

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	コンビニ（経営者）	単価の動き	・東日本大震災直後は、並べている物があれば何でも売れたが、その後反動で売れなくなった。現在はだんだん品ぞろえが戻ってきて通常のようになっている。売上自体は落ちているが、普段通りに客が来て、販売量は以前よりも少し良くなっている。
		家電量販店（統括）	来客数の動き	・節電、地上デジタル放送、梅雨等に関する商品の売行きが好調である。客数も前年を大きく超えてきている。単価下落は依然止まらないが、レジ通過客千人当たりの購買指数増で補っている。
	やや良く なっている	一般小売店〔家電〕（経理担当）	お客様の様子	・低価格商品が多くなっているが、商品はコンスタントに動いている。エアコンについては省エネ意識のせいが高級機種が売れており、アンテナ工事も多くなっている。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・今月は忙しいというほどではないが、上がってきた数字を見ると前年度よりプラスになっている。これといって景気が良いというわけではないが、プラスはプラスである。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	販売量の動き	・店舗に関しては前半は良かったが、天候の問題で後半はあまり良くない。外商は一時期商品が無かったり供給ができなかったりしたものが復活し始めたこともあり、徐々に良くなってきている。また、コピー機、スチール家具等を企業がしっかりと買うようになってきている。復興の兆しが出てきている。
		百貨店（副店長）	販売量の動き	・衣料品や宝飾などの高額品についてはまだまだだが、日用品や食料品を中心に売上は戻ってきている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・今月の来客数は非常に増えてきている。東日本大震災後の買い控えから、客は積極的に買物をしようとする動きになってきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後の自粛モード、物情騒然とした状態がやや落ち着きを取り戻し、だんだんと普通の姿に戻ってきている。
		コンビニ（商品開発担当）	お客様の様子	・ようやく平常に戻ってきつつある。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響もいづらか回復し、徐々に客数も増え、売上は前年比105%を超えてきている。この夏は節電のためのクールビズが前年にも増して話題になって服装に対する関心が以前より高まり、これらの関連商品が関心を集めている。
		衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災から落ち込んでいた売上もようやく前年比92%と、大分持ち直している。買物をしたくてストレスを抱えていた人々も、しびれを切らして買物をし始めている様子である。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	来客数の動き	・新しくできた店の来客数の増加で、既存店についても3か月前よりは戻ってきている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・東日本大震災による消費低迷からの回復モードで、消費抑制から反転し購買意欲が高まってきている。特に衣料品が好調に推移しており、ファミリー衣料は客数、客単価とも伸びている。夏場対策で扇風機も好調に売上を伸ばしている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災前の3か月前は景気が動いていなかったが、最近になって震災後の反動のせい、フリーの客は多少動いてきている。ただし、大きな宴会等の動きや歓送迎会等の件数は減っている。
		都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・前年との比較ではまだまでの販売量だが、東日本大震災直後の自粛モードは解けてきた感があり、やや良くなっている。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・企画、イベントの申込が多い。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・完全地上デジタル放送化を控え、加入者数は増加の傾向にある。
通信会社（営業推進担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送への移行に向けて、2台目のテレビ購入などの動きが活発になりつつある。デジタル放送の受信環境準備が一段落し、付随するレコーダー購入などが目立つ。		

	ゴルフ練習場 (従業員)	来客数の動き	・2か月前の東日本大震災のころよりは来客数、販売量ともに増えている。最近では経済活動をしようという風潮もあり、客の動きは良くなっている。
	その他レジャー施設(経営企画担当)	来客数の動き	・付帯する宿泊施設の客数は海外客の減少で依然低迷を続けており、明らかな好転とは言えない状況にあるが、東日本大震災で延期になった催事が再開され、催事の来客数も前年並みで推移しているため、景気は良くなりつつある。
	その他サービス[結婚式場](支配人)	来客数の動き	・東日本大震災後と比べると客が動いている。
	設計事務所(所長)	お客様の様子	・今月は東日本大震災の影響で特に官庁から復旧工事の設計依頼が多くなってきている。また、民間からも何件か相談がある。
	住宅販売会社(従業員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響が少し薄らいできている。
変わらない	商店街(代表者)	来客数の動き	・今の状態では、景気が良くなる兆しは見えない。
	一般小売店[酒類](経営者)	それ以外	・東日本大震災から2か月半もたち、飲料水も出回ってきたようだが、卸値が高くなっている。
	一般小売店[米穀](経営者)	それ以外	・新米、古米の切替え時の米不足を材料に、米価格は値上がりが見られるが、お米は売れていない。商店街の総会では景気の良い話は無く、行政と協力して秋にはプレミアム付き商品券を発売するなどは一時的な効果しか無い。一層工夫しないと給料も払えなくなる。
	一般小売店[祭用品](経営者)	来客数の動き	・復興の動きが一時あったが、ゴールデンウィークを過ぎて減速傾向にある。
	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・気温、気象が不安定である。前半は夏物に走り出す傾向が見られたが、中旬以降から羽織物が必要な気温になったため、客はちゅうちょしている。
	百貨店(総務担当)	販売量の動き	・衣料品の売上が前年より少しずつ良くなってきているが、まだはっきりと良い方向にあると言えるほどの動きではない。
	百貨店(総務担当)	それ以外	・過度な自粛ムードがなくなってきている。5月20日過ぎまではほぼ前年並みで推移してきたものの、終盤の天候不順により来客数、購買率ともに前年割れの見込みとなっている。
	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・東日本大震災直後の3月を除き、4、5月は前年に若干届かなかったものの、ほぼ横ばいで推移している。震災後、婦人服関連が一時的に復調したが、今月は落ちている。一方、食料品、雑貨、子ども服関連は順調に回復基調にある。店内で節電対策として照明を部分的に消しているが、客からの問い合わせはない。ただし、全体の来店傾向で18時以降の落ち込みがみられ、21時まで営業している当店の強みを発揮できていない。
	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・都心店における夕方以降のOL、サラリーマンの来客数が減ってきている。加えて、来客の購買行動も目的商品のみ購入が多く、滞留時間が短くなってきている。
	百貨店(営業担当)	それ以外	・東日本大震災後の自粛ムードの反動から一時的にマイナス幅の縮小が見られたが、消費環境の悪化から来客数減、売上減の傾向は変わらず、特に外国人観光客の減少と高額品の伸び悩みは続いている。
	百貨店(販売促進担当)	お客様の様子	・稼働客数は前年伸長も、単価は低下している。また、母の日などのパーソナルギフトも東日本大震災以降、より実用的な志向に変化し、今後の購買動機がどこまで変わるかが読めない。また、輪番休業などの世情がファミリー購買により底支えされた商力にどこまで影響するか、加えて今後の施策が組みづらい。しばらくは購買意欲はあるが、低単価傾向が続く。
	百貨店(販売管理担当)	販売量の動き	・つくだ煮やのりなど保存のきく食料品や、UVケアなどの機能性を備えた季節商材など、好調な商品群が売上をけん引している。一方で、放射線や余震などの影響もあり、今まで前年を超えていた来客数が前年を下回る傾向にあるなどの不安定要素がある。
	スーパー(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災後の買いだめ需要が一段落し、その反動が少し出てきている。客数が若干落ち気味なところがあり、それほどは変わらないが、少し良くない。

スーパー（店長）	お客様の様子	・チラシ初日の売上は前年と比較してまずまずだが、それ以外の日の売上確保が困難な状況である。安い商品に敏感に反応している様子が見られ、必要以外の商品には手を出さないことが如実に表れている。また、買上点数、1品単価ともに前年割れしており、安物志向に定着している部分がある。
スーパー（総務担当）	お客様の様子	・3月の東日本大震災以降、4月上旬に客の買い方等が回復したように思ったが、その後はやはり日常の頻度品や必要な物しか買わない、欲しい物は買わない状況が続いている。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東日本大震災前に少しずつ戻りつつある。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・客数が少し落ち込んでいる状況である。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・4月後半から母の日に掛けての連休で売上は伸びてきたが、安い、近い、短い日程の小旅行等で、近場の外出が目立っている。連休明けの中旬は天候の変化で一気に夏の陽気になり、月末は梅雨入り、台風と、外出を控えた客が目立ち、客数、売上ともに落ちている。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後、客は落ち着きを取り戻し、販売は以前と変わらないくらい戻ってきている。ただし天気があまり良くなく、それに対しての落ち込みが少しだけ出ている。
家電量販店（店員）	単価の動き	・年々パソコン業界は低価格化が進み、景気向上へ拍車が掛からなくなってきた。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・整備は順調に入っているが、販売はあまり芳しくない。しかし、前月は前年比50%減だったが、今月は30%減となっている。
乗用車販売店（経営者）	それ以外	・景気は良くなっているとは感じないが、客の東日本大震災に対しての沈む気持ちが薄らいでいる。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・店舗がリニューアルオープンしたが、来客数があまり多くない。過去のリニューアルの数字を見ても、少ないと感じている。
高級レストラン（支配人）	お客様の様子	・東日本大震災による自粛傾向はやや改善されてきたが、規模の縮小や単価の低下が続いている。定例的な会合以外、新規の予約が増えず、依然として厳しい状況である。
スナック（経営者）	来客数の動き	・気候の関係で今月は少し雨が多かったこともあり、変わらない。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・婚礼見込みの来客は戻りつつあるが、婚礼参加のゲスト数が減っている。
通信会社（支店長）	販売量の動き	・東日本大震災による春商戦の期ずれ等、新商品の発売効果もあり、販売量が顕著に伸びている。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・地上デジタル放送完全移行まで2か月であるが、まだ、対策を講じない客が多い。新築の建築が減少している。
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・競合他社との競争が激化しているが、アナログ放送終了に伴う駆け込み需要が依然として残っており、契約数は横ばいを確保している。
通信会社（総務担当）	お客様の様子	・例年この時期は引っ越しも終わり、新規加入が増える時期だが、今年は相変わらず解約件数が上回っている。
その他サービス [福祉輸送]（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の一時の冷え込みは大分脱してきたが、節約の動きはまだある。売上が下がっている状況が続いており、変化がない。
その他サービス [保険代理店]（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災による影響があると思っていたが、現時点ではさほど販売量に変わりがない。
設計事務所（職員）	それ以外	・売上は順調ではあるが、景気動向の変化までには至らない。
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの集客や今月の受注状況も前年並みと大きな変化はないが、ユーザーの慎重度は相変わらず固いものがあり、時間が掛かっている。
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約50%と3か月前に戻ってきているが、景気自体は相変わらず悪い。東日本大震災後、2か月間は全く動きが止まったが、日常生活が戻り落ち着きが出てきたのか、来客数や販売量は震災前と同じ水準に戻ってきている。
住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・住宅版エコポイント制度の締切など、公的支援打ち切りによる冷え込みがある。

やや悪く
なっている

商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災以降、極端に売上の数字が落ち込んだ時があったが、計画停電の終了とともに少しずつ良くなっている。5月の連休ごろに回復の兆しが出てきており、店の前を通る通行量も震災前に大分近付いてきている。しかし、買物には慎重な客が多い。東北地方に親戚がいる客は特に心配しており、買物をする気にはならない。
商店街（代表者）	お客様の様子	・客が店に来ない。客は本当に必要な物しか買わず、非常に困っている。商店街自体も、最近特に空き店舗が目立ち始めている。入ってくるのは歯医者や接骨院といった医者系統の業種で、それらが当商店街の半分近くになっているため、今後かなり響いてくる。
商店街（代表者）	それ以外	・ゴールデンウィークの売上や来街者数は軒並み前年を下回っている。東日本大震災後中止になったイベントをチャリティイベントとして復活させたが、前年並みには届いていない。
商店街（代表者）	販売量の動き	・東日本大震災による材料等の不足状態はほとんど改善したが、季節変動を差し引いても、震災前と比較して一般客の嗜好品への支出は激減している。
一般小売店〔家具〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後、やはり客が来なくなったが、最近いくらかずつ来客数が増えてきている。しかし、景気は相変わらず悪い。
一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、自粛ムードが非常に悪い面で浸透し過ぎてしまっている。商店会の人に聞いても、自粛ムードが浸透し過ぎて購買意欲が低下しているようである。
百貨店（広報担当）	お客様の様子	・客の節電や東日本大震災に対する関心が非常に高く、それらの商品の需要が売上をけん引している。例年あるクールビズ対応ワイシャツなどに加え、扇子や保冷材入りストールなど節電プラス暑さ対策の商品は、前年を大きく超える売上がある。ただし、完全に消費が戻ったわけではなく、主力の衣料品や食品を加えた全体的な来客数は前年に達していない。
百貨店（広報担当）	販売量の動き	・首都圏店舗の売上、来客数が減少傾向である。反面、郊外店が前年を上回り好調に推移しており、自宅から近い店舗での消費行動が高まっている。また、外国人顧客の減少が高額品やハイエンドブランドの売上に響いている。
百貨店（店長）	単価の動き	・すべてのアイテムで前年よりも客単価が落ちてきている。
スーパー（店長）	単価の動き	・商品的にはどんなにお買い得でも、客は必要な分だけ買うため、客単価の下落につながっている。
スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは3連休が前半、後半に分かれたために近場への小旅行が多く、レジャー関連商品のまとめ買いが少ない。また、広告へ掲載する目玉商品は物量を確保することが難しく、掲載数が減り、集客減となっている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・不景気が忍び寄っている気がする。今月は単価が大変落ち、前月より25円下がっている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・4月は少し良かったが、5月に入って買い控えが目立っている。また、夜間の来客が減っている。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・春先の節約ムードが非常に大きい。
衣料品専門店（店長）	単価の動き	・クールビズ用品は動くが、スーツ等の重衣料の高額商品が動かないため、単価に苦戦している。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新車の販売をしているが、メーカーからの納車が東日本大震災の影響で未定のままであり、受注できても納車できない状況が続いている。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で大手自動車メーカーの工場が50%稼働のため、今新車を注文しても納期の目途が立たず、客もなかなか注文がしづらい。
乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの営業日の関係で4月末の純受注は増えたが、5月に入ってから前年比70%前後にまでなっている。売上台数は今月も工場出荷減の影響が直接影響して前年割れとなり、非常に苦戦している。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で受注も今一つ上がっていない。自粛による買い控えと車両不足で、今がどん底の感がある。

住関連専門店 (統括)	販売量の動き	・今は来客数も契約件数も少ない。来客数イコール売上高という感じでもないが、契約件数も伸び悩んでいる。
その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災以降、財布のひもが固くなっている。客単価が低く、無駄な買物をしなくなったようである。
その他小売 [ゲーム] (開発戦略担当)	販売量の動き	・前月は東日本大震災の影響も改善されたように思ったが、国内ゴールデンウィーク商戦は前年比で8割以下と、非常に厳しい結果となっている。海外も同様に厳しいようである。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災後、途絶えていた客足が少しずつ戻ってきたような気がするが、まだ例年どおりではない。客足がかなり少なくなっている。
一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・依然、近隣の官公庁は宴会禁止で、一部民間企業では個人的に歓送迎会という状態である。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・前月4月25日までの結果では、客数が前年比96.9%、売上が96.5%であった。今月は5月24日現在で客数が94%、売上が92.2%である。福島第一原子力発電所の事故の影響がまだ続いている。
一般レストラン (店長)	来客数の動き	・東日本大震災以後、全く来客がなかったが、ゴールデンウィーク明けごろから少しずつ増えてきてはいない。しかし、震災前と比べると6～7割くらいしか戻っていない。
一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災直後は駅から少し遠い所はそう変わらなかったが、電車の都合で暇になり、ある程度たつてからまた忙しくなっている。ゴールデンウィークでお金を使っているため一度ぐっと落ち、給料日あたりから少しずつ戻ってきているものの、毎年連休後は暇である。
都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・宿泊はビジネスの利用は外国人が半分以下になり、日本人は戻りつつあるが、年明けのような勢いはない。個人の婚礼出席者やコンサート、イベント等の利用は変化がないようである。レストランは昼の婦人やサラリーマンの利用は変化がないが、夜の接待利用が依然として伸びず、東日本大震災の影響で以前に輪を掛けて少ない。宴会は法人関係の利用で取消、延期になったものがなかなか復活してこない。披露宴は東北の被災地に直接関係者がいるカップルを除き、日程を変更して実施するカップルが多く、影響は少ない。
旅行代理店 (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災以降、福島第一原子力発電所の問題等があり、店に来る客足は大分鈍ってきている。こちらから行っても、もう少し考えさせて欲しいなどの回答しか得られていない。
タクシー運転手	お客様の様子	・まだ東日本大震災からの復興の進展がはっきり見えないと同時に経済界の動きも低成長であり、タクシーも需要が止まってしまった感がある。月内では最終金曜日に利用客の動きが少しあるが、それ以外は相変わらず空車の渦で街中ごった返している。
タクシー (団体役員)	お客様の様子	・東日本大震災直後の激減状態はなくなったが、昼夜問わず利用客が少ない。特に繁華街の利用客がまだ戻っていない。
通信会社 (経営者)	販売量の動き	・テレビの加入獲得が激減している。ゴールデンウィーク中の加入獲得減及び集合オーナーの一括加入の低調が原因である。
通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で新築住宅工事が延期になり、テレビサービスの導入が前年に比べて減少している。
通信会社 (局長)	単価の動き	・ケーブルテレビ契約数は増加しているものの、加入者1人当たりの月間売上高は下がってきている。
観光名所 (職員)	来客数の動き	・前年実績と比べるとやや悪くなっている。また、トップシーズンのため、来客数の動きが少し鈍いイメージがある。
ゴルフ場 (支配人)	来客数の動き	・5月に入り計画停電の影響もなくなり、連休明けより会員の来場は平常通りとなったが、ゲストの来場は特にコンペ等の自粛がまだ見受けられる。
パチンコ店 (経営者)	来客数の動き	・朝の客の入りもやや良くないが、特に夕方から会社後に来るサラリーマンの客数が大分減っている。そのあたりが顕著に出ているため、やや悪くなっている。
競馬場 (職員)	販売量の動き	・販売額が前年度比で4%減少している。

	その他レジヤ 施設 [アミュー ズメント] (店 長)	来客数の動き	・ゴールデンウィークが長かったこともあり、それ以 降、母体ショッピングセンターを含めて来店頻度が低 下している。特に目的客以外は著しく低下しており、 消費や遊びを控えている印象が強い。
	設計事務所 (経 営者)	それ以外	・当事務所は行政の設計が約90%を占めている。行政 の設計は年度末の3月までは、残っている仕事を上げ なくてはならないと非常に忙しく感じたが、年度末が 終わった5、6月になると新しい仕事が入らず、非常 に不安定で不安感がある。民間の仕事においても、3 月11日以来、新しい仕事が見えていない。
	設計事務所 (所 長)	競争相手の様子	・東日本大震災の影響から計画等のキャンセルが相次 ぎ、更に厳しい。低価格競争がますます激しくなっ ている。
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・東日本大震災の影響か、5月はゴールデンウィーク があったにもかかわらず、不動産販売の契約が少な い。
悪く なっている	一般小売店 [和 菓子] (経営 者)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、来客数がかかり落ち込ん でいる。また、月の後半になって天候不順も重なり、 消費が冷え込んでいる。
	一般小売店 [家 電] (経理担 当)	お客様の様子	・公務員他、全体に所得が減っているように感じる。 また、物価がじわじわと上がっているようである。
	一般小売店 [食 料雑貨] (経営 者)	単価の動き	・所得が上がらないことで、将来への不安から買い控 えが進んでいる。
	一般小売店 [靴・履物] (店長)	来客数の動き	・街へ出てくる人が減っている。東日本大震災以降戻 らず、3か月前よりは半分減っている。
	一般小売店 [茶] (営業担 当)	お客様の様子	・お茶に関する放射線問題が報道されてから、日々の 売上が激減している。下旬に向かい落ち着いてきた が、売上高が大幅に減少している。
	一般小売店 [茶] (営業担 当)	それ以外	・東日本大震災による福島第一原子力発電所の問題 で、放射線等の現状が把握ができていない。その不透 明な状況下でのお茶等の茶葉検査で、規定値以上の数 値が出てきている。各県の対応など、様々な専門分野 の意見がぼつ発し、どこまで安全であるかという懸 念で、お茶等の購入にストップが掛かっている。
	百貨店 (総務担 当)	単価の動き	・東日本大震災以来、3月一杯から4月までは停電特 需で小売業のほうは売上は伸びたが、それ以外につい てはなかなか思うような売上が取れていないのが実情 である。
	百貨店 (総務担 当)	来客数の動き	・東日本大震災以降、来客もせいぜい9割くらいに なっている。また1人当たりの買上単価も85~90%と いったところである。
	百貨店 (総務担 当)	お客様の様子	・来客数はかなり戻ってきてはいるが、レジ客数等につ いてはまだ厳しい状態である。物産催事など、冷え 込んだ消費マインドが少し良化しているようで、客の 様子も東日本大震災の影響から脱却しつつある。しか し、まだ楽観できるほどではない。
	百貨店 (販売促 進担当)	単価の動き	・東日本大震災以降、各企業の業績悪化から買い控え が生じている。
	スーパー (店 長)	来客数の動き	・客数は前年に比べると97.8%、客単価も同じく 98.2%と、ともに前年割れという状況である。特に今 月は雨が多かったこともあるが、また水が売られてい る。納品は滞りなく行われているが水だけはコンスタ ントに売れているので、また買い占め等が起きなけれ ばいいと思っている。
	スーパー (営業 担当)	販売量の動き	・福島第一原子力発電所の事故又は東日本大震災の影響 による買いだめも一段落し、販売数量が現在減少し ていることが大きな要因として挙げられる。
コンビニ (経営 者)	お客様の様子	・東日本大震災後、品薄でありながら、あれば何でも 売れるという状況も一段落し、反動なのか、今は本当 に必要な物しか客は買わない。客単価も買上点数も低 下している。	
衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・客が戻らない。商店街全体も悪いが、当店も更に売 上が低下し、3月の東日本大震災以降、とても厳しい 数字が続いている。客単価、1品単価ともに下がり、 頼みの顧客の単価も下がり、打つ手が無い状況であ る。	

衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・衣料品の購買傾向が必需品中心になり、トレンド商品は控える傾向が顕著である。省エネのための暑さ対策商品のみが好調で、その他は急ブレーキが掛かっている。	
衣料品専門店 (営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災の後遺症がまだまだ尾を引いている。またゴールデンウィーク増の後でもあり、売上が非常に良くない。	
乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・3～4月のトラックの新車販売量は前年同月比で販売台数、金額が相当減っている。全国ベースで20～30億円落ちているため、前年に比べて相当落ちている。また、1～2月に比べてもやはり落ちている。	
その他小売〔雑貨卸〕 (経営者)	お客様の様子	・やはり震災の影響が大きい。	
その他小売〔生鮮魚介卸売〕 (営業)	販売量の動き	・売上は東日本大震災以前の3分の2ぐらいまで落ちている。	
高級レストラン (店長)	来客数の動き	・特に個人消費の冷え込みが厳しく、平日夜のレストランは大変寂しい状況である。	
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・当面は東日本大震災の影響で景気は悪い。	
旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・1日当たりの団体旅行の受注件数が伸び悩んでいる。また、問い合わせ等の電話の件数も減っている。	
旅行代理店(支店長)	販売量の動き	・東日本大震災の関係で今月出発の団体を中心に中止や延期が相次ぎ、販売量が予定より大幅に落ちている。個人旅行は直近の日帰り等については少し動きが出てきているが、ゴールデンウィークの売上が宿泊を中心に上がらず、低迷している。	
タクシー運転手	お客様の様子	・まだ景気が良くなるという感じはないが、金曜日は客が多少は戻ってきてくれたという感じがある。まだ今月は最悪の状態が続いている。	
タクシー運転手	販売量の動き	・若干横ばいの傾向にあったと感じていたが、東日本大震災後、更に落ち込んでしまっている。	
遊園地(職員)	それ以外	・福島第一原子力発電所の問題が先行き不透明で良くなる兆しが見えないため、客の出控え傾向が見られる。	
ゴルフ場(従業員)	それ以外	・休日の百貨店にはぎわいがかかなり少なく、ゴルフ場においても1人当たりのゴルフの回数がかかなり減ってきている。特に、現役世代である。	
その他レジャー施設〔スポーツ施設〕 (支配人)	来客数の動き	・宴会の件数、参加人員が減少している。	
美容室(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災以来、客の買物が非常に少ないようである。	
美容室(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災後、夕方の顧客数が伸びなくなっている。	
設計事務所(所長)	お客様の様子	・少し動く気配は感じるが、ただじっと見ているという感じである。出てくる話題は投げ売りの話が多く、今はコスト高になっているはずだが、その割に動く気配がない。大変激しい状況である。	
住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・東日本大震災以降は被災地の復興と福島第一原子力発電所の処置に目途が立たない等で客の気持ちが回復していない。そのため売買量が減り、不動産及び工事の価格が最低の状態のままである。	
その他住宅〔住宅資材〕 (営業)	販売量の動き	・東日本大震災以降、物件が止まったりした影響で客の荷動きも止まっており、在庫が多い状況が続いていて、販売量が伸びない。	
企業動向 関連	良く なっている やや良く なっている	—	
	金属製品製造業 (経営者)	取引先の様子	・前年12月に開設した新規取引先から納期や品質、価格等を認められ、仕事量が多くなってきている。
	金属製品製造業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・海外向けと被災地向けの受注(国内需要)があり、受注量が増えてきている。
	建設業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・官庁発注工事を何件か受注でき、やっと前年並みの受注量となっている。しかし前年があまり悪かったため、これからどれだけ民間工事が発注になるか、期待するだけである。

変わらない	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響もあって医療容器と住宅関連部品の受注は前年同期比で2割ほど増加しているが、化粧品容器の受注や新企画に勢いがなく、利益は横ばいである。
	その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・得意先は前月は悪いと大分言っていたが、仕事の量は特別に減ってはいない。また、今月に入ってからはその言葉は消えているようである。仕事の量は大きく減ったり増えたりはしていない。
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取扱量が依然として低迷している。ゴールデンウィークの影響で稼働日数も例月より少なく、売上が減少している。
	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・受注状況はほぼ横ばいで推移している。
	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響なのか、飲食店舗の売上が伸びず、賃料の減額要請が多くなっている。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・地域経済界で影響力を持つ建設業では、東日本大震災の影響で建材不足となっており、工期が延びている。住宅建設では特にグラスウールの入荷が少なく、棟上以降の予定が立たない状況である。建方完了時金が受け取れず、資金繰りがひっ迫している中小業者も少なくない。建設業全体ではやがて復興景気が期待できるが、遠隔の事業者には期待は薄い。
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響は続いており、相変わらず受注量が減っていて厳しいが、3月に止まった仕事が復活する動きも見られ、震災前に戻りつつある。
その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後の節電傾向で電気を使う広告やイベントが減っており、それがいまだに再興する様子が見られない。	
やや悪くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・まだ東日本大震災の影響から完全に立ち直っておらず、決して良いとは言えない状況である。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・年度末関連の仕事が終了し、その後の会社関係の仕事も発注が少なく、困難している。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以前もさほど良い景気とは思えなかった。震災後多少持ち直してはいるが、多少戻った程度で景気の悪さは変わらない。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今月は1回だけ代表者印、会社の登記印で8本という特需があったが、それ以外は法人も個人も平たん、あるいは下向きの受注の流れである。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	競争相手の様子	・同業他社で、受注量の減少が原因で社員数20名中営業1名含む3名が解雇された話を聞いている。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響もあり、あまり良いほうにはっていない。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き合いはある程度全国からあるが、成約率が1割に満たない程度まで落ちているため、非常に悪い状況にある。
	建設業（経営者）	競争相手の様子	・競争物件で、かなり低価格での落札になっている。価格破壊である。
	建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響により止まっていた案件が少しずつ動き出しているが、納品状況や単価の問題で時間が掛かっている。
	金融業（支店長）	取引先の様子	・受注がやや落ち込んでいる。また、品物や部品、資材の入荷が遅れているため、なかなか発注にこたえられず、やや悪くなっている。
	金融業（支店長）	取引先の様子	・取引先の様子は、東日本大震災の影響がやはりじわじわと出てきている。建設業では材料であるベニヤ等や断熱材の不足が大きくなっており、工期が長引いたり仕分けができない。自動車販売は被災地のほうに需要があるのでそちらに需要が流れ、こちらの中古車の価格が上がったり品薄状態であり、利幅も圧迫されている。製造業も親会社からの様子見が結構あり、売上減という状況が続いているため、やや下火になっている。
	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後、土地購入の動きが非常に鈍化を来たしている。
	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・主要取引先が自動車販売であり、売る車がないので宣伝等自粛している。
広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・クライアントより前向きな話や宣伝展開の話をよく受けるようになったが、各案件は非常に少ない。	

	税理士	取引先の様子	・中古書籍やゲーム等、中古品を扱っている店を10年ほど見ている。中古商品なので、昔は景気が悪い時は結構売れたが、今はそういう店であっても2店舗を1店舗に減らし、その残った本店も売上、利益率が大変悪くなっている。景気は相当悪い。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災以降、減った客足が回復しつつあるものの、震災前ほどではないという企業が多い。
	税理士	取引先の様子	・夏の電力不足に備えての節電で、節電商品以外は動きが無いようである。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・公共事業が一段落して受注減である。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・事業の中止や延期が続き、開発案件が減少している。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、やや悪くなっている。
悪くなっている	繊維工業（従業員）	それ以外	・市場は消費マインドが冷え込んでおり、なかなかファッションに向いてこない。繊維製品の原料である糸が中国等の投機筋等に買い占められ原料不足となっており、不足している糸の値上がり分も製品に転嫁できない状況が続いている。
	出版・印刷・同関連産業（所長）	それ以外	・東日本大震災以降の広告宣伝費が大幅に縮小されており、計画見直しの状況が依然続いている。また、用紙調達が不安定なため、案件が発生しても対応できないケースが目立つ。
	プラスチック製品製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の復興に関係のない部分は、非常に景気が悪くなっている。物の動きが悪くなっている。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月後半からいくらか受注が回復してきているものの、東日本大震災の前から比べると相当悪くなっている。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故の影響で、東北方面にある部品工場から部品の供給が途絶え、空調機や冷凍機の生産が縮小している。そのため市場に商品がスムーズに流れず、仕事ができなくなっている。その上、設備投資意欲が各企業とも衰えてきており、設備産業は大打撃を被っている。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2、3か月前よりも売上が30%くらい落ちている。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品が売れない。発注がない。
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の問題や放射線の悩みが非常に大きな話題となっている。その関係で部品生産がスムーズに行えず、各メーカーの生産は伸びない、維持できない状況にあるため、景気の落ち込みは非常に大きい。
	輸送業（経営者）	取引先の様子	・荷主からのオーダーがない限り、仕事が無い。旗を立てて回っても、我々の仕事はその日その日に入ってくるわけではなく、荷主からの仕事を待つ以外に何もない。荷主からの話では、今のところ東北関係の荷物が多いため、東日本大震災のために部品あるいはマニュアルの注文が入らない。全く止まっているような状態で、大変苦しい。
	輸送業（所長）	受注量や販売量の動き	・例年の荷動きと比べ80～90%ぐらい出荷が落ちている。どの荷主に聞いても前期はこのまま出荷数が少なく推移するだろうと予測している。また、東北方面の復興計画が明確にならないと、出荷計画ができないとのことである。
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・東日本大震災以降、荷主の通常の出荷量が大幅な落ち込みとなっている。緊急品の出荷が若干あるが、激減状態である。
	金融業（支店長）	取引先の様子	・設備投資を見合わせる企業が多い。
	金融業（渉外・預金担当）	取引先の様子	・東日本大震災と停電の影響で、負の連鎖がある。

		金融業（役員）	取引先の様子	・東日本大震災以降、売上が下がった、あるいは製品が届かない等で、当面の運転資金が必要になり申込をする客が多い。また、新しいお金ではなく、今までの返済を落として欲しい、割賦金を軽減して欲しいという申込がいまだに相当数ある。
		広告代理店（経営者）	取引先の様子	・とりあえず自粛は明けつつあるが、3か月前と比較すると仕事が減少している。景気がこんな案配だから仕方ないものの、手間は変わらず売上額が減少すると利益減に直結してしまうが、受注しなければゼロなので、泣く泣く受けるしかないことが厳しい。
		社会保険労務士	取引先の様子	・資金繰りの厳しい会社が多く、委託解除も数件ある。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・自動車関連の加工メーカーでは平常の3分の1程度に売上が落ちている等、死活問題になっている。飲食店等も自粛ムードからさして戻らず、低迷している。余震の影響などで客が遠出ししない傾向も見える。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災による受注件数の減少傾向は大部分回復の兆しを見せてはいるが、震災前と比較すると、まだ回復したと言える状況ではない。被災地への支援も継続的に行っており、受注量が以前のような状態に回復していない。
雇用 関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・地上デジタル放送化に伴う採用が相変わらず多い上、その他についても通信業界や東日本大震災に関わる採用があり、採用数が契約終了数を上回っている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・ここへきて1、2年と足しげく通っている他のユーザーからの注文がかなり来ている。価格等で気を引くのではなくあきらめずに誠意を持って対応していかなかで、使う前に信頼関係ができた結果であり、かなり増えている。
		民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・当社のクライアントは製造メーカー、特に自動車関連が多いのだが、少しずつ需要、生産が増えてきたこともあって人の確保が必要になってきている。新卒採用はあまり良くない状態だが、その分を中途採用で補おうとする傾向が一般的にあるようである。
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・東日本大震災の影響はまだ見えない部分があるものの、心理的には改善されてきており、採用活動は少し動きつつある。これに復興需要が加わってくれば、よりドライブが掛かる。
変わらない		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・全業種で求人数が増えている所はない。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数の動きが今月は非常に少なく、前月の半分以下で推移している。
		人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・新規採用の雇用形態が、無期社員よりも有期社員の比率がやや高くなっている印象がある。固定費削減のためにそうしているようである。
		求人情報誌製作会社（編集者）	採用者数の動き	・厳しさに変わりはない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・一般求人、パート求人ともに求人数は増加している。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・今月は雇用調整助成金の新規の相談件数は減少しているが、自動車製造関連産業は東日本大震災の被害により自動車用半導体の供給不足が続いているため、生産ラインがフル稼働に回復するのは秋以降になる模様である。さらに夏場の電力不足も心配されることから、まだ3か月前と状況は変わっていない。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	求人数の動き	・前年同月比での求人獲得数に大きな差異はない。
やや悪くなっている		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣、人材紹介ともに依頼数が前月と比べると落ちてきている。職安等無料就職支援機関からでも求職者がたくさん応募してくる環境になっており、採用にお金を掛けない企業が多くなってきている様子である。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響から、新規取引社数が減っている。

	学校 [短期大学] (就職担当)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・前年までは届いていた求人票がまだ来ておらず、見通しが暗い。世間の一部で、中小企業は採用計画があるのに学生が応募していないと言われていることは本当なのかと信じられない。短大生採用を取り止めている企業が多い。
悪くなっている	人材派遣会社 (営業担当)	採用者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響で減った就業者数は、まだ回復していない。
	求人情報誌製作会社 (広報担当)	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・企業側の採用は全く戻ってきていない。報道における景気回復基調というのは、海外と絡んだ仕事をしているようなグローバル大企業の話で、中小零細企業はもはや死に体といっても過言ではない。このままでは産業空洞化どころか、この国の経済活動全体が破たんする。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・求人数が前月に比べてやや減少傾向にある。
	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響で、企業で製造をしていない、中止している等の話を聞く機会が多い。