

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	コンビニ（経営者）	・社会の落ち着きとともに暑さに向かい、当商売は暑いのは非常に良いことなので、3か月くらい後は良くなる。
		旅行代理店（支店長）	・旅行業はやはり東日本大震災の関係で4月が一番底、5月が二番底だったと感じている。最近の、自粛ムードが溶けているなかで、旅行に行こう、また経済の発展のためにもお金を使おうというムードが高まってきており、実際、かなり客が動いてきている。2か月後は夏休みの本番であり、個人消費を中心に例年より早い出足が今のところ見られるため、2、3か月後は今月より間違いなく、売上等も含めて良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・ここ2、3か月、売上は非常に悪い状況であるが、今後買い控えは多少でも緩んでくる。今まであった東日本大震災の影響も、多少なりとも薄れてくる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・アナログ放送は停波になるが、エアコンの時期になるのでやや良くなる。ただし、この夏は品薄状態が今から起きているので、商品が心配である。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・単純に良くなるということではない。景気が非常に悪かったため、それ以上悪くなることはなく、それより多少は良くなるということである。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・復興需要が多少出てきているようである。節電等に関することで紙類等が緊急で出ている。これから夏場に掛けてそれらの需要が増えていくことが期待されるが、商品の供給が間に合うかという不安要因が少しある。
		百貨店（総務担当）	・経済的なインフラは製造業も含めて稼働率が比較的100%に近づいてきているなかで、一般的な消費マインドも2～3か月後には戻ってくる。
		百貨店（総務担当）	・依然不透明な状況は変わらないが、消費税アップや新たな震災など外部的な要因がなければ今よりは良くなる。回復基調にはあると思うが、長いスパンで見なければならぬ。
		百貨店（副店長）	・客の動向から、衣料品や高額品等でも購買意欲が出てきているため、やや良くなる。
		百貨店（営業企画担当）	・東日本大震災の影響も落ち着き、売上や来客数が前年比で伸びているため、やや良くなる。また、サマータイム導入等の社会の動きを考慮すると、夕方以降の来店や購買に期待したい。
		コンビニ（商品開発担当）	・いまだたばこやビール等に制限の掛かっている物があり、これが回復してくれば販売量も増えてくる。
		コンビニ（商品開発担当）	・継続的な復興需要が見込めるため、やや良くなる。ただし、原材料価格の高騰による値上げ圧力、電力問題による消費抑制は不安材料である。
		衣料品専門店（経営者）	・お出掛け需要がかなり戻ってきており、旅行等する客が大分見え始めたので、これから6、7月と天気さえ良ければ上向いていく。
		衣料品専門店（経営者）	・来客数が増え、まとめて数点買っていく客が多くなっている。遠方からの顧客も増えてきているので、これから景気は少しずつ良くなる。
		家電量販店（統括）	・7月24日の地上デジタル放送への完全移行が一つのターニングポイントとなる。
		乗用車販売店（経営者）	・自粛ムードの払しょくができないと堂々と商売ができない雰囲気が続き、回復の妨げとなるが、自動車業界は部品等の供給が落ち着けば回復の兆しは見えてくる。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車メーカーもいろいろと手を打っており、現状よりは改善される。
		乗用車販売店（従業員）	・6月から大手自動車メーカーの工場の稼働が東日本大震災前の90%まで回復するため、納期の目途が立てやすくなり、客も新車を注文する。また新型車等も販売し始めるので、受注が入る。
		乗用車販売店（販売担当）	・前月までは代理店の客も少なく受注も低迷していたが、今月に入ってからは少しずつではあるものの、来客も増加し、それに伴って受注も少しずつ増えてきているため、やや良くなる。
乗用車販売店（販売担当）	・東日本大震災の復興需要が出てきて、国もいろいろ動き出す。整備、建築等で輸送量も増えていき、日本全国ではないにしても東北、北陸、関東近辺については景気は多少良くなる。		
乗用車販売店（総務担当）	・前年とは比べられないが、工場の車両生産が軌道に乗る。また、自粛ムードの緩和により、販売台数も上がってくる。		

乗用車販売店（渉外担当）	・東日本大震災以来、4月は新車登録は前年50%以上マイナスだったが、新車受注は前年並みに推移している。6月より新車生産が通常の9割まで回復し、登録も徐々に回復に向かうので、景気も回復していく。	
その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・東日本大震災の影響による買い控え等もかなり緩和され、節約のためグッズ等が売れやすくなる。	
その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・来月から夏に掛けて海外でショーが連続して行なわれるため、そこでの新情報と盛り上がり期待できる。	
一般レストラン（経営者）	・全く無かった大人数の宴会予約が、わずかだが入ってきているため、やや良くなる。	
一般レストラン（経営者）	・2、3か月後は東日本大震災の影響が少しずつ改善し、通常の景気に戻ってくれることを願っている。まだ長引くような気もするが、後は努力等をして売上を少しずつ良くしていくよう努める。	
旅行代理店（従業員）	・少しずつであるが国内団体旅行の見積件数や問い合わせの電話件数が戻ってきており、東日本大震災の影響のどん底は超えたように感じる。また、7月の北海道の週末の飛行機の予約は、かなりの便で予約が一杯である。	
旅行代理店（従業員）	・底を打った感があるため、やや良くなる。	
旅行代理店（従業員）	・これまで少なかった観光性商品の増売に力を入れている。東日本大震災の影響は業務性よりも少なく、回復も早いことが見込まれる。	
旅行代理店（営業担当）	・東日本大震災から2か月がたち、また計画停電も予定されていないため、客も少し余裕が出てきたようで、今後も同じような状況が継続される。	
タクシー運転手	・明るいような気配とともに、人も若干出てきたようである。特に金曜日は客が若干戻ってきているような感じがしており、期待している。	
タクシー運転手	・今年は早々と梅雨入りし、期間が長くなるようである。雨で足元が悪いのを嫌ってタクシーを利用する客が増えることが見込めそうであり、しばらくは需要が多くなる。	
通信会社（経営者）	・東日本大震災のショックから、頑張らなければという気持ちに変わる。お金は持っているので消費しようという気持ちが出てくれば、景気も上向く。	
通信会社（営業推進担当）	・7月24日の地上デジタル放送移行に向けた消費活動が更に活発になる。客との会話の中で、消費意欲が高まっていると実感する機会が増えている。	
ゴルフ練習場（従業員）	・今後も経済活動を行うという客の心情と復興の対策から、また、ゴルフシーズンに向かうため、やや景気は良くなっていく。ただし、前年比ではやはり2～3割ほど落ちているので、そのあたりが戻ってくると良い。	
その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・東日本大震災以来、安近楽なレジャーとしてボウリングが見直されている。この傾向は向こう1年以上は続く。ただし、景気の動向があまりにも悪くなった場合は、足を引っ張られる可能性が高い。	
その他レジャー施設（経営企画担当）	・様々な企業が節電対策のサマータイムや平日への休日変更等を予定しており、近場のレジャーへの需要が今年は高まる。	
設計事務所（所長）	・東日本大震災の復旧の仕事が最優先となるので、まずその動きがかなり出ると期待している。また、前月から民間の動きも出てきている。	
住宅販売会社（従業員）	・国家公務員給与削減などの先行き不透明感がある。	
変わらない	商店街（代表者）	・客の購買意欲の減退を何とか解消しなくてはいけない。元気を出して商売をやらなくてはいけないと頑張っているが、頑張るだけで具体的な政策がないと難しい。また、計画停電が多分実施されないということだが、そういうことに対する不安もまだ若干残っているようである。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故で、お茶の葉から放射性物質が検出されたのを受け、消費者には買い控えの傾向が見られる。	
一般小売店〔文房具〕（経営者）	・これといってヒット商品があるわけではなく、普段の品ぞろえ程度で上下しているようである。取り立てて景気が良いとか悪いという問題ではなく、悪いというよりは良い方向に向いているかという程度である。	
一般小売店〔家具〕（経営者）	・東日本大震災後、景気が良くなるような要素が何も見えず、このままの状態が続く。	
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・東日本大震災の影響が今後もしばらくは続くため、変わらない。	
百貨店（売場主任）	・今の気象状況から、猛暑という当初の予報が不確かかのようにあり、夏物ニーズがあまり上昇しない。	

百貨店（総務担当）	・一時期よりは景気は回復してきている感はあるが、東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故による消費マインドの冷え込みや自粛ムードがあり、まだ良くなるとは言えない。
百貨店（広報担当）	・大手電力会社の放射線問題や、政府に対する無力感などがまん延し、なかなか消費マインドが上がりそうにない。東北地方を支援できるようなエシカルな方向性の催事や販促策は取るが、それにしても東日本大震災前の消費の状態まで戻し切れることは困難である。
百貨店（営業担当）	・婦人服、服飾雑貨品は東日本大震災前の水準に戻りつつあるが、美術、宝飾品、時計等の高級雑貨は依然厳しい状況が続く。
百貨店（営業担当）	・18時以降の売上シェアが大きい当店では、来客数減の影響がしばらく続くことから、今の推移より大きく伸長する見通しは立っていない。ただ、サマータイム導入企業が増え、夕方からの消費行動が変化することによるプラス要素は残っており、今後の動向に注視していきたい。
百貨店（営業担当）	・政治が不安定で、消費者の消費行動にはまだ余裕が生まれない。
百貨店（販売促進担当）	・消費者側も今後の企業の電力対応、家庭に求められる節電対策などが読み切れず、身近な消費は手控える傾向である。
百貨店（販売管理担当）	・トラベル需要やビジネス需要が回復しないものの、全体的な自粛から消費による復興支援の雰囲気醸成やスーパークールビズなどの新たな商戦等を勘案すると、プラスマイナスゼロが妥当である。
スーパー（経営者）	・3月に特需で少し良くなったが4月には大分落ち着き、5月は完全に落ち着いて後半は天気も良くない。このところあまり良い状態ではないため、2、3か月先もこのような買い控え、節約志向の状態が続く。
スーパー（店長）	・現段階では3か月後の景気は変わらない。福島第一原子力発電所が落ち着いていないため、先日、茶畑で放射線が検出された時に水や缶詰類がまた売れ出してしまった。そのあたりが落ち着くまでは、客の買い方が変わってくる。また、計画停電があるのかないのか分からないが、それら要因を踏まえると、変わらない。
スーパー（店長）	・計画停電の時もそうだったが、やはり買い控えが非常に大きい。2、3か月後だとまだ夏の節電ムードがあるので、これがどうなるのか今後の先行きは不透明な状況であり、今と変わらない。
スーパー（総務担当）	・東日本大震災以降、電力供給が間に合わないということで、節約、節電に重きが置かれる形になる。今月やや悪いのはそのままずっと変わらずに続く。クールビズを前倒したにもかかわらず、天候与件もあるが、プラスしての買い方が今のところ全く見られず、これらがそのまま夏へつながっていく。
コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災前のレベルに戻りつつあるが、震災前のレベルを超えるとは言い難い状況にあるため、変わらない。
衣料品専門店（経営者）	・消費者心理が低迷しているため、ファッション系の商品には目が向かない。これから暑い時期を迎えることになるが、簡単なTシャツ、ブラウス系に移行し、売上がなかなか上がらなくなる。
衣料品専門店（店長）	・企業のクールビズ化によってスーツの需要が低迷しているため、今より上がる可能性がない。
衣料品専門店（営業担当）	・これからは梅雨明けと同時に夏物本番である。今年は省エネで節電のため、綿商品、デザイン物、プリント物等、売場を構築していけば夏場は売れる。
家電量販店（経営者）	・7月のアナログ停波によるテレビ買換えの最後の山が来る。また、節電対策で省エネ家電への買換え需要がおう盛で、特にエアコン、冷蔵庫、LED照明の売上増大が期待できる。
乗用車販売店（営業担当）	・いまだ東日本大震災の影響もあるが、生産工場の週休4日制は納期を遅らせるばかりでなく、ユーザーの購買意欲も落としている。
乗用車販売店（店長）	・この時期は非常に難しいが、当業界の需要は変わらない。今までに取ったバックオーダーで、6月からサプライヤーの努力もあって工場が9割ほど回復しているために登録は進むが、純受注が伸びるかには大変不安がある。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・季節に左右される部分が多いので、夏は暑くなるほうが良い。今年は節電もあるため、暑さ対策をしっかりと提案できる。売上が変わってくる。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・夏の節電対策で家電は扇風機が品薄状態と好調であるが、消費マインドはクールである。一巡後、本格的な購買意欲につながるかは、まだ不透明感が漂っている。

高級レストラン（支配人）	・夏の節電による照明や空調などの制限もあり、企業の休暇や営業時間の短縮など、景気回復の明るい材料が見当たらない。
一般レストラン（経営者）	・これから2、3か月先はあまり変わらないと思うが、恐らく少しずつは良くなる。当商売は8月の売上は駄目なため、良くなった分また落ち、あまり変わらない。
一般レストラン（店長）	・少しずつ戻ってはきているが、東日本大震災前に戻るかといえば、まだ余震や放射線の問題等が頭の中にあるようで、2、3か月先も来客数の伸びは期待できない。
都市型ホテル（支配人）	・6月までは東日本大震災直後と比較して販売量は上向きだが、7月以降の電力不足に対して足踏み感があるため、変わらない。
都市型ホテル（スタッフ）	・福島第一原子力発電所の事故の収束がまだよく分からないので、景気の動向もそれによって変わる。
都市型ホテル（スタッフ）	・福島第一原子力発電所の問題が収束しない限り、当分影響がある。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊関係は日本人ビジネス客が戻りつつあるので少しずつ良くなるが、外国人ビジネス客がどこまで戻るかは不透明である。レストランは婦人やサラリーマンの個人利用は大きな変化がないが、法人の接待利用がどこまで戻るかは分からない。宴会は取消になった全国規模や関東ブロックの集まりは復活しないため、その穴を埋める地場の小口の宴席を掘り起こしてセールスしているが、売上規模は比べ物にならないくらい少ない。また、9月以降計画の宴席も東日本大震災の様子見でなかなか確定せず、見通しが立たない。個人利用の同窓会、お花やお茶の趣味の集まりは変化がないようである。
都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の影響はもう収まったが、全体的な景気は持ち直せず、披露宴の予約状況は昨年に比べると厳しい。
タクシー運転手	・とにかく先の不安が大きいということである。
タクシー運転手	・節約に慣れてしまい、余程良い材料がないと回復が難しい。
タクシー（団体役員）	・東日本大震災後の自粛ムードは多少改善されてきているが、タクシー業界は以前より供給過剰状態なので、営業的にはまだ厳しい。
通信会社（営業担当）	・アナログ放送の停波まで残りわずかになっており、駆け込みでのデジタルサービス加入が増えてくる。
通信会社（企画担当）	・7月24日に完全地上デジタル放送となるが、その後どうなるのか、やや不透明なところがある。
通信会社（支店長）	・スマートフォンの新機種も各社出そろってきて、それに伴い買換え需要が多くなり、ますます競争が激化する。
通信会社（営業担当）	・見込顧客の収入が減少しているケースが多く、消費を控えているように感じる。
通信会社（総務担当）	・電力需要や福島第一原子力発電所の事故の収束が見えてこないなかで、家計防衛は今後も続く。
通信会社（局長）	・東日本大震災後の復旧の目途が見えず、就職率も低下しているなか、さらにここにきてマンション販売も鈍化し、新入居顧客からの契約も下方傾向にある。
観光名所（職員）	・東日本大震災の影響でどう転ぶか分からないが、観光地のために震災の影響、今後の停電の関係でどれくらい客が来てくれるか、期待したい。
ゴルフ場（支配人）	・現在の予約状況から見ると、2、3か月先の来場の動きも現在と変わらない。
パチンコ店（経営者）	・電力不足による節電の関係で、7～9月の3か月間は輪番休業で各店舗、全部のパチンコ、遊技場の店が月に3回休むことになっている。そういうこともあって厳しいため、今より良くなることはない。
競馬場（職員）	・東日本大震災以後、4、5月ともに売上が前年度を下回り、来場者数も減少している。例年この時期は前年度プラスの売上となる状況だが今年は悪く、このままで3か月は推移する。
その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・夏季ボーナス商戦までは消費につながる材料が無く、しばらく停滞した状態が続く。
その他サービス [福祉 輸送] (経営者)	・節電や観光の自粛が、観光業も営んでいる当社には響いてきている。前年よりも低い状況で推移しており、あまり良くない状況が続く。
その他サービス [立体 駐車場] (経営者)	・福島第一原子力発電所の事故の影響がなくなるまでは、悪いままである。
設計事務所 (所長)	・東日本大震災の情報が、より大きな不安である福島第一原子力発電所の報道として先が見えなくなっている間は、建築に対する費用は掛けないと考える。今までで一番ひどい状況ゆえに、これ以上悪くなる要素はない。

	設計事務所（職員）	・東日本大震災によって、建物の耐震性向上を中心とした計画は推進される方向と思うが、景気好転というほどの変化にはならない。
	住宅販売会社（従業員）	・土地の流通が多少良くなっている。ゴールデンウィークの集客が前年並みということも合わせて考えると、多少上向きである。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイント制度の予算枠がなくなってしまうなど悪いニュースもあるが、相変わらずの低金利や税制優遇もあり、景気は変わらずに推移する。東日本大震災の影響で家の補修の必要な客はリフォームや建替え、住替えの動きが出てきているが、節電や企業のリストラ、公務員の給与カットなど先行き不安でまだ様子見の客が多い。
	住宅販売会社（従業員）	・秋口からは回復してくると予想しているが、5～7月はまだ顧客マインドの向上には懸念がある。
	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・東日本大震災の復興にはまだ時間が掛かりそうであるため、変わらない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災による自粛や買い控え、早い帰宅など悪い要素が多くある。また、近隣に大型ショッピングセンターがオープンしたため、かなりの逆風が吹いている。
	商店街（代表者）	・この夏予想される電力不足に対応した大企業等の不規則な動向により、お盆等の休暇取得等、客の行動リズムが変わり、例年の販売量を今年も確保できるか不安視される。
	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・今年は梅雨も長くなりそうであり、福島第一原子力発電所の事故や東日本大震災の影響などもまだ続く。
	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・景気が良くないところに東日本大震災に見舞われ、テナントで営業している店では廃業した所もあり、販売も減少し、苦境が続く。
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・これから復興に対する景気は上向きになるかもしれないが、福島第一原子力発電所の問題等も決して良い話題ではなく、非常に購買意欲が低下している。
	百貨店（広報担当）	・節電や福島第一原子力発電所の問題、また企業の業績悪化、公務員給与カットに伴う不要不急の消費動向が不透明なため、やや悪くなる。
	百貨店（店長）	・夏に掛けて節電意識の高まりから、客が積極的に消費するとは思えない。東日本大震災後のボーナスも、冬まで見据えた時は未知数なため、買い控えが予測される。
	スーパー（店長）	・梅雨に入ると外出の機会も減り、買物も今までより回数が少なくなる。夏場の電力消費に制限がある状況なので、世間の節約志向がより一層大きくなり、さらに消費が鈍化してくる。
	スーパー（仕入担当）	・節約志向が続き、商品供給も不安定で、景気が回復してくる材料が見当たらない。
	コンビニ（経営者）	・東日本大震災の影響が大きい。震災需要が一回りして皆の給料が下がり、これから不景気が忍び寄るような気がしている。
	コンビニ（経営者）	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故の影響がじわじわと出だしてきている。先行きが不透明なので、消費を抑える傾向にある。
	コンビニ（経営者）	・東日本大震災の影響がだんだん無くなっていると考えていたが、福島第一原子力発電所の問題がどんどん悪化しているようで、心配でならない。客もそのようなことを感じ取っているようである。一刻も早い安心感、安心という環境を整備して欲しいが、3か月先には改善されていないと思うため、悪くなる。
	コンビニ（経営者）	・夜になると街が真っ暗のような状態で、これから節電していくとなると、先々の景気が良くなるとは全く思えない。節約ムードばかりやり過ぎてしまうと、景気はどんどん落ち込む。
	衣料品専門店（経営者）	・福島第一原子力発電所の問題が収まらない限り、なかなか消費意欲がわいてこない。当地方も祭りは何とかやるが、花火は中止である。停電、節電の効果がどうなるかは分からないが、先行きはあまり良いとは言えない。
	衣料品専門店（営業担当）	・買い控えとエコの影響、また、ゴールデンウィークのお金の使い過ぎもあり、将来的に不安感が強い。
	家電量販店（店員）	・これからは半導体業界が低価格化へ進み、携帯に対しての需要が高まる。
住関連専門店（店長）	・東日本大震災の復興遅れで、やや悪くなる。	
高級レストラン（店長）	・宴会予約の推移から、やや悪くなる。	
都市型ホテル（スタッフ）	・自粛モードが続いていく気がするため、客の利用が減る懸念がある。	

		旅行代理店（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故が関連していると思うが、とにかく皆、北に向かうことに非常に不安があり、なかなか景気回復とまではいかない。
		通信会社（経営者）	・7月24日のアナログ放送終了により、今まで加入を引っ張った地上デジタル放送化の需要がはげ落ち、厳しい状況となる。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送対策が一段落し、加入が鈍化する。
		通信会社（営業担当）	・アナログ放送終了に伴い、地上デジタル放送対策としての役割は終えるため、契約数も減少傾向となる見込みである。
		その他レジャー施設 〔スポーツ施設〕（支配人）	・東日本大震災後、一時の景気の悪さはだいぶ良くなってきたものの、まだ節電、雇用不安、時間外労働の減少などは続く。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・東日本大震災の影響で生徒が入ってくる時期に生徒数が少なく、それが維持されているので、まだ景気が回復するとは思わない。人数的にも今年は減ってきているため、今のところ回復の兆しが見られない。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災の影響はこれからますます出てくる。工事量の激減と同時に低価格競争にますます拍車がかかり、ますます淘汰されて大手志向になっていく状況は否めない。
	悪くなる	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・年金をもらっている高齢者はお金を持っているが、働いている人たちの所得が減り、購買意欲も減っている感じがあるため、悪くなる。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・景気が悪いにもかかわらず新店のオープンが続き、流通業の仁義なき戦いは止まらない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・どこの産地のお茶が安全かと聞いてくる客が多い。現状はサンプル摂取現場ごとにも、同一地域でも数値が一定ではなく、すべての地域、時期の把握、正確な情報は難しい。この状態ではお茶の注文も減り、数か月先まで売上回復は難しい。
		百貨店（営業担当）	・電力不足による節電目標の設定や、それに伴う製造業の操業停止による所得減、物価上昇等、個人消費が伸びる要素が見付からない。
		スーパー（店長）	・風評被害を始めとする福島第一原子力発電所の問題で先行き不安感が募り、すぐではないにしろ、買い控えの動きが見られる。
		コンビニ（経営者）	・必要最低限の買物をするのが日常化している。今後もますますこの傾向が進んでいく。
		衣料品専門店（経営者）	・数字が読めず、仕入及び運転資金の問題が多い。長期予報の前年並みの暑さを考えると、節電の時流に、夏物商材の動きが不安である。
		衣料品専門店（店長）	・自粛ムードは良くないということは分かっているものの、色やデザインなどは華美な物は避けようという傾向が顕著である。節電のための工場等の操業、休業日の移動等の予定が不透明なため、悪くなる。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・同業者で今月いっぱい閉店する店も多く、悪くなる。
		遊園地（職員）	・福島第一原子力発電所の問題や計画停電の影響が集客にも大きく影響するため、悪くなる。
		ゴルフ場（従業員）	・電気料金の値上げなど、国民の負担が増えていくなかで、支出を抑えるようになる。とても景気が良くなるとは思えない。
		美容室（経営者）	・東日本大震災の影響でますます買い回りが非常に少なくなっているため、非常に悪くなる。
		美容室（経営者）	・東日本大震災後、何となく世の中が暗くなって、何となく商売が伸びていない。
		設計事務所（経営者）	・行政の仕事をやっているが、年度末に大体終わってしまい、新しい仕事が入って来ない。民間の仕事を現在求めているが、東日本大震災以来、新しい民間の仕事が全く見えなくなってしまっていて、非常に不安を感じる。毎年5、6月は非常に仕事が少なく7、8月に新しい仕事が出るが、今年は少し変わった様子を示している。
		住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の復興と福島第一原子力発電所の問題解決に目途が立たない限り、景気回復はしない。
企業動向関連	良くなる	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・1、2か月先には東日本大震災の被災地支援も一段落し、復旧が一定程度進んでいるはずである。関東圏での地震による影響はかなり少なくなり、良くなる。
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響が徐々に少なくなっていく感じがあるため、期待している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・夏の計画停電に合わせて受注が増えている所もある。メーカーのラインが動き出したので、自動車関係では受注が増えてきており、いくらか良くなる。

	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・東日本大震災後の買い控え感が収まりつつある。これから消費意欲が出てくる気配が見える。
	建設業（経理担当）	・夏の電力問題が心配だが、東日本大震災の復興とともに製造業の復活が景気を上向きに導いてくれるものと期待している。
	輸送業（経営者）	・東日本大震災からの復旧が徐々に進み、被災地復興のための特需も見込まれ、景気押し上げの要因になる。
	金融業（支店長）	・東日本大震災の影響で受注が増える。ただし、二重ローン等が発生する可能性があるため、それで不良債権ができる客が増えてしまうことを案じている。
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・顧客先で東日本大震災後に止まった仕事が復活する動きが見られることや、震災から復興しようとする意識が強く働いていることなどから、上向いていく。
変わらない	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係では大得意先が東日本大震災以来、事務部門でも注文が非常に減り、その後、関連の子会社からの注文も減っている状況である。減少状態がずっと続いており、これから先どういう見通しになるのか分からないため、恐らく当分は変わらない。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・東日本大震災の復興需要が3か月後ではまだ本格的に始まらない。自動車関連もまだ完全には復旧していないため、3か月後ではまだ景気が良くなるとは思えない。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・医療容器と住宅関連部品の受注は安定してるので大きな落ち込みは避けられそうだが、化粧品容器に受注増の見込みがない。少しずつ設備投資も考えたいが、二の足を踏んでいる状態である。
	金属製品製造業（経営者）	・総じて受注量も増えており、東日本大震災によるリスクもほとんど感じられなくなっている。設備の更新、増設の良い機会と思っているが、決断しかねている。機械商社の話でも、見積は多くなったが成約は少ないとのことで、様子見の状態がしばらく続く。
	金属製品製造業（経営者）	・目先の1か月先では仕事の予定があるが、その先が不透明であるので、あまり今月と変わらない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の影響もあり、良くなる気配がこのところ全然ない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・10月ごろには生産が元に戻るのではないと言われてはいるが、それも本当かどうか分からない。今はそれを信じて耐え忍んでいくしかない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災がまだ本格的な復興の段階に入っていないため、景気はこの状況が当分続き、すぐに良くなるとは考えられない。あくまでも現状で耐えていくより仕方がない。
	精密機械器具製造業（経営者）	・自動車、電機などでは輪番休日を実施する。東日本大震災の復興需要も顕著に目立ち始めているが、穴を埋めるには至っていない。
	その他製造業〔鞆〕（経営者）	・周りを見てみると皆厳しい状況が感じられるが、個人的には今までの流れからいくとそんなに大きくは変わらず、急に良くなる、悪くなるとは思わない。
	建設業（営業担当）	・顧客の地震への関心が強まり、現在の耐震基準外で建てている建物の調査依頼が来ている。今後、新築する建物の案件として、動きが出始めている。
	輸送業（所長）	・7月より現在配送を行なっている荷主の商品が、一部流通の変更により10~20%増える予定である。その分良くなると思うが、他の荷主の配送が落ちることを考えると、プラスマイナスゼロになる。燃料も若干下がったがまだ高く、更に値下がりしないと厳しい。
	金融業（役員）	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故、そして夏の停電の問題で、今しばらく厳しい状態が続く。
	不動産業（従業員）	・中古マンション、中古住宅等の購入の引き合いが非常に少なくなっている状況が当分の間は続く。
	不動産業（総務担当）	・所有ビルの空室率の改善が遅々として進まないなかで、テナントの景気も思わしくないせいか、賃料の値下げ要求が多くなっている。東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故の影響が少なくなるまでは我慢の時だと、半ばあきらめの境地である。
	社会保険労務士	・良くなるという要因は見当たらない。
	経営コンサルタント	・今後の懸念は、夏場の電力不足の影響である。特に人の動きがそのまま売上となって表れるサービス業では、思うような稼働スケジュールが組めないと困惑している事業経営者が多い。
その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・夏場を迎え、ますます節電が厳しくなる。映像等の使用が増えることは考えられないため、このままの低い状態でとどまる。	

	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・夏の節電効果で、景気が良い方向へ向かうとは思わない。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・東日本大震災から3か月近くたつので、6月からは多少動きが活発化する。住宅版エコポイント制度の前倒しで、広告関連の引き合いが出てきているため、多少良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・年度末需要後という时期的な要素もあるため、やや悪くなる。東日本大震災の影響で材料の値段が上がっているが、直接的に被害がない地域のため、商品価格に転嫁できない。
		化学工業（従業員）	・計画停電の影響で20%前後減産の予定である。その分、販売量も落ちる。
		金属製品製造業（経営者）	・国内の需要は一時的である。海外向けは、大手企業が更に現地化を進めるため、現在と比べて若干落ちる。
		輸送業（経営者）	・被災地の復興支援並びに建設等で、そちらの景気は上向きになるかもしれないが、経済全体としての景気はさほど期待できない。
		通信業（広報担当）	・中小企業にとって復興需要等の恩恵が波及するのはまだ先の話で、経営環境は厳しく、IT投資は当面、縮小傾向になる。
		金融業（従業員）	・取引先が東日本大震災の被害を受け、その影響でその会社も売上が減少するなど、一部に間接的な影響が出ている。今後、業況の悪化という形で徐々に震災の影響が顕在化してくるため、やや悪くなる。
		金融業（支店長）	・長年の、またこの東日本大震災の不況で、直接ではないが2次被害、3次被害という形になり、今後もやはり売上の増加は期待できない。また、まだ当面、客の在庫不足や材料の値上げが続くため、ここで政府の緊急融資が出て、実際客は返済する当てがないという状況が続いていることを鑑みると、今後も景気はかなり厳しくなる。
		広告代理店（従業員）	・東日本大震災の影響で商品材料として仕入れている石油系材料が値上げされ、価格に転嫁できない状況にあるため、やや悪くなる。
		広告代理店（従業員）	・新型車発売も、今予約を受けても1年以上納車待ちの状態である。客に宣伝しても迷惑が掛かるだけと、販売会社も悩んでいる。
		経営コンサルタント その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・ここ2、3か月ではとても回復できる環境とは思えない。 ・東日本大震災による失業者の増加や、福島第一原子力発電所の問題による観光業の倒産が今後増えるため、失業者の増加に歯止めが掛からない状態になる。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・東日本大震災の影響で、やや悪くなる。
	悪くなる	繊維工業（従業員）	・原料確保が困難となっているほか、放射線被ばくの風評被害がまだに一部の納入先に見られる。放射線量検査を求める納入先が今もある。
		建設業（経営者）	・東日本大震災復興もなかなか進まず、消費者も様子見傾向になっている。目標がなくなっているような気がする。
		輸送業（経営者）	・東日本大震災からいつ、どのように復興できるかによって、我々は先が見えるか見えないかということになる。今の段階では、何とか早く復興して欲しいと願っている。
		輸送業（総務担当）	・出荷量は幾分回復傾向にあるが、このまま低調傾向が続く。
		金融業（支店長）	・個人の資金運用でも超長期は見送り、中期か短期に切り替える動きが出始めている。
		金融業（渉外・預金担当）	・廃業、倒産、移転、節電により売上が上がるものも上がらない。東日本大震災の特需もない。
		広告代理店（経営者）	・経験的に、国全体の経済傾向が実感となるのはタイムラグがある。国全体がまだ続落傾向なので、3か月後の良い想定は思い付かない。
		広告代理店（営業担当）	・エンターテイメントやアミューズメント業界をメインにしているため、この夏の電力不足の影響が不透明である。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・東日本大震災の影響で製造業を中心に工場等被災により生産が縮小したが、徐々に生産は回復してきており、雇用の改善が見られるため、やや良くなる。
		人材派遣会社（支店長）	・地上デジタル放送に向け、更に大量の人材投入による推進が見込まれている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・3、4月の自粛ムードも徐々に回復に向かいつつある。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故後の4月に比べると、5月は若干だが持ち直している。震災前の状況にはまだ時間が掛かると思うが、5月よりも6月、6月よりも7月と順次、回復傾向に動く気配を感じる。実際、6月以降の案件で問い合わせが増えている。

	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・企業は本当に様々な努力をしており、正面からの経費削減等だけでなく、業種転換までも考慮している。後退することは今後もない。徐々にではあるが確実に伸びてくる傾向があり、いろいろ話をもらっているため、増大の見込みがある。
	職業安定所（職員）	・今秋以降については自動車半導体の供給不足が解消される見込みであることから、主力である自動車産業を主体として中小零細企業のほうも徐々に良くなっていく。
	職業安定所（職員）	・東日本大震災の関係で今は停止している仕事も、復興の工事など建設関係の仕事がこれからは増える。
	民間職業紹介機関（経営者）	・潜在的には忙しい所もあったが、今までは生産との関係もあって抑えていた。生産状況が回復してきていることもあり、少しずつその部分を取り返していこうと、中途採用のほうはこれから増えていく。
	民間職業紹介機関（職員）	・懸念点としてはグローバル、特に米欧の景気動向があり、悪化の要因が見えてくると大きく影響を受ける可能性がある。
変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・東日本大震災直後に比べればインフラも通常に近くなっていくし、自粛モードも和らいできたが、雇用回復の兆しはまだない。もう少し我慢の時期は続きそうである。
	人材派遣会社（営業担当）	・東日本大震災の影響で自動車の生産量が減少しているため、部品メーカーでは売上減少、人員削減等の動きが出始めている。また、夏の節電対策等でも就業日数の削減等を検討している企業がある。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・新卒採用においては6月からの内定に向け、準備が静かに進行中である。中堅企業で学生からの内定辞退が発生し、少し長引くことが予想される。その影響で例年、夏場は来期の採用計画を策定する時期だが、秋以降にずれ込む可能性があり、採用市場の動きも後にずれ込む。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数は減っており、今後増えてくる見通しはない。
	職業安定所（所長）	・福島第一原子力発電所の事故の不安要素はあるものの、東日本大震災復興のための建設需要や節電のための電気製品買換えなど、上向きの傾向が見られる。新規求人を見ると、宿泊業や観光関連産業はまだまだ厳しい状況だが、建設業求人は顕著に伸びており、全体としても増加基調にある。しかし、景気がやや良くなるとまでは言えない。
	職業安定所（職員）	・中小企業については経済動向の様子を見していることもあり、求人意欲の高まりが感じられない。
	職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響で停滞した経済が2、3か月で回復するとは思えない。
	民間職業紹介機関（経営者）	・同業者の間で、紹介事業を確実にやっているのは医療系の紹介である。管理系、技術系が良いという話は聞かない。
	民間職業紹介機関（職員）	・ヘルスケア領域においては、求人数、採用数に大きな変化はない。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・夏に向かって福島第一原子力発電所の問題も解決しておらず、節電対策等もあるのでやや悪くなるという客が多い。
	人材派遣会社（支店長）	・各企業の景気の見通し次第だが、明るい材料や見通しがあるという企業は少なく、全体的に採用意欲が低くなる。
	学校〔専修学校〕（就職担当）	・採用未定企業において、東日本大震災の影響から採用を中止している企業が多数出ている。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・地元から発信する求人件数がなく、ハローワークにも求人はあまりない。事務職、販売職、製造職の求人が欲しい状況にある。
悪くなる	求人情報誌製作会社（広報担当）	・全くものが売れない。当社もいろいろと企画や新商品を考えるが、何しろ値崩れを起こしていて、企業側の財布が固くなって、相当安くしないと乗ってくれない状態が続いている。世の景気は回復し、賞与もプラスになると言われているが、弊社は昇給はなし、ボーナスもゼロ、また赤字計上となりそうである。