

## 5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：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	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響もあって、これから内需として建築関連が増えて忙しくなるという話を関係者からよく聞く。お金が動き、経済が動くことで景気が良くなるのではないかと。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災も福島第一原子力発電所の事故も大分落ち着いてきて、3月のことを思えば動きは大分活発なようである。
	やや良く なっている	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の復興の動きにおいて民間活力の勢いの強さを見せつけられた。ただし、観光客は節約をしており、休日上限1000円の高速道路料金割引制度の終了が間近に迫っているのを惜んでいる様子である。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	販売量の動き	・今月に入ってから仕入れが前年同月の約2割増しとなっている。仕入れが多くなった分、商品も多くなり、それが売上に繋がっている。今のところ仕入れ量が多い日が続いている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・土日は家族で来店し買物をする客が増加してきた。平日も仕事帰りの来客も多くなった。それに伴って実際に購入する客も増加してきている。店頭在庫が無い場合に取り寄せを求めるケースも増えていることから、購買意欲のある客が増えてきた。
		百貨店（販売担当）	単価の動き	・自家需要の単価が上がっており、更にアニバーサリー需要も単価が3万円ほど上がった。婚約指輪も価格重視より品質重視にシフトしている。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・上～中旬はカード会員へのポイントアップ、母の日のプレゼント需要があり、集客、売上ともに好調だった。平場ブランドは中旬以降相当苦戦したものの、ショップブランドの売行きが順調で、売場全体としては前年同月比、予算対比ともに目標をクリアできた。
		コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・ゆっくりではあるが来客数の回復傾向が続いている。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・東日本大震災の影響により販売できなかった国産たばこの生産が再開し、安定供給が可能となった。ドリンク類も安定供給可能となって売上也回復してきている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前月と比較すると、売上の前年同月比が顕著に改善している。
		衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・客の注文に偏りがみられる。全体的には悪い状況だが、高額商品は動きがよい。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災に伴う自粛ムードが和らいできている。自動車の走行に必要な整備を見送らずにきちんと実施する客が増えた。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の生産が5割程度と少ないため、新車販売実績は大きな落ち込みとなっている。しかし、受注に関していえば、新型車両の記者発表が月中～月末にかけて行われたため、ようやく店舗にも明るさが見えてきた。
		旅行代理店（従業員）	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により自粛していた団体旅行やスポーツ団体が動き始め、仕事量はかなり増してきた。取扱量は前年同月比で増えている。
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・引越しに伴う光インターネットへの乗り換えや光回線を利用した映像サービス（地デジ）への申込が増加している。
		美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・保湿効果のあるクリームがリニューアルして発売したこと、キープキャンペーンで新規客が増えたことにより、保湿クリームとキープ商品の販売が増えた。
		変わらない		商店街（代表者）
商店街（代表者）	販売量の動き			・東日本大震災以来、若干客の購買意欲が見られるものの、売上の的には依然として前年同月比1割減で推移している。
一般小売店〔高級精肉〕（企画）	販売量の動き			・東日本大震災のショックで先行き不安感があったが、やや落ち着いてきた。

一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で外食は依然として低水準が続いている。特に中高年の外食が回復していないと感じる。
一般小売店〔薬局〕（経営者）	来客数の動き	・ここ1～2か月、花粉症、インフルエンザなど季節病が終わり患者が減少傾向にある。調剤は可もなく不可もなく横ばいで、化粧品もこれから夏に向かって少しずつ増えると思うが現状は良くない。
一般小売店〔自然食品〕（経営者）	お客様の様子	・低価格志向の客が多く高額商品は販売量も低調である。浄水器などの販売もあるが限られた販売量となっている。
一般小売店〔食品〕（経営者）	お客様の様子	・ゴールデンウィークは天気も良く、人出も非常に多かったために売上も例年以上あった。しかし、中旬以降は天候が急に変わりやすくなり、客の買い方も何となく自粛ムード、節約ムードとなり、非常に慎重な様子が見受けられるようになった。月間で見ると前年同月に並ぶ程度の売上となった。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・肌寒い日が例年より続いているために夏物の動きが悪く、買い控えが目立つ。
百貨店（店長）	販売量の動き	・婦人衣料関連の動きが引き続き悪い。気温の寒暖の差があり夏物が売れていない。
百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・3月は東日本大震災以降、来客数、売上ともに5%程度落ち込んだが、4月以降は回復傾向が顕著に出始めている。直近では、東日本大震災前の2月水準までほぼ回復してきている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・5月も買得商品しか売れていない。客の様子を見ると、あらゆるところに節約ムードが溢れている。
スーパー（営業担当）	お客様の様子	・必要最小限の買物になっているように感じる。ディスカウント店が好調である。
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災によって商品供給が滞るなど売上への影響を覚悟していたが、意外に売上は落ちてはならず、来客数も落ちていない。
コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・東日本大震災によるたばこの売上下落の影響が懸念されたが、ゴールデンウィークでは予想以上に落ち込まなかったため、5月は全体的には横ばいとなった。しかし、弁当類は厳しさが残った。
家電量販店（店員）	単価の動き	・3か月前に比べれば多少は良くなっている。20日頃からアナログ放送終了に向けたテレビの買換え需要が再度活発化してきている。しかし、依然として各商品の購買単価は下がる一方で、下げ止めに対する努力が必要である。
家電量販店（店員）	販売量の動き	・商品単価は安定しているが、販売量は下限に近い状態での横ばいが続いている。
乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・購買単価はとて高くなっている。新車が入荷しないためと思われる。景気が良くなっているとは思えないが、全体的に販売価格が上がっていて、販売意欲もある程度は感じられる。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注販売の動きからみるとそんなに良くなっているとは思えないが、東日本大震災直後に比べれば徐々に良くなってきている。ただし、明らかに良い方向に向かっているというほどではない。
乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・5月に入ってから前年並みに来客数が回復してきている。購入には至らなくても、新車を検討している様子がかがえる。東日本大震災の影響で中古車相場が高騰して新車との価格差がなくなってきたことと、「下取りに出すなら今」というマスコミなどの情報に影響されている感がある。実際には軽自動車の成約が多く、収益的には横ばいだが、停滞が少し緩んだような動きが見てとれる。
乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・3か月前よりも悪いと言うよりも、東日本大震災後からずっと悪い状態が続いている。客の様子から、購買意欲はかなり低い状態である。
一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響でゴールデンウィークは遠出をせず、近場で休日を過ごした家族がたくさん来店してくれたので大変忙しかった。同期間中の売上だけを見れば前年同月比160%くらいである。しかし、同期間を除けば売上はさっぱりで相変わらず厳しい。
観光型ホテル（販売担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で関東以北からの来客数が、前年同月比で約10%落ちている。その分関西以西からの来客があるかと言えば、あまり変化は無い。今月も大きな団体の穴を地元の個人客で埋め傷口を小さく抑えた。

	都市型ホテル (営業担当)	競争相手の様子	・製造業を中心に大分利用客も回復してきている。他社も同様に好調な様子を勘案すると、全体的に客が消費に向かっている。
	旅行代理店(経営者)	来客数の動き	・夏場の関東方面と東北方面が売れないが、北海道は売れている。また、九州キャンペーンで販売が伸びている。
	タクシー運転手	来客数の動き	・3、4月と続いた自粛ムードも無くなってきている。夜の街も遅まきながら新人歓迎会などの様子も見られ、各地のタクシー需要も出てきている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・今月の前半はゴールデンウィークだったので、その期間中は随分悪かった。ただ、その後は、特に金曜日は夜の街にも客が戻って来て、活気のある日が見られた。
	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・地上デジタル放送対応により、一番安いサービスへの申込は増えているものの、金額の高いサービスの利用者は減少傾向にある。
	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・夏のボーナスシーズンを迎えても、支払額は別として、客の動きは感じられない。
	ゴルフ場(企画担当)	来客数の動き	・今月の入場者数はほぼ予算並みで、前年同月比で少し多くなっている。しかし、売上においては、ここ数か月予算及び前年同月比とも下回っており、良い兆しは見られない。
	美容室(経営者)	お客様の様子	・客から連休の過ごし方などを聞くと、出かけたと言う人が少なく、あまりお金を使っていないようである。
	住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・建築業界は東日本大震災以降、材料の高騰が見られる。東海地方は販売量も相変わらず横ばいで変化がない。
やや悪くなっている	商店街(代表者)	販売量の動き	・もともと販売量は低調であったが、東日本大震災の影響で更に悪化した。しかし、予想したほどの落ち込みがなかったことが唯一の救いである。ただし、厳しい状況であることは否めず、相変わらず明るい話はない。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・駅、空港などのステーション売店、大手ショッピングセンターなどの量販店や商店街、すべてにおいて人出が減り、購買量、単価ともに落ち込んでいる。特にゴールデンウィークの落ち込みは著しい。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・以前とあまり変わらない。
	一般小売店「電気屋」(経営者)	販売量の動き	・単価の高いものはなかなか動かず、低価格のものによる売上となっているため、まだまだ厳しい。
	一般小売店「生花」(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響が少しずつ出てきている。収入が減って花を買う余裕がなくなっているのか、微妙に来客数が減っている。
	一般小売店「時計」(経営者)	来客数の動き	・客単価が低くなっている。
	一般小売店「贈答品」(経営者)	お客様の様子	・客に聞いてみると、東日本大震災以降、結婚式や葬式で出席者からいただくお祝い、お悔やみの額が少なくなっており、またその範囲も狭まっている。お互いに金額を少なくしたり、付き合いの幅を狭めており、その結果が客に反映されている。ここ1か月、非常に景気は悪くなっている。
	一般小売店「惣菜」(店長)	単価の動き	・名古屋において東日本大震災の影響は、東北地方や東京ほど大きくはないが、心理的な影響は確実にあり、食品においても客単価の低下がみられる。
	百貨店(販売担当)	お客様の様子	・東日本大震災後、機能性を重視した商品を購入する客が増えたことにより、本来売るべきファッション商材の動きが鈍い。客心理として、長く使えるもの、より実的なもの、あるいは節電・エコを求める気運が強くなっている。
	スーパー(経営者)	それ以外	・東日本大震災の関係でイベントの縮小やいろいろな企画が中止になっている。このため、様々な業界でキャンセルが相次ぎ、それが買い控えムードにつながっている。
	スーパー(店長)	来客数の動き	・東日本大震災発生後2カ月が過ぎたが、特に4月以降来客数が1割前後減少している。競合他社が2店出店し、その販促による影響が大きい。
	スーパー(店長)	単価の動き	・客単価は東日本大震災前では回復したものの、東日本大震災後再び低下した。納入商品がそろわず売場の品薄、欠品が続いたことによる影響が大きい。

スーパー（店長）	単価の動き	・商品単価の下落がまだまだ下げ止まっていない。前年同月を下回る状況である。客単価についても商品単価の下落をカバーするだけの点数が動いておらず、前年をカバーする数字となっていない。
スーパー（店員）	販売量の動き	・新聞の折込広告、いわゆるチラシを出しても客が微増にとどまり、以前ほどチラシ効果が数字に表れない。
スーパー（店員）	来客数の動き	・日々の来客数が若干減っている。
スーパー（店員）	来客数の動き	・来客数は前年並みに戻ってはいるが、客単価、買上点数は前年同月や前月よりも減少している。
スーパー（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響でチラシ特売の商品が充分そろわず、売上の減少となっている。
スーパー（販売促進担当）	お客様の様子	・東日本大震災以後3、4月の売上は多少特需的なプラスがあったが、5月になって売上が減少傾向となっている。近くのイベント会場も、自粛でイベント開催の中止・延期等があり、人の動きが少なく売上に結び付いていない。
コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・まだまだ自粛ムードがあり、土日の行楽需要が少なくなっている。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・客単価が減少している。景気の底はまだ続くと思われる。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で余分なものを買わない傾向が続いているため、今月も例年の売上の70%程度になる。
家電量販店（店員）	販売量の動き	・売上がやや減少傾向にあるような気がする。テレビの売行きは期待外れで、パソコンは販売台数は多いが購買単価が下がっている。エアコンは好調である。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・客との会話のなかで、残業や夜勤などが無くなり、給料が減っているという話を聞く。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・自動車販売事業にとっては東日本大震災の影響がまだまだ残っている。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は5月になってようやく前年並みの水準まで回復しているが、東日本大震災によって大幅に落ち込んだ後の動きとしては力強さがない。兵庫県南部地震当時と比較しても、回復への足取りが鈍い。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客の会話の中に、東日本大震災絡みの不況でレストランにあった、仕事量が激減したという内容が多く聞かれる。
スナック（経営者）	来客数の動き	・今年は大連休の企業が多かったことと自粛ムードが重なり、繁華街の人通りは特に連休明けに少なくなり、売上も減少した。
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災直後の動揺から少し冷静な判断のなかで、先行きの不透明感が買い控えを誘っている印象を受ける。
都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・ビジネスホテルの予約は少なく、直前になって来客が増えるという傾向が出ている。東日本大震災と福島第一原子力発電所事故の影響でまだ揺れ動いている印象を受ける。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災後、有名テーマパークへの需要が悪く、芳しくない状況である。この時期は当該テーマパークが主力商品となるため、これが伸び悩むのは厳しい。
パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きや業界全体のマインドからやや悪くなっている。
理美容室（経営者）	来客数の動き	・だんだん暖かくなって、例年ならちょっと忙しくなる時期であるが、あまり来客がない。
美容室（経営者）	お客様の様子	・これからどうなるのかという不安が大きい。
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	競争相手の様子	・大手同業者が破格値で攻勢をかけてきた。さすがに追従は難しく、戦々恐々としながら様子をうかがっている。
住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で製造業も休業日が多くなり、収入面での不安が出てきたのだと思う。また、住宅エコポイントの対象となる住宅工事の期限が前倒しになったことなどが、購入意欲に対してマイナスに働いている。
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・増改築においても、我慢するという客が増えてきた。
その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	お客様の様子	・管理している中古マンションを客がたまに見に来るが、どうしても単価の安い物件に決められることが多く、価格交渉が非常に厳しくなっている。

悪く なっている	コンビニ（店 長）	販売量の動き	・たばこ、チューハイ類の品薄の影響で売上が大きく 落ち込んでいる。	
	乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・販売台数が大幅に減少している。車の納期がはつき りせず、客も買い控えしている印象がある。	
	乗用車販売店 （経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で新車の入荷が少なく登録が減 少している。さらに、新車販売の減少に伴い下取車の 入庫がないため、中古車の販売にも影響がある。	
	その他専門店 〔貴金属〕（店 長）	お客様の様子	・相変わらず景気の良い話は聞かない。東日本大震災 の影響で景気はますます悪くなっている。	
	その他専門店 〔雑貨〕（店 員）	お客様の様子	・とにかく必要なものだけを購入し、余分なものは買 い控える状況にある。	
	一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・いろいろな業種の方が来店するが、経営者は異口同 音に、本当に厳しく、全く見通しが無いと言ってい る。	
	スナック（経営 者）	来客数の動き	・景気は非常に悪く、売上が全くない。	
	観光型ホテル （経営者）	来客数の動き	・リゾートホテルを運営しているが、3か月前の2月 下旬は前年同月比でやや低いくらいだったのが、東日 本大震災の影響で一気に減った。6月は前年同月比4 割減、7月は前年同月比7割減くらいになる見込みで あり、大変悪くなっている。今後の景気動向が懸念さ れる。	
	旅行代理店（経 営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、物が無いので工事にかかれ ないと言う客が多い。震災関連での景気低迷に拍車か かっている。	
	タクシー運転手 通信会社（営業 担当）	お客様の様子 それ以外	・夜繁華街に来る客が極端に少ない。 ・東日本大震災の影響により、機器、光ケーブル等が 不足し工事が遅れている。	
	美容室（経営 者）	それ以外	・3か月前も客の入りは悪かったが、5月はそれ以上 に悪く、今までで一番出足が悪かった。開業して50年 経つが一番悪かった。	
	理容室（経営 者）	お客様の様子	・景気の良い話は全くない。安い店にどんどん客が流 れてしまう。	
	設計事務所（職 員）	お客様の様子	・東日本大震災後、何があるか分からない状況のなか で形のある物に支出することに対して価値観が変わっ てきたことが一番大きな問題だと思う。客の話を聞い ていると、今あるものを大事にするという志向になっ てきている。営繕などはもしかしたら増えるのかもしれ ないが、現時点でそういった兆候は出ていない。	
	住宅販売会社 （経営者）	競争相手の様子	・数少ない客を同業者が競い合って追客している状況 であり、買主も少ない。	
企業 動向 関連	良く なっている	○	○	○
	やや良く なっている	窯業・土石製品 製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・3か月前と比較して売上額が8.1%増加している。
		輸送用機械器具 製造業（品質管 理担当）	取引先の様子	・設備投資が増えてきている。
		輸送業（エリア 担当）	受注量や販売量 の動き	・2、3月は荷物の量に少し落ち込みがあったが、東 日本大震災を経て復興、復旧事業が本格化してきたの で、5月は荷動きが多くなってきている。具体的 には、東北からの供給が途絶えた代わりにその他の地域 からの供給、輸送量が増えてきている。
変わらない	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・上向きかけていた景気が再び悪化してしまった。製 造工場の休止など東日本大震災の間接的な影響もあ る。	
	化学工業（企画 担当）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災で発生した福島第一原子力発電所の放 射能漏れによる風評で、海外への輸出規制あるいは在 庫前倒しの注文が入るなど、両面での影響が出てい る。	
	窯業・土石製品 製造業（社員）	受注量や販売量 の動き	・受注量は順調である。しかし、多品種少量の傾向が 強まり、利益率の低下は免れない。	
	一般機械器具製 造業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・北米、アジアの自動車業界からは設備投資の引き合 いが増えている。大型案件も増えたため金額では先月 の3割増ほどになるが、円高のため価格競争は厳し く、利益が出ない状況が続いている。	
	電気機械器具製 造業（営業担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・東日本大震災の影響は少しずつ回復してるが、円高 の影響もあり微妙な状況である。	

	電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・相変わらず福島第一原子力発電所の影響などで先行きの予想が皆目つかない。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・マンション、戸建ともにまずまずの売行きであり、世間一般で言われているほど景気は低迷していない。
	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・中国への貨物は堅調、米国向けは停滞している。
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・受注状況に大きな変化がなく、景気の変動は見られない。
	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が出るかと思っただが、名古屋地区では景気への影響はない。
	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響のためか、全体的に受注が減少している。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響と思われるが折込広告が10%前後減少している。
	行政書士	受注量や販売量	・出荷量は変わっていない。
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・東日本大震災後2か月経過しているが、瓦礫撤去作業、福島第一原子力発電所事故の事態収拾に見通しが立たず影響を及ぼしている。特に震災にあった東日本の法人については被害対策が遅れていることから、取引再開ができていない。ただし、自動車産業は回復の兆しが見えている。
	会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で一時材料が不足して仕事ができないところもあったが、今は普通に仕事がある。ただし、仕事が増えているわけではなく、途切れずに続いている程度である。
やや悪くなっている	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の直接的な影響はあまりないが、間接的には影響があり、受注量、販売量ともに減少している。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、パチンコホール関係の取引先が東北地区を中心に設備投資を控えているために景気が悪くなっている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で部品調達に一部遅れが残っているほか、被災地の売上減などもあり業績が伸び悩んでいる。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災によるサプライチェーン分断の影響は極めて大きい。車載や情報通信分野は激減しているが、海外部門、FA分野は堅調である。ただし、自動車分野を補うまでの勢いはない。
	建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・客から契約に伴う単価を下げたいという相談内容が増えている。
	輸送業（経営者）	競争相手の様子	・パーター取引する荷物の減少や、物流業者の絞り込みの話が絶えない。
	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・ここに来て、到着荷物が減ってきている。
	通信会社（法人営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災によって、様々な物資の調達が困難となっている。消費マインドも冷え込んでいる。
	金融業（法人営業担当）	取引先の様子	・連休後半から個人消費自粛ムードに幾分変化がみられたが、輸送用機械器具部品メーカーでは、受注低迷の長期化に備えて多めに資金確保をしておこうとする動きがみられる。
	金融業（企画担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響がまだまだ残っており、企業も個人も投資に慎重となっている。特に個人には自粛ムードが強く消費が進まない。
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・全体を取り巻く状況は大変厳しい。仕事は少なく、半分程度のところが大半である。しかし、競合他社においてはゴールデンウィークから忙しくなっていて、斑模様となっている。
悪くなっている	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要取引先である自動車関連企業の生産調整により、今月の受注量は3か月前と比べて6～8割減となり、かなり悪い状態となっている。
	化学工業（人事担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の減少だけでなく、販売価格も下落している。
	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月の中旬までは東日本大震災前に発注されたものが若干動いていたため、悪いながらもまだ受注はあったが、それ以降新規の仕事がなく、全体の仕事量的にも東日本大震災直後に比べて15～20%ほど落ち込んでいる。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・出荷量が減少している。

	輸送用機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・先月に引き続き、売上が予算比で3割減の状況となっている。
	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・荷主の運賃に対する意識が高まっており、燃料費の運賃転嫁が進まない。
	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売り物件は多く出ているが、全く成約しない。
	企業広告制作業（経営者）	それ以外	・東日本大震災復興に対する政府の混迷、政局の不安定さ、原子力発電所停止による電力不足、生産能力の低下などマイナス要因が多い。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・土地取引の買い控えが広がってきており、取引件数が随分減ってきた。売り物件の価格もじりじりと値下がり気味で、地価水準の下落が売り物件の推移から見て明確に把握することができる。不動産取引においては、夏のボーナスが出ないなど所得水準の低迷が徐々に鮮明になってきている。
	公認会計士	それ以外	・クライアントの業績が悪化している。自動車関連の中小企業の操業度が低下し、資金繰りに大きな影響が出ている。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	受注量や販売量の動き	・対象案件そのものが過去に比べ少ない。
	その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響から抜け出ることからできないままている。
雇用 関連	良くなっている	—	—
	やや良くなっている	アウトソーシング企業（エリア担当）	周辺企業の様子
変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・現在非常に悪い状態が続いている。オーダーそのものはゼロではないが非常にピンポイントのニーズが多い。
	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・求人数は前年同月比10%の増加が続いている。一方、派遣単価の値下げ圧力、競争激化によって成約率は5%下落しており、景気は横ばいとなっている。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・回復基調が見られた景気が、東日本大震災により悪化している。製造業、サービス業、小売業等広範に渡り雇用の維持に苦慮している事業所が見られる。社内でのシェア、休業等で対応しているが、人員削減に踏み切らざるを得ない状況にある事業所も散見される。
やや悪くなっている	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・一部の客ではプロジェクトの新規取組を一時延期している。
	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・増員を理由に派遣社員を活用するケースが減っている。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・自動車関連の企業において部品調達が上手くいかない状況で、工場などもフル稼働には程遠い状況である。関連する下請企業も当然影響を受けており、従業員の賃金も減っている。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新聞の求人広告の量を見ると、東日本大震災の影響が依然影響している。
	職業安定所（職員）	それ以外	・東日本大震災の影響で、企業の生産が落ち込んでおり、回復の兆しが見られない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が前年同月比で5%以上減少している。この傾向が今年の1月からずっと続いている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数はほぼ1年前の水準であり、前年後半からの回復傾向から落ち込んだ数字となっている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・このところの4、5月の求人数、特に製造業の求人数が減少している。
	職業安定所（次長）	求人数の動き	・緩やかに増加してきた新規求人数がこの4月は前月比で減少し、雇用調整助成金等の計画企業数は数か月ぶりにひと月で千件を超えた。
悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・5月3、4、5日のお祭りが中止になり、前半は自粛モードで求人数は非常に少なかった。後半に入り応援モードの雰囲気が出始め、求人数は増加した。
	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・派遣求人数が、前年同月の6割前後で推移し、概ねリーマンショック後の2009年と同水準となっている。

	職業安定所（所長）	求職者数の動き	・新規求職者数が前月比で15%程度増加し、求人数は東日本大震災の影響で13%程度減少している。今までは、契約期間満了でも継続雇用されていた者が、契約更新されずに離職者となるケースと東日本大震災の影響で仕事がなく離職する者が増えている。
--	-----------	---------	---