

・景気の先行きに対する判断理由

景気の先行きに対する判断の理由について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：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	○	○
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費が東日本大震災の支援になるということが少しずつ理解されてきているため、今後については期待が持てる。
		商店街（代表者）	・自粛ムードが和らぐなか、当地の最大イベントを迎える時期となるため、来街者及び購買客の増加が見込める。また、ゴールデンウィーク以降、20歳前後の若年者層の来街者数が幾分増加しているという明るい材料もみられる。
		百貨店（販売促進担当）	・自粛ムードの終息と気温の上昇に伴って、客の購買に対する意欲は日に日に高まっており、この傾向は夏まで続く。
		スーパー（店長）	・花見の時期は終了したが、ここ最近、気温が上昇し天候が回復しつつあることから、アウトドアや行楽といった部分での需要が確実に上向いてきている。また、日差しが強くなったことでUV関係の衣料品の需要も上向いてきているため、徐々に改善されつつある。また、節約をキーワードとした、節水・節電・省エネといった商品も動きが良くなっているため、これから夏にかけて、こうした商品の動きが良くなっていく。
		衣料品専門店（店員）	・東日本大震災の影響が一段落し、復興に向けての動きが出てくることで、身の回り品の消費動向も上向いてくることが期待される。
		乗用車販売店（従業員）	・これから売上が少しずつ良くなっていくのは確実とみられる。ただ、利益が厳しいのは変わらない。
		自動車備品販売店（店長）	・確実に店舗の雰囲気は向上しつつあるため、当分は来客数、販売量とも増加を見込める。
		高級レストラン（経営者）	・夏に向かって、観光客が今よりも動き始めるとみられる。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークまで控えられてきた需要が、7月以降の夏休みから9月の連休にかけて復活することが期待できる。
		タクシー運転手	・東日本大震災の後は約15%の落ち込みであったが、現在は約7%の落ち込みまで回復しつつある。観光客も、北海道内からの旅行者が来ているため、多少は売上が増加しており、今後も復興が進むにつれて、景気が良くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・夏に向けて避暑による来訪が期待できる。
		住宅販売会社（従業員）	・現状は悪い状態であり、今よりは少し上向くと考えるが、あまり楽観はできない。経済全体が徐々に落ち着いてくことで、客全体の購買活動も東日本大震災前の状態に徐々に近づいてくる。しかし、財政難から公務員給与が削減されるとみられるため、マンション購入客に公務員の占める割合の高い北海道では、市場回復の足かせとなることが懸念される。
	変わらない	商店街（代表者）	・夏物の売行きについては、暑さがいつまで続くかにもよるが、秋物の出足については、今の東日本大震災後の状況から、客が買物に走るという意向にはないとみられるため、今後も変わらないまま推移する。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・現在の売上の状況が非常に良くなく、東日本大震災の影響もなかなか回復しないため、当面はこういう状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・長期予報で今後3か月は暖かくなるという予報が出ているため、夏物衣料の動きは良くなるが、やはり東日本大震災の影響で生活不安、先行き不安が生じていることで消費動向が鈍ることが懸念されるため、先行きについては不透明である。
		百貨店（販売促進担当）	・一般顧客においては、東日本大震災による心理的な買い控えからの回復がみられるものの、高額商品については、衣料、雑貨ともに回復の動きが遅いため、今後も変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・売上は前年を上回っているが、観光地の店舗が振るわない。日常生活に必要な商品は安定的に売れている。

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
		コンビニ（エリア担当）	・観光需要が大きくなる時期であるため、東日本大震災の影響がどう出るかが不安ではあるが、傾向としては大きくは変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの売上が戻ったことで、客単価は改善されたが、依然として来客数の減少傾向が続いている。
		高級レストラン（スタッフ）	・涼しい北海道に道外からは例年以上の観光客が訪れるとみられるが、まだ、海外客の需要がないため、景気は変わらないまま推移する。
		観光型ホテル（経営者）	・一部海外団体客の予約が入り始めているものの、首都圏マーケットが西日本に偏重しており、北海道への旅行需要が大きく減少しているため、回復の見込みがない。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注をみると、6月は国内旅行が前年比83.3%、海外旅行前年比145.1%、7月は国内旅行が前年比77.3%、海外旅行が前年比94.9%となっており、6月の海外旅行以外は前年を下回っているため、今後も状況は変わらない。
		タクシー運転手	・これから本格的な観光シーズンを迎えるが、観光客が回復するかどうか、現在の状況では全く分からない。
		美容室（経営者）	・今後の先行きが不透明のため、まだまだ客の生活防衛意識が強く、今後も現状維持が続く。
やや悪くなる		百貨店（売場主任）	・今後も来客数の減少が続く。衣料品は婦人服が前年比90%台に回復してきたものの、紳士服や子供服は前年比80%台と回復がみられない。
		スーパー（店長）	・売れ筋商品で入荷が未定の商品があるため、チラシ訴求ができず、売出し戦略に支障が出ている。また、先行き不安の影響からか、ますます目玉商品のみを買う客が目立つようになっている。6月に競合店が2店出店することも懸念材料である。
		スーパー（店長）	・前年は猛暑で衣料品の売上が好調だったが、今年は前年ほどの猛暑になるか不透明である。また、高速道路無料化社会実験の中止で、来客数が減るとみられるため、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・ゴールデンウィーク商戦は低温続きの影響もあったが、低調に推移した。特に焼肉、バーベキューなどの行楽商材の動きが悪く、その後も寿司などのハレの日商材や、放射能問題の風評被害により葉物野菜などが特に不振であり、今後の消費の雲行きとしては予断を許さない状況にある。
		スーパー（役員）	・観光客の減少による間接的な要因から、来客数の減少が起きている、また、消費者の不況感からか節約モードが感じられる。今後においても、企業の業績が良くなる要因がないため、かなり厳しい景気になる。
		スーパー（役員）	・電気代、ガス代を中心にエネルギーコストが上昇しているため、今後、企業や家庭での節約モードが強くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・国内旅行も日帰りが多いためか、週末の行楽地の売上が低迷している。また、夜間の売上も低迷している。東日本大震災後は消費マインドが低調に推移しているため、今後についてはやや悪くなる。
		衣料品専門店（店員）	・東日本大震災の影響により、顧客の収入の減少や来店機会の減少が懸念される。また、観光客の買上も期待できない。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	・原油高の影響により、自動車用燃料油の販売量はますます減少する。
		観光型ホテル（スタッフ）	・夏季大型イベントの集客が今のところ不振である。修学旅行客が前年を20%上回っているが、それ以外は極めて不透明な状況である。
		タクシー運転手	・来客数の減少と問い合わせ数の減少から、景気が良くなる見通しが立たず、明るい要素も見当たらない。
		通信会社（企画担当）	・東日本大震災の影響に伴うコストダウンの動きが通信機器の利用料金にも強く波及してきているため、今後についてはやや悪くなる。
		観光名所（職員）	・行政では北海道の安全性を海外にアピールするなどの誘致活動を行っているが、原子力発電所の問題が終わらない限り、事故前の状況には戻らない。また、国内全体でも原発問題の影響により、先行きが不透明になりつつあり、観光業の先が見えない状況にある。
悪くなる		家電量販店（地区統括部長）	・アナログ放送が終了する7月末頃までは、デジタルテレビ等の駆け込み需要があるとみられるが、それ以降の需要が、全く読めないため、大幅な落ち込みが懸念される。

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
		スナック（経営者）	・東日本大震災の影響を受けて、客の入込が少なくなっている。ホテル関係では少しずつ宴会客が入るようになり、元に戻りつつあるが、飲食店はまだまだ回復の兆しが見えない状況にある。
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	建設業（経営者）	・土木、建築そして官、民ともに発注が最盛期を迎えることで、人、物、金の動きが現在よりは活発になる。ただし、工事の発注量は相変わらず減少しており、競争の激化と相まって利益面は大変厳しい状況にある。
		輸送業（支店長）	・東北地方の復旧には相当の時間を要すると思われるため、当分同じような荷動きが続く。北海道の工事物件は夏場に向かい、本格化してくることから上向いてくる。ただ、復旧工事を優先することを政府が明言しているため、この影響がどの程度になるかが予測できない。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・道内の需要はこれから厳しくなるとみているが、本州方面の震災関連需要が下支えする。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・本州方面や道内の鉄骨大型物件が数件決まり、来月から始まるため、一部で活気が出てくる。
	変わらない	金属製品製造業（経営者）	・これから世の中がどういうふうに進んでいくのか全く見えない。受注単価等もまだまだ低く、今後も変わらないまま推移する。
		金属製品製造業（役員）	・東日本大震災の影響で建設工事や住宅工事の遅れが懸念されるため、今後については消費が鈍るとみられる。
		輸送業（営業担当）	・道内の天気が今一つであるため、3年連続の農産物の不作が懸念される。燃料油の値上がり予想以上に大幅であるため、値上がり分をどれだけ荷主に転嫁できるかが課題となってくる。一方、紙製品の応援輸送は一段落している。
		金融業（企画担当）	・避暑を目的とする国内旅行客の増加が期待できるが、外国人観光客の回復は遅れる。東北地方の復興需要により、人手不足、建設資材不足が懸念される。景気の不透明感もあり、住宅建設や設備投資が先延ばしとなる。
		司法書士	・不動産取引、建物の建築着工について、多少は上向くとみられるが、大きな変化はないとみられる。
司法書士		・災害復興関連業種では、特需で経済的に若干潤うところも出てくるとみられるが、経済の長期低迷状況を脱するための政策が不在である。増税論もみられるなど、先行きに不透明感があるため、今後の景気が回復するとは思えない。	
やや悪くなる	食料品製造業（役員）	・原材料の高騰や、原料不足等により売上を伸ばすことができないとみられる。	
悪くなる	通信業（営業担当）	・足元では新規商談数の減少が明らかであり、あわせて新たに浮上する案件規模が小型化している。一方、社会的には、東日本大震災の影響はもちろんであるが、政府の景気政策に対する検討力、推進力のなさに対して、増税論が台頭しており、これらの状況を勘案すると、今後の景況感は相当悪くなる。	
	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・情報関連の投資を削減しようとする動きが具体的に始まっているため、今後については悪くなる。	
	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・東日本大震災の復旧・復興に予算が回されることで、秋枯れが懸念される。	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	○	○
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・販売・流通系の求人は夏に向けて、若干、持ち直すと思われるが、中途採用ニーズは慎重の度合いが強くなり、派遣ニーズについても現状維持で推移するとみられる。例年であれば、この時期から建設・土木業の求人動き出し、労働市場も活気が出てくるようになるが、その動きも遅い。
		人材派遣会社（社員）	・東北の事業所や本社機能を復興させることに注力している企業が多いため、今後も変わらないまま推移する。
求人情報誌製作会社（編集者）		・前年よりは若干良いものの、東日本大震災以降は1～3月期の増加率に比べると微減傾向となっているため、今後も不透明な状況は変わらない。	
求人情報誌製作会社（編集者）		・また今後の状況を予測することは難しいが、急激に年当初の勢いに戻るとは考えにくい。当面は景気の上昇指標として、飲食店や宿泊業、道内外の業務請負業の求人数の動きに着目することになる。	

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
		職業安定所（職員）	・景気が足踏みするなか、東日本大震災被災地の代替操業の動きもみられるが、部品不足などの影響もあり、先行きについては不透明である。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響が雇用の一部に出ているが、大きくは変わらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・昨今の就職環境を3か月単位で考えるには、現時点での様々な負の状況が継続することが前提となる。5月に首都圏の採用担当者との情報交換したが、6月からの採用開始時は地方会場での説明会を控えて、対象が首都圏に限られており、また採用数を抑制する向きが強いことから、回復に向けた絶対的な要素は見当たらない。
	やや悪くなる	○	○
	悪くなる	—	—

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北活性化研究センター）

（—：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	家電量販店（店長）	・東日本大震災の復興需要があり、期待が持てる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災が底であり、今後は良くなることを期待している。
		商店街（代表者）	・各店の売上実績は、全体的にまだ厳しい状況であるが、一部飲食店では東日本大震災前の実績を上回る場所も出てきており、良い動きが物販店全体に波及することを期待したい。
		商店街（代表者）	・大型店並びに各専門店の催事、セール等により客が訪れるようになってきている。天候が良くなるにつれて、外出の機会も多くなるため、今後の伸びに期待している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・8月になればねぶた祭りが始まるので、少しは観光客も増え、景気が良くなることが期待される。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・東日本大震災の復興需要が見られる。また、節電、節水といった節約モードの商品の需要が高まりつつあり、景気は上向きになりつつある。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・東日本大震災直後に買いためた分もそろそろなくなってくるころなので、街に買物に出てくる人が増えてくるのではないかと期待している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・事態が落ち着いてくるにつれて、徐々に身の回りへの意識も平時に戻ってくる。そのなかで、緊急時に必要な物資以外の需要も回復してくると予想される。しかし、罹災して衣食住の確保に多大な出費をした人が周囲に多く、仕事も失って消費余力がないため、震災前の水準にはなかなか戻らない。
		百貨店（企画担当）	・東日本大震災で被災した工場等にも動きが出てきているので、夏の中元商戦には大きな期待を持っている。被災地や被災者に1日も早く義援金が渡り、経済の建て直しに使われることを祈っている。
		百貨店（広報担当）	・現在は生活物資を中心に売れているが、今後は東日本大震災からの復興に向けた消費へと移っていく。
		百貨店（販促担当）	・売れ筋アイテムが明確になっているため、商売の攻め手ははっきりとしてきている。これまでのように食品やリビング、セールをメインとした打ち出しだけではなく、ファッションで戦うことができるようになってきている。
		コンビニ（経営者）	・客単価は前年のたばこ増税以来、上昇を維持している。また、今月も買上点数が前年比103%、来客数は同112%となるなど、東日本大震災の影響はなくなりつつあるため、見通しは明るい。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災の影響はまだ残っているが、企業も徐々に回復基調にある。したがって、求人も増え、購買意欲も徐々に高まっていくと予想される。
	コンビニ（エリア担当）	・夏場にかけての計画停電の有無や福島第一原子力発電所の問題もあり、不透明な部分もあるが、現在よりは若干良くなると予想している。	
	コンビニ（エリア担当）	・ゴールデンウィークの観光需要は全くというほどなく、数値も落ち込んでいたが、各県の夏祭りなどの実施決定に伴う観光促進の報道により、夏場の売上上昇が見込める。	
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の復興関連でさまざまな需要があるため、県内経済が活発化することを期待している。

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
		衣料品専門店（店長）	・低調であったビジネス関連もクールビズをきっかけに回復基調であり、好調なカジュアル衣料とあいまって安定した売上確保に結び付いている。
		衣料品専門店（店長）	・夏に向けて、節電対応で涼感商材に注目が集まれば、徐々に回復基調に向かう。
		乗用車販売店（経営者）	・6月以降、メーカーの新車生産が9割程度まで回復すれば、新車の需給バランスが回復し、当社においても約2.5か月分ある受注残が販売に繋がり、明るさを取り戻すことができる。しかしながら、これまで経営を支えてきた中古車販売がほぼ一巡し、スローダウンするのではないかと危惧している。
		乗用車販売店（経営者）	・6月から生産回復が見込まれ、需要期とも重なることから、営業活動は活性化する。多くの受注残が解消できれば売上増も期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・延期していた新型車の発売が6月に予定されており、客を呼び込むための材料がそろそろと期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災で車が流失した人が多いため、引き続き需要が見込める。
		乗用車販売店（経営者）	・被災車両の再取得に係る税免除が受けられることから、今後も震災特需は続く見通しである。
		乗用車販売店（従業員）	・車の納期が分かるようになってきているので、3か月先は大分良くなるのではないかと見込める。
		住関連専門店（経営者）	・お盆前くらいにかけて売り出しを予定しており、客も多少は戻るのではないかと期待している。また、客の様子からは若干ではあるが回復基調になりつつあるように感じられる。しかしながら、販売量を例年の水準に戻すのは厳しい状況である。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・現在のような状況下でお中元商材をどこまで伸ばせるか不安はあるが、夏に向けて生ビール等の需要も多くなると考えられるので、客のニーズに応えられるよう、準備をしていきたい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ひと月ごとに客が戻ってきている。来月くらいまでは非常に厳しい状態が続くそうだが、7、8月ごろからは来客数が安定してくるのではないかと期待している。
		旅行代理店（従業員）	・仙台空港等の交通機関、施設の復旧が進み、通常通りに戻れば、客もそこそこ戻ってくる。ただし、前年並みまで戻るのはまだ先である。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響が徐々に減り、上向くことが期待される。
通信会社（営業担当）	・新商品の発売が予定されている。		
変わらない		商店街（代表者）	・復興景気というものをこれまで経験したことがなかったが、現在の好調はこの先1～2年といった長いスパンで続くかもしれない。
		商店街（代表者）	・避難者の増加により売上は一時的に増加しているものの、状況は大きく変わらない。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・生活が落ち着いてくれば消費マインドは更に悪化することが予想され、書籍についても少なからず打撃を受ける。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・悪くなる要因も特になく、現状と変わらない。
		百貨店（売場主任）	・この先数か月は現在のような必需品中心の需要が続くことが予想される。
		百貨店（経営者）	・新幹線は全線で運転再開したものの、一部区間の徐行運転により所要時間が1時間ほど余計にかかるため利便性に欠けており、開業効果が出ていない。また、福島第一原子力発電所事故による風評被害で、東北への客の流入も弱い状況が続く。
		百貨店（経営者）	・福島第一原子力発電所事故の収束時期が不透明で、安心できない。果物やお中元などの季節商材の需要も、避難者の所在不明や配達困難などにより大きく落ち込むことが予想される。また、公務員の給与削減などもあり、消費の上向きは期待できない。
		スーパー（店長）	・商品もそろってきており、普段の生活に戻りつつある。
		コンビニ（経営者）	・当地に避難してきている人が買物に来ているため、売上は少し上がっているが、その人たちが他の場所に移ってしまえば、売上が落ち込む可能性が高い。
		コンビニ（経営者）	・この先、週末の天候や気温によって売上が左右される季節に入ることもあり、今以上の好転材料が見当たらない。

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
		衣料品専門店（経営者）	・風評被害はまだないものの、福島第一原子力発電所の事故が早期に解決されないと東北地方全体に広がる恐れがある。また、メーカーの季節商材の早期切上げや、仕上がり時期の大幅な遅れが続く。
		衣料品専門店（経営者）	・生地メーカーの取扱商材も少なく、小売業も売れないため、取引先の間屋が廃業するなどしており、厳しい状況は続く。
		衣料品専門店（店長）	・東日本大震災によるフォーマルの特需及びクールビズによる需要が一巡した後は、震災による経済の落ち込みが現れるのではないかと懸念している。
		衣料品専門店（総務担当）	・福島第一原子力発電所事故の今後の見通しが不明であり、先行きへの不安が多いため、復興や景気の改善には時間がかかる。
		家電量販店（店長）	・各業界の夏の賞与についても東日本大震災の影響が出つつあり、消費者の動向は不透明である。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の購入では納車に時間がかかっている。中古車については、被災地での需要が大きく、商品がそちらに流れていることに加え、特に軽自動車の価格が高騰してきており、商売としては非常にやりにくくなっている。
		住関連専門店（経営者）	・売上は4月より良くなったものの、前年比でマイナスの傾向は続くことが予想される。一層の経費圧縮が必要だが、大変困難である。
		住関連専門店（経営者）	・数は多くないものの来客があるので、今後もどうにか仕事を続けていけそうである。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・東日本大震災の直後に比べ、人の流れは少しずつだが戻ってきており、先月よりは今月、今月よりは来月というように、景気は一歩ずつ回復に向かう。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・節電の流れから、涼感素材の商材が売れると予想されるが、注文があった時に商品が用意できるか不安である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・先行き不透明のなかで夏の商戦に向かうが、節電の影響や高速道路休日料金上限1,000円の制度廃止等により、消費マインドは冷え込んでくることが予想される。そのため、石油業界の景気回復は、復興需要頼みとならざるを得ない。
		高級レストラン（経営者）	・今より悪くなることはないだろうが、良くなるとも思えない。非常に悪いまま推移していく。
		一般レストラン（経営者）	・一時的に店がにぎわうことがあっても、それが継続するとは考えにくい。
		一般レストラン（経営者）	・今が景気の底であり、これ以上悪くはならない。
		一般レストラン（経営者）	・地域の景気は決して良くなる方向にはいかず、体力のある企業だけが残るのではないかとと思われる。
		一般レストラン（支配人）	・徐々に戻りつつあるが、本格的な回復にはしばらく時間がかかるかと予想される。
		スナック（経営者）	・自粛ムードも大分緩和されてきており、東日本大震災の発生当初よりは客が戻ってきているが、以前のような状態に戻るにはもう少ししばらく時間がかかりそうである。
		観光型ホテル（経営者）	・料金に関係なく見れば、現在の入込数は前年並みである。ただし、首都圏からの客は激減しており、回復の見込みはない。
		都市型ホテル（経営者）	・春の婚礼は秋に延期となり、宴会関係も徐々に戻りつつあるので、現状より悪くなることはないと期待したい。ただし、福島第一原子力発電所の問題がどのように収束するかで状況は大きく変わってくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・2、3か月先の一般宴会は引き合いがほとんどなく、自社企画のイベントを立案中である。また、宿泊部門は海水浴客を中心とした県外セールスを強化しており期待したいが、東日本大震災の影響がどう出るか不安もある。
		タクシー運転手	・中心市街地は東日本大震災発生前の状況に戻りつつあるものの、依然としてにぎわいは見られず、にぎわいが回復しそうな様子も見られない。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響が残るため、景気改善はあまり期待できない。
		通信会社（営業担当）	・新商品の投入が予定されており、スマートフォンへの買換え需要が期待できる。
		遊園地（経営者）	・夏にはイベントや広告も復活させる予定であるが、復興の動きや消費の回復がどうなるか不透明である。

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
		競艇場（職員）	・東日本大震災の影響で建築土木関連は景気が良いが、水産業に加え、農業は福島第一原子力発電所の事故による風評被害で不振となっており、先が読めない状況が続く。
		設計事務所（経営者）	・資材の値上がりにより緊急を要するもの以外はまだ様子見のところも多く、景気回復にはもう少しばかりかかる見通しである。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・これから夏祭りのシーズンとなるが、観光客のホテルのキャンセルなど厳しい状況が見込まれる。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・現在は、東日本大震災後の需要や新年度の始まりということで販売量が増えているが、一段落すれば急激に下がる懸念がある。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災の反動による特需は一段落し、顧客の関心は節電対策や、福島第一原子力発電所事故に伴う放射線対策などにシフトすると予想される。クールビズに関する需要は見込まれるが、全体としてみると今の勢いはなくなる。
		スーパー（経営者）	・好転する要素が考えられない。復興需要が本格化するまでは我慢するしかない。
		スーパー（店長）	・自粛ではないが、まだまだ無駄遣いやぜいたくをする気分になれない人が多いように見える。父の日などのギフト商戦や土用の丑の日などが控えているが、全く先が見えない。
		スーパー（店長）	・競合するショッピングセンターが完全復旧した場合、東日本大震災前のような激戦状態となる。また、現状の節約傾向が続けば、景気も減退することが予想される。
		スーパー（店長）	・直接の被災地ではない当地においても、風評被害による観光客の減少や農作物の出荷の減少、輸出制限などが見られ、景気回復のめどはたっていない。特産のさくらんぼの予約状況も前年を下回っている。
		スーパー（総務担当）	・避難者の仮設住宅への入居が始まるので、自活需要により伸びる店が出る一方で、自活需要に関係のない店は不景気に加え節約志向によりかなり厳しくなることが予想され、全体的にはしばらく悪化の傾向となる。雇用拡大のためにも早く復興政策を実施してもらいたい。
		コンビニ（エリア担当）	・復興需要が見込める地域は限定的であるため、東北全体では経済活動が低迷するのではないかと危惧している。特に福島県については、若い世帯の流出も危ぶまれており、時間の経過とともに悪化していくのではないかと不安がある。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災以降、地元企業の倒産件数が増加傾向にあり、更なる景気の後退が懸念される。
		コンビニ（店長）	・印刷業や電力関係、流通業の方々からは、ボーナスは期待できないという話が聞こえてくる一方、建設業で動きが見られる。建設業が動いていることは小売業にとって好材料であるため、やや悪くなる、もしくは変わらないのではないかと予想している。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・周囲の消費意欲は感じられるものの原材料や欲しい商品の価格が高騰してきているため、今までのような買い方ができなくなっている。また、地域には失業状態の人たちもいて、市場の回転が良くなるとは言いがたい。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	・東日本大震災の影響で、一時的にせよ失業者が増加することが予想される。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・客の来店回数や買上数量の減少が顕著となっており、節約ムードが見て取れる。価格も下がりつつあり経営状態も良くはなく、見通しは暗い。
		一般レストラン（スタッフ）	・東日本大震災の影響で客の財布のひもは固くなっているが、この先更に固くなるのではないかと懸念している。
		その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・東日本大震災の影響により、郊外では営業時間を普段より短縮している店が多く、街中もネオンを消し、営業しているかどうかかわからない状況であるため、景気は今後ますます悪くなる。
	観光型旅館（経営者）	・東日本大震災後の避難的な宿泊需要が一段落すると、宿泊は減少傾向になると予想している。また、福島第一原子力発電所の問題や温泉街が正常に営業していないなどの風評被害により、一般観光客からの予約がなかなか入らない。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の復興需要があり、イベントや宿泊の稼働状況は前年を上回っているものの、婚礼需要は激減したまま回復のめどが立っておらず、全体としては前年割れの状況が続く見通しである。	

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
		通信会社（営業担当）	・福島第一原子力発電所事故の収束時期が不透明である。また、東北は雇用が減少していることに加え、消費動向の低迷と今後の増税見通しから、景気回復の要素が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・雇用がなく収入が断たれている方も多いため、見通しが全くたたない。
		通信会社（営業担当）	・好転する材料が乏しく、現状維持に精一杯な状況で、経費削減の方向に向かう。
		観光名所（職員）	・個人客は20%くらい戻ってきているが、団体客は依然として戻っていない。これから、さくらんぼや祭りの季節を迎えるが、団体客が戻らない限り、状況は悪くなる一方である。
		美容室（経営者）	・東日本大震災により失業した人も多く、その人たちが仕事に復帰できない状況が続くことも予想されるため、節約傾向は続く。
		住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の影響は大きい。製品納期の混乱による工事完成延期に伴い、工事待ちの現場が増えており、地域で資金が回らなくなっている。
	悪くなる	スーパー（経営者）	・東日本大震災からの復旧復興は全く先が見えない状況であり、消費マインドの冷え込んだ状態が続くことが予想される。
		スーパー（経営者）	・競合店の出店や節電による商品の品薄、更にはマインドの低下が懸念される。
		スーパー（販促担当）	・商品の入荷が安定してきた反面、商品の動きは鈍くなってきている。また、小麦価格の上昇といったマイナス要因がみえてきている。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・少しずつ客足は戻っているが、飲食店より家での晩酌、より低価格の商品へのシフトが進んでおり、中小企業にとっては非常に厳しい状況が続く。
		観光型ホテル（スタッフ）	・自粛ムードが残っていることに加え、福島第一原子力発電所の事故による風評被害の影響も大きく、かなりの不安を抱いている。元の状態に戻るにはどれくらいかかるのか、いまだ予想がつかかねる状態である。やはり、風評被害をみんなで払しょくすることが大事だと考えている。
		観光型旅館（スタッフ）	・経営計画が見えず、先行きは不安ばかりである。また、消費よりも節約や貯蓄の方向に向かうことが予想される。
		タクシー運転手	・第2次補正予算も出ておらず、地域の復興はますます遅れるのではないかと懸念している。
		タクシー運転手	・東日本大震災からの復旧復興について、客からもいろいろな話を聞くが、多くが中小零細企業であるため、大抵の仕事は大手に持っていかれて、結果的に仕事がないということである。
企業動向関連	良くなる	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・繁華街の飲食店では、県外からの支援者、出張者による外食が増え、既に復興景気の兆しが見られる。今後、復興事業の本格化に伴い、飲食店への出荷増が見込まれる。
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・当業界では、前年と比較しても明らかに消費が回復してきている。
		木材木製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響が徐々に小さくなり、正常化している。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・東日本大震災によるどん底の状態から徐々に上向いていく兆しがあり、省エネ対応の新製品開発にも拍車がかかるため、総合的に景気は回復に向かうと予想される。
		建設業（従業員）	・震災復興に伴う特需が期待される。
		輸送業（経営者）	・東日本大震災で被災した荷主の一部に操業再開の見込が出てきており、先行きに明るさが見えてきている。
		通信業（営業担当）	・各地方自治体の復興支援プロジェクトが立ち上がり、建設関係の受注が増加すると予想される。
		広告業協会（役員）	・住宅展示場の入場者が急激に増えており、戸建て住宅を始め、マンションや中古住宅もかなりの引き合いがある。また、中古車も好調となっているなど、東日本大震災の復旧特需に期待が持てる。
		広告代理店（経営者）	・やっと動き出した感がある。今よりは十分な手ごたえがあると予想しており、期待したい。
		経営コンサルタント	・復興の兆しが随所に出ており、今後も上向きに推移する。
		公認会計士	・震災復興が徐々に軌道に乗ってくれば、建設関係を中心に業績は少しずつ回復すると予想される。

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
	変わらない	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・ゴールデンウィーク後からは商談などで来訪する業者の数も増えており、明るさが始めている。
		繊維工業（経営者）	・当地域は放射線の影響により、精神的にも落ち着かない状況が続き、風評被害等も心配される。
		土石製品製造販売（従業員）	・東日本大震災の影響が大きく、景気の回復には時間がかかることが見込まれる。
		建設業（経営者）	・資材の遅延や高騰が心配ではあるが、現在の好景気は今年の秋ごろまで続くと予想される。
		通信業（営業担当）	・マイナス要素をばん回する案件が見当たらない状況にあるなか、東日本大震災の影響もあり、当面は取引先の反応もいま一つである。
		金融業（営業担当）	・悪い情報は多いが、良い情報は全く聞こえてこない。
		コピーサービス業（経営者）	・政治の方針が明確に出れば、震災特需が生まれ景気も良くなる。
	やや悪くなる	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・取引先や商売のエリアが東日本大震災の影響を受けた沿岸地帯なので、非常に大きな痛手を受けている。当社も直接打撃を受けている上、間接的な打撃も大きいと、立ち直るには相当な時間を要する。
		農林水産業（従業者）	・福島第一原子力発電所の事故による風評被害の影響か、宅配さくらんぼの注文が前年よりかなり減少している。
		食料品製造業（経営者）	・現在は震災復興特需により売上が伸びているが、今後どこまで続くかわからない。
食料品製造業（総務担当）		・節電、省エネの徹底と無駄な出費を控える傾向から、嗜好品への支出が減少する。	
建設業（企画担当）		・東日本大震災による被害のうち、地震被害の復旧工事はあと2、3か月で大部分が完了する見込みである。しかし、沿岸部の津波被害の復興工事については、完了はまだ先になる。	
司法書士		・東日本大震災による建築資材工場の被災により、工務店などで資材が確保できず、住宅建築が進んでいないため、住宅着工や宅地分譲にも影響が出る。	
悪くなる	金属工業協同組合（職員）	・電力不足による稼働調整や福島第一原子力発電所の事故による輸出規制、供給体制の分断等から受注の見込みが不透明となっている。また、発注元から新たに、すべての部品等の実測検査といった検査の強化が求められているため、間接費増により、受注単価等で原価割れが生じる。	
	農林水産業（従業者）	・この先、さくらんぼや桃、梨、りんごの季節となるが、農家は福島第一原子力発電所の事故による風評被害で、とても不安な状況に置かれている。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・東日本大震災の影響はリーマンショックよりもはるかに大きく、この先数か月は倒産企業が更に増加し、景気はますます悪化することが予想される。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車部品については、自動車メーカーの生産調整がいつまで続くかが不透明であり、少なくとも上期については大幅な減収が避けられない状況となっている。	
雇用関連	良くなる	—	—
		やや良くなる	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・長期就業できる人材は、補助などをもらいながら様子見をしており、優良人材の動きが非常に鈍い。就職弱者にスポットが当たっているが、長続きしないため、結局は良い人材と良い求人が止まったままとなる。
		人材派遣会社（社員）	・すべての業種で復興モードに入ってきており、求人等も東日本大震災前の状況に戻りつつある。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は、復興計画次第では増えると予想される。
		アウトソーシング企業（社員）	・2、3か月先は現状より良くなるが、前年比では悪いと予想される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災による津波被害にあわなかった地区では、平常に戻りつつあるため、今後は企業も含め、経済活動が少しずつ活発になっていくことが期待される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災からの復興による景気回復が期待される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・国や県の復興に関する補正予算が決まり、事業の前倒し実施などが出来れば、被災者の生活支援、被災地の産業再生が具体的に動き出す。そうなれば、水産関連設備の復旧、整備などが進み、経済の動きなどが出てきて、景況は良くなると予想される。

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
変わらない		職業安定所（職員）	・ 求人若干の減少と求職の増加傾向は変わらないが、求人の落ち込みが止まったことから、少し良くなるのではないかと期待している。
		人材派遣会社（社員）	・ 東日本大震災の復旧復興には相当な時間を要する。
		新聞社 [求人広告]（担当者）	・ この先良くなるのか先行き不透明である。
		職業安定所（職員）	・ 東日本大震災により被災した工場が再開したというニュースも耳にするが、震災の影響により景気はしばらく低迷する。
		職業安定所（職員）	・ 新規求人数は前年同月比で6か月ぶりの増加となり、月間有効求人数も5か月ぶりに増加となった。有効求人倍率は、新規求職者の増加が新規求人数の増加をはるかに上回っているため、減少幅が大きくなっており、予断を許さない状況となっている。今後の動向を注視していきたい。
		職業安定所（職員）	・ 各企業とも求人や休業などの雇用調整の動きに目立った変化は見られない。
		職業安定所（職員）	新規求人数は増加基調にあるものの伸び率は鈍化し、新規求職者を下回っているため、求人倍率は低下している。一方、来春の新卒者向け求人は、前年と比較して増加している。したがって、新卒者の採用については一定の展望を描きつつもの、短期的には厳しい状況が続くと予想される。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・ 東北の中心である宮城県の状況が好転しなければ、厳しい状況は続く。また、福島第一原子力発電所の状況が好転しなければ、東北の観光面での回復は望めない。	
悪くなる	職業安定所（職員）	・ 東日本大震災の影響が懸念され、求人者の採用意欲に期待を持ちづらい。	
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・ 受け入れ企業の減少に加え、新規登録者の減少も続き、就労者の確保が厳しくなっており、その影響は2、3か月先まで続く。

3. 北関東（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）	・ 東日本大震災から少しは落ち着きを取り戻してきたようである。また、商品の供給も大分そろってきて、たばこを除けば、客の需要に対して何とかこたえることができるようになってきているので、先行きは良くなる。
		家電量販店（店長）	・ 省エネ性能の良い物を購入しようとする傾向が高いため、季節商材の省エネ付加価値品や地上デジタル放送対応テレビへの買換えが促進される。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・ 東日本大震災の消費自粛にもそろそろ疲れ、夏には多少消費が戻るのではないかと期待している。不安材料は高速道路料金引下げの廃止、夏の電力不足である。
		商店街（代表者）	・ 子どもの遠足や学生の修学旅行も例年どおり実施されている。人が動くことにより景気が良くなる。
		一般小売店 [家電]（経営者）	・ 夏物商材に期待している。
		百貨店（営業担当）	・ 節電への生活工夫がなされ、消費が増える。
		コンビニ（経営者）	・ 東日本大震災による生産ダウンもやや改善していること、またこれから夏場に入って季節的にやや上昇局面と予想されることから、ある程度消費が増える。
		コンビニ（経営者）	・ 季節が変わり、気温が上昇し、レジャー等の活動が多くなるにつれて人の動きは良くなり、今よりはやや良くなる。
		衣料品専門店（店長）	・ ここのところ余震や放射線も安定しつつあり、消費者の心理も消費に向かっているのではないかと感じている。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（従業員）	・ 東日本大震災の復興が進めば、需要が回復する。
		観光型ホテル（営業担当）	・ 夏の節電のための避暑地への旅行や、大企業の休日分散化も観光事業にとっては好都合であり、消費活動が徐々に活発化する。
		旅行代理店（所長）	・ 夏休みを迎え、夏季の電力制限や放射線の影響により海辺への旅行が厳しいと想定されるため、山間地への避暑旅行の需要が増える。
		通信会社（販売担当）	・ 携帯電話の新商品発売時期が6～7月なので多少の販売増は見込めるが、どこまで伸ばせるかは疑問が残る。また、夏の計画停電がどのような状況になるか心配である。

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
		遊園地（職員）	・東日本大震災から約2か月半が経過し、レジャー、サービス業界は徐々に回復傾向にあるので、今後2～3か月先は今月より回復傾向に向かう。
		ゴルフ場（業務担当）	・2～3か月後は現在よりは幾分コンペの引き合いもあり、来場者も徐々に回復するのではないかと見込んでいる。コンペの引き合い等で土日の取込みが徐々に前年比に近付いてきている状況である。ただし、単価については疑問が残る。
		ゴルフ場（支配人）	・相変わらず県外来場者は減少傾向だが、地元客のコンペが復活してきている。ただし、来場を促すために客単価はかなり低い状態である。
		美容室（経営者）	・これからボーナス時期や夏で暑くなるため、今まで来店できなかったカットを希望する客が少しずつ戻ってきており、夏までには来客数が増えてくる。
		設計事務所（所長）	・被災地の復興に向けて動き始めると、それらの波及効果が及んで来るのではないかと期待している。特に、建設関連業種の需要が大きいのではないかと見ている。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災の復興機運が少なくとも今後2～3か月後には出てくるのではないかと期待している。
変わらない		商店街（代表者）	・風評被害も少なくなり、次第に街も落ち着いてきて、商いも徐々に元に戻っていく。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・当県では福島第一原子力発電所の事故による放射線の影響が少なくなってきたということ、風評による売行き不振も幾らか和らいできているので、現在は変わらないが先行き明るくなればと期待している。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・アナログ放送の終了、省エネ家電等で売上増を期待したいところであるが、エコポイント制度によって地上デジタル放送絡みの商品購入はほぼ終了している。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・工業団地内企業の生産量回復はまだ不確定であり、地元住民の消費意欲が上向く要素は見当たらず、明らかにその傾向もない。東日本大震災直後の落ち込みが激しかったのでほんの少し回復感があったが、それも頭打ちかと思われる。
		百貨店（営業担当）	・客の動向にやや動きがあるものの、夏場の電力事情が店舗運営等にどのような影響を与えるか不透明なため、変わらない。
		百貨店（営業担当）	・なかなか今後2～3か月の状況はつかめない。紳士フロアにおいては父の日等のイベントがあり、クールビズも含めて活発に動くような状況にしなければならぬと感じている。
		百貨店（販売促進担当）	・夏の節電に向け、クールビズ等の好調な商品群も見受けられるが、消費マインドの大幅な回復は見込めない。中元商戦が始まるが、東日本大震災の影響等により、マイナスとなることが予想される。
		百貨店（販売促進担当）	・消費者の買い控えや節約疲れ、気温の上昇などもあり、夏物衣料の動きが活発になってきたものの、依然として福島第一原子力発電所問題が根底に横たわり、消費マインドの大きな改善は見込めないと思う反面、これ以上悪化するとも思えない。
		スーパー（店長）	・競合店の状況次第ではあるが、このまま外部与件がなければ、好調な廉価商品を主体に売上は伸びていく。
		スーパー（総務担当）	・地域の一次、二次産業の回復が見られないため、家計支出を抑える傾向は今後も続く。日用品、食品も節約する傾向が続くと見込んでいる。
		コンビニ（経営者）	・福島第一原子力発電所の問題が収まるまで良くならない。
		コンビニ（店長）	・東日本大震災による影響がまだ若干残っているようだが、景気は以前に戻りつつある。良くなるというよりも戻ってくるというような感覚で、完全に戻るというようなことはないものの、一応戻りつつある。
		乗用車販売店（経営者）	・メーカーの生産量の回復の見通しがいまだにはっきりしないためである。
		乗用車販売店（営業担当）	・客の様子ではボーナスはあまり当てにならないようなので、買い控えにますます拍車がかかる。
乗用車販売店（営業担当）	・計画的な販売が理想だが、ここ数年は予想も立てにくく、突発的な商談で何とか毎月しのいでいる。今後も同じ状況が続く。		
乗用車販売店（販売担当）	・自動車の売行きは今と変わらない。車検や点検も入っているため、景気も変わらない。		

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
		乗用車販売店（販売担当）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故の風評被害で、周辺観光地に客が全然来ていない状態である。これから2～3か月先も恐らく客が減るので、そうなるとう当然、観光地のホテル、物産関係の客が多い当店でも販売台数は全く見込めない。とにかくひどい状態が続いているので、ここ2～3か月先も全く同じ状態変わらない。
		住関連専門店（統括）	・東日本大震災後の行政の対策が不明確な状況下で、節電対策やエコ関連商品等の動向は活発になると考えられるが、その他は不透明である。
		住関連専門店（仕入担当）	・今後、復旧にかかわる商材の伸びは一段落すると思われるが、夏に向けての節電対策など、住関連商材への需要は形を変えて今後も期待ができる。ただ、限定的な商品に需要が殺到するため、商品確保が課題である。
		一般レストラン（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故収束後の姿が見えない間は、回復基調にならない。夏祭りも縮小することが決定し、夜の来客は見込めない。
		都市型ホテル（経営者）	・不安材料が多く、今後は期待薄である。
		旅行代理店（副支店長）	・6月以降は受注が戻ってきているが、今後の福島第一原子力発電所の事故に伴う電力不足の影響が懸念される。その状況等により、これから大幅な値下げ競争や便乗値上げも出てくる。
		通信会社（総務担当）	・東日本大震災により節電などの影響が今後どのような形で出てくるか。節電、節約傾向が高まると個人消費が低迷しそうである。
		通信会社（局長）	・アナログ放送終了に向け、地上デジタル放送に未対策の世帯の活性化が見込まれるが、一時的かつ限定的である。夏場の大手電力会社管内における消費電力の抑制等、消費者の心理面に不安感が内在しているため、ボーナス期の消費活性化にも期待が薄い。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・夏季の節電対策で営業状況がまだ見えない部分があり、また、業種によっては休日の変更になるなど、予測ができないことが多いが、営業再開後の客の様子を見る限り、近場、屋内のアミューズメントの利用機会を増やす家族連れは増加する。
		その他サービス [立体駐車場]（従業員）	・周辺のターミナル駅に新しく商業施設が開店したため、来客数自体は伸びると予想されるが、客の使うお金は変わらない。
		その他サービス [フィットネスクラブ] (マネージャー)	・夏場の電力確保ができて安定するが、福島第一原子力発電所の不安定さが変わらないため、プラスマイナスゼロである。原発の状況により、心理的に大きく変わってくるため、しばらく状況は変わらない。
やや悪くなる		百貨店（総務担当）	・有名お菓子メーカーが1社展開できなくなり2か月経過したが、来店客や電話での問い合わせが毎日多い。取扱がなくなったことを伝えると、残念がっても他の商品を替わりに買ってもらえることは非常に少ない。食品及びギフト売上は全体で前年比50%と、いかにそのお菓子メーカーの売上依存度が高かったかということで、いろいろ対策は練っているが、他メーカーではその商品を確保できないので厳しい。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災の影響がそろそろ出始めるころである。
		スーパー（経営者）	・依然として先行き不透明感がぬぐい去れないため、消費意欲は上がらない。
		スーパー（統括）	・野菜の安値は続いているものの、小麦粉や食用油等の原材料値上げと、夏の賞与も期待できないことから、買い控えが出てくる。
		スーパー（経営企画担当）	・小麦粉やパンの値上げがあることと、全般にメーカーも生産を抑えているので、特売条件が出てくるようになってきている。
		衣料品専門店（販売担当）	・東日本大震災と計画停電が終わったことは有難いことで、そういう精神的な不安要素はないが、福島第一原子力発電所の問題については、福島と当県が近い風評被害も相当あるという感じを受けている。衣料品は必需品でないジャンルのため、余計買い控えがあり、必要性がないという部分で敬遠されているため、今後も暗いイメージである。
		乗用車販売店（従業員）	・福島第一原子力発電所の事故が依然として収束しない状況で、先の見通しが不透明な状態は続く。

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
		乗用車販売店（管理担当）	・東日本大震災の影響により、自動車関連部品の供給が間に合わないようである。また、夏の節電対応等、消費者の節約傾向が進み、需要が低下している。企業においても残業削減や節電対応による生産調整など収益減少が見込まれることから、夏のボーナスは減少が予想されており、消費は後退しそうである。
		高級レストラン（店長）	・夏場に向けて電力不足や企業の業績悪化など不安要素が多く、多少の景気悪化は覚悟している。
		一般レストラン（経営者）	・売上は例年並みで推移するものの、物価高による利益減が予想される。
		観光型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の影響である。復興に向けて経済回復に期待していたが、ダメージが大きすぎたため、復興が遅れている。
		都市型ホテル（支配人）	・福島第一原子力発電所の事故の影響で、ゴールデンウィークの観光客、行楽客は前年比30%減と、当県に来る客が激減している。これから夏を迎えるが、夏もまだ原発が収束していないと思われるので、観光客、海水浴客の来県は見込めない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・やはり一般市場の動きが鈍く、節電対策やお金の使い道を少し節約するという動きが非常に多くなってきている。また、旅行といっても東北になかなか行けない状態にあるので、動きが鈍くなるのではないかと見ている。また、宿泊に関しても大手企業の動きが鈍い状況にあるので、危惧している。
		旅行代理店（従業員）	・福島第一原子力発電所の事故の関係で地区的に影響が出ているので、やや悪くなる。
		通信会社（経営者）	・東日本大震災の衝撃で消費者の購買意欲が薄れているところに、商品の生産が間に合わない状況にあるため、売上が増える要素が見当たらない。
		ゴルフ場（副支配人）	・東日本大震災の影響の中で、福島第一原子力発電所の問題がやはりクローズアップされているが、線量等、今後どのような形で当県まで押し寄せるか、この町も放射線量が多少多くなっているという報道があるので、風評被害が心配である。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・当店もいよいよ節電ということで、ゲーム機械などを中心に、客の少ない時間及び全国対戦ができない時間帯は機械の電源を落とすことをスタートした。当然のことながら、そこでフリーの客を拾えなくなるので、マイナス要因がしばらく続く。当店も客もある程度そのような節約が前面に出てくる傾向は今後も続く。
		住宅販売会社（従業員）	・別荘需要の低迷に加え、当地区のブランド力が低下しており、観光施設が相次いで閉鎖する動きがある。
		住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の影響が本格的に出てくる。現に断熱材やベニヤ板など建築資材の調達が困難になっている。関連の土地取引は顧客の反応が鈍く、購入時期を待っている状態になりつつある。これからも福島第一原子力発電所関連の問題が落ち着くまでは動きは鈍い。
	悪くなる	一般小売店 [衣料] (経営者)	・東日本大震災、福島第一原子力発電所等の問題で観光客が全く来ない。これが何年続くかは分からず、恐らく10、20年というスパンかと思うので、悪い状態が続く。
		一般小売店 [青果] (店長)	・放射線の風評もあるし、取引先で再開ができない所もあるので、そういうことが完全に片付いて東日本大震災の影響が終わらない限り、このままの状態が続く。
		コンビニ（店長）	・いろいろな状況から先行きはかなり厳しくなると思われるが、商圈内の比較的近距离に本部を同じくする同業店舗が開店に向けて建築中である。3か月後にはオープンしていると思われるので、先行き良くなるわけではない。
		一般レストラン（経営者）	・来客数が減少し、客単価も落ちているので、この数字が回復できる見込みはなかなかない。客の様子を見ているとそう感じるので、やはり悪くなるほうが大きい。
		一般レストラン（経営者）	・特に夜の客数の減少と客単価の低下により、売上が悪化傾向にある。
		スナック（経営者）	・本当に良くなる要素が見付からない。先行きが不安で不安で仕方がない。
		タクシー（経営者）	・全体の動きが悪いのでこの先も悪い。
		通信会社（経営者）	・東日本大震災後の販売量低迷が現況の危機だが、その下支えとなる復興支援融資さえ、周囲の商業者には一切融資が行われていない。これでは復興や景気回復どころではない。

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
		テーマパーク（職員）	・依然として風評被害が続いている。ゴールデンウィークには行政や各報道機関も観光に対しての発言等があったが、以後はない。夏休みまでの期間も困窮しているが、夏休みもどうなるのか先が読めない。
		美容室（経営者）	・売上が平年並みの日もあるが、これからどうなるか社会情勢も不安で将来を展望できない。客の話では6月のボーナスは出ない所もあるようで、当店も残念ながら出せない状況である。
		設計事務所（経営者）	・これから夏に向けて電力不足や不安定な状況から、設備投資を先送りする企業は多い。
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・消費者の買い控えも徐々に緩和しつつあり、工場見学者数も次第に多くなっていく。
		金属製品製造業（経営者）	・現在、特装車両のミキサー車等は取引先の引き合いが通常の4割増となっているが、肝心のトラックメーカーからの車種が間に合わずに組めない状態である。したがって当社にも今は受注が来ていないが、2～3か月後には順調に受注が来ると見込んでいる。
		金属製品製造業（経営者）	・建築部品の仕事について、今までは出ると言われても出なかったが、本当にこれから沢山出てくるという話なので、忙しくなる。現在、他の仕事も沢山出てきているので、人を採用しながら対応している状態であり、先行きの見通しは明るい。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・現在受注分の納品、ライン工事を含めた装置の製作に8月まで掛かるため、やや良くなる。
		金融業（経営企画担当）	・外国人旅行者が多少は増加すると期待している。
		金融業（役員）	・徐々にではあるが経済活動が回復しつつあるので、先行きはやや良くなる。
		社会保険労務士	・夏に向けて各種イベントが行われるようになれば回復していく。
		経営コンサルタント	・生産活動復活の兆候が見えつつあるが、それもひとえにサプライチェーンの回復如何に掛かっている。また、風評被害の払しょく、消費マインドの高揚も欠かせない。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・PR等、種々手を打っているが予想が全く立たない。今のところ、更なる経費削減に努めている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・電力事情が不透明なことから、自動車部品の受注数が全くつかめない状況で困っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の電話システム受注は東日本大震災被害のフォローで7～9月増産が計画されているが、部品入手状況が不鮮明である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現状では変わらないというところだが、もしかしたら復興需要で秋口から注文量が増えてくるかもしれないし、万が一在庫が増えるようなことがあると減産になるし、今は作りたくても部品がない物もあるので部品が回復次第、大量に作り始める可能性もある。少し先が読めない状況である。
		輸送業（営業担当）	・今後も夏場対策、省エネで扇風機、サーキュレーター、LED電球等の動きが良さそうである。また、計画停電等の備えでラジオ、クーラーボックス等の荷動きも良さそうである。業績的には伸びてくるが、価格的にはデフレは変わらず、運賃等の見直しも増え、利益が薄くなっている。
		金融業（調査担当）	・今後も不透明感が強く、しばらくは同様の状況が続く。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・賞与の時期が近付き、前年を上回るとの報道もあるが、今年も出ない、さらに大幅にダウンなどの話も多く聞かれる。夏祭りやイベントについては例年どおり開催される努力がなされている。
		司法書士	・これから夏に向かうのでそう楽観はできない。変わりなければ良いのかという考え方でいる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・客の情報化投資意欲はあるが、価格的には厳しい状況が続く。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・先行きは以前より増して不透明で不安定な情勢が多く、全体の景気にプラスにならない。
		食料品製造業（製造担当）	・原料単価の値上げが始まっているが、現在の景気ではスーパーの商品単価を上げることは厳しい。東日本大震災の影響でフィルム単価の値上げが遅れていたが、6～7月ですべての資材の値上げが決まっており、原価そのものがとても厳しい状況となる。

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
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・商店街の個人店は次々と閉店していき、市の人口も減ってきている。仕事はどんどん減っていくばかりである。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・イベント等がなくなった影響で印刷物が激減している。そのため2～3か月先はやや悪くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連の戻りはまだまだ先であり、夏場の節電の影響で仕事の動きも確実に遅くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・部品入荷等が安定してくれば何とかかなと思うが、今のところ厳しさは変わらない。仕事の予定は入っているものの、部品がないために止まっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・仕事量が少ないなか、価格競争が激しく、受注に結び付けることが難しくなっている。
		不動産業（経営者）	・マイナス要因が上回っているとの見方が浸透している。
	悪くなる	不動産業（管理担当）	・節電により光熱費は前年に比べ低くなることが予想されるが、大規模災害発生時の対応準備や改修予定があるため、経費が増える。
		化学工業（経営者）	・メインの商品の引き合いがない。東日本大震災の影響の大きい東北、関東なら理解できるが、関西、中国、四国地方も同様に悪い。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・大手主力自動車メーカーの操業が非常に落ち込んでいる。部品が一部入ってこないということでもまだ底が見えず、非常に厳しい状況である。10月以降は生産も復活するということなので、今は休業や給与カットで切り抜けている状況である。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・6月以降ジュエリーの消費者向け展示会の予定はあるが、いまだ集客が見込めず、中止になる可能性もある。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	不動産業（営業担当）	・ホテル部門では一般客の減少が考えられる。これから夏場は土日のレジャー客を取り込んでいこうという、それなりに希望が持てる時期であるが、今年については海、近くのレジャーが多い場所のため、地域においても客が戻ってくるとはあまり考えられていない。
		－	－
		人材派遣会社（経営者）	・地震関係が安定すれば、東日本大震災前のように少しは良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・観光関係の取引先が多く、ゴルフ場などを含めると段々自粛ムードもとけて客が増えてきているということであるが、先々の見通しはまだ立たない環境にあり、儉約的な考え方をする利用者も多いということなので、先行きは良くなるとは思えないもの、前年までは届かない感触だということである。
		人材派遣会社（管理担当）	・部品の調達等が軌道に乗り、生産数が上昇すると見込んでいるため、やや良くなる。
		人材派遣会社（経営者）	・電機関係の製造等はほぼ横ばいかと思うが、自動車は下請としての部品製造で幾分かここきて出始めている部分がある。東日本大震災の影響での部品調達も難しいところがあるが、復興に力を注いでいるように見受けられるので、この辺に期待を寄せている。ガソリン価格も140円後半～のところ、この5月は130円台にまで落ち着きそうな気配なので、サービス業、営業等の行動範囲も広がっていく。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・東日本大震災の影響で、2～3か月先までは、特に製造業並びにサービス業の先行きが不透明である。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の復興に向けた需要増への期待と電力供給に関する不安予測が混じり合い、企業側の募集、採用への意欲は、しばらく変わらない。
		職業安定所（職員）	・休業の情報は耳にするが、新規求人、新規企業進出の情報はなく、明るい兆しは見えない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・自動車産業の部品メーカーでは受注がゆっくりと戻りつつある企業も見られるが、全体として新卒採用者が戦力化していく時期でもあり、新たな採用に慎重な姿勢は崩していない。
やや悪くなる	学校〔専門学校〕（副校長）	・例年以上に企業が求める人材のレベルと競争倍率が高いように感じている。1つの企業から内定をもらうのが非常に難しい。多くの会社が中期計画をもとに慎重な人材募集を考えているようである。	
	職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響により、事業を休業し、雇用調整助成金を申請する事業者が増加している。	

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
	悪くなる	○	○

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） 旅行代理店（支店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・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） 一般小売店〔家電〕（経理担当） 一般小売店〔靴・履物〕（店長） 一般小売店〔文具〕（販売企画担当） 百貨店（総務担当） 百貨店（総務担当） 百貨店（副店長） 百貨店（営業企画担当） コンビニ（商品開発担当） コンビニ（商品開発担当） 衣料品専門店（経営者） 衣料品専門店（経営者） 家電量販店（統括） 乗用車販売店（経営者） 乗用車販売店（経営者） 乗用車販売店（従業員） 乗用車販売店（販売担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・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は思いますが、長いスパンで見なければならぬ。 ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・来客数が増え、まとめて数点買っていき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。 ・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。 ・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く、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。 ・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。 ・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。 ・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。

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
		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にも期待できる。
		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。

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
		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、普段の商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のようにであり、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えない状況にあるため、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。

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と、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、さらにここに来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。

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		
		ゴルフ場（支配人）	・現在の予約状況から見ると、2、3か月先の乗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回休みことになっている。そういうこともあって厳しいため、今より良くはならない。		
		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） 設計事務所（所長）	・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。 ・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）	・節約志向が続く、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。				

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
		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掛かり、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するため、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。

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
		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まで閉店する店も多く、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、新しい仕事あまり入ってきていない。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するため、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い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、見積り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かと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。

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
		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みを実施する。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〔靴〕（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。
やや悪くなる		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。
		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時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も、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。		

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
		経営コンサルタント	・ここ2、3か月ではとても回復できる環境とは思えない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・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。
	悪くなる	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。
		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い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）	・エンターテイン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、自粛ム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。	

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
		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、紹介事業を確実にに行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こ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。

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	乗用車販売店（総務担当）	・東日本大震災の影響の反動で販売増加が見込まれる。
		旅行代理店（経営者）	・復興特需も含めて、景気は良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客の様子から多少購買意欲が見られる。今後夏に向けて人の出入りが激しくなるにつれて販売量が増えると思込まれる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・東日本大震災による経済的な混乱も落ち着いてきて、自粛も見直され、新たな購買意欲が生まれてくることを期待している。
		百貨店（売場主任）	・単価は低いが買って行く客が多い。靴と靴クリームのセット販売を勧めると、セットで購入する客が増加している。少しずつ売上が伸びて、良い方向に向かっている。
		百貨店（販売担当）	・年々状況は厳しさを増しているが、7月はクリアランスセールも本格的にスタートしており、東日本大震災以降買い控えをしていた客も、セール価格という事で購入に転じるのではないかと期待している。
		百貨店（店長）	・天候が順調に暑くなっていけば、夏物在庫があるので売上が期待できる。
		スーパー（総務担当）	・商品の入荷もだんだんと順調になってきているので、欠品の影響も少なくなってきている。
		コンビニ（企画担当）	・天候や気温次第という側面はあるものの、節電関連で大幅に需要が伸びると予想される。ただし、供給不足が消費に水を差すことが懸念材料である。
		コンビニ（エリア担当）	・商品の供給がまだまだ揃っていないところがあるので、今後たばこや一般商品が揃ってくると、売上も多少伸びていくと期待している。
コンビニ（エリア担当）	・自動車業界の工場稼働が平常通りになってくれば、来客数の増加、客単価の上昇が期待できる。		
コンビニ（店長）	・梅雨が明け、暑い夏がやってくることにより、飲料水等がよく動くようになることを期待している。ただ、たばこの総量規制がいつまで続くかが気掛かりである。		

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
変わらない		コンビニ（商品開発担当）	・たばこの製造が戻り売上が戻る事が予想される。また、節電により土日の出勤者が増えると、土日の飲食需要を取り込む新たな動きが生まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・3か月後は生産台数の改善が図られ、市場も通常に近づいていると見込まれる。
		乗用車販売店（従業員）	・節電という懸念材料もあるが、夏に向けて復興需要も少し入って来ると期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・今後自動車の生産が回復し、納期がはっきりしてくるにつれて、客の動きも活発になると思われる。受注残もたくさんあり、秋に向けて売上増が大いに期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・来月から新車の生産台数も増える見通しであり、客にある程度の納期予測を伝えることができるので、ようやく客との商談環境が整いつつある。しかし、まだ客の購買意欲はそれほど強くない。市場環境の厳しさは続いている。
		乗用車販売店（従業員）	・客に購入意欲があることは確かであり、需要はある程度見込めると期待している。今後自動車の生産が追い付いてくれば、いずれ市場は回復する。
		乗用車販売店（経理担当）	・メーカーの車両供給が、当初の予定よりも早く、東日本大震災前の状態にまで回復しそうである。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・事業の多角化を図っている成果が少しずつ出てきている。
		商店街（代表者）	・乗客数増になるような判断材料が全くない。これから暑い時期に入ると余計に乗客数は伸びず、減少傾向に歯止めがかからなくなる。
		商店街（代表者）	・特に消耗品や日用品以外の商品については依然として厳しい状況が続く。販売量が低調な上、原材料価格の高騰が懸念され、耐久消費財の製造メーカー、卸売、小売業にとっては非常に困難な状況が続きそうである。
		一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・以前のような、提案すれば買うから、壊れたら買うという流れになってきている。耐久消費財のため、購買はかなり厳しいと見込まれる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・売上は伸びていると思うが、景気そのものが良くなるとは思えない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・政治、経済ともに中だるみ状態である。東濃地方の景気も悪く、良くなりそうにない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・良くなると思える判断材料が見当たらない。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・福島第一原子力発電所事故による放射能の影響で様子見の傾向があるが、どうしても関東・東北の食材の販売量は減る傾向にある。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・今月は前年同月比で良くなっているが、これが何か月も続くかどうか何とも分からない。この調子で行けば良くなるかもしれないし、今月が一過性に終わるかもしれない、まだ何とも言えない。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・東日本大震災から2か月以上経ち、何となく落ち着きを取り戻して来たものの、それ以上に節約モードが漂っているのが客の様子から感じられる。また、原材料が値上がりしている一方で、一部の商品や部材が品不足となっていることもあり、なかなか品ぞろえが充分ではない。このような状況にあるため、景気回復にはまだしばらく時間がかかると見込まれる。	
	一般小売店〔惣菜〕（店長）	・これから上半期の成績を左右するお中元シーズンに入るが、状況的には売上増は望み薄である。どこまで前年に迫れるかが焦点になっている。	
	一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどではあまり事態は変わらない。	
	一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・東日本大震災の問題、福島第一原子力発電所の問題、加えて電力需給の問題があって、先行きが分からない状況である。良くなるのか悪くなるのか判断が非常に難しい。	
	百貨店（売場主任）	・商品を品定めし、必要な物のみ購入するという客の姿勢はまだまだ続いている。	
	百貨店（企画担当）	・先月と比べて乗客数は戻ってきているものの、売上の伸びが連動していない。この傾向が2～3か月で回復するとは思えない。	
	百貨店（経理担当）	・高額品を中心にまだまだ明るさが見えない。	

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
		百貨店（販売担当）	・福島第一原子力発電所の問題や天候、政治の動向も含めて、不安定な要素が多すぎて見通しが立っていない。ただし、客の心理的な変化によって、節電、エコや本質、本物といった品質や必要性があるものに対するニーズが高まるとともに、従来とは異なる生活様式の変化を希求する新しいニーズが表出してくる可能性がある。
		スーパー（経営者）	・客を見て感じることは、消費の積極さが欠けていることと、節電が心理的に大きく影響していることである。3か月後の景気もまだまだ良くならない。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響については徐々に回復してきている。自動車関連産業についてもその回復は目覚ましいものがある。しかし、今後小麦等の値上げが非常に不安である。小麦の値上げは影響が非常に大きく、今後どうなるのかが見通せない。
		スーパー（店員）	・今の状況だと客が減っていることも踏まえて、良くなる見込みは小さい。
		スーパー（販売促進担当）	・天候の温度変化が激しく推移しており、このまま天候不順な夏に向えば季節品の売上が見込めない。前年の猛暑をカバーができないと思われる。近年は天候変化が大きく、予測が難しい。
		コンビニ（エリア担当）	・現在の緩やかな回復状態は当面継続する。
		衣料品専門店（経営者）	・残暑が続いた場合、外出を控えるので、秋物の先物を目当てとした客の来店は期待できない。
		衣料品専門店（経理担当）	・東日本大震災直後に、飲料水、防災グッズ、トイレットペーパー、紙おむつなどの売上が一時的に増加したが、現状は元に戻っており、特に衣料品、ぜい沢品の買い控えが進んでいる。今後、夏を迎え、節電、クールビズ関連商品の売上げが期待されるが、今のところは不透明である。
		家電量販店（店員）	・猛暑でエアコンが売れるもののテレビやパソコンの単価下落で相殺されると見込まれる。
		家電量販店（店員）	・東日本大震災から時間が経ち、物の動きも徐々に回復してくるだろう。今はまだ部品や資材の不足があるが、それらも徐々に解消されてくる。海外の動きを見ると回復が見込まれる。
		乗用車販売店（従業員）	・中古車販売は安い車種を中心に好調であるが、新車販売、工場在庫は前年割れのままであり、この先もこの傾向が続くそうである。新車納入遅れ、特別仕様車や新型車の販売延期など、東日本大震災の影響がまだまだ数か月は続きそうであるため、販売店としては良いとも悪いとも言えない状況が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・福島第一原子力発電所の問題が解決しないことには景気が回復していく方向には行かない。
		一般レストラン（従業員）	・従来の不景気と東日本大震災による影響のダブルパンチで相変わらず厳しい状況は変わらない。東日本大震災復興に向けて増税をすればもっと景気は冷え込む。
		スナック（経営者）	・自粛ムードは少しずつ元に戻りつつあると思うが、節電の影響でサマータイムの導入や勤務体系の見直しなどの影響が予想され、厳しい状態はまだ続く。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断すると今後も状況は変わらない。
		都市型ホテル（支配人）	・国内需要はレストランを中心に少し戻ってきているが、見通しが立たない。福島第一原子力発電所事故の動向がどうなるかが鍵である。
		都市型ホテル（経理担当）	・東日本大震災の影響で客の消費動向の回復が遅れる。
		旅行代理店（経営者）	・近場の国内旅行よりも、長期滞在型の海外旅行への申込が多くなっている。
		旅行代理店（従業員）	・自粛ムードも一息つき、例年の旅行人口が戻ってきた感がある。夏に向けての旅行申込も徐々に増えているため、今後、福島第一原子力発電所事故関連でマイナスの事態が起こらない限りは今月の水準が持続する。
		タクシー運転手	・自動車関連企業の部品調達が正常化しつつあり、明るい兆しも見えてきた一方で、浜岡原子力発電所の停止というマイナス要因もあり、先行きはまだ不透明である。タクシー業界に景気回復が訪れるのは他の業界に比べ一番最後となるので、2、3か月先はまだそれほど変わらない。

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
		タクシー運転手	・夏場の暑い時期になるとタクシーの利用客が増えるため例年7、8月は良くなるが、浜岡原子力発電所停止の影響による自粛ムードが客の心理的にどう影響するのか心配である。
		通信会社（企画担当）	・自粛ムード、節電傾向など、需要を喚起する雰囲気ではなく、かろうじて地上デジタル放送対応だけが売り出せる状況で、改善にはつながらない。
		通信会社（サービス担当）	・提供エリアの拡大やWi-Fiが普及してくれば販売も増えるかもしれないが、現状のままでは厳しい。
		ゴルフ場（企画担当）	・予約数は6月、7月とほぼ前年並みで推移している。よって入場者数はほぼ予算どおりになる。今後も売上に関しては上昇の兆しは見られない。節電対策により自動車関連の大企業が土日に営業を行なうと、さらに土日の売上ダウンを余儀なくされる可能性が高い。
		美顔美容室（経営者）	・7月末までキープキャンペーンが続くため、あまり変わらない。
		美容室（経営者）	・変わらないと思うが、節電対策で自動車関連企業の休みの時期がずれる影響が予測できない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・同業者の攻勢によっては、状況悪化も考えられる。
		住宅販売会社（従業員）	・プラスの面とマイナスの面で相殺されあまり変わらない。全体的に経済の冷え込みが続いている。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者）	・4月以降まとまった規模の見積依頼などはほとんどなく、この状態は変わらない。
	やや悪くなる	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・原子力発電所問題及び節電対策がどのように景気に影響するか不透明であるが、良い方向にはならない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・東日本大震災以来、ずっと下向きに進んでいる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・観光客の浮揚を支えていた高速道路休日上限1000円や無料化社会実験の終了が間近と言われている。景気の落ち込みは必至である。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・自動車関連企業の就業日数が減り、しばらくはこの状態が続く様子で期待はできない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・東日本大震災以降、色々な会合や宴会、ゴルフコンペ、結婚式に自粛が広がっている。今後も派手なことは控える感じがする。2、3か月先においてもその傾向は続き、半年ほど続くと思われる。新しい良い話題が出てくることを期待したい。
		百貨店（販売担当）	・中部地方も節電を強いられるため休日が分散する。このままいくと夏休みも分散化して集客がばらけてにぎわいが少なくなり、その結果、売上も上がらなくなる。
		百貨店（経営企画担当）	・節電関連の消費によるかさ上げも一部には見られると思うが、それ以上に原価上昇による影響が顕著になると考えられる。先行きについては悪化する。
		百貨店（営業企画担当）	・中部地区の製造業の業績悪化による、消費意欲の低下が懸念される。
		百貨店（営業企画・販売促進）	・節電による買い控えや軽量志向による購買単価の減少が予想される。今後さらに景気停滞ムードが高まる。
		スーパー（経営者）	・ゴールデンウィーク以降続いている来客数の減少が今後も続く。
		スーパー（経営者）	・客の低価格志向は相変わらずで、買い控えもあって、チラシ合戦の低価格競争になっている。全体の売上が悪く、各商店や大型店がやっているので決して先行きは明るくない。
		スーパー（店長）	・商品の不足はやや回復してくるものの、食品の値上げも多々あるため、消費者の節電や無駄をなくす節約意識が高まり、消費低迷が続く。
		スーパー（店長）	・夏の節電により自動車関連企業の活動に制限がかかり、それによって従業員の収入減が予測され、店の売上にも影響する。
		スーパー（店員）	・小麦の値上げによるパンなどへの価格転嫁がどういう状況になるか読めない部分がある。これから暖かくなるにつれ食卓もあっさりした料理に切り替わり、肉など高価食材は買い控えられて廃棄ロスも増える分、より一層のコストカットを余儀なくされる。
		スーパー（店員）	・大手自動車メーカーの関係企業が木曜、金曜休みに変わるにより、土日の来店、供給の落ち込みが予想される。平日の売上をどう伸ばすかというところが課題だが、客単価はかなり厳しくなると思われる。

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
		スーパー（営業担当）	・東日本大震災の復興の長期化、電力不足による企業の稼働率低下、家庭の節電・節約志向が高まり、個人消費マインドを減退させる。
		コンビニ（店長）	・たばこの品薄で、禁煙する人、本数を減らす人が増えてタバコの出荷が元に戻っても売上が元に戻るか定かではない。
		衣料品専門店（経営者）	・まだまだ明るさが見えない。景気はまだずっと底辺を這っていく。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・東日本大震災の影響はいまだ感じられない。しかし、回りの業種がかなりダメージを受けていて、購買意欲が下がってきている。
		家電量販店（店員）	・アナログ放送終了を7月24日に迎えた後、映像商品の落ち込みが必ず発生し、他の商品にも少なからず影響があると予想される。ボーナス商戦終了後新規商品、開拓商品に的を絞り販売力をあげていかなければ前年並みの売上を維持する事は難しい。
		乗用車販売店（営業担当）	・節電などによって工場関係の出勤体制も変わり、買物をする人も減る。
		住関連専門店（営業担当）	・新築住宅の着工中止や民間の設備投資の減退、これに伴う公共工事の新築需要が減っている。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・東日本大震災の影響による不安定な要素が数多くある。
		高級レストラン（スタッフ）	・ゴールデンウィーク前後で来客数が回復の兆しを見せていたが、その後増勢が衰え始めている。
		一般レストラン（経営者）	・先が見えない不安から消費支出が減る。
		一般レストラン（スタッフ）	・夏の節電対策として様々に広がる部分があり、各企業の休日の扱いなど不透明さがある。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・具体的かつ将来的な展望が開けない限り、このような状態が当分続く。
		観光型ホテル（経営者）	・2、3か月先は予約状況が非常に低迷しているため、やや悪くなる。ゴールデンウィークのように何らかの兆しが見えてくれば景気も上がると思うが、そういう状況がない場合、このまま低空飛行で終わってしまう。
		観光型ホテル（販売担当）	・今年は例年に増して全国規模の団体がキャンセルになっているので、景気は良くはならない。
		都市型ホテル（営業担当）	・東海地区の電力の影響がどの程度あるのかわからない状況にある。今後は予想できないため消費も手控えると思われる。
		旅行代理店（従業員）	・まだまだ自粛ムードが根強くある感じを受ける。花火大会などもかなり自粛されるようなので、その自粛ムードが一掃されないことには景気は上向かない。
		通信会社（営業担当）	・今後数か月は、機器不足による工事の遅れなどが続きそうである。
		パチンコ店（経営者）	・景気の影響を真っ先に受ける業界なので、やや悪化すると見込んでいる。
		理美容室（経営者）	・客の話では、仕事はあるが単価が抑えられてお金が回ってこないとのことである。今後もあまり良くならない。
		美容室（経営者）	・客が出費を控える傾向にあり、やや悪化する。
設計事務所（経営者）	・企業案件、住宅案件ともに全く動かない。増えているのはメーカーの営業訪問のみとなっている。		
住宅販売会社（従業員）	・節電などのため、夏場にかけての前向きな情報がなく、もっと動きが鈍化する。		
その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・まだ消費税引上げが不確定要素となっているので、これが決着するまで客は様子見になると思う。決まれば多少の駆け込み需要が見込まれる。		
悪くなる		商店街（代表者）	・地上デジタル放送への移行によるテレビ需要は小型機種中心であり期待できない。オール電化も時期的に推進できない雰囲気があり、製品供給も十分に回復していない。
		商店街（代表者）	・小麦粉など生活必需品が軒並み価格上昇し始めている状態では、景気上昇の見込みはない。秋商品に関して商品単価を安くする工夫をしているが、手間と包装資材が増えるだけで、売上をつくるために赤字を覚悟する状況である。
		百貨店（販売担当）	・先月末ぐらいから再び買い控えを感じている。
		コンビニ（店長）	・売りたいくても主力商品がいまだに出荷調整しているため、入庫が極端に少ない。8月以降の回復に期待したい。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所事故の影響を始め、不安材料が多いため、景気の落ち込みは避けられない。

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	
		一般レストラン（経営者）	・東日本大地震の影響も大きいですが、やはり全国的に経済が停滞しているような状態がまだまだ続く。	
		スナック（経営者）	・客との話のなかで、東日本大震災の影響による自粛ムードがまだ続くことと景気の悪さが強く感じられる。	
		旅行代理店（経営者）	・まだまだ東日本大震災の影響は続く。復興も大事であるが地盤となる経済活動に目を向けていく必要があるが、そこに至るまでにはまだ時間がかかるであろう。	
		テーマパーク（職員）	・東日本大震災の影響がまだまだある。	
		テーマパーク（経営企画担当）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故の影響で節電になり、消費が停滞する。	
		理容室（経営者）	・まだこの先景気が良くなるとは思えない。	
		設計事務所（職員）	・かなり経済は悪化するのではないかと。この先どうなっても対応していかななくてはいけないという心持ちで臨まないといけない。	
		住宅販売会社（経営者）	・購入者の間に買い控えムードがまだ続く様子があり、今後も売行きは悪い。	
		住宅販売会社（従業員）	・住宅への投資意欲が低い状態が続きそうである。2、3か月先でも状況は変わらず、より苦しくなる。	
		企業 動向 関連	良くなる	○
やや良くなる	紙加工品〔段ボール〕 製造業（経営者）		・6月以降、主要な取引先である自動車関連企業の生産が回復してゆく。数か月先には受注量も減少前の水準に戻ると見込まれる。	
	電気機械器具製造業 （経営者）		・自動車関係の仕事の増加等を考えると、現状よりは良くなる。また、東日本大震災による復旧、復興のための設備等も若干増加すると見込まれる。	
	電気機械器具製造業 （経営者）		・車載マイコンメーカーの東北工場は前倒しで回復中で、秋口には前年の8割程度まで回復する見通しである。復興需要については全く不透明である。	
	輸送用機械器具製造業 （品質管理担当）		・設備投資の増強が今後2、3か月～半年程度続くと見込まれる。	
	金融業（従業員）		・現在かなり落ち込んでおり、労働時間も短縮され、非常に厳しい状況ではあるが、数か月先という話になると、少しずつでも今より良くなる要素が見受けられる。	
	金融業（法人営業担当）		・地元完成車メーカーは7月から通常の9割程度の水準で稼働を目指しており、部品生産の増加が期待される。	
	広告代理店（経営者）		・東日本大震災後の自粛の反動が出る頃ではないかと予想している。	
	新聞販売店〔広告〕 （店主）		・今は一時的な需要低下であり、消費が戻れば広告も追従してくる。	
	会計事務所（職員）		・福島第一原子力発電所事故の対応次第で異なるが、どの企業においても早期收拾を願っており、見通しがつけば回復に向かう。原子力発電に代わる電力供給の実用化に向けた企業の取り組みがみられ、浜岡原子力発電所の停止決定も新しいものの開発への原動力となっている。	
	その他非製造業〔ソフト開発〕 （経営者）		・生産協定もそろそろ峠を越し、良くなってくる。新製品を作成し、積極的に販売していく予定である。インターネットを活用した新しいビジネスの立ち上げも考えている。	
変わらない			パルプ・紙・紙加工品 製造業（総務担当）	・東日本大震災の影響はあるものの、全体的にはそんなに変わらない。
			出版・印刷・同関連産業 （経営者）	・先行き不透明で判断しづらい。
			窯業・土石製品製造業 （社員）	・東日本大震災から復興し生産再開する客があるので、受注増となる。しかし、コスト削減要請があるので、景気としては横ばいとなる。
			一般機械器具製造業 （営業担当）	・引き合い、受注ともに上向きで、毎月1割、2割以上増え続けている。しかし、円高が続いているため、価格を下げざるを得ず利益を圧迫している。また、回収した代金も為替差損がでている。全体で見れば変わらない。
			電気機械器具製造業 （営業担当）	・回復してくる部分と電力関係でこれから影響が出てくる部分の両方があるため、全体としては変わらない。
			電気機械器具製造業 （経営者）	・パチンコ関係の設備投資が3か月後もあまり増えない。自社新製品の売行きがはっきりしない。
			輸送用機械器具製造業 （財務担当）	・節電対策により地域全体で稼働日の増加が期待できず、売上高の大幅回復も難しい。上期中は営業利益ベースで黒字転換は困難であり、本格回復は10月以降になる。
			建設業（経営者）	・節電の影響などが今後どのように反映されるのか現時点では不透明である。

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
		建設業（営業担当）	・東日本大震災の影響等で当地域にも影響があると聞かすが、それによって良くなる所と悪くなっている所の両方があるため、景気としては変わらない。
		輸送業（エリア担当）	・5月は荷物の量が増えて来ているが、この先それが維持される具体的な要因はない。まずは復旧、復興が第一で、そこからマイナス部分を補ったところが今の物量の伸びになっているだけである。東日本大震災前の物量から更にプラスになる要因はない。
		輸送業（エリア担当）	・アジア中心にビジネスは伸びるが米国向けの伸びが期待できない。
		不動産業（管理担当）	・不動産に関しては、東日本大震災の影響が名古屋地区ではほとんど出ていないため、3か月先も影響がない。
		広告代理店（制作担当）	・地震の影響で、予定していたイベント等の中止又は延期・縮小する傾向が現れ始めている。
		行政書士	・良くも悪くも不安定である。
		会計事務所（社会保険労務士）	・建設は材料不足や値上がり、自動車関連は発注が少ないなど、まだ東日本大震災の影響から抜け出せていない。夏ごろまでは今の状態が続く。
やや悪くなる		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・地震の影響が大きい状態が続き、動きが全く出てこない。
		食料品製造業（企画担当）	・東日本大震災の一時的な特需が一段落して通常の受注量になってきている。一方、小麦粉をはじめとする原料、包材などの値上げによって商品価格への転嫁が始まり、消費への影響が懸念される。
		印刷業（営業担当）	・景気が悪いところに東日本大震災の影響がじわじわと出てきているため、景気はやや悪くなる。
		化学工業（企画担当）	・福島第一原子力発電所事故の先行きが不透明なまま、浜岡原子力発電所が停止となった。国内生産への影響とともに、海外風評に拍車がかかって日本製品への不信任が高まることから、景気は悪くなる。
		化学工業（人事担当）	・今後、企業業績の悪化が表面化し、倒産、株価下落がおきる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・福島第一原子力発電所問題も長引きそうでエネルギー供給にも不安がある。脱原子力発電所の流れが本格化すると電気料金の値上げや増税なども話題に上がり、消費を押し下げる可能性が高い。
		輸送業（経営者）	・電力不足など消費マインドの悪化から荷動きの悪さが予測される。
		輸送業（エリア担当）	・東日本大震災で大手自動車メーカー関連の仕事が半分以下になったが、6月から通常の75%稼働になるとの発表があった。しかし、電力の使用制限や燃料高騰の高止まりなど良くなる情報は見当たらない。
		輸送業（エリア担当）	・自動車関連企業が操業日の変更を発表し、部品会社は土日でも営業せざるを得なくなる。これに伴い、運送会社は木、金、土、日で稼働を落とせなくなり、人件費、燃料費が増加する。
		通信業（営業担当）	・東日本大震災の影響もあり、景気は悪い方向に向かう。
金融業（企画担当）	・夏の節電があるため、個人を中心に自粛ムードは続くと思われる。節電の目処が付き、企業の生産回復の目処がついてこないと思われ、景気は良くならない。		
悪くなる		窯業・土石製品製造業（経営者）	・食器及びタイル業界は、6か月前の住宅産業の増減が厳しく影響する傾向にある。平成23年1～3月の着工件数を平成22年10～12月間と比較すると、着工比率が87.9%と12.1%も落ち込んでいる。今後これが地元の食器及びタイル業界に対するマイナス要因となる。
		鉄鋼業（経営者）	・今後の新規受注につながる見積りや問い合わせ自体が減っている。夏場以降の節電に伴う各社の対応もはっきりしないため、様子見による受注減が続く。
		金属製品製造業（経営者）	・今後も引き合いが減少していく。
		輸送業（従業員）	・今後、東日本大震災と福島第一原子力発電所問題で原油の高騰が続き、物流業界は燃料コスト高が経営を厳しくする。
		不動産業（経営者） 企業広告制作業（経営者）	・改善する要因が見当たらない。 ・東日本大震災特需を期待する人もいるが、被害規模が甚大すぎるため、特需の影響が出るのは少し先になる。

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
		経営コンサルタント	・景気の悪化が日々鮮明になってきている。改善する兆しは感じられない。不動産取引の人口増や所得水準の上昇など不動産業界にプラスに作用する要素が地方では全く見られない。地価下落による担保価値の減少で、金融機関の融資も見込めない状況にある。
		公認会計士	・稼働率が回復する夏以降の物価上昇等による収益性の低下が見込まれる。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・新規プロジェクトの一部延期は第1四半期中との見込みである。客の製造工程も当初見込みより早い復旧がなされ、7月以降は研究開発需要がおう盛になると見込まれる。
		人材派遣会社（営業担当）	・サプライチェーンが一定の落ち着きを取り戻し、一時的に増産が見込まれる。
		人材派遣会社（支店長）	・自治体からの緊急雇用案件の引き合いが続いており、補正予算通過後に新たな案件が複数発生することが見込まれる。
		人材派遣会社（支店長）	・6月から自動車関連企業の生産体制が9割～10割まで回復することを受けて企業の業績が回復していく。採用を控えていた状況からの反動があり、求人数は前年比7～8割まで回復する。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・東日本大震災の影響で落ち込んだ景気も意外に早く回復する様子であり、実際の稼働率もかなり回復する。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・製造関係での回復が前倒しされており、募集を再開しようとする動きも徐々に出ている。見通し自体は暗くない。
		職業安定所（職員）	・どの製造業の企業もサプライチェーンが上手く回るようになれば求人が増え、景気は良くなる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・被災地の最低水準の生活から通常の生活への変化に伴って、裾野の広い東日本大震災復興関連需要の発生が見込まれる。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・2、3か月先の予約状況は例年に比べ現状では非常に悪い。この先多少は見込めるが例年並には程遠い。	
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・自動車関連の正常生産は11月ごろになる見通しであるため、今の悪い状況が今後2、3か月は続く。	
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・今後徐々に回復傾向が出てくるが、今のところいつごろになるかは見通せない。	
	職業安定所（所長）	・自動車関連企業が生産を回復させてもすぐには、3次、4次下請まで増産にはならない。	
	職業安定所（職員）	・自動車産業において生産台数を回復する方針が出されたが、下請企業では部品調達、人員削減、節電への対応、土日稼働等課題が大きいため、状況としては変わらない。	
	職業安定所（職員）	・企業の求人状況、企業からの聞き取りを総合的に判断すると、向こう2、3か月以上は現状維持で推移する。半年以降になってやや上向くと予測している。	
	職業安定所（職員）	・小口の離職、休業等を行う企業も出てきており、回復には時間がかかる。	
	職業安定所（職員）	・求職者関係の数字について大きな変化はまだ認められないが、大きく悪化する可能性は少ない。しかし、今後数か月間は改善の方向にはならない。総じて言うと、現状維持程度が若干の悪化の傾向にある。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・正社員採用の打ち切りなど雇用状況が厳しくなっている。
職業安定所（次長）		・地場の中小企業は雇用調整助成金等を活用し、休業で雇用を維持しているが、体力的にだんだん厳しくなっている。	
学校〔専門学校〕（就職担当）		・来年度採用に向けた採用数は例年並みで計画しているのに対し、採用説明会への新卒、第二新卒合わせた参加希望がかなり増加している。このため、結果的に不採用が増えている。	
	悪くなる	—	—

6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（－：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	家電量販店（店長）	・アナログ放送終了により、まだテレビ、録画機が売れ続ける。
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・東日本大震災の影響による自粛ムードが薄れて購買意欲が戻ってくると考えられ、景気は戻りつつある。

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
		百貨店（売場主任）	・今後の気温にも左右される可能性はあるが、消費マインドは高まっている。
		コンビニ（経営者）	・たばこについては徐々に入荷数が増加し、良い方向に向かっている。今のところ夏のボーナスも良さそうに聞いており、夏場に関しては良くなるものと期待している。
		コンビニ（経営者）	・たばこや飲料など商品が少しずつそろってきたので、現状における好調が持続するのではないかと期待している。
		家電量販店（店長）	・アナログ放送終了が近づいているので、テレビや録画機の販売量は増加を期待している。電力需要のピークに向けての節電グッズ、省エネ商品の需要も増えてくる。
		乗用車販売店（経理担当）	・部品の供給状況も好転しつつあるので、まだまだ時間はかかるものの自動車生産状況は全メーカーとも震災前に近づいて行くと考えられる。また、裾野が広い産業なので他の業界に及ぼす影響も大きい。
		乗用車販売店（経理担当）	・車の生産量は徐々に回復し、販売も最悪期は脱した感がある。
		自動車備品販売店（従業員）	・アナログ放送終了に伴う地上デジタルチューナー需要で若干の上向きが予想される。また、ナビゲーションのモデル変更で買換え需要も見込まれる。
		住関連専門店（店長）	・現状で遅延している住宅の完成が通常に戻れば、消費マインドが上がってくる可能性はある。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・東日本大震災関連で一部欠品が出ていたが、生活必需品、消耗品がそろってきたので回復に向かう。
		旅行代理店（従業員）	・国民総自粛ムードの払しょくとともに、団体旅行企画が復活しているので秋以降は現状より相当の改善が期待される。
		旅行代理店（従業員）	・夏場へ向けて、今までの商慣習からは予測のできないマーケットの動きに、どう対応していくかが問題である。基本的にレジャーやMICEへの消費マインドは今よりは活発化すると予想する。ただし、それがどのような業種のどのような需要になるかは想像しづらい。
		通信会社（職員）	・昨今の節電運動を受け、地域でも日本全体でも、省エネへの関心が高くなっており、この動きには景気上昇の動力源となりうる強い動きが感じられる。福島第一原子力発電所問題が落ち着くころには、製品の見直しや幸福感、価値観の追求に一定の革新が起きるものと思われ、新たな潜在需要の芽生えに若干の期待が持てる。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話の新旧商品に明確な価格差が表れ、買い控えの客が購入する傾向にある。また、在庫が潤沢になればその分販売につながる。
		住宅販売会社（従業員）	・建築資材の供給体制も改善しており、6月以降はほぼ東日本大震災前に戻ると考えられる。リフォームの受注と新築の受注が安定するかどうかがポイントとなるが、他社との競争は厳しくなる。
変わらない		商店街（代表者）	・おしゃれをして出かける雰囲気全くない状況である。
		商店街（代表者）	・東日本大震災の影響で、商品供給は完全には復活しておらず、品ぞろえに影響が出ている。まだまだ時間がかかりそうで、先行きの見通しは厳しい。
		百貨店（営業担当）	・買物マインドは上がっているものの、依然として1点買いに終わったり、買物点数の減少などが見られる。ほかのショップにも立ち寄るといった事も減少している。客数の復活と単価の復活が伴っておらず、結果的に復調したとは言いがたい。
		百貨店（売場担当）	・必要最低限の買物はある。財布のひもが固くなっている事情もある。夏対策、暑さ対策といった必要な商品は、大変好調で前年を大きく上回っているが、逆に大きく下回る商品群もある。よく吟味して購入している姿勢が見られることや、地元中小企業の夏季賞与が減額という情報も聞かれ、先が見えない状況である。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災の影響か、必要のない商品は買わないようになってきている。
		スーパー（総務担当）	・景気全体で考えれば緩やかに回復すると思うが、今後の政府の動き次第でどう転ぶかわからない。

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
		コンビニ（店長）	・たばこの影響が非常に大きい。たばこの入荷が需要を満たしていないものの、売れている銘柄の絶対数が前年同月実績を上回るなど、購買意欲がおう盛で好調である。たばこを除くと売上は前年同月実績を下回っている。ただ、3か月前と比較すると、たばこ以外の商品でも比較的安定して売上が戻っているの、今後、上がることはないだろうが、現状の維持はできよう。
		コンビニ（店舗管理）	・東日本大震災の影響で、メーカーの商品供給体制が完全には復旧していない。また、たばこの売れ筋商品の出荷制限が継続しており、これらが足かせとなる。
		衣料品専門店（経営者）	・良くなっていくという雰囲気にはない。夏物セールが例年より早くなりそうで、収益が心配である。
		衣料品専門店（経営者）	・地元の商工会議所や商店街、各店舗などそれぞれ以前と比較して相当努力している。今は、景気が上向きになった時に備え、足元を固めておく必要がある。
		家電量販店（経営者）	・テレビの需要が大きく落ち込むが、エアコンなど節電家電への買換え、買い増しが期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・景気の停滞が先行きを暗くしている。通常であれば、店頭での引き合いが受注につながるが、今回は途中で立ち消えてしまう。
		乗用車販売店（経営者）	・商品不足の状態はまだ続くと予測される。新車の納車がスムーズになるまでは、販売の回復は望めない。
		観光型旅館（経営者）	・夏休みには個人旅行は戻ってくるように思われるが、団体旅行の問い合わせや発生がなく、個人が動きにくい期間は今後とも苦戦する。
		観光型旅館（スタッフ）	・この先5か月の予約は7月のみ前年を上回っているが、その他の月は前年の72～86%とまだ東日本大震災の影響が出ている。今月に入ってから個人の予約は戻ってきたが、団体の予約にまだ回復の兆しが出ていない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の見通しも改善の兆しが見込めないこと、それに伴うレストランの見込みも低迷していることなど、前年割れがまだ続きそうである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・福島第一原子力発電所の収束次第であるが、予約も今一步である。
		タクシー運転手	・この先の明るい話が聞かれない。特に夜の繁華街は週末でも静かで閑散としており、今後もこの状態が続く。
		タクシー運転手	・住宅ローンを抱えている人が多いためか、全体的にぜいたくはしない節約志向が見られる。
		通信会社（社員）	・自粛ムードも解除されつつあるため、特に景気が悪くなるという不安材料はあまりない。
		通信会社（営業担当）	・例年に比べると携帯電話の販売量・契約数ともに伸びが芳しくない。東日本大震災も原因の一つと考えられるが不要な出費を控える傾向がある。
		美容室（経営者）	・今必要な物だけを購入するという客の意識は当分の間変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅取得見込み客の様子から推測すると現状が続くものと感じている。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅資材の供給は整っていることをユーザーに伝えている。また、資材の値上がりや、金利の上昇圧力が出ているがユーザーに伝わるにはまだ時間がかかりそうである。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・大型量販店、百貨店を中心にセールで売上実績を上げているが、専門店でも6月には7月のセールの前倒しが始まると予想される。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・東日本大震災の影響、政権の不安定さもあり、企業も購入を渋るようになってきている。通常6～8月は売上が上がらない時期であり、拍車をかけて売上は悪くなりそうである。
		百貨店（営業担当）	・夏のファッショントレンドの動きが全体の売上の3～4割を占めるが、先行きが見えない。客は、不要不急のものは買わず、ぜいたく品、トレンド品といった商品に対しては財布のひもが固い。夏に向けての節約、節電ムードが高まるなかで、ハレの部分の消費は少なくなり、イェナカ的な商品については期待が持てそうである。
		スーパー（店長）	・食料品の需要だけは安定傾向にある。電力不足不安の影響で、節電対応型商品の品ぞろえを強化しているが需要に限界がある。

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
		高級レストラン（スタッフ）	・東日本大震災による顕著な自粛は、芸妓などをいれた賑やかな宴席や会合が対象である。また、欧米からの集客はこの数年伸びていたが、3～8月の6か月間で1件のみの受注しかなく、前年は50件ほどあったので激減している。
		一般レストラン（スタッフ）	・品薄だった商品・包材関係も手に入るようになった。消費者の買い控え・節約の影響で、需要と供給のバランスからか、一度高くなったガソリンの価格なども元に戻っている。しかし、当地において、国内外ともに観光客の減少は避けられない。
		通信会社（役員）	・大手通信事業者との競合が営業エリアの各所で続いている。防戦に努めているが、中期的には厳しい局面も予想される。
		その他レジャー施設（職員）	・ガソリン、軽油、A重油などの燃料が高止まりしており、収益的な影響が出てくる。
		住宅販売会社（従業員）	・受注単価の引下げ要請が強い。一方、資材価格も高騰しており、以前の価格に戻ることが難しいと考えられ、収支は悪化傾向にある。
		住宅販売会社（従業員）	・今後自粛の動きが長引いたり、資材の高騰も考えられるため、厳しい状況になっていく。
	悪くなる	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・個人、企業ともに不要不急の消費を抑える傾向が続き、夏以降もさらに厳しくなる。
		スナック（経営者）	・客の大勢を占める経営者層の先行き不透明感や東日本大震災の影響を耳にすると、ここしばらくは悪い状況になっていくのではないかと感じている。
		テーマパーク（職員）	・6～7月の中心顧客は団体客であり、一般団体、企業団体、海外からの観光客の予約状況は前年より大きくマイナスとなっており、厳しい営業状況が続くと予想される。なお、夏にかけては個人の動きが戻る期待感があるものの、高速道路料金引下げ制度の廃止などがどのように影響してくるかわからない。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		一般機械器具製造業（総務担当）	・東日本大震災後の復興需要が今後出てくると思われ、景気は回復してくる。
		不動産業（経営者）	・法人からも個人からも不動産取引について、問い合わせが増加しており、良くなる方向にある。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・一部の商品単価が上がり受注量も増えているが、原材料価格上昇の動きや、主力が廉価版の商材であることに変わりはなく、現状以上の回復感は期待ができない。
		繊維工業（経営者）	・実用衣料関係には購買意欲があるが、それ以外の製品については勢いがなく生産が慎重である。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・住宅市場の不透明感には変化がない。産業資材分野においても3か月後、6か月後の受注を予想しにくい状況である。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合は現状と変化がない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・東日本大震災の影響、電力問題による自動車産業などの停滞が当面続く。
		精密機械器具製造業（経営者）	・各メーカーとも厳しい状況が続くことには変わりないと思われ、工夫しながら対応しているが、低価格品以外についてはさらに販売量も制限される。
		輸送業（配車担当）	・今後、東日本大震災からの復興が急速にできるわけではなく、また、しばらく消費者の購買意欲が上がらないため、物流の動きは悪くなる。さらに、燃料価格も高止まっており、運送会社としてコスト上昇が懸念され、良くなるとは感じられない。
		金融業（融資担当）	・東日本大震災以降の諸手当の平準化が一巡するまでは現状が続くと思われる。ただ、一部には最悪期からは脱出したとの声も聞かれる。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・4～5月のような横ばい傾向で推移していくと思われるが、7～8月ごろに新規店舗が出店するので少し変化が出るかもしれない。
		司法書士	・個人住宅以外については不動産の動きが少ない。抵当権設定は、担保替えや評価替えによるものばかりである。
	やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・自動車関連については戻りが期待できるものの、国内消費の低迷、さらには原燃料の値上がりもあり、先行き不透明感が増している。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・自動車製造業界の動向が、電子部品業界にも影響を与えている。自動車業界の生産が落ちると国内の景気が悪化、購買意欲が落ち込み、様々な分野で生産が低下する。

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
		通信業（営業担当）	・東日本大震災の影響で情報通信機器の入荷が前月から停止している。今年中の供給の見通しも立っておらず、相当の影響が予想される。
		税理士（所長）	・このままの状態であれば、当面景気が下振れすることはない。仮に総選挙や復興財源に消費税を使うとなれば、マイナス傾向に拍車が掛かる心配がある。
	悪くなる	建設業（経営者）	・統一地方選挙が終わったが、一向に公共工事の発注が進んでいない。このままでは、秋口まで発注されないのではないかと悲観的観測も、あながち大げさとは言えない状況である。
	建設業（総務担当）	・東日本大震災の影響による節電や建設価格の上昇から、設備投資の抑制や先送りが見られる。工事量の減少による受注価格競争がし烈で、依然として厳しい状況が続くと予想される。	
雇用 関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	—	—
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・しばらく現状に変化はなさそうで、人材の動きも乏しそうである。
		人材派遣会社（社員）	・一部の製造業を除き、全体としては増加傾向が見られない。特にIT関連は厳しい状況が続いている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・正社員を募集する企業数が増加しない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は減少傾向となり先行きに明るさが見られるが、東日本大震災の影響による企業倒産もあり、不安材料がある。
		民間職業紹介機関（経営者）	・一部の工作機械メーカーで受注増、生産復活の動きが見られるが、全体としてはまだまだ低調である。
	学校〔大学〕（就職担当）	・今後の採用状況は、引き続き厳しい予想をしている。	
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・休業等計画届受理件数は横ばい状態が続いているが、新規受理件数は前月と比較して増加している。	
悪くなる	○	○	

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（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	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・日本全体が東日本大震災の復興に向けて動き出し、京都でも観光客の動きが増えるほか、様々な消費もこれから回復に向かうため、先行きはやや良くなる。
		商店街（代表者）	・3、4月の節約によるストレスが初夏に向けて発散されるため、先行きはやや良くなる。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・客が買い控えや自粛ムードから徐々に解放されるため、先行きはやや良くなる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・売上が前年並みにまで回復しつつあるため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・周囲の環境が落ち着いてきて、消費マインドも上向いてくれば、状況も改善に向かう。
		スーパー（社員）	・近畿では東日本大震災による影響があまり大きくなかったため、前年後半からの食品を中心とした堅調な動きが続いている。さらに、大型商業施設の相次ぐオープンで客の購買意欲が刺激されているため、先行きはやや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・国産たばこの欠品が解消すれば、自然と来客数は元の水準に戻ってくる。近隣オフィスの空室率は高い状況が続いているが、オフィス側が賃料を下げる傾向にあるため、新たに入居する企業が増え、来客数の増加にもつながる。
		コンビニ（店長）	・具体的な増税案が出てくれば、消費の落ち込みにつながる不安はあるが、8月以降にたばこの入荷が回復すれば、全体として良くなっていく。
		家電量販店（経営者）	・アナログ放送の終了に伴い、地上デジタル放送対応テレビなどの需要が一時的に増える。また、節電ムードが省エネ製品の購入に結びつけば、景気は上向く。
家電量販店（店員）	・夏季賞与による大型商品の購入が増えれば、景気も良くなる。		
乗用車販売店（経営者）	・米国や中国の景気が少しずつ回復しているほか、国内でも部品の生産が徐々に回復している。今後は東日本大震災の復興需要も出てくるため、少なくとも今よりは悪くならない。		

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
		乗用車販売店（営業担当）	・東日本大震災の直後は、自動車の生産は年末までに復旧するといわれていたが、かなり前倒しとなっている。夏にはほぼ正常な操業が可能となるため、今後はやや良くなる。
		自動車備品販売店（営業担当）	・メーカーの生産量が通常のペースに戻ってくるため、先行きはやや良くなる。
		観光型旅館（団体役員）	・通常の消費を行うことで、経済を活性化させようという動きが全国的にみられるため、数か月先には少しずつ回復してくる。
		都市型ホテル（総務担当）	・東日本大震災で被災した企業の回復が進んでいるほか、関西の夏季賞与は前年比で増える見通しとなっている。震災による景気の悪化は続いているが、最悪の状態は脱した感があるため、先行きはやや良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・少ないながらも東北への旅行に予約が入り始めているなど、自粛ムードが徐々に払しょくされているため、春に延期となっていた旅行需要も戻ってくる。
		通信会社（経営者）	・今年の夏商戦は各社のスマートフォンが出そろうため、市場はある程度盛り上がる。
		通信会社（店長）	・新製品の発売前で販売が低調であったほか、東日本大震災による商品不足もあったが、入荷数は徐々に増えつつあるため、先行きはやや良くなる。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・海外からの団体客が戻ってくれば、集客の増加が期待できるほか、旅行やレジャーも省エネモードになることで、都市近郊の観光地にはプラスの影響も出てくる。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅ローンの審査は厳しくなってきたが、客からの引き合いが少しずつ増えているため、先行きはやや良くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・需要が増えつつあるなか、新築の売却物件が減少傾向にあるため、相場の安定感が増している。この状態が続けば、分譲などの計画が立てやすくなり、販売の促進にもつながる。
住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の後、マンション販売の広告などを自粛していたが、各社が積極的な広告活動を再開し始めたため、徐々に消費者が動き始める。		
変わらない		一般小売店〔時計〕（経営者）	・東日本大震災の復興の遅れや、原子力発電所の問題など、まだまだ落ち着く心配がない。客は華やかな大型商業施設に出向くことはあっても、地域密着の路面店で買物をする気持ちの余裕はまだないため、今後も厳しい状況が続く。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・前年の値上げ以来、たばこの1回当たりの購入量が減っているほか、禁煙傾向も続いているため、現在の売上が精一杯である。
		一般小売店〔花〕（店員）	・客に購買意欲が感じられないなど、東日本大震災による影響は続いている。明るいニュースもないため、消費者の節約志向は今後も続く。
		百貨店（売場主任）	・今後もクールビズや節電関連商材は好調な動きとなるが、企業、個人共に節約志向が強まるため、消費マインドの上昇にはつながらない。
		百貨店（売場主任）	・クリアランスセールの特集になれば、一定の爆発力は期待できるが、長続きしないため、前年の売上に届くかどうかは分からない。一方、夏の節電対策が、大型商業施設での来客数や滞留時間に影響を与えることは避けられない。
		百貨店（売場主任）	・今後は、気温条件や商品確保の状況次第である。暑くなると季節商材の動きが良くなれば、全体的な売上も伸びるが、そのためには売れ筋商品を多くそろえる必要がある。いずれにしても、気温や経済環境といった外的要因に頼らざるを得ないため、大きな改善は難しい。
		百貨店（売場主任）	・3月の売上不振の影響で、衣料品は在庫過多に陥っている。夏物衣料の生産にもアクセルを踏めない取引先が多く、夏物商戦の商品確保が難しくなるため、売上は今後も厳しい状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・今月中旬からお中元商戦が始まったが、売上は前年比80%と出足が鈍いため、先行きの見通しは厳しい。
		百貨店（営業担当）	・優良顧客の買上は高額品を中心に今後も増えるが、競合店との競争の激化や、海外からの観光客の減少などで、店頭売上は今後更に厳しくなる。
		百貨店（外商担当）	・東日本大震災への影響が今後も続くため、高額品の売行き不振が続く。
百貨店（店長）	・日々の売上に安定感がなく、客の購買意欲が感じられないため、先行きの見通しは厳しい。		

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
		百貨店（販促担当）	・節電や暑さ対策に関する報道が目立つため、クールビズをはじめとする商品は例年よりも動き出しが早い。ただし、客の購買意欲はまだ低調で、高額品といった不要不急の商品に対する需要は少ないため、好不調の入り混じる状態が今後も続く。
		百貨店（売場担当）	・今年は残暑が長引く予想があるため、秋冬物の動きは前年と同じく11月から本格化するほか、高速道路料金の見直しなどで広域からの来客が減少する。その一方、節電を目的としたエアコンの買い替えや、アナログ放送終了によるテレビの購入など、生活家電の需要は増えるため、全体としては大きく変わらない。
		百貨店（婦人服）	・大型商業施設の開業や改装の動きが出そろう、地域間や店舗間の競争が激しくなっているため、今後も一進一退の状況が続く。
		スーパー（経営者）	・今月もゴールデンウィーク明けは悪化がみられるほか、来月からは食品メーカーによる値上げが始まる。客の動きが悪い上に値上げが加われば、売上は頭打ちとなる。
		スーパー（経営者）	・節電が全国的な課題になっているため、消費全体でも節約傾向が進む。
		スーパー（店長）	・今後も、必要な商品以外は売れない傾向が続く。
		スーパー（店長）	・来客数が維持できても、買い回りで客単価が低下する動きは続くため、売上が回復するまでには時間が掛かる。また、今後は長野以北で取れた農産物が増える季節になるが、状況がよく分からないため、先行きの見通しが立たない。
		スーパー（店長）	・食料品では、たばこ・水・ラーメン・ヨーグルトなどの入荷が徐々に回復し、品ぞろえが充実し始めているほか、省エネ対策でLED電球・扇風機・省エネエアコンなどの売行きも伸びつつあるが、前年のエコポイント制度による伸びには届かない。
		スーパー（店長）	・当地域の人口は若干増えているが、オーバーストアの状態にあるため、すぐに来客数が伸びることはない。
		スーパー（店長）	・今年は節電を意識したライフスタイルが定着する。前年のエコポイント制度の反動もあり、販売の中心はエアコンから扇風機・すだれ・シェードといった商品にシフトするなど、例年とは消費者の意識が違うことを認識する必要がある。
		スーパー（企画担当）	・競合相手が出店する情報はないが、景気対策への期待も持てないため、今後も経営環境は大きく変わらない。
		スーパー（経理担当）	・節電意識の広がりや、エアコンなどを使わずに涼しさが感じられる商品が売行き好調で、新たなビジネスチャンスとなりつつある。ただし、売れる商品は限られるため、昨夏の猛暑特需を上回るまでには至らない。
		スーパー（広報担当）	・品不足は徐々に緩和するが、消費マインドが回復するまでには至らない。また、国際的な資源、原材料価格の高騰が、仕入価格の上昇につながるため、先行きの見通しは厳しい。
		スーパー（販売担当）	・客の買上点数は前年並みであるが、他店との競争で価格が低下しており、買上金額が前年を下回っているため、先行きの見通しは厳しい。
		スーパー（企画）	・商品の供給状況も徐々に回復しているため、消費者の不安がなくなれば、以前の状態に戻ってくる。ただし、子ども手当の支給減や消費税率の引上げ懸念といった不安要素が多いため、景気が回復するまでには至らない。
		乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災の影響で新車の納期が分らないため、中古車の人気が上がっており、良い中古車については仕入れが難しくなっている。新車の供給が回復すれば問題はないが、回復には時間が掛かるため、しばらくは仕入れに苦労する。
		乗用車販売店（販売担当）	・原子力発電所の問題がまだ続いているため、先行きに不透明感がある。
		乗用車販売店（営業企画）	・需要の中心が軽自動車から普通車へ変わってきているなど、中古車へのおう盛な需要は今後も続く。
		住関連専門店（店長）	・東日本大震災からの復興には長い時間が掛かるため、生活必需品ではない高級家具は、購買の優先順位が低くなる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・救援物資の購入もほぼ一段落し、落ち着いてきた感がある。生活必需品は動いているが、低価格品の購入が目立つため、今後も厳しい状況となる。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・夏に向けて、クールビズや節電ビズ関連の需要も出てくるが、全体的な状況は変わらない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・今後も買い控えが続くため、見通しは厳しい。

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
		高級レストラン（支配人）	・東日本大震災の影響で落ち込んだ観光客も徐々に戻りつつあるが、外国人観光客やビジネス客は3か月前の50%にも満たないため、まだまだ見通しは厳しい。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・企業収益の改善が報じられているが、消費動向に波及している感はないため、今後も厳しい状況となる。
		その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・東日本大震災や原子力発電所の事故による自粛ムードで、人通りが非常に少なくなっている。企業でも経費が使えなくなっているなど、良くなる要素が見当たらない。
		観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災直後の団体客によるキャンセルの影響が、7月ごろまで続くため、しばらくは厳しい状況が続く。
		観光型ホテル（経営者）	・原子力発電所や放射性物質の問題が根本的に解決されていないため、よほどのことがない限り、景気が上向くことはない。
		観光型ホテル（経営者）	・消費の自粛ムードが弱まって心理的にも前向きになっているため、予想どおりに暑くなれば、6月からの生ビールフェアにも期待できる。また、花火大会などは例年どおり行われるため、多少は売上が落ちても現在の水準は維持できる。
		観光型旅館（経営者）	・東日本大震災の直後に比べると、物資の流通も徐々に安定し、ガソリン価格も下がってきているため、今後も概ね今の状況が続く。
		都市型ホテル（支配人）	・2～3か月は東日本大震災に関する需要で良くなる可能性はあるが、その先は現状維持の状態が当分続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災による影響で、今後の予約率は例年の水準を下回っている。3～5月は歓送迎会を中止する企業が多かったように、来月以降の予約も定例で開催される物が大半となっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年比で大幅なマイナスは続いているが、東日本大震災の影響が一巡し、更に悪くなる要素はなくなった。ただし、法人需要は安定しつつあるが、個人需要は消費税率の引上げ予想もあり、客単価の低下や利用回数の減少がみられるため、全体としては厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門は、夏休みにかけて西日本への観光客が増えるが、外国人観光客の減少をカバーするまでには至らない。宴会部門は、株主総会後の企業の動きが鍵となるが、多くの企業の業績悪化が報じられているため、大きく増加することはない。
		都市型ホテル（客室担当）	・修学旅行の行き先変更などの一時的なプラスでは、売上をカバーし切れない。外国人観光客がいまだに戻らないため、今後も国内観光客の奪い合いによる客室単価の低下が続く。
		旅行代理店（従業員）	・今後電力不足に陥ることは間違いないほか、経済復興の指針も明確になっていないなど、明るい材料が全くない。
		旅行代理店（広報担当）	・夏休みの旅行の間際予約が入る期待もあるが、客の様子からはその兆しが無い。客との会話でも、福島が落ち着くまでは旅行を控えるといった声が多いため、今後も厳しい状況となる。
		タクシー運転手	・今年1年は業界にも厳しい風が吹くため、回復は来年以降となる。
		タクシー運転手	・大きなイベントや雨といった事情がない限り、乗客がみつからないため、今後も本当に厳しい状況が続く。
		タクシー運転手	・節電や節約という言葉をよく聞くが、タクシー代も節約の対象となるため、今後は利用を控える人が増える。
		タクシー会社（経営者）	・東日本大震災による影響もかなり落ち着き、今後は回復に向かうが、街のにぎわいが戻るまでにはしばらく時間が掛かる。また、企業、個人共に節約ムードが続くため、タクシー代はまず最初に節約される。
		観光名所（経理担当）	・前月と同様に放映中の大河ドラマの影響が大きく、ゴールデンウィークの来客数、売上は、前年比35～40%増と大幅に伸びている。例年と違って、平日の来客数もかなり多く、5月としては過去最高の売上となる見込みであるが、あくまでも特殊要因によるものであり、一時的な好調にとどまる。
		観光名所（経理担当）	・これから夏に向けて集客イベントを計画しているが、海外を含む団体客の大きな落ち込みは、今後もまだまだ続く。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・6、8月にはプロ野球の試合があるほか、今年は人気アイドルグループのコンサートもあるため、来場者数が増える。
		美容室（店員）	・基本的に明るい材料が少なく、客のヘアスタイルやファッションに対する興味も薄れているため、先行きの見通しは厳しい。

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
		<p>その他サービス [マッサージ] (スタッフ)</p> <p>その他サービス [生命保険] (営業担当)</p> <p>その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)</p> <p>住宅販売会社 (経営者)</p> <p>住宅販売会社 (総務担当)</p> <p>その他住宅 [情報誌] (編集者)</p>	<p>・オイルマッサージは服を脱ぐため、暖かくなると乗客数が増えるが、今年は昼間の来客がほとんどないため、今後も厳しい状況となる。</p> <p>・東日本大震災の影響もあり、依然として景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は伸びない。</p> <p>・建材関係の不足で新店舗のオープンが延期となるといった影響も出ており、余分なコストも発生しているため、今後も厳しい状況となる。</p> <p>・全体的な先行きに対する安心感がなければ、不動産関連の市況は上向かない。</p> <p>・住宅、不動産共に、様子見の状態が続く。</p> <p>・市場は少しこう着状況に陥っている。東日本大震災や原子力発電所問題への対応が迷走したままでは、消費は上向かない。</p>
	やや悪くなる	<p>商店街 (代表者)</p> <p>一般小売店 [衣服] (経営者)</p> <p>一般小売店 [花] (経営者)</p> <p>一般小売店 [精肉] (管理担当)</p> <p>一般小売店 [花] (店長)</p> <p>一般小売店 [菓子] (営業担当)</p> <p>百貨店 (企画担当)</p> <p>百貨店 (企画担当)</p> <p>百貨店 (サービス担当)</p> <p>スーパー (経営者)</p> <p>スーパー (管理担当)</p> <p>コンビニ (経営者)</p> <p>コンビニ (広告担当)</p> <p>コンビニ (店員)</p> <p>衣料品専門店 (経営者)</p> <p>衣料品専門店 (営業・販売担当)</p> <p>乗用車販売店 (経営者)</p> <p>乗用車販売店 (経営者)</p> <p>乗用車販売店 (営業担当)</p> <p>その他専門店 [食品] (経営者)</p> <p>一般レストラン (スタッフ)</p>	<p>・相次ぐ新規オープンや改装でオーバーストアとなっているため、今後は悪影響が出てくる。</p> <p>・ブランド衣料は以前の半額まで値下がりしたが、まだ低下傾向が続いているなど、先行きの見通しは厳しい。特に、輸入ブランド品の値下がりが多い。</p> <p>・社会全体に節約の動きが広がるため、生活必需品以外は売上が伸びない。</p> <p>・間もなくお中元商戦が始まるが、東日本大震災の影響が当然出てくる。価格競争が続く一方、原料価格の上昇も進むなど、収益が圧迫された状態で客を奪い合う必要があるため、先行きの見通しは厳しい。</p> <p>・政治不安や老後の不安、先行き不透明感などで、消費者はますます不安になるため、見通しは厳しい。</p> <p>・これからお中元シーズンとなるが、不安要素が多過ぎるため、上向くことはない。</p> <p>・東日本大震災の復興機運も高まるため、市況の改善が期待されるが、原子力発電所の問題が落ち着くまでは、明るい見通しを持ってない。</p> <p>・この3か月で、大阪全体の商業施設の売場面積が大幅に増えているが、消費者の数は変わらないため、今後は競争が激しくなる。</p> <p>・新たな商業施設への来客数も落ち着いてくるため、集客面での相乗効果が小さくなる。また、今年は梅雨入りが早く、東日本大震災による農作物への影響も出てくるため、消費の鈍化につながる。</p> <p>・原油価格の高騰に伴うバイオ燃料ブームの再燃により、とうもろこしなどの穀物類の相場高騰を招いているほか、小麦や油脂類といった加工食品類の値上げも進むため、更なる消費の減少につながる。</p> <p>・東日本大震災の復興に向けた見通しが立たないなか、風評被害で農水産物の買い控えが多くみられるなど、明るい材料が見当たらない。</p> <p>・市場は飽和状態にあるにもかかわらず、各チェーンの出店がスピードアップしているため、売上の減少につながる。</p> <p>・小麦関連や青果品などの値上げの影響が本格的に出てくるほか、東日本大震災の復興に伴う増税策などで、消費の縮小傾向が強まる。</p> <p>・7月からの光熱費の大幅値上げに伴い、ますます財布のひもが固くなる。</p> <p>・景気回復に関する報道が出るまでは、婦人服を買い控える傾向がますます強くなる。</p> <p>・これから更に暑くなると、企業によるクールビズの導入も進むため、スーツやネクタイが売れなくなる。</p> <p>・東日本大震災の影響で消費者心理が極端に冷え込んでいるため、先行きの見通しは厳しい。</p> <p>・良くなる要因が見当たらないほか、放射性物質のニュースも非常に多く、先行きの見通しが立たない。</p> <p>・1品単価が低下するなど、価格競争がますます激しくなってきた感があるため、先行きの見通しは厳しい。</p> <p>・東日本大震災の影響がどう出るかに左右されるが、全体としては悪化する方向に向かう。</p> <p>・消費者の生活防衛が高まりつつあるほか、節電や物価上昇の問題もあるため、今後は徐々に悪化傾向が進む。</p>

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
		一般レストラン（スタッフ）	・原子力発電所の問題で、関西でも節電が避けられない事態となれば、消費の自粛ムードが更に強まり、経済活動も停滞する。
		一般レストラン（経理担当）	・電力不足による生産活動の停滞や風評被害の拡大、食材価格の上昇などが懸念材料となり、消費マインドは更に冷え込む。
		一般レストラン（店員）	・例年はこれから良くなるが、近隣に競合店が出店予定のため、今後は更に厳しい状況となる。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・東日本大震災の影響で買い控えの動きが広がり、注文の減少につながっているため、見通しは厳しい。
		観光型旅館（経営者）	・東日本大震災によって、海から受ける癒しの感覚が薄くなり、海辺の観光地の苦戦が続いている。マスコミでも東北の観光地特集が組まれることが多く、西日本の観光地があまり紹介されないため、先行きの見通しは厳しい。
		通信会社（経営者）	・東日本大震災による中小企業への影響はまだ大きくするため、先行きの見通しは厳しい。
		通信会社（社員）	・電気料金の値上げや消費税率の引上げなど、家計を取り巻く環境が悪化する可能性があるため、景気が好転することはない。
		通信会社（企画担当）	・夏場の電力不足による影響が懸念されるなど、先行きの見通しは厳しい。
		通信会社（企画担当）	・夏には電力不足に直面するため、先行きの見通しは厳しい。
		テーマパーク（職員）	・消費の回復は生活必需品が最初で、レジャーや余暇関連に回るのはその後である。東日本大震災以後、イベントの開催や旅行に対する自粛ムードは続いており、解消されるまでには時間が掛かる。
		競輪場（職員）	・例年の傾向をみると今後はやや良くなるが、東日本大震災の影響や、小麦や燃料価格の上昇、夏場の電力不足の懸念、政局不安、先行きの不透明さなどから、楽観視はできない。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・前年もこの時期は売上が減少したほか、今年は社会全体で節約志向が強まるため、先行きはやや悪くなる。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・今後も東日本大震災による大きな影響を受けるほか、金融機関の融資姿勢も更に厳しくなる。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅版エコポイント制度が7月末までの着工分で終了となる。今から住宅展示場に来場しても着工が間に合わないため、新築需要の喚起策としての効果はほとんどなくなる。
悪くなる		商店街（代表者）	・原子力発電所の問題が終息するまでは風評被害が続く。それに伴って消費も落ち込む。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・商品不足が続いているほか、小麦などの原材料価格の高騰で値上げの要請が増えつつあるため、先行きの見通しは厳しい。
		衣料品専門店（経営者）	・低価格指向の反動で、今後は品質に対する要求が極端に高まる感がある。また、全国的な電力不足の影響で、省エネ製品への買い替えなどが増える一方、衣料品の需要が低下する。
		衣料品専門店（販売担当）	・賃金は上がらないのに、電気代の値上げや消費税率の引上げの話が進んでいるため、先行きは厳しくなる。
		乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災の影響で自動車の部品が不足しており、販売したくても新車がない状態である。車検や一般修理の申込も減っており、先行きの見通しは厳しい。
		一般レストラン（経営者）	・客の会話でも、景気は今後更に悪くなるという内容が多いため、先行きの見通しは厳しい。
企業動向関連	良くなる	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・供給の止まっていた製品が動き出すほか、東北方面の需要が増えてくる。
	やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・取引先の売上は、3、4月は前年比で80%程度であったが、徐々に伸びてきている。当社も4月の売上減を取り戻すべく、6月は特売商品を売っていく予定のため、先行きはやや良くなる。
		木材木製品製造業（経営者）	・準備を進めている新規事業については、徐々に事業として形になりつつあるため、売上、利益共に増加する。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・材料の調達が正常に戻りつつあるため、先行きはやや良くなる。
		金属製品製造業（営業担当）	・自動車関係を中心に、少しずつ生産が回復すると聞いているため、先行きはやや良くなる。

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
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・受注量が若干増えているため、先行きはやや良くなる。
		電気機械器具製造業 (宣伝担当)	・東日本大震災からの復興に向けた動きが本格化し、それに伴って市況も更に回復する。
		電気機械器具製造業 (企画担当)	・取引先の新製品によって市場が拡大するため、受注量の増加につながる。
		建設業 (経営者)	・東日本大震災による影響ではないが、受注は安定的に増えているため、先行きの見通しは明るい。
		輸送業 (営業担当)	・送り主が個人で、受取人も個人という荷物や、通販関係の荷物が増えており、前年よりも荷物量が伸びているため、今後はやや良くなる。
		金融業 (営業担当)	・東日本大震災の復興事業が進み始めることで、取引先の間でも関連工事の受注が出始める。
		広告代理店 (営業担当)	・大型商業施設の開業ブームが落ち着けば、今よりも良くなる。
		広告代理店 (営業担当)	・テレビのスポットコマーシャルなどには、6月以降に復活する兆しがみられる。
		コピーサービス業 (従業員)	・大阪では大型商業施設の開業が相次いでおり、他府県からの客の流入も増えているため、少なくとも当面は良い効果が生まれる。
		変わらない	
家具及び木材木製品製造業 (営業担当)	・受注量に変化はみられないため、今後も現在の状況が続く。		
化学工業 (企画担当)	・食品関連では、東日本大震災で操業停止となっていた競合相手の回復により、受注に悪影響が出る。ただし、復興に伴って建材の需要が増すため、全体としてはプラスマイナスゼロの状態となる。		
金属製品製造業 (管理担当)	・空調や土木関連は今後も厳しい状況が続く一方、原子力発電所の事故による影響で、太陽光パネル関連の引き合いは今後も増える。		
一般機械器具製造業 (経営者)	・当社を取り巻く環境は更に良くなる感もあるが、景気全体が悪化するため、結果として今の状態が続くことになる。		
電気機械器具製造業 (経営者)	・国内市場は悪化に向かう一方、海外市場では自助努力による拡大が見込まれるため、今後3か月は一進一退の状況となる。		
建設業 (経営者)	・東日本大震災の復興事業による影響で、建設資材や工賃が高騰する。		
輸送業 (営業所長)	・新規案件も乏しいため、先行きの見通しは不透明である。		
広告代理店 (営業担当)	・今月は売上の勢いが鈍化しているが、先行きに関する新たな材料も見当たらないため、予測が困難である。		
経営コンサルタント	・東日本大震災による顧客企業への悪影響などで、今後は現状維持か、やや悪化傾向が進む。		
その他非製造業 [衣服卸] (経営者)		・関東での節電によって雰囲気悪化につながるほか、浴衣や水着といった季節商材が販売不振となる懸念もある。ただし、当面は東北での需要が盛であるほか、消費全体としては堅調に推移する。	
		その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	・東日本大震災の影響で、仕入商品の入荷が遅れているほか、販売先の状況も不安定であるため、今後も厳しい状況が続く。
やや悪くなる		食料品製造業 (経理担当)	・東日本大震災による企業の被災状況が判明しつつあり、支払延期といったマイナスの動きも増えているため、先行きの見通しは厳しい。
		繊維工業 (総務担当)	・地元の問屋でも在庫が死蔵状態になるなど、厳しい状況に陥っている。催事での売行きも価格に左右され、注文量が減っているため、先行きはやや悪くなる。
		化学工業 (経営者)	・問い合わせや引き合いが減っており、営業担当の帰社時間も早まっているため、先行きの見通しは厳しい。
		化学工業 (管理担当)	・原子力発電所の事故による風評被害や、夏場の節電による生産の減少、円高傾向による輸出の不振など、先行きには明るい材料がない。
		プラスチック製品製造業 (経営者)	・電力不足による生産制限の影響が出てくる。全体の生産量が少なくなるため、景気は当然悪化する。
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	・今までは売上なども良い数字が出ていたが、いよいよ東日本大震災や原子力発電所の事故による影響が出てくる。

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
		電気機械器具製造業 (企画担当)	・東日本大震災による直接的な影響はないが、夏場に向けた関東圏での節電対応や、電子部品工場の復旧の遅れにより、今後は製品の供給面に影響が出てくる。
		その他製造業 [履物] (団体職員)	・夏場の電力不足の問題もあるため、先行きの見通しが立たない。
		建設業 (経営者)	・税制や物価動向が不確定要素となっているほか、東日本大震災の影響で大阪府からの補助金にも支障が出ているため、先行きの見通しは厳しい。
		司法書士	・ゴールデンウィーク明けも相変わらず事件数が少ないなど、良くなる要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・東日本大震災の影響が一段落してきた感はある。ただし、中小企業の取引先に限れば、すべての業種で事業拡大に慎重な姿勢がみられるなど、先行きの見通しは厳しい。
	悪くなる	繊維工業 (団体職員)	・綿糸価格の上昇分を製品価格に転嫁しきれないほか、今後も受注量の減少が続く。
		繊維工業 (総務担当)	・消費者が先行きに希望を持っていない状況が続くため、靴下などの購入を減らす傾向は今後も変わらず、他の商品の購入が優先される。
		一般機械器具製造業 (設計担当)	・節電によって生産効率が低下するため、先行きの見通しは厳しい。
		不動産業 (営業担当)	・原子力発電所の問題はまだ終息する気配がなく、消費マインドが上向く兆しもないため、マンションの買い控えはまだ続く。
		新聞販売店 [広告] (店主)	・購読数に変化はないが、広告収入が落ち込んでいるほか、節電や節約傾向も強まっているなど、先行きの見通しは厳しい。
		その他サービス [自動車修理] (経営者)	・東日本大震災による部品調達などへの影響は続くため、回復するまでには更に時間が掛かる。
		—	—
	雇用 関連	良くなる やや良くなる	人材派遣会社 (支店長)
職業安定所 (職員)			・宿泊業、飲食・サービス業の求人数が増加に転じるなど、新規求人全体は14か月連続の増加となっているため、先行きの見通しも明るい。
職業安定所 (職員)			・新規求職者数が前年比で減少しているなど、先行きはやや良くなる。
変わらない		人材派遣会社 (経営者)	・東日本大震災の影響が関西の電力会社や金融機関の求人にも出てくる。一方、登録者は余っている状態で、登録を募れば外国人がすぐに集まる。外国人の登録者も職がなくて困っている状況であり、今後も厳しい状況となる。
		人材派遣会社 (支店長)	・しばらくは今の停滞した状況が続く。
		人材派遣会社 (役員)	・東日本大震災からの復興で大きな役割を担う関西は、おう盛な復興需要への積極的な対応が求められるが、政策の遅れや派遣規制の影響で十分にその役割を果たすことはできない。
		職業安定所 (職員)	・増加傾向にあった求人数が減り始めている。運輸・郵便業を除く大半の業種で、求人減となっているため、先行きの見通しは厳しい。
		民間職業紹介機関 (職員)	・被災地での建設関係の求人増が、日雇求人の増加につながる期待感がある一方、地元の近畿では工事の減少が続くという声も聞かれる。
		民間職業紹介機関 (支社長)	・東日本大震災の影響のほか、世界経済の動向も不透明であるため、しばらくは様子を見なければ分からない。
		学校 [大学] (就職担当)	・東日本大震災からの具体的な復旧状況が分からない段階では、求人の増加にはつながりにくいため、回復にはもう少し時間が掛かる。
やや悪くなる		新聞社 [求人広告] (営業担当)	・企業活動が活発にならなければ、採用が増えることはない。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・関西の地元企業にはまだまだ回復の兆しがない。秋口まで回復が遅れるといった見方が多いなど、先行きの見通しは厳しい。
		職業安定所 (職員)	・東日本大震災を原因とした大規模な解雇や企業整理といった情報は寄せられていないが、仕入先や納入先の被災で事業に支障が出始めており、求人を手控える企業が増えている。来春の新卒者や今春の既卒者向けの就職面接会を企画しているが、先行き不安感から参加をためらう企業が多いなど、今後の雇用情勢の見通しは厳しい。

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
		民間職業紹介機関（大学担当）	・企業が採用活動に慎重となっており、一部の学生に評価が偏っているため、今後も内定率は上昇しにくい。
	悪くなる	○	○

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（－：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	スーパー（店長） コンビニ（エリア担当）	・品ぞろえが良くなってきている。 ・競合店が来月閉店するため、今後は売上が増加する。
	やや良くなる	商店街（理事） スーパー（店長）	・今後は周囲の状況が良くなる見込みである。 ・東日本大震災以降の商品不足や流通の停滞も解消されており、客の購買意欲も向上していることから、これからは徐々に良くなる。
		スーパー（店長）	・震災の自粛ムードはあるものの、各メーカーや小売店も夏に向けて節電ビズ商品等の色々な仕掛けをしており、客の購買意欲は若干でも上昇しそうである。
		コンビニ（地域ブロック長）	・節電対応の反動で消費が上向く。
		乗用車販売店（副店長）	・自粛ムードから復興ムードへの変化が予想され、販売量や来客数の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（業務担当）	・東日本大震災の影響で停止していた生産工場も徐々に正常化し、底を脱した感がある。
		乗用車販売店（営業担当）	・ボーナス商戦が始まるため良くなる。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・団体の観光客の動きが回復してきている。
		一般レストラン（経営者）	・当地域は公務員の消費動向が大きな影響を及ぼす地域性がある。夏期賞与の支給が契機となり消費を底上げする効果をもたらすため、東日本大震災後の自粛ムードも薄らぎ、気温の上昇とともに外食傾向は回復してくる。
		一般レストラン（経営者）	・中国、韓国首脳の来日で東日本大震災、福島第一原子力発電所に対する安全面での懸念が払拭されれば、両国からの旅行客が増加し来客数の増加につながる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災後の宴会自粛ムードも収まりつつあるので、消費は回復してくる。
		通信会社（管理担当）	・新製品発売を控えている。
		通信会社（広報担当）	・新商品発売がある。
		通信会社（営業担当）	・携帯端末の夏モデルが5月後半から7月にかけて24機種順次発売開始予定であり、市場がスマートフォンなどの新商品でにぎわう。
	その他サービス〔介護サービス〕（管理担当）	・今後も利用者数の増加が見込まれる。	
	設計事務所（経営者）	・東日本大震災の復旧、復興需要や自粛ムード解消の期待感があるとともに、住宅エコポイント終了前の駆け込み受注がある。	
	住宅販売会社（経理担当）	・東日本大震災の影響も多少落ち着き、景気は今よりは良くなる。ただし計画停電等が実際に行われると、消費マインドが低下する。	
	変わらない	商店街（代表者）	・客の様子からは現状より良くなる様子は感じられない。
		商店街（代表者）	・今の状況下ではボーナスシーズンに入っても支給が難しい企業もあり、先行きが良くなる要素がない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・今の低調なムードが続き、決して楽観できない。
一般小売店〔酒店〕（経営者）		・先月はこれ以上悪くならないとの楽観的な見方ができたが、その後の物価上昇などの影響もあり、客の財布のひもが固まっているため、景気が回復するにはまだ時間がかかりそうである。	
一般小売店〔紙類〕（経営者）		・観光客数は変わらないが、現状同様に観光地での買い控えが継続する。	
百貨店（営業担当）		・例年6月にはクリアランス待ちで買い控えがあるが、今年7月のクリアランスは気温次第であるため予想がつかない。	
百貨店（営業担当）		・景気が改善する要素はなく、今後も良くはないがさほど悪くもない平行状態が続く。	

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
		百貨店（販売促進担当）	・中元セールではビール等の早期欠品が想定され、夏のセールでは春物の処分を含めてかなり前倒しのスタートなりそうであり、8月までのロングラン商戦を乗り切る商材確保が難しくなるため、景気回復にはもう少し時間がかかりそうである。
		百貨店（購買担当）	・3か月後はクリアランスに入るが、関東地方の商品も入荷するため、商材が充実しており売上に期待が持てる。
		百貨店（電算担当）	・空港売店の売上は旅行者減少の影響で対前年比15%の減少となっている。衣料品ではワイシャツの売上はクールビズの影響で対前年比69%の増加となっている一方で、婦人服の売上は対前年比3%の減少となっており、婦人衣料品がメインなので気になるところであるが、客は不要不急な商品は買わないという節約志向が続く。
		百貨店（営業企画担当）	・東日本大震災後の影響はまだ続き、景気後退はやむをえない。
		スーパー（店長）	・良くなる材料もなく、現在の状態が継続する。
		スーパー（経理担当）	・客の消費意識が落ち着いてきている。
		スーパー（販売担当）	・通常の購入に戻っているが、パンの値上げ等もあり今後売上が伸びる状況にはない。
		スーパー（管理担当）	・生鮮関係は伸びているが、小麦粉の値上げの影響が懸念されるので、先が分からない状況である。
		スーパー（営業システム担当）	・大手メーカーの値上げも決定し、ますます厳しくなる。ただ野菜など地元の生産者が卸す商品に関しては、放射線などの問題が大きく関与してくることはない。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・東日本大震災の影響により納品物量の制限があったが、安定供給ができるようになってきたことはプラス材料である。ただ自動車関係の木金曜日休業の影響や、日本全体の製造業の動きがまだに不明な状況であるところがマイナス材料となっている。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災の影響の心配はなくなり落ち着いてきている。景気は上向いているが、今後様々な値上げも実施され、猛暑も予想されていることから、悪い材料が多い状況となる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・東日本大震災の影響で地域によっては需要もあるが、客はいまだに必要な商品のみ購入しているため、全体としては変わらない。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・節電ムードが高まることで、関連した商品群への支出が大きくなり、他の消費財に影響しそうである。
		家電量販店（店長）	・夏商戦本番では猛暑であった昨年ほどの暑さが期待できないことから、季節商材の販売台数は昨年比では少なくなる。ただし節電の傾向から高単価商品である省エネ型製品の販売に期待が持てるとともに、蓄電池や太陽光発電などのトレンド商品の需要にも期待ができる。
		家電量販店（販売担当）	・家電エコポイントも終わり、東日本大震災の影響はまだ続く。
		乗用車販売店（店長）	・今後2～3か月は大幅な販売量の増加が見込めず、景気の状態も変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・全国的な販売量は戻りつつあるが、東日本大震災の影響は完全にはなくなっていない。
		自動車備品販売店（経営企画担当）	・タイヤの値上げ後の反動が懸念されるとともに、それを補う動きは期待できず、現状のまま推移する。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・東日本大震災の復興が進み徐々に景気が回復する。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・節約ムードが今後も継続する。
		観光型ホテル（スタッフ）	・今月は思ったよりは悪い状況ではなかったが、今後の状況は予測がつかない。
		都市型ホテル（従業員）	・関東など東日本大震災の影響が直接あった地域では復興に向けた期待感があるが、当地域ではそれが感じられない。
		旅行代理店（経営者）	・東日本大震災と福島第一原子力発電所事故が多くの問題をかかえているため、客の動きが非常に悪く、景気が良くなる要因を見出せない。
		通信会社（社員）	・サービス利用に関する新規の問い合わせが少ない。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響もあり、客の動きは鈍いまま推移する。

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
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響で例年比で異動が少なく、転入に伴う加入申込が大幅に減少している。
		通信会社（総務担当）	・販売量が横ばい状況であり、今後増加が見込めない。
		テーマパーク（業務担当）	・省エネ節約志向が外出の動機にどのように影響するか懸念される。
		テーマパーク（管理担当）	・東日本大震災の影響や風評、自粛等の要因で変化がない。
		テーマパーク（広報担当）	・団体客の動きが活発になりつつあり、その増加が期待できる一方で、高速道路料金の割引がなくなることで個人客の動きが更に鈍ることが心配である。
		ゴルフ場（営業担当）	・元の状態にもどるにはまだ時間がかかる。
		競艇場（職員）	・今後はこれまでと同様のレースが計画されており、状況は変わらない。
		美容室（経営者）	・客からは商品が売れない、景気が悪いという声を多く聞いており、景気が良くなる状況にない。
		美容室（経営者）	・今後も客の動向が不透明であり、その影響の見通しも困難である。
		設計事務所（経営者）	・先行きが不透明な現在、建築のような大きな消費は差し控えられており、福島第一原子力発電所事故が沈静化し、東北の本格的な復興が動き出すまでその傾向は変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・状況が好転する要素に欠けており、まわりでは今しばらく我慢強く耐える状況がうかがえる。
	住宅販売会社（販売担当）	・ゴールデンウィーク中の展示場イベントへの来場者数が前年比微増という結果から、今後の受注増が見込めない。	
	やや悪くなる	一般小売店〔靴〕（経営者）	・東日本大震災の影響で客は買物に対する積極性がなくなっており、自らの生活を守りたいという意識がうかがえる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・名刺、ゴム印等の注文が少なく、企業にも活発な動きがみられない。
		百貨店（売場担当）	・節電による涼感商材が上向くものの、プライダル需要の延期、外商顧客の中元を含めた買い控えにより、高額商品が苦戦する傾向にある。生産背景が減少するなかで商品の納品率が悪化することが懸念される。単価の下落傾向は止まらず、デフレ傾向にまだまだあるため、それに対応した買い方が続く。
		百貨店（売場担当）	・都心部では東日本大震災の影響から回復しつつあるが、直接関係のない地域ではポディプロ的にじわじわと更なる悪化につながっている。またそれに地域商業の地盤沈下が加わり、状態の悪さが加速度的に進行している。
		百貨店（販売担当）	・今夏が昨年と同じく猛暑であれば夏物セールが期待できるところだが、取引先の春夏物商品の在庫が昨年と比較して大幅に少ないため、セール売上の苦戦が予測される。
		スーパー（店長）	・来客数は前年並みだが、購買単価、購買点数が前年を下回っており、客の生活防衛意識が強まっている。また冬の賞与の大幅削減等の報道もあり、今後更に客の生活防衛が強まる。
		スーパー（財務担当）	・自動車メーカーの生産量削減等により、個人所得が減少し節約意識が強くなる。
コンビニ（エリア担当）		・地元の原子力発電所の状況が好転しなければ、今後半年程度は影響を受けるメーカーや工場が多くあるので全体的に良くならない。	
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。		
衣料品専門店（経営者）	・将来への不安でいまだに客の財布のひもは固い。		
衣料品専門店（販売担当）	・今後も来客数の伸びが悪い状況が続く。		
家電量販店（店長）	・アナログ放送の終了後テレビの売上が減少するが、テレビに代わる商品もなく、電気店としての視点の転換期となっている。		
家電量販店（店長）	・7月の地上デジタル放送への完全移行に向けてテレビなどの需要で売上は改善するが、消費者は家計が圧迫されており、全体の景気は冷え込む。		
乗用車販売店（統括）	・東日本大震災の影響は少なくなってくる。昨年はエコカー補助金効果で販売量が多かったが、今年はその反動が出てきて販売量の落ち込みが予想される。		
自動車備品販売店（経営者）	・タイヤ業界は値上げ前に需要の先取りをしており、今後その影響が出てくる。		

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
		高級レストラン（スタッフ）	・今後の予約の状況が昨年に比べて悪くなっている。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・東日本大震災の影響で旅行客が減少し、観光バスも少なくなっており、今後もこの状況は変わらない。また客も購買力が落ちているため先行きはあまり良くない。
		観光型ホテル（支配人）	・東日本大震災後に途絶えていた外国人ツアー客が、6～7月以降に入ってくるようになったものの、前年実績をクリアするには至っていない。夏季の節電実施が節約意識も生むのではないかと心配している。
		都市型ホテル（総支配人）	・首都圏地区からの観光客の予約が昨年に比べて弱い。旅行会社も東北地区復興支援プラン等を打ち出しており、山陰地区への送客は前年を下回る見込みである。
		タクシー運転手	・客の様子からは景気が良くなる要素が出てこない。
		美容室（経営者）	・今の社会状況では夏場に向けて消費が落ち込む。
	悪くなる	商店街（代表者）	・しばらくは現在の悪い状況が続く。
		スーパー（店長）	・近隣に競合店の出店があるため、営業上集客や価格に対する方策に影響を及ぼしそうである。また東日本大震災以降明らかに客の買い控え傾向が強くなっており、先行きの仕事や収入の不安から消費マインドは下降傾向になる。
		スーパー（業務開発担当）	・東日本大震災の影響で町内行事も自粛し、宴会をしても質素にやる状況であり、同様の雰囲気も家庭内にもある。
		家電量販店（店長）	・7月まではアナログ放送停波に向けたテレビの需要増が期待できる。8月以降テレビの需要は下降線をたどるが、それに代わって売上を確保できる商品が見当たらない。
		住関連専門店（営業担当）	・客単価が低下しており厳しい状況となる。
		一般レストラン（店長）	・観光客が減少しているなかで、高速道路料金的大幅割引もなくなるので、観光客の減少が更に進むとともに、物価上昇が影響を及ぼす。
	通信会社（通信事業担当）	・見込み客がほぼ皆無の状況であり、改善の兆しは全くみえない。景気の落ち込みがはっきり感じられるほどの状況である。	
	企業動向関連	良くなる	鉄鋼業（総務担当）
輸送用機械器具製造業（経営者）			・各メーカーとも今後2～3か月で東日本大震災以前の生産台数の水準に回復する。
やや良くなる		化学工業（経営者）	・取引先プラントが稼働し通常操業するまでにはまだ時間がかかるが徐々に回復する。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・震災とは関わりのないグループ内生産担当の変更が本格化し生産量が増加するが、各地の焼却炉注文が低調で生産量は低水準の見込みである。各生産ラインの負荷が大きく異なり、多忙部門と閑散部門との二極化が予想されている。
	非鉄金属製造業（経理担当）	・自動車向け受注が復調するとの情報がある。	
	金融業（自動車担当）	・電力不足の不安は残るが、マイコン調達の見込みが立ち、ほぼ年初計画レベルの操業が見込める。むしろ心配は円高である。	
変わらない		食料品製造業（総務担当）	・東日本大震災の影響で一部商品の見直しもあり、今後提供できる商品に対し客のニーズ予測が困難である。
		木材木製品製造業（経理担当）	・消費マインドの不透明感は継続している。
	鉄鋼業（総務担当）	・東日本大震災の復興に向けた需要があり上向くが、関係企業がダメージを受けた影響や電力不足の影響で相殺され、景気は全体的に低い水準で推移し変わらない。	
	金属製品製造業（総務担当）	・受注量は増加傾向にあるが、価格は引き続きまたは今以上に厳しいと予想される。得意先では東日本大震災の復興需要は年内よりも2、3年後になると見込んでいるため、現状の仕事量で推移することが見込まれる。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化がない。	
	電気機械器具製造業（広報担当）	・東日本大震災の影響で長期の部品確保に不安がある。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・世間で期待される震災特需も楽観的に期待はできず、そう簡単に景気が上向く材料もない。	
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・2か月先までは何とかある程度の受注量は確保できそうであるが、その先はまだ不透明である。	

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
		輸送業（統括）	・業績が上向き可能性はあるが、東日本大震災の影響で保留となった業務が動くことが前提のため、そうならなければ景気は変わらない。
		輸送業（運送担当）	・しばらくは東日本大震災の影響で景気回復が見込めない。
		通信業（営業企画担当）	・取引先から業務悪化に伴うコスト削減の提案依頼の相談がきているが、実施時期については未定の案件が多く、回復時期について待ちの状況にある。
	やや悪くなる	広告代理店（営業担当）	・米国の大手金融機関の破たん以後中断していた百貨店と外車ディーラーの広告が復活してきている。今回は単発の出稿だが中長期契約復活の可能性もある。
		農林水産業（従業者）	・4月は前年に比べ水揚げ数量、水揚げ金額ともに増加しているが、6～8月中旬まで資源保護のため沖合底引き網が休漁となることが懸念される。
		食料品製造業（業務担当）	・通販関係の落ち込みが激しく、個人消費が冷え込んでいるので中元商戦も苦戦が予想される。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・東日本大震災の影響で国内での当社製品の売上は東北地区での大幅な落ち込みが見込まれるうえに、全国的に市場の冷え込みが続く見通しである。
		建設業（経営者）	・市長の交代ですべての事業の縮小、見直しが検討されており、しばらくは低調が続く。
		建設業（総務担当）	・一部入手困難な資材があるため、引渡し時期や工期設定に発注側受注側双方ともちゅうちょする部分があり、受注時期の遅れが生じている。
		金融業（営業担当）	・東日本大震災後にみられた極端な売上の落ち込みはなくなっているが、取引先の売上推移から勘案すると、消費は低迷している。一部メーカーにおいては復興需要を期待する声も聞かれるが、現段階では具体的な需要はみえてこない。当面震災前までの売上回復は難しく、景気はやや悪化する。またその過程でギリギリの経営を続けていた企業では、信用悪化が一段と進むことが懸念される。
会計事務所（職員）	・一部製造業では東日本大震災の復興需要に期待をする向きもあるが、具体的な数字が出てきているケースはない。見込みがあるとしても秋以降になるため、今後数か月は厳しい状況が続く。		
悪くなる	コピーサービス業（管理担当）	・客の動きが回復せず、更に年度末後の閑散期に入るので良くなるどころか悪くなる。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注価格が低下したうえに鋼材や鋳物などの材料価格がやや上昇してきている。	
雇用関連	良くなる	求人情報誌製作会社（支社長）	・企業の賞与が高い水準であり、必要以上の自粛ムードから解放されてきている。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・前年同期はやっと回復の兆しが見えてきたところであったが、ここに来て東日本大震災の影響もあり、不景気感がより一層強まってきている。特に国内での消費がより一層引き締まってきており、各企業の業績不振や原油高、雇用情勢の悪化に加え、消費税率の引き上げの可能性など、今後の見通しの悪さも加わり、最悪の状況が続くそうである。
	やや良くなる	人材派遣会社（支社長）	・東日本大震災の影響も5月が底となり、採用に関しても6月以降は復興需要が見込まれる。
		人材派遣会社（営業担当）	・東日本大震災後の企業の部品調達も徐々に落ち着きつつあり、一時帰休していた取引先も操業が安定してきているため、求人も増えてくる。
	変わらない	職業安定所（職員）	・化学関係を中心に製造業の業績は好調を続けており、下請を中心に求人意欲が高い。東日本大震災に関連して、製造業で部品調達に多少影響はあるものの、現在のところ大量解雇や求人数の減少までには至っておらず、今後しばらくはこの状態が続く見通しである。
		民間職業紹介機関（職員）	・夏場の電力不足、低迷した投資、消費マインド、先行き不透明感、経営計画の見直しによる下方修正などどれをとっても雇用に結び付く話がなく、消極的な話題が多い。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・社会全体の動きから推測すると、年内は雇用に大きな動きがみられない。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・採用環境が良くなる要因がみつからない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・製造系は求人増だが、周辺企業の求人活動の停滞化が予想される。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・採用活動が中止や未定、後ろ倒しになるなどの影響を受ける企業も出てきている。

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
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・夏のボーナスに厳しい見方が多く、ある独立行政法人の嘱託社員2人募集に対し200人もの応募があるなど、雇用面は依然厳しく、消費動向への影響もあり、景気回復の兆しはない。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕 (職員)	・東日本大震災の影響が広がってきており、部品が入らず製造工程をストップせざるを得ない工場など、雇用調整助成金の活用を検討しているケースが多数あり、マイナス面が大きく影を落としている。
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・東日本大震災の影響で自動車販売、住宅は前年比で大幅な減少となり、流通、小売りも苦戦している。また各企業の賞与の状況も悪くなっている。
		職業安定所 (職員)	・製造業では東日本大震災の被災による生産活動停滞や円高による影響で、また宿泊業、サービス業では観光自粛による影響で、求人意欲が減少する。

9. 四国 (地域別調査機関: 四国経済連合会)

(-: 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	-	-
	やや良くなる	商店街 (代表者)	・東日本大震災の影響による消費の自粛ムードは改善されそうである。今年は夏物商材の動きが早いことから、徐々に景気は回復すると思う。
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・ご当地グルメのPRや、街全域をサービスエリアに見立てた活性策の取組に期待したい。
		コンビニ (店長)	・タバコの供給正常化に伴い、客数、単価ともに順調に推移する。
		衣料品専門店 (経営者)	・東日本大震災の復興需要が動き出してきたら、ムードも明るくなり、景気は良い方向に向かうのではないかと期待する。
		家電量販店 (店長)	・7月24日の地上デジタル放送移行により、5月のテレビの販売台数は、前年比で約60%増加した。エアコン、冷蔵庫も前年以上である。夏は、家電製品は更に伸びる。
		家電量販店 (営業担当)	・エアコン商戦は前年並みであり、出足が今一つ伸びがない。しかし、今年は例年以上の暑さと予想され、売行きに期待したい。
		乗用車販売店 (従業員)	・自動車生産の回復が見込める。
		乗用車販売店 (従業員)	・自動車の生産が順当に伸びており、9月に新型車の発表もあるため、今後は間違いなく良くなる。
		乗用車販売店 (営業担当)	・6月には今後の自動車の生産体制にめどがついた。それに伴い、広告宣伝も徐々に回復する。
		乗用車販売店 (役員)	・上期は赤字をかるうじて免れた。全体の景気は底堅く、下期の販売状況は少しずつ良くなる。
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・2~3か月先はお中元シーズンに入るため、ギフト商品が出る分、景気は良くなる。
		旅行代理店 (支店長)	・従来の自粛ムードから、経済を盛り上げる方向へ動いている。今後、関東・東北方面への旅行需要は増えていくであろう。
		タクシー運転手	・今は、東日本大震災の影響で、乗客は自粛ムードになっているが、例年7~8月頃は、客数、客単価は良くなってくる。
		通信会社 (営業担当)	・新商品・新サービスの登場や、旧商品の廉価化による市場の活性化に期待する。特に、スマートフォンへの期待度が高まっており、部材不足による納入遅延が解消できれば、客足は高まるであろう。
		通信会社 (支店長)	・機能充実した新製品の売れ行きに期待している。
		変わらない	商店街 (代表者)
商店街 (代表者)	・政治・経済状況に好転の兆しがない。		
一般小売店〔生花〕 (経営者)	・記念日や、御祝い関連の商品は、震災以前と変わらず注文がある。		
百貨店 (営業担当)	・催事の関連で高額品が好調であったが、前月に比べると動きが鈍い。また、中旬以降、買回り商品は減少している。		
百貨店 (販売促進担当)	・現状では、ビールなどの飲料水の供給に影響が出ている。商品確保が今後のお中元商戦の鍵になる。		

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
		スーパー（店長）	・夏場の電力不足や節約志向は景気のマイナス要因であるが、燃料費高騰や高速道路料金改定により遠出を控え、内食機会が増えることはプラス要因である。
		スーパー（企画担当）	・今後、野菜の生産地が北上していくため、それが相場に影響を及ぼす可能性がある。
		スーパー（財務担当）	・今後は大きな変化はないと思うが、トレンドは低下傾向にある。
		コンビニ（総務）	・今後の売上動向は、天気や気温に大きく左右される。身の回り商品は相変わらず停滞している。
		コンビニ（商品担当）	・ガソリンの高騰や節電のため、消費の拡大は期待し難い。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなるのか悪くなるのか全く予想がつかない。
		衣料品専門店（総務担当）	・お客様との会話のなかでも良い話題が少なく、景気が回復する材料が見当たらない。まだまだ景気の見通しが良くなる気配はない。
		家電量販店（店員）	・必需があるので、今より悪くなるとは考えにくいですが、良くなる要因も見当たらない。地上デジタル放送移行により、テレビの需要が増えそうであるが、その分、他の商品の買い控えが予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・自動車生産の見通しは立ったが、販売が元通りになるとは限らない。東日本大震災の影響で、しばらくは販売台数の低迷が続きそうである。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響により、商材の生産に影響が出ており、今後の入荷・販売状況が不透明である。
		通信会社（企画）	・地上デジタル放送移行に伴う商品の引き合いが、今後も続くであろう。
		観光名所（職員）	・客は戻ってきているが、例年の売上とほとんど変わらない。
		ゴルフ場（従業員）	・2～3か月先の客数・客単価は、現在と同水準と考える。
		美容室（経営者）	・震災復興のための増税などが実施されると、景気は更に悪化する。
		美容室（経営者）	・現在の様子だと、2～3か月後もさほど期待できない。
住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイントも受付が終了する見込みであるため、後押しになる材料が少なくなる。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・原子力発電所の事故が長引くと、消費マインドは低迷する。しかし、百貨店やコンビニの出店戦略はいまだ衰えを見せない。このため、業界編成や淘汰が起きる可能性がある。
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	・土日の売上は徐々に下がりつつある。また、買いだめ傾向は終息気味である。
		百貨店（営業担当）	・今後は、商材の確保が困難である。また、節電の影響で、業況は更に厳しくなる。
		百貨店（売場担当）	・今後、東日本大震災や原子力発電所事故の影響が広範囲に広がる。
		スーパー（企画・営業担当）	・伊方原発の電力供給に対する不安から、四国においても、節約・節電意識が更に強まることが想定される。このことは、消費マインドに影響を及ぼす一方、一部商材については特需も発生する。
		観光型旅館（経営者）	・四国は、高速道路の料金問題の影響が大きく、今後の動向が心配である。また、四国のドラマブームも去るであろうし、新幹線が東北から鹿児島まで開通したということは、四国は枝葉に位置するという感じもあるため、先行きが心配である。
		タクシー運転手	・これから暑くなると、四国八十八箇所周りの遍路客向けの仕事がほとんどなくなる。そうすると、街中のタクシーの台数が増えるが、夜、飲みに出る人はそう簡単には増えないであろう。
競艇場（職員）	・今月の売上は好調であったが、一過性のものであり、景気の停滞感をぬぐい去るほどではなかった。原子力発電所の事故に関連した自粛ムード、夏期の電力不足懸念など、先行きは不透明であるため、売上の減少傾向は今後も続く。		
悪くなる		一般小売店〔乾物〕（店員）	・東日本大震災の影響に加え、高速道路料金の上昇が、観光産業に大きな影響を及ぼす。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・現状では節約ムードのため、し好みまで手が届かない。今後も、必要最小限度の購入しか見込めない。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響により、購買意欲が下がっている。
		住関連専門店（経営者）	・東日本大震災の影響で、耐久消費財の動向が厳しくなる。

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
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・東日本大震災の影響で、外食産業にも影響が出ており、厳しい状況である。
		都市型ホテル（経営者）	・予約状況が芳しくない。また、高速道路料金改定により、橋の通行料金の負担が増加することから、個人需要はさほど望めない。
		設計事務所（職員）	・東日本大震災からの復興への予算傾斜配分が予想されることから、四国の公共事業投資は減少することが懸念される。ここ数十年の間で、最も厳しい対応を迫られている。
企業 動向 関連	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響が一段落ついたため、バランスがとれてきている。7月は前年比同等の売上が見込まれ、景気は上向きになる。
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・夏頃までは、現在の良い状況が続く。
		鉄鋼業（総務部長）	・今後、受注・販売量は増加が見込まれ、景気は上向く。しかし、採算面に懸念は残る。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・サプライチェーンの回復が想定以上に進んでおり、8月以降の生産活動は順調に推移する見込みである。
		輸送業（経営者）	・このままの状況では終わらないため、今後は良くなると思われる。
		不動産業（経営者）	・東日本大震災から時間が経ち、少し落ち着いてきたことから、引き合いが増えている。また、事業用、法人関係の需要も増えている。
	変わらない	通信業（総務担当）	・商材の入荷予定の見通しが立たない。
		通信業（部長）	・東日本大震災の当面の影響は秋頃まで続くと考えられる。また、受注減により、市場競争は一段と厳しくなり、販売拡大が利益拡大に結び付にくい状況である。
		広告代理店（経営者）	・東日本大震災の影響で、自動車関連の広告自粛が続いている。全体的にも、広告費関連の支出は先行き不透明である。
		公認会計士	・取引先の経営者との話によると、土地等の価格が下落して起きる、いわゆる信用の収縮の懸念があるため、消費動向に疑問を持っている人が多く、設備投資に消極的な企業が多い。
	やや悪くなる	食料品製造業（商品統括）	・低価格志向が続き、景気はさらに悪化していると感じる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・夏に向け、需要の落ち込みが出てくる。そうなると、仕入コストの吸収が十分ではなくなるため、今後の業況は厳しくなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・設備の引き合いが続いていたが、最近は途切れている。特に電子関係が好調だったが、それも途切れた。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・部品の供給面に厳しさはあるが、かろうじて部品の材料は確保できたため、生産・販売に影響を与えるには至らなかった。しかし、今後の材料供給不足は、生産に影響を及ぼす懸念がある。
		建設業（経営者）	・東日本大震災の影響で、材料の供給難、材料高になる。
		建設業（総務担当）	・東日本大震災の影響により、資材の高騰は避け難く、収益が圧迫される。
		広告代理店（経営者）	・原材料価格の上昇傾向がいつまで続くのか予想がつかない。また、仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁することは難しい。
	悪くなる	輸送業（支店長）	・東日本大震災により関東・関西圏は倉庫保管が増えるも、四国内への影響は少ない。また、燃料高騰によるコスト増も、荷主への転換が図れる状況ではなく、同業他社との競争が更に激化する。
	雇用 関連	良くなる	—
やや良くなる		求人情報誌製作会社（編集者）	・7月以降、採用ニーズは回復する見込みである。また、ハローワークの緊急人材育成支援事業により、求職者のレベルアップを図り、企業に必要とされる人材を育成する取り組みも始まっている。
変わらない		人材派遣会社（営業部長）	・人材派遣のオーダー状況はやや低調であるが、しばらくは今の状況が続く。
		人材派遣会社（営業）	・しばらくの間、消費者の様子見が続くようである。夏季賞与の状況による景気動向の変化や、地上デジタル放送移行による変化に期待したい。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・東日本大震災の影響があり、県外企業の求人数が予測し難い。
学校〔大学〕（就職担当）		・継続してあった求人が停止したり、新規求人も少なく、回復の兆しはみられない。	
やや悪くなる		人材派遣会社（営業担当）	・夏に向け、求人数が減少する可能性がある。また、計画停電も懸念される。

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
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・震災復興のための景気対策がない。また、県内農産物・商品は国外向けに風評被害がある。そのほか、高速道路料金引下げの打ち切りにより、観光面でも期待できない。
		職業安定所(職員)	・政治不安、原子力発電所事故処理の遅延・ダメージの大きさを考えると、景気が良くなるとは思えない。
		民間職業紹介機関(所長)	・来春新卒者の求人受付が始まっているが、前年に比べ、募集を縮小する企業が多い。
	悪くなる	—	—

10. 九州(地域別調査機関：(財)九州経済調査協会)

(－：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	設計事務所(所長)	・官公庁による耐震診断と耐震補強設計の案件が、50件ほど予定されており、景気が良くなる。
	やや良くなる	商店街(代表者)	・夏場に向け、電力不足による節電等により、買い控え、自粛ムードがだんだん浸透してくる。
		百貨店(販売促進担当)	・東日本大震災の影響も軽減し、消費者の購買マインドが徐々に回復傾向に向かい始めている。
		コンビニ(販売促進担当)	・売上がこの2か月間、好調な伸びを示している。今後、小麦粉の値上げ等懸念材料もあるが、伸び率はこのままの状態推移していく。
		コンビニ(エリア担当・店長)	・天候にも影響されるが、客の様子から東日本大震災の影響は軽減し、来客数、客単価、買上点数が少しずつ上向きになる。
		衣料品専門店(店員)	・消費税増税の話題を最近よく聞くが、それが明確となれば、駆け込み需要がある。
		家電量販店(総務担当)	・地上アナログ放送の終了を目前にテレビの駆け込み需要と省エネ家電商品の大幅な伸びが期待できる。
		乗用車販売店(販売担当)	・3か月先の需要はかなり回復する。商品も生産台数が増え、客の要求に対して前よりは確実に商品の提供ができるため、若干良くなる。
		乗用車販売店(総務担当)	・メーカーの車両生産が回復してくる。6月の稼働は東日本大震災前の90%になるとの情報もある。生産が元に戻れば販売も多くなり、売上、収益は共に改善する。
		その他専門店〔コーヒー豆〕(経営者)	・夏場特に7、8月は年間を通して2番目に大きな売上の波が来る月である。冷たいコーヒー飲料関係が多く出るため、今後2、3か月先の売上は今年も例年通り上がる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕(従業員)	・今年も、夏休みには人の動きが良くなり、観光客も増える。商品の動きも良くなり、売上も上がる。
		高級レストラン(専務)	・ゴールデンウィークから少しずつ良くなっている。6、7、8月は食事をする客は増えないが、九州新幹線が全線開業したことより、夏休みにかけて前年よりは良くなる。
		スナック(経営者)	・来客数の減少に歯止めがかかりつつあり、今後は今よりは良くなる。
		その他飲食〔居酒屋〕(店長)	・良い景気の流れが鹿児島に向いている。これまでの努力もあり、客の流れがとても良い。
		観光ホテル(総務担当)	・東日本大震災による自粛ムードもそろそろ終わり、反動で宴会が増える。
		都市型ホテル(総支配人)	・被災地の復興が進むにつれ、ビジネス出張の需要が徐々に回復する。
		都市型ホテル(スタッフ)	・今年は夏から秋にかけて100～200名規模の大会があり、一般宴会・宿泊の予約も良い。
		旅行代理店(従業員)	・団体客の旅行自粛によるキャンセルは減り、旅行をする傾向が強まっている。海外旅行は順調に回復しているが、燃油サーチャージの値上がりで、一部キャンセルするケースが出ている。
		旅行代理店(業務担当)	・旅行需要は少しずつ回復し、現在の旅行需要をみる限り、夏休みの予約は増える。
		タクシー運転手	・今年の8月は暑いと予想されており、忙しくなる。
通信会社(企画担当)	・限られた市場ではあるが、販売促進の実施により、販売数は上向く。		
通信会社(業務担当)	・6月は夏のキャンペーンセールが始まり、スマートフォンを始め、新商品の発売が予定されており、販売数は少し上向く。		
テーマパーク(職員)	・年間でピークとなる夏休みを迎え、今年も様々な仕掛けを用意しており、やや良くなる。		

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
変わらない		ゴルフ場（従業員）	・地元の農作物は県外向けの物が多く、自営業や農協職員等の仕事や売上が増えている。県外の製造業等も先行きに陰りがみえていたが、会社関係の予約が徐々に入っている。九州のゴルフ業界は良い方向に向かっている。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・例年、7月頃まで客の利用状況は上昇傾向になり、今期も同様の動きが期待できる。
		商店街（代表者）	・販売量が多少増えている。ただ、東日本大震災の暗いイメージがまだ払しょくされていない点を含めると、客は前向きではない。おそらくこれは3か月先も変わらない。
		商店街（代表者）	・この調子でいくと3か月先も現状とあまり変わらない。また2、3か月先、暑くなると食欲がなくなる時期になり、あまり期待できない。
		商店街（代表者）	・消費税増税の問題もあり、将来への不安が消費マインドを冷やしている。今後もこのまま推移する。
		商店街（代表者）	・消費者の心情は節電等、必要のない物は購入しないという節約、自粛ムードがあり、今後数か月はこの状態が続く。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・今のところ東日本大震災による影響はない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・先行きが不透明で、今後については全く予想がつかないが、これから暑い季節となり、売上は例年通り確実に減少する。
		百貨店（売場主任）	・紳士服は好調であるが、売上の主力である婦人服の回復が遅い。
		百貨店（営業担当）	・月末のクレジット催事に台風接近が重なり、来客数は減少したが、クレジット利用目的の来客数が多く、期間中のクレジットシェアが増加している。目的を持った来店傾向が更に強まっている。
		百貨店（営業担当）	・来客数の動向をみると、前年を上回っており、この状況はこれからも続く。ただ、東日本大震災と福島第一原子力発電所の影響で消費マインドは良好ではない。
		百貨店（売場担当）	・隣接する競合店が閉店するため、単月の売上は若干上がるかもしれないが、先行きは不透明である。天候等の要因も大きいですが、おそらく現状の水準を維持する状況が続く。
		百貨店（営業企画担当）	・東日本大震災後の輸出の減少、円高、エネルギー不足等により、景気の停滞感を否めない状態が続く。
		百貨店（業務担当）	・消費に対して慎重になっている客が多い。夏場にかけても購買力は弱いまま推移する。
		百貨店（企画）	・福島第一原子力発電所問題の状況次第でもあるが、中国等の外国人観光客の流入が少しでも増えれば、上向きになる。しかし、毎日の売上の基となる客からは明るさが見いだせず、景気の動向は変わらない。万一、計画停電が実施されれば悪化するの間違いはない。
		スーパー（経営者）	・景気は全体的に方向性を見失い、客の購買力も弱い。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の復興にはまだかなりの歳月を要する。また復興に伴う増税や夏の電力不足問題等の不安材料が、消費者の消費マインドを更に下げる可能性がある。
		スーパー（店長）	・ここ2、3か月は同じような状況がずっと続いている。ガソリン価格は横ばいになっており、今後も需要はあるため、ほぼ変わらない状況となる。
		スーパー（店長）	・今後6、7月は消費電力の最大需要期となるが、今後の節電、節約傾向がどのように消費に影響するか、不透明である。一部省エネ商品等の動きが若干期待できるが、それが全体を底上げするまでになるかは分からない。また、高速道路料金の上限見直しが決定し、人の動き、あるいは夏の動きにどのように影響するのか、先行きを不透明にするような要因が多い。
		スーパー（店長）	・ここ半年は前年比106%で推移しており、流れは変わらない。ギフトのシーズンであるが、中元ギフトは早めに受注できれば売上も上がるため、早期展開を実施しなければ前年比は厳しい状況となる。総じてここ半年と変わらない状況で推移する。
	スーパー（店長）	・電力供給不足による節電、エコに対する意識が高まっているなか、その関連商品は動いているが、今後の中元商品、青果商材、既成マーケットの需要は前年よりも大幅に悪化する。	

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	
		スーパー（総務担当）	・節電傾向のなか関連商品の動きは若干期待できる。しかし、地上放送のデジタル化を前にテレビの販売が今一つ伸びない。買い控え傾向が続く。	
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災後の復旧、復興対策の遅れから、電力供給、原子力発電等の大きな不安材料が払しょくできていない状況のため、今後も消費マインドは大きくは改善しない。夏場に向かう電力供給の減少懸念から、節約志向が進む可能性が大きく、企業活動への影響は当面避けられない。	
		スーパー（経理担当）	・今後も今の傾向が続く。また、電力問題の動向によっては更に悪化する可能性もある。	
		衣料品専門店（店長）	・商店街が全面改装中であり、当分来客数が少ないままである。景気は良くならない。	
		衣料品専門店（取締役）	・8月は年間で悪い月の一つである。今年はセール時期が早くなるが、セールが長引くと客の購買意欲が低下し、今年も8月は非常に難しい月となる。良い商材を提供し、とにかく良くなるよう努力していくしかない。	
		家電量販店（店員）	・東日本大震災の影響で、なかなか入荷しなかった乾電池や懐中電灯等も入荷し始め、やっと通常の状態に戻っている。消費者の中に省エネの意識が高まっている。九州でも計画停電が実施される可能性があり、LED電球の売上等が伸びている。ただし、高価な物がなかなか売れず、今の調子でいくと変わらない感じとなる。	
		乗用車販売店（代表）	・景気が良くなる要因が見当たらない。消費税が増税されれば、ますます購買意欲が落ち込む。	
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・夏に向け節電や消費の節約志向が徹底されているが、夏のレジャー向け燃料油の消費拡大、地上アナログ放送終了の時期到来、賞与支給により、消費は拡大される。	
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・東日本大震災の影響はあるが、徐々に落ち着いている。	
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（総支配人）	・東日本大震災以降、客の購買行動、意識に大きな変化が起きている。デイリー商品の購買行動に変化はさほどみられないが、ファッション、高級雑貨、耐久消費財等の購入については、慎重になっている。また、安心、安全の商品群の購入には積極的である。被災地の問題、福島第一原子力発電問題等社会不安が除かれない限り、今後もこの傾向は続く。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・6月からは例年並みの予約が取れているが、先がなかなか読めない。	
		タクシー運転手	・西日本から経済活動を活発にし、東日本を元気にしたいという客が昼間は多くなったが、夜の繁華街はまだ客の出が悪い。	
		タクシー運転手	・いろんなイベントが中止になっている状況から少しは良い方向に動いていくが、今年は暑くなる予報や計画停電等の問題があり、あまり期待できない。	
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災後の復興について、はっきりと施策や政策が発表され、復興への兆しがみえてくると少しは良くなるが、当面は今のやや悪い状況が続く。	
		ゴルフ場（支配人）	・梅雨、更には夏本場に向かうため、朝の涼しい時や薄暮時のプレーが多くなり、来客数は大きくは伸びない。加えて値引き競争が激化し、安いプレー費のゴルフ場を求める客が多い。	
		理容室（経営者）	・転勤、卒業、就職の時期となり、移動する客が多いにも関わらず、新規の客が来ているかといったら、出た分を補うような数ではなく、2、3か月先も非常に厳しい。	
		美容室（店長）	・買物も必要最小限の物しか買わない客が多い。	
		設計事務所（所長）	・東日本大震災以来、景気が悪くなった。これから先も良くなる要因が見当たらないため、変わらない。	
		やや悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の影響で物価が上昇する可能性があり、公共料金の値上げもあり得る。消費税の増税も考えられ、小売業にとってはマイナス要因が多く、今後の景気はやや悪くなる。
			商店街（代表者）	・消費者の購買力を引き上げる材料が見当たらないため、やや悪くなる。
一般小売店〔青果〕（店長）	・購買意欲が低下するようなマイナス材料の報道が多く、客の購買意欲は高まる気配がない。今年の夏は酷暑が続くという天気予報により、農産物や客の食に対する意識に大きく影響を受け、厳しい時期になる。			
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・マイナス要因ばかりで、品物も全く売れそうな気がしない。どうすればいいのか検討もつかず、厳しい状況が続く。			

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
		百貨店（総務担当）	・電力問題や東日本大震災の影響等、懸念材料が多く、消費が活発になるとは考えにくい。
		百貨店（営業政策担当）	・東日本大震災の影響、とりわけ福島第一原子力発電所被害に対する社会不安、電力供給不安が大きい。また、企業の経営資源の海外流出や消費税の増税問題、政局の不安等があり、消費者の購買意欲は向上しない。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の復興支援による消費が活性化しているという報道等があるものの、実際の客の消費マインドは低調である。今後も悪いまま推移する。
		スーパー（業務担当）	・福島第一原子力発電所における放射能等の風評被害は被爆地域以外でも購買動向に大きな影響を与えている。今後、出荷制限が徐々に解除されていけば、かえって消費者の産地へのこだわりは強くなり、やがては食品だけでなくその他の分野の小売品にも悪影響が出る。
		コンビニ（経営者）	・消費税の増税等不安要素があり、消費者は手放しで物を買うということにはならず、厳しい状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・前年の夏は天候が良く、水物商品の売上が大幅に上昇したが、今年は天候の良し悪しにも左右されるが、客の低価格志向や消費の自粛もあり、動向が全く分からない。
		衣料品専門店（経営者）	・提供するアイテムの問題もあるが、掘り起こすような努力が必要である。簡単に物が売れる状況ではない。
		衣料品専門店（総務担当）	・東日本大震災の影響、特に福島第一原子力発電所問題が消費者の気持ちに影を落としている。今後の先行きに対して不安を持っている客が多い。競合店の閉店セールにより他店もマイナスのあおりを受け、やや悪くなる。
		住関連専門店（経営者）	・節電等エコに関する意識が高まっているが、それと同時に消費で景気を良くしようとする動きもある。しかし置き家具に関しては、依然低い水準で推移しており、景気の先行き見通しは厳しい。
		住関連専門店（店長）	・省エネや節電の意識が高まると、売れる商材が偏ってくる。また、家具やインテリア等の商品は非常にし好性の高い物なので、節約意識が高い時は売れにくい。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・福島第一原子力発電所の事故が本当に収束に向かうのかどうか、消費者が不安に思っている。不安定な状況で無駄な支出は控えることが予想され、経済は停滞気味になる。
		高級レストラン（経営者）	・6月に入って大分では城下カレイが旬になっているが、6月の予約状況をみる限り、状況はかんばしくない。これから予約は少しずつ増えると思われるが、先行きは不透明である。
		高級レストラン（社長）	・消費者の自粛ムードが続き、厳しい状況が続く。
		高級レストラン（支配人）	・東日本大震災の影響が少しずつ出ており、先行きは不透明である。
		観光旅館組合（職員）	・梅雨時期に入り、夏休みに入るまでは例年通り来客数が減少する。
		都市型ホテル（副支配人）	・東日本大震災の関係で夏場の花火やその他のイベントが縮小されたり、中止になったりしており、雰囲気非常に暗いため、宿泊の成約に結びつかない。
		タクシー運転手	・今の状況では景気が良くなるとは全く考えられない。皆の気持ちが落ち込み、消費しようという気持ちにならない。
		通信会社（管理担当）	・東日本大震災の影響は避けられず、厳しい状況となる。
		競輪場（職員）	・東日本大震災の影響により、自粛ムードが続き、入場者数は依然厳しい状況となっている。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイントの繰り上げ終了等により、割安感が失われる懸念がある。
悪くなる	一般小売店〔生花〕（経営者）	・九州は東日本大震災の直接的な影響はないが、折からの不況で、特に生活に必要な花の販売はこれから先、良くなる見込みは全く立たない。	
	百貨店（営業担当）	・今後、夏場に向けて計画停電が実施されれば、営業時間の短縮や客の買物行動にかなりブレーキがかかってくる事が予想される。	
	衣料品専門店（店長）	・これから夏場に向かって衣料品は軽くなり、出かける機会も増える。食に関してお金を使うことが増え、お金は衣料品にまでは回らない。この夏も景気は悪いままである。	

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
		家電量販店（店員）	・家電は、エコポイント制度やテレビの地上放送のデジタル化の影響で伸びている。ただ耐久消費財であるため、物が行きわたった状態になるとやや悪くなる。伸長した反動は必ずくるため、悪くなる。
		通信会社（総務担当）	・個人消費は自粛ムードで盛り上がりには欠け、雇用面にも不安が広がりつつある。当社も一部の部品が遅延し、工事が順調に行っていない部分がある。今後の景気に不透明感があり、景気は悪くなる。
		競馬場（職員）	・東日本大震災の影響は一時的と捉えているが、福島第一原子力発電所問題に端を発した電力供給問題と不安定な政権運営が将来の景気に悪影響を与える原因の一つである。
		その他サービスの動向を把握できる者 〔フィットネスクラブ〕（営業）	・電力の夏季電力削減対策が計画されており、地方財政も厳しく、公共事業に大きく依存している地域である。県民の出費を抑えようとする意識はますます高くなる。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—
		農林水産業（従業者）	・直産物の需要期として7、8月くらいから焼肉需要が起こる。基本的には非常に厳しい状況であるが、販売価格が良く、需要も良くなる。
		繊維工業（営業担当）	・3か月も先になると、今の最悪の状態から脱して、少しずつ日本の生産も増える。
		一般機械器具製造業（経営者）	・半導体関連企業の引き合いが最近になって増えている。ただ客の説明では、本年度下期の予測が全く立たないとのことである。
		精密機械器具製造業（従業員）	・依然として装置の導入計画があり、生産を増加する計画もある。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・東日本大震災からの復旧も思った以上に早く、当初計画の数量に対して9割ほどの生産量まで回復している。
		金融業（営業）	・6月には東日本大震災前の水準に戻るとの話もあるが、見通しは現在のところ不透明である。ただ、消費の自粛ムードは収まりつつあり、製造業を中心に確実に回復傾向にある。
		金融業（調査担当）	・電力不足や製品の不足等があるが、4月をボトムに最悪期は脱した。消費については、自粛ムードから被災地関連の商品を買う動きへと変化しており、今後も回復の傾向が続く。
		その他サービス業〔物品リース〕（役員）	・東日本大震災の影響で先行きは不透明であるが、九州への影響は一部の業種を除いて少なく、徐々にではあるが、引き合い案件、金額共に増加に転じている。特に半導体関連、医療福祉関連においては顕著になっている。
	変わらない	農林水産業（経営者）	・南九州地区は例年より20日も早く梅雨入りをし、本格的な雨のシーズンに入った。例年6月はスーパー、居酒屋等の消費が落ち込む時期であり、あまり期待できない。東日本大震災の特需も8月頃には落ち着くとみられ、夏場から秋にかけての動向に不透明感が残る。
		食料品製造業（経営者）	・九州新幹線の利用客は増加しているようであるが、南九州への観光客が増加したという実感はない。秋以降、期待できるとはいうものの、夏場は来客数が低迷する時期でもあるため、業績は現状のまま推移する。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・この売上が減少する悪い状態は、これから夏にかけて更に悪くなる。6月初めの商社の見本市もあまり期待できない。売上を更生するのに苦労している。
		鉄鋼業（経営者）	・東日本大震災以後、新規建築物件が減少している。3月の新設住宅着工戸数も非居住用着工床面積も大幅に前年同月を下回り需要の先行きが不透明である。このためゼネコンも製品価格が弱含むとみて当用買いに徹している様子がみられる。震災後の復興計画やスケジュールを早く明確にして、必要以上に縮小しているマインドの修復が必要である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の復興等の問題による大きな変化はないという予測が立つようになっている。しかし、これから新規産業が登場し、世の中は変化しているため、その対応に乗り遅れないようにしなければ、大きなダメージを受ける。
		輸送業（従業員）	・東日本大震災の影響がまだ残っており、物が売れない状態になっている。買い控えや消費を自粛する人も多い。工場は物が一部足りない状態のままとなっているところもある。反面、売れずに残っている物もある。
		輸送業（総務）	・景気回復には大いに期待するが、まだまだ、思うようにはいかない状況である。

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
		通信業（職員）	・東日本大震災の影響で公共設備の予算は被災地優先となる見込みであり、厳しい状況が続く。
		金融業（営業職渉外係）	・復興需要がある程度見込まれるが、福島第一原子力発電所事故や電力等のエネルギー問題や復興財源の問題が山積しており、景気回復には至らない。
		金融業（得意先担当）	・修学旅行生を始めとした団体客の当地訪問に期待を抱いている企業の経営者がいる一方で、福島第一原子力発電所事故について今後の見通しが立っていないということに対して、多くの企業の経営者が危機感を強めている。事故処理が長引けば長引くほど企業の業績に与えるダメージは非常に大きくなると考える。これらの状況から大きな変化はみられない。
		金融業（営業担当）	・東日本大震災による資材不足や製品供給の問題は緩和される。しかし、電力問題が不透明であり、現状と変わらない。
		不動産業（従業員）	・周辺商業施設の売上が前年並みで推移しており、今後も同様の状況が続く。
		新聞社（広告）（担当者）	・先行きが見えないなかで、広告出稿の回復にどれだけの期間を要するか全く予想がつかない。観光振興や復興に向けた応援キャンペーン等でどこまで呼び戻せるかが鍵となる。
		広告代理店（従業員）	・新規出店等があり、若干の売上げが見込まれるが、全体的に景気が上向いているとは言い難い。
		広告代理店（従業員）	・5月の新聞折込枚数は前年比97%と3月の大震災以降前年を上回らない。娯楽産業の折込チラシの受注回復が遅れている。夏場に向かって電力問題を抱えているため、広告の自粛は今後も続く。
		経営コンサルタント	・企業の状況を見る限り、今の沈滞した状況がこれからもずっと続く。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の様子や向こう2～3か月の受注見込みから判断すると、大きな変化が起きる要因が見当たらない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・東日本大震災の影響で九州新幹線全線開業の効果はあまり良い状況ではなかったが、やっと期待通りの状況になっており、新幹線の乗降客もかなり増えている。今後、海外からの客が増えれば若干プラスになる。唯一心配なのはやはり電力不足であり、影響がどのような形で出てくるのか不透明である。その状況次第ではかなり厳しい局面も考えられる。
やや悪くなる		食料品製造業（経営者）	・今期の原材料不足で商品在庫が少なくなっており、売れる時に売れない状況となるのは否めない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連の動きが悪く、仕事がない状況である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・全般的な動きとして半導体関連はここきて不透明さを増している。急速な落ち込みで非常に困惑しているのが実態である。
		建設業（従業員）	・見積りの案件が少なく、受注もできず、業界全体の景気は悪くなっている。リフォーム等を受注しても大変厳しく、利益の確保が困難である。
		輸送業（総務担当）	・荷動きが全体的に悪くなっているなかで、計画停電その他のあまり良くない話が飛び回っている。皆が自粛し、消費が伸びない。
		通信業（経理担当）	・電力の供給不足が発生し、製造業を始め日本全体の産業が混乱する可能性がある。
悪くなる		家具製造業（従業員）	・今後2～3か月先の物件量は前年比30%から40%に減っている。材料不足から価格も上がっており、客に転嫁できない分、利益が減っている。心理的にも福島第一原子力発電所問題が解決しないと前に進めないため経営環境は悪くなる。
		金属製品製造業（企画担当）	・東日本大震災後3か月近く経とうとしているのに、政府は方向性を示せず、全く展望を見出せない状況である。
		建設業（社員）	・平成22年度に発注された一般競争入札が、当地域内の土木で約40本あったが、平成23年度は約20本に激減している。指名競争入札も前年より少なくなっている。3か月後には工事は発注されているが、受注できている業者は少ない。官公庁は上半期の発注を70%に設定しているようだが、8月、9月まで待てる業者はいいが、悪くはなっても良くはなっていない業者が多いことが予想される。
		経営コンサルタント（社員）	・東日本大震災の影響で消費者が物を買わず、飲食店には客が来ない状況が続いている。

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	
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・東日本大震災により、被災した業者で東北地方に営業所がある事業所は、東北で営業できない分を九州、特に福岡で営業している。このため公共事業の入札時には予定価格の3～7割程度で入札し、他の業者へ業務が委託されない状況となっている。	
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—	
		人材派遣会社（社員）	・単発、短期で注文が増える時期である。少しずつではあるが、現段階で問い合わせが増えており、今後も注文は増える。	
		人材派遣会社（社員）	・8月に完成予定のショールームや夏のキャンペーンに向けて求人話がきており、やや良くなる。	
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	・製造業各社の西日本シフトにより、求人は引き続き増える。ただし、夏の節電対策がどのような影響を及ぼすかが不安材料である。
	変わらない		求人情報誌製作会社（編集者）	・駅ビルの客がゴールデンウィーク以降、落ち込み始めている。周辺の飲食店では、売上が前年を下回っているという話も聞いた。
			職業安定所（所長）	・新規求人の状況から回復傾向がうかがえるが、依然として長期失業者及び無業者等の有効求職者が横ばいもしくは増加している。
			職業安定所（職員）	・求人数は上昇の傾向だが、求職者数の減少幅は小さく、当面は景気が良くなったと実感できる状況にはない。
			職業安定所（職員）	・多くの分野で新規求人数が前年同月比で伸びており、企業の採用意欲は高い。しかし福島第一原子力発電所問題の悪影響や夏場の節電対策等により、先行きの不透明感は払しょくされない状況である。
			職業安定所（職員）	・新規求人数は9か月連続で前年同月比でプラスとなっているが、東日本大震災の影響による休業等不安要素もみられる。
			民間職業紹介機関（社員）	・東日本大震災の影響から、人材を求める動きはまだ活発化していない。社内の要員異動や残業で対応している企業が多い。新規の臨時的な採用活動にまでは至っていない。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・企業の採用担当者との話のなかで、景気上昇に伴い採用を増やすといった話はほとんどなく、欠員補充にとどまっている。		
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・大学生の就職率が91%と言われているが、就職希望数からの割合であり、35%近くは就職を希望しない数とされている。問題はこの就職課に頼らず、希望しないと答えた卒業生が実質数を捉えられず多くいることである。就職課はみだ目の就職率を上げるために希望しない学生を喜んで分母から削っているおかしな現状がある。	
		人材派遣会社（社員）	・需要が上向く要因はなく、派遣先においても増員等の話はない。	
		学校〔大学〕（就職担当者）	・当地では東日本大震災の影響は限定的だと思われるが、電力の15%節電が予定されるなど、企業活動に影響が出てくると考える。	
悪くなる		民間職業紹介機関（支店長）	・新規のオーダー一件数が、前年よりも悪く、回復しつつあったものが腰折れ状態となっている。	

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（－：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 やや良くなる	—	—
		コンビニ（エリア担当）	・節電のための関東脱出などにより、夏休みに入る頃から観光は期待できる。また、自粛ムードも薄れて沖縄県にとっては追い風が来ると予測する。
		衣料品専門店（経営者）	・例年と比べて、いろいろな状況があり先の見えない時期が続いたが、やっと夏本番という感じがしてきており、季節物に期待したい。
		衣料品専門店（経営者）	・復興へ向けて経済ももっと動き出すとみる。夏のシーズンは観光客も戻ってくるのでは、と期待している。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・東日本大震災の騒動も少し落ち着いてきている。また被災者が多く沖縄へ移住してきており、不動産業に活気がある。夏には、沖縄の海やエイサー等の夏祭りに癒されにくる人もいるので、観光客に期待している。

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
		観光型ホテル（総支配人）	・東日本大震災を受けた東日本での旅行マインドの回復と、省エネ旅行の動きの高まりにより、予約は好調である。家族旅行がメインだが、前年並みの人数は確保できる見込みである。ただし、客単価は10～20%減で、売上は望めない。
		通信会社（店長）	・5月後半以降、外国人の来客数が急に増えだし、販売数も伸びている。夏モデルの発売もあるため、6月以降は期待が持てる。
		通信会社（サービス担当）	・スマートフォンの新商品が発売され、売上が伸びると予想される。
	変わらない	百貨店（営業担当）	・夏物クリアランスを控え商品の確保が問題となるが、現状では東日本大震災の影響で品薄の売場もあり、商品が無ければ売上也浮上する見込みが無い。
		スーパー（販売企画担当）	・東日本大震災の影響で消費マインドは落ちているなか、レトルト品やインスタント品などの供給不足も出てきている。また、野菜の相場暴落や魚の水揚げ不足なども販売に影響している現状であり、将来的な景気回復は希望が持てない。
		コンビニ（経営者）	・お中元商品の売上高は期待できない。
		コンビニ（経営者）	・物流の不安定は、数か月は続くともみている。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの供給が安定すれば、ある程度の来客数の戻りは期待できるが、たばこ以外の商品の売上が追い付かず、収入率は依然として下がったままである。この傾向は今後もしばらく続く。経費も極端に削減できないため、収益性の低下も同様に今後続く。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・東日本大震災直後は落ち込みが激しかったが、若干回復基調にある。個人の旅行需要は動き始めている状況である。しかしながら大きな予約受注の増加はまだ見込めず、法人団体旅行の落ち込みは激しい。観光は厳しい状況が続くと予測される。
		ゴルフ場（経営者）	・福島第一原子力発電所事故、東日本大震災、諸々の影響があり、客観的に負の要因がかなり残っているものだとみている。我慢の状況が何か月か後まで引きずりそうな感がある。
住宅販売会社（総務・企画分野）	・現在が極端に悪いということではないと感じており、今月と同様の状況が続くとみている。受注に至る客の判断が慎重であるし、資材価格のアップも予想されるため、良くなることも悪くなることも判断しにくい。		
やや悪くなる	スーパー（企画担当）	・競合の影響が大きく、来客数、1人当たり買上点数が減少傾向にあり、売上の回復は厳しい見込みである。	
	その他専門店〔書籍〕（店長）	・津波、東日本大震災、電力不足、沖縄では台風による納品遅れ等の被害、書籍業界では紙不足等に伴う発行部数の減少による売上減少で、このような時期に到底景気が良くなる要素が無い。	
悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の影響で観光客の来客数も少なくなっており、地元客も、わずかに少なくなっている感がある。福島第一原子力発電所事故の影響もあるのではないかと危惧される。	
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・大体本土よりも1月遅れて影響が出てくる。しばらくは外食に出る回数が減ると見込む。	
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	通信業（営業担当）	・プロジェクトルームが全て埋まる状況にある。契約金額は決して高いとはいえないが、安定的な仕事の確保が望める状況になりつつある。東日本大震災の影響で、東京に集中していた仕事が地方に分散しだしているとの話を聞いたことがあったが、この影響とも推測される。
	変わらない	輸送業（営業担当）	・県内市場において大きく需要が増える事は無く、現状維持だと予測する。ただし物流面で言えば海上輸送の燃料コスト増が予定されており、各業態の収益圧迫になる要因はある。
		輸送業（代表者）	・東日本大震災や原燃料価格の高騰など不安要素は多いが、上半期は現状どおりと見込む。
		広告代理店（営業担当）	・やはり東日本大震災や福島第一原子力発電所事故に端を発した社会問題は生活者の消費マインドを低下させ、今後の企業側の投資意欲を抑制するよう感じられる。
		コピーサービス業（営業担当）	・例年どおり、これから夏に向けて受注量が減っていく。
	やや悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・民間工事は個人住宅建設が順調にあるが、公共工事は減少し、大型案件が無く全体では減少の見通しである。
		建設業（経営者）	・東日本大震災後の心理的影響もあり、住宅の相談はあるが、契約・着工にちゅうちょしている客が多い。

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
		会計事務所（所長）	・東日本大震災後の一時的なショックが、一旦落ち着いているような感があるが、今後、沖縄の観光が本格化する夏場以降に更に悪影響が出るのではと懸念する。
	悪くなる	○	○
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社 （営業担当）	・これから夏に向けて求人企業が増えてくると予想している。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当） 学校〔専門学校〕（就職担当）	・東日本大震災の復興ムードが高まり、派遣求人の増加及び受注案件の増加を期待したいが、しばらくは先行きが見えない現状が続く。 ・採用を検討している企業はあるものの、社会情勢に慎重であるため、具体的な採用活動まではいかない様子である。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社 （総務担当）	・東日本大震災についてもそうだが、福島第一原子力発電所事故の報道による先行き不透明・不安感が景況感に影響しているのではと考えられる。
	悪くなる	—	—