

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 やや良くなる	-	-
		商店街（代表者）	・今月と比べたら2、3か月先は良くなる。人の動きが活発になり、消費につながる。ただ、福島第一原子力発電所問題の動向如何では、あまり変わらない状況かもしれない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・例年一番の売れる時期であるが、まずは来客数を増やすことに重点を置く必要がある。チラシ等の宣伝により遠方の大型店に出向いている消費者を近所で購入できることを明示していきたい。
		百貨店（営業担当）	・駅ビルのリニューアル、東日本大震災の影響が当地区は顕著に出ているため、現状が底の状態である。今後、少しずつ消費者の購買意欲も上昇する。
		スーパー（店長）	・買物をしている客をみていると、節約に対する我慢の限界を越えており、値段をそこそこ付けても購入に至っている状況がここ2か月続いている。安いから買うということはなく、値ごろ感が出て、そこそこ納得できる値段を付けることで消費購買も上がっており、今後この状況が続いていく。原油価格が高騰しているため、商品価格も上がる。
		スーパー（店長）	・東日本大震災以降、商品の欠品が目立っている。4月になり落ち着いたら売上は上がるが、今の状況でいくとマイナスになる可能性もある。
		コンビニ（販売促進担当）	・入荷できない食材もあるが、配送された商品の中で販売していく。物流コストは懸念されるが、ある程度売上が上がれば、大きな問題ではない。
		衣料品専門店（総務担当）	・行き過ぎた自粛ムードにもストップがかかり、消費は少し持ち直す。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・春先にかけて暖かくなり、気候がだんだん良くなるので、冬場に比べると春のコーヒーの需要は自然に増える。卒業、入学シーズンに合わせてちょっとしたギフト物等が店頭でぼちぼち出ているため、客の来店頻度も上がる。
	一般レストラン（経営者）	・当地の場合、鳥インフルエンザに始まり、火山の噴火、今回の東日本大震災についてもかなり影響を受けて、来客数が激減している。ただ、九州新幹線全線開業の影響がゴールデンウィークに出てくるため、客は若干増える。	
	変わらない	商店街（代表者）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所問題が解決すれば少しは良くなるが、現状のままいくと、復興は遅れ、場合によっては悪い状態が続く。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所問題への国の対応が今後どうなるのか、それらを見極めた上で、消費者それぞれが動く。現在、沈滞している雰囲気があるため、それが変わるまでは、客の購買心は悪いまま変わらない。
		百貨店（営業担当）	・買上単価は減少しているが、買上数量は前年を上回り、件数はやや前年割れとなっている。また、クレジット催事の期間を含めクレジットシェアが増加している。一方で、九州新幹線関連催事の中止等による春の観光客の減少し、節約志向による買物への意欲も一時減退しているが、直接の影響は少なく回復が期待できる。
		百貨店（営業担当） 百貨店（売場担当）	・消費マインドの低下が今後も継続する。 ・東日本大震災後、厳しい状況が続いているが、今の状況は変わらない。来客数についても現在の前年比92%の水準を維持していく可能性が高い。節約ムードも少し広がってくるため、客単価が落ちる可能性もある。
		スーパー（経営者）	・東日本大震災の影響で不足がちな商品については売れるが、それ以外の嗜好品については節約ムードが続く。
		スーパー（店長）	・水産物や青果物は値上がりによる売上増は見込めるものの、それは消費抑制にも働くので何とも言えない。客は依然、不要な物は買わない傾向が顕著であり、今後も続く。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・国産たばこの入荷がなく、外国たばこに流れてはいるが、ただ流れるだけで売上はあまり変わらない。東日本大震災の影響はそろそろ九州では収まってくるが、景気低迷は続いており、販売量は伸びもせず若干減る。
		衣料品専門店（店長）	・例年より低めの気温で、来客数が少ない。今後もこの状況が続く。
		衣料品専門店（店員）	・自粛ムードが薄れて通常に戻るが、景気が良くなるとは思えず、衣料品の動きも大きく変わらない。節電や停電が広がれば、夏物衣料に影響があるかもしれないが、婦人服の場合は気候に大きく左右される。

衣料品専門店（取締役）	・この状況がどこまで続くか分らないが、単価の安い物にも影響が出ている。買い控え傾向がかなり見受けられる。西日本から元気を取り戻そうと衣料品店では品ぞろえに力点を置くが、怖い状況である。
スナック（経営者）	・客の節約志向は、まだまだ今後も続く。
観光旅館組合（職員）	・ゴールデンウィークの大型連休はそこそこ賑わうが、地震の影響はまだ残る。
都市型ホテル	・東日本大震災の復旧、復興の状況次第では元の経済状況になり得るが、被害状況からすると、ここ2、3か月では回復しない。今後も厳しい状況が続く。
旅行代理店（業務担当）	・被災地の復興に尽力すべき日本経済がどうなるのか全くみえないため、2～3か月の動向は変わらない。
通信会社（営業担当）	・まずは東日本大震災から復興しなければならない。これがスムーズにいかないうちには、景気はなかなか上がらない。福島第一原子力発電所問題が落ち着き、復興が早まることが先決である。
通信会社（企画担当）	・販売促進策強化の結果からみると、引き続き販売の上昇は見込まれない。
テーマパーク（職員）	・前年から当地では口蹄疫や鳥インフルエンザ、火山噴火と災害が続いているが、沈静化するまで時間を要した。今回も当面の間状況は変わらない。
美容室（経営者）	・東日本大震災がなければ間違いなく景気は上向いていたであろうが、悪くても現状維持できるように地震の被害を受けていない西日本が経済活動をしなければならぬ。
理容室（経営者）	・卒業、就職、転勤という客が非常に多い。また、来店サイクルが2～3か月となっており、3か月先はほとんど期待できない。その間に新規客があれば良いが、最近では新規客が少ないので少し厳しい。
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）	・今後客の増加や売上の増加に繋がる要因はなく、介護報酬改定も来年4月にあるため、業績にプラスとなるものは少ない。
設計事務所（所長）	・現在、新規客がほとんどいないので、このやや良くない状況がこれからも続く。
住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の影響は受注に影響しないが、受注を押し上げる状況でもない。今後もこの状況が続く。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・東日本大震災による影響がどの程度あるのか全く想像がつかないので、あまり良い将来、楽観的な予測は立たない。
商店街（代表者）	・卒業、入学、就職と家計に負担がかかる時期に、東日本大震災があり、皆、財布がかなり固くなっている。これから良くなるとは考えられない。
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・東日本大震災以降、物の動きがすごく鈍く、なかなか売れない。乾電池やカイロ等が品薄となり、水までもが品不足になっている。被災地以外では普通の生活をしないと国の経済が回らなくなる懸念がある。
一般小売店〔精肉〕（店員）	・東日本大震災の影響なのか仕入れの単価が上昇傾向を示している。
一般小売店〔生花〕（経営者）	・例年、花の需要が減退する夏場であるが、今後は悪くなるどころではない。東日本大震災後の状況もあり、直接被災地ではないが、非常に不安である。
百貨店（売場主任）	・東日本大震災の影響がどの程度のものがはっきりしないが、消費者は今後も積極的に必要な物以外の商品を買わないのではないかと考えられる。
百貨店（総務担当）	・消費マインドの向上する条件が今のところ全くない。
百貨店（営業企画担当）	・東日本大震災の影響からの脱却には時間がかかり、厳しい状況が続く。
百貨店（営業企画担当）	・東日本大震災を背景とした全国的な自粛ムードや計画停電、放射線等の影響から、生産活動や購買意欲の減退が続く。
百貨店（業務担当）	・東日本大震災が人々に与えた影響は大きく、今もなお、被災地の状況は混迷を極めている。そのような状況下で客の購買意欲は今後も高まらない。
百貨店（企画）	・東日本大震災後の復興が軌道に乗るまでは、客の購買意欲も高まらない。半年以上は売上の減少に歯止めがかからない。
スーパー（店長）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故に伴う先行き不安が一日でも早く解決されない限り、景気はますます落ち込む。

スーパー（店長）	・商品の店頭価格が上昇することが予測される。価格が高くなれば買い控えが始まるが、食品は外食の機会が少なくなり、内食に期待ができるため、食品の売上は上がる可能性もある。ただ、これからは節約意識が高まり、ぜいたく品、し好品については先行きが非常に懸念される。
スーパー（総務担当）	・東日本大震災による影響は甚大で、いろいろな面で自粛ムードが続くと予想され、各家庭の支出も控えられる。
スーパー（総務担当）	・東日本大震災の復旧、復興が遅れば、経済全体も停滞したままとなり、復興の動きが早ければ、経済及び消費の動きが活発化する。復旧に繋がる施策が明確でない現状からは、当分厳しい状況で推移する。
スーパー（経理担当）	・東日本大震災後の水産物、青果物その他加工食品について商品が不足気味となる。また、原価高騰や電力問題、石油製品等のコストの増加に加え、消費意欲の減退等もあり、プラスと考えられる要素がない。
家電量販店（店員）	・3月31日に家電エコポイントの対象製品の購入期限がきたことで駆け込み需要がかなりあったが、今後、地上デジタル放送にすべて移行するまでの7月までの需要が見込めるかが心配である。また、東日本大震災の影響で、需要があっても供給に不安があり、工場によっては製造できないといった状況が出ている。物流も正常には機能しておらず、在庫関係もかなりひっ迫してくると予想される。また供給されない状況も出てきそうなので、少し悪くなっていくと危惧される。
家電量販店（総務担当）	・消費の低迷は避けられない。
乗用車販売店（従業員）	・東日本大震災により車の生産が止まっているために、4月以降はどうなるか分らない。
乗用車販売店（経理担当）	・東日本大震災の影響で車の生産が遅れており、販売に見込みが立てにくい状況になっている。今後しばらくは厳しい状況が続く。
乗用車販売店（販売担当）	・自動車業界も少子高齢化の影響で総需要量がだんだん少なくなる傾向になる。また各メーカーの販売競争が激化する。少なくなった市場の中でパイの奪い合いが激しくなり、販売環境としてはかなり厳しくなる。
乗用車販売店（代表）	・良くなる要因が見当たらない。東日本大震災の影響で自動車業界は悪くなる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の仕入価格の動向は不透明であり、小売価格も高止まりした感がある。また東日本大震災後、客の節約指向が高まっており、必要がある商品しか購入しない状況となっている。
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〕（支配人）	・東日本大震災による心理的な悪影響が続き、競合店出店のオープン効果が落ち着くまでが厳しい状況となる。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・東日本大震災により、国内旅行が減少し、土産品が動かない。大きな痛手でその影響はどれほどか想像つかない。
その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・東日本大震災から津波、福島第一原子力発電所事故と続き、これから先の将来がどうなるか、想像つかない。今はどん底である。
観光ホテル（総務担当）	・4月が底とみているが、現状のままでは5、6月に回復基調に戻るとは考えにくい。
観光型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の影響で宴会発生が例年に比べ少ない。
タクシー運転手	・客のキャンセルが沢山出た上に、また春先のイベント関係がすべて中止になっている。今後も客の動きは大変悪くなる。
タクシー運転手	・今現在、4、5月についてもホテルのキャンセルがかなり多い。それは東日本大震災の影響によって旅行を控える人が多く、当地は観光都市であるため、その影響は今後かなり出る。
通信会社（管理担当）	・東日本大震災の影響による日本全体の景気悪化が危惧される。
ゴルフ場（支配人）	・東日本大震災の復興に大きく影響を受ける。電力の削減やガソリンの節約キャンペーンが個人消費を妨げる。
競輪場（職員）	・東日本大震災の影響があり、厳しい状況が続く。
美容室（店長）	・東日本大震災は他人事ではなく、各地で影響がある。地震により仕事が急に忙しくなった業種も一部聞いているが、今後どうなるのか不安である。
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）	・2～3か月先は東日本大震災の影響がまだ残っており、厳しい状況が続いている。

	設計事務所（所長）	・東日本大震災で、建築資材の価格が高騰する。また、資材が入りにくくなり、建築を控える客が増える。
悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の影響が顕著に出てくる。日本全国が関東以北の人たちのことを思い、当然のことながら自粛ムードになる。
	商店街（代表者）	・子ども手当の減額や増税も予想され、景気は後退する。購買意欲を向上させる材料が何一つ見当たらない。
	百貨店（営業担当）	・特に福島第一原子力発電所問題を早く解決しなければ、非常に大きな影響を与える。大きな被災であり、雇用の問題、企業の倒産問題等が今から顕著になってくる。これから2、3か月先の景気は極めて悪くなる。
	百貨店（営業担当）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所事故の影響が不透明な状況であり、消費者のマインドが非常に冷え込んでいる。今後も生活必需品以外は消費マインドが上がらないという状況が続く。経営計画を最悪5～10%減少した場合、どう対処していくか今、準備を始めたところである。
	百貨店（販売促進担当）	・東日本大震災の影響があり、購買意欲が低下しており、今後も厳しい状況が続く。
	スーパー（店長）	・東日本大震災の影響でメーカーの商品供給が不足し、生活必需品の乾電池やボンベ、コンロ、おむつ、ミルク、ヨーグルト等の品薄の状況が続く。またガソリン不足による配達指定が発生し、食料品の原材料のコスト上昇もあり、商品価格が高くなる。地震の地域経済に及ぼす影響は大きい。
	スーパー（業務担当）	・東日本大震災の悪影響は免れない。ただ、復興支援に必要な物資や資材の生産が軌道に乗れば、関連企業の受注量が増え、業種によっては好況を呈するケースも出てくる。ただし個人消費については数か月で回復するとは思えず、現状を下回る状態が少なくとも年度中は続く。
	コンビニ（エリア担当）	・3か月後も景気の回復は見込めず厳しい状況が続く。また大手コンビニエンスストアのエリア出店によって、厳しさがどんどん増す。
	衣料品専門店（経営者）	・景気が悪くなり、東日本大震災の影響も当時進行して、買物が控えられている。
	衣料品専門店（店長）	・東日本大震災の影響と福島第一原子力発電所事故の影響でだんだんと景気が悪くなる。少なくとも2～3年はその影響が出るだろう。どうなるのか不安である。
	家電量販店（店員）	・九州に立地する店舗であるが、東日本大震災の影響とエコポイント制度が終了するため、ダブルパンチという状況である。そういうこともあり4月以降の景気については非常に危惧される。また商品の入荷状況も機種によっては非常に悪い物もあり、買い控えというより、むしろ機会損失が増える。景気についてはこの4～6月はどう転ぶか分からないが、現状では悪いと判断せざるを得ない。
	乗用車販売店（総務担当）	・東日本大震災の影響から、新車の供給が停止し、また消費者の購買意欲も低下している。メーカーでは正常生産の目途が立たっていない。販売する商品がなく、新車販売店の経営は、今後更に悪化する。
	住関連専門店（経営者）	・合板等の値上がりが始まった矢先に東日本大震災があった。その影響から資材の不足はもちろん、耐久消費財である家具の消費は低迷する。
	その他専門店〔書籍〕（店長）	・東日本大震災の被害が大き過ぎ、また福島第一原子力発電所問題もあり、首都近辺は今後どうなるか見通しが立たない。電力が回復しない以上、計画停電を長期間実施することにもなり、九州地区でも定期点検中の玄海原発の再開がいつになるか分からず、各地でこのようなことが続く間間違いなく日本経済は大きく低迷する。
	その他専門店〔書籍〕（代表）	・東日本大震災の影響があり、厳しい状況となる。
高級レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響で、この先の予約状況をみてもかなり厳しい状況が続く。実際に被害を受けていない西日本までもが不景気になり、すごく悪い方向に向かっている。	
高級レストラン（社長）	・東日本大震災の影響でどうにもならない。	
高級レストラン（専務）	・福島第一原子力発電所問題がまだまだ解決に至らず、半年、1年かかるかどうか分からない状態である。物は不足し、人は出なくなり、水は足りなくなる。	
高級レストラン（支配人）	・東日本大震災の影響が間違いなく出てくる。購買意欲は今後も低迷する。	
都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の影響や原油、小麦等の価格高騰等、良くなる要因が見付からない。	

	都市型ホテル（副支配人）	・インバウンドの予約がキャンセルになったことや国内の団体客の予約の動向が不透明になっており、厳しい状況が続く。	
	旅行代理店（従業員）	・近場の宿泊や一部海外で前年超えはあるものの、ほとんどの方面で前年を大幅に下回る。当面はレジャーを控え、不急の旅行は避けたいというムードが強くなる。	
	通信会社（総務担当）	・東日本大震災により、電力不足による生産活動の低迷等の影響により、国民生活及び経済活動の安定は当面望めない。韓国からの観光客が九州への旅行を中止する事態となっている。このように多方面に影響があり、いつまで続くか不安材料が山積みとなっている。	
	通信会社（業務担当）	・先行きは東日本大震災の影響で商品の仕入れが厳しい状況となり、需要のピークも過ぎているため、販売数は落ち込む。	
	ゴルフ場（従業員）	・県外客の予約がほとんど入らない状態になっている。自粛ムードで観光業やサービス業は非常に厳しい状況となっている。また福島第一原子力発電所問題の解決の方向性が出ない限り、この沈滞ムードに明るい兆しは出ない。来月、再来月の予約は依然厳しい状況である。	
	競馬場（職員）	・東日本大震災の影響が少なからずある。	
	美容室（店長）	・東日本大震災及び津波の影響がこれから出てくる。	
	住宅販売会社（従業員）	・東北、関東における普通の生活の確保が先決である。官民一体となり、動く必要がある。	
	その他住宅投資の動向を把握できる者〔住宅情報誌〕（経営者）	・県の人口が減少し続け、不動産、建築業の動きが悪いなか、東日本大震災の影響で建材が不足し、一段と苦しくなっていく。	
企業動向関連	良くなる	-	
	やや良くなる	鉄鋼業（経営者）	・販売価格が改善しているが、原料価格及びその他副資材費の上昇分を転嫁したもので、需給がひっ迫していることによるものではない。ただし、直近ではマンション等を含む新規建築物件の向け資材の見積、成約は以前より増加している。また病院、物流倉庫等の新規建築着工物件も複数見受けられ、建築物件の需要は回復基調にある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災対応による緊急品目分野は多忙である。自動車関連分野は、すべての部品工場が稼働を再開するまで生産調整が続くものの、部品工場は地震による相当のダメージを受けており、喪失した型、治具等の緊急調達が始まっている。
		広告代理店（従業員）	・広告の自粛がなくなれば、景気は上向く。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・現実に九州地方は全く被害を直接受けているわけではないが、海外からの客や国内の人の動きが完全に止まっている。延期していたイベント等も2、3か月中には開始されることも予想され、福島第一原子力発電所の問題がある程度収まれば、人が動き出し、今よりはかなり良くなる。
	変わらない	農林水産業（経営者）	・例年の4、5月は季節的にも需要が伸びる月であり、今年もある程度期待できる。ただ、東日本大震災の影響による自粛ムードが需要に与える影響が少し不透明なところである。しかし生産面からすると、東北を中心とする畜産関係が回復するには少し時間がかかるため、代替需要がかなり期待できる。
		農林水産業（従業員）	・東日本大震災の影響で消費動向がかなり厳しくなっている。また、飼料価格も非常に上がっているため、当面厳しい状況が続く。
		輸送業（従業員）	・東日本大震災に始まった津波の影響、そして福島第一原子力発電所問題と様々な問題が日本で起きている。今回の地震による日本の損害した金額は16～25兆円と言われている。この状況下で景気が回復する見込みはほぼない。
		金融業（調査担当）	・自動車メーカーの生産計画が遅れているため、部品メーカーの先行きに不安が残る。これにより自動車メーカーに限らず、取引先の売上も減少し、売上代金回収遅延による資金需要の話が出てくる可能性がある。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上がイベントや広告活動の自粛等の影響もあり、減少傾向が続く。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・東日本大震災後も受注はあり、多少の影響はあるとしても、大きく景気が悪化する予兆はみられない。	
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・今後、東日本大震災の影響で原材料が不足する。また販売も不安定になってくるため、やや悪くなる。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・東日本大震災等の影響があり、今後はやや悪くなる。	

化学工業（総務担当）	・東日本大震災による甚大な被害から、経済や産業界に与える影響は計り知れない。復興には長期間かかるものとみられ、国内ではしばらくの間は景気下降の局面が予想される。
窯業・土石製品製造業（経営者）	・東日本大震災という大きな災害で消費者の購買意欲は委縮してしまい、先がなかなかみえない。
一般機械器具製造業（経営者）	・原子力発電用メンテナンス用機械加工部品が中断され、今後の見通しが立たない。
電気機械器具製造業（経営者）	・受注の安定と短期見通しが立って、これから少し良くなっていくかと思っていたが、今回の東日本大震災の影響を大きく受けている。各部品が調達できなくなり、最終的には順調に進めなくなっていくのではないかと懸念があり、やや悪くなっていく。
電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連全般的に動きが低調気味になっており、順調に推移してきた状況が急変して悪くなってきた。全般的に動きが非常に鈍く、不透明な状況が続いている。
精密機械器具製造業（従業員）	・東日本大震災により、一部の材料、部品等の入手が難しくなっている。まだ在庫はあるが、これから様々な材料、部品等の入手問題が出てくるため、生産に若干影響が出てくる。
建設業（従業員）	・見積案件はあるものの、競合相手が数多くあり、どこも厳しい数字で落札しているのが現状である。特に公共工事は、入札制度で総合評価方式により、価格が安くても付加点により逆転されて受注に結びつかず、どの企業も苦慮している。
輸送業（総務担当）	・物流がうまく機能しない停滞した状態で、どうなるかよく分からない。物はあっても運べない、物を作りたくても材料がそろわない等かなり影響が出ている。景気、不景気という以前の問題の状態である。
通信業（職員）	・情報通信分野の公共工事が激減する見込みであることに加え、東日本大震災の影響で材料の入手が困難となる。
金融業（営業担当）	・建設業等の資材や住宅関連商品の販売規制がかかっており、業績及び資金繰りの悪化が懸念される。飲食業は東日本大震災直後より予約のキャンセルが相次ぎ、売上は前年比で減少する。
金融業（得意先担当）	・業況悪化に伴う取引先からの既存借入金等に対する条件変更の申し出が増加傾向にあるほか、東日本大震災の影響が今後もしばらく続くため、厳しくなる。
新聞社（広告）	・地元の通販会社など一部に広告出稿再開の動きがあるが、今後のイベント開催も実施が不透明で見通しが立たない。通常のサイクルに戻るには来月いっぱいかかる。
その他サービス業〔物 品リース〕（役員）	・現状の受注環境のなかで、東日本大震災の直接的影響は出ていないが、取引先の多数の経営者が当面景気の低迷及び景気の先行きを充分見極めた設備投資が必要であると口に出している状況から厳しくなると判断した。
悪くなる	
食料品製造業（経営者）	・口蹄疫や鳥インフルエンザ、火山の噴火に続く東日本大震災の発生により観光需要が大きく減少し、売上は大きく減少している。九州新幹線の全線開業という好材料があったものの平均乗車率も大幅に低迷しており、大きく悪化する。
繊維工業（営業担当）	・流通や資材の調達が大変厳しく、この大変な時期にもかかわらず資材価格が値上がりしそうな気配さえある。電力や原油価格の動向をみても良くなることはない。
家具製造業（従業員）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故で店舗の出店等はほとんど凍結、あるいは保留、延期となっている。特に東京から北の地域は、この先数か月間は商業店舗の出店がすべて止まる。これらの複合的要因で西日本での商業施設の出店も大幅に減少している。家具材や建築材、内装材すべてが品薄となり、現在着工している物件にも遅れが発生している。復興の時期は早くて半年後から1年後となる。
金属製品製造業（企画担当）	・福島第一原子力発電所問題の終息が全くみえず、最悪のシナリオが現実味を帯びている。厳しい状況が続く。
輸送用機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災のため客先の工場が止まっている。
輸送用機械器具製造業（営業担当）	・東日本大震災の影響が続き、厳しい状況となる。
建設業（社員）	・地方公共団体の単独費での発注は期待できないのが実情である。繰越工事の発注もすでに終わり、今後、地方の自治体にも東日本大震災の影響が少なからず出てくる。
金融業（営業）	・製造業は大手メーカーの休業等により、今後需要が低下する。また東日本大震災の影響もあり、公共事業が一層削減されると考えられ、今後は危機的状況となる可能性もある。

		<p>広告代理店（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・3月の新聞折込枚数は前年比89%と悪くなっている。原因は東日本大震災及び津波災害の影響である。各スポンサーが広告を自粛し、その姿勢は今後しばらく続く。被害を受けた企業が復興し、生産再開となるまでどのくらいかかるのか見守るしかない。</li> </ul> <p>経営コンサルタント</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現在は現状維持、もしくは縮小の方向に向かっている。</li> </ul> <p>経営コンサルタント</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東日本大震災で品不足が生じ、食品部門の売上が低下する。</li> </ul> <p>その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・税込不足から市町村の委託、備品購入等予算が削られており、発注時に予算額が低価格で設定されていることから、受託する業者の売上が減少している。市町村に関連する出入りの業者は多いため、全体の業者の経営に影響を及ぼす恐れが</li> </ul>	
雇用 関連	良くなる	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・復興に向けて西日本地区の経済立て直しが必要となり、自粛されていたイベントやパーティーが再開される。</li> </ul>
		人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東日本大震災により、東北での半導体関連企業がダメージを受けており、西日本での生産を強化している。その影響で数年ぶりに事務員のオーダーが復活した。</li> </ul>
	変わらない	人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・円安による輸出系企業の状況が不透明なことに加え、東日本大震災の影響が長期化することが懸念される。</li> </ul>
		人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東日本大震災の影響が、いつまで続くか分からない。また、人事異動等で人の動きが一旦落ち着いているので、人員の増員は今のところ少ない。</li> </ul>
		求人情報誌製作会社（編集者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新駅ビルの開業や大型商業ビルが4月に開業する等、夏あたりまで人の動きが活発になると予測していたが、東日本大震災の影響で人不足、物不足が起きる気配がある。すでに建築業では資材が手に入らず、予定されていた仕事ができなかったという声も聞く。</li> </ul>
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東日本大震災の影響を大きく受ける。復興の状況によるが、日本全体の景気が良い方向に進むか、悪い方向に進むか不透明である。</li> </ul>
		職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故、円高等の影響が出てくることが見込まれ、予断を許さない状況となっている。</li> </ul>
		職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東日本大震災の影響が不安材料となり、当面は不透明である。復興に向けての動きが加速すれば、景気に良い影響を与える。</li> </ul>
		職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・求人数は前年度比で増加して推移しているものの、企業からの話では円高、デフレの進行により、中小零細企業は厳しい状況が続いている。</li> </ul>
職業安定所（職員）		<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業間で差はあるが以前より業況改善のみられる企業も多く、新規求人数もここ数か月前年同月比プラスで推移している。一方で不透明な部分も多く、変わらない。</li> </ul>	
学校〔大学〕（就職担当者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東日本大震災の影響で、求人活動スケジュールの見直しを行う企業が出ている。現在の採用が底であり、これ以上の極端な採用縮小はないという企業の声もあるが、地震が採用にどう影響を及ぼすのかが懸念材料である。</li> </ul>		
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東日本大震災は製造業だけでなくサービス、レジャー等すべての業種で何らかの影響を及ぼし、そのことが雇用にどのように波及してくるのか懸念される。</li> </ul>	
	民間職業紹介機関（社員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東日本大震災の間接的影響で各産業に自粛、休業が発生しており、人材の余剰感はあるものの、不足感は見られない。</li> </ul>	
	学校〔専門学校〕（就職担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東日本大震災の影響が採用にも出てくる。</li> </ul>	
悪くなる	職業安定所（所長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東日本大震災の影響により、東北地方方面ではかなりの生産停止が行われたが、ここにきて一部操業が再開される等の動きも出始め、今後の雇用情勢の見通しは不透明である。</li> </ul>	
	民間職業紹介機関（支店長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東日本大震災の影響が更に深刻さを増す。年度末契約更新に当たり、4月以降の契約延長無しや更新しないという客が非常に多い。復興需要が発生するにしても相当の時間がかかる。</li> </ul>	