

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連	良く なっている	住関連専門店 （仕入担当）	来客数の動き	・東日本大震災後、店舗の復旧も進み、4月からは完全に営業を開始している。停電によるロスもなくなり、補修用品、生活必需品中心に売上高を伸ばしている。また、地震対策品、節電用品も売上を大きく伸ばしている。
	やや良く なっている	スーパー（経営 企画担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で家庭で飲食する客が増えたせい、3月ほどではないが4月も引き続き売上が良くなっている。また、節電の結果、使用電力量が20%以上減っている。
		コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で商品の入荷が大分悪いといったことがあるが、逆に遠出をしないで近隣の店で買物をするにつながついているようで、客数が少し伸びている。
		コンビニ（経営 者）	お客様の様子	・売上、客数共に前年比100%となっており、ゴールデンウィークが始まる週からは客数が同120%と底上げに貢献している。前年は7年に1度の祭りでにぎやかだったことを考えると、人の動きは良くなってきている。
		家電量販店（店 長）	お客様の様子	・東日本大震災後の被災した家電製品の買換え需要が出ている。商品の状況では、テレビ、電子レンジやオーブンレンジなどの転倒で使用不可能になった品が多い。
		一般レストラン （経営者）	販売量の動き	・3月後半以降、4月に入り、一層の悪化を予想したものの、逆に3月の落ち込み分を回避することができている。
		その他レジャー 施設 [アミュー ズメント]（店 長）	来客数の動き	・東日本大震災により、母体ショッピングセンターが復旧工事のため約1か月間休業となり、営業ができない状況で大打撃を受けたが、営業再開後は継続的に通常の150%以上の来客があり、好調に推移している。
その他レジャー 施設 [アミュー ズメント]（職 員）	販売量の動き	・東日本大震災の関係はほとんどないというより、いろいろな自粛ムードのなか、近場でしかもお金があまり掛からないという当店のようなゲームセンター、アミューズメントパーク、ネットカフェには客がある程度来てくれている。		
変わらない	商店街（代表 者）	お客様の様子	・東日本大震災の後には有用品以外は買い控えて本当に売れなくなっている。飲食店等も暇だと言っている。	
	一般小売店 [精 肉]（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後50日過ぎたが、夕方から街路灯が付かないので暗くなり、皆危険になるとあまり通らない。ほとんどゼロのような状態である。その分明らかにうちに来てもらえればと思っているが、スーパーや大型店のみで一般商店には全く呼びがない状態である。町もこれでは活気が出てこない。	
	一般小売店 [家 電]（経営者）	お客様の様子	・被災地中心の情勢も少しずつ落ち着きを取り戻してきたが、全体的に自粛ムードもあり商品の動きは悪い。	
	百貨店（販売促 進担当）	販売量の動き	・東日本大震災から1か月以上が経過し、震災直後の極端な消費マインドの低下からは回復してきている。マチュアからエルダーマチュア世代のファッション衣料がまだ不振であるが、それ以外の商品群は、前年実績並みまで回復してきている。	
	スーパー（店 長）	単価の動き	・東日本大震災の影響での商品不足は一段落したが、風評もあり青果物の価格が安値のため、部分的に売上は厳しい状況である。その他の食品に関しては、ほぼ通常の動きをしている。	
	スーパー（統 括）	販売量の動き	・客の食品の買い方、販売数量は通常に戻ってきたが、乳製品など一部商品の供給が間に合っていない。また、花見や地域の祭りが中止になるなど季節モチベーションへの支出が抑制されており、販売量の伸びがない。	
	衣料品専門店 （販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災後の計画停電で3月は大きく落ち込んでいたが、4月上旬くらいから人の動き、客の様子が幾分明るさを取り戻しつつあるような気がしている。ただし、買物、消費行動にまでは移っていないので、景気の悪さは3月からそれほど変わっていないような状況である。生活必需品以外はやはりかなり停滞している。	

自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響でマイナスもあるが、買い控えていた物、必要な物の動きがやや出てきたので、プラスマイナスで相殺という状態である。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・このところ毎日のように霜注意報が出され、地場の果樹や野菜の成長も遅れがちである。今後も天気次第の生活になるため不安も大きく、地域の消費も湿ったままである。	
通信会社（局長）	お客様の様子	・3月は東日本大震災直後の計画停電などが心理面に大きく影を落とし、消費抑制、自粛ムードが顕著であったが、4月はこれらが幾分解き放たれた感があり、販売も順調に推移している。しかし、景気が改善したと言える程度のもではない。	
通信会社（営業担当）	来客数の動き	・量販店舗の客足を見ると、週末にもかかわらず来客が少なく、節電等も影響し、消費が冷え込んでいる傾向は変わらない。	
ゴルフ場（副支配人）	来客数の動き	・東日本大震災で大幅なキャンセルがあったが、今月に入り、ややゴルフの供給もあったため、客が戻ってきている。	
ゴルフ場（支配人）	単価の動き	・県外来場者が減少傾向にあり、狭い商圈エリアに客が集中している。周辺コースとの競合で客単価が乱れており、客単価の落ち込みが激しい。	
競輪場（職員） 設計事務所（所長）	お客様の様子 来客数の動き	・入場者数、購買単価ともに減少傾向にある。 ・東日本大震災の影響で建築依頼があったことは確かであるが、それはこれまで計画の蓄積があったわけではない。実際には多くの障害があり、実施にはいまだ多くの時間を必要とするため、その効果が表れるにはまだ時間が掛かる。	
住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・一部の住宅ローンの金利引下げの効果がかなり出始めている。年内という時限措置であるが、建築資材の調達が困難なため、工期が通常より掛かることから先食いの様子がある。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響は色濃く残っており、祭りの中止などもあって街の人出も少なく、売上も伸びていない。
	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・客の購買意欲が停滞しているような感じで、予想よりテレビ等の動きが悪い。
	百貨店（総務担当）	それ以外	・今月より店全体の売上の25%を占めるある菓子メーカーが売場より撤退したため、菓子、食品全体の売上が30%減少し、なおかつ来客の激減で他の部門の売上も全体で10%下がってしまっている。東日本大震災の影響での売上減もあり、今月は前年比61%とがたがたである。
	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災後、数字的にはそれほどの落ち込みがないような状況であるが、雰囲気的には来客が非常に少ないような気がしている。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークに向けて若干の回復傾向が見受けられるのも事実だが、東日本大震災による消費マインドが懸念される。
	スーパー（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響により、消費者心理が落ち込んでいる。
	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災後、特に悪いのは衣料品関係、服飾、小物、雑貨関係である。その反面、食品関係については一部まだ供給が不足している商品などもあるので、そのあたりを含めると、景気はかなり良くない。
	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・今月だけで見ると前年を上回る客数、売上となっているが、一過性の事態と考えている。物の供給ができるようになり、買い占め、買いまとめもなくなり、今は落ち着いている。今後は必要な物だけを買う傾向が続く。
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・セール品は動くが、その他は必要な物以外買わない。
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・買いだめのせいか、加工食品が少し悪くなっている。
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・このところたばこが入ってこなくなったので、たばこにプラスしての買物ということが全く無くなり、その分大きく売上が落ちているため、厳しくなっている。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、新車納車のめどが立たないでいる。今のところ修理に関する部品は調達できているが、今後どうなるか見通しが付かない。

	住関連専門店 (統括)	販売量の動き	・東日本大震災直後の買物の反動が出ている。このため、買上点数の減少と同時に、自粛ムードのなか、必需品以外の販売量が落ち込んでいる。
	高級レストラン (店長)	販売量の動き	・まだ自粛ムードが強く、東日本大震災前の水準まで回復できていない。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ここ1か月ほど計画停電等で営業ができないこともあり、客数も非常に減っている。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・いまだに自粛傾向があり、単価、人数等もすべて控えめ、飲み物の量にまで影響が出ているように見受けられる。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で会合が中止になっていたが、回復の兆しは見えるものの、客数の減少は続いている。福島第一原子力発電所の影響も相変わらず続いている。
	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・自動車産業の町のため、計画停電などで工場の生産ができず、ますます出張者が減っている。
	通信会社(経営者)	販売量の動き	・東日本大震災後の影響で、年度末に流れてしまった仕事がいまだ受注に至らない。一番厳しい時期である。
	ゴルフ場(業務担当)	お客様の様子	・コンペなどの取り込みが全然回復していない。
	設計事務所(経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響で流通や生産が遅れている材料などもあり、工期が間に合わない所も出てきている。工事が以前の状況に戻るにはまだ月日が掛かりそうである。
	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・例年、ゴールデンウィークには相応の入出があり、別荘見学者が増加する時期であるが、今年は見学希望者が低調である。
	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・客の物件購入に対するマインドは明らかに低下しており、問い合わせや来場が減少している。
悪く なっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・東日本大震災以降、旅行客が激減しており、例年にぎわうさくら祭りも半分の人出である。隣接大型店閉店の影響もあるだろうが、比較検討できない。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・東日本大震災後の自粛ムードのなか、さくら祭りのイベントを開催したが、義援金募金で高い関心があり、会場は大勢の人でにぎわったものの、商店街へ流れて来ない。
	一般小売店[酒類] (経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響で商品がなかなか入ってこない。売れる物がなくて弱っている。
	一般小売店[衣料] (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の関係で、観光客が一向に来ていない。当店でも量的な動きは少なくなっており、全くない。
	一般小売店[青果] (店長)	お客様の様子	・東日本大震災後から消費意欲はかなり低迷しており、必要でもよほど必要でなければ買わない、高い物は買わないという現象が起きている。
	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で消費マインドが冷えている。
	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・買い控えが目立つように見受けられる。特に単品買いの客が多い。
	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・やはり風評被害が日増しに当地方にまで向かってきている。衣料品については買い控えをしているようである。
	衣料品専門店 (経営者)	それ以外	・商店街に全く人通りが見えないので、将来が不安である。
	衣料品専門店 (店長)	単価の動き	・東日本大震災直後よりは客足が戻りつつあるが、高級品よりも手ごろな品物を買う傾向が高く、相対的に売上が減少し、今月は前年比32.5%減となっている。
	家電量販店(営業担当)	それ以外	・東日本大震災の影響がある。取引先、営業所が東北方面に多く、復興に時間が掛かるようである。
	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災により生産がストップしたため新車の入庫がなく、また、消費者の自粛意識による消費意欲低下から、新車の購入も減っている。
	スナック(経営者)	来客数の動き	・全然人が動いていない。東日本大震災の影響もあるのだろうが、早く手を打ってもらわないと被災地以外でも路頭に迷う人が出てくるのではないかと不安である。
	スナック(経営者)	競争相手の様子	・東日本大震災の影響もあり、個店の努力だけではちょっと足りないような気がしている。

観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・東日本大震災直後からの自粛によるキャンセルは落ち着いてきている。ゴールデンウィークの予約も直近になって増えつつあるが、まだ例年の状況には及ばない。前年比で3割程度の減少が予想される。
都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・当地域は被災地であり、その後の福島第一原子力発電所の放射線の問題もあり、団体、個人客を含めて今後の予約の多くがキャンセルとなっている。また、当ホテルは震災復興のため8月末まで全館休業をしている。
都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故で、3～5月の会合、宴会等がほとんどキャンセルになってしまっている。また、今後の予約分についても、総会のみで懇親会をやらないなど、非常に切羽詰まっている状況にある。宿泊に関しては辛うじて60～70%程度というところである。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災で当地域もいまだに大きな影響を受けている。ちょうど歓送迎会の時期であったが、予約は入っていたものの、延べで40件くらいと非常にキャンセルが多く出ており、大変苦労している。
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・販売量、来客数ともに全く向上していない。
旅行代理店(所長)	それ以外	・東日本大震災による旅行自粛並びに福島第一原子力発電所の放射線による敬遠での被害は甚大である。地域内の宿泊施設の廃業や倒産も発生しており、今後の連鎖が大変に懸念される。
旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・過剰な自粛により販売高が伸びないため、悪くなっている。
旅行代理店(副支店長)	お客様の様子	・東日本大震災までは順調に売上と利益が確保できていたが、震災後からキャンセルだけでなく、受注も前年度比30%と落ち込んできている。客も今のところ自粛傾向で、個人客の動きも非常に鈍く、企業等も出張や旅行は減っている。
旅行代理店(副支店長)	お客様の様子	・旅行業においては自粛ムードが非常に高いと感じている。特に、グループ、団体、法人系の動きが非常に良くない。
タクシー(経営者)	お客様の様子	・自粛ムードが強く、全体の動きが悪いため、前年同月比で25%の減収となっている。
通信会社(販売担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響により来客数が減少していることと、携帯電話の商品供給が少なくなってきているため、販売数が減少している。
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・東日本大震災後の自粛ムードと風評被害により、観光客が激減している。
遊園地(職員)	来客数の動き	・東日本大震災の発生によりレジャー関連施設への出控え傾向があったため悪くなっている。
美容室(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、美容院全体の来客数が減少している。景気の良い時は曜日に関係なく平均的に来客数が多いが、景気の悪い時は忙しい日、暇な日の格差が大きく、従業員の調整等が大変である。景気の回復が遅れて、良くなる方向、先が見えない状況になっている。
美容室(経営者)	販売量の動き	・当店のイメージでもあった大型ガラスの修理が業者の関係でなかなかできず、客に不安感を与えている。このような事情は多かれ少なかれ客の住居にも当てはまり、なかなか外出をする気にならないのではと推察している。
その他サービス [立体駐車場] (従業員)	お客様の様子	・駐車場自体の販売、売上は前年比7割くらい、来客数は同様に5割の動きとなっており、単価も低く、非常に悪くなっている。また、各テナントに関しても来客数は同様に悪く、前年比3～5割台という動きである。
設計事務所(所長)	販売量の動き	・新年度当初ということで例年仕事の受注は少ない時期だが、今年は年度末から新年度に掛けての2か月間、仕事の受注は皆無に等しい。東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故の長期化で、全体の景気の下支えムードが極めて悪い状態である。
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・3月よりは若干良い状況であるが、来客が少ない。
住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・少しは良くなるのかと思っていたが、東日本大震災後はますます悪くなっている。当地域から外国人が皆帰国してしまい、アパートは現在空室だけである。

企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	食料品製造業 (製造担当)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響で供給できなかった物が整いつつあるなかで、当社の商品は多少動きがある。
		一般機械器具製 造業(経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・当社は電動工具の部品などを作っているため、東日本大震災による特別需要だと思うが、売上がやや増えている。また、その他の部品類も増えている。
		輸送業(営業担 当)	取引先の様子	・東日本大震災の被害で、東北方面の各物流センターの機能が停止している部分の代行出荷として、関東エリアで補っているため、前年度5割増しの物量となっている。景気が上向いている形ではないが、買い占め等の備えもあり大幅に物が動いている。
	司法書士	受注量や販売量 の動き	・3か月前よりはやや良くなっているが、まだ普通というところまではいっていない。	
変わらない	プラスチック製 品製造業(経 営者)	受注量や販売量 の動き	・被災地の仕事が当社に流れてきているので、仕事量は増加している。	
	窯業・土石製品 製造業(経 営者)	取引先の様子	・依然として受注量も少なく、体験教室の人出も低迷が続いている。	
	窯業・土石製品 製造業(総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響が、製造設備の損壊などに大きく響いている。	
	金属製品製造業 (経営者)	それ以外	・今月に入って、デパート、病院クラスの大型の自家発電装置が以前より大幅に出てきている。しかし、各使用先に合わせての加工のため、時間は相当掛かっている。電力は今のところ順調で、通常の稼働なので非常に助かっている。	
	電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・当社は東日本大震災の影響は思ったより少ない。ただし、他社を見ると増えた所、減った所の格差が大きい。	
	輸送用機械器具 製造業(経 営者)	受注価格や販売 価格の動き	・1～3月と比較的順調で、4月も順調に推移している。受注量、取引先も数社あるので、良い会社と悪い会社があるが、まずまずのところである。	
	その他製造業 [環境機器] (経営者)	受注量や販売量 の動き	・3月の年度末納品が終わったが、災害予算が出ていく影響で4月以降の行政の契約見込みは未定である。ただ、通常出ていく納品及び装置のメンテナンスリースが継続するため、それほど変わらない。	
やや悪く なっている	出版・印刷・同 関連産業(営 業担当)	受注価格や販売 価格の動き	・見積競争で価格が低くなっているため大変厳しい。	
	金融業(調査担 当)	取引先の様子	・東日本大震災後に行なった県内企業へのアンケート調査結果によると、製造業、非製造業ともに業況感が悪化している。	
	不動産業(経 営者)	それ以外	・契約解除があったため、残された契約者は仕事量だけがかなり増えることになり、負担が掛かる見通しである。	
	新聞販売店[広 告](総務担 当)	取引先の様子	・建築、設備関連業種で資材が間に合わず工事が停滞していると聞いている。また、イベントなど行事の自粛、中止が相次ぎ、予定されていたものがなくなったため大きく減収した等の話は広告、流通などから多く耳にする。花見小屋も昨年の半分程度と低迷したようである。チラシ出稿量は、ゴールデンウィーク前の需要を含めても前年比89%に止まっている。	
	その他サービ ス業[情報サー ビス](経営者)	取引先の様子	・東日本大震災から1か月が過ぎ、落ち着きを取り戻しつつある。現状回復を急ピッチで進めており、しばらく需要の悪化は続く。	
悪く なっている	化学工業(経 営者)	受注量や販売量 の動き	・3月11日以降、出荷が急速に落ち込み、30%ダウンしている。東日本大震災、福島第一原子力発電所事故の直接の被害を受けている客先は少ないはずなのに、間接的にもこんなに影響するものかと驚いている。	
	窯業・土石製品 製造業(経 営者)	取引先の様子	・東日本大震災後、皆この先どうなるかという不安を抱え、材料等を発注しなくなっている。	
	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災後、特に自動車向けの仕事で動きが完全に止まってしまった品物が何点もあり、売上が立たない状況である。他の分野の仕事ではその穴を埋めきれない。	
	電気機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・東日本大震災の影響から、部品不足で思うように生産体制が組めない。	

	輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本震災後の自動車主力メーカーの受注量は半減以下、しかも6月以降についても見通しが全く立たない状況である。したがって、これからは休業や管理職の給与カットで進むという状況である。	
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・予想どおり4月は展示会が軒並み中止となり、また、消費マインドの低下は宝飾業界を直撃しており、売上は前年の50%を大きく下回っている。	
	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で土木、舗装工事を行っている。7か月経過の4月末時点で、受注額は前年比18%増である。これは同札によるくじ引きで落札ができた結果であり、安定した状況ではない。今後、受注体制の確立が望まれるところである。	
	通信業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・得意先の売上也極端に下がっているようで、こちらには仕事が回ってこない。	
	金融業（役員）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、ほとんどの業種の取引先で売上が減少し、収益状況が急激に悪化している。	
	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・今月に入居予定だったテナントが、東日本大震災の影響で来月以降にずれることになっている。また、建物にも被害が出たため、その対応や補修に費用が掛かっている。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販促ツールの受注が50%以上キャンセルとなっている。東日本大震災後、すぐに広告宣伝をやる企業は少ない。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、材料、部品等、資材の調達難や入手難のために生産面に支障を来している。住宅建築等の建設関連では部材が入荷せず工事が滞ったり、食品製造業では風評被害による注文の急減に加えて計画停電のために生産が止まったりしている。企業の潜在的生産能力は変わっていないが、消費マインドが大きく落ち込んで、飲食や観光等の消費関連業界も非常に厳しい状況に陥っている。	
	社会保険労務士	取引先の様子	・東日本大震災対策の助成金セミナーを行ったところ、会場が満員になり、椅子を増やすほど人が集まった。個別面談の希望者も大変多く、苦勞している事業所が非常に多いように感じられる。	
雇用 関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	-	-	
	変わらない	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・前年比での新規求人数は増加を続けてきているが、仕事を求める人の数は減少せず、横ばいのままである。職業相談窓口の混雑も終日継続している状態である。
		学校〔専門学校〕（副校長）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響もあり、操業のできない工場など、人材派遣業等に影響が出ている。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（経営者）	それ以外	・東日本大震災以来、仕事量が20%くらい減り、悪くなっている。
		人材派遣会社（管理担当）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で取引企業のオーダーが少なくなっている。材料部品の不足により生産量が減少し、取引高も減っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・3月の新規求人数について、上旬までは前月に準じて好調な動きであったが、東日本大震災の影響により3月11日以降の求人数の増加率は失速しており、今後も減少していく。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・東日本大震災等の二次的、三次的被害による休業や雇用調整が見受けられる。
	悪くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・青果、食品、魚も含めて若干動きが出てきている。良い方向の動きというよりは回復基調で活発さが見受けられる。自動車関連の部品、電子部品についても、若干荷動きがあったようで、今後期待していきたい。住宅関連は増改築等、東日本大震災による補修関係が動き始めている。ガソリンが落ち着けば、幾分また活発さが出る。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で、取引先のホテルや旅館関係が休館であるとか、集客が非常に少ないということで、4月については非常に打撃が大きい。やはり利用する人々のマインドが冷え込んでいる。
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の詳細が分かるにつれて、ダメージが大きくなってきている。