

## ・景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、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	－	－	－
	やや良く なっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・3か月前よりは徐々に上向いているが、例年と比べると全然良くない。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響から、客の購買に対する自粛傾向が強かった前月、前々月に比べると、購買意欲は格段に高まっており、この傾向は来客数・買上客数に如実に表れている。
	自動車備品販売店（店長）	販売量の動き	・業界としては、決して景気が上向きといえる状態ではないが、当店に限っていえば、買上客数・販売量とも堅調に伸びている。	
変わらない		商店街（代表者）	単価の動き	・東日本大震災の影響での自粛ムードが少し和らいできたように思われるが、まだまだ震災以前の状況には遠い。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災のショックも少し落ち着いてきており、季節商材への反応も良くなってきている。慎重な購入態度は依然として変わらないが、消費意欲は少しずつ上向いてきている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・やはり原子力発電所の問題と東日本大震災の影響が客の様子に色濃く反映されている。また、景気が今一つ良くならないことも反映されている。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新規の催事や企画を投入して瞬間的には来客数が伸びるものの、月全体では来客数の前年割れが継続している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・3か月前と比較すると、気温が低く、天候が不順であることから、衣料品が苦戦している。一方、生活必需品が中心となる食料品、家庭用品、日用雑貨等は好調である。店全体としてはほぼ前年並みで推移しているが、客の買い方をみると、単価の高い衣料品を買わずに、食料品などの必需品を中心とする動きは大きく変わっていない。
		スーパー（役員）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク以降、自粛ムードが弱まっており、人・物・金の動きが少しずつだが通常に戻りつつある。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこの売上は納品が回復したことにより、値上げ分以上に回復しているが、来客数の回復は鈍い。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・たばこの品ぞろえが東日本大震災以前の状況に戻るにつれて売上も回復傾向となっている。
		衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響が大きい。また、ガソリンや灯油等の値上がりに伴い、身の回り品よりも住宅や家電関係の商品に消費が集中している。
		家電量販店（店員）	お客様の様子	・薄型テレビは単価の低い小型サイズの商品がよく売れた。エアコンも販売台数、売上とも伸びている。ただ、買わずに我慢できる家電はそのままであり、必要以外の商品は買わない傾向にある。
		その他専門店 〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・景気の悪さが変わらないため、相変わらず年金支給月以外は客の財布のひもの固さを感じる。
		その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・自動車用燃料油の販売量は引き続き低調である。しかし、新車の納期の遅れによる影響を受けて、中古車販売及び車検の申込が前年より大幅に増加している。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・5月の取扱額は国内旅行が前年比72.1%、海外旅行が前年比92.7%となっているように前年を下回っており、全体の状況は大きく変わっていない。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後は落ち込みが大きかったが、最近では前年並みの来店がみられるようになってきている。
		設計事務所（所長）	来客数の動き	・例年であれば、春から夏にかけて、問い合わせが多くなるが、今年は動きが鈍い。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・天候の影響もあり、夏物を買いに来る客が少ない。また、節電などと言われていることもあり、違う方面にお金を使っているようにみられる。	

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	
		商店街（代表者）	来客数の動き	・依然として自粛ムードが継続しているなか、出控えにより商店街を訪れる客の数は増加していない。ゴールデンウィークは、4月よりも来街者数の若干の増加はみられたものの、3か月前と比較すると、お昼前後のピーク時における来街者も減少している。	
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・不安定な天候、気温の低さも影響して、何を買ったら良いか悩んでいる客が多数みられた。	
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・春物の動きが少しみられる。気温の高い日が続いているため、婦人物のカットソー、パンツ、ブラウスに動きがみられる。メンズもジャケット、パンツに動きがみられる。ただ、東日本大震災の影響を受けて、買い控えの動きもいまだみられる。	
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・2月以降、客単価は前年比99%前後と前年並みで推移しているが、買上客数は前年比95%前後と落ちている。	
		百貨店（役員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響が続いており、特に観光関連の低迷により街全体に活気のみられない状況にある。	
		スーパー（店長）	販売量の動き	・一部の商品が十分に入荷しないことや競合店が近場にオープンしたこともあり、今月も売上が前年を下回った。	
		スーパー（店長）	来客数の動き	・4月までは来客数が前年を上回っていたが、5月は前年割れとなっている。気温が低いこともあり、衣料品の販売が不振である。	
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響がまだ尾を引いており、客の買い控え、節約ムードが一層強まっている。ただ、控えているという雰囲気が強いだけで、売上としては良くないものの、以前よりは前向きになってきている。	
		スーパー（役員）	来客数の動き	・商品単価が前年比100.5%、客1人当たりの平均買上点数が前年比99.4%となっていることから、客単価は前年比100.0%となっている。ここ数か月、大きな変動はないが、東日本大震災以降、買上客数が前年比98%と震災前の数値から3～4%下落している。	
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・ゴールデンウィークを中心に温泉街など観光地の売上が低迷している。外国人観光客が前年の30%にとどまっているとの話もあり、週末が平日と変わらない売上となっている。	
		家電量販店（地区統括部長）	販売量の動き	・家電エコポイント制度が終了してから、需要が下降し続けている。東日本大震災の影響も多少ある。	
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・観光客の動きが悪くなっている。	
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数が伸びず、やや悪かった。しかし、飲食業全体では自粛ムードが落ち着いてきている。高級店は依然として厳しい店が多いが、低単価店の来客数が回復するなど、業態によっては回復傾向にある。	
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・まだ東日本大震災の影響があり、レストランの来客数が10%減少している。客単価も低下傾向にある。	
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・需要が回復しつつあるものの、供給が間に合わないなど平常化されておらず、企画商品の動向も遅れている。	
		タクシー運転手	販売量の動き	・東日本大震災の影響で急激に売上が落ち込んでおり、3か月前と比べると、約8%落ち込んでいる。しかし、少しずつ回復の兆しが見えてきている。	
		タクシー運転手	来客数の動き	・利用客が減少している。特に海外からの観光客が激減している。	
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・一部の人気通信端末に在庫がないこともあるが、それを超える買い控えが起きており、店舗での売上が予想以上に減少している。	
		悪くなっている	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・少し観光客が戻ってきたが、小中学生の修学旅行等が多い。道外客も2割くらい戻ってきている。5月の売上は前年比で25%の減少となっている。
			一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・当地は観光産業が大きなウエイトを占めているが、東日本大震災の影響により、東南アジアを始めとする海外客はもちろん、国内からの旅行者も少なくなっているため、得意先である観光ゾーンの店への販売量、売上が著しく減少している。1店当たりの買上数量も非常に細かくなっており、本当に必要な分しか仕入れをしないという状況が顕著になっている。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子		・東日本大震災の影響で、当店周辺の状況も悪くなっている。		

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
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・前年の6割しか新車登録ができず、売上が非常に厳しい状況にある。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響でメーカーからの新車供給が限られているため、新車の売上の減少がみられる。それに伴い中古車の在庫も減少しており、車両売上が激減している。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの売上は前年を上回ったが、その後は平日を中心に厳しい状況にある。修学旅行生が目立つが、5月の売上は最終的に前年を6%下回った。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・海外客及び本州方面からの団体客を中心に、例年がない予約の落ち込みとなっている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東南アジアからの観光客が前年を90%下回っている。国内の観光・ビジネスを目的とする客は微減でほぼ横ばいとなっている。全体の宿泊客数は前年を10%下回る程度となっている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内旅行・海外旅行とも回復の兆しはない。国内旅行は申込人員が前年比72%、販売額が前年比87%となっており、海外旅行は前年比67%、販売額が前年比81%となっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災以来、人の動きが変わっており、昼間も夜間もタクシーの利用客が激減したままである。国内の観光客は少し戻ってきたが、海外からの観光客はまだほとんどみられない。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、客が商品購入に慎重になっている。先行きが不透明であるため、買い控えが続いており、景気が上向くような要素が何か出てこない限り、現在の傾向が当分続く。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・東日本大震災以降、東南アジアを始めとした海外の観光会社からのキャンセルが増加しており、海外からの観光客がほとんど訪れていない。また、気温、天候とも悪かったことから、国内客の動きも鈍かった。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響により、本州方面からのツアー客が大幅に減少している。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後の復旧に向けた過程のなかで、政府の対応のまずさなどがあり、客のマインドが大変冷え込んでいる。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災後に来客数が落ち込んだが、ゴールデンウィークにはかなり回復した。しかし、今年の2月と比べると、購入に慎重な姿勢を見せる客が増えた。今回の震災で客は不動産を所有することにはリスクが伴うということを改めて認識したようだ。
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（団体役員）	それ以外	・東日本大震災の被害や消費自粛等から、復興意識への転換が進んだことで需要や消費の高まりがみられ、受注量が徐々に回復傾向にある。一方で、原材料や資材の調達不足が続いており、商品アイテムの減少や製造時のコスト上昇がみられる。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・医療施設や分譲マンションが立て続けに発注され、躯体工事に係わる生コンプラントが秋口まで能力一杯の状況になっている。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ゼロ国債による建設工事の発注量が増加している。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・売上が前年比116%となっている。ただし、道内分は前年並みであり、本州地区の復旧復興関連の受注が増加の主要因となっている。
	変わらない	食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・3か月前と受注量が変わらない。
		金属製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・住宅着工件数の推移や受注量において、あまり変化がみられない。

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	
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・飲料品関連の生産は順調であるが、本州圏の天気あまりぱっとしないことから、輸送が伴わない。一方、被災地での生乳供給が追いつかないため、北海道からの出荷は前年比で25%増加している。	
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・前月に引き続き、東日本大震災の影響とみられる荷動きが活発化している。火力発電向け石炭などのように、本来であれば東北方面で取り扱われる貨物が、道内経由となっている。また、輸入コンテナ貨物など、被災地の港が復旧しないため、道内港で取り扱わざるを得ない貨物も前月と同じような取扱量で推移している。	
		司法書士	取引先の様子	・東日本大震災以後、自粛ムードが先行したことで、消費者の購買意欲が冷え込んでおり、飲食店などでは軒並み売上がダウンした。不動産などの投資も弱含みであり、極端に安い中古マンションなどには若干引き合いがあるものの、相対的に景気は停滞したままであり、変化に乏しい。	
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	取引先の様子	・東日本大震災の影響がプラスとなっている客先とマイナスとなっている客先がはっきりとしてきた。	
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	受注量や販売量の動き	・このところ販売量が増加傾向にあるが、東日本大震災の影響で一部の商品が品薄状態にあり、当社で扱っている商品にも欠品が出始めている。	
		やや悪くなっている		出版・印刷・同関連産業（従業員）	受注量や販売量の動き
通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き			・販売量の減少、単価の下落は引き続いてみられる。あわせて新規商談数も減少傾向がみられるため、景気の下押し傾向が明らかとなっている。	
金融業（企画担当）	それ以外			・東日本大震災の影響が続いている。観光客が激減し、関連業界は不振を極めている。代替生産で需要が増加している企業もあるが少数にとどまる。全体として北海道は東北地方との結びつきが強いいため、原料不足から生産が落ち込んでいる企業が多い。	
司法書士	取引先の様子			・ゴールデンウィークの影響もあり、不動産取引や建物新築等において、下向きの傾向が続いた。	
その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	取引先の様子			・東日本大震災の影響で、取引先で案件自体がなくなるようなケースが出てきている。現時点では当社への直接的な影響は出ていないが、加速度的に案件が減っていくことも考えられる。	
悪くなっている	司法書士			取引先の様子	・不動産の売買、建物の新築が少ない。
雇用関連		良好な状態	—	—	
		やや良くなっている	—	—	
		変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東日本大震災が発生した3月以降、派遣ニーズも含めた販売・流通からの求人は減少したままであり、前年比で4割の減少となっている。人材派遣ニーズも企業の慎重な姿勢が崩れておらず、企業業績が低迷している状況がうかがえる。求人で堅調なのは医療・介護関係のみだが、医療関係では求められるスキルが高く、介護職種についてはミスマッチが続いている。
			求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・3月までの前年比の伸び率が良かった分、やはり東日本大震災の影響が求人受理件数の増減に微妙に反映している。
			職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は横ばいで推移しているが、製造業の求人が伸びていない。
			職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・4月の新規求人数は前年を1.1%上回った。新規求職者数は前年を6.6%下回った。月間有効求人倍率は0.47倍となり、前年の0.39倍を0.08ポイント上回った。しかし、新規求人数のうち、正社員求人の占める割合は47.4%と前月より若干上向いているものの、求人者と求職者の間における職種や労働条件のミスマッチも少なくないことから、依然として厳しい状況にある。
	職業安定所（職員）	それ以外	・管内の4月の求人倍率は0.42倍と前年を0.11ポイント上回ったが、前月を0.05ポイント下回っており、低水準である。		

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
	やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人の動きがない。恒常的に人が定着しないような求人だけが出続けている感がある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数の前年比はほぼ100%で、4月に引き続き製造業や卸売業、宿泊業、業務請負業の減少が目立つ。一方で、4～5月と求人に対する応募率や決定率が上がってきており、東日本大震災以降、求職者の求職活動への真剣度がこれまで以上に高まってきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・募集広告の売上が前年比で100%となっている。ここ1年数か月、常に前年を上回っていただけに、若干の失速感がある。今月は医療系、飲食系の募集が持ち直したが、環境衛生系が少し落ち込んだ。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求人数は9.5%増加し、15か月連続で前年を上回った。月間有効求人数は13.0%増加し、15か月連続で前年を上回った。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・東日本大震災の影響もあり、道外求人が減少しているため、求人件数は前年を大幅に下回っている。道外求人の減少は採用の後ろ倒しが要因とみられるが、道内求人については例年どおりの採用の流れとなっており、今後の採用の見通しも減少又は終了という声が多く、第1志望群で活動しつつも結果を得られなかった学生への求人紹介に影響が出ることが懸念される。
	悪くなっている	—	—	—

## 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	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク前後から売上が伸びてきている。東日本大震災直後の買物自粛による反動で、春物や初夏物が大きく動いている。また、被災者の身の回り品の購買やお見舞い返しでの需要が出てきている。さらに、従来販売量が少なかった備蓄品等の防災グッズも売れている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・夜間の来客数は減少しているものの、昼の来客数が増加しており、前年比112%と好調を維持している。東日本大震災の応援隊や復旧隊、ボランティアの来客は減っており、ほとんどを地域の人々が占めるなかでの増加である。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・東日本大震災後、礼服を購入する客が多くなっている。また、今年は例年以上にクールビズが呼びかけられており、ワイシャツやスラックスといった衣料が前年より大幅に伸びている。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・人出の多さはゴールデンウィークに限ったことでなく、その後も続いている。特に、飲食、食品を中心に好調を維持している。郊外の大規模店の復旧の遅れが寄与しているようである。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災直後と比べると消費の内容が変化してきており、復興に向けた需要が出てきている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・布団及び布団に付随する2次商品を購入する客が増えている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・競合店の休業により、来客数が増加している。また、東日本大震災の被害を受けた沿岸部や他県からの来店も多くなっている。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・4月23日の営業再開以降、新規の客が増えているよう到来客数が伸びており、売上も前年比で増加している。
		百貨店（広報担当）	販売量の動き	・販売量が前月に続き2けたの伸びとなっている。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・売れ筋アイテムが明確になり、仕掛けへの反応が見られるなど、夏物のファッションの動きが活性化し、売上をけん引している。また、プライスラインも上昇傾向にある。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災以降、競合するショッピングセンターが完全復旧しておらず、集客力が低下しているため、当店では来客数、売上共に増加している。しかし、客は必要なもの以外は購入せず、買上点数は減少傾向にある。

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
		スーパー（販促担当）	販売量の動き	・東日本大震災で被災した沿岸部では商店街が壊滅したために、残った小売店舗は2けた以上の伸びを示している。一方、震災の影響が少なかった地域は震災特需に陰りが見え始めており、地域により大きな差が出てきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・当地に避難してきている人が買物に来ていることもあり、多少回復傾向が見られる。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災前と比べて、来客数が回復基調にあり、最新の来客数は前年比で98%である。また、客単価も1人当たりの買上点数が増えていることから同109%である。特に好調な商品群は、たばこ、飲料、日用品、ペーカリー等であり、買えるときに買っておこうという傾向がうかがえる。さらに、被災地から避難してきた人たちなのか、新規客の来店も目に付く。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・生活がほぼ正常に戻っているように見受けられる。商品の供給も回復しており、売上は前年比105%の伸びである。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東日本大震災の復興需要など周辺環境の変化によって来客数が大幅に増加している店舗が、特に主要道路沿いにおいて多くなっている。これらのうち、売上が伸びている店の多くは、たばこの売上増によるところが大きい。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・東日本大震災以降、身の回り品を供給したことが客の来店動機につながり、売上が伸びている。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・全体の買上客数が3割程度伸びているのに加え、ビジネスとカジュアルが兼用できる、いわゆるビジカジ関連の動きが活発で、全体を押し上げている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、新車や補修部品等の供給不足は残るものの、客の来場及び新車受注のペースは戻りつつある。4月末からの受注残が多く、納期が間に合うものに限定されるが、売上のボリュームも上がってきている。
		乗用車販売店（経営者）	それ以外	・東日本大震災で車が流失した人も多いため、車の需要がある。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の直後と比べると来客数も増え、新車の商談も多くなっている。被害が軽微な地域では自粛ムードから一転、購入マインドが高まってきている雰囲気がある。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、しばらく動きはなかったが、ゴールデンウィーク明けから、来客数が若干伸びてきている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の復興による一時的なものなのか、景気が良くなってきたためなのかは判断しかねるが、来客数や売上が増加している。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・まとまった仕事はないが、東日本大震災による住宅の建て替えやリフォームの話が数件出てきている。
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災以降、客層に変化が見られるものの、販売量に変化は見られない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・東日本大震災の発生から2か月余が過ぎ、来街客数は徐々に戻りつつあるものの、各店の売上増には結び付いていない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、消費の動きが悪く、買い控えも見られたが、業種によっては大分上向ってきている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、繁華街ではいまだに閉まっている店も多いため、深夜は人が全く歩いていない。週末のみ、各地からきている応援隊やボランティアの方々が食事に来ており、多少のにぎわいをみせている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・買上点数や来客数は増加しているが、最低限必要な物を買っていく傾向が見られ、単価には動きが見られない。
		百貨店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災及び福島第一原子力発電所事故の影響が大きい。宝石や時計等の高額商品の動きは良いが、食料品では精肉以外の鮮魚や青果がいまだに厳しい。また、果物も今後収穫期を迎えるが、予約状況はとても厳しい。そのため、商品の量、質、価格で中間の売上高構成比が最も大きいボリュームゾーンが回復していない。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・地元スーパー等、競合店のチラシが復活し、消費者が買い回るようになってきている。

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
		スーパー（店長）	販売量の動き	・販売量は東日本大震災前の2月ごろと同程度となっている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客は必要最低限のものしか購入しない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・復興による特需が大きな要因となり、東北6県全体の来客数は前年比7%の伸びを示しているが、被災県の内陸部や日本海側の数値の伸びは小さい。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響も大分落ち着いてきており、来客数も回復しつつある。売上も単価は落ちているものの、販売量は増加しており、前年並みまで戻っている。
		衣料品専門店（経営者）	それ以外	・東日本大震災で拠点の工場や支店が被害に遭い、入荷まで日数がかかるため、得意先に迷惑をかけている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・例年と比べ、販売量が少なすぎる。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・通常の生活に戻りつつあるが、高額な物を購入するようになるにはまだ時間がかかる。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以降、耐久消費財を買い求める人が減っており、来客数、販売量共に伸び悩んでいる。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	来客数の動き	・節電のために店内の照明を少し落としているため、客が節約という気持ちになっており、購買意欲が減退する様子が見られる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・福島第一原子力発電所事故の影響で車の利用が減っている。それに伴い、ガソリンの販売量が前年を割り、価格も下がってきているため、収益の悪化を招いている。また、先の見通しが立たないなか、消費者には買い控えの傾向がみられ、高額商品の動きも鈍い。
		タクシー運転手	販売量の動き	・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。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・大半の業界では、売上が伸び悩むなか、通信費を削減しており、3か月前と比べると明らかに下向きである。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・現状維持のところが多く、新規投資どころではない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客との商談から、東日本大震災後の復旧は進んできているものの、復興までの意欲は感じられない。一方、津波で被災した沿岸部を除く個人消費は震災前の水準まで戻ってきている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・結婚式へ出席される方や、花見やお祭りに出かける方々の来店が多くなっている。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・引き続き、食料品や日用品など生活に直結した商品はそこそこ動いているものの、化粧品等の不要不急と思われる商品の動きが非常に悪い。	
	一般小売店〔カメラ〕（店長）	来客数の動き	・来客数の減少傾向が続く、高額商品の動きも鈍く、売上は減少している。	
	百貨店（経営者）	お客様の様子	・顧客の買い方が一段とシビアになっており、定価商品が売れない。	
	スーパー（経営者）	来客数の動き	・ゴールドデンウィークの動きは思ったほど悪くなかったが、4月から徐々に来客数が減少している。また、前年の野菜相場高の反動による単価減もあり、マイナスが続いている。	
	スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災以降の買い控えは今月も続いている。競合各社とも「がんばろう東北」と銘打ったチラシを入れ集客を図っているが、客の反応は鈍い。また、グリーンジャンボ宝くじの売上も前年比60%台と苦戦している。	
	スーパー（総務担当）	単価の動き	・平均単価、来客数、買上点数などの前年比は前月とほとんど変わらない。	
	コンビニ（エリア担当）	それ以外	・東日本大震災の被災地かそうでないかで、大きな差が出てきている。また、数的に好調な店舗と、苦戦している店舗の二極化が見られる。	
	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・消費の自粛が続いている。	
	家電量販店（店長）	来客数の動き	・家電エコポイント制度も終了し、東日本大震災による需要も一段落したため、来客数が減少している。	
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自粛ムードに加え、販売に繋げるための好材料が少なく、営業スタッフが苦労している。	
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・いまだ例年並みの販売量に戻っていない。	

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	
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響がまだ相当残っており、もともとの景気の悪さに更に追い討ちを掛けている。	
		住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災以降、細々とした仕事の依頼があり売上も多少はあるが、来客数が増えない。	
		その他専門店 [パソコン] (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響もあってか、お金の使い方がシビアになってきている。	
		その他専門店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・日常が戻りつつあり、ようやく動きが出てきているが、観光客の減少が多方面に影響を出している。特に、旅館や土産物などを扱う物産館への販売量が例年に比べ大幅に減少している。	
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	販売量の動き	・クールビズ関係の商品の動きに期待しているが、まださほどの動きはない。また、ポロシャツの引き合いが見込まれているが、動きはまだ鈍い。	
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	来客数の動き	・東日本大震災からの復旧が進んでいないことに加え、当地においては放射性物質の問題があり、相当な負担となっている。	
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・損害保険会社や復興関係の客が多くなっている。	
		一般レストラン (スタッフ)	単価の動き	・大手外食チェーンが値引きキャンペーンを行っている影響で、客単価、来客数共に減少している。	
		一般レストラン (支配人)	販売量の動き	・販売量は依然として前年比20～30%減の状況である。	
		その他飲食[弁当] (スタッフ)	販売量の動き	・新幹線の延伸開業により、在来線の駅周辺から客がますます遠ざかっているため、売上が落ちている。	
		観光型旅館 (スタッフ)	それ以外	・東日本大震災で落ち込んだ販売量は戻りつつあるが、逃した利益を取り戻すことはできない。給与削減や解雇により何とか維持しているものの、今後、解雇による人手不足を補う具体的手段が無い。	
		都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で地元客が宴会を自粛している。また、数は戻りつつあるものの、観光客は激減し、団体ツアーも少ないため、宿泊部門も厳しくなっており、深刻な状況が続いている。	
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災以降、宴会を始め、レストラン、宿泊のキャンセル、延期が相次いでいる。ゴールデンウィークについては、個人利用が中心であるが、売上は前年以上となり、母の日についても前年を上回っている。しかしながら、宴会、宿泊の消費単価は大幅な減少となっている。	
		都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・東日本大震災の復興需要があり、イベントや宿泊の稼動状況だけを見れば前年を上回っている。しかし、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となっている。	
		タクシー運転手 タクシー運転手	お客様の様子 来客数の動き	・東日本大震災以降、客数の減少が続いている。 ・当地区は東日本大震災の被害が非常に大きくなっており、一般の客は全然いない。地震被害の調査による貸切などは一部あるが、乗務員同士でも、貸切客を得たものとそうでないもの間に大きな差が出ている。全体的には非常に低調である。	
		通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・当県においても地域差はあるが、新規の設備投資意欲があまり感じられない。	
		美容室 (経営者)	単価の動き	・35%引きの震災復興プランには客が飛びついているが、通常料金のメニューを選ぶ客はほとんど見られない。	
		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・福島第一原子力発電所の事故に伴い退去命令が出ている地域の製造工場が閉鎖され、当地区の工場に150家族全員が転勤してきたため、賃貸は特需のようになっている。一方で、地域採用の派遣会社社員はすべて切られており、住宅契約のキャンセルも出てきている。	
		悪くなっている	一般小売店 [書籍] (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響は大分落ち着いてきているが、市中銀行の預金残高が異常に増えていることから分かるとおり、消費マインドが相当落ち込んでおり、販売量も大きな打撃を受けている。
			一般小売店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災後、花見に期待していたが売上が伸びなかったことに加え、たばこの出荷が一時停止されたため、販売量が減少している。



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
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、来客数及び売上が震災前の半分になっている。震災により店舗移転を余儀なくされ、移転作業による店頭サービスの低下や混乱があったことに加え、移転及び新住所を周知させるのが困難であった。このような混乱は、地域一帯大同小異であり、不要不急の物は買い控える傾向にある。
		百貨店（経営者）	単価の動き	・不要不急の商品の動きが鈍く、付加価値の高い商品の動きも悪い。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以降、消費マインドが冷え込んだままである。
		スーパー（営業担当）	販売量の動き	・商品供給の遅れと需要の低迷により、販売量が落ち込んでいる。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響は心理的にまだあるようで、震災前のような買い方に戻っていない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の復旧需要を中心に、新車及び中古車の受注は前月に引き続き前年を上回るペースを維持しているものの、特に新車の供給不足により、販売台数は前年の35%程度しか見込めない。一方、中古車販売は前年の1.5倍以上の見通しとなっている。
		自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・取引先からは東日本大震災の影響で客足が少なくなり大変苦慮しているとの声を聞く。特に観光関連企業は深刻である。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、観光客が激減しているため、旅館などのサービス業は無論のこと、専門小売店、特に特産物を扱う店舗は大変な状況が続いている。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の関係で一時的に県外から人の流入がある一方、解雇や自宅待機を命じられている人も多くなっている。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	来客数の動き	・4月後半から飲食店の客足は少し戻ったものの、ゴールデンウィークの観光関連が全滅だったため、数字が大きく落ち込んでいる。営業重点地域を変えろといった工夫をしているが、結果はすぐには出ない。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、来客数も客の様子も全く良いところがない。
		高級レストラン（支配人）	それ以外	・東日本大震災による直接的な影響が、地域でじわじわと出てきている。雇用は守られているものの、休業期間の給与減額は大きい。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災による家庭生活への影響が依然としてあるようで、購買意欲が上向いているというような話は全く聞かない。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・総会の季節であるがほとんどなく、一般客は前年比で2割程度減少している。しかし、災害復興のための警察や支援隊を含めると、来客数は前年比で7割増となっている。なお、3、4月のキャンセル分の復帰はほとんどない。
		観光型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・福島第一原子力発電所事故の風評被害が大きく、いろいろな手段を講じても一般客に来てもらえない。こちらの方面に来たくないというような反応は、特に東北以南の客にかなり多く見られる。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、ゴールデンウィークには満室日もあったが、平日の観光宿泊客は大幅に減少し回復していない。2次避難者の受け入れや復興工事関係の宿泊需要もあるが、キャンセルや予定変更が多く、安定した収入にはなっていない。
		都市型ホテル（経営者）	お客様の様子	・前月同様、復旧支援の方々が宿泊しており、宿泊に関しては前年比160%の売上となっているが、これは特需であるため、参考にはならない。レストラン関係は低額のランチは良いが、高額メニューの売上は落ちている。婚礼や宴会、祝賀会といったようなものは自粛ムードもあり、一切取りやめとなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災直後にキャンセルが相次いだ一般宴会はほぼ復活したものの、新規受注はほとんどなく、それらを勘案すると相当に悪い。ただし、レストランのランチタイムは年配層を中心に待ちが出るほどで、消費は活発である。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響が大きく、いまだ例年並みには戻っていない。受注量もかなり減少している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・取引先からは、売上が前年比30%減との声が聞かれる。

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
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響が大きく、特に水産業や水産加工工業は壊滅状態となっている。生活必需品としての需要があるため、販売量は若干上向きであるが、収入が断たれている方が多いため、状況は依然として悪い。
		通信会社（営業担当）	単価の動き	・災害支援措置の適用により端末購入代金が割引されており、緊急地震速報に対応した端末のニーズがあったため、販売台数は例年より大幅に増加している。ただし、低価格帯の商品に需要が集まっているため、販売単価は落ちている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売商材が被災地へ優先的に流れているため、品不足の傾向がある。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数は若干増えつつあるものの、3か月前の水準にはほど遠い。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは盛り上がりには欠け、その後の週末も天候不順となったため、客足は悪くなっている。学校、団体もキャンセルもしくは延期となっており、下旬にわずかに入ったのみである。全体としては前年の半分にとどまっている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の直接物損は免れたものの、自粛ムードにより、人は来ないし、物も売れないため、回復できない。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	それ以外	・東日本大震災により業界では現場の動きが滞っており、売上が上がらない。
企業動向関連	良くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後、観光客は減少したものの、復興関係者のお土産や首都圏等での震災応援イベントでの需要があり、営業店舗数は震災前に戻っていないにもかかわらず、売上は前年比で2けた以上の伸びとなっている。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東北の物産を消費する支援活動が全国的に広まっているなかで、東北の地酒の出荷が首都圏を中心に好調である。県内でも、他県からの支援者が帰路に地酒を買い求める動きがあり、小売酒販店の出荷も好調である。
	やや良くなっている	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響は徐々になくなり、普通の状態となりつつあるが、受注は良好のまま推移している。加えて、業務店の客も増加している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・市の住宅リフォーム支援事業が好評で、補助金交付の二次募集も予定されているため、その影響で民間工事も活発化している。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災からの復興が進みつつあり、中小企業向けのサービス提供が特需になっている。
		広告業協会（役員）	それ以外	・広告業界のなかでも、新聞、テレビ、雑誌、交通広告、折込、イベントといった業種の売上は非常に悪いものの、ラジオは地域情報の発信源として見直され好調となっている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災により被災した中小製造業においても、徐々にではあるが生産活動が回復しつつある。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・復旧作業も完了し、夏場にかけて節電による生産減少を見越した見込み生産により、工場の稼働状況は増産体制で忙しくなっている。
	変わらない	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災以降、市況の回復状況がはっきりと見受けられない。
		建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災による特需で、忙しい状況である。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の反応に呼応するように、今年度に入ってから受注量が前年同期比で減っている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災以降、近隣のゴルフ場では来客数が軒並み減少している。
		コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・いまだ大きな変化は見られない。被災地からの受注状況は全体の10～15%となっている。
	やや悪くなっている	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク後、売上の厳しい状況が続いている。
		土石製品製造販売（従業員）	取引先の様子	・取引先の会社が津波で流されたり、工場が稼働できずにいるなど、東日本大震災の影響がまだ残っている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・ごく一部で受注に特需のような動きがみられるものの、それ以外の取引状況は非常に落ち込んでいる。

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
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格が底値といわれているが、そこからの回復がなかなか見えない。
	悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故により、野菜は利益が出ないほどの安値となっている。
		木材木製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で一般住宅の様子見状態が続いており、受注のキャンセル及び工事延期といった影響が出ている。
		出版・印刷・関連産業（経理担当）	取引先の様子	・東日本大震災以降、売上が激減しており、取引先においても廃業、倒産する会社が多くなってきている。支払の決済期限を伸ばす取引先も増えている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・自動車部品については、自動車メーカーの生産調整が続いており、稼働率がかなり下がってきている。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災で被災した荷主の復旧の進捗状況を把握しきれていない。
		広告代理店（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で、広告関連の発注は激減している。官公庁が発行する印刷物の入札価格は、前年度の約3分の2の価格で落札されている。それくらい仕事がない状況で、各クライアントの予算が広告費に回らない。
		公認会計士	取引先の様子	・東日本大震災による損失処理や得意先からの受注減などにより悪化している。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、4月までは口に入るものは何でも売れたが、品物がそろってからは、受注量、販売量共に非常に少なくなっている。
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	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・職業安定所は東日本大震災の被災者向けの求人であふれているが、マッチングはなかなかうまくいっていない。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・リフォームや中古車販売などは求人が増加しているが、食品加工会社などでは求人が非常に少なくなっているなど、業種によって片寄りがみられる。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は、東日本大震災の直後に比べて回復傾向にあるものの微増にとどまっており、採用抑制の傾向がうかがえる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新卒については特に影響は見られないが、生産や消費等が回復していないために、事業主の求人意欲がやや低下しているように見受けられる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・建設業では、東日本大震災からの復旧のための求人が増加している。新規求人数は前年同月比で大幅に増加し、6か月ぶりの増加となっている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・各企業とも求人や休業などの雇用調整の動きが目立った変化は見られない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加基調で、新規求職者は減少基調にある。ただし、新規求人の増加幅は低下しており、厳しい状況が続いている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で、物流の停滞や観光の自粛及びキャンセルがあり、ホテルや旅館、飲食店の売上が減少している。
	やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・東日本大震災の被災地において復旧復興の動きが始まるとともに、住宅需要が高まっており、住宅関連に回復が見られる。また、流通も少しずつ良くなってきている。一方で、レジャー及びサービス関連は厳しい状況が続いているなど、業種によってかなりのばらつきがある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・3か月前は新幹線の開業もあって観光関連に動きがあったものの、東日本大震災が景気を大きく押し下げた。現状は震災直後に比べ若干上向いている。
		職業安定所（職員）	それ以外	・東日本大震災や消費の低迷により、解雇者の数が増えている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人の前年比の増加幅は減少してきており、有効求人は依然として低迷している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・東日本大震災以降、求人の減少はあまり見られないものの、間接被害等により求職者は増加してきている。

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
	悪く なっている	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・東日本大震災を機に契約解除の申し出が約20%増加しており、3、4月は収支が欠損状態となっている。
		アウトソーシング 企業(社員)	それ以外	・東日本大震災のダメージが大きく、仕事がない。
		新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・震災直後と比較すると、求人数は県外事業を中心に確実に増えているが、東日本大震災前と比較すると当然悪くなっている。
		新聞社[求人広 告](担当者)	それ以外	・東日本大震災後、徐々に仕事の受注は増えてきたが、前年同月に比べると売上は70~80%台で推移している。

### 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	コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・3か月前に比べて大分落ち着きを取り戻してきて、売上、客数共に106%と伸びている。
		家電量販店(店 長)	単価の動き	・東日本大震災直後の計画停電などから、客の消費傾向として節電やエコロジーへの関心が高くなっており、暑さ対策のために扇風機の付加価値商品が売れている。また、テレビのアナログ停波に伴った地上デジタル放送対応のテレビへの買換えが進んでいる。
		その他レジャー 施設[アミュー ズメント](店 長)	お客様の様子	・東日本大震災の復旧工事期間だった母体ショッピングセンターの休業が明け、営業を再開してから、館内の家族連れのお客数がかかり多い状態で継続している。ゴールデンウィーク明けから落ち着き始めてはいるが、週末は近場や屋内で過ごそうと考えている客が多いようで、以前より1組の滞在時間が長い傾向にある。
	やや良く なっている	商店街(代表 者)	お客様の様子	・東日本大震災直後から見ると大分動きが出てきたように見受けられる。温泉旅館なども満館とまではいかないものの、大勢の観光客が来ている。
		商店街(代表 者)	お客様の様子	・東日本大震災後の自粛については日が進むにつれて、逆に買物をすることで被災者支援をする動きで消費が活発になってきている。また、復旧工事も進み、建設関連業者の仕事も動き始めてきている。
		一般小売店[家 電](経営者)	販売量の動き	・地上デジタル放送絡みの商品がよく出ている。また、エアコン等の動きも出てきている。
		百貨店(営業担 当)	お客様の様子	・食料品や物産催事での動員が増えている。
		スーパー(店 長)	それ以外	・5月は東日本大震災の影響と思われる買いだめ等の特需が一段落し、通常の営業状態に戻っている。数字的に震災前と比較すれば前年比ベースで5%ぐらい伸びている。これは1点単価の上昇によるものである。
		コンビニ(経営 者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響はいろいろなところに出ていると思うが、当店はたまたま住宅立地ということで、外出などがある程度少なくなった分、来客が多くなっている。品物の入荷が元に戻ってきたことで、販売量も増えている。
		コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響かと思うが、ホテルの利用客や付近のカラオケボックスを利用する人が多くなっているため、前年比130%ぐらいの伸びで推移している。
		家電量販店(経 営者)	販売量の動き	・東日本に震災需要がみられる。また、省エネ、節電型商品は季節商材を中心に活発な動きをしている。
		家電量販店(営 業担当)	お客様の様子	・東日本大震災後、取引先の動きがやや良くなってきており、商品の動き、出店などの動きも良くなってきている。
		自動車備品販 売店(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災以前の状態よりはやや悪いものの、少しずつ人の動きや購買量が回復しつつある。
		住関連専門店 (仕入担当)	来客数の動き	・東日本大震災後、住関連補修品を中心に売上が伸びている。ゴールデンウィーク後もその傾向は続いており、レジャー用品、ペット用品などのマイナスをカバーしている状況である。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・3か月前と比べるとやはり東日本大震災により、3~5月分の会合、懇親会はキャンセルが相次ぎ、5月になってようやく少しずつ元に戻ってきているという状況にある。総会の予約をもらっても懇親会はなし、というものが非常に多い状態である。		

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
		旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・東日本大震災後の受注及びキャンセルの状況と比べると、少しずつだが受注が出てきている。ゴールデンウィークも前半の受注はほとんどなかったが、後半は駆け込みの予約や問い合わせが入っている。
		ゴルフ場（副支配人）	来客数の動き	・東日本大震災以来、集客が大分減っていたが、今月に入って客が戻ってきており、今月は最終的に前年比200人くらいの増加となる見込みである。
		ゴルフ場（支配人）	お客様の様子	・ゴールデンウィークの予約は地元客が中心であった。しかし、県外来場者が少ない割に高速道路は渋滞している。
	変わらない	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・今月も景気の浮揚は変わらず、買い控えの状態が続いている。また、当業界では昨年は九州の口蹄疫発生、今年は肉の生食の問題が続いているので、客も食に対して敏感になってきており、良い物を吟味しているので、量的にはけない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響は徐々に改善されているように見えるが、先行きの不安、不透明さから客の購買意欲は薄い。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災後、来客数、客の動きが非常に悪くなり、それに伴い販売量も非常に少なくなったが、そこから徐々に回復しつつある。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・各商品群共に概ね堅調に推移しているものの、ミセス世代の買い控えが見受けられる。東日本大震災以降、当該世代は不要不急品の購入を控える傾向にある。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数は横ばいの状況で、東日本大震災による特需商品は完全に落ち込んでいる。衣料品は3月の落ち込みから脱出しているが、食料品の買上点数は落ち込んでおり、トータルでは悪いままの状況が続いている。
		スーパー（統括）	販売量の動き	・食品については、チラシセール回数減やゴールデンウィークのパーベキューなどの行楽需要減少と買いだめの反動の影響もあり、苦戦が続いている。衣料は逆に買い控えから転じて、気温の上昇と共に初夏物が好調に売れ始めている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・海岸が震災に遭い、風評のために客数の減少が続いているが、客単価は上がっている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・3か月前というと東日本大震災前になってしまうが、その時期と比べれば売上はあまり変わっていない。震災後は急激な買い占め景気が一瞬あったが、それが若干普段に戻ってきたというような形である。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・このところ車の売行きが好調である。一過性のものと思うが、中古車の引き合いがかなり入っており、新車が売れず下取りも入ってこないため、中古車集めに四苦八苦している。それほど今月は好調である。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数はやや上向く傾向にあるが、販売数はカテゴリーによりばらつきがある。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・急激な落ち込みもなく、連休中は逆に来客数が増えたが、連休後は多少落ち込んでいる。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で自動車関係の客数が激減し、スポーツ関係の団体等の予約キャンセルなどがあったが、瓦修理の業者など、業者の宿泊により前年並みとなっている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・精密機器等、東日本大震災で止まっていた仕事は、わずかではあるが動き出した感がある。ただ、完全に元に戻ったわけではないため、消費には依然慎重さがうかがえる。
		通信会社（局長）	販売量の動き	・入転居などの季節要因もあり、堅調な販売推移ではあったが、景気の方角性に変化は感じられない。
		競輪場（職員）	お客様の様子	・来場者数、購買単価共にそれほど変化が見られない。
		設計事務所（所長）	販売量の動き	・東日本大震災による動きがあるかと考えていたが、その影響はほとんどない。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・3～4月から見ると今月は若干引き合いが出てきている。店舗や賃貸アパート、安い土地の問い合わせ等もちらほら出てきたものの、まだデフレ状態が続いているので、金額の安い物しか動かない。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・新学期の動きも一応落ち着いたもので、3か月前と比べるとやや客の入りが悪く、余計な物は買わないという雰囲気になっており、購買力、売上が少し落ちている。

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
		商店街（代表者）	販売量の動き	・買い控えの傾向はほとんど改善されないままである。催しの集まりも少ない。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響により経済が停滞し、雇用や所得の減少への不透明感で消費意欲が減退している。
		スーパー（経営企画担当）	販売量の動き	・本来に必要な商品以外はなかなか買わない傾向が強くなっており、買上点数が減少している。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・客数、販売額共に前年並みに戻ったものの、依然悪い状況が続いている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で新車納車の目途が立たず、それに伴い販売、購買に影響が出ている。また、中古車の仕入値も上がり、客と販売価格の折り合いが付きにくく販売にこぎ着けられない状況である。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車メーカーの生産量が回復しておらず、一部の車種は納期に4か月も掛かるため、消費者の購買意欲が損なわれている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数が低迷している。被災地は復興してきているが、福島第一原子力発電所問題の長期化で不安のなか、消費が低迷している。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・毎月のように販売台数が減っている。新車も同じで、当エリアでは輸入車の新車注文は全く無くなっている。今は辛うじて中古車が少しずつ売れているという状態である。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（従業員）	販売量の動き	・観光、レジャーに出掛けなくなっている。
		高級レストラン（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響について、かなり回復してきているものの震災前の状態までは戻っていない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、来客数が激減しており、今のところなかなか回復する兆しは見えない。そのため、売上が非常に少なくなっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・平日のしかも夜の営業になると、地方都市の田舎町では全く動きがない。
		一般レストラン（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響が続いていて、観光シーズンなのに来客数が伸びていかない。特に、夜の客数が増えない。宴会もアルコールの消費が少ない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・夜の客数が激減している。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・福島第一原子力発電所の事故の風評被害によりインバウンド客が激減し、国内客も団体はまだ戻ってこない。運輸部門の客数は前年比4割減となっている。
		都市型ホテル（支配人）	競争相手の様子	・福島第一原子力発電所の問題がまだ収束せず、団体、個人を含め当地域に観光客が全然来ていない。今後いつ戻ってくるのか大変不安な状態である。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災の影響が非常に大きく、客をなかなか取り戻すことができない。悪戦苦闘している。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・自粛や風評被害で客の動きが止まっている。
		通信会社（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で、生産数が激減してしまっているため、商品が入荷してこない。
		通信会社（販売担当）	販売量の動き	・携帯電話の東北工場で作っている部材不足で商品が不足し、販売量が激減している。また、低価格志向が変わらない中で比較的低価格な物は復興優先で被災地に回っているため、悪い循環が続いている。
		遊園地（職員）	来客数の動き	・3か月前の2月と比較すると、東日本大震災の影響によりレジャー関連施設への出控えがあったと感じられる。
		ゴルフ練習場（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響なのか、客の動きが鈍くなっている。
		ゴルフ場（業務担当）	来客数の動き	・コンペ等の来場者がまだ例年に比べて思わしくない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント]（職員）	来客数の動き	・5月はゴールデンウィーク中盤くらいまではまずまずの良い状態が継続していたが、最終日など混んでいる時間の切り上げが非常に早く、すぐに正常に戻ってしまったような感じである。それ以降は客数が停滞気味で、やはり買い控えというか、客が消費に対してブレーキを掛けているような感覚が見受けられる。

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	
		美容室（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、客との会話は節電の話ばかりで、まだ自粛ムードが高まっている状況である。また、4月末に全国大型チェーンの美容店が開店したが、思うように客が入店していないと聞いている。	
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	お客様の様子	・売上は前年比75%くらいとなっている。また、来客数は約1割減ということで前月は動いている。単価は横ばいで、総体的にはやや悪くなっている。	
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響はまだこれから出てくると思われる。一部の建築材料の入手が困難になっており、また、仮設住宅の建設や復興が進む時期により、建築を見合わせている客もいる。	
		設計事務所（所長）	来客数の動き	・東日本大震災前の物件がほとんどであり、新規物件はなかなか受注できない状況である。	
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク中に別荘売却依頼が増加した。	
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・福島第一原子力発電所の事故の影響で当県のブランド価値が下がっている。居住となると放射線被ばくのリスクが考えられ、一種の風評被害と言える。地元の顧客以外は動きが鈍い。	
	悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの観光客は当初予定から大幅に減少すると覚悟していたが、ある程度の人出はあった。しかし、全体に買い控えが目立っている。	
		一般小売店〔青果〕（店長）	来客数の動き	・東日本大震災後、極端に客数が減っており、値段の安い高いもあるが、とにかく客が来ないので単価を多少安くしても売れない。	
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・月1回のチラシにおいて、今回も超目玉の食品は売れて追加をしたが、販売量の動きを見ると、期間中の超目玉品の伸びが前年比で125%、準特売品は以前より減少し75%、総売上、バーゲンの売上は全体で95%となっている。超目玉が目立ったために粗利が低下している。	
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の被災とスタンプサービス事業協同組合の4月末解散に伴う客離れが顕著に表れ、極度の来客数減少はフリーの客に止まらず、当店の重要な固定客にまで及んでしまっている。	
		衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・4月の中盤くらいからは、東日本大震災後の自粛ムードも幾分緩やかになってきて人出も比較的良くなる予感があり、今後良くなるだろうという期待を込めていたが、残念ながら5月は例年どおりゴールデンウィーク後の買い控え、消費行動を抑える傾向は収まることがなく、全般的にかなり冷え込んで客足も遠のいている状況である。	
		スナック（経営者）	お客様の様子	・自粛ムードは最近大分緩和されているようだが、まだ客の財布のひもは固く、売上は半減である。	
		旅行代理店（所長）	お客様の様子	・東日本大震災の収束が一向に目に見えず、自粛ムードは収まっているにもかかわらず、旅行者の動きは鈍い。特に、法人需要に関しては復旧の兆し自体が見えない。	
		タクシー（経営者）	お客様の様子	・4月同様自粛傾向が強く、前年同月比で17%の減少である。	
通信会社（経営者）		販売量の動き	・東日本大震災後の景気低迷直撃で、広報費は一番先に削る対象となっている。飲食物販などの商業だけでなく、行政機関や外郭団体も広報費を削減している。これでは景気が良くなるはずもない。		
テーマパーク（職員）		来客数の動き	・東日本大震災後はゴールデンウィークを除き、個人客、団体客共に激減している。		
その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）		競争相手の様子	・当社、競合他社共に、春先の売上を上げるためのキャンペーンの販売促進費を抑えて、何とか利益を確保している状況である。		
設計事務所（所長）		来客数の動き	・東日本大震災の影響はないと思うが、ちょうどそのころから客の照会や問い合わせ、相談事項などが全く無くなってしまった。客の心理的に建築に対する自粛のようなものがあるのかは定かではないが、今までにない現象であり、景気の悪さを感じている。		
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	・学校給食関係の納品が決まり、通常単価で変わり種の商材の納品ができ、きちんとした利益が確保できている。

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
		食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後ばかりと止まっていた観光客の動きが、5月の連休ごろから徐々に活発になってきている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災によって、福島で仕事ができなくなったものが当県に流れてきているので、仕事が増えている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・金属加工の仕事はこのところ仕事が増え、忙しくなりつつある。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・電気機械の部品の加工業で、いろいろな分野からの注文が多くなっている。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・電力量の削減で家電の切り替えが増加し、10年たった廃家電プラント設備の効率の見直し、ライン工事、フロン回収機入れ替えが見込まれる。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・店頭販売商品の受注、自社店舗、Web販売動向共に低迷している。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の被災地県であるため、補修工事等の見積が出てきている。
		金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・産業機械、空圧のコンプレッサー等は大型の引き合いも多く、受注は順調で通常の3割増、工作機械も通常の80%まで回復している。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響によるサプライチェーンの回復状況や電力不足への対応など、不透明感が強く、慎重な対応の企業が多い。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	取引先の様子	・景気は、自粛返上の呼び掛けはあるが、需要側、供給側共に様子見で足踏み状態だと見ている人が多い。金融機関の話では、製造、建設業ほか東北方面からの需要に向いている一方、2～3年後の需要減少時に地元客をなくしていることを考えると踏み込めないでいる企業もあるとのことである。チラシ出稿量は前年比88.9%となっている。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・ここ10日ほど当事務所に来る人数が増えてきている。ただ、それが景気が良い方向に結び付くのかどうかはまだ判断できない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災後、一時的に情報化投資に待ったが掛かっていたが、最近は戻りつつある。
	やや悪くなっている	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・周囲の企業をしてみると皆それなりに忙しそうだが、東日本大震災の影響で部品の入りが悪くなってきたため、生産予定が組めない状態が続いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、連休前までは換気扇関係で特需が入り、大変な勢いで忙しくなった。自動車関係は急には止まれないので、今になって減産の影響が出始めてきている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	それ以外	・今まではまずまずの成績だったが、5月はゴールデンウィークに10日ほど休んで稼働日が少ないので、若干景気が落ちている。
		金融業（役員）	取引先の様子	・東日本大震災では直接的な被害はほとんどなかったが、間接的な被害は県内の温泉地を中心に、経済的な影響は甚大なものがある。現在回復しつつあるが、全業種において厳しい状況が続いている。
		不動産業（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響による特需が期待できないことと、マイナス要素が上回っているように見受けられる。
		不動産業（営業担当）	競争相手の様子	・前月は災害対策ということでホテルや賃貸物件についても一時的に入居稼働が上がっていたが、それも一段落して若干下がり気味である。
	悪くなっている	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、業種によって受注動向に大きなばらつきが出ている。建設機械、油圧機器関連は好調で増産傾向にあるが、自動車関連は正に止まっているという表現がふさわしい状況である。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で部品入荷が芳しくなく、生産が一部滞っている。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・今月の受注量は前年度の半分、3か月前と比べても半分以下、操業率も50%という状況である。



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
		その他製造業 〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響は大きく、5月の連休後の販売は4月より更に落ち込んでおり、前年比30%減となっている。
		不動産業（管理担当）	取引先の様子	・建物管理の仕事で、昨年度までずっと受注してきた取引先が、もっと安い金額の他社に仕事を取られてしまった。安い所へという傾向は続いている。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・結婚式場が営業終了したり、飲食店が閉店したり、建物の修繕をあきらめるケースが増えてきている。元々売上が厳しかった状況で、大きな借入れをすることはリスクが高い。また、いまだに営業が再開できていないホテルで、従業員の自宅待機により自然なリストラとなっているケースもある。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・地域的に東日本大震災による間接被害が主であるが、企業の生産活動が全く滞っている。サプライチェーンの寸断に対して、力の弱い中小企業には打つ手がない。建設業は元より、製造業のほとんどの業種に影響が及んでおり、販売業も商品が入らず、観光産業は風評被害と自粛ムードの継続で売上が大きく減少している。
		社会保険労務士	取引先の様子	・イベントや宴会の自粛などでサービス業は直接影響を受けているが、回り回って悪影響が多方面に出ている。
雇用 関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・製造業の自動車関連、電機等のスタッフ募集の動きはほぼ同じくらいか若干増えた感じである。さらに、今月は介護関係、医療といったサービス関係がやや目立っている。販売、食品、衣料等についてはなかなか厳しい状況で、ほぼ横ばいである。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・少し仕事が安定してきたところで東日本大震災があり、また大幅に仕事が減り、売上が落ちている。月の売上は全体で20%くらい減少している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・販売、サービス業関係で、東日本大震災による全国的な自粛ムードが影響して減収を予測する企業がある一方、製造業の一部では今後受注が増加するか減少するか予測がつかないとする企業もあり、全体としての求人意欲は保留、様子見の状況である。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求人数はやや増加傾向にあるものの、やはり東日本大震災の影響や風評被害等により、まだ回復していない企業も多く見受けられる。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・製造業に勤務していた派遣労働者や請負労働者などの非正規労働者が新規の求職申込で目立っているが、新規求職者数は前年比では13.5%減少している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・相変わらず求職者が多く、職安内はいつも混み合っている。
		学校〔専門学校〕（副校長）	求人数の動き	・企業合同ガイダンス等の参加企業が増えてこない。学校独自の企業ガイダンスを実施することにより、企業情報を集めているのが現状である。ガイダンスに経費を掛けなくても企業の求める人材が集まっている様子である。
	やや悪くなっている	求人情報誌製作会社（経営者）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響により自動車関連の部品供給に大きく支障が出ているほか、自粛傾向がまだあり、業種によっては売上が大幅に低下しているため、雇用にも大きく影響している。
	悪くなっている	人材派遣会社（社員）	それ以外	・取引先のホテル、旅館関係から、東日本大震災の影響で3～4月は集客数が非常に落ち込み、ゴールデンウィーク以降は随分回復したが、前年同月比では7割程度の予約状況に止まっているとの話を聞いている。

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
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	周辺企業の様子	・東日本大震災以来、広告収入が激減している。

#### 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	コンビニ(経営者)	単価の動き	・東日本大震災直後は、並べている物があれば何でも売れたが、その後反動で売れなくなった。現在はだんだん品ぞろえが戻ってきて通常のように営業ができるようになってきている。売上自体は落ちているが、普段通りに客が来て、販売量は以前よりも少し良くなっている。
		家電量販店(統括)	来客数の動き	・節電、地上デジタル放送、梅雨等に関する商品の売行きが好調である。客数も前年を大きく超えてきている。単価下落は依然止まらないが、レジ通過客千人当たりの購買指数増で補っている。
	やや良く なっている	一般小売店〔家電〕(経理担当)	お客様の様子	・低価格商品が多くなっているが、商品はコンスタントに動いている。エアコンについては省エネ意識のせいか高級機種が売れており、アンテナ工事も多くなっている。
		一般小売店〔文具〕(経営者)	販売量の動き	・今月は忙しいというほどではないが、上がってきた数字を見ると前年度よりプラスになっている。これといって景気が良いというわけではないが、プラスはプラスである。
		一般小売店〔文具〕(販売企画担当)	販売量の動き	・店舗に関しては前半は良かったが、天候の問題で後半はあまり良くない。外商は一時期商品が無かったり供給ができなかったりしたものが復活し始めたこともあり、徐々に良くなってきている。また、コピー機、スチール家具等を企業がしっかりと買うようになってきている。復興の兆しが出てきている。
		百貨店(副店長)	販売量の動き	・衣料品や宝飾などの高額品についてはまだまだだが、日用品や食料品を中心に売上は戻ってきている。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・今月の来客数は非常に増えてきている。東日本大震災後の買い控えから、客は積極的に買物をしようとする動きになってきている。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災後の自粛モード、物情騒然とした状態がやや落ち着きを取り戻し、だんだんと普通の姿に戻ってきている。
		コンビニ(商品開発担当)	お客様の様子	・ようやく平常に戻ってきてつつある。
		衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響もいくらか回復し、徐々に客数も増え、売上は前年比105%を超えてきている。この夏は節電のためのクールビズが前年にも増して話題になって服装に対する関心が以前より高まり、これらの関連商品が関心を集めている。
		衣料品専門店(営業担当)	販売量の動き	・東日本大震災から落ち込んでいた売上もようやく前年比92%と、大分持ち直している。買物をしたくてストレスを抱えていた人々も、しびれを切らして買物をし始めている様子である。
		その他専門店〔雑貨〕(従業員)	来客数の動き	・新しくできた店の来客数の増加で、既存店についても3か月前よりは戻ってきている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	お客様の様子	・東日本大震災による消費低迷からの回復モードで、消費抑制から反転し購買意欲が高まってきている。特に衣料品が好調に推移しており、ファミリー衣料は客数、客単価とも伸びている。夏場対策で扇風機も好調に売上を伸ばしている。
		一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災前の3か月前は景気が動いていなかったが、最近になって震災後の反動のせいか、フリーの客は多少動いてきている。ただし、大きな宴会等の動きや歓送迎会等の件数は減っている。
		都市型ホテル(支配人)	販売量の動き	・前年との比較ではまだまだの販売量だが、東日本大震災直後の自粛モードは解けてきた感があり、やや良くなっている。
		旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・企画、イベントの申込が多い。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・完全地上デジタル放送化を控え、加入者数は増加の傾向にある。

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
		通信会社（営業推進担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送への移行に向けて、2台目のテレビ購入などの動きが活発になりつつある。デジタル放送の受信環境準備が一段落し、付随するレコーダー購入などが目立つ。
		ゴルフ練習場（従業員）	来客数の動き	・2か月前の東日本大震災のころよりは来客数、販売量ともに増えている。最近は経済活動をしようという風潮もあり、客の動きは良くなっている。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	来客数の動き	・付帯する宿泊施設の客数は海外客の減少で依然低迷を続けており、明らかな好転とは言えない状況にあるが、東日本大震災で延期になった催事が再開され、催事の来客数も前年並みで推移しているため、景気は良くなりつつある。
		その他サービス〔結婚式場〕（支配人）	来客数の動き	・東日本大震災後と比べると客が動いている。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・今月は東日本大震災の影響で特に官庁から復旧工事の設計依頼が多くなってきている。また、民間からも何件か相談がある。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響が少し薄らいできている。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・今の状態では、景気が良くなる兆しは見えない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	それ以外	・東日本大震災から2か月半もたち、飲料水も出回ってきたようだが、卸値が高くなっている。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	それ以外	・新米、古米の切替え時の米不足を材料に、米価格は値上がり急だが、お米は売れていない。商店街の総会では景気の良い話は無く、行政と協力して秋にはプレミアム付き商品券を発売するなどは一時的な効果しか無い。一層工夫しないと給料も払えなくなる。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・復興の動きが一時あったが、ゴールデンウィークを過ぎて減速傾向にある。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・気温、気象が不安定である。前半は夏物に走り出す傾向が見られたが、中旬以降から羽織物が必要な気温になったため、客はちゅうちょしている。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・衣料品の売上が前年より少しずつ良くなってきているが、まだはっきりと良い方向にあると言えるほどの動きではない。
	百貨店（総務担当）	それ以外	・過度な自粛ムードがなくなってきている。5月20日過ぎまではほぼ前年並みで推移してきたものの、終盤の天候不順により来客数、購買率ともに前年割れの見込みとなっている。	
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災直後の3月を除き、4、5月は前年に若干届かなかったものの、ほぼ横ばいで推移している。震災後、婦人服関連が一時的に復調したが、今月は落ちている。一方、食料品、雑貨、子ども服関連は順調に回復基調にある。店内で節電対策として照明を部分的に消しているが、客からの問い合わせはない。ただし、全体の来店傾向で18時以降の落ち込みがみられ、21時まで営業している当店の強みを発揮できていない。	
	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・都心店における夕方以降のOL、サラリーマンの来客数が減ってきている。加えて、来客の購買行動も目的商品のみ購入が多く、滞留時間が短くなってきている。	
	百貨店（営業担当）	それ以外	・東日本大震災後の自粛ムードの反動から一時的にマイナス幅の縮小が見られたが、消費環境の悪化から来客数減、売上減の傾向は変わらず、特に外国人観光客の減少と高額品の伸び悩みは続いている。	
	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・稼働客数は前年伸長も、単価は低下している。また、母の日などのパーソナルギフトも東日本大震災以降、より実用的な志向に変化し、今後の購買動機がどこまで変わるかが読めない。また、輪番休業などの世情がファミリー購買により底支えされた商力にどこまで影響するか、加えて今後の施策が組みづらい。しばらくは購買意欲はあるが、低単価傾向が続く。	

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
		百貨店（販売管理担当）	販売量の動き	・つくだ煮やのりなど保存のきく食料品や、UVケアなどの機能性を備えた季節商材など、好調な商品群が売上をけん引している。一方で、放射線や余震などの影響もあり、今まで前年を超えていた来客数が前年を下回る傾向にあるなどの不安定要素がある。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後の買いだめ需要が一段落し、その反動が少し出てきている。客数が若干落ち気味などところがあり、それほどは変わらないが、少し良くない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・チラシ初日の売上は前年と比較してまずまずだが、それ以外の日の売上確保が困難な状況である。安い商品に敏感に反応している様子が見られ、必要以外の商品には手を出さないことが如実に表れている。また、買上点数、1品単価ともに前年割れしており、安物志向に定着している部分がある。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・3月の東日本大震災以降、4月上旬に客の買い方等が回復したように思ったが、その後はやはり日常の頻度品や必要な物しか買わない、欲しい物は買わない状況が続いている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東日本大震災前に少しずつ戻りつつある。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・客数が少し落ち込んでいる状況である。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・4月後半から母の日に掛けての連休で売上は伸びてきたが、安い、近い、短い日程の小旅行等で、近場の外出が目立っている。連休明けの中旬は天候の変化で一気に夏の陽気になり、月末は梅雨入り、台風と、外出を控えた客が目立ち、客数、売上ともに落ちている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後、客は落ち着きを取り戻し、販売は以前と変わらないくらい戻ってきている。ただし天気があまり良くなく、それに対しての落ち込みが少しだけ出ている。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・年々パソコン業界は低価格化が進み、景気向上へ拍車が掛からなくなってきている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・整備は順調に入っているが、販売はあまり芳しくない。しかし、前月は前年比50%減だったが、今月は30%減となっている。
		乗用車販売店（経営者）	それ以外	・景気は良くなっているとは感じないが、客の東日本大震災に対する沈む気持ちが薄らいでいる。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・店舗がリニューアルオープンしたが、来客数があまり多くない。過去のリニューアルの数字を見ても、少ないと感じている。
		高級レストラン（支配人）	お客様の様子	・東日本大震災による自粛傾向はやや改善されてきたが、規模の縮小や単価の低下が続いている。定例的な会合以外、新規の予約が増えず、依然として厳しい状況である。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・気候の関係で今月は少し雨が多かったこともあり、変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・婚礼見込みの来客は戻りつつあるが、婚礼参加のゲスト数が減っている。
		通信会社（支店長）	販売量の動き	・東日本大震災による春商戦の期ずれ等、新商品の発売効果もあり、販売量が顕著に伸びている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・地上デジタル放送完全移行まで2か月であるが、まだ、対策を講じない客が多い。新築の建築が減少している。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・競合他社との競争が激化しているが、アナログ放送終了に伴う駆け込み需要が依然として残っており、契約数は横ばいを確保している。
		通信会社（総務担当）	お客様の様子	・例年この時期は引っ越しも終わり、新規加入が増える時期だが、今年は相変わらず解約件数が上回っている。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の一時の冷え込みは大分脱してきたが、節約の動きはまだある。売上が下がっている状況が続いており、変化がない。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災による影響があると思っていたが、現時点ではさほど販売量に変わりがない。
		設計事務所（職員）	それ以外	・売上は順調ではあるが、景気動向の変化までには至らない。

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
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・ゴールデンウィークの集客や今月の受注状況も前年並みと大きな変化はないが、ユーザーの慎重度は相変わらず固いものがあり、時間が掛かっている。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約50%と3か月前に戻ってきているが、景気自体は相変わらず悪い。東日本大震災後、2か月間は全く動きが止まったが、日常生活が戻り落ち着きが出てきたのか、来客数や販売量は震災前と同じ水準に戻ってきている。
		住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・住宅版エコポイント制度の締切など、公的支援打ち切りによる冷え込みがある。
	やや悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・東日本大震災以降、極端に売上の数字が落ち込んだ時があったが、計画停電の終了とともに少しずつ良くなっている。5月の連休ごろに回復の兆しが出てきており、店の前を通る通行量も震災前に大分近付いてきている。しかし、買物には慎重な客が多い。東北地方に親戚がいる客は特に心配しており、買物をする気にはならない。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・客が店に来ない。客は本当に必要な物しか買わず、非常に困っている。商店街自体も、最近特に空き店舗が目立ち始めている。入ってくるのは歯医者や接骨院といった医者系統の業種で、それらが当商店街の半分近くになっているため、今後かなり響いてくる。
		商店街(代表者)	それ以外	・ゴールデンウィークの売上や来街者数は軒並み前年を下回っている。東日本大震災後中止になったイベントをチャリティイベントとして復活させたが、前年並みには届いていない。
		商店街(代表者)	販売量の動き	・東日本大震災による材料等の不足状態はほとんど改善したが、季節変動を差し引いても、震災前と比較して一般客の嗜好品への支出は激減している。
		一般小売店〔家具〕(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災後、やはり客が来なくなったが、最近いくらかずつ来客数が増えてきている。しかし、景気は相変わらず悪い。
		一般小売店〔印章〕(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災以降、自粛ムードが非常に悪い面で浸透し過ぎてしまっている。商店会の人に聞いても、自粛ムードが浸透し過ぎて購買意欲が低下しているようである。
		百貨店(広報担当)	お客様の様子	・客の節電や東日本大震災に対する関心が非常に高く、それらの商品の需要が売上をけん引している。例年あるクールビズ対応ワイシャツなどに加え、扇子や保冷材入りストールなど節電プラス暑さ対策の商品は、前年を大きく超える売上がある。ただし、完全に消費が戻ったわけではなく、主力の衣料品や食品を加えた全体的な来客数は前年に達していない。
		百貨店(広報担当)	販売量の動き	・首都圏店舗の売上、来客数が減少傾向である。反面、郊外店が前年を上回り好調に推移しており、自宅から近い店舗での消費行動が高まっている。また、外国人顧客の減少が高額品やハイエンドブランドの売上に響いている。
		百貨店(店長)	単価の動き	・すべてのアイテムで前年よりも客単価が落ちてきている。
		スーパー(店長)	単価の動き	・商品的にはどんなにお買い得でも、客は必要な分だけ買うため、客単価の下落につながっている。
		スーパー(仕入担当)	来客数の動き	・ゴールデンウィークは3連休が前半、後半に分かれたために近場への小旅行が多く、レジャー関連商品のまとめ買いが少ない。また、広告へ掲載する目玉商品は物量を確保することが難しく、掲載数が減り、集客減となっている。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・不景気が忍び寄っている気がする。今月は単価が大変落ち、前月より25円下がっている。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・4月は少し良かったが、5月に入って買い控えが目立っている。また、夜間の来客が減っている。
		コンビニ(経営者)	単価の動き	・春先の節約ムードが非常に大きい。
		衣料品専門店(店長)	単価の動き	・クールビズ用品は動くが、スーツ等の重衣料の高額商品が動かないため、単価に苦戦している。
		乗用車販売店(経営者)	お客様の様子	・新車の販売をしているが、メーカーからの納車が東日本大震災の影響で未定のままであり、受注できても納車できない状況が続いている。

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
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で大手自動車メーカーの工場が50%稼働のため、今新車を注文しても納期の目途が立たず、客もなかなか注文がしづらい。
		乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・ゴールデンウィークの営業日の関係で4月末の純受注は増えたが、5月に入ってから前年比70%前後にまでなっている。売上台数は今月も工場出荷減の影響が直接影響して前年割れとなり、非常に苦戦している。
		乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で受注も今一つ上がっていない。自粛による買い控えと車両不足で、今がどん底の感がある。
		住関連専門店 (統括)	販売量の動き	・今は来客数も契約件数も少ない。来客数イコール売上高という感じでもないが、契約件数も伸び悩んでいる。
		その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災以降、財布のひもが固くなっている。客単価が低く、無駄な買物をしなくなったようである。
		その他小売 [ゲーム] (開発戦略担当)	販売量の動き	・前月は東日本大震災の影響も改善されたように思ったが、国内ゴールデンウィーク商戦は前年比で8割以下と、非常に厳しい結果となっている。海外も同様に厳しいようである。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災後、途絶えていた客足が少しずつ戻ってきたような気がするが、まだ例年どおりではない。客足がかなり少なくなっている。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・依然、近隣の官公庁は宴会禁止で、一部民間企業では個人的に歓送迎会という状態である。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・前月4月25日までの結果では、客数が前年比96.9%、売上が96.5%であった。今月は5月24日現在で客数が94%、売上が92.2%である。福島第一原子力発電所の事故の影響がまだ続いている。
		一般レストラン (店長)	来客数の動き	・東日本大震災以後、全く来客がなかったが、ゴールデンウィーク明けごろから少しずつ増えてきてはいる。しかし、震災前と比べると6～7割くらいしか戻っていない。
		一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災直後は駅から少し遠い所はそう変わらなかったが、電車の都合で暇になり、ある程度たってからまた忙しくなっている。ゴールデンウィークでお金を使っているため一度ぐっと落ち、給料日あたりから少しずつ戻ってきているものの、毎年連休後は暇である。
		都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・宿泊はビジネスの利用は外国人が半分以下になり、日本人は戻りつつあるが、年明けのような勢いはない。個人の婚礼出席者やコンサート、イベント等の利用は変化がないようである。レストランは昼の婦人やサラリーマンの利用は変化がないが、夜の接待利用が依然として伸びず、東日本大震災の影響で以前に輪を掛けて少ない。宴会は法人関係の利用で取消、延期になったものがなかなか復活してこない。披露宴は東北の被災地に直接関係者がいるカップルを除き、日程を変更して実施するカップルが多く、影響は少ない。
		旅行代理店 (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災以降、福島第一原子力発電所の問題等があり、店に来る客足は大分鈍ってきている。こちらから行っても、もう少し考えさせて欲しいなどの回答しか得られていない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・まだ東日本大震災からの復興の進展がはっきり見えないと同時に経済界の動きも低成長であり、タクシーも需要が止まってしまった感がある。月内では最終金曜日に利用客の動きが少しあるが、それ以外は相変わらず空車の渦で街中ごった返している。
		タクシー (団体役員)	お客様の様子	・東日本大震災直後の激減状態はなくなったが、昼夜問わず利用客が少ない。特に繁華街の利用客がまだ戻っていない。
		通信会社 (経営者)	販売量の動き	・テレビの加入獲得が激減している。ゴールデンウィーク中の加入獲得減及び集合オーナーの一括加入の低調が原因である。
		通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で新築住宅工事が延期になり、テレビサービスの導入が前年に比べて減少している。
		通信会社 (局長)	単価の動き	・ケーブルテレビ契約数は増加しているものの、加入者1人当たりの月間売上高は下がってきている。

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
		観光名所（職員）	来客数の動き	・前年実績と比べるとやや悪くなっている。また、トップシーズンのため、来客数の動きが少し鈍いイメージがある。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・5月に入り計画停電の影響もなくなり、連休明けより会員の来場は平常通りとなったが、ゲストの来場は特にコンペ等の自粛がまだ見受けられる。
		パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・朝の客の入りもやや良くないが、特に夕方から会社後に来るサラリーマンの客数が大分減っている。そのあたりが顕著に出ているため、やや悪くなっている。
		競馬場（職員）	販売量の動き	・販売額が前年度比で4%減少している。
		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	・ゴールデンウィークが長かったこともあり、それ以降、母体ショッピングセンターを含めて来店頻度が低下している。特に目的客以外は著しく低下しており、消費や遊びを控えている印象が強い。
		設計事務所（経営者）	それ以外	・当事務所は行政の設計が約90%を占めている。行政の設計は年度末の3月までは、残っている仕事を上げなくてはならないと非常に忙しく感じたが、年度末が終わった5、6月になると新しい仕事が入らず、非常に不安定で不安感がある。民間の仕事においても、3月11日以来、新しい仕事が見えていない。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・東日本大震災の影響から計画等のキャンセルが相次ぎ、更に厳しい。低価格競争がますます激しくなっている。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響か、5月はゴールデンウィークがあつたにもかかわらず、不動産販売の契約が少ない。	
	悪く なっている	一般小売店【和菓子】（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、来客数がかなり落ち込んでいる。また、月の後半になって天候不順も重なり、消費が冷え込んでいる。
		一般小売店【家電】（経理担当）	お客様の様子	・公務員他、全体に所得が減っているように感じる。また、物価がじわじわと上がっているようである。
		一般小売店【食料雑貨】（経営者）	単価の動き	・所得が上がらないことで、将来への不安から買い控えが進んでいる。
		一般小売店【靴・履物】（店長）	来客数の動き	・街へ出てくる人が減っている。東日本大震災以降戻らず、3か月前よりは大幅減っている。
		一般小売店【茶】（営業担当）	お客様の様子	・お茶に関する放射線問題が報道されてから、日々の売上が激減している。下旬に向かい落ち着いてきたが、売上が大幅に減少している。
		一般小売店【茶】（営業担当）	それ以外	・東日本大震災による福島第一原子力発電所の問題で、放射線等の現状が把握ができていない。その不透明な状況下でのお茶等の茶葉検査で、規定値以上の数値が出てきている。各県の対応など、様々な専門分野の意見がぼつ発し、どこまで安全であるかという懸念で、お茶等の購入にストップが掛かっている。
		百貨店（総務担当）	単価の動き	・東日本大震災以来、3月一杯から4月までは停電特需で小売業のほうは売上は伸びたが、それ以外についてはなかなか思うような売上が取れていないのが実情である。
		百貨店（総務担当）	来客数の動き	・東日本大震災以降、来客もせいぜい9掛けくらいになっている。また1人当たりの買上単価も85~90%といったところである。
百貨店（総務担当）		お客様の様子	・来客数はかなり戻ってきてはいるが、レジ客数等についてはまだ厳しい状態である。物産催事など、冷え込んだ消費マインドが少し良化しているようで、客の様子も東日本大震災の影響から脱却しつつある。しかし、まだ楽観できるほどではない。	
百貨店（販売促進担当）		単価の動き	・東日本大震災以降、各企業の業績悪化から買い控えが生じている。	
スーパー（店長）	来客数の動き	・客数は前年に比べると97.8%、客単価も同じく98.2%と、ともに前年割れという状況である。特に今月は雨が多かったこともあるが、また水が売れている。納品は滞りなく行われているが水だけはコンスタントに売れているので、また買い占め等が起きなければいいと思っている。		
スーパー（営業担当）	販売量の動き	・福島第一原子力発電所の事故又は東日本大震災の影響による買いだめも一段落し、販売数量が現在減少していることが大きな要因として挙げられる。		

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
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後、品薄でありながら、あれば何でも売れるという状況も一段落し、反動なのか、今は本当に必要な物しか客は買わない。客単価も買上点数も低下している。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客が戻らない。商店街全体も悪いが、当店も更に売上が低下し、3月の東日本大震災以降、とても厳しい数字が続いている。客単価、1品単価ともに下がり、頼みの顧客の単価も下がり、打つ手が無い状況である。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・衣料品の購買傾向が必需品中心になり、トレンド商品は控える傾向が顕著である。省エネのための暑さ対策商品のみが好調で、その他は急ブレーキが掛かっている。
		衣料品専門店（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の後遺症がまだまだ尾を引いている。またゴールデンウィーク増の後でもあり、売上が非常に良くない。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・3～4月のトラックの新車販売量は前年同月比で販売台数、金額が相当減っている。全国ベースで20～30億円落ちているため、前年に比べて相当落ちている。また、1～2月に比べてもやはり落ちている。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	お客様の様子	・やはり震災の影響が大きい。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	販売量の動き	・売上は東日本大震災以前の3分の2ぐらいまで落ちている。
		高級レストラン（店長）	来客数の動き	・特に個人消費の冷え込みが厳しく、平日夜のレストランは大変寂しい状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・当面は東日本大震災の影響で景気は悪い。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・1日当たりの団体旅行の受注件数が伸び悩んでいる。また、問い合わせ等の電話の件数も減っている。
		旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・東日本大震災の関係で今月出発の団体を中心に中止や延期が相次ぎ、販売量が予定より大幅に落ちている。個人旅行は直近の日帰り等については少し動きが出てきているが、ゴールデンウィークの売上が宿泊を中心に上がらず、低迷している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・まだ景気が良くなるという感じはないが、金曜日は客が多少は戻ってきてくれたという感じがある。まだ今月は最悪の状態が続いている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・若干横ばいの傾向にあったと感じていたが、東日本大震災後、更に落ち込んでしまっている。
		遊園地（職員）	それ以外	・福島第一原子力発電所の問題が先行き不透明で良くなる兆しが見えないため、客の出控え傾向が見られる。
		ゴルフ場（従業員）	それ以外	・休日の百貨店にはぎわいがかかなり少なく、ゴルフ場においても1人当たりのゴルフの回数がかかなり減ってきている。特に、現役世代である。
		その他レジャー施設〔スポーツ施設〕（支配人）	来客数の動き	・宴会の件数、参加人員が減少している。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以来、客の買物が非常に少ないようである。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後、夕方の顧客数が伸びなくなっている。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・少し動く気配は感じるが、ただじっと見ているという感じである。出てくる話題は投げ売りの話が多く、今はコスト高になっているはずだが、その割に動く気配がない。大変激しい状況である。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・東日本大震災以降は被災地の復興と福島第一原子力発電所の処置に目途が立たない等で客の気持ちが回復していない。そのため売買量が減り、不動産及び工事の価格が最低の状態のままである。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・東日本大震災以降、物件が止まったりした影響で客の荷動きも止まっており、在庫が多い状況が続いていて、販売量が伸びない。



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
企業動向 関連	良く なっている やや良く なっている	—	—	—
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・前年12月に開設した新規取引先から納期や品質、価格等を認められ、仕事量が多くなっている。
		金属製品製造業（経営者） 建設業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き 受注量や販売量の動き	・海外向けと被災地向けの受注（国内需要）があり、受注量が増えてきている。 ・官庁発注工事を何件か受注でき、やっと前年並みの受注量となっている。しかし前年があまり悪かったため、これからどれだけ民間工事が発注になるか、期待するだけである。
	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	・東日本大震災の影響もあって医療容器と住宅関連部品の受注は前年同期比で2割ほど増加しているが、化粧品容器の受注や新企画に勢いがなく、利益は横ばいである。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・得意先は前月は悪いと大分言っていたが、仕事の量は特別に減ってはいない。また、今月に入ってからはその言葉は消えているようである。仕事の量は大きく減ったり増えたりはしていない。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取扱量が依然として低迷している。ゴールデンウィークの影響で稼働日数も例月より少なく、売上が減少している。
		通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・受注状況はほぼ横ばいで推移している。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響なのか、飲食店舗の売上が伸びず、賃料の減額要請が多くなっている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・地域経済界で影響力を持つ建設業では、東日本大震災の影響で建材不足となっており、工期が延びている。住宅建設では特にグラスウールの入荷が少なく、棟上以降の予定が立たない状況である。建方完了時金が受け取れず、資金繰りがひっ迫している中小業者も少なくない。建設業全体ではやがて復興景気が期待できるが、遠隔の事業者には期待は薄い。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響は続いており、相変わらず受注量が減っていて厳しいが、3月に止まった仕事が復活する動きも見られ、震災前に戻つつある。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後の節電傾向で電気を使う広告やイベントが減っており、それがいまだに再興する様子が見られない。
	やや悪く なっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・まだ東日本大震災の影響から完全に立ち直っておらず、決して良いとは言えない状況である。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・年度末関連の仕事が終了し、その後の会社関係の仕事も発注が少なく、困難している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以前もさほど良い景気とは思えなかった。震災後多少持ち直してはいるが、多少戻った程度で景気の悪さは変わらない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今月は1回だけ代表者印、会社の登記印で8本という特需があったが、それ以外は法人も個人も平たん、あるいは下向きの受注の流れである。
出版・印刷・同関連産業（営業担当）		競争相手の様子	・同業他社で、受注量の減少が原因で社員数20名中営業1名含む3名が解雇された話を聞いている。	
一般機械器具製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響もあり、あまり良いほうにはっていない。	
電気機械器具製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・引き合いはある程度全国からあるが、成約率が1割に満たない程度まで落ちているため、非常に悪い状況にある。	
建設業（経営者）		競争相手の様子	・競争物件で、かなり低価格での落札になっている。価格破壊である。	
建設業（営業担当）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響により止まっていた案件が少しずつ動き出しているが、納品状況や単価の問題で時間が掛かっている。	
金融業（支店長）		取引先の様子	・受注がやや落ち込んでいる。また、品物や部品、資材の入荷が遅れているため、なかなか発注にこたえられず、やや悪くなっている。	

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
		金融業（支店長）	取引先の様子	・取引先の様子は、東日本大震災の影響がやはりじわじわと出てきている。建設業では材料であるベニヤ等や断熱材の不足が大きくなっており、工期が長いたり仕分けができない。自動車販売は被災地のほうに需要があるのでそちらに需要が流れ、こちらの中古車の価格が上がったり品薄状態であり、利幅も圧迫している。製造業も親会社からの様子見が結構あり、売上減という状況が続いているため、やや下火になっている。
		不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後、土地購入の動きが非常に鈍化を来たしている。
		広告代理店（従業員）	取引先の様子	・主要取引先が自動車販売であり、売る車がないので宣伝等自粛している。
		広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・クライアントより前向きな話や宣伝展開の話をよく受けるようになったが、各案件は非常に少ない。
		税理士	取引先の様子	・中古書籍やゲーム等、中古品を扱っている店を10年ほど見ている。中古品なので、昔は景気が悪い時は結構売れたが、今はそういう店であっても2店舗を1店舗に減らし、その残った本店も売上、利益率が大変悪くなっている。景気は相当悪い。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災以降、減った客足が回復しつつあるものの、震災前ほどではないという企業が多い。
		税理士	取引先の様子	・夏の電力不足に備えての節電で、節電商品以外は動きが無いようである。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・公共事業が一段落して受注減である。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・事業の中止や延期が続き、開発案件が減少している。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、やや悪くなっている。
	悪くなっている	繊維工業（従業員）	それ以外	・市場は消費マインドが冷え込んでおり、なかなかファッションに向いてこない。繊維製品の原料である糸が中国等の投機筋等に買い占められ原料不足となっており、不足している糸の値上がり分も製品に転嫁できない状況が続いている。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	それ以外	・東日本大震災以降の広告宣伝費が大幅に縮小されており、計画見直しの状況が依然続いている。また、用紙調達が不安定なため、案件が発生しても対応できないケースが目立つ。
		プラスチック製品製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の復興に関係のない部分は、非常に景気が悪くなっている。物の動きが悪くなっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月後半からいくらか受注が回復してきているものの、東日本大震災の前から比べると相当悪くなっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故の影響で、東北方面にある部品工場から部品の供給が途絶え、空調機や冷凍機の生産が縮小している。そのため市場に商品がスムーズに流れず、仕事ができなくなっている。その上、設備投資意欲が各企業とも衰えてきており、設備産業は大打撃を被っている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2、3か月前よりも売上が30%くらい落ちている。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品が売れない。発注がない。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の問題や放射線の悩みが非常に大きな話題となっている。その関係で部品生産がスムーズに行えず、各メーカーの生産は伸びない、維持できない状況にあるため、景気の落ち込みは非常に大きい。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・荷主からのオーダーがない限り、仕事が無い。旗を立てて回っても、我々の仕事はその日その日に入ってくるわけではなく、荷主からの仕事を待つ以外に何も無い。荷主からの話では、今のところ東北関係の荷物が多いため、東日本大震災のために部品あるいはマニュアルの注文が入らない。全く止まっているような状態で、大変苦しい。

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
		輸送業（所長）	受注量や販売量の動き	・例年の荷動きと比べ80～90%ぐらい出荷が落ちている。どの荷主に聞いても前期はこのまま出荷数が少なく推移するだろうと予測している。また、東北方面の復興計画が明確にならないと、出荷計画ができないとのことである。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・東日本大震災以降、荷主の通常の出荷量が大幅な落ち込みとなっている。緊急品の出荷が若干あるが、激減状態である。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・設備投資を見合わせる企業が多い。
		金融業（渉外・預金担当）	取引先の様子	・東日本大震災と停電の影響で、負の連鎖がある。
		金融業（役員）	取引先の様子	・東日本大震災以降、売上が下がった、あるいは製品が届かない等で、当面の運転資金が必要になり申込をする客が多い。また、新しいお金ではなく、今までの返済を落として欲しい、割賦金を軽減して欲しいという申込がいまだに相当数ある。
		広告代理店（経営者）	取引先の様子	・とりあえず自粛は明けつつあるが、3か月前と比較すると仕事が減少している。景気がこんな案配だから仕方ないものの、手間は変わらず売上額が減少すると利益減に直結してしまうが、受注しなければゼロなので、泣く泣く受けるしかないことが厳しい。
		社会保険労務士	取引先の様子	・資金繰りの厳しい会社が多く、委託解除も数件ある。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・自動車関連の加工メーカーでは平常の3分の1程度に売上が落ちている等、死活問題になっている。飲食店等も自粛ムードからさして戻らず、低迷している。余震の影響などで客が遠出ししない傾向も見える。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災による受注件数の減少傾向は大部分回復の兆しを見せてはいるが、震災前と比較すると、まだ回復したと言える状況ではない。被災地への支援も継続的に行っており、受注量が以前のような状態に回復していない。
		雇用関連	良くなっている やや良くなっている	—
人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き			・地上デジタル放送化に伴う採用が相変わらず多い上、その他についても通信業界や東日本大震災に関わる採用があり、採用数が契約終了数を上回っている。
新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き			・ここへきて1、2年と足しげく通っている他のユーザーからの注文がかなり来ている。価格等で気を引くのではなくあきらめずに誠意を持って対応していかなかで、使う前に信頼関係ができた結果であり、かなり増えている。
民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き			・当社のクライアントは製造メーカー、特に自動車関連が多いのだが、少しずつ需要、生産が増えてきたこともあって人の確保が必要になってきている。新卒採用はあまり良くない状態だが、その分を中途採用で補おうとする傾向が一般的にあるようである。
民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き		・東日本大震災の影響はまだ見えない部分があるものの、心理的には改善されてきており、採用活動は少し動きつつある。これに復興需要が加わってくれば、よりドライブが掛かる。	
変わらない	人材派遣会社（社員）		求人数の動き	・全業種で求人数が増えている所はない。
	人材派遣会社（営業担当）		求人数の動き	・求人数の動きが今月は非常に少なく、前月の半分以下で推移している。
	人材派遣会社（営業担当）		雇用形態の様子	・新規採用の雇用形態が、無期社員よりも有期社員の比率がやや高くなっている印象がある。固定費削減のためにそうしているようである。
	求人情報誌製作会社（編集者）		採用者数の動き	・厳しさに変わりはない。
	職業安定所（職員）		求人数の動き	・一般求人、パート求人ともに求人数は増加している。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・今月は雇用調整助成金の新規の相談件数は減少しているが、自動車製造関連産業は東日本大震災の被害により自動車用半導体の供給不足が続いているため、生産ラインがフル稼働に回復するのは秋以降になる模様である。さらに夏場の電力不足も心配されることから、まだ3か月前と状況は変わっていない。	

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
	やや悪くなっている	学校〔専修学校〕（就職担当）	求人数の動き	・前年同月比での求人獲得数に大きな差異はない。
		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・派遣、人材紹介ともに依頼数が前月と比べると落ちてきている。職安等無料就職支援機関からでも求職者がたくさん応募してくる環境になっており、採用にお金を掛けない企業が多くなってきている様子である。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響から、新規取引社数が減っている。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	求人数の動き	・前年までは届いていた求人票がまだ来ておらず、見通しが暗い。世間の一部で、中小企業は採用計画があるのに学生が応募していないと言われていることは本当なのかと信じられない。短大生採用を取り止めている企業が多い。
悪くなっている		人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・東日本大震災の影響で減った就業者数は、まだ回復していない。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	周辺企業の様子	・企業側の採用は全く戻ってきていない。報道における景気回復基調というのは、海外と絡んだ仕事をしているようなグローバル大企業の話で、中小零細企業はもはや死に体といっても過言ではない。このままでは産業空洞化どころか、この国の経済活動全体が破たんする。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が前月に比べてやや減少傾向にある。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で、企業で製造をしていない、中止している等の話を聞く機会が多い。

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

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響もあって、これから内需として建築関連が増えて忙しくなるという話を関係者からよく聞く。お金が動き、経済が動くことで景気が良くなるのではないかと。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災も福島第一原子力発電所の事故も大分落ち着いてきて、3月のことを思えば動きは大分活発なようである。
	やや良くなっている	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の復興の動きにおいて民間活力の勢いの強さを見せつけられた。ただし、観光客は節約をしており、休日上限1000円の高速道路料金割引制度の終了が間近に迫っているのを惜しんでいる様子である。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	販売量の動き	・今月に入ってから仕入れが前年同月の約2割増しとなっている。仕入れが多くなった分、商品も多くなり、それが売上につながっている。今のところ仕入れ量が多い日が続いている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・土日は家族で来店し買物をする客が増加してきた。平日も仕事帰りの来客も多くなった。それに伴って実際に購入する客も増加してきている。店頭在庫が無い場合に取り寄せを求めるケースも増えていることから、購買意欲のある客が増えてきた。
		百貨店（販売担当）	単価の動き	・自家需要の単価が上がっており、更にアニバーサリー需要も単価が3万円ほど上がった。婚約指輪も価格重視より品質重視にシフトしている。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・上～中旬はカード会員へのポイントアップ、母の日のプレゼント需要があり、集客、売上ともに好調だった。平場ブランドは中旬以降相当苦戦したものの、ショップブランドの売行きが順調で、売場全体としては前年同月比、予算対比ともに目標をクリアできた。
		コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・ゆっくりではあるが来客数の回復傾向が続いている。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・東日本大震災の影響により販売できなかった国産たばこの生産が再開し、安定供給が可能となった。ドリンク類も安定供給可能となって売上も回復してきている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前月と比較すると、売上の前年同月比が顕著に改善している。

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
		衣料品専門店 (販売企画担 当)	販売量の動き	・客の注文に偏りがみられる。全体的には悪い状況だが、高額商品は動きがよい。
		乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災に伴う自粛ムードが和らいできている。自動車の走行に必要な整備を見送らずにきちんと実施する客が増えた。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・新車の生産が5割程度と少ないため、新車販売実績は大きな落ち込みとなっている。しかし、受注に関していえば、新型車両の記者発表が月中～月末にかけて行われたため、ようやく店舗にも明るさがみえてきた。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故により自粛していた団体旅行やスポーツ団体が動き始め、仕事量はかなり増してきた。取扱量は前年同月比で増えている。
		通信会社(サービス担当)	販売量の動き	・引越しに伴う光インターネットへの乗り換えや光回線を利用した映像サービス(地デジ)への申込が増加している。
		美顔美容室(経営者)	販売量の動き	・保湿効果のあるクリームがリニューアルして発売したことと、キープキャンペーンで新規客が増えたことにより、保湿クリームとキープ商品の販売が増えた。
	変わらない	商店街(代表者)	販売量の動き	・来客数が少ないため販売量、販売高に結びつかないのはいつもと同じであるが、以前は土日ともに来客数が多かったのが、今月に入ってから特に日曜日の来客数が極端に少ないという傾向が顕著になってきた。
		商店街(代表者)	販売量の動き	・東日本大震災以来、若干客の購買意欲が見られるものの、売上の的には依然として前年同月比1割減で推移している。
		一般小売店〔高級精肉〕(企画)	販売量の動き	・東日本大震災のショックで先行き不安感があったが、やや落ち着いてきた。
		一般小売店〔酒類〕(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で外食は依然として低水準が続いている。特に中高年の外食が回復していないと感じる。
		一般小売店〔薬局〕(経営者)	来客数の動き	・ここ1~2か月、花粉症、インフルエンザなど季節病が終わり患者が減少傾向にある。調剤は可もなく不可もなく横ばいで、化粧品もこれから夏に向かって少しずつ増えると思うが現状は良くない。
		一般小売店〔自然食品〕(経営者)	お客様の様子	・低価格志向の客が多く高額商品は販売量も低調である。浄水器などの販売もあるが限られた販売量となっている。
		一般小売店〔食品〕(経営者)	お客様の様子	・ゴールデンウィークは天気も良く、人出も非常に多かったために売上も例年以上あった。しかし、中旬以降は天候が急に変わりやすくなり、客の買い方も何となく自粛ムード、節約ムードとなり、非常に慎重な様子が見受けられるようになった。月間で見ると前年同月に並ぶ程度の売上となった。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・肌寒い日が例年より続いているために夏物の動きが悪く、買い控えが目立つ。
		百貨店(店長)	販売量の動き	・婦人衣料関連の動きが引き続き悪い。気温の寒暖の差があり夏物が売れていない。
		百貨店(営業企画担当)	販売量の動き	・3月は東日本大震災以降、来客数、売上ともに5%程度落ち込んだが、4月以降は回復傾向が顕著に出始めている。直近では、東日本大震災前の2月水準までほぼ回復してきている。
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・5月も買得商品しか売れていない。客の様子を見ると、あらゆるところに節約ムードが溢れている。
		スーパー(営業担当)	お客様の様子	・必要最小限の買物になっているように感じる。ディスカウント店が好調である。
		コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・東日本大震災によって商品供給が滞るなど売上への影響を覚悟していたが、意外に売上は落ちてはならず、来客数も落ちていない。
		コンビニ(商品開発担当)	販売量の動き	・東日本大震災によるたばこの売上下落の影響が懸念されたが、ゴールデンウィークでは予想以上に落ち込まなかったため、5月は全体的には横ばいとなった。しかし、弁当類は厳しさが残った。
		家電量販店(店員)	単価の動き	・3か月前に比べれば多少は良くなっている。20日頃からアナログ放送終了に向けたテレビの買換え需要が再度活発化してきている。しかし、依然として各商品の購買単価は下がる一方で、下げ止めに対する努力が必要である。

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
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・商品単価は安定しているが、販売量は下限に近い状態での横ばいが続いている。
		乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・購買単価はとて高くなっていて、新車が入荷しないためと思われる。景気が良くなっているとは思えないが、全体的に販売価格が上がっていて、販売意欲もある程度は感じられる。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注販売の動きからみるとそんなに良くなっているとは思えないが、東日本大震災直後に比べれば徐々に良くなってきている。ただし、明らかに良い方向に向かっているというほどではない。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・5月に入ってから前年並みに来客数が回復してきている。購入には至らなくても、新車を検討している様子がうかがえる。東日本大震災の影響で中古車相場が高騰して新車との価格差がなくなってきたことと、「下取りに出すなら今」というマスコミなどの情報に影響されている感がある。実際には軽自動車の成約が多く、収益的には横ばいだが、停滞が少し緩んだような動きが見てとれる。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・3か月前よりも悪いと言うよりも、東日本大震災後からずっと悪い状態が続いている。客の様子から、購買意欲はかなり低い状態である。
		一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響でゴールデンウィークは遠出をせず、近場で休日を過ごした家族がたくさん来店してくれたので大変忙しかった。同期間中の売上だけを見れば前年同月比160%くらいである。しかし、同期間を除けば売上はさっぱりで相変わらず厳しい。
		観光型ホテル（販売担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で関東以北からの来客数が、前年同月比で約10%落ちている。その分関西以西からの来客があるかと言えば、あまり変わりはない。今月も大きな団体の穴を地元の個人客で埋め傷口を小さく抑えた。
		都市型ホテル（営業担当）	競争相手の様子	・製造業を中心に大分利用客も回復してきている。他社も同様に好調な様子を勘案すると、全体的に客が消費に向かっている。
		旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・夏場の関東方面と東北方面が売れないが、北海道は売れている。また、九州キャンペーンで販売が伸びている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・3、4月と続いた自粛ムードも無くなってきている。夜の街も遅まきながら新人歓迎会などの様子も見られ、各地のタクシー需要も出てきている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月の前半はゴールデンウィークだったので、その期間中は随分悪かった。ただ、その後は、特に金曜日は夜の街にも客が戻って来て、活気のある日が見られた。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送対応により、一番安いサービスへの申込は増えているものの、金額の高いサービスの利用者は減少傾向にある。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・夏のボーナスシーズンを迎えても、支払額は別として、客の動きは感じられない。
		ゴルフ場（企画担当）	来客数の動き	・今月の入場者数はほぼ予算並みで、前年同月比で少し多くなっている。しかし、売上においては、ここ数か月予算及び前年同月比とも下回っており、良い兆しは見られない。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・客から連休の過ごし方などを聞くと、出かけたと言う人が少なく、あまりお金を使っていないようである。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・建築業界は東日本大震災以降、材料の高騰が見られる。東海地方は販売量も相変わらず横ばいで変化がない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・もともと販売量は低調であったが、東日本大震災の影響で更に悪化した。しかし、予想したほどの落ち込みがなかったことが唯一の救いである。ただし、厳しい状況であることは否めず、相変わらず明るい話はない。	
	商店街（代表者）	お客様の様子	・駅、空港などのステーション売店、大手ショッピングセンターなどの量販店や商店街、すべてにおいて人出が減り、購買量、単価ともに落ち込んでいる。特にゴールデンウィークの落ち込みは著しい。	

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
		商店街（代表者）	お客様の様子	・以前とあまり変わらない。
		一般小売店〔電気屋〕（経営者）	販売量の動き	・単価の高いものはなかなか動かず、低価格のものによる売上となっているため、まだまだ厳しい。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響が少しずつ出てきている。収入が減って花を買う余裕がなくなっているのか、微妙に来客数が減っている。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・客単価が低くなっている。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・客に聞いてみると、東日本大震災以降、結婚式や葬式で出席者からいただくお祝い、お悔やみの額が少なくなっており、またその範囲も狭まっている。お互いに金額を少なくしたり、付き合いの幅を狭めており、その結果が客に反映されている。ここ1か月、非常に景気は悪くなっている。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	単価の動き	・名古屋において東日本大震災の影響は、東北地方や東京ほど大きくはないが、心理的な影響は確実にあり、食品においても客単価の低下がみられる。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災後、機能性を重視した商品を購入する客が増えたことにより、本来売るべきファッション商材の動きが鈍い。客心理として、長く使えるもの、より実用的なもの、あるいは節電・エコを求める気運が強くなっている。
		スーパー（経営者）	それ以外	・東日本大震災の関係でイベントの縮小やいろいろな企画が中止になっている。このため、様々な業界でキャンセルが相次ぎ、それが買い控えムードにつながっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災発生後2カ月が過ぎたが、特に4月以降来客数が1割前後減少している。競合他社が2店出店し、その販促による影響が大きい。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客単価は東日本大震災前では回復したものの、東日本大震災後再び低下した。納入商品がそろわず売場の品薄、欠品が続いたことによる影響が大きい。
		スーパー（店長）	単価の動き	・商品単価の下落がまだまだ下げ止まっていない。前年同月を下回る状況である。客単価についても商品単価の下落をカバーするだけの点数が動いておらず、前年をカバーする数字となっていない。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・新聞の折込広告、いわゆるチラシを出しても客が微増にとどまり、以前ほどチラシ効果が数字に表れない。
		スーパー（店員）	来客数の動き	・日々の来客数が若干減っている。
		スーパー（店員）	来客数の動き	・来客数は前年並みに戻ってはいるが、客単価、買上点数は前年同月や前月よりも減少している。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響でチラシ特売の商品が充分そろわず、売上の減少となっている。
		スーパー（販売促進担当）	お客様の様子	・東日本大震災以後3、4月の売上は多少特需的なプラスがあったが、5月になって売上が減少傾向となっている。近くのイベント会場も、自粛でイベント開催の中止・延期等があり、人の動きが少なく売上に結び付いていない。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・まだまだ自粛ムードがあり、土日の行楽需要が少なくなっている。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・客単価が減少している。景気の底はまだ続くと思われる。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で余分なものを買わない傾向が続いているため、今月も例年の売上の70%程度になる。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・売上がやや減少傾向にあるような気がする。テレビの売行きは期待外れで、パソコンは販売台数は多いが購買単価が下がっている。エアコンは好調である。
		乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・客との会話のなかで、残業や夜勤などが無くなり、給料が減っているという話を聞く。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・自動車販売事業にとっては東日本大震災の影響がまだまだ残っている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は5月になってようやく前年並みの水準まで回復しているが、東日本大震災によって大幅に落ち込んだ後の動きとしては力強さが無い。兵庫県南部地震当時と比較しても、回復への足取りが鈍い。

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
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客の会話の中に、東日本大震災絡みの不況でレストランにあった、仕事量が激減したという内容が多く聞かれる。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・今年は大型連休の企業が多かったことと自粛ムードが重なり、繁華街の人通りは特に連休明けに少なくなり、売上も減少した。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災直後の動揺から少し冷静な判断のなかで、先行きの不透明感が買い控えを誘っている印象を受ける。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・ビジネスホテルの予約は少なく、直前になって来客が増えるという傾向が出ている。東日本大震災と福島第一原子力発電所事故の影響でまだ揺れ動いている印象を受ける。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災後、有名テーマパークへの需要が悪く、芳しくない状況である。この時期は当該テーマパークが主力商品となるため、これが伸び悩むのは厳しい。
		パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きや業界全体のマインドからやや悪くなっている。
		理美容室（経営者）	来客数の動き	・だんだん暖かくなって、例年ならちょっと忙しくなる時期であるが、あまり来客がない。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・これからどうなるのかという不安が大きい。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	競争相手の様子	・大手同業者が破格値で攻勢をかけてきた。さすがに追従は難しく、戦々恐々としながら様子をうかがっている。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で製造業も休業日が多くなり、収入面での不安が出てきたのだと思う。また、住宅エコポイントの対象となる住宅工事の期限が前倒しになったことなどが、購入意欲に対してマイナスに働いている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・増改築においても、我慢するという客が増えてきた。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	お客様の様子	・管理している中古マンションを客がたまに見に来るが、どうしても単価の安い物件に決められることが多く、価格交渉が非常に厳しくなっている。
		悪くなっている	コンビニ（店長）	販売量の動き
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数が大幅に減少している。車の納期がはつきりせず、客も買い控えている印象がある。	
	乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で新車の入荷が少なく登録が減少している。さらに、新車販売の減少に伴い下取車の入庫がないため、中古車の販売にも影響がある。	
	その他専門店〔貴金属〕（店長）	お客様の様子	・相変わらず景気の良い話は聞かない。東日本大震災の影響で景気はますます悪くなっている。	
	その他専門店〔雑貨〕（店員）	お客様の様子	・とにかく必要なものだけを購入し、余分なものは買い控える状況にある。	
	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・いろいろな業種の方が来店するが、経営者は異口同音に、本当に厳しく、全く見通しが無いと言っている。	
	スナック（経営者）	来客数の動き	・景気は非常に悪く、売上が全くない。	
	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・リゾートホテルを経営しているが、3か月前の2月下旬は前年同月比でやや低いくらいだったのが、東日本大震災の影響で一気に減った。6月は前年同月比4割減、7月は前年同月比7割減くらいになる見込みであり、大変悪くなっている。今後の景気動向が懸念される。	
旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、物が無いので工事にかかれ無いと言う客が多い。震災関連での景気低迷に拍車がかかっている。		
タクシー運転手 通信会社（営業担当）	お客様の様子 それ以外	・夜繁華街に来る客が極端に少ない。 ・東日本大震災の影響により、機器、光ケーブル等が不足し工事が遅れている。		
美容室（経営者）	それ以外	・3か月前も客の入りは悪かったが、5月はそれ以上に悪く、今までで一番出足が悪かった。開業して50年経つが一番悪かった。		



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	
		理容室（経営者）	お客様の様子	・景気の良い話は全くない。安い店にどんどん客が流れてしまう。	
		設計事務所（職員）	お客様の様子	・東日本大震災後、何があるか分からない状況のなかで形のある物に支出することに対して価値観が変わってきたことが一番大きな問題だと思う。客の話を聞いていると、今あるものを大事にするという志向になってきている。営繕などはもしかしたら増えるのかもしれないが、現時点でそういった兆候は出ていない。	
		住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・数少ない客を同業者が競い合って追客している状況であり、買主も少ない。	
企業動向関連	良くなっている	○	○	○	
	やや良くなっている	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較して売上額が8.1%増加している。	
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・設備投資が増えてきている。	
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・2、3月は荷物の量に少し落ち込みがあったが、東日本大震災を経て復興、復旧事業が本格化してきたので、5月は荷動きが多くなってきている。具体的には、東北からの供給が途絶えた代わりにその他の地域からの供給、輸送量が増えてきている。	
変わらない		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・上向きかけていた景気が再び悪化してしまった。製造工場の休止など東日本大震災の間接的な影響もある。	
		化学工業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災で発生した福島第一原子力発電所の放射能漏れによる風評で、海外への輸出規制あるいは在庫前倒しの注文が入るなど、両面での影響が出ている。	
		窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・受注量は順調である。しかし、多品種少量の傾向が強まり、利益率の低下は免れない。	
		一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米、アジアの自動車業界からは設備投資の引き合いが増えている。大型案件も増えたため金額では先月の3割増ほどになるが、円高のため価格競争は厳しく、利益が出ない状況が続いている。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災の影響は少しずつ回復してるが、円高の影響もあり微妙な状況である。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・相変わらず福島第一原子力発電所の影響などで先行きの予想が皆目つかない。	
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・マンション、戸建ともにまずまずの売行きであり、世間一般で言われているほど景気は低迷していない。	
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・中国への貨物は堅調、米国向けは停滞している。	
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・受注状況に大きな変化がなく、景気の変動は見られない。	
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が出るかと思ったが、名古屋地区では景気への影響はない。	
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響のためか、全体的に受注が減少している。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響と思われるが折込広告が10%前後減少している。	
		行政書士	受注量や販売量の動き	・出荷量は変わっていない。	
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・東日本大震災後2か月経過しているが、瓦礫撤去作業、福島第一原子力発電所事故の事態収拾に見通しが立たず影響を及ぼしている。特に震災にあった東日本の法人については被害対策が遅れていることから、取引再開ができていない。ただし、自動車産業は回復の兆しが見えている。	
		会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で一時的に材料が不足して仕事ができないところもあったが、今は普通に仕事がある。ただし、仕事が増えているわけではなく、途切れずに続いている程度である。	
		やや悪くなっている	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の直接的な影響はあまりないが、間接的には影響があり、受注量、販売量ともに減少している。

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
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、パチンコホール関係の取引先が東北地区を中心に設備投資を控えているために景気が悪くなっている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で部品調達に一部遅れが残っているほか、被災地の売上減などもあり業績が伸び悩んでいる。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災によるサプライチェーン分断の影響は極めて大きい。車載や情報通信分野は激減しているが、海外部門、FA分野は堅調である。ただし、自動車分野を補うまでの勢いはない。
		建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・客から契約に伴う単価を下げて欲しいという相談内容が増えている。
		輸送業（経営者）	競争相手の様子	・パートナー取引する荷物の減少や、物流業者の絞り込みの話が絶えない。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・ここに来て、到着荷物が減ってきている。
		通信会社（法人営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災によって、様々な物資の調達が困難となっている。消費マインドも冷え込んでいる。
		金融業（法人営業担当）	取引先の様子	・連休後半から個人消費自粛ムードに幾分変化がみられたが、輸送用機械器具部品メーカーでは、受注低迷の長期化に備えて多めに資金確保をしておこうとする動きがみられる。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響がまだまだ残っており、企業も個人も投資に慎重となっている。特に個人には自粛ムードが強く消費が進まない。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・全体を取り巻く状況は大変厳しい。仕事は少なく、半分程度のところが大半である。しかし、競合他社においてはゴールデンウィークから忙しくなっていて、斑模様となっている。
悪くなっている		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要取引先である自動車関連企業の生産調整により、今月の受注量は3か月前と比べて6～8割減となり、かなり悪い状態となっている。
		化学工業（人事担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の減少だけでなく、販売価格も下落している。
		鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月の中旬までは東日本大震災前に発注されたものが若干動いていたため、悪いながらもまだ受注はあったが、それ以降新規の仕事がなく、全体の仕事量的にも東日本大震災直後に比べて15～20%ほど落ち込んでいる。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・出荷量が減少している。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・先月に引き続き、売上高が予算比で3割減の状況となっている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・荷主の運賃に対する意識が高まっており、燃料費の運賃転嫁が進まない。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売り物件は多く出ているが、全く成約しない。
		企業広告制作業（経営者）	それ以外	・東日本大震災復興に対する政府の混迷、政局の不安定さ、原子力発電所停止による電力不足、生産能力の低下などマイナス要因が多い。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・土地取引の買い控えが広がってきており、取引件数が随分減ってきた。売り物件の価格もじりじりと値下がり気味で、地価水準の下落が売り物件の推移から見て明確に把握することができる。不動産取引においては、夏のボーナスが出ないなど所得水準の低迷が徐々に鮮明になってきている。
		公認会計士	それ以外	・クライアントの業績が悪化している。自動車関連の中小企業の操業度が低下し、資金繰りに大きな影響が出ている。
その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	受注量や販売量の動き	・対象案件そのものが過去に比べ少ない。		
その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響から抜け出ることからできないままである。		

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
雇用 関連	良く なっている	—	—	—
	やや良く なっている	アウトソーシング 企業（エリア 担当）	周辺企業の様子	・ようやく景気回復の見込みが出てきた。大手自動車 メーカー系列企業の生産が回復しつつあるため、今後 好転が見込まれる。
	変わらない	人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・現在非常に悪い状態が続いている。オーダーそのも のはゼロではないが非常にピンポイントのニーズが多い。
		人材派遣会社 （支店長）	求人数の動き	・求人数は前年同月比10%の増加が続いている。一 方、派遣単価の値下げ圧力、競争激化によって成約率 は5%下落しており、景気は横ばいとなっている。
		職業安定所（職 員）	周辺企業の様子	・回復基調が見られた景気が、東日本大震災により悪 化している。製造業、サービス業、小売業等広範に渡 り雇用の維持に苦慮している事業所が見られる。社内 でのシェア、休業等に対応しているが、人員削減に踏 み切らざるを得ない状況にある事業所も散見される。
	やや悪く なっている	人材派遣会社 （経営企画）	周辺企業の様子	・一部の客ではプロジェクトの新規取組を一時延期し ている。
		人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・増員を理由に派遣社員を活用するケースが減ってい る。
		新聞社〔求人広 告〕（営業担 当）	周辺企業の様子	・自動車関連の企業において部品調達が上手くいか ない状況で、工場などもフル稼働には程遠い状況であ る。関連する下請企業も当然影響を受けており、従業 員の賃金も減っている。
		新聞社〔求人広 告〕（営業担 当）	求人数の動き	・新聞の求人広告の量を見ると、東日本大震災の影響 が依然影響している。
		職業安定所（職 員）	それ以外	・東日本大震災の影響で、企業の生産が落ち込んでお り、回復の兆しが見られない。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・求人数が前年同月比で5%以上減少している。この 傾向が今年の1月からずっと続いている。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・求人数はほぼ1年前の水準であり、前年後半からの 回復傾向から落ち込んだ数字となっている。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・このところの4、5月の求人数、特に製造業の求人 数が減少している。
	悪く なっている	職業安定所（次 長）	求人数の動き	・緩やかに増加してきた新規求人数がこの4月は前月 比で減少し、雇用調整助成金等の計画企業数は数か月 ぶりにひと月で千件を超えた。
		人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・5月3、4、5日のお祭りが中止になり、前半は自 粛モードで求人数は非常に少なかった。後半に入り応 援モードの雰囲気が出始め、求人数は増加した。
人材派遣会社 （支店長）		求人数の動き	・派遣求人数が、前年同月の6割前後で推移し、概ね リーマンショック後の2009年と同水準となっている。	
職業安定所（所 長）	求職者数の動き	・新規求職者数が前月比で15%程度増加し、求人数は 東日本大震災の影響で13%程度減少している。今まで は、契約期間満了でも継続雇用されていた者が、契約 更新されずに離職者となるケースと東日本大震災の影響 で仕事がなく離職する者が増えている。		

## 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	—	—	—
	やや良く なっている	百貨店（売場主 任）	販売量の動き	・販売単価の低下はあるものの、消費に対する意識が 高まっている。ただし、生活の質を向上させる商品よ り、実用性が高いものの動きが中心である。
		コンビニ（経営 者）	販売量の動き	・ここ数か月、売上は前年同月比110%を上回ってい る。東日本大震災の特需もあるだろうが、接客レベルの向 上も一因であろう。
		コンビニ（店 長）	来客数の動き	・ようやく東日本大震災の自粛モードおよびこれに伴 う出張の自粛が落ち着いてきた。売上は、前年同月実 績より若干の低下となったが、平年並みに戻りつつあ る。3か月前と比較するとマイナス幅が小さくなって きた。
家電量販店（経 営者）	販売量の動き	・2～3月の売上は前年比5%以上下回っていたが、 最近10%以上上回るようになっている。		

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
変わらない		家電量販店（店長）	販売量の動き	・省エネ傾向が強く、扇風機が早めに強く動いている。エアコンもより省エネクラスの動きが良い。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・5月は従来より中だるみの時期ではあるが、今年はより一層購買意欲が感じられない。不景気感が強すぎる。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による自粛ムードが薄れてきたものの、購買意欲はそれほど戻っていない。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災直後の落ち込みは解消されたが、震災前から外食産業は低調だったため依然不景気には変わらない。大震災だから自粛は良い口実になっている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・イベントや催事によっては来客数が増加するが、買上単価は依然として伸び悩んでいる。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・企業努力もあり婦人服売場は売上を伸ばした。優待日の開催にあたり例年のはがきダイレクトメールから封書に変更してインパクトを持たせたほか、通常は2日間ある定休日を定休日なしで連日営業日としたり、自社カードのダブルポイントデーを1日設けるなどいくつかのイベントを実施した。固定客をつかんでいる売場が売上を伸ばし、予算達成となった。
		百貨店（売場担当）	来客数の動き	・来客数は前年同月比98%と伸びていないが、客の購入単価は同109%と安定しておらず、判断しにくい数字である。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数が前年を下回り始めている。特売価格を下げ集客を図るが効果が薄い。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・来客数は前年同月比ほぼ100%であるが、1人当たりの買上点数は同約97%、1点単価は同約99%と低迷している。東日本大震災による物品や容器の品薄状況の影響もあるが、生活必需品より、嗜好品の買上率の低下傾向が続いている。特に果実、飲料、パン、生乳加工品が不振である。また、店舗でパートの募集をすると、半年前より明らかに応募者数が増加している。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・少し落ち着いてきており平常に戻りつつある。しかし、売上が前年同月実績を上回るまでには至っていない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・クールビズの前倒しでドレスシャツの注文が増えてはいるが、景気が上向いているとは感じられない。何をどう訴えるかがすべてで、景気が上向くのを待っている。いつまでたっても明るさが見えない。
		衣料品専門店（総括）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で自粛ばかりだと暗くなると言っていて、若干の消費の盛り上がりが見られるが、あくまで必要な物しか買わないといった雰囲気漂っている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・家電エコポイント制度終了の反動で落ち込みが予想されたが、東日本大震災関連の需要やエネルギーへの関心が高まったことにより、省エネ商品や節電グッズが好調に推移している。特に省エネエアコン・扇風機・冷蔵庫・テレビなどの関心が高まっている。
		乗用車販売店（経理担当）	それ以外	・東日本大震災以降、新車販売では完成車の入庫が途絶えており厳しい状況が続いている。中古車市場では品薄状態であり、自動車販売業界は先行きが見通せない状況である。
		自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・集客、単価も前年から大きく変わっていないが、購買商品の選定には慎重であり、必要最小限に絞っている傾向がある。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・一部の客を除き、全般的に一般ユーザーには何かしらの閉塞感がある。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災による直接的な出控えなどの影響は少なくなっているが、団体やMICE案件を中心とした本格的な旅行需要の復活までには至っていない。
		通信会社（職員）	お客様の様子	・ガソリンが150円台と高止まりしていることで、客の消費意欲も沈静化している。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・概ね計画値に近い量が販売できている。
		その他レジャー施設（職員）	来客数の動き	・東日本大震災からの復興とはいえ、すべて様子見の状況である。通常の春先より新規入会が少ない傾向が続いている。

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
		美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年を下回る傾向は、ここしばらく続いている。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災の後遺症からか、勤務先の現状や先行き不透明感を受けて、各展示場の来場者数が前月に引き続き軒並み減少している。
		住宅販売会社（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響で先行き不透明感が強い。大震災の影響か、地震に関連したリフォーム相談が増えている。また、雇用状況が影響してか、新築はまだ安定しない。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数、販売量ともに東日本大震災以降、日増しに悪くなっている。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	お客様の様子	・本来であれば物が動く時期であるが、東日本大震災の影響で自粛ムードが漂っており、本当に必要でないものは購入せず、消費に回さなかった現金は義援金などになっている。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	単価の動き	・買い控えや節約志向などが感じられ、客単価が上がらない。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・食品や生活密着品など優先順位の高い商品の売上は前年を上回っている。付加価値、利便性、節約・節電、エコといった切り口の商品が動いているが、ファッショントレンドは相変わらず厳しく、前年を大きく下回っている。総体的にはまだまだ消費が回復している実感に乏しい。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災直後に見られた買いだめ傾向は、前月下旬から落ち着いている。客は必要とする容量以上のものは買わず、大震災直後に買いだめした商品を取り崩しているため、全体の販売量、特に日持ちする商品など食品雑貨の販売量は低下している。
		スーパー（店長）	それ以外	・衣料品は婦人服、住居関連はスポーツ用品など催事を仕掛けたところだけが大きく伸長した。食品は精肉・鮮魚の動きは良いが、明確な答えが見出せない伸長となった。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数は前年同月比100%で推移している。品目別に見ると、食材は以前通り売れているが、嗜好品など無駄なものを購入しなくなっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、たばこの入荷が止まっている状況が改善されておらず、客単価は回復していない。3か月前は、客数が前年を上回っていたが、現在は前年を下回っている状況が続いている。
		コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・ゴールデンウィーク前半は自粛ムードが強く、客数、客単価ともに悪かった。その分、後半が良いことを期待したがそれも無かった。東日本大震災の影響による商品供給の乱れも痛かった。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの来客数は、前年と比較し帰省する客が減少したため盛り上がりには欠けた。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の入荷状況がまだ東日本大震災前の水準に戻っていないので、売上が減少している。また、中古車相場が高くなり仕入れにも影響が出ている。商品不足と客の購買意欲低下の二重の悪条件で、販売環境が厳しい状況である。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	来客数の動き	・1品単価を下げることで来客数の増加を図ってきた。しかし、現状では対策を打っても前年並みの来客数にしかならない。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災の影響によるキャンセルは前月上旬までであった。ゴールデンウィークは例年並みの集客があったが、今月全体では例年の90%の売上に終わった。特に官庁、法人の動きが鈍く、好要因が全くない状況である。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・5月2～5日は地元客を中心に好調に推移したが、連休明け後は徐々に前月の水準にまで戻っている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・売上は前月とほぼ変わらない状況であるが、同じメンバーであることが多く、今まで来店していた客でも足が遠のいている客も少なからず存在する。また、話題のなかで自己破産や事業を止めたなど良く耳にする。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は、家族連れを中心に来客数は例年並みだったが、以降は集客に苦戦している。

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		
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災以降、宿泊客、レストラン利用客共に減少が続いている。前月比減少幅は前年同月より改善しているが依然として低迷している。回復の見込みがつかめない。		
		タクシー運転手	販売量の動き	・東日本大震災直後よりは良くなったものの、外出する個人客が減少している。		
		通信会社（役員）	販売量の動き	・ケーブルテレビ、インターネット商品の契約件数は、人の動きが少ない月でもあるが、前年同月比で見てもやや少ない。		
		競輪場（職員）	単価の動き	・ゴールデンウィーク中のビッグレース開催という好条件にもかかわらず、前年と比較し、1人当たりの車券購買率が8%低下した。		
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・建築資材の納期遅れや供給不足の情報がユーザーに伝わったことで、今建築することに対する懸念が多くなり、契約が遅れたり滞ったりしている。		
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、住宅や土地の購入計画さえも控えたいという消費者の状況が見られる。		
	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を払しょくするような話題もなく、引き続き消費は低迷している。街を歩く人も少ない。		
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新型車が発売され多くの引き合いを期待したが顧客の反応は低調である。買換えも新規も冷えている。特に500万円以上の高額車は止まっている。		
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響はまだ続いており、車の販売量は前年同月比50%を下回っている。		
		住関連専門店（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による住宅完成の遅れや消費マインドの低下などで、購買までなかなか結びつかない。住宅が完成してくればマインドが上がってくるのかの判断も難しい。		
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年同月比70%、宿泊人員は同69%、宿泊単価は同102%となった。東日本大震災及び福島第一原子力発電所事故の影響による、旅行自粛の影響が大きい。		
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宴会のキャンセルは落ち着いたものの、まだ東日本大震災の影響が大きい。海外からの宿泊客は前年同月比90%の減少、全体でも同10%の減少と厳しい状況である。		
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・売上が前年比30%減少した。前月に比べ落ち込み幅が縮小したものの、団体旅行などが回復しないまま推移した。		
		タクシー運転手	来客数の動き	・ゴールデンウィークで消費したためか、売上は低調であった。また、東日本大震災の影響もあり自粛ムードが依然として見られる。生活防衛のためか財布のひもは一段と固くなっている。		
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響なのか、販売商品の入荷数が少なくなり需要に追いついていない。また、新商品発売の予定日が確定しないため、携帯電話の買換えを悩む客が多い。		
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・東日本大震災以降、企業団体客の減少から前年同月比約50%の減少、海外からの観光客は福島第一原子力発電所などの風評の影響もあり同90%以上の減少、個人客は10%以上の減少となった。今月は、ゴールデンウィークは瞬間的に戻したものの、連休明けは一般的に団体客が中心となるため悪化方向にある。		
		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（企画担当）	受注量や販売量の動き	・春夏向けの家庭用商材および業務用商材ともに販売量が堅調に増えている。
				一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で航空機関係の仕事が関東方面から中京地区へ生産移行が進むなど、国内の設備投資意欲が出ていると感じる。
司法書士	取引先の様子			・土地が売れない、空き家の借手が見つからないといった話が多い反面、住宅建築、マンション購入がそこそこある。		
変わらない	化学工業（総務担当）		受注量や販売量の動き	・社内での打合せでは、受注量については横ばいの予定である。		
	プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後、産業資材分野では、車両関係で受注の絶対量が減少しているものの、大勢を占める住宅関連は変化のない状況が続いている。			

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
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者に話を聞くと、不動産取引が動いており少しではあるが良い状況にあるということと、取引は動いていないとするところがあるものの、大きな変化は感じられない。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上高は横ばいである。チラシ枚数は前年を上回るがサイズが縮小している。
	やや悪くなっている	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・輸出関連については受注が堅調である一方、自動車関連の落ち込みが顕著である。分野別にバラツキが大きくなっている。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、カーシート向けは大幅減産となっている。その他の生産状況も非常に慎重である。
		電気機械器具製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災以降前月後半までは震災特需があったが、現在は落ち着いている。コストダウンの要求が厳しく、収益面では悪い方に向かっている。
		精密機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の受注状況は依然として厳しい状態が続いている。特に高価格帯商品の販売量が大幅に落ちている。先日も産地メーカーの中堅どころ1社が倒産した。
		輸送業（配車担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響により車関連の部品を始めとして物流が動いていない。消費者の購買意欲が低下することにより、物の動きが悪くなり景気が悪いように感じる。
		輸送業（配車担当）	受注量や販売量の動き	・物流が極端に少なくなっている。特に自動車関連の仕事が減少している。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	・東日本大震災以降、受注に直接的な影響はないものの、サプライチェーンなどで商品や製品が入ってこない状況が続いていると聞いている。
		税理士（所長）	取引先の様子	・生産設備を製造している会社の受注が堅調である。東日本大震災の影響で生産ラインが海外へ移転しているあるいは西日本で工場が稼働しているなど、生産設備が分散している影響が大きい。また、販売業では小売業が総じて非常に厳しい状況が続いている。唯一期待しているのはエコ家電関連である。
悪くなっている	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年から今年への繰越工事が激減したことに加え、今年に入ってからの受注工事が前年比65%の減少となっており、今のところ豪雪時の除雪作業の売上で何とか食いつないでいる。	
	建設業（総務担当）	それ以外	・低価格による受注競争が恒常化しており、採算ラインを下回ると思われる価格での落札が続いている。一方、東日本大震災の影響で建設資材価格の上昇が一部に見られたり、納期が遅延したりしており、厳しい状況が続いている。	
雇用関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の売上状況は、前年同月と同水準である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・東日本大震災の影響が懸念されたが、新規求人数は製造業を中心に大幅に増加した。一部大震災の影響も見られるが限定的であり、全体的には好調である。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・企業からの人材派遣の利用申出件数がかなり落ち込んでいる。景気不安により慎重である。求職者側も期間が定められている案件には抵抗感が強い。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣雇用としては動きの鈍い時期でもあり、従来同様、低調な求人数で推移している。
		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・求人広告を出す客が少しずつ減少している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率は、6か月ぶりに1倍を下回った。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数は全体的に減少している。
やや悪くなっている	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・人材派遣・人材紹介とも求人数が全く低調である。臨時的・短期的なものに集中している。	

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
	悪く なっている	—	—	—

## 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 やや良く なっている	○	○	○	
		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災も徐々に特別なことではなくなっており、客は消費でストレスを発散している。	
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が次第に増え、前年並みに戻りつつある。	
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・前年の値上げに伴う、たばこの買いだめ分が切れ始めているほか、禁煙しきれなかった客の購入が戻りつつあり、売上が徐々に回復している。	
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィークは東日本大震災による影響を覚悟していたが、これまでの自粛の反動もあって、売上がやや上向いている。	
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・近隣の大型商業施設のオープンで来客数が増え、買上率は高くないが、売上は伸びている。また、今年はクールビズの前倒しで、ワイシャツや肌着といった一部アイテムの売上が好調である。ただし、依然として厳しい商材もあるなど、大きく回復が進んでいる状態ではない。	
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・近隣に商業施設がオープンした影響で来客数が増え、売上が伸びている。	
		乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・東日本大震災の影響で中古車の需要が増え、1台当たりの価格が上がっている。	
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・クーポンサイトに掲載しているクーポンの利用期限が近づくとつれて、来客数は確実に増えている。ただし、広告としての成果は大きいですが、追加のオーダーが出ないため、客単価は上がっていない。	
		観光型旅館（経営者）	単価の動き	・低価格の宿は客の動きが比較的良く、前年並みの水準を維持できている。東日本大震災による打撃の大きい高価格のホテル、商品も、今月後半にかけて回復の動きがみられる。	
		都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・依然として海外からの観光客が戻らず、宿泊部門は低迷しているが、東日本大震災による消費の自粛も底を打ったほか、駅ビルの開業で梅田方面への来客数が大幅に増え、飲食部門の売上が大幅に伸びている。また、宴会の予約も回復傾向にある。	
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災以降、客の住宅取得意欲は低下していたが、来客数が増加傾向にあるなど、徐々に震災前の動きに戻りつつある。	
		変わらない	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・受注額、件数共に伸びておらず、停滞感がある。
			一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	単価の動き	・客の間には、相変わらず低額志向や買い控えがみられる。
百貨店（売場主任）	販売量の動き		・東日本大震災の直後ほどではないが、まだまだ販売量が芳しくない。梅田や阿倍野で競争が激化しているため、一進一退の状況である。		
百貨店（売場主任）	来客数の動き		・以前から客の購入姿勢が慎重な反面、気に入った物や流行の商品は、いち早く手に入れたという動きもみられる。一方、店側としては、以前のようにロングヒットやベストセラーとなる商品が少ないため、流行に流されない商品も見逃せなくなっている。		
百貨店（売場主任）	お客様の様子		・消費の自粛ムードが落ち着き、節電関連商品が売上を大きく伸ばしているが、来客数や売上は前年を下回っているなど、消費マインドはまだ高くない。		
百貨店（営業担当）	お客様の様子		・食料品の販売は順調であるが、夏物商材の販売が本格化し始めた衣料雑貨は、売上不振となっている。		
百貨店（販促担当）	来客数の動き		・購買率や客単価は前年並みであるが、梅田地区での商業施設の増床やオープンにより、来客数が前年を下回っている。また、月下旬は雨などの天候要因で、夏物商材の売上が伸び悩んでいる。		
百貨店（外商担当）	単価の動き		・来客数は横ばいであるが、販売単価が低下しているほか、東日本大震災の影響で高額品の動きが悪い。		



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
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・近隣の商業施設のオープンで来客数が増え、全体的には前年の売上を確保できたが、前年まで好調が続いていた北海道物産展は、かなり苦戦している。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・ゴールデンウィーク終了後は低額品を買う客が目立つなど、少しでも安い物を探す傾向が強まっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数には回復の動きがみられる一方、販売点数は戻っていない。東日本大震災の影響についても、納品の遅れはほぼ解消したが、客の財布のひもは依然として固い。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・衣料品や生活関連商品は、天候に左右されながらも売行きの良い日もあるが、食料品は年末から来客数が低迷した状態が続いている。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・3か月前と同様に、売上の前年比は97%と変化はみられない。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災後にみられた客の混乱はほとんどなくなったが、台風や気温の乱高下といった天候不順のほか、大阪市内の百貨店や大型商業施設の開業、野菜の相場低迷などで、売上は今一つとなっている。
		スーパー（広報担当）	販売量の動き	・たばこや加工食品を中心に、東日本大震災による品不足の影響が依然として残っている。その一方、節電に向けた取組の広がりや、扇風機やエアコン、冷感寝具、クールスプレー、機能性下着など、省エネ関連の商材の動きが活発になっている。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・目玉商品やクーポン券の配布などがある日は来客数も増えるが、配布が終わると一気に客が減るなど、前年の売上を越えられない状況が続いている。
		スーパー（社員）	お客様の様子	・東日本大震災による売上への影響も落ち着き、震災以前の堅調な動きに戻った感もある。普段の買物はあまり多くないが、イベントや売出し時には、来客数や買上が伸びている。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・商品の入荷状況はほぼ戻ってきたが、国産たばこはいまだに入荷が制限されているため、売上は横ばいとなっている。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・大型商品の売行きが伸びていない。
		住関連専門店（店長）	販売量の動き	・東日本大震災による心理的影響が消費者に残っているほか、震災以後は欠品が増えているため、商品を売りにくい状況が続いている。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災から2か月が過ぎ、消費の自粛ムードは落ち着きつつあるが、購入される商品はいまだに低価格品が中心である。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・販売量は前年と変わらない水準で推移している。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で盛り上がりには欠けている。
		スナック（経営者）	単価の動き	・暇な月であったが、高齢者による趣味の集まり等で3件のランチ予約が入るなど、高齢者の動きが目立っている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは個人客の利用が増え、稼働率も伸びたが、連休明けは団体客のキャンセルによる影響が尾を引いている。地域全体でみても、団体客への依存度が高い大型施設ほど、厳しい状況に陥っている。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・消費の自粛ムードがやや緩和し、宴会やレストランの利用客も増えつつあるが、東日本大震災前の来客数に戻るまでには至っていない。前年比でみても、依然として低迷している。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災による自粛ムードは落ち着いてきたが、宴会では震災後のキャンセルによる影響が今月まで続いたため、売上は厳しい状況となっている。宿泊も、海外からの観光客が9割減のままであるほか、集客のために特別割引価格で販売しているため、売上が伸びない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・最後の乗客が長距離の利用かどうかで売上が変わるため、売上に直接的な影響はないが、夜間の客が減っている。

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		
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・携帯電話の販売ではスマートフォンのシェアが上がっており、新商品が次々に発表されている。しかし、客がどれを選べばよいか戸惑っている感もあり、購入にはあまりつながっていない。		
		競艇場（職員）	単価の動き	・来客数の動きは少し増えているが、購買単価は低下傾向にある。		
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・東日本大震災以降は、海外からの団体客のほか、高齢者層の動きがやや悪い。		
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	来客数の動き	・前月末に無料体験キャンペーンを行ったが、結果はほぼ例年どおりであり、生徒の数に大きな変化はない。		
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災によって閉店となった店を除くと、レンタル売上は前年をほぼ上回っているが、ゲームソフトの販売は前年割れの傾向が続いている。		
		住宅販売会社（従業員）	それ以外	・販売面などで東日本大震災の影響が続いている。		
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	競争相手の様子	・ゴールデンウィークの住宅展示場への来場客数はほぼ前年並みであった。東日本大震災による心理的な打撃も、大阪ではあまり影響がみられない。		
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・関西では新築マンションのモデルルームへの来場者数に大きな変動はない。消費マインドにも変化が感じられないため、不動産各社に大きな動きはみられない。		
		やや悪くなっている		商店街（代表者）	競争相手の様子	・梅田に大型商業施設がオープンしたほか、難波や天王寺でも改装や開店の動きが出てきたことで、連休明けからはオーバーストアの問題が本格的になりつつある。
				一般小売店〔衣服〕（経営者）	単価の動き	・ブランド衣料などの価格はかなり下がっている。購入者の1品単価は依然として低下している。
				一般小売店〔菓子〕（経営者）	競争相手の様子	・同業者による閉店の動きが散見される。
				一般小売店〔花〕（店長）	お客様の様子	・買い控えが増えるなど、客の財布のひもは固くなっている。近所の量販店やスーパーの広告にも魅力が感じられない。
				一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・商品は安定的に入荷し始めているが、肝心の販売量が伸び悩んだままである。小麦粉の値上がりにより、今後当社でも値上げや内容量の変更が必要となるため、ますます販売量が落ち込む。
				百貨店（売場主任）	販売量の動き	・東日本大震災で落ち込んだ来客数、売上は上向きつつあったが、前月後半から再び減少し、今月に入っても減少が続いている。高額品の動きが悪いわけではなく、身の回りのファッション関連や雑貨の販売量が減少している。一方、食料品では堅調な動きが続いており、梅田地区での商業施設のオープンによる影響も今のところは出ていない。
百貨店（企画担当）	お客様の様子			・地域間の競争が激化する一方、消費者にも割引セール待ちの姿勢がより鮮明にみられる。また、必要な物だけを買う傾向が一段と強まっている。		
百貨店（営業担当）	お客様の様子			・梅田での百貨店のオープンなどで、当店の店頭売上は大幅に減少したが、富裕層の優良顧客による買上は、高額品を中心に前年よりも増えている。		
百貨店（売場担当）	販売量の動き			・量販品や量販ブランドの動きは、2月下旬に比べてあまり変わらないが、高級ブランドを中心とした高額品では、百貨店で大口といわれる1点300万円以上の商談が減っている。		
百貨店（婦人服）	販売量の動き			・ゴールデンウィーク明けの気温の上昇に伴って夏物商材が動き出したが、消費者の姿勢は慎重であり、必要な物しか買わない傾向がみられる。		
スーパー（経営者）	お客様の様子			・東日本大震災の影響で、全体的に節約ムードが高まっている。		
スーパー（経営者）	単価の動き			・農水産物の相場が低迷しているほか、3月の特需の反動や4月以降の加工食品、日用雑貨類の値上げにより、消費者の購買意欲が低下している。また、商品不足で特売ができない分、利益率は向上したが、月末の台風の影響や、例年よりも天候不順の日が多かったことで、来客数、買上点数共に減少している。		

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
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の減少により、売上が減少している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・エコポイント制度の終了で、家電関係の売上が前年比で約3割落ち込んでおり、中でもテレビは4割減と落ち込みが大きい。食品も、野菜の相場安で1品単価が2割低下、販売点数も15%減と悪化しており、売上の苦戦につながっている。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・4月末から5月にかけて、梅田や阿倍野で大型商業施設が相次いでオープンし、エリア間の競合が激しさを増している。特に、今年は東日本大震災の影響でゴールデンウィーク時も遠距離の旅行が控えられ、近場への外出が増えたため、新しい商業施設はいずれも多くの客を集めた。その結果、当店は来客数、客単価共に、前年比97%と悪化している。
		スーパー（管理担当）	来客数の動き	・東日本大震災以後、阪神圏でも確実に消費が落ち込んでいる。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・国産たばこの欠品は相変わらず続いており、来客数の減少が続いている。また、東日本大震災以降は近隣のビジネスホテルがほぼ満室となっていたが、今月から元の稼働率へと戻りつつある。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・東日本大震災後に入荷できなくなっていた商品も、かなり動きが戻ってきているが、たばこは品薄状態が続いているため、全体の足を引っ張っている。
		コンビニ（広告担当）	販売量の動き	・3、4月よりも今月は若干悪化している。全体的には東日本大震災の影響も少し落ち着いてきたが、値上げや品不足などの影響が出ているため、キャンペーンやオリジナル商品の販売などでカバーしている。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・ショッピングセンターなどの婦人服の1品単価は、これまで1万円前後であったが、5～7千円まで下がっている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・食中毒事件以来、客の低価格志向は少し和らいでいるが、来客数は相変わらず低迷している。
		衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・消費者の生活防衛意識が強まっている。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	販売量の動き	・クールビズを導入する企業が増えており、スーツやジャケット、ネクタイが売れない。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の引き合いはある程度みられるが、生産が間に合わず納車できないため、売上が上がらない。
		乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で、新車が不足しているため、客に薦めることができない。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今春は例年に比べて人事異動や新規採用が少なかったようで、団体での食事予約があまり入らないまま、春のシーズンが終わった感がある。
		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のほか、梅田と阿倍野に大型商業施設がオープンしたことで、昼間の来客数が減少している。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・客単価の大きな変化はないが、東日本大震災や節電問題の影響により、徐々に来客数の減少が目立ち始めている。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で消費全体が停滞しているため、来客数が伸び悩んでいる。
		一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・東日本大震災以降、外国人観光客によるツアーのキャンセルなどが相次ぎ、一部店舗では売上が前年比で50%以上も落ち込んでいる。
		その他飲食 [コーヒーショップ]（店長）	来客数の動き	・喫茶関連では、日中の来客数にはほとんど影響が出ておらず、前年並みで推移しているが、東日本大震災後は夕方以降の利用が芳しくない。家路を急ぎ、家でゆっくり過ごす傾向が強くなっている感がある。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響が徐々に出てきており、来客数の減少につながっている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・業界では東日本大震災の影響がまだ残っている。観光需要はその時の気分や周囲の雰囲気によって左右されやすいため、社会が自粛ムードから復興ムードへ変わらなければ動きが出てこない。
		観光型旅館（経営者）	単価の動き	・利用者数は持ち直してきたが、客単価が上がらない。

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
		都市型ホテル (客室担当)	お客様の様子	・海外からの観光客がいまだに戻らないため、国内の観光客の奪い合いが激しくなっている。客の動きをみても、料金を比べながら直前に予約するケースが増えている。
		旅行代理店(広 報担当)	お客様の様子	・2月末の状況に比べると、客の間に様子見の動きがみられるほか、実際の販売動向も悪くなっている。特に、間際予約の傾向は以前よりも強まっており、例年であれば夏の旅行の申込がピークとなるはずが、今年は全く動かない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・雨でも降らない限り、タクシーはほとんど利用されないため、客を乗せる回数がかなり減っている。駅やホテルで客を待っていても、大きなイベントがなければ乗客がみつからない。
		通信会社(経営 者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で客の動きが鈍くなり、特にインターネット経由の販売が停滞している。
		通信会社(企画 担当)	お客様の様子	・ゴールデンウィーク中のアミューズメント施設の来客数も芳しくないなど、消費者の動きが鈍い。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・先行きの不透明感が、東日本大地震によって加速した印象があり、消費にマイナスの影響を与えていることは間違いない。
		競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は10,790円と、3か月前の10,921円に比べるとやや悪くなっている。
		その他レジャー 施設[イベント ホール](職 員)	お客様の様子	・原油価格の高騰などに伴う諸物価の上昇で、これまで音楽鑑賞などの遊興費に使われていた支出も引き締められ、チケットやグッズ、飲料の販売が徐々に減少している。
		美容室(店長)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、セット販売を行っている化粧品の入荷が遅れており、売上に響いている。
		美容室(店員)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク終了後は客の来店周期が延びている。
		その他サービス [コインランド リー](経営 者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、客からは節約志向が感じられる。
		住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・市場では、東日本大震災の影響で関東や東北からの移転需要が増えているとの声もあるが、特需とはならず、逆に市場は冷え込んでいる感がある。
		住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で客の動きが鈍くなってきている。
		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)	お客様の様子	・客の購入意欲に少し消極的な部分が見られる。
	悪く なっている	商店街(代表 者)	お客様の様子	・天候不順や東日本大震災の影響で、買上単価が低下している。客は必要な物以外を購入しない傾向が強まっている。
		一般小売店[時 計](経営者)	来客数の動き	・大阪駅の大規模商業施設のグランドオープンや、近隣の商業施設のリニューアルイベントがゴールデンウィークと重なり、当店の来客数は大きく減少している。また、突然の雨や例年よりも早い梅雨入りなども、客足が鈍った原因となっている。
		一般小売店[珈 琲](経営者)	来客数の動き	・客には買い控えの動きがみられる。
		一般小売店[精 肉](管理担 当)	販売量の動き	・原子力発電所の問題で、外国人観光客が激減している影響が大きい。今年のゴールデンウィークは大型であったにもかかわらず、5日ごろまでで客の動きが止まり、連休の後半は反動減で落ち込んだ。平均するとゴールデンウィークがなかったような結果となっている。
		一般小売店[衣 服](経営者)	お客様の様子	・それまでも景気が良い感覚はなかったが、東日本大震災以降は客の購買意欲がますます落ち込んでおり、来店しても購入に至らないケースが増えている。
		一般小売店[家 具](経営者)	競争相手の様子	・同業者の閉店や倒産がかなり増えている。
		一般小売店[野 菜](店長)	お客様の様子	・取引先の飲食店が大きく落ち込んでおり、特に焼肉関係は悲惨な状況となっている。
		スーパー(企 画)	お客様の様子	・東日本大震災による自粛ムードは弱まってきたが、まだ高額品の買い控えや節約志向は続いている。

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
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客の1日当たりの来店頻度が3回から1～2回に減少し、購入金額も10%ほど減少している。
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災による消費マインドの冷え込みが続いているほか、節電モードが省エネ製品の購入にはつながらず、商品そのものを使わないという客が増えている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で生産量が半減しているため、注文を受けても納車までに時間が掛かる。また、客にも落ち着いてから買うという意識があり、販売は非常に低調である。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響が続いており、購入意欲のある客がみられない。
		観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で約3万人のキャンセルが出ており、特に外国人観光客の入込はほとんどない。ゴールデンウィークは少し回復したが、全体的には低調な推移となっている。
		都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・東日本大震災の影響によるキャンセルは減少したが、新規予約が伸びてこない。宿泊部門では外国人観光客の激減が続いているほか、宴会部門の法人需要も回復する気配がない。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・少しずつ東日本大震災の影響は和らいでいるが、予約状況はいまだに前年を10%以上下回っている。特に、国内旅行は前年の80%強にとどまるなど、先行予約の出足が悪い。
		タクシー会社（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災によるイベントの自粛は減ってきたが、法人、個人共にタクシーの利用は少なく、繁華街も寂しい状態が続いている。
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（営業担当）	取引先の様子	・得意先では売上が前月よりも増えている。商品によっては3か月前の平常価格に戻して販売している店もある。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災の復興需要による後押しや、省エネ・節電対応によるLED照明の受注増もあり、今月も前年の実績を上回ることは確実である。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・新製品に対する市場の反応が良く、受注量が増えている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・テレビなどで土壌汚染という言葉を盛んに耳にする影響で、この時期にしては問い合わせが多い。特に、一般客からの問い合わせが多いなど、社会全体で関心の高まっている感がある。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・3月前半までのような勢いはないが、紙媒体、インターネット媒体共に、前年の売上は上回っている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・一過性の動きの可能性もあるため、手放しでは喜べないが、不動産管理の受注案件が増えつつある。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の復興に伴い、東北での実用品の需要が極めてお盛んとなっている。工場の稼働率が低下している北関東での需要は低迷しているが、東北の各都市にある実用衣料関連業者では、空前の売上を記録しているケースもある。また、被災地に近い衣料スーパーや大型商業施設でも、売上が前年比で2割以上増えている。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響は不透明であるが、テレビコマーシャルの市況は大底を打った感がある。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・業界によって工場の稼働率は異なるが、全体としてはやや良くなっている。
変わらない		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年の販売量をほぼ維持できており、大きな変化はみられない。東日本大震災の直後は落ち込みもみられたが、現在は平常時の動きに戻っている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク後は、全体的に受注量が減少している。顧客の動きをみると、在庫調整を進めているほか、一部の材料不足で生産が計画どおりに進んでいない。

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
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の直後は受注済み案件のキャンセルも出たが、その後は新たな動きが出てくるなど、好調が続いている。原子力発電以外の分野の投資計画が活発となっており、大きな案件の引き合いが相次いでいる。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注量や取引先の様子をみると、業況はやや良いと判断できるが、新興国での競争力低下や東日本大震災の影響を考えると楽観視はできない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注、売上共に、若干であるが上向いている。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・小売店の店頭では前年を上回る荷動きとなるなど、市況が回復傾向にある。
		建設業（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で建設資材の入荷が不確定であり、竣工できない作業所がある。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・主な顧客企業の様子があまり芳しくない。
		コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・大阪駅の大規模商業施設の開業に伴い、特に梅田周辺の店舗では来客数が増加している。また、その商業施設内の店舗からの広告作成依頼なども増えている。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・受注量は増えておらず、全体的に大きな変化はない。
	やや悪くなっている	食料品製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災以降は、安い物を求める傾向が強まっている。
		繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・関東以北での取引が低調であるため、売上が減少している。西日本での催事についても、集客、売上共に伸び悩んでいる。
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・原材料の綿糸価格が高騰しているほか、東日本大震災の影響もあって受注量が減少している。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・輸出企業が大変な状況にある一方、輸入企業の業績は堅調といわれているが、国内市場が伸びないため苦労している。特に、東日本大震災の後は、仮設住宅の建設のほか、学校や介護施設関連の受注を目指す取引先もみられる。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の復興事業により、東北向け住宅資材の需要が半年から1年後に増えることが分かっているが、在庫を置くスペースの問題で受注をストップしている。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、復興用の建築関連製品に特需が生まれている。ただし、自動車関連の販売量は回復しておらず、販売全体としては減少している。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前は悪いながらも底打ち感があったが、今は底なしの状況に陥っている感がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、土木建築や電気工事関連の部材や部品が不足しており、工場の稼働率の回復に遅れが出ている。
その他製造業〔履物〕（団体職員）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で消費の減少が続いているため、受注量が増えない。	
建設業（経営者）		受注量や販売量の動き	・例年、春は新築や改修に関する問い合わせが増えるが、東日本大震災の影響で今年は少なめである。	
輸送業（営業所長）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響もあり、新年度になっても荷動きの鈍化が続いている。	
金融業（営業担当）		競争相手の様子	・取引先の様子をみると、東日本大震災以降は受注が減少している。	
新聞販売店〔広告〕（店主）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で広告の自粛が続いており、折込広告が前年比で10%ほど落ち込んでいる。	
広告代理店（営業担当）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災の後にみられた広告出稿の自粛の動きが、今でも尾を引いている。	
広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・都心で大型のショッピングセンターの開業が続いた影響で、郊外型のショッピングセンターが低迷している。		

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
		経営コンサルタント	取引先の様子	・大阪府内の郊外型のショッピングセンターは、阿倍野や梅田の大型商業施設のオープンで苦戦している。たださえ東日本大震災によって客離れが起きているところへ、一時的な動きとはいえ、既存客の流出もみられる。値引きの拡大や高齢者重視の販促で対抗しているが、一時的な効果にとどまっている。不景気に都心との競争激化が加わり、地方のショッピングセンターの経営状況はますます苦しくなっている。
	悪くなっている	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の被害を受けた部品メーカーの生産は徐々に回復しつつあるものの、自動車メーカーの工場稼働率はまだ低いため、自動車関連の受注は低迷している。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、売上が前年比で3割減少している。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、空調や土木関連は過去最低の売上となっている。
		一般機械器具製造業（設計担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の復興関連の業務が増えている一方、一般の業務は減少している。電気料金の値上げ懸念による買い控えや、震災後の買いだめの反動もあり、販売面に影響が出ている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で材料が入ってこないため、注文を断っている。
		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・賃貸マンションや事務所の賃料のほか、中古マンションの価格といった取引条件が下がってきている。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・納車の時期が分からないため、新車が売れない。部品も入手困難な状況が続いている。
雇用関連		良くなっている	—	—
	やや良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・大阪の直近の有効求人倍率は0.64倍と3か月連続の横ばいとなったが、新規求人倍率は1.01倍と前月比で0.06ポイント上昇している。新規求人数についても、すべての産業で前年を上回る動きとなっている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・東日本大震災で部品メーカーが被災した影響は大きかったが、製造業も徐々に回復しつつある。小売業では消費マインドの低下はみられるが、一部の百貨店では買い控え傾向も落ち着いている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・ゴールデンウィーク明けからは仕事が減っている。東日本大震災の影響や、企業が派遣よりも直接雇用に傾いていることで、前年に比べても少ない。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・人材派遣の求人数は前年比30%強のプラスとなっているが、実態とは合わない規制により、成約にはなかなか結びつかない。雇用機会の喪失にもつながっており、状況としては3か月前と変わらない。
		民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・例年はこの時期に新卒採用の内定情報がかなり増えるが、現場の状況はあまり芳しくない。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・東日本大震災の影響はあるものの、求人動向に大きな影響は出ていない。
	やや悪くなっている	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・企業規模や業界による二極化が顕著にみられる。部品不足で納品が遅れている企業がある一方、復興特需で現場要員が足りない企業もあった。採用に関して、とりあえず様子見で、結論を先送りする企業が多い。
		人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・関西では特に大きな動きもないが、企業からは東日本大震災の影響で資材などが手に入りにくいといった声が聞かれる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	採用者数の動き	・東日本大震災による関西経済への影響はよく分からない部分もあるが、すべての分野で節約傾向が強まっており、それに伴って採用や求人を抑える兆しがある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の投稿にはまだ回復の動きがなく、むしろ悪化している。関西では大阪駅での商業施設のオープンといったプラス要因もあったが、地元企業の回復が遅れている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比11.7%減と大きく落ち込み、中でも宿泊・飲食サービス業や学術研究、専門・技術サービス業は、40%を超える落ち込みとなっている。運輸・郵便業は17.9%の増加となったが、全体的には減少に転じた産業が多い。

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
		民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・東日本大震災の影響を受けている企業が多く、採用者数を抑える動きも多くみられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・東日本大震災を機に求人に関する企業の考え方が大きく変わっている。震災前は積極的な企業が多かったが、震災後は様子見の企業が増え、大学への訪問も減少している。
	悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求職者数の動き	・大手企業の採用延期によって応募者の動きも後ろにずれただため、新卒求人への応募者数が例年にないほど少ない。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・建設資材を確保できず、新たな工事を始められないため、日雇求人は例年以上に落ち込んでいる。

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
家計 動向 関連	良くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・東日本大震災以降売上が前年に比べ伸びている。客の購買意欲を実感しており売上が順調に推移している。	
		商店街（理事）	販売量の動き	・東日本大震災での落ち込み以降、客の動き、売上が良くなっている。	
	やや良くなっている	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による一時的な買い控えも落ち着き客の消費動向も回復しつつある。購入客数も前年を上回っており売上も前年を上回る。	
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比97%と厳しい状況だが、東日本大震災以降の大幅な落ち込みから徐々に回復しており、景気は上向いているものの平常に戻りつつある。	
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による水、電池、カップ麺等の震災関連商品が落ち着き、通常商品の売上が順調に推移してきている。	
		コンビニ（地域ブロック長）	販売量の動き	・し好品であるデザートの販売が堅調である。また、ファーストフードの販売数量も堅調で、景気はやや上向いている。	
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・3か月前に比べたばこの売上が伸びている。東日本大震災で一時たばこの入荷が遅れたが、今回の伸びは全体の売上を押し上げている。	
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売量が増加に転じている。	
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・タイヤ業界は値上げ前需要で販売量は一時的に増加している。	
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響でキャンセル等が多く来客数が減少していたが、ゴールデンウィークは前年より来客数も多く当地区は回復傾向にある。ただ購買単価は低い。	
		ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・5月に入り予約数が増加し始めたが、ゴルフシーズンに入った割には静かな動きである。予約のキャンセルが減少してきている。	
		競艇場（職員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク時のレースでは来客数が増加している。	
		その他サービス〔介護サービス〕（管理担当）	来客数の動き	・利用者数が微増している。	
		変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク前後で特に客の動きに変化はみられない。
			商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数、売上ともに状況は変わっていない。
			一般小売店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・依然として客は不要不急な商品に対して財布のひもが固い。
一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き		・例年だと新茶時期で忙しい時期だが、今年は放射線の風評から新茶の売行きも低調となっている。		
百貨店（営業担当）	販売量の動き		・東日本大震災以降の落ち込みは前年並みに回復しているが、客は単品購入が多く、気温の関係で夏物衣料の動きが例年より悪くなっている。		
百貨店（営業担当）	販売量の動き		・前年同月比で100%を上回るテナントが3割程度あり、全体で見ると前年と同水準となっている。最近の3か月は同じような状況が続いているが、大幅に前年実績を下回るテナントはなくなってきている。		



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
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・食品、婦人服、及びクールビズの流れにより低迷が続いていた紳士ファッションが前年実績を確保するなど、東日本大震災後の購買心理面へのマイナスは回復してきている。しかし、宝飾、美術を中心とした高額商品は依然厳しさが継続しており、宝飾も100万円を超える商品の決定が、ほとんどなくなってきている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・余震、節電、公務員給料カットの環境のなかで、節約志向が高まり、55歳以上の客層の買い控えが顕著となっている。しかしながら、スーパークールビズなどの特需が中旬から起きており、後半は紳士、婦人雑貨全般の季節ものが上向き、全体では前年並みとなる。
		百貨店（購買担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークは来客数が多く売上が伸びたものの、中旬から天候不順で来客数が伸び悩んでいる。また、子ども商品は順調で、工夫をこらしたセールは例年以上の実績を上げている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・東日本大震災後の自粛ムードが解消し消費は回復傾向にあり、高額商品の売上もあったが、外販の売上は今一つである。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・客1人当たりの販売点数がここ3か月間は横ばい状態となっている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィークは順調でその後伸び悩んだが、月末は持ち直し全体的には想定通りとなっている。キャンペーン等への客の反応は鈍いが、3か月前の極端な買い控えもなく落ち着いてきており、売上も若干上向いている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災後メーカーからの欠品が多く、十分な客対応が困難な状況となっている。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・来客数はセールにより増加が見込め、東日本大震災による節電の影響でワイシャツ、スラックスなどのクールビズ商品が前倒しで購入されている。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	販売量の動き	・安価な商品から売れる傾向は変わらないが、販売数量が伸び悩んでおり、衝動的な買上点数の増加は見込めなくなっている。
		家電量販店（店長）	競争相手の様子	・競合店の閉店セールを控えてはいるものの、2月に比べ来客数は多少前年を上回っている。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・エコカー購入補助金制度終了後販売量は激減したが、それ以降は販売量の動きに大きな変化はない。
		自動車備品販売店（経営企画担当）	販売量の動き	・6月より値上げになるタイヤの動きは一時的に非常に良いが、新車販売の低調さからナビゲーションの動きは良くない。また集客用品等の動きも一向に上昇気配がうかがわれず、購買に対する慎重さは続いている。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	単価の動き	・依然として客単価は低く無駄な商品は購入しない傾向が続いている。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・平日夜や土日の来客数が少なくなっている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・3月は東日本大震災の自粛ムードで下向きになったが、現在も良いとは言えずあまり変わらない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	お客様の様子	・客は食事、土産に関して低価格、少量の傾向が強くなっており、飲食でもスナック類の落ち込みが激しくなっている。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間は前年を上回る観光客数となり、ビジネス客も前年並みの動きに戻りつつある。会議や宴会等も前年並みの件数で推移している。
		都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・宿泊、レストランの来客数は、東日本大震災直後のような直接的なキャンセルはないものの、ツアーの減少や自粛ムードで低調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で一般宴会は減少したが、宿泊は西日本への利用が増えている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・夜間営業が特に減少しており全体としても売上が伸び悩んでいる。
		通信会社（広報担当）	販売量の動き	・新規販売は計画を上回っているものの、今年の夏モデルを発表したことによる買い控えもあり、純増数についてはやや苦しい状況である。
		テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で来客数が伸び悩んでいる。

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	
やや悪くなっている		テーマパーク（広報担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは天候に恵まれたが、その後は天候の影響などで個人客が減少している。	
		美容室（経営者）	お客様の様子	・このところ移転、業務の縮小、閉店等で周囲に空き店舗が目立っており不安である。	
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・わずかな改装工事でも過度な値引き要請があり、受注を断るしかない状況である。	
			商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で株価の低迷が続いており、平日は特に来客数が減少している。
			一般小売店〔酒店〕（経営者）	お客様の様子	・イベントの自粛はなくなり、平年どおりに行われているが、依然として東日本大震災に対する意識があり、人の動きが悪く節約ムードが強い。いまだ飲料水やビール、たばこの一部に通常通りの仕入れができない商品があり、販売チャンスを逃している。
			一般小売店〔酒店〕（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けから客の財布のひもが固く料飲店などの売上が減少している。特に生肉の食中毒の問題があり、焼き肉屋の売上は前年の半分近くに減少している。またたばこなどの仕入れも復旧されておらず売るものがない状況が続いている。
			一般小売店〔紙類〕（経営者）	お客様の様子	・観光客も買い控えがうかがえ購入意欲が低下している。
			百貨店（売場担当）	お客様の様子	・今月は今まで好調に推移していたUV関連アイテムや一部化粧品コーナーまで動きが鈍くなり、東日本大震災後より状況は悪化している。こちらからアプローチをかける集客策がないかぎり客足は遠のく一方である。
			百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・人気食品物産展の売上高、買上客数とも大幅な減少となっている。
			スーパー（店長）	販売量の動き	・販売量が減少し客単価も少しずつ低下している。
			スーパー（店長）	単価の動き	・東日本大震災以降客の購買単価が低下している。現状で前年比97%程度であり少しずつ拡大している。
			スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの帰省客が少なく、盛り皿など大型食材の動きが悪くなっている。
			スーパー（財務担当）	来客数の動き	・品不足、品薄状況のため一点単価は上昇しているが来客数が減少している。
			衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客からはあまり金を使わないようにしているとか、自分だけぜいたくをできないとの声を聞くことが多く、心理的に東日本大震災の影響が多くの消費者に影響を与えている。
			衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・来客数が前年に比べ10%下回っている。
			家電量販店（店長）	販売量の動き	・商品の供給はほぼ円滑になっているが、客は資金面で厳しいため販売量は今一つである。
			乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で車両の出荷が間に合わず、4月の販売台数は前年比78.8%となっており、5月は75.2%と大変厳しい状況となっている。
			その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク以降行政が観光に力を入れている境港市や松江市では県外からの客でにぎわっていたが、米子市は来客数が減少している。
			高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・企業の利用が減少しており、個人の利用も週末を中心に減少している。
			一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークも盛り上がりがなく、来客数、客単価の減少で販売量が減少している。東日本大震災後の自粛ムードが消費意欲減退につながっている。
			一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・春の観光客をほとんど見かけない。
			観光型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・来客数はまずまずだが単価の高いプランの集客は少なく、単価を下げたことにより売上が減少している。
			観光型ホテル（支配人）	販売量の動き	・宿泊客の動きが回復せず全体の売上も減少している。地元の宴会も恒例のもののみとなっている。
			タクシー運転手	来客数の動き	・客の利用が減り売上も減少している。ゴールデンウィークも県外からの観光客が少ない状況である。
			タクシー運転手	お客様の様子	・客の単価、利用距離ともに減少している。
			通信会社（営業担当）	お客様の様子	・回線の変更に慎重で動きが鈍い。
テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間の入園者数が前年比減となっている。また、売店の売上単価が低下しており、土産品購入などを控える傾向がうかがえる。			

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
		美容室（経営者）	来客数の動き	・3月、4月は順調であったが、5月は節電などの社会情勢の変化の影響でやや来客数が減少している。
		設計事務所（経営者）	販売量の動き	・資材関連業者の受注状況によると、仕事の総量が落ち込んでいる。
		設計事務所（経営者）	販売量の動き	・新年度となり官公庁の発注が少ない上、民間でも東日本大震災の影響で部品などの供給体制が悪く、工事請負までに至っていない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後の自粛ムードは落ち着いてきたものの、建築資材が不足しているとの報道も影響し、住宅建設をすぐにスタートするような状況は見受けられない。
		住宅販売会社（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響で品物の入荷制限や遅延等が随所に出ているほか、自粛ムードによる活気のなさが客及び取引業者からうかがえる。
		住宅販売会社（経理担当）	単価の動き	・来場者が将来の増税や公共料金の値上げ等を考え、住宅コストに対しより一層厳しくなっている。
	悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年の転勤、転校などの移動の終了に加え、福島第一原子力発電所の影響もあり来客数、購買額ともに減少している。
		商店街（代表者）	競争相手の様子	・商店街の老舗の店舗が自己破産している。今までの自己破産のケースとは異なり、これからの商店街が不安である。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・東日本大震災後1回の注文数量が減少し、単価が低下してきている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・小売販売では青果物の売上が大きな構成を占めており、現状の平均単価は前年比92%で推移している。点数、来客数は前年並みで推移しているが売上構成が大きなこともあり影響が大きく出ている。
		乗用車販売店（副店長）	販売量の動き	・販売量は前年比6割程度で推移し、来客数も少なく厳しい状況が続いている。
		住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・平日の来客数が大幅に減少している。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響もあり、メガネなど必需品でも買い控えが生じている。
		その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	単価の動き	・来客数に変化はないが単価の下落が激しい。
旅行代理店（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問題が多くの課題をかかえており、客の動きが非常に悪くなっている。	
通信会社（通信事業担当）		販売量の動き	・新規契約数ではこの十数年来で最低の数字を記録している。	
企業動向関連	良くなっている	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で代替材などの対応に追われたが、影響は軽微であり受注量はかなり増加している。
	やや良くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・今月の状況を3か月前と比較すると、水揚数量は77トンの減少、水揚金額は8,000万円の増加である。水揚数量の減少理由は大中型巻き網の減少で、水揚金額の増加理由は沖合底引き網、大中型巻き網、イカ釣り舟、定置網が増加したためである。前年同月と比較すると、水揚数量で283トン、前年同月比115%の増加、水揚金額も7,000万円、前年同月比118.8%の増加である。水揚数量、水揚金額の増加理由は沖合底引き網、大中型巻き網、イカ釣り舟が増加したためである。
		化学工業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災で停止していた取引先プラント稼働の目途が立ったとの情報が増加している。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・ここ2か月の受注量は3か月前と比べ中国向けを中心とした得意先の受注の増加で20%増加している。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で一部商品の見直しもあったが、販売量は以前と同水準で推移している。
木材木製品製造業（経理担当）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災直後より落ち着いてきたが、不透明感は継続している。	
窯業・土石製品製造業（総経理担当）		受注量や販売量の動き	・4月は東日本大震災の影響で被災したグループ会社の応援生産に伴う生産量は多かったが、4月途中より同社も生産を再開し、その影響で応援品目、応援量は大幅に減少している。一部品目で応援は継続するが生産量を大幅に増加させるものではなく、本来の生産は低調のままとなっている。	

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
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・景気は上向き実感もなく低いレベルで安定している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・発注受注量が東日本大震災前と比べ不安定になってきており、生産調整の影響で材料の買置き等在庫に傾注するようになってきている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・先月に比べ多少伸びているが、東日本大震災以前の水準には追いついていない。
		建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・依然として競争が厳しく利益率は低く、建設資材の価格は上昇している。また小口工事を多く受注しているが、忙しい割に景気が良くなったという感覚はない。
		輸送業（統括）	それ以外	・東日本大震災の影響で仕事が延期することも多く、仕事があっても請求ができていない。
		輸送業（運送担当）	取引先の様子	・業者の発送量が相変わらず減少したままの状況が続いている。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災によりメーカーなどからの商品の入荷に影響があり、販売に影響を及ぼしている。結果的に客も買い控えるなどの状況がみられる。
		金融業（自動車担当）	取引先の様子	・自動車の生産はマイコンの不足から大幅な減産となっていたが、前年水準の8～9割まで回復しており、単月でおおむね黒字確保できるサプライヤーが大半の状況となっている。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数は多少増加しているが、成約件数はほぼ横ばいの状況である。
		やや悪くなっている		食料品製造業（業務担当）
非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き			・電子素材系は好調が続いているが、自動車向けは東日本大地震以来受注の減少が顕著になっている。
一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き			・東日本大震災の影響で東北地区を中心に自社製品の売上が大幅に落ち込んでいる。
輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き			・得意先からの値引き依頼があり、それに対応せざるを得ない。
建設業（経営者）	受注量や販売量の動き			・例年なら新年度の工事が出てくるころだが、市長の交代もありほとんど動きがない。
輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き			・東日本大震災の影響で今後の見通しが立たないなか発送量が減少している。
通信業（営業企画担当）	取引先の様子			・ここ1か月は残業に関してはコスト削減とエコ支援を理由に抑制傾向にあり、業務量も減って定時退社が増加している。
金融業（営業担当）	取引先の様子			・引き続き地元企業は非常に厳しい業況が続いており、3月の東日本大震災の影響により消費自粛が顕著となるとともに、4～5月の小売業、サービス業における売上が低迷している。また、製造業において、サプライチェーンの寸断により原材料の調達に難しくなっている企業もあり、今後の製造に支障を来す恐れが出ている。地元企業においても過去に堅実経営を行っている企業は持ちこたえているが、従来より厳しい業績が続く企業は業績悪化に拍車がかかっており、現段階では震災により身のまわりの景気は明らかに悪化している。
会計事務所（職員）	取引先の様子			・例年5月は連休があるため販売業やサービス関連業界は売上高が減少する月だが、今年は下落額が顕著になっている。また、公共事業の売上高も低下している。
悪くなっている		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・客の生産、販売が東日本大震災の影響で大幅に減少している。それに伴い当社の受注も大幅減となっている。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響もあり、国内での消費がより一層引き締まっている。各企業の業績不振や原油高、雇用情勢の悪化など、厳しい状況が続く。
雇用関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	求人情報誌制作会社（支社長）	周辺企業の様子	・街の飲食店の利用者が増えてきており、ゴールデンウィークを境に東日本大震災前の水準に回復している。

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
	変わらない	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・広島企業の採用状況にあまり変化がない。東日本大震災の影響で一部自動車メーカーの下請企業で休業が発生したが、ほとんどの企業は影響がない。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・一部の製造業においては震災後の部品調達難も解消し求人も復活傾向にある。
		求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	求人数の動き	・東日本大震災の影響で産業によっては中途採用の動きを停止している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・観光業関連はアルバイト、パートを中心に求人が活発だが、小売業全般で鈍い状態が続いている。リストラなどの事態はないが残業代など諸手当が減っているとの声をよく聞く。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・4月の新規求職者数は前年同月比15.7%減少、前月比3.1%増加している。3月末の離職者の求職申込みにより前月比では増加しているが、前年同月比ではこのところ10%以上の大幅減少を続けている。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で来客数が減少している。また、求人数も低下傾向にあり、通年の必要数を下回っており業務量も低下している。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・季節的な動きもあるが東日本大震災等の影響もあり、求人数が減少している。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	周辺企業の様子	・新規の採用活動を行う予定だった企業が東日本大震災の影響で採用を中止、削減するといった動きが出てきている。政府のエネルギーに対する今後の方針など具体的な施策が示されないと動きが取れないといった声も聞こえる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・採用計画が立っていない企業が多く、採用予定時期が遅れている。
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・採用は間違いないと言われた中途採用が東日本大震災の影響で不採用になっている。仕事が発注元から依頼されず、発注元担当者も向こう2か月の予定が分からないという話である。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響が多業種に出ており、自動車関連を中心に操業に支障のある企業が多数出ている。また、水産加工業では中国への輸出ができず風評被害が深刻となっている。一方、一時キャンセルが相次いだ旅館業では西日本へ観光客が流れてきている模様で、客の入りが増加している。
	悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・東日本大震災や円高の影響により、製造業において生産調整、雇用調整の動きがあり、求人意欲が減少している。宿泊業やサービス業においても、東日本大震災の影響による客足の減少で求人意欲が減少している。

## 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	—	—	—
	やや良くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは観光客が多く、商店街にも流れてきていた。地元のファミリー層も多く見受けられ、販売も好調である。気温が高めに推移したことから、連休明け頃から夏物商材が動いている。
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で買いだめの動きが続いている。外出を控え、近隣で消費する客が増えている。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・客単価が前年比110%を超えており、タバコの在庫不足による来店客数の減少をカバーしている。タバコの正常化に伴って客数、売上ともに上昇する見込み。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・比較的天候や気温に恵まれ、来店客数が若干増えた。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・2月の客数は前年比92.4%だったが、5月に入って108.0%まで上昇している。店全体の2月の前年比は96.2%、5月は104.5%と上昇している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・生産ラインが復旧しつつあり、3割程度に落ち込んでいた新車の配車が8割強まで回復する見込み。6月以降、納車がようやく出来る。

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
		観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響から客数は大幅に落ち込んでいたが、ゴールデンウィーク以降は取り戻しつつある。いろいろ手控えたり自粛する様子は薄れ、少し明るい感じが出てきているが、先が全く見えない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・震災直後はお遍路さんのキャンセルが結構あったが、5月になって少し戻ってきている。しかし、街中では乗客数が絶対的に少なく、夜はかなり暇である。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・今月の売上は、前月比33%増、3か月前比33%増（ただし前年比では15%減）、また、1日当たりの売上も、前月比51%増、3か月前比69%増、前年比4%増と、堅調に推移した。これは、4月下旬からナイターを再開したことなどによる。
	変わらない	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・今年の母の日は、東日本大震災の影響により東北や関東地域からのネット注文が少なかったが、全体では客単価は増えた。感謝の気持ちを添えたものが多かった。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・前年に比べて売上高・来客数ともに減少した。宝飾品・美術・リビング用品等は前年を上回ったものの、婦人靴や婦人ヤング衣料等が苦戦し、食品も低調に推移した。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・節電のため、クールビズやエコ商品を買求める客が多く見受けられる。ビアガーデンの客足も良く、3月以降続いていた自粛ムードは解消されてきている。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による買いだめの動きは一段落したが、まだ生産再開のメドがたっていない商品もある。
		スーパー（財務担当）	来客数の動き	・来店客数、売上は昨年並みとなっている。
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・テレビ、冷蔵庫、洗濯機など大型商品の販売台数が落ち込んでいる。前年に比べ6～8%減少している商品が多くあり、予想以上に悪くなっている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・徐々に良くなってきているが、東日本大震災前と比べてあまり変わっていないように思う。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・東日本大震災以来、車の販売は激減していたが、6月から生産が回復するので売上も増える見込み。8月をメドに前年並みを期待している。
		旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響による出張・旅行の自粛ムードはやや落ち着いてきたが、まだまだ客の申込状況は悪い。個人・団体旅行ともに前年を割り込んでいる。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・スマートフォンの需要拡大により、販売量は前年をやや上回っている程度である。
		通信会社（企画）	お客様の様子	・アナログ停波の事情もあることから、引き続き比較的高額なサービスにも引き合いが堅調である。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・来場者数は、昨年より下落しているが、2、3か月前と比べるとあまり変わらない。震災の影響による自粛ムードは大分緩和され、元に戻りつつある。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・客が予算を抑える傾向にある。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・東日本大震災が景気低迷につながるか、復興景気となるか、判断できない。少なくとも、個人消費が急速に上向くとは思えない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、以前にも増して夜の顧客数が減少している。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	それ以外	・高速道路が延伸したことから、国道沿いの飲食店主達から、当市を通過する車が増えて売上が30～40%減少していると聞く。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	お客様の様子	・徐々に自粛ムードも緩和され、消費の方向に向いているが、消費者も財布のひもが固く、なかなか販売量に結び付かない。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・景気は少し回復しているようにみられるが、必要な物しか買わないという傾向は変わらない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・前年比約3%低下している。
		スーパー（企画・営業担当）	お客様の様子	・平日の客数・販売状況は悪くないが、震災による混乱が落ち着いた後のゴールデンウィークと母の日のお客様の反応は予想外に悪かった。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・4月は比較的良かったが、連休以降は相当厳しく、5月末の台風の影響で大きく落ち込んだ。

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
		衣料品専門店 (総務担当)	販売量の動き	・販売量、客数ともに10%以上低下している。客単価はそれほど変わらないが、消費マインドは低下している。
		通信会社(営業担当)	来客数の動き	新入学・新生活のシーズンが過ぎ、来店客は減少している。5月中旬に通信事業各社から今年夏モデルの新品や新サービスを発表したことが、買い控えにつながっていると思われる。
		設計事務所(職員)	販売量の動き	・公共事業減少が続き、昨年度からの受注量も底をつきかけている。販売量は3月をピークに減少傾向にあり、極めて厳しい状況となっている。東北以外の地域においても景気対策としての公共事業増を望む。
	悪くなっている	一般小売店〔乾物〕(店員)	来客数の動き	・震災の影響から原料価格が上昇している。一番心配しているのは、震災と高速料金値上がりのダブルパンチで観光客が激減すると予想され、かなり厳しい。
		一般小売店〔書籍〕(営業担当)	それ以外	・紙やインクの調達難、倉庫の損壊など被災した出版社からの入荷が少ない状態が続いている。
		家電量販店(店員)	単価の動き	・来客数、販売数ともに減少し、特に客単価の下落が著しい。販売価格自体も下がっているが、安価な製品しか見ない方が非常に増えている。機能・デザインよりも価格重視で購入されている。
		乗用車販売店(従業員)	それ以外	・東日本大震災の影響で車両生産が止まっているため、納車ができない。
		乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・新車の供給不足が響き、メーカーも広告宣伝を自粛しているため、ユーザーの購買意欲が戻らない。週末の展示会でも来店客が減少している。
		その他飲食〔ファストフード〕(経営者)	来客数の動き	・ユッケの食中毒問題以降、来客数が激減している。焼肉業態以外でも前年割れしている店が多い。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・ゴールデンウィークは予約が少なかったが、直前に個人客の申込でなんとか売上の数字を整えることができた。連休以降の客足は非常に悪く、先行きの予約も弱含みである。まだまだ景気は悪くなるのではないかと。
タクシー運転手		お客様の様子	・売上、客単価は悪くなっている。ゴールデンウィークの後、客足が途絶えている。	
美容室(経営者)		単価の動き	・来客数はかろうじて前年並みであるが、客単価の下落が著しい。	
企業動向関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	繊維工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・東北、東日本は全体的に低調であるが、三越伊勢丹が開業した大阪地区や博多阪急が開業した福岡を中心に、関西や九州は活況で、震災の影響は感じられない。
		鉄鋼業(総務部長)	受注量や販売量の動き	・受注量、生産量、販売量は上向き傾向であるが、販売価格の低迷、原材料価格の上昇により、採算面は悪くなっている。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の特需が終わって荷動きが悪くなってきた。油関係の品物やパルプの値上げがまだ吸収できていないので、今後、価格修正をしていきたい。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・相変わらず受注が伸びない。
		建設業(総務担当)	それ以外	・東日本大震災による資材不足は一段落した。価格は高止まりであるが、品物の手配、購入のメドがつき、最悪期は脱したものであると思われる。
		通信業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・商材入荷の見通しがつかず、販売できない。
	やや悪くなっている	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注はあるものの、単価を下げてほしいという要望が近頃多く、採算割れの状況が続いている。
		通信業(部長)	受注量や販売量の動き	・発注した大型商品の入荷が2～4か月遅れる見込みで、一部循環商品は、部材の調達難から完成品の調達に東日本大震災の影響がでている。
		広告代理店(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・受注量はある程度確保できているが、原材料価格の高騰が現実味を帯びてきた。特にインキは、場合によっては1割程度の値上げが予想される。
		公認会計士	取引先の様子	・取引先の決算や月次試算表等を見ると、売上、利益ともに減少している企業が増えている。景気が上向いているとは言えない。
	悪くなっている	木材木製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・全体に東日本大震災の影響がみられる。

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
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響から主要部品の安定供給が難しく、生産活動に支障をきたしている。復興プランが明確化していない現状では、取引先の設備投資に対する姿勢も様子見の状況が続いていて、復興需要も顕在化するに至っていない。
		電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は東日本大震災前まで回復できず、さらに落ち込んでいる。取引先の見通しも、回復できるか不明な状況にある。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・荷主の生産調整ならびに燃料高騰（前年比14円増）によるコスト増が挙げられる。
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	人材派遣会社（営業部長）	求人数の動き	・東日本大震災の影響は軽微だが、先行きはまだ不透明感がある。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人が増える企業、減少する企業もあって、3か月前とあまり変化はない。
		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・求人ニーズは停滞模様である。特に製造業関連のニーズが低い。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（営業）	周辺企業の様子	・自粛ムードは緩和されつつある。しかし、受注できても、製造ラインが本格稼働に無い状況にあるため、製造販売に至っていない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規・有効求人ともに、前年比では上昇しているが、前月と比べると下降傾向となっている。東日本大震災等の事もあり、上昇に転ずる材料が少ない。
		民間職業紹介機関（所長）	周辺企業の様子	・3月期決算で当期純利益が前年を下回る企業が多い。夏の賞与を支給できない、または減額という厳しい状況にある企業が多く見受けられる。
学校〔大学〕（就職担当）		求人数の動き	・求人数は前年の6～8割程度で、伸び悩んでいる。東日本大震災の影響から求人募集を後ろにずらしている企業もあるが、今後の採用についても不透明さが否めない。	
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・広告出稿ではカーディナーの不調が痛い。売る商品が無い場合広告出稿が激減している。	

## 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	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災が九州新幹線全線開業と重なり、旅行関係は出鼻をくじかれ、思わしくなかった。4月の中旬以降から特に県外客が増え、ゴールデンウィーク、6月には南九州、指宿等への客が非常に多くなっている。サービス業・旅行関係では非常に好景気に恵まれている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・3、4月の東日本大震災に対する自粛ムードが5月に入るとやや持ち直している。
	やや良くなっている	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・東日本大震災の影響も落ち着き、4月以降回復しつつある。紳士服ではクールビズ関連商品の売上が好調である。節電に対する意識が高く、会社だけでなく、家庭でも涼しくしたいと、ステテコの売上は前年の2倍である。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・来客数、客単価ともに上向きであり、売上も上がっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・野菜の価格が下がっている割には、来客数が増加し、客単価、買上点数も上昇している。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・今月末の実績は量販店が前年比114.7%、コンビニエンスストアが同100.1%、ローカルスーパーが同120.5%となっている。全体的な伸びからするとコンビニエンスストアは品薄であるたばこの影響で来客数が若干減っている。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・震災直後の自粛ムードも弱まり、テレビと省エネ機能の高い商品の需要が伸びている。
		高級レストラン（専務）	来客数の動き	・ゴールデンウィークから少しずつ九州の方に観光客が流れてきている。また、鹿児島市内の人の動きはそれほど良くはないが、県外客や土日を利用した車の客が増えている。



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
		その他飲食〔居酒屋〕(店長)	来客数の動き	・当地は九州新幹線全線開業の効果が出ており、観光客が大きく増えた。全国的な花のイベントもあり、来客数が5月は非常に増えた。
		観光旅館組合(職員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響はまだあるが、ゴールデンウィークは前年よりも来客数、売上が良かった。
		都市型ホテル	お客様の様子	・東日本大震災の影響が少しずつ緩和傾向にある。
		通信会社(企画担当)	販売量の動き	・販売促進の施策が奏功し、販売数が増加した。
		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)	来客数の動き	・気候が暖かくなり、病院への入院が減り、キャンセル等による客の利用減少傾向に歯止めが掛かってきた。
		設計事務所(所長)	お客様の様子	・主に公共工事は駅前開発と庁舎建て替え計画や企画が多くなっている。
	変わらない	商店街(代表者)	お客様の様子	・来客数はあまり変わらないが、試着したり、実際に購入するという行動にまではなかなか至らない。購入を決断できない客が多い。ここ最近の傾向である。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・ゴールデンウィークまでは前年より来客数が増加したが、その後は落ち込みが続き、3か月前と変わらない。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・東日本大震災と駅ビル開業の影響が残っており、飲食店を中心に宴会需要等が回復しきれていない。
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・前年の口蹄疫問題の反動もあり、来客数は前年を上回っている。前月に比べても同じ伸びとなっており、景気の状態は大きくは変わらない。
		百貨店(営業担当)	お客様の様子	・催事では客の購買意欲の減退傾向が続き、初夏の北海道物産展や婦人服市等の需要が低迷している。関心の高い催事を除き苦戦している。平日の来客数は前年実績を維持しているが、日祝の来客数が減少している。特に月末の台風接近報道により、来客数は減少した。物産催事や全館クレジット催事を開催したが来客数、売上共に減少した。
		百貨店(業務担当)	販売量の動き	・前年実績を大きく下回ることにはなくなった。ただし、売れる商品は必需品や消耗品が多く、ファッション商品や嗜好品の動きは弱い。消費行動は決して強くない。
		百貨店(企画)	販売量の動き	・ゴールデンウィーク期間中は、大型催事が好評を博し、売上も好調に推移したが、その後は日々の売上が若干前年を下回って推移している。また、会員の招待会等の買得感のある催しの売上は好調であるが、それ以外は低調となっている。全体的な景気動向は3月の東日本大震災の影響を別にして大きな変化はない。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・東日本大震災後、入荷が遅れている商品や入荷できない商品が一部あったが、ここにきて一段落した。また客の心理的な落ち込みも一段落し、全体的に少し落ち着きがみられる。また、イベントや催事の再開で元気づけようという動きが消費に現われている。ただ、高額品や嗜好品はなかなか通常の動きに戻りきれてない状況である。
		スーパー(店長)	単価の動き	・食料品の売上はほぼ横ばいで、ディスカウント化して前年比107%で推移している。青果の相場が低く、苦しい状況で推移している。肉と魚は順調に推移している。景気は先月とあまり変わらない状況で、東日本大震災時に足りなかった水、乾電池等は安定してきている。
		スーパー(総務担当)	お客様の様子	・食料品、住居用品の動きは前年並みに推移しているが、衣料品の動きは相変わらず前年を大幅に割り込んでおり、買い控え傾向が続いている。
		スーパー(業務担当)	お客様の様子	・食料品や日用品に大きな変化はない。衣料品や嗜好品、ぜい沢品については天候不順や自粛ムードから抜けきれず、高単価商品の動向が極端に悪い。
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・ゴールデンウィークの客の動きが良く、売上は大幅に上昇した。しかし、3月の東日本大震災の影響で商品が滞り、一部で品切れが発生している。そのことが売上の減少につながっている。値上げによりたばこの売上は上昇しているが、大幅な利益にはつながっていない。
		コンビニ(エリア担当・店長)	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けから来客数は増えているが、買上点数はそれほど伸びていない。

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
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・商店街が全面改装しており、来客数が少ない。
		衣料品専門店 (店員)	来客数の動き	・旅行やお呼ばれ用の服は順調に売れている。客単価も下がってはいないが、来客数が少しだけ減っている。目的があれば買うが、ただぶらぶらとショッピングする客は少なくなっている。
		衣料品専門店 (取締役)	お客様の様子	・5月に目標としていた数字には至らなかった。東日本大震災の影響もあるが、厳しい状況であった。
		家電量販店(店員)	販売量の動き	・地上放送のデジタル化による買い換え需要が高く、エコポイント制度が終わっても、テレビについては非常に良い数字で推移している。また、東日本大震災以降の数字も落ちておらず、テレビにつられて上がっている。結局エコポイント制度のあった時期と同じくらいの状況が続いている。
		その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	販売量の動き	・売上を前年と比較するとほぼ横ばい状態となっている。梅雨入りすれば、客の出足は若干鈍る傾向にある。
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (統括)	販売量の動き	・燃料油の小売価格はやや値上感があるが、販売数量としては、さほど変化ない。ゴールデンウィークにおける販売数量の増加を期待したが、前年並みである。東日本大震災の影響で、やや節約指向がみられる。
		その他小売の動向を把握できる者 [土産卸売] (従業員)	来客数の動き	・前年の85%程度の人の動きであるが、店舗に入ってきて商品を購入する客が少なく、売上増加は見込めない。
		高級レストラン (従業員)	お客様の様子	・婦人客が少なくなっている。
		一般レストラン (スタッフ)	単価の動き	・昼の時間帯の客は多いが、午後3時頃や午後6時過ぎは客が減る。
		スナック(経営者)	単価の動き	・来客数は横ばいであるが、客単価の低下が目立つ。
		観光型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・宿泊に関しては東日本大震災当初はキャンセルが相次いだ。4月下旬頃から予約が戻ってきた。宴会の予約は2か月前に入ることが多く、それが震災と重なったため5月の宴席は過去最低となる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・先月は大変キャンセルが多かったが、今月は日が迫るにあたって金券利用の客の予約が大変多くなり、これから先も予約がかなり入っている。ただ、夜の動きはまだ本調子ではない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前はタクシー業界は最も暇な時期である。今はそれとあまり変わらない。東日本大震災の落ち込みやゴールデンウィークにおける利用の増加があり、売上の的には総じて変わらない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・法人客を営業で訪問すると、東日本大震災の影響、あるいは火山の噴火問題があり、なかなか景気が回復していないという話を聞く。また、受注そのものも低迷している。
		通信会社(業務担当)	販売量の動き	・今月は、東日本大震災の影響による商品の不足があったが、夏の新商品が発表され、発売までの買い控えもあり、販売数は落ち込んでいる。
		美容室(店長)	販売量の動き	・定番品があまり売れない。
	やや悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・東日本大震災や福島第一原子力発電所問題の影響で、流通が停滞し、商品も停滞しているため、客の買い控えが起こっている。特に飲食関係の落ち込みが激しく、宴会等のキャンセルが多く、かなり景気が悪くなっている。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・東日本大震災後、各種景気対策の打ち切りや消費税増税等の報道により、消費者の購買マインドは低調なままである。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で自粛ムードがあり、一方で経済活動を盛り上げようという機運もある。しかしサプライチェーンの寸断で経済活動自体がうまく循環していない。電力不足に対する不安等、様々な要因が入り混じって揉み合い状態である。
		一般小売店 [茶](販売・事務)	お客様の様子	・新茶販売時期ではあるが、売上が今までになく大幅に減少している。東日本大震災の影響を受け、消費者の慎重さは変わらない。

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
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・当店の売上は3か月前の前年比が101%、今月は同94%、競合他社は3か月前が同115%、今月は同106%、その他の競合店の3か月前は同106%、今月は同101%であった。総じて前年実績を超えている。そういった意味で悪くはないが、3か月前からは若干落ちている。隣接する競合店による閉店セールの影響を受けており、衣料品、見回り品等については特に影響が出ている。ただ1品単価、客単価は維持している。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・都心部への大型店の出店の影響もあるものの、東日本大震災後の客の消費マインドの変化に対応できず、前年比7%程度のダウンで推移している。客中心の催事やセール品を強化した催事は前年比を超えているものの、全体的に低迷している。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以来、先行きの不透明さにより、客の購買意欲は下がっている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による消費マインドの低迷が、懸念材料としてまだ残っている。ただし、食品の供給不安はほぼ解消された。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災直後は被災地へ送る商品の売上が拡大した。その後、ゴールデンウィーク前まではある程度の数値が続いたものの、ゴールデンウィーク以後は厳しい数値である。回復の見通しは明るくはない。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響もあり、4月は来客数の減少及び消費マインドの冷え込みから、購買数の減少が売上の減少につながったが、徐々に来客数の戻りが感じられる。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・震災を境に売上高が減少していると言わざるを得ない数値推移となっている。商品によってはいまだ未納品があることと、先行き不安感や自粛という観点からも消費減退となっている。
		コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・客の消費マインドがやはり東日本大震災以降冷え込んだままになっている。需要を喚起しても消費税増税等が見込まれる等、マイナス要素が多く、消費マインドはなかなか上向かない。ますます悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・記念の行事がある時にだけ買う傾向が強く、普段の買物が少なくなっている。
		衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・東日本大震災の心理的な影響が徐々に強まってきている。したがって高額品の販売は更に陰りが強まっている。また当地においては特需として百貨店の閉店セールがあるため、そのあおりを受けている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で商品が全く入荷しない状況下で、受注はあるが登録に結びつかず、かなりマイナスとなっている。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・九州では東日本大震災の影響は思ったほどはない。ただ、毎月のキャンペーンを今月は前半と後半の2回行ったが、月初めは前年と比べると良かったものの、後半は最低となった。店舗での販売は来客数、客単価共に良くない。
		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）	来客数の動き	・来客数は前年比95%前後で推移している。特にゴールデンウィークでの集客が少なく、売上も前年から減少している。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	東日本大震災の影響で4月は相当悪かった。5月になってゴールデンウィークが過ぎたところから少しずつ動き始めたが、来客数は思ったよりも伸びず、客単価については客から通常料金よりも下げてくれないかという要望がとて多くなっている。
		高級レストラン（社長）	来客数の動き	・まだ東日本大震災の風評被害が続いている。
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・客の来店数が減少気味である。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・法人関係の動きは少しずつ前年並みに近づいているが、個人客は東日本大震災の影響があるのか、週末でも予約等が少なく、動きが鈍い。
		都市型ホテル（副支配人）	単価の動き	・インターネット中心の予約で非常に単価が落ちている。電話である程度は問い合わせ、仮予約はあるが、成約にはなかなか結びつかない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今年は県外客が例年の3分の1程度しか来ておらず、その分タクシー利用も減っている。

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
		通信会社（管理担当）	それ以外	・資金繰りの厳しい状態が続いている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・個人、団体共に各方面、各媒体に新プランの戦略を練って仕掛けてはいるが、市場の反応はまだまだの状況である。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・4、5月のゴルフベストシーズンを迎え、来場者数は天候にも恵まれ平年並みに推移しているものの、客単価が落ち込んでいる。プレーのみで食事をしない人も増えている。
		美容室（店長）	来客数の動き	・東日本大震災が影響し、来客数が減っている。
		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）	来客数の動き	・前年と変わらない実績で、少し安定して推移していたが、4月の来客数から下向き兆しがみえ始め、5月では数字に現れている。まだ下がり始めたばかりで、今後ますます下がる。
	悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災以降の自粛ムードはまだ払しょくされず、必要な物以外は買わない。商店街も来街客数が少なく、大変厳しい状況である。
		一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・青果物の相場は量的に豊富にある物は前年の6、7割の相場である。県外に欲しがられている物、特産品のキュウリ、トマト、ピーマン等の価格はここ2、3日で2倍ぐらいに上がった。地元としてはかなり厳しい状況にある。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・客がまったく来ないため、どうしようもない状況となっている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・母の日は年に1回ではあるが、今まで5年以上、また開店当初から10年間くらい注文があった客のすべてから注文がなかった。母の日自体の購買が少なくなっているが、予想を超えてはるかに売上が悪かった。客からも景気の悪さがうかがえる。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・東日本大震災以降、消費マインドが冷え込んで高額品が売れないという問題がある。大きな競合店が増えおり、マーケットが分散化している。少し回復基調ではあるが、まだまだ先行きの不安感から消費は低迷している。外国人の売上が皆無という状況が3月以降続いている。前年は外国人の売上が大きかったため、非常に厳しい。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・取引先、メーカーによる商品供給は回復傾向にある。店頭での品薄状況はだんだん改善されているが、食品の出入り、住関連の日用雑貨における特売商品の入荷数量不足が発生し、販売数が減少している。前年比93～95%の状況が続いている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・東日本震災の影響もだいたい落ち着いてきた。それにしても景気は悪いままで来客数が減っている。年金生活をする人が増えており、奇数月に客が特に減っている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響によるメーカーの減産で、販売する新車がない状況が続いている。売上がたたないの損益は4、5月共に大幅な赤字となる。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で製造元に影響が出て、物流が滞ったところもあり、商品の供給が十分ではない。紙の確保も十分ではない分、新しい商品が減少傾向にある。
		観光ホテル（総務担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、九州でも自粛ムードが広がり、売上が伸びなかった。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・3月に発生した、東日本大震災や原発事故の影響による観光及びビジネス客の出張の自粛が一番の要因と考える。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ビジネス出張は前年並みに回復してきたが、個人のレジャー需要は九州新幹線全線開業の効果と高速道路料金上限制度の終了間近で、九州内の旅行が目立つ。特に東京方面への旅行は依然動かない。
		旅行代理店（業務担当）	販売量の動き	・東日本大震災後の大きな影響を受けている。特に国内旅行が低迷しており、最大マーケットである東京への需要が低い。全体の需要に大きな影響を与えている。

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
		タクシー運転手	乗客数の動き	・長崎の観光地では外国人のキャンセルが多く、大変厳しい。ただ、ゴールデンウィーク期間中には日本人観光客がかなり来ていた。ただ、ゴールデンウィーク明けの落ち込みはひどく、考えられない状況である。一般客の財布のひもはかなり固くなっている。
		通信会社（総務担当）	お客様の様子	・回復軌道に乗りつつあった景気は、東日本大震災の影響で宿泊を始め、新車販売等、一部に下押し感があり、悪い方向である。住宅関連や設備投資、公共投資に至るまで低迷しており、身の回りの景気は悪くなっている。
		競馬場（職員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で景気は悪い。
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・東日本大震災の影響や復興と電力問題があり、景気の先行きには非常に不安がある。価格を安くしなければ売れない、少しでも高いと売れないという状況のなかで、ますます日本の景気は悪くなっている。
企業動向関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で西日本地区では特需があり、得意先からの引き合いがかなり強い。ゴールデンウィーク以降、スーパー、居酒屋関連も自粛ムードが少しずつ解消し、現在はかなり良い方向に向いている。ただ食中毒事件の影響で、県内を中心に生食等が厳しい現状にある。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・比較的受注量が戻っている。
		一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・電池関連の客の設備引き合い件数が急増加している。
		精密機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べると生産数が増えている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・2、3月と比べると今月はかなり良くなっている。食材を含めて売上が伸びており、品物が減っているという状況である。売上自体も伸びている企業が増えている。また、若干、観光を含めて人の出入りがかなり多かった。
		変わらない	繊維工業（営業担当）	取引先の様子
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）		取引先の様子	・平成23年度の予算として確保されているとしても、下期実行の案件が多い。
	電気機械器具製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・受注量は減少すると予測していたが、現在のところ変化なしという状況で推移している。
	輸送業（総務）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響を受けてか、荷動きは良くない。イベント関係も徐々に行われるようになってきてはいるが、電力問題もあり、気持ちが縮小ムードである。今一つ、活気が感じられない。東日本の1日も早い復興が日本経済回復の起爆剤になる。
金融業（営業職 渉外係）	取引先の様子		・東日本大震災後に一時的に消費が低迷したものの、小売業を中心に消費は震災前の水準に戻りつつある。	
経営コンサルタント	受注量や販売量の動き		・この数か月間、仕事が全然増えない。営業はするが、なかなか成約に結びつかない。	
経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子		・取引先の多くは業況に大きな変化がみられない。	
やや悪くなっている	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・畜産物の販売は、豚肉の動きは良いが、東日本大震災に加え、4～5月の食中毒事件で牛肉が厳しい状況になっている。売行きが悪く、単価も下がっている状況である。特に内臓関係については価格が非常に低下している。	
	家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・北関東から東北の新規ホテル出店、商業施設出店の中止及び見直しを余儀なくされており、物件が大幅に減っている。前年に比べ30%は減っている。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・陶器市の売行きはまあまあ良かったが、売上の前年比1割の減少であった。5月の売上は前年比2割の減少となり、本当に厳しい状況である。商社の荷動きも大変落ち込んでいる。	
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・ここにきて急速に状況が悪化してきている。3か月前に比べると受注量は大きく落ち込んでいる。	

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
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・物が売れず倉庫に預かっている荷物が滞留している。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・預かっている荷物の荷動きが全体的に悪くなっている。しばらくはこの状態が続く。
		通信業（経理担当）	それ以外	・消費が伸び悩み、受注も少ない。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で建設業は資材の入手を始め、受注全体が縮小傾向にあり、資金繰りがよりタイトな状況になっている。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響により、自動車関連企業を中心に資金繰りの確保を行なう動きが一部にみられる。全体感としては、自粛による景況感の悪化という側面が大きい。
		その他サービス業〔物品リース〕（役員）	受注量や販売量の動き	・前年に比べ、契約高は前年を上回って推移しているものの、3か月前に比べると、東日本大震災以降の先行きが不透明であることを懸念して設備投資意欲が以前の水準までは戻ってきていない。
	悪くなっている	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・官公庁の発注予定が先日公表されたが、都道府県で第1四半期の発注が約10本程度で本格的には第2四半期からの発注がほとんどである。市町村は単独工事の単価契約がほとんどで、役所担当者にも聞いても、6月までは少ないとのことである。市は第1四半期の約50%ぐらいしか発注されない。今後、これまでに以上に受注の競争が激化する。
		金融業（営業）	取引先の様子	・すべての業種で東日本大震災以前より景気が悪化している。特に製造業は3、4月は休業を余儀なくされ、震災前の半分以下の売上となったところも多い。建設業はもともと公共工事の端境期にあっただけで、資材の不足、自粛ムードによる需要の減少に見舞われている。小売業も同様である。
		金融業（得意先担当）	取引先の様子	・東日本大震災の直後、建設関連業では資材の調達に困難という声を聞いていたものの、取り戻した様子にある。しかしながら、資材価格の高騰が依然として続いている。また当地は観光産業に依存している企業が非常に多く、震災以降、国内客の旅行控えや外国人の渡航自粛等により売上が大きく減少し、状況は非常に厳しい。そういったなか、当面の資金繰りの安定を図るため、資金調達の相談や既存借入金に対する条件変更の相談が引き続き多い状況にある。
		新聞社（広告担当者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響が深刻で、広告出稿を控える動きが顕著である。地元では通販など復活の動きもあるが、製造業を中心に大幅なマイナスが続いている。
		経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後、酒が売れない。特に清酒、焼酎が売れない。メーカーは海外への輸出を考え始めている。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村の委託を受けて調査や計画作成の調査会社等を行うコンサルタントは、市町村の委託業務が減少していることから、受注が減少している。大手のコンサルタントやシンクタンク系の業者も入札時に他に負けないくらい低価格で入札している。
雇用関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・若干ではあるが、求人数が増えている。中元時期に向けて例年通り問い合わせがあり、単発ではあるが、注文数が増えている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人倍率の値は悪化しているものの、実感値として、今後改善しそうな企業の気配を感じる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・東日本大震災の影響から、製造業の西日本シフトはいまだ続いており、半導体や自動車部品等の製造業を中心に、求人数が増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月の新規求人数は3,721人となり、前月と比べて24.1%の減少となっているものの、前年比9.5%の増加となっており、企業の採用意欲は高い。また東日本大震災の雇用へのマイナスの影響は一部にあったものの、回復傾向を示している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月の新規求人数は前年同月比20.9%増となっており、9か月連続で前年同月比プラスで推移している。東日本大震災等の影響による製造業の休業等もみられる等、不安要素はあるものの、全体としてはやや良くなっている。

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
	変わらない	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は平成21年度までは前年比でマイナスを示してきたが、平成22年度はここ数年で初めて24%の大幅な増加となった。また平成23年4月の新規求人数でもリーマンショック以前の高い数値となり、新規求人の状況から景気の回復感がうかがえる。しかし、東日本大震災の影響や原油価格の上昇など景気の下ぶれ要因により、今後の影響は懸念され、明確に回復しているとはいえない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率は連続して上昇しており、新規求人数は前年比プラスが続いているが、求職者は減少幅が小さく、失業の長期化が懸念される。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・採用は、一部の業界で前年より増えているが、逆に減少している企業も多い。
やや悪くなっている		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新規求人は長期より短期が多く、安定した雇用ではない。
		人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・東日本大震災の影響もあり、電子機器、半導体メーカーが繁忙しており、止まっていたラインが動いている。単に東北地方で供給できない受注が西に流れているだけであるため、落ち着くまでの動向である。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・携帯電話、特にスマートフォンの販売等で週末に量販店での人材需要はあるものの、長期事務の案件は少ない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・大手クレジット会社が被災した影響で、当地のコールセンターの採用がストップした。
		民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・2、3月の年度末需要が一段落し、今月は求人数が落ちている。特に事務業務は単発案件を含めて少ない。
		学校〔大学〕（就職担当者）	それ以外	・学生の就職活動における、内々定の報告状況を前年同期と比較した場合、20ポイント程度の下落がみられる。
悪くなっている		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・製造業の求人数が激減した。今のところ回復の兆しはない。
		民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・東日本大震災の影響が出ている。被災地ほど多くはないが、休業や時間短縮、週休3日にする取引先も出始めた。何よりも心理的に需要マインドが冷え込んでいる。

## 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	－	－	－	
		住宅販売会社（総務・企画分野）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの連休などで来客数が、3か月前に比べ増加している。競合他社の動向など受注状況は厳しいが、来客数の増加は良いことと感じられる。	
	変わらない	スーパー（販売企画担当）	来客数の動き	・競合店の新規出店やディスカウント販売も多くなり、今までのような特売価格でも客は減少傾向にある。3か月連続で前年割れの状況である。	
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・例年より梅雨入りが早く、また東日本大震災の影響もあり、収入が見込めるゴールデンウィークは厳しかったが、その後は売上は回復している。しかし、たばこの売上増の部分が大きい。たばこ以外の売上は前年より4.5%減少しており、全体で3か月前より1%ほど減少している。特に飲料・アイス等は前年7%減と回復できていない。	
		観光型ホテル（マーケティング担当）	販売量の動き	・3か月前と比べて、稼働率において前年同月実績との差異がほぼ同じ状況である。前年比マイナスは変わらない。	
	やや悪くなっている		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・福島第一原子力発電所の事故や東日本大震災の影響による手控えが相変わらずみられる。やや好転はしているが、それほど影響は無く、変わらないとみる。
			百貨店（営業担当）	販売量の動き	・衣料品を中心に改装を行い前年を捉えているが、一部の売場では東日本大震災の影響で商品の入荷が薄く、計画的な推移とはいえない。
			スーパー（企画担当）	販売量の動き	・競合の影響が大きく、来客数は既存店で前年を4%程下回っている。また、1人当たり買上点数も前年を4%程下回り、苦戦を強いられている。特に青果、水産部門の落ち込みが顕著である。

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
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・客数はほぼ前年並みだが、客単価が前年度よりも下回っている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・商品の入荷が不安定で、客は買いたい商品が無いと他店へ行ってしまう、来客数が減少している。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・やはりまだ東日本大震災の影響が大きいと推測される。観光客も減少して売上が落ちたという話もよく聞く。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	販売量の動き	・ここ3か月、前年をわずかながら上回っていたが今月の上旬を過ぎたところから急に落ち始めた。ゴールデンウィークが過ぎてからの買い渋り感がある。
		観光型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊人数は3か月前比86.3%、前年比98.7%である。客単価も3か月前比75%と大幅に減少している。総売上は3か月前比73.4%、前年92.9%である。ゴールデンウィークの宿泊人数は前年を上回るも、客単価の減少で売上は5%減である。東日本大震災後、旅行マインドはいまだ戻っていない。
		通信会社（店長）	来客数の動き	・東日本大震災以来、来客数の減少が続いている。特に外国人の来店が少なくなっている。また、冬モデルの販売が落ち着き、夏モデルの発売待ちとなっているので販売数も伸びていない。
	悪くなっている	その他専門店〔楽器〕（経営者）	来客数の動き	・前年と比較して売上が悪い。東日本大震災以前からの不景気感もまだある。また、ゴールデンウィークのイベントは良かったようであるが、大通りの観光客数は激減している。観光客も被災者や世間に遠慮する風潮があり、土産の購買意欲の減少につながっている。
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・月の前半は例年よりも10%くらい多かったが、後半から平日の来客数が例年の半分程度と急激に落ち込んでいる。	
	その他のサービス〔レンタカー〕（営業担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは観光客の利用が前年並みに戻ったものの、東日本大震災の影響でその後は厳しい状況が続いており、前年比85%となっている。	
企業動向関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今月、大手企業のプロジェクトが2件スタートした。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事は学校の老朽化による改築工事が主で、その他は減少している。民間は個人住宅建築が主で大型建設は減少している。
		輸送業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・各種業態からの物流に関する相談は変わらずあるが、いずれも輸送コストの削減が目的で燃料費や人件費が上がっていくなか、受注するにも収益が薄い状況である。よほどの工程減や合理化ができない限り厳しい状況は続く。
		輸送業（代表者）	受注量や販売量の動き	・宮古地区が依然好調で、八重山地区はどちらともいえない。久米島地区は低調である。
		会計事務所（所長）	取引先の様子	・東日本大震災後は観光業を中心に客数、単価、売上が大きく落ち込んでいる。当然、関連している飲食業、土産業にも影響が出ていると推測できる。
		コピーサービス業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・金額面での落ち込みがあるものの、例年どおりの受注量である。
	やや悪くなっている	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新築住宅及び、住宅リフォームの契約件数が下降気味である。
	悪くなっている	—	—	—
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	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・例年どおり、4月ごろまでは景気の様子を見ている企業が多かったが、5月ごろに入って求人数が若干増えてきた。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（総務担当）	求人数の動き	・受注案件の全体の合計件数の前月比マイナスが続いている。
	求人情報誌製作会社（総務担当）	求人数の動き	・求人数に東日本大震災の影響が少しずつ出ているようである。	



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
		求人情報誌製作 会社（営業担 当）	求人数の動き	・求人企業の数が減少している。4月までに決めたい 企業等の採用が落ち着いたと推測される。
	悪く なっている	○	○	○