

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	百貨店（販売促進担当）	・唯一心配なのは計画停電がもしまた再開すれば大きな打撃になることだが、着実に回復に向かっている。
		コンビニ（経営者）	・この間までは非常に低調だったが、工事関係の客がこれから足を運んでくれるため、良い方向に向かう。
		家電量販店（営業統括）	・今後も引き続き、東日本大震災の復興需要と、節電対策需要が続く。7月のアナログ停波後にテレビの販売動向がどのような変化をするのか、冷静な市場動向の確認が必要となる。変化に対して機敏に対応できない場合、業績への悪影響は避けられない。
		乗用車販売店（経営者）	・がんばろう日本の掛け声が浸透してきて、日本復興の兆しが見えてきている。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・東日本大震災の復興需要が見込めるため、良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・福島第一原子力発電所の問題次第であるが、東日本大震災後の回復でだんだん良くなっていく。
		旅行代理店（支店長）	・8、9月は個人旅行の最盛期であり、販売は間違いなく良い。また、今後見積依頼が増える予想であり、9月までは秋以降11月までの予定が入るため、良くなる。
やや良くなる		商店街（代表者）	・当商店街の周辺はどちらかというと職人が多く、今後は東日本大震災の特需が多少見込まれるという話を聞いている。そのため、少しずつでも良くなっていく。
		商店街（代表者）	・当地域限定ではあるが、当地域を題材とした映画が公開され、それに伴うテレビ等での宣伝や地域のイベント等の盛り上がりにより、景況はやや上向きになる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・地上デジタル放送のテレビの買換えは、大きいテレビが売れないので売上はあまり期待できないが、今年の夏も前年同様に暑さが続けばエアコンが売れそうである。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・祭事が無事行われるようであれば、良くなる。
		百貨店（売場主任）	・この夏も猛暑が予想されるため、夏物ニーズが上昇する。
		百貨店（総務担当）	・3、4月と比べれば6月は間違いなく良かったし、これから秋に向けて各産業別の動向も経済的なインフラが整って行くことを考えれば、当小売業の経営的な環境も間違いなく良くなっていく。
		百貨店（販売管理担当）	・今まで都心に買物に行っていた近隣住民が、有事を勘案して地元の店に戻りつつあり、前年を上回る売上実績を残しているため、今後も堅調な売上が見込める。
		百貨店（店長）	・ここ2か月は回復基調を感じるため、やや良くなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・節電対策の反動で逆に消費が上がると期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・6月は天気にも恵まれ大変好成績であった前年をクリアできたので、好調である。客は非常に意欲的に商品を見ており、購買意欲は上向いている。
		乗用車販売店（経営者）	・来客が増えつつあり、東日本大震災の話もあまり出なくなってきたため、やや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・今月も相変わらず車検などの整備入庫は非常に好調である。また、新車の販売台数も前月ごろから少しずつ伸びており、来客数も徐々に増加しているため、やや良くなっていく。
		乗用車販売店（販売担当）	・復興需要が期待でき、特に中古車については東北関係で相当需要が多いということである。価格についても、需要と供給のミスマッチでどうしても需要が多いため、現状、上がってきている。東北関連の復興が関東、東北、北陸のほうへ来るため、将来的にはやや良くなると期待を持っており、そのようななかで売上も上がっていき、年度末においてはそこそこの経営状態になる。
		乗用車販売店（総務担当）	・工場の生産も一部を除いて平常稼動に入っている。顧客も何か月先の納車待ちからの解消で、購入意欲を増してきた。ただし、EV車の売行きが、今一つ伸びないのが気になる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・受注は前年比80%で推移している。生産車が少なく東日本大震災の影響もあり、実績ベースは全く悪い。しかし、今後生産のペースは各メーカーで正常時に近づくため、3月11日以降待ってもらっている受注済みユーザーへの対応が進み、収益に反映してくる。

その他専門店〔雑貨〕 (従業員)	・被災者を助けるための動きや節電、エコに関する商品の売行きが良いことから、やや良くなる。
高級レストラン(支配人)	・夏から秋以降の予約状況に昨年ほどの勢いが無い。東日本大震災の影響は、企業によって温度差があるようである。
一般レストラン(経営者)	・停電は今よりも少なくなり、多少景気が動いてくる。また、東日本大震災の復旧で経済も動き、雇用も増えてくるため、少しは良くなっていく。
一般レストラン(店長)	・節電で真夏ということもあってサマータイムなどを取り入れている企業もこの辺りには多いため、早い時間帯から軽く飲んで帰るといった客が若干でも増えて欲しい。
都市型ホテル(支配人)	・先々の販売量は前年には届かないものの、東日本大震災直後から比べればやや良くなってきている。
都市型ホテル(スタッフ)	・9月以降の宴会の予約状況が回復してきているため、レストラン、宿泊がこのままであれば、全社では良くなる。
旅行代理店(経営者)	・確実な客の予約はまだはっきりとは分かっていないが、店頭で並んでいるパンフレットが欲しいとか、それに関するいろいろな問い合わせの電話や来客が大分多くなってきているため、期待が持てる。今後の地震や原子力発電所の問題も絡んでくるのでなかなか難しいが、良くなることを期待している。
旅行代理店(従業員)	・自粛ムードも一段落し、旅行への動きが出始めている。
旅行代理店(従業員)	・東日本大震災の影響が薄れて企業活動が復活しつつあり、業務性需要が回復する。
旅行代理店(営業担当)	・広告掲載による申込が順調であるため、やや良くなる。
タクシー運転手	・復興に対しての期待が高まっているというような客の話などがかなり多くなってきている。これから復興計画が軌道に乗れば、かなり期待が持てる。
タクシー運転手	・今年は梅雨明けが早いように聞けるが、電力不足で企業も一般も自粛ムードである。しかし、家電製品の売行きに期待し、景気は多少良くなると期待したい。
通信会社(経営者)	・アナログ放送の停止、地上デジタル放送への移行のため、ケーブルで地上デジタル放送を見ようとするに伴って加入が増える。
通信会社(営業担当)	・アナログ放送が終了することにより、地上デジタル放送の多チャンネルサービスへの加入は増加する。
観光名所(職員)	・梅雨も明けて夏休みに入ると、観光地には客が戻ってくると期待し、やや良くなる。
その他レジャー施設 〔スポーツ施設〕(支配人)	・7月より再び節電が始まって本格的に暑くなり、涼を求めてレジャーでの消費増、暑さ対策グッズの販売増が予想される。
その他レジャー施設 〔ボウリング場〕(支配人)	・高速道路料金上限千円の制度が終了し、また、東日本大震災の影響により、安近短なレジャーが見直されるなか、当ボウリング場も他のボウリング場と同様に上向いている。
設計事務所(所長)	・耐震改修の仕事は増えてきているようだが、いくら多くなっても限られた人数ではたくさんの仕事を取ることができないため、そんなに極端に景気が良くなるとは言えない。
住宅販売会社(従業員)	・世の中の景気も夏から秋にかけて回復してくる予想で、当社も急激ではないが緩やかに良くなる。
変わらない	
商店街(代表者)	・客が非常に慎重になっている。また、当業界全体では新しい商品ができていないこともあり、なかなか販売に結び付けることが難しい。気に入ってはいるがなかなか買ってもらえず、状況は今一つ思わしくない。
商店街(代表者)	・変わらないというより、予測できない感じである。基本的には、通常以上にイベントに力を入れて、当地域の街角の経済を活性化したい。
一般小売店〔和菓子〕 (経営者)	・夏の節電等の影響はまだ不透明な部分があるため、現状とさほど変わらない。
一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・景気の良くなる要素がない。したがってこの悪い景気が続く。
一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・東日本大震災の影響が今後も続くため、景気は悪いまま変わらない。
一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・景気全体としてはあまり良くない。東日本大震災の復興需要もあることはあるが、これから復興税を払わなければならない等と考へ、少しずつ買う物が鈍っていたりと、実際に売上等はあまり芳しくない。使わない、余計な物は買わない傾向が見られる。この傾向がずっと続いているのが現状であるため、何か要因がない限り急激に落ちるといってもなければ上がるということもなく、あまり変わらない。

百貨店（総務担当）	・衣料品の販売額は前年を超えるようになってはきているが、まだ地域、店舗によってばらつきがあり、夏季の電力不足の影響も懸念される。
百貨店（広報担当）	・外国人顧客の減少と一般所得者の高額品に対する消費マインドの低下は今後も続く可能性がある。
百貨店（営業担当）	・株価の値動きと為替が大きく変動していない状況下において、景気の変動よりも天候と気温により商品の売行きが変わっている。婦人服関連が徐々に回復傾向にあるが、しばらくは大きな変動がない。
百貨店（営業担当）	・景気が上がる要素はなく、節約疲れ等の刺激にも限界がある。
百貨店（営業担当）	・来客数微減×客単価低下に対する効果的な対策は今のところなく、どちらかといえば世の中全体の景気回復を待っているような感がある。単純に価格を下げれば売上が上がるといった従来の図式は描きづらい。顧客の需要喚起については必要と思うものの、発掘した商品をディスカウントすることなく正当な価格で販売することにより、全体の売上を確保するしか手はない。
百貨店（販売促進担当）	・夏はボーナス需要とセール効果で一定の購買力は見込めるものの、気候によってニーズや選択視点が変わる可能性があり、品ぞろえとの見極めが難しい。メーカー在庫にもよるが、状況対応になりがちとなる。
スーパー（経営者）	・やはり東日本大震災以降、余計な物を買わないという客の心理がいろいろと出ているため、こちらから余程販促を掛けないとなかなか買ってくれない。我々ももっと努力しなければいけないと思っているが、今後もこのあまり良くない状況が続く。
スーパー（店長）	・見通しは良くなると答えたいが、今年の猛暑の影響からすると、まず客は日中には買物に来てくれない。日がある程度落ち着いた夕方には来るが、日中の客数減を夕方へのピーク後にカバーできないのが現実である。火を使わない料理提案をいろいろと工夫しながらやっているが、なかなか購買動機につながるような提案がうまく客に伝わらない状況も懸念される。そのため、景気は今と変わらないか、やや悪くなる。
スーパー（店長）	・ボーナス商戦と夏場の気温次第で際物の販売は化ける可能性はあるが、全体的に見ても節約ムードは払しょくされておらず、当分の間は厳しい。
スーパー（総務担当）	・これから夏を迎えるにあたって電力需要が間に合うのかという不安感と節約を客は考えている。また、行楽などに使う物が今売れていない状況のなかで、客の動きは非常に停滞したままである。
スーパー（仕入担当）	・電力需要により状況が変わるため、販売側としても非常に予測が立てにくい。夏物商材は前年並みとはいかないまでも、一定の伸びで動く。
コンビニ（経営者）	・回復基調は衰えておらず、売上也多少の伸びが期待される。しかし、盛夏の電力供給事情の変化によっては、不透明な要素も消えていない。
コンビニ（経営者）	・東日本大震災の影響はまだ続く。また、このように梅雨でありながら天気が良く大変暑かったりすると、節電と、節電することで水物が欲しくなったり、アイスを食べたり、顔が見たつのでフェイシャルペーパーを使う等の需要が相当見込まれる。だからといって節電や世の中の原子力発電所に対する不安等はまだまだ消えないため、今後の少し心配である。
衣料品専門店（経営者）	・売上は天候次第になると思うが、世の中は節電によるエコ商品中心の消費に変化してきているため、洋服に関しては値引き販売による販売量の確保が難しく、回復にはまだしばらく時間がかかる。
衣料品専門店（経営者）	・2～3か月先は秋冬に向かっての準備期間であり、客も様子見の時期なのでなかなか売上に結び付かず、良くない。
衣料品専門店（店長）	・クールビズ需要の後に続くものがあるかどうか、少し不明である。
衣料品専門店（営業担当）	・東日本大震災の余波が大分収まり、景气的に上向きになっているが、まだ将来的に不安感が残る。
家電量販店（店員）	・液晶産業の低価格化に伴い、物価の基準が下がる。そのなかで、付加価値のあるプラス商材を得なければならない。
乗用車販売店（営業担当）	・世間的には自粛したら景気が落ちると言うが、本当に財産を持っている人が使うべき所で使っていないので、上がる気配すら感じられない。

その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・7月1日から夏期節電対策により電気の使用制限が実施され、前年の15%削減が義務付けられるため、館内照明の一部消灯、LED化、エスカレーター、エレベーターの間引き運転等を実施し、客には迷惑や不便を掛けることになる。また、8月の空調温度も前年より2度引き上げる予定であるが、快適さがサービスであり、苦慮している。そのような状況下、先行き不透明ではあるが、東北支援、経済復興のムードは始めている。
その他小売 [ゲーム] (開発戦略担当)	・6月のショーでは特にサプライズがなく、新ハードの調子も振るわないことから、市場全体としては低調が続く。
高級レストラン (店長)	・徐々に和らぎつつある東日本大震災の影響がどこまで戻るか、不透明感が強い。今夏の節電の影響も心配である。
一般レストラン (経営者)	・東日本大震災後は良くなったと思うが、これから3か月後に関しては変わらない。
一般レストラン (経営者)	・節約、節電等は定着しつつあるので、夏場もこのままで推移する。
一般レストラン (経営者)	・このまま売上が前年比で100%を超えてくれればと思っている。
スナック (経営者)	・7、8月にかけて暑さもあると思うが、その他の理由でもやはり足が途絶える。少し良くなって欲しいが、それは期待できない。
都市型ホテル (スタッフ)	・放射線問題がどう収束するかが大きく影響する。
都市型ホテル (スタッフ)	・東日本大震災の影響は徐々になくなって通常に戻りつつあるが、全体的に結婚披露宴の予約数は思ったほど伸びていない。先の分も、まだまだ予算に足りていない状況である。
旅行代理店 (従業員)	・団体旅行の問い合わせや東北方面への復興支援ツアーの造成等でてこ入れはしているものの、成約件数は以前と変わらず、期待が持てない。
タクシー運転手	・生活や経済の動向に先行き不透明感があり、現状の生活を維持する傾向がある。消費に向かわせる明るい題材が少ない。
タクシー (団体役員)	・現状から考えると契約企業や一般利用客も交通費等の節約傾向は今後も続くと思うため、タクシー業界はまだまだ厳しい。
通信会社 (経営者)	・アナログ放送が終了し、地上デジタル放送化によりテレビへの意識が一旦薄れるが、一方ではデジタルをアナログに変換し放送するデジアナ需要がケーブルテレビへの需要を当面支えていく。
通信会社 (支店長)	・スマートフォンへの機種変更需要や、それに付随するアクセサリー等の販売によって、何とか収益を確保できる。
通信会社 (営業担当)	・顧客は収入減少により消費を控えているため、解約件数とサービスプランの低価格化が増加していく。
ゴルフ練習場 (従業員)	・これから夏に向かい、ゴルフ練習場としてはやや来場者数が落ちてくる時期である。また、節電営業のためエアコン等も抑えているので、そのあたりの影響が若干出て、景気は変わらない。
ゴルフ場 (支配人)	・来場数に対しての予約状況が、多くを望めない。
パチンコ店 (経営者)	・7～9月と節電に協力するため月に3回、全店で休むことになっている。また、店内のエアコン等の設定温度を高めにしており、その他いろいろなことを勘案し、今の状態からあまり変わらない。
競馬場 (職員)	・例年、旧盆の時期まで来場者数、売上は微増の傾向であるが、今年は増えずに低いレベルで推移していきそうである。
その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・東日本大震災以降、高まっていた近場レジャー利用の流れが震災以前と同様に戻ってきており、さらに節電の影響で館内の暑さを気にする客が多いことから、目的客以外の来店状況の回復が見込めない。
その他レジャー施設 (経営企画担当)	・前年比での夏季催事の減少による悪化懸念の反面、近場レジャー需要の高まりによっては好転の可能性もあるため、変わらない。
美容室 (経営者)	・当地域はこれから祭り等、いろいろな行事が夏に向けてあるので、やや良くなっていく。
その他サービス [学習塾] (経営者)	・退塾者はいないが新しく入ってくる生徒もいないので、これから夏期講習でどうなるかである。夏期講習の入り次第で景気が上向きか下向きかも分かってくる。
その他サービス [福祉輸送] (経営者)	・長引く東日本大震災の復興で特需を若干受けるような良い部分があるが、逆に福島のように旅行全体の冷え込みがまだ増えていくため、今の状況が大きく変わるとは見えない。

	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・しばらくは現状のまま推移し、今後の社会変化を見据えて消費行動が小まめに化する。一時の悲観感は見られず、より購買意欲、購買単価の上昇も期待ができる。
	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	・自粛傾向は緩やかになるが景気回復には至らず、厳しい状況は続く。
	設計事務所（所長）	・設計コストは本来上がるべき仕事量のところ、下がる傾向にある。何がどう上向くのか見当も付かず、当分の間このまま様子見が続く。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅展示場や各種イベントでの集客状況に大きな変化は見られない。真夏の暑さと節電の状況により影響が出なければ、前年並みである。
やや悪くなる	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・慶弔カタログや通販カタログの売上は前年並みということだが、お茶に関しては売上が30%から減少している。
	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・東日本大震災後、新茶購入に対する不安、懸念が進むなか、オフィスなどの節電対策により、自動販売機や自動給茶機の使用停止等が出てきている。給茶機等はタイマー設定などで節電対策もできるが、まだ節電による売上低迷要素が膨らんでいき、景気が回復するにはますます長い時間が掛かる。
	百貨店（広報担当）	・東日本大震災の復興、景気回復などに向け産業界は一丸となり、消費者も購買行動の活性化のきっかけを待っているが、政治が全く安定せず、今後の方向性や先行きが全く見えてこない。この状況が打破されない限りは、安定した景気回復の兆候は見えてこない。
	百貨店（営業担当）	・生産地の被災や電力不足など企業へのマイナス与件は拡大し、回復のスピードも上がらず、消費、生産ともに行先不透明で、個人の消費環境は楽観視できない。
	スーパー（仕入担当）	・福島第一原子力発電所の事故は収束不明のまま節電、節約ムードは続き、景気が回復していく材料は見当たらない。
	コンビニ（経営者）	・東日本大震災も落ち着き天気は良いのだが、やはり客の財布は厳しく、単価、客数ともにマイナスである。
	コンビニ（経営者）	・東日本大震災からの復興にまだ時間が掛かりそうなことと、原子力発電所の問題がかなり尾を引きそういため、やや悪くなる。
	コンビニ（商品開発担当）	・前年は猛暑による特需があった。今年は東北地区を中心に復興特需が期待できるが、中心である関東地区の売上が伸び悩んでおり、電力問題等の影響を考えるとトータルではやや落ち込む。
	衣料品専門店（経営者）	・当地域では祭りは何とかやることになっているが、花火あるいは盆踊りが自粛気味であり、それらの関連商売などは先行きあまり良くない。客も必要な物以外は衝動買いをしない傾向にあるので、やや悪くなる。
	家電量販店（経営者）	・レコーダーや省エネ対策家電は引き続き好調を維持するが、テレビは8月以降は厳しくなる。
	乗用車販売店（店長）	・7月から木、金曜を休みとし、土、日曜に工場を稼働するが、ディーラーにとっては登録台数を左右され非常に痛手であり、月末の登録に結び付かない。また、車両鋼板の1.3万円値上げ等、今はいろいろと環境を取りまく状況が良くない。
	住関連専門店（統括）	・景気が良くなる、もしくは現状を維持するには、3、4か月ではなく半年、1年のスパンで見なければ、まだまだはかれない。
	一般レストラン（経営者）	・東日本大震災直後ほどではないが、やはり皆生活防衛に走っている。福島第一原子力発電所の事故の収束が見えてこない間は、まだ少し消費を控える感じがしている。
	都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼見込み客が減っている分、婚礼受注も減っている。売上も前年より20%減で推移しそうである。
	タクシー運転手	・やはり客は非常に多くの不安を抱えており、この先も収まらずにこのままずっと継続する。
	通信会社（企画担当）	・アナログ放送終了の影響が読み切れない。
通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送完全移行後は駆け込み需要の反動もあり、加入数は伸びない。	
通信会社（営業担当）	・7月24日以降については地上デジタル放送対策特需も終わり、契約数は減少する見込みである。	
通信会社（総務担当）	・復興の財源確保のためとして増税が議論されているなか、生活防衛のため、ますます財布の口が固くなる。	
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・現在の入塾希望者数が前年より10%程度下回っているため、やや悪くなる。	

	設計事務所（所長）	・業者が多いのに仕事量が激減している。官庁からの発注は大手志向で、中小は仕事に有り付けない。
	住宅販売会社（従業員）	・今月の景気は一過性で4、5月の客のずれ込みにより景気はやや良かったが、このままの景気が持続するとは思えない。住宅版エコポイント制度の終了により、今決めなくてもいいかという様子見の客も増え、景気はやや悪くなる。
	住宅販売会社（従業員）	・原子力発電所の問題が収束しないと、分譲物件の販売量は間違いなく低下する。
	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・現状、福島第一原子力発電所が落ち着かない状況で、復興にはまだ時間が掛かり、いろいろな需要が出てきにくいため、やや悪くなる。
悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・静岡茶はすべて規制値以下と公表され、県の茶業農産課は健康への影響を心配するレベルではなく全く問題ないと話をした。しかし、テレビや新聞で報道され、風評被害もあり、茶小売店の売上が激減している。
	一般小売店〔家具〕（経営者）	・今後の景気の見通しはどこを見ても良くなるような要素が1つもないので、このまま悪くなる一方である。
	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・競合店が毎年増え続けているので、前年を上回ることは不可能である。
	衣料品専門店（経営者）	・明るいニュースが無く、客の財布のひもは固い。このまま前年並みの猛暑であれば、節電等の話題で衣料品を購入しようという雰囲気ではなく、全体的な節約モードが懸念される。
	衣料品専門店（店長）	・東日本大震災の復旧が進まず、電力不安が全国的になり、生産拠点が海外にシフトしてきている。また、計画停電復活の兆しがあることから、節約モードになっている。良いのは省エネルギーに結び付く機能性の繊維製品だけで、他には目ぼしい動きが見込めない。
	衣料品専門店（営業担当）	・東日本大震災後、主婦、ミセス以上の客の旅行がかなり減っているようである。旅行に行く際に新しい洋服を買うのが通常の流れだが、旅行に行かないので前年の物を着るといった光景も見られる。今年の夏は6月末の段階で30度超えなど温暖化が進み過ぎている状況で、このまま暑さがひどくなると人出がさらに少なくなってしまうという不安もある。
	家電量販店（統括）	・前年のテレビ需要を上回る要素は見当たらない。スマートフォン、太陽光等の需要は高まるが、テレビの特需を上回るだけのパワーが見受けられない。
	ゴルフ場（従業員）	・もちろん最大限の努力はするが、福島第一原子力発電所に対する不安、今後の安定した電気の供給への不安、夏の猛暑、計画停電等、まだまだ景気は悪化してしまう。
	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・今は気温が高くなってきたせいか夏物の買物客が増えているが、これからはいろいろな物価が上がりそうであり、消費を控えそうなため、悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）
企業動向関連	良くなる	—
	やや良くなる	—
	食料品製造業（経営者）	・東日本大震災後の状況から徐々に立ち直りつつあることは感じているので、多少良くなる。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・定期受注予定の発注が見込めるため、やや良くなる。
	出版・印刷・同関連産業（所長）	・販促経費を軒並み圧縮している傾向はまだ見受けられるが、クライアント側も何か販促活動を行わないといけないと考え始めている。この流れで少し上向きに推移すると期待している。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の穴埋めで少し忙しくなると言われていたが、今月は15日過ぎまで全然忙しくならなかった。しかし、月末に掛けては途切れなく動き出してきている。また、今年一杯くらいは少し上向きになって穴を埋めないといけないため、少し忙しくなる。
	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・電力の問題があり、それが障壁となると悪くなる危険性もあるが、今年は夏の暑さが厳しそうなので、猛暑特需が発生する。
	建設業（営業担当）	・震災への関心が高まっているなかで、地震の対策を考えている顧客が増えている。施主からの案件は、耐震補強や新築においても構造的に強固なものを選択している。これまでコスト重視であった顧客も安全を重視している。
輸送業（所長）	・注文自体が特段落ちたわけではなく、商品がないために受注量が落ちているため、回復すれば現在よりも出荷は増える。	

	金融業（支店長）	・電力関係の不安もあるが、一般的に3～5月に比べれば上がっていく。ただし、大幅な増加は電力関係のこともあり有り得ないと思うため、若干の上昇である。
	金融業（支店長）	・東日本大震災で急激な円高になり為替リスクを感じていた個人も、相場が80円台前半でやや安定するなか、円高水準を認識、外貨を購入する動きも出始めている。
	不動産業（総務担当）	・期待含みであるが、東日本大震災復興特需が見込まれる顧客もあることから、少しは景気の良い話が聞けそうな雰囲気になっている。
	広告代理店（経営者）	・広告は秋から繁忙期に入るため、今と比べてなら黙っていてもやや良いになるはずで、そうならなかったら危険レベルに入ってしまう。現状ではやや良いレベルに収まる見込みだが、今は景気の変動要因があまりに多いため予断を許さず、そうなった時に沈没しないための策を練り始めている。
	経営コンサルタント	・大手の生産回復と年度の売上、利益の確保のために、上期の落ち込みを下期で取り戻そうとする動きが感じられる。したがって一時的と予想されるが、台風のように下請に受注増加が来る。
	その他サービス業 [ディスプレイ]（経営者）	・決定するしないは別として、問い合わせが増えている傾向がある。
変わらない	食料品製造業（経営者）	・希望を持てる要素が少ない。
	繊維工業（従業員）	・繊維産業全般で見るとき、消費者動向に変化は見られない。原料難で生産力が落ちコストが上昇しているが、安価な衣料品が出回っている当業界では製品に転嫁できない。メーカーがコスト高を吸収せざるを得ない状況にある。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・役所などの入札等、予定達成率が50%を切っているような状態なので、落札しても赤字ではないかと不思議である。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・将来的に、東日本大震災後の原子力発電所の問題等が良い方向に向かっていくまでは、恐らく変わらない。当地は大きな祭りの中心地だが、何とか景気をとということで各協会ごとではやるようになったものの、今年は全体的な大きな祭りがないため、横ばいである。
	出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・東日本大震災の影響で、花火大会や祭礼などが中止になっている。毎年いくつかのイベント案内を受注するが、今年は難しい。
	化学工業（従業員）	・東日本大震災以降、関東、中部、関西方面での荷動きが悪く、品物が全く売れない。今後の動向が全く見えてこない。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・東日本大震災の復興にかかわるような品物は動き出しているが、それ以外の一般の物は基本的には良くなっていないため、3か月くらい先ではまだ本格的には動き出さない。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響で既存の住宅関連部品の発注が2～3割増加している。しかし新規の企画が全くないので、予断は許さない。
	金属製品製造業（経営者）	・新規開発関連の予算が先送りされている傾向にある。その部門の売上が激減しており、回復には時間が掛かる。
	金属製品製造業（経営者）	・国内は空洞化がより一層進んでいる。海外需要の恩恵を受けて何とか生産する物があるが、円高や国内でもものづくりをするには電気他エネルギー費、法人税、人件費等、高すぎる環境で、国内の製造業の将来は明るくない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・このままの状態していく。ただし、数の出ている物が11月にはアメリカに行ってしまうため、11月までは忙しいがその後は考えるのも嫌なくらい恐ろしい。
	電気機械器具製造業（経営者）	・全国区で展開している機械に対してメンテナンスを行っているが、最低ラインに上乗せして需要が出ている。この状況は当分続く。
	建設業（経理担当）	・電気エネルギーの制約でこの夏は経済の成長は望めそうにない。これに伴って設備投資も先延ばしになり、しばらくは建設への産業界からの注文はあまり期待できそうにない。
	通信業（広報担当）	・中小企業のIT投資環境に大きな変化は見られないため、変わらない。
	金融業（従業員）	・東日本大震災により一時企業活動が停滞したものの、業況は震災前にまで回復しつつある。製造業で在庫にやや品薄感が出るなど、震災による影響が懸念されるものの、先行きとしては横ばいもしくは緩やかな持ち直しが期待される。
	金融業（役員）	・原子力発電所の問題による節電対応や、それによる生産調整や農産物の放射線量の問題がやはり気になる。
	社会保険労務士	・良くなるという要因が見当たらない。
	経営コンサルタント	・電力不足の影響が懸念されるため、変わらない。

	税理士	・良くなりそうな明るい話題は何も無い。
	経営コンサルタント	・この先懸念されるのが、夏の節電対応である。大手企業各社では勤務シフト変更の計画が進行中であるが、中小の商業、サービス業系事業所では、この影響がどのように出てくるのか読み切れていない。業界団体の会合では、マイナス要素が現状に追加されるのではないかと不安意見が非常に多い。
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・景気回復への長期的な明るい兆しがなかなか見えてこない。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・お盆明けまで同じような状態が続く。
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・東日本大震災後3か月間の底はようやく抜けたように思うが、特に電気を使う動画などの広告は2～3か月で完全に復活するとは思わない。
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・東日本大震災後3か月が経過し、関東圏での影響はかなり少なくなっていると思うが、なぜか受注が伸びていかない。自然に回復するとは思えないため、2、3か月後もこのまま変わらない。
やや悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・東日本大震災後、仕事量が減っている。6月の受注残はあるが、客の計画の見通しができないため7、8月は悪くなる。
	その他製造業〔鞆〕（経営者）	・ハンドバックは装飾品関係であり、いわゆる必需品ではない。この社会不況とこれから暑さに向かっていくため、良い条件はなく、悪くなる。
	建設業（経営者）	・目先が全く見えない。節電を行うことで製造業でどれだけ影響があり、どのようになるかが問題である。
	輸送業（経営者）	・為替が円高に振れていること、及び輸出製品の放射線検査の実施等により、非常に生産活動が落ち込んでいる現状を見ると、まだ良くなる傾向にはない。
	輸送業（経営者）	・取扱量の改善が期待できず、荷主の合理化に向けての動きが強まり、更なる業務の縮小が推測される。
	金融業（支店長）	・東日本大震災の影響が当面続くため、復旧や生産の目途はかなり厳しくなっていき、将来的にはもう少し景気が悪くなる。自己破産、会社倒産が多くなってきているので、それらを鑑みると景気はやや悪くなる。
	不動産業（経営者）	・中古のアパートが決まらなくなり困っている。古い所で辛抱する人も増えたようであり、やや悪くなっていく。
	広告代理店（従業員）	・売上が減少することが確定しているため、やや悪くなる。昨年暮れより取引先が当社から納入していた商品を中国から入れているため、この売上がメインだった7～9月はやや悪くなる。
	広告代理店（従業員）	・秋以降に通常の生産になるようだが、それまでは宣伝等は自粛である。
	広告代理店（営業担当）	・東日本大震災の影響により下降傾向にある企業の広告宣伝費は、春の自粛ムードからは通常の状況に戻ってきたものの、競合間の少ない予算でのし烈なシェア争いが激化している。コスト面での争いが多く、中小広告代理店としてはなかなか争いに勝てない。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・リーマンショックの時もそうだったように、東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故の影響は時間をおいて建物のメンテナンス業界にやってくるので、年末に掛けてが不安である。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・節電ムードが一旦区切られる。
悪くなる	輸送業（総務担当）	・荷主は節電の関係で夏場は休日が平日になり、土日は稼働日となる。当社の人件費は休日出勤手当が増え、燃料もここに来て高値で推移し、売上減少のなか、経費だけが增加する状態である。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・節電による営業曜日の変更で、作業の中止や延期が増えてきている。
雇用 関連	良くなる	—
	やや良くなる	—
	求人情報誌製作会社（編集者）	・来期の採用計画は少し上向くのではないかと予想している。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・3か月を要したが、ようやく平時モードに戻りつつある。この流れがしばらくは続いていく。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故の影響で様々な業種で自粛や見直し、計画の延期などが続いていたが、3月以降の売上減をばん回すべく、この夏、秋に向けて動きが出始めているようである。

	求人情報誌製作会社 (営業担当)	・求人数が徐々に増えてきているので、やや良くなる。
	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・いつもお盆明けに注文予定の所が出ている。それを全部まとめるとやはり見込めるため、お盆明けの状況は多少良くなる。
	職業安定所 (所長)	・東日本大震災の復興需要や製造関係インフラ復旧に伴い、短いスパンでの景気はやや良くなるだろうが、電力需給ひっ迫、原発処理等の状況によっては予断を許さない。
	職業安定所 (職員)	・大手自動車工場のフル稼働生産が7月から始まる。それによって中小関連企業も2、3か月後あたりから徐々に受注も増え、景気は良くなっていく。
	民間職業紹介機関 (経営者)	・2、3か月かどうかは分からないが、年内には求人者の要望が急激に強くなっていくような感じがする。特に国内というより海外で活躍できる人という要望を強く受けている。
	民間職業紹介機関 (職員)	・今のところ懸念材料が見当たらず、復興需要も含め、上り調子になってきている。
	民間職業紹介機関 (職員)	・求人増加傾向は変わらないため、やや良くなる。
変わらない	人材派遣会社 (社員)	・今年の夏は異常気象というか非常に暑くなりそうなので電力事情が全く見えず、良くなるとは見えない。製造業では非常に心配しており、景気が良くなることはないのではないかと多くの人が言う人が多い。
	人材派遣会社 (支店長)	・東北の復興需要により雇用にも明るい兆しが出てきそうだが、政治次第で水を差す懸念もあり、先行きは不透明に感じる。
	人材派遣会社 (営業担当)	・節電と言いつつもそこまで大きな影響は出てきておらず、雇用が減っていくということはないと見えてくる。しかし、良い材料があるわけでもなく、このまま雇用が増えも減りもしない状況が続く。
	人材派遣会社 (営業担当)	・雇用期間の長期化、無期化なくして所得は増えず、すぐに回復に向かう気配は感じられない。
	職業安定所 (職員)	・人手不足の業種のIT、医療、福祉職の求人数は増加する可能性はあるが、経済動向の様子を見している中小企業も多い。
	職業安定所 (職員)	・企業の話では、東日本大震災に関係なく景気が回復しているという判断材料がなく、求人を出すゆとりが感じられないという意見を多く聞く。
	民間職業紹介機関 (経営者)	・求人者に結び付く、業績回復に至っていない会社が多い。
	学校〔専修学校〕 (就職担当)	・今後の新規採用活動開始企業見込数に変化はなく、依然、新卒採用については厳しい状況が継続する。
やや悪くなる	人材派遣会社 (支店長)	・地上デジタル放送関連で働いた人材が業務終了に伴い求職者となることを見込まれているため、やや悪くなる。
	人材派遣会社 (営業担当)	・7月以降、節電対策の影響もあり、派遣スタッフの稼働日数が削減される、もしくは時間短縮を行う企業も出てきており、それによって売上も減少する見込みがある。
	学校〔短期大学〕 (就職担当)	・今まではマスコミ、業者が大学の就職及び企業の採用に強く関わってきたが、このような状況が長く続くと商売にならないとさっと手を引き、今までやってきたことを続けなくなる。
悪くなる	求人情報誌製作会社 (広報担当)	・当業界が値崩れを起こすと、企業の採用予算がこれから大きく好転することは有り得ない。