

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（ - : 回答が存在しない、 : 主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	コンビニ（経営者）	・東日本大震災から少しは落ち着きを取り戻してきたようである。また、商品の供給も大分そろってきて、たばこを除けば、客の需要に対して何とかこたえることができるようになってきているので、先行きは良くなる。
		家電量販店（店長）	・省エネ性能の良い物を購入しようとする傾向が高いため、季節商材の省エネ付加価値品や地上デジタル放送対応テレビへの買換えが促進される。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の消費自粛にもそろそろ疲れ、夏には多少消費が戻るのではないかと期待している。不安材料は高速道路料金引下げの廃止、夏の電力不足である。
		商店街（代表者）	・子どもの遠足や学生の修学旅行も例年どおり実施されている。人が動くことにより景気が良くなる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・夏物商材に期待している。
		百貨店（営業担当）	・節電への生活工夫がなされ、消費が増える。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災による生産ダウンもやや改善していること、またこれから夏場に入って季節的にやや上昇局面と予想されることから、ある程度消費が増える。
		コンビニ（経営者）	・季節が変わり、気温が上昇し、レジャー等の活動が多くなるにつれて人の動きは良くなり、今よりはやや良くなる。
		衣料品専門店（店長）	・このところ余震や放射線も安定しつつあり、消費者の心理も消費に向かっているのではないかと感じている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（従業員）	・東日本大震災の復興が進めば、需要が回復する。
		観光型ホテル（営業担当）	・夏の節電のための避暑地への旅行や、大企業の休日分散化も観光事業にとっては好都合であり、消費活動が徐々に活発化する。
		旅行代理店（所長）	・夏休みを迎え、夏季の電力制限や放射線の影響により海辺への旅行が厳しいと想定されるため、山間地への避暑旅行の需要が増える。
		通信会社（販売担当）	・携帯電話の新商品発売時期が6～7月なので多少の販売増は見込めるが、どこまで伸ばせるかは疑問が残る。また、夏の計画停電がどのような状況になるか心配である。
		遊園地（職員）	・東日本大震災から約2か月半が経過し、レジャー、サービス業界は徐々に回復傾向にあるので、今後2～3か月先は今月より回復傾向に向かう。
ゴルフ場（業務担当）	・2～3か月後は現在よりは幾分コンペの引き合いもあり、来場者も徐々に回復するのではないかと見込んでいる。コンペの引き合い等で土日の取込みが徐々に前年比に近づいてきている状況である。ただし、単価については疑問が残る。		
ゴルフ場（支配人）	・相変わらず県外来場者は減少傾向だが、地元客のコンペが復活してきている。ただし、来場を促すために客単価はかなり低い状態である。		
美容室（経営者）	・これからボーナス時期や夏で暑くなるため、今まで来店できなかったカットを希望する客が少しずつ戻ってきており、夏までには来客数が増えてくる。		
設計事務所（所長）	・被災地の復興に向けて動き始めると、それらの波及効果が及んで来るのではないかと期待している。特に、建設関連業種の需要が大きいのではないかと見ている。		
設計事務所（所長）	・東日本大震災の復興機運が少なくとも今後2～3か月後には出てくるのではないかと期待している。		
変わらない	商店街（代表者）	・風評被害も少なくなり、次第に街も落ち着いてきて、商いも徐々に元に戻っていく。	
	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・当県では福島第一原子力発電所の事故による放射線の影響が少なくなってきたということと、風評による売行き不振も幾らか和らいできているので、現在は変わらないが先行き明るくなればと期待している。	
	一般小売店〔家電〕（経営者）	・アナログ放送の終了、省エネ家電等で売上増を期待したいところであるが、エコポイント制度によって地上デジタル放送絡みの商品購入はほぼ終了している。	
	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・工業団地内企業の生産量回復はまだ不確定であり、地元住民の消費意欲が上向き要素は見当たらず、明らかにその傾向もない。東日本大震災直後の落ち込みが激しかったのでほんの少し回復感はあったが、それも頭打ちかと思われる。	
	百貨店（営業担当）	・客の動向にやや動きがあるものの、夏場の電力事情が店舗運営等にどのような影響を与えるか不透明なため、変わらない。	

百貨店（営業担当）	・なかなか今後2～3か月の状況はつかめない。紳士フロアにおいては父の日等のイベントがあり、クールビズも含めて活発に動くような状況にしなければならないと感じている。
百貨店（販売促進担当）	・夏の節電に向け、クールビズ等の好調な商品群も見受けられるが、消費マインドの大幅な回復は見込めない。中元商戦が始まるが、東日本大震災の影響等により、マイナスとなることが予想される。
百貨店（販売促進担当）	・消費者の買い控えや節約疲れ、気温の上昇などもあり、夏物衣料の動きが活発になってきたものの、依然として福島第一原子力発電所問題が根底に横たわり、消費マインドの大きな改善は見込めないと思う反面、これ以上悪化するとも思えない。
スーパー（店長）	・競合店の状況次第ではあるが、このまま外部与件がなければ、好調な廉価商品を主体に売上は伸びていく。
スーパー（総務担当）	・地域の一次、二次産業の回復が見られないため、家計支出を抑える傾向は今後も続く。日用品、食品も儉約する傾向が続くと見込んでいる。
コンビニ（経営者）	・福島第一原子力発電所の問題が収まるまで良くならない。
コンビニ（店長）	・東日本大震災による影響がまだ若干残っているようだが、景気は以前に戻りつつある。良くなるというよりも戻ってくるというような感覚で、完全に戻るということはないものの、一応戻りつつある。
乗用車販売店（経営者）	・メーカーの生産量の回復の見通しがいまだにはっきりしないためである。
乗用車販売店（営業担当）	・客の様子ではボーナスはあまり当てにならないようなので、買い控えにますます拍車がかかる。
乗用車販売店（営業担当）	・計画的な販売が理想だが、ここ数年は予想も立てにくく、突発的な商談で何とか毎月しのいでいる。今後も同じ状況が続く。
乗用車販売店（販売担当）	・自動車の売行きは今と変わらない。車検や点検も入っているので、景気も変わらない。
乗用車販売店（販売担当）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故の風評被害で、周辺観光地に客が全然来ていない状態である。これから2～3か月先も恐らく客が減るので、そうなる当然、観光地のホテル、物産関係の客が多い当店でも販売台数は全く見込めない。とにかくひどい状態が続いているので、ここ2～3か月先も全く同じ状態で変わらない。
住関連専門店（統括）	・東日本大震災後の行政の対策が不明確な状況下で、節電対策やエコ関連商品等の動向は活発になると考えられるが、その他は不透明である。
住関連専門店（仕入担当）	・今後、復旧にかかわる商材の伸びは一段落すると思われるが、夏に向けての節電対策など、住関連商材への需要は形を変えて今後も期待ができる。ただ、限定的な商品に需要が殺到するため、商品確保が課題である。
一般レストラン（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故収束後の姿が見えない間は、回復基調にならない。夏祭りも縮小することが決定し、夜の来客は見込めない。
都市型ホテル（経営者）	・不安材料が多く、今後は期待薄である。
旅行代理店（副支店長）	・6月以降は受注が戻ってきているが、今後の福島第一原子力発電所の事故に伴う電力不足の影響が懸念される。その状況等により、これから大幅な値下げ競争や便乗値上げも出てくる。
通信会社（総務担当）	・東日本大震災により節電などの影響が今後どのような形で出てくるか。節電、節約傾向が高まると個人消費が低迷しそうである。
通信会社（局長）	・アナログ放送終了に向け、地上デジタル放送に未対策の世帯の活性化が見込まれるが、一時的かつ限定的である。夏場の大手電力会社管内における消費電力の抑制等、消費者の心理面に不安感が内在しているため、ボーナス期の消費活性化にも期待が薄い。
その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・夏季の節電対策で営業状況がまだ見えない部分があり、また、業種によっては休日の変更になるなど、予測ができないことが多いが、営業再開後の客の様子を見る限り、近場、屋内のアミューズメントの利用機会を増やす家族連れは増加する。
その他サービス[立体 駐車場](従業員)	・周辺のターミナル駅に新しく商業施設が開店したため、来客数自体は伸びると予想されるが、客の使うお金は変わらない。

	その他サービス [フィットネスクラ ブ] (マネージャー)	・夏場の電力確保ができて安定するが、福島第一原子力発電所の不安定さが変わらないため、プラスマイナスゼロである。原発の状況により、心理的に大きく変わってくるため、しばらく状況は変わらない。
やや悪くなる	百貨店 (総務担当)	・有名お菓子メーカーが1社展開できなくなり2か月経過したが、来店客や電話での問い合わせが毎日多い。取扱がなくなったことを伝えると、残念がっても他の商品を替わりに買ってもらえることは非常に少ない。食品及びギフト売上は全体で前年比50%と、いかにそのお菓子メーカーの売上依存度が高かったかということで、いろいろ対策は練っているが、他メーカーではその商品を確保できないので厳しい。
	百貨店 (営業担当)	・東日本大震災の影響がそろそろ出始めるころである。
	スーパー (経営者)	・依然として先行き不透明感がぬぐい去れないため、消費意欲は上がらない。
	スーパー (統括)	・野菜の安値は続いているものの、小麦粉や食用油等の原材料値上げと、夏の賞与も期待できないことから、買い控えが出てくる。
	スーパー (経営企画担当)	・小麦粉やパンの値上げがあることと、全般にメーカーも生産を抑えているので、特売条件が出にくくなってきている。
	衣料品専門店 (販売担当)	・東日本大震災と計画停電が終わったことは有難いことで、そういう精神的な不安要素はないが、福島第一原子力発電所の問題については、福島と当県が近いこと風評被害も相当あるという感じを受けている。衣料品は必需品でないジャンルのため、余計買い控えがあり、必要性がないという部分で敬遠されているため、今後も暗いイメージである。
	乗用車販売店 (従業員)	・福島第一原子力発電所の事故が依然として収束しない状況で、先の見通しが不透明な状態は続く。
	乗用車販売店 (管理担当)	・東日本大震災の影響により、自動車関連部品の供給が間に合わないようである。また、夏の節電対応等、消費者の節約傾向が進み、需要が低下している。企業においても残業削減や節電対応による生産調整など収益減少が見込まれることから、夏のボーナスは減少が予想されており、消費は後退しそうである。
	高級レストラン (店長)	・夏場に向けて電力不足や企業の業績悪化など不安要素が多く、多少の景気悪化は覚悟している。
	一般レストラン (経営者)	・売上は例年並みで推移するものの、物価高による利益減が予想される。
	観光型ホテル (スタッフ)	・東日本大震災の影響である。復興に向けて経済回復に期待していたが、ダメージが大き過ぎたため、復興が遅れている。
	都市型ホテル (支配人)	・福島第一原子力発電所の事故の影響で、ゴールデンウィークの観光客、行楽客は前年比30%減と、当県に来る客が激減している。これから夏を迎えるが、夏もまだ原発が収束していないと思われるので、観光客、海水浴客の来県は見込めない。
	都市型ホテル (スタッフ)	・やはり一般市場の動きが鈍く、節電対策やお金の使い道を少し節約するという動きが非常に多くなってきている。また、旅行といっても東北になかなか行けない状態にあるので、動きが鈍くなるのではないかと見ている。また、宿泊に関して大手企業の動きが鈍い状況にあるので、危惧している。
旅行代理店 (従業員)	・福島第一原子力発電所の事故の関係で地区的に影響が出ているので、やや悪くなる。	
通信会社 (経営者)	・東日本大震災の衝撃で消費者の購買意欲が薄れているところに、商品の生産が間に合わない状況にあるため、売上が増える要素が見当たらない。	
ゴルフ場 (副支配人)	・東日本大震災の影響の中で、福島第一原子力発電所の問題がやはりクローズアップされているが、線量等、今後どのような形で当県まで押し寄せるか、この町も放射線量が多少多くなっているという報道があるので、風評被害が心配である。	
その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・当店もいよいよ節電ということで、ゲーム機械などを中心に、客の少ない時間及び全国対戦ができない時間帯は機械の電源を落とすことをスタートした。当然のことながら、そこでフリーの客を拾えなくなるので、マイナス要因がしばらく続く。当店も客もある程度そのような節約が前面に出てくる傾向は今後も続く。	
住宅販売会社 (従業員)	・別荘需要の低迷に加え、当地区のブランド力が低下しており、観光施設が相次いで閉鎖する動きがある。	

	住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の影響が本格的に出てくる。現に断熱材やベニヤ板など建築資材の調達が困難になっている。関連の土地取引は顧客の反応が鈍く、購入時期を待っている状態になりつつある。これからも福島第一原子力発電所関連の問題が落ち着くまでは動きは鈍い。
悪くなる	一般小売店〔衣料〕（経営者）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所等の問題で観光客が全く来ない。これが何年続くかは分からず、恐らく10、20年というスパンかと思うので、悪い状態が続く。
	一般小売店〔青果〕（店長）	・放射線の風評もあるし、取引先で再開ができない所もあるので、そういうことが完全に片付いて東日本大震災の影響が終わらない限り、このままの状態が続く。
	コンビニ（店長）	・いろいろな状況から先行きはかなり厳しくなると思われるが、商圏内の比較的近距离に本部を同じくする同業店舗が開店に向けて建築中である。3か月後にはオープンしていると思われるので、先行き良くなるわけではない。
	一般レストラン（経営者）	・来客数が減少し、客単価も落ちているので、この数字が回復できる見込みはなかなかない。客の様子を見ていてもそう感じるので、やはり悪くなるほうが大きい。
	一般レストラン（経営者）	・特に夜の客数の減少と客単価の低下により、売上が悪化傾向にある。
	スナック（経営者）	・本当に良くなる要素が見付からない。先行きが不安で不安で仕方がない。
	タクシー（経営者）	・全体の動きが悪いのでこの先も悪い。
	通信会社（経営者）	・東日本大震災後の販売量低迷が現況の危機だが、その下支えとなる復興支援融資さえ、周囲の商業者には一切融資が行われていない。これでは復興や景気回復どころではない。
	テーマパーク（職員）	・依然として風評被害が続いている。ゴールデンウィークには行政や各報道機関も観光に対しての発言等があったが、以後はない。夏休みまでの期間も困窮しているが、夏休みもどうなるのか先が読めない。
	美容室（経営者）	・売上が平年並みの日もあるが、これからどうなるか社会情勢も不安で将来を展望できない。客の話では6月のボーナスは出ない所もあるようで、当店も残念ながら出せない状況である。
	設計事務所（経営者）	・これから夏に向けて電力不足や不安定な状況から、設備投資を先送りする企業は多い。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	-
	食料品製造業（営業統括）	・消費者の買い控えも徐々に緩和しつつあり、工場見学者数も次第に多くなっていく。
	金属製品製造業（経営者）	・現在、特装車両のミキサー車等は取引先の引き合いが通常の4割増となっているが、肝心のトラックメーカーからの車種が間に合わずに組めない状態である。したがって当社にも今は受注が来ていないが、2～3か月後には順調に受注が来ると見込んでいる。
	金属製品製造業（経営者）	・建築部品の仕事について、今までは出ると言われても出なかったが、本当にこれから沢山出てくるという話なので、忙しくなる。現在、他の仕事も沢山出てきているので、人を採用しながら対応している状態であり、先行きの見通しは明るい。
	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・現在受注分の納品、ライン工事を含めた装置の製作に8月まで掛かるため、やや良くなる。
	金融業（経営企画担当）	・外国人旅行者が多少は増加すると期待している。
	金融業（役員）	・徐々にではあるが経済活動が回復しつつあるので、先行きはやや良くなる。
	社会保険労務士	・夏に向けて各種イベントが行われるようになれば回復していく。
	経営コンサルタント	・生産活動復活の兆候が見えつつあるが、それもひとえにサプライチェーンの回復如何に掛かっている。また、風評被害の払しょく、消費マインドの高揚も欠かせない。
変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・PR等、種々手を打っているが予想が全く立たない。今のところ、更なる経費削減に努めている。
	一般機械器具製造業（経営者）	・電力事情が不透明なことから、自動車部品の受注数が全くつかめない状況で困っている。
	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の電話システム受注は東日本大震災被害のフォローで7～9月増産が計画されているが、部品入手状況が不鮮明である。
	電気機械器具製造業（経営者）	・現状では変わらないというところだが、もしかしたら復興需要で秋口から注文量が増えてくるかもしれないし、万が一在庫が増えるようなことがあると減産になるし、今は作りたくても部品がない物もあるので部品が回復次第、大量に作り始める可能性もある。少し先が読めない状況である。

		輸送業（営業担当）	・今後も夏場対策、省エネで扇風機、サーキュレーター、LED電球等の動きが良さそうである。また、計画停電等の備えでラジオ、クーラーボックス等の荷動きも良さそうである。業績的には伸びてくるが、価格的にはデフレは変わらず、運賃等の見直しも増え、利益が薄くなっている。
		金融業（調査担当） 新聞販売店〔広告〕 （総務担当）	・今後も不透明感が強く、しばらくは同様の状況が続く。 ・賞与の時期が近付き、前年を上回るとの報道もあるが、今年も出ない、さらに大幅にダウンなどの話も多く聞かれる。夏祭りやイベントについては例年どおり開催される努力がなされている。
		司法書士	・これから夏に向かうのでそう楽観はできない。変わりなければ良いのかという考え方でいる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・客の情報化投資意欲はあるが、価格的には厳しい状況が続く。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・先行きは以前より増して不透明で不安定な情勢が多く、全体の景気にプラスにならない。
		食料品製造業（製造担当）	・原料単価の値上げが始まっているが、現在の景気ではスーパーの商品単価を上げることは厳しい。東日本大震災の影響でフィルム単価の値上げが遅れていたが、6～7月ですべての資材の値上げが決まっており、原価そのものがとても厳しい状況となる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・商店街の個人店は次々と閉店していき、市の人口も減ってきている。仕事はどんどん減っていくばかりである。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・イベント等がなくなった影響で印刷物が激減している。そのため2～3か月先はやや悪くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連の戻りはまだまだ先であり、夏場の節電の影響で仕事の動きも確実に遅くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・部品入荷等が安定してくれば何とかなると思うが、今のところ厳しさは変わらない。仕事の予定は入っているものの、部品がないために止まっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・仕事量が少ないなか、価格競争が激しく、受注に結び付けることが難しくなっている。
		不動産業（経営者）	・マイナス要因が上回っているとの見方が浸透している。
		不動産業（管理担当）	・節電により光熱費は前年に比べ低くなることが予想されるが、大規模災害発生時の対応準備や改修予定があるため、経費が増える。
	悪くなる	化学工業（経営者）	・メインの商品の引き合いがない。東日本大震災の影響の大きい東北、関東なら理解できるが、関西、中国、四国地方も同様に悪い。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・大手主力自動車メーカーの操業が非常に落ち込んでいる。部品が一部入ってこないということでまだ底が見えず、非常に厳しい状況である。10月以降は生産も復活するという事なので、今は休業や給与カットで切り抜けている状況である。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・6月以降ジュエリーの消費者向け展示会の予定はあるが、いまだ集客が見込めず、中止になる可能性もある。
		不動産業（営業担当）	・ホテル部門では一般客の減少が考えられる。これから夏場は土日のレジャー客を取り込んでいこうという、それなりに希望が持てる時期であるが、今年については海、近くのレジャーが多い場所のため、地域においても客が戻ってくるとはあまり考えられていない。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・地震関係が安定すれば、東日本大震災前のように少しは良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・観光関係の取引先が多く、ゴルフ場などを含めると段々自粛ムードもとけて客が増えてきているということであるが、先々の見通しはまだ立たない環境にあり、儉約的な考え方をしている利用者も多いということなので、先行きは良くなるとは思えない。前年までは届かない感触だということである。
		人材派遣会社（管理担当）	・部品の調達等が軌道に乗り、生産数が上昇すると見込んでいるため、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・電機関係の製造等はほぼ横ばいかと思うが、自動車は下請としての部品製造で幾分ここきて出始めている部分がある。東日本大震災の影響での部品調達も難しいところがあるが、復興に力を注いでいるように見受けられるので、この辺に期待を寄せている。ガソリン価格も140円後半～のところ、この5月は130円台にまで落ち着きそうな気配なので、サービス業、営業等の行動範囲も広がっていく。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・東日本大震災の影響で、2～3か月先までは、特に製造業並びにサービス業の先行きが不透明である。

	職業安定所（職員）	・東日本大震災の復興に向けた需要増への期待と電力供給に関する不安予測が混じり合い、企業側の募集、採用への意欲は、しばらく変わらない。
	職業安定所（職員）	・休業の情報は耳にするが、新規求人、新規企業進出の情報はなく、明るい兆しは見えない。
	民間職業紹介機関（経営者）	・自動車産業の部品メーカーでは受注がゆっくりと戻りつつある企業も見られるが、全体として新卒採用者が戦力化していく時期でもあり、新たな採用に慎重な姿勢は崩していない。
	学校 [専門学校]（副校長）	・例年以上に企業が求める人材のレベルと競争倍率が高いように感じている。1つの企業から内定をもらうのが非常に難しい。多くの会社が中期計画をもとに慎重な人材募集を考えているようである。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響により、事業を休業し、雇用調整助成金を申請する事業者が増加している。
悪くなる		