

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	百貨店（営業担当）	・県に3軒あったデパートが2軒に集約されたことにより、市場が広がっているため、今後は非常に多くの客に来店してもらえるようになる。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災の後からほぼ100%の商品の供給が整ったことが一番だと思っている。また、思わぬ暑さのために飲料やアイスなどの動きが例年よりも早くスタートしている。更にきめ細やかな品ぞろえと販売量で数字は伸びていく。
		コンビニ（経営者）	・これから夏に向かい人の動きが活発になることや、災害に対する人の意識が変わりつつあるので良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・前年に続き猛暑が期待できることから、エアコン等の夏物商材に期待している。
		スーパー（店長）	・節電対策商品について、販売の仕方次第ではこれも特需となると感じている。いわゆる暑さ対策の商品については大きなビジネスチャンスとなる。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災直後は物がなく、水、あるいはカップラーメン等の食料品が行き渡らない状況が続いたが、ここきてたばこなど一部を除いて、9割方商品がそろってきている。そのようななか、この暑さの影響で、7～8月についてはクール商品がかなり売れるのではないかと状況で、扇風機といった節電商材の売行きも非常に良いので、この夏は非常に良くなると予測している。
		衣料品専門店（統括）	・東日本大震災の影響が今もまだ収まっていないようで、例年だと売上、客数も増える時期だが、各地のお祭り、イベントがなかなかはっきりしない、縮小方向にある、という流れが客の動きから見受けられる。これからは期待はできないものの、夏に向かっては祭りの行事に使うような消費が出てくる。
		乗用車販売店（経営者）	・メーカーの生産量回復に伴い、地元下請メーカーの生産量も戻ってくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・前年並みの販売は望めないが、東日本大震災後の自粛モードも緩和され、上期の決算期にあたるため、販売量の増加が期待できる。
		自動車備品販売店（経営者）	・今までよりはいろいろな災害の回復もしており、仕事も増えてきているので、多少上向きになるはずである。
		観光型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災からの復興に向け、建設業界の特需に引っ張られ、その他の業界も景気が回復してくることに期待している。
		通信会社（経営者）	・今後も行政中心だとは思いますが、多少は仕事量が増える。
		通信会社（販売担当）	・夏の節電対策により、エコ商品や節電グッズ等の販売が伸びそうなことと、節電対策で各企業が特別予算を取って対応しているため、少しは経済の活性化につながる。
		通信会社（営業担当）	・今年は梅雨時期から例年になく暑さが続いているため、暑さ対策としての消費は高まる。
		遊園地（職員）	・東日本大震災から約3か月半が経過したレジャー、サービス業界は、徐々に回復傾向にあり、今後2～3か月先には今月よりも回復傾向に向かうと考えられる。
		ゴルフ場（副支配人）	・毎年恒例であるが、7～9月に向けて来場客数がピークに達するのでやや良くなる。
		美容室（経営者）	・7月に向かって猛暑になりつつあるのでカットの客が増えてくる。ただし、停電になると客が途絶えるため、電力不足が気掛かりである。
その他サービス 〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	・夏場の電力不足並びに福島第一原子力発電所問題もある程度一段落し、復興への具体的な行動による人、物、金の流れが創出できる。		
住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災から3か月が過ぎて、当県においてはかなり動きが出てきている。需要に対する意識が高まっており、エコに対する関心も高まっているのでかなり客が動き出すのではないかと一方で、例えば屋根に關しての職人がいない、材料がないといった状況、世相の不安など悪くなるような要素も阻んでいる。企業も休日が多く、なかなか収入に反映されないのではないかと懸念もある。		
変わらない	商店街（代表者）	・夏休みに向かうが、前年並みの人出になれば上出来である。	
	商店街（代表者）	・福島第一原子力発電所の問題がどうなるのかという不安材料があり、自粛モードが強く、原子力発電所問題がどうなるのかで状況は変わってくる。	

商店街（代表者）	・景気の良し悪しについて、何も見えてこないので変わらない。
一般小売店〔精肉〕 （経営者）	・夏の行事も中止を考える地区が出てきている。暑さ対策に追われ、皆が動かず、家の中でテレビ鑑賞で過ごしている状態なので、当分期待は持てない。
一般小売店〔乳業〕 （経営者）	・現在の消費は、設備や建物の補修のために他地域から人口流入していることによる、東日本大震災後の特需がほとんどと思われる。自力の消費回復は、まだ未知数である。
一般小売店〔青果〕 （店長）	・数か月は現在の水準が変わらずに推移する。
百貨店（営業担当）	・消費マインドが回復しない。
百貨店（営業担当）	・電力事情による景気動向への影響が懸念される。
百貨店（営業担当）	・以前に比べたら消費意欲は上がりつつあると思うが、慎重な姿勢は相変わらずなので、そんなに急に良くなるということはない。
百貨店（販売促進担当）	・今後、昨年並みの猛暑となれば、計画停電ということも想定される。東日本大震災直後の計画停電により、来客数、売上共に大幅減となったこともあり、懸念材料である。
百貨店（販売促進担当）	・節電を背景としたクール関連商品が今のところ好調な動きだが、そう長続きはしない。節約志向も根強く、消費が改善する要因は見当たらない。
スーパー（経営企画担当）	・5月ごろより節約志向が増し、安くてもさしあたり必要でないものは買わなくなっているため、先行きも変わらない。
コンビニ（店長）	・たばこもまだまだ足りないが、一応以前のように戻ってきており、その他の品物も大分出そろってきたので、一般客の買物についてはようやく元に戻ってきている。ここから今後良くなる方向かという、現状のまま特別変化はなさそうである。
衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の問題、電力不足など、社会環境がマイナス要因に覆われ、解決のめどが見えない状況では、中高齢の客にとってしばらく晴れの場に立つことは難しい。
乗用車販売店（営業担当）	・少子高齢化時代で、ここにきて高齢の客より自動車の処分を数台依頼された。増える数より減る数が目立つことに寂しさと危機感を覚えている。
乗用車販売店（販売担当）	・当店は周辺観光地のホテルや物産店、商店街を相手にして商売をしている。修学旅行の学生はこのところ徐々に盛り返ってきてはいるので、そういう一部のホテルは良くなっているものの、福島第一原子力発電所の関係で一般客は激減しており、一般客が多いホテルや物産店の従業員、オーナーは徐々に車にお金を使わなくなってきた。そのため、今後2～3か月先でもそれほど良くなる要素は無く、現状と大して変わらない状態での推移となる。
住関連専門店（統括）	・暑さが続くなか、商品動向は季節商材を中心に好調のまま推移しそうであるが、先行きが不透明で、支出の拡大がどこまで続くのかが疑問である。
住関連専門店（仕入担当）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の問題により生活行動、消費行動が変化している。住関連品への購買意識は高いままの状態が今後も継続する。
一般レストラン（経営者）	・節電の影響がどう出るのか分からず、客が積極的に動かない。外出先としてレストランに来るのが分からない。
一般レストラン（経営者）	・大きな変化は特に見当たらないものの、節電等による影響が多少不安である。
観光型ホテル（営業担当）	・観光客は戻りつつあるものの、一律千円での高速道路料金制度が終了したことでマイカー客の入込みに大きく影響するのではないかと心配している。
都市型ホテル（経営者）	・自動車の期間工員の増員などがあるものの、相変わらず下請への対応は厳しく、宿泊、出張の経費削減はリーマンショック以降同様のものとなっている。
旅行代理店（経営者）	・福島第一原子力発電所の関係がまだ収まっていない。皆非常に不安がっているが、そろそろどこかに出掛けたいという様子も見受けられる。
旅行代理店（所長）	・ボーナスの使い道に関するアンケートで、国内旅行が1位になったようだが、節電のための休暇増など旅行需要を誘引する因子があるにもかかわらず、それを上回る福島第一原子力発電所の不安要素が、依然として払しょくできない。また、その見込みも見えない。
旅行代理店（副支店長）	・夏休み等の受注を期待しているが、個人客の動きが鈍い。秋口の予約も低迷している。

	旅行代理店（副支店長）	・問い合わせの案件自体は増えてきているが、やはりサービス業、余暇産業が動くのは衣食住が終わった後なので、先行きはなかなか読めない。
	通信会社（総務担当）	・個人消費がいまだに低迷している。省エネ対策も追い風となっている。
	通信会社（局長）	・7月24日のアナログ放送停波に伴う最終の駆け込み需要や、ボーナス期を迎え消費拡大は見込めるが、一過性のものと予測している。平年並み以上の気温となる確率が高いという予報は、電力不足対策としての節電や計画停電実施の可能性など、消費者の心理面に影を差す。
	テーマパーク（職員）	・節電や福島第一原子力発電所の問題、高速道路の上限千円の制度が終了したことなどから、今年の夏休みの繁忙期がどうなるか想定ができない。
	ゴルフ場（業務担当）	・8月の土日は前年よりも低価格で案内を出したところ、大きな反応があった。需要は結構回復しつつあるようである。ただし、2～3か月後に単価がどのあたりまで回復するかは現在のところ未知数である。安いプランが先に売れるという状況なので、売上が伸びるかどうかが、収益の改善には疑問が残るところである。
	競輪場（職員）	・他場の売上もそれほど変化が見られないので変わらない。
	その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・節電期間は休日の分散もあり、客の動向が予測できない。ただ、母体ショッピングセンターには映画館もあるので、当店と合わせて近場で低単価な遊びを選ぶ客が増える傾向はしばらく続く。
	その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・特に今月あたりからそうだが、省エネで客の仕事時間が少し夜や朝にシフトしているようで、関連して余暇の時間が早まったり遅くなったりと広がっている。この状態が果たしてどこまで続くのかは分からないが、夏場の間はある程度利用が見込める。
	その他サービス[立体 駐車場]（従業員）	・家電量販店のオープン記念の競争合戦も来月の中旬で一段落するため、その後の客数、売上は横ばいで推移する。
	設計事務所（経営者）	・復興、福島第一原子力発電所の収束と時間が掛かり、ここ数か月で建築物件が多くなるとは思えない。
	設計事務所（所長）	・東日本大震災からの復興がどのようになるか、その波及効果を期待したいが、被災地から遠方であるためにあまり期待することもできない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・今の様子ではまだまだ悪くなる。良くなる要素は何も見受けられない。
	スーパー（経営者）	・東日本大震災以降、ライフスタイルが変わりつつある。
	スーパー（統括）	・節電や防災、安心、安全などの視点から節約志向が強まってきており、不要不急品の購入を控える傾向は今後も続く。
	コンビニ（経営者）	・東日本大震災の影響で現在は売上が非常に良くなっているが、今後は商品の供給が需要に応じられるようになると思うので、2～3か月後は悪くなる。
	衣料品専門店（店長）	・秋物商材の立ち上がりの時期ではあるが、前年のように暑さが続くと思われるので、売上も厳しい。
	家電量販店（経営者）	・地上デジタル放送完全移行によるテレビ需要の減少が大きく見込まれる。
	家電量販店（店長）	・7月24日のアナログ電波の停波に伴い、地上デジタル放送対応のテレビ関連商品買換えは終了する。このため映像関連商品、特にテレビの売上は急速に鈍化する。継続して売れるとすれば、レコーダーの買換えが進んでいない世帯へ普及需要である。
	その他専門店[ガソリンスタンド]（従業員）	・電力不足が水を差す形となる。
	高級レストラン（店長）	・夏場の電力不足や景気低迷による夏祭りの縮小など、良くなる要素が何もない。
	都市型ホテル（支配人）	・会食、宴会の予約が減少している。また、夏の行楽客、海水浴客の減少も見込まれる。
	旅行代理店（従業員）	・福島第一原子力発電所の問題で思うように客が伸びて来ない。
	タクシー（経営者）	・3か月前よりは少しずつ落ち込み幅が縮まってきたが、まだこの先も悪い。
	設計事務所（所長）	・結局、再生、復興、そして将来への希望が見えない限り、建築意欲が喚起されることはない。
	住宅販売会社（従業員）	・周辺の観光地では、撤退、廃業する業者が散見されるなど、先行きの見通しは厳しい。

		住宅販売会社（経営者）	・日本全体が不景気感をめぐえないまま、東日本大震災後の影響が表面化してくる時期である。各業界も電気供給が不安定で、全体的に不安定な状況を作り出している福島第一原子力発電所の事故が収束しない限り、悪い状況は改善されない。	
		住宅販売会社（経営者）	・世の中節約ムードで、回復する見込みがあまりない。	
悪くなる		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・東日本大震災後の影響がやはり出ており、なかなか急には回復しない。2～3年は掛かる。ただ、韓国関連の観光客が来るような話を聞いているので、期待している。	
		コンビニ（店長）	・7月下旬に同じチェーンの加盟店が大変近距離にオープンするため、かなり影響を受ける。	
		衣料品専門店（販売担当）	・現在も相当に悪いから変わらないというほうが適切なのかもしれないが、残念ながら今以上に明るい兆しが見えない。来客数の動き、客の様子を見ても、どうも購買意欲がないというか、それどころではないという感じである。生活必需品に関しては身の回りの物ということでそれなりに動きはあるだろうが、婦人服となると二の次、三の次、最後のところに来ているような感じであり、なかなか当店の商売としては立ち行かない。	
		乗用車販売店（販売担当）	・車の販売だけでなく、車検、その他の整備、点検が入ってくる要素が全くない。周りが本当に沈んでおり、やる気が起きず、失業者も多い。良くなる要素は何もない。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車業界では東日本大震災の影響による上期のマイナス分を下期の増産でカバーしようとの動きが本格化し、仕事は確実に忙しくなる。	
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・前年並みの受注量になってきたが、15%の節電の下で果たして生産がうまくいくのか、非常に難しい局面に入っている。	
	やや良くなる	金属製品製造業（経営者）	・住宅用の換気扇部品は毎月決まった数量が出るようになり、他の仕事も安定して出る予定になっているので、やや良くなる。価格は以前と同じなので期待できないが、これから少しずつ良くなるのではないかと見ている。	
企業動向関連	やや良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・国の関係から装置が認められてきている。また、行政関係でも発火性危険物を分ける動きが見えてきているので、先行きはやや良くなる。	
		金融業（経営企画担当）	・政府の震災復興策の効果が現れてくると期待している。	
		金融業（役員）	・雇用が著しく回復している。	
		金融業（調査担当）	・業種や企業規模によりばらつきはあるものの、改善の動きが続く。	
		広告代理店（営業担当）	・広告を検討する話が出始めてきている。	
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・金融機関の話では、住宅需要が高まってきているということで、チラシ出稿も目にするようになってきている。また、家電はじめ量販店の広告、宣伝の動きが活発化しており、節電で夏物商材の動きを見込んでいると聞いている。	
		社会保険労務士	・まだ閉鎖中の施設など多少あるが、人や物の動きが回復してきているので、先行きは良くなる。	
		経営コンサルタント	・消費マインドの盛り返し如何に掛かっており、東日本大震災からの復興の政策次第とも言える。	
		変わらない	食料品製造業（営業統括）	・ここに来て急激に暑い日が続いており、他の酒類への移行が考えられる。また、土日の高速道路料金が元に戻ってしまったため、工場見学者の減少は避けられない。
			窯業・土石製品製造業（経営者）	・体験工房などは、夏場が繁忙期となるので期待したい。
電気機械器具製造業（経営者）	・7～9月の増産により、逆に10月以降の生産計画予定が減るのではとの見方があるので変わらない。			
電気機械器具製造業（経営者）	・現状では変わらないが、電力需要、その他を考えると当社が扱っている自動車部品については海外展開をより強力にするという話が出てきているので、ここ2～3か月は大丈夫としてもその先はやや不安である。車が回復してくるので多少なりとも上向くが、他が落ち込むので全体としては大体同じくらいとなる。			
電気機械器具製造業（経営者）	・ある程度の生産は見込めているが、長期的な受注は全くない。			
電気機械器具製造業（営業担当）	・東日本大震災の影響で一時部品の調達が滞っていたが、一部を除いて通常に戻っている。現在は受注面では前年より上向きだが、これから先の見通しにはかなり不安がある。			

		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先10社のうち、非常に悪い会社と良い会社があるので、この2～3か月の売上はますますとなる。
		輸送業（営業担当）	・今後とも節電グッズや夏場対策商品として冷却マット、タオル、すのこ、シェードなどの商品が目立って動く状況だと思うが、先送りして物量が動いているので、夏以降の物量確保は難しい。
		不動産業（営業担当）	・製造など、企業の動きは徐々に通常に戻って良くなっていく可能性はあるが、節電や福島第一原子力発電所の問題が足かせになって思ったほど伸びないということもあるので、現況と変わらない状況が続く。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・今後も大幅な改善は見られない。当分様子見が続く。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・消費税の動向、電気料金の値上げ、食料の原材料価格の値上げがどう影響するか不透明である。
		食料品製造業（製造担当）	・資材価格が上がり始めている。現在進行形で原価は上がるが、店での納品単価、販売価格に転嫁できずにいるので、皆体力勝負になる。売れない時代に入ってきているので、ますます厳しくなる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・仕事量はあるが、利益がさっぱり出ない。回してののが大変である。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・通常でも7～8月は仕事が少ないが、客はやはり品物を作るということを控えているようで、印刷物が少なくなっている。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・こんな時期に宝飾品は売れないと催事を控えてきたが、消費者からイベント開催の要望を受け小売店もようやく行動を起こし始めている。しかしながら実質的にはまだ顧客が宝飾品を購入するには至っていない。また、例年夏は宝飾品販売が低調なうえ、小売店現場での節電は客の消費気力を奪っている。
		不動産業（経営者）	・何とか頑張っている所の多くも力尽き始めているように見受けられ、基幹産業や基盤となるべき産業が弱くなっている感が否めず、競争力や為替の動向を考えると先行きは望めない。労働者側の収入や待遇を考慮しても経済力が弱まっていく構成となっているのではないかと感じている。
		不動産業（管理担当）	・節電で空調に掛かる電気、ガス等の料金は多少減ることが予想されるが、断熱に掛かる投資をする必要が出てくるかもしれないため、追加費用発生への恐れがある。
	悪くなる	化学工業（経営者）	・例年夏場は悪くなるが、今年は7～9月とこれといった注文が入っていないので、8月は大幅に生産を落とすことになりそうである。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・地上デジタル放送対応のタイムリミットが7月ということもあるし、携帯関連の電子なども幾分上向き傾向と思われる。夏場の中元セールに向けての食品、衣料等については、動きが出てくると期待している。依然として求職者の状態がつかめないが、求人についてはそのようなところが目立ってきている。
		人材派遣会社（社員）	・いくつかの観光関係の物件の売上を見ると、前年に比べれば落ちているものの、徐々に戻ってきている最中である。これから2～3か月後、夏休みシーズンに向けての予約状況も随分改善してきている。観光関係以外の業務についてはこのまま推移していくのかもしれないが、少しは期待できるような気もしている。
		人材派遣会社（管理担当）	・夏になり、食品関連企業の短期派遣契約が増えるの見込んでいる。
		職業安定所（職員）	・今後は求人への微増が見込まれる。
	変わらない	求人情報誌製作会社（経営者）	・東日本大震災後、人件費を抑えている企業も多く、求人募集の意欲は減少している。
		職業安定所（職員）	・求職者数等は今後極端に減らず、数が月と同じくらいだと思うので、変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加傾向にあるが、例えば高卒求人の出足は非常に悪い。企業の感触からも先行き不透明ということで、良いのか悪いのか分からないという状況が続いているようである。
		職業安定所（職員）	・新規求人は、前年比では増加しているが、一昨年との比較ではまだ回復に至っていない業種が目立っている。企業側の採用意欲は依然低調な状況が続く。

	職業安定所（職員）	・新規求職者数も前月に比べて大分落ち着きを見せているが、中高年齢者数が増加しており、今後有効求職者として滞留していくことが予想される。
	民間職業紹介機関（経営者）	・自動車関連の部品工場は、ほぼ東日本大震災前に戻ってきた模様である。また、新規事業の実施に踏み切った企業で求人募集が始まったが、全体としては製造業の生産不安となる計画停電、实体经济と離れた消費税の話による消費の落ち込み、円高、政治の混迷等から先行き不安が消えず、投資等に慎重な企業が多い。
	学校〔専門学校〕（副校長）	・ここ数年厳しい求人状況が今年は更に厳しい。求人状況と企業の景気が実際に一致しているかどうかは疑問が残る。人事担当者から新人を採りたいという言葉は出てくるが、実際に求人は少数しかなく、やはり多くの企業が今後の景気状況を見ているのではないかと思われる。
	やや悪くなる	
	悪くなる	