

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	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・ 今月は地上デジタル放送対応の最後の月となって関連商品の売行きが伸びたことと、エアコン等の夏物商材の売行きが良く、また、太陽光発電等への客の関心もあり、それぞれ成約が少しずつ出てきているので伸びている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ 当店の強みでもあるたばこが1日30万円売れる日が出始めている。東日本大震災や値上げが全く関係ないといった感じであり、待ってましたばかりに皆吸っているようである。また、セールなどの相乗効果も出ている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ 梅雨明けが早まったため、夏物商材が割と売れ、良い結果につながっている。ただし、ここ1週間くらいは体感温度が下がっているため、若干陰りも出ている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・ 7月24日正午のアナログ放送終了に向けて、地上デジタル放送に対応したテレビや関連商品が品切れとなるほど売れた。ただし、25日からは一転してテレビ関連商品は影を潜めた状態となり、売上の柱はエアコンや冷蔵庫などにシフトせざるを得ない状況になっている。
		その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	お客様の様子	・ 客の勤務形態が変わり、余暇の時間帯にお金を使うようになってきている。また、皆残業が多く、お金を使いたいが時間がないという状況も見受けられる。
やや良く なっている		商店街（代表者）	販売量の動き	・ 東日本大震災以来、客の財布のひもの固さを感じてきたが、7月中ごろから販売品目がバラエティーに富んできている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・ 前年比では来客数に比べて売上が上回っており、必要かつこだわりのある高付加価値商品には消費意欲が戻ってきている。また、節電への対応から、土日操業に切替えた工場勤務者の動向も一つの要因と考えられる。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・ 3か月前と比較すると、当時は東日本大震災の特需があったので相対的には良くないが、2か月前と比較すると、暑い夏となったために季節商材の動きが良いので業績は良くなっている。前年比では103%の伸びである。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ 今月は猛暑の日が多いため、簡単なおにぎり、冷やし麺、ファーストフードの売行きが好調で、前年比150%となっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ 暑いために1人の客の買上点数が上がっており、客数も少し増えているので、販売量がやや良くなっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ 暑い日が続く、ソフトドリンクなどの冷たい物の販売量が増加している。また、総菜などの調理済み食品の販売量も伸びている。
		一般レストラン（経営者）	単価の動き	・ 例年この時期は天候に左右されるものの客単価の上がる時期だが、今年は特にうなぎ等、高単価メニューの注文が多い。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・ 前年同月比では及ばないものの、今年の4月ごろと比較すると来客数、売上共に明らかに回復傾向を感じる。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・ 東日本大震災以降、風評被害が非常に大きく、売上はがた落ちだったが、このところ大分客の動きが活発化してきている。景気は決して良いわけではないが、今まで我慢していた客が使っているようで、宴会部門などいろいろな面で多少活況が戻ってきている。
		旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・ 東日本大震災後、客は旅行をしたいという感じが出てきており、来客数、ツアー参加者数の増加が目立つようになってきている。また、夏休みの旅行等の参加が増えつつある。
		通信会社（販売担当）	販売量の動き	・ 3か月前は東日本大震災の影響を受けて自粛ムードの最中だったので3か月前に比べると良くなっているのは当然だが、なかでも携帯電話販売は、6月末から発売している夏モデルのスマートフォンが好調で、販売数が前年を上回る状況となっているため、良くなっている。

	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・3か月前と比べれば来場者数は良くなっている。
	遊園地(職員)	来客数の動き	・来客数の動きは回復傾向にある。レジャーへの出控 え傾向は継続しているが、前年実績並みに戻りつつあ る。
	ゴルフ場(支配 人)	来客数の動き	・料金体系を下げたため、来場者数は日々上がっている。 単価は落ちるものの、客はゴルフをしたい気分にな っていると考えられる。
	その他レジャー 施設[アミュー ズメント](職 員)	お客様の様子	・前月比では若干落ち気味のところはあるが、3か月 前との比較になるとやはり東日本大震災直後との比較 となるので若干上がっている。このところは節電の関 係で客の休日がばらけたこともあるのか、客がある程 度満遍無くどの時間帯も入りつつある傾向である。
	設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・3か月前には東日本大震災の影響で不安があり、様 子見の客も多かったが、少しずつ計画の決定も増えて きている。
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・東日本大震災から4か月たち、そろそろ客自体が落 ち着いてきたこともあり、若干動きが認められる。
変わらない	一般小売店[精 肉](経営者)	お客様の様子	・今月の七夕は東日本大震災を考慮してか飾り付けも やや控えめになっていたが、それでも人出はまあまあ であった。大型店が撤退した跡地への小型店の出店も 決まったので、活気が戻ってくればと思ってい るが、閉店するスーパーも出てきており、変わらずの状 態が続きそうである。
	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も徐々に緩和され、慣れの中で 回っている。地上デジタル放送移行も終了間際になると、 安価な物やチューナーでという消費者が多く、忙 しい割に売上が伸びてこない。
	百貨店(営業担 当)	販売量の動き	・盛夏物の動きがいまだ活発になってこない。
	百貨店(販売促 進担当)	販売量の動き	・クリアランスセールは、後半に入り失速してきてい る。特に、アパレル全般の動きが鈍くなっている。価 格を含め、客の消費行動は慎重で、セール品とはい え、定価品と同様の接客が必要である。
	スーパー(経営 者)	競争相手の様子	・製品の値上げ傾向が続くなかでも低価格志向は続い ている。
	スーパー(総務 担当)	お客様の様子	・気温上昇と節電の与件により冷房関連の商品が前倒 して売れたが、現状は落ち着いている。食品の放射能 汚染問題で、牛肉の販売量が大きく落ち込んでいる。
	スーパー(総務 担当)	販売量の動き	・7月の前半は気温が高かったこともあり、節電ム ードの中で扇風機などの家電製品関係がかなり良く売 れたが、後半は気温も不順になり、衣料品を中心に非常 に悪くなっている。おしなべて月の中では前半戦が良 く、後半戦が悪いというような状況である。
	スーパー(統 括)	販売量の動き	・節電対策は客に受け入れられ、売上への影響はない が、食品の放射能汚染問題から水産物、農産物の産地 志向が強く、消費に慎重さが見え、牛肉に至っては産 地を表示しても2割減となっている。衣料品は真夏日 が続く、クールダウン商品中心に好調に推移してい る。
	コンビニ(経営 者)	販売量の動き	・梅雨が前年より早く終わったことで、ドリンク、ア イスの売上が伸びている。
	コンビニ(店 長)	販売量の動き	・3か月前は東日本大震災の特需のようなものが若干 あったが、今月は季節的な売上の上昇はあるものの、 特別大きな影響があって売上が上下しているようなこ とはない。
	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・3か月前は東日本大震災の影響が大きかったので少 しは良くなっているが、それほど大きな回復にはなっ ていない。
	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・車検及び整備に関しては例年並みだが、車両販売、 特に新車に関してはまだ様子を見る傾向の客が多い。
	乗用車販売店 (販売担当)	単価の動き	・本当に安い車しか売れず、中古車でも高い車には客 が全く見向きもしない。車検も激安コースという一番 値段の掛からないものしか入らない。景気はほとんど 変わらない。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ここ2~3か月、来客数はそんなに変わらず、客単 価はやや低くなっている。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・夏休みに入っても客の増加が感じられない。春の観 光シーズンと同じ原因なのか、まだまだ不安なことが 多いのか、客数が伸びていない。	

	都市型ホテル（支配人）	競争相手の様子	・当ホテルは現在、東日本大震災の復興のためクローズしているが、他のホテルは復興災害のための客で割合潤っているようである。
	旅行代理店（経営者）	単価の動き	・今のところ前年と同じような状況で、やや上向きかもしれないが、特に変動はない。
	旅行代理店（所長）	お客様の様子	・夏のシーズンに入ったにもかかわらず、日本人観光客の増加が見込めない。また、外国人観光客の訪問数も引き続き厳しい。
	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・実際、東日本大震災直後と比べると状況は良いと思うが、震災直後はあまりにも悪すぎたので、景気が上向きかという決して上向きではない。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・7月に入り近隣の何軒かの自動車部品製造工場を受注が増え、深夜までの二交代勤務をスタートさせた。その一方、長引く東日本大震災の影響からか業務を縮小したところもあり、その分が前段の企業に回ってきたようである。
	通信会社（局長）	販売量の動き	・販売量は前月比で上向いているが、時期的に好調であった3か月前と比較すると変化が感じられない。
	競輪場（職員）	お客様の様子	・来場者数、購入単価ともそれほど変化が見られない。
	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	・母体ショッピングセンターの客数が伸び続けていることもあり、ファミリー客が低料金で遊べる施設である当店の客数も伸びている。ただ、夏季の企業稼働日変更の影響が、土日の客数が落ちてきている。
	美容室（経営者）	お客様の様子	・毎日固定客の施術ばかりで、その固定客も徐々に減少しており、新しい客の来店がない状況と店主から報告を受けている。
	設計事務所（所長）	来客数の動き	・東日本大震災後の物件も大分落ち着き、新規物件が多少出てきて今日は忙しい状況である。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・人の動きが悪く、物が売れない。近くの電気工業者に聞くと、このあたりには注文が全くないので、仙台に行って仕事を探すとということである。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・本来にはぎわう七夕祭りも、地元の特殊事情で出店自粛、祭りムードに水を掛けた形となっている。店側にも諦めの気分がある。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・前年は7月ごろまではある程度登山、水着の販売があったが、今年は本当に前年の半分くらいしか客は買わない。なぜこうなってしまったのか疑問になるくらい売れない。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・取扱化粧品メーカーを1社に絞り込んだことが予想以上に婦人服の客の来店減を招き、全体の来客数が減少している。また、当地は東日本大震災の被災地であり、福島第一原子力発電所から70～80km圏にも位置していることから、育牛や農業にも心理的重圧を受けている。
	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・7月になって間もなく梅雨が明け猛暑となったが、中旬にセールを始め、ダイレクトメール、電話作戦といろいろと戦術を練って展開しているものの、客が出てこない。月後半には梅雨に戻ったようなゲリラ豪雨に近い天気となり、また客が出てこなくなっている。前月も悪かったが、ますます悪くなってきているような状況で、とにかく客が店に来ない。
	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災の復興は進んでいるが、福島第一原子力発電所の放射線被害の長期化で、取り巻く業界全体に被害が広がり始めている。
	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・当店は周辺が観光地なので、風評被害で観光客が来てくれず、客である物産関係やホテル、飲食店の売上が7～8割減と極端に減少している状態ではどうしようもない。展示会をして客が来てくれても、これから3～5年先どうなるか分からないので、車も買えないシクレジットを組む勇気がないという状態である。
	自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・7月に入ってからいきなり来客数が減っている。まだ具体的な原因は分からないが、周りの飲食店や交通関係の仕事はいずれもそのタイミングで客足が減っているようである。
	高級レストラン（店長）	来客数の動き	・東日本大震災以降、客の動きが明らかに変化している。特に、平日はランチタイムに外食に出る人が激減しており、来客数は前年比で60%まで落ち込んでいる。夜もほとんど飲食せず自宅で過ごす人が多く、外食する場合も自宅の近くで済ませる傾向が強い。

	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・自動車業界の景気が良くなりつつあるようだが、下請、孫請への締め付けは相変わらず厳しく、宿泊などの経費は減るばかりで回復の兆候が見られない。
	タクシー（経営者）	お客様の様子	・自粛ムードがまだ残っており、電話注文も3月11日の東日本大震災以降、毎月平均20%くらい減少しており、前年同月比で15%の減少である。
	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・知り合いの事業所から何件か土地を売りたいという問い合わせがあった。中元回りで挨拶がてら様子を聞くと、どこもあまり好転する要因は見付からないと言っている。実際に現在利用中の土地では、果たして商品価値があるのか疑問である。
悪く なっている	一般小売店〔衣料〕（経営者）	販売量の動き	・台風の後には雨が多くなり、それ以前は多少来ていた客もなかなか来なくなってしまっている。学校が休みに入ったこともあり、悪くなっている。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・全然良くなっていかない。値段をいくら下げても駄目だし、売出しをしてもまるで効果が出ない。
	通信会社（経営者）	販売量の動き	・商業系の印刷物やWeb制作を中心に展開しているが、地域の商業からは一切受注できないのが現状である。矛先を工業に転換してもいるが、東日本大震災後の地方経済は想像を超えるほどひどい状況である。
	設計事務所（所長）	販売量の動き	・東日本大震災直後の3か月前も景気は悪かったが、現在は設計の依頼が全くなく、もっと悪くなっている。消費者は震災後の復興が遅々として進まないことに将来への不安を感じ、住宅の購買意欲もなくし、零細企業の設備投資も控えているのではないかと見ている。
企業 動向 関連	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・油圧、建設機械関連の仕事が底堅く、自動車関連の仕事が急速に戻ってきており、節電対応の中での生産に大変苦慮している。
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて主力取引先のメーカーからの受注は約50%増加している。前年比で見るとまだ15%程度の受注減という状況だが、東日本大震災後の4月との比較では良くなっている。
	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の環境装置が表彰され、地元の新聞で大きく掲載されたことでダイレクトメールの案内、展開に弾みがついている。
	金融業（役員）	取引先の様子	・取引先の様子として、自動車部品やコンクリートブロック製造業は東日本大震災前の受注量に回復し、求人状況も活発化している。また、家電量販店では7月に入って猛暑日が連続していることから、エアコンの販売台数が好調に推移している。
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	・今作っている試作品が仕事につながればと思って、一生懸命対応しているところである。
	金属製品製造業（経営者）	それ以外	・受注は順調だが電力の使用制限が生産に大きく響いている。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響から、やっと部品集約が元に戻りつつあると共に、震災の影響で取引先の電話システム受注が増加しており、仕事量が増えつつある。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・複数の取引先が回復してきており、競争相手も大分忙しくなってきたようである。
	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・ホテル、旅館は夏のトップシーズンに向け、売上が回復している。
	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	取引先の様子	・冷たい枕や肌掛け、冷たくなるタオル、小型サーキュレーターなど、繊維、雑貨ほか、節電、暑さ対策用品の売行きが良いようで、来月も期待できるという話を聞いている。チラシ出稿量は、前年の参議院選、地方選の分を除けばほぼ前年並みを維持している。
	社会保険労務士	取引先の様子	・他の分野の事業所はまだ厳しい状況が続いているところが多いが、製造業の工業関係の事業所は生産が戻ってきている。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災直後の落ち込みに比べれば少しはましになったという程度の回復であり、業績水準は良くて7～8割程度とまだまだ低い。食品関連、飲食業等や宿泊ほか観光関連業種の多くは、ここへきて食品の放射能汚染問題が伝えられたため再々の不況となっており、盛り返しているのは一部の建設業や関連業種くらいにすぎない。
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	・夏休みに入り、リゾートホテル体験工房は繁忙期となり、新体験メニューの需要が予想より増えているが、取引先の製品受注は相変わらず低迷している。

	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・製品の展示会など積極的に行っているが、厳しい状況に変わりはない。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・部品入荷が安定し、生産も安定してきて前年の水準に戻りつつある。
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が少し改善し、どこも少しずつ商品が動くようになってきている。ただし、前年売上にはまだ到達していない。夏の暑さとクールビズ志向はジュエリー販売につながらず苦戦している。また、地金やダイヤモンドの原材料価格の高騰で製品価格が上昇しているため、業者の仕入意欲は低く、委託販売の依頼が多い。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・今年は節電、エコ、地上デジタル放送対応への移行ということで、取引先の家電関係においては特にテレビ、扇風機、LEDなどが例年より早く動いていたが、現在は既に扇風機、地上デジタル放送対応のチューナー、液晶テレビ等は在庫切れとなり、動きが落ちている。また、雑貨等の清涼グッズ、タオルなども出だしは良かったが、現実物量がない部分も出てきて、前年並みの動きとなっている。
	通信業（経営者）	受注量や販売量の動き	・従来からの定期的な仕事までも減ってきている。
	不動産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・状況的には2～3か月前とそれほど変わらない。ホテルで見ると県南地域の稼働は伸びないが、県央から県北については東日本大震災の復興関係や周囲に損傷した建物も多かったことからその関係での宿泊が伸びており、それが継続しているが、一段落した時どうかというところである。
	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・テナントの入居状況は現状維持であるが、東日本大震災により被害があった所の補修だけではなく、今後同様の災害が起きたことを想定した準備工事などがあり、費用が掛かっている。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告出稿売上はそれほど変わらない。
	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・特段の変化は見られない。
やや悪くなっている	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災後、景気の良い企業は限定的で、多くは良くないと聞いている。また、原料の値上げも始まっている。
	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・スーパーは確実に利益の取れる商材に切替え、売るスタンスが変わりつつあるが、原価は抑えられ、原料単価を上げるに上げられない。原価に妥協しない当社の発注数は多い時の半分になる。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の広告代理店が倒産ということで、かなり厳しい状況が続いている。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災のバックアップ特需がなくなり、通常の受注に戻りつつある。自動車は回復してきたが、一般的に月を追うごとに受注、売上が落ちてきている。
	不動産業（経営者） 司法書士	取引先の様子 受注量や販売量の動き	・設備投資がほとんどできない様子が見受けられる。 ・周りの企業は孫請が多いが、今度の福島第一原子力発電所の問題でかなり落ち込む様相で、どうしたらいいのか分からないという状況である。
悪くなっている	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・この夏場の景気の状態は特にひどく、メイン商品がほとんど動かない。派生的な仕事で人が遊ばないようにしているが、売上利益には加味しても焼け石に水の状況が続いている。
	建設業（総務担当）	それ以外	・公共工事主体で土木、舗装工事行っている。7月末時点で受注額は前年比6%増となっているが、7月だけ見ると大幅減であり、公共工事の発注が遅れている。また、相変わらず最低価格による7～8社でのくじ引きのため、神頼みの状況が続いている。銀行借入ができずに月末資金に奔走している建設業者の話も聞いている。
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	・食料品の中元ギフト、家庭用の衣料雑貨の動きが若干あり、求人が活発になっている。また、電機関係では地上デジタル放送対応の影響で家電製品、テレビ、冷蔵庫、エアコンの伸びが以前から比べると目立ったように見受けられる。夏休みに入った関係で飲食店関係の募集も活発さを見せている。
	人材派遣会社 (経営者)	求職者数の動き	・1週間前から福島のがれき片付けの仕事が入り、少し良くなるかと考えている。
	人材派遣会社 (管理担当)	周辺企業の様子	・自動車関連の派遣依頼が増えている。
	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・求人数は少なく、目立つというほどではないものの、今まで出ていなかった分野からの求人が新規で出てくるようになってきている。
	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・東日本大震災や不景気による休業、企業の従業員の休業がほとんどなくなったためである。
変わらない	求人情報誌製作会社(経営者)	求人数の動き	・例年7月は小売業、サービス業の夏の商戦に向けて、多くの企業がパート、アルバイト募集を求人誌に掲載する時期であるが、今年は求人を控えている企業も多く、募集広告がかなり減少している。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・東日本大震災による資材不足等の影響が解消されてきたようで、建設業のうち主に総合工事業において、現場作業職を中心に求人が増加している。その他、製造業の一部や飲食サービス業においても求人の増加はあったものの、期限切れを更新する求人を主としたものであり、景気動向を反映したものではない。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・新規求職者は前年比で増加しているが、東日本大震災によるものでなく契約期間満了によるもので、相談件数、紹介件数共に活発な動きが見られない。
	民間職業紹介機関(経営者)	求人数の動き	・求人をけん引する製造業において、地域格差はあるものの、東日本大震災からの回復基調が円高により弱含みとなってきている。
やや悪くなっている	-	-	-
悪くなっている	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・節電、電力不足によって経済活動への影響が出ている。