

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）	販売量の動き	・売上が前年比106%、3か月前と比べても115%と好調である。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災による影響で安近短の傾向となっているのか、猛暑のためなのか、県外客が前年より更に多く来店している。地元料理やうなぎ料理等の需要により、来客数、客単価共に伸びている。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年、盆を中心に忙しさが集中するが、今年は夏休みの分散、長期化のためか、忙しさに山がなく平均している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・通常なら、東北方面に行く夏休みの夏季合宿や林間学校が当地に変更になり、ホテルや旅館などから注文が殺到している。これも特需の一つである。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・市街地でイベント等があり、そこへ集まる客の集客率が上がっている。また、街道にあるコンビニなので客数が増えている。どちらも夏休みの影響だと思われる。
		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でメーカーの生産も回復していなかったため、それと比べるとやや良くなっている。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、宿泊予約がしばらく伸び悩んでいた状況から、この夏の旅行控えを懸念していたが、7月中旬から夏休みの予約が増え始め、結果的に前年並みか多少良い状況になっている。
		通信会社（販売担当）	販売量の動き	・東日本大震災の悪い影響も一段落した感がある。携帯電話関連はスマートフォンの販売が依然好調である。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・前年に比べるとまだ厳しい状態であるが、東日本大震災後は来園者が大幅に減少していたことを考えれば良くなっている。
		遊園地（職員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響が残る3か月前に比べ、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ものの、前年実績並みに戻りつつある。
		その他サービス [立体駐車場] （従業員）	単価の動き	・来客数は依然横ばいであるが、単価の動きは前年比で約4%、3か月前と比べても3%ぐらい上昇している。
		その他サービス [フィットネス クラブ]（マネージャー）	お客様の様子	・客の残業時間が非常に多くなっている。
		住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・別荘の販売案件が増加している。
		住宅販売会社 （従業員）	お客様の様子	・当地域では、東日本大震災以降落ち着きを取り戻しており、少しずつではあるが客の積極的な動きがある。企業からも慎重ではあるものの動きが出てきており、福島や宮城から栃木や埼玉へ工場などの拠点を移動することも検討されている。
変わらない	商店街（代表者）	競争相手の様子	・大型店のテレビコマーシャルが始まり、早くもランドセル商戦がスタートしている。客が大型店から回ってきている。	
	一般小売店[精肉]（経営者）	お客様の様子	・各地で納涼祭が開催されたが、今年は雷雨があっただけである。また、暑さも格別であるが、節電ということもあり、出歩いたり買物をしたりすることが控えられている。	
	一般小売店[家電]（経営者）	お客様の様子	・地上デジタル放送への移行も収まり、商品の動きも緩やかである。秋冬商戦に向け仕掛けを講じても客の反応は鈍い。	
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・来客数が若干前年を下回っているが、売上は前年を上回っている。盆前の贈答品を中心とした好調さから食品は前年を大きく上回り、全体的な売上は好調であるものの、衣料品などの回復が見られず、食品以外は前年を下回っている。	

百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・基本的には通常と変わらない。群馬デスティネーションキャンペーンを開催中で、県外からの客数増、売上増を期待しているが、全く売上に寄与していない。9月いっぱいキャンペーンは終了する予定だが、地元小売業にとっての効果には疑問が残る結果となりそうである。
百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・晩夏、初秋物の子ども服やランドセルの早期受注品など一部好調な商品もあるが、ファッション全般は不調である。現状、初秋商材に目立った動きはない。
百貨店（店長）	来客数の動き	・天気や気温、店内のイベントやセールなどが、以前に比べ来店数や売上の動きに大きく影響している。
スーパー（経営者）	それ以外	・消費意欲が依然として低下している。
スーパー（統括）	来客数の動き	・節電対策で盆休みが例年よりも分散化したために、ピークは前年を割り込んだが、期間全体では客数増となっている。消費意欲に減退感を感じられないが、農産物、牛肉などの産地表示に対する意識が強まり、一品一品確認しながら買物をする客が増えている。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・3か月前に比べて若干客数は伸びているが、客単価が下がっている。売上は戻ってきているが購買力が落ちているため、特別大きな変化はない。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・決算月で婦人服バーゲンを開催したが、被災した東北地区の縫製工場の影響で各メーカー共に品薄状態が続いたこともあり、来客数が減少している。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・車検及び修理は順調に依頼がある。車両販売は東日本大震災以後、メーカーからの新車供給もほぼ正常化してきたものの、まだ様子をうかがう客が多い。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の被害等に関係する取引先は落ち着いてきているが、福島第一原子力発電所の状況が依然として不透明のため影響を受けている客もあり、厳しい状況で全体的に販売量が増えていない。
乗用車販売店（販売担当）	単価の動き	・今までは自動車1台に対していろいろな付帯を付けていたが、ここ最近、フロアマットやサイドバイザーなど最低限の物しか付けない客が増えている。車は欲しいが余分に出すお金がないので、余分な物は付けないという傾向にある。
乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・新聞折り込みのチラシ等でミニ展示会の告示をして、ここ2～3か月は来客数が極端に減りもしないが増えもしない。従来の客が半分義理で来ているような形なので販売につながらない。
自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・周辺の交通量や来客数、購買量、いずれもあまり良くない。
住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数は安定しているが、買上点数、単価が下落傾向にある。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客数も単価も変わらないため、売上が伸びない。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東北地方で予定されていたいろいろな大会が長野方面で開催されたため、飲食関係、宿泊関係共に伸びている。
旅行代理店（所長）	お客様の様子	・福島第一原子力発電所の問題が一向に改善しないため、夏季のピークにもかかわらず、盆の一時期以外は客の動きが思いのほか悪い。
旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で取消又は延期になっていた旅行が、秋の受注に回り始めている。夏休みの駆け込み需要は前年より悪い。
旅行代理店（副支店長）	販売量の動き	・販売量が増加してきている。
通信会社（経営者）	販売量の動き	・たとえ良いものが安くても、今どうしても必要な物でなければ買わないという意識が強まっている。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災後5か月を過ぎ、一時落ち込んだ仕事も元に戻りつつある。以前より仕事が増えている会社もあるが、これが本来の姿であると信用できないため、消費の増加には結び付かない。
ゴルフ場（支配人）	お客様の様子	・客に生産関連の会社が多いため、平日が休みで土日に出勤するという生産体制に入ったことから、全体の客単価が低下している。
ゴルフ場（副支配人）	来客数の動き	・来客数は全く変わっていない。今後はどのような状況になるか、不透明な部分がある。
競輪場（職員）	お客様の様子	・来場者数、購買単価共にほとんど変化が見られない。

	その他サービス 〔清掃〕（所 長）	それ以外	・食品の放射能汚染問題の報道は、食料品の購入にあまり良い影響を与えていない。
	設計事務所（経 営者）	お客様の様子	・新たな依頼が少なく、次の仕事までの間隔が長くなっている。
	設計事務所（所 長）	お客様の様子	・節電の影響で客の休日体制が変わったため、なかなか打ち合わせの日程が合わず、先に進めないのが現状である。
	設計事務所（所 長）	来客数の動き	・3か月前とほとんど変わらないが、仕事の内容はともかく、客から依頼や照会、相談などが来始めている。
	住宅販売会社 （経営者）	お客様の様子	・依然不動産の引き合いの問い合わせ等がなく、物件等がさっぱり動かない。
やや悪く なっている	商店街（代表 者）	販売量の動き	・8月に入っても売行きは全く良くならず、バーゲンの盛り上がりも期待外れに終わっている。
	商店街（代表 者）	来客数の動き	・昔は学校が夏休みでも、地域の盆行事でいろいろな競技大会や登山などが結構あったが、今はそういうものがほとんどなくなり、学校が休み中は客が大幅に減少し、厳しい状況である。
	一般小売店〔家 電〕（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送への移行が一段落し、盆過ぎの一時的な冷夏の影響で夏物の動きも止まっている。
	百貨店（営業担 当）	来客数の動き	・購入率が下がっている。
	百貨店（営業担 当）	来客数の動き	・ここところ暑い日が続いたり寒い日が続いたり非常に天候不順であり、大型催事があってもなかなかシャワー効果がない状況である。
	スーパー（総務 担当）	来客数の動き	・東日本大震災後の特需が終わり、7月の猛暑と節電効果で伸びた売上も落ち着いている。夏物商材は7月に売れた分、落ち込んでいる。
	スーパー（総務 担当）	販売量の動き	・天候や気温の影響で、衣料品や生活雑貨の動きが悪く、食品もそれほど良くないため、全体的に8月は悪くなっている。
	スーパー（経営 企画担当）	来客数の動き	・6月以降、客数、買上点数共に低迷している。期待した旧盆商戦も不振である。
	衣料品専門店 （経営者）	お客様の様子	・商店街の店の数が非常に減っていることもあり、客がなかなか出てこなくなっている。
	衣料品専門店 （店長）	来客数の動き	・暑い日が続いた時と涼しい日が続いた時の差が極端だったため、来客数が前年より約10%減少している。
	衣料品専門店 （販売担当）	お客様の様子	・来客数そのものの減少はもちろんだが、来店した客の様子を見ても買物しようという意識になっていない。先行きの安心感がないというのが根底にあり、金額的に安くても手を出さず、見て満足したり自分に言い聞かせたりというような雰囲気が続いている。8月は暇な上に、戻り梅雨など自然現象も影響し、どうも客に活力がない。
	住関連専門店 （仕入担当）	販売量の動き	・8月前半は順調であったが、企業の休日の関係で盆休みが分散し、盆期間の売上はあまり良くなかった。特に、ビーチ関連のレジャー用品の売上は前年を大きく下回っている。
	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・東日本大震災後、客の来店頻度が低くなり、回復しない。夏休み中なのに家族連れ客が増えない。
	スナック（経営 者）	来客数の動き	・落ち込み方が緩やかになってきているような気はするが、まだ落ち続けている。
	都市型ホテル （経営者）	来客数の動き	・自動車産業の下請、孫請への締め付けが厳しく、来客数の動きが悪くなっている。
	都市型ホテル （支配人）	お客様の様子	・今年の夏は海水浴客が前年比8割減ということで、海水浴などの行楽客激減が続いている。復興のための客が若干あるだけで本来の観光客、ビジネス客共に低調のまま推移している。
旅行代理店（従 業員）	お客様の様子	・個人消費は回復してきているが、団体客はまだ先が見えない。また、修学旅行などで旅費積立ができずに不参加になる生徒が多くなっている。	
タクシー（経営 者）	お客様の様子	・自粛ムードを引きずったまま不景気になっており、前年同月と比べて16%の減少である。	
通信会社（局 長）	販売量の動き	・販売に苦戦している。地上デジタル放送への切替えも終了し、客の動きも落ち着いてきている。	
通信会社（営業 担当）	来客数の動き	・アナログ放送終了の影響を受け、客の動きが鈍く、来客数が減少している。	

	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	・ 8月に入り、客数の前年比での伸びが7月までと比べ10ポイントほど鈍化している。盆休みが分散したために、例年の夏休みと比べて3世代のファミリー客の入店が少ない。	
	美容室 (経営者)	来客数の動き	・ 盆までは忙しく、盆過ぎからは雨の日が続いたため来客数が減少し、1週間のうち2～3日は客が入らない日がある。	
	美容室 (経営者)	来客数の動き	・ 暑くて客が6人しか来ない日もある。髪を切るより家でじっとしている方が良いと思うのか出足が悪く、売上に影響している。	
	設計事務所 (所長)	お客様の様子	・ 先行きへの不安から新規事業の計画を中止した客がいる。	
	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・ 地価はいまだに横ばい又は低下しており、底値感はあるものの、業者としては仕入れに不安が残る。地主が地価低迷により手放すことをちゅうちょしていることも多い。円高株安、政局不安と先行き不透明感があり、購入意欲についても判断が遅れる状態になってきている。	
悪くなっている	一般小売店 [衣料] (経営者)	販売量の動き	・ 当地域は観光地であるが、東日本大震災以降、福島第一原子力発電所の問題もあり、全く人が来ない状況が続いている。客が来ないと私たち小売業にお金が入らないため、営業ができない。	
	一般小売店 [青果] (店長)	販売量の動き	・ 東日本大震災以降、本当に必要な物以外は買わなくなっている。	
	家電量販店 (店長)	それ以外	・ 7月24日の地上デジタル放送移行に伴うテレビの買換え特需が終わり、テレビが大きく前年割れとなっている。また、猛暑が一段落し、エアコンなど季節商材の売上も一段落してしまっている。	
	高級レストラン (店長)	販売量の動き	・ 福島第一原子力発電所の事故の影響により、例年多く見受けられた関西からの観光客が激減している。売上も前年比で30%低下している。	
	スナック (経営者)	お客様の様子	・ 40年やっているがこの8月は最悪である。もう限界かもしれない。	
	スナック (経営者)	来客数の動き	・ 例年8月は暇な月ではあるが、今年は見事に売上が半減している。	
	通信会社 (経営者)	販売量の動き	・ いつまでも東日本大震災の影響とは言いたくないが、当県の中小企業や商店は、世の中が動かない状態で広報をしても経費ばかりがかさむと判断しており、一切受注につながらない。	
	企業動向関連	良くなっている	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き
輸送用機械器具製造業 (総務担当)			受注量や販売量の動き	・ 東日本大震災の影響が少しずつ薄れ、3か月前と比べ、主力自動車メーカーからの受注が増加し、9、10月に向けた在庫積み増しのためフル稼働状態である。ただ、節電の問題で非常に困っている。
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	・ リゾートホテルでの夏休みものづくり体験工房の来客者数が予想をはるかに上回っている。
		電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ 東日本大震災被害により部品受注が増加している。
		電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ 小口や試作品等、多岐にわたるが、安定した受注が入っている。周りの精密加工関係も多忙な様子である。
		金融業 (役員)	取引先の様子	・ 長く低迷していた不動産取引において、7、8月と連続して利回り物件への投資がみられ、やや景気の回復感がうかがえる。
		金融業 (経営企画担当)	取引先の様子	・ 当地域内の観光地はトップシーズンで客足が伸びている。また、東日本大震災後、客足が戻りつつある。
		金融業 (調査担当)	受注量や販売量の動き	・ 製造業の水準はまだ低いが、サプライチェーンの回復により受注は増加し始めている。
		新聞販売店 [広告] (総務担当)	それ以外	・ 地元一般広告やミニコミ誌の広告は前年比90%前後、チラシ出稿量は99.2%と横ばい状態である。新聞本紙の求人広告は増えている。
		社会保険労務士	取引先の様子	・ 東日本大震災直後より人の動きは良くなってきており、売上や受注も多少戻ってきている。

	経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災後の状況として少しは良くなっているが、業績は7～8割程度の回復で止まっている。自動車関連の下請企業の一部で受注が増えているところもあるが、食品関連や飲食業、宿泊業等の観光関連業種はまだまだであり、建設産業、下請製造業などは業績が2極化している。	
変わらない	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年比、前月比共に大きな変化が見られない。	
	食料品製造業（製造担当）	競争相手の様子	・同業者と比べても、当社はそれほど落ち込んでいない。	
	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・被災地に関係する製品が多少動いているが、明るい見通しに結び付かない。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・親会社10数社を見ても、受注量、販売量等があり、それなりの売上を確保できる仕事量がある。	
	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・フロンガス回収機の納期や工事は期末の影響を特に受けないため、特段変わりはない。	
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・今年の夏は節電ということで扇風機等の荷動きが5割増となっている。冬物家電へと移行するなか、同様に石油ストーブやこたつの動きも良い状態である。しかし、運賃単価の値上げは現状避けられており、物量に対しての利益が薄くなっている。	
	不動産業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・節電意識が浸透し、照明や空調に掛かる電気量や水道量が減少したために経費が削減できている。ただし、メンテナンスに掛ける経費を、頻度を減らすことなどで削減したいというオーナーからの要請もあり、受注額も減少している。	
	司法書士	受注量や販売量	・あまり良くない状況が続いている。	
	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（営業統括）	受注量や販売量の動き	・夏休みに入り工場の見学者数は増加しているが、急激な円高の影響で輸入ワインに押され、売上高は伸び悩んでいる。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が前年比で約2割減少している。	
	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・利用者の廃業の話が同業者間で度々出てくる。当業界の回復が非常に遅れている。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較すると、自動車関連は忙しくなりつつあるが、ほかの受注が伸び悩み、頭打ちという状態で売上が落ちている。この先どう動くか見えないので、非常に困っている。	
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月以来仕入調整でやりくりしてきた問屋筋も少しずつ仕入をするようになってきている。しかし3月比で25～30%近い金地金の高騰、ダイヤの値上がりで新作物の価格が合わず、本格的な仕入は行われていない。	
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	人材派遣会社（管理担当）	周辺企業の様子	・先月末から自動車関連の派遣の仕事が急増している。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・7、8月は思ったより伸びなかった。8月前半は盆休みなどもあり製造工場等の稼働が非常に悪かったが、後半は電子関連、自動車部品関係での募集が出て持ち直してきている。介護関係の職員、サービス業、食品関係等は依然活発な動きが見られる。
		求人情報誌制作会社（経営者）	求人数の動き	・今月は掲載企業の募集が多少多く掲載されたが、福祉、サービス、夏季商戦の商業店舗のパートやアルバイト募集が多く、工業、建設などの募集はほとんどない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・事業所からの情報等によると、忙しくなっている業界と依然停滞したままの業界がある。総合的に見ると変わらない。

	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・前年同期と比べて新規求人の申込は増えているものの、求職者が望む正社員求人の伸びは鈍く、就職者数の増加につながらない傾向にある。求人申込みの期限切れを更新しているような、新鮮さに欠ける募集内容が目立っていることも応募に結び付かない要因となっている。
	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・前年度に比べて紹介件数は減少しているが、当所管内の大部分が災害救助法の指定地域であり、被災者雇用開発助成金を利用する求職者が多いため、就職率は高い水準となっている。
	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人数は徐々に増え始めているが、製造業では円高への警戒心が強く、求人が減り始めている。また、観光事業は大幅な求人数の減少が続いている。
やや悪くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・取引先のほとんどで仕事がありません、頼まれても単発的で売上が上がらない。
悪くなっている			