

### 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）	・当店の強みでもあるたばこやコーヒーが、秋は更に伸びるので、良い数字が期待できる。
		通信会社（営業担当）	・年末のボーナス商戦やエコポイント交換の影響による動きは期待できる。
	やや良くなる	百貨店（店長）	・購買意欲は少しずつ回復しているようなので、気温が下がるなど環境が整えば売上増につながる。
		コンビニ（店長）	・当店が立地する街の周りにバイパス道路が完成し、そこに同業店が出店したために現在最悪の状態にあるが、同業店に移動してしまった客が今後いくらか戻ってくることを期待している。
		衣料品専門店（販売担当）	・クレジットカードの利用率が低くなり、現金でまとめ買いをする客がちらほら出てきたのは、今後目の前で使えるお金を仕分けする人が増えていくということかもしれない。そう考えると、身の回りの品を少しずつ買い求める傾向にあるという期待から幾分良くなっていく。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー減税が3月に終了するので、駆け込み需要が始まる。
		乗用車販売店（従業員）	・9、10月と販売の需要期になるので、東日本大震災後からは全体的に販売量が増加している。当地域は、まずは福島第一原子力発電所の事故の収束、そして風評被害と円高等によって左右される。
		一般レストラン（経営者）	・秋の行楽シーズンと、年末に向かって消費が増加する。
		旅行代理店（経営者）	・製造業の会社はかなり元気になり、人の動きが活発になっているため、景気は良くなる。
		通信会社（経営者）	・まだ行政関連が中心なので一般の発注に期待している。新規開店やリニューアルを仕掛けるユーザーも出てきているので、今後の発注を促す。
		テーマパーク（職員）	・訪日については回復傾向がみえないものの、東日本大震災の影響は少しずつ薄れてきている。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・平日の客の増加、週末の減少という状況に対して、各店舗の人員体制及び構成が追いついていないので、これがしっかり対応できれば、ある程度数字は上がってくる。
		美容室（経営者）	・これから秋口になり、各地のイベント、祭りや旅行等で、外出する機会が増えるため、客が美容院へ行く機会が多くなり、来客数が増加する。
		住宅販売会社（従業員）	・福島第一原子力発電所の影響区域外、避暑などの理由で、当地に別荘を求める動きが継続している。
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きは積極的で、値ごろ感のある案件については動きも早い。企業の設備機器に対する投資の動きも出てきている。円高の動きが今後の鍵を握る。流通テナントは堅調で、良い物件があれば、新築、居抜き共に動きがある。
	変わらない	一般小売店 [精肉] (経営者)	・いろいろな行事が行われる気候の良い時期だが、まだ東日本大震災の影響が残っているため、必要品にしか手を出さない。これでは景気がよくなる見込みはない。
		一般小売店 [家電] (経営者)	・地上デジタル放送への対応が終了し、販売を太陽光、オール電化にシフトしているが、なかなか早急に成約に結びつかず苦戦する状況は今後も続く。
		一般小売店 [家電] (経営者)	・相変わらず物への購入意欲がみえない。省エネ、エコに注目はいってもわざわざそのために買換えをする客は少ない。必要があれば購入するというスタンスに売上増の仕掛けは難しく、先行きの不安が消えない。
		百貨店（総務担当）	・当店を取り巻く観光地、旅館、ホテルの客数減と、これから秋の行楽シーズンとなるが、放射線関係の風評被害で紅葉見学の客数が減少する感じはかなりある。また、今月も増税などの話が出ており、消費に結びつくような明るい材料もないため、消費は低迷する。
		百貨店（営業担当）	・消費マインドは盛り上がりせず、必要な物の購入のみにとどまる。
百貨店（営業担当）		・株価も下がり調子で、現状では消費マインドは決して良くなく、マイナスの傾向に推移しているような感じである。	
百貨店（営業担当）		・世の中は株安、円高とすることで、非常に先行き不安の状況にあるが、きちんとしたそれぞれの商品の提案、トレンドの把握、推進をすることによって、数字につながる。	
百貨店（販売促進担当）		・各種販売促進に対する顧客の反応が鈍くなっている。こうした背景から、客への訴求内容は即効性のある割引やバーゲンの提案に偏りつつある。今後もこのような状況は継続する。	

百貨店（販売促進担当）	・現状を好転させる材料が見当たらず、売上に大きく寄与する商品群も無い。反面、極端に消費者心理を下げる状況にもなっていないため、当面は現状のままである。
スーパー（総務担当）	・10月に入っても状況が変わらず、食品についてはそこそこだが、衣料品は若干天候が不安定なこともあり、商品動向も不安定なので、先行きは非常に不透明感が強い。
スーパー（総務担当）	・製造業を中心に回復している企業もあるようだが、所得が増えない限り小売業の回復はみえない。
スーパー（統括）	・台風の豪雨、強風による影響で、多くの農産物の産地に大きな被害が出ており、農産物の値上げが予測されるため、消費意欲の減退が懸念される。
コンビニ（経営者）	・近隣の会社等は残業が増えるなど活気が出てきている様子だが、景気が良くなる要素としては物足りない。
コンビニ（店長）	・これから年末になるが、東日本大震災の影響が残っているため、イベント等で購買意欲が盛り上がるようなことは若干減っていき、大きく落ちることもないが大きく上がることもない。
衣料品専門店（経営者）	・ここ6か月の来客数の推移を考え、また昨今の経済財政状況を勘案すると、小売業の歳末景気の急激な好転は期待できない。
乗用車販売店（営業担当）	・上期決算の客の動きがとても悪く、購買意欲もあまりないように見受けられるため変わらない。
乗用車販売店（販売担当）	・福島第一原子力発電所の事故と東日本大震災のせいにするわけではないが、観光地でもあるため、風評被害の払しょくまで時間が掛かる。観光地に客が来るようになれば2、3か月後には良くなると思うが、風評被害がどのくらい続くのか分からないので、今のところ良くなる傾向にない。
乗用車販売店（営業担当）	・販売量、粗利共に計画通りにならない現状が続くなか、既存の客を大切にしながら訪問活動範囲を広げ、利益確保に結びつけたい。
自動車備品販売店（経営者）	・身の回りに活気づく根拠があまり見当たらない。皆前向きではなくなっている。身の回りの業種が何をとってもプラスに向いていない。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（従業員）	・レジャーや観光の支出は増加しない。
一般レストラン（経営者）	・現在はやや悪い状況ではあるが、今後もこの悪い状況が続く、変わらない。
観光型ホテル（営業担当）	・夏以降から9月は特に旅客の動きが鈍かったが、紅葉、忘年会シーズンを控え、多少期待している。
旅行代理店（副支店長）	・サービス業の景気回復はまだみられない。
旅行代理店（副支店長）	・団体、個人にかかわらず、需要が増えてきていることは確かだが、料金の見直しや方面の変更等により売上は前年と比べて落ちてきている。急な駆け込み依頼が多いが、景気が良くなっているためではなく、春から夏に実施しなかった分が移動しているだけで、今後良くなる要素はない。
通信会社（販売担当）	・11、12月に冬～春モデルの発売が控えているため期待感はあるが、円高による先行き不透明な状況により総じて変わらない。
通信会社（局長）	・行楽シーズンの到来、新BSのスタートなど話題はあるが、景気改善につながる要素とはならない。
遊園地（職員）	・東日本大震災から半年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るが、持ち直しのテンポが緩やかになってきていることから、今後の景気はあまり変わらない。
ゴルフ場（副支配人）	・ここ数か月先の予約状況をみると、ほぼ前年と変わらないので、先々も変わらない。
ゴルフ場（業務担当）	・今月は来客数が前年を若干上回ったものの、単価が伸び悩んだため売上が減少している。2、3か月先のコンペについても、予約の段階で大分引き合いが来ているので、なんとか前年くらいにはなるかと思っているが、売上がどうなるか今のところ疑問である。どうしても低価格の時間帯に客が集中するため、売上が伴えば良いが、なかなか難しい現状である。平日はシニア層の取り込みにより、なんとか潤っている。
設計事務所（所長）	・景気が良くなる条件が見当たらない。せめて今より悪くならないように願うのみで、変わらない。
設計事務所（所長）	・現況は多分底だと思うが、好転する要素もない。
やや悪くなる 商店街（代表者）	・前年は県レベルでの観光誘客があったが、今年はないので厳しい。

	商店街（代表者）	・日々食べて消化する物ではなく、我慢すればそのまま使える商品が多い商売のため、今の状況からするとますます悪くなる。	
	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。	
	スーパー（経営者）	・個人所得の減少により景気の回復は見込めない。	
	スーパー（店長）	・特に生鮮食品では放射能による食への不安感や、青果物の価格など不安要素が数多い。逆にプラスになる事件が見出せない。3か月後には年末になるが、大丈夫だろうかと不安である。	
	スーパー（経営企画担当）	・景気低迷のなか、競争は激化する一方で、競合他社の値下げに合わせて価格の引き下げをしなければならぬ状況である。	
	コンビニ（経営者）	・近くの工場が人員削減で3分の1ほどの人が減少してしまうため影響がある。	
	コンビニ（経営者）	・昨年の9月はたばこ増税による値上げで買いためが多かったため少しは売上が上がっていたが、今年はそういったことがなく、天候も不安定で台風がたくさん来るので、これから悪くなる。	
	衣料品専門店（店長）	・円高や株の低迷、野菜の値上がりなどの不安要素が多く、消費は冷え込む。	
	衣料品専門店（統括）	・客の購買意欲がなかなか上がらない。客の気持ちにまだまだ東日本大震災の後遺症がある。	
	乗用車販売店（管理担当）	・消費需要が低迷しており、製造業を中心に受注が少なく、稼働日の減少、自宅待機となっているため、中小企業を中心に収入が減少している。	
	住関連専門店（仕入担当）	・住関連品の特需が更に減速することが予測される。節電の傾向も夏ほどではなく、厳しい年末商戦を前提に臨む必要を感じている。	
	高級レストラン（店長）	・郊外の大型ショッピングセンターの開店や大手企業の県外への工場移転など、当店のような零細企業にとっては最悪の状態である。	
	都市型ホテル（支配人）	・団体等の予約は前年に比べ半減している。	
	旅行代理店（所長）	・一番の稼ぎ時である秋のピークシーズンでの動きが相当鈍く、各社ともに蓄えができない。福島第一原子力発電所の収束もみえず、観光関連に対する補償問題も解決しない。相当厳しい冬を覚悟しなければならない。	
	旅行代理店（従業員）	・早急な円高に対する対策を取らないと、損失ばかりが膨れ上がる。	
	ゴルフ場（支配人）	・秋のゴルフシーズンではあるが、業種によって来場回数が減少してきており、特にコンペの来場については様々な状態になっている。	
	その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・駅ビル並びに駅周辺の大型店舗、家電量販店共に、昨年の動きよりも悪くなっている。いろんなイベントを立てているが、集客力は依然伸び悩んでいるので、悪くなる。	
	設計事務所（経営者）	・依頼が少ない状況は今後も変わらず、従業員の人数分の仕事を受注することが難しくなっている。	
	設計事務所（所長）	・今月が悲惨な状況で、このままでいくと2、3か月でとても良くなるとは思えない。社員数も下期は減少し、危機的状況になる。	
	住宅販売会社（経営者）	・景気が良くなる要因もなく、増税が議論され始め、ますます生活が厳しくなることが予想される。お金の流通が鈍い中、購買行動には動きがない。	
悪くなる	一般小売店〔衣料〕（経営者）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故によって、かなりの経済的被害が発生しており、しばらくの間は客が来るような状況ではない。	
	家電量販店（店長）	・省エネ関連商品について、政府の施策が実施されなければ更に悪くなる。	
	一般レストラン（経営者）	・生食牛肉の販売中止や、野菜等の仕入価格高騰による影響が不安材料としてあり、期待できない。	
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主力取引先の自動車メーカーの見通しでは、前年比120%近くの受注が出来そうだが、人員と電力不足が非常に顕著になってきている。
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車メーカーが東日本大震災で落ち込んでいた分を製造するために、今までより余分に部品を必要とするため、一時的に仕事量が増加する。
		金融業（役員）	・当地は自動車関連部品の製造業が多い地域だが、各社ともフル生産状態となり、人手不足から賃金の上昇がみられる。また、北関東自動車道を利用した観光客が増加しており、インフラ設備に伴う経済効果が表れつつある。

	広告代理店（営業担当）	・年末商戦への広告宣伝は、昨年のような抑制傾向はあまり見られない。引き合いの数は20%くらい多くなっている。	
変わらない	化学工業（経営者）	・ようやく注文が入ってきて仕事出来るようになってきたが、利益を稼ぎ出すまでには至っていない。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・年末商品の受注は見込めるものの、店頭販売品の受注は依然低迷の予想である。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量が増えた部分もあるし、減ったところもあるので、全体としては変わらない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・しばらく今年一杯くらいは安定した受注を見込める。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先の様子を聞いても、良くなる要素がほとんどない。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・9月までは取引先の受注量等、順調に推移してきたが、2年半ぶりの株価の下落等いろいろあり、今後は不透明な状況である	
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・12月に向かってジュエリーの売れる時期となる。また、中古ジュエリーが売れることにより、新しいジュエリーの購買につながることを期待する。	
	輸送業（営業担当）	・例年だと年末に向かい冬物商材、家電、雑貨類の動きが良く、物量も確保できるが、円高、株安により景気的には厳しくなり、日配品の荷動きは安定しているが、ほかは落ち込むのではないかと予測している。今後、全般的に例年よりは少し物量が落ち着きそうである。	
	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・小規模の運送業者が、物流は大変厳しく耐え続けるしかなく、先を見ても好転する要素はないと話している。観光業者は秋の行楽シーズンに向け力を入れているが、例年のこの時期には11月ごろまでの商品が決まっているところが、70%程度と低迷している。東日本大震災後の心理的自粛感を引きずっているかもしれないとの話である。	
社会保険労務士	・すべての分野で景気が回復してきているわけではなく、秋以降も今のような調子が続いていく。		
やや悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・新穀が出始めるころには穀物の価格が上がり、販売原価の見直しができずに利益を削られて、相当に苦しい経営を迫られる。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連の仕事は東日本大震災の遅れをばん回するため年内まで確実に忙しい。油圧建機関連では主要市場である中国で一部機種に陰りが出てきたとの情報があり、今後の調整が避けられない。	
	不動産業（管理担当）	・空室テナントの入居下見も減っており、売上が増加するような話はほとんどない。	
	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・直近の急激な円高により、先行きの不透明感から情報化投資を抑えている企業が多く、今後一時的に悪くなるのではないかと危惧している。	
悪くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の影響から2か月受注が増えたが、この増産により、来月から逆に在庫調整になり受注が激減しそうである。	
	建設業（総務担当）	・当期受注額は前年比5%増であったが、東日本大震災の影響で工期延長があり、入金額も当初より遅れているので今後資金繰りが大変である。	
雇用関連	良くなる	—	
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・エコカーでの自動車関連等の部品、それに伴う電子関連、携帯などの電機電子関連の動きがあり、募集等も増えてきている。ここにきて飲食業、ホテル業、介護関係の求人も活発さがうかがえる。季節の変わり目で秋冬物の衣料関係が良くなってくる。
		人材派遣会社（管理担当）	・自動車関連企業の生産計画が東日本大震災前の状況になったため、引き続き自動車関連の派遣需要が望める。
		職業安定所（職員）	・事業所からの情報や求人数の増加等からやや良くなるのではないかと予想している。
		職業安定所（職員）	・管内で新たな雇用創出の動きがみられ、それに合わせて就職数も増加している。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・仕事は出るが、大きい売上になるような仕事がほとんどない。	
	人材派遣会社（営業担当）	・円高で、製造業は不振、雇用は伸びず不安がある。残業手当がなく、手取りは減少している。	
	求人情報誌製作会社（経営者）	・円高の先行き不透明感が続き、求人募集の増加は来月以降もあまり望めない。	
	職業安定所（職員）	・輸出企業において、円高等により苦しくなっているが、その先の動向が全く読めないため、先行き上がるのか下がるのか、分からない状態である。	

	職業安定所（職員）	・ 仕事探しの目安となる求人倍率の数値は、徐々に上向き傾向にあるものの、今後人員整理等が増えれば求職者の増大につながる恐れもあり、不安要素はまだ多い。
	民間職業紹介機関（経営者）	・ 海外展開が一般化している大手製造業において、新規採用がピンポイント以外、ほとんど無い。円高から海外シフトをさらに進め、下請中小企業も生き残りをかけて、大手企業に連動する形で、国内空洞化が顕著になってきている。国内をマーケットにする業種、特に医療関係の求人が目立つが、専門性がネックとなり、充足できない状況は今後も続く。
	学校〔専門学校〕（副校長）	・ 例年この時期は企業が高校の求人活動にシフトし、専門学校では活発な活動はできないが、それでも非常に厳しい状況である。また、高校にも求人がない状況もあり、例年以上に就職難の年といえる。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・ 復興作業により、徐々に景気も回復し求人も伸びてきているが、円高の影響で製造業を中心に悪くなる可能性がある。
悪くなる	—	—