

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	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・前年並みの売上が保てるということは、前年、今年とゴールデンウィークの客の動きが、近くて安心できる周辺への動きに変わっているようである。
	やや良く なっている	商店街（代表 者）	販売量の動き	・臨海、登山、水着の販売が始まるため、忙しくなっている。
		商店街（代表 者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークもまずまずの人出であり、気分的に東日本大震災の影響から抜け始めたようである。
		百貨店（営業担 当）	お客様の様子	・夏物の消費意欲が喚起されており、やや良くなっている。
		スーパー（店 長）	来客数の動き	・昨年の自粛ムードの反動があったようで、ゴールデンウィークが良かった。平常日はそれなりだったが、ゴールデンウィークの好調が今月のプラス要因となり、やや良くなっている。
		スーパー（経営 企画担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク中の集客が昨年よりは良く、月間の販売数も伸びたため、3か月前よりは売上は上昇している。
		コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・前年比で売上、客数共に100%と、3か月前と比べても同様の数字で、やや良くなっている。
		コンビニ（経営 者）	販売量の動き	・天候面では雨が非常に少なかったため、ソフトドリンクなど飲料関係の売上が割と増えている。また、近隣の体育施設でスポーツ大会が毎週行われ、その客が飲物やアイスクリームを中心にいろいろと買っていったため、やや良くなっている。
		コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・客数が前年より1割ほど増えてきているため、売上も少し伸びてきている。
		家電量販店（営 業担当）	販売量の動き	・家電販売ではテレビ関連が前年の40%ぐらい、パソコンは同100%ぐらいで推移している。省エネ関連ではLED照明の動きがあり、今後に期待できる。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・観光シーズンになり客が増えている。また各種団体の総会シーズンのため、レストランに立ち寄り客が多い。
		観光型ホテル （営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災前の前々年比では来客数、売上共に減少傾向だが、行楽シーズンが始まり、3か月前と比較すると来客の動きは当然良くなっている。
		旅行代理店（経 営者）	来客数の動き	・以前に比べて、あまり安い単価の旅行を狙っている客が少なくなっている。
		旅行代理店（所 長）	お客様の様子	・まだ十分とは言えないが、外国人観光客の復活が見える。また、教育旅行団体（小学校）も、若干の目減りはあるものの、ほぼ順調にきている。東京スカイツリーからの誘客も徐々に浸透し、平日の宿泊利用の底上げもできてきているようである。
		旅行代理店（営 業担当）	販売量の動き	・国内では東京スカイツリーが開業し、海外ではロンドンオリンピックが開催間近で、旅行の需要が伸びている。
		通信会社（販売 担当）	販売量の動き	・携帯電話業界はスマートフォンの販売が好調に推移しているため、販売数、来客数とも前年比で110%増である。
		通信会社（営業 担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークでの旅行や帰省などによる消費や、スカイツリー効果などによる影響が出ている。
		遊園地（職員）	来客数の動き	・低温や雨、雪の影響により来客数が落ち込んだ3か月前と比較して堅調に推移しており、東日本大震災前の水準を上回る来客数となっている。
ゴルフ場（副支 配人）	来客数の動き	・3月から比べると非常に季節も良くなり、来場者も大分多くなっているため、やや良くなっている。		
ゴルフ場（支配 人）	来客数の動き	・客単価は厳しかった前年並みになっているが、数々の企画コンペにより来場数は伸びている。		
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	・通常の昼間の時間帯はあまり変化はないが、24時間営業のため、明け方の4～6時くらいに水商売帰りの客と思われる来客が結構ある。また、朝の6時前後からリタイアした、どちらかという年配の来客が目立ってきている。その分だけが上乗せという感覚で今動き始めているようであり、やや良くなっている。		

	美容室（経営者）	お客様の様子	・ガソリン価格が下がってきており、少しずつ世の中の景気も回復傾向だが、客単価が上がらず、上がる要因が見当たらない。先日、電気料金の値上げ説明会があって今年も節電するよう再度要請されたが、経費は少しずつ増加している状況であり、売上はトータルではそれほど変わらないため、経費だけが大きく増えてきそうである。
	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・当社を含め、当地域の別荘販売業者が新築別荘の販売を再開し、売れ始めている。
変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の一角で野菜の市を毎週開いているが、単価の低い商品を狙って、客が集まって来ている。
	商店街（代表者）	単価の動き	・節約ムードは依然として衰えてはいないが、価格よりハイクオリティを求める客が最近目立っている。
	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・今月は温度差が大きく、普段のように良い気候が続いていないため、客の行動も厳しい。
	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・冷蔵庫やエアコンは少しずつ上向きの方向に感じられる。別材として太陽光発電は上向いているが、一般家電商材の動きはあまり良くない。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・客の買い方は慎重で、消費マインドが上がっているようには見えない。
	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・3か月前と比べても大きな差異は無く、特筆すべき要因が見当たらない。
	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・気温の上昇と共に衣料品は堅調に推移している。また、皮革製品を中心としたファッション雑貨関連は引き続き好調だが、食料品全般の不調は継続している。
	百貨店（店長）	販売量の動き	・消費税増税の議論や年金制度、異常気象など先行きの不透明感が増すばかりで、安易に消費に回せない状況が続いている。
	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・来客数はここ数か月前年並みである。婦人ファッションについては上向き、子ども服、玩具などは下向き傾向である。
	スーパー（経営者）	競争相手の様子	・競争環境は依然として厳しい。
	スーパー（店長）	単価の動き	・数か月間、単価の変化はない。
	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・わずかではあるが、客数は昨年より減っている。
	スーパー（統括）	来客数の動き	・寒暖の差が激しく、時間帯別での来客数は大きく変化したが、トータルとしては客数は前年を上回っているものの、1人当たりの買上点数は落ち込み、客単価が下がっている。食品、雑貨は前年並みであり、衣料品は機能性肌着、クールビズ商材が好調で、前年同月比104%で推移している。
	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・客が欲しいと思う商品は高額でも売れるが、パンの20円引き等の値引きセールでは、普段手が出ない価格が高めの商品より、低価格の商品で更に安くなる商品のほうが動きが良い。消費に前向きな所と、抑えようとする所が見られ、消費動向に変化はあまり見られない。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・近隣に競合店ができて3か月近くになり、ようやく以前の売上に近くなって客数も戻ってきている段階であるため、変わらない。
	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・ずっと消費者心理が暗いままで、変わらない。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー補助金の影響で新車の販売台数が増加しているが、軽自動車が大半を占めるため、利得的には低いものとなっている。	
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー補助金の効果で、販売台数は堅調に推移している。	
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・前月、今月とミニ展示会等々をしても、客は来るが高価な車は売れない。売れない代わりにサービスの車検や修理関係の入庫は多くなっている。販売量は減っているが修理、車検等の来客が多いため、3、4か月前と売上の的には全く変わっていない。	
乗用車販売店（管理担当）	販売量の動き	・食料品は価格がやや高くなっている。自動車はエコカー補助金の対象車種制限があり、また期末の駆け込み需要により4月以降、受注が大幅に減少している。春闘は上向きの要望だが、企業は今後の見通しが付かないので厳しい状況である。景気低迷による厳しい状況は変わらない。	

自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・販売量があまり目立って良いところにはきておらず、顕著な特徴があまり見られない。特に悪いこともないが、良い動きや販売量にもつながっていない。	
住関連専門店（統括）	販売量の動き	・天候不順により、販売動向が左右されている。	
スナック（経営者）	来客数の動き	・これ以上悪くなりようがない感じで、客数も客単価もずっと悪いままであり、どうしようもない状況は変わらない。	
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災後は、過大な影響があり、前年は売上も大変落ちたが、今年はそれをようやく上回っている。しかし相変わらず比較対象にはならないため、変わらないということが適当で、まだまだ当社は不景気である。	
旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・来客の動きが良くない状態は変わらない。出張等の予約が多く、旅行のための予約は変わっていない。	
通信会社（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の不況により停滞を続ける地方の企業や商店の販売促進費は、1年以上たった今も更に縮小の一途をたどっている。行政支援の補助事業があることで何とかしのいでいるが、一般企業や商店が元気にならないことには地方の景気は回復しない。	
通信会社（局長）	お客様の様子	・消費は明るい材料、暗い材料共に乏しく、変化を感じない。また、販売数量にも大きな変化はない。	
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの天候不順や放射線量の影響から、あまり変わらない。	
ゴルフ練習場（経営者）	それ以外	・東日本大震災以後、一般の消費者は無駄なことをしない節約志向が強まっているようである。	
ゴルフ場（業務担当）	単価の動き	・来場者の確保等についてはほぼ順調に来ているが、単価が伸び悩み、それ以外の物品販売がなかなか伸びない状況である。	
その他サービス [清掃]（所長）	それ以外	・広告の日替わりの目玉商品を求める姿はいつもと同じで、3か月前から変わらない。	
その他サービス [フィットネスクラブ]（マネージャー）	それ以外	・子どものスイミング、体操などの需要はあるが、成人会員が定着せずに苦戦している。	
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・年度末に公共工事や補助事業の仕事が終わり、仕事量が少ない時期である。民間では店舗などの出店や改修などがあるが、まだ全体の件数は少ない。	
設計事務所（所長）	お客様の様子	・イベントなどを開催したりしているが、客の動きは鈍く、全く変化が見られない。	
設計事務所（所長）	来客数の動き	・たまたま内容のある仕事が1件入ってきたが、あくまでたまたまであり、景気が上向いていると関連付けることはできない。それ以外に客からの問い合わせや相談もなく、まして仕事の依頼はないため、依然として、3か月前より良くなってきているとは言えない。	
設計事務所（所長）	来客数の動き	・相変わらずの状態が続いている。東日本大震災の復興関連を含めて、業界では景気上昇が期待されていたが、一向にその気配はない。	
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・2、3月の戸建住宅の販売は好調だったが、4月に反動が出て通常月の3割ほど落ち込んでいる。しかし、アパートの受注は引き続き好調で、戸建の落ち込みを穴埋めしている。店舗も引き続き好調に推移しており、出店は今後も増加傾向にある。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークはわずかにあったが、不安定な天気も一因か、以降は客足が全く途絶えてしまっている。
	一般小売店 [家電]（経営者）	お客様の様子	・天候の影響もあるのか、季節商材の動きが鈍い。展示会の案内をしても反応が良くない。消費意欲をかき立てる商材も見当たらず、客は消費に対して慎重である。
	一般小売店 [青果]（店長）	来客数の動き	・東日本大震災後ずっとだが、本当に客数もかなり減り、ほとんど固定客の決まった客しか来ない。
	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・寝具、タオル、キッチン関係など、寝装品が特に前年比61%と大幅に落ちている。前年に比べると今年は寒暖の差があまりにも大きく、1日おきくらいに肌寒かった日が多くあったため、夏物商材がほとんど動かなかったことが、大きな原因である。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・最大繁忙期の2、3月を過ぎたため、やや悪くなっている。

		乗用車販売店 (統括)	販売量の動き	・3か月前の2月は当業界では最も需要がある時期だったため、やや悪くなっている。
		高級レストラン (店長)	来客数の動き	・ゴールデンウィークの集客がかなり少なく、前年比で15%ほど低下している。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・行楽シーズン後ということもあるが、とにかく動きが悪すぎる。昨年の東日本大震災後よりもひどい。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・あまり消費せず、お金を使わない状況が続いていることから、客単価が非常に良くなり、平均客単価がやや下がりつつある。
		都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・福島第一原子力発電所の事故による風評被害が依然続いており、観光客、行楽客が前々年に比べ2、3割減っている状況は変わらない。
		旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・燃油サーチャージの高騰や欧州の信用不安のため、現地費用が高くなり続けており、客も敏感に金額の高騰を感じている。
		タクシー(経営者)	お客様の様子	・昼も夜も客の出足は悪く、前年同月比7%減である。
		その他サービス [立体駐車場] (従業員)	お客様の様子	・竜巻やひょうの被害が相次いだため、天気が悪くなると屋根のある駐車場を探し、当社に入庫する車両が多くなっている。車両の被害や身の安全を考えての台数増であり、直接の景気には左右されず、30分無料の無料時間内で出庫してしまうため、直接、売上や単価に響いてはいない。そのため、来客数の動きはあったが、単価は響いてこない。
		住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・最近、売り物件が増えてきたが、売り手の価格に合わないことが多い。デフレが進んでいるため、景気回復が見込まれないと案件が実行には移らない。全体的な景気が低迷している理由から、資産を持つことが不安のようである。
		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・相変わらず客からの引き合いが少なく、特にアパート、マンションの賃貸物件の家賃がまたかなり下落しているようである。大家などがなかなか我慢できず、かなり安く投げ売りしているようで、そうすればどうにか多少でも埋まってくる感じである。土地等についても、本当に安い物件以外はほとんど引き合いがない。
悪くなっている		一般小売店[衣料] (経営者)	販売量の動き	・春になって新緑が大分色付いてきているが、観光客等の入込はなかなかうまくいっているようには聞こえていない。残念だが、あまり良い状態ではない。
		衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・今月は天候が不安定な日が多く、竜巻等の災害があったために消費者の購買意欲も低下傾向に感じる。また中心市街地の商店の閉店が目立ってきているために、中心商店街地区の商店もボディーブローのように活気がなくなってきた。
		衣料品専門店 (販売担当)	お客様の様子	・ゴールデンウィークの反動で買い控えというのは毎年のことであり、来客数そのものはそれほど悪くはないのだが、商品を見てもやはり買えないという雰囲気である。もっと悪いことに、行って商品を見たら買いたくなるから行かないというような客も多数いる。こういった状況で、5月は過去最悪の売上で止まってしまい、それほど悪化している。
		家電量販店(店長)	販売量の動き	・売上の柱が白物家電となっており、構成比は前年比10ポイント増である。パソコンなどの情報関連商材も6ポイント増、映像関連は13ポイント減である。売上全体が8掛けで推移しているため、厳しい状況となっている。
		スナック(経営者)	来客数の動き	・客が皆、定年退職を迎えて田舎へと帰ってしまい、世代交替のような気がしている。新しい時代にしなければならぬと思い、当店も子どもにも早く譲ろうと考えている。景気はとんでも悪い。
		タクシー運転手	来客数の動き	・来客数の減少が顕著である。
企業動向関連	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	・環境装置、特にメンテナンス付きと直接のリース、レンタルに重点を置いているため、エアゾール缶、ガス缶、ライター処理装置とフロンガス回収機の2つの柱を中心に、関連装置の受注が昨年より動きが良くなっている。
	やや良くなっている	化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・メイン商品の受注が増加傾向にある。工場の稼働が上がり、少しずつ活気が出てきているようである。

	経営コンサルタント	取引先の様子	・観光地、工芸品等の地場産業は福島第一原子力発電所の事故による風評被害がまだ尾を引いている。観光関連の飲食業、宿泊業、サービス業は客足が戻りつつあるとはいえ、地域によりまちまちである。建設業、素材関連は企業によりけりで、全体的に変化は小さい。
	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	・価格は相変わらず低下傾向にあり、厳しい状況に変わりはないが、引き合いは活発であり、受注量、販売量共に増加しつつある。競争も激しいが、新年度に入り少し動き出してきたようである。
変わらない	食料品製造業(営業統括)	受注量や販売量の動き	・一時景気が持ち直し、期待されたが、客足等の動きが鈍く、前年を辛うじて保っている。
	窯業・土石製品製造業(総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・災害対策として、多少の需要が見込まれる。
	金属製品製造業(経営者)	取引先の様子	・特装車両のコンクリートミキサー車は、引き続き復興や買換えの需要があって好調である。産業機械のコンプレッサは、夏の電力不足に備えて在庫を持つよう生産を落とさないため、受注は落ち込んでいない。
	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・周囲の金属加工業は、全体的に順調に推移している。当社も機器組み立ては少量多種だが、順調に入っている。基板実装は、試作が一段落した状況である。
	輸送用機械器具製造業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・5月はゴールデンウィーク等があり、取引先等の動きは若干落ちてはいはいるが、あまり4月と変更はない。
	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・大口取引先の荷主の中で、今年も節電の夏に備えて節約家電の代表である扇風機の出荷を大幅に見込んでいる状況だが、現在の天候不順で夜が涼しいこともあって出荷量が大幅に落ち込み、倉庫の在庫となっている。輸送量も落ち込んでいる状況で、その他飲料水等も同じく動きが鈍く、厳しい状況である。
	金融業(経営企画担当)	取引先の様子	・製造業において、売上の増加が見られない。
	金融業(調査担当)	取引先の様子	・海外経済の先行きの不透明感が払しょくされず、企業マインドは慎重姿勢が続いている。
	新聞販売店〔広告〕(総務担当)	受注量や販売量の動き	・チラシ出稿量は前年比110.2%、前々年比では98.0%となっており、依然として戻り切っていない。前年は東日本大震災後の自粛ムードが残っていた時期だが、前々年比では1月以降、実績を上回っており、景気回復が進んでいる様子は見られない。
	司法書士	受注量や販売量の動き	・少しだけ忙しくなりつつあるというくらいのところであり、変わらない。
やや悪くなっている	食料品製造業(製造担当)	受注量や販売量の動き	・販売量が数%台の減少傾向で推移しつつある。
	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新しく発売されたスポーツカーの仕事はフル生産状態だが、それ以外の自動車関連、油圧機器や建設機械全般においては4月から受注の低迷が続いており、手待ちの部署も出てきている。
	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新年度に入り、客先の在庫調整で受注が減っている。
	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・先日来た同業者が、3月以降仕事が急激に少なくなってきたという話をしていた。当社も例にもれず、3月以降急激に受注が減っている。原因は何か分からないが、非常に厳しい状況になってきている。
	輸送用機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・取引先の手自動車メーカーからの受注量は3か月前と比べてさほど変化はなく、引き続き高水準を保っているものの、4月以降のコスト低減あるいはベースアップその他の要因により、収益が悪化している。量が増えて収益が追い付いていかないという状況になっているため、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	・東日本大震災の影響があった前年よりは多少良いが、前々年比では10%以上落ちている。株値の低迷も響き、高額品が売れない。製造した日から急激に下がっている金やプラチナの価格が卸販売価格を引き下げる要因であり、利益を圧迫している。
	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・宣伝広告の出稿量は、前年比1割くらい減少している。前年の実績は東日本大震災後のため参考にならないはずだが、新年度に入ってから停滞が感じられる。

	社会保険労務士	取引先の様子	・地元産業をリードする業種もなく、観光客の客足の戻りも鈍く、厳しい状況が続いている。
悪くなっている	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で土木、舗装工事を行っている。受注高は前年比4.5%増であるが、内訳では東日本大震災の影響を今でも引きずっており、工期が大幅に延長になったため、大幅な赤字計上の現場が生じた。直近でも、資金繰りのため、民間工事で大幅値引きで受注した現場もあり、赤字計上にならないか心配である。
	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・テナントやオーナーも経費削減に必死で、メンテナンス費用の削減のため、支障がない範囲でメンテナンス回数の削減を行なっているため、メンテナンスを請け負う側の仕事が減少している。
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）	採用者数の動き	・このところ臨時だが仕事の量が増え、売上が上がっている。
	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・今月は自動車関連、電機、電子部品等のほか、野菜関係の農産物等、また婦人物、子ども向け等の衣料品に動きが見られる。求人数も、そのあたりを中心としたサービス業にかなり出ていたようである。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・前年と比較し、求職者の減少が続いている。要因として離職者の減少があり、まとまった人員整理が発生していないことや、転職等に対する慎重な姿勢の表れが考えられる。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求人数は横ばいだが、新規求職者数が減少していることと、就職者数は微増となってきていることから、若干だが良くなっている。
変わらない	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・客の周辺の宿泊施設、ホテル関係、主にリゾートが多いのだが、そのリゾート宿泊施設関係の稼働が、前年比では当然東日本大震災後なので上がっているが、やはりそれ以前の数字と比べると若干弱い稼働である。
	求人情報誌製作会社（経営者）	周辺企業の様子	・求人広告として有料で掲載する企業は1、2か月前より多少減っている。また、募集も正規社員は少なく、パートが依然として多い。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数は4月としては例年どおりの動きとなっており、ここ3か月で一番増加しているが、前年比で2割減となっており、会社都合退職の割合も減っている。景気が持ち直して減少しているというよりは、安易な離職を避けるため、今後の状況をうかがっている様子である。
	学校〔専門学校〕（副校長）	求人数の動き	・定期採用の求人社数、求人数が増えてこない、非常に厳しい状況である。また、高校生部門についても県内の求人は減少傾向にある。
やや悪くなっている	人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・円高、株安、欧州の信用不安のため、やや悪くなっている。
	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・派遣依頼が少なく、依頼があっても必要な採用人員数が少ない。
悪くなっている	-	-	-