

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）	来客数の動き	・3か月前に比べて大分落ち着きを取り戻してきて、売上、客数共に106%と伸びている。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・東日本大震災直後の計画停電などから、客の消費傾向として節電やエコロジーへの関心が高くなっており、暑さ対策のために扇風機の付加価値商品が売れている。また、テレビのアナログ停波に伴った地上デジタル放送対応のテレビへの買換えが進んでいる。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の復旧工事期間だった母体ショッピングセンターの休業が明け、営業を再開してから、館内の家族連れの来客数がかなり多い状態で継続している。ゴールデンウィーク明けから落ち着き始めてはいるが、週末は近場や屋内で過ごそうと考えている客が多いようで、以前より1組の滞在時間が長い傾向にある。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災直後から見ると大分動きが出てきたように見受けられる。温泉旅館なども満館とまではいかないものの、大勢の観光客が来ている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災後の自粛については日が進むにつれて、逆に買物をする事で被災者支援をする動きで消費が活発になってきている。また、復旧工事も進み、建設関連業者の仕事も動き始めてきている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送絡みの商品がよく出ている。また、エアコン等の動きも出てきている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・食料品や物産催事での動員が増えている。
		スーパー（店長）	それ以外	・5月は東日本大震災の影響と思われる買いだめ等の特需が一段落し、通常の営業状態に戻っている。数字的に震災前と比較すれば前年比ベースで5%ぐらい伸びている。これは1点単価の上昇によるものである。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響はいろいろなところに出ていると思うが、当店はたまたま住宅立地ということで、外出などがある程度少なくなった分、来客が多くなっている。品物の入荷が元に戻ってきたことで、販売量も増えている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響かと思うが、ホテルの利用客や付近のカラオケボックスを利用する人が多くなっているため、前年比130%ぐらいの伸びで推移している。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・東日本に震災需要がみられる。また、省エネ、節電型商品は季節商材を中心に活発な動きをしている。
		家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災後、取引先の動きがやや良くなってきており、商品の動き、出店などの動きも良くなってきている。
		自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以前の状態よりはやや悪いものの、少しずつ人の動きや購買量が回復しつつある。
		住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・東日本大震災後、住関連補修品を中心に売上が伸びている。ゴールデンウィーク後もその傾向は続いており、レジャー用品、ペット用品などのマイナスをカバーしている状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前と比べるとやはり東日本大震災により、3～5月分の会合、懇親会はキャンセルが相次ぎ、5月になってようやく少しずつ元に戻ってきているという状況にある。総会の予約をもらっても懇親会はなし、というものが非常に多い状態である。
旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・東日本大震災後の受注及びキャンセルの状況と比べると、少しずつだが受注が出てきている。ゴールデンウィークも前半の受注はほとんどなかったが、後半は駆け込みの予約や問い合わせが入っている。		
ゴルフ場（副支配人）	来客数の動き	・東日本大震災以来、集客が大分減っていたが、今月に入って客が戻ってきており、今月は最終的に前年比200人ぐらいの増加となる見込みである。		
ゴルフ場（支配人）	お客様の様子	・ゴールデンウィークの予約は地元客が中心であった。しかし、県外来場者が少ない割に高速道路は渋滞している。		
変わらない	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・今月も景気の浮揚は変わらず、買い控えの状態が続いている。また、当業界では昨年は九州の口蹄疫発生、今年は肉の生食の問題が続いているので、客も食に対して敏感になってきており、良い物を吟味しているので、量的にはけない。	

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は徐々に改善されているように見えるが、先行きの不安、不透明さから客の購買意欲は薄い。	
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災後、来客数、客の動きが非常に悪くなり、それに伴い販売量も非常に少なくなったが、そこから徐々に回復しつつある。	
百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・各商品群共に概ね堅調に推移しているものの、ミセス世代の買い控えが見受けられる。東日本大震災以降、当該世代は不要不急品の購入を控える傾向にある。	
スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数は横ばいの状況で、東日本大震災による特需商品は完全に落ち着いている。衣料品は3月の落ち込みから脱出しているが、食料品の買上点数は落ち込んでおり、トータルでは悪いままの状況が続いている。	
スーパー（統括）	販売量の動き	・食品については、チラシセール回数減やゴールデンウィークのバーベキューなどの行楽需要減少と買いだめの反動の影響もあり、苦戦が続いている。衣料は逆に買い控えから転じて、気温の上昇と共に初夏物が好調に売れ始めている。	
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・海岸が震災に遭い、風評のために客数の減少が続いているが、客単価は上がっている。	
コンビニ（店長）	販売量の動き	・3か月前という東日本大震災前になってしまうが、その時期と比べれば売上はあまり変わっていない。震災後は急激な買い占め景気が一瞬あったが、それが若干普段に戻ってきたというような形である。	
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・このところ車の売行きが好調である。一過性のもと思うが、中古車の引き合いがかなり入っており、新車が売れず下取りも入ってこないため、中古車集めに四苦八苦している。それほど今月は好調である。	
住関連専門店（統括）	販売量の動き	・来客数はやや上向き傾向にあるが、販売数はカテゴリーによりばらつきがある。	
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・急激な落ち込みもなく、連休中は逆に来客数が増えたが、連休後は多少落ち込んでいる。	
都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で自動車関係の客数が激減し、スポーツ関係の団体等の予約キャンセルなどがあったが、瓦修理の業者など、業者の宿泊により前年並みとなっている。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・精密機器等、東日本大震災で止まっていた仕事が、わずかではあるが動き出した感がある。ただ、完全に元に戻ったわけではないため、消費には依然慎重さがうかがえる。	
通信会社（局長）	販売量の動き	・入転居などの季節要因もあり、堅調な販売推移ではあったが、景気の方向性に変化は感じられない。	
競輪場（職員）	お客様の様子	・来場者数、購買単価共にそれほど変化が見られない。	
設計事務所（所長）	販売量の動き	・東日本大震災による動きがあるかと考えていたが、その影響はほとんどない。	
住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・3～4月から見ると今月は若干引き合いが出てきている。店舗や賃貸アパート、安い土地の問い合わせ等もちらほら出てきたものの、まだデフレ状態が続いているので、金額の安い物しか動かない。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・新学期の動きも一応落ち着いたもので、3か月前と比べるとやや客の入りが悪く、余計な物は買わないという雰囲気になっており、購買力、売上が少し落ちている。
	商店街（代表者）	販売量の動き	・買い控えの傾向はほとんど改善されないままである。催しの集まりも少ない。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響により経済が停滞し、雇用や所得の減少への不透明感で消費意欲が減退している。
	スーパー（経営企画担当）	販売量の動き	・本当に必要な商品以外はなかなか買わない傾向が強くなっており、買上点数が減少している。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・客数、販売額共に前年並みに戻ったものの、依然悪い状況が続いている。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で新車納車の目途が立たず、それに伴い販売、購買に影響が出ている。また、中古車の仕入れも上がり、客と販売価格の折り合いが付かずに販売にこぎ着けられない状況である。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車メーカーの生産量が回復しておらず、一部の車種は納期に4か月も掛かるため、消費者の購買意欲が損なわれている。

乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・販売台数が低迷している。被災地は復興してきているが、福島第一原子力発電所問題の長期化で不安のなか、消費が低迷している。
乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・毎月のように販売台数が減っている。新車も同じで、当エリアでは輸入車の新車注文は全く無くなっている。今は辛うじて中古車が少しずつ売れているという状態である。
その他専門店 [ガソリンスタンド] (従業員)	販売量の動き	・観光、レジャーに出掛けなくなっている。
高級レストラン (店長)	来客数の動き	・東日本大震災の影響について、かなり回復してきているものの震災前の状態までは戻っていない。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災以降、来客数が激減しており、今のところなかなか回復する兆しは見えない。そのため、売上が非常に少なくなっている。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・平日のしかも夜の営業になると、地方都市の田舎町では全く動きがない。
一般レストラン (経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響が続いていて、観光シーズンなのに来客数が伸びていかない。特に、夜の客数が増えない。宴会もアルコールの消費が少ない。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・夜の客数が激減している。
観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・福島第一原子力発電所の事故の風評被害によりインバウンド客が激減し、国内客も団体はまだ戻ってこない。運輸部門の客数は前年比4割減となっている。
都市型ホテル (支配人)	競争相手の様子	・福島第一原子力発電所の問題がまだ収束せず、団体、個人を含め当地域に観光客が全然来ていない。今後いつ戻ってくるのか大変不安な状態である。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・東日本大震災の影響が非常に大きく、客をなかなか取り戻すことができない。悪戦苦闘している。
旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・自粛や風評被害で客の動きが止まっている。
通信会社(経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響で、生産数が激減してしまっているため、商品が入荷してこない。
通信会社(販売担当)	販売量の動き	・携帯電話の東北工場で作っている部材不足で商品が不足し、販売量が激減している。また、低価格志向が変わらない中で比較的低価格な物は復興優先で被災地に回っているため、悪い循環が続いている。
遊園地(職員)	来客数の動き	・3か月前の2月と比較すると、東日本大震災の影響によりレジャー関連施設への出控えがあったと感じられる。
ゴルフ練習場 (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響なのか、客の動きが鈍くなっている。
ゴルフ場(業務担当)	来客数の動き	・コンペ等の来場者がまだ例年に比べて思わしくない。
その他レジャー施設[アミューズメント](職員)	来客数の動き	・5月はゴールデンウィーク中盤くらいまではまずまずの良い状態が継続していたが、最終日など混んでいる時間の切り上げが非常に早く、すぐに正常に戻ってしまったような感じである。それ以降は客数が停滞気味で、やはり買い控えというか、客が消費に対してブレーキを掛けているような感覚が見受けられる。
美容室(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、客との会話は節電の話ばかりで、まだ自粛ムードが高まっている状況である。また、4月末に全国大型チェーンの美容店が開店したが、思うように客が入店していないと聞いている。
その他サービス[立体駐車場](従業員)	お客様の様子	・売上は前年比75%くらいとなっている。また、来客数は約1割減ということで前月は動いている。単価は横ばいで、総体的にはやや悪くなっている。
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響はまだまだこれから出てくると思われる。一部の建築材料の入手が困難になっており、また、仮設住宅の建設や復興が進む時期により、建築を見合わせている客もいる。
設計事務所(所長)	来客数の動き	・東日本大震災前の物件がほとんどであり、新規物件はなかなか受注できない状況である。
住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・ゴールデンウィーク中に別荘売却依頼が増加した。
住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・福島第一原子力発電所の事故の影響で当県のブランド価値が下がっている。居住となると放射線被ばくのリスクが考えられ、一種の風評被害と言える。地元の顧客以外は動きが鈍い。

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の観光客は当初予定から大幅に減少すると覚悟していたが、ある程度の人出はあった。しかし、全体に買い控えが目立っている。	
	一般小売店〔青果〕（店長）	来客数の動き	・東日本大震災後、極端に客数が減っており、値段の安い高いもあるが、とにかく客が来ないので単価を多少安くしても売れない。	
	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・月1回のチラシにおいて、今回も超目玉の食品は売れて追加をしたが、販売量の動きを見ると、期間中の超目玉品の伸びが前年比で125%、準特売品は以前より減少し75%、総売上、バーゲンの売上は全体で95%となっている。超目玉が目立ったために粗利が低下している。	
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の被災とスタンプサービス事業協同組合の4月末解散に伴う客離れが顕著に表れ、極度の来客数減少はフリーの客に止まらず、当店の重要な固定客にまで及んでしまっている。	
	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・4月の中盤くらいからは、東日本大震災後の自粛ムードも幾分緩やかになってきて人出も比較的良くなる予感があり、今後良くなるだろうという期待を込めていたが、残念ながら5月は例年どおりゴールデンウィーク後の買い控え、消費行動を抑える傾向は収まることなく、全般的にかなり冷え込んで客足も遠のいている状況である。	
	スナック（経営者）	お客様の様子	・自粛ムードは最近大分緩和されているようだが、まだ客の財布のひもは固く、売上は半減である。	
	旅行代理店（所長）	お客様の様子	・東日本大震災の収束が一向に目に見えず、自粛ムードは収まっているにもかかわらず、旅行者の動きは鈍い。特に、法人需要に関しては復旧の兆し自体が見えない。	
	タクシー（経営者）	お客様の様子	・4月同様自粛傾向が強く、前年同月比で17%の減少である。	
	通信会社（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災後の景気低迷直撃で、広報費は一番先に削る対象となっている。飲食物販などの商業だけでなく、行政機関や外郭団体も広報費を削減している。これでは景気が良くなるはずもない。	
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・東日本大震災後はゴールデンウィークを除き、個人客、団体客共に激減している。	
その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	競争相手の様子	・当社、競合他社共に、春先の売上を上げるためのキャンペーンの販売促進費を抑えて、何とか利益を確保している状況である。		
設計事務所（所長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響はないと思うが、ちょうどそのころから客の照会や問い合わせ、相談事項などが全く無くなってしまった。客の心理的に建築に対する自粛のようなものがあるのかは定かではないが、今までにない現象であり、景気の悪さを感じている。		
企業 動向 関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・学校給食関係の納品が決まり、通常単価で変わり種の商材の納品ができ、きちんとした利益が確保できている。
		食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後ぱたりと止まっていた観光客の動きが、5月の連休ごろから徐々に活発になってきている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災によって、福島で仕事ができなくなったものが当県に流れてきているので、仕事が増えている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・金属加工の仕事はこのところ仕事が増え、忙しくなりつつある。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・電気機械の部品の加工業で、いろいろな分野からの注文が多くなっている。
変わらない		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・電力量の削減で家電の切り替えが増加し、10年たった廃家電プラント設備の効率の見直し、ライン工事、フロン回収機入れ替えが見込まれる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・店頭販売商品の受注、自社店舗、Web販売動向共に低迷している。
	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の被災地県であるため、補修工事等の見積が出てきている。	

	金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・産業機械、空圧のコンプレッサー等は大型の引き合いも多く、受注は順調で通常の3割増、工作機械も通常の80%まで回復している。
	金融業（調査担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響によるサプライチェーンの回復状況や電力不足への対応など、不透明感が強く、慎重な対応の企業が多い。
	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	取引先の様子	・景気は、自粛返上の呼び掛けはあるが、需要側、供給側共に様子見で足踏み状態だと見ている人が多い。金融機関の話では、製造、建設業ほか東北方面からの需要に向いている一方、2～3年後の需要減少時に地元客をなくしていることを考えると踏み込めないでいる企業もあるとのことである。チラシ出荷量は前年比88.9%となっている。
	司法書士	受注量や販売量の動き	・ここ10日ほど当事務所に来る人数が増えてきている。ただ、それが景気が良い方向に結び付くのかどうかはまだ判断できない。
	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災後、一時的に情報化投資に待ったが掛かっていたが、最近は戻りつつある。
やや悪くなっている	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・周囲の企業を見てみると皆それなりに忙しそうだが、東日本大震災の影響で部品の入りが悪くなったため、生産予定が組めない状態が続いている。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、連休前までは換気扇関係で特需が入り、大変な勢いで忙しかった。自動車関係は急には止まれないので、今になって減産の影響が出始めてきている。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	それ以外	・今まではまずまずの成績だったが、5月はゴールデンウィークに10日ほど休んで稼働日が少ないので、若干景気が落ちている。
	金融業（役員）	取引先の様子	・東日本大震災では直接的な被害はほとんどなかったが、間接的な被害は県内の温泉地を中心に、経済的な影響は甚大なものがある。現在回復しつつあるが、全業種において厳しい状況が続いている。
	不動産業（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響による特需が期待できないことと、マイナス要素が上回っているように見受けられる。
	不動産業（営業担当）	競争相手の様子	・前月は災害対策ということでホテルや賃貸物件についても一時的に入居稼働が上がっていたが、それも一段落して若干下がり気味である。
悪くなっている	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後、業種によって受注動向に大きなばらつきが出ている。建設機械、油圧機器関連は好調で増産傾向にあるが、自動車関連は正に止まっているという表現がふさわしい状況である。
	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で部品入荷が芳しくなく、生産が一部滞っている。
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・今月の受注量は前年度の半分、3か月前と比べても半分以下、操業率も50%という状況である。
	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は大きく、5月の連休後の販売は4月より更に落ち込んでおり、前年比30%減となっている。
	不動産業（管理担当）	取引先の様子	・建物管理の仕事で、昨年度までずっと受注してきた取引先が、もっと安い金額の他社に仕事を取られてしまった。安い所へという傾向は続いている。
	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・結婚式場が営業終了したり、飲食店が閉店したり、建物の修繕をあきらめるケースが増えてきている。元々売上が厳しかった状況で、大きな借入れをすることはリスクが高い。また、いまだに営業が再開できていないホテルで、従業員の自宅待機により自然なリストラとなっているケースもある。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・地域的に東日本大震災による間接被害が主であるが、企業の生産活動が全く滞っている。サプライチェーンの寸断に対して、力の弱い中小企業には打つ手がない。建設業は元より、製造業のほとんどの業種に影響が及んでおり、販売業も商品が入らず、観光産業は風評被害と自粛ムードの継続で売上が大きく減少している。
	社会保険労務士	取引先の様子	・イベントや宴会の自粛などでサービス業は直接影響を受けているが、回り回って悪影響が多方面に出ている。

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	・製造業の自動車関連、電機等のスタッフ募集の動きはほぼ同じくらいか若干増えた感じである。さらに、今月は介護関係、医療といったサービス関係がやや目立っている。販売、食品、衣料等についてはなかなか厳しい状況で、ほぼ横ばいである。
	変わらない	人材派遣会社 (経営者)	周辺企業の様子	・少し仕事が安定してきたところに東日本大震災があり、また大幅に仕事が減り、売上が落ちている。月の売上は全体で20%くらい減少している。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・販売、サービス業関係で、東日本大震災による全国的な自粛ムードが影響して減収を予測する企業がある一方、製造業の一部では今後受注が増加するか減少するか予測が付かないとする企業もあり、全体としての求人意欲は保留、様子見の状況である。
		職業安定所(職 員)	周辺企業の様子	・求人数はやや増加傾向にあるものの、やはり東日本大震災の影響や風評被害等により、まだ回復していない企業も多く見受けられる。
		職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・製造業に勤務していた派遣労働者や請負労働者などの非正規労働者が新規の求職申込で目立っているが、新規求職者数は前年比では13.5%減少している。
		職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・相変わらず求職者が多く、職安内はいつも混み合っている。
		学校[専門学 校](副校長)	求人数の動き	・企業合同ガイダンス等の参加企業が増えてこない。学校独自の企業ガイダンスを実施することにより、企業情報を集めているのが現状である。ガイダンスに経費を掛けなくても企業の求める人材が集まっている様子である。
	やや悪く なっている	求人情報誌製作 会社(経営者)	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響により自動車関連の部品供給に大きく支障が出ているほか、自粛傾向がまだあり、業種によっては売上が大幅に低下しているので、雇用にも大きく影響している。
	悪く なっている	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・取引先のホテル、旅館関係から、東日本大震災の影響で3~4月は集客数が非常に落ち込み、ゴールデンウィーク以降は随分回復したが、前年同月比では7割程度の予約状況に止まっているとの話を聞いている。
新聞社[求人広 告](担当者)		周辺企業の様子	・東日本大震災以来、広告収入が激減している。	