

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	商店街（代表者）	・当社の商売は学校相手のため、一般的にそう良くなったわけではない。ただし、昨年などと比べても生徒に必要な物は減っているわけではなく、これから一番良くなる時期を迎える。
		コンビニ（経営者）	・気候の変化や当店の営業努力で客数上がり、良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・将来に対し悲観的な話題ばかりだが、昨年の東日本大震災後に比べると良くなる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・季節も徐々に良くなり、年度末にも掛かってくるため、太陽光発電、エコ関連の商材に期待できる。
		百貨店（店長）	・先行き不安感に変化はないものの、購買意欲はさほど落ちていないため、気温が上がってくれば売上也付いてくる。
		コンビニ（経営者）	・バレンタインデーやホワイトデーなど大きな企画もあり、本部が打つ細かいイベントも拾っていけば、数字はまだまだ作ることができる。
		コンビニ（経営者）	・3月以降暖かくなってくると、これまでどおり来客数も増える。
		乗用車販売店（販売担当）	・来客数が増えている。今月は上旬より下旬のほうが中身の濃い商談がかなり出てきており、今後3～4か月は続きそうである。
		自動車備品販売店（経営者）	・購買意欲が長い間低下していた客の状況からすると、ここ2、3か月は購買意欲も高まってくる。
		一般レストラン（経営者）	・今後は昨年の東日本大震災で激減した客が例年どおりになると考えられるため、期待している。今年は春の観光シーズンに各種行事が実施されるため、来客が増える。
		観光型ホテル（営業担当）	・宿泊は低料金ではあるがプランの売行きが良く、宴会部門では謝恩会、歓送迎会の需要に多少期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・2月は落ちるが3～4月は歓送迎会と花見の時期に入る。昨年は東日本大震災でほとんどがキャンセルになったが、今年は何もなければ順調にいくため、やや良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・省エネ産業が盛んになり、東日本大震災の復興で景気はやや良くなる。
		タクシー運転手	・東日本大震災の復興需要でやや良くなる。
通信会社（経営者）	・新年度予算の話もかなり具現化し、来年度も東日本大震災の復興関連予算が多く残りそうである。年度末から新年度への橋渡しをしっかりと行えば、多少なりとも景気は回復する。		
	ゴルフ場（副支配人）	・3月よりクローズ期間が終わり再開するため、3月からは来場者数も増え、景気は今よりも良くなる。	
変わらない	商店街（代表者）	・動機付けのポップ広告を書いても、最近では衝動買いをする客が少ない。	
	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・大型店が有名店を店内に引き入れるなど、充実を図る企画が始まっている。競合が激しくなり、小さな店は手が出せない。小さな商店が元気にならなければ、景気は動かない。	
	百貨店（販売促進担当）	・各種オケージョン商材の最盛期に入ってくるが、消費者の手持ち在庫で済ませようという傾向は依然として押しよくされない。	
	スーパー（店長）	・現在も良くないが、前年は東日本大震災前までは非常に悪かったため、今年はその反動で経営的には楽になるはずである。ただし、震災後の特需のころになれば、また苦しい状況になる。	
	スーパー（総務担当）	・電気料金の値上げとそれに伴う物価の上昇、増税の議論、年金不安など、財布のひもが固くなる材料が多い。必要な物以外は買わない傾向が続く。	
	コンビニ（経営者）	・客数が増えて上向きのため、悪くはならない。	
	コンビニ（経営者）	・先行きに明るい材料がないため、やや悪い状況は変わらない。	
	コンビニ（店長）	・当店の周りでは景気が芳しくない状況が普通になっている。来客には高齢者が大変目立つようになってきており、今にも倒れそうになりながら買物をしている姿は本当に気の毒である。悪いながらも今の状態がより悪くならないで続くことを願うほかない。	
	家電量販店（店長）	・3～4月の春需要は買換えではなく新規での需要となるため、大きな落ち込みはなく、現状の悪さの継続で止まる。	
	家電量販店（営業担当）	・電気料金の値上げ等の報道で、省エネ商材の動きが良くなると思うが、不透明である。	
	乗用車販売店（経営者）	・新型車の受注が引き続き見込まれることと、エコカー減税が続くため、変わらない。	
	乗用車販売店（従業員）	・期末に向かい需要期になるが、経済の見通しが依然不透明なため、台数が伸びて収益が上がるとは思えない。	

乗用車販売店（販売担当）	・1月はスポット的に販売台数が伸びたが、今後2～3か月先は今のところ風評被害が多少残っており、景気が上向きになるとは考えられないため、これまでどおり低い水準で変わらない。
乗用車販売店（営業担当）	・過去の販売保有台数に基づき予想すると多少は期待が持てるが、厳しい状況に変わりはない。
住関連専門店（統括）	・消費税増税の議論や将来の年金問題等があり、可処分所得の減少につながる要素が多いため、変わらない。
住関連専門店（仕入担当）	・地震が多発しており、防災用品の動きは日増しに高まっている。このような傾向も購買意欲を減退させており、底上げを期待する材料はほとんどない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（従業員）	・やや悪い状況がしばらく続く。
一般レストラン（経営者）	・総合的に考えると、あまり経済が良くなるという方向性は見えない。
都市型ホテル（経営者）	・レジャー施設、店舗等の閉鎖が続き、上向きになる要素が無い。
旅行代理店（所長）	・首都圏の修学旅行の受け皿であるが、福島第一原子力発電所次第となる。行政主導の誘客活動も継続的に行っており、それ次第で効果が全く違ってくる。
旅行代理店（副支店長）	・2～3か月前も決して景気が良かったわけではなく、業界的には東日本大震災のため自粛していたものが秋需要で増えただけであり、決して景気が上向いていたわけではない。今後もある程度の動きの後なので、需要が落ちてくる状況は変わらない。
通信会社（経営者）	・消費税増税の議論など先行き不安が先行しているせいか、消費者の購買意欲が全く感じられない状況は変わらない。
通信会社（総務担当）	・個人消費が低迷し続けている状況は変わらない。
通信会社（局長）	・季節要因により販売数量は大幅に伸張するが、この季節要因を除外すると景気回復の要因が見当たらず、客の様子からも大きな変化は感じられない。
遊園地（職員）	・東日本大震災から10か月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ため、今後の景気はあまり変わらない。
競輪場（職員）	・他場の状況、他種競技と共にそれほど大きな変化が見られない。
その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員）	・全体的な構成の中では、ゲーム機部門とネットカフェ部門に大きく分けられる。ゲーム機部門は新規機種を導入した所を中心に客数や回収金額が増えているが、ネットカフェでゆっくり過ごす客が減っている。特に集中時間帯はますますだが、早朝、深夜の来客が減っており、両極端な動きがしばらく続くため、全体では変わらない。
その他サービス〔清掃〕（所長）	・消費税増税の議論、給与の減額など先行きの景気が良くなることが見当たらないため、厳しい状況に変わりはない。
設計事務所（所長）	・前月、前々月は少し上向いてきていたが、また元に戻ったようである。今の状態が平常と考えられるため、変わらない。
設計事務所（所長）	・決算イベントなどを計画して上向きになるよう努力したいが、転勤や人事の関係で今のところ大きな変化は望めない。
設計事務所（所長）	・今の景気より良くなる要因が全く感じられない。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・周囲の工場等では受注が少なく、アルバイト切りや時間切り等、作業時間を短くしているため、買物客が自然に少なくなっていく。
一般小売店〔家電〕（経営者）	・商品の動かないなかで大型店はますます低価格販売をしており、小売業者はいろいろな面でやりにくく、厳しい状況である。また、低価格でも商品の動きは鈍く、明るい兆しは見えてこない。
一般小売店〔青果〕（店長）	・福島第一原子力発電所の事故の問題が改善されない限り風評がいつまでも付きまとうので、大変である。
百貨店（総務担当）	・今月は中旬から雪と寒波で客が減少しており、今後も同じような現象になる。周囲の店、旅館、ホテル、スキー場などの客数が減少し、その客の買物もシビアになり、売上も減少している。景気回復は悪く、商品購入の回復も遅れているため、厳しい。
百貨店（営業担当）	・増税の議論や欧州の信用不安で、消費マインドが冷えている傾向が見られる。預金は増えているようだが、消費に回ってこない。
百貨店（営業担当）	・電気料金の値上げや税制面での不安要因が消費マインドにマイナスの影響を与えるため、やや悪くなる。

	スーパー（統括）	・ 普段の買物では節約志向が定着し、ハレの日などのモチベーションには需要が活発化する傾向がより顕著になってきたが、昨年の東日本大震災後の急激な需要増には届かない。
	スーパー（経営企画担当）	・ 増税の議論や各種料金の値上げなど景気回復に水を差すようなことが多い。特に電気料金の値上げは、燃料調整費の値上げまで含めれば当社では28%にもなり、経営をかなり圧迫する。
	コンビニ（店長）	・ 同じ系列の店舗が近所にできるため、影響が出ないということは恐らくない。これから売上は若干落ちていく。
	衣料品専門店（店長）	・ 収入が減っている家庭が多くなっているなか、将来の増税や地震予測、世界経済などの不安が根強く消費者心理に影響しているため、なかなか景気が良くなる状況ではなく、まだまだ厳しい。
	乗用車販売店（管理担当）	・ 新車販売はエコカー補助金が施行見込みであるが、当社取扱車は補助金対象車が少なく、新車販売の増加は見込めず、厳しい。
	高級レストラン（店長）	・ 悪化する要素しか見当たらない。
	一般レストラン（経営者）	・ 客単価が抑えられ、材料費は少しずつ上がってきている。福島第一原子力発電所の事故による風評被害の影響がかなり深刻で、一般消費者は国産品にかなり敏感になり、飲食店は信用を得るのが大変になっていく。
	都市型ホテル（支配人）	・ 茨城空港ではまだ福島第一原子力発電所の事故の影響で一部航路が再開されておらず、前年にはあったその関係の宿泊客が今はほぼ無いに近い状態、やや悪くなる。
	都市型ホテル（営業担当）	・ 当社としては4～5月辺りは春先の研修などに期待したいが、消費税増税の議論などが出ているため、雰囲気的に今後悪くなるというイメージが客にあり、それが全体的に影響し、やや悪くなる。
	通信会社（販売担当）	・ 好転する材料がないため、やや悪くなる。
	テーマパーク（職員）	・ 風評被害が落ち着いたように思ったが、最近になってまた放射性物質の問題が出てきているため、やや悪くなる。
	ゴルフ練習場（経営者）	・ 年金や税制改正の議論、電気料金の値上げが報道されている状況で、お金を使わず貯蓄に回す人が多いため、やや悪くなる。
	ゴルフ場（業務担当）	・ 3～4月の引き合いは順調に来ているが、早割の特別料金、安い料金での反応が多く、実際になってからの取り込みが苦慮している。そのため、来場者数はほどほどに確保できても売上がなかなか伸びない。
	その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・ サービス券の売上枚数も伸び悩んでいる。客の来場予約並びに回数券、その他販売、月極定期券の予約状況についてもかなり鈍いため、やや悪くなる。
	設計事務所（経営者）	・ 今ある設計もほとんどが終わってくるなか、続けて次へ移れる設計がない。
	住宅販売会社（経営者）	・ 円高により基幹産業である自動車、電機関連などが赤字になり、世の中全体がリストラなど規模縮小となり、不景気感をより一層深めている。高額である不動産は一番最初に影響するものであり、買い控えなどが考えられるため、より悪くなる。
	住宅販売会社（従業員）	・ 低金利の環境のなか、住宅エコポイント制度などの具体的なメリットはあるが、エネルギー料金の値上げなどの動きといった先行きの不安感がぬぐえず、様子見の顧客が多いため、やや悪くなる。
悪くなる	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・ 消費意欲が良くなる要素は皆無である。
	一般小売店〔衣料〕（経営者）	・ 昨年の3月11日以来、観光客が激減している。寒くなるため昔からこの時期は良くないが、それ以上に少なく感じることから、良くなるようには見えない。
	スーパー（経営者）	・ 寒さによる消費の停滞が見られ、悪くなる。
	コンビニ（経営者）	・ 消費税増税の議論で消費者は財布のひもが固くなり、より一層景気が悪くなる。
	衣料品専門店（販売担当）	・ 表現は違っても、客が口々にするのは今後の不安材料だけであり、今後はずっと悪くなる。
	一般レストラン（経営者）	・ 宴会客に期待したいが、さらに沈滞ムードは続き、悪くなる。
	スナック（経営者）	・ 何もしなければ、このまま落ち込んでいくだけである。
	スナック（経営者）	・ いよいよ世代交代かと感じており、本当に良くなる要素が一つも見つからない。
	タクシー（経営者）	・ 不景気感が強く、この先も悪い。
	住宅販売会社（従業員）	・ 増税の不安、景気後退の懸念など、マイナス志向の消費者心理に反映して、悪くなる。

企業 動向 関連	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・環境問題によるフロン回収はこれからも整備が強くなり、ブタン入り家庭用冷蔵庫については慎重な処理が確立しつつある。また、行政から出るスプレー缶処理等は重大事故が多発して表面化してきているため、良くなる。
	やや良くなる	金属製品製造業（経営者）	・同業者内でも当社のような1次下請と2～3次下請とでは相当差が出ているが、当社はやや良くなる。
		金属製品製造業（経営者）	・得意先の仕事が急に少なくなるということで、当社も1、2月は予定外に仕事が少なくなってしまったが、3、4月ごろになればまた仕事量が多くなるため、やや良くなる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量が多くなれば、全体的に良くなる。
		金融業（役員）	・当地域の自動車部品製造業の2、3社においては前年同月比120%強の受注で推移しており、残業の増加や派遣従業員を中心に雇用が拡大しているため、やや良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・昨年は既に広告予算削減の話が多数あったが、年度末が近いにもかかわらず予算を削減するという話をほとんど聞かないため、やや良くなる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・価格は相変わらず厳しい状況ではあるが、引き合い、受注量共に増加傾向である。
変わらない	食料品製造業（営業統括）	・今年に入っても相変わらずユーロ安、ドル安が止まらず、欧州、チリ、米国、オーストラリア等の国々からの安価のワインが入ってきており、国産の原価の高い商品は苦戦を強いられている。この厳しい状況はしばらく続く。	
	化学工業（経営者）	・東日本大震災の復興支援の仕事で今ごろは忙しいはずだったが、大幅にずれ込みまだ入ってこないため、厳しい状況は続く。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・インターネット販売における節句関連商材及び年度末の贈答品受注に幾らか望みがあるが、全く予想が立たない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・タイの洪水による応援品は今月で完了するが、新規品が珍しく入ってきたため、作業量に変化はない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・主要客先からの受注は、現在と同じ水準で推移する。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・厳しさは相変わらずだが、企業努力によってまだまだ生き残れる。多くの取引先を細かく開拓することで、より安定した受注を確保していきたい。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・当社では輸出用製品がかなり減っており、国内、内需向けの仕事が増えてきている。そのため、欧州の信用不安などの影響はなく、3月くらいまでは恒常的な受注が見込める。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・仕事量はある程度確保しているものの、内容は非常に厳しい物件が多い。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・1～3月くらいまでは暇な会社は本当に暇で、忙しい会社は忙しいままである。	
	輸送業（営業担当）	・年度替わりにより新社会人、新生活商品等の家電、インテリア、生活雑貨などの物量が例年並みの動きである。物量は確保できそうだが、円高による輸出産業等、自動車関係等の落ち込みもあり、また原油高で燃料負担も厳しく、利益は薄くなっていく。	
	金融業（経営企画担当）	・円高が改善される要素がないため、変わらない。	
	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・チラシ出稿量は徐々に安定してきており、希望が持てる。製造業ではタイの洪水被害企業の機械部品の受注が増えているが、多くの企業では円高の長期化による先行き不安で慎重にならざるを得ないとのことである。	
	社会保険労務士	・為替や欧州の信用不安といった外部要因がどのように各事業所に影響を与えるのか予測しづらいため、とりあえず例年並みの売上計画を立てている所が多い。	
	経営コンサルタント	・前月同様、消費、設備投資、建設投資等の先行き不透明感から、経営業績の向上につながる材料が見当たらない。	
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・2月から資材価格、特に紙代が上がるため、客との折衝で先行きが少し不安である。
一般機械器具製造業（経営者）		・自動車関連の忙しさは3月までとの情報があり、4月以降は仕事量が減ることはあっても増えることはない。新規品の立ち上がりもあるが、減少分を埋めきれない。	
その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）		・基本的には売れておらず、落ち込みが心配である。	
通信業（経営者）		・景気は悪くなる一方で、良くなる要素が何も無い。	
金融業（調査担当）		・製造業では国内、海外需要の鈍化、非製造業では観光面で大きなイベントがなく集客が期待できないため、やや悪くなる。	

悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・本格的に新穀が出始めると原価が上がるが、その分を吸収できればよいものの、放射性物質による風評被害等でできる状況にないため、相当厳しくなる。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・相変わらずの競争による価格低下や仕事量の減少で、悪くなる。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・3月までの受注量は比較的水準が高いが、4月以降大幅に落ち込むと同時に電気料金の値上げがくると、コストを吸収しきれない。また、大手メーカーからはコスト削減圧力が強く、2.5%強のコストダウンの要請を受けているため、4月以降は収益悪化が避けられない。	
	建設業（総務担当）	・前期に続いて今期も土木工事の受注が多い。工期が現場の状況で延長になることが多く、現場管理費がかさむ要因が多くなり、赤字が発生してしまう。いかに工期短縮をはかるかが重要になってきている。	
	不動産業（管理担当）	・4月以降の契約更新に向けてメンテナンス費の削減を求められているが、サービス内容は落とすことができないため、利益を減らして受注せざるをえない状況になっていく。	
雇用 関連	良くなる	—	
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・衣料品や化粧品、その他の販売等は、新年度を見越しての販売活動が活発化していく。自動車、電子も同様に、新機種の販売等での生産などが見られる。住宅関連もそれらに合わせて若干伸びていく気配が見えている。
		人材派遣会社（経営者）	・年が明けてから大きな仕事が入り、上手くいっているため、先行きも順調である。
	変わらない	求人情報誌製作会社（経営者）	・まだまだ景気低迷が続くなか、衣料、介護、人材派遣の募集はあるものの、周辺企業全体を見ると正社員の中途採用はほぼ無く、パート、アルバイトが多少あるのみで、厳しい状況が続く。
		職業安定所（職員）	・今のままの状況が2、3か月は続く。
		職業安定所（職員）	・現在の求職者の動向には一定の落ち着きが見られるが、今後、年度末に向けて解雇、雇止め等発生への危惧もある。企業側の動きを引き続き注視していく必要がある。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・年明けにも東日本大震災復興のための求人があると言われ続けてきたが、実感はない。現在ある求人に対しても求職者のミスマッチが多く、景気の問題もあるが、この溝を埋めないと就職活動は活発化しない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・決算期を迎えて例年だと好調に推移するが、今年是在庫調整による減産が見込まれて求人の動きが停滞するため、やや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・企業からの明るい話もなく、管内大手企業のこの先1～2か月でのリストラ情報があり、数か月間は下降気味である。
		職業安定所（職員）	・先行きについては円高の影響もあり非常に不透明なため、やや悪くなる。
職業安定所（職員）		・来月に家電関連事業の大量解雇に伴う新規求職者数の増加が見込まれるため、今後の景気はやや悪くなる。	
悪くなる	—		