

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	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・近隣地区の百貨店廃業により、非常に市場が広がっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上が前年比115%、3か月前と比べても107%と好調である。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・テレビ需要に加え、節電、省エネのための季節商材等の動きが活発である。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・地上デジタル放送対応へ向けて、テレビやレコーダーの買換えや買増しの駆け込みが出ており、同様にアンテナ工事も増えている。東日本大震災の影響から節約、節電、エコへの関心が強まっており、夏の節電に扇風機の高額品が特に売れている。また、昨年の猛暑で品切れしたエアコンの売行きも良い。
やや良く なっている		商店街（代表者）	お客様の様子	・小中学生の遠足が始まったが、昨年より来客が多く写真のプリント数も増えている。また、保険請求の写真も目立って増加している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災から3か月たち、観光客が戻り始めている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送対応テレビが最後の追い込み販売で増えている。エアコン等の夏物商材も良く売れている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響は一時的にあったものの、最近の動向として商圏内で差別化した商品の訴求や催事展開に今まで以上の反応があることから、必要な物に対する消費意欲は強いと感じている。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・落ち込んでいた来客数が回復してきている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で商品が途絶えがちだったが、大分復活してきており、それに伴って来客数が増加している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・橋や道路の修復も終わり、交通量が増えている。来客数も増え、今のところ売上は好調である。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後の買い控え等のイメージが払しょくされてきて客の動きが活発になり、買上状況が変わってきている。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・相変わらず客数は少なく、前年比20%減で推移しているものの、東日本大震災直後よりは売上が大分戻ってきている。
		住関連専門店（仕入担当）	販売量の動き	・住関連の夏物、特に節電を意識した扇風機、すだれ等の商材を中心に販売数が伸びており、これらの売行きは前年の3倍を超えている。住関連補修品の動きも依然堅調である。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・消耗品及び夏物商材で販売点数が増加している。また、節電関連の商品動向が顕著となっている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（従業員）	販売量の動き	・極端な自粛ムードは無くなりつつある。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・夏の行事、イベントを控え、自粛ムードは多少なりとも緩和されている。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災後の旅行や催事への自粛ムードをほとんど感じなくなってきた。夏のトップシーズンに向けて予約も戻りつつある。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の復興景気なのか瓦工の職人達の宿泊が目立ち、半年近くの宿泊が入っている。また、スポーツ団体の予約も戻ってきており、客単価は低い但し客数は上向きになっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災以来、ずっと風評被害があったが、6月後半に入ってようやく皆財布のひもが緩んできたのか、いろいろと動きが出てきている。
旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・東日本大震災から比べれば、問い合わせ件数が増えている。		
通信会社（経営者）	販売量の動き	・一般の仕事はまだまだに少ないが、行政や外郭団体関係の仕事が徐々に動き出している。		

通信会社（販売担当）	販売量の動き	・3か月前は東日本大震災の後で販売数、来客数共に低迷していたが、6月下旬に発売開始となった携帯電話各社の夏の新品販売が好調に伸びてきているため、現在は良くなっている。	
通信会社（営業担当）	来客数の動き	・ボーナス効果はあまり感じられず、節電や節約志向が強いせいか、客も消費に消極的なようである。ただし、アナログ放送終了等による駆け込み需要はある。	
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・入園者数は、依然として前年を大きく下回っているものの、東日本大震災直後に比べると良くなりつつある。	
遊園地（職員）	来客数の動き	・レジャーへの出控え傾向は継続しており、前年比では低調に推移しているものの、東日本大震災の発生した3か月前と比較すると、来客数の動きは徐々に回復傾向にある。	
ゴルフ練習場（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、消費は冷え込むと思っていたが、予想以上の復興景気により、客の動きが活発で商品の動きが良くなっている。	
ゴルフ場（業務担当）	単価の動き	・前年比ではまだ85%くらいの段階だが、徐々に単価が回復しつつある。	
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	・土日の子連れでの来店が特に多くなっている。東日本大震災での休業以前より多い割合なので、近場で低単価な場所で子どもを遊ばせる客が増えているようである。	
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	・平日も週末も客は夜間が多いが、その集中度合いが少し広範囲に広がっている。合計客数が若干増えており、売上もそれなりに付いてきている。	
美容室（経営者）	来客数の動き	・少しずつ来客数が増えてきているが、高単価のパーマ等は客が敬遠している状況である。また、経営している美容学校では、蛍光灯等をLEDにとりあえず20本替えたり、なるべくエアコンを入れないようにするなど、節電の目標を掲げて対応している。	
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	・通常的生活環境に戻り、春先の消費抑制から解放されて、消費は伸びている。	
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・条件の良い住宅分譲物件であれば客は来るし、東日本大震災が一段落したおかげで少しずつ改装、改築、増築等の動きが出ており、企業等の動きもある。また、エコに対する意識も高く、省エネ関連の商品も動きつつある。	
変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・景気が悪いと言うのかどうか、買わない、店に入らないという傾向がよく見られる。
	一般小売店 [精肉]（経営者）	お客様の様子	・節電で町が暗く感じられる。それでもこの状況に慣れてきたのか少しずつ動きが出てきている。しかし、前半は梅雨の影響で出足が今一歩、後半は急激な暑さのため低調な動きとなっている。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・中元関連の単価が下がっている。
	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・アパレル関連が厳しい状況である。近隣のショッピングセンターや専門店等で早期にクリアランスセール告知を行っていることもあり、クリアランス待ちの心理が働いていると思われる。また、中元商戦が始まったが、開始1週間で見ると法人需要の伸びが悪く、ギフトはもらってから送るという声が多い。
	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・衣料品についてはさほど変わりはないが、特に住関連の商品でクール対策、エコあるいは節電の商品については前年の200~300%とかなり良い動きになっている。クールの敷きマットやタオルなどは異常値を出しているような状況で、そういう部分だけが良く、他はさほど良くないという状況が続いている。
	スーパー（統括）	販売量の動き	・野菜の安値が続いていることも影響して1点単価は低下しているものの、買上点数は多く、客単価も上昇している。客の来店頻度は若干落ちていることから、なるべく家から近い1つの店、1回の買物で、必要な物をそろえようとする傾向が強い。
	コンビニ（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の後は震災特需みたいなものが若干あったが、ようやく品物も出そろってきて普通の状態に戻ってきた。震災前と比べてほぼ変わらないような状況になってきている。

	乗用車販売店 (経営者)	単価の動き	・中古車相場の上昇により仕入にかなりの影響が出てきている。そのため仕入に慎重になりすぎて商品不足になり、思うように販売活動ができていない。
	乗用車販売店 (販売担当)	来客数の動き	・車の販売のほか、修理や車検、板金その他のいろいろやっているが、今月に入り、販売だけでなく車検や修理等も入らなくなっている。通常、6月は良い月なので、こんなことは初めてである。客も全然来なくなっている。
	自動車備品販売 店(経営者)	販売量の動き	・東日本大震災のマイナスとプラスになった分では差し引き販売量は同じ、ほぼ例年並みに回復しつつある。
	一般レストラン (経営者)	それ以外	・今月の売上も前年並みであるが、食材仕入れ、特にうなぎ等、活魚の値上がりによる利益への影響は大きい。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災以降、来客数はほとんど変わらないか少なくなっている。客単価も以前よりは落ちている。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響は少なく感じているが、福島第一原子力発電所の影響は相変わらず続いている。特に、節電については心理的な形で客の動きに影響を及ぼしている。空調の温度設定や照明の削減等で、楽しい会話もできなくなっている。
	旅行代理店(所 長)	お客様の様子	・夏休みをひと月後に控えて、予約が本格化するこの時期に入っても、先行予約の動きが見えない。実際、夏のピーク時の予約も前年に比較してかなり弱い。また、北関東のため、今もお福島第一原子力発電所に関する不安感からか、他の地区に対して敬遠されている。
	旅行代理店(副 支店長)	単価の動き	・東日本大震災による自粛が続くなか、数少ない仕事を多くの企業で競争して販売し始めているため、単価が非常に落ち込んでいる。
	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・東日本大震災後、当地域でもわずかではあるが仕事が入りだした感がある。ただ、震災の後始末の進み具合は遅く、さらに東海沖、南海地震等が心配を拡大しており、一部の商品を除いては手を出さない人が多い。
	通信会社(局 長)	お客様の様子	・節電意識の高揚などにより節電対策商品の購入には積極的であるが、その反面、質素な生活や節約志向も高まりつつある。
	ゴルフ場(副支 配人)	来客数の動き	・前年同月比ではほぼ横ばいである。
	競輪場(職員)	お客様の様子	・入場者数、購買単価共にさほど変化が見られない。
	その他サービス [立体駐車場] (従業員)	お客様の様子	・前月オープンした駅ビルの商業施設、家電量販店の関係で来客数が非常に伸びており、3か月前と比べても約8~10%近く上向きに転じているが、単価は依然横ばいであり、総体的には若干の上向きか横ばいである。
	設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・東日本大震災によるいろいろな問題が解決されず、先行きの不安を抱え、設備投資は様子見という客が多い。
	設計事務所(所 長)	販売量の動き	・3か月前よりもっと前から悪くなったままで変わらない。仕事の依頼や相談も少なく、結果的に売上が少ない。
	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・相変わらずデフレが進んでいる。土地、貸店舗、アパート、マンション等、まだ家賃が下がり続けている。家賃を下げれば何とか入居者が確保できるという状況なので、前月よりは若干問い合わせが出てきている。
やや悪く なっている	商店街(代表 者)	来客数の動き	・東日本大震災、電力不足、節約ムードと気持ちが落ち込んでいる上に、地元固有の悪条件が重なって客足を遠のさせる要因になっている。
	スーパー(店 長)	販売量の動き	・東日本大震災直後の特需の売上と比較すると、通常に戻った現在のほうが業績的には下向きである。
	スーパー(経営 企画担当)	販売量の動き	・月を追うごとに来客数、販売量共に低下傾向を示している。
	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・節電などの生活に密着した不安がきちんと解決できるまで、他の所に消費意欲は沸かない。
	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・東日本大震災からの復旧が進んでいるが、依然として福島第一原子力発電所の収束が不透明なことから多方面に影響が出てきている。建設関係等の特需などの話題が出るが、深刻な経済状況であることには変わりがない。

	乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・毎月徐々に販売台数が落ち込んでいる。福島第一原子力発電所の問題も理由としてあるだろうが、世間一般がエコカーを求めており、当店で扱っている中古の輸入車にはエコカーが全くないということも原因かもしれない。とにかく新車、中古車合わせて輸入車は毎月のように落ち込んでいる。	
	高級レストラン (店長)	来客数の動き	・東日本大震災以降、4月は自粛ムード、5月は観光客の激減、6月は暴力団の抗争により来客数が激減している。	
	都市型ホテル (支配人)	お客様の様子	・外国人客が大幅に減少し、通常のビジネスマンも減少している。福島第一原子力発電所の問題が収束しない限りは客足が戻ってこない可能性が高い。	
	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・個人旅行は我慢できない状況になってきているが、法人はまだまだ自粛ムードである。	
	タクシー(経営者)	お客様の様子	・依然として自粛ムードがあり、前年同月比で8%の減少である。	
	設計事務所(所長)	来客数の動き	・東日本大震災から3か月が経過したが、一向に再生への見通しが見えないこともあって、顧客から計画の中止を言い渡されるケースが出ている。	
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・来月からの観光シーズンを前にして、盛り上がりには欠ける状況である。	
悪くなっている	商店街(代表者)	販売量の動き	・学校指定の登山用品や水着用品等の注文をまとめてもらう時期だが、前年比で注文が半分くらいになっている。いろいろ考えて買わなくなっているようである。	
	一般小売店[衣料](経営者)	販売量の動き	・東日本大震災以降、観光業の当地区は動きが停滞している。ゴールデンウィークは少し良くなったようなことを聞いたが、大分良くなっている感じではない。	
	一般小売店[青果](店長)	お客様の様子	・やはり東日本大震災で修繕などの経費が掛かっているのも無駄遣いをしないような傾向が見られ、必要な物以外は本当に買わない。	
	スーパー(経営者)	それ以外	・東日本大震災以降の不透明感により、買物の傾向が変化している。	
	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・取扱化粧品メーカーを1社減らしたことが大きな要因と考えられるが、それ以上に来店率、来客数の減少に悩んでいる。当地も東日本大震災の被災地であり、住民の消費に対する冷めた反応が気になるところである。	
	衣料品専門店(販売担当)	来客数の動き	・梅雨入りが早かったことも影響しているのかもしれないが、6月に入ってから極端に客足が遠のいている。セール待ちという雰囲気客もいるが、全体的に客が出てきていない。街の中心部なのに1日の人通りが本当に数えられるくらいしかないような状況なので悪い。	
	スナック(経営者)	来客数の動き	・東日本大震災だけの影響ではないと思うが、どうしようもなく景気が悪く、回復の兆しも無い。	
	スナック(経営者)	お客様の様子	・1か月が本当に早い。とにかく良くなる要素が見付からない。	
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(営業統括)	競争相手の様子	・一時の消費者の買い控えも緩和してきており、各メーカーとも荷動きが改善しつつある。
		金属製品製造業(経営者)	取引先の様子	・ここへきてようやく親会社の生産も順調になり、当社の受注も例年並みに増えてきている。ただし、7月からの電力の15%カットが大変である。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後の計画に対するマイナス分を取り戻そうという動きが本格化しつつある。
		一般機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・当社では電動工具の部品を作っているのでも、東日本大震災による需要から2割ほど仕事が増えている。
		輸送用機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後、受注は前年比半分程度となったが、現況からはそれが回復基調に入る。前年比で約90%まで戻ってきているので、そういう意味では良くなりつつある。ただし、15%節電で果たして今後乗り切れるかということは心配である。
		金融業(経営企画担当)	取引先の様子	・製造業については受注が戻りつつある。また、飲食業、ホテル、旅館等のサービス業についても予約が入りつつあると聞いている。

	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業ではサプライチェーンの問題が改善しており、取引も戻り始めている。一方、非製造業は回復が遅れており、東日本大震災前の状況に戻るには時間を要すると見られる。
	金融業（役員）	取引先の様子	・製造業を中心とした取引先は依然として厳しい状況にあるものの、受注はスピード感のある回復を見せている。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・宣伝広告はまだ若干抑え気味であるが、3月よりはましだという程度である。
	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	それ以外	・3か月前と比べると明らかに良くなっている。新聞広告も前年並みに戻っており、今月のチラシ出荷量も100.2%で48か月ぶりに前年を上回っている。
	社会保険労務士	取引先の様子	・東日本大震災直後は仕事がないので従業員を自宅待機させている事業所が多かったが、それが通常の状態に戻りつつある。
変わらない	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災前に戻りつつある。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・依然として動向は変わらないものの、リゾートホテルでの体験工房などは徐々に客入りも増加傾向にあり、若干ではあるが売上増の唯一の材料となっている。
	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の関連業種で大変忙しいというところもあるが、当分厳しい状況は続きそうである。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・思ったより安定した生産が続いているが、試作品と単発品が多い。ただし、部品加工関係は多忙の所が多い。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後の震災特需が一巡して平常の受注になっており、他部署は相変わらず増えもせず減りもせずというところである。復興需要の話もちらほら来ているので、決まれば増えるだろうが、そうでなければ通常よりやや落ち込む。
	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各種部品の入荷が遅延し、一部生産に支障をきたしていた。7～9月に東北地方への供給のため、一部製品の増産を受けたが、これは一時的なものであり、全般的な景気浮揚にはならない。
	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	・取引先が10社ほどあり、良い会社と悪い会社といろいろである。今のところはまづまづの売上高を確保している。
	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・顧客のプラントは3～4年周期で波があり今はその波に乗っていることもあるが、1年後はまた違う波となる。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・家電関係の荷主においては、アナログテレビ終了ということで駆け込み需要による液晶テレビ、レコーダーなどの物量、出荷が目立っている。また、夏物の節約家電として扇風機の動きも大変良くなっている。しかしながら運賃コストが下げられている面もあり、物量的には5割増しになっている割に、なかなか厳しい部分がある。
		経営コンサルタント	取引先の様子
	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、現状回復に注力し、投資を手控えていたが、最近少しずつではあるものの、情報化投資に対する引き合いが出てきている。しかし、予断を許さない状況には変わらない。
やや悪くなっている	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらずメイン商品が15～30%ほど落ち込んだままである。そのため、いろいろな仕事をして人を遊ばせてはいないが、売上、利益の確保にはほとんど貢献していない。
	不動産業（経営者）	取引先の様子	・経営が危ないとの噂が広がるぐらい、芳しくない情報が多い。
	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・空室率改善のために、ビルのオーナーの関連部門や関連企業が入る話はあるが、それ以外の入居希望の話はほとんどない。関連の場合は賃料を安くせざるを得ないので、空室率は改善しても収益的にはほとんどプラスにならない。また、節電対応で設備の入換えなども発生しているため、その分がややマイナスになっている。

	司法書士	受注量や販売量の動き	・当地域は下請、孫請企業が多いが、やはり東日本大震災の影響がじわじわボディブローのように効いているようで、上積み分がなく、低値安定といったところのようである。
悪くなっている	その他製造業 [宝石・貴金属] (経営者)	受注量や販売量の動き	・今月は大きな卸の展示会が行われたが、来場者、売上共に前年比15%減、売上商品の単価も下落している。高い物が売れないため、売上が伸びない。
	建設業 (総務担当)	それ以外	・公共工事主体で土木、舗装工事を行っている。6月末時点での受注額は前年比17%増である。ただし、入札状況が最低価格での数社によるくじ引きであり、神頼みの状況は変わらない。また、東日本大震災の影響で受注工事の工期延長があり、仕掛かり物件となって売上計上ができないため、今後も心配である。
雇用 関連	良くなっている	人材派遣会社 (社員)	それ以外 ・施設管理、施設の清掃管理等を請け負っているが、観光、リゾート関係の施設については前年比ではまだ若干落ちているものの、3か月前と比べ徐々に稼働が戻ってきている。その他のスポット業務についてはあまり受注が伸びているということはないが、同様に前年比で見ると数字は落ちたままであるものの、回復してきている。
	やや良くなっている	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き ・自動車関連、電機、電子、部品関係の求人数は幾分目立ってきている。加工も含めた食品関係は良かったようである。住宅関連は依然として厳しい状況で、求人数はほとんどない。
変わらない	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・雇用調整助成金等の相談件数が減っている。
	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・忙しい所もあると思うが、当社の得意先はどこもあまり忙しくない。売上も東日本大震災以降ずっと横ばいで、それ以前と比較すると25%くらい減少している。
	求人情報誌制作会社 (経営者)	求人数の動き	・夏になり、小売、飲食業などのパート、アルバイト求人が多くなってきているものの、正社員の募集は少ない。
	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・5月のパート常用での新規求職者は前年同月比で20.1%と大幅に増加し、例年4～5月に掛け一定数減少し、落ち着きを見せる求職者の動きに変化が表れている。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人数は増加しているが、被災者に限定されたものが多く、紹介に至らず、就職につながらないケースがある。
	民間職業紹介機関 (経営者)	求人数の動き	・被災地からの工場移転による新規求人が若干あるものの、全体として明るい材料が見当たらない。
	学校 [専門学校] (副校長)	求職者数の動き	・求人企業、求人者数共に非常に少ない。企業訪問をすると若干出てくる程度である。1つの求人にも多数の応募者が集まり、就職難はますますひどい状況にある。
やや悪くなっている	人材派遣会社 (管理担当)	周辺企業の様子	・クライアントが契約社員を増員しており、派遣社員の募集を控えている。
悪くなっている	○	○	○