

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）	・クリスマスや年末年始、バレンタインデーやホワイトデーなど、取りこぼしがないよう心掛ければ、まだまだ拾っていく。余程の悪天候でも続かない限りは大丈夫である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・現在、来年春の学校販売の注文を受けているが、2月の初めごろから販売が始まるので3か月先は景気も良くなり、売上も伸びていく。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の評価が良い。また、エコカー減税の駆け込み需要が始まってきたため、やや良くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費がある程度抑制されている状態が長く続いているが、少なくともあと2～3か月たてば消費の意欲が多少増す。
		都市型ホテル（スタッフ）	・これから忘年会並びに新年会などで、前年並みに行くかどうかは難しい点もあるが、サービス業にとっては多少伸びるのではないかと期待するところが大きい。当地域は決して景気が良いというわけではないが、客の財布が一番緩む時期であり、多少良くなっていく。
		通信会社（経営者）	・低値安定であり状況は良くないが、年末年度末に向けた見積りや受注が増えており、多少の好転要素が見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・例年どおりとはいかないまでも、年末のボーナス商戦で少なからず消費の促進がある。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・例年そうだが、年を越すと景気の流れや雰囲気みたいなものがかなり変わってくるため、現在の流れからすると、今が一つの底のような気がする。12月になると年末商戦及び客の使用可能金額が増えることもあり、若干希望的観測ではあるが、先行きある程度客が戻ってくる。
	変わらない	商店街（代表者）	・周囲に聞いても、購買意欲は全く見当たらない。
		一般小売店 [精肉] (経営者)	・株も低調で物価も安値安定のため、放射線の影響で米が値上がりしているくらいであり、景気の浮揚は見込めない。
		一般小売店 [家電] (経営者)	・客が特に興味を持つような商品が出るか、環境が変わらなければ、なかなか難しい。
		百貨店（販売促進担当）	・冬物クリアランス時期に入ってくるが、クリアランス前の買い控えが年々顕著になってきている。また、クリアランスセールでは一時的な売上は確保できるが、継続しない傾向にあり、必需品以外の購買は依然慎重である。
		百貨店（販売促進担当）	・気温の変化に伴い、少しずつだが重衣料や防寒物が動き始めており、特に機能下着は堅調に売上を伸ばしている。しかし、店全体で見ると、こういった売上をけん引する商品が少ないため、今後も今とあまり変わらない。
		スーパー（店長）	・冬の行楽や観光が大きなマーケットになっている立地のため、例年どおりに降雪があれば当店も潤うが、東日本大震災時からの外国人客の減少と暖冬傾向で期待は持てない。
		スーパー（総務担当）	・福島第一原子力発電所の事故、円高、年金問題等、消費が増える要素が見当たらない。
		スーパー（統括）	・東日本大震災や節電の影響でクリスマスイルミネーションなどに対する社会的抑制が働き、消費意欲をかき立てるヒット商品やトレンドも少なく、天候、気温などの気象条件に左右される営業状況が続く。
スーパー（経営企画担当）		・製造業が良くなって景気が回復する要素が感じられない。地方の小売業は、世の中の景気が良くなってからでないと良くはならないため、変わらない。	
スーパー（副店長）		・景気が良くなる要素があまりにも少ない。	
コンビニ（経営者）		・来客数増を見込める動きがないことと、イベント間に地域の活動がないため、変わらない。	
コンビニ（経営者）		・正月が過ぎると例年、来客数、売上共に非常に落ちるが、現状の方向からはひどい落ち込みにはならず、変わらない。	
コンビニ（経営者）		・客の購買力に覇気が感じられない状況は変わらない。	
コンビニ（経営者）		・東日本大震災後の客の購買量は今と変わらず、それほど良くもならないし悪くもならない。	
コンビニ（店長）		・大変遅くなったが、東日本大震災による家屋の修理がようやく近隣にも及んできたようで、その関係者らしき来客が増えている。しかし、これは一時的なことであり、基本的に来客数は横ばいである。	
コンビニ（店長）	・東日本大震災の影響はまだ若干残ってはいるが、大分通常の形に戻ってきているため、季節ごとの変化はあるものの、特別大きく変わることはない。他の店舗の出店があるため、その点で若干影響が出てくる程度である。		
衣料品専門店（経営者）	・12月第1週からの歳末セールの開始を皮切りに、各種イベントを例年どおり企画しているが、環境の改善は望めず、あまり期待できない。		

衣料品専門店（統括）	<ul style="list-style-type: none"> ・客の他地区への流出が目まぐるしく起きている。郊外ショッピングモール等、まだまだ勢いは止まらないため、中心商店街の利用は元に戻る気配がまだにない。これから年末年始に向けても期待は非常に薄く、今後は今までと違う対応を考えなければならない。
乗用車販売店（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> ・国内外の問題が発生しているため、需要が回復してきているとは思わないが、低価格な小型車には需要が発生する。
乗用車販売店（販売担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ここ2～3か月は年末年始、スキーシーズン到来と好条件がそろっているが、当地域は観光地のため風評被害でまだ客が戻ってきていない。年内、正月早々と客が来てくれれば良いが、風評被害が落ち着くまで来ないとなると、現状のまま景気はあまり上向きにならず、変わらない。
乗用車販売店（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・自動車業界の中にもいろいろな収益部門があるが、ディーラー、メーカー等をのぞいてみると、当社でもここ数年、販売よりサービス部門での収益比率が高い。予想を立てやすいサービス売上に頼るところが大きいため、景気はあまり上がり下がりが無い。
乗用車販売店（販売担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・景気も売行きも変わらず、かえって悪くなるのではないかと心配しているが、このままの状態がしばらく続く。
乗用車販売店（管理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・まだまだ消費者の節約志向は根強く、財布のひもは固い。円高が続くと企業収益は更に悪化する。
住関連専門店（統括）	<ul style="list-style-type: none"> ・株価低迷、年金制度等の不安定要素が多く、購入意欲が減少方向にある状況は変わらない。
住関連専門店（仕入担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ほとんど東日本大震災の影響がなくなり、限定地域での特需も落ち着きつつある。その中で日用消耗品、ペットフードなどは購入数の減少がみられ、季節の後押しの期待以外にプラス要因がない。
一般レストラン（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・飲食に関しては、福島第一原子力発電所の事故の風評被害がじわじわと来ている。また、閉塞感を取り除くためにはまだ時間がかかり、世界的なマイナスの雰囲気が変わらないと無理である。
一般レストラン（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・当店の外装工事も終了し、売上は上向いているものの、忘年会シーズンに対する客の反応があまり感じられないため、先行きも変わらない。
観光型ホテル（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・身の回りで言えば、地元の活性化に向け地域で一体となった販売促進策が必要だが、好況となる要素が思い浮かばない。
都市型ホテル（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・低価格安定で、良くなる兆しが無い。
都市型ホテル（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・過去3か月と今後の宿泊客の動きを比べた場合、目新しく大きく増えるような要因も減るような要因もないため、変わらない。
旅行代理店（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> ・環境の変化が期待できないため、変わらない。
旅行代理店（副支店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・販売量が前年比7～8割という月が続いている現状から見て、今後も厳しくなる。
旅行代理店（副支店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・海外旅行や長期の旅行が減少気味である。前年同時期に比べても受注が少なく、年末年始にかけての旅行の申込みも少ない今月と同じ状態が続く、大きな変化はない。
通信会社（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・景気の先行きが不透明であり、個人消費は低迷したまま厳しい状況は変わらない。
通信会社（局長）	<ul style="list-style-type: none"> ・年末商戦等、消費刺激材料への期待感はあるものの、短期的なものである。長期化しているタイの洪水の国内経済への影響やTPP参加問題などが不安要素となり、景気に影を落とす懸念から、家計にも心理的に影響し変わらない、又はやや悪くなる。
通信会社（販売担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ボーナス商戦で期待はしているが、円高などの先行き不安が続くため、財布のひもは固い。
遊園地（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・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（業務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・先月に比べて来場者数は若干増えたが、前年に比べて売上が伸びていない。どうしても単価の動きが敏感で、低価格料金に集中しがちなところがある。コンベなどにおいてもパーティーの単価が下がっている関係で、総体的に売上が出ないため、来場者数は入っても客単価は下がっている。12～1月の状況は土日のコンベの取り込みが前年を上回っているため、土日の集客には幾らか反映されるが、それは早めの特割、低価格プランである。
ゴルフ場（支配人）	<ul style="list-style-type: none"> ・年末ゴルフを期待しているが、予約数は前年と変わらない。天候によって予約が前後するので、安定した天気を期待したい。

	競輪場（職員）	・他場の全国記念競輪の売上も、ほぼ前年度と同様の推移をしているため、変わらない。
	その他サービス〔清掃〕（所長）	・年末年始のお歳暮や年賀等の買物で、購入する品物が多少変わり多くなるが、ボーナス等が出ても必要最小限の買物にとどまる。
	その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・各イベント、大型店の提携、共同イベントなどの販売促進策を行っているが、それにもかかわらず、客の買い控えと宿泊客の横ばいといった点から、先行きも変わらない。
	設計事務所（経営者）	・小規模の物件は幾つかあるが、まだまだ物件は少ない状況が続く。
	設計事務所（所長）	・地元建設業界の下請業者が全く足りない状況は、少なくとも今後3か月は続く。
	設計事務所（所長）	・悪い状況からやっと脱出したため、こししばらくは安定し、今月と変わらないと思うが、年末から新年にかけてのイベントを実施し、受注促進に役立てたい。
	住宅販売会社（経営者）	・ムードが非常に停滞している。物件はまだまだ下がっているようなので、このデフレが続いている以上は、こうした沈滞ムードが続く。
	住宅販売会社（従業員）	・円高、タイの洪水の状況、東日本大震災後の状況と不安定な要素が多く、しばらくは踊り場的な環境が続く。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・交通量調査を見ると、減少傾向が顕著である。隣接大型店の移転の影響がだんだんに効いてきている。
	商店街（代表者）	・暖冬の年末年始であれば買物に出かける気にもなるだろうが、それにしても東日本大震災の影響は残っているため、買え控えはある。
	一般小売店〔家電〕（経営者）	・これといって消費者の購入意欲を誘うような商品がない。エコ、省エネとはいっても、太陽光発電購入には補助金があっても高額な設備投資となり、一般ユーザーは成約に結び付かない。
	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・タイの洪水による影響を受けている企業が結構ある。また、高齢者の購買意欲がここ2～3か月落ちているため、やや悪くなる。
	百貨店（総務担当）	・来客数の減少に加え、1人当たりの食品などの売上も減少し、目玉商品の売上も多くない。また、以前よりそういった客が多く、より目立っている。当店の利用客は60～90歳が多いが、年金の減額も売上の低迷の1つに考えられ、先行きが非常に不安である。
	百貨店（営業担当）	・円高による影響と欧州の信用不安を含めると、消費マインドは一向に上がる気配がない。相変わらず慎重か、マイナスの傾向になる。
	百貨店（店長）	・国政や景気の先行き不透明感などにより、今後、更に不安感が増していく。
	コンビニ（経営者）	・欧州の信用不安やアメリカの景気後退による円高からくるデフレ、輸出企業の収益悪化による日本市場全体の景気低迷により、先行き不透明感からの買い控えがあるため、やや悪くなる。
	高級レストラン（店長）	・通常でも正月明けから2月までは売上が落ち込む時期だが、予約の状況をみると今後深刻な状態が予想される。
	スナック（経営者）	・良くなっていきそうな希望がまるでない。
	都市型ホテル（支配人）	・福島第一原子力発電所の事故の影響が当地域にも表れており、観光客、行楽客を含めて、来県客数が減少している。福島第一原子力発電所の収束をみないままでは集客は上がらない。また、茨城空港を利用している海外便も、まだストップしたままである。
	旅行代理店（経営者）	・恐らく円高の関係で、製造工場関係があまり元気がない。工業都市なので製造業に元気がないと町全体が景気が良くならない。
	タクシー運転手	・マインドが負に働いているため、やや悪くなる。
	タクシー（経営者）	・不景気感が払しょくできない状態にあるため、この先も良くない。
	美容室（経営者）	・暮れに向かって客足は減っている。当地域ではボーナスの話題はもらえない人が多くなっているためタブーである。客の間で年金、税金などの話題が飛び交っており、前年より一層厳しいと言っているため、やや悪くなる。
	設計事務所（所長）	・年明けからの冬場は例年仕事が多く、今後の2～3か月も同じだと思うが、例年よりもなお悪い状態が続くそうである。
住宅販売会社（経営者）	・円高傾向がある限りは輸出関連企業が悪く、地元の基幹産業である自動車関連が悪いため、地元の顧客の動きも鈍くなることが予想される。製造関係も地元の老舗企業の信用不安なども噂が出たり、良い材料が見つからない。	

	悪くなる	一般小売店〔青果〕 (店長)	・当店の場合は12～3月と福島産の自然乾燥干柿、また、茨城産の天然干芋が売上の3分の2くらいを占める売行きだが、今年は干柿は放射能被害で完全に駄目であり、干芋に関してもどれだけ風評被害が出るか心配である。
		百貨店(営業担当)	・世界経済状況など、現状の日本経済に悪影響を与える要因に加え、税制や年金の将来への不安など、マイナミックな消費引き締めが考えられるため、悪くなる。
		スーパー(経営者)	・欧州の信用不安や、国内のデフレ状態が続くことによる心理的な不安が、消費を低迷させる。
		衣料品専門店(販売担当)	・夏の終わりごろから客の動きが本当に鈍く、安心材料が全く見当たらない。完全にこの2～3か月同じような状態で落ちてきており、本当にどこが底なのか分からず、底なし沼の様相である。12月上旬にはボーナスが出ると思うので、お歳暮が済んだ後、自分へのご褒美として幾分期待はしているが、あまりにも先行きが不透明で、残念ながら明るい材料が見当たらない。
		スナック(経営者)	・努力だけでは無理のような状況に感じており、良くなる気配が一つもない。
		旅行代理店(所長)	・オフシーズンを迎え、状況は厳しくならざるを得ない。福島第一原子力発電所の事故の根本的解決が見えてこないためであり、実行は後からにしても、方針だけでもしっかり固まらないと需要は喚起されない。
企業 動向 関連	良くなる	金属製品製造業(経営者)	・このところ全般に工作機械、特装車両、自動車等、受注がだんだん安定してきているため、良くなる。
		その他製造業〔環境機器〕(経営者)	・年明けに、行政や事務組合から何件の予算が通るかの連絡待ちになっている。冷媒フロン回収機は顧客先プラントの来年の計画の打ち合わせが進んでいる。
	やや良くなる	化学工業(経営者)	・東日本大震災の後片付けのために、わずかではあるが、燃焼品以外の特需が出てきそうである。
		窯業・土石製品製造業(総務担当)	・国の補正予算も決まり、季節的要因で多少良くなるのではと期待している。
	金融業(役員)	・年末商戦に向かって、卸、小売業を中心に前向きな資金需要が見込まれていることから、期待感が高まっている。	
	広告代理店(営業担当)	・昨年のこの時期は既に年度内予算の引き締めに入っていた。来年の宣伝広告について、既に予定が組まれており、積極的な販売活動を行おうというスタンスが見られるため、やや良くなる。	
変わらない	食料品製造業(営業統括)	・県内各メーカーとも、県外へのPR活動、和食店舗への拡大販売等、販売努力はしているものの、円高の影響は変わらず、大幅な伸びは期待できない。	
	電気機械器具製造業(経営者)	・ボタン電話システム製品の客先の生産予定について、生産計画に上向き予定が出ていない。	
	電気機械器具製造業(経営者)	・部品調達などが安定すれば、生産は安定する。円高のみならず、世界の変化が中小零細企業まで影響するので、安心して見通しがたたない。	
	電気機械器具製造業(営業担当)	・先行きの見通しが非常に不透明であり、取引先の様子を聞いても、この先、景気が好転する等の良い情報が得られない。	
	輸送用機械器具製造業(総務担当)	・主力取引先自動車メーカーからの生産の3か月見通しでは、若干数量は落ちるものの、安定した形で高水準の受注が続いている。タイの洪水の影響が2、3月あたりから徐々に出てくるという情報も入ってきているのでその後が心配だが、今のところ安定している。	
	輸送業(営業担当)	・年末年始に向かって食品、雑貨の荷動きも良い方向に進み、例年並みの物量は確保する見込みである。しかし、円高による輸出産業等、特に生産材等の物流が落ち込む状況になりそうであり、燃料高も改善されていないため、業界としては、また仕事量に対して利益率が落ち込む。	
	新聞販売店〔広告〕(総務担当)	・外周部では新規出店などの話も聞くが、中心部では相変わらず横ばい状態とのことである。先日ホームセンターがリニューアルオープンし、競合店も含め盛り上がったが、一時的なものになっており、先行きは変わらない。	
	社会保険労務士	・今のところ年末商戦が特に悪いといった話がないため、急に景気が悪化することはない。	
	その他サービス業〔情報サービス〕(経営者)	・東日本大震災後のリスク対策、円高等、構造変化に対応すべき対策が個々の企業で打たれ始めている。その中でもIT投資が徐々に増えてきている。	
	やや悪くなる	食料品製造業(経営者)	・増税や年金減額の話が多く、今後は消費が抑えられるため、やや悪くなる。
	食料品製造業(製造担当)	・新穀の価格が気になる。福島第一原子力発電所の事故の影響で価格の高騰は免れない。販売価格に転化できればいいが、決して景気は良くはないので、状態としては悪いほうへ流れていく。	

		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・官庁関係の入札が出始めるが、かなり値幅が落ちているため、先の仕事を取りにくく、また、安くなっている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・業界全体の受注状況が著しく低迷しており、将来的に明るい材料が見当たらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今月までは仕事量は増加傾向にあったが、親工場の一部海外転出計画により、12月より減少に転じるため、やや悪くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・年明けから減産見込みの製品が油圧建機分野で多くあり、そのマイナス分を他の分野の仕事で埋めきれない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今のところずっと前年同月と似たような数字であり、あまり良くない横ばい状態が続いている。直接的にアメリカ、ヨーロッパの輸出関連の仕事は無く、国内の仕事が7～8割だが、全体的な景気が沈み国内の需要が落ちれば当社にも影響してくるため、2～3か月先に影響が出てくる可能性がある。
		金融業（経営企画担当）	・円高の影響で大手企業が製造拠点を海外に移行する考えがあるため、下請企業が不安を感じている。現実に親企業より製造拠点の海外移行の通達を受け、経営を残念した中堅企業も出ている。
		金融業（調査担当）	・海外需要に減速がみられ、円高の影響も重なり、製造業の受注への影響が懸念される。
		経営コンサルタント	・東日本大震災後の余波で受注残を抱えている一部の建設業、建設機械関連の下請などで見通しが立つ程度であり、他は不振である。
		司法書士	・先行きの見通しが良くなるような準備段階、商談等はないので、良い方向にはまだまだ進まない。
	悪くなる	不動産業（管理担当）	・どこからも、少しでも費用面で安くして欲しいという話ばかりで、利益が少なくとも売上確保のために対応せざるを得ない状況が続く。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・住宅関連によるエコ商品等の設備や機種の変更等が夏場からみられ、今月も暖房機等含めて家電は伸びていくようである。また、住宅関連の他には電機関連や自動車関連など、連動しているかどうかは判断しづらいが、徐々に生産関係の人員募集等も増えているようであるため、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・今のところはいろいろな会社から人を入れて欲しいという話があるが、規模が小さく、いつまで続くか分からない。
		人材派遣会社（管理担当）	・クライアントの生産計画は、短期ながらも安定している。
		職業安定所（職員）	・求人数もそこそこだが、タイの洪水による代替等の短期間雇用の求人も多かったため、この先の景気は停滞する。
		職業安定所（職員）	・円高等によって製造業の動向が全く読めず、どうなるか分からない。
		職業安定所（職員）	・有効求人数が前年比で増加を続けていることから、求人倍率は上昇しているが、一部業種での解雇者の大量発生や、ミスマッチによる再就職の鈍化等、マイナス要素も多く目立つことから、雇用環境は依然厳しさが続く。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・今のところ、求人数は少しずつ増えてきているが、企業によっては円高の影響が出てくると先行きが分からないため、良くなることも悪くなることも言えない。
		職業安定所（職員）	・高校生の就職率の低さや大学からの求人依頼など、例年に増して就職を取り巻く環境は厳しく、企業の選考基準も更に上がっている。今後コンピュータ産業を中心とした東日本大震災復興のための企業活動に期待したい。
悪くなる	職業安定所（職員）	・家電生産減少に伴う管内事業所の大規模な人員整理が年末に控えており、今後、新規求職者が増加する見込みである。	
悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・良くなるという理由が見いだせない。	