



茨城県

茨城県景気ウォッチャー調査

(平成23年12月調査分)

《景気の現状判断DI》

	平成23年9月	平成23年12月	前回調査比
茨城県	48.9	45.3	△3.6
県北地域	51.3	44.5	△6.8
県央地域	50.0	46.8	△3.2
鹿行地域	44.9	43.4	△1.5
県南地域	51.4	45.9	△5.5
県西地域	47.3	46.2	△1.1

《景気の先行き判断DI》

	平成23年9月	平成23年12月	前回調査比
茨城県	48.7	46.1	△2.6
県北地域	52.2	43.2	△9.0
県央地域	48.2	46.7	△1.5
鹿行地域	44.5	46.1	+1.6
県南地域	48.6	44.5	△4.1
県西地域	50.0	50.5	+0.5

平成24年1月

茨城県企画部統計課

目 次

I	調査の概要	1
II	調査結果の概要	3
1	全県の動向	3
	(1) 景気の現状判断D I	3
	(2) 景気の先行き判断D I	4
2	地域別の動向	5
	(1) 景気の現状判断D I	5
	(2) 景気の先行き判断D I	8
3	回答率	10
III	景気の判断コメント	11
1	景気の現状判断コメント	11
2	景気の先行き判断コメント	21
3	その他の意見	31

問い合わせ先

統計課庶務・企画分析グループ TEL:029-301-2642

ホームページアドレス

<http://www.pref.ibaraki.jp/tokei/betu/bukka/watch/index.html>

I 調査の概要

1 調査の目的

県内の事業所等において経済の第一線で働いている人々から、景気の現状や景気の先行き判断に関する生の情報を地域ごとに把握するとともに迅速に公表することで、県や市町村のきめ細かな施策立案や経済界におけるタイムリーな景気動向判断等の基礎資料とする。

2 調査の範囲

(1)対象地域

県下全域を対象とする。また、全域を県北、県央、鹿行、県南及び県西の5地域に区分する。なお、各地域に含まれる市及び郡は以下のとおりである。

※平成23年12月1日現在

地域	市及び郡
県北地域	日立市、常陸太田市、高萩市、北茨城市、ひたちなか市、常陸大宮市、那珂市、那珂郡、久慈郡
県央地域	水戸市、笠間市、小美玉市、東茨城郡
鹿行地域	鹿嶋市、潮来市、神栖市、行方市、鉾田市
県南地域	土浦市、石岡市、龍ヶ崎市、取手市、牛久市、つくば市、守谷市、稲敷市、かすみがうら市、つくばみらい市、稲敷郡、北相馬郡
県西地域	古河市、結城市、下妻市、常総市、筑西市、坂東市、桜川市、結城郡、猿島郡

(2)調査客体

家計動向、企業動向及び雇用動向を敏感に反映する業種に従事する者から、(1)で示した地域ごとに60名、計300名を調査客体とする。

【地域別・業種別調査客体系数】

業種名	具体例	県北地域	県央地域	鹿行地域	県南地域	県西地域	合計
家計関連	小売業、飲食業、サービス業、住宅関連等	37	39	39	37	36	188
企業関連	製造業（食料品、一般機械器具等）、建設業、金融業	19	17	16	19	20	91
雇用関連	人材派遣業、公共職業安定所、求人広告業等	4	4	5	4	4	21

3 調査事項

- (1) 景気の現状に対する判断（方向性）
- (2) (1) のコメント（理由）
- (3) 景気の先行きに対する判断（方向性）
- (4) (3) のコメント（理由）
- (5) その他景気に関する意見（自由回答）

4 調査月及び調査期間

調査月は3月、6月、9月及び12月の年4回である。平成23年12月調査の調査期間は、平成23年12月1日から平成23年12月31日である。

5 利用上の注意

- (1) DI (Diffusion Index) は景気の方向性 (景気が上向きか下向きか) をみるものであり、景気の水準を判断するものではない。
- (2) ウォッチャーの回答構成比は、小数第1位までの表示とし、表示単位未満の端数は四捨五入した。したがって、構成比の合計は100%とならない場合がある。

※DI(Diffusion Index)について

- 1 景気の現状及び景気の先行きに対する判断の回答区分は、以下のとおり5段階としているが、それぞれに点数化し、これらを各回答区分の構成比 (%) に乗じて、景気の方向性をみるための指標 (DI) を算出している。

回答区分	良くなって いる	やや良 くなっている	変わらない	やや悪 くなっている	悪くなって いる
点数	+1	+0.75	+0.5	+0.25	0

2 具体例

回答者数100名で、回答内訳が以下の場合。

良くなって いる	やや良 くなっている	変わらない	やや悪 くなっている	悪くなって いる
15名	27名	25名	11名	22名

それぞれの回答構成比は

良くなって いる	やや良 くなっている	変わらない	やや悪 くなっている	悪くなって いる
15.0%	27.0%	25.0%	11.0%	22.0%

したがって、DI値は、

$$(1点 \times 15.0\%) + (0.75点 \times 27.0\%) + (0.5点 \times 25.0\%) + (0.25点 \times 11.0\%) + (0点 \times 22.0\%) = 50.5 \text{ となる。}$$

この値は、全員が「変わらない」と回答した場合は、 $(0.5点 \times 100\%) = 50$ となることから、50を上回っているときは、景気は上昇局面にあり、また50を下回っているときは、景気は下降局面にあるといえる。

II 調査結果の概要

1 全県の動向

(1) 景気の現状判断DI

景気の現状判断DIは45.3となった。平成23年9月の調査（以下、「前回調査」という。）より3.6ポイント低下し、横ばいを表す50を17期連続で下回った。

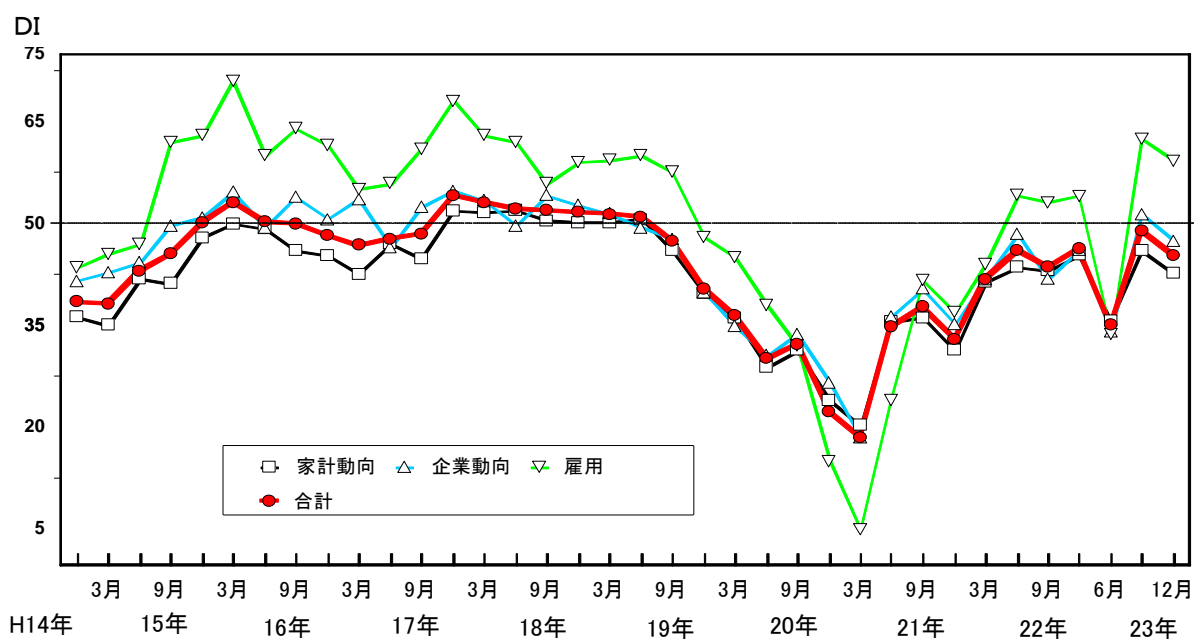
表1-1 景気の現状判断DI

分野	調査年月	平成22年	平成22年	平成23年	平成23年	平成23年
		9月	12月	6月	9月	12月
合計		43.6	46.3	35.1	48.9	45.3
家計動向関連		43.1	45.4	35.7	46.0	42.7
小売関連		49.0	49.0	38.2	42.9	39.1
飲食関連		40.0	40.3	48.4	42.1	55.0
サービス関連		36.9	42.6	31.5	50.3	43.7
住宅関連		58.3	50.0	30.6	44.4	40.6
企業動向関連		41.9	46.1	34.1	51.3	47.4
農林水産業		42.9	53.6	15.6	40.6	43.8
製造業		40.6	42.8	35.7	50.6	44.8
非製造業		43.5	49.2	36.7	54.7	51.4
雇用関連		53.1	54.0	33.7	62.5	59.2

表1-2 回答構成比

	良く なっている	やや良く なっている	変わらない	やや悪く なっている	悪く なっている
平成22年 9月	1.7%	15.8%	47.3%	25.7%	9.6%
平成22年 12月	2.8%	19.2%	47.9%	20.6%	9.4%
平成23年 6月	2.9%	18.2%	22.5%	29.1%	27.3%
平成23年 9月	2.1%	29.3%	38.6%	22.1%	7.9%
平成23年 12月	2.6%	17.6%	46.2%	26.0%	7.7%

図1-1 景気の現状判断DIの推移



(2)景気の先行き判断DI

3か月先の景気の先行き判断DIは46.1となった。前回調査より2.6ポイント低下し、横ばいを表す50を16期連続で下回った。

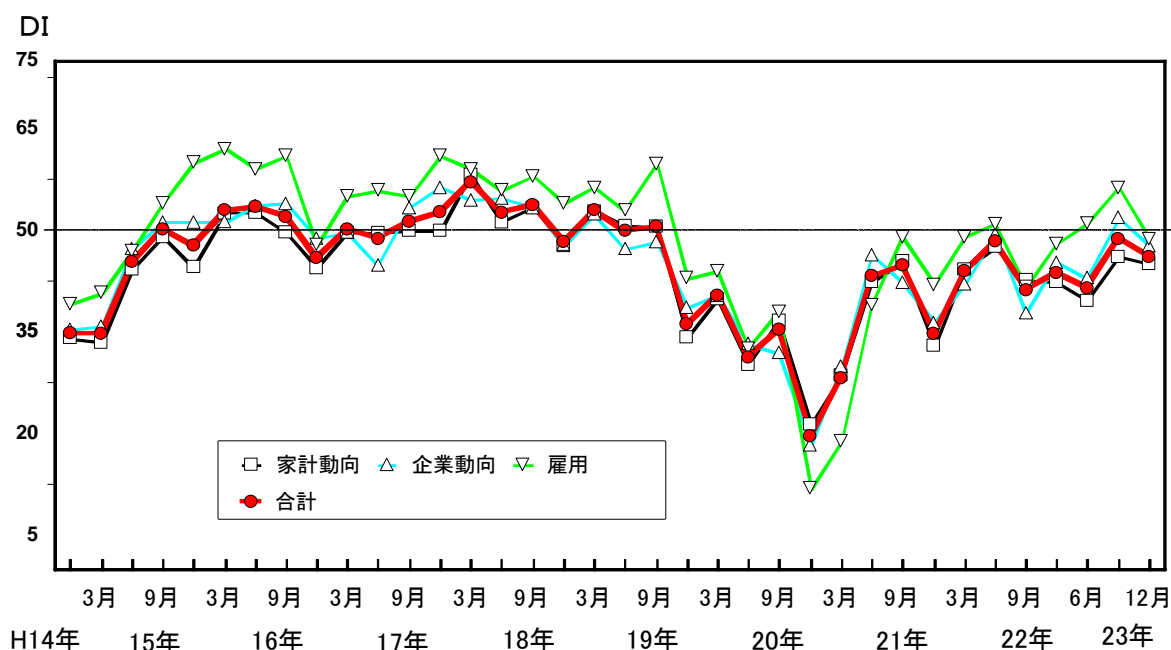
表1-3 景気の先行き判断DI

分野	調査月	平成22年	平成22年	平成23年	平成23年	平成23年
		9月	12月	6月	9月	12月
合計		41.2	43.7	41.5	48.7	46.1
家計動向関連		42.7	42.4	39.6	46.2	45.0
小売関連		39.4	43.8	38.6	44.3	45.3
飲食関連		47.5	41.7	51.6	44.7	48.3
サービス関連		43.1	40.4	37.3	49.3	44.6
住宅関連		55.6	50.0	44.4	38.9	40.6
企業動向関連		37.8	45.2	43.0	51.9	47.7
農林水産業		46.4	50.0	31.3	53.1	50.0
製造業		33.3	43.9	43.5	53.1	45.9
非製造業		42.7	46.0	45.3	50.0	49.3
雇用関連		41.7	48.0	51.1	56.3	48.7

表1-4 回答構成比

	良く なっている	やや良く なっている	変わらない	やや悪く なっている	悪く なっている
平成22年 9月	1.0%	7.5%	55.8%	26.4%	9.2%
平成22年 12月	0.3%	13.3%	57.0%	19.6%	9.8%
平成23年 6月	2.9%	19.3%	35.3%	26.2%	16.4%
平成23年 9月	1.8%	23.9%	47.5%	20.7%	6.1%
平成23年 12月	1.1%	15.1%	58.5%	18.0%	7.4%

図1-2 景気の先行き判断DIの推移



2 地域別の動向

(1)景気の現状判断DI

① 県北地域

景気の現状判断DIは44.5となった。前回調査より6.8ポイント低下し、横ばいを表す50を2期ぶりに下回った。

表2-1 景気の現状判断DI

分野	調査月	平成22年	平成22年	平成23年	平成23年	平成23年
		9月	12月	6月	9月	12月
合計		42.5	50.4	31.8	51.3	44.5
家計動向関連		37.8	48.6	30.0	47.3	41.4
企業動向関連		47.2	52.8	38.3	60.9	48.5
雇用関連		60.0	55.0	25.0	50.0	58.3

表2-2 回答構成比

	良く なっている	やや良く なっている	変わらない	やや悪く なっている	悪く なっている
平成22年 9月	5.0%	13.3%	40.0%	30.0%	11.7%
平成22年12月	5.2%	25.9%	43.1%	17.2%	8.6%
平成23年 6月	3.6%	18.2%	9.1%	40.0%	29.1%
平成23年 9月	3.5%	29.8%	40.4%	21.1%	5.3%
平成23年12月	1.8%	21.8%	43.6%	18.2%	14.5%

② 県央地域

景気の現状判断DIは46.8となった。前回調査より3.2ポイント低下し、横ばいを表す50を2期ぶりに下回った。

表2-3 景気の現状判断DI

分野	調査月	平成22年	平成22年	平成23年	平成23年	平成23年
		9月	12月	6月	9月	12月
合計		42.1	44.2	35.9	50.0	46.8
家計動向関連		44.9	43.6	37.1	47.1	41.2
企業動向関連		32.8	42.2	31.3	53.1	54.4
雇用関連		50.0	55.0	43.8	60.0	66.7

表2-4 回答構成比

	良く なっている	やや良く なっている	変わらない	やや悪く なっている	悪く なっている
平成22年 9月	0.0%	18.3%	45.0%	23.3%	13.3%
平成22年12月	1.7%	18.3%	45.0%	25.0%	10.0%
平成23年 6月	3.6%	21.8%	20.0%	23.6%	30.9%
平成23年 9月	3.6%	29.1%	36.4%	25.5%	5.5%
平成23年12月	1.9%	24.1%	38.9%	29.6%	5.6%

③ 鹿行地域

景気の現状判断DIは43.4となった。前回調査より1.5ポイント低下し、横ばいを表す50を16期連続で下回った。

表2-5 景気の現状判断DI

分野	調査月	平成22年	平成22年	平成23年	平成23年	平成23年
		9月	12月	6月	9月	12月
合計		41.7	46.4	38.6	44.9	43.4
家計動向関連		43.2	41.9	41.9	39.9	41.7
企業動向関連		36.7	57.1	35.3	48.5	45.3
雇用関連		45.0	50.0	25.0	70.0	50.0

表2-6 回答構成比

	良く なっている	やや良く なっている	変わらない	やや悪く なっている	悪く なっている
平成22年 9月	0.0%	12.3%	54.4%	21.1%	12.3%
平成22年 12月	1.8%	19.6%	55.4%	8.9%	14.3%
平成23年 6月	3.6%	20.0%	25.5%	29.1%	21.8%
平成23年 9月	0.0%	30.5%	32.2%	23.7%	13.6%
平成23年 12月	3.5%	12.3%	49.1%	24.6%	10.5%

④ 県南地域

景気の現状判断DIは45.9となった。前回調査より5.5ポイント低下し、横ばいを表す50を2期ぶりに下回った。

表2-7 景気の現状判断DI

分野	調査月	平成22年	平成22年	平成23年	平成23年	平成23年
		9月	12月	6月	9月	12月
合計		48.7	48.2	34.5	51.4	45.9
家計動向関連		49.3	49.2	34.8	47.1	41.7
企業動向関連		47.2	44.1	35.3	55.4	52.8
雇用関連		50.0	55.0	30.0	70.0	50.0

表2-8 回答構成比

	良く なっている	やや良く なっている	変わらない	やや悪く なっている	悪く なっている
平成22年 9月	3.4%	19.0%	50.0%	24.1%	3.4%
平成22年 12月	3.6%	18.2%	49.1%	25.5%	3.6%
平成23年 6月	3.6%	10.9%	30.9%	29.1%	25.5%
平成23年 9月	1.9%	28.3%	47.2%	18.9%	3.8%
平成23年 12月	3.6%	14.5%	49.1%	27.3%	5.5%

⑤ 県西地域

景気の現状判断DIは46.2となった。前回調査より1.1ポイント低下し、横ばいを表す50を17期連続で下回った。

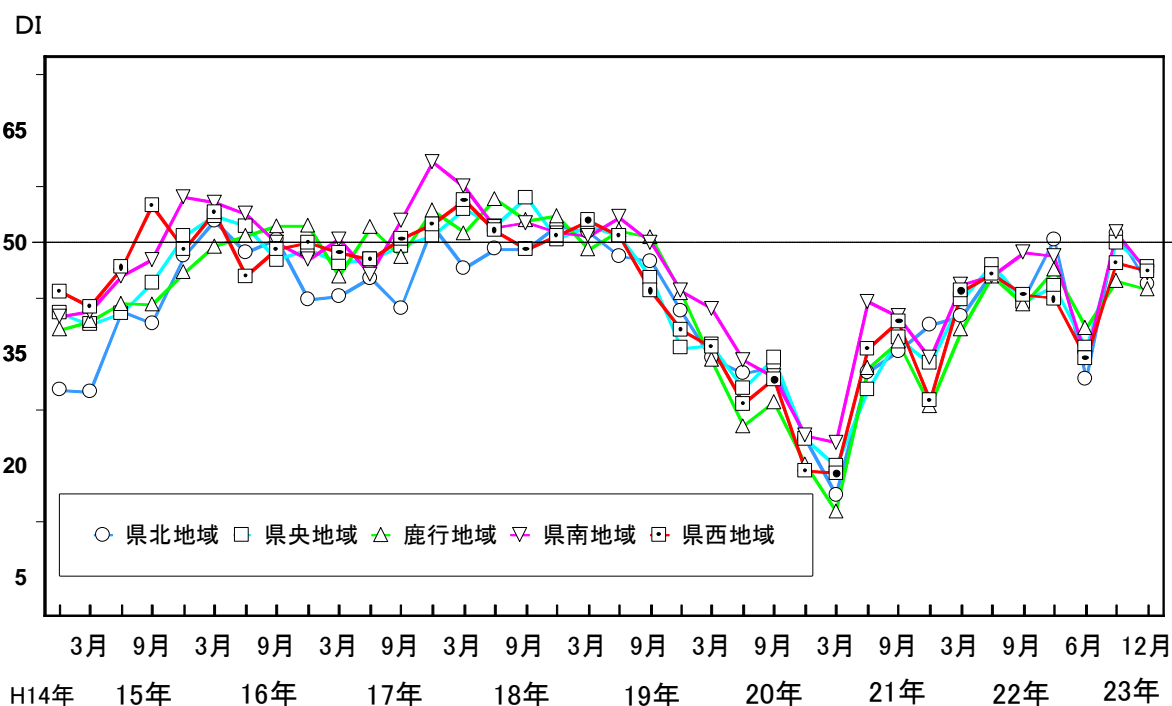
表2-9 景気の現状判断DI

分野	調査月	平成22年	平成22年	平成23年	平成23年	平成23年
		9月	12月	6月	9月	12月
合計		43.0	42.5	34.5	47.3	46.2
家計動向関連		40.4	44.1	34.4	48.5	48.3
企業動向関連		43.4	36.1	31.9	41.7	36.8
雇用関連		62.5	55.0	45.0	60.0	75.0

表2-10 回答構成比

	良く なっている	やや良 くなっている	変わらない	やや悪 くなっている	悪く なっている
平成22年 9月	0.0%	15.8%	47.4%	29.8%	7.0%
平成22年 12月	1.8%	14.0%	47.4%	26.3%	10.5%
平成23年 6月	0.0%	20.0%	27.3%	23.6%	29.1%
平成23年 9月	1.8%	28.6%	37.5%	21.4%	10.7%
平成23年 12月	1.9%	15.4%	50.0%	30.8%	1.9%

図2-1 地域別現状判断DIの推移



(2)景気の先行き判断DI

① 県北地域

3か月先の景気の先行き判断DIは43.2となった。前回調査より9.0ポイント低下し、横ばいを表す50を2期ぶりに下回った。

表2-11 景気の先行き判断DI

分野	調査月	平成22年	平成22年	平成23年	平成23年	平成23年
		9月	12月	6月	9月	12月
合計		40.8	40.9	39.5	52.2	43.2
家計動向関連		41.2	37.9	35.7	52.0	41.4
企業動向関連		38.9	44.4	41.7	54.7	45.6
雇用関連		45.0	50.0	60.0	43.8	50.0

表2-12 回答構成比

	良く なっている	やや良く なっている	変わらない	やや悪く なっている	悪く なっている
平成22年 9月	3.3%	5.0%	50.0%	35.0%	6.7%
平成22年 12月	0.0%	6.9%	60.3%	22.4%	10.3%
平成23年 6月	3.6%	16.4%	34.5%	25.5%	20.0%
平成23年 9月	0.0%	31.6%	49.1%	15.8%	3.5%
平成23年 12月	0.0%	16.4%	52.7%	18.2%	12.7%

② 県央地域

3か月先の景気の先行き判断DIは46.7となった。前回調査より1.5ポイント低下し、横ばいを表す50を17期連続で下回った。

表2-13 景気の先行き判断DI

分野	調査月	平成22年	平成22年	平成23年	平成23年	平成23年
		9月	12月	6月	9月	12月
合計		40.4	45.4	37.3	48.2	46.7
家計動向関連		42.9	44.9	35.7	44.9	43.9
企業動向関連		37.5	46.9	40.6	53.1	51.5
雇用関連		30.0	45.0	37.5	55.0	50.0

表2-14 回答構成比

	良く なっている	やや良く なっている	変わらない	やや悪く なっている	悪く なっている
平成22年 9月	0.0%	10.0%	55.0%	21.7%	13.3%
平成22年 12月	0.0%	15.0%	60.0%	16.7%	8.3%
平成23年 6月	3.6%	18.2%	23.6%	32.7%	21.8%
平成23年 9月	1.8%	25.5%	45.5%	18.2%	9.1%
平成23年 12月	1.9%	18.9%	49.1%	24.5%	5.7%

③ 鹿行地域

3か月先の景気の先行き判断DIは46.1となった。前回調査より1.6ポイント上昇したものの、横ばいを表す50を16期連続で下回った。

表2-15 景気の先行き判断DI

分野	調査月	平成22年	平成22年	平成23年	平成23年	平成23年
		9月	12月	6月	9月	12月
合計		41.2	41.1	41.8	44.5	46.1
	家計動向関連	41.9	37.2	40.4	37.8	44.4
	企業動向関連	35.0	46.4	45.6	54.4	50.0
	雇用関連	55.0	55.0	37.5	60.0	45.0

表2-16 回答構成比

	良く なっている	やや良く なっている	変わらない	やや悪く なっている	悪く なっている
平成22年 9月	0.0%	5.3%	64.9%	19.3%	10.5%
平成22年 12月	0.0%	14.3%	48.2%	25.0%	12.5%
平成23年 6月	3.6%	18.2%	38.2%	21.8%	18.2%
平成23年 9月	1.7%	18.6%	44.1%	27.1%	8.5%
平成23年 12月	1.8%	12.3%	64.9%	10.5%	10.5%

④ 県南地域

3か月先の景気の先行き判断DIは44.5となった。前回調査より4.1ポイント低下し、横ばいを表す50を16期連続で下回った。

表2-17 景気の先行き判断DI

分野	調査月	平成22年	平成22年	平成23年	平成23年	平成23年
		9月	12月	6月	9月	12月
合計		44.4	47.7	46.8	48.6	44.5
	家計動向関連	45.7	50.0	47.7	45.6	43.9
	企業動向関連	43.1	44.1	45.6	50.0	47.2
	雇用関連	40.0	45.0	45.0	65.0	37.5

表2-18 回答構成比

	良く なっている	やや良く なっている	変わらない	やや悪く なっている	悪く なっている
平成22年 9月	1.7%	8.6%	58.6%	27.6%	3.4%
平成22年 12月	1.8%	16.4%	60.0%	14.5%	7.3%
平成23年 6月	1.8%	21.8%	47.3%	20.0%	9.1%
平成23年 9月	3.8%	17.0%	54.7%	18.9%	5.7%
平成23年 12月	0.0%	9.1%	65.5%	20.0%	5.5%

⑤ 県西地域

3か月先の景気の先行き判断DIは50.5となった。前回調査より0.5ポイント上昇し、横ばいを表す50を18期ぶりに上回った。

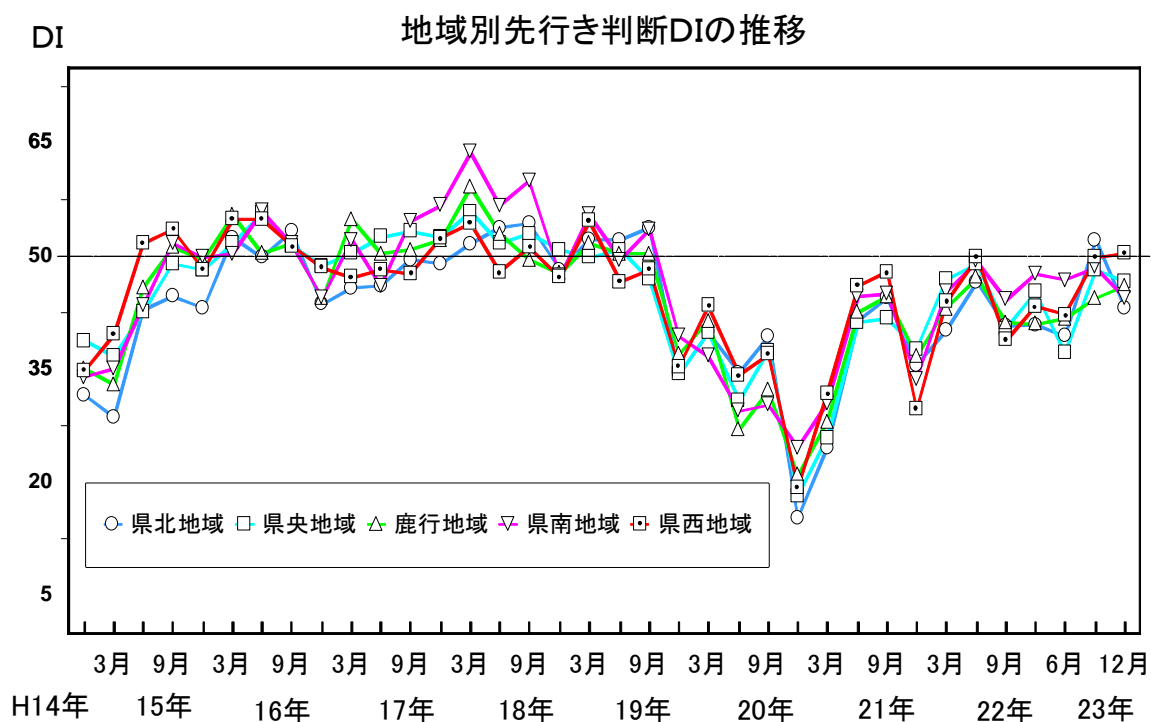
表2-19 景気の先行き判断DI

分野	調査月	平成22年	平成22年	平成23年	平成23年	平成23年
		9月	12月	6月	9月	12月
合計		39.0	43.4	42.3	50.0	50.5
	家計動向関連	41.9	42.6	38.3	50.0	52.6
	企業動向関連	34.2	44.4	41.7	48.6	44.7
	雇用関連	37.5	45.0	70.0	55.0	62.5

表2-20 回答構成比

	良く なっている	やや良く なっている	変わらない	やや悪く なっている	悪く なっている
平成22年 9月	0.0%	8.8%	50.9%	28.1%	12.3%
平成22年 12月	0.0%	14.0%	56.1%	19.3%	10.5%
平成23年 6月	1.8%	21.8%	32.7%	30.9%	12.7%
平成23年 9月	1.8%	26.8%	44.6%	23.2%	3.6%
平成23年 12月	1.9%	19.2%	59.6%	17.3%	1.9%

図2-2 地域別先行き判断DIの推移



3 回答率

地域	調査客体	回答数	回答率
全 県	300 人	273 人	91.0%
県北地域	60 人	55 人	91.7%
県央地域	60 人	54 人	90.0%
鹿行地域	60 人	57 人	95.0%
県南地域	60 人	55 人	91.7%
県西地域	60 人	52 人	86.7%

Ⅲ 景気の判断コメント — 1 景気の現状判断コメント

(1) 県北地域 【現状】

(- : 回答が存在しない。 ○ : 主だった回答等が存在しない。)

回答	分野	業種・職種	コメント
良	企業	タクシー運転手	忘年会等で一番の繁忙期だが、世間の暗い雰囲気ですら十分にお金を使ってくれない状態で、お金はあるが自粛ぎみ。
やや良くなっている	家計	コンビニエンスストア	3か月前と比較しても、主力商品は相変わらず好調ですが、高止まり感が出てきています。ただ、クリスマスケーキやお歳暮、おせち等の数字は非常に良いことから、震災後の大きなイベントへの期待感を感じる。
		農産物直売所	県内ナンバーの車の動きが以前より活発である。(他県ナンバーは少ない)
		スナック	平日からお酒を飲む人が増えた。週末の人の多さ、道路やホームセンター、デパート等の混雑ぶりから。
		観光型ホテル	いわゆる風評被害と世間で騒がれているせいか、ここどころ観光客が戻りつつある。また、原発が予断を許さない状態には変わらないが、ある程度の落ち着きの状態が続いている。
		ゴルフ場	先月の客単価を上回った。
		ゴルフ場	昨年比には及ばないが、徐々にコンペ顧客が増加してきている。震災の影響や風評被害も続いているが、首都圏からの来場も徐々に増えている。
	企業	林業関係者	仕事は量的に増え、材の動きも良く、委託、補助事業もようやく進んできている。
		製造業(精密機器)	忙しいし、数字もそれを示している。(やや良くなっている)
		製造業(電気機械器具)	震災復興の為の受注が継続しており、前年同期と比べると、売上が良くなっている。
		製造業(電気機械器具)	仕事量が中国向け輸出を中心に増加している。
不動産業		局所的であるが、商談が増えている。	
雇用	公共職業安定所	求職者数、及び、雇用保険受給者数は減少の傾向で、求人数は増加している。依然、建設業関連の求人が多いが、ここ数ヶ月は、サービス関連の求人が伸びてきている。	
変わらない	家計	コンビニエンスストア	夏と同様に、行楽客の減少により週末や祝日の売上が厳しい。所得も厳しい状況が続いており、必要な物以外は売れない状況。
		衣料品販売店	東日本大震災から半年も過ぎれば、売上也戻ると思ったが変わらなかった。
		金物・荒物・建築資材	売上が横ばい。
		小売業(酒類)	品揃えや販売価格等、努力しているが客数、客単価が伸び悩み、特にアルコール飲料が減少しています。
		小売業(時計)	震災の影響ではなく、当地(商店街)の原因と思われるが、来客数の減少は目に見えている。現在、個店の努力の限界を超えているが、一部間では7月、8月、9月を上がっている。
		民宿	3か月程度では動きがよくわからない。あまり良くない状況ではあるが、変わらないと思う。
		観光型ホテル	忘年会の予約もほぼ例年通りの予約状況となっており、景気はほぼ変わらない。
		旅行代理店	地震後遺症か、外出=旅行参加がまだ回復しない。自宅を留守にすることを心配している。
		タクシー運転手	9月、10月、11月の売上は変わらない。ただ、12月の会社関係の仕事で、長距離の仕事ができれば、少しは売上が変わる。
		タクシー運転手	1日平均の売上が31,000円ほどで、3か月前と変わらない。
	レジャー施設	依然として、客単価が減少、あるいは、横ばいである。	
	理・美容店	震災直後よりは好ましい状況になりつつあるが、まだ良くなったとはいえない。	
	企業	水産業関係者	東京電力の弁償金が漁業者に行き渡ってきたので、生活は少々安定してきたが、景気にまでは影響しない。但し、水産加工業は不景気が最もひどく、大変な状態となっている。
		製造業(一般機械器具)	製品の受注状況による。(変わらない)
製造業(電気機械器具)		東日本大震災はいくらか落ち着いてはきたが、原発事故がまだまだ不安定で、先行きどうなるか分からない。今のところ、仕事量は変わらないが、先々どうなるか。	
建設業		建設業は復旧工事が本格派し、非常に忙しい状況ではあるが、お客様の様子からは積極的に投資を行う情報は入ってこない、あまり変わらないと思う。	
運輸業		震災の影響もだいぶ落ち着いてきて、毎年と大体同じ貨物量になってきている。	
情報通信業(情報サービス業)		震災後、投資を控える動きが多く商談が少なくなったが、相変わらず新しい商談が出てこない。	
雇用	学校就業関係者	3か月前と比べて、求人数も少しの増加しかないと見ると、景気については、変わらない状態で悪いままだと思われる。	

雇用	求人開拓員	求人募集はあるが、作業量をこなす人員ではなく質を求める為、技術者・経験者の求人で、あまり景気変動とは関係なさそうです。
	スーパー	そば屋、とんかつ屋、ラーメン屋さんへ納めているが注文が少ない。店の惣菜、弁当数も売上が落ちている。
やや悪くなっている	小売業（工具）	復興需要が一段落して、関連商品の取扱量が減っている。一方、通常の需要、流れ品がまだ昨年並みに戻っていない。
	居酒屋	地元企業でのリストラの声をきく。
	タクシー運転手	10月、11月と売上が落ちている。理由不明。
	ボウリング場	お客様の会話の中で聞かれる。
	ゴルフ場	①予約実績の流れが3か月前と比較して、-23ポイント落ちている。全国的に見て7~9月は、復興への熱意が盛り上がっていた。②年末年始の集客イベント、料金サービスを実施したが、来場実績が低調であった。③全般的にお客様の出足が鈍っている。
	クリーニング店	客単価が減少している。
	住宅販売会社	特に県北地域は、原発の影響が顕著に現れている。
	企業	製造業（電気機械器具） 製造業（輸送用機械器具）
悪くなっている	商店街代表者	東日本大震災以来、消費マインドが低下し、物品の購入意欲が減退している事と併せて、地震被害の費用負担が多く出ている。
	スーパー	野菜の売上が上がらない。
	スーパー	野菜の価格が下がって買い易い時期になっても、必要以上に買物をする事が無い。買い物する時間が長くなっているが、点数は減っている。
	小売業（水産物）	震災の影響は落ち着いてきたが、福島原発の風評被害による他県からの来客がいまだに減少している。
	和食食堂	客数の減少、特に11月は驚くほど悪かった。地元大手企業の工場の仕事の量が甚だしく減っているとお客様はこぼしている。町工場の従業員も仕事が無くこぼしています。当店では、4割の減収です。
	ドライブイン	昨年の秋が良すぎた事もあるが、お客様は昨年対比80%で来ていたが、ここに来て69%までダウンしている。
企業	製造業（製缶） サービス業（広告業）	重電関係では、作業量が減少している。 数人で仕事をしていると思われるお店が何か所も1人で営業している。

(2) 県央地域 【現状】

(ー：回答が存在しない。 ○：主だった回答等が存在しない。)

回答	分野	業種・職種	コメント
良	家計	レストラン	お祝い会（婚礼など）がとて多くなっております。「絆」が表すとおり、お客様の変化を感じます。
やや良くなっている	家計	自動車販売店	販売は、コンパクトカーを中心に売上を伸ばしている。お客様は、土木建設、製造とも仕事量は多く、年内は忙しい様子です。
		観光型ホテル	震災の風評はまだまだ残るが、茨城県内からのお客様を中心に回復の兆しが見える。
		旅行代理店	震災影響で、延期となった旅行需要が、回復する傾向にある。
		理・美容店	最近、近くの美容室が、震災や移転で閉めてしまったお店があるので、その為、私どもの美容室では、多少お客様が増えている。
		建築設計事務所	震災復旧の仕事が多くでている。
良くなっている	企業	製造業（食料品）	売上は微増であるが、イベントの実施などで、来店客は増加している。
		製造業（印刷・同関連業）	3か月前（10月）と比べて売り上げが増加したので、景気はやや良くなっている。
		製造業（精密機械器具）	自社製品の受注が、関西・関東の首都圏において回復傾向にあります。
		建設業	仕事に継続性が見られる。
		運輸業（道路貨物運送業）	震災被害からの生産回復は順調になって来ているが、流通量はまだまだ少ない。
		サービス業（広告業）	販促の折込チラシが増えており、印刷の手配が昨年よりタイトになった。求人広告件数も上っており、応募者が集まりづらい面もある。
雇用	公共職業安定所	ハローワークにおける求人数は、新規・有効とも3か月前と比較して増加しており、新規・有効求人倍率も上昇。又、東日本大震災に伴う雇用調整（休業）の計画受理件数も、3か月前と比較して2割弱減少した。	
	求人開拓員	新規登録者が3か月間減少傾向にある。しかし、新規登録数の58%は若年者です。来所はしていませんが、潜在的な失業者がいるような感じもします。紹介者数も9月は伸びましたが、10月、11月と減少傾向にある。	
変わらない	家計	商店街代表者	震災の影響か、今年7月の通行量調査では、昨年同時期から通行者が2割減したとの結果が出て、当店の売上も減少したが、この3か月は少し回復してきた。下げ止まりの観がある。消費者が物に堅実になり、修理や材料持ち込みの依頼が増えた。水戸市のプレミアム商品券での購入分も少し増えた。しかしまだ、良くなっているとは回答できない。
		百貨店、総合スーパー	3か月前と比較すると、売上は増加傾向にあるが、前年対比では変化が見られず、季節的な要因によるものと推測され、景気も変わらないと判断した。
		百貨店、総合スーパー	若干ではあるが、衝動買い、まとめ買い、高額商品を購入するお客様が慎重に買い物をする様になってきている。全体的には変わらないと思うが、ちょっと気になる。
		農産物直売所	来場者、売り上げ共に前年比20%減のままの横ばい推移となっている。
		都市型ホテル	お客様との会話では、特別に悪くなってる話も聞かないが、良くなってきている話も聞こえない。
		タクシー運転手	震災後、特需以外は、以前より変わらない。
		観光名所	例年並の人出、売上に近づいてきている事より、震災の影響も徐々に薄らいできているか？
		ゴルフ場	福島原発事故の風評被害の影響がまだみられる。
		カラオケ店	お客様の流れ等から。
ない	企業	レジャー施設	学校等の団体客は、県内を中心に回復傾向にあるが、一般団体や個人客の回復がまだまだみられない。入場者全体の推移としては、ほぼ横ばい状態が続いている。
		農業関係者	農繁期も過ぎ、目立った動きは無い。
		製造業（窯業・土石製品）	新規の受注は減少しているが、引き続き震災復旧工事が続いている。
		製造業（金属製品）	3か月前は震災後の特需が見られたが、現在はかなり落ち着いてきている。単価の面では持ち直してきたが、まだまだ十分ではない。
		製造業（一般機械器具）	変わらず動いております。悪くならなければ良しです。
		情報通信業（情報サービス業）	市場においては、震災の影響から脱してきてはいると感じるが、業種により顧客の景況感が大きく異なっている。全体的に、設備投資には慎重な姿勢が見られ、3か月前とあまり相違ない。競合などによる価格低迷により、利鞘確保が厳しい状況も変わらない。
		金融業	ボーナス支給額が前年並み、若しくは前年を下回っているため、生活防衛のために貯蓄意識が高い消費者が多く、消費に回されるお金が増加していない（企業の売上も増加していない）。
不動産業	50号バイパス沿いのテナントの空も変わらず、動きも少ない。		
サービス業（コンサルタント業）	仕事先の小売店や飲食店の前年同月比を比較すると、3か月前からほぼ横ばいの店舗が多い。震災による心理的・一時的な景気悪化というより、潜在的・恒常的な不景気による影響の方が大きい。省エネタイプの暖房器具を購入する動きが見られるが、それほど大きな需要には結びついていない。		

やや悪くなっている		サービス業（広告業）	美容室営業をしています。来店客数が3か月前と比較して横ばいか微増のサロンが多いです。
	雇用	人材派遣業	震災後売上がやっと戻ってきたが、今は横ばい。
	家計	商店街代表者	年末商戦の時期だが、例年に比べ活気がない。
		スーパー	11月、売上が厳しい状況になってきました。客単価も上がってこない。商品相場も下落してきている。デフレが全く収まらない。
		スーパー	放射能等の問い合わせも多く、買い控えの様子がある。
		スーパー	お客様の買い上げ点数が減っている。客単価が下がっている。
		コンビニエンスストア	お客様の来店が減っている。気温、天候によるアドバンテージが無く、3か月前（夏場）と比較すると消費は低迷。購入単価の減少。
		コンビニエンスストア	夏に比べて客数が減少し、客単価も低下傾向にある。季節的な変化ではなく、無駄な物にお金を使う事がなくなってきている為と考えられる。
		家電販売店	地デジの駆け込みが終わり、品物が動かなくなった。
		専門スーパー	3か月前に比べ売上が落ちてきた。
		タクシー運転手	業界全体の景気は悪化しているものの、客数に大きな変化はない。
		タクシー運転手	震災特需もなくなり、売上が低迷している。
		タクシー運転手	ここ3か月の営業収入が、3%減である。震災の影響もなくなり、普通営業が出来ている。
		旅行会社	バスの需要は、平年と同じくらい入っておりますが、利益がなかなか上がらない。
レジャー施設	会員数が少なくなってきている。イベント参加が少ない。		
レジャー施設	震災の影響により、所有艇を手放す方がある。		
住宅販売会社	来店数が伸び悩んでいる。経済状況が膠着化しているため、住宅購入に対して慎重になっている。		
企業	製造業（印刷・同関連業）	受注量が減少している。	
悪くなっている	家計	スーパー	今年は特別セールを実施しなかったため、全体的に売上が低迷した。平年に比べて外気温が高く、特に重衣料の動きが低迷した。
		ドライブイン	観光業はやはり、震災後、原発の問題もまだまだ収束しておりませんので、厳しい状況にあります。
	企業	製造業（食料品）	原発事故による風評被害が治まる気配が無く、観光客の減少に伴い、売上が激減している。

(3) 鹿行地域 【現状】

(- : 回答が存在しない。 ○ : 主だった回答等が存在しない。)

回答	分野	業種・職種	コメント
良	家計	日本料理店	七五三などのお祝事を、震災以降やめていた家族が元気になり、やっていた。又、美味しい料理がお客様がロコミでつながっている感じ。
		弁当・惣菜店	9月の時と比べて3か月後の現在は、地震の影響が薄らいで、売上もだんだん回復してきている。
やや良くなっている	家計	スーパー	客数が増加（前年比）を維持している。野菜相場がかなり下落しているが、客単価は下がっていないので好調気配です。気温が高く、買上点数が増える鍋商材の動きが悪いが、家族揃っての食事が多いようで、朝食から夕食メニューまでよく売れている。
		小売業（酒類）	ビール、及び、洋酒などが動いて、なお且つ飲料等の箱売り品の数もやや戻りつつある。（但し、例年のような勢いが無い）
		洋食食堂	予約の件数が増えた。お昼の来店客数が好調である。
		タクシー運転手	震災後、コンビニートもだいぶ復旧し、売上がやや良くなった。
		企業	運輸業（道路貨物運送業）
企業	運輸業（道路貨物運送業）	鋼材の出荷量が多少増えている。	
企業	保険業	ハウスで野菜を作って、外国人を採用している農家は、良くなっている。	
変わらな	家計	商店街代表者	塚原ト伝のBS放送により、一時的に観光客が増加し街は賑わったが、それぞれ恩恵を受ける業者に違いがあり、全体的な波及効果は薄かった。
		コンビニエンスストア	お客様の買い上げ点数、単価に変化はなく、コンビニエンスストアは好調な推移が続いています。特に鹿行エリアについては、震災復興での人の流入がまだ続いており、需要が高い状況にあると感じます。
		コンビニエンスストア	震災復興の特需により、新しいお客様の来客は増えていますが、買い物はより身近な必要な商品へ目が向いており、実質的な景気の回復とは感じられない。
		農産物直売所	来店数と客単価は変わらないようです。
		小売業（金物店）	震災後、3〜4か月は忙しく、今は、あまり変らなくなってきました。
		小売業（書店）	震災以前は、季節ごとに波があったが、今は毎月変わらず横ばいで進んでいる。
		ショッピングセンター	月の前年比と3か月前（9月）の前年比を比べると、今月の前年比の伸び率は、売上、客単価、客数ともほぼ変わらない状況。
		タクシー運転手	売上げが変わらない。
		ドライブイン	原子力災害の影響か、茨城県北部の紅葉を目的にしたお客様の動向が鈍い。
		ゴルフ練習場	自粛ムードからは、完全にぬけ出たようです。
		理・美容店	今年は東日本大震災があり、一時は売上げなど低迷しましたが、ここに来て前年度と売上げも変わらなくなってきました。
		理・美容店	前年比で見ると横ばい。しかし、消費税や年金の減額等の問題で、消費に対して消極的になっている。
		室内装飾業	今回の地震で家の被害が発生した為、幾分仕事の受注が来たけど、まだまだ明るい兆しが見えてこない。
		住宅販売会社	震災の復興需要は少し感じているが、それも大きな変化とまではいかない。
い	企業	製造業（食料品）	時期的に祝い事・イベントが多い時ですけど、婚礼・七五三等に関しては、自粛は続いています。震災後、人々の意識・考え方が変わってしまった様に思える。地域の祭りやイベントは縮小されても行われ、ムードに飲み込まれまいとする努力で支えられている。昨今、解消の兆しは見え始めている様に思える。
		製造業（食品）	飲食等が震災前の状況に戻っている。震災復旧工事も依然として継続して行われている。
		団体	宝くじの売上がほぼ前年並みになり、3か月前と比較して変わらない。
		製造業（化学工業）	震災影響も落ち着いてきており、生産も安定してきた。海外事業も好調に推移してきている。
		建設業	当社の仕事内容からみれば、例年同様とはいわないまでも、仕事の面ではあると思われませんが、人員不足等の為影響が出てきているので、景気の面では変わらないと思います。
		製造業（鉄鋼業）	復旧工事等による需要はあるかと思うが、景気が良くなっているとは考えにくい。
		建設業	皆さんが気持ち的に落ち込んでいるみたいです。震災で多少被害があったみたいです。
		金融業	震災の影響は今も大きな障害となっており、災害復旧関連資金の需要も多い。地元中小企業の経営の建て直しには時間を要するものと思われる。
		不動産業	震災から早9か月。液状化を免れた地域に、新築、並びに震災の被害の為の建て替えが多くなっていますが、来店されるお客様との会話の中で、忙しいだけで給料には反映されないなあ、「ため息」をつかれる方がわりと多くいらっしゃいます。
	人材派遣業	自然災害と超円高の中では、民間企業はギリギリの合理化をやらざるを得ず、将来を危惧する声が多い。また、震災復興需要もなかなか実需結びつかず低生産の模様。	

雇用	民間職業紹介業	相変わらず求人企業は伸びない。求職に関しては、年配者の登録は多少あるものの全体的には少ない。
	公共職業安定所	震災特需による求人の動きが見られるが、業種全般で見ると、上向きとの感触は無い。新規求職者の動きでは、ほぼ横ばいで増加は見られない。
	学校就職関係者	学生の就職活動が良くない。就職試験を受けても採用内定がなかなか出ない。求人も少ないままで上向き気分が感じられない。
	就職支援センター	震災後、求人・求職状況は、復興関連業種の建設、建築業や、受給関係の偏りの強い介護、医療分野等を除いては、総じて低迷状況が続いており、地域の小売業の売上げ高も伸びていないと感じられる。
やや悪くなっている	商店街代表者	消費者である市民は、安定した健全な経済生活を望んでいると思われます。今回の大震災は、国民にとっても大きな試練でもありましたが、同時に情報化社会の現代では、確かな情報伝達が不可欠です。低価格競争の増幅に陥り、生産拠点が多国籍化し、空洞化が一層進み、賃金の低迷、雇用不安等が、消費意欲の減退に繋がっていると思います。
	商店街代表者	買い控え状況と考えられます。
	スーパー	特売商品の売上が高くなり、通常の商品が売れない。限定商品のお買い得に集中する。
	割烹料理店	例年だと忙しい時期だが、思ったほど予約が入っていない。予算の方もだいぶ下がってきている。忘年会で飲み放題の問合わせが多く、追加料金が発生しないようにやる方が多い。
	観光型ホテル	個人の宿泊利用者の予約が少なくなっている。
	タクシー運転手	3か月前と違って、営業回数も減り、売上が伸びない現状です。
	ゴルフ場	ボーナス支給などあり、いつもの月よりは来客数が多いはずが、今年度はまったく入っていない。また、店頭での売上也3か月前と比べると悪くなってきている。昨年度のこの時期よりもだいぶ落ちている。
	クリーニング店	今年は震災の影響で、野菜や果物の値段が安く、そこへきて暖冬で豊作である。
	住宅販売会社	10月以降、受注が厳しくなってきた。お客様の動きが鈍くなってきている。
	企業	農業関係者
製造業（食料品）		風評被害で買物客数が減少している。12月での（稼時）ギフト、正月用品が売れない。
製造業（化学工業）		震災による影響から徐々に回復しつつあった需要が、欧州危機等の影響により、ここに来て大きく減少している。稼働は最低限維持しているものの、市況も下がっており、利益確保が難しい。
サービス業		欧州金融不安、米国の景気低迷、及び、タイの水害の3つの影響で、先行き不透明感が大きい。
悪くなっている	家電販売店	前年は、エコポイントの影響で大きく売上を伸ばした分、今年は大きく売上が上がらない状況です。客単価も3万円程下がっており、非常に厳しい状況です。
	自動車販売店	車検とか車の台数が少なくなっている。
	小売業（薬品店）	以前は、少々値段が高くても、良い商品であれば売れたが、今は低価格の商品しか売れない。デフレの急激な加速で、安価な商品が出回り、消費者は物の価値が判りづらいつと思う。
	観光型ホテル	原発の影響により、県外からの観光客減少が顕著である。今後、回復する見込みは全く無く、廃業する観光施設はますます増加すると思う。
	パチンコ店	客数、売上が落ちている。
企業	製造業（食料品）	取引先の調子が悪いから。

(4) 県南地域 【現状】

(－：回答が存在しない。 ○：主だった回答等が存在しない。)

回答	分野	業種・職種	コメント
良	企業	製造業(非鉄金属)	主力取引自動車メーカーからの発注量が、9月以降大幅に改善しており、対前年比でも20%強の受注量が増加。フル稼働の状況、且つ人員不足を期間工、派遣社員で対応中。ただし、10月からの値下げ要請受入から収益面については、貧乏暇なしの状況にある。
		建設業	年末に向けてせわしさも手伝ってか、忙しい人が多い。なんといっても当社も含め、職人が集まらない。忙しいらしい。
やや良くなる	家計	小売業(化粧品)	震災の影響から少しずつ回復し始めている。
		専門スーパー	客数も伸びているし、客単価も昨年を上回っている。また、大きく落としている部門も少なく、店全体が安定しているので、景気がやや良くなっていると思う。
		和食食堂	前年比が良くなっている。
		旅行代理店	リピーターのお客様が多く、旅行シーズンなので、毎年のお客様にご利用頂いた。また、新規のお客様が発生した。
なっている	企業	製造業(窯業・土石製品)	震災復興関連の第3次補正予算も11月に成立し、徐々に出荷が増えてきている。
		建設業	民間からの工事依頼が多くなってきており、年内の受注は出来ない状況である。又、役所からの災害復旧入札工事等も出てきているので、建設業自体の景気は良くなってきていると思う。
		サービス業(広告業)	美容室様に、ホームページ掲載をしてもらって仕事をしています。震災直後に比べると、美容室に予約できているお客様の人数は微増しているように感じます。しかし、目に見えて来店客数が増加しているわけではありません。掲載の店も、現状を打破したいと考えておられる美容室様が多い状況です。
雇用	人材派遣業	仕事に於いての営業先での声から、景気がやや良くなっていると判断する。また、受注数が増加している。	
変わる	家計	商店街代表者	商店街への買い物客の増加を望むも変わらない。
		スーパー	競合店がオープンしたが、客数など大幅な変化がなく、前年対比も103~105%で推移している。
		コンビニエンスストア	若干の改善傾向には向かっていると思うが、売上として大きな変化にはつなげていない。下がってもいないため、変わらない。
		農産物直売所	客層も変わらず常連客(リピーター)が多い。今年と比較的暖かかったので、野菜の伸びが早く、野菜が安い(スーパーも含めて)客単価が低く、売上がまいち。
		ガソリンスタンド	一人あたりの給油数量、カーメンテ客単価に大きな変動がない。
		洋食食堂	季節の要因が大きく出る時期です。食事会はディナーよりランチで安く得という感じで、客単価が酒類も形だけで少なく、上がらず、しぶいです。
		都市型ホテル	長引く景気低迷の中、3か月前も低迷している上で、変わらないと思いましたが。宿泊・宴会・個人利用でのレストランなどホテルを取り巻く環境として、受注状況(件数・実績)と、特に景気変動も感じられませんでした。レストランも大きくマイナスすることも無く、個人の需要もそこそこ見込めるかと思われ。忘年会等宴会も業界によっては、何件か削減で開催見直しもありましたが、新しく開催するところと相殺しました。
		都市型ホテル	宴会の予約状況を見てみると、あまり変わらないように思われる。地震以来、客単価が下がっており、上がる様子も見られない。
		タクシー運転手	忘年会シーズンの予約も少なく、震災の影響はまだまだ続いている。
		タクシー運転手	一般客がややタクシー離れをして、自家用車による送迎が増えている。
		パチンコ店	パチンコの客数は、前と比べると悪くなっていますが、スロットは少々ですが増えていますので、前と変わりません。
		理・美容店	去年と比較して、ボーナスカットなど中小企業への影響は大きいですが、節約などの生活を見直し、なんとか生活レベルは維持している。
		建築設計事務所	3か月前と殆ど変わっていない。
		いい	企業
製造業(家具・装備品)	当地商店街、また、取引業者等の話を聞きますと、忙しいのは一部の職種(地震被害の修復)などで、自社の仕事(商売)は変わりありません。		
製造業(食料品)	原発の放射能問題により、他の都道府県からの茨城県産の商品の注文が、かなり減っている。		
製造業(印刷業)	3か月前と比較し、来店数は変わらない。		
建設業(設備工事業)	仕入にあまり変化がないが、材料の出庫に多少の減少が出てきている。		
運輸業(倉庫業)	3か月前と比較すると、全体的な貨物量が横ばい状態である。前年と比べると在庫増にはなっているが、保管拠点が一か所に統一された荷主もあり、現在の動きも変わらないので、景気は変わっていない。		
金融業	(取引先中小企業の業況について)売上高は横ばいか、やや減少している取引先が殆どである。(融資取引先について)当初1年間の返済猶予を予定していたものの、業況が好転せず、2年目以降もやむを得ず返済猶予に応じているような中小企業が多い。		

	雇用	公共職業安定所	震災後の回復は順調であるが、風評等により、観光、宿泊関連の事業での休業が引き続いている。
		学校就職関係者	節電など消費を抑える工夫や努力をした、必要なものしか買わない最低限度の生活を続けていると思うため。
やや悪くなっている	家計	スーパー	野菜が安価で客単価が落ちているのはわかるが、買い控えが有り、買い上げ点数が前年を割っているところから、やや悪くなっていると判断出来る。
		スーパー	売上と客数の前年比が3か月前と比較して落ち込んでいる。
		コンビニエンスストア	給与支払い日の前と後では、お客様の買い方が大きく違ってきている。以前より差が大きい。後の方がたくさん購入する方が多い。
		家電販売店	冷蔵庫、洗濯機は、例年通りの売上げで推移しているが、ジャー、クリーナー、レンジなどの中型商品の売行きが悪く、買い控えているイメージがある。
		タクシー運転手	TX駅での売上げが、以前と比べてかなり落ち込みである。
		タクシー運転手	土浦市内は飲み屋街が多いが、最近、夜の街の活気がまだない。
		代行運転手	仕事の本数が少なくなっている。
		ゴルフ場	ゴルフ場の予約状況により、想定した来場者数より、幾分少ない来場者数になっている。
		ゴルフ場	年末月は、例年だと忘年コンペ等で予約の入りが多いが、今年は予約の入りが遅い。やはり景気は悪く、ぎりぎりまで予定が立てにくいという事だと思う。
		レジャー施設	例年11月下旬～12月中旬は財布の紐が固く、購買額は一番低い季節である。今年は、昨年度同期の購買額より更に5%程度落ち込んでいる。12月下旬の売上維持を考慮しても、やや悪くなっている傾向は続いている。
住宅販売会社	円高の長期化が本格化しているため、輸出関連企業の落ち込みに連動し、住宅購入に踏み切れない層が増加している。		
企業	企業	製造業（食料品）	景気は落ちているものの、年末の活気で幾分持ち直していると思われる。
		製造業（窯業・土石製品）	当社は東北に3工場を持っていますが、現在のはがれき処理が大半で、通常の工事はなかなか進んでいないようです。また、公共工事に関し、はがれき処理等の緊急の工事が利益率がよいので、そちらにまわり通常の工事の大半が入札が不調で、契約が出来ないそうです。
		不動産業	毎年、年度末を控え、賃貸は好調であるが、全体的なパイは縮小しているので厳しいと思う。又、売買、建築共に全国的な縮小要因の中、苦戦となり全般業種平均でやや悪くなっている。
雇用	求人開拓員	製造業の企業求人が減少している。製造業の最前線の在宅ワーク（内職）も、非常に減少している。	
悪くなっている	家計	スーパー	10月の客数、客単価（買上率・点単価）等、昨年対同月比を上回り、良くなると思われたが、11月は客数99.4%と前年割れとなった。
		ゲームセンター	前年売上を下回る月が続いており、上向く兆しも見えない。
	企業	建設業	電気炉を扱う企業のトップ、10月よりじわじわと注文が少なくなっている。今月（12月に入って）の見通しは、通常ですと、来年度の受注予約、引合がポツポツと入ってくるはずが、殆ど見当たらない。営業も奔走するが、当たりが殆ど無い状況。平成23年、24年の年末年始は、更に深刻な状況になるでしょう。来年にかけて、公共工事の引合が増えていると仲間は言う。職人不足になると。

(5) 県西地域 【現状】

(－：回答が存在しない。 ○：主だった回答等が存在しない。)

回答	分野	業種・職種	コメント	
良	雇用	人材派遣業	タイの洪水の関係で、日本での仕事もどっていると思います。	
やや良くなっている	家計	コンビニエンスストア	仕事の中心となっている守谷市においては、工場建設、住宅の建設などによる工事関係者（県外から）などの来店が増えているお店が多い。また、その後の人の流入による増加も起きている。	
		家電販売店	9月、10月、11月と、昨年エコポイントの駆け込み需要があり、かなり厳しい状況が続いておりましたが、12月に入り、昨年同様の売上に戻り、景気はやや良くなっている。	
		饅屋	お客様の雰囲気明るくなってきている。	
		ビジネスホテル	周辺の工業団地の企業さんの設備投資や道路補修関連の工事などの動きがあり、人の動きが従前より良くなっている。	
		タクシー運転手	会社関係とは別に、一般のお客様が増加している。会社関係の人の出入りが多い。	
		ゴルフ場	春季に予定していたコンペ、企業の貸切コンペ等の予約により、平日を中心に来場者が増えている。また、シニア、女性も相変わらず活発であるが、お金を使わない傾向も相変わらず。消費単価減を来場者で補っている現状である。	
	雇用	公共職業安定所	管内の新規求人数は増えているが、期間工等、臨時的求人も多い。新規求職者数は、リーマンショック以後、徐々に減っている。その結果、有効求人倍率は10月末現在で0.84倍になり、求人と求職の比較で見た場合、景気は良くなっている。	
		学校就職関係者	震災復興の特需が、建設・建設機械製造関係の企業に見られ、引き続き求人募集が多い。	
	変わらない	家計	スーパー	売上状況の変化はない。一品単価微減、買上点数微増で客単価が横ばいの状況。
			コンビニエンスストア	震災後、お客様の買物のパターンが変化し、近くで購入する人が増える傾向が出ていたが、現状、すでに落ち着いており、大きな外的要因がない所では、大きな変更、変化は起きていない。
自動車販売店			高額な商品の為、すぐに飛びつく購入はなく、以前とあまり変わらないと思います。会社（事業所）の先行きが不透明で、高額商品の購入はとても慎重になっています。	
専門スーパー			客数、売上が変わらない。ただ、昨年同月と比較すると、売上は1割近く増えている。	
ガソリンスタンド			満タン給油でなく、100や1000円分といった定量、定額で購入していかれるお客様が依然として多い。	
和食食堂			3か月前と比較すれば、忘年会シーズンでもあり、やや良くなっていると思うが、前年と比べれば、売上が落ち込んでいるので変わらないと思う。	
タクシー運転手			3か月毎と売上があまり変わってない。接客中に出る会話から判断しても、景気については横ばいである。	
ドライブイン			客足は戻った様に感じるが、客単価は伸び悩んでいる。	
ゲームセンター			変化らしい変化が無い。	
レジャー施設			例年に比べて、特にいい話は聞かない。といって悪い話も聞かない。	
理・美容店			毎年この時期は寒暖の差があり、客の来店サイクルに多少のずれはある。前年に比べても、少し売上は上がっている。	
理・美容店			店が田舎でお年寄や家族で来店してくれるので、固定客が多い。	
住宅販売会社			県西方面は小山市に市場が奪われており、旧下館市周辺は人の流れが止まっている。	
ない		企業	農業関係者	東日本大震災から約8か月が過ぎようとしております。窓口に来所してくるお客様の様子を見ると、被災した家の修繕等に経費がかかり、家計にまわすお金に対する余裕がない。変化は前と変わりません。
	製造業（食料品）		工場自体の出荷高については変わっていません。消費意欲についても余り変わっているように思いません。	
	製造業（食料品）		新規の受注が殆ど無い。ここ3か月は、従来の仕事の増減の変化しかない。それも平均化すると、月の受注量もほぼ横ばいの状態が続いている。	
	製造業（化学工業）		顧客の声を聞いても景気の良くなる話が聞こえてこない。本来ならクリスマス商戦向けの需要（季節変動）が多少はあるはずであるがそれすらない。	
	製造業（一般機械器具）		3か月前と同じで納期が短い。親会社が海外タイに工場を持っていて、水害によって部品調達に困っている話があり、水害によって仕事受注が入ってきた。	
	金融業		建設業においては震災復旧工事の増加により受注量も改善傾向にあるものの、小売業は大型店舗等に客をとられ依然として低迷していることから、総合的に判断すると現状に変化はないものと思われる。	
	サービス業（コンサルト業）		震災後、多少の特需はあったようですが、現在は落ち着いていて大きな変化は見受けられません。	
	サービス業（広告業）		美容室営業をしています。来店客数が3か月前と比較して横ばいか微増のサロンが多いです。ただ、県西地区は人口が減少している地域なので、サロンの努力が必要になってくると考えられます。	
雇用	就職相談員	求職相談に来られる人員数が、新規、及び再来者ともほぼ横ばいである。		
	商店街代表者	目に見えない何かに不安を抱く。一極集中型にますますなっていく。		

やや悪くなっている	家計	商店街代表者	客数、客単価、購買点数が全部低くなっています。すなわち、一日の売上がいつもより80%~90%になってしまっている。
		農産物直売所	秋のイベント疲れもあるのか、来店者数、客単価ともにやや減少している。暮れについても、昨年同様と比較して、厳しい状況になりそう。
		和食食堂	売上が減少している。
		旅行代理店	12月に入るが市場の活気がない。大根は少し安くなってきたようですが、その他は、キャベツを除き値上がりしたままであった。旅行客の出足が悪く、年金問題と放射能問題、地震の復興がまだまだであることです。
		タクシー運転手	私は夜間を中心に仕事をしていますが、夜は暇な時が多い。特に、飲食街の人の出入りが非常に少ない。景気が良くなれば忙しくなるかなと思われます。
		ドライブイン	夏場にかけて回復してきた来場客数が、秋口より伸び悩み一昨年を割り込んできている。日光、那須塩原方面への紅葉観光の利用者が例年より減少している影響がでている。
		ゴルフ場	予約の状況にて。
	企業	製造業（印刷・関連連業）	中小零細企業でも、残るべき会社、商店は残るだろうと思っていたが、「八百屋さん」「魚屋さん」が先日店じまいをした。全国的に「シャッター通り」なる言葉が各地で言われるが、「安心・安全」治安を考えると不安でいっぱい。景気と治安は表裏一体だ。
		製造業（窯業・土石製品）	今現在の受注売上は、思った以上に悪くはありませんが、3か月前と単純に比較するならば、数字では落ちてはいますが、今の時期、例年、日本全体の不況観からするならば、決して悪くはない状態です。
		製造業（金属製品）	引き合い件数の減少が目立っている。また、注文ロットの減少も出てきている。
		製造業（電気機械器具）	受注量減により、人員体制見直しが続いている。
		建設業	この地域では良くないと思う。被災の問題、タイの洪水、地震災害の復興などの問題が多いのに、政府の対応が遅すぎる。多くの企業が海外に出ているのには驚いた。
		電気工事業	民間関係の仕事が少なくなっている。
不動産業		企業の借上げ社宅の賃料上限が下がってきている。（額は同額でも、上限いっぱいの物件は借りない）	
悪	企業	製造業（印刷・関連連業）	材料（紙）が値上がりしているにも関わらず、単価が下がり続けている。先の見通しがつかなくなりつつある。

Ⅲ 景気の判断コメント — 2 景気の先行き判断コメント

(1) 県北地域 【先行き】

(- : 回答が存在しない。 ○ : 主だった回答等が存在しない。)

回答	分野	業種・職種	コメント	
良	-	-	-	
やや良くなっている	家計	小売業（工具）	政府の経済対策、また、年度末予算の執行が行われるので、3月までは多少良いのではないかと。	
		自動車販売店	例年、この時期は最大需要期となるが、エコカー減税が復活することが決まり、更に購買意欲が高くなると思われる。	
		小売業（時計）	悪いなりに、歳末景気で少しではあるが良くなると思うのもひとつ。震災による収入は、業種である程度限定されるが、かなり広い業種で収入増になっているはずで、全体的（連鎖的）にやや良くなると思われる。	
		タクシー運転手	年末を控えて期待は大きいですが、不安が多い。	
		ゴルフ場	現状、来年の1月の予約数が今年の比率よりプラスで推移している。シニア層、女性の来場が増えていることもあり、徐々に良くなってくると思われる。	
		理・美容店	復旧作業が進み、自粛ムードがなくなりつつある。	
	企業	製造業（電気機械器具）	現在の計画では、第4四半期は、輸出を中心にやや伸びそうだ。	
		不動産業	消費税の増税（長期的にはマイナス要因であるが）等により、駆け込み需要（顧客の焦り）が生じるのではないかと期待。但し、土地価格が下げ止まらず不透明要因あり。	
	変わらない	家計	スーパー	良くなる要因がない。
			スーパー	良くなる要素、悪くなる要素、出つくした感があると思う。
			コンビニエンスストア	周辺企業の雇用状況も悪化しており、ボーナスの支給にも影響が出てくると思われ、良くなる兆しが少ない。政治的不安感（増税）からも引き続き消費には慎重になると思われる。
コンビニエンスストア			主力商品の売れ行き好調はまだまだ続きそうですが、高止まり感はある。	
衣料品販売店			我々の業種は、生活必需品ではないので、厳しい状況は続くでしょう。	
金物・荒物・建築資材			注文、見積りが少ない。	
小売業（酒類）			最近耳にすることは、忙しく働き、残業等の手当が少なくとも、働ける職場があるだけ良いというお客様が多くなった感じ。	
スナック			震災の影響がまだまだ残っている。	
タクシー運転手			企業利用の売上が多いので、原発関係の影響でそれに関する企業は売上見込めず、その他の企業はやや上向きで、全体的には変わらないとする。	
タクシー運転手			これから12月終りまでは忘年会シーズンで、多少は売上が上がるが、年明けてから、売上が下がると予想される為、全体としては変わらないと思います。	
ゴルフ場			前年度よりは、売上が落ちている。	
レジャー施設		先行きが不透明と感じ、プラス要因やマイナス要因が見られない。		
企業		林業関係者	仕事の進捗は同じように進むと考えられるが、景気的大幅な上昇は望めないと思われ。	
		水産業関係者	原発事故が収束しない限り、水産の景気は良くなる見込みはない。	
	製造業（精密機器）	3か月先の短さでは、今の状況が変わる要因が見つからない。		
	製造業（一般機械器具）	中期的受注状況が、現状とあまり変わらない。		
	製造業（電気機械器具）	受注量に対する生産量が、これから3か月先まで、あまり変動が無いように思える。		
	製造業（電気機械器具）	原発事故が落ち着いて、円高がよくならなければ、景気は良くなる見込みはない。2012年の辰年に期待したいです。		
	建設業	建設業は復旧工事が本格派し、非常に忙しい状況ではあるが、お客様の様子からは積極的に投資を行う情報は入ってこないで、あまり変わらないと思う。		
	運輸業	震災の影響もだいぶ落ち着いてきて、毎年と大体同じ貨物量になってきている。		
	情報通信業（情報サービス業）	進めていた商談も先送りするケースが多く、新しい商談も、まだまだ出てこないと思う。		
	金融業	一部の原子力関連下請企業においては、一時ストップしていた受注が回復傾向にあるなどの好材料も見られるが、全体的にみれば景気回復には相当の時間を要するものと思われる。		
雇用	公共職業安定所	長引く円高の影響が、今後、中小企業まで広がるおそれあり。また、求人増加の反面、一部の業種で雇用調整が進む可能性もある。		
	学校就業関係者	今のところ、景気が良くなる情報も、また、悪くなる情報もないので、変わらないと思われる。		
	求人開拓員	先行き不安定な為、作業員の募集も、派遣・請負でまかなっているようで、まだまだ上昇機運とはいえない。		

やや悪くなっている	家計	小売業（水産物）	来店されるお客様より,魚介類の原産地を聞かれるようになった。生魚の人气が低下している。
		居酒屋	宴会が無い。
		民宿	同じくあまり動きはないように思うが、良くはならないと思うので、やや悪くなっているような気がする。
		観光型ホテル	風評被害の騒ぎも落ち着きを取り戻すため、逆に観光客などの客足が鈍る可能性がある。
		タクシー運転手	タクシー業界は、天候によって左右されやすい。これから冬の為、やや悪くなると思う。
		ボウリング場	来場者が減ってきている。
		住宅販売会社	展示場への来店数が減少してきており、様子伺いのお客様が増えている。
企業	企業	製造業（製缶）	重電のみならず、量産機械加工業種関係でも、作業量が減少しているとのこと。
		製造業（電気機械器具）	作業量の減少。
		製造業（輸送用機械器具）	円高基調継続に伴い、カーメーカの販売拡大地域をインド・ブラジル・ロシア等新地域を主戦場と位置づけ、現地生産化の動きを活発化しており、国内生産からの切替が更に加速していくものと想定される。
悪くなっている	家計	商店街代表者	少子高齢と併せて、若年労働者が派遣等、身分保証のない雇用をされており、将来が不安である。
		スーパー	近辺の工場等、稼働回数が減っているとの事。じりじりと不景気感がある。おせちなどは少し伸びているが、高額の商品は前年ほど動かない。
		和食食堂	自分の店だけかと考え込んでしまいましたが、何件かの同業者に聞いても同じ答えです。何かを考えて、客数増加を考えて手を打っていかうと考えてます。地元大手企業の従業員は、市ではなく村のようだよとこぼしている。
		観光型ホテル	宿泊予約が低調で、平日に空室が目立っている。前年同期と比較しても予約は低調で、景気は悪くなると思う。
		ゴルフ場	①世界不況に加え、各企業共に3月の決算を見据えて、雇用対策も含め引締めムードが出始めている。心配だ。②国政の混迷に加え、税制、年金問題に関心が高まり、先行きの生活不安が増しつつあり、予約確保に必死である。
		クリーニング店	客単価が減少しているし、お客様からも景気のよい話は聞かない。又、地元大手企業では、12月から2月までに600人ほど大量に解雇するようだ。
企業	サービス業（広告業）	私が営業訪問している場所は土地柄もあるのか、静かな店が多いなと感じた。	

(2) 県央地域 【先行き】

(－：回答が存在しない。 ○：主だった回答等が存在しない。)

回答	分野	業種・職種	コメント
良	家計	レストラン	お祝い会（婚礼など）がとても多くなっているなどの状況が、継続すると思われます。
やや良くなっている	家計	自動車販売店	まだまだ年度内は、需要が多いと思われます。特に、ハイブリット車の売上は伸びており、買い換え需要も見込めるとしています。
		観光型ホテル	原発の冷温停止宣言や、関東各県の放射能濃度が茨城とあまり変わらないことが周知されて、少しずつ戻るような傾向にあると思う。
		ドライブイン	年が明けて新年を向かえ、借樂團も梅の花と共に観光のお客様も戻ってきてくれるのではと期待をして、やや良くなっていると思います。
		カラオケ店	今の客数の動きから。
	企業	製造業(食料品)	相変わらず厳しい状況ではあるが、観光客の来客に期待している。
		製造業(精密機械器具)	ほぼ毎年、年度末の当月受注、当月売上が期待出来ます。
		サービス業(広告業)	今の流れからすると、販促広告出稿数は、順調に推移すると思う。3か月後は震災から1年の時期となるので、特にマインドが高いと思われる。
		サービス業(コンサルティング)	今年の3月は、大震災によって月の半数が営業できなくなり、前年同月比もほとんどが半分以下に落ち込んでしまった。特に、飲食店においては歓送迎会のピークにあたってしまいその影響が大きかった。来年の3月は、その反動分の上昇が見込まれる。
	雇用	求人開拓員	求人企業数は昨年と同水準である。その中で、正規雇用求人は143%と伸びがある。企業に前向きな姿勢が見られます。紹介者が減少していますが、採用率は向上しています。正規雇用が多少増加しています。
	変わらない	家計	商店街代表者
商店街代表者			先の不透明感があり分からないが、悪くならない期待感はある。
百貨店、総合スーパー			東日本大震災の影響も徐々に緩和されてきてはいるが、まだまだ個人消費の拡大は厳しいこともあり、今後の景気に変化は見られないと判断した。
スーパー			原発関連の報道で、かなり左右されている。
家電販売店			年金受給家庭が多いが、年金が減るので、買い物控えてしまっている。
スーパー			(将来の年金、経済不安により!?) 良いもの、高いものを買って長く使うというより、少々物が悪くても安いものを買うようである。
都市型ホテル			全体の予約状況を見ても例年以上の伸びはなく、今のところ例年並みである。
旅行代理店			回復傾向にあるものの、2010年比を超える先行受注までには至っていない。
タクシー運転手			先行きにも大きな変化はないと思う。
タクシー運転手			3か月先の景気は、悪くなるような気がします。
観光名所			徐々にお客様も戻りつつあるが、福島原発関係の動向によっては流動的である。
レジャー施設			3か月後は震災から1年を経過するが、現在の入場者の動向から判断すると、回復には至らないと思われる。
理・美容店			お客様の様子では仕事は忙しいとの事ですが、私の所では変わりないと思います。
住宅販売会社			震災後の住宅需要が一段落し、徐々に落ち込みが厳しくなっており、この状態がしばらく続くと思われる。
ない	企業	製造業(印刷・同関連業)	年明けの予定が多くなく先行きが不透明に感じられる。
		製造業(印刷・同関連業)	良くなる要素が見当たらない。
		製造業(窯業・土石製品)	引き続き震災復旧工事が続くものと考えている。
		製造業(金属製品)	仕事量は低位横ばいで推移していく予想。
		建設業	現状から特段に変化すると思えない。
		運輸業(道路貨物運送業)	震災の復興需要が増えると思うが、限定的なところがあると考えられる。
		情報通信業(情報サービス業)	3月期決算を迎える顧客の業績予想が固まった段階で、例年であれば商談チャンスが生まれるが、現時点ではあまり動きが見られない。今後における景気予測が不明瞭なところもあり、大型投資に対しては慎重になっていると感じる。当分の間、同様の状況が続くと思われる。
		金融業	消費に回されるお金が増加していない(企業の売上も増加していない)ため、今後3か月間も客単価や利益率に特段の変化はないものと思われる。
		不動産業	時期の問題はありますが、探している賃料も減額の傾向にある。

	サービス業（広告業）	景気が格段に良くなることはないので、それ程変わらないと思います。しかし、サロンの努力次第で客数、客単価を上げることはできるように感じます。ネットやソーシャルネットワークを介しての集客等、新しい試みをするサロンは増えてきています。	
	雇用 公共職業安定所	円高等影響による大幅な事業縮小、人員整理等は、今のところ見られないが、メーカーの生産海外シフトが進んでおり、製造業においては受注が伸び悩んでいるとの話がある。	
やや悪くなっている	家計	百貨店、総合スーパー	購入に慎重さを感じるようになってきており、今後そのようなお客様が増えてくるのではないかと考えている。
		スーパー	12月、年末商戦が大変厳しくなると思われる。年末・クリスマス商戦の商材、相場が上がるどころか、11月末で下落し始まった。
		スーパー	消費税の上げや年金の見直しなど、景気が良くなる話題がない。暗い話ばかりだ。
		コンビニエンスストア	災害後、復興特需の減少。店舗周辺の工場等の残業が減少している。パートさんに確認すると、旦那様のボーナス減少、給与減が増えており、消費が冷え込む可能性がある。
		コンビニエンスストア	景気全般の冷え込みが、購買心理に悪い影響を与えていると思われる。
		農産物直売所	来場者の80%以上が県内のお客様（県央・県北中心）で、県外からの来場者増は見込めないのと、県内のお客様も高級品やこだわり商品にあまり手を出さなくなっている。
		専門スーパー	増税の話等、明るい話題が無い。
		タクシー運転手	お客様などからも、明るい話が聞けない。
		ゴルフ場	これから例年のようにシーズンオフと言われる冬場を迎え、また、風評被害の影響はなくなると考えています。
		理・美容店	毎年2月は暇なので、例年通りだと思う。しかし、来年が読めない。3月は、入学式や卒業式があるが、ここ数年、改まって髪をやるお客様はあまりいないと思う。
建築設計事務所	震災復旧の仕事も落ち着いているように思える。		
企業	製造業（一般機械器具）	今のまま行きたいが、何か悪くなりそうな気がします。	
雇用	人材派遣業	求人を出してもスタッフが集まらない。	
悪くなっている	家計	タクシー運転手	タクシー利用者が、駅、飲食店、車庫待ち等、乗り込み客が減っている。営業所にかかってくる電話も減っている。
		旅行会社	1～3月は、仕事が毎年少なくなる時期ではありますが、予約が少なくなっている。
	企業	製造業（食料品）	原発の制御が出来ない限り、風評被害は続くと思われる。

(3) 鹿行地域 【先行き】

(- : 回答が存在しない。 ○ : 主だった回答等が存在しない。)

回答	分野	業種・職種	コメント
良	企業	農業関係者	イチゴ出荷は好調と思われる。また、2次加工品（ようかん、焼酎等）の売れ行きも上向きになると見込んでいる。
やや良くなっている	家計	洋食食堂	12月、1月とも、早い時期から予約が入っている。
		観光型ホテル	団体の宿泊利用者の予約が少し増えている。
		タクシー運転手	多分良くなると思う。売上も3か月前より良くなる。
		弁当・惣菜店	これからも景気は今以上に回復していくと思う。
	企業	建設業	ある程度、震災の修理が片付いてくるので、仕事の方も本人のがんばりと周りが活気づいていくと思います。
		運輸業（道路貨物運送業）	年明けより震災関連の鋼材の出荷量が増えてくるようです。
保険業		災害復旧工事が市役所より多く出ていて、建設会社が忙しい。	
変わらな	家計	商店街代表者	工業、農業作物に於いても、国際と比較して、最良質を生産できる能力を持っている日本では、やる気と実行があれば、現況から好況へと脱却可能です。但し、今は魅力ある国づくりは、政治、行政、市民にとっても、これからの課題と思われます。
		商店街代表者	プレミアム商品券が発売されたが、有利さを求め、限度額いっぱいを購入している。一方で、家計費の節約、自粛等、財布のヒモは依然として厳しく、商品の価格により敏感になっている。
		スーパー	少しずつ、前年並みの売上に減少すると思われるが、極端な減少要因は少ないと思います。引き続き、家族揃っての食卓をイメージして、販促を行ってほしいと思います。
		コンビニエンスストア	鹿行エリアへの人の流入が続く限り、コンビニエンスストア業における景気に変化はないと思います。企業のボーナスなど収入にも大きなマイナス要因はあまり考えられないので、景気としては変わらない状況が続くと考えます。
		コンビニエンスストア	商売においては、お客様との距離は近づき、環境は良くなっていくと感じますが、やはり将来に対する不安、又、備えの心理から、積極的な消費意欲にはつながっていないと思う。
		農産物直売所	お客様数が多少減っていますが、客単価は変わりません。問題は、風評がどこまで続くかで大きく変わります。
		小売業（酒類）	現政権の消費税率や年金政策で、具体的な変化が無ければ、現状で移行すると思われる。税率が変更となれば、タバコの価格が上げられた時のように、大量買いの変化があると思われる。
		小売業（金物店）	円高で企業の収益が悪くなっています。小売業では、販売の単価がより一層厳しくなっています。
		小売業（書店）	繁忙期でも平常時でも当年は波がない為、今後3か月先程度であれば、同じように推移すると思われる。セールなどのキャンペーンを行わないと、なかなか客数が増えない。
		ショッピングセンター	景気の先行き不安等により、節約志向が依然として続いており、個人消費持ち直しのテンポが穏やかになっているものと思われる。
		日本料理店	今のままの営業をやっているならば、現状維持、もしくは、もっとお客様が足を運んでくれると思う。
		タクシー運転手	ここ2年くらい殆ど変わっていない。
		ドライブイン	原子力災害が完全に収束するまで期待できない。
	ゴルフ場	季節に左右される業界であり、この3か月は横ばいか、またはボーナス支給減等、減額傾向が予想されるため、変わらないか、やや悪くなるのではないだろうか。	
	ゴルフ練習場	今のムードは、数か月は続くと思う。	
	理・美容店	消費マインドがかなり低くなっているため、営業努力をしても変わらない。全体的な景気も、そのような感じがします。	
	クリーニング店	地震の影響で、家の修理、門扉の修理など、まだまだ出費が出る。建設、土建、解体、瓦、石材など、業種によっては忙しいようです。	
	室内装飾業	少量の細かい仕事ばかりで一向に利益が出ず、又、遊んでいる訳にはいられず、儲からない仕事を同業者で取り合っている。	
	住宅販売会社	今年度中くらいはこの状況が続くそう。	
	住宅販売会社	政治不安が大きいことから、あまり景気を良くする材料は見当たらない。	
	製造業	（食料品）	回復の兆しは見えるものの、原材料等の高騰があり、売上の悪化にもかかわらず利益時に厳しい状況に追い込まれる様に思える。円高の影響は反映されないものか、不思議に感じます。
		（食品）	現状がいろいろいい状態で、これ以上好転することは考えられない。
		団体	変化の様子がない。

変 わ ら な い	企業	製造業（化学工業）	需要回復の兆しが見えてこない。復興需要等に期待を持ちつつも、向こう3か月程度は、このままの状況が続くものと思われる。
		建設業	年度末に向け仕事量も増えると思われませんが、経費にかかる面が多く、良くなっていくようには思われません。
		製造業（鉄鋼業）	急激に回復する材料が見つからない。
		運輸業（道路貨物運送業）	同業者と情報交換する機会が増える時期であるが、年度末までは現在の状況が続くそうである。
		金融業	震災復興に向けた努力は見られるが、景気回復のためには、インフラ整備が先決の課題である。景気回復には時間を要するものと思われる。
雇 用	雇用	不動産業	震災地域で液状化になった土地は売買の対象外ですが、その他の土地が売りに出されたり、分譲されたりしています。価格は、依然と同じくらい、もしくは、数の少ない地域だと少し上がっている様にも思いますが、買いたいお客様は、安全な土地を探されますので、少し高くても購入されています。
		人材派遣業	客観情勢が大幅に好転する気配がしない。企業倒産等で、年末から年度末にかけて失業者の増大が心配です。
		民間職業紹介業	やはり景気が低迷している現状においては、まったく好転は期待できない。
		学校就職関係者	就職活動が進まない。このままだと未定のまま卒業になってしまう。求人が少ないのと正職員の採用が少ない。
や や 悪 く な っ て い る	家計	就職支援センター	変化を期待できる材料が今のところ見当たらない。
		スーパー	学生アルバイトの卒業後の働き口が少ない。見つからない人が出ている。また、震災の影響で、地元の地区は、住宅が増える見込みがない。人口が少なくなる傾向にある。
		割烹料理店	お客様の話でも、厳しい話しか聞こえてこないし、近くにコンビニートがあるが、撤退する企業などの話も聞こえてくる。
		タクシー運転手	（自分の所の地区でも）被災している所もあるので、以前の景気に戻るには時間がかかる。
	理・美容店	今の政治をしているようでは、日本経済はよくなると思わない。	
雇用	公共職業安定所	事業所からは、タイの洪水、及び、円高の影響が出ているとの話が聞かれ、今後も引き続き厳しい状況が見込まれる。	
悪 く な っ て い る	家計	家電販売店	前年のエコポイント、今年の地デジ完全移行に伴う需用の先食いの影響が、1～2年は続くと思われる。
		小売業（薬品店）	来年は、さらに所得格差がひどくなる気がする。若い世代が可哀そうな気がする。
		パチンコ店	良くなる材料がない。
	企業	製造業（食料品）	悪くなるいっぽう（取引先が倒産しそう）。暖冬の為、出荷量が少ない。
		サービス業	複合的な要因により、解決は長引くと考えられ、今後、当分は厳しい状況が続くと考えられる。

(4) 県南地域 【先行き】

(- : 回答が存在しない。 ○ : 主だった回答等が存在しない。)

回答	分野	業種・職種	コメント
良	-	-	-
やや良くなっている	家計	コンビニエンスストア	客単価は改善傾向にあり、価値を感じて頂くことで購入される様に変化してきている。
		旅行代理店	震災の影響で今年は大変でしたが、来年はお客様の出発が期待出来ると思う。景気が良くなる事を希望したい。
	企業	製造業（窯業・土石製品）	震災復興関連の需要が、今後も継続的にあると思われる。
		建設業	年度末にかけて、役所工事が増えてくるのは毎年のことである。それに加えて、民間外構工事、改修工事がどんどん出てきている。震災後の不安や余震の心配などが一段落して、災害対策や修繕改良などを考えるようになってきたため、景気は3か月後も良くなっていると思う。
		サービス業（広告業）	美容室業界は、劇的にお客様が増える業界ではないですが、安定した来客は今後も見込めると考えられます。広告業界に関しては、震災後が悲惨な状況であった為、少しずつチラシ、ポスター、名刺など増えていくと思われま。
変わらない	家計	商店街代表者	年度変わり（4月）を前に、購買意欲（季節の商品を含む）の向上に期待しつつも、景気は底を脱したとは思えず、明るさも見えず、この先もこの状態で推移すると考えられる。
		スーパー	彼岸等で、売上が上がる要因はあるが、景気上昇につながるとは思えないので、景気は変わらない。
		スーパー	しばらくの間 無理をしてでも、客数をこれ以上減らないよう更なるディスカウントを進める必要があり、売上は伸びても利益はとりづらい。
		スーパー	売上や客数も前年と比べて伸びているが、3か月先もこの状況が続くと思われま。
		スーパー	厳しい客数前年割れが続くと思われ、今月の厳しい状況が続くと思われ。
		小売業（化粧品）	震災の影響は少しずつ減少してくると思うが、消費、購買意欲は経済が良くならないと難しい。
		農産物直売所	売上は、過去3か月は前年対比110%前後でしたが、11月は横ばいである。気持ちは良くなって欲しい。
		専門スーパー	まだまだ、家の補修用品中心に動向が上ってくると思う。また、放射能の影響が少ない為、春からピークを迎える園芸関係の動向UPが見込まれる為に、景気はやや良くなっていると思う。
		ガソリンスタンド	業績に影響を及ぼすような大きな外部環境の変化が予測されないから。
		和食食堂	宴会予約が去年とほぼ同じであることから、3か月後も変わらないと見られます。
		洋食食堂	景気は相変わらずで、大きな動きは無く、このまま変わらないです。
		都市型ホテル	今現在では、震災の影響で学会の開催を他外国で開催するなどあり、宿泊の減少もみられました。宴会受注でのオンハンドは、昨年比で多少減少していますが、これ以上景気が悪くなるとは感じられません。
		都市型ホテル	変化がないように思われる。年末年始を迎え、上がるかと思われたが、その気配がない状況である。
		タクシー運転手	何か月単位では、景気は良くならないと思う。
		タクシー運転手	現状の状態が当分ありえると思う。
		ゴルフ場	予約数等は大きな変動が無い。しかし、実来場者は、想定人数より少ない。（10%減少）
		ゴルフ場	現在の状況からするとあまり期待できない。震災の影響もいつまで続くか不安だ。
		理・美容店	税金や年金問題など先行きの不安で、とても消費が上がるとは思えないが、年末年始は理美容には必ず来店する為、売上自体は上がる。
		建築設計事務所	良くなる様子は聞かれない。
	企業	製造業（家具・装備品）	今の政治に対しては、多くの国民が失望していると思います。未来に夢や希望が持てません。「変わらない」が精一杯です。先の見通しが立ちません。
製造業（食料品）		急な改善は望めない。	
製造業（窯業・土石製品）		現在のような状態が今年度いっぱい続くような感じます。	
製造業（一般機械器具）		現在、特に景気の良くなる材料が見当たらない。	
建設業		現在、手持ちの仕事だけでも来年3月末まではいっぱいである。付き合っている工務店もほぼ同様である。	
建設業（設備工事業）		首都圏ニュータウン開発が来年度もあり、見積りの連絡等が多くなってきている。	
運輸業（倉庫業）		3か月先も現在の状態が続くと思われましますので、変わらない。	
金融業	建設業・製造業においては、震災復興に向けて増加傾向にあった受注量も落ち着いてきている。景気が改善するような特段の要因も見当たらないことから、今後3か月間は変化なく推移するものと思われる。		

雇用	人材派遣業	良くはなりつつあるが、急激な増加にはならない。
	公共職業安定所	製造業は回復していたが、円高の影響や、タイの洪水の影響により、今後の見通しは必ずしも良くない状況にある。
	学校就職関係者	これ以上落とせるところもなく、必要なものを必要なだけ最小限購入するという生活スタイルが定着していくと思う。
家計	コンビニエンスストア	円高や消費税増税の話など、消費者にとってプラスになる話題がない。更に、物を買う意欲は低下すると思います。
	家電販売店	アナログ停波特需も終わり、お客様の必要最低限の家電買いが多い。故障してからの買い換えが多くなっている。
	タクシー運転手	企業の会合、飲み会等が減少傾向にある。今まで、日中、タクシーを利用していたお客様が、コミュニティバスや家族の車で移動している。
	パチンコ店	飲食店等、テナント内の撤退が目立って多くなっています。
	レジャー施設	来場者数及び購買額は横ばいか、漸減傾向にあり、大きな変化はないが、その中で平日の来場数と購買額の落ち込み幅（特に高齢者層）が大きくなると予想する。
	住宅販売会社	長期円高・放射能に対する無策ぶりが相変わらず続いているようでは、景気上昇の足を引っ張るばかりで、何ら改善される要素が無い。
企業	製造業（食料品）	政府の増税傾向によって庶民の財布の紐が固くなると思います。
	製造業（印刷業）	営業日数が少なくなるので、来店数は減少し、お客様の収入減により客単価も下がると思われる。
	製造業（非鉄金属）	主力自動車メーカーからの直近3か月インフォメーションでは、緩やかな発注量減を予想しているが、軽自動車からの全面撤退とグローバル化による海外部品調達、コスト低減要請圧力から、売上、収益とも悪化傾向を予想する。
	建設業	公共工事を多く施工している友人5社の社長は、全社共、受注に大いに満足。24年3月迄忙しいと喜んでいました。しかし、24年4月以降の見通しはゼロと言う。民間については、どこの企業（一部上場の出先事業所）も、年末年始の状況が非常に悪いとの答えが多い。生産に直結しない部門のところは後回しにすると、100㎡の駐車場の陥没の予算が半分しか許可せず、残りの時期は不明。
	不動産業	当社としては、支店増・人員増にて対応し堅調であるが、県南支部内全般に於いて、産業の空洞化・円高・資材高騰により、製造業・サービス業のニーズ、及び、従事社員の減退が予想される為、悪化が予想される。
家計	代行運転手	年末から取締りが強化され、飲みに行く人が減ると思われる。
	ゲームセンター	お客様の来店人数が減少しているうえに、新しいゲーム機を導入しても客単価が上がってこない。この後、新しいゲーム機の導入がなくなった時に、売上が上がっているとは考えられない。
雇用	求人開拓員	介護関係の求人は増加しているが、物流関係を含め、求人、関連求人の減少が見込まれる。

(5) 県西地域 【先行き】

(- : 回答が存在しない。 ○ : 主だった回答等が存在しない。)

回答	分野	業種・職種	コメント	
良	家計	タクシー運転手	10月、11月が人の出入りが多い。これからも多くなると思います。	
やや良くなっている	家計	商店街代表者	3か月後は年も変わるので、やや良くなっていると期待したい。	
		コンビニエンスストア	TXによる東京からの通勤圏ということもあり、まだまだ住宅の着工などは増えてくると思われる。所得の高い人の流入も考えられ、全体としては、現在のまま「やや良くなっている」の状況が続くことが考えられる。	
		ガソリンスタンド	震災後、延期になっていた住宅現場や結婚式等が、ここに来て動き始めたという話を聞く。	
		ビジネスホテル	①現状の動きが年度末を迎える動きと重なって、プラスに働くものとする。②東北地方の復興に連動して、生産活動が活発化していくと思われる。	
		ゴルフ場	順調に予約が推移しており、来場者は対前年を大きく上回る事が予想される。	
		日本料理店	飲食の多忙時期になるのでは。	
	企業	製造業（食料品）	会社自体が良くなっていくという感じはありませんが、年末が近づくにつれてアルバイトの求人に対して応募が極端に減ってきました。聞くところによると、タイの水害のために国内での生産にシフトされてきているために、採用を多くしていることでした。そのような形で景気がよくなるかもしれません。	
	雇用	人材派遣業	色々な業種の仕事が忙しそうです。私の会社も少し売り上げが多くなりました。	
		公共職業安定所	新規求人数は、現在の状況を維持していくと思われるが、新規求職者数は減少すると思われる。	
	変わらない	家計	スーパー	現在のお客様の状況は、一言でいえば「無駄な物は買わない」「量を求めている」ニーズを感じる。ダウンサイジングによる商品をメインで、年末といえども単価をアップさせられないのが現状のマーケットのようである。
			コンビニエンスストア	業界の努力次第ではあるが、政治も不安定な中ではマイナスの要因しか見当たらない。消費者の動向を調査し、今来ているお客様に対しアプローチを起こすことで多少のプラスが見込めるが、相殺して大きな変化にはつながらないと思われる。
自動車販売店			物を買うことは控え気味に感じます。よくよく駄目になるまで使用するお客様が増えたように感じます。	
農産物直売所			良くなる要因が今のところ見当たらない。	
専門スーパー			景気刺激策がない。まだ先だが、TPPに期待している。	
和食食堂			景気の回復が遅れているし、あまり期待が持てない状態であるので、変わらないと思う。	
鰻屋			消費税が上がるとの騒ぎで、買う（お金を使う）ことを控えると思われるので、変わらないと思う。	
旅行代理店			年末の旅行申し込みが少なく正月の旅行もない。大型連休であるが、旅行客は例年を下回るだろう。東北地方は高速料金がかからなくてよいが、雪シーズンだからあまり期待できない。スキー客を集められれば、良くなるか横ばいだろう。	
タクシー運転手			時期的な特有の要因を除くとタクシー業の場合、企業客と個人客の利用がメインの売上になるので、それら企業、個人の景気が良くなる限り、タクシーの需要が増えるとは考えられない。	
ドライブイン			景気回復の兆しが見られない。	
ドライブイン			明るい要素が見当たらない。	
ゴルフ場			予約の予想にて。	
レジャー施設			先行きが不透明なこともあり、景気が劇的に好転する要素も考えられない。	
理・美容店			お客との対話は、不景気のことあまり出ない。現在のところは可もなし不可もないというところ。	
理・美容店			年末になると、昔は髪もキレイにして、新しい年を迎えるという形が多かったが、ここ最近では年末も新年も変わらない。	
住宅販売会社			震災後9か月が経過したが、市場状況に変化が無い。今後もしばらくは続きそうだ。	
企業	農業関係者	直売所においては、ほぼ前年と同様の動きがみられます。年末の売込みを期待した販売方法を検討しておりますので、今後の来客を望みます。		
	製造業（食料品）	政治も経済も停滞し先が見通せないで、消費者も慎重になっている様に思える。自分の周りでも、最低限必要なものは購入するが、不要不急のものは後回しにしている。		
	製造業（印刷・同関連業）	消費税増税が議論されようとしているが、地方にとって、又、零細企業にとっては、増税が命取りになりかねない。預かりというが、売上と別途にして納付まで管理しとくところがどの位あるのか？市町村は終わったが、県と国の議員定数削減の問題、公務員の人数、給与の見直し等、もっともっと国・県・市町村の無駄の見直しをやって、国民の理解を得てからにしないと、大不況の要因になる。		
	製造業（印刷・同関連業）	需要が回復する見込みがない。		

変わらない	企業	製造業（化学工業）	従来は中国が景気の牽引車的な役割を果たしていたが、欧州の債務危機の影響による景気悪化・欧米への輸出不振と中国国内の住宅バブル・インフレ抑制策による内需の鈍化により景気の先行きが見えない。個別にはスマートフォン等の一部好調な製品もあるが、タイの洪水被害による部品不足により車載、デジカメ等々も生産が縮小している。
		製造業（窯業・土石製品）	現在悪くはないと回答しましたが、この要因の最大の理由は東日本大震災に起因していますので、この反動が来年以降、売上が落ちる数字に出できます。現在の注文は「特需」であって、本当の意味での「需要」では無いと考えます。
		製造業（一般機械器具）	事業を縮小したため、売上は減ったが従業員も減ったので、内容は同じです。
		製造業（電気機械器具）	受注量減による人員体制見直しの状況は、当面続く見通しである。
		電気工事業	現在の段階で、見積関係の依頼が少ないため、あまり期待が出来ません。
		サービス業（コンサルタント業）	道路関係の土木工事が続くだけであると思う。
		サービス業（広告業）	景気が格段に良くなることはないで、それ程変わらないと思います。しかし、サロンの努力次第で客数、客単価を上げることはできるように感じます。ネットやソーシャルネットワークを介しての集客等、新しい試みをするサロンは増えてきています。
雇用	学校就職関係者	建設・建設機械製造関連の企業が好調だが、国内での需要が中心であるため、円高による影響が少ないようである。そのため、現在と変わらないと考える。	
	就職相談員	就職決定者が増えない。特に大学4年生、及び正社員の決定が少ない。	
やや悪くなっている	家計	商店街代表者	明るい見通しが全然無い。
		家電販売店	地上波デジタルの移行も終了し、映像関連商品の売上が低迷しており、今後3か月先も期待できない。
		和食食堂	景気の下降傾向が続いている様に感じられる。
		タクシー運転手	昼の営収はまずまずだと思うが、やはりタクシーは夜間、特に飲食街の無線仕事が重要だ。飲み屋に人がたくさん来て、我々の仕事も潤うわけで、人が減っている感じがするので、悪くなると思う。
		ゲームセンター	増税の話が出てくるたびに消費を抑えようとする動きが高まってしまう。
	企業	建設業	良くなるとは思えない。増税等の話は絶えずあるが、政府の選挙の駆け引きに使われている気がします。今やる事、早急にしなければならぬ事が最優先・実施されるべきだと思う。
金融業	(3か月先は) 災害復旧工事もほぼ完了し、現在の景気をけん引している建設業界にも落ち着き感が出てくるものと思われる。		
不動産業	派遣業の解約が増加傾向にある。		
悪	企業	製造業（金属製品）	設備費等の圧縮が考えられる。また、在庫調整もあるので、更に景気の落込みが考えられる。

Ⅲ 景気の判断コメント — 3 その他の意見

(1) 県北地域

分野	業種・職種	その他の意見
家計	商店街代表者	お客様が物品を購入しなくなりました。来店頻度が減少している。
	スーパー	いちご などの高級くだものが全く売れない。
	コンビニエンスストア	数日ではあるが、高速無料化の内容変更に伴って、交通量が減少していると思われる。インター周辺の店舗での客数は減少傾向。
	コンビニエンスストア	コンビニエンスストアだけでなく、身の回りでもクリスマスへの期待感は非常に強く感じます。
	衣料品販売店	プレミアム商品券、ポイントカード、スタンプでの買物が増えている。
	小売業（酒類）	近隣、スーパーの新聞折込みチラシの多いのが目立つ。
	小売業（水産物）	福島原発の影響が、この先何年も続く限り良くなる事が考えられない。汚染水を海に流す計画を聞き、水産小売業として、地元で経営困難になる様を考えると眠れない。
	小売業（靴製品）	団地等、新しい人達が入って来ているので、CM等で名前（店名）を覚えてもらってあげれば、専門的な部分では、客数の増加は可能かと思われる。例えば、金額的には大きくないが、あまり大型店で行っていない修理等では現在増加している。
	居酒屋	客数が少ない。
	スナック	車をハイブリットなどのエコカーに乗り換える人が増えた気がします。
	和食食堂	飲食業では、大型店が増加しています。特に単価が安く、我が家でも利益の減少は避けられないです。兎に角、美味しいものを適正価格で、お客様にまた来店して頂けるよう努力しています。
	民宿	震災後、良くなっている業種と悪くなっている業種がはっきりしてきているのではと感じる。また、お金を使わない傾向もあるのではないか？更にこの地方では、やる気を無くしている者も出てきているような気がする。これらが今後の景気にどう影響するのか心配である。
	タクシー運転手	企業関係において、リストラの噂が出ている。
	タクシー運転手	飲食業界、特にスナック関係が閉めているお店がある。
	タクシー運転手	夜走っていて気付くのは、いまだ流行りのイルミネーションの飾りが非常に少ないことです。震災と省電力への気遣いと思われるが、精神的にも内向的で、開放的にお金をペーアッと使う環境にない。
	タクシー運転手	ここ最近では、地元企業に関しては特に変わった動きは聞いていません。震災からもだいが復興した感じはありますが、震災の1年前の同時期と、売上も変わりません。
	ゴルフ場	必要最小限の物しか購入意欲が湧かない。
	ゴルフ場	①年末年始に浮かれるという生活習慣が、お客様の声から聞かれないような状況である。②全般的に、先行き引締めムードが高まっている。
	レジャー施設	来客者の状況を見てみますと、引続き財布のひもは固いと思います。
	ゴルフ場	ひたちなか市の某賃貸物件が12月まで99%の入居率と聞いた。震災の復旧作業らしいが、まだまだ復興には時間が掛かると思われる。
理・美容店	宴会、忘年会等で、昨年と比べ回数が減り、内容も低価格の店に行く事が多く、二次会もなくなった。	
住宅販売会社	地元大手企業の影響が大きいが、工場によって景気の良し悪しにバラツキがあるようだ。	
企業	林業関係者	全体的に活気は戻りつつあるが、景気に関してはそれほど上昇は望めないが、災害の復旧も進みつつあり、建設業界も仕事的には発注され始めたので、上昇を期待したい。
	水産業関係者	福島県全域及び、茨城県北の漁業者は、未だに出漁出来ず、存続すら危ぶまれている。今後どの様になるか、先行きがわからない。
	製造業（電気機械器具）	求人に対する応募数が、夏頃に比べて半数以下に減少している。
	金融業	震災の影響により、日立市内の飲食業者の大多数が什器等に被害を受け、営業を一時的に停止せざるをえない状況に陥った。その後営業を再開したものの、景気低迷の影響からか、現在も震災前の売上高を回復するまでには至っていない。
雇用	求人開拓員	一見して求人が増えているように見えるが、若年者募集のため、景気変動の為の失業者（リストラ対象の中高年齢）にとっては、厳しい年末になりそうです。

(2) 県央地域

分野	業種・職種	その他の意見
家計	商店街代表者	建設業などの業種は震災復興に関する仕事はかなりあり、好景気の様子。一方、復興需要に直接関係のない業種は逆に低迷している感じがする。好景気の業種がけん引力となって景気が上向いてほしい。
	商店街代表者	1月4日に、県三の丸庁舎脇に水戸市役所の一部が移転され開設されます。市職員約430名と来庁者約500名が利用され、中心商店街では期待感があります。中心市街地の商店街では、一丸となって歓迎ムードを作ろうと商店会長会議を開催し、県、市、商工会議所、心地区の大型店の協力を得て販促、イベントを企画しております。テーマは、【中心街の賑わい創出「お帰りなさい水戸市役所」事業】です。
	百貨店、総合スーパー	個人消費は、高額品アイテム等に回復の兆しが見られるものの、全体としては以前、厳しい状態である。歳暮商戦においては、低調な出だしであったが、前年並みで推移している。
	百貨店、総合スーパー	高速道路の無料化などの影響か、遠くからご来店されるお客様が増加している（逆に出ていっているお客様も多いのではないかと）感じています。
	スーパー	外食から家庭での食事に移ってきている。（外食が落ち込んでます）
	スーパー	価格指向もあったが、商品の安全性を求める声が増加している。
	コンビニエンスストア	安価な物だけではなく質を求めて、それに見合った代金の商品を選ぶお客様が増えている。
	農産物直売所	県外ナンバーの車は、駐車場に殆ど見当たらない。
	専門スーパー	交通の便がよくなり都内へ安く短時間で行ける事、11月までの罹災証明による高速道路の無料措置で、都内や三郷などの商業施設にお客様を取られていたのではないかと。
	スーパー	オープンスペース地区なのにスーパーマーケット、ホームセンター、美容などの出店が旺盛で、経営環境は厳しさを増すばかりである。
	レストラン	団体、企業の利用より、個人の利用が多くなっておりまして。お祝い会などが多くなっている理由として、古来、日本人が大切にしている「感謝」の気持ちも、改めて見直されているのだと感じます。
	都市型ホテル	消費税の増加が聞こえているが、増税となった後、買い物などの消費が低下してしまうのではと不安に思う。
	観光型ホテル	団体については県内、首都圏からの入込が月を追うごとに回復傾向にあるが、個人客については回復が遅く、原発の影響のほか、消費マインドの低下や価値観の変化があるように思える。
	旅行代理店	先行受注が悪く、間際の受注傾向が続く。
	タクシー運転手	景気が良くなっているという話はあまり聞こえない。
	タクシー運転手	駅の周り、人通りが少なくなっているのを感じる。夜19時を過ぎると、駅から大工町の国道50号では、人通りが殆ど無い。
	タクシー運転手	客待ちの時間が長くなったような気がする。
	タクシー運転手	日用品などが、震災前の価格に戻っていない。新聞などの広告が少なくなっているようです。
	ドライブイン	来店、来園されるお客様も近年、お土産は他人ではなく自分、または家用となっている方が多くなっているように思われます。客単価も低くなっておりまして。
	ゴルフ場	オープンコンペの企画をするなど集客活動をしているが、それ以外は通常料金のため予約が伸びない。
レジャー施設	栃木・群馬方面からの客は回復傾向にあるが、東京、埼玉等南方面の客は旅行会社もツアーを組めない状態であると聞いているので、原発の風評被害の影響が大きいと思われる。	
理・美容店	一段とさびしくなります。空地が増えています。建て直しと思いましたが、お店はやめ、住宅用に建て替えるお家があります。	
建築設計事務所	人材不足の話聞く。	
企業	農業関係者	T P P 問題や増税論議で、将来の不安が一層高まっている。
	製造業（食料品）	原発事故の影響の根深さに驚く。
	製造業（印刷・同関連業）	わずかな採用募集に対し応募者がとても多く、就職氷河期を感じる。
	製造業（窯業・土石製品）	新規受注が減少している。
	製造業（金属製品）	解体現場が数多く見られるが、その後どうなるかがとても気になる場所。
	製造業（一般機械器具）	全体的にやや元気になって来た様な気がします。ただ、先のことはさっぱりわかりません。
	製造業（精密機械器具）	直近の受注傾向として、工場などで使用する現場設置型の大型装置の受注が好調です。工場のモノづくりにおいて、品質の維持、向上や、工場の環境対策に使われますが、その必要性が増しているものと推察されます。
	建設業	受注、消費動向に変化があるが勢いが無い。
	運輸業（道路貨物運送業）	各荷主は、原料高、製品安で、一層の経費削減を計っている。
	情報通信業（情報サービス業）	原発事故が、米・果物などの食料品に与えている影響を、マスコミで連日のように採り上げているが、最近では、身の回りでは殆ど話題にも上らず、言われているほど心配してはいない。情報化社会ではあるが、風評被害の影響が余りにも大き過ぎ、地域経済に与えるマイナスのほうがか心配である。

	不動産業	土地の売買については、震災以降取引が停滞していたが、10月頃から、少しずつではあるものの取引が活発化しつつある（購買意欲の回復が感じられる）。首都圏から茨城県内への観光客数が例年より減少気味である。
	サービス業（コンサルタント業）	水戸市の中心市街地においては、依然として厳しい経営環境が続いているものの、イベント等では客足が戻ってきている。特に、11月の飲み歩きイベント「水戸バーバルバル」は約3千人が参加し、大型店のスタンプラリー「みとペタ」が約2千人、12月のメガ合コン「MI TOコン」も約1千人が参加する。
	サービス業（広告業）	震災後の復興作業を中心に、建設業は業務が増えているように見受けられます。
雇用	求人開拓員	新規登録者が3か月間減少傾向にある。しかし、新規登録数の58%は若年者です。来所はしていませんが、潜在的な失業者がいるような感じもします。紹介者数も9月は伸びたが、10月、11月と減少傾向にある。

(3) 鹿行地域

分野	業種・職種	その他の意見
家計	商店街代表者	相変わらず、高級車が減少し、軽乗用車がやたら多くなった様に通勤に見受けられます。
	商店街代表者	販売総額1億1千万円の震災復興プレミアム商品券を、販売歳末商戦の売上拡大、地域経済の活性化に期待したい。
	スーパー	クリスマスケーキの予約、おせちの予約など、好調です。12月から正月も家中需要が高い様子。
	スーパー	安い商品を集中してお買い上げになるお客様が多い。二度手間を嫌い、1回で済ませようとしている。ガソリン代を無駄にしたいくない傾向にある。
	コンビニエンスストア	震災以降、家族での行動場面が増えていると感じます。休日については、コンビニエンスストアはもちろん、他業種でのお客様の消費行動を見ている限りで、家族単位での動きに特徴があると感じます。
	コンビニエンスストア	一方で、価値のあるものに対する消費意欲は高まっていると思います。生活者の立場で、個々の価値観で消費をする傾向は強まっていくと思います。
	家電販売店	本当に必要な物しか購入しない感じがあります。また、エコ、節電に関する物は売れる状況です。
	農産物直売所	暮れのギフト注文は、例年並に予約はあります。ただ、新しいお客様は無いようです。
	小売業（酒類）	最近、給料日明け（20日、25日）過ぎても、大量な買い方をするお客様が見られなくなった。また、特売価格でも、数円の違いにも反応がかなり敏感になった様に思われる。
	小売業（金物店）	大手企業同士が合併するという話があります。
	洋食食堂	土木、建設を中心に工事が活発化している。直接、あるいは間接的に、景気の底上げをしていくと思う。復旧は第一のテーマと思うが、町をどうすれば再生できるのか？（復旧だけで終わってしまったのは、また以前の寂れた町でしかないのでは。）市民全員が知恵を出し合う気持ちにならなければと思う。
	日本料理店	鹿嶋市でプレミアム商品券が発売されたけど、以前と違って2種類に分かれていて、使いにくいとの声をきく。景気回復の為に発売したのに残念である。
	ゴルフ場	商品はよく見ているが、買うまでにはいたっていないお客様が目立つ。これも景気の悪さなのか。またレストランの食事なども、単価の安い物を選ぶ傾向が見受けられる。
	理・美容店	消費に対しても、何かイベント的な販売方法は好況のように感じる。（たくさん買って、みんなでシェアするなど）
室内装飾業	周りを見渡すと、忙しいのは屋根屋さん、それに解体屋さん。最近忙しかったのが道路工事。一部の業者だけでも景気が良くなればGDPにでも貢献できるかな？	
企業	農業関係者	銚田市産 紅あずまを原料とした「紅雲」の売れ行きが、非常に好調であった。今後は、生産量並びに販路を拡大し、更なるアピールをしていきたい。
	製造業（食料品）	単価の引下げがひどい。
	製造業（食料品）	お客様も必要最小限のお買物になっている。
	製造業（食料品）	震災復興や地域の活性化のニュースを、もっと明るい動きを流して欲しい。原発事故の放射能に関する安全性を表さないと、観光・農業従事者にとっては厳しい状況がずっと続く事で、それがいろんな業種に響きます。常磐高速道で北に向かう車は、工事関係者だけになってしまいます。
	製造業（食料品）	企業の進出が予定されている。他社の工場の増設工事が始まった。
	建設業	災害に伴い、災害復旧等が行われていますが、まだまだ復旧にはほど遠い感じがします。来年度卒業する高校生、大学生の就職率の低さに、亀の歩みの様子だと感じます。若い人達が、夢を持って働ける日本であってほしいと思います。
	製造業（鉄鋼業）	当面は、震災復旧がメインになると思う。
	建設業	鹿行地域では、セカンドハウス（別荘）の売行きが悪い。土地の液状化によって、住宅地が少なくなってきた。土地が安くなっても売れないです。原発の影響が大きいです。
	運輸業（道路貨物運送業）	貨物の荷動きは安定して活発である。心配となるのは、今後の農産物の動向である。
	金融業	特に、中小零細企業は前年と比べて業績の回復が図られておらず、返済のキャッシュフロー確保に苦慮している状況である。
	保険業	銀行金利が下がっている。
雇用	不動産業	大型店舗、コンビニ（震災の被害にあった店）が次々と最建築され、新しい店舗は、明るさと活気があり、購買意欲に駆り立てられます。
	サービス業	自動車分野の先行き不透明感が高く、発注抑制を感じています。
	人材派遣業	来年春の高校卒の女子の就職状況が特段悪化しているように聞きます。
	学校就職関係者	就職活動をしている学生の進路が決まらない。学生のやる気がなくなってしまう。アルバイト・派遣の仕事ぐらいしか行くところがなくなってしまう。

(4) 県南地域

分野	業種・職種	その他の意見
家計	商店街代表者	最近の報道各社の景気判断には、大都市部の大型量販店による消費の現状が報道されますが、地方の現状は厳しく、中心地域とその周辺ではもっと厳しく、景気に格差が広がることを心配する。頑張っている我々地元の商店会も同様です。
	スーパー	以前は無かったケースだが、パート・アルバイトの採用の際「生活が厳しい」という理由で、月間の労働時間・契約期間についてシビアになっている。
	スーパー	放射能に対する不安からか、大手も放射能に対して敏感となっており、お客様も遠方の生産地の物を求めるか検査済みの物を求める声が多く聞かれます。
	スーパー	11月中旬まで非常に厳しい客数前年割れ状況だったが、18日～28日の強力なイベントが入り、客数前年を上回る状況となった。集客につながる大型企画によっては、数字は改善される。
	農産物直売所	11月15日頃から売上が下がってきた。給料日前なのか？若しくは他店、スーパー、市町村の産業祭（イベント）等に出かけていて、客が少なかったのかなと思う。
	和食食堂	客単価の安い近隣の店舗にお客様が動いていると思います。安い物思考ということだと思います。
	洋食食堂	アメ横に行きつけの靴屋さんがいます。店員さんの話ですが、日本人より中国人が多い感じだそうで、買い求める客数は減っていて、景気が悪いと、それほど忙しくないと言っていました。
	都市型ホテル	お客様との話題では、増税や年金についての関心があり、これからの消費にも影響することであり、景気にも大きく左右されると思われました。この震災での影響もあり、厳しい業界があり、他業種にわたり宴会対象となるホテルとしては今後も注視しなければ、ホテル自体の売上の影響もあると思われた。
	旅行代理店	お客様の旅先でのお買物を見ますと、お土産の購入量が減少しているように思います。
	タクシー運転手	ボーナスが出ない企業（中小）が多いという話をよく聞きます。
	ゴルフ場	ゴルフ場であり、メンバーの活動（来場回数）が若干少なくなってきた。引いては、今後ビジターの数にも影響があるかと思われる。
	ゴルフ場	ここ2か月位、精算時クレジットカード利用者が例年同月に比べ多かった。金銭的にも余裕が少ないということだろうか。
	ゲームセンター	12月6,7,8日で発生した刃物男の騒ぎで、小学生～高校生、家族連れのお客様の姿が、当店だけでなく周辺地域でも見かけなくなった。現状の状況が続けば、より厳しい状況になると思われる。
	理・美容店	お正月に出かけるという方が少ない様な気がします。
建築設計事務所	耐震関係の仕事がよく聞かれる。	
住宅販売会社	住宅補修のため、屋根業者・内装業者の羽振りが良い。2～3年分の仕事 coming という話をよく聞く。	
企業	製造業（食料品）	東日本大震災に関係する仕事は沢山ありますが、職人の高齢化で仕事が追いつきません。仕事は忙しいのに笑顔がありません。せいぜい2,3年で仕事が無くなると言っています。これが笑顔の無い原因なのではないでしょうか？
	製造業（食料品）	原発由来の放射能問題が解決しない限り、県内の景気は良くならない。
	製造業（窯業・土石製品）	消費税引き上げや年金支給開始年齢の引き上げ等、暗い話題が多く、先行きが不安という声をよく耳にする。
	製造業（非鉄金属）	大手の電線メーカーの人員整理が1月以降本格化するとのこと。当社も3月以降は、期間社員・派遣社員の調整を余儀なくされそうである。
	建設業	2～3年前迄は、公共工事業者は工事量の激変で閉鎖する者、従業員の解雇、及び、車輛（ダンプ、重機の削減）に依り、身の回りを軽くし、なんとかやりくりの中で営業の続行。しかし、待ちにまった9月頃から、震災の影響で工事量が大幅にアップされ、生活にも潤いが出始めている。しかし半面、民間専門業者には逆に、年末年始にかけて工事が無く、相当なダメージを受けそうである。
	建設業	足代工事の業者が忙しくて、なかなか来てくれないと言う。震災修繕で足代を架けて修理する仕事が多くなってきているのであろう。職人はいるのだが、足代材がないという。これから職人も足らなくなってくるのではなかろうか。
	建設業	仕事量は豊富である。しかし、職人（特に大工、土木、左官）が不足している。進めたくてもなかなか出来ないのが現状である。
	金融業	長引く景気低迷や震災の影響により、今後も倒産する企業が出てくるのが懸念される。（税務署等から）税金が未納となっている顧客についての調査依頼や、預金差押の依頼が増加している。
	不動産業	地震、原発産業の空洞化・円高・少子化・TPP・株安等、悪い要因が重なり、気分的に住宅不動産、賃貸等、デフレ下にあり、取引数、客単価等、悪い原因が多く、業者間の競争サバイバルが進むと思う。消費者の選択に残った一部の業者以外は、生き残りが難しくなってきた。その反面、チャンスでもある。
	サービス業（広告業）	やはり建設業は、震災復興に向けて大きな変化が見受けられます。被災した直後より、急激に工事をしていく場所が増えていきます。
雇用	求人開拓員	通常月ほどの動きが無く、企業求人の分散化が見られる。若年者は、一般事務及び製造業の希望が多く、営業職、サービス業の敬遠が見られる。

(5) 県西地域

分野	業種・職種	その他の意見
家計	商店街代表者	街中（旧市街地）の落ち込みはひどいものです。資本のある大きな店（チェーン店）ばかり客が集まる。どの地域も、地元で買物をするようなスローガンを打ち出して欲しい。
	商店街代表者	「出沒！アド街ック天国 古河特集」が11月26日（土）放映されました。市内外からたくさんのお客様、それも中高年の御夫婦が目立ちました。テレビや雑誌の情報から人は動き、消費が発生するのですね。
	スーパー	スーパー同業での価格の下落、原価（相場）以上に値段を下げて、無理に販売している状況が見られる。（自社、他社共に）
	コンビニエンスストア	工場住宅の着工にあわせて、小売店の出店も増え、競争は激化している。景気は良くなっても、小売店の出入りは増えて来ると思われる。
	コンビニエンスストア	大規模の工事が目に付く。圏央道の全通を見越した動きなのか、工事の建設などが増えている。
	衣料品販売店	気温での状況変化が大きい。
	家電販売店	エコに対するお客様の意識が強まり、LED電球、LED照明が好調に売れている。
	自動車販売店	大きな災害がありましたが、持ち物は皆さん豊富に手元にあります。若い人は必要な物だけを購入する。年配の方は旅行に出かける話を多くします。お金を使わなくても、余暇を過ごす方が年々多くなってきているようです。
	農産物直売所	お米、しいたけ等を中心に、放射能に関する問合わせが増えている。
	専門スーパー	建材関連品の動向がよい。震災の特需なのか。2か月前から前年の2倍と好調である。
	小売業（燃料）	洗車されるお客様が少ない。（自宅で自分でやっている？）
	和食食堂	道路の混雑が少ない等、市内の活気が少ない様に感じる。
	和食食堂	我が町では、義援金付プレミアム商品券などを出し大感謝祭を実施しているが、いまいち盛り上がりにかけているような気がする。
	鰻屋	高速道路で震災後、観光バスが一台も動いていなかったが、ゆとりができ観光産業に復活が見られ、良い方向に向かっていると思う。
	旅行代理店	灯油の値上がりが続いている。最近も3円/ℓ上がった様です。少しずつ値上がりしていく傾向かな。夕方、街を歩いている人が殆どいなくなった。イルミネーションも少なくなったようです。
	ビジネスホテル	季節的な動きではあるが、忘年会等の動きが弱い。特に宿泊を伴った形の業界の忘年会が少なくなっているように思われる。
	タクシー運転手	近頃、お客さんが乗車するとよく「小遣いが少なくなったからタクシーにあまり乗れないよ」とか、乗越の人を乗せると「妻に目一杯怒られちゃうよ」びくびくしていたり、「やっぱりタクシーより代行のほうが安いからタクシーは使えないよなあ」という声を聞くことが多いが、やはり懐に余裕がないのか。早く懐が余裕ある時代が来ることを心より祈ります。
	タクシー運転手	飲食店の客のもどりが増加している。
	ドライブイン	相変わらず財布の紐は硬く、必要最小限の買物しかしない傾向が続いている。
	ゴルフ場	前年比較から来場者は増加しているが、欧州経済の混乱、株価低迷、円高、更にタイの災害等、市況が上向く要因が見当たらない昨今、今後不安が残る。
	日本料理店	売上や来店客数は戻っているが、先行き不透明な点が不安材料。
	ゲームセンター	時期的に集客が増えるのが、今年はその動きが全く見られない。
	レジャー施設	日に日に買い渋り傾向が強まり、また景気好転の兆しがみえない。そのため今後はさらに、外出自体が控えられる傾向がある。
理・美容店	近くの工場が閉鎖してしまう所が多く、本当に不景気になった。	
住宅販売会社	放射能への不安が大きく、景気の良い話が聞こえてこない。	
企業	農業関係者	風評被害の影響は少なくなってはきたが、まだ茨城産果物には影響している。
	農業関係者	各生産農家においては、秋野菜の価格が前年比と比べると安価安定となっており、原発による補償金が10月末に入金されました、やっと資材代金の支払いが出来るかと安堵しております。
	製造業（食料品）	正社員の採用は増えていませんが、アルバイトの採用が増え、単価も上昇傾向にあると思います。これで円高が一服すれば変わってきても良いと思います。
	製造業（印刷・同関連業）	格差社会になってしまった。資本主義ならいたしかたないのかもしれないが、国の政策ばかりの責任ではないが、一生懸命頑張ればなんとかなって国民の多くが中流意識を持てる社会、世の中になりたいです。そうすれば「安心・安全」な社会、「犯罪」の少ない世の中になります。子供たちが夢を持って生きられる世の中は大人がつくってやらないと。
	製造業（窯業・土石製品）	先日末に当社のある石の産地 真壁で、トップの石材店さんが倒産しました。全く予想してなく、本当に驚きました。
	製造業（金属製品）	新規発注品の件数が全く無く、不透明感も手伝ってか、危機感が強くなっている。

企業	建設業	年金問題では自給額がまた減少傾向と年金不安が消費を抑制しているので、消費を活性化するには、年金者に不安を与えず、その他で増税を考える方がいいと思います。高齢化社会で消費の中心なのだから。少子化社会と言いながら産婦人科医院が少ないのはおかしい気がしています。この街にも1件しかない。この頃は安い商品ばかりが横行し、良い商品が安いのならいいのだが、良くわからないで安いからで購入してしまう。
	電気工事業	男性従業員をハローワークに募集を依頼しても応募が無い。これは、高齢化による技術者不足と、若い人達の現場作業従事離れが急速に進んでいるような気がしてなりません。
	金融業	タイ洪水の影響により、大手企業の関連事業の一部が国内生産へのシフトに踏み切ったことから、同社従業員の移動に伴うアパートへの需要が増加している（下妻市）。
	不動産業	来春、自動車大手工場の移転にあたり、関係企業の売買、賃貸情報収集が活発化している。
	サービス業（コンサルタント業）	古河市では自動車大手の工場移転が本格化してきて、それに関する道路整備が各所で行われており、土木工事は活性化しているように思います。しかし道路工事のみであり、それ以外の設備工事関係は、もう少し先になると目にみえる形になって現れるのかなと思います。
	サービス業（広告業）	震災後の復興作業を中心に、建設業は業務が増えているように見受けられます。
雇用	学校就職関係者	建設・建設機械製造関係の企業に、求人募集が多い。企業は、定年退職者がいた場合の補充に、若年者を採用できる余裕が出てきたようである。
	就職相談員	内職に対する求人と求職者が増えている。若年未就業者で内職希望者が散見される。