



茨城県

茨城県景気ウォッチャー調査

(平成23年9月調査分)

《景気の現状判断DI》

	平成23年6月	平成23年9月	前回調査比
茨城県	35.1	48.9	+13.8
県北地域	31.8	51.3	+19.5
県央地域	35.9	50.0	+14.1
鹿行地域	38.6	44.9	+6.3
県南地域	34.5	51.4	+16.9
県西地域	34.5	47.3	+12.8

《景気の先行き判断DI》

	平成23年6月	平成23年9月	前回調査比
茨城県	41.5	48.7	+7.2
県北地域	39.5	52.2	+12.7
県央地域	37.3	48.2	+10.9
鹿行地域	41.8	44.5	+2.7
県南地域	46.8	48.6	+1.8
県西地域	42.3	50.0	+7.7

平成23年10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9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	18	16	16	18	19	87
雇用関連	人材派遣業、公共職業安定所、求人広告業等	5	5	5	5	5	25

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9月調査の調査期間は平成23年9月1日から平成23年9月30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48.9となった。平成23年6月の調査（以下、「前回調査」という。）より13.8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。

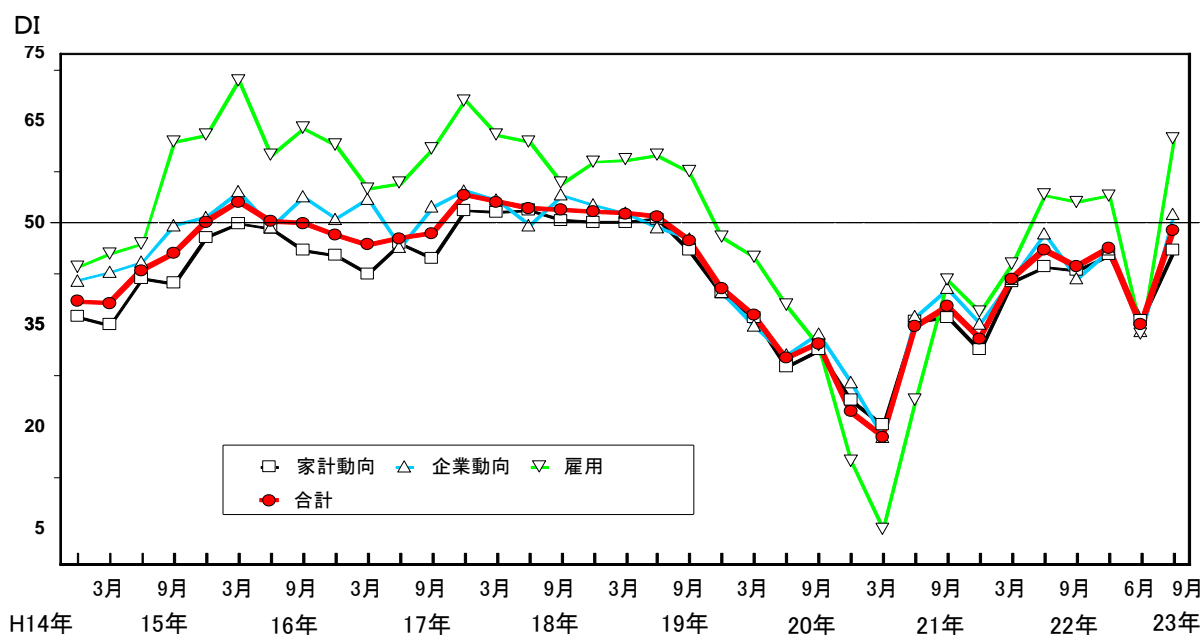
表1-1 景気の現状判断DI

分野	調査年月	平成22年 6月	平成22年 9月	平成22年 12月	平成23年 6月	平成23年 9月
合計		46.0	43.6	46.3	35.1	48.9
家計動向関連		43.6	43.1	45.4	35.7	46.0
小売関連		44.0	49.0	49.0	38.2	42.9
飲食関連		47.2	40.0	40.3	48.4	42.1
サービス関連		41.2	36.9	42.6	31.5	50.3
住宅関連		52.8	58.3	50.0	30.6	44.4
企業動向関連		48.5	41.9	46.1	34.1	51.3
農林水産業		46.4	42.9	53.6	15.6	40.6
製造業		48.3	40.6	42.8	35.7	50.6
非製造業		49.2	43.5	49.2	36.7	54.7
雇用関連		54.2	53.1	54.0	33.7	62.5

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 6月	1.5%	19.0%	50.4%	20.4%	8.8%
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%

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48.7となった。前回調査より7.2ポイント上昇したものの、横ばいを表す50を15期連続で下回った。

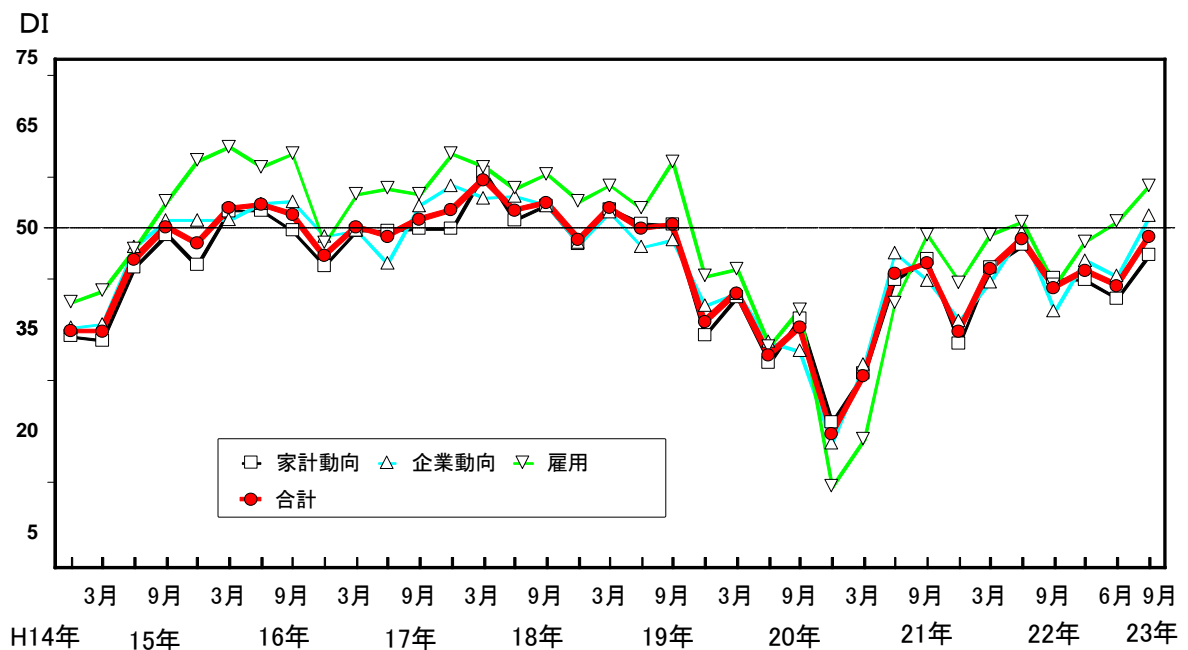
表1-3 景気の先行き判断DI

分野	調査月	平成22年	平成22年	平成22年	平成23年	平成23年
		6月	9月	12月	6月	9月
合計		48.4	41.2	43.7	41.5	48.7
家計動向関連		47.6	42.7	42.4	39.6	46.2
小売関連		48.1	39.4	43.8	38.6	44.3
飲食関連		51.4	47.5	41.7	51.6	44.7
サービス関連		45.3	43.1	40.4	37.3	49.3
住宅関連		55.6	55.6	50.0	44.4	38.9
企業動向関連		49.4	37.8	45.2	43.0	51.9
農林水産業		57.1	46.4	50.0	31.3	53.1
製造業		47.8	33.3	43.9	43.5	53.1
非製造業		50.0	42.7	46.0	45.3	50.0
雇用関連		51.0	41.7	48.0	51.1	56.3

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 6月	0.7%	19.3%	57.3%	18.2%	4.4%
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%

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51.3となった。前回調査より19.5ポイント上昇し、横ばいを表す50を2期ぶりに上回った。

表2-1 景気の現状判断DI

分野	調査月				
	平成22年 6月	平成22年 9月	平成22年 12月	平成23年 6月	平成23年 9月
合計	46.1	42.5	50.4	31.8	51.3
家計動向関連	45.0	37.8	48.6	30.0	47.3
企業動向関連	44.4	47.2	52.8	38.3	60.9
雇用関連	60.0	60.0	55.0	25.0	50.0

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 6月	1.7%	24.1%	44.8%	15.5%	13.8%
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%

② 県央地域

景気の現状判断DIは50.0となった。前回調査より14.1ポイント上昇し、横ばいを表す50を15期連続で下回った後、横ばいとなった。

表2-3 景気の現状判断DI

分野	調査月				
	平成22年 6月	平成22年 9月	平成22年 12月	平成23年 6月	平成23年 9月
合計	47.0	42.1	44.2	35.9	50.0
家計動向関連	44.6	44.9	43.6	37.1	47.1
企業動向関連	53.1	32.8	42.2	31.3	53.1
雇用関連	45.0	50.0	55.0	43.8	60.0

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 6月	3.4%	20.7%	44.8%	22.4%	8.6%
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%

③ 鹿行地域

景気の現状判断DIは44.9となった。前回調査より6.3ポイント上昇したものの、横ばいを表す50を15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 6月	平成22年 9月	平成22年 12月	平成23年 6月	平成23年 9月
合計	45.5	41.7	46.4	38.6	44.9
家計動向関連	42.1	43.2	41.9	41.9	39.9
企業動向関連	50.0	36.7	57.1	35.3	48.5
雇用関連	55.0	45.0	50.0	25.0	70.0

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 6月	0.0%	20.0%	50.9%	20.0%	9.1%
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%

④ 県南地域

景気の現状判断DIは51.4となった。前回調査より16.9ポイント上昇し、横ばいを表す50を15期ぶりに上回った。

表2-7 景気の現状判断DI

分野	調査月				
	平成22年 6月	平成22年 9月	平成22年 12月	平成23年 6月	平成23年 9月
合計	45.5	48.7	48.2	34.5	51.4
家計動向関連	42.5	49.3	49.2	34.8	47.1
企業動向関連	48.4	47.2	44.1	35.3	55.4
雇用関連	56.3	50.0	55.0	30.0	70.0

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 6月	2.0%	12.0%	56.0%	26.0%	4.0%
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%

⑤ 県西地域

景気の現状判断DIは47.3となった。前回調査より12.8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。

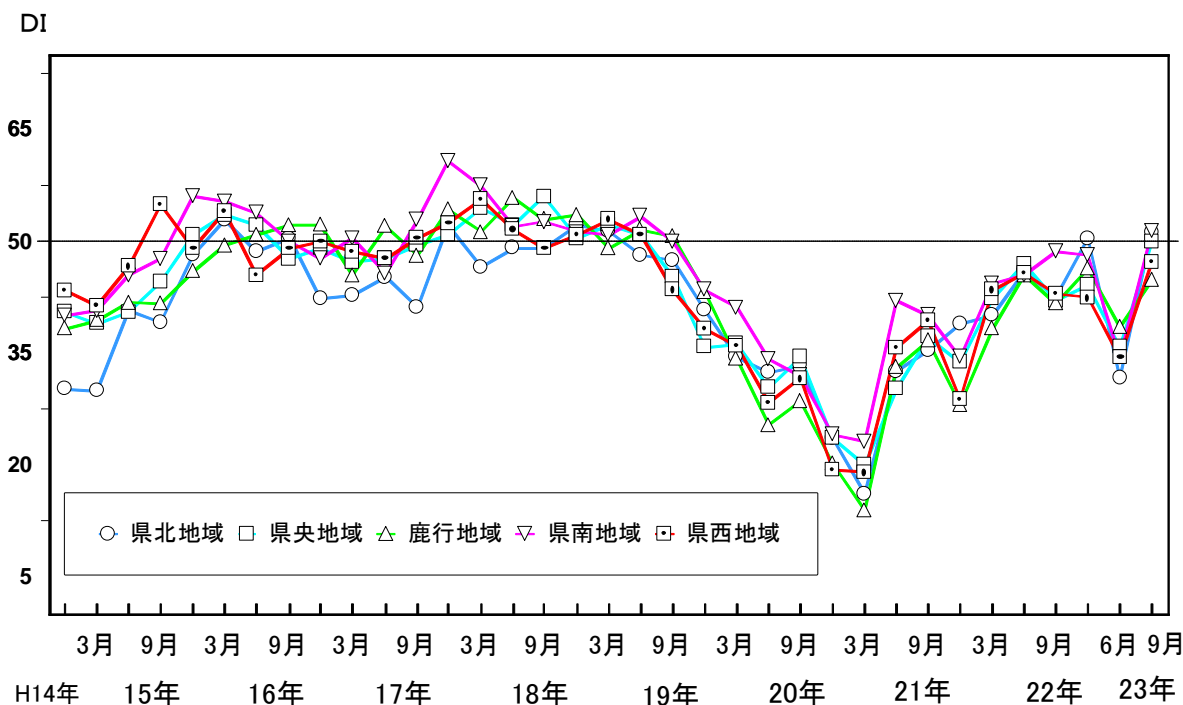
表2-9 景気の現状判断DI

分野	調査月	平成22年	平成22年	平成22年	平成23年	平成23年
		6月	9月	12月	6月	9月
合計		45.8	43.0	42.5	34.5	47.3
家計動向関連		43.5	40.4	44.1	34.4	48.5
企業動向関連		47.1	43.4	36.1	31.9	41.7
雇用関連		55.0	62.5	55.0	45.0	60.0

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 6月	0.0%	17.0%	56.6%	18.9%	7.5%
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%

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52.2となった。前回調査より12.7ポイント上昇し、横ばいを表す50を15期ぶりに上回った。

表2-11 景気の先行き判断DI

分野	調査月				
	平成22年 6月	平成22年 9月	平成22年 12月	平成23年 6月	平成23年 9月
合計	46.6	40.8	40.9	39.5	52.2
家計動向関連	45.0	41.2	37.9	35.7	52.0
企業動向関連	47.2	38.9	44.4	41.7	54.7
雇用関連	55.0	45.0	50.0	60.0	43.8

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 6月	1.7%	17.2%	51.7%	24.1%	5.2%
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%

② 県央地域

3か月先の景気の先行き判断DIは48.2となった。前回調査より10.9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2-13 景気の先行き判断DI

分野	調査月				
	平成22年 6月	平成22年 9月	平成22年 12月	平成23年 6月	平成23年 9月
合計	49.1	40.4	45.4	37.3	48.2
家計動向関連	50.0	42.9	44.9	35.7	44.9
企業動向関連	50.0	37.5	46.9	40.6	53.1
雇用関連	40.0	30.0	45.0	37.5	55.0

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 6月	0.0%	24.1%	55.2%	13.8%	6.9%
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%

③ 鹿行地域

3 か月先の景気の先行き判断D Iは 44.5 となった。前回調査より 2.7 ポイント上昇したものの、横ばいを表す 50 を 15 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 2 2 年	平成 2 2 年	平成 2 2 年	平成 2 3 年	平成 2 3 年
		6 月	9 月	1 2 月	6 月	9 月
合 計		47.3	41.2	41.1	41.8	44.5
	家計動向関連	46.4	41.9	37.2	40.4	37.8
	企業動向関連	45.0	35.0	46.4	45.6	54.4
	雇 用 関 連	60.0	55.0	55.0	37.5	60.0

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 2 2 年 6 月	0.0%	16.4%	61.8%	16.4%	5.5%
平成 2 2 年 9 月	0.0%	5.3%	64.9%	19.3%	10.5%
平成 2 2 年 1 2 月	0.0%	14.3%	48.2%	25.0%	12.5%
平成 2 3 年 6 月	3.6%	18.2%	38.2%	21.8%	18.2%
平成 2 3 年 9 月	1.7%	18.6%	44.1%	27.1%	8.5%

④ 県南地域

3 か月先の景気の先行き判断D Iは 48.6 となった。前回調査より 1.8 ポイント上昇したものの、横ばいを表す 50 を 15 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 2 2 年	平成 2 2 年	平成 2 2 年	平成 2 3 年	平成 2 3 年
		6 月	9 月	1 2 月	6 月	9 月
合 計		49.5	44.4	47.7	46.8	48.6
	家計動向関連	49.2	45.7	50.0	47.7	45.6
	企業動向関連	50.0	43.1	44.1	45.6	50.0
	雇 用 関 連	50.0	40.0	45.0	45.0	65.0

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 2 2 年 6 月	2.0%	16.0%	62.0%	18.0%	2.0%
平成 2 2 年 9 月	1.7%	8.6%	58.6%	27.6%	3.4%
平成 2 2 年 1 2 月	1.8%	16.4%	60.0%	14.5%	7.3%
平成 2 3 年 6 月	1.8%	21.8%	47.3%	20.0%	9.1%
平成 2 3 年 9 月	3.8%	17.0%	54.7%	18.9%	5.7%

⑤ 県西地域

3 か月先の景気の先行き判断D Iは 50.0 となった。前回調査より 7.7 ポイント上昇し、横ばいを表す 50 を 3 期連続で下回った後、横ばいとなった。

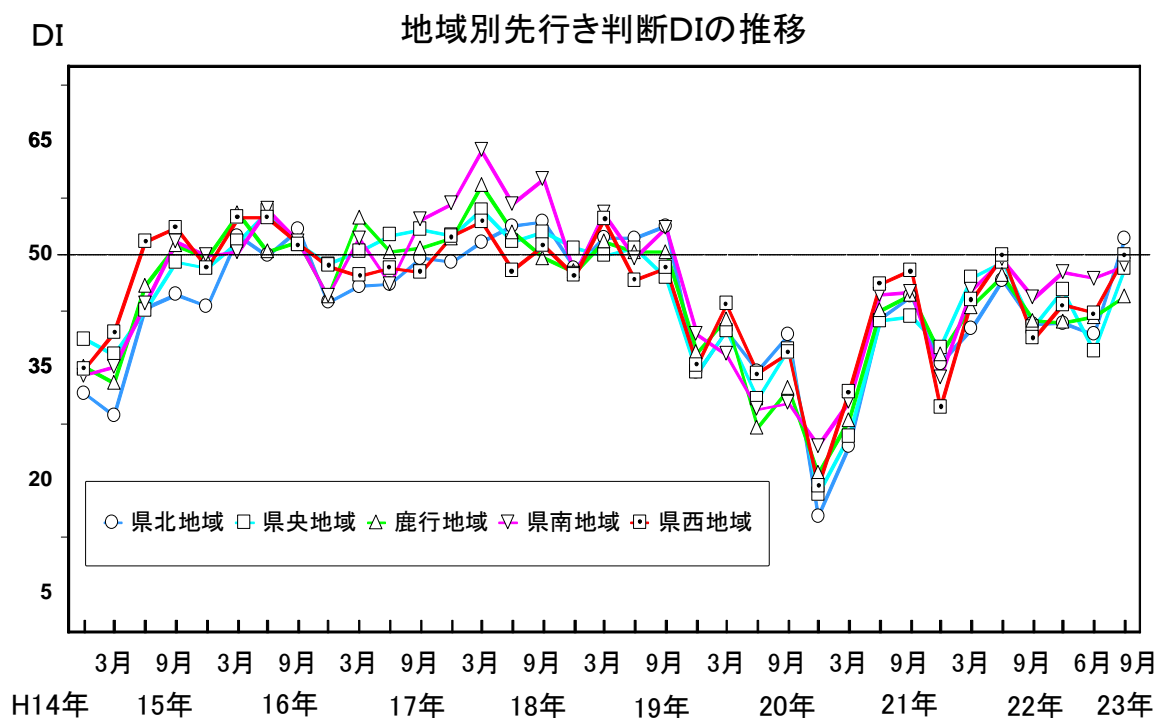
表2-19 景気の先行き判断DI

分野	調査月	平成22年	平成22年	平成22年	平成23年	平成23年
		6月	9月	12月	6月	9月
合計		50.0	39.0	43.4	42.3	50.0
家計動向関連		47.6	41.9	42.6	38.3	50.0
企業動向関連		54.4	34.2	44.4	41.7	48.6
雇用関連		50.0	37.5	45.0	70.0	55.0

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 6月	0.0%	22.6%	56.6%	18.9%	1.9%
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%

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	280 人	93.3%
県北地域	60 人	57 人	95.0%
県中央地域	60 人	55 人	91.7%
鹿行地域	60 人	59 人	98.3%
県南地域	60 人	53 人	88.3%
県西地域	60 人	56 人	93.3%

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
良くなっている	企業	製造業（電気機械器具）	震災の復旧がほぼ終了し、生産活動が3月以前と同じように行えるようになってきている。また、生産量が増加している。
		運輸業	震災の影響もかなり和らぎ、生産が増えてきており、また、震災の影響で続いている復興の為に資材の輸送量が多い為。
やや良くなっている	家計	スーパー	来客数、売上げからみて、やや良くなっている。
		スーパー	1点単価はアップしている。点数も増加傾向である。特にフルーツ類、酒、飲料は増加している。
		小売業（工具）	震災復興の需要が少しずつではあるが、本格化していると思われる。通常の需要の戻りはまだまだ先と思われる。
		民宿	震災の被害が少なかった業種、地区の方は仕事や生活も通常に戻ってきていると思われます。しかし私も含め周りには通常の仕事が出来ず大変な思いをしています。自分がどん底なので、周りのことがよく見えないのが現状か・・・。
		観光型ホテル	3ヶ月前が自粛ムード一色だったため。
		観光型ホテル	宿泊、日帰り宴会共、予約が増加している為。ただし、震災前の前年同期と比較すると大幅に売上が落ちている。
		ゴルフ場	プレー料金は下落したがプレー人数は(平日特に)増えている。但し売上は前年の85%で3ヶ月前と変わらない。 人の動きはやや良くなっている。
		ボウリング場	競合店が休んでいるため、他県からのお客様が若干ふえている。
		ゴルフ場	①7～9月の来場者実績は、前4～6月に比し+23ポイント改善している。 ②ゴルフ愛好者は大震災・風評被害を乗り越え、元気を取り戻しつつある。
		ゴルフ場	業種により輪番制で平日に休みをとるなど、休みの形態が変化しており、お客様の来場に変化が出てきた。 平日は、昨年と対比してもプラス傾向、土日祝はマイナス傾向である。 平日のプラスは地元企業が平日休みになりコンペなどの利用が伸びた。 ただし土日祝は、地元の企業の平日休みが増えたため来場が減ったわけではなく、東京方面からの来場がまだまだ、風評被害で激減していることが原因と考えられる。 平日、土日祝をあわせると昨年には及ばないが、3ヶ月前より若干の上昇傾向である。
企業	林業関係者	農林業も普通に仕事に取り組み始め、又全体的に始動してきた感じがする。	
	製造業（精密機器）	同業者が工作機械を注文している。	
	製造業（電気機械器具）	東日本大震災の復興機器としての受注が増え、年初からの売上げの伸び率が上昇しているため。	
	製造業（電気機械器具）	新規モデルの案件がスタートするので、現状より仕事量が増えてくる。	
	製造業（輸送用機械器具）	各メーカー共に前半の震災影響に伴う減産分を補おうと年間計画を上方修正し生産を追い込んでいたため、全般的に作業量は増加している。	
	不動産業	5、6月に比べ、7、8月の注文住宅受注の件数が落ちてきている。 お客様の中には景気の先行き感に不透明感を感じている様子も見られる。	
雇用	求人広告	すこしずつ、復興していると思う。	
変わらない	家計	コンビニエンスストア	震災後は売り手市場の状況となり、購買意欲が強かったが徐々に通常の消費に戻っている。高速の無料化や観光の風評被害もあり、例年と比べ厳しい状況であった。
		衣料品販売店	まだ東日本大震災の影響は続いている。
		自動車販売店	震災の影響は、まだまだ残っていると思います。先行きの不安もあり、購買意欲はかなり低い。ただ、車がないと生活できない地域なので、必要に迫られてというのが現状のようです。
		小売業（燃料）	地元のレジャー及び県外からの観光はいずれも低迷していると思われる。燃料の販売、洗車等のカーメンテナンスいずれも低調である。
		小売業（酒類）	地元大手企業が7月～9月まで休日が木、金となり週末の活気がなくなった。海水浴客も前年より大幅に減少した。
		スナック	節電等で、色々な意欲がそがれている様に思うから。
		和食食堂	節電対策以来、地方大手企業をはじめ大手工場の休日がバラバラで活気がなく、どうにもしようがありません。
		旅行代理店	自宅を離れることが心配のため、旅行も様子が続いている。
		タクシー運転手	節電対策が良い方向に出ればよいのだが、休日が異なるので人の出足が悪い。
		タクシー運転手	3か月前とあまり変わらないから。
		タクシー運転手	1日平均の売上げが、3か月前と変わらないため。
		ドライブイン	栃木県、茨城県間を行き来する車両の数に変化は見られない。売上も前年と比較の20～30%減という現状も3か月前と変わらない。風評が影響か？という感覚は、現場では感じられない。

い	レジャー施設	客単価が伸び悩んでいるため。	
	理・美容店	震災によって消費減少の傾向が続いている。	
	企業	製造業（製缶）	茨城の漁業は、地元水揚船にあつては出漁出来ず、原発事故の収束こそ最大の課題であり、又風評被害をどの様におさえて行くかも景気回復の課題である。
		製造業（一般機械器具）	前回調査時と同様の受注・売上規模である。
		製造業（電気機械器具）	東日本大震災から半年になろうとしています。いくらか落ち着いてきたと思います。節電15%もなんとか乗りきれそうです。
		建設業	震災後、復旧が一段落し、まだ様子伺いという感じで動きは少ない。
情報通信業（情報サービス業）		相変わらず商談が無い。例年であれば商談が増えて来る時期ではあるが、1年前と比べれば景気は悪くなっていると思われる。	
雇用	公共職業安定所	仕事を探している方(求職者)は、微減の状況が続いている反面、新規の求人数は増加している。しかし、新規の求人の中には、震災復興求人も多く含まれ、加えて「緊急雇用対策」を活用した、公的求人も多いことから、真に求人が多くなり景気が良くなってきたとは言いがたい。	
	求人開拓員	家電品製造メーカーでは、組立・検査人員が必要になり、派遣で補う傾向がでている。但し、景気上昇というより供給量の補充の為で、一時的なようである。	
やや悪くなっている	家計	商店街代表者	9月は半期の年度末で、企業から年度末の仕事が出ていたが、今年は震災の影響か、復旧工事は多いが、新規の物件の数が少ないように思われる。
		コンビニエンスストア	8月～9月は昨年と比較すると天候不順、また風評による海・山行楽客が大幅に減少。行楽客中心の県北エリアは特に夏にダメージをうけたため。
		金物・荒物・建築資材	売上げが落ちている。
		小売業（靴製品）	来客数の減少、売上げの減少。
		タクシー運転手	地元大手企業の就業日が変更になり、全体的にお客様の数が減った為。
		クリーニング店	客数、客単価ともに下っている。
		住宅販売会社	津波の影響は徐々に回復してきているが、原発関係がまだまだ不透明。
企業	水産業関係者	茨城の漁業は、地元水揚船にあつては出漁出来ず、原発事故の収束こそ最大の課題であり、又風評被害をどの様におさえて行くかも景気回復の課題である。	
	製造業（電気機械器具）	3か月前と比べると作業量が横這い、部門によっては減少傾向である為。	
	金融業	東日本大震災以降、地元企業の工場が被災し、いまだ完全な稼働までには至っておらず、売上増加も見込めないことから、資金繰りでは自己資金を取り崩すなど厳しい状況にある。原発事故の影響で原子力関連の予算凍結により、地元大企業の関係企業は受注減少にあり、見通しも不透明であることから、融資条件変更の申込や資金繰りの相談が増加傾向にあるため。	
	学校就業関係者	去年に比べ3割ぐらい求人が落ちているので、3か月前よりやや悪くなっていると思う。	
悪くなっている	家計	商店街代表者	大震災による消費マインドの低下及び家屋の損傷の修理費用の発生。
		スーパー	売上が落ちている。
		小売業（水産物）	来客数の減少。 風評被害で他県からの観光客が減少し、帰り際に土産を購入される方も少なくなっている。

(2) 県央地域 【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(金属製品)	震災の影響により、3月～6月は新規受注がほぼゼロであった。現在はその反動もあり、震災前を上回る受注を確保できている。
		建設業	井戸水の有効利用が計画から実施に移り受注へと結びついている。
やや良くなっている	家計	百貨店、総合スーパー	震災後、身につけられる財産として高額時計や宝飾品の動きが良い。また、良いものを買いたい、食べたいというお客様の声が増えている。
		家電販売店	地デジの駆込み需要で7月、8月は物が動き、売上げもあがっている。
		自動車販売店	市場前年比も震災直後の落ち込みから、若干ながら戻ってきている。ハイブリットからの代替、24年3月までのエコ減税などもあり、コンパクトカーを中心に需要も回復傾向にあることから、やや良くなっていると思います。
		旅行代理店	前年比を上回る(7～9月海外)、国内も前年を超えるまでいかないものの回復傾向にある。
		ドライブイン	少しずつではありますが、来園、来店のお客様がみえられます。
		カラオケ店	震災からの復旧で、回復を感じる。
		レジャー施設	震災、原発事故の影響がまだ尾をひいているが、3か月前よりは改善していると思う。
		レジャー施設	相変わらず風評被害等で入場者の減少は見られるが、徐々に回復傾向にはあると思われます。3ヶ月前は前年対比で5割以上の減少が見られたが、現在は3割減程度までに回復してきている。
	建築設計事務所	余震も落ち着き、災害復旧工事の設計が多くなった。	
	企業	製造業(印刷・同関連業)	3ヶ月前より売上は下がっているものの、昨年同月より売上が上がっているので今月の景気はやや良くなっています。
		製造業(窯業・土石製品)	震災後の復興工事がでてきている。
		製造業(精密機械器具)	例年、上期の出だしはあまり良くないのですが、大震災の影響が4月、5月、6月と低い売上で低迷しました。特に5月、6月は例年に無い低い売上でした。
		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か月前と同じかやや良くなった店舗が多い。震災による景気悪化が続いているとの予想のなか意外な結果となったが、購入を控えていた必要なものをまとめて購入したりと節約傾向からの反動や、省エネのために外食や中食を増やしたためと考えられる。
	雇用	人材派遣業	既存・新規とも受注が増えている。
求人広告		震災の影響から、復興のきざしがある。	
公共職業安定所		ハローワークにおける求人数は新規・有効ともに増加しており、新規求人倍率、有効求人倍率も上昇傾向にある。東日本大震災に伴う、雇用調整による休業も減少している。	
変わらない	家計	商店街代表者	震災の影響も半年がたち、一段落した感じ。
		百貨店、総合スーパー	8月は売上額自体は少ないが、前年対比で見れば3ヶ月前と変わらず、若干前年を上回る結果。9月に入ってから同様の推移となっている。
		スーパー	低価格志向は、変化していない。
		コンビニエンスストア	震災後もコンビニエンスストアの利用客数増加は、つづいている為。
		レストラン	6～7月は利用者も増えましたが、8月は県外からの利用者減により、大きく前年数を下回りました。
		レストラン	東日本大震災の影響もおちつきをもどしてきましたが、景気の変化は感じられない。
		都市型ホテル	観光需要やグループ(団体)客等の利用はほとんど無く、仕事での来県需要しかない為。
		観光型ホテル	依然として福島第一原発事故の風評が止まらず、集客に苦労している。
		タクシー運転手	特に客数、売上げともに変わらない。
		観光名所	前年比で3か月前との伸び率が変わらない為。昨年同時期は猛暑で売上が減少していたので、例年と比べると悪いのか？
		ゴルフ場	来場者数については、前年対比で減少しているが震災当時と比較すると若干ではあるが、増加に転じている。ただ、来場者確保のためダンピングを実施せざるを得ないため、客単価は低下傾向を示している。
		理・美容店	9月は農繁期なので、田んぼに粟にと忙しく、美容室に来店するお客様が減る。
住宅販売会社	震災特需のような話も聞かれたが、この地域ではあまり変わらない。		
企業	製造業(食料品)	売上は、やや戻りつつあるが、前期と比較すると、3ヶ月前の減少率とはほぼ同様である。行楽シーズンではあるが、福島原発の風評被害の影響で、観光客が激減している。	
	金融業	震災関係で変化はあったものの、全体的には変わらない。	
	不動産業	秋の移動シーズンに入りますが、季節的な要因を除くと大きな変化はない。	

	サービス業（広告業）	地元企業の広告宣伝数は、思ったほど増えていない。	
	雇用 求人開拓員	新規求職者が減少（昨年対比83%）しておりますので回復基調にあるように思われます。反面採用を見ますと正規雇用は少なく非正規雇用が多く（昨年対比124%）安定的な改善に結びついていないように思われます。	
やや悪くなっている	家計	商店街代表者	今年の夏の前半は猛暑で日中は日差しが強く、後半は天候が不順で急激な雨や雷雨で人が商店街を歩かなくなった。通行量が激減すれば「買い歩き」や「買い回り」をしなくなり人の出が少ないので当店も売上げが減少した。3か月前が震災の影響でひどい状態だったので、悪い状態は変わらない。消費者は平成18年頃から夏涼しく冬暖かい、天候に左右されないショッピングセンターで買い物や時間を過ごす生活パターンが出来上がって来ている。（平成18年から商店街の人通り、売上げの減少が顕著に現れている。）
		スーパー	風評被害を始めとして、消費・購買意欲が低下している。海の観光客が85～90%減と報道されている通り、県内・県外からの観光・食事・飲食が落ちている。
		コンビニエンスストア	コンビニエンスストア全体の売上が低迷しつつある。職人さん含めて客数が減っている。
		農産物直売所	レジ通過人数の減少率（前年対比）が増えた。7月の牛肉の放射能の報道後減り、8月の米のセシウム報道後もさらに減った。
		専門スーパー	震災後は良かったが8月からマイナスに転じた。
		スーパー	既存店の売上昨対比が100%を超えないため。
		レストラン	6月ごろは、震災により中止になっていた会合の再開が多くあった為、その時期と比較するとやや悪くなりました。
		タクシー運転手	震災後の損保会社の調査特需も終わり、ひまになってきた。
		ドライブイン	当店は観光のお客様の状況に大きく左右されます。震災の影響により、来店客数や団体予約などが見込めない状況にあり、きびしい状況は続いております。
	企業	農業関係者	原発による農畜産物への影響が、秋の収穫時期を迎え農家の不安が高まっている。これにより積極的な販売攻勢が掛けられず景気に影響している。
		製造業（印刷・同関連業）	受注が減少している為。
		運輸業（道路貨物運送業）	電力の使用制限の影響や、震災被害からの回復が一部企業を除き遅れている関係で、生産が順調でなく貨物の動きは悪い。
		情報通信業（情報サービス業）	震災の後遺症と景気に対する先行き不安からか、市場においては、投資に対する顧客の動きに慎重度合いが一層増していると感じる。又、一部の業種を除き、激しい競争による価格水準の低下が著しく、利鞘に期待を抱くことは難しい状況と聞く。依って、現状は、景気がやや低下傾向にあると考える。
	雇用	学校就業関係者	学生の就職内定率の低下。就職先希望として民間企業希望より公務員関係職を希望する者の増加。すでに就職活動をあきらめ、就職浪人を希望する学生や大学院進学希望を考えている学生がいること。SE職の求人の急増。
悪くなっている	家計	スーパー	個人でやっている飲食店が、暇でこまっている。今年いっぱいもつかどうかなどといっている。そのせいか、買い物に来る回数が、あきらかに減っている。
		割烹料理店	県道沿いに店があるが、車の通りが少ない気がする。
	企業	製造業（食料品）	福島原発事故以来、売上が減少し回復しない。

(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	－	－	－
やや良くなっている	家計	スーパー	震災の特需はなくなったが、各家庭で消費が活発な感じがあり、客数も増加し、買上点数も増加している。大容量パックなどの動きが好調。87円、88円、100円均一セールから、500円均一セールなどの、単価の高いセールが良好なので家族そろっての食卓が増えている可能性がある。
		衣料品販売店	売上額や客数など前年実績をクリアできました。以前だと、前年度と比べても悪い状況でしたので、少しは回復しているのかと思います。
		ショッピングセンター	大震災後の買い物の自粛ムードが薄らぎ、消費マインドが回復基調にあり、売上、客単価、客数とも増加している状況。
		割烹料理店	実感としてはあまりないが、売上げを見ると、伸びて来ている。
		ドライブイン	東日本大震災直後と比較したら、やや回復しているが依然厳しい状況が続いている。
		弁当・総菜店	3月の震災後、一時売上げは急激に落ちたが、だんだんと回復してきている。6月と比較するとやや良くなっていると思う。
		理・美容店	震災の影響による売上げのおちこみが、少し回復してきたように感じます。
	企業	製造業（食品）	1. 震災後半年過ぎて、自粛していたゴルフコンペや、会合も普通に行われるようになった。 2. 震災復旧工事も大きなものは一段落したが、小さい工事はまだある。 3. 秋祭りや、花火大会が自粛されずに、復興イベントとして開催されることになっており、集客が見込める。
		製造業（印刷・同関連業）	サマージャンボの売上げがほぼ前年並の売上になった。ここ数年前前年比を下まわっていた。
		製造業（化学工業）	医薬分野では需要が堅調に推移し、良好であった。震災により被災をした部分もあるが、早期復旧に努め生産を再開した。
		製造業（化学工業）	稼働は徐々に上がっているものの、震災前の出荷量には程遠く、円高に苦慮しながらも、稼働を維持するため、輸出に頼らざるを得ない状況である。
		建設業	震災のあと仕事が出て来た。土木、道路排水工事、建築、屋根工事、瓦工事、コロニアル、ガルバー鉄板葺き。
		運輸業（道路貨物運送業）	鋼材の出荷量が多少ふえている。
		不動産業	震災の傷跡も少しずつ癒され、色々な店舗が営業を再開し、客入りもいいようです。震災の前と同じ様に皆様の笑顔が戻って来ている。
雇用	人材派遣業	全体の景気動向は不明ですが、震災復旧に対して多額の経費と時間を費やして各社稼働出来る操業体制が確立している。しかし、この間の膨大な経費を如何に回収するかにある。従いまして、早期に回収させるため高めの操業で推移していることから、やや良くなっているものと見られる。	
	公共職業安定所	震災後の復旧作業等による工事増加により建設業の求人増加傾向が見られ、対前年比でも増加している。窓口での感触では製造業関係でも震災後の復旧が確認され、徐々にではあるが求人の動きが見られた。	
	求人開拓員	3月11日発生の東日本大震災から半年を迎えようとしており、徐々に景気の回復傾向が感じられる様になって来た。鹿行管内の各分野の事業所においても求人件数は増えて来ている。しかし、銚田市を中心に農業関係については農家さんが雇っていた中国からの研修生が東京電力の原発事故による放射線の風評被害により帰国しており、収穫期を迎えた農家が求人募集をすれども思うように人が集まらず農作業への影響も出て来ている。	
変わらな	家計	商店街代表者	当、鹿行地方は臨海工業地帯の良質の産業基盤の通勤圏に在り、肥沃な農地に恵まれて居りますが、殆んどが第二次、三次兼業農家が実態で、外に働きに出るの給与所得の為、賃金上昇の頭打ち等財布の紐が弛められないのが現在の状況です。
		商店街代表者	震災後の自粛傾向から伸び悩んでいたが、飲食店の聞き取りでは、以前より落ち着きを取り戻しつつあるとの意見が聞かれる。しかし、体感的な消費動向はまだまだ弱いように思える。
		コンビニエンスストア	コンビニエンスストアは、たばこの値上りや、震災復旧の特需が続いている為、引き続き良好な状態にあります。買い上げの点数、単価もアップしており、景気が悪くなっているというような感は受けません。
		農産物直売所	やや良くなって来たところ。放射性物質の件が多少影響し買い控えがあるようです。県外のお客様が例年の3割くらいです。
		小売業（書店）	震災の影響が今なお色濃く残っている。特に工場関係の稼働率が悪く、街全体の活気がない。
		日本料理店	特に明るい話などは話していません。現状を維持することを話しています。放射能の影響で、旅行会社の予約がまったく入りません。
		タクシー運転手	売上げが同じくらいである。
		ゴルフ場	営業努力などによりなんとかわらなずの状況ではいるが、やはり震災の影響が未だ続いているかと思う。高速道路の無料化などにより来客数の増加を見込んでいたが、まったく変わらなかった。
ゴルフ練習場	3か月前と比較して売上額がほとんど変わらない。		

い		理・美容店	民主権が悪い訳ではないが、今のこの政治をしているかぎり悪くなることはあっても良くなることはないと思う。	
		クリーニング店	米の収穫は、天気もよかったので取れたようですが、トマトなどは、天気がよかった分だけ木が枯れてしまったようです。たばこ農家は近年だめで、今年は1aにつき27万円国から補助が出るため、やめる農家が多くなっている。でも次の作物を作る為には、また新たな設備投資をしなくてはならない。	
		住宅販売会社	展示場来場者の大きな増減はないので。	
企業		製造業（鉄鋼業）	生産は安定してきたが、円高等の不安要素があり、改善したとはいいいがたい。	
		金融業	震災の影響あるも徐々に沈静化しており、復興に向けての努力が見られるが、表立った成果は、現れておらず、当地特有の不動産取引も活発では無いことから、景気は変わっていない。	
		保険業	悪いまま続いている。	
雇用		民間職業紹介業	以前からの景気の低迷、震災及び原発事故の影響もまだ続いており好転してきません。	
やや悪くなっている	家計		スーパー	震災の影響で、家の修繕にお金のかかる人がいる為、どうしても安い目玉商品に対して異常に反応する。その為、目玉商品の売上が、店の規模に対して異常に高い。
			コンビニエンスストア	新しい商品や品揃えの幅によって消費を喚起し続けていますが、客単価の伸びはたばこの値上げ効果であり、本来の消費環境は微増止まりであるのが実態と認識できる為。
			小売業（酒類）	若年層のアルコール離れがあるが、猛暑だったにもかかわらず、ビール類(発泡酒・第3のビール)の販売量がここ数年で最低だった。
			小売業（金物店）	円が高く企業が設備投資を控えめにする可能性が高くなる事。
			洋食食堂	7月8月と一年の中で一番の繁忙期のはずだが、来店客数が減少している。
			観光型ホテル	震災、放射能の影響が出ている。
			タクシー運転手	鹿行地区も被災している為、地震前の景気にもどるには数年かかるのでは。
			タクシー運転手	一日当たりの売り上げ平均が3ヶ月前より悪くなっている。
			室内装飾業	仕事の量が少ないため、我慢して発注者からの言いなりの単価を飲むしか無いのか葛藤する。
	住宅販売会社	生活基盤の立て直しがまず優先。景気回復はそれからではないか。		
企業		製造業（食料品）	風評被害が先行し、又原料の確保が難しい。	
		建設業	高速道路料金の無料化措置で、高速道路が混む時もあるが、それは一部分であって、観光地、ホテル、旅館は例年より人が少ないように感じる。スーパーでも安い物が売れている。	
		運輸業（道路貨物運送業）	震災復旧及び節電ムードの中で生産は順調である。出荷も順調に推移しているが、まだ安心出来る状況には程遠いと考えている。	
		サービス業	顧客からの問い合わせ、引合が減少している。受注につながらない。値引き要請がきびしい。	
悪くなっている	家計		家電販売店	鹿行エリアは、3月の震災で多くの方が被災しており、これによる買い替え需要が発生しつつあります。但し、昨年比では家電エコポイントの終了によって商品単価のダウンが発生しています。
			自動車販売店	車検、修理入庫が少ない為。
			小売業（薬品店）	震災後約半年が過ぎ、復興に向け家の手直しなどが本格的に始まっている。こうしたお金は家計を圧迫し、一般の消費自体をさらに悪くしている。
			観光型ホテル	放射能汚染の恐れにより、利用予約の自粛や他県への観光移行。とりわけ県外の方の利用が80～90%減少。
			タクシー運転手	乗務員である限り、基本は総売上であれば各々が少なからず、その為の努力をしているものであるが、ついぞ期待できない現状が続いている。震災以降の弊害だけにとどまらず、市民生活は儉約節約が普通。歓楽街へ繰り出す夜間の客にタクシー以外の移動方法があれば、当然、タクシー利用者の考え方が変化する。
			パチンコ店	売上が落ちているので。
企業		農業関係者	当地は近隣市町と比較して放射能汚染が酷いと、データが公表されている為、農作物全般に於いて、風評被害を受けてしまった。何を出荷しても価格が下落傾向にある。	
		製造業（食料品）	東日本大震災以降、プライダル・ギフト物の売上が落ち込んだり、盆の帰省のギフト需要もかなり悪く過去最悪な状況です。震災より半年、お客様は少しずつ落ち着きが出てきており、購買意欲が徐々に出てきているがまだまだ、厳しさは続くと思う。	

(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	建設業	震災の影響で、外構工事等の民間からの注文がなかった。余震を恐れたり、いろいろあって、それどころではなかったのだろう。この頃、急にブロック塀の改修等、外構工事の注文が多くなってきた。昨年と比べると民間発注の工事が大幅に増えてきている。
やや良くなっている	家計	スーパー	客数は前年割れしているが、客単価がアップしている為売上が前年102.9%と良くなっている。(8月)
		農産物直売所	当店は地域(地元)のお客様が95%で毎日同じ顔ぶれが来店します。又、店の前のバイパスが開通した関係で新規の客も増え前年対比117%と伸びている状況です。
		寿司店	季節的なものとは思いますが、商売がら盆、夏休みは人が動くので、売上ものび、店自体は活気がありました。ただ市場の動きはあまり感じられませんでした。
		タクシー運転手	会社、飲食店、一般のお客様からの電話も増えて駅構内のタクシーの乗車率も良くなって居ります。
		ゴルフ場	震災の自粛ムードから現在は少し開放され活気が若干だかもどって来た感がある。但し日々報道される放射能関連のニュースですぐに地域的に影響を受ける心配は常にある。
		レジャー施設	常連客とは別に最近フリーの年配、若者、男女問わず客数が増えてきたので。
		ゲームセンター	7月まで前年売上を越えていたが、8月は前年売上を下回ったため。
	企業	製造業(食料品)	イベント等をやってもお客様が増えている様だ。又、お中元等も前年よりも悪かったが思ったより良かった。前年比で50%位は覚悟していたが80%位であった。
		製造業(非鉄金属)	主力取引先の自動車メーカーからの受注が回復基調にあるが、対前年比では受注量・売上ともに3~5%程度マイナスの状況にある。ただし9月の生産量は100%に戻る計画で、在庫積み増しのため忙しくなってきた。
		建設業	一次の特需的な異常な人手(職人)不足から、安定的に仕事が進む状態に変化している。当面の仕事の受注もできており、今後はしばらく続くと思われる。
		不動産業	取扱い部門全般について、震災後、落ち着きを取戻しやや活発に動いており、業績も悪くはない。業界全体としては悪化しているので業者間格差・業態間格差がだんだんとはっきりとしてくると思う。
	雇用	人材派遣業	人材活用の企業数が増えている。
		求人広告	震災の影響があまりなかったため、あまり変わらない。が、震災関係の工事は多いため、その関係の仕事は多い。
		学校就職関係者	外食などへ行く客足も戻り、地震後の混乱状態から抜けたため、地震前の活気を取り戻しているように見える。農業などでは風評被害の影響で厳しいという声もあるが、一般的な消費は伸びていると感じる。
求人開拓員		製造業が震災により、回復傾向にあり、全体の職業別比でも、企業求人が増加している。	
変わらない	家計	商店街代表者	家庭も節電対応に努力しようと、消費も消極的でしたが、徐々に戻りつつあるように感じる。
		スーパー	客単価に変動はなく、景気は変わらないと言えるが、節電対策の関連商品の動きが良い。
		スーパー	大きな動きは、見られなかった。
		スーパー	来店客数の変化はほとんど変わらず、3ヶ月前と同様、前年比105%の売上を保っている。
		コンビニエンスストア	コンビニエンスストアに関しては順調な成績だが、他業種の状況やお客様との会話からは景気が上向いている様子はうかがえない。
		コンビニエンスストア	客単価や買上点数に大きな変化は見られず、依然として厳しい視点で買物をされている為。
		小売業(酒類)	特に変化がない。
		小売業(燃料)	弊社においては、5月の時点では、東日本大震災の影響はほぼ解消し、現在も来店台数に変化はありません。ただ、1台当たりの給油数量は前年同月と比較すると1リッターほど減少しております。
		和食食堂	地震の影響はほぼなくなったと思えるが、放射性物質による食に対する不安から食べ物に関して慎重になっている。
		都市型ホテル	震災直後は影響は大きく見られたが、現在では3か月前よりはそれほどではないが、依然ホテルとしては、茨城空港からのお客様もなく海外からのお客様の減少が多く見られる。回答での「変わらない」は、かなり低い段階の「変わらない」で、震災前より店舗数や時間を減少させたままでの運営であり、厳しい状況は「変わらない」です。
		都市型ホテル	宴会やレストランにおいては多少お客様は戻って来てはいるが、宿泊に関しては思わしくない状況であり、ホテル全体を考えると変わらない。
		タクシー運転手	近くにある会社が被災している為に、営業の方がこないの以前とかわらずに売上げがのびない。
		タクシー運転手	3か月前とまったく同じで、会社関係の仕事が無く車がない年寄だけは、常にタクシーの利用が多く、売上の前と同じ。
代行運転手	震災後、お盆があり、帰省などでお酒を飲む人が減っていると考えられる。		
レジャー施設	震災後、営業休止していたため、6月時点との具体的比較はできないが、震災以前と比べて特に入場者や売上(1人当たりの購買単価)が落ち込んでいない。		

	理・美容店	菅内閣の解散から野田新内閣への税制や経済への影響など景気回復の政策に期待できない。	
	建築設計事務所	受諾の数は増えておらず、周りでも受諾の動きはない。	
	住宅販売会社	円高が長期化し、輸出関連企業の落ち込みが著しい。	
	企業	製造業（飲料）	特段変化の様子がない。
		製造業（窯業・土石製品）	震災復旧で需要がでると考えていたが、政府の対応の遅れや地方公共団体の財政難のため、思ったほど需要は伸びていない。
		製造業（一般機械器具）	現在特徴的な動きはないため。
		建設業（設備工事業）	資材仕入・売上げなどに、大きな変わりを感じられない。
		運輸業（倉庫業）	震災から5か月が経過し、荷主倉庫が改築中であり、貨物保管が増え続けています。今後数か月は続くと思われれます。全体的にみると、現状維持までであり、景気は変わらない。
		金融業	目立った倒産もない半面、設備投資なども見られず推移している。資金需要も落ち着いている様子。
雇用	公共職業安定所	求人倍率は新規、有効共に改善されつつあるが、管内の主要産業であるサービス業、製造業については必ずしも増加しているとは言えない状態である。	
やや悪くなっている	家計	スーパー	売上と客数が昨年比で下回っている。特に日曜日に落ち込みが目立つ。
		小売業（化粧品）	節電等の影響もあり、消費は未だ上向きにはなっていない。
		農産物直売所	夏のせいだと思うが、売り出しをしても売上げがあまり伸びない。
		専門スーパー	売上を押し上げてきた、震災後の復興需要であるメンテナンス用品も一段落し、また節電用品も落ち着いてきたなか、客数は昨年より伸びているが、単価が下落してきている。円高、株安の影響も出始めてきているのかもしれない。
		洋食食堂	近所のラーメン屋さん、今まで開店中車が駐車場に1~2台は見えていたが日によって全然入っていない時が多く見られるようになった。安価な店でも客数が減っているの少しづつ悪くなっていると思う。
		タクシー運転手	仕事の回数も減り、売上げも前よりのびない。
		ゴルフ場	原発の風評により、茨城県全体にお客様の不安感がある。
	企業	農業関係者	震災・放射能関係の影響で。
		製造業（窯業・土石製品）	公共事業が停滞している。東北3県においては震災の復興、復旧に関しても本格的な工事が出てきていない。
		建設業	3/11震災から5か月、3か月後に少し復旧工事として受注有り、しかし以後、定期的な継続する仕事の受注は、もう少し様子を見るからと、ほとんど発注の兆しは見えて来ない。企業各社共生産が伸びない。残業もほとんどなく定時帰りの様子だ。今後更に厳しい状況になると覚悟している。
	家計	家電販売店	7月24日でのアナログ停波に伴い、液晶テレビの販売が減。ピークを迎えるエアコンも台風の影響により天候不順があり伸びなかった。全体的に7、8月での前倒しがあり、入店は70%前後と落ち込んでいる。
		タクシー運転手	営業回数、売上など見ても、3か月前より悪くなっている。

(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	家計	コンビニエンスストア	震災以降、直後の集中した出費から買い控えが起きていたが、その動きも落ちつき、外出が多くなってきており、又、買上点数も向上してきている。
やや良くなっている	家計	コンビニエンスストア	震災以降、落ち込むかと思われた景気であるが、生活に身近なコンビニエンスストアにおいては、逆に幅広い客層の来店により客単価も上がっており、継続して売上は好調。高齢化が進んでいく中では、今の状況は続いていくのではないかと。
		自動車販売店	震災後は、物を購入する(高額商品)心の余裕がなかったと思われそうですが、3か月前と比較すると少しづつ心に余裕が生じ、以前よりは購買意欲が向上したと思います。
		農産物直売所	少々売価が高くて必要な商品は購入して下さるようになってきている。また、購入数も増えて来ているようです。
		小売業(燃料)	節約・自粛ムードがやや薄らいだ感じがする。
		旅行代理店	仕事量が少し上向きになったが、まだまだ旅行に行く人は少ない。特に団体がありません。
		タクシー運転手	地震もだいぶ落ち着きだしたので夜の仕事が戻りつつある。
		ドライブイン	震災後の落ち込みがやや改善され、来店客数が徐々に回復してきている。客単価はあまり回復が見られない。
		ゴルフ場	震災の影響も和らぎ、入場者は回復して来ている。しかし、客単価は価格競争もあり、低調であり、平行して収入も減っている。
	理・美容店	今夏は暑さが厳しいので来店サイクルがよくなっている。女性のロングからショートヘアの変化がみられる。美に対する欲望がある限り女性へのターゲットは営業にはかかせない。	
	企業	農業関係者	農作物の風評被害もだいぶなくなってきた。
製造業(窯業・土石製品)		当社の売り上げは、3か月前対比、3割増でしたが、これは地震災に因る間接的な「特需」であって、我々石材業においては様々な業態がありますが、工事関連業者や、手直しの加工業者は総じて、大変忙しいが中国製品の卸を業態としている業者は、仕事注文が少ないそうです。日本が景気が良くて、忙しいのならば、本当にありがたいのですが、震災の「特需」は忙しさでは素直に喜べません。	
不動産業		売買客が増加している。	
雇用	求人広告	震災の影響があまりなかったので変わらない。が、震災関係の仕事は多いため。	
	公共職業安定所	有効求人数は震災前の2000人程度に対し、7月は1907人で震災前の状況に戻りつつある。有効求人倍率も7月が0.57倍で震災前の0.60倍に戻りつつある。	
	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、求人募集が多くなっている。しかし、価格が3か月前の10～20%上昇している商品もあった。	
	就職相談員	新規求職登録者のうち、前職の退職理由で会社都合による解雇者がいなくなった。	
変わらない	家計	商店街代表者	売上げが低い所で停滞している。
		専門スーパー	大型スーパーが閉鎖され、一時的に売上は好調でしたが、現在は例年と比較しても変わらない為。
		和食食堂	秋の行楽シーズンであるが、我が町は観光地では無いので来客数も伸びない。又、景気がまだ回復せず客単価も低くおさえられているため。
		鰻屋	お客様の食事する金額が変わらない。
		タクシー運転手	大震災の後、少しずつ回復したかに思えたが、各企業の節電対策の為、週末等の人々の休日が不安定になってしまった。また放射線の風評被害の影響で観光、ゴルフ等利用の人が激減した為。売上げも前年等とくらべて変わっていない。
		ドライブイン	お客様の買い控えは変わらず、客数にも伸びがない。
		ゴルフ場	予約状況により。
		ゲームセンター	あいかわらず地震の影響からぬけ出していない感じがする為。
	レジャー施設	新総理大臣就任、新内閣発足といった政治的な変化はあったが、今後の変化については想像がつかない。逆に、今と変わらないどころか悪化する可能性の方が多いと思う。それでも東日本大震災の対策等が期待され、現状維持の傾向が高いと思う。	
	理・美容店	当店は田舎でお年寄も多い。そのため固定客が多いので。	
	住宅販売会社	震災の与えた影響が、そのまま継続している。	
	企業	農業関係者	収穫の秋、米の収穫時期になりました。作柄は前年より減収、販売価格は少しアップであり、購買意欲も大きな変化がみられません。
		製造業(食料品)	製造数量は横ばいの状態で推移しています。まわりの状況も余り変わったところは見られませんが、求人をした場合3ヶ月前より集まりにくくなったような気がします。
製造業(金属製品)		周囲で「景気の回復感がある」との声もあるが、引合い数等をカウントしてみると実感は持てない。	

	企業	製造業（一般機械器具）	仕事はあるが納期がないなか、いままで見積なしで仕事をしたが、見積をとりたいとの話が多い。お菓子会社は仕事に対して全部見積をとる様になった。
		建設業	地震災害や原発問題の影響がまだまだある。
		金融業	震災により土木工事関連業は、当面の受注を確保している状態ではあるが、他業種においては、受注増加は見込めず全般的に変化がないものと思慮するため。
		サービス業（コンサルタント業）	特に変化は見られないため。
やや悪くなっている	家計	スーパー	客単価、一品単価共、前年を割り込んでいる。5月以降の数値状況が変わらない。
		和食食堂	御来店される客数が減っている。
		都市型ホテル	8月、9月、10月と通年よりお客様の利用が少なくなる時期ですが、今年は特に利用そして予約が少なくなってきた。
		タクシー運転手	はっきりとお客様の数がへってきています。駅などで客待ちは前月～前々月とくらべてとても長くなっています。売上も2割ぐらいおちこんでいます。
		タクシー運転手	夜の飲食店のお客様が少なくなっているため、迎えの回数が減少しているため。
		日本料理店	客数の減少、客単価の低下、需要減。
		建築設計事務所	東日本大震災後、建築業界の動きが変わってから半年過ぎたが、業界の動きは落ち着いたと思われる。しかし、設計の仕事も含め動きは鈍く仕事量も少ない。銀行の融資体制にも原因があるように思われる。特に住宅ローンの融資とか個人消費の裏ざさえが必要かと思うが、まだまだ震災の影響があるように思う。
	企業	製造業（食料品）	震災後、売上が大きく落ち込みはしたが、徐々に回復すると見込んでいたのだが、半年近く経過した今も、売上が上がってこない。取引先でも注文が増えず横バイ状態が続いている様だ。これから先、半年後・一年後の状態も見通すことができない状態だ。
		製造業（印刷・同関連業）	3月11日の大震災以来、建設関係を除いた業種は、円高の影響も含めて、萎縮したままだ。海外に生産をシフト出来る大手企業は生きのびることも出来るが、資金力に余裕のない零細企業は、技術力があっても仕事(受注)がなく、先々不安が募るばかりだ。法人税も含め、海外の企業と同じ土俵で商売出来る環境をだれが責任を持って創ってくれるのか！政治は大切ですね。
		製造業（化学工業）	震災直後の材料確保および夏場電力不足を想定した在庫積上げにより4～6月は受注増となったが、一方で需要(景気)が回復せず顧客が急激な受注(在庫)調整を図っている様子。
		製造業（電気機械器具）	業績悪化により、経費削減対応が求められている。
		電気工事業	仕事の電話の本数が少なく、又地元の客先の設備投資による電気工事が減少している感じがします。
悪くなっている	家計	商店街代表者	来客の心理として、東日本大震災後、非常に不安感が強い。西日本の台風被害のニュースにも左右されているらしい。
		家電販売店	・テレビ地上アナログ停波に伴い、映像(液晶・プラズマテレビ)の売れ行きが止まった。 ・昨年の猛暑と違い涼しい日が続いた為、季節エアコンの動きが悪い。 ・消費者の省エネに対する意識が高く、扇風機は好調に売れている。
		クリーニング店	みなさんの購買意欲が落ちている感じがします。なかなか高い物は売れず、出来るだけ安い物から売れている感じがします。
	企業	製造業（印刷・同関連業）	震災の影響がジワジワ広がっている感じがする。県南は、放射能のホットスポット的の場所が点在しており、不安が広まっており、農作物の価格等に影響を及ぼしていると聞く。
		製造業（印刷・同関連業）	売上がまだ下げ止まりません。
雇用	人材派遣業	取引先からの依頼がない。	

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	商店街代表者	復旧工事にはしばらく時間がかかることが予想されるし、加えて新規物件の引合いが出て来ているから。
		スーパー	景気の悪いのは底をついたと思うので。
		衣料品販売店	今が底の底だと思います。これ以上は悪くならないでしょう。
		小売業（工具）	震災復興の需要はしばらく続くと思われる。産業に占める割合の大きい自動車関連はまだまだ良くないと思われる。
		小売業（燃料）	住宅の修繕等の支出が一段落すれば徐々に戻ると思う。
		観光型ホテル	9月ぐらいまでが不景気の底だと感じられ、それ以降は徐々に回復の傾向かと思われる。
		タクシー運転手	地元大手企業の就業日が元に戻り、お客様の数が元に戻るかもしれないから。
		タクシー運転手	地元企業が、9月まで木・金曜日が休みで、土・日曜日が出勤となっており、タクシーの売上げが停滞していたのですが、10月より休みのシフトが元に戻るため、売上げが少しは良くなるのではないかと思っています。
		ドライブイン	秋から冬にかけて、ドライブのお客さんに増えて欲しい。
		ゴルフ場	現在福島原子力発電所の放射能が安定しているので都心からのお客様が少しずつ戻ってきているように思える。
	ゴルフ場	①先行のスタート月である9月の来場者予約状況は、前年9月、月はじめの予約数が5ポイント良くなっている。 ②9月を再生復興の新たなスタートにしたい。	
	ゴルフ場	10月より輪番制の休日出勤がなくなり、また休みの形態が変わってしまうが、春に予定していたコンペなど今回の震災で中止になったものが秋に予約されるようになってきた。また、風評被害で足が遠のいていたお客様も、徐々にではあるが回復傾向にある。ただし、土日祝の料金単価は下げ傾向なので、平日の来場を増やす努力が必要となる。	
	理・美容店	震災復旧が進み自粛ムードから脱しての好転を期待している。	
	企業	林業関係者	仕事量も増してゆくので良くなると思う。各産業についても同じに感じる。
製造業（精密機器）		自動車の部品供給が復活するから自動車の出荷台数が増える。	
製造業（電気機械器具）		東日本大震災の復興機器としての受注が増えてきたことに加え、来年まで受注が入っており、しばらく先もこの傾向は続くと思われるので、景気はやや良くなっていると思う。	
製造業（電気機械器具）		徐々に新モデルの生産数がアップしてくると思われる。	
情報通信業（情報サービス業）		新内閣での3次補正で景気が良くなる事に期待したい。	
変わらな	家計	スーパー	消費税のアップ、その他税のアップ、物価の値上りなど、景気よくなる要因がない。
		スーパー	良くなってほしいが、そう答えるだけの材料がありません。8月も傾向として前年をクリアしていますが、9月に入り平行線です。悪い話は聞きませんが、良い話もありません。
		コンビニエンスストア	特に今より上下する要素は考えられません。
		金物・荒物・建築資材	先の受注が無い。
		自動車販売店	震災の影響は、まだまだ残っていると思います。先行きの不安もあり、購買意欲はかなり低い。ただ、車がないと生活できない地域なので、必要に迫られてというのが現状のようです。
		小売業（酒類）	建設関連会社は活気あるが、総じて景気を押し上げる程には見えない。
		小売業（靴製品）	円高傾向が続くと思われるし、災害の復興にもハッキリした方向が示されていない。ただ安定すれば「やや良くなっている」へ動くかも。
		スナック	色々な意味での復興には、まだまだ道のりが遠いから。
		和食食堂	大手企業が動いているし、節電対策も近々解除されるような話が出ておりますので、なんとか頑張っていきたいと思います。
		民宿	周りは良くなっているとは思われるが、我々の観光業はあまり期待できない、放射能問題がまだ落ち着くとは思われない。また、先に行われた高速道路の無料化によりでかける人が減ったのではないかと被災地のインターでおりたら無料にした方が良かったのではないだろうか？被災地を無料にしたってお金がないから高速乗って遠出できないし車が津波で流されて足がない！
		観光型ホテル	個人での利用者は、予約状況を見る限り、震災前の状態に戻りつつあるが、社員旅行や同窓会など、団体の予約は減少している。売上としては、ほぼ現在と変わらないと思う。
		旅行代理店	余震が落ちつかない限り、外出＝旅行の機会は増えないと思われる。

変 わ ら な い		タクシー運転手	企業が主とした仕事が多いので、見通しが不明。
		タクシー運転手	首相が代わって、これからどうなる事やら。
		ゴルフ場	季節的には絶好の時節だが、風評の問題はまだ変わらない。
		レジャー施設	個人消費が、先行きの不透明感があるせいか、低迷傾向にあると感じます。サイフのひもは、かたい。
	企業	水産業関係者	原発事故の問題が、長期化するので、景気は変わらないと思う。
		製造業（製缶）	厳しい状況は続くと思われる。10月以降の作業量が減少するという会社もある。
		製造業（一般機械器具）	当面現状の景気状況が続くと判断される為。
		製造業（電気機械器具）	先々景気が良くなると思える要因が何も見えません。総理大臣が変わってもどうなるか、ここしばらくは様子見だと思います。
		製造業（輸送用機械器具）	10月以降についても各カーメーカーは強気の生産計画を発表しているが、急激な円高によって現地生産化の動きが活発化しており、部品メーカーに対しても同様の要請が強まっている。従って、次第に国内生産のボリュームが減少していくものと推測される。
		建設業	余震や原発事故の収束時期がわからないうちは景気はあまり変わらないと思う。
運輸業		新内閣での3次補正で景気が良くなる事に期待したい。	
	不動産業	内閣も変わり、景気対策が提示・実行されるのではとの期待から。	
雇用	求人広告	まだまだ震災の影響がある為。	
	公共職業安定所	震災後、被災した工場の影響などで、一時的に増産となっている企業もあるようだが原発の風評などから、特にサービス関連の業種では、引きつづき、きびしい状況が続いているようである。今後は、円高の影響も予想され、当面は変わらないだろうと思われるが、円高が続くようであれば、悪化することも懸念される。	
	求人開拓員	工場内の製造ラインは復興しても、外的要因(円高・技能者不足等)で震災以前の生産量に届かない状況が年内まで続く、嘆いている経営者が多くみられる。	
やや悪くなっている	家計	コンビニエンスストア	政治的な混乱が続くと見られ、高速無料化の縮小、各手当ての縮小への不安から消費は縮小すると思われる。また、震災の影響から賞与支給も減るのではないかと。
		農産物直売所	他県からの集客が落ち込んでいる。
		ボウリング場	競合店が再開するため。
		クリーニング店	お客様の様子や普段の会話からも景気の良い話はほとんどない。
		住宅販売会社	先行きの不安感が拭えない。お客様もしばらく様子見に入っている。
企業	製造業（電気機械器具）	今後の受注が不透明、受注案件も不透明である為。	
	金融業	原発事故の収束の見通しが立たないため、厳しい状況と思われる。建築関係においては、災害復旧事業により受注は増加しているものの工事内容によって小額で時間がかかり利益が薄い状況にあるが、建材価格が低下してきたことから、利益率の上昇も見込まれる。日立地区は輸出型産業が多いことから、足許の円高が今後の景気に大きく影響を及ぼす可能性が高いため、先行きも悪化傾向と判断する。	
雇用	学校就業関係者	円高が続き、製造業の発注が減っており、仕事が減っているため求人が出せない企業があるため。	
悪くなっている	家計	商店街代表者	大震災による消費マインドの低下及び家屋の損傷の修理費用の発生。
		小売業（水産物）	原発による影響がはかり知れない。生魚の入荷が少なく販売するにも販売できない。地魚の取り扱いは出来ず、3か月先より1か月先が不安で仕方ない。

(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	企業	製造業(精密機械器具)	大物製品の受注が複数台あり、わが社の3か月リードタイムから完成品となるので、売上に繋がります。
やや良くなっている	家計	商店街代表者	徐々にではあるが、震災前の普段の状況に戻っている様子があり、前向きに動いている感じがする。
		自動車販売店	各メーカーの低燃費競争により需要の掘り起しが期待されます。
		レストラン	下期にはいと、プライダルなどの個人利用の予約が多くなっているため、景気は良くなっていくと感じます。
		都市型ホテル	自粛していた(せざるを得なかった)行事の回復が見え始めてきた為。
		旅行代理店	茨城県発のアウトバウンドについては回復傾向にあるもののインバウンドは依然きびしい状況。風評被害は、まだまだつづくのでは・・・
		ドライブイン	大地震が発生して6か月たち、少しずつではありますが、良い方向に向かっているようです。特に県外はまだまだお客様は少ない現状ですが県南、県北、鹿行といった県内から来園されているお客様が多くなった。
		観光名所	震災や原発の影響で春から秋への予約の移動もあり順調に予約が伸びている為、期待したい。
		レジャー施設	今後の復旧、復興に期待した希望的観測。
	理・美容店	12月ということもあり、多少忙しくなることを期待したい。	
	企業	製造業(印刷・同関連業)	震災前の景気に戻りつつあり、3か月先も期待できます。
		製造業(窯業・土石製品)	まだまだ震災後の復興工事が続くと思われ。
		建設業	職種柄急激な受注増は見込まれないが現状の傾向が続くと推察される。よって従年より受注増が見込まれる。
		運輸業(道路貨物運送業)	震災被害等の対策が9月末を目途に進んでおり、10月から通常な生産に戻り、徐々に貨物の動きが活発になると思われる。
雇用	求人広告	以前の状況になりつつあると考えられる。	
変わらな	家計	商店街代表者	悪い状態は変わらないと思うが、明るい要素もある。国策として、節電のため商店街(国道50号)が暗くなっていたが、8月5日の水戸黄門まつりから節電が解除となり、商店街に元の明るさが戻った。これは、防犯上も良く、街に明るさが戻り人々が街に滞留する様になった。暗い時は、物騒で足早に帰宅していた。 9月16日はジャズナイトフェスが南町で行われる。年々好評になっており、このようなイベントが各店の繁栄に繋がればと思う。
		百貨店、総合スーパー	少しでも売上確保できるよう様々な増収策を講じており、また、高額品の需要も少しずつ回復していること等から、今後も前年に対するプラスを見込んでいる。
		百貨店、総合スーパー	今後3か月は厳しく見えています。数ヶ月前より購入するのに要する時間が長くなってきており、検討しながら慎重にお買物をする方が増えている。
		スーパー	放射能の情報で、お客様の利用が変化するので、難しい状態。台風の影響で、農作物、水産物の調達が難しくなっているのでは。
		スーパー	同じように、きびしい状況が続いていくと思う。
		レストラン	今後も現状のまま推移していくのではないかと感じる。大きな変化はないと感じる。
		観光型ホテル	原発事故の収束がいつになるかによるが、今のところ読めない。
		タクシー運転手	タクシー業界の先行きは不透明である。
		ゴルフ場	原子力事故の風評被害のためと思われ、義援コンペなどプレー費の安い時以外は来場者に伸びが見られない。
		カラオケ店	3か月先ではまだ変化しない。変化が出てくるのは半年後。
		レジャー施設	回復はしてきているが、原発の状況を見ると今後も風評は完全には払拭できないと思われる。現在の状態がしばらく続くと思われ、現状では、これ以上の回復は期待できない。
		理・美容店	先が見えないので、私も書く事が無いです。
		住宅販売会社	原発問題も相変わらず進展がなく、首脳が変わっただけでは大きな影響はない。
企業	製造業(食料品)	年末の繁忙期ではあるが、福島原発の影響により人の動きが悪く思われ、前期と比較すると生産高の減少により、現状と変わらないと思われる。	
	製造業(金属製品)	震災の復興需要も期待できるが、年明け以降の引合いがまだまだ少なく現在の一時的なピークを過ぎれば、また低位横ばいで推移していく様に感じる。	
	製造業(一般機械器具)	円高、福島原発、良くなる理由がみつかりません。変わらなければ良しとするしかないのか。	

変 わ ら な い	企業	情報通信業（情報サービス業）	顧客の多くから、震災ダメージからの早期立ち直りは期待できるが、震災前から続く景気の足踏みやデフレ基調からの脱皮は、海外動向・円高・国内政治情勢等により左右される部分があるので、景気の先行き予測は極めて難しいと話を聞く。3か月先の景気は、現状推移と考える。
		金融業	上向きになってほしいが、政治の動向により左右される感がする。
		不動産業	一時的に足踏み状態だったが、不動産流通もやや回復傾向にある気がする。但し3か月という短い期間での大きな変化はないだろう。
		サービス業（広告業）	震災後数か月の売り上げ大幅減少に対し、商売はずい分戻ってきているが、まだまだ補填できるレベルではない。
		サービス業（コンサルト業）	仕事先全てが悪いという最悪期は脱し、今後は業種・業態によって良いところと悪いところがでてくると思われる。特に、節電など省エネに対する意識の高まりによって、冬物などの衣料品や暖房器具などの家電用品、防災用品や備蓄品などを取り扱っている店舗は伸びそうである。
	雇用	人材派遣業	紹介する人材が不足気味。
		公共職業安定所	原発影響、節電及び円高等による事業縮小、人員整理等は今のところ見られない。
		学校就業関係者	日本全体で景気回復へのインパクトが全く見られない。学生の就職活動の早期終了化傾向。
		求人開拓員	求人数は増加(昨年対比140%)の傾向にあります。しかし、企業は今後の経済状況の変化に対応するために非正規雇用(アルバイト・契約社員)が増加傾向にある。
や や 悪 く な っ て い る	家計	スーパー	米の風評が問題になると思う。新米の切替時期だが、古米(昨年度米)に殺到している。(在庫はほぼもうない。)
		コンビニエンスストア	震災後、客数が大幅に伸長しているが、少しずつかげりが見られる。昨年と比較すれば高く推移はすると思うが、直近と比較すると悪化すると思います。
		コンビニエンスストア	震災で伸びた客数が少しずつ減少していくことが考えられる。今まで近くて便利なコンビニエンスストアの価値に気が付いたお客様も、少しずつ、他業態での買物に動きはじめると考えられる。
		家電販売店	駆込み需要が終り品物の価格が少しずつ上っている為、買控えがあると思う。
		農産物直売所	贈答品のお買い上げ点数が減少している。
		専門スーパー	震災関連で予定外の出費がかさんでいる反動があるのでは？
		レストラン	県産品が収穫時期を迎え、風評の影響が最も大きくなりそうな予測があります。
		タクシー運転手	企業の動きが悪く、夜の需要も少なく、明るい話を聞かない。
	企業	農業関係者	秋の収穫時期も終り、来春への備えをする時期だが原油価格の高騰により肥料が上がっており、来年度の注文を控えている農家が多い。
		製造業（印刷・同関連業）	良くなる要素が見当たらない。
	家計	スーパー	競合店舗が出店したため。
		ドライブイン	観光業である当店は、原発の問題が終息しない限り、先行きの明るさが見えない状況にあります。
		建築設計事務所	災害関連以外の仕事は相変わらず低迷しており、災害復旧工事も終盤の頃と思われ、仕事量は減少する。
企業	製造業(食料品)	原発事故が早急に終息しない限り、顧客(特に観光客)は戻ってこない。	

(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	「人の噂も75日」を信じたい。
やや良くなっている	家計	スーパー	競争はきびしいが、生鮮品が安定して入荷すればこの先も明るいと思います。心配は放射能被害により生鮮肉などが入荷しないのが短期的ではないので、こわいです。
		弁当・総菜店	12月はもっと回復してやや良くなると思う。
		ゴルフ練習場	東日本大震災の個々に対する心理的なマイナス面が一段落し、スポーツ又はレジャーに対して気が向いて来る感じがする。ゴルフは特にこれから秋のシーズンに入って来ます。午前中の入場者が増加して来ました。
	企業	製造業（食料品）	景気回復の兆しは見えてきて、持ち直しの傾向にあると思う。しかし、客単価・客数が下がっている現在、消費者心理は厳しいものとなっていて依然として続くと思う。
		団体	たばこの生産ラインが8月からもとにもどったので安定して来ると思われる。
		運輸業（道路貨物運送業）	引き続き少しずつふえていくと思われる。
		保険業	米価が22年より高くなっている。
		不動産業	弊社は、リフォームも営んでおり、震災の被害にあった方も住宅を修繕しようと、弊社に依頼の電話があります。皆様方も前向きに考えておられる。この様な気持ちが、景気回復につながるのではないかと思います。
	雇用	求人開拓員	今夏の電力調整については、工場及び一般消費者の節電努力の効果が発揮され電力供給不足による緊急事態の発生は起きなかった。夏場の景気の落ち込みもあまり無く、更に9月の首相交代により今後の回復が期待される為。
	変わらな	家計	商店街代表者
商店街代表者			市内の事業者の震災による建物被害に風評被害等の影響から平常時に戻るには時間がかかるのではないのか。
コンビニエンスストア			10月からはたばこの値上がりが一周年を迎えるので、現状のような特需期間は終了しますが、鹿島コンビナートや周辺地域での復旧工事が続く事が予測されるので、大きな変化はないと考えます。
小売業（書店）			工場の稼働率が、年内には全て戻らないと聞いております。そのことにより「変わらない」を選択いたしました。
衣料品販売店			税金問題や、地デジ化など世間的なもので売上げに影響がでます。お客様に余裕がないのは事実だと思いますので、今以上に良くなるとは思いません。
ショッピングセンター			大震災でいったん落ち込んだ消費マインドが再び上向き最悪期を乗り越えたと思われるが、景気の先行き不安等により節約志向は続いており、急回復はしないが急に落ち込むこともないと思われる。
割烹料理店			時期的には忙しい時期だが、昨年などは思ったほど売上げがなかった。お客様の話などからして、予約は入るかもしれないが、予算は厳しいようだ。
日本料理店			3か月で変わるものでもない気がします。（とうぜん12月忘年会はいそがしくなりますが、特有の要因ですので判断はしていません）
タクシー運転手			タクシー利用客の絶対数が減少しているのに、事業所ごとのタクシーの有台数が減っていない。少なくとも、事業所は個々の収入を守るべく、方針を持ち、新しく営業していく必要がある。タクシー会社での収入で一般の人間生活が出来なくなっている。
タクシー運転手			1～2年同じ状況だ。
タクシー運転手			野田新政権になっても良くなるとは思えない。
ドライブイン			福島第一原子力発電所の事故が完全に収束しないかぎり、地域観光や地域経済の回復は期待できない。
理・美容店			放射能による食料品の供給不足を懸念して、インフレにかかわるとの考えを持つお客様もいらっしゃるから、無駄遣いはいっそうしなくなると思う。
住宅販売会社			今年度中くらいは、まだまだ暗い状況が続くそう。
住宅販売会社			とくに景気がよくなる材料がない為。
企業	製造業（食料品）	景気の悪さは相変わらず、品物を購入する気力が薄れている。	
	製造業（化学工業）	定期修理工事が始まるプラントもあるので生産が減少する。	
	製造業（化学工業）	エネルギー不足はほぼ解消され、今後も稼働は徐々に上がると思われるが、為替の動向次第では、利益確保は難しい。	
	建設業	震災復旧工事の受注が多くなりつつありますが、景気が良くなるのとは違うと思う。予想外の修繕工事で、役所も個人も経費削減に努めるでしょうから利益は最小限になるでしょう。	
	製造業（鉄鋼業）	円高等の懸念事項が急激に改善されるとは思えない。	

変わらない	建設業	土木工事、建築工事、屋根工事の需要は継続すると思います。	
	金融業	インフラ整備が急務であることから、建築業者を主体として受注増加しているものの復興に向けた公共事業の発注が増加しなければ景気回復には時間を要すると思われる。	
	雇用	人材派遣業	コンビナートの高めの操業は年度末迄続くともっている。但し、震災で多方面への生産シフトを講じた企業については、現地鹿島方面には現時点では戻っていない模様です。
		民間職業紹介業	やはり、現状から上昇してくるには、まだ時間がかかるものと思われます。
公共職業安定所		震災後の復旧により徐々にではあるが回復が見えて来ているが、円高の影響で製造業(大企業)に打撃が出る管内には下請け(中小企業)が多数あり影響が波及することが懸念されるが、現在のところ事業所の動きは確認されていない。	
やや悪くなっている	家計	スーパー	震災の影響で、閉店する店があり、又、そこで働く人のバイト口が少なくなった為、学生などのアルバイト口が少なくなったりして厳しい状況のようだ。
		コンビニエンスストア	たばこの値上げから1年経過したことで客単価の押し上げがない。さらに客数増加が難しい環境下で、より一層強まるであろうお客様の堅実な買い物だけでは売上の底上げは図れないと考える為。
		農産物直売所	紅葉シーズンで海岸沿いは減少する事に加え、放射性物質の問題が解決しないと厳しいと思います。
		小売業(酒類)	より安価な商品の購入にシフトしている。
		小売業(金物店)	法人税や所得税が上がるみたいなので、企業の投資も落ちこみ消費も落ちこみ景気はさらに悪化の一途をたどるのではないかと危惧しております。
		洋食食堂	当地の米から放射性物質が検出された。TVや新聞紙上ににぎわし、大きなニュースとなった。風評被害のさらなる拡がりを感じる。
		観光型ホテル	震災、放射能の影響が続くと思われる。
		ゴルフ場	割引チケットなどの優待券を出さなければ来場されないような感じとなってきている。客単価・利益率の減少がこの先も続くと思われる。
		パチンコ店	景気が回復する見込みが感じられない。
		理・美容店	私のお店のお客様は、農業を中心としている人が多く、3月の震災からの風評被害で茨城の野菜や米などがあまり売れず、景気は低迷している為。
	クリーニング店	原発で、風評被害をまだひきずっていると思います。値段が安いと思います。	
	室内装飾業	金まわりが悪化して、今年の暮れには手形を落とすことができず倒産する会社が増えるんじゃないかと思う。	
	企業	製造業(食料品)	利益が出ない。
		製造業(食品)	1. 震災復旧工事が終了し、一時的に増えた人口が減る。 2. イベントが一段落する。
運輸業(道路貨物運送業)		震災後、ダメージを受けた地域での復旧には地域格差が有り、物流の動向が変化して行く事が考えられる。	
サービス業		製造業、特化自動車、金属加工業の分野で利益をあげているが、今後も向上する要素要因がみえない。消費マインドが低迷している。	
悪くなっている	家計	家電販売店	営業努力により客数を維持しても単価のダウンが改善されない可能性が高いと思われる。
		自動車販売店	暇になっている。
		小売業(薬品店)	福島などの他の県から職を失った人々が、職を求めて県南の方まで来ている。その方たちも生活がかかっているので、給与が低い職まで探しているようで地元の若い人たちの職が無くなっている。
		観光型ホテル	当館の予約状況より(景気の先行きを)判断。
		タクシー運転手	一般の客が地震の為先行に不安を感じ、金をつかう事が少なくなって居ると思います。

(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	企業	製造業（非鉄金属）	主力取引先自動車メーカーの3か月インフォメーションでは、9月が対前年比100%、10月以降120%強が予定されており、増産体制にある。一方ではアメリカ・欧州・中国の景気後退、円高による自動車メーカーの当初計画の変更から減産の不安もあり、設備投資は極力控えている状況。
		建設業	官公庁関係の工事も仮復旧工事が多かったが、今後本格的な復旧工事が出てくると思う。年末にかけて、従業員を増やして(アルバイトも含めて)対応していかなければと思う。
やや良くなっている	家計	コンビニエンスストア	接客時の声掛けや試食販売にて商品やサービスに価値を感じて頂けると購入につながるケースが増えているため。
		小売業（酒類）	震災の影響で、減っていたゴルフ客が増えて来た様で、これからは少しずつ良くなって来るかもしれない。
		農産物直売所	私供のお店は農産物直売所ですので作物が豊作であれば品物が並びます。物があれば売れるので良くなると思っています。
		農産物直売所	過ごしやすくなってくるので、お客様の足もお店に向かうと思う。新しいお客様も少しずつふえてきている。
		寿司店	党代表選も終り、第95代、62人目の首相に就任した野田佳彦首相に、がんばって前進してもらいたいです。
		パチンコ店	低料金(1円パチンコまたは5円スロット)のお客様の数が最近目に見えて多くなったので。
	雇用	人材派遣業	生産が減少するといった話が出ていない為。
		求人広告	まだまだ、震災関係の仕事がありそうなので。
求人開拓員		震災被災者の就職が、企業の雇用助成金などの効果が出て、雇用が拡大され、景気はやや良くなるだろう。	
変わらな	家計	商店街代表者	周辺が農村地域で、多くが米生産農業者なので、福島原発の放射線による風評被害によっては、米の売り渡し金額により景気にも良い、悪いと、左右されると思う。
		スーパー	客単価上昇の傾向が見られない。
		スーパー	回復する要素がないので、この先もまだ厳しい状況が続くと思われる。
		スーパー	客数が、前年割れの状況が続くと思われる為。
		コンビニエンスストア	政治の状況を見ているとマイナス要素はあるが、プラス要素はみつからない。
		小売業（化粧品）	回復の兆しが見られず、客単価の減少はしばらく続きそう。震災の影響が少しずつ減って回復することを期待。
		小売業（燃料）	弊社の経営に及ぼす外部環境が今後3か月で大きく変化する要因が見当たらないため。ただし、再度東日本大震災のような災害が発生した場合は、悪くなっていると考えられます。
		都市型ホテル	良くなる兆しが無いと予測する。それは、お客様の所得減少や失業の増加など個人消費の低迷による。また企業においても自粛ムードのままホテルでの接待の会食や宴会の自粛や縮小が続いている。それらを踏まえても今後今現在と変わらないと思われる。
		都市型ホテル	予約の状況をみると増えてはいるが、やはり人数の少ない宴会等が多いため変わらないように思う。
		タクシー運転手	当分の間は、変わらないと思います。
		タクシー運転手	当分の間は、現状のままだと思う。
		タクシー運転手	何ヶ月単位では、景気は回復しないと思う。
		代行運転手	年末になれば、忘年会などで、お酒を飲む機会が増えると思う。ただ、円高により日本の経済が不安定な為、景気の回復はむずかしいと思う。
		タクシー運転手	3か月前よりは良くなって居りますが、この先が更に良くなるとは思えません。
		ゴルフ場	うわべは、活気もどりつつある様に見えるが、政治や環境問題もつなわたり的な要素があり依然として不安は隠せない。
建築設計事務所	上向きの話は聞かれない。		
企業	企業	農業関係者	先行きが不透明なため。
		製造業（食料品）	現在より良くなる様には思えない。原発がいつ頃収まるのかが食品の売れ行きに影響が有りそうだ。特に茨城の魚から又セシウムが検出された事により、茨城の食品は益々敬遠されそうだ。
		製造業（飲料）	変化の様子が無い。
		製造業（窯業・土石製品）	円高の影響により輸出産業は厳しくなると思われるが、内需産業は震災の復旧・復興需要で上向いてくると思います。
		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ため。
		建設業	仕事の受注量はほぼ横ばいと思われる。発注単価(お客様からの発注単価)はおさえられているため、大きい工事は少なく建築営繕工事の小さな仕事を中心であるため。

変わらない	建設業（設備工事業）	年末に向かって、受注も続く様に感じられる。	
	金融業	震災からの復旧で受注が増加している業種もあるが、原発の収束時期が不透明であるため、総合的には変化なしと思われる。	
	不動産業	全般的にプラス要因とマイナス要因があると思うが、取り戻して良くなった状況は変わらないものと思う。	
雇用	公共職業安定所	企業努力により、現状維持が保たれている状態と思われる。	
	学校就職関係者	一般消費者の消費活動は安定していると思う。	
やや悪くなっている	家計	スーパー	単価が下がっている。
		スーパー	今年3月で競合店が店を閉めたが、その跡に競合する店舗が入居予定している為。
		専門スーパー	冬の節電対策の為、ストーブ・カイロ・湯たんぼ等の暖房用品の動向が昨年を上回り、好調に推移すると思われるが、ボーナスの減額が見込まれる企業が多いと予測され、必要な物しか購入しない傾向になり益々客単価が下がるとと思われる。
		和食食堂	放射性物質による不安から。
		ゲームセンター	8月以降売上、お客様の来店数、単価が下がっており、回復する様子が見られない為。
		レジャー施設	売上は毎年対前年比5%～10%程度の売上の落ち込みが続いている。入場者数は微減であるが客1人当たりの購買単価の落ち込みが主な原因である。客単価が増加する要素はなく、例年並みに落ち込むと想定される。なお、年末の売上は、同一生計者（世帯主等主な収入主）の家計状況で変化する傾向もあることから、震災が起因する直接間接の出費増も想定すると12月はやや悪くなると判断する。
		理・美容店	震災の影響は、この下半期に出て来る。政界の一波乱で国はボロボロになるのでは。
		住宅販売会社	原発対策に関して、3か月前と状況が変わっていない。これでは良くなる要素が皆無。寧ろ悪くなっているのではないかと悲観的にならざるを得ない。
企業	製造業（窯業・土石製品）	野田政権の3次補正予算の成立も遅れており、民社党のごたごたが響いている。財源の話ばかりしているが、とりあえず必要なものは支出して政策を進めるべきとおもう。	
	運輸業（倉庫業）	今後、荷主の工場・倉庫等が回復しても、景気の上向きはないと思われます。買い控え、中小企業の廃業、原発関連等も考えると、やや悪くなっていく傾向があります。	
家計	家電販売店	今後、家電製品の特需もなく期待する製品が少ない。	
	洋食食堂	現在少しずつ悪くなっている（予約件数が減っている）のですべての業種が悪化して弱くなりだめだと思えます。	
悪くなっている	企業	建設業	今期の決算(7月)では売上も25%の減となる。赤字です。売上げ伸びず通常の営業より訪問回数増し、多くの経営者と会って来ましたが反応なし。支出を極力押えている。増改築計画があるものの、着工に至らない。売上げ伸びず、企業間の競争が激しく、低価格(18%～30%)はざら、売れば売る程赤字になると嘆く経営者から受注は無理だろうか。売り先を紹介して、なんとかつながりを維持しています。

(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	鰻屋	家族で来店する人が増えつつある。
やや良くなっている	家計	商店街代表者	首相がかわったという事で皆が希望を持っている様子がお客様との会話で伝わってくる。
		自動車販売店	徐々に復興がすすみ、新しい総理大臣も誕生したので、新しい方針が示されれば、心のご祝儀で少しよくなってくると思われます。
		農産物直売所	秋は各種イベント等も多いため更に少しずつではあるだろうが良くなっていると思います。また、新内閣に期待を込めて良くなってほしいと思います。
		和食食堂	忘年会があり予約も増えるだろうと思われる。
		タクシー運転手	大震災の復旧も日々進んでいることや、タクシー業界そして各団体、茨城県と一団になって県内への観光のPR等、人の流れを確保しようと努力している為。
		タクシー運転手	工業団地が近くにあるのですが、忙しくなり出したように思われます。
		ドライブイン	原発の後処理が順調に進むことを前提として、これ以上の風評被害がなければ年末にかけて景気は良くなると思われる。 懸念材料として冬のボーナスの動向が気になる場所である。
		ゴルフ場	円高や原発の動向が懸念されるが、企業の生産活動も回復している様である。また、シニア女性を中心に予約(企業のコンペ含む)が好調に推移している。
		理・美容店	ひき続き、木・金の会社休日が多くなり、土・日曜日にひきをとらない客数があるようになった。
	企業	製造業(食料品)	やはり電力削減の影響は大きいと思われるので、それがなくなるのはいい傾向になると思います。
		製造業(印刷・同関連業)	日本のトップも菅首相から野田首相に変わった。「新しい内閣の仕事は、まず被災地の復興、そして日本の景気を良くする。」等々、経済復興を最優先に掲げている。景気が良くなれば、皆の気持ちも明るくなり、より一層、被災地を援助する気持ちが大きくなる。物が動けば、おのずと景気も良くなる。野田首相はじめ、経済関係に大いに期待したい。
		製造業(金属製品)	自動車業界の増産を引き金に、他の業界でも回復の動きが実感できる事を期待したい。
	雇用	求人広告	復興支援関係が、まだ続くと思われる。
		公共職業安定所	新規求人数は徐々に減少しているが、有効求人数に影響する程ではなく、8月の新規求人数は増えていく感触がある。8月~9月の有効求人倍率も増えていくものと思われる。個々の求人数も増えている感触がある。
	変わらない	家計	商店街代表者
スーパー			客数、客単価、およびエリアマーケット状況トレンドに約4か月変化が見られない為、大きな変化はないと考える。
コンビニエンスストア			客層の拡大などの取り組みで個々の売上を上げていく事は可能かもしれないが、今後の増税の話題、円高など経済全体が上向きになる話がどうしても出て来ない為、景気が今後良くなってくるとは思えない。お客様も同様、先行きが分からない中で、財布のひもは固い。
専門スーパー			政治・政府が明確な方針を示さない為。
小売業(燃料)			お客様は不要不急なもの以外はあまり購入されず、景気が好転する兆しはない。
和食食堂			首相交代で景気の上向くのを期待はしているが実感はない。
和食レストラン、割烹			震災後、落ちついてきた様に感じる。
都市型ホテル			内閣が変わり期待していたが、震災以降売り上げが伸びていない。3か月先の12月は忘年会の時期ですが、毎年利用して頂いているお客様は予約を頂いているが、新規のお客様は、あまり入っていないので変わらないと思う。
ドライブイン			景気回復の見込みがないため。
ゴルフ場			総理大臣変更でも、変わらないと思う。
ゲームセンター			地震や原発の問題がおさまらない現状では、好転する事はむずかしいと思う。
理・美容店			12月にもなると以前は、髪もキレイにして、新しい年をむかえるというパターンだったが、ここ最近では年末も新年も普段と変わらないという人が増えてきた。
建築設計事務所			建築業界は良策によりただちに変わる業種ではないため、現在において景気回復の要因がない以上、3か月先良くなるとは思えない。
住宅販売会社			まるで無期限の膠着状態に陥っているかのように、深い底を漂っているかのよう。
農業関係者			農業関係者
	農業関係者	景気の変化はかわらないと思います。お客様の元気がない。暮れに向かって、大幅な景気回復をつねに望んでおります。	

変わらない	企業	製造業（食料品）	取引先から定番の注文はある程度、コンスタントに入ってくるが、季節物、新製品の注文が無いかわっても少量で打切りになることが多い。震災後の自粛・節電ムードで経済全体がうまく回っていない気がする。
		製造業（化学工業）	車載関連製品では受注回復し好調を維持しているが、エレクトロニクス・半導体関連では顧客在庫調整がもう暫く続く見通しのため。
		製造業（一般機械器具）	先月は売上が7月の売上の2/3しかなかった。親会社にきくと休みが長かったからとの話し。
		製造業（電気機械器具）	節減対応は当面続く見込みである。
		製造業（印刷・同関連業）	現在利益率がどこの会社も悪く、経費削減の為、色々自粛せざるをえない為と思います。
		サービス業（コンサルタント業）	震災復興政策がどうなるのかによるが大きな変化はないように思える。
変わらない	雇用	学校就職関係者	震災復興で、建設・建設機械製造関連の企業が好調であるが、資材によっては、供給が追いつかなくなっているようである。そのため、現在と変わらないと考える。
		就職相談員	就職相談件数は減っていない。
やや悪くなっている	家計	コンビニエンスストア	政治の不安定や、原料価格の高騰などで、日常的な食パンなどの商品の価格が上がってきている。お客様の買い方も、比較しての買い物が多くなることが予想され、買上点数は下がると思われる。
		旅行代理店	民社党主の増税など、方針ができてきていることから、今後は良くなるべき所、不安でいっぱいです。
		タクシー運転手	景気が良くなる理由が今の現状ではむずかしい。
		日本料理店	夜になると市内の人出がかなり減少している。
		日本料理店	先行不透明。
		レジャー施設	現時点では、新内閣への期待があるが、抜本的・効果的政策が実施されず期待外れに終わる。その為、ますます行楽・交遊費の引き締めが予想される。
		企業	製造業（印刷・同関連業）
製造業（窯業・土石製品）	震災の特需がある程度落ち着くと、その反動が必ず少なからず私はあると思うので現在の状況より、やや悪くなっていくと思います。		
建設業	まだまだ震災・原発の問題、円高と山積し、経済が上向きには考えられない。		
電気工事業	給与、賞与共、小規模事業所は減額しており、大企業や役所と比べ、格差が極端になってきており、こう言った層の占める割合が多いのではないのでしょうか。これを是正しないと、お金が廻り出さないとと思う。		
金融業	増税、原発、農業関連の風評等の不安材料が多く、又歴史的円高であることから大手企業の海外進出増加が予想され空洞化が加速し、受注減少に拍車を掛けるものと思慮するため。		
悪くなっている	雇用	人材派遣業	どこの取引先からも、良い話がない。
		家計	家電販売店
			クリーニング店

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	少子高齢が顕著である。近所付き合いが大切であると認識し始めた。
	商店街代表者	電力対策による地方大手企業の土日出勤の影響で飲食店、納入業者の対応が大きく変化した。その結果、曜日ごとの消費動向に変化が表れている。商店街の通行人の数も、変化している。
	スーパー	会社が土日休みでなくなり(9月までらしい)、去年のデータがあてにならない。平日の男性客が多くなった。
	スーパー	祝い事等は少し単価が高く設定されています。普段は節約し、いざと言う時はお金をかける傾向です。
	コンビニエンスストア	小売業としては、昨年の猛暑の裏返しで売上としては厳しい状況となっている。工場関係の輪番操業により、平日と週末の売上差が縮小している。
	コンビニエンスストア	海の家含め風評被害は非常に大きい。
	衣料品販売店	まだ、余震は続いています、気持ち的には前向きになっています。
	農産物直売所	節電対策の影響により、土日営業の企業が多くなり、土日の集客が平日より低い日がある。
	小売業(燃料)	燃料等最低限の支出以外は控える傾向にある。
	小売業(酒類)	震災後、ネット販売未だに客足もどらない。
	小売業(水産物)	茨城県全体で原発風評被害で、多くの業種で苦難をしいられている。活気ある茨城をイメージづけるため、県全体で協力して茨城をPRして欲しい。お金をかけなくても、色んな事が出来ると思う。個人個人では何か動かなくては…と思っている人が多くいるはず。
	小売業(靴製品)	特定の企業(災害関係全般)には、かなりの額が入っているか、入る予定があるので、思っているより景気は下り坂とも思えない。
	レストラン	地震の後景気が元に戻らないのが残念です。早く良くなる事を祈りたいです。
	居酒屋	来店客が少ない(宴会が無い)。
	スナック	節電の為に、会社の休日が変わって益々、不景気に拍車がかかった様に思う。
	和食食堂	誰が総理になっても同じと思いますが、なんとか光明が見えてくれるとよいと願っています。十一月、十二月はすぐ来てしまいます。不安は一杯です。
	民宿	地元の人には地元の食材でも、さほど気にせず食べているように思われるが、観光客の方は、放射能の数値を気にしてか、訪れて美味しいものを食べようなどとは思わなくなり、お客様の入りはほとんど無いのが現状です。早く原発、放射能問題が片づく事を祈ってます。
	観光型ホテル	回復の兆しがみられるが、風評被害がどこまで払拭できるかがカギ。
	タクシー運転手	震災関係の仕事は減っている。
	タクシー運転手	罹災証明により、高速の朝晩の交通量が増えている。
	タクシー運転手	節電により、7・8・9月の3ヶ月間、地元企業が変則シフトで休日を取る事になり、今までにない初めてのケースとなったのですが、多少は売上げが落ちた感はあるのですが、自分が思っていたよりは、大きな落ち込みはなかった様な気がします。
	ドライブイン	消費者のモノに対する購買欲が以前よりうすく感じる。震災直後の購買欲の反動のように感じた。
	ゴルフ場	物の価格が下がってきている。
	ゴルフ場	前年9～12月は、天候不順に影響を受けたことを配慮し、更に一層予約管理の徹底を図る必要がある。
	レジャー施設	夏期のレジャー施設は、施設利用者が増え、それに伴い収入も増加しますが、近隣(県内も)の海を利用した施設は、例年になく厳しい状況だと伺っております。(原発事故の影響でしょうか)幸いにして、海からやや遠い本施設は、例年並みの利用者を確保することができました。
	ゴルフ場	ゴルフ場に限ったことではないと思われるが、相変わらずシニア層の来場が多く、思いのほか今回の震災に左右されている気配は薄く感じる。企業は、いままでコンペを自粛していたが、そろそろコンペをやり始めている。
理・美容店	震災後の節電事情から工場の休日が土・日以外となり、人の流れも大分変則となり商売にも影響が出ている。	
クリーニング店	節電の為に休日が火・水・木などに変更になった為。売上が土・日集中から曜日に関係なく売上・客数が平均化されている。	
企業	林業関係者	災害復旧等もそろそろ始まり、観光もおだやかに回復のきざしが見えてきている。
	水産業関係者	漁業を取りまく影響は県全体としても最悪の状態である。東電からの少ない弁償金で生活している以上、なかなか景気を良くすることにはならない。
	製造業(精密機器)	プレス屋さんが廃業するという話をきく。
	製造業(製缶)	円高の影響もあり、受注を確保するのが難しくなっている取引先もある。

企業	製造業（電気機械器具）	震災の影響，風評被害でサービス業，飲食業，観光業，農業，漁業，小売業，製造業等の景気が良くない事を依然として耳にします。
	製造業（電気機械器具）	材木関係の工場が近くの工業団地に2～3社出来ました。材木関係は良いのかどうか分からないが，国産のすぎ，ヒノキを加工しているみたいです。
	金融業	震災後，不動産については販売状況も停滞しており，鈍化している。
	不動産業	福島原発事故の影響が不動産分野にあまり出ていないのは良い事だが不思議に感じる。
雇用	学校就業関係者	円高の具合で変わってくると思う。
	求人開拓員	仕事を獲得する為の人材が集まらないので，細々と現状維持で会社運営をしている。事業拡大をしたいが現実には，無理と諦めているようである。（情報化事業所での技術者不足・・・コンピュータ業界へ就職する若年者が減少）

(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	震災の復旧で、建設関連についてはかなり仕事の需要がある様子。一部の業種だけではなく、全体的に景気が上向きになってほしい。
	商店街代表者	消費者は、個人商店や既存の商店街では買い物をする気持ち、感覚がなくなってきた。夏涼しく冬暖かい天候に左右されないショッピングセンターで買い物や時間を過ごし、必要な物をコンビニ・量販店・ホームセンター・ショッピングセンターで購入し、時には駅ビル・デパートで買い物をする。この様なパターンを打破するために、個店の努力が必要であり、量販店等に負けない逸品開拓や商品知識アドバイス、消費者が欲しい物、買いたくなる商品、魅力あるお店作りをして迎えなければ商店・商店街の再生はない。
	百貨店、総合スーパー	プライダルの需要が増加傾向にある。又、出産関連商品の動きも出てきている。
	スーパー	食糧は世界的に原料高騰が伝えられている。新興国の需要、他。しかし、国内では、デフレから抜けられない。仕入先とも価格のギリギリでの詰め合わせが行われています。
	スーパー	新米の時期で、放射能に関する問い合わせが多い。
	コンビニエンスストア	タバコの需要が減りつつある。8月まではJ Tの販路がコンビニエンスストア中心であったが、在庫の安定化によりお客様が購入できる店舗が増えた事が要因と思われる。
	コンビニエンスストア	少しずつだが、食品や衣料品以外の商品を買う機会が増えてきている。化粧品や嗜好品を買いはじめている。
	農産物直売所	朝一番で買い出しに来店する、飲食店の買上げ量が少ない。県外からのバスの立ち寄りはない。
	スーパー	貿易黒字が話題にならず、円高による利益減少の話題が先行していることが気になる。
	レストラン	業種により格差が大きいようです。
	レストラン	食材関係の値上がり心配。(価格に転換できない)
	レストラン	披露宴を考えているお客様の来館が多くなっています。若い世代の「結婚」に対する意識の変化を感じました。
	観光型ホテル	10月以降復興支援等で団体の引き合いも増えてきているが、取り消しも多い。他方面との競合では提案はあっても最終的にはお客様に茨城が選ばれないのでは・・・
	タクシー運転手	まだまだ震災の影響で、出控えているように感じられる。
	観光名所	震災後低迷していたお使い物の需要が若干でできたかと思われます。
	ゴルフ場	放射線量に関しての問い合わせが増加しているように思われる。
	レジャー施設	小学校等の団体予約が入ってきているので、徐々に回復してきているとを感じるが、お土産品の購入単価が下がっているため、まだまだ消費は控える傾向にあると思われる。
	理・美容店	年金暮らしをしている方は、必ず定期的に来店して下さっていたが、最近そういうお客様さえも来店サイクルが長くなってきている様な気がする。
	理・美容店	仕事がきついで別の方へさがしかえたいと言う人がいても職業も見つからず。がんばっている。
	企業	製造業(食料品)
製造業(窯業・土石製品)		震災後の復興工事で各社忙しそうではあるが、新規受注が低下しており、将来に不安を感じる。
製造業(一般機械器具)		円高、福島原発をなんとかしなければ。特に原発に関しては、もっとはっきりしてほしい。秋の取り入れ、秋のくだもの、気持ち良く食べたいです。
製造業(精密機械器具)		外資超大手企業から、3年越しで医療器周辺装置の開発受注に成功。今後の国内、海外市場が期待出来ます。医療の分野・市場には、不況の影響は無いようです。
建設業		震災後の『井戸』に対する関心が日々高まっている。中止中の井戸の再活用、新規井戸の提案等地下水有効活用が市民レベルまで浸透している。
運輸業(道路貨物運送業)		節電に伴い当社の8月の電気使用量は対前年比-25.4%となった。正面玄関内が消灯により暗いのも今は会社のイメージダウンにならない様である。
情報通信業(情報サービス業)		会社や個人の必需品であるガソリンについては、円高恩恵に期待するところが大きいが、あまり感じる事が出来ない。海外市場の投機動向や先物取引などの諸事情はあると思われるが、円高解消後における価格高騰が不安。
不動産業		ロードサイド型テナントの退室が最近多い。
サービス業(広告業)		予想していたよりも経済活動の復活は早いと思った。ただ、財務基盤の弱い中小にとって、日々の商売はまだ苦しいようで、売掛金の支払い日を守ってくれない事業主も増えた。
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、一部ではお客が戻ってきているという話も聞かれる。これは、震災によって地元を見直そうという機運が高まり、車で遠くまで行ってお金を使うより近場で消費しようという思いが強くなったとも考えられる。
雇用	学校就業関係者	休日にも関わらず家電量販店でのお客の数が少ないように思われた。その一方で、リサイクル店の利用者の増加がみられるように思われる。

(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	震災のダメージの影響も、快復に向けて居り、良い物を買求めるお客様も多少増えて来ています。これからは風評被害等を起こさない確かな報道の在り方も、将来に互って重要と、思われます。
	商店街代表者	NHK-B S時代劇「塚原卜伝」が10月から7回にわたって放送されることに決まり、観光客、来街者の増加により地域への経済効果が期待できる。それには、いかに魅力あるものを作るかにかかっている。
	スーパー	一部お客様で千葉、茨城の農産物、魚類等を買控える方も見受けられます。関西や九州、北海道などの商品は、動きが良いです。(加工食品も同様)
	スーパー	若い人の働き口が少ないとの話を聞く。まだまだ、復旧が進んでいない地区もあり通常の生活には厳しい人が多い。 社員として働ける場所が少ないため、アルバイトを募集すると応募が多くなった。
	コンビニエンスストア	近隣にある大手パチンコ店に朝から大勢のお客様が来店している様子があって、仕事がないという方も多い状況であると感じます。
	農産物直売所	やはり新米シーズンに入り放射性物質が解決しないと、われわれ地場産を販売する業種は、なかなか回復は難しいと思われます。
	小売業（酒類）	国内ビールメーカー4社ともほぼ震災前の商品製造量にもどっている。
	小売業（金物店）	大手企業同士が合併の話がある様なので、業者間で色々な噂を取りざたされています。
	衣料品販売店	お客様の個人差はもちろんありますが、平均して、お買物の一客単価が上がったようです。
	ショッピングセンター	東日本大震災により旅行関連業者は営業面に苦戦している状況にあったが、7月より旅行需要増加基調にあり急回復している状況。
	洋食食堂	前期に売上げの伸びがあったが、本格的な夏のシーズンは全くの期待はずれに終わった。 原発の被害は有形、無形はかり知れない。
	割烹料理店	震災の後、少しおちついて来たので、植木屋を頼んだが年内は忙しくて断られた。庭を気にする位、景気もおちついて来たのかも。
	日本料理店	お昼の来客数はよくなってきています。夜が少し少ないので、トータルすると変わらない。 (※景気とは別として震災のつかれがみなさんとれてきて、笑顔が身の回りでふえている気がします。笑顔で景気が良くなるとは思いますが、3ヶ月前にくらべるとそれだけでも良くなっただけいいかと思う。)
	タクシー運転手	神栖にも、4~5名のタクシー会社あり。神栖のコンビナートへ出張してくるサラリーマンをホテルから運ぶ仕事に終始していた。つまり、事業所への電話客をほとんど受けなかった会社が現在は町内客の近距離に應へはじめている。震災以降、個々の売上減少が止まらない。
	ドライブイン	この夏は、原発事故の影響か、首都圏から来る海水浴のお客様が少なかったため、お土産の売り上げの落ち込みが目立つ。 また、8月は平成22年産米を買求めるお客様が非常に多かった。
	ゴルフ場	ゴルフ場での高額な商品を購入されるお客様が最近おおく見受けられる。少しずつではあるが景気が回復して来ているのではないかとと思われる。
	理・美容店	気持ちの問題なのか、最近商品の購買意欲がわかなくなっているのを感じます。余計な物は買わなくなってきたなど感じる。
	クリーニング店	震災の影響は、まだまだあり、お金の使い方も慎重です。外食も控えている。
	室内装飾業	以前、塵みたいな仕事は受ける事もなく捨てていた業者が、ここ最近はその塵の仕事でさえ、塵の中から拾ってまで仕事をするようだ。
	住宅販売会社	節電や円高など、落ち込みムードに拍車をかけるような社会状況ではダメ。 景気の良し悪しは、やはり社会の与える状況に影響されるため、明るく前向きなムードが必要。
企業	農業関係者	銚田市だけが真っ先にコメの検出公表を受けた。結局、安全宣言が出されたものの、消費者側のイメージ悪化は避けられない。
	製造業（食料品）	円高で市場がおかしくなっている。
	製造業（食料品）	震災で壊れた、建物・道路・ライフラインの復興事業は少しずつ続いています。環境・健康・経済・利便性の豊かさを感じる価値観が変わって、将来の安全性・安定に不安を感じている様に思います。景気の良さは消費で、豊かさを深めることの本質が違ってきていると思います。
	製造業（食料品）	今夏は猛暑が続き、ビール、清涼飲料向けの製品の出荷が増えた。 出かけるのを控える巣籠もり現象によるものかはわからないが、家庭用の製品の出荷が多い。
	団体	震災後の自粛モードがだんだん薄れて徐々に戻ってくると思う。
	製造業（化学工業）	震災による需要喪失、稼働低迷は未だ深刻であり、今後も見込まれる復旧費用や円高と合わせ、業績に大きな影を落としている。

企業	建設業	今誰が総理になっても同じで、景気は足踏み状態です。自分達で自分達の街を活性化させる努力が必要です。JAで茨城の食材をスーパーで、又、レストランで食材として使ったりしていました。新鮮でおいしかったです。大いに茨城の物を皆で使ったり食べたりすることです。
	製造業（鉄鋼業）	現状は景気は関係なく、復興作業が続くのかと思う。
	運輸業（道路貨物運送業）	運送の仕事が無くて困る・・・と同業者からも聞く。秋口以降活発な動きになって欲しい。
	金融業	震災による影響はあらゆる業種に及んでおり、資金相談のほとんどが災害資金で、事業拡大や受注増加によるものは見当たらない。
	保険業	30才台の人が新築住宅を建てている。
	サービス業	記録的な円高にもかかわらず、消費物価の低下が見られない。震災以降の消費意欲・マインドの低迷はまだ明らかに継続していると考えます。
雇用	民間職業紹介業	求職者（特に年配者）の登録は多少増加傾向にありますが、求人企業が少なくマッチングがなかなか図れない状況にあります。
	学校就職関係者	一時期、自粛ムードがあった気がしますが、スーパーでも品数等が揃い、お客さんも大震災前の通常に戻ってきているような気がします。
	求人開拓員	当所においては、就職に関する相談来所者（出張相談時の相談者も含む）が4月以降、昨年度に比較して極端に減少している。特に5月からは毎月の来所者数が半減に近く落ち込んでいる。この傾向は近隣のハローワークにおいても同様の情報も入っている。理由については不明。

(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	今後も円高がこのまま続き、電気料金の値上げが進むとダブルパンチとなり、企業の生産工場は益々海外進出が進み、雇用の不安定要因となり、景気を押し下げているのではないかと。
	スーパー	均一セール実施の効果が有り、客数増につながっている。
	スーパー	古米が良く売れている。
	スーパー	福島産の農産物や鮮魚に関して、まだ抵抗感がある様に思える。茨城産の食品などはもち直したと思われる。
	スーパー	客数の前年割れが続いているが、一次商圏の来店頻度が落ちている。震災での買いだめ経験が、それ以降も続いている事やガソリンの高止まりから来店頻度に影響していると思う。その分1回の買物でまとめ買いしており、買い上げ率がアップしている。
	コンビニエンスストア	コンビニエンスストアのような小型店舗は盛況だが、大型店は苦戦している様子がある。
	農産物直売所	道路が良くなり霞ヶ浦方面でゴルフをしたゴルファー達が帰りに寄るようになり新規のお客が増加しています。県外のお客も増えているようです。
	専門スーパー	エクステリア部門が好調に推移しているが、職人不足（東北地方に出張している）の為に工事物件が2ヶ月待ちの状態。
	小売業（燃料）	法人・個人ともに非常時発電機の購買意欲が高まっています。
	和食食堂	客単価が下がっているというわけではないので、値段、安全性を求めていると思います。
	洋食食堂	競合する飲食チェーン店の話をお客様の会話から耳にしました。安い料金でステーキはまずいけど、ハンバーグ等はまあまあ食べられる。野菜も好きだけ食べられ、幼児は無料、カレーも無料等、信じられない話だ。サービスが付いていて、時代にピッタリなのだろう。
	都市型ホテル	先日、近郊で大きくお祭りをおこなっていた。結果はわからないが人出は昨年以上に見受けた。出店の売上も昨年以上で、身近で楽しんでお金を落としているように思えた。
	タクシー運転手	つくば市内では、4月からつくタクというコミュニティーバスを走らせた為に以前、病院への通院や買い物等で利用いただいていたお年寄の方が乗らなくなった。
	タクシー運転手	節約志向や巣ごもり、自粛ムードも少しずつ緩和してきて、これからの行楽シーズンに良い結果と成る事を期待しています。
	ゴルフ場	ごく限られた地域で天候が急変する大雨や台風等ゲリラ的天候が最近多くなっている。予報外の局所的な荒天は危険を伴いすべての産業に影響すると思われる。
	理・美容店	震災の被害は、少なからず受けた方も多いが、被災者の方々は実は意外とプラス思考で、僕らが逆にはげまされる。実は、まわりの人達には普通にしていってほしいのだろう。たいへんなのは、みんなだ。
建築設計事務所	特殊な仕事(耐震診断、改修工事)はいそがしいようです。	
住宅販売会社	震災によるキャンセル（親が被災して資金が回せない等）がいまだに続いている。状況は悪くなる一方だ。	
企業	製造業（食料品）	あまり感じられない。景気も総理が変わったといっても依然停滞しており、円高・株安が改善されないと益々悪くならないかと心配である。
	製造業（窯業・土石製品）	管総理から野田総理の交代に伴うごたごたばかり見せられているが、もっとスピード感をもった仕事をしてほしい。被災した市町村に対しては使途自由で1市町村あたり、例えば50億円を交付し復旧にあてる。また、行政の人手が足らなければ、定年退職したOBを雇用充足し、もっとスピード感ある復旧をすべき。
	製造業（窯業・土石製品）	震災や原発事故による節電の影響がいつまで続くのか先行きが見えない。円高やこの先電気料金の値上げがあれば、消費はさらに落ち込むと思われる。
	製造業（非鉄金属）	主力取引自動車メーカーが、9月より月間5日の公出による増産を予定。当社も同様に増産体制を計画している。
	建設業	同業他社の経営者、にんにく栽培100万円市場に出荷。次に秋茄子を植える。600坪、800坪のビニールハウスを作って、農家経営に挑戦。これ迄、ミカン、ブルーベリー、さくらんぼ、何度か市場に出荷しているが、もうからないとこぼしています。仕事があれば、なんといつても利益が薄いと言いながら、建設業がいいねと言っていました。既に3人の仲間も、食蚕、ラーメン屋など兼業しています。
	建設業	知り合いの石屋さんは震災による墓石の修理で大忙しで、ウハウハだと思っていたら、修繕工事ばかりで新設が少なく、施工金額は昨年50%減だという。当然、儲けも少なくなったという。
	建設業	弊社は主に店舗・施設の工事が多いが、最近住宅系も工事が増加している。修繕作業が主である。また商業施設においては震災補修が一巡し、内装のやりかえや業態転換等の相談・打合せも増加している。
	金融業	輸出関係の業種は円高の影響を受けている様子。

企業	不動産業	株価・空洞化・少子高齢化・円高等、日本全体の状況がだんだんと悪くなると思う。その縮小したパイの中での業者間のサバイバルが益々厳しくなると思うので、地域を大切に、必要とされる会社は必ず生き残ることを信じて実行すれば悪くはないと思う。
	雇用	
	人材派遣業	自動車業界が活発である感じあり。
	公共職業安定所	土浦市、つくば市における飲食業、宿泊業等については、放射能被害による風評被害が尾を引いており、雇用調整を余儀なくされているケースが多い。
	学校就職関係者	学生からバイトがなかなか決まらない、という話を聞くようになった。駅前商店街などは、地震の被害による改修工事をしないままの空き店舗が多くなった。スーパーでは福島産か茨城産の野菜しか買えなくなった。（以前は良く見かけた九州産のものがない）整備不良車（球切れ）や、ぶつかっていても修理していない車が増えている気がする。
	求人開拓員	製造業の末端である、在宅ワーク（内職）の求人が増加傾向にあり、景気が上向きになって来ている。

(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	買物の意識が変化している。 買物が非常に細かい。 趣味, 教育費には出費する。必要最小限の出費で押えている。
	商店街代表者	毎月前年の同月比を見ているが昨年もお盆後の売上が低かった(もちろん今年も)。お盆の出費をおさえるので財布の紐がしまるのだろう。
	時計販売店	高額の商品がほとんど動かなく(売れなく)なっている。
	コンビニエンスストア	守谷市内においては、住宅の建設が日に日に増えている様に感じる。また、小売店などの開店、閉店も多く経済全体が動いている様に見える。もしかすると、一部の層では景気も良くなっているのかもしれない。
	家電販売店	たばこを止める人が増えて来た。 地上波デジタルに変わってから、大型テレビの売れ行きが非常に悪い。2~3台目のテレビとして小型液晶の需要が高い。
	自動車販売店	高速無料措置で遠方に出かけている人の話をよく耳にします。利用によっては悪質もありますが、一般にとっては出かけることによる経済効果はあると思います。(又、野田新総理に大いに期待します)
	専門スーパー	以前と比較して、チラシ商品など安いものしか売れない印象を受ける。
	小売業(燃料)	プリウスに代表される低燃費車が増えた。
	和食食堂	古米が値上りしていたが先日新米の検査結果が発表され、問題無いとの事で安心した。
	鰻屋	大型車の動きが増えているように見える。高速道路で大型車が増えると景気が良く、一日中こんでいると景気は良いと思います。
	和食レストラン, 割烹	来店客数はあまりかわりない。
	都市型ホテル	低価格で販売している、お店の乗客が多くなっている。価格競争が激しくなると生きのこりが大変となってくる。
	旅行代理店	野菜が高い。魚類も近海漁がだめなので高い様です。ガソリンや軽油は円高なので安くなるかと思っていたが、全然変わらない。
	タクシー運転手	皆様少しでもお金の出るのを少なくしたいと思うのか、料金もとてもシビアになっています。収入も少なくなり、生活防衛の為だと思われます。
	タクシー運転手	駅から下車してきてもタクシーを利用する人が少なくなった。(駅での待ち時間が以前より平均的に長くなった)
	タクシー運転手	お客様の動きは、通常生活の出費はなるべくおさえて、各自の趣味や旅行等にお金を使う傾向である様です。
	タクシー運転手	会社関係の人の出入が多くなったように思われる。
	ドライブイン	例年であると、夏休み期間中は子供会の旅行などで観光バスがたくさん入るのですが、今年はほとんどなかった。
	ドライブイン	町内にある食品工場の無料見学に訪れる人の数が異常に増えている。
	日本料理店	節約ムードが高まり、需要がない。
ゲームセンター	未だに屋根がわらの修理が終っていない家もあり、景気を良くする動きがあるようには思えない。	
レジャー施設	知人の会社内でも歓送迎会の回数が極端に減り、出席率も下がっている。それだけ出費を抑える傾向にあると考える。	
理・美容店	近くの工場が閉鎖してしまう所が多く(または移動)、本当に不景気なのだと感じる。	
住宅販売会社	原発問題により、安心して暮らせる生活基盤が揺らいでいる。まずは、その生活基盤を立て直さないことには、景気は良くならない。	
企業	農業関係者	消費者は、価格が安いと果実類まで購入するが、価格が高くなると贈答品までは買わなくなるような気がする。
	製造業(食料品)	求人をした場合人が集まりにくくなりました。特に日本人の方が集まりにくくなりました。
	製造業(食料品)	夏祭りや花火大会等、地域の催し物を見ていると、一部の中止を除いては、地域住民が例年以上に出店や出し物に力を入れて少しでも世の中の景気の回復・震災の復興にがんばろうとしている前向きな姿勢が感じられる。
	製造業(化学工業)	震災および震災後の夏場電力不足の情報に海外顧客は過敏に反応し、本来の需要以上に先行手配・在庫積上げた結果、急激な受注・在庫調整を行っている模様。
製造業(窯業・土石製品)	最近、車を運転していると軽自動車とハイブリットカーが多いのが目に付きます。それだけ燃料・経費に敏感になっていますね。つまり仕事増、売り上げ増、給料増、ボーナス増が望めない、すべてがマイナス減々だからです。プラスにする為には「外需」に求めて、外貨を稼ぐ産業、企業を政治的に、行政的に優遇することを国の成長戦略の「柱」にしなければ、豊かな日本はあり得ないと考えます。「豊かな国」「利便な国」「安全な国」を人が求めなければ話は別ですが。	

企業	製造業（金属製品）	当社周辺の電気・通信業界では、ますます受注合戦が激しくなり、利益を望めない業況となっている。
	建設業	農産物心配・新米等にセシウム問題があり、古米が売れている。
	電気工事業	買物に行っても、食事に行ってもお客が少なく、又寿司など、高価なものを食べに来ている人が少ない感じがします。我慢して生活している人が多いのではないのでしょうか。
	金融業	県内の海水浴場者数減少に伴い、レジャープールの入場者数が増加。市内の道路補修工事の本格化に伴い公共工事が見られる。
	不動産業	生活保護者が相変わらず多い。賃貸はお客様が2極化している。（高額物件の方と極端に安い物件を探す方）
雇用	求人広告	県西の人達は、あまり地震による被災地としての認識がないように思われる。
	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、求人募集が多くなっている。就職戦線は、昨年の買い手市場傾向が改善されているようである。
	就職相談員	若年者の相談が減り、高齢者の相談が増えている。