

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北関東)	良く なっている	遊園地（職員）	来客数の動き	・週末が2週連続大雪となり、来客数が大きく減少した3か月前と比較すると、天候に恵まれ来客数は堅調に推移している。
	やや良く なっている	百貨店（店長）	販売量の動き	・宝飾、呉服や特選、化粧品といった消費税増税前に駆け込みのあった商品群については依然動きが鈍いものの、それ以外についてはすでに前年に追い付いてきている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・日々の来客数が少しずつ増加している。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・前年比で考えれば、売上は9掛けなので良いとは言えないが、4月は8掛けの状況だったので、少しずつ改善傾向にはある。
		スーパー（統括）	販売量の動き	・食品の売上高、客数共に消費税増税の影響は消え、既存店の前年実績を越えてきている。消費サイクルの長い衣料品、特に実用衣料は前年割れが続いている。
		スーパー（経営企画担当）	来客数の動き	・4月は結果として消費税増税の反動で前年比5%弱の売上減となったが、4月中旬以降は来客数、売上共に前年並みに戻り、5月もそのトレンドは変わらず、月間では来客数、売上共に前年を若干上回ることができている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前月比でみると少し良くなってきているが、前年比でみるとまだ客数が戻っていない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上、来客数共に前年比100%となり、大分戻ってきた感じがしている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・5月に入って前年をクリアする日が数日出てきており、消費税増税の駆け込み需要の反動減から、徐々に平常の状態へ戻りつつあるような感じが出てきている。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後の反動減は2～3か月と想定していたが、想定より回復が早く、販売量、買上点数がほぼ前年実績に近くなっている。4月中旬から回復の傾向がみられ、ゴールデンウィーク期間中はむしろ前年実績をしのいでいた。連休後もほぼ前年同等で推移しているため、賞与等が発生してくる今後の消費には期待できる。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前年同様、天気にも恵まれ、ゴールデンウィークの売上が増加した。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客単価が上昇してきている。
		スナック（経営者）	お客様の様子	・消費税増税後、客入りは少し悪くなっているが、外を歩く人の数は増えている。
		旅行代理店（所長）	来客数の動き	・学生の団体客の動きが良い。また、外国人の来訪者もかなり増えている感がある。ただし、日本人観光客に関してはまだまだである。個人は週末中心に伸びてきているものの、一般団体の動きは今一つである。
		タクシー（役員）	お客様の様子	・曜日によってではあるが、多少の増加がみられる。ただし、円安のため、海外旅行関連の需要は少ない。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・ここ最近台湾、タイ、インドネシアなどのいわゆるインパウンドが増加傾向で、比較的富裕層が訪れている。食事や買物も以前に比べ利用が増えている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・消費税増税により多少客が減ったが、若い客で今までのカット、パーマ、カラー以外に、エステやメイク、ネイルといった複合美容施術を希望する客が徐々に増えてきている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・景気はまだ良くないが、若干不動産に関する引き合いが出てきている。貸店舗、アパート、マンション等についてもちらほら問い合わせ等が増えてきたように感じている。ただし、単価は相変わらず低く、まだ正常な価格帯には戻っていない。
	変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・気節の変わり目で夏物が売れ始めて良い時だが、出足は至って悪い。前年実績を維持するのが精一杯である。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・少しでも安く買いたいという消費者が目立つ。市を開いても100円の品には列を作るが、普通の値段だとなかなか見向きもしてくれない。

商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税増税への関心は薄れてきているように見受けられる。来客数は前年同月比116%と伸びているが、客単価が同89%となっている。客は必要な物以外はいまだに買い求めている。
一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・今月は連休や花の観賞で小旅行の人が多くっており、観光地は良くなっているだろうが、地元としては消費税増税の影響が段々出てきて買い控えの状況になっており、変わらない。
一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・消費税増税以降、消費者の購買意欲はみられず商品の動きは鈍い。欲しい物が見当たらないのか、我慢しているのか、様子をうかがっているのか、読めないところである。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響もあってやや慎重になりつつあるが、景気自体は決して落ち込んでいるような雰囲気ではないので、欲しい物は買うという様子がうかがえる。
百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・婦人、紳士衣料は、ほぼ前年実績レベルにまで回復してきている。ただし、駆け込み需要に伴う反動減が顕著であった化粧品等の消耗品については、前年実績確保に至っていない。
百貨店（店長）	お客様の様子	・消費税増税後の買い控えは予想を下回っているが、客の購買状況等は3か月前と大きく変わっていない。安全で良質な商品は売れている。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・3か月前に比べて季節的に大分暖かくなってきたので本来であればもう少し売上、販売量が伸びるはずだが、消費税増税等の理由からあまり伸びていない。まだあまり景気が良いというわけではないと判断している。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・消費税増税からしばらくしてようやく以前に戻ってきたような感じなので、3か月前と比べるとあまり変わらない。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来店客の様子からは、消費税増税の影響はあまり感じられない。業種や品目によって差があるだろうが、少なくとも景気が上向きと感じたことはない。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後、新車購入の商談件数が極端に少なくなっている。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・消費税増税の動きも一段落し、ゴールデンウィークもあったため、3か月前と比べ、5月の販売量は極端に落ち込んでいる。2～3か月前の景気はそれなりに良かったが、今月は落ち込みが激しい。
住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・消費税増税後の反動減は継続している。増税への消費者の戸惑いが感じられる。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・4月は消費税増税と3月の駆け込み需要の反動減で悪くなったが、5月は一服した感じである。消費者が予想よりも早く新しい消費税率を受け入れたのではないか。3か月前と比べてみても、増税前のような動きになっているので、変わらないと判断している。
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・大手企業の景気は良いだろうが、地方の当地域ではそれほど上向いていない。景気が良くなるのはいつのことやら、難しい問題である。
都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・販売量の動きをみると、前年同時期よりはやや良いが、3か月前との比較だとほぼ変わらない状況である。ゴールデンウィークや消費税増税である程度下がると予想していたが、そこまでは下がらなかった。ただ、上がったとも言えない状況なので変わらない。
都市型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間は前年を上回る実績となったが、それ以降の数字はほぼ前年並みとなっている。
旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・ベトナムや中国、タイなどの世界情勢の変化が大きく、その影響が出ている。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響が続いている。
タクシー（経営者）	お客様の様子	・4月の後半から5月の中旬までは動きが悪かったが、後半になって少し良くなり、前年同月比で0.5%の増収となっている。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・解約が増えてきている。
通信会社（局長）	お客様の様子	・消費に寛容になりつつある全体の傾向を感じている。3か月前は消費税増税前の駆け込み需要が目立っており、増税直後の4月の消費は抑制気味であったが、5月はゴールデンウィークなどもあり、消費傾向が以前の状態に戻って安定的と感じている。

	ゴルフ場（支配人）	単価の動き	・消費税増税2か月目であるが、プレー代の値上げ感を和らげるため、売店やコンペ料金等の値引きを行い集客に努めている。そのため前年比での客単価はこの2か月伸びていない。
	競輪場（職員）	お客様の様子	・入場者数、購買単価共にほとんど変化がみられない。
	その他サービス [立体駐車場] （従業員）	お客様の様子	・単価、販売共に横ばいで、来客数は若干上向いているが、客は必要以外の物は買わず、購入する物が限定的なので、各テナントの利用料金も変わっていない。
	その他サービス [イベント企画] （職員）	お客様の様子	・イベントなどにそれなりの集客はあるが、客の消費行動に変わりはない。
	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・仕事の依頼は増えており、対応が遅れている。
	設計事務所（所長）	来客数の動き	・3か月前と比べても全く変化がない。景気が良くならない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・消費税増税前にある程度買い込んでいたものもあるが、実際消費税が8%になったら商品そのものを結構高い値段に感じるようになっており、このところ客はどうしても必要だという物以外は買い控えている。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは全体的に客が少なかった。月末には持ち直してきたが追い付かない状況である。
	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・予想に反し消費税増税後の落ち込みが続いており、売上、来客数共に前年を下回る結果となっている。食品などは増税前の水準に戻りつつあるが、食品以外の部門は苦戦が続いている。3か月前と比べると、全体的にやや悪くなっている。
	スーパー（経営者）	競争相手の様子	・競争相手のチラシ回数が増加している。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・2月～3月一杯続いた消費税増税による駆け込み需要の反動減で、半耐久消費材はまだ本格的に戻ってはいないと感じている。
	スーパー（商品部担当）	単価の動き	・消費税増税後、1品単価は前年並みだが、買上個数が減少している状況が続いている。また、回復傾向の前兆もつかえない。
	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・4月の消費税増税時から極端に悪くなってきたが、ゴールデンウィークを挟んで悪さがさらに加速している感じで、客が本当に出てこない。これで営業を続けている意味があるのだろうかというくらい、客の動きが鈍い。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の影響は、4月の販売量下落ほどではないが、正直先行きはまだまだ不透明である。6月の需要動向が良い判断材料になればと考えている。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・やはり消費税増税の影響なのか、営業活動は頑張っているが客がその気になってくれない。発想の転換をして、違った角度からの営業展開をしていきたい。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要のころから比べると販売は20%減である。しかし、受注していた販売があり、収益は横ばいで推移している。
	住関連専門店（店長）	販売量の動き	・まだ消費税増税前の状態には戻っていないが、4月に比べるとやや改善がみられる。
	高級レストラン（店長）	販売量の動き	・ゴールデンウィークは多少良かったが、連休後から下旬にかけて急激に悪化した。全体では前年比で3%くらい落ち込んでいる。
	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・来客数が減少し、客単価も下がりがつつあるので、この2～3か月は売上が非常に落ちている。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響が少し遅れて出てきた感じで、来客数、客単価共にかなり低迷している。例年宴会の多い時期であるが、そちらも苦戦している。
	スナック（経営者）	単価の動き	・5月の連休は観光地には客がいると思うが、一般のところでは休みが多すぎて、消費税増税と合わせて単価がやや悪くなった気がしている。
観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・2月の大雪、消費税増税、ゴールデンウィークの日並びの悪さという3重苦で、4月末は最悪の状況であった。そこからやや回復傾向にはあるが、3か月前と比較すると悪い状況が続いている。	
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの日並びの悪さに加えて、連休中の悪天候が大きく響いている。	

		美容室（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは町中がひっそりとして、歩いている人をあまり見かけず、来客も激減したため、売上への影響も大きかった。その後は少し持ち直したが、前年同月比で1割減となっている。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・建設関連のコストが高騰している中で、地価は上昇せず、利益が圧縮されている。売れても利幅が取れずに困っている。
悪く なっている		一般小売店〔衣料〕（経営者）	来客数の動き	・学生関係の店なので、新学期等、今までずっと商売をしてきているが、この天候で観光客の動きが全くないので大変である。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の駆け込み需要後の反動減からまだ回復していないため、悪い。
		家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・消費税増税前との比較では、家電の動きは前年比85%ぐらいの推移である。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の反動減があったが、下旬になってから受注が増加しつつある。
		乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・3か月前は駆け込み需要で苦勞せずに売れたり、修理に持ってきてくれたが、今は本当に必要ではないというものは省いて、修理もしない。商談もなかなかとまらず、来客数そのものも少なく、来店してもなかなか決めてくれない状況である。
		乗用車販売店（管理担当）	販売量の動き	・消費税増税による落ち込みが予想以上に大きい。
		自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・4月に消費税が上がってから客の動きがおかしい。車の保険なども今までになく動揺して変更したりするなど、消費を抑えており、全く予測がつかないような現象が起きている。過去にない雰囲気である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・プライベートでタクシーを利用する客がいなくなってしまった。電車で来るビジネス客も、会社関係者の送迎付きとなり、タクシーを利用してもらえなくなっている。経費を削減する上で、一番先にタクシー代を削るようである。
企業 動向 関連 (北関東)	良く なっている	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・太陽光発電は最初の1か月間で売上が300万円を超え、大手電力会社との契約発電が今年度中に3か所は開始する予定である。毎月、社員が動かずに20年間振込予定があるというのは大きい。
	やや良く なっている	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響が懸念されたが、比較的高額のワインの売上が好調に推移している。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要も終わり、一部の商品については落ち込むと予想していたが、そのようなこともなく、4～5月もまずまずの状況である。オリンピックの影響が出てきていると判断している。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の新車投入が軒並みヒットし、輸出の販売量が増加している。また、新たな新車投入も控えている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・建設関連、物流関係等に例年とは異なる商取引などの新しい動きがある。街なかの飲食店も新規出店が続いており、消費税増税後の落ち込みなどのマイナスの影響はほとんど織り込み済みで生産活動上の障害にはなっていない。
変わらない		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・新しい仕事が入ると思って張り切って試作品を作っていたが、その仕事が無くなった。一方、他に請けている得意先からは追加が入り、仕事が増えている。よく分からない状況である。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大手企業の業績は好調のようだが、それに伴って当社の仕事が増える状況にはない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後1か月くらいは良かったが、5、6月と受注量が前年比で2～3割落ち込んでいる。通常月であればここまでは落ちないが、やはり住宅関連の仕事は半減というところまで落ち込んでいる。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・デジタルカメラ関係は2009年を100とすると、30～40%に落ち込んだままで、いまだに回復していない。しかし、一部に好調のところも出ており、二極化している。
		精密機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に3か月前と比べほとんど変わらず低調に推移しており、厳しい状況は変わらない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先やその他の様子については、このところずっと良い方向で変わらない。

	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・消費税増税による影響はなく、ネット通販、ホームセンター、量販店向けのレジャー用品、バーベキュー用品等や園芸、エクステリア用品の物量は増えている。しかしながら、業界としては高速料金の見直しや燃料価格の高騰により利益が薄くなっている状態である。	
	金融業（調査担当）	取引先の様子	・消費税増税後の反動減はあったが、比較的影響が小さいと回答する企業が多い。	
	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・取引先の動向に変化がない。	
	金融業（役員）	受注価格や販売価格の動き	・ボリュームは少し出てきているが、仕入や原料価格が上昇しているため、利幅は薄い。	
	司法書士	受注量や販売量の動き	・一進一退の状況が続いている。旧福岡製糸場の世界遺産登録で地域的に活気が出てきているが、それが具体的に景気回復の進展までは至っていない。	
	社会保険労務士	取引先の様子	・売上や客足など、減少はしているが思ったほどではない、という事業主が多い。	
	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響を覚悟していたが、あまり感じない。引き合い、受注量共に特段の変化はみられない。	
やや悪くなっている	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・公共、民間共に4～5月は極端に発注量が少なく、下請工事をもらおうとしても工事量がないため難しいといった状況である。このような年は創業以来初めてである。	
	広告代理店（営業担当） 新聞販売店〔広告〕（総務担当）	受注量や販売量の動き 取引先の様子	・前年相当悪かったにもかかわらず、広告宣伝出稿が前年と比べ1割ほど減少している。 ・量販店に聞くと、消費税増税で買いためた消費期限のない日用品も来月に入るところから底をつくだろうし、レジャー関連用品は比較的増税の影響がなく売れていると話している。紳士服の大型店では、覚悟はしていたものの落ちていくとのことである。今月のチラシ出稿量は前年比97.0%である。	
悪くなっている	食料品製造業（製造担当）	それ以外	・4月より原料単価が上がり、資材価格も上昇が続いており、本当に厳しい状況に追い込まれている。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響が長引き、受注、販売量共に低迷している。	
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後、6月までは様子見との判断で問屋が仕入を控えている。展示会でも高額品は売れていない。売上は前年比20%ダウンである。	
	建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・新年度になり、公共工事は前年度に増加した反動なのか今期は前年比5%減となっている。民間については消費税増税の影響で発注がない状況であり、いずれも厳しいスタートである。	
	不動産業（経営者）	取引先の様子	・継続契約が難しくなるなど支出を抑えている様子がかげえる。契約条件を下げつつあったが、それでも再契約には結び付かなくなっている。	
	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・管理しているビルから大口のテナントが退去した。また、保守点検の回数が減ったり、今まで一括でしていたものを数回に分けることにより金額を減らすなどされて、売上が減っている。	
雇用関連 (北関東)	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・今のところ順調に忙しいが、安定はしていない。このまま忙しさが続けばよいと思っている。
	変わらない	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・食品関連の企業への派遣求人が増えている一方、携帯電話関連は減少している。プラスマイナスで変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・夏季賞与未支給の話が出ている企業がある。
	人材派遣会社（支社長）	周辺企業の様子	・引き続き採用意欲は顕著だが、ここへ来て直接雇用化の動きが加速している。派遣をキャンセルした分、紹介予定派遣や人材紹介への問い合わせが急増しており、企業の中長期戦略が固まってきたと感じる。本年度の収益見込みが上向きという話も多く聞かれ、来年度以降に持ち越さず、良い時に採用しておきたいというのが本音だと思う。	

	求人情報誌製作会社（経営者）	周辺企業の様子	・4月は消費税増税に伴い小売業を始めとして景気が低迷したが、5月に入って周囲も段々に消費税増税に慣れてきて、3か月前と同じぐらいの水準になってきた。求人募集広告はサービス業、医療、介護の職種が目立つが、製造業は極端に少ない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業、建設業で求人数が伸びている一方、小売業の求人数は大幅に減少しており、業種によって傾向にばらつきが出ている。
やや悪くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・サービス業では介護士、准看護師等の医療関係の求人数は相変わらず増えてきている。建設業では公共事業の関連かと思われるが、人手不足を反映してか募集が多くなっている。製造業においては電機電子関連でスマートフォンなどの細かい部品や冷蔵庫などの夏物商材関係の生産が募集傾向にある。建設関連では住宅の新築、増改築を含めて募集が増えている。
悪くなっている	-	-	-