

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (北関東)	良くなる	コンビニ（経営者）	・夏に向かって来客数が増え、イベント等もあり、販売数が増えていくからである。
		乗用車販売店（販売担当）	・駆け込み需要後の反動減で今は客が買い渋って売れていない状況だが、3か月後の8月ごろには今よりは十分良くなって車が売れるようになる。
観光型ホテル（経営者）		・夏休みシーズンが来るので良くなる。7月はまだ悪いと思うが、8月は1年間の中でもトップシーズンとなるため、2～3か月先ということであれば、総じて良くなる。ただし、今年の状況をみる限り、1年間を通して、景気そのものが平成22年の水準に戻ることはない。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・2016年の大河ドラマの発表があったので、影響が出てくることを期待している。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・季節が変わり、夏に向けてそろそろ消費税増税の反動減から一回脱却し、回復してくるのではないかと。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税後の落ち込みがいつまで続くのかによるところが大きいですが、緩やかに回復し増税前の水準に戻ってくると思われるので、今よりはやや良くなる。
		百貨店（店長）	・依然として消費税増税の影響は残るものの、高額商品群についても月を追うごとに動きが戻ってくるものと考えている。
		百貨店（店長）	・5月後半から宴会需要も復活してきており、全館でみた客単価は前年比98%と上がってきている。ファミリーレストラン、コンビニでも単価が高い商品を購入している客を多く見掛けるので、先行きはやや良くなる。
		スーパー（店長）	・賞味期限の長い加工食品も、さすがに数か月すれば消費され元に戻る。心配なのは冷夏の予測である。冷夏になった場合は厳しくなる。
		スーパー（店長）	・来客数も増え、日替わり商品以外でも客が買い求める量が多くなっている。
		スーパー（総務担当）	・数値は4月と比べると改善傾向にあるので、このまま少しずつ改善していくのではないかと。ただ、少し気になるのは、客単価が前年より下がってきているところである。
		スーパー（統括）	・5月の食品の消費動向をみると、元に戻るというより健康、安心、安全で品質レベルの高い新しい価値の商品を求め始めており、顧客は新しい生活へと変化し始めている。
		スーパー（経営企画担当）	・消費税増税の影響も現時点では思ったほどではなく、今後ベースアップや賞与の増額の効果が表れれば、今よりも良くなる。
		コンビニ（経営者）	・当店最大のピークとなる夏がやってくる。天候に多少の不安はあるが、きめ細かい品ぞろえや丁寧な接客、イベントなどを通して、消費税増税前の勢いを取り戻せると思っている。
		コンビニ（経営者）	・7～8月はコンビニ業界の一番のピークなので、これからはある程度期待できると判断している。
		コンビニ（店長）	・消費税増税による駆け込みの反動減から戻ったようで、客足は幾分増加に転じているが、原料価格高騰による商品価格の実質値上げ品が今後増えてくると見込まれるので、購買意欲が減ると予想され、期待の中にも不安がある。
		衣料品専門店（統括）	・消費税が5%から8%に上がって2か月たち、今のところはそんなに影響が出ているということはないようだが、必要に応じて必要な物を買うという客の意識は強い。現状ではフリーで街に出て買物をするということがなかなかなく、いつになっても客の購買意欲がわいてきていない感じがしている。当店では大体7月～10月にかけて地域の祭り等があるので、何とか品物が動くのではないかと期待している。
		家電量販店（店長）	・今の状態でボーナス商戦に入り、6月のエアコン販売にプラスとなる梅雨が来れば夏に指数の上昇するエアコン、冷蔵庫、除湿器、扇風機などがけん引役になり、サッカーワールドカップ効果で映像機器も伸びれば景気回復が望める。
		家電量販店（物流担当）	・消費税増税の影響が徐々に軽減してくる。
乗用車販売店（経営者）	・6～7月とボーナス時期が来るため、受注増に期待できる。		
乗用車販売店（販売担当）	・今月があまりにひどかったため、これ以上の落ち込みは多分ない。消費税増税も落ち着いてきたので、6～8月については販売台数がまた戻ってくるのではないかとみている。		
住関連専門店（経営者）	・地方の企業の業況は給与に反映できるほどは良くないが、賞与に関しては前年を超える企業がほとんどと聞いている。そのため、多少の高揚感から消費は拡大すると考えている。		

	住関連専門店（店長）	・消費税増税後の景気の落ち込みは、当初の想定より早く改善できそうである。
	一般レストラン（経営者）	・6月に入ってから、思ったほど消費税増税の影響がなかったとなるのか、多少の不安が残る。
	観光型旅館（経営者）	・消費税増税の影響が和らいできたため、6月以降は売上が前年並みに回復する兆しが見えてきている。
	都市型ホテル（営業担当）	・5月はゴールデンウィークの影響で、3～4月よりはある程度下がるとみていたが、影響はそんなになかった。この時期を乗り切り、消費税増税による影響もあまり感じられないことから、3か月後の稼働状況はやや良くなるのではないかと考えている。
	旅行代理店（所長）	・期待感も含めてであるが、夏季需要の伸びに期待したい。要素としては、観光関連団体による首都圏での誘客キャンペーン、各観光地でのイベントがある。
	旅行代理店（営業担当）	・夏の旅行シーズンを迎えるので、いくらかは上向き傾向になる。
	タクシー（役員）	・現状のまま推移すればやや上向き加減になるのではないかと。
	遊園地（職員）	・夏にオープンする新規施設による集客や、外国人観光客の増加により、今後も引き続き多くの客が来園することを期待している。
	ゴルフ場（業務担当）	・5月は前年比で入場者が若干のプラス、目標比でみると入場者、売上共にプラスになっているが、単価は下落した。2～3か月先も同じような傾向が続くのではないかと考えている。予約の取込みも順調にきているが、収益面については利益率に若干疑問などところがあるので要注意である。天候によっても大分影響されるので、雨の日が続くとまた数字が読めなくなってくる。いずれにしてもゴルフ熱は若干上向き状況のようである。
変わらない	商店街（代表者）	・いくらマスコミでアベノミクスと報じても変化がない。大型店には行くが、専門店や路面店への客足はやはり遠のいている。
	商店街（代表者）	・来年の消費税10%への増税の会話がちらほら聞こえてきている。
	商店街（代表者）	・スポーツ用品を扱っているので、秋まではスポーツシーズンでいろいろな競技もあるため、何とか今のままでいけるのではないかと考えている。
	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・当業界では品薄のために仕入原価が大幅に急騰しており、消費税増税分どころか大幅値上げを考えなければならない状況になってきている。しかし、売上は減少気味で、景気上昇という状況にはない。
	一般小売店〔家電〕（経営者）	・必要があれば購入するというケースが多いので、顧客を離さないよう取り込んでおくのに四苦八苦である。消費者の購買意欲をさせない限り、売上増は厳しい。
	百貨店（営業担当）	・基本的には変わらない。慎重さは増してくると思うが、消費税増税の影響も徐々に薄らいできているので、景気自体が落ち込むようなことはない。
	百貨店（販売促進担当）	・増税に伴う、消費マインドの低下はしばらく続く見込みである。
	スーパー（商品部担当）	・改装を行なった店舗以外は、1品単価や買上個数が上昇傾向にないため、変わらない。
	コンビニ（経営者）	・店舗前の反対車線から入店できないように道路が変わって以来、厳しい状況が続いている。
	コンビニ（店長）	・消費税増税後しばらく経過し、ある程度増税前の状況に戻ってきており、競争相手も落ち着いているので、特別大きな変化があるということはない。
	衣料品専門店（販売担当）	・現在の悪さを考えると、これ以上悪くならないで欲しいと願うばかりである。ただし、夏物に関してはかなり我慢をする時期というのもあるので、期待を込めて変わらないで欲しいというのが正直なところである。
	乗用車販売店（経営者）	・しばらくは消費税増税の影響を受ける。今年の後半になれば、自動車業界もニューモデルや低燃費車の発売などの動きが出てくる。
	乗用車販売店（営業担当）	・少ない商談件数の中でも、自動車はできるだけ安く乗りたいという客の気持ちが強く、下取り車を高く評価するなどして利益が思うように出ない状況が続いている。
	乗用車販売店（管理担当）	・ベースアップやボーナスの状況が分からない。
一般レストラン（経営者）	・景気浮揚策は都会一極集中で、なかなか地方にまでは影響が出てこない。	

一般レストラン（経営者）	・今までの長い不景気で染み付いた感覚をなかなか拭えないように思える。人は動いても経済は思ったほど動かない、という状況がこれからも続きそうである。	
一般レストラン（経営者）	・客との会話では景気の良い話は聞かれない。	
スナック（経営者）	・動向的に急に上がったり下がったりというようなことはない。	
スナック（経営者）	・変わらないと思う。	
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の影響なのか、やはり少しでも切り詰めた生活をしていきたいという客が多い。今後10%に増税される際の対策の方が頭が痛いところである。いずれにしても客はどんどん減っていくのではないかと。	
都市型ホテル（副支配人）	・インバウンドを始めとして、団体予約は大分回復してきたが、消費税増税の影響もあり個人客の伸びが悪い。	
タクシー運転手	・今の流れから、悪くなくても良くはならない雰囲気である。	
タクシー運転手	・消費税増税後も、乗客数はほとんど変わっていない。初乗り料金は変えていないが、走行距離に応じて100円ずつ上がる際の距離を短くした。それによって売上、利益もほとんど変わっていない。	
タクシー（経営者）	・5月の動きからすると、この先も変わらない。	
通信会社（経営者）	・消費税増税による買い控えや節約の動きは今後も続く。	
通信会社（局長）	・景気が良くなることへの期待感は継続して増大しているが、足元の景気が良くなっていると強く実感できていないので、3か月先の予測も控えめになってしまう。	
テーマパーク（職員）	・増加に転じる要素が少ないため、期待感が持てない。	
観光名所（職員）	・海外からの観光客は雪を目当てに訪れるため、夏の入込は少ない。高速道路の割引がなくなるという情報も聞くので、国内の観光客が減少しないか心配である。	
ゴルフ場（支配人）	・予約の伸びが弱い。地域性が強く、来場者も固定客が多いため、常に新たな企画を立てて集客に努めている。	
その他レジャー施設 【アミューズメント】 （職員）	・しばらくは今と変わらない状態で推移する。	
美容室（経営者）	・これから先はあまり変化がないが、客が高齢化してきているので、固定客が少しずつ減少し、客数が減ってきている。	
その他サービス【立体 駐車場】（従業員）	・各テナントの予約状況や当駐車場の予約、回数券等の販売も横ばいなので、変わらない。	
その他サービス【イベ ント企画】（職員）	・地方では景気高揚の実感はなく、慎重な姿勢に変わりはない。	
設計事務所（経営者）	・3か月先まで予定が入っており、忙しい状況である。	
設計事務所（所長）	・今月、来月とイベントがあるので不調から抜け出したい。受注が増えるよう何とか努力したい。	
やや悪くなる	一般小売店【乳業】 （経営者）	・依然として今後消費が伸びる要因が見当たらない。
一般小売店【青果】 （店長）	・ゴールデンウィーク明けより良くない状態が続いており、この先良くなるという様子もない。	
百貨店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要はあったが、反動減だけでなく、増税の影響が大きい。	
スーパー（経営者）	・消耗戦の状況が続く。	
コンビニ（経営者）	・当店から1キロ以内のところに月末、競合店が開店した。非常に影響が大きいので、今後は売上が下がる。	
乗用車販売店（経営者）	・毎回同じような回答になってしまうが、相変わらず2次下請以下は厳しい。また、特に運送会社は燃料費、高速料金の高騰（実質160%くらい）を転化できずに苦しんでいる。	
乗用車販売店（従業員）	・受注が減少しているため、今月も先行きも非常に厳しい状況である。	
自動車備品販売店（経営者）	・消費税増税により顧客が無駄なお金を使わなくなってきている。車でなくバイクに乗ったり、金額の高い保険をやめたり、スポーツカーなどの遊びの車をやめたりという現象が顕著に出ているので、先々財布のひもは厳しく、楽観視が全くできない状況である。	
住関連専門店（仕入担当）	・消費税増税を体感してくるのはむしろこれからである。景気の高揚感と節約志向が交錯し、結果として伸長カテゴリーと低迷カテゴリーの色分けが濃くなり、生活品については厳しい状況になると想定している。	
高級レストラン（店長）	・消費税増税の影響で今年一杯は節約ムードが強いように感じられる。	
旅行代理店（従業員）	・中国の動向に注意が必要なためである。	

		<p>通信会社（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・LPガス販売において、地方では主要な顧客層が高齢者であることから、顧客減少が致命的といえる。人口減が続く以上、地方でこの先右肩上がりの成長を望むことは不可能である。もう少し地方や若者支援に目を向けてもらいたい。 	
		<p>競輪場（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一流選手が出走停止になり、全国発売の売上が低下すると考えられるため、当然、地方の売上も減少してくると見込まれる。 	
		<p>美容室（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・客の話を聞いても、食事などはこれ以上は切り詰められないので他の出費を極力抑えているということである。残念ながら地方の小都市ではこれから更に消費は落ち込む予測である。 	
		<p>住宅販売会社（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地方に活気がない。別荘の需要は低迷が続く。 	
		<p>住宅販売会社（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・建設関連の価格が落ち着かないことには、原価が上がり採算が取れない状態が続く。 	
	悪くなる	<p>一般小売店〔衣料〕（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内の道路等には観光客がかなり多い。そういう地域なので、やはり観光客の売上がないとあまり良好とはならない。観光客も今はお土産などを買わなくなっているの、その影響もある。 	
		<p>スナック（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今のところ上向いていく雰囲気にはないので回復にはもう少ししばらくかかるのではないかと思う。来月にはサッカーワールドカップがあるが、試合の日は人が出ない傾向があるので、かなり心配している。 	
企業 動向 関連 (北関東)	良くなる	<p>その他製造業〔環境機器〕（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当社の社員数、規模からして、太陽光発電の収益は大きいので、今後はより安定することになる。 	
	やや良くなる	<p>食料品製造業（営業統括）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2、3か月前よりは順調に伸びており、これからも来店者増が予想されるが、今後はガソリン価格の高騰による影響がやや心配である。 	
		<p>化学工業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・例年どおり夏場に向けて落ち込んでいく仕事もあるが、他の仕事を十分に確保してあるので、工場の稼働も心配しないでいられそうである。 	
		<p>輸送用機械器具製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取引先の新車販売が好調で、更なる新車投入も控えていることから、先行きはやや良くなる。 	
		<p>建設業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・6月からようやく公共関係の発注が出てくるという情報も入ってきているので、少なくとも今よりは改善する。 	
		<p>新聞販売店〔広告〕（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大型店ではすでに前年に近付いていると話す店長もあり、観光会社は前年以上の需要があると話しているが、反面、個人店や小規模店では落ち込みがまだ続くとみている。 	
		<p>経営コンサルタント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費税増税後の需要の反動減などはほとんどなく、各方面の取引関係は落ち着いている。消費等もほぼ例年通りであり、企業の設備投資意欲や営業活動も盛り上がってくると考えている。 	
		<p>司法書士</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世界遺産登録の流れに乗って人の動きが出てきており、不動産の相談も来ているので、少しずつは良くなっていく。 	
		変わらない	<p>食料品製造業（製造担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・値上げをしたところ、価格で取られてしまった取引先がいる。良い商品は良い材料で作られており、それなりの原価がかかることと理解することも重要だと考えている。何十年の付き合いでもそろばん勘定のみでしか判断されないとすると、地域で商店が生き残っていくのは本当に大変である。
			<p>窯業・土石製品製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新製品を投入するものの、反響すら乏しく、見通しは不透明である。
		<p>窯業・土石製品製造業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・原材料の値上げが行われているが、価格に転嫁できない状態である。 	
		<p>金属製品製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・得意先次第で、予定が立たず、急に仕事が増えたり、なくなったりしている状況なので、先行きが不安である。 	
		<p>一般機械器具製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規取引先の開拓、並びに従来からの取引先に対する受注増と、あらゆる方法で努力を重ねている。まだ現実に受注増につながっていないものの、半年後あたりからという手ごたえを感じているので、期待している。 	
		<p>一般機械器具製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既存の仕事が増えるような動きはなく、新規の仕事も売上につながるのはまだ先である。 	
		<p>電気機械器具製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在やや厳しい状況にあるので、どう考えても秋口までは売上増ということにはならない。とにかく夏場が正念場である。仕事量がかなり落ちているので、回復するのは半年後くらいとみている。 	
		<p>電気機械器具製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全般には安定してきたような状況であるが、先は読めない。 	
		<p>電気機械器具製造業（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・例年この時期は受注、売上共に減少傾向となる。今後の公共及び民間物件の増大に期待している。 	
		<p>精密機械器具製造業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品のPR、販売拡大に努めているものの、成約には至らない。また、入札案件そのものが少なく、手詰まり感があり、先行きに明るさはうかがえない。 	

		輸送用機械器具製造業（経営者）	・このところ4～5か月はずっと良い調子が続いているが、2～3か月先がどうなるかは全く分からない状況である。
		輸送業（営業担当）	・今後は天候に左右されるところもあるが、季節商材、特に省エネ家電、扇風機や対策用品としての日よけシェード等の物量が増える予定である。しかし、燃料高や高速料金の改正により、コスト高で利益確保は難しくなる見込みである。
		通信業（経営者）	・変わりそうな気配がない。
		金融業（調査担当）	・消費税増税後の反動減の影響は夏ごろまでは続くと思われる。
		金融業（経営企画担当）	・消費税が増税されたにもかかわらず、景気が悪くなったと感じないので、逆に今後良くなる可能性があるのではないかと思うが、2～3か月では厳しい。
		金融業（役員）	・建設や自動車関連の受注量は増えているが、それ以外はまだ地方には恩恵を被っているところはないというのが実情である。また、仕入れ単価も上がっているため、なかなか厳しい。
		社会保険労務士	・賞与の支給額が大幅に増加すれば夏場に持ち直すかもしれないが、今の状態がだらだら続くのではないかと。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・現状の引き合いや商談状況から推測すると、やや活発に動いており、あまり変わらない。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・消費税増税の駆け込み需要で3月は良かったが、4、5月は受注量が少なくなっている。当地域の景気回復はもう少し先だと考えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・メインの取引先における消費税増税の影響についての見極めがまだ不鮮明であり、楽観的な見方ができない。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・宝飾品は外税にすることは難しく、展示会では内税で対応している。そのため、例えば29,800円といった規格品については卸業者側に税額分の負担が強いられており、増税により経費も増えている。6月以降展示会を企画しているが、売上はかろうじて確保できても収益は落ちる見込みである。
		不動産業（管理担当）	・退去した大口テナントの後の入居予定がしばらくないので、今後もしばらく売上減の状態が推移しそうだ。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税は中小零細の経営を直撃している。今後は間違いなくもっと厳しくなる。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・売上が伸びず、毎月支払に四苦八苦ししている。
		建設業（開発担当）	・公共工事は前年のアベノミクス効果は大変有難かったが、今年度は前年比5%減の発注という不安な状況でのスタートである。民間工事は消費税増税の影響で、しばらく発注は全然期待できない。本当に今年度は先行き不透明で、不安が一杯である。
		不動産業（経営者）	・スタグフレーションである。
雇用関連	良くなる	-	-
(北関東)	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・今のところ何年かぶりに忙しく、仕事は順調であるが、安定してはいない。
		人材派遣会社（管理担当）	・夏に向けて食品関連企業、特に麺類関係での派遣が増える予定である。
		職業安定所（職員）	・製造業の中で、受注が増えて人手不足の事業所がやや増加している。ただし、受注増は一時的な動きか恒常的かの判断がつかかねて、求人は非正規雇用労働者の募集にとどまっている。
		職業安定所（職員）	・前年同時期に比べ、求人が増加しているように感じられる。
	変わらない	人材派遣会社（支社長）	・採用が一服すれば、育成に入るはずなので、無尽蔵に求人が増え続けることはない。労働市場にある有効な人材が減ってきつつあり、今後は景気を維持しつつ、人材確保から質へと向かっていく。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響や、新卒社員の入社などで、求人募集は各社様子見の傾向である。小売業では大幅に求人数が減少したが、建設業ではオリンピックで東京周辺のスポーツ施設を各国がキャンプ地として利用することを期待して、スポーツ施設の改修工事などの仕事が出ており、極端に2～3か月で落ち込むとは考えられない。
		職業安定所（職員）	・求人の動きをみると、正社員よりパートタイム、派遣の求人の伸びが高く、消費税増税の影響が今後どのように推移するか様子見の姿勢がうかがえる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・夏物衣料、食品ではギフト商材関連は今後伸びていく。また、建設関連では住宅よりは公共事業や災害復興等で、相変わらずの人手不足を反映して募集傾向があるとみている。まだ予断は許さないが、このへんで景気の好転の材料が何か欲しいところである。

	人材派遣会社（営業担当）	・身近に清算会社がある。
悪くなる	-	-