

### 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）	・暑い夏が終わり、店内には秋冬商品が入り、さらに客へのアピールができてきている状況である。また、秋の行楽シーズンも始まるので、この勢いで年末商戦まで持っていきたいと思っている。
		コンビニ（経営者）	・季節商材の動きや年末年始にかけて予約商品の動きが活発になってくるからである。
		都市型ホテル（営業担当）	・これから3か月後は忘年会シーズンに近付いてくるので、そこまでは例年通り、順調に稼働が確保できると見込んでいる。今年の場合、各企業の景気がなんとなく良さそうな雰囲気、ビジネスマンの出張により、宿泊は好調になると考えている。
やや良くなる		百貨店（営業担当）	・来年4月の消費税増税決定が濃厚になってきたので、今のうちから高額品を中心に駆け込み需要的な売上増が見込まれる。
		百貨店（店長）	・衣料品に動きが出てきているほか、飲食関係でのファミリー利用、宴会も目立つようになってきている。冬のボーナスに期待している。
		スーパー（店長）	・食品については天候次第ということもあるが、最低の状況から脱しつつある。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車販売では一時的に消費税増税の前の駆け込み需要がありそうである。
		乗用車販売店（統括）	・今後も毎月新型車の発売が予定されているため、やや良くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税率が上がるとみられていることから建築業界が忙しいが、我々自動車業界もようやく動きが出てきた。この動きがあと2～3か月ないし3～4か月は続きそうである。
		住関連専門店（経営者）	・商工会議所に集まる異業種の経営者からも、受注状況が良くなってきている話や設備投資の話題が増加してきている。
		一般レストラン（経営者）	・客の様子は明るい、経営者として、仕入原価高騰による粗利益縮小のことを考えると、先の見通しは立たず、暗くなる。
		一般レストラン（経営者）	・秋のイベントや運動会等で外に出るチャンスが多くなり、来店頻度が増す。
		観光型ホテル（経営者）	・秋の紅葉シーズンになるため、やや良くなる。
		観光型ホテル（営業担当）	・来客数の増加に伴い、売上もここ2か月は前年比でプラスとなっている。この先2か月の予約状況も比較的好調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・9月、10月は農繁期であるため外食関係は非常に落ち込む時期であるが、3か月先は忘年会シーズンに入るので、必ず売上が伸びる。
		旅行代理店（営業担当）	・10～11月にかけては販売量が増加する傾向にある。
		通信会社（営業担当）	・8月に帰省や旅行で出費がかさんだ分、9月、10月は停滞気味になるが、年末に向けては消費意欲が高まるように思える。
		遊園地（職員）	・新規施設のオープンや外国人観光客の増加により、今後も引き続き多くの来園客があると期待している。
		ゴルフ場（業務担当）	・今月は天候不順で前年を下回るような結果になったが、秋口のコンペ等の引き合いは結構来ているため、ゴルフ場全体としてはいいかと思っている。そのため、今月と2～3か月後と比較すると、若干良くなる。募集環境などについても結構引き合いが来ており、需要があるため、決して悪い方向にはいかないような気がする。
変わらない		商店街（代表者）	・飲食店が悪く、今月も退店する店がある。大型店開店があり、その方は押すな押すなの大盛況で、町としても苦慮している。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・アベノミクスもあまり関係ない。しかし、消費税増税は来年になる予定なので、皆諦めムードで、購入も控え目になっているようである。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税後も収入が増えない世帯が多いと思われるため、消費者の財布のひも緩む気配がない。使用商品の不具合や寒波等といったでどうにもならない出費以外に、購入意欲を引き出して売上増につなげるのは厳しい。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・世の中の景気は上向いていると言われているが、地方では客の購買の動きがみえてきていない。

一般小売店〔青果〕 (店長)	・当市では年末から年始にかけて大企業の第2のリストラが始まる。また、もう一方の大企業においても他の大企業との合併により大きなリストラが予定されている。このようなことが落ち着かない限り、良くはならない。
百貨店(販売促進担当)	・消費税増税が決定すれば、増税前に高額品の駆け込み需要が期待できるが、一般消費者の消費行動が活発化するとは思えない。
百貨店(販売促進担当)	・気温の変化で秋物、冬物衣料の動きは活発になると思われるが、消費税増税が懸念材料となり、当面は大きく変わる要素が見当たらない。
百貨店(店長)	・消費環境は良くなっているものの、ここにきて消費税増税に向けた動きも急になっていることから、これ以上大きく好転することは考えにくい。
百貨店(店長)	・消費税増税が決定していないので、その影響もみえない。
スーパー(総務担当)	・消費税増税も決定すれば、景気が上向きになりつつあるのが若干ストップしそうな気がする。
スーパー(統括)	・富士山の世界文化遺産登録やリニア新幹線の具体化、オリンピック招致の決定など、生活者のマインドを押し上げる要素と消費税率の上昇や電気、ガソリン代の値上げなど直接的に家計や企業経営にマイナスの影響を与える要素とが混在し、先行きがみえない。
コンビニ(経営者)	・台風の影響で天候不順が続き、客数が落ち込んだが、今後は台風もなくなり天候も安定すると思われるので、今後の売上は前年並みを維持できると期待している。
コンビニ(経営者)	・店舗前の道路が4車線となり、反対車線からの客が入店できなくなったが、分離帯は取れないということなので、悪いままで変わらない。
コンビニ(経営者)	・これからまた年末商戦が始まるが、それをきっかけとして競合店との関係で何か突破口を開きたいと思っている。ただし、まだもう少しの間は、競合店の影響を受けると思うので、すぐ回復の兆しは感じられないので、現状と変わらないと判断している。
コンビニ(店長)	・すぐ近くで行われていたワンルームアパートの建設が終了し、今月は客足が落ち込んだが、年末にかけては特に環境の変化はない。
コンビニ(店長)	・現在の状況が最悪なので、今月と比べて2～3か月後ということでは特に変わっていくということはない。
衣料品専門店(販売担当)	・今月の悪さが底と考えたいという希望的な観測もある。これ以上悪くなったら本当に営業を続けていっていいのかどうかというくらい、商店街の人通りも少なく、来客数も極端に減少している。消費税増税のことを考えれば、このままの悪さが2～3か月続くと知っている。その後、年末に向けて幾分良くなればという期待もあるが、なかなか難しい状況なので、相当悪い状況が続くような気がする。
家電量販店(店長)	・冬物商材の動きがようやく9月下旬から出始めたばかりで、暖房用品の本格的な動きをみないと上向きが継続するか判断できない。今月は新商品の発売時期であり、その動向を注視したい。
家電量販店(営業担当)	・家電が大きく動く時期ではない。まだ冬物商材の動きは始まらない。
乗用車販売店(経営者)	・2～3か月は新型車の受注が順調に続くと思われる。
乗用車販売店(営業担当)	・軽自動車を中心に少し契約が出てきたが、全体的にはまだボリュームが小さい。
乗用車販売店(販売担当)	・関係のある東京あたりの販売会社ではかなり景気が良いという話も聞くが、地方では全く景気が良いという感覚がない。これから年末にかけてどれくらい景気が良くなるかは分からないが、恐らく今と同じ状態でいくのではないと思う。
住関連専門店(店長)	・やはり9月も客数が前年を下回っている。客数の向上がないと状況は厳しい。
住関連専門店(仕入担当)	・生活消耗品については消費者の生活防衛意識がより高くなると予測され、ポジティブに見越す要因は少ない。
一般レストラン(経営者)	・アベノミクス効果は地方にはまだ届いていない。まだ景気が回復しているという実感はない。
スナック(経営者)	・来月は選挙があるので少し落ち込むかもしれない。お金を使う人は割とよく使うようになってきている感じがおり、こちらはそれほど落ち込まないように思う。どんどん良くなっていったら欲しい。
スナック(経営者)	・国内の景気は二極化しているようなので、これ以上に格差が拡大し、景気が悪くならないようにという希望を込めて変わらない。

観光型旅館（経営者）	・旅館業界の売上はバブル期以降、下降気味だが、世の中の景気が良くなれば、売上も横ばいを維持できると期待している。
都市型ホテル（支配人）	・先の予約状況、特に1～2か月先の予約状況は前年とほぼ同じような状況で動いているので、変わらない。
旅行代理店（従業員）	・為替の安定を望む。
タクシー運転手	・今後もタクシーを利用する客が増える要素は見当たらない。
タクシー運転手	・同業者の動きをみると、しばらくこのまま平行線になると思われる。
タクシー（経営者）	・人の動きが悪いのでこの先も変わらない。
通信会社（経営者）	・消費税増税の流れの中で、一層の節約志向に向けてしまわないかが心配要素である。
通信会社（局長）	・建設関係では、消費税増税に向けた消費者側の対策として、9月末までの駆け込み契約があるようだが、これは3か月先の景気に何かを及ぼすものではないので、このまま変化がないものと思う。このような期待感の薄い状況が長引いているので、早く景気高揚の兆しを実感したいものである。
ゴルフ場（支配人）	・秋のゴルフシーズンを迎え、コンペをはじめ、一般客の予約も順調に入っている。平日は高齢者が本当に目立つようになっている。団塊世代がほぼ全員年金受給者になる2015年問題は、地方のゴルフ場にとって大きな問題である。
競輪場（職員）	・他場の売上、他場の記念競輪全国販売の売上もほとんど変化が見られないため。
その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・2～3か月では何か変化があるようには感じられない。
美容室（経営者）	・ガソリン価格、電気料金が値上がりした上、消費税率が上がれば、生活費を抑えざるを得ない客が多くなると思われる。そのため、入店客数はそんなに増えない状況である。
その他サービス[立体 駐車場]（従業員）	・個人、法人共に月ぎめの契約台数を含めて横ばいである。年度の切替え等を含め、下半期に入ってもこのまま横ばいの状態で推移すると思われるため、変わらない。
その他サービス[イベ ント企画]（職員）	・あまり変わらないと思うが、東京オリンピックの開催等でスポーツ界では動きがあるので今後に期待したい。
住宅販売会社（従業員）	・景気回復への期待度は高いものの、実現性が今一つ疑問である。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の反動から、戸建住宅については受注減になると想像しているが、相続税増税対策や太陽光発電への投資は根強いものがあるので、大幅な減少とはならない。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・商店街には高額品を扱う店が少なく、最寄品を扱う店が多く、消費税率引き上げ前の駆け込み需要等の期待も薄く、消費はさらに慎重になるのではないかと不安である。
商店街（代表者）	・毎年この時期になると冬物が主流になるが、当店では冬物を取り扱わないので落ち込んで悪くなる。一般的にもお金の動きが悪く、財布のひもを締めてなかなか使わないという感じなので、悪くなる。
商店街（代表者）	・駅前大型店の郊外移転による商店街の魅力低下に加え、郊外に相次ぐ大型食品スーパーの出店競争があり、車中心で、買物する歩行者は一段と減ってきている。
スーパー（経営者）	・競争状態は継続する。
スーパー（商品部担当）	・来春の消費税増税を想定した消費者側の対応により、耐久消費財など高額商品の動きが良いようだが、食料品を扱う小売業は厳しいと予想している。
衣料品専門店（統括）	・毎年10月くらいまでの時期は祭り関連の客が多いが、2～3か月先になるとほとんど祭りがなくなるので、これから売上が伸びることはまずない。また、景気もそんなに良くはならないと思っている。今年は特に前年と違う悪い方向に向かっているような気がしている。
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税と復興特別法人税の前倒しの廃止が決定すれば、国民の政府に対するえんさの声が高まるだけで、経済にプラスの影響が無いのではないかと。過去の例から考えると、法人税の減額分は大企業の内部留保になるだけで、給与や設備投資が増加しないで、景気はかえって悪化するのではないかと懸念している。
乗用車販売店（従業員）	・消費税増税の影響で駆け込み需要が増えると思われるが、コンパクトカーの受注が多く、収益増とはならない。
乗用車販売店（店長）	・物価上昇、消費税増税の影響は必ず出る。
高級レストラン（店長）	・低価格競争が激しく、このような状況ではまともなレストランは生き残れない。

		一般レストラン（経営者）	・地方の場合、まだまだ景気が回復していない中、消費税増税への不安、一般小売店を脅かす大手資本やフランチャイズの進出ばかりが目立ち、地元へはお金が落ちない仕組みができてしまっている。中央はともかく地方はかなり厳しい。
		スナック（経営者）	・毎年9月、10月、11月は売上が悪いということを踏まえ、これから先はまだ伸び悩むのではないかとみている。
		旅行代理店（所長）	・いよいよ秋季行楽シーズンに入るが、今秋は富士山を中心としたエリアへの動きが強い感じである。最近急に気温が下がり、紅葉も早期に始まり早期に終了してしまい、シーズンが短くなると予想している。
		通信会社（経営者）	・地域格差を何とかしないと、大都市圏の大企業ばかり景気が良くて、地方では全く実感が無い。また、今後も改善される見込みが感じられない。
		テーマパーク（職員）	・様々な外部要因もあり、来客数の減少傾向は今後も続くと思われる。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税前の駆け込みも落ち着き、しばらく仕事量は減少するとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・潜在顧客の動きも落ち着きを見せ始める時期であり、現在よりははや悪くなると予想している。
	悪くなる	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・良くなる要素は皆無である。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税に伴い、消費意欲が低下し、悪くなる。
		通信会社（経営者）	・まだしばらく東日本大震災の影響は続く。ここ数か月で市内の同業他社が数社破たんしている。
企業動向 動向 関連  (北関東)	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業（営業統括）	・世界遺産に登録された富士山の人気の影響でシンガポール等、東南アジアからの来県者が多くなってきている。その影響もあり、ワインの消費量も増えると考えている。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・まだ明るい兆しはないが、多少は期待している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規品に加えて従来品の販売量もやや増加傾向になってきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・好調な取引先は年内一杯は忙しいという所がほとんどであり、地元の公共工事関連業者からも前向きな話が聞こえることから、景気は上向きと判断している。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・通常、秋冬はジュエリーの販売会も多く企画されており、多少の動きは期待できるが、消費税増税がどのように影響するかは未知数である。
		建設業（開発担当）	・公共工事については、労務単価の上昇により今までより利益の計上が見込めるようになってきた。また、アベノミクスの影響で、発注も増加している。このため下請受注にも力を注いでおり、少しだが結果も出てきている。民間工事においても、元請にこだわらず下請にも積極的に営業をかけ、売上増を計っていききたい。
		建設業（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
		金融業（経営企画担当）	・アベノミクスによる株価上昇、消費税増税に伴う経済対策、新築案件等の駆け込み需要により、直近の景気よりは上向き。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・来年4月からの消費税増税が発表されると、駆け込みで売上が大きく伸びるとみている店主や量販店の店長が多く、減少あるいは変わらないとする人はまれである。先のことはともかく、景気は良くなるかとみている人が多い。
		経営コンサルタント	・地場の小売店や飲食店、企業向けサービス業、下請企業などで多少上向きつつあるため、さらなる個人消費の動きに期待がかかっている。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品の発表会が開催され、受注に期待はしているものの、すぐに数字に表れるのは難しい。
		金属製品製造業（経営者）	・将来の景気予想が分からず苦慮しているが、受注量が多くなるような気配はあるので、期待して待っている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・当社は電気機械器具の部品を加工している会社だが、親企業が海外生産に重点を置いている間は、我々国内の中小企業にはなかなか仕事量が回って来ない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・下半期以降は、取引先の新機種の動きがまだ読み取れておらず、生産計画が固まるまでは不鮮明な状況である。同業者の動向等をみると、市場動向はまだ良くなっていない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・他社との競合等で受注内容が悪い上に、原材料価格の値上がり等があり、仕事はすれど収益の出ない状況が続いている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・これから2～3か月先はどうなるか全く分からないが、例年10月、11月は売上が若干下がるので、変わらないでいってもらえば良い。

		輸送業（営業担当）	・今期は多少冬が来るのが早くなるという予測で、冬物の家電やインテリア商品の物量が増えそうだが、現状の円安により業界は燃料高で、コストが高く、仕事量に対して利益が薄い。また、協力車等の車両確保も厳しくなりそうである。
		通信業（経営者）	・地方において、アベノミクス効果は実感できない。
		金融業（調査担当）	・製造業では円安の効果がみられるが、まだ数量効果はない。非製造業も建設業などでの人材不足や資材価格が景気持ち直しを下押ししている。
		金融業（役員）	・景気が上昇機運にあるのは一部の建設、土木、自動車関連のみで、それ以外のところはまだ回復に至っていない。
		広告代理店（営業担当）	・消費税が8%になることへの嫌悪感が強く、商売の不安感が高まっている。
		社会保険労務士	・最近のマスコミ報道などでの景気回復の話を聞くと、社長達は皆一様に地方は関係ないと言っている。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・消費税率が上がる分、消費者の心理として買物を控えるのではないかと。また、所得税減税や大幅な規制緩和策などがもっと具体的に大胆に行われないと消費マインドが冷え込むのでは、と思う。
		化学工業（経営者）	・工場の稼働が少しずつ悪くなってきている。11月の生産はあるが、12月の予想がまるで立っていない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・先が分からず、厳しさは変わらない。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・大手自動車メーカーの3か月見通しによると、10月以降順次減少傾向で、10月は9月から横ばい、11、12月は減少となっている。それに加えコストダウン要請が来ており、燃料価格、その他の材料価格の上昇分を価格転嫁できていないということで、売上が横ばい、減収で、減益傾向に少し入ってきたとみている。
		不動産業（管理担当）	・取引先から良くなる傾向の話が全く出てこないで、当社の業績も良くならない。今後、燃料費の高止まりや資材価格の値上げがあるが、その分転嫁できないため、厳しい状況が続く。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注量の伸びがなく、情報化投資はまだ抑制され厳しい状況が続く。
	悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・原油価格の影響で、いよいよ穀物運搬や資材関係の値上げの話が出始めてきているので、何もしない状態ですべてを受け入れていけば確実に赤字になる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・とにかく毎月の資金繰りが大変である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・消費税率が上がる可能性があるということで、海外から調達が一層増え、当社の仕事がどんどん少なくなってきている。海外から買ったものには消費税を払わなくていいが、日本で作った物には消費税が掛かるというのが理由である。中国と同じ値段にしても消費税分だけ当社の製品が高くなるので、これからは製造業は本当に厳しくなって、仕事があるのだろうかというような形にまで追い込まれる可能性がある。思わぬところで消費税率の上昇による問題が発生してしまった。
雇用関連 (北関東)	良くなる		
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・秋物衣料、冬物衣料は少しずつ伸びていく要素がある。スーパー、大型店の衣料品関係も少しずつ伸びていくと思われるので、期待している。スマートフォンなどの携帯電話関連も徐々に伸びて行くと思われるのでこのへんについても期待できそうである。住宅関連、自動車関連といった建設業や製造業は一進一退かと思われるので、予断を許さない状況である。
		人材派遣会社（管理担当）	・携帯電話関連の業務が増えると予測している。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・会社も忙しかったり暇になったりで、はっきり分らない。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税の増税がらみで住宅新築増の情報が多いが、実際、給与が上がっているような話はない。
		職業安定所（職員）	・ここ数か月の新規求人状況については、前年同月比で7月が4.3%減、8月が9.2%減となっている。新規求職者数については、4～6月にかけて追加の早期退職の実施があり、7月は10.9%増、8月は8.1%増となっており、依然として求人は減少気味、求職者は増加傾向にある。企業訪問などで事業主に話を聞いても、新規求人などは厳しい状況で、管内の大手メーカーの吸収合併により、協力会社、下請企業の受注量も減少気味という声もあり、状況は変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人、求職の動きが鈍化している。

	職業安定所（職員）	・アベノミクスの先がみえないため、製造業では正規従業員よりパート社員採用の方向の企業が多く、本格的に景気が回復したとは言えない。
	職業安定所（職員）	・全体では景気回復傾向で推移するものと思われるが、10月以降複数数の企業で計画的な人員整理を行うことや、最大手の製造業が1～2年後に撤退するとの発表もあり、その影響を懸念している。
	民間職業紹介機関（経営者）	・求人をけん引する製造業において、大手企業あるいは大手企業と直接取引する企業は明るさが増しつつあるが、多くの一般企業は相変わらず不透明感があり、来年の消費税増税による景気後退を意識して、慎重な姿勢を崩さず、求人は回復していない。
	学校〔専門学校〕（副校長）	・就職試験の競争倍率が例年並みかそれ以上に感じる。高卒の求職者が増えているのか、希望する求人に集中しているのかは分からないが、学卒求人が増えているとは思えない。
	やや悪くなる	-
	悪くなる	-