

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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)		コンビニ（経営者）	・2～3か月先は、行楽の季節、コールドチェーン等で来客数が増えるので良くなる。
		旅行代理店（所長）	・地域内にある名刹の修理完了や鉄道会社の新型車両導入、地域のプレ大型観光キャンペーンもスタートするため、期待感が高い。
		通信会社（経営者）	・つい最近までは情報通信産業は花形であり、応募者が多く選考も大変であったが、今では社員の募集をかけても良い人材が応募してこない。人手不足は深刻である。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・共同で埋葬する合葬墓への問い合わせ、葬儀依頼が増えている。
		商店街（代表者）	・中学校の学校販売が終わり、3月に入ると高校の販売になる。特別根拠があるわけではないが、中学の状況からみて高校もある程度良くなるのではないかとみている。
		スーパー（総務担当）	・まだ食品だけだが、久しぶりに売上は増えてきている。食品が回復してきているので、衣料品、住宅用品も今後回復するのではないかとみている。来客数は増加傾向で期待できる。
		スーパー（副店長）	・景気が良くなる要因はなく、周りの節約傾向も変わらないが、雪国の長い冬から暖かい春の訪れとともに気持ちが上向き、景気も少しずつ上向きになればと期待も込めて、やや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・現在消費が低迷しているが、2～3か月後には少しは良くなるとみている。
		コンビニ（経営者）	・寒い冬も3～4月になると、大分暖かさを取り戻して、客も非常に動きが良くなると期待している。いずれにしても良くなると予想している。
		コンビニ（経営者）	・2月に新会社発足の発表があり、工場勤務者の増加が見込まれる。ただし、発足時期は未定だが期待している。
		衣料品専門店（統括）	・客は将来への不安要素が多いと思う。この先収入が増えるのか、生活が安定するのか、そうした不安があるため、品物の買い控えや節約買いなどの傾向を強く感じる。
		スナック（経営者）	・悪くなりそうな要因が特に見当たらず、このまま上向いていってくれとみている。
		旅行代理店（経営者）	・春以降、旅行費用が全般的に上昇傾向にあるので、それに応じて、売上が伸び、良くなることを期待している。
		通信会社（経営者）	・地方経済の停滞は回復の兆しが全く見えない。そのため地方業務に見切りを付け、中央市場にチャンネルをシフトしている。背に腹は代えられない。
		通信会社（営業担当）	・当社では社員全員に1万円の特別賞与の支給があり、他社でも売上増、内部留保対策として還元が浸透しつつある。また、プレミアムフライデーなど、消費に向けて意識も高まってきている。
		テーマパーク（職員）	・鉄道会社の新型特急や新駅の開業、S Lの運行などが予定されており、来客数の増加が見込まれる。
		ゴルフ場（支配人）	・3月期は年度末でもあり、また、天候も比較的暖かい日が続いているため、予約は順調に入ってきている。
		美容室（経営者）	・来月は卒業式シーズンで、おしゃれに気を遣う人が増えてくるため、来店客数が増加する見込みである。
		商店街（代表者）	・景気の良い企業がみられなくなってきている。そのため、一旦企業を辞めると勤めるところがない。地方に活力の出る企業が欲しい。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・日中暖かくなる日もあり、草花はそれなりに咲いている。人にも元気が出てくればありがたいが、今は我慢している状態である。
	一般小売店〔家電〕（経営者）	・業種的には動きの出る季節ではあるが、消費者は必要に応じて出費をしているようである。必要のないモノ、コトへの出費や消費を期待することは難しい。	
	一般小売店〔家電〕（経営者）	・新入学などで、少し動きが出てくるようである。	
	百貨店（営業担当）	・客の様子をみていると、個人消費が上向きような精神的な購買はみられない。ほとんどが慎重で、余計な物は買わないという買い方が、相変わらず続いている。	
	百貨店（営業担当）	・食品や化粧品などの消耗品は堅調だが、肝心の衣料品群が一向に回復の兆しを見せていないため、2～3か月先も変わらない。	
	百貨店（販売促進担当）	・主力商材である婦人アパレル復調の兆しが見えてこない。大型食品物産展や、化粧品など好調な部分も見受けられるが、依然厳しい状況が続くと予想される。	

百貨店（店長）	・売上の大きな落ち込みはないものの、プラスにもならない。客の購買行動は慎重である。ただし、以前に比べて冬物セールの衣料品売上は多少戻ってきた感がある。
百貨店（店長）	・客の動きがあまり変わらない。
スーパー（経営者）	・競争環境は依然として厳しく、消費者心理も冷えたままである。
スーパー（商品部担当）	・既存店は販促次第で集客を見込める感じはあるが、ドラッグストアの出店が相次いで控えており、厳しい状況は変わらない。
コンビニ（店長）	・今月はひなまつりイベントの効果なのか、多少客が増えている。今後についても新学年や子どもの日等のイベント効果で、同じような良い結果につながると期待している。
コンビニ（店長）	・客はキャンペーンや売出しなどになかなか伸びがなくなってきた。先行きについても特別良くなる理由がない。また、店舗近くで工事が始まり通行止めなどの影響もあり、あまり良い状況ではないが、今月ぐらいの数字はなんとかなるのではないかと。
衣料品専門店（店長）	・景気が良くなる要素が少ないために、先行きは厳しい状況が続く。
家電量販店（営業担当）	・暖房器材の動きが悪く、見切りを早めている。住宅、マンション等の住設関連は、多少動く計画が出てきているため、期待したい。
乗用車販売店（経営者）	・高齢者の自動車事故の増加に伴い、車を手放す人も多く、今後の販売量増加は望めない。
乗用車販売店（販売担当）	・これから2～3か月後に良くなるとは思えない。新型車の発表もなく、良くなる要素が一つもない。このままずっと変わらないのではないかと。むしろ、下がるかもしれない。
乗用車販売店（販売担当）	・今後2～3か月先に何か景気が良くなる要素があるなら良いが、毎年3～4月は入学、入社シーズンなので、当然中古車等が売れるが、今の状況でいくとそんなに明るい材料がない上に、客から車両購入の問い合わせが極端に減っているため、景気は低水準のまま変わらない。
自動車備品販売店（経営者）	・身の回りに良くなる理由がない。自らで良くするしかないため、どちらとも言えず、現状維持である。
住関連専門店（店長）	・前月同様、来客数が前年とほぼ変化がないため、変わらない。
住関連専門店（仕入担当）	・生活品のモノ消費は、今後景気うんぬんで上がるとは想定できない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・商圏客の財布のひもが緩くなるとは考えにくい。飲食、アミューズメント、サービス業は堅調だが、アパレル分野の消費の優先順位は後回しになっている。ショッピングセンター運営のデベロッパーの収益構造は、今後も横ばい傾向が続く見通しである。
一般レストラン（経営者）	・若者客の動きは多少あるものの、全体的に今後も期待できるほどではない。
一般レストラン（経営者）	・地方都市では中小企業が多く給与ベースがなかなか上がらない。そのため消費者の財布のひもが非常に固く、お金を使えない状態が続いている。
一般レストラン（経営者）	・これ以上の落ち込みはないようにとの期待を込めている。
観光型旅館（経営者）	・前年春は大河ドラマの影響で売上が比較的好調に推移していたが、今年はその影響もないため、前年と比較してやや悪い状況が続くと思われる。
都市型ホテル（副支配人）	・予約状況から判断すると、ゴールデンウィーク明けまでは好調に推移する見込みである。
都市型ホテル（営業）	・引き続き、地元企業が好調なため、現在も良い状況にあり、この状況を維持していく。
旅行代理店（従業員）	・日本経済、世界情勢共に不透明である。
旅行代理店（副支店長）	・景気は上向いてはいないが、春から夏に向けての受注は少し動きが出てきている。相変わらず海外旅行の相談は少なく、専ら国内の日帰り旅行や募集旅行の相談がほとんどで、それもさほど多くはない。
タクシー運転手	・業界の特徴として、その月によって状況が変わる。今月は前年と比べて1日少ないが、前年を上回る予定である。
タクシー（経営者）	・夜の動きが良くないので、この先も変わらない。
タクシー（役員）	・客の様子から、変わらない。
通信会社（経営者）	・スマートフォン等の普及により動画配信なども行われ、テレビ離れが進んで、特に若い世代の新規加入は厳しい。
通信会社（局長）	・良くなる要素が見当たらない。東京オリンピックが景気のピークで、後は後退する一方か。

観光名所（職員）	・数か月先の予約状況はあまり良くないが、インバウンドの予約がこれから増加することに期待している。貸切バスの値上がりによるツアー客減少が気になるところである。
ゴルフ場（経営者）	・団塊世代の消費が活発な間は、景気を維持できるのではないかと。
ゴルフ場（総務部長）	・5～6月の予約状況は前年並みであることから、景気の良し悪しは変わらない。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・景気回復の材料がない。
その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・予約状況等をもみても例年並みの動き、予約数である。単価等も横ばいで、来客数の増えるポイント等もないので、依然横ばいである。
その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・景気はいまだ不安定であり、変わらない。
設計事務所（経営者）	・すぐに進められる仕事は少ない。
設計事務所（所長）	・今月は辛うじて予算達成はしたものの、厳しい状況は続いており、安心はできない。少しでも良くするため、決算月に頑張りたい。
設計事務所（所長）	・これ以上悪くなることはないという状況に近づきつつある。最近はそのような状況が続いており、変化する要因は今のところない。
住宅販売会社（経営者）	・原因が分からないため予想しにくいだが、現状維持はできるとみている。
商店街（代表者）	・主力商品の仕入値が10%上昇したため、来月から販売価格に転嫁するものの、その影響を考えると恐ろしい。
一般小売店〔衣料〕（経営者）	・学生関係の問題など、客に聞いてもあまり良い話をしてもらえない。当地は観光地のため観光客は来ているが、買物をしているかどうか、よく分からない。いよいよ悪くなるのではないかと。
一般小売店〔乳業〕（経営者）	・地方では、消費意欲の減退が続いている。
スーパー（統括）	・年金支給月である偶数月と奇数月との差が顕在化してきている。また、客の高齢化による摂取カロリーの減少で、来店頻度は変わらないものの、財布のひもを締める傾向が1人当たりの買上点数減や客単価低下に現れてきている。
コンビニ（経営者）	・市内の景気が悪い。
乗用車販売店（経営者）	・決算期の反動やゴールデンウィークなどで受注が減るため。
乗用車販売店（経営者）	・世の中の状況が不透明になってきている。前月に続いて小売店もパッとしないようである。このまま買い控えが進まなければよいと思う。
自動車部品販売店（経営者）	・需給バランスが供給過多になりつつあるなか、採用も厳しくなっていており、付加価値を増やすことが難しくなっている。
住関連専門店（経営者）	・世界経済の不安定さや世界的な政治の不透明感からくる漠然とした不安感が、景気上昇ムードを押し上げきれないでいると感じる。情勢はさらに悪化する要素があるため、やや悪くなる。
その他専門店〔燃料〕（従業員）	・今後、受注は減少し、数量も一段と減少していくので厳しい。
一般レストラン（経営者）	・前年の大河ドラマ等の効果がなくなり、それ以外の動きは元々さほど良くなかったため、かなり厳しくなる。
一般レストラン（経営者）	・地元の自動車メーカー関連企業が、米国の通商政策動向でマイナスになる可能性がある。4月からの年金引下げで年金生活者のマインドが冷え込む可能性は高い。
スナック（経営者）	・悪くなるという言葉はあまり好きじゃないが、良くなるという感じがある。今のところ、世界的に、近隣諸国も含めてあまり良い材料がないような気がしている。国内でも、都政でいろいろな問題がある。良くなるという期待はしたいが、全般的に低迷ではないかと。
都市型ホテル（スタッフ）	・3月の宴会予約件数の伸びが悪く、前年比マイナス20件、同マイナス900万円である。
タクシー運転手	・地方の景気は、本当に良くない。
通信会社（店長）	・例年、3月商戦の反動が表れるところである。
競輪場（職員）	・今年最初の特別競輪レースの売上が前年度を下回り、目標額にも達していない。

	美容室（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・かつて、なりたい職業のトップに美容師がなったこともあった。現在、業種として魅力がなくなっているのではと思うこともしばしばある。粗利益率などは他業種と比べても悪くはないが、業者数が多すぎるせいか過当競争で1店舗当たりの利益は落ちている。利益の出ないしわ寄せは経営者の給与を減らすなどで対応しているが、いつまでもそのやり方では通用しないので、難しい。 ・4月からの原料から素材、最終製品に至る物価上昇は家計に打撃である。値上げの連鎖は、最も個人消費マインドを低迷させる。 ・中古別荘売買の動きが鈍く、問い合わせも減少気味である。
	美容室（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・前年の大河ドラマの余韻を期待するが、例年並みか多少良い程度とみている。
x	商店街（代表者）	<ul style="list-style-type: none"> ・年度末と年度初めを迎えセール、創業祭、決算セールなど、いろいろとやっていくつもりではあるが、これでどこまで客に影響を与えられるか、効果が出るのかについては、かなり冷え込んだ環境下では、期待薄である。マイナスばかりを考えても仕方ないので、気温のように少し良い方に行ってくればよいが、多分あまり良い方向に行かない。
x	衣料品専門店（販売担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・省エネ商品購入を促進するような政策などが無い限り、厳しい現状は続く。耐久消費財の買換えサイクルが促進される理由がなければ、以前より商品単価が若干上がっている程度にとどまっているため、景気は後退する。
x	家電量販店（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・自動車メーカーの輸出が増加している。
企業動向関連	輸送用機械器具製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・太陽光発電の売上だけで、本業の売上と粗利が同額になっている。
(北関東)	その他製造業 [環境機器]（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・従来の仕事が底堅く推移するとともに、新規の量産案件が複数立ち上がる予定で、売上は上向く。
	一般機械器具製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・国産をうたったワインの需要は順調に伸びているが、原料の供給がひっ迫している。そのため、各メーカーとも自家農園を持って生産を試みているが、苗木業者の生産が追いつかないのが、悩みの種である。
	食料品製造業（営業統括）	<ul style="list-style-type: none"> ・年度末に向け、瞬間的に上向く可能性はあるが、その先はあまり期待できないため、変わらない。
	化学工業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・県内の有名ショッピングモールへの体験教室展開に期待している。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・大きな変化はなさそうである。
	窯業・土石製品製造業（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・受注量が安定していないので、毎月が不安である。
	金属製品製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・3月は良いが、4月、5月は例年悪いので、変わらない。
	金属製品製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・今のところ仕事の確保はできているが、長期的な仕事は少ないため、営業努力がかかせない。
	電気機械器具製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・鉄、銅、ステンレス等、金属の値上げが続き、収益への影響が懸念される。
	電気機械器具製造業（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・2～3か月先は、全く分からない。当社は得意先が十数社あるので、非常に増減した会社や、あまり増減しない会社といろいろあるので、このまま変わらず、まずまずだとみている。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・しばらくはこのまま推移すると考える。
	その他製造業 [消防用品]（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・公共工事主体だが、今期の発注が前年比減であり、特に市町村発注が同78%と大幅減になっている。現政権樹立後、順調に推移していた公共工事が腰砕けのような感じで、今後が大変心配である。当社の売上も同10%減でありこの先、経費節減など具体的方策を考えなければならない状況である。
	建設業（開発担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・太陽光発電関係が落ち着いてきているものの、公共事業発注は例年並みにあるように予測している。
	建設業（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・新年度に向けて、例年の引越し等は最盛期を迎えるが、企業の経費削減等により、年々予約が少しずつ減っている。しかし、全体的な物量は前年並みを確保している。
	輸送業（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・変わりそうな要素がない。
	通信業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・内需の弱さに加え、海外需要の行方、特に米国の新大統領の政策に対する影響の見極めに、しばらく時間がかかるとみられ、企業の慎重姿勢が続くと予想される。
	金融業（調査担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・観光関連業種以外は、個人消費も弱く今後も景気浮揚は感じられない。
	金融業（経営企画担当）	

	不動産業（管理担当）	・来年度受託業務の取引先からの値下げ圧力は相変わらず強く、何とか前年同契約に持っていくのがやっとである。資材などは値上がりしており、当社も値上げをしたいところではあるが難しい。
	新聞販売店〔広告〕 （総務担当）	・広告営業で、百貨店、ホテル等で、来期からの出稿見直しの通告を受け、定期的な出稿がなくなる。大手企業にも費用の見直しの波が押し寄せている。
	経営コンサルタント	・景気の高揚感は落ちてきているとみられ、雇用のひっ迫化の半面、個人所得の伸びいかに掛かっている。新年度に向けた消費、投資への動きが注視される。
	司法書士	・現状からみて景気が多少良くなることはあっても、それ以上良くなることはないような気がしている。ただ、少しずつ良くなって行くような気もする。
	社会保険労務士	・売上が大きく変化するという話をしている経営者はほとんどいない。しばらくは今の状態が続くとみている。
	食料品製造業（製造担当）	・スーパーでの特売だけでは期待できない。お金のかかるシーズンで消費者の財布のひもは固い。
	電気機械器具製造業 （経営者）	・3月の年度末調整は致し方ないとしても、4月以降の受注量は、前年同月より落ちているのが現状である。これから夏場に向かって回復する要素はないような気がする。
	電気機械器具製造業 （経営者）	・主要取引先の4月以降の動きが見通せない。
	広告代理店（営業担当）	・春から夏にかけては、毎年売上が落ちる。
	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・新年度に入ると、一時的に販売量は落ち込み、回復に2～3か月かかるとみている。
	× 出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月のことながら利益が出ず、資金繰りが大変である。
	× その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・消費離れが顕著である。3月はイベントも企画されているが反応も少なく、厳しい状況と予想している。
雇用 関連 (北関東)	-	-
	人材派遣会社（経営者）	・住宅関連では、補修、改装、新築が多少伸びていく。また、省エネタイプの設備、家電なども、新学期、新年度の切換えで伸びていく。青果等の食料品は高いが、粒ぞろい、品質がそろってきているので、購買力は伸びてくる。ただ、新学期等での衣料、服飾はどうなのか。
	人材派遣会社（管理担当）	・携帯電話修理関連の派遣増員が決定している。
	職業安定所（職員）	・正社員求人が増加している。
	人材派遣会社（営業担当）	・年収ベースが変わらないため、相変わらず、消費にお金が回らない。
	人材派遣会社（支社長）	・今の繁忙は、限られた時期や人の繁忙で、一過性のものである。人材不足感に変わりはないが、求人者、求職者の絶対数に変化はないため、今後この動きは収束するとみている。
	求人情報誌製作会社（経営者）	・例年、年度末の3月は、求人募集が増加する。
	職業安定所（職員）	・当職安管内の月間有効求人は、3か月連続で1.8倍台の高水準を維持している。依然として求職者との開きは縮まらない。本年度は大きな企業整理は発生していない。人手不足により売上を伸ばせない産業が非常に多くなってきており、良いとも悪いとも言いにくい状況である。
	職業安定所（職員）	・新規求人、求職者数共に前年同月比で減少となっている。パート求人は増加したが、常用雇用求人の減少幅が大きくマイナスとなっている。
	学校〔専門学校〕（副校長）	・職種によって求人は出ている。景気が良いかどうかは別として、職種を選び好みしている現状がある。求人があることから例年に比べて良いのかもしれないが、一般職などの求人が追加で出てこないとなると本当の意味で良くなったとは言えない。
	*	*
×	-	-