

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)		乗用車販売店（販売担当）	・当社は新車、中古車、輸入、国産車問わず販売しているので、販売量は自然増だが、車両販売は順調である。当社が属している整備振興会支部の仲間が何軒か廃業したので、修理が流れてきている影響もあると思うが、修理、車検関係も順調である。
		コンビニ（経営者）	・年末年始に向かい、単価の高い予約商材等の売上が増えると予想している。ただし、消費税増税による買い控えが起こる可能性もある。
		乗用車販売店（販売担当）	・当社の場合、来月出る新型車の効果が2～3か月はあるので、良くなる。リコール対応もまだしばらくはあり、この収入もかなりあるので、少しは良くなる。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・10月の予約問合せが多いので、やや良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・学会や婚礼を前年よりも多く受注できており、年末に向けての下支えとなっている。宴会は10月を除き、前年比104%と順調に推移している。レストランもまだ不安定ではあるものの、来客数が前年比102%とランチに人が戻ってきた感がある。
		都市型ホテル（営業）	・宴会が特に悪かったが、新たに当社ホームページに宴会欄を設け、宴会だけで検索できるように強化を図っている。また、社員の意識付けを図るべく、営業以外の社員も含め一斉営業を行った。このような努力が成果として表れると信じている。
		旅行代理店（所長）	・秋の観光シーズンに入るので、現状よりは良くなると想定している。これ以上、台風等の自然要因に影響されると困るので、そうならないことを望んでいる。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・客は高額な耐久消費財等を買ってしまっている。10月の消費税増税が影響し、落ち込むのではないかと懸念している。
		百貨店（営業担当）	・駆け込み需要を余り感じられなかったが、その反動も小さいとみている。キャッシュレスによる還元キャンペーンも告知しているが、効果は未知数である。対象が限定された施策であり、対象者にも今一つ伝わっていないようである。今後、数か月は余り変わらないのではないかと。
		百貨店（店長）	・消費税増税の反動の影響は小さいとみているが、一時的な落ち込みは否めない。今回の増税による駆け込み分のプラスと2か月ほどの間のマイナスでイーブンとなるのではないかと。
		スーパー（商品部担当）	・過去の増税時とは比較にならないが、多少の買い控えが予想される。また、最低賃金の上昇と働き方改革などプラス要素はあるが、大きな変化はない。
		コンビニ（経営者）	・現在の景気は非常に低迷していて、今後良くなるとは思えない。
		衣料品専門店（販売担当）	・目先のトレンドを売る職種ではなく、品質の良さで客の対応をしている婦人服屋のため、残念ながら顧客に高齢者が多い分、慎重になっている。本当に今必要かどうかを判断して動いているので、なかなか良くなる要素は見いだせない。
		住関連専門店（店長）	・最低賃金の改定により店舗の利益が圧迫され、消費税増税後の買い控えによる売上減も予想される。軽減税率などの対策もあるが、消費が落ち込むことは避けられない。
		その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・小売販売は今後の季節物の動向にかかっているが、天候に左右されるのでよく分からないというのが、本当のところである。メーカーは在庫リスクを持たなくなり、また、問屋の廃業も続き、小売側の予測が難しくなってきている。
		都市型ホテル（営業担当）	・消費税増税もあって、若干下落傾向かと思うが、それほど大きい、特別な影響はないのではないかと。
		都市型ホテル（副支配人）	・国体閉会後の11～12月は、宿泊は落ち込む予想だが、その分を料飲の宴会獲得で補いたい。好調が続いている現状を維持できるようにしたい。
		タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くないので、この先も変わらない。
		通信会社（営業担当）	・前回の消費税増税と比べて、10月以降の消費の冷え込みはないとみている。
		通信会社（総務担当）	・モデルチェンジが一定数の取り換え需要を喚起するため、一時的に減少に歯止めがかかると予測する。
	通信会社（局長）	・10月からの消費税率変更後も、大きな市場の変化はない。	

	テーマパーク（職員）	・休日ごとに天候不順となるので、来園者数が増加するとは思えない。
	ゴルフ場（総務担当）	・大口コンペの開催予定の集中日は、予約が土日祝日に重なることもあるため、断る場合もある。また、日が短くなっているため、夕方の日没時刻を考え、後半に予約を入れられないため、平準化策が必要である。
	競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪の売上が、ほぼ同額で推移している。
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・客と世間話をする機会が多く、顧客層も若年～老年まで幅広く対応するなかで、消費の考え方や冬のボーナス予想が夏と変わらない。
	設計事務所（所長）	・相変わらず、人手不足が続いているため忙しく感じるが、売上は上がっていない。
	商店街（代表者）	・消費税増税後の消費は、買いだめ分があるため、落ち込む心配はある。一方で、年金支給日を待つ客がみられる。
	百貨店（営業担当）	・軽減税率の導入があるものの、消費税増税によるマインドの悪化は不可避で、更なる景況悪化が見込まれる。
	百貨店（役員）	・消費税増税の反動が想定されるものの、前回増税時よりは影響が軽微であると試算している。
	コンビニ（経営者）	・10月からの消費税増税に対する不安感が大きく、消費マインドが下がっている。また、10月から最低賃金が引き上げられるが、増税で相殺されてしまうのではないかと不安である。
	コンビニ（店長）	・消費税増税に関して、軽減税率や各種緩和策が講じられるが、心理的には右肩下がりになる。
	家電量販店（店長）	・消費税増税の余波で、やや悪くなる。
	乗用車販売店（経営者）	・消費税増税で消費マインドが下がり、必要不可欠な物しか購入しない状況になっていく。
	自動車備品販売店（経営者）	・身の回りの購買意欲や来客の動き、客の将来にわたる展望などに目を見張る物が無い。消費税増税に関わる全体をネガティブに受け止めていると、客からじかに感じている。
	住関連専門店（仕入担当）	・消費税増税前の駆け込みと反動、キャッシュレスに対する還元策、それに対応するセールが予測され、デフレに振れる可能性が高いため、やや悪くなる。
	その他専門店〔燃料〕（従業員）	・受注残が減少傾向で、前年と比べても減少している。
	一般レストラン（経営者）	・飲食店なので、消費税増税の影響が出る。客からの問合せも受けており、消費者が気にしていると強く感じる。
	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・人材不足や人件費上昇が更に進むとみており、労働集約型の企業では、景気動向よりも収益確保や業績拡大の一番の重しとなっている。
	都市型ホテル（経営者）	・先行きが不透明で読めない。
	旅行代理店（経営者）	・消費税増税で販売価格が上昇しており、旅行商材の買い控えがあるようである。
	タクシー運転手	・10月から消費税は上がり、タクシーの基本料金も10円値上げとなるが、他の商品の増税の影響で、利用客が減少する。
	設計事務所（所長）	・消費税増税後の買い控えなどで、やや悪くなる。
	住宅販売会社（経営者）	・工事も落ち着き、街なかでも工事中物件が非常に少ない。金融機関等の情報を整理すると、年明けにはかなり落ち込む予想もある。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税に伴う買い控えが起こるとみているので、売上は減少する。
×	コンビニ（経営者）	・消費税増税分の、買い控えなどが考えられる。
×	家電量販店（営業担当）	・毎回増税後の反動があるので、大きく落ち込む。前回増税時には前年比60%まで落ち込み、今回も同様だと考えると半年は回復できない。
×	一般レストラン（経営者）	・消費税増税の影響は避けられない。さらに、生鮮食品の価格も上がっている。キャッシュレス決済の消費者還元制度がどこまで浸透するかも不透明である。良くなる条件が見当たらない。
×	通信会社（経営者）	・駆け込み需要はあるが、人手不足等で9月中に納入できない案件もある。その場合、増税分の2%は値引きせざるを得ない。いろいろな業種で、増税分は事実上値引きするという話を聞くが、これでは一層デフレが進む結果になりかねない。軽減税率も、もっとシンプルにしないと、後々、ひずみが出てくることは必至である。

		美容室（経営者）	・私見だが、購買力はすっかりなくなっている。他業種を含め全体の景気も悪くなっていく。見せかけと裏側の真実のギャップを感じている。消費税増税で消費はすっかり冷え込む。
		美容室（経営者）	・景気が悪いなか失業するのは、低賃金の特別な職業スキルを持たない人々である。最低賃金の引上げは、最も助けなければならない人々を苦しめる。人と社会がより豊かになるには、企業が一層、自由に活動できる規制緩和や減税が必要であって、最低賃金の引上げなどの偽善的で単純な方法ではない。
企業 動向 関連 (北関東)		*	*
		化学工業（経営者）	・受注が伸びる可能性のある引き合い情報もあり、期待を含めて、やや良くなるのではないかと。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・特段変わらないが、季節的要因で多少変化があるのではないかと。
		金属製品製造業（経営者）	・景気は変わらないが、安定している状況なので、これからも頑張りたい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・前年と比べれば落ちているが、10～12月にかけては前年並みかそれ以上の受注見込みで、少し前と比べれば良くなっている。ただし、それ以降の消費税増税の影響がどうなるかは分からない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注、販売、取引先の様子共に、9～10月と好調のまま余り変わらない。
		その他製造業 [消防用品]（営業担当）	・しばらくはこのまま推移する。
		建設業（開発担当）	・前政権時は公共工事は悪者扱いされていたが、現政権誕生後は順調に推移しており、今期もここへ来て前年比20%増の発注がある。ただし、現在、公共工事は設計額では受注できないため、受注しても利益計上がその分マイナスになっている。発注は総合評価方式なので、地方でも大手数社がほとんど受注してしまい、中小建設業者は受注ができない。これでは建設業者は減少し、災害発生時に対応できない状況になりかねない。行政もそのあたりを考えないと、将来、問題が生じる可能性がある。
		建設業（総務担当）	・人員不足で新規受注は難しいため、変わらない。
		輸送業（営業担当）	・消費税増税前の荷動きで、増税月に入り、多少荷物量は落ちそうだが、全体的には例年並みの輸送量を確保できそうである。
		司法書士	・特段、将来についての相談や発注がないので、変わらないのではないかと。少しずつ下がっている状況は変わらない。
		社会保険労務士	・現状から冬のボーナスは余り期待できず、良くて夏と同じくらいだと思われる。
		その他サービス業 [情報サービス]（経営者）	・受注量から見ても、余り変化はないとみている。
		食料品製造業（経営者）	・10月から軽減税率があっても、じわじわと商品価格の値上げもあるので、徐々に景気が悪くなっていくのではないかと。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・消費税増税の影響が出てくる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規に立ち上がるアイテムもあるが、全体的な落ち込みを補うことができず、売上は低迷する見込みである。
		不動産業（管理担当）	・既存の取引先には、人件費や資材の値上がり分の上乗せが厳しい。右肩下がりの売上から回復を目指して活動しているが、年間契約などの長期業務受託がなかなか取れない。スポット業務を増やしてカバーしていきたいが、こちらも受注はできても金額がやや安くなるなど、安定した売上増につながる見込みは少ない。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税による売上減少を見越して、広告宣伝予算をかなり削っているケースが多い。前年同時期の2割ほど予算を削られており、商戦の消極化が予想される。
		経営コンサルタント	・消費税率の引上げが現実のものとなり、直後の影響として、消費、生産財共に、需要が落ち込むとみられる。
		×	金属製品製造業（経営者）
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・現状、主要取引先の新機種等の計画が進んでいない。

	x	通信業（経営者）	・消費増税が影響してくる。軽減税率やキャッシュレスポイント還元などの混乱等、増税目的が果たせるのか。消費者の不安感が増し、消費が停滞するとみている。
雇用 関連 (北関東)		-	-
		人材派遣会社（管理担当）	・取引先、周辺企業が消費増税後に忙しくなると言っているため、やや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金の動きが加速する来年までは、現状維持の企業が多いと考える。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・ここ数年、求人数は多い。しかし、景気と直結しているとは思えない。消費増税を含め、今後企業がどのような求人活動をしていくか、注視する必要がある。
		人材派遣会社（経営者）	・10月からの消費増税で、買い控えもかなり出てくると思うが、最小限の購買はあるだろう。年末に向けて、特に、食品製造等で募集が活発なところもあるので、製造業全般に徐々に募集は増えていくだろうが、景気はやや悪くなる。
		人材派遣会社（経営者）	・現状、仕事が少なく売上に困っている。
		職業安定所（職員）	・新規求人倍率は直前3か月で2.17~2.41倍と高い状態が続いている。8月の新規求人数は減少したが、求職者の動きが少ないと見込んだことや、米中、日韓関係の悪化により仕事量が減少した等の理由で手控えたためと思われる。
		職業安定所（職員）	・消費増税の影響が多少はあるとみており、消費抑制や減産等により、今よりはやや下降気味となる。
		職業安定所（職員）	・消費増税が秒読み段階となり、求人側の採用意欲が下がっている。景気が上向く材料が見当たらない。
	x	*	*