

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	良くなる	コンビニ（経営者）	・日々の乗客数が増えている。また、残暑が続いていることや、秋の行楽シーズンにも期待している。
	(北関東)	やや良くなる	乗用車販売店（統括）
乗用車販売店（経営者）		・新型車の評価が上々で、かなり受注が見込める。	
自動車備品販売店（経営者）		・ここ数か月販売量が低迷していたので、期待が先行して良くなるとみている。	
住関連専門店（経営者）		・消費税率が上がるという報道の下に、駆け込み需要が高まるのではないかと思う。現状においても、リフォーム、エクステリア等の見積依頼が多くなってきている。高額な消費に対しての前倒し需要の予兆がみられつつある。	
スナック（経営者）		・希望的な観測である。景気は気なので、ここで消費税が上がるということになれば一気に悪くなっていくように思えるので、恐らく上げないだろう。	
観光型ホテル（営業担当）		・観光客が富士山に流れるかと思ったがあまり影響もなく、この先の予約も比較的良好な状況である。	
都市型ホテル（営業担当）		・これから年末、忘年会シーズンに近づくにつれ、販売、利用客が増えると期待している。今年は前年に比べ、全体的に景気が良いような雰囲気なので、例年の販売状況にプラスアルファがあることを期待している。	
旅行代理店（営業担当）		・10～11月にかけて団体旅行の受注が増えている。	
遊園地（職員）		・7月下旬に新規施設がオープンしたことにより、引き続き多くの来園客を期待している。	
ゴルフ場（業務担当）		・今月は猛暑の影響で入場者が全体的に少なくなっているが、3か月後は天候も安定し、例年通りに引き合いもきているので、今月よりは好転する。	
変わらない	商店街（代表者）	・駅前商店街でありながら、また空き店舗が増えた。お先真っ暗である。	
	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・来年の消費税増税が気掛かりである。出費を抑えているので、消費が低迷して景気が良くなる状況はみられない。	
	一般小売店〔家電〕（経営者）	・猛暑のように寒波でも来れば商品の動きはみられるかもしれないが、期待はできそうにない。消費税増税に関連した売上も、工事等を含む高額なものは多少引き合いがあるが、日用品は必要な時に購入するパターンが多い。	
	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・現在の経済の動きは今までの経験からは予想し得ない。ただし、現在の世界情勢や国内の政治の動きから、景気が良くなる要因はあまり見当たらない。	
	一般小売店〔家電〕（経営者）	・夏物が終わり、今後イベント等で客の動きがどうなるのか、少し先が読めない。	
	百貨店（営業担当）	・景気回復への期待感と、石油価格やそれ以外の日用品の値上がり等があり、ほぼ足踏み状態であり変わらない。	
	百貨店（販売促進担当）	・秋冬商戦が始まるが、地方都市における消費者の可処分所得が増える見込みはなく、今後2、3か月では消費が改善することはない。	
	百貨店（販売促進担当）	・消費税に関する意識がさらに高まりつつあり、高額品などの動きが期待されるが、全体の底上げにはつながらず、節約志向は今後も続くと思われるため、変わらない。	
	百貨店（店長）	・ムードではなく、具体的に個人の収入や生活が改善されるということが明らかになるまでは、明確な改善には向かわない。	
	百貨店（店長）	・客単価はやや上昇してきたが、賃金が上がらないため、現在の状況が続く。	
	百貨店（店長）	・地方では景気回復の勢いは強くない。2～3か月先となると消費税に関する決定があるだろうが、その影響が読めない。	
	スーパー（店長）	・さらに競合店が増えるため、年末までは厳しくなると感じている。限られた人口の中での客の取り合い状態はしばらく続く。	
	スーパー（店長）	・曜日ごとの客数はあまり変化がない。	
	スーパー（経営企画担当）	・大手企業の業績は回復しているようだが、地方企業の景気回復は感じられず、円安による値上げや消費税増税の報道が、個人消費については心理的にもマイナスに働くのではないかと。	
	スーパー（統括）	・売上高、来客数が堅調で、より高品質の商品を求める傾向がみえてきているので、秋冬物の消費に期待が持てる。	
	スーパー（商品部担当）	・食品の値上げ状況、ガソリンや消費税、金融相場など、不安定な状況が改善される見通しが無い。消費者の節約傾向は大幅には変化しない。	

コンビニ（経営者）	・たばこや飲料など、必要な物以外買わない客が多いので、先行きも変わらない。
コンビニ（経営者）	・来客数は減るものの、イベント等の開催によって来客数の減少分をばん回す予定である。
衣料品専門店（統括）	・6月ごろから夏の祭りに向けているいろいろな衣装の注文等があり、少し良いという気がしていたが、お盆が終わった途端に買い控えのような感じになっている。これから地元のお祭りがあるので期待している。
家電量販店（店長）	・猛暑で出費した分が多いために、秋から冬にかけて消費に影響が出ないかどうか気掛かりである。テレビ、冷蔵庫、洗濯機、エアコン、パソコンが前年を超えていけば良くなって、もう一段景気が上向く。
家電量販店（営業担当）	・まだまだ回復感は感じられない。太陽光発電でも買い取り額が不透明なので購入の後押しができていない。現状維持を望んでいる。
乗用車販売店（経営者）	・商談数、自動車購入の見込み客数は、相変わらず少ない状況が続いている。
乗用車販売店（営業担当）	・広告宣伝の影響だと思うが、価格、燃費、性能等で1～2車種に集中して問い合わせがあるものの、契約までにはまだ少し時間がかかりそうである。
乗用車販売店（販売担当）	・8月はお盆休みもあり、どうしても稼働日数が少ないので販売量も減っているが、9～11月は長期的な休みもないので、そこそこ販売台数も出る。また、修理部門が増えているということで、全体の売上で考えれば、これから先そんなに大きく落ち込むようなことはない。
住関連専門店（店長）	・来客数が前年を割る状況が続いている。買上点数の向上に努めているものの、円安の影響で利益確保が厳しい状況になっている。
住関連専門店（仕入担当）	・この状況でインフレ傾向にあるとすれば、食品や電気料金、ガソリン、灯油といった一部限定的な部分に限られてのものであり、その他の商材の消費は今後も厳しい。消費税増税を控えその傾向はさらに加速する。
一般レストラン（経営者）	・政策的にも景気浮揚策を講じているが、地方の末端に関してはまだまだあまり良くはならず、変わらない状況が続く。
一般レストラン（経営者）	・客の減った状態がしばらく続く。12月になるのが待ち遠しい。
一般レストラン（経営者）	・売上は伸びているが、仕入れ値の高騰が続いており、仕入と売上のバランスを考えると見通しは暗い。
スナック（経営者）	・もっと悪くなるのではないかと思うが、これ以上悪くならないようにということで、変わらないと回答している。何か良い策があるなら教えて欲しいくらいである。
観光型旅館（経営者）	・9月の予約動向は前年と大きく変わっていない。また、10月以降も前年並みに推移している。
都市型ホテル（支配人）	・先の予約状況は良くもなく悪くもない。福島第一原子力発電所の事故の影響で、週末の行楽客がまだ戻っていないため、例年よりは若干落ちている。
都市型ホテル（スタッフ）	・毎年10、11月ごろは農繁期で忙しいということもあり、飲食業、宿泊関係は変わりはなく、むしろ落ち込むのではないかと思っている。
旅行代理店（副支店長）	・受注件数は前年同時期とほぼ同じで、今後増えていく要素がない。地方ではアベノミクス効果はみられない。海外についても円安傾向のため、旅行代金も上昇気味であるため、少々足踏み感がある。
タクシー（経営者）	・不景気感があり、この先も変わらない。
通信会社（経営者）	・日用品等の値上げにより、節約志向が続いており、客の関心がこちらに向かない。
通信会社（営業担当）	・現在もなお一部富裕層が景気回復の恩恵を受けるのみで、先行している日用品価格や光熱費の上昇が一般消費者の足かせとなり、積極的な動きがみられないため、変わらない。
通信会社（局長）	・消費者の財布のひもの緩みを一向に実感しない。消費拡大への期待感はあるが空回りしており、好景気分野がかなり限定的な感がある。幅広い分野での景気回復に期待する。
ゴルフ場（支配人）	・天候の安定する秋に向かい集客活動を行っているが、現在のところ予約は前年並みに入っている。
競輪場（職員）	・他場の記念競輪等の売上もほぼ同額で推移している。
その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・まだしばらくはこのままの状態が続くのではないかと感じている。
その他サービス[イベント企画] (職員)	・世界情勢も依然として不安定であり、あまり変わらない。
住宅販売会社（従業員）	・来春の消費税増税を控えた心理的影響があるのかと思う。

	住宅販売会社（従業員）	・販売は大幅に増えているが、技術者、施工業者共に不足しており、手持ち工事が増える一方である。2020年の東京オリンピックが決定すると、更にこの状態が続く。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・商店街の集まりでこのところ消費税増税対応の話が多く出ている。
	商店街（代表者）	・隣接大型店移転の影響が効いてきている。
	スーパー（総務担当）	・消費税増税が来年度実施されるであろうという状況で、客の財布のひもが緩むとは思えない。
	コンビニ（経営者）	・今月は競合店の閉店があつて、いくらか良くなっているが、今後は新たな店が開店するのでまたいくらか悪くなる。
	コンビニ（経営者）	・夏場が良い反動と、秋口になると売れる物が変わるので、若干販売量は落ちる。近くに競合店がまた出店してくるため、競争関係も厳しくなり、先行きはやや悪くなる。
	コンビニ（店長）	・現在当店のすぐ近くで賃貸アパートが建設中のため、工事関係者が多数来店しており、来客数の減少の一部を補う形になっている。2～3か月後はその工事も終了しているため、必然的に悪くなる。
	衣料品専門店（販売担当）	・今月が本当に悪かったので、今後も悪いままで変わらないと答えたいところだが、消費税増税の話を考えると余計に悪くなる気がする。業種によっては駆け込みの可能性もあるが、残念ながら身の回りの物でも婦人洋装は日用品や雑貨とは違い、一番我慢して通り過ぎてしまうような業種である。
	乗用車販売店（経営者）	・10月に首相が消費税を上げるか否かの結論を出し、今週中にはT P Pの方向性が共同声明として出る予定だが、こちらも日本としてはかなり譲歩したものになりそうである。そのほかにも非正規労働者の増加など、消費マインドの減退につながることは生ずる国になりつつある。
	乗用車販売店（従業員）	・消費税増税がいつになるかで消費動向が変わると思うが、コンパクトカー中心の受注なので、収益は今後も厳しい状況である。
	乗用車販売店（管理担当）	・大企業はアベノミクス効果により上向きであるが、中小企業ほか、サラリーマンには反映されていない。
	乗用車販売店（店長）	・これから軽自動車税の値上がり等があるとすると、唯一維持費の少ない軽自動車も売上が減る可能性がある。今後半年から1年先は心配である。
	高級レストラン（店長）	・閉店する店や企業の撤退などの話題ばかりで、良くなる兆しはない。
	一般レストラン（経営者）	・我々飲食業では、一定の期間であるにせよ消費税増税の影響は大きく出てくる。それまでどのように営業するかが問題である。
	スナック（経営者）	・毎年お盆明けから9～11月は売上が落ちる傾向にあるので悪くなると予測している。
	観光型ホテル（経営者）	・9月は連休が2回あるが、それ以外の日での集客が難しい。その後、10月後半から11月にかけて秋の紅葉シーズンとなるが、今のところの先行受注は決して良い状態ではない。
	旅行代理店（所長）	・秋のシーズンについては、間違いなく富士山方面にシフトし、かなり苦労することが目に見えている。現に、山梨方面の秋季の宿の予約は厳しくなっているようである。
	タクシー運転手	・同一地域に進出してきた同業者の動きが活発になってきたためである。
	通信会社（経営者）	・原油価格高騰と円安で仕入価格の高騰が心配である。脱デフレ政策で二極化が一層進んでいる。一般の人の生活はむしろ厳しさが増しているように思える。その上消費税が上がれば、1997年の失敗を繰り返すことになるのではないかと。一部の業種ではなく、すべての業種の平均所得が3%ほど上がったから増税すべきである。
	テーマパーク（職員）	・今後も学生団体の予約件数は減少している。
	美容室（経営者）	・円安で9月以降生活物資の価格が上がるため、節約する人が多くなっている。美容院にかけのお金は節約する人が増えてくるため、この先の来客数は増えない。
美容室（経営者）	・この夏にボーナスがないところは冬にも期待できないと客が話している。地方の町では昼間の人通りは少なく、美容業に限らず伸びる要素は少ない。	
その他サービス[立体駐車場]（従業員）	・ガソリン価格がかなり高騰しており、車での来場者数が減ってきているようである。また、客の滞在時間も減ってきているので、客単価も安くなっている。総体的に悪くなる。	
設計事務所（経営者）	・消費税増税の駆け込み需要がなくなると、しばらく仕事量は減ると考えられ、まだ安定して景気が良くなっていくとは思えない。	
設計事務所（所長）	・消費税増税が実施される場合、今後一時的な冷え込みは免れない。	

		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税が決定すると顧客の動きが一時的に鈍くなると思われるので、やや悪くなる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・7月の終わりに大型スポーツ用品店がオープンした。今のところは少し感じるくらいだが、これから先どのくらい客が減ってしまうのか心配している。大型店とは対抗できないので、先行きはとても悪い。
		スーパー（経営者）	・オーバーストアによりどこかが撤退するまで低価格競争は続く。当社は差別化戦略に切り替えていく。
		コンビニ（店長）	・競合他社が出店してきたので、良くなることはなく、悪くなる方向である。ほかに良くなるような要因も今のところ見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・客は値段が安い物を欲しがっている。
		衣料品専門店（店長）	・電気料金やガソリン代などの燃料費や食品などの値上がりが続いている上、収入増が見込めないとますます景気は悪くなる。
		タクシー運転手	・今後、地方でタクシーを利用する客が増えるとは想像もつかない。
		通信会社（経営者）	・見積案件の状況から見ても、現在の厳しい状況が改善される兆しはまだない。
企業動向関連 (北関東)	良くなる	その他製造業 [ 環境機器 ]（経営者）	・太陽光発電関連企業の景気は良い。
	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・国産ワインコンクールの成果もあり、国産ワインに対する人気が高まっており、ソムリエの関心も徐々に輸入品から国産品へ移りつつある。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・現在の見積物件が秋以降期待できるのではないかと考えている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・建設機械関連で若干の増産の話があり、自動車関連でも新規案件の立ち上がり、生産再開等があることから、今よりは多少良くなっていく。
		電気機械器具製造業（経営者）	・仕事の話が徐々に出てきたので、もしかしたら動き出すのではと思っている。今から仕事の話が決まっても、早くて10月、多分11～12月、遅いと来年になるかもしれないが、ここ数か月～半年以上、全く仕事の話がなかったのに、見積案件が出てきたということは、もしかしたら良い方向に移るかもしれない。
		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、9、10月は例年になく受注量が増え、前年比20%ほど増加する見込みである。ただし、それに伴うコストについては、原油価格の上昇により、燃料代、電気料金が前年に比べ相当上がってきているため、収益面では厳しくなっている。
		建設業（開発担当）	・公共工事は労務単価の上昇により、発注額も見直され、10年以上続いたデフレ傾向から脱却できるようになってきた。ただ、受注は競争入札で、最低価格での5社以上のくじ引きとなるので神頼みである。民間工事は消費税増税前の需要は個人住宅中心であり、地方では企業の設備投資はまだ感じられない。今後に期待している。
		建設業（総務担当）	・前年よりは発注量も増加すると予想される上に、利益率も上がれば今よりは明るくなる。
		金融業（調査担当）	・懸念材料は多いものの、公共工事が下支えするほか、円安の効果が出てくる。また、政府の成長戦略第2弾にも期待している。
		金融業（経営企画担当）	・サービス業においては富士山の世界遺産登録による客足がしばらくは続くものとみている。また、製造業や建設業においてもアベノミクスの民間投資を喚起する成長戦略への期待感がある。
		広告代理店（営業担当）	・正月商戦に向けて広告が増えるので、良くなって当たり前である。
		経営コンサルタント	・地場の小売店や飲食店、下請企業など、市場一般の動向に多少の上向き感が出ているが、まだ確信的な状況に至っていない。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品投入で新規受注が見込めるものの、依然難しい状態が続くことが予想される。
		金属製品製造業（経営者）	・将来の景気が全く予想できず、非常に苦慮している。早く仕事量が増えないかと毎日思っている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・7月分より新規品が立ち上がったが、思ったほどの作業量ではないため、さらに受注活動を強化していくつもりでいる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・親会社からの注文はほとんど増えていない。もし新製品が出たような場合でも海外で生産を行っているため、当社にはあまり注文は来ない。

		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の新機種生産が一段落し、今後の状況は未定であるが、9月下旬の下期計画発表までは現状維持である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・10月ぐらいまでの仕事量はある程度確保しているが、内容は非常に厳しい。民間の設備投資の話もなかなか出てこない。先行きについては確信が持てない状況である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・1～2か月先までは取引先等の受注残がやや多く良い状況だが、その先は全く分からない。
		輸送業（営業担当）	・季節の変わり目を迎え、秋冬物の衣類や家電等については、前年並みの物量を確保できそうな状況である。しかしながら今年の猛暑により、露地野菜、米などの青果物は輸送量が減る見込みなので、全体的には少し落ち込む。
		金融業（役員）	・建設業や自動車関連といった一部業種以外に波及しているかという点、まだ下請の受注価格にも賃金ベースでも反映されていないので、今後の見通しについてはまだ分からないというのが実態である。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・市の南部では家電量販店のほか、数店の新規出店が予定されており、しばらくは活発な動きが期待できそうである。しかし、北部方面の動きは鈍く、南部の動きが波及するまでには及ばない。
		司法書士	・周りの経営者と話していると少し明るさを感じる。具体性はないような感じであるが、少し良くなったところで変わらないでいてくれればよいと感じている。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・価格競争でかなり厳しい状況になっている。大物の仕事も特に発生しないということなので、厳しい。
		化学工業（経営者）	・岩手県、宮城県の震災復興の影響で製品も出していたが、10月以降は出荷が悪くなると予想される、製品がある程度行き渡ってしまったのだろうか。
		電気機械器具製造業（経営者）	・なかなか成約できず、先が見通せない。
		通信業（経営者）	・アベノミクスに対する期待は大きかったが、なかなかその成果がみられず、家計も緊縮財政に戻りそうである。
		不動産業（経営者）	・根幹をなすべき産業の空洞化、縮小化が目立っているように感じられるため、将来への展望が期待できない。
		不動産業（管理担当）	・ここにきて資材の値上げがじわじわと利益を圧迫してきており、業務は年間契約のため、少なくとも次回の年度契約まで価格に転嫁できない状態が続く。当社にとっては利益減少要因となる。
		社会保険労務士	・材料、物流などで値上げ要請が増加している。値上げする事業所と吸収する事業所とあるが、いずれにしても収益を圧迫しそうである。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・ここ1、2か月の反動で、10月以降は受注量、販売量共に減少する。
	悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・シリア情勢により原油価格に影響が出始めているので、ますますガソリンや灯油の価格が上がり、悪くなる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・相変わらずの仕事量の減少や、価格の引き下げによる、利益の減少を感じる。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・アベノミクスへの期待感が大きかったが、宝飾業においては反映されていない。宝飾の売上の中で、輸入時計は好調に推移している模様である。また、国内の古い在庫や中古ジュエリーの輸出などで業界の統計数字は下がっていないが、実質の流通をみると厳しいものがある。
雇用関連	良くなる		
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・8、9月と忙しくなっているので、この先も楽しみである。
(北関東)		人材派遣会社（管理担当）	・取引先で正社員の採用をやめて派遣社員の採用を増やすとされている。
		職業安定所（職員）	・求人数、求職者数、就職者数の増加している。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・自動車関連の募集内容から見ると、下半期の12月ごろまでは生産関係が順調なように見受けられる。一方、販売関係、小売の衣料品や食料品では若干値動きが見られ、これらが幾分落ちてくるかという感じなので、何とも言いえないところである。電子関連は単発での2～3か月、それから間を置いてまた2～3か月といった波があるので、横ばいとみている。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・現在の周辺企業の経済状況を見ると、雇用環境は厳しい。
		職業安定所（職員）	・数字の上では前年同月比で、新規求人数は増加、新規求職者数は減少の傾向が続いているが、円安の影響等も受けて燃料費等の上昇が収益を圧迫してきているため、先行きに不透明感がある。

	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で4月が8.6%減、5月は12.7%減少している。6月は短期の求人が相当数あったため、12.9%の増加となったがこれは一時的なものにとらえている。7月は4.3%減となっている。新規求職者については、4～6月に早期退職の実施があり、前年同月比で4月が7.5%、5月が6.4%、6月が2.6%、7月は10.9%増加し、依然として増加傾向が続いている。企業訪問時などに事業主に話を聞いてみても、新規求人は厳しい状況である。
	職業安定所（職員）	・求人数増、求職者数減、求人倍率の上昇から、景気は上向き傾向であると思われるが、一部では、企業整備や統廃合などによる縮小、廃止などを今後予定しているといった話も聞こえる。そのため、目に見える形で身の回りの景気が回復するのは難しい。
	学校〔専門学校〕（副校長）	・1件の求人に対して多数の応募者がいる状況は変わっていない。専門職として高い専門性を求める企業と、専門性を持たない求職者との間のミスマッチの状況がさらに広がっている。販売職など専門性の低い求人への応募者が増えているように思える。
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・就業条件が厳しくなりつつある。
悪くなる	-	-