

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）	・気温が下がり雪もちらちらしてきたが、よほどの悪天候にならない限り現状維持できる。クリスマスケーキの予約なども絶好調である。		
		乗用車販売店（販売担当）	・3か月後はちょうど消費税が上がる時期であるが、それまでは本当に良くなる。今でも良くなっているので、3月一杯はさらに追い込みで忙しくなる。		
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税前ということもあるが、周辺企業の業績回復に伴う賞与の支給がおおむね前年を上回ってきていることも、商工会議所等で確認している。このような環境下なので、消費は拡大傾向になると考えている。		
		通信会社（営業担当）	・かなりの企業が賞与増額を予定しているため、例年以上に消費が高まると思われる。		
やや良くなる		商店街（代表者）	・消費税増税を控えて不安であるが、良くなって欲しいという希望が強い。		
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・年末需要と重なり、消費税絡みの駆け込み需要が見込まれる。		
		百貨店（営業担当）	・来年の消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。また、景気全般に個人消費が若干上向きつつあるような客の様子も感じられる。		
		百貨店（店長）	・冬の賞与に明るさが見えることと、消費税増税前の駆け込み需要が期待できるという点から、今後は多少景気が良くなると考えている。		
		百貨店（店長）	・賞与増額及び来春の賃金増の話題と、消費税増税前の駆け込み需要に期待している。		
		コンビニ（経営者）	・12月の歳末商戦については予約商品が多く、これは競合店とそれほどバッティングしないのである程度売上が見込めるが、例年あまり売上が伸びない1月や2月についてはやや低迷する。期待を込めての若干良くなるとの回答である。		
		家電量販店（店長）	・3月の年度末までは消費税増税前の駆け込み需要があると予想している。4月以降の動きで景気の実際の動きが分かると思われる。		
		家電量販店（営業担当）	・前年より寒さが訪れるのが早く、暖房商品の動きが良い。		
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税の直前までは多少、売上の好調が続くと思うが、4月過ぎには当然その反動が来るので、今からその後の生きて行くための対処、例えば優秀な新卒社員の採用などを考えなければならない。		
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれるが、取得税がなくなる代わりに、軽自動車の自動車税が上がるとの噂があり、思ったほどの駆け込み需要がないかもしれない。		
		乗用車販売店（管理担当）	・4月からの消費税増税に伴う駆け込み需要が増える。		
		自動車備品販売店（経営者）	・現在、販売量があまりに悪いので、今ほどは悪くないだろうという期待と、自力で何とか良いところにもっていきたいということを加味して、良くなるだろうと推測する。		
		一般レストラン（経営者）	・旅行シーズンと重なり、地元客は県外へ出かけてしまい、地元での消費を控える。		
		一般レストラン（経営者）	・年末年始で忘新年会が多くなり、来客数が伸びる。		
		観光型旅館（経営者）	・旅館など宿泊業の場合、景気が良くなる最初のころは工場などで休日出勤が増えるため、かえって動きがない。それが一段落してから人が動き出すので、景気回復が落ち着いてきたこれから動きがあると思われる。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・これから先、忘新年会等で良くなるが、まだ地域的には低迷している。		
		遊園地（職員）	・外国人観光客の増加により、今後も引き続き多くの客の来園を期待する。		
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待している。		
		変わらない		商店街（代表者）	・1、2月になると新学期の販売が始まるが、あまり期待はできないと思っている。今の景気の悪い状況が続くのではないかと心配である。
				一般小売店〔精肉〕（経営者）	・これから寒くなるので暮れの需要がどうなるのか心配である。大手による食品表示問題に関するニュースが当店のよう食品を扱っている業者の売上に悪影響を及ぼさないよう願っている。
一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税に伴う駆け込み需要による売上増を期待したいところだが、年度末等で生活出費の多い中、客の動向を見極めるのは難しい。				

百貨店（販売促進担当）	・消費増税前の駆け込み需要があるだろうが、今までのダウントレンドと相殺され、大幅なプラスにはならない。
百貨店（販売促進担当）	・相変わらず価格訴求品やお得な情報への関心が高く、基本的に正価での販売は難しい。年末年始を控え、その傾向は強くなっている。気温の変化と主力の衣料品売上は多少連動すると思われるが、大きくは変わらない。
百貨店（店長）	・10月の消費増税の発表以来、非常に停滞している。
スーパー（店長）	・数か月前から続いている売上の微増は、消費増税までは今後も続くともみている。
スーパー（総務担当）	・客単価は上がっていても、売上は落ちている状況で、来年4月には消費増税もあるので、良くなるという期待はできない。景気は上がっているといっても、一般消費者にはお金が回っていないように思う。
スーパー（統括）	・来春の消費増税が押し迫ってくる中、電気料金の値上げ、ガソリン、灯油価格の値上げなど、直接的な家計支出への影響が懸念され、先行きに不安がある。
スーパー（経営企画担当）	・売上は回復してきているが、商品の値上がりによるものなのか景気が良くなって上がってきているのか、定かでない。
スーパー（商品部担当）	・商品政策なども行い単価アップを図っているが、来春までは大きな外部環境変化も見受けられない地域のため、なかなか変化がない。
コンビニ（経営者）	・来客数、客単価共に変わらないが、前年よりいくらか多く予約を取れている。売上はそれほど変わっていない。
コンビニ（経営者）	・長いこと売上の低迷が続いているので、変わらない。
コンビニ（店長）	・競合店が本当に近隣にできたのでこれ以上悪くなる状況は考えにくい。客もこれである程度落ち着くと思うので、これからはあまり変わらない。
衣料品専門店（統括）	・夏から秋の販売最盛期を過ぎ、歳末を迎え、これからまた普通の売上に戻らと思うが、東日本大震災以来、なかなか元に戻るのには難しいと感じている。
乗用車販売店（経営者）	・現状維持と考えている。
乗用車販売店（営業担当）	・この時期は自動車の販売よりも冬用タイヤをはじめとした用品販売に活気が出てくるが、全体的に販売ボリュームはまだ小さい。
乗用車販売店（販売担当）	・年末にかけてミニ展示会を準備したり、安売りのチラシ、車検や整備関係のダイレクトメールなど、いろいろ手を考えてはいるが、ここ2～3か月売上が低迷している状況であり、一気に伸びる要素もないので、この先2～3か月も売上は同じような横ばい状態になる。
乗用車販売店（統括）	・既に良い状態であり、このまま持続するのではないかと考えている。
乗用車販売店（店長）	・消費増税の影響は否めないが、駆け込み需要での購入はあまり見込めない。
一般レストラン（経営者）	・生活必需品の値上がりや消費増税等もあり飲食の景気回復はまだまだ先になりそうである。今までの不景気のことを考え、消費者が守りに入ってしまう可能性もある。
スナック（経営者）	・良くなっていくだろうとは思いますが、消費増税等の不安な要素もありよく分からない。増税について困ったと話す客が思いのほか多いので、影響は少なくないだろうと心配している。
スナック（経営者）	・今年も残すところあと1か月であるが、本当にこの1年、アベノミクスの景気浮揚効果が地方にまで及んできていない。
観光型ホテル（営業担当）	・景気が回復傾向に向かったとしても、観光事業や宿泊業は影響が表れるまで時間がかかり、すぐには好不況の影響を受けにくい業界である。
都市型ホテル（営業担当）	・消費増税により、経済がどのような方向に向かうのか不明な部分がある。値上げの影響が不明でありまた、2～3か月後は消費増税に伴う駆け込み需要もピークを過ぎていることから、景気の先行きは不透明である。良くなることは難しいので変わらないという判断である。
タクシー運転手	・タクシーの利用客が増えるような要素はない。
タクシー（経営者）	・全体的に動きが悪いのでこの先も変わらない。
通信会社（経営者）	・地方では景気上向きの実感はなく、テレビの買換えなどに伴う新規加入者の増加は期待できない。
通信会社（局長）	・歳末商戦に向けて消費の活発化は見込めるが、これも一時的要素ととらえて除外すると、景気回復の兆候は見出せない。
テーマパーク（職員）	・今年も天候不順が続いたので、冬季の降雪が心配である。

	ゴルフ場（業務担当）	・今月は入場者、売上共に大体前年並みに推移している。先行きについてはコンペなどの引き合いも来ており、会員募集でも獲得数、引き合いが来ているので、明るい材料があると感じている。ただし、売上や単価について上昇は期待できないので、総体的には変わらない。プレー料金が安く、その他のショップや食堂等の単価も上がらないため、売上確保、収益の改善は難しい。
	競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪の売上高が昨年と比べてほぼ同額で推移しているため、変わらない。
	その他レジャー施設 〔アミューズメント〕 （職員）	・ここ数か月の売上の推移などから、しばらくはこのままで推移するのではないかと考えている。
	美容室（経営者）	・例年、年末に向かって少しずつ予約が入る時期であるが、今年あまり入らず、遅れている状況である。
	その他サービス〔立体 駐車場〕（従業員）	・ホテルや大型の家電量販店、テナントなどの予約状況が横ばいなので、来客数並びに単価も横ばいと考えられる。
	その他サービス〔イベ ント企画〕（職員）	・公務員給与の引き下げ等の影響によるものなのか、依然として出控えが顕著なため、変わらない。
	設計事務所（経営者）	・公共発注の締切りで仕事量はあるが、仕事量そのものは前年とあまり変わらない。
	設計事務所（所長）	・今月は本当に厳しい月である。これより悪くならないよう何か手を打たないと、危機的状況であることには変わらない。
	住宅販売会社（経営 者）	・現状維持はできても良くはならない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・安売り合戦は一向に収まらず、また、給料が上がったという話も聞かない。その上、ナイロン製品や各種商材の部品が一斉に2割以上も値上がりしている。
	商店街（代表者）	・消費税増税の期日が近くなるほど不安になる。
	一般小売店〔青果〕 （店長）	・地元の大手メーカーの火力発電部門が合併し、来年早々から2,000～2,500名のリストラをするとの報道が出た。そのため、従業員はピリピリして、忘年会等も自粛ムード、無駄遣いはしないということで雰囲気は非常に悪い。先行きは厳しい。
	コンビニ（経営者）	・2～3か月先は催事等の行事がないので来客数及び買上点数が減少し、やや悪くなる。
	コンビニ（店長）	・11月は中旬2週間にわたり、隣接するチェーン店が改装のため休業し、一時的に当店への来客数が増加したが、3か月後はこの特需的な要因がなくなるので最悪の状態になる。せめてやや悪いくらいの結果になることを期待している。
	衣料品専門店（販売担 当）	・今後3か月の間には、消費税増税前の駆け込み需要もあるのかもしれないが、当店が扱っている中級品の婦人服には駆け込みはない。そう考えるとこれから悪くなっていくのかなと思っているが、悪い中での悪くなっていくというのは本当にどん底に近いくらい悪い状況なので、存続をどうしようかというくらい大変な状況である。
	乗用車販売店（従業 員）	・客の話の状況では、消費税増税による駆け込み需要は期待できない。
	一般レストラン（経営 者）	・いろいろな商品の値上がりや来年には消費税増税が控えていることから、消費者の財布は非常に固くなっており、お金を使わない傾向にある。
	都市型ホテル（支配 人）	・先の予約、宿泊の団体及び宴会の状況は例年より下降気味である。
	旅行代理店（所長）	・オフシーズンに入るので、当然ながら入込客数は右肩下がりに減少する。オフシーズンに客を呼び込めるような企画、観光素材の開発が急務である。
	旅行代理店（副支店 長）	・受注、先の予約が前年と比べて良くない。消費税増税前の駆け込み需要も期待薄であり、駆け込み需要があってもその後の方がもっと心配である。これから先、商品開発も激化してくるため、薄利多売のデフレが懸念される。好景気は一部の都市に集中しているため、景気回復と勘違いされているが、実際には景気は悪くなる。
	旅行代理店（営業担 当）	・1～3月にかけて、旅行の需要は減少する傾向がある。
	タクシー運転手 通信会社（経営者）	・運行回数は良いが、単価が低い。特に、夜の動きが悪い。 ・消費税増税やさらなる円安に向かう可能性を考えると、当面良くなるとは思えない。脱デフレというが、仕入れが高騰して単価が上がるだけでは、円の価値がただ下がっているだけとしか思えない。適正な利益を得てその利益が人件費に還元できて、はじめて脱デフレの意味があるものと考えているが、現状では全くの逆効果としか言いようがない。

	悪くなる	一般小売店 [衣料] (経営者)	・紅葉は良かったので客も大分来たが、当社がそれによって潤うことはなかった。これから師走に向かっていくが、雰囲気的にも景気が上向くようにはみえない。	
		一般小売店 [乳業] (経営者)	・良くなる要素が全く見当たらない。	
		スーパー (経営者)	・価格競争が更に激化する。	
		通信会社 (経営者)	・複数の潜在顧客を訪問しているが、口を開けば「厳しい」ばかりで、見積さえ依頼されない状況である。	
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)	・ソーラー事業は4本目の大きな柱になると見込んでいる。	
		やや良くなる	食料品製造業 (経営者)	・来年3月までは消費税増税前の駆け込み需要がある。
		食料品製造業 (営業統括)	・各地域で実施されているワインツーリズムや国産ワインをテーマにしたテレビ報道等により、国産100%ワインへの関心が高まってきている。今後、各メーカーへの来場者は更に多くなるものと思われる。	
		窯業・土石製品製造業 (総務担当)	・残業をするようになった。	
		輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・大手自動車メーカーの操業は依然高水準で、3か月見通しでも量が落ち込んでいない。特に、北米を中心とした輸出が好調であることから、3か月先についても依然として高い水準で受注を確保できるとみている。	
		建設業 (開発担当)	・公共工事の発注額についてはアベノミクス効果が確実に表れてきている。前政権は何だったのかという結果である。今後も中小企業にも景気波及効果が及ぶことを期待したい。当社も受注額が3期ぶりに上昇し、前期比でも10%を超える状況なので、今後も期待していきたい。	
	変わらない		司法書士	・不動産、特に建物を目的とする場合の取得準備が徐々に進んでいるようである。
			窯業・土石製品製造業 (経営者)	・以前から特別注文の話はあるが、具体的に決定するケースはなかなかない状況である。
			金属製品製造業 (経営者)	・身の回りに景気が良くなるような材料はなく、困っている。
			一般機械器具製造業 (経営者)	・2、3か月前は微増が続いていたが、ここにきて横ばい状況になっている。
一般機械器具製造業 (経営者)			・油圧ショベル関連の仕事が予想以上に低迷し、好調である自動車分野の足を引っ張っているため、トータルでは現状とあまり変わらない。	
電気機械器具製造業 (経営者)			・消費税増税前の駆け込み需要で相当量の注文が出てきた。反動減が心配だが、とりあえず稼げるときに稼ぐという形で頑張っている。	
電気機械器具製造業 (経営者)			・市場の景況感が今一つ良くなっていないためか、取引先の電話システムの引き合いに伸びがない。	
電気機械器具製造業 (経営者)			・先が見通せず、悪い状況で変わらない。	
電気機械器具製造業 (営業担当)			・来年の3月までは仕事量のある程度確保しているが、4月以降の見通しは非常に不透明である。	
輸送用機械器具製造業 (経営者)			・ここ数か月の受注量、販売量の動き、十数社ある取引先の様子をみても、良い会社と悪い会社が半々で、あまり景気が良くなるという感じはない。この先2、3か月もまづまづのまま変わらない。	
輸送業 (営業担当)			・年末年始に向かい、特にインテリア商品、布団、カーペット、じゅうたんなどの物量は例年並みに見込まれている。また、今後は来年度からの消費税増税前の駆け込み需要で白物家電等の荷動き増も見込まれているが、現状の円安による原油高での燃料コスト負担増が厳しく、利益が薄い状態が続いている。	
通信業 (経営者)			・景気が良くなりそうで良くならない。アベノミクスはどうなってしまったのか。	
金融業 (調査担当)			・製造業の中小企業にまで円安の恩恵が波及していないため、変わらない。	
金融業 (経営企画担当)			・消費税増税等の影響を考えると、2～3か月の間に景気が良くなることは考えられない。しかし、米国を始めとする世界各国の状況が徐々に良くなってきていることを考慮すると、日本国内においても現状の金融緩和政策及びアベノミクスによる政策を実施していくことで良くなっていく。	
金融業 (役員)	・建設業は来年以降の公共工事の見通しが分からず、自動車部品の製造についても、一部自動車メーカーでは3月ごろから売上が減少するという予想があるため、当面非常に不透明である。			
広告代理店 (営業担当)	・良くなる材料が見当たらない。			

	新聞販売店 [広告] (総務担当)	・消費税増税後を心配する人が多いと感じる。良くなっている実感に乏しい消費者の給与等が実際に上がらないと消費行動に変化は起きないのではないか、と小売店では話している。	
	社会保険労務士	・中小企業の給与は変わらないので、大企業の給与がどれだけ増えて消費に回るかである、そんなに変化はないと思われる。	
	その他サービス業 [情報サービス] (経営者)	・特段の変化は見られない。	
やや悪くなる	化学工業 (経営者)	・石油関連製品の材料が来月また値上げされる。価格転嫁も困難であり、収益は更に悪化する。	
	その他製造業 [宝石・貴金属] (経営者)	・消費税増税前に高額品が売れるという期待もあるが、宝飾品のマーケット自体は回復していない。	
	建設業 (総務担当)	・下請不足が深刻で、年度末までは現場は忙しく動くが、新規受注がなかなか進まないという状況が続く。そうすると、資金繰り等の面からも会社として苦しくなると予想している。	
	不動産業 (管理担当)	・資材等の値上げも予想されるため、転嫁できない経費の増加が見込まれる。	
悪くなる	食品品製造業 (製造担当)	・電気、ガス、原料、すべてが値上げで、とても利益を出せる状況ではない。	
	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・相変わらず仕事量は減っている。価格も下がっているので、利益も出ない。	
雇用関連 (北関東)	良くなる	人材派遣会社 (支社長)	・必要に応じた形での採用から、長期を見据えての派遣活用にまた戻ってきており、派遣上昇トレンドが始まったと感じている。受注比率も前年比120%オーバーで推移しており、引き合いは強い。
	やや良くなる	人材派遣会社 (経営者)	・年末年始に向けて、デパートがギフト商材等の販売に力を入れてくると思うので、募集の増加を見込んでいる。また、車関係や電子、携帯関係の細かい部品等の組立ては、急ピッチでの募集が断続的に出て来る状態である。住宅関連は駆け込みで増改築等の動きが出てくると見込まれている。2月ごろまでは寒いので、寒さをしのぐ衣料品等も増加傾向と見受けられる。
		人材派遣会社 (経営者)	・10月ごろから仕事量が増えているので、今後3か月先は良くなる見込みである。
		職業安定所 (職員)	・建設関係が上向きのためである。ターミナル駅の駅前商業施設が閉店し、別の大型ショッピングセンターができる計画があり、その期待がある。個人住宅対象の造園関係も受注が増えている。オリンピック関係の期待もある。
	変わらない	人材派遣会社 (営業担当)	・新卒者も含め、求人者数は増加傾向のため、変わらない。
		職業安定所 (職員)	・新規求人、求職の状況は改善してきたような感じもあるが、周辺企業に現況を聞くと、受注はあるものの先の見込みが読めず厳しい状況との声が依然聞かれる。状況的には良くなってきた企業もあれば依然厳しい企業もあるので、全体としてはまだ変わっていない、良くなるにはもう少しばかりかかりそうといった感じである。
		職業安定所 (職員)	・求人はやや活発化しているが、わずかながら人員整理の相談も増加していることから、あまり変わらないものと思われる。
		職業安定所 (職員)	・消費税増税などから駆け込み需要もみられるようだが一時的なことであり、数か月後に目に見えるような変化を感じることはできないと思われる。しかし、現時点より景気が悪化することも考えづらく、短期間での景気回復は予想できないが、緩やかに回復基調で徐々に良くなるだろうと思われる。
		民間職業紹介機関 (経営者)	・4月の消費税増税による景気への懸念が相当浸透していて、経営マインドが上がらず、求人増が期待できない。
		学校 [専門学校] (副校長)	・求人票の出していない企業に対し求人依頼をすると、多くの企業から受入れの返答がある。潜在的に新規社員の受入れを考えているようであるが、それが公の求人として活動していないところに、企業の景気回復感がまだないように思われる。
やや悪くなる	人材派遣会社 (管理担当)	・短期の製造派遣のみ好調で、長期の派遣は減少している。	
悪くなる	—	—	