

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）	・ハレンタインデーやホワイトデー、節分などのイベントがある。また、練りに練った大雪対策も実行してみたいと思っている。チャンスはまだまだあると考えている。	
		家電量販店（店長）	・年度内は景気が良くなる。物件需要に沿ってエアコン、冷蔵庫、洗濯機などの耐久消費財の買換えが促進されることが理由である。ただし、その後の景気がどうなるか。過去の事例から特需の後は厳しいと予測される。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込みはあまり期待できないが、多少は売上に結び付くかもしれない。	
		商店街（代表者）	・2月から新学期の販売が始まる。現時点では前年同様に注文を受けているので、2月ごろからは良くなる。	
		商店街（代表者）	・3月までは消費税増税による駆け込み需要が増えるが、4月以降は急激に冷え込むと予想している。	
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・これから3月に向け、消費税増税前の駆け込みでの消費が若干出てくるのではないかと期待している。	
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は期待できる。4月以降については若干マイナス傾向になるのではないかと。	
		百貨店（店長）	・いよいよ次月からは消費税増税前の駆け込みが期待できる。	
		百貨店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、単価が高くても高品質の商品は購入するという客が増加している。	
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が当然あると見込んで、今から準備している。	
		スーパー（経営企画担当）	・消費税増税前の特需が若干見込まれる。ただし、増税後の反動がどうなるのか予測がつかず、心配である。	
		コンビニ（経営者）	・現在は売上も底になっていると思うが、少しずつ来客数も増えてきているので、今後は客単価も少しは高くなって多少は良くなると思う。	
		コンビニ（店長）	・近隣の同業店が11月末にリニューアルした影響が出て大変苦戦しているが、3月ごろは消費税増税を控えて一時的に客足が伸びる。ただし、その後はあまり期待できない。	
		乗用車販売店（経営者）	・軽自動車の自動車税の税額増は小幅になりそうなので、軽自動車の売行きは引き続き良いのではないかとみている。	
		乗用車販売店（管理担当）	・業界最需要期になり、4月からの消費税増税に伴う駆け込み需要をにらみ、各社新型車やモデルチェンジ車投入により消費者の購買意欲向上を図るため、景気はやや回復傾向となる。	
		乗用車販売店（統括）	・消費税増税の実施前は良いと思う。	
		乗用車販売店（店長）	・2～3か月は良くなると思うが、来年3月末以降はぐっと落ち込む可能性がある。反動が怖い。	
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が消費を促進する。それ以外の要素でも、先行き明るいと思われる景気の高揚感が、地方企業にも徐々に反映されてきている。	
		住関連専門店（仕入担当）	・年明けから消費税増税前の駆け込み需要がさらに顕在化してくる見込みである。特に、新生活、新入学関連品の伸びは期待できる。	
		一般レストラン（経営者）	・レストランへの来客数は確実に増加傾向にある。	
		観光型ホテル（営業担当）	・景気が回復傾向であっても、即座に影響を受ける業種ではないため、緩やかに好況を感じていくことになる。	
		観光型旅館（経営者）	・消費税増税前の需要はあると思われるが、その後は急激に冷え込むか心配である。	
		通信会社（営業担当）	・株価が16,000円台を超え、景気回復の兆しが顕著になっていることから一般の消費マインドも高まってきて改善傾向にあることが感じられる。また、消費税増税前の駆け込み需要も影響している。ただし、低所得者層の動きは鈍いため、良くなるとは言いきれない。	
		遊園地（職員）	・イベント、キャンペーンの実施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を期待している。	
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員）	・今の状態のままでは消費税増税までは良い状況で推移する。	
		住宅販売会社（従業員）	・企業業績の回復、株価の上昇などによる期待感から、個人消費が上向くことが予想される。	
		変わらない	商店街（代表者）	・駆け込み需要には関係ない業種なので、消費税増税後が今から心配である。
			一般小売店〔精肉〕（経営者）	・年明けの初売りがどうかというのが焦点だが、アベノミクスは地方には及ばないので変わらないと思う。価格も値下がり傾向にあるという状態が続いている。

一般小売店〔家電〕 (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要による売上が期待したいところであるが、必要のない物まで購入する消費者はいない。地上デジタル放送の時のように何らかの手を打たねばテレビが見られなくなるというのとは違い、必要でない物を購入してもらうには無理がある。
一般小売店〔青果〕 (店長)	・アベノミクスでボーナスが上がったといわれているが、電機や自動車輸出関連の大手企業のごく一部であり、当地域の主な工場、会社関係のボーナスアップはまずない。
百貨店(販売促進担当)	・2、3月には消費税増税前の駆け込み需要があるだろうが、増税後の落ち込みで相殺され、半期トータルではプラスにならない。
百貨店(販売促進担当)	・年明けよりいよいよ消費税増税ムードが本格化し、駆け込み需要が見込まれるが、不要不急な商品への消費は依然慎重と思われ、実質は大きく変わらない。
百貨店(店長)	・耐久消費財を扱っているところには消費税増税前の駆け込み需要があるだろうが、その他はどうだろうか。円安も個人には現在のところマイナスの方が大きい。また、4月には確実に売上が落ちる。
スーパー(経営者)	・価格競争から脱皮できず、変わらない。
スーパー(総務担当)	・今後、個人にもお金が回るようになると思うが、消費税増税で結局状況は変わらない。小売は特に影響を受けている。
スーパー(統括)	・来春4月の消費税増税が押し迫ってくる中、電気料金、ガソリン、灯油の値上げ、更には円安ドル高の進行等々、スーパーマーケットを取り巻く環境は不透明さを増して、先行きに不安がある。
コンビニ(経営者)	・いろいろ頑張っているが、この来客数では難しい。
コンビニ(店長)	・この2～3か月で大分客の動きが安定してきたのと、周辺に大きく上下するような理由もないので、特別変わってはいかないような気がしている。
衣料品専門店(統括)	・今は年末商戦の時期であるが、年末商戦というのが本当に今は昔のような感じがしている。世間ではやや景気が持ち直した風潮があるが、まだ商店街の実態は悪く、良くなっていない。暮れの品物や正月用品についても郊外店に行ってしまうような感じがしている。
乗用車販売店(経営者)	・3月末までは消費税増税前の駆け込み需要が続く。
乗用車販売店(経営者)	・消費税増税前の駆け込みで新車販売は少し伸びているが、特定秘密保護法、TPP、近隣諸国とのあつれぎ等の政情不安や、来年度の国家予算の庶民への重圧感などにより、消費意欲は減退するのではないだろうか。
乗用車販売店(営業担当)	・燃費の良い軽自動車を中心に今までの商談が実りつつあるが、安定感はまだ足りない。
乗用車販売店(販売担当)	・12月は1年間でも特別な月だと思うが、来年の見通しについては消費税増税前なので多少は今月の余韻が残ると思うが、おそらくそんなには良くなる。2～3か月前の状態でも来年も推移していくのではないかとみている。
住関連専門店(店長)	・消費税増税前に少し駆け込み需要があると思うが、基本的には変わらない。
一般レストラン(経営者)	・仕入原価高騰、消費税増税等によるメニュー価格の見直し時期に来ているが、客の反応がどの程度あるか不明である。
一般レストラン(経営者)	・アベノミクスの経済効果は一極集中というか、東京や大企業だけに影響を及ぼして、地方まではその効果がいまだ表れていない。
一般レストラン(経営者)	・地元企業の業況は数字的には若干の回復傾向が見られるようだが、今後の政策などに対する不安感から、飲食、サービス業へはなかなか還元されないように思える。
スナック(経営者)	・先行き不透明である。当業界には駆け込み需要は関係ないので不安の方が大きい。結構心配している。
スナック(経営者)	・本当に低迷していて良くなるような変化はない。
都市型ホテル(スタッフ)	・大企業及び輸出関連企業は非常に良くなっていくと思うが、まだ我々のような飲食、宿泊関係については決して良い状況ではない。今までとほとんど変わらない。
都市型ホテル(副支配人)	・都内等ではかなり景気が良く、料金の値上げなど強気な営業をしているようだが、地方では景気が良くなったとの実感がない。売上等を見ても、前年とほぼ同じくらいで推移しているので、景気の波が地方に波及するまではまだしばらくかかるのではないかとと思われる。
旅行代理店(所長)	・消費税増税前の駆け込み需要を期待したいところであるが、旅行商品については、一部海外旅行など高額商品などに限られる感じがする。消費税増税後は、必ず出控えが起きるだろうから、ここ数か月は厳しい状態が想定される。

	旅行代理店（従業員）	・為替変動による影響が大きく変わる要素はない。
	旅行代理店（営業担当）	・景気が良くなる要素がない。
	タクシー運転手	・地方では、タクシーの利用客が増える要素が見当たらない。
	タクシー運転手	・同業者の動きが活発である。
	タクシー（経営者）	・夜の利用客が少し増えてきたが、12月は忘年会等があることによるので、この先も変わらない。
	通信会社（局長）	・忘年会シーズンで前年より外食機会は増えているように見受けられるが、そうかといってこれが景気回復傾向の表れではないので変わらない。
	テーマパーク（職員）	・日並びにより連休がないことや、寒いという長期予報が出ていることから、現状維持となる。
	ゴルフ場（業務担当）	・今月に比べて2～3か月先は予約関係の引き合いも増えており、募集に関する問い合わせも来ているので、いくらか明るい見通しが立てられるとみている。ただし、営業売上は低料金化が進んでいることから、相応に結び付かない感じがしている。通常業務の営業収支についてそう改善は見込めないが、新たな形での取り込みが成功すれば全体の業績の回復につながると思っている。
	競輪場（職員）	・他場や他競技の売上もほとんど変化がみられない。
	美容室（経営者）	・例年成人式以降は暇になるので、これから先は客単価を上げる対策をしなければならない。
	その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・テナントとして入っているホテルや映画館の予約状況を見ても例年並み、来客数の動きも横ばいなので、車で来場数も変わらないと判断している。
	その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・政権の支持率急落など不安定要素がある。
	設計事務所（経営者）	・年度末まで仕事量は多く、対応に追われそうである。
	設計事務所（所長）	・毎月の達成率が非常に悪く、現状より急に良くなるとは考えにくい。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・大手の景気の良さが下々まで来るのに何か月、また何年かかるか、更に3月からの消費税にどう対応してよいか難しい。値段を上げれば人は買わない、今のままだと利益がなくなる、零細企業は悪くなる一方である。
	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・地方では消費意欲が改善する要素が皆無であること、底打ち感がまだみえない。
	百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は見込めるが、増税後の反動があり、通期で見ると良くないと楽観できない。
	スーパー（商品部担当）	・消費税増税を前に大型商品の購入などが予測され、業種により良い分野もあると思うが、飲食に関しては控える傾向になるのではと予想している。
	コンビニ（経営者）	・年間最大の売上が期待できる12月が例年と比べてあまり盛り上がりなかったため、2～3月について、節分やひな祭り等の催しはあるものの、それほど期待はできない。
	コンビニ（経営者）	・ここ2、3年の傾向で、12月より3月の方が来客数が少なくなるのでやや悪くなる。
	衣料品専門店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込みも、当店のようないわゆる婦人衣料には縁遠い。とにかく客が出てこない現状なので、婦人衣料の場合、このまま我慢を続けて敬遠するし、幾分悪くなっていくだろうなという気がしている。
	乗用車販売店（従業員）	・消費税増税での需要は思ったほどなく、受注も伸びていない。
	高級レストラン（店長）	・近隣の大型テナントビルの閉店、売却の話が出ている。現在でもかなりの空き店舗があるので、危機的状況になると予想される。
	スナック（経営者）	・団体客は増えているが個人客が減っている。この先あまり団体は見込めないため、やや悪くなる。
	観光型ホテル（経営者）	・年末年始を過ぎれば閑散期になるため、やや悪くなる。
	旅行代理店（副支店長）	・今後3月までは消費税増税に伴う前倒しの受注が発生する。しかしながら当然一般企業の旅行や出張については経費削減に組み込まれ、受注減となりそうである。旅行代金についても据え置きは難しく、値上げは避けられない状況である。最初に抑えられてしまう業種であるため、厳しい受注状況になりそうである。
	通信会社（経営者）	・LPガス販売については、円安で仕入価格高騰が続き、給与増どころか雇用の確保も難しくなってきた。ただでさえ人口減で売上が下がる一方なのに、更に利幅がなくなってしまつては、もう人件費を削るしかない状況である。アベノミクス以前のほうがまだましであったように思える。

		通信会社（経営者）	・相変わらず地方では景気上向きの実感がない上に、消費税増税を控え節約志向が更に強まるのではないかと予想している。	
		通信会社（営業担当）	・現状では賃上げなんて夢のまた夢である。その上消費税が上がるとなれば当然の結果、悪くなる。	
		ゴルフ練習場（経営者）	・消費税増税を控え、身の回り品は様子を見ている状態である。	
		設計事務所（所長）	・消費税増税の影響が大きいことから、今後3か月の建築工事自体は忙しいが、我々設計は下降気味となる。	
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税により経済全体の停滞の影響から、物件の動きが鈍くなることが予想される。	
	悪くなる	一般小売店〔衣料〕（経営者）	・4月からの消費税増税で問屋もそのような動きになっており、このような状況の中では良くなるような気配はない。	
	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）	・3月より太陽光発電を開始する箇所があり、本年度5箇所で4メガくらいまで開始予定なので、売上は大幅に増加する予定である。
		やや良くなる	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・出荷、売上ともに増加することを期待している。
			一般機械器具製造業（経営者）	・取引先ごとに状況はバラバラであるが、新規案件及び増産に対応するためのスポット対応依頼等が増えてきており、景況感は間違いなく上向いてきている。
			その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・1月は大きな卸売の展示会が開催される。消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
建設業（開発担当）			・現政権になって1年、公共工事発注額が前年比16%以上増であり、国土強じん化を今行うことが重要だと思う。ただし、民間工事は住宅工事で消費税増税前の駆け込み需要があるものの、民間企業の設備投資、特に地方の動きはまだまだである。現政権の政策に今後も期待している。	
金融業（調査担当）			・消費税増税前の駆け込み需要の増加が企業業績を押し上げるため、やや良くなる。	
金融業（役員）			・公共工事が続くことやいろいろな意味で消費税増税前の駆け込み需要が発生することから、先行きはやや良くなる。	
経営コンサルタント			・大企業から中小企業、下請企業へ、拠点地域から地方、郡部へ、企業から個人へ、基幹産業から消費財、サービス業へ、ハードからサービスへという経済活動の波及効果が、個人、企業、地域の随所に表れてくると思われるが、一様に広がるのではなくまだ模様の浸透してくると思われる。	
その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）			・中堅及び上場企業からの引き合い、商談が増えつつあり、情報化投資は増加すると思われる。	
変わらない		食料品製造業（営業統括）	・和食の世界文化遺産登録に伴って、県のワイン組合も和食に合う甲州ワインを積極的に販売促進しようと企画している。ただ、秋口と比べると進まないと思う。	
	化学工業（経営者）	・3月の期末に向かって受注量が増えてきてはいるが、原材料価格が上がっているために利益には貢献してこない。		
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注状況は予想が難しいが、出張教室関係での伸びに期待している。		
	金属製品製造業（経営者）	・世間では景気が良くなっているというようなことをいっているが、当社にはまだ景気の明るい話はない。これからも企業努力で頑張っていこうとは思っているが、取引先からも先の話は何もないので困っている。		
	一般機械器具製造業（経営者）	・前月と同様横ばい状況に変化はなく、今後の長期予想は全く立たない。		
	電気機械器具製造業（経営者）	・電話システムの送受話器組立を主体としている当社では、景気動向の影響は特になく状況が続いている。		
	電気機械器具製造業（営業担当）	・現在は今まで受注した物件を手掛けていて忙しさはあるが、この先消費税増税問題、円安傾向等、決して楽観視できない状態にある。		
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・この1～2か月はどちらかというとやや良いが、この状況が続けば良いという程度で、2～3か月先がこれ以上良くなるほどではない。		
	建設業（総務担当）	・年度末までは現状のまま進行しそうである。		
	輸送業（営業担当）	・新年に入ることにより新生活商品、特に白物家電や新入学商品等の物量は、例年並みに確保する見込みである。また、今年は消費税増税等により、住宅関連商材の輸送依頼も多い状況である。		
	通信業（経営者）	・身の回りでは景気が良くなっていく気配は感じられない。また、今以上悪くなる感じもない。		

	金融業（経営企画担当）	・製造業関連では円安による輸出の伸びやアベノミクス効果への期待感があるほか、建設、建築業関連でも現政権による公共工事の増加や消費税増税による駆け込み需要への期待感が見られる。しかし、観光地がシーズンオフになることや一般小売業については今後も消費拡大が見込めないことから、ほぼ変わらない見通しである。		
	不動産業（経営者）	・二極化が激しさを増しており、努力だけでは改善されにくい点が多い。業種で左右されている。		
	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・元旦付けのチラシ出稿量は前年比95.8%で、地元のチラシ出稿が減少している傾向が見られる。景気回復を実感できないとする店主、店長の声は依然として多い状況である。		
	社会保険労務士	・多少利益が出て消費増税でどうなるか分からないので、賞与支給を見送る事業所がある。		
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・忙しかったりもするのだが、利益のことを考えるともうけは少なく、仕事量が減っている面もある。		
	電気機械器具製造業（経営者）	・機械加工を中心にやってきたが、先が見通せず、企業形態の変更等を迫られそうである。現状では先行きは暗い。		
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主力の大手自動車メーカーとの取引において、3か月見通しを見ると、まだ高水準の北米を中心とした輸出が好調な中で量的にはさほどの変化はない。ただし、原材料や燃料価格が値上がり傾向にあるなか、価格転嫁はしにくい状況にあり、増収減益がはっきり出てくるということでは、非常に厳しくなってくる。		
	不動産業（管理担当）	・資材が値上がりしてきているが、その分を価格に転嫁することは難しい。		
	広告代理店（営業担当）	・建築や自動車販売など、高額なものを扱う一部の業界を除き、景気が良くなる兆しは見えない。地方はこんなものである。		
悪くなる	食品品製造業（製造担当）	・消費税の増税が消費マインドを一層冷え込ませ、消費者は本当に商品を選んでいくようになるので、ますます厳しくなる。また、スーパーは更なる価格競争に入り、業者を苦しめ、値上げできないところは倒産していく。		
雇用 関連 (北関東)	良くなる	-	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（支社長）	・求人意欲の高まりとは反して、求職者の動きが少ない。需要と供給のバランスの崩れが顕著に表れており、地方に行くほどアンバランスになってきている。	
		職業安定所（職員） 職業安定所（職員）	・中央の景気回復が、やっと地方にも及んできた感がある。 ・管内の動向を示す統計資料で求職者数が減少、求人者数が増加の傾向が続いているためである。	
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・2月は全般的にどの業種の売上も横並びが落ち込むと見込んでいる。寒さがかなり厳しい状況であると、燃料費の高騰などでガソリン、灯油、運送関係にかなり影響が出てくる。電子部品等の製造業についても製造日数等もあり、若干落ち込み、他は大体変わらないと思われる。	
		職業安定所（職員）	・新規求人、求職の状況では改善してきたような感じもうかがえるものの、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聞かれるところであり、状況的にはやや良くなってきた企業もあるが依然厳しい状況の企業もあり、全体としてみるとまだ変わっていないところである。	
		職業安定所（職員）	・今までの流れから、急激に景気が回復することは期待できないものの、景気悪化を招くような大きな材料も見当たらないことから、ここ数か月はあまり変化なく、「変わらない」から「やや良くなる」の範囲内で推移していくのではないかと思われる。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・安い派遣業務のみが増加し、求職者が少ないために売上増は見込めない状況と考えている。	
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税による影響が出る。	
	悪くなる			