

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）	・消費税増税前の駆け込み需要でたばこを中心に商品がよく売れた。また、客と話をしたり様子をみていると、4月以降も同じように来店するという客が大勢いるので、好調を維持できるのではないかと考えている。ゴールデンウィークもあるので、品ぞろえなど、しっかり準備したい。
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・消費税増税前はいくらか売上が伸びるかもしれない。
		衣料品専門店（統括）	・5月ぐらいになるといろいろ祭りが盛んになってくる。客もそろそろ祭りなどに気持ちが向くようになっていくように、はっぴなどの必要な衣料の購入がいくらか上向いてきており、これからもそういった方向にいくと思う。
		タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くなってきたので、この先も良くなる。
		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している。
	変わらない	商店街（代表者）	・最寄品扱い店への消費税増税後の需要反動減の影響は少ないのではないかと考えている。
		商店街（代表者）	・良い季節になるが、各種負担増で財布のひもは相当きつくなりそうである。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・消費税が上がるといっても、客の様子は普段と変わらず、買いためもあまりしていないので、この先も変わりはない。
		コンビニ（経営者）	・道路が変わったため、客が入れない。
		コンビニ（店長）	・来月は消費税が上がるということではいろいろな話題にはなっているが、それに対して若干の動きは出ても、大きな動きというのはいまのところあまりないようなので、3か月以降もあまり変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・大手企業と違い、地元の中小企業ではベースアップの話は聞かれず、今後個人消費が増えるとは考えにくい。
		都市型ホテル（副支配人）	・団体客に関してはほぼ前年並みの予約状況であるが、個人客に関しては消費税増税の影響がどの程度あるのか不安である。
タクシー運転手		・消費税が上がる関係で外に出る客が多くなっているようである。	
ゴルフ場（支配人）		・予約が伸びない。雪によるクローズが前月多かったことでゴルファーのプレー意識が薄いことと、プレー料金は抑えたものの消費税増税分が影響しているかもしれない。	
ゴルフ場（業務担当）		・2月は大雪の影響で客のプレー意欲が減り、入場者は大幅ダウン、営業日数も激減したが、3月は前年を若干下回るものの良い兆しが表れてきている。天候的にも良くなってきており、客もプレー意欲も衰えていないので、消費税増税の影響はまだ不透明ではあるものの、これから天候が安定すれば上向いてくるとみている。ただし、売上や利益が大きく改善されるとは見込めず、現状維持が精一杯だと考えている。	
美容室（経営者）	・4月上旬は消費税増税の影響で入店客数が少し減るが、すぐ通常の客数に戻ると思われる。		
その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・期待感はあるものの、出控える傾向にある。		
設計事務所（所長）	・消費税増税後、ただちに景気が下降することはないと考えている。		
やや悪くなる	商店街（代表者）	・悪い中で消費税増税前に駆け込みで買物を増やしているので、この先消費者は一層財布のひもを固く締めると思う。学校関係の品物を販売しているが、先は暗い。	
	商店街（代表者）	・今は消費税増税前に買いためしておこうという雰囲気が少々あるので、増税後はその反動が来るのではないかと感じている。	
	一般小売店〔衣料〕（経営者）	・来月は市長と市議会議員の選挙があるため、客の動きは鈍く、商売としてもあまり動かないのではないかと予測している。	
	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・消費意欲が上がる要因が見当たらない。	
	一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税絡みの駆け込み需要が終了し、しばらくは反動減が心配される。	
	一般小売店〔青果〕（店長）	・消費税増税に伴い、前倒しの買物などで大分お金を使っていると思うので、反動で買い控えが出るのではないかと。	
	百貨店（販売促進担当）	・消費税増税による消費低迷が懸念される。ベースアップに関する報道をよく耳にするが、地方ではほとんど聞くことがない。	

百貨店（販売促進担当）	・ 今月は消費税増税前の駆け込み需要で良くなっているが、4月以降はその反動が十分見込まれる。季節と品ぞろえが変わる衣料品や消化してしまう食品などは4月下旬以降にゆっくりと持ち直すだろうが、それ以外の商品群はしばらく低下するとみており、全体としては今後2～3か月先はやや悪くなる。
百貨店（店長）	・ 2、3か月は消費税増税の影響が残る。
百貨店（店長）	・ 消費税増税に比べ、ベースアップ額が低いため、3か月後の家計支出は緊縮を継続していると思われる。大企業のベースアップはあるが、地方企業のベースアップは散見される程度である。
スーパー（経営者）	・ 消費税増税後の反動による消費動向が鍵となる。
スーパー（店長）	・ 消費税増税後の反動がどの程度出るかが不明瞭である。2～3か月で戻るのかといえば厳しいと判断せざるを得ない。
スーパー（総務担当）	・ 消費税増税に伴う駆け込み需要の後なので、反動が来るのは間違いない。
スーパー（統括）	・ 消費税増税後の不安感はあるが、賃上げが広がったことで消費マインドは多少好転しており、1997年の消費税増税と違い、影響は限定的で2か月ほどだと思っている。
スーパー（経営企画担当）	・ 短期的には駆け込み需要の反動減が必ず発生するだろうし、長期的にみても増税分の負担増、電気料金、医療費やその他の消費圧迫要因が大きい割にはベースアップ等の恩恵を受けた消費者は限られているので、個人消費が落ち込む懸念が大きい。
スーパー（商品部担当）	・ 消費税増税後の反動により4月の売上は非常に厳しい状況になる。4月後半からリニューアルなどでの店舗政策で一部回復させられればと考えている。
コンビニ（経営者）	・ 消費税増税の影響を受けてやや悪くなる。
コンビニ（経営者）	・ 消費税が上がることで今月は客の買上点数が多く、売上が上がったが、来月以降は恐らくこの分落ちていくと思われるからである。
コンビニ（店長）	・ 消費税増税を控え、大型店を中心として駆け込み需要で好調と伝えられているが、当店においては期待に反し、来店客が目に見えて増えたというようなことはなかった。増税後が大変心配である。
衣料品専門店（販売担当）	・ 消費税増税後は精神的にゆとりが出てくるまで時間がかかる。駆け込み需要の反動減で夏ごろまでは買い控えが続き、必要に迫られる身の回りの生活必需品は最低限購入せざるを得ないものの、我慢できる範囲である婦人服については、このまま緩やかに悪くなる。秋ごろまではだめである。
家電量販店（店長）	・ これだけ需要の先食いをしたので、反動はあると予想され、若干景気は悪くなる。しかし、冷静に判断している消費者は、夏から秋にかけて商品価格が下がったところに購入するのではないかと思う。
乗用車販売店（経営者）	・ 駆け込み需要後の反動減は少なくとも3か月くらいは続く。
乗用車販売店（従業員）	・ 今後は消費税増税前の需要増の反動が出てくる。
乗用車販売店（営業担当）	・ 年度末は消費税増税前の最後の駆け込み需要で活発であった。この先はサービス需要等でのユーザー掘り起こしに期待したい。
乗用車販売店（販売担当）	・ 2、3月は消費税増税前の駆け込み需要でどこの販売店、修理工場でもかなり良くなったが、今後2～3か月先はどの程度かは分からないが反動が出て、かなり冷え込むのではないかとみている。今のままとはいかないので、やや悪くなる。
乗用車販売店（管理担当）	・ 消費税増税前の駆け込み需要の影響により、4月以降は消費が低迷する。
住関連専門店（経営者）	・ 3月末までの動向をみると多少の反動は必須である。
住関連専門店（仕入担当）	・ 駆け込みの後で、一時的に反動減があると思うが、その程度が読みにくい。生活品については限定的だと予測している。ただし、消費税の10%への議論が始まると不確定要素が増すことになる。
高級レストラン（店長）	・ 増税により物価が目に見えて上昇しており、節約や低価格志向がより一層強くなる。
一般レストラン（経営者）	・ 消費税増税がどう影響するか全く予想がつかない。
一般レストラン（経営者）	・ 4月からの消費税増税で客の消費は多分減ってくるので、売上はやや悪くなる。
一般レストラン（経営者）	・ 消費税増税に伴い、客の来店頻度が低くなり客単価も下がると予想している。

一般レストラン（経営者）	・懐具合が良くならないのに、価格が上がるものばかり多く、良くなる理由が見つからない。
スナック（経営者）	・やはり消費税増税後はかなり落ち込む。客が消費税8%に慣れてくるまで、しばらくは上向いて来ないだろう。やはり景気は気持ちなので、増税によりかなり冷え込む。
スナック（経営者）	・消費税増税と共に増税分を単価に上乘せしにくいことと、客の動きも悪くなるのではないかということから判断した。
スナック（経営者）	・いまだに良くならず、来月からは消費税が増税されるので、いろいろな意味でお金の動きがやや悪くなるのではないかと心配している。末端までの景気回復はなかなか難しいような気がしている。
観光型ホテル（経営者）	・消費税増税の影響でやや悪くなる。
観光型ホテル（営業担当）	・消費税増税による家計の節約で、旅行などレジャーを抑えることが懸念される。
観光型旅館（経営者）	・今年は5月の連休の日並びが極めて悪いため、5月の入込が期待できない。また、消費税増税による消費マインドの低下は2～3か月は続く。
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の関係で、飲食関係はどうしても客が敬遠しがちになってくる。先が心配だが、営業努力を続けてなんとか頑張っていきたい。
都市型ホテル（営業担当）	・世間では駆け込み需要の後ということで、先の景気は相当悪くなるという状況だが、宿泊については2～3か月後はそれなりに需要がある時期に入ってくるので、消費税増税に伴い宿泊価格も多少改定するが、販売業などと比べればまだ落ちないと考えている。
旅行代理店（所長）	・大手企業によっては、ベースアップやボーナス等に関して良い結果が出ているものの、それはあくまで大企業、ごく一部に限定された話である。多くの場合、消費税増税により消費が制限されるのは間違いない。
旅行代理店（従業員）	・消費税増税による影響がどのようになるかによる。
旅行代理店（副支店長）	・3か月程度は消費が低迷する可能性があり、受注状況も前年の7割ほどである。増税に伴い、施設の料金改定もあるため、受注に大きく影響が出ることは明らかである。
旅行代理店（営業担当）	・4月からの消費税増税が消費動向に大きく影響すると想定される。特に、旅行商品の販売にはマイナス傾向に働くとと思われる。
タクシー運転手	・4月からは消費税増税でタクシー料金も上がるので、利用客は減少する。会社関係も、一番先に経費節減するのがタクシー代と聞いている。
タクシー（役員）	・小刻みな増税であるため、消費者がかなり神経質になっている。
通信会社（経営者）	・消費税増税のために消費を抑える人が増える。
通信会社（局長）	・消費税増税後の反動と当社キャンペーンの終了などが購買意欲の低下を招き、景気に影響を与えるという懸念がある。
テーマパーク（職員）	・消費税増税による影響で、来園者数が減少すると思われる。
ゴルフ練習場（経営者）	・消費税増税に伴い、しばらくは様子見が続く。
競輪場（職員）	・G1レースが行われたが、売上は前年を割っており、なかなか伸びない状況である。
その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・消費税が上がるからである。
その他サービス [立体 駐車場]（従業員）	・テナントのホテルの予約客、駐車場の利用台数は2～3か月先まで少ないため、やや悪くなる。
設計事務所（経営者）	・4月を過ぎると毎年発注が減ってくるが、現在の受注物件も大体落ち着いてくるため、今よりも仕事量が減ってくる。
住宅販売会社（従業員）	・別荘などの高額品は消費税増税によって購買意欲の低下を招く恐れがある。
住宅販売会社（経営者）	・消費税増税による消費の冷え込みで、全体的に消費マインドが低下し、その影響で成約率が下がると考えている。
悪くなる	
百貨店（営業担当）	・3月とは逆に消費税増税後は反動減で売上が低迷する。
百貨店（店長）	・3月の消費税増税前に非常に動きが良かった特選、呉服、美術などの高額品の反動減が来るため、百貨店の景気は影響を受けて悪くなる。
スーパー（店長）	・消費税増税後は買い控えが多くなるので消費が落ち込む。
家電量販店（営業担当）	・4月からは消費税増税で大幅に動きが止まる。商品によっては大幅な値下げが必要である。夏過ぎまでは戻らないと予測している。
家電量販店（物流担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が想定以上に好調に推移しており、反動減は2～3か月先まで続くと思込んでいる。

		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後の反動による消費意欲の減退が心配である。日本人の習性で3か月続いたとしたら、そのままになってしまう。それだけに一般市民の所得向上のための経済政策が肝要ではないかと思っている。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税前に駆け込みで修理や販売を前倒してきているので、これから良くなるはずがない。今月も既に良くない。メーカー側でもいろいろ対策を取ると思うが、良くなるとは思えない。
		乗用車販売店（統括）	・消費税増税による影響が大きい。
		乗用車販売店（店長）	・消費税増税、エコカー補助金終了の影響はかなり出る。今後が心配である。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税増税前に良かった反動が、4～6月にかけて間違いなく出てくるので悪くなる。
		住関連専門店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要があった今月と比べると、反動減が大きい。
		通信会社（経営者）	・上場しているような企業のある大都市圏は良いのかもしれないが、地方は何も変わっていない。むしろ物価が上がった分、悪くなっている。4月以降どうなるのか不安である。
		通信会社（経営者）	・現状悪い中、さらに4月から消費税が増税となる。これで経済が再生するなど誰が思えるだろうか。
企業 動向 関連	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・フロン回収機以外の環境製品が引き続き堅調である。また、製品の長期レンタルが5年以上経過し、安定してきた。今月より大型の太陽光発電が開始となり、今年度中には3メガの連携が終わるよう増設工事中である。
(北関東)	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・消費税増税の影響は避けられないが、4月から放映される連続テレビ小説の効果で県内への観光客増加が見込まれるため、徐々に回復してくる。
		化学工業（経営者）	・11月、12月、1月と極端に落ち込んでいた商品が2月より急激に回復し、7月までは順調に受注できている。
		建設業（開発担当）	・アベノミクス効果で建設業は大いに良い影響を受けている。今後は作業員不足のため労務費が上昇しているため、少し心配もある。
		司法書士	・人の動きが良くなってきて、明るくなってきている。事務所に来る人も増えてきている。また、6月に地元で世界遺産登録の話があるので、それを見越しての動きもあるようである。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・出張体験教室のシーズンに入り、動きに期待しているが動向は不透明である。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・世間では景気が上向きと言われているが、あまり変化もないし期待できない。
		金属製品製造業（経営者）	・テレビなどでは給料も上がり景気が良くなると言っているが、一部分の人の話と受け止めている。当社は全く変わりなく、景気が良くなるという判断に当てはまる状況ではない。早くそうなりたいものである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規取引先の開拓を開始してから1年が経過し、ようやく具体的物件が提示され多少希望が持てるようになってきた。しかし、いまだ大勢に変化はない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・大幅に増加する案件も大幅に減少する案件もないので、現状の水準を維持する見込みである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・消費税増税後の反動減と現在の引き合いの減少等から、先行きはあまり期待できない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・この2～3か月はそれなりに好調の方の部類で、取引先、受注量等は確保できているが、2～3か月先は少し不透明である。希望的な観測だが、このまま変わらずにやや良くなればいいかなと思っている。
		経営コンサルタント	・消費税増税前の駆け込み需要的な消費はそれほどでもなく終わった感があり、企業の経済活動もその反動減を織り込み済みと思われ、さほどの落ち込みはないと考えられる。それに対応して、家計についても増税前の買いだめに走ることもなかったため、日常的な買物需要の大きな減少は考えにくい。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・消費税増税の影響が数か月はあるのではないかと。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今月は駆け込み需要がかなり入っているが、4月からはその分伝票、封筒類の注文が少なくなると予想される。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・消費税増税がどのように影響するか分からないので、やや不安である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・4月から消費税が上がるので、取引先の製品売上にも影響が生じ、当社の受注も下降をする懸念がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・先行きはほとんど読めない。常に仕事の確保に努め、会社を持続するのみである。

	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・4月に入って消費者の動きをみない限り、業況が維持できるか、売上が下がるかは見極められない。様子見から一時的に売上の減少につながるのではないかとみている。
	建設業（総務担当）	・公共はまだしも民間工事に関しては確実に消費税増税の反動がある。
	輸送業（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要により、4月に入ってからは落ち込みそうである。ただし、初夏になれば季節家電や衣類の夏物等で例年並みの物量は確保するとみている。情勢不安や円安、消費税増税というダブルパンチで燃料コストの負担増大が見込まれるため、利益確保は厳しい。
	通信業（経営者）	・消費税増税による買い控えは避けられない。
	金融業（経営企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減や、消費税増税により消費マインドが低下すると想定されるためである。
	金融業（役員）	・消費税増税により消費が鈍くなることと、原油価格の上昇により原材料費が上がっていること、この2点から先行きはやや悪くなる。
	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・乗用車販売店では、3月に入り既に商談数が激減していると話している。また、保険の外資員から、消費税増税により支出が増えるからと加入をちゅうちょしている客がいるとも聞いている。
	社会保険労務士	・景気は夏ぐらいまで戻らないかもしれないと話す事業主が多く、消費税増税後すぐには回復はしないような気がしている。
	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合い、受注量から推測すると、4～6月は少し落ち込む。
	悪くなる	
	食料品製造業（製造担当）	・すべての商品を値上げするが、販売量が1～2割落ち込むと考えている。すべての商材が値上がりしているので、何もしないと本当に厳しくなる。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・消費税増税により、かなり悪い影響が出ると見込んでいる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・住宅関連の仕事を多くしているので、年度末でかなりの量が出ている。今後については、9月契約分の住宅は3月以降も消費税率が5%ということで、しばらくは仕事量の多い状況が続くが、終了する2か月先ごろになると急激に落ち込む。
	金融業（調査担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減や電気料金の引き上げなどが企業活動や個人消費を下押しするため、悪くなる。
	不動産業（管理担当）	・駆け込み需要の反動減、燃料費の上昇、増税以外の部分での経費増があるが、消費税増税分以外の経費はなかなか転嫁が難しいため、利益、売上の減少が見込まれる。
	広告代理店（営業担当）	・消費税増税後は当然消費が下がる。
雇用関連	良くなる	○
(北関東)	やや良くなる	○
	人材派遣会社（経営者）	・今のところ仕事が順調で、依頼に対して十分な人員を派遣できないくらい忙しい。
	職業安定所（職員）	・新規求人、求職の状況から改善してきた感があるが、周辺企業に現況を聞くとまだ先の見込みが読めず厳しい状況との声も聞かれる。消費税増税もあり依然厳しいという企業もあるが、求人数などをみると全体的にはやや良くなっている気配がある。
	変わらない	
	人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税の影響で、購買意欲が半減する。
	人材派遣会社（支社長）	・このまま人手不足を原因とした取り合いが続くという意味では、景気は良く、人の移動も頻繁で活性化すると思われる。ただし、母集団が減ってしまえば、景気とは関係なく急に失速するとも予想している。
	職業安定所（職員）	・消費税増税による駆け込み需要が一段落し、新しい消費税額に慣れて通常の消費活動に戻るまでの息継ぎ感がある。
	職業安定所（職員）	・4月以降の消費税増税の影響を懸念している。
	職業安定所（職員）	・好調、不調の差がはっきりしており、現段階では3か月程度の短期間で景気の良し悪しを判断することは難しい。4月からの消費税増税の影響については、一部で影響ありとしているものの、全般的にはそれほどダメージはないものと思われる。景気がどちらに傾くかといった不安感が強いことから人材確保も慎重にと、現時点での求人を差し控えている事業所も見受けられる。

やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> 消費増税、燃料価格の高騰で、生鮮食品やガソリン価格が上がるため、今月中に買いだめしておけるものは買うと思うが、この先は買い控えが浸透する。製造業の生産ラインはさほど影響なく推移していくものだと思うが、厳しいのではないかと感じている。
	人材派遣会社（管理担当）	<ul style="list-style-type: none"> 製造派遣先の生産計画が少ないからである。
	新聞社 [求人広告]（担当者）	<ul style="list-style-type: none"> 消費増税の影響はかなり出るのではないかと。
悪くなる	求人情報誌製作会社（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> 4月の消費増税後の影響は大きく、景気は極端に低迷し、それが長期間続くと予想している。