

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	商店街（代表者）	・大河ドラマ人気で頑張れそうである。
		一般レストラン（経営者）	・特に県外客が多くなっていることと、地元客の動きも良くなっているため、先行きも良くなる。
	やや良くなる	百貨店（店長）	・動きが戻っていない最後の商品群である宝飾、呉服、美術などの売上がこれから上がって来ると期待できるような、いくつかの兆しが見えてきていることからの判断である。
		スーパー（総務担当）	・まだ悪いとはいえ、消費税増税直後に比べると少しずつ改善してきているので、今後は景気も上がってくる。
		コンビニ（経営者）	・環境問題等で町内行事が多いこと、販売が上がる商材が増えていくことを考えると、景気はやや良くなる。
		コンビニ（店長）	・8月後半の思いがけない気温低下により、客足がかなり減少した。3か月後は平年並みの気候で推移すれば、客も平年並みに来店すると考えている。ただし、イベント時だけはある程度にぎわいがあっても、商店街への近隣住民の来店は年を追うごとに減っている状況である。
		乗用車販売店（経営者）	・11月には新型車が発売する予定があり、来年4月以降に購入する軽自動車は自動車税が増税となるため、軽自動車の駆け込み購入が始まりだすと考えられるので、やや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・3か月後は新型車が続々と出るため、通常であれば今よりは必ず良くなる。これで良くならなければ本当に不況である。
		乗用車販売店（統括）	・新型車の導入が予定されていることと翌年に控えた更なる消費税増税に対する駆け込み需要が始まってくるのではないかとみている。
		自動車備品販売店（経営者）	・今まで数か月間あまりにも悪かったので、それよりは明らかに良くなる。販売もやや戻ってくると期待している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（従業員）	・販売量は前年並みかやや回復する。
		スナック（経営者）	・予約の動きが少し上向いてきたので、このまま進んで欲しいと期待を込めての回答である。
		旅行代理店（営業担当）	・夏に伸びなかった分、秋のシーズンに期待している。
		遊園地（職員）	・前月オープンした新規施設による集客や外国人観光客の継続的な増加により、今後も引き続き多くの客の来園を期待している。
	美容室（経営者）	・今月に入って設備投資や支店の開設、独立開業したいという従業員からの融資相談が急増している。	
	変わらない	商店街（代表者）	・大型店では既に来春入学用のランドセルが並んでいて、客が注文したり買ったりしているが、路面店では一向に客が振り向いてくれない。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・月末になって気温が下がり始めたので少しは活気が出ると期待したが、暑さの影響等による野菜、その他の値上がりで、客は控えめである。当業界も売行きが悪いために相場が下がってきている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・今後の天候にもよると思うが、客から購買意欲が感じられないので変わらない。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響、物価の上昇、公共料金、ガソリンなど石油製品の値上がりがあるので、まだ消費は停滞が続くのではないかと思う。
		百貨店（販売促進担当）	・物価は上昇しているが、可処分所得の増額は見込めず、生活防衛意識は更に強まると思われる。特に、中間層についてはこの傾向が顕著である。
百貨店（販売促進担当）		・家計に占める、生活に必要な不可欠なコストが上昇している中で、それ以外への消費は依然としてシビアであるため、今後2～3か月では変わらない。	
百貨店（店長）		・地方では消費税増税後、完全に以前の状態に戻ったとは言えない。	
百貨店（店長）		・5月以降、売上、来客数共に前年割れが続いており、大きく売上を落とすことはないが、増加の兆しもなく、当分この状況が継続する。	
スーパー（経営者）		・競争の構造は変わらない。	
スーパー（店長）		・大きな変化のない通常の秋となると予測している。売上のにも利益や資金の面でも耐える時期と思っている。	
スーパー（商品部担当）		・6～7月と比べ、来客数、買上単価など、すべてにおいて大きな変動が見受けられないため、先行きも変わらない。	

コンビニ（経営者）	・8月は天候にもものすごく左右されてしまった。昨年は花火大会の時に大雨に見舞われて災害特需のようなものが発生した。今年は雨の予報だったので見物客がかなり少なかった。今後も天気次第といった感じがしている。
コンビニ（経営者）	・来客数が戻ってこなければ良くならない。
コンビニ（店長）	・まだ若干催し物などが残っているので、当店近辺では大きく変わってくるということはない。
衣料品専門店（経営者）	・夏の天候不順で客足が伸びなかった。早く9～10月の旅行シーズン、秋物商戦に突入したい。民主党政権時のような高速道路料金値下げやガソリン価格の引き下げなど、消費拡大につながる施策を打ち出してほしい。
衣料品専門店（統括）	・夏場はお盆にかけて、全国各地で大小さまざまな祭りが行われる季節である。今まで祭り関連の商品を扱っていた店の閉店が大分あるようで、今年はあちこち探して当店に来たという客が多かったような気がする。
家電量販店（営業担当）	・消費者の購買意欲を刺激するような施策、出来事がないため、変わらない。
乗用車販売店（経営者）	・地域の自動車メーカーは、最近の円安で一段と好況である。その上になお、「部品メーカーの協力によりコストダウンを行いたい」とプレス発表をしている。これから先は産業構造がどうなるのか分からない。
乗用車販売店（経営者）	・やはり漠然とした将来への不安が大きい。
乗用車販売店（営業担当）	・人口減少の影響が自動車業界にも見え始めている気配がある。新しいユーザーがなかなか増えないのと減車傾向が気になる。
乗用車販売店（販売担当）	・今月はお盆月で販売台数が伸び悩んだが、9～11月は極端な伸びも極端な落ち込みもない。購入しようという人はある程度購入しており、消費税増税からも何か月かたっているので、飛躍的な伸びはないが、落ち着いた販売台数で推移していく。
乗用車販売店（管理担当）	・原材料、燃料価格の高騰が続き、原価が上がり売価に影響を及ぼす。
住関連専門店（経営者）	・必要な物は必要になった時に購入し、買いだめ等は行なわない。相次ぐ自然災害等により、消費に対して抑制してきている気がする。消費マインドを刺激するような政策、制度が必要なのではないか。
住関連専門店（店長）	・1人当たりの買上点数が増えていない。今後も良くなる材料は見当たらない。
住関連専門店（仕入担当）	・消費税増税後の価格の変化に対する防衛行動と、天候不順が重なって来客数が減少している。この傾向は今後も当分変わらない。
その他専門店〔燃料〕（従業員）	・消費量が横ばいで推移しているので大きな変化はない。
一般レストラン（経営者）	・お盆の前と後とでは客の動きに差がありすぎる。また、地方の場合はこれから農繁期に入っていくため、例年客足が落ちる傾向にある。まだ好景気を感じている人は少ない。
一般レストラン（経営者）	・好調な会社とそうでない会社の二極化が進む。好調でも人手不足のために仕事を十分に獲得できない状態がある。
スナック（経営者）	・変わらないという回答をしたが、これ以上悪くならないよんという意味でのちょっと下向きな回答である。なかなかアベノミクスで給与が上がってこないの、先の見通しもない。
都市型ホテル（スタッフ）	・来年の3月に北陸新幹線の金沢延伸が完成すれば、ちょうど名刹の御開帳もあって非常ににぎやかになると思うが、2～3か月後では工事の段階なのでまだ前年と変わりはない。
都市型ホテル（営業担当）	・今月は結構良い傾向にあったところもあり、今後3か月後、できればより良い稼働をと思うが、そこまでの材料は今のところ見当たらない。ただし、逆に悪くなるような決定的な要因もないので、まずは現状維持ができれば良いかと考えている。
都市型ホテル（副支配人）	・前年と比べ、団体客を中心に予約が伸びてきているが、更に良くなると言い切れるまでには至っていない。少なくとも、前年を上回っている現状のままで推移していった欲しい。
旅行代理店（所長）	・例年と比較して、宿泊施設での団体の先行予約が鈍化している。さらに、天候異常により紅葉への影響も想定され、時期が読みづらい状況である。
タクシー運転手	・駅近辺の駐車場が月極めで4～5千円、1日2～3百円で利用できるため、地方ではタクシー利用者の増える要素がない。

	タクシー（経営者）	・6～8月の3か月間、夜の動きが変わらないので、この先も変わらない。
	タクシー（役員）	・客の反応から変わらないと判断している。
	通信会社（経営者）	・地域に密接した形態の企業は人口減と共に右肩下がりになるのは必至である。当地では全くと言っていいほど客の消費意欲は感じられない。地方が元気でなくては本当の意味での好景気とはいえないので、地域格差を何とかしてもらいたい。
	通信会社（経営者）	・地方の景気は良くなっている感じは少ない。今後もこの傾向が続いていく。
	通信会社（営業担当）	・季節的にお盆休み等で出費して財布のひもが固くなる時期なので、大きな変動はなく現状のままで推移する。
	通信会社（局長）	・緩やかな景気回復基調は実感できていない。大きな変化があるという期待感もない。
	テーマパーク（職員）	・消費税増税の影響よりも天候による影響が強く、前年実績を確保するだけでも大変な状況である。
	観光名所（職員）	・観光事業が主な産業である当地は、天候により客足が大きく左右される。今年のような悪天候が続くと厳しい。
	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からである。
	その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・しばらくは今の状態のままで推移し、変わらない。
	その他サービス[立体 駐車場]（従業員）	・一部テナント、旅行代理店の売上がやや増加しているものの、来客数、販売量共に変わらないという予想なので変わらない。
	その他サービス[イベ ント企画]（職員）	・中東情勢の悪化など、燃料価格の高騰が続いており、先行きは不透明である。
	設計事務所（経営者）	・2～3か月先まではある程度仕事の依頼がある。
	設計事務所（所長）	・今月と比べても大きな変化はないと思うが、決算期を迎えるのでイベント等、集客向上のためにいろいろと考えたい。
	設計事務所（所長）	・建築価格の高騰により、実際の建築まで至らないという状況はまだ1年くらいは続く。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・秋の商店街イベントの準備が動き始めたが、小学校の運動会と重なるので集客に苦慮している。
	一般小売店[青果] （店長）	・消費税増税後、特に5月の連休明けあたりから当店だけでなく取引先の料理屋などもかなり落ち込んでいる。この状態は今後も続くのではないかとみている。
	スーパー（統括）	・円安、原油高が輸入原材料、輸入品の値上げを招き、食品全般に及ぶ値上げは避けられない情勢になってきている。年末に向かって景気全体を押し下げるのではないかと懸念している。
	コンビニ（経営者）	・ここ1年の間に競合店の出店が相次いでいることが理由である。
	コンビニ（経営者）	・秋に向けて気温が下がってくるので、例年のことであるが来客数、売上が落ちてくる。消費税増税が徐々にボディープローのように効いてきており、客の買上点数も若干減っているという状況を加味すると、先行きはやや悪くなる。
	衣料品専門店（販売担 当）	・消費税増税後、身の回りの必需品までじわじわと値上がりしてきている。ここへきて生鮮食料品なども天候の影響もあって上がっているが、いろいろな意味で増税の影響が出て値上げやむなしというような品目も相当増えてきている。値上げは微増ということであったとしても、当店の扱う婦人衣料に関しては今後もやや落ち込んでいくという予測を立てている。
	一般レストラン（経営 者）	・昼、夜共に客数がなかなか伸びてこない。
	一般レストラン（経営 者）	・消費税増税がじわじわと消費動向に影響を与えている。客の財布のひもは非常に固いという印象である。
	スナック（経営者）	・客の動向から判断すると悪くなる。
	観光型旅館（経営者）	・今月は予定よりも売上が7%ほど良いので、今月と比較すると2～3か月先は悪くなる。
	旅行代理店（副支店 長）	・消費税増税の影響がここに来て出ているのか、客の財布のひもが厳しくなっている。また、バス運賃等の法改正や高速料金の割引廃止、燃料価格の高騰によるコスト増から旅行費用も上がり始めている。今後は値上がり感による旅行離れが懸念される。
	タクシー運転手 ゴルフ場（支配人）	・1回当たりの運航に対する単価がやや悪くなっている。 ・県外来場者が減少傾向にあるため、県外来場者への依存比率が高いゴルフ場による県内エリアの集客合戦が進み、客単価下落につながっている。

		美容室（経営者）	・9月に開催される祭礼にこの町の人々はお金を使い、祭礼が終わると、町は死んだようになってしまう。年末まではその影響で売上は期待できない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税などにより、別荘等の高額消費には慎重な姿勢がつかかわれる。
		住宅販売会社（経営者）	・地価の変動もなく、売り物件の不足によって選択できる物件がないことから顧客の動きも少ない印象である。8月は例年動きが鈍いが、好転する要因も少ないことから、先行きも悪くなると予想している。
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の影響が出てきているので、この先も客がお金を使わなくなり、ますます悪くなるのではないかと心配している。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・消費意欲が改善される要因は全くない。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・雨がたくさん降ったが、広島のような災害は発生することはない。ただ、やはり購買意欲は低下しており、あまり良くなるような要素もない。
		衣料品専門店（経営者）	・当地では中心市街地活性化法に基づいた沿道整備が進められており、来年度末に計画道路の60%が整備完了の予定である。しかし、その途上にある現在は、来街歩行者、自動車等が軒並み減少し、固定客率が100%近い当店でもその影響は大きく、やむを得ず閉店する予定である。
		家電量販店（店長）	・年末に向け発売される新商品の動き次第で決まりそうだが、話題の商品は少ない。
		通信会社（経営者）	・地方の景気全体が冷え込んだままである。この状況がいつまで続くのか、業種の拡大や変更さえも検討しなければならない。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・主要取引先の輸出量が増加傾向にあるため、先行きは良くなる。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・前月までと変わらず良くなる予定である。
(北関東)	やや良くなる	化学工業（経営者）	・10～11月納期の物件の引き合いがあり、受注になる見通しである。現時点ではレースガスも比較的堅調に推移する見込みのため、2～3か月後は今よりは良くなる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年の年末商材受注のほか、新製品の動向、体験教室の予約を見込んでいる。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・秋以降多少良くなるのではと思われる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新規取引先がやっと動き出すようになるので、その分が売上に計上され、やや良くなる。
		建設業（開発担当）	・当社は公共工事主体の建設業である。公共工事の受注額は前年比8%増、消費税増税の影響が大きい民間工事は同20%減となっている。首都圏の建設需要の増加や東日本大震災の復興工事の影響から材料費や人件費が高騰しているため、品不足や人手不足が生じている。当社の工事原価も上昇しており、受注は確保できているが、賞与支給ができない状況が続いている。
		輸送業（営業担当）	・定番の季節商材等の入替えにより家電、雑貨、インテリアなどの物量は前年並みに持ち直す予定であるが、燃料高が続く、コスト負担も厳しくなっているため、利益は薄くなる見通しである。
		金融業（経営企画担当）	・小売業では消費税増税の影響が薄れ、消費は徐々に回復する。製造業についても受注状況が改善するとの声が多い。
		広告代理店（営業担当）	・秋の販促計画が前年より1割程度多くなっている。前年秋が悪かった分、今年は前年を上回るの確実である。
	変わらない	金属製品製造業（経営者）	・7月は6月より仕事量が増えたが、8月はお盆で休みが多くなるので、売上は少なくなる。これからのことは安定していないので、先を見通すのは難しい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・従来の顧客からの受注量は全く変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規案件の積み増しは見込めるが、従来の仕事が伸びる見込みが薄く、全体としては変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の状況に大きな変化がみられない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・当分現在の状況が続くので、営業の継続は欠かせない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量、生産量共に毎月平均化しており、横ばい状態が続いている。
		精密機械器具製造業（総務担当）	・主に公的研究機関向けの製品を開発し、販売促進に努めているものの、引き合いが少なく、受注量が低迷している。今後もしばらくは同じような状況が続くと考えている。

		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先や競争相手の様子、受注量等にこのところあまり変動はないが、1～2か月先は大幅に落ちるか上がるかも分からない状況である。
		建設業（総務担当）	・下半期に向け、工事があっても作業員不足で受注できない状況も考えられるため、特に現状と変わらない。
		通信業（経営者）	・景気が変わる要素がない。
		金融業（調査担当）	・個人消費の回復力が弱いほか、政府の景気対策が一服したこともあり、大幅な改善は期待できない。
		金融業（役員）	・市場のパイが少ないために競争が激化して利幅が取れないということと、電気料金や原油価格の値上がりも相当響いている状況を勘案すると、売上は上がるものの利益はさほど出ないということから、先行きは変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・建築会社は前年に比べて忙しいということだが、これも消費税増税による駆け込み分が多いとのことである。小売店主、量販店店長の話では、この先も横ばいで推移するのではないかということである。
		司法書士	・今のところ期待していた大きな設備投資などの動きはあまりなく、賃貸店舗が動いている程度である。まだ大きな動きはすぐには期待できないようである。
		社会保険労務士	・売上等は多少伸びていくと思われるが、原料高がどこまで続くのか分からないので、先行きは不透明である。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・情報化投資は抑えられていた期間が長かったために、今後も引き合い、受注量は増えると思込んでいる。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・本格的に景気回復していない現状において、もう一押し景気回復してもらいたいところが、消費税の10%への増税や国際情勢での原油価格高騰など、先行きに不安なことが数多くある。
		不動産業（経営者）	・不均衡が助長され、経済の流れが停滞しがちだと実感することが多い。
		不動産業（管理担当）	・当社で使用する道具や資材が値上がりしているが、今のところ消費税増税分しか上乗せできないところが多いため、利益が減ってしまう状態が続く。
		経営コンサルタント	・先月から消費税増税後のマイナスの影響が次々と現れており、懸念が現実のこととなったため、さらに設備投資や個人消費の落ち込みが予想される。
	悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・すべての資材が値上がりしているため、とても利益を出せる状況になっていない。特に、原料価格は更に上がって前年の2倍を超えていると考えているので、先行きはますます厳しくなる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・相変わらず毎月の資金繰りに大変な苦勞をしている。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・6月以降、業界の活気が戻ってこない。消費税増税の影響がじわじわと浸透してきている。増税直後は古い在庫も多く、価格を抑えてきたが、それも限度に近付いて価格を上げざるを得ない。ぜいたく品のため大型の景気浮揚策がとられない限り、動きは鈍い。
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（管理担当）	・派遣人材の確保には苦勞しているが、自動車関連で増産のために派遣受注が増えている。
(北関東)	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・製造業については、自動車、電機電子、家電等も含めた製品の売上製造はほぼ前年並みと見込まれる。衣料品については秋物衣料も早々と出始めているようなので、若干期待するところがあるように思われる。住宅等と造成関係、災害復旧等については建築関係の人手不足はあるが伸びるという期待を持っているようである。
		人材派遣会社（支社長）	・東日本大震災復興、オリンピックなど、住宅、建設業界を中心にオーダーが入るものの、人選面で対応できず、成果が出にくい。引き合いの強さに対し、結果を出すためのフォローができていない。雰囲気としての景気感覚は維持できると思うが、雇用のミスマッチは埋まりそうもない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数、条件がますます厳しくなっている。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・まだ少しの間は様子を見ないと、正社員募集が長期的になっていくかは分からない。
		職業安定所（職員）	・最近では求人数が落ち着いてきている。
		職業安定所（職員）	・地元企業からも全体的には人手不足気味という話が聞かれるが、先行きが不透明なため、安易に雇用できないのが実情である。燃料費の高騰や、原材料費、電気料金の値上がり等、経営環境が悪化し、厳しい経営を迫られている企業が多い。

	職業安定所（職員）	・業種により異なるが、東日本大震災関係の復旧、復興の受注は顕著である一方、コストアップや特定関連部門の海外シフトによる雇用調整も懸念されるところである。
	民間職業紹介機関（経営者）	・企業により業績のばらつきが目立つが、総じて変化がない。地方では、消費税増税の影響が吸収されていない感が大変強い。
	学校〔専門学校〕（副校長）	・例年に比べ求人者数の状況は良い。特に、正社員としての求人も多い。しかしその反面、就職試験のレベルは高いようで、企業と求人者のミスマッチはいまだに変わらない。
やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・9～11月は仕事量が減る予定である。
	職業安定所（職員）	・円高による輸入材料費の高騰が、じわじわと中小企業の経営を圧迫している。材料費が3割上がったという事業主の声も聞かれている。
悪くなる	-	-