

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 やや良くなる	-	-
		スーパー（総務担当）	・消費税増税も延期になり、消費が上向いてきた感じが今月の数値に出ている。衣料品が上がってきていないのが少し気になるが、食品と住まいの品は好調である。
		コンビニ（経営者）	・近くに工業団地があり、最近事業を再開した工場など、工場の稼働がかなり出てきている。派遣などで従業員が集まってくるので少しだけ良くなる。
		コンビニ（経営者）	・クリスマスや正月といった年末年始のイベントが控えており売上も期待できる。問題は年々強くなっている雨、風、雪といった天候に大きく左右されることである。
		コンビニ（経営者）	・年明けと共に現状よりも地域の活性化が進み、来客数が上がると考えている。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の発売と軽自動車の自動車税増税前の駆け込み需要が見込めるため、やや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・平成27年3月終了予定のエコカー減税が予定どおり実施されれば、その前に駆け込み需要があるかもしれない。
		自動車備品販売店（経営者）	・11月半ばにかけ景気が悪くなり販売量も低下したが、月末に株価が上がったことと政局の関係か、販売量と来客数がやや増えてきている。今後もこのムードが続けば人の動きが多くなり、販売量、来客数に期待できる。
		住関連専門店（経営者）	・想定外の気候の変化や災害が起こらなければという前提ではあるが、選挙終了後には政権の安定や賞与等の支給、消費税増税への慣れもあり、不安からの脱皮が図られて消費も上向きになるのではと期待している。
		その他専門店〔燃料〕（従業員）	・朝夕の冷え込みが厳しくなっていくため、月ごとに使用量が増え、販売量は増加していく。
	都市型ホテル（スタッフ）	・これから先は忘新年会等で年間で一番売上の良い時なので良くなる。	
	通信会社（経営者）	・行政や団体からの見積依頼が受注に結び付いていけば、多少なりとも景気回復の兆しを感じられる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・冬場を迎えての野菜収穫祭と銘付ったイベントをやるが、以前のようにまとめ買いをする人は少なく、スーパー等でその場、その場の物を買に行くようである。
		商店街（代表者）	・来春の新学期向けの注文等を取り始めたところ、生徒数は減っているものの大体前年並みの注文が出てきている。景気はそんなに良くはならないが、売上は何とか前年並みには到達すると見込んでいる。
		商店街（代表者）	・ここ数か月順調に推移してきたが、衆議院の解散、年末の選挙で腰を折られるように感じている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・これから年末に向かって少し客足が上向くのではないかと期待している。
		百貨店（店長）	・アベノミクスも叩かれ始めたり、世相が明るくなる要因を見出すことができない。
		百貨店（店長）	・客の購買意欲は非常に低い。特に、ごく庶民的な客はその傾向が強い。
		スーパー（店長）	・客単価と買上点数は好調であるが、来客数が増えないことには売上も上らず利益も出ない。ある程度来客数が戻るまでは厳しい状況が続く。
コンビニ（経営者）		・年末年始に向かうので、今よりは悪くならない。	
コンビニ（経営者）		・年末についてはクリスマスやおせちなどの催事物がある程度伸びると思うが、1月以降についてはやはり季節変動があり、あまり良くない状況になるため、あまり良くない現状のままで変わらないという判断である。	
コンビニ（店長）	・近隣の工事は3か月ぐらい先まで予定されているということなので、売上が減っていた分が、工事関係者の来店分で何とかなるのではないかと見込んでいる。実際は落ちているかもしれないが、販売量はあまり変わらないと予測している。		
乗用車販売店（販売担当）	・来客数が激減している。消費税増税も先送りされたので、駆け込み需要も期待できないため、先行きは悪くなる。		
乗用車販売店（販売担当）	・1～2月は雪がすごいので、例年は12月にある程度販売台数が伸び、1～2月が落ち込むというパターンだが、今年は12月に選挙があるので、新車販売については12～2月まであまり望めない。サービス入庫はそこそこあると思うが、このままの悪い状態が続くと考えている。		
乗用車販売店（管理担当）	・年末商戦を迎え、必要な衣食についてはやや増加するが、自動車の購買意欲は下降傾向にある。		
住関連専門店（店長）	・良くなる要素がない。特に、高額の商品は売れない。		

住関連専門店（仕入担当）	・不安定要素が多く、消費税増税、円安による値上げ、選挙と続き、年末に向けて消費者の節約志向はますます強くなり、デフレ傾向も強まる。
一般レストラン（経営者）	・飲食関係、特に宿泊に関して話を聞くと、相当数の同業者が12月のこの時期での選挙による影響を心配している。
一般レストラン（経営者）	・世の中の消費動向にかかわらず、選挙をやっているようでは、なかなか経済回復、消費傾向が良くなることはない。
スナック（経営者）	・選挙次第だと思うが、急に良くなったりはしないのではない。消費税増税がしばらく据え置きになったのは良かったが、悪くならなくなったというだけで、良くなるわけではない。
観光型旅館（経営者）	・冬季は県外からの集客が減り、地元客が中心となる。県外企業と比較するとまだまだだが、今年は地元の大手企業を中心に景気回復の動きがあり、忘年会の需要は例年と比較して多いようである。
都市型ホテル（副支配人）	・前年以上の数値で推移していくとは思いますが、予約状況から判断するに、ほぼ現状維持の見込みである。
タクシー運転手	・今の状況では、悪くなることはあっても良くなることはない。
タクシー運転手	・今月の動きは前年同月比で103～104%くらいとやや良いが、一時的なものなので、先行きはちょっと分からない。
タクシー（経営者）	・10月の動きは良かったが、11月後半よりやや動きが悪くなってきた。この先も変わらない。
タクシー（役員）	・円安が変わらない限り、良くも悪くも変わらない。
通信会社（経営者）	・今の政策は富裕層にばかり恩恵が偏っているように思えるが、富裕層の比率の少ない地方は壊滅状態である。ほとんどの消費者は株価が上がっても何の恩恵もなく、円安によるデメリットを被っている。こういった人たちを相手に商売をしているので、良くなるはずがない。
通信会社（営業担当）	・アベノミクスのネガティブな反応も出てきており、消費税増税、物価高のあおりを受け実質賃金が下がっている現状では、とても消費回復には至らないように思う。今後は短期、中期型で購買意欲を盛り上げる施策が必要である。
通信会社（局長）	・今後の政策の行方により景気に変化すると考える客が多く、現状では先行きを見通すことは難しい。
テーマパーク（職員）	・来客数が増加につながる要素が明確にないため、増加すると思えない。
ゴルフ場（支配人）	・年末のゴルフコンペの予約が少なくなってきた。やはり総選挙の影響でコンペ不成立の状況が続いているようである。
美容室（経営者）	・年末に向かって忙しくなると思うが、まだ今一つ予約が盛り上がっていない。
その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・政治の不安定さもあり、人の動きに変化がない状況は今後も続く。
設計事務所（経営者）	・年末と年度末は依頼が多くなるが、今年はずっと早く予定が入ってきている。
設計事務所（所長）	・しばらく大きな変化はない。セミナーやイベントを企画し工夫していかないとこの危機的状況は変わらない。
設計事務所（所長）	・消費税増税の先送りもあり、建築希望の客は増えているものの、少し余裕をもって建てたいということで当分は上向きにならない。ここ数か月はこの状態が続くのではないかと。
住宅販売会社（経営者）	・悪い状態にあるので選挙で政局が激変しない限り、状態は変わらない。
住宅販売会社（経営者）	・まだ住宅については空室が多く、家賃の値下げが続いている状況のため、景気が良くなるとは思えない。
やや悪くなる	
一般小売店〔家電〕（経営者）	・天候にも左右されるとは思われるが、季節商材くらいしか売上増を見込めない状況である。必要なものを必要な時に購入してもらえるように工夫していく以外に商品の動きが出てこない。
一般小売店〔乳業〕（経営者）	・相変わらず一般消費が伸びる要因は皆無である。
百貨店（販売促進担当）	・今後2～3か月先については、前年の売上が消費税増税前の駆け込み需要を多分に含んでいるため、前年実績をクリアすることは非常に難しい。
百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響をいまだに引きずっており、不要不急な物への関心は至って低く、生活防衛意識も高まっている。また、年の瀬の選挙も控えており、政権が落ち着くまで今後しばらくの間は個人消費の更なる減退が心配である。
百貨店（店長）	・消費意欲が上がってこない。衣料品、アクセサリ等、身の回り品に購入手控えのムードがあり、冬のボーナスも良い話は聞かれない。円安による原材料高騰で商品が値上げされるといった情報のほうが多い。
スーパー（経営者）	・景気の足踏み状態が社会に浸透するような感じがする。

スーパー（統括）	・10月末の半導体大手の工場閉鎖で、下請も含めると1千人規模の雇用が一気になくなる。居住人口の減少によって、工場周辺の地域全体における消費の冷え込みが懸念される。
スーパー（商品部担当）	・為替による影響と一部商材の値上げによる買い控えの可能性、来客数の伸びが見受けられない状況から、売上は苦戦を強いられると考えている。
コンビニ（店長）	・商品の値上げなどいろいろと状況が悪い中、各種の拡販イベントを行い、年末年始の予約等もあって何とか前年に近い売上を上げているが、もう限界である。
衣料品専門店（統括）	・歳末にかけいろいろと集客のために考えるイベントや催し物があるが、2～3か月後は年末年始の終わった後ということで、客が街に来る機会が少なくなるのではないかと考えている。
乗用車販売店（経営者）	・3か月先は企業の期末決算準備で、代替時期というものの、現時点の景況や総選挙の結果いかんでは不透明なため、先行きは心配である。
乗用車販売店（営業担当）	・車に関する話にゆっくり時間を割いてもらえない状況が気掛かりである。時節柄仕方のないことかもしれないが、ユーザーのペースに我慢するしかない。
一般レストラン（経営者）	・消費低迷の状況が報道されているので、余計に消費しづらくなっている。長かった不景気時より更に悪くなっているようである。
一般レストラン（経営者）	・円安で輸入品の価格が上がっているにもかかわらず国内での販売価格に完全には転嫁できず、会社の利益を毀損している。
旅行代理店（従業員）	・物価上昇と賃金増に差が出ているため、やや悪くなる。
旅行代理店（副支店長）	・選挙等による旅行の中止や、長野県北部地震の災害等で受注が落ち込んでいる。今後もバス料金の値上げなどでの旅行離れが懸念される。
旅行代理店（営業担当）	・旅行業は全般的に1～3月にかけて売上量が鈍化する傾向にある。
通信会社（経営者）	・円安での値上がりや先行き不透明感などから消費が上向き要素がなく、節約志向は一層強くなる。
観光名所（職員）	・今後スキーシーズンを迎えるが、冬期の入込は毎年下降線をたどっている。また、長野県北部地震の風評被害も懸念される。
競輪場（職員）	・今年最後のG1レースは日程的にも天候的にも良かったのに、売上が前年度を下回ったからである。
美容室（経営者）	・地方都市ではボーナスが支給されない企業も多く、更に住宅ローンを抱えて返済に追われ、消費の伸び悩みは確実である。当店はここ数年、年末商戦にいろいろな形で取り組んでいるが効果が上がっていない。従業員には申し訳ないが、ボーナスを支給できる状況ではない。来年の消費税納税を懸念している。
その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・客は買いたい物だけを買って、宿泊や映画についても単体のみの売上ということになってきているので、総体的にはやや悪くなる。
住宅販売会社（従業員）	・更なる消費税増税の延期で景気悪化基調を認識するようになり、消費は低迷するものと思われる。
悪くなる	・消費税増税の影響がまだ続くのではないかと。財布のひもは固いようである。
商店街（代表者）	・消費税増税の影響がまだ続くのではないかと。財布のひもは固いようである。
一般小売店〔衣料〕（経営者）	・12月2日から告示があって14日に選挙が行われるため、人の動きも少なく、商売的にはあまり良い方向にはいかない。そのようなことで今月も良くないが、来月もうまくいかない。
スーパー（店長）	・消費税増税が先送りされたが、ゆくゆくは増税になるという考えが客の頭にあるため、買い控えが多くなっている。
衣料品専門店（販売担当）	・選挙の影響だけとは言いたくないが、選挙が始まると間違いなく人の動き、お金の動きがぱたっと止まってしまう。12月という一番数字が上乗せできる時期に選挙が行われるという状況には、相当憤りを感じているが、こればかりは仕方ない。影響が相当出てかなり厳しくなるので、年が明けてからもずるずるひきずる形で悪くなる。
家電量販店（店長）	・個人消費の意欲がわくような施策が欲しい。映像の4Kテレビも高精細ではあるが放送が地上波で流れないため、購買意欲を刺激できていない。現状では景気につながるけん引商材がない。
一般レストラン（経営者）	・飲食業の中小企業者にとってまだまだ景気回復は遅れている。客が非常に消費を控えているので、ますます悪くなる気がしている。

		スナック（経営者）	・本当に良くなる要素が1つも見当たらない。アベノミクスが末端まで来るにはあと何年かかるのだろうか。いつもそんな風に思っている。
		観光型ホテル（経営者）	・12月は選挙の関係で忘年会や団体客のキャンセルが多く出ている。また、11月をピークに1月からはオフシーズンとなるため、先行きは悪くなる。
		旅行代理店（所長）	・年末の選挙により消費マインドが低下することを否定できない。忘年会時期に大きく響く。
企業 動向 関連 (北関東)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・主要取引先である国内自動車完成メーカーの輸出が増加傾向にあるため、先行きも良くなる。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・本業の環境装置関連が堅調なので、先行きも良くなる。自社の太陽光発電工事は電気工事を始めとしてパブル価格が続いているが、パネルの仕入価格は円安で大幅に値上がりしている。
	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・工場見学者の消費マインドはやや低下しつつあるが、各メーカー共に独自性のある商品は順調に売上を伸ばしており、今後も更なる新商品の開発が期待されている。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・建材の値上がりにより苦しい状況であるが、アベノミクスに期待したい。
		建設業（開発担当）	・アベノミクス効果でこの2年間は公共工事が大幅に増え、大変な状況である。建設業者の考えとしては前政権の政策には戻りたくない。建設業は10年以上続いた不況のため、若手作業員が少なく、高齢の作業員ばかりで作業員不足が続いている。東京中心の建設ラッシュにより人件費や材料費が高騰しており、受注しても利益確保が難しい状況も続いている。また、過去の赤字続きのため、金融機関への借入金利息も経営を厳しくしている。これらを払しょくしなければ健全な企業にはなれない。
		司法書士	・街全体が少し活性化してきている。開発話も少し聞こえてくるのでやや良くなるかと考えている。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・年始は受注の谷間になるので、自社新製品の展開に期待したい。
		金属製品製造業（経営者）	・今のところは安定してそれなりの仕事量を確保しているが、今後の見通しはよく分からない。これからも仕事が増えることを期待している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注量の変化は全くみられない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・業種を問わず、取引で好不調が明確に分かれてきており、不調な取引については急激な回復は全く見込めない状況にある。
電気機械器具製造業（経営者）		・前年の10～12月の売上と比較すると、月平均3～4割減と大分落ち込んできている。	
電気機械器具製造業（営業担当）		・受注量、生産量共に現状と変わらない状態が続く。	
輸送用機械器具製造業（経営者）		・2～3か月後の状況は全く分からないが、取引先が十数社あり、良い会社も悪い会社も、忙しい会社も暇な会社もあるので、今の良い状況のまま変わらず推移すると考えている。	
その他製造業〔消防用品〕（営業担当）		・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。	
通信業（経営者）		・選挙で一時的に良くなる気もするが、消費税増税や年金制度の不安を抱えて一般消費者は消費を抑えるしかない状況について、老後の不安がない官僚や国会議員は理解していない。景気は徐々に停滞しそつである。	
金融業（調査担当）		・円安による悪影響が懸念されるほか、個人所得の上昇が遅れていることにより、個人消費が弱い状況も続くと思われるため、変わらない。	
金融業（経営企画担当）		・消費税増税の見送り、10月末の日銀による追加の金融緩和実施のほか、12月の選挙後に景気刺激策が出てくると想定されることから、景気は良くなるかと考えているが、2～3か月では厳しい。	
金融業（役員）		・一部の自動車関連や建設業の中で公共工事が増えているということはあるが、中身を見ると競争にさらされ、ボリュームは増えているものの利ざやが厳しくなっており、実際の利益は少ないという状況である。そのため、変わらない。	
新聞販売店〔広告〕（総務担当）		・選挙がある月は消費の動きが比較的鈍くなる。一昨年の12月も年末にもかかわらず大きく落ち込んでいる。寒さが増すこの時期での、ガソリン、灯油などの原油価格低下分が消費に回ってくれば有難いと量販店の店長が話している。	
経営コンサルタント	・冬物需要、年末商戦の行方を見ないとその先の業況を判じ難い。年明けにかけ、各種の期待感はあるものの、先行きの不透明感が強くなっている。		

		社会保険労務士	・新規投資には相変わらず慎重であり、しばらくは今のままの状態が続く。
		その他サービス業〔情報サービス〕(経営者)	・引き合い、受注量共に特段の変化はみられない。
やや悪くなる		化学工業(経営者)	・例年この時期はガスの出荷量が増加し繁忙期になるが、現状は増加の勢いが例年のペースに追いついていない。この点を考えるとやや悪くなるのではないか。
		電気機械器具製造業(経営者)	・先の受注がほとんどない。
		輸送業(営業担当)	・年末年始に向かい、食品や暖房器具等の物量の増加は見込まれるが、協会会社の車両不足により車両の確保に今までよりコストがかかるため、利益の減少も見込まれる。
		不動産業(経営者)	・支払や支出が多すぎる割に、見合った収益につながっていない。
		広告代理店(営業担当)	・消費税増税や選挙でモチベーションは下がる一方で、景気が良くなる理由は一つもない。
悪くなる		食品製造業(製造担当)	・円安がさらに進めば、原料価格が高騰し、製品の原価を押し上げる。大手が価格を抑えているため、同業者の悲鳴がなかなか反映されない。年明けには取引先のスーパーに値上げの話に行きたいが、誰もそういう話になっていないのがかえって不気味である。
		出版・印刷・同関連産業(経営者)	・利益が上がらず、資金繰りが大変である。
		電気機械器具製造業(経営者)	・取引先の生産動向報告によると、上期に比べて下期は生産計画が非常に厳しいとのことである。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕(経営者)	・クリスマス商戦に期待したいが、衆議院議員選挙、統一地方選挙を控え、上顧客の反応は鈍い。
		不動産業(管理担当)	・原材料費の高騰や、夏よりは安くなってきたものの燃料費の高止まりがあり、上昇分を価格に転嫁できないため、当社の業務は真っ先に削減対象になりうるため、今後も厳しい。
雇用 関連 (北関東)	良くなる		
	やや良くなる	人材派遣会社(経営者)	・製造業の機械関係や電子部品の組み立てなどは人員の入替えによる求人募集は継続していく。食品は年末に向けて購買力を高めるための求人が増えていく。衣料は一進一退で予測がつかないが、寒さが厳しいのか暖冬なのかによっても、食料品や衣料品の動きが出てくる。住宅関係は依然として年内に詰めていくという風な動きがみられる。
	変わらない	人材派遣会社(経営者)	・今のところ仕事が安定していないので、本当に先行きが良くなるか悪くなるか分からない状況である。
		人材派遣会社(管理担当)	・年末年始に入り短期派遣が増えるが、年末年始のために入替え増員等は厳しいため、伸びない。
		職業安定所(職員)	・製造業の多くの事業所で求人数が伸び悩んでおり、今のところ改善の兆しが見られない。
		職業安定所(職員)	・新規求人数の増加率が鈍化する一方、新規求職者の減少率も鈍化している。また、基幹産業である製造業の求人が前年同期比で減少するなど好転の要素が見当たらず、今後の動向は依然不透明である。
		職業安定所(職員)	・景気が良くなっている企業もあれば、そうでない企業もあり、全体としてはあまり変化はない。
		民間職業紹介機関(経営者)	・中堅、中小製造業において、海外に生産拠点を持つ企業は円安メリットと無関係なのか、正社員採用に変化がない。受注が増えつつある企業が増え始めたが、単価が厳しく、先行きへの不安もあり、パートやアルバイト、派遣で乗り切ろうとする姿勢が目立つ。
		学校〔専門学校〕(副校長)	・求人の中には常に同じ企業が出ており、自社に合った学生や資質の高い学生を求める企業側の傾向は変わらないように感じる。また企業側が人を育てるという状況までは至っていない。
	やや悪くなる	人材派遣会社(営業担当)	・長野県北部地震の発生、選挙があり、市民が混乱している様子がうかがえる。
人材派遣会社(支社長)		・派遣先に出す人材の圧倒的な低下を感じている。企業側の採用意欲は引き続きおう盛だが、人材不足のため、なかなかマッチングができなくなっている。	
求人情報誌製作会社(経営者)		・年末年始前は求人広告の掲載企業も多いが、年始を過ぎると1~2月は求人募集も大分少なくなる。	
職業安定所(職員)		・求人数は、前年に比べ減少傾向で推移している。	
悪くなる			