

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：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)		コンビニ（経営者）	・現状より多くの乗客数が見込まれるため、良くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・地域初出店の専門店が増えるので、施設全体が活性化する見込みである。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税再増税前の駆け込み需要が多少はあるとみている。
		百貨店（副店長）	・改元等、世の中のお祝いムードと関連商材やイベントにより、回復傾向になる。
		百貨店（店長）	・新元号に変わること、祝賀ムードによる経済効果を期待する。ただし、一過性で長く続くとは思えない。
		コンビニ（経営者）	・2～3か月先は年度初めで催物も多く、行楽の時季でもあるので、来客数の動きが良くなる。
		家電量販店（店長）	・消費税再増税の動きや、東京オリンピック、ラグビーワールドカップなどもあるので、やや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・4月1日に新元号の発表があり、5月1日に皇太子殿下の御即位及び改元と、祝賀ムードの高まりを感じている。東京オリンピックも控え、店内の客との会話にも、景気高揚につながりそうな声が聞こえている。
		一般レストラン（経営者）	・歓送迎会や年度末の集まり等の予約が入っており、宴会は増えそうだが、通常営業の先行きは読めない。
		都市型ホテル（営業担当）	・秋口くらいから、例年に比べれば若干良くなってきている。3か月後は、例年稼働率が上がってくる時期なので、ベースがもう少し良くなるのではないかと期待を含めて、やや良くなる。
		旅行代理店（所長）	・デスティネーションキャンペーンの最終年度で、厳しい状況ではあるが、多少でもその効果に期待を寄せたい。
		通信会社（経営者）	・9月の国体に向けて、多少、景気向上の兆しがみえてきている。
		通信会社（社員）	・新年度になり、転居してくる方の新規加入が見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・不動産関連大手賃貸会社のトラブルを受け、転居などの動きが活発化し、新入居案件数の増加が見込まれる。
		テーマパーク（職員）	・ゴールデンウィークの10連休まで、穏やかな天候が続くとみており、多数の来園客が期待できる。
		ゴルフ場（総務担当）	・天候次第ではあるが、予約獲得戦略の1つとしてWeb予約を取り入れ、2年目の今年は、初年度の反省点を加味し、予約枠の掲載タイミング、割引券の効果的発行等で集客増加のノウハウをいかすことで、プレーヤーの来場回数増加を図る。
		設計事務所（所長）	・東京オリンピック関連や公共工事受注業者は、しばらく忙しい状況が続く。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・花の便りも聞こえ始めている。日が長くなれば、人の動きも多くなる。買物する時間が長くなれば、多少は景気も良くなるのではないかと。しかし、消費税再増税の問題が、少し引っかかっている。
		百貨店（営業担当）	・改元や消費税再増税等のイベントが控えている。ただし、瞬間的な消費増はあるものの、事後の反動減を考慮すると、現状と変わらずに厳しい状況が予想される。
		百貨店（営業担当）	・個人の消費マインドは引き続きシビアな状況で、気温や天候などの外的要因が好状況でも、必ずしも良い結果には結び付いていない。3か月先もこの状況は変わらない。
	スーパー（総務担当）	・改元による景気への影響の度合いがみえない。	
	スーパー（商品部担当）	・食料品の値上げ傾向が強く、消費者の動向に変化がありそうだが、現状の推移と変わらないとみている。改元、ゴールデンウィークとイベント続きになり、期待感はあるが、売上増とまでは想像できない。	
		コンビニ（経営者）	・マイナスの要因も見当たらないため、しっかりと客のニーズにこたえ、接客レベルを向上することにより、現状維持は可能である。

衣料品専門店（統括）	・ 2月は年間を通して非常に悪い月である。そうしたなか、消費者の動向は、出掛けなくても買物ができるインターネット購入が増えている。また、実際に買物をする店は、大量仕入れによる大量販売で、値引きのあるショッピングセンター等、という客が多くなっている。今までのように専門店で買物をする人は少なくなっている。
乗用車販売店（経営者）	・ 当地域の自動車産業は、主要部品の供給量不足で生産台数が前年比80%台で推移している。ただ、販売促進による受注にはそれほどの落ち込みがなく、今後も期待できるという希望的観測のもと、地域や市民には悲観論は少ないようである。
乗用車販売店（販売担当）	・ これから良くなる可能性はない。前回の消費税増税時は車が売れたが、今回の再増税ではそんな感じがしない。
乗用車販売店（販売担当）	・ 3～4月になっても、それほど来場者が増えるとは予測していない。営業関係の良くない現状のまま推移していくのではないが。
自動車備品販売店（経営者）	・ 身の回りのスーパーやその他の販売店の話を見ると、物量が余りはけていないようである。皆、財布のひもが固くなっている。将来良くなるような話や身の回りの環境に変化がないので、良くなる期待感も余りないが、これといって極端に悪くなることもない。
住関連専門店（店長）	・ 来客数、客単価共に、前年とほぼ変わらない。
住関連専門店（仕入担当）	・ 消費の二極化は今後も続く。消費税増税を控え、生活用品への節約傾向は恒常的で、今後も変わらない。
その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・ 生活防衛なのが単価増が期待できない上に、来客数も横ばい傾向にある。
スナック（経営者）	・ 3～4月の歓送迎会に期待はしているが、平日の来客増は見込めない。
都市型ホテル（スタッフ）	・ 3月の宴会予約件数は前年より増えている。ただし、100万円以上の大型宴会は若干減少している。4月は既に予算値に近づいており、良い状況が続いているため、変わらない。
都市型ホテル（副支配人）	・ ゴールデンウィークくらいまでは、このまま好調を維持しそうな予約状況である。
旅行代理店（経営者）	・ 高額商材がなかなか売れない。
タクシー運転手	・ 3～4月は歓送迎会の時期で、利用客は多少増えると思うが、それ以降はまた少なくなる。
タクシー（経営者）	・ 全体的に動きが変わらないので、この先も変わらない。
通信会社（経営者）	・ 統一地方選挙や参議院選挙、又は消費税増税をにらんで、積極的な消費は少ないとみている。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・ 客の収入が春闘などで底上げされることは期待できない。
商店街（代表者）	・ 街の人口が徐々に減ってきている。景気が上向くような要素は見当たらない。
コンビニ（経営者）	・ 今年に入り、夜10時以降と土日の来客数の減少が著しい上に、波が大きい。近隣の競合店はリニューアルをしたが、当店は築18年と古く、売場拡張が望めない。
コンビニ（店長）	・ 当店の動線上に競合店が1月にオープンし、更に今月末にももう1店がオープンすることになっている。そのため、影響をまともに受ける。
その他専門店〔燃料〕（従業員）	・ 現在、受注は減少傾向で、今後の受注残も減少している。
その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・ 国際情勢の先行き不透明さが、受託先企業の業績に影響を与える。結果として、福利厚生施策が変更されたり、個人の気持ちに影響して、財布のひもが固くなり、レストラン利用が下振れすることも懸念される。
都市型ホテル（経営者）	・ 売上減少が顕著で、やや悪くなる。
都市型ホテル（営業）	・ いろいろな商品で値上げがあり、サービス業にも影響が出るとみている。特に、宴会等は客が若干控え気味になるのではないが。
タクシー（役員）	・ 乗務員不足である。
通信会社（総務担当）	・ 4月の手数料改悪で、販売以外のアフターサービス収入も減少が見込まれる。

	通信会社（局長）	・人材不足は工業団地や農家にとって深刻な問題であり、人材確保のための経費は、利益を圧迫し続けるとみている。また、給与が北関東よりも高いことから、働き手の東京一極集中に拍車がかかっている。
	競輪場（職員）	・全国発売の記念競輪レースの売上も、ほぼ同様の販売額で推移している。
	美容室（経営者）	・従業員数が減ったことにより、客の待ち時間が増え、迷惑を掛けている。かといって、客に電話予約を勧めても「結構です」と断られる。人材確保は美容業界にとって、死活問題である。
	設計事務所（所長）	・消費税増税の経過措置は、3月中の契約物件という条件があるため、今後は受注が減る。
	衣料品専門店（販売担当）	・今年度に入ってから悪い月が多く、でこぼこもないほど、悪いままでの推移が続いている。たまに、ぼつりとしが売上がない状況で、本当に言葉にならないくらい悪い。どうしたらよいのか。
	通信会社（経営者）	・今までが好景気なのだとしたら、先行きは不安だけである。地方では、景気が良いという業種の話はほとんど聞かない。これが現実である。
	美容室（経営者）	・収入が減れば支出も減らさざるを得ないのは一般常識である。歳出を減らしもせず増税に頼る政策が、国の信用を失墜させる。昨今の海外投資家から見離される要因もそこにある。将来世代へ借金返済の付けを回すのは愚行であると国民は皆そう思っている。例えて言うなら、子供のだけでは足りなくなって、孫のクレジットカードに手を出すようなものである。
	住宅販売会社（経営者）	・10月の消費税増税開始まで、買い控えが継続する。
企業 動向 関連 (北関東)	金属製品製造業（経営者）	・4月以降はエレベーター、エスカレーターが2割以上増産になる。
	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・10月の決算に向けて、当社の3本柱全体で10%アップを目指している。
	建設業（総務担当）	・ようやく補正予算も成立して、その効果が出てきてくれるかと期待している。
	通信業（経営者）	・受注が多少増えたので、半年先くらいまでは良さそうである。
	化学工業（経営者）	・受注量や出荷量をみると、横ばいか微減傾向が出ており、この先は弱含みの推移が予想される。ただし、大きな落ち込みはないと考えている。
	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・東京オリンピックも多少関係しているのか、全体的に活気がある。
	一般機械器具製造業（経営者）	・新規製品の立ち上げや増産が予定されている。ただし、数量が落ちる予定のアイテムもあり、全体としては変わらない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・見積依頼が次々と来ており、新規の仕事の話も続々と舞い込んでいるので、これからしばらくは高原状態が続く。
	電気機械器具製造業（経営者）	・当社の主要な取引先の動向に、変化がみえない。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・この2～3か月は上がったたり下がったりで、今後については全く不透明で読めない。とりあえず、取引先が11社あるので、変わらない状況だとみている。
	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・しばらくはこのまま推移する。
	建設業（開発担当）	・公共工事は現政権が長期安定しているため、順調に推移している。ただし、ここ数年、現政権一強政治がもたらす悪影響が起きていることが心配である。今回の統計問題も心配である。与党ももう少し謙虚なところが必要である。公共工事発注は前年比10%増で、今後も期待できる。
	輸送業（営業担当）	・引っ越しシーズン本番で、新生活用品等の家電、インテリア、寝具などは前年並みの輸送量になりそうである。3月末はドライバー不足による車両不足、更に協力用車費等も高くなる予測があり、現状では、全ての輸送依頼対応は厳しくなりそうである。

	経営コンサルタント	・皇太子殿下の御即位や改元などでお祝い関連の消費が動くと期待されるが、まだ、地域で目立った動きは、そう多くない。
	社会保険労務士	・大きく変わらないと思うが、ゴールデンウィークの10連休は、「そんなに休まれたら給料を払うのが大変だ」との声を聞く。
	広告代理店（営業担当）	・消費税再増税に対する恐怖感が尋常ではない。
	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・年度初めは販売量が落ち込み、収益も減少する。回復は6月以降になるとみている。
	不動産業（管理担当）	・全体として事務用途のビルの空室が多く、需要も少ない。固定費削減のため、オーナーからの減額要求が増えている。有給休暇取得の義務化による代替人員確保コストも増えるので、人手不足とあいまって一層厳しくなる。
	×	
雇用 関連 (北関東)	-	-
	人材派遣会社（経営者）	・これから卒業シーズンを迎えるが、賃貸物件、衣料品、食材等の需要が目立って伸びている。引っ越し等は転勤族も含めて増えるが、人手不足がどうしても避けられない。生鮮品や衣料品もだぶついているようにみえるが、徐々に春物に向かい、冬物処分の衣料品等、雑貨が伸びていく。
	人材派遣会社（社員）	・人材紹介や紹介予定派遣の求人が増えてきているほか、春先は求人数も増え、人材の流動性が高まる時期になる。
	職業安定所（職員）	・「取引先からの受注が増加しているが、注文を受けたくても人手不足で断っている」という声が、業種を問わず聞かれる。人を募集しても全然集まらないとのことである。
	人材派遣会社（経営者）	・今のところ、仕事に余り動きがない。
	職業安定所（職員）	・前年同月比で新規求職者数は3.6%のマイナスで、有効求職者数は0.5%増である。3か月前と比べても前年同様の傾向である。有効求人倍率は1.6倍台の高い状態が続いている。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は、直近3か月で最も高い2.70倍となり、平成30年7月以降、6か月連続で2倍以上で推移したまま大きな変動はなく、依然として高い倍率を維持している。
	学校〔専門学校〕（副校長）	・この時期まで残っていないような求人がたくさんあるが、職種が偏っている。求職者がミスマッチを恐れているのもあるが、選り好みをしている傾向も感じられる。
	人材派遣会社（管理担当）	・携帯電話修理等の派遣が、自動マシン導入による合理化のため3月末で終了するので、やや悪くなる。
	×	*