

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）	・今月末から来月末にかけて、イベントがたくさんあるので、売上が大きく伸びて、良くなる。
		百貨店（役員）	・地域経済の活力の高まりを実感しており、来客数、売上の増加が期待される。
		コンビニ（経営者）	・年末年始や年頭にあたって、いろいろな行事があることや、高単価商材が出ていること、そのほか、人出が多くなると予測されるので、良くなる。
		コンビニ（店長）	・年末年始にかけて、来客数、購買量共に増えるとみているので、良くなる。
		家電量販店（店長）	・東京オリンピック需要に期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・12月はボーナス支給月であることや、2021年度から国産車衝突防止装置の取付けが義務化されることになるため、買換え需要が始まるのではないかと。
		一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・忘年会の間合せが増えているので、やや良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・台風19号の被災を受けて自粛ムードがあったものの、年末年始に向けて宴会の受注状況がようやく例年並みに戻ってきている。ビジネスユースが主だが、宿泊も前年並み以上の受注まで戻ってきている。
		都市型ホテル（営業）	・全社員一斉営業等で、従業員の意識改革をし、一丸となって目的を達成する姿勢がみえている。また、客に当ホテルの良さが浸透してきているので、やや良くなる。
		通信会社（営業担当）	・例年、年末商戦で一定の消費は期待できるものの、例年以上の要因は特にはない。
		通信会社（総務担当）	・冬のボーナスやお年玉で、消費税増税でかかっていた消費へのブレーキが緩むと見込んでいる。
		設計事務所（所長）	・消費税増税後の買い控えも一段落して、消費者が動き出すのではないかと。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・春になっても活気の出るような話題が出なければ、変わらない。現状維持なら良いところではないかと。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・販売に関してはどちらもいえないので、変わらない。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税から約2か月だが、化粧品を除けば極端に良くも悪くもない。3か月先も現状と変わらないのではないかと。
		百貨店（店長）	・消費税増税の影響は波動があるものの、明るい傾向にはない。天候も暖冬傾向にあり、重衣料や食材にもプラスの影響は少ない。
		スーパー（商品部担当）	・キャッシュレス決済の効果を期待したが変化はなく、手数料のみ増加している状況である。消費税増税後に消費者の節約傾向が続いているようで、この先も現状維持が続くそうである。
		コンビニ（経営者）	・増税から2か月が過ぎ、影響は段々小さくなっていくとみている。ただ、全体的に将来への不安感が増えており、客の買物に堅実性を感じる。無駄買い、衝動買いが減ったように見受けられる。
		コンビニ（経営者）	・良くなる判断材料がない。
		コンビニ（店長）	・近隣に、特段変化はない。
	衣料品専門店（統括）	・忘年会の時期になってきたが、飲食店をのぞいてみると、客の出足が悪い。当然、街中にも客がかなり少なく、年末年始に向けて買い控えの影響がある。なかなか景気は良くならない。	
	衣料品専門店（販売担当）	・年末年始を控えて、期待は高い。また、来月はボーナス支給月で年金支給月ということもあり、かなり期待をしている。そうしたなかでも雰囲気的に良くなる要素はなく、気持ち的に盛り上がりやや少ない。	
	家電量販店（営業担当）	・消費税増税の反動はある。特に、高単価商材の動きが悪い。	
	乗用車販売店（販売担当）	・当地は雪や雨が多いので、12～2月になると、今度はどうしても来客数が減ってくる。それほど極端に悪くはならないとみているが、現状のまま推移していくのではないかと。	
	住関連専門店（仕入担当）	・平時に戻り、消費税10%の実感を消費者が得始めている。節約志向は根強く、キャッシュレスも節約の手段であり、消費の押し上げ効果は少ない。プレミアム付商品券は全く使われていない。	

	その他専門店 [靴小売業] (経営者)	・年末商戦だが、天候が大きく左右するので、気温が下がれば冬物が売れる。また、消費税増税に関連したポイント還元策の影響が、中小企業のクレジット使用率が随分と上昇してきて、驚かされる。今後どのような影響が出てくるか読みにくい状況である。
	その他専門店 [燃料] (従業員)	・受注が減少しているため、受注残も減少傾向である。
	一般レストラン (経営者)	・おせちの注文を受けているが、前年より注文数が少なく、今後に期待できない。
	都市型ホテル (営業担当)	・1月はシーズンの下がると思うが、ほかの要因で大きく下がる、上がるということはないので、変わらない。
	都市型ホテル (副支配人)	・12月中旬から1月にかけて、宿泊に落ち込みが見られる分を、料飲の忘新年会獲得増で乗り切れそうである。
	旅行代理店 (所長)	・オフシーズンに入るので、年末年始以外に好要件がない。
	旅行代理店 (従業員)	・例年、年度末は下降気味で変わらない。
	タクシー運転手	・忘新年会で一時的に増えると思うが、余り期待できない。
	タクシー (経営者)	・夜の動きが悪いので、この先も変わらない。
	競輪場 (職員)	・全国発売のG3競輪の売上が、ほぼ同額で推移している。
	美容室 (経営者)	・12月は1年で最も期待が持てる。祝日がなくなったことで平均され客足の増加が見込まれる。利幅の取れる特殊技術を動めて、売上増を図りたい。
	その他サービス [自動車整備業] (経営者)	・少子高齢化、若者の車離れ、カーシェアリング等の台頭に既存の整備工場は対抗できない。加えて、先進安全機器設備等、資本金のある会社が生き残る時代である。全国9万社の先行きは暗い。売上、来客数共に、良くなることは至難の業である。
	設計事務所 (所長)	・消費税の駆け込み需要の影響は余りないようである。このまま据置きで変わらないのではないかと。
	商店街 (代表者)	・消費税増税の影響が出てきている。年末年始に向け、景気回復のこれといった良薬も見当たらず、停滞は更に悪化しそうである。
	百貨店 (営業担当)	・年末商戦や初商を控えているが、消費税増税に伴う消費意欲の低迷はしばらく継続する。景況改善の材料は皆無である。
	コンビニ (経営者)	・北関東、特に当地は台風19号による水害の影響が、3か月後もまだかなりあるとみている。被災者も多く、祝賀行事のキャンセルがあったり、人の出が弱くなっている。復興にはまだ時間がかかるので、その分マイナス傾向かと感じている。
	住関連専門店 (店長)	・災害復興需要は高かったものの、復興が進み、今後は需要が減っていく。また、今回の突発的な支出の反動で、買い控えも発生すると予想される。
	一般レストラン (経営者)	・忘新年会が終わり閑散期に入る。また、増税の影響がじわじわと家計に影響してくる時期で、生鮮食品が高くなっていることもあり、純利益の純増は難しい。
	その他飲食 [給食・レストラン] (総務)	・社員食堂の受託企業のうち、海外の需要減で既に業績を落としている取引先も出てきている。影響が長期に及ぶ見通しから、派遣社員だけでなく社員の削減に動いているところも出てきている。結果、喫食数への影響の長期化も懸念される。
	都市型ホテル (経営者)	・利用者数の減少で、やや悪くなる。
	通信会社 (局長)	・エリアの景気動向は大きく変わらない。人口減少に伴う契約減の流れも変わらない。
	テーマパーク (職員)	・10月の台風や消費税増税、大手企業の人員整理など、社会情勢が大きく変化しつつあり、余暇、レジャーへの影響が出始めるのではないかと心配である。
	住宅販売会社 (経営者)	・他業種にも話を聞いたが、良い情報がない。景気が良くなる起爆剤がない。
×	通信会社 (経営者)	・とにかく物が売れない。売れないから価格を下げる。結局デフレは進み、売上も利益も減少する。それなのに、人件費は上がり、休日は増える。人を募集しても応募はこない。これがアベノミクスの成果なのか。
×	通信会社 (経営者)	・良くなる要素はみじんもない。
×	ゴルフ場 (総務担当)	・例年、これから寒さが厳しくなるので、来客数は減少する。

		美容室（経営者）	・来年にかけても状況は難しいと感じている。政府には、「いろいろは難しいだろうが、せめて一部の人だけが潤う国にならないようにしてほしい」と願っている。社会保険料、住民税等の国民負担は増えてきている。地方を切り捨てて、良い国と言えるのか。税金に見合った政治を期待する。
企業 動向 関連 (北関東)		-	-
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・お陰様で良い結果が出ている。
		金属製品製造業（経営者）	・12月後半より、更に受注が増える予定で、やや良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・台風19号の被害によるダメージが回復し、計画のマイナス分をリカバーする動きが出てくることを期待している。
		不動産業（経営者）	・冬に向け、設備メンテナンス工事の依頼が増える。
		金属製品製造業（経営者）	・昇降機の受注は1～3月に減る予定だが、その他の見積依頼が多いので、仕事が来れば変わらない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・得意先が13社ほどあるが、全く仕事のないところ、あるところ、まずまずのところとあり、今後2～3か月はこの状況が続くので、変わらないかやや悪いという感じである。
		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）	・公共工事発注額は前年比6%増、当社も前期比10%増と順調である。今後の不安は、桜を見る会の問題がどうなるかである。
		建設業（総務担当）	・工事量はあるものの、現状をこなすだけで精一杯で、新たな受注は目指せないため、変わらない。
		輸送業（営業担当）	・例年、年末に向かって冬物商材、家電、衣類、寝具等の物量は増えるが、消費税増税後、多少消費の鈍るところもあり、前年並みの物量確保になりそうである。
		通信業（経営者）	・桜を見る会の名簿を削除した問題について、内閣府の対応は国民を馬鹿にしているとしか思えない。
		経営コンサルタント	・台風19号や大雨による被災者支援が徐々に進み、復興のスピードが速まるにつれ復興需要が多少は出るとみている。そのため、設備投資や業務需要による生産活動がやや活発になると予想される。
		司法書士	・現状の多少の良さが一過性でないことを期待しながら、しっかりと仕事をしていきたい。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注量から推測して改善がみられるものの、特段変化はない。
		化学工業（経営者）	・この先の受注量や引き合いからみて、共に減少傾向にあり、引き締めて考えなければいけない。
		不動産業（管理担当）	・下期から定期保守作業を取りやめた取引先が幾つかあるため、売上が減少する見込みである。新規取引先も探しているが、他社との価格競争が激しく、なかなか増えない状況が続く。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税の影響はかなり大きく、販売促進の広告発注にブレーキが掛かっている。11月の段階で、12月の案件受注が2割も減少している。
		社会保険労務士	・機械や部品関係の輸出をしている事業所に、業務回復の兆しが見られない。
		×	電気機械器具製造業（経営者）
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・当社取引先の今年度の生産動向は、在庫調整で推移しており、年明け1月以降の動向を見極めたい。
雇用 関連 (北関東)		-	-
		人材派遣会社（経営者）	・年末商戦、クリスマスや年始は正月用品等の買い増しなど、通常どおりの購入により、売上は伸びていく。衣料品も天候次第だが、若干、買換えが出てくるとみている。依然として、介護、看護関係の募集が目立っているが、なかなか人が集まらない。業種を選んでいようで、どちらかという人が偏っている。今後期待したい。
		職業安定所（職員）	・新規求人倍率、有効求人倍率共に、直前3か月、前年同月と比べても変化はない。
		職業安定所（職員）	・夏頃から、製造業は親会社からの受注減少等の理由による休業情報を耳にする機会も多くなっている。消費税増税前は駆け込み需要等で多忙だった業種も、落ち着きが見られ、しばらくは小康状態が続くのではないかと。

	職業安定所（職員）	・消費増税から日が浅く、増税の影響を慎重に見極めている企業が多いため、大きな変化は見られない。
	人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法改正による派遣スタッフへの影響はまだ見えてこないが、やや悪くなるのではないかと懸念されている。
	人材派遣会社（管理担当）	・自動車部品関連企業の生産計画が低いまま今年度中は変わらず、やや悪くなる。
x	*	*