

3. 北関東（地域別調査機関：（財）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             | 景気の現状判断                      | 業種・職種            | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|------------------------------|------------------|--|--|
| 家計<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている                  | 百貨店（売場主<br>任）    | 来客数の動き   | ・ゴールデンウィーク中の大型催事や、全店企画の1年間の買物券の締めがあったことから、非常に大勢の客が来店している。            |
|                | やや良く<br>なっている                | コンビニ（経営<br>者）    | 来客数の動き   | ・5月に入り、夜中でも暖かいことから来店客が増加している。また、暖かい日は調理麺の売行きが良くなっている。                |
|                |                              | 一般レストラン<br>（経営者） | それ以外   | ・接客利用の宴会は依然として少なく、若者客は低料金の居酒屋に集中しており厳しいが、専門店の味が見直されていることからやや良くなっている。 |
|                |                              | スナック（経営<br>者）    | 来客数の動き   | ・名刹のご開帳が予想以上に盛況で、遠来の客に恵まれ、やや良くなっている。                                 |
|                | 都市型ホテル<br>（スタッフ）             | 来客数の動き           | ・名刹のご開帳のため、家族連れなどの客が多少増加している。  |  |
|                | 通信会社（営業<br>主任）               | 販売量の動き           | ・ゴールデンウィーク中に比べ、消費活動は低下してきているが、インターネットの利用を考えている潜在的な顧客はまだ多くいるので、ボーナスシーズンに向けての購買力は、内在している。  |  |
|                | その他サービス<br>〔自動車整備<br>業〕（事務長） | 来客数の動き           | ・在庫量が4月以降若干増加しており、2年前の水準に戻りつつある。前年度に最大の落ち込みをみせた小型車も回復の兆しがある。   |  |
| 変わらない          | 商店街（代表<br>者）                 | 販売量の動き           | ・名刹のご開帳により、50日程度の間全国から550万人もの人が来ているが、一般の店の売上はほとんど変わらない。ソフトクリーム等が飛ぶように売れているが目立つが、土産物はあまり売れていない。   |  |
|                |                              | 販売量の動き           | ・近隣にショッピングモールとアウトレットがオープンしてから約1か月経ち、ゴールデンウィーク中は落ち込みが非常に激しかった。現在はあまり良くなかった前年並みには取り戻しているため、全体で10%程度の落ち込みといえる。インターネットの通販が非常に伸びており、落ちている分を埋め合わせている状況である。                           |  |
|                | 一般小売店〔精<br>肉〕（経営者）           | お客様の様子           | ・5月の連休は人の動きが少しあったが、その後は沈滞している。文化的な催しには大勢参加するが、買物までは回らない。総合的な安売スーパーに人が集まっている。   |  |
|                | スーパー（店<br>長）                 | 来客数の動き           | ・来客数はやや回復してきているが、客単価が落ち込んでいる。食品の点数は前年をクリアしているが、衣料品は不振である。  |  |
|                | スーパー（統<br>括）                 | 単価の動き            | ・ゴールデンウィークを含めた前半は、レジ通過客数が既存店ベースで対前年比106～108%、客単価が101～103%、買上点数は107%となり売上は堅調に推移している。先月下げ止まりをみせた点単価は97～98%とまた下がってきている。衣料品は春、初夏物の動きが鈍く苦戦しているが、全体としては回復基調にある。SARSの影響が秋冬物に出てきそうである。 |  |
|                | コンビニ（経営<br>者）                | お客様の様子           | ・客は行楽に消極的で、ゴールデンウィークの初日3日の午前中の動きは鈍く、例年とは異なる結果となっている。遅く出て早く帰宅する、地域密着の気分転換型で、消費は少ない。   |  |
|                | 家電量販店（店<br>長）                | 来客数の動き           | ・来客数、買上げ客数ともに動きが鈍い。時間帯でも、早くから出てこないで早く退けている。  |  |
|                | 乗用車販売店<br>（販売担当）             | 販売量の動き           | ・中古車の売行きが好調で、販売量は3か月前より良くなっているが、周辺の商店街、ホテルなどがあまり良くないので変わらない。   |  |
|                | その他専門店<br>〔携帯電話〕<br>（営業担当）   | 販売量の動き           | ・新商品が発売されたが、今のところ大きな動きがなく、後続の新商品に期待している状況である。  |  |
|                | 高級レストラン<br>（店長）              | 来客数の動き           | ・ランチタイムの来客数は前年並みに推移しているが、ディナータイムは極端に減少しており、回復の見込みがない。  |  |
|                | 都市型ホテル<br>（スタッフ）             | 来客数の動き           | ・対前年比で宿泊客が500～600名少ない状況が何か月が続いている。   |  |

|              |               |          |   |
|--------------|---------------|----------|---|
|              | タクシー運転手       | 来客数の動き   | ・名刹のご開帳による利用客増加に期待して研修を行ったが、客は少なく成果を発揮できない。土産物店の主人も、来客数の割には売上が伸びないと言っている。               |
|              | 観光名所（職員）      | お客様の様子   | ・5月の連休が飛び石で連続休暇日数が少なかったことから、例年と比べ旅館、ホテル、飲食関係の客数は減少している。                                 |
|              | ゴルフ場（副支配人）    | 単価の動き    | ・価格競争で低料金化が進み、単価の前年比割れが続いている。   |
|              | 美容室（経営者）      | 来客数の動き   | ・全体的に暇な店が多くなっているが、一部に盛っている店も出てきている。   |
|              | 設計事務所（所長）     | 販売量の動き   | ・ここ数か月間、何とか仕事を確保をしているが、仕事が重複している期間は極めて少なくなっている。   |
|              | 住宅販売会社（経営者）   | 競争相手の様子  | ・郊外に大型スーパーができて、昔からの商店街は相当痛手を受けている。個人商店などが閉鎖し、貸し店舗となっており、街が空洞化して死んだようである。                |
| やや悪くなっている    | 商店街（代表者）      | 来客数の動き   | ・客が郊外型の店にショッピングに行くので、土日の商店街の人の流れは特に悪い。週末の客は平日と違って買物も少ない。                                |
|              | 百貨店（販売促進担当）   | 販売量の動き   | ・衣料品、服飾関連の商品の販売数、単価、売上ともに低下している。  |
|              | 百貨店（販売促進担当）   | 単価の動き    | ・母の日ギフトの客単価ダウンにより消費は悪化している。同時にSARSなど暗い話題が多く、これからも冷え込む。                                  |
|              | スーパー（経営者）     | お客様の様子   | ・5月1日からの酒税増税により、4月末まで大きな仮需要が発生し、反動で発泡酒、ワイン、関連商品の売上が低下している。                              |
|              | コンビニ（経営者）     | 来客数の動き   | ・例年より気温が低く、来客数、単価が悪化し、売上は前年を6%程度割っている。  |
|              | コンビニ（店長）      | 単価の動き    | ・5月の客単価が過去最低となっている。   |
|              | 衣料品専門店（店長）    | 来客数の動き   | ・郊外の国道沿いに大型ショッピングセンターがオープンしたため、中旬以降の来客数が減少している。   |
|              | 自動車備品販売店（経営者） | 来客数の動き   | ・ゴールデンウィーク等の行楽が今一つで、車の稼働率が低く、修理や販売が振るわない。道路交通法の改正も、車の稼働率に悪影響を及ぼしている。                    |
|              | 旅行代理店（経営者）    | 単価の動き    | ・海外旅行はSARS問題の影響を受け、6月分までの中国、東南アジア方面はゼロとなっている。単価も低迷が続いている。                               |
|              | 旅行代理店（経営者）    | それ以外     | ・テロ、イラク戦争の後、景気は大変低迷している中、追い討ちをかけるようにSARS問題が出てきている。旅行、観光業だけではなく、いろいろ影響があるので、まだ景気は良くならない。 |
|              | 旅行代理店（従業員）    | 販売量の動き   | ・SARSによる影響から、海外旅行のキャンセルが増加している。   |
|              | タクシー運転手       | お客様の様子   | ・名刹のご開帳期間にもかかわらず、利用者がほとんどない。混雑を避けるため、周辺が通行止めになったり、専用バスが増発されたりと便利になった分、タクシーには逆風である。      |
|              | 通信会社（事業担当）    | 販売量の動き   | ・ADSL等、他社価格のダンピングにより契約者が減少している。   |
|              | ゴルフ場（支配人）     | 単価の動き    | ・周辺ゴルフ場の平日料金の値下げが止まらない。ゴールデンウィーク中も平日料金として、前年並みの来客数を確保している。プレイ料金の安いセルフプレーの増加も目立ってきている。   |
|              | 美容室（経営者）      | 販売量の動き   | ・普段はあまり天候に影響されないが、今年は雨の日の売上が通常の半分以下になっている。  |
|              | 悪くなっている       | 商店街（代表者） | 来客数の動き  |
| スーパー（経営企画担当） |               | 競争相手の様子  | ・5月14日に市内に大型スーパーがオープンし、5店舗が影響を受け、対前年比で売上が95%程度となっている。                                   |
| 乗用車販売店（従業員）  |               | 来客数の動き   | ・新車が発売されたが、来客数、販売量とも一向に増加の動きがみえない。  |

|                    |                     |                       |  |   |
|--------------------|---------------------|-----------------------|--|---|
|                    |                     | 観光型ホテル<br>(経営者)       | 来客数の動き   | ・客の動きは前年より悪くなっている。SARSの影響で、東南アジアからの客のキャンセルが数多く出ていたり、予約を断っている施設もある。  |
|                    |                     | 旅行代理店(営業・管理担当)        | 来客数の動き   | ・SARSの影響で、海外旅行は団体、個人ともに激減している。  |
|                    |                     | タクシー運転手               | 来客数の動き   | ・2～3か月前と比べ、駅での待ち時間が長く、電話の回数は3～4割減少している。   |
| 企業<br>動向<br>関連     | 良くなっている             | -                     | -  | -   |
|                    | やや良くなっている           | 輸送用機械器具<br>製造業(総務担当)  | 受注量や販売量の動き   | ・新しい車のモデルチェンジで、生産量が前年比15%程度上向きになっている。発表と同時に人気が高まり、ディーラーには今までにない来客があり、試乗しているとのことである。   |
|                    | 変わらない               | 金属製品製造業<br>(経営者)      | 取引先の様子   | ・トラックの関連企業で、機械加工や板金などが忙しくなってきた。排ガス規制の需要が2005年まで続くという見方もある。<br>・IT投資促進税制に向けて、CADやその他の設備を準備中である。                                    |
|                    |                     | 輸送用機械器具<br>製造業(経営者)   | 受注価格や販売価格の動き   | ・安く割合わない仕事が多く、高い良い品物は受注できない。  |
|                    |                     | 金融業(融資担当)             | 取引先の様子   | ・SARSの影響等で連休中の遠出が減ったことから、日用雑貨等の販売店の話では、思っていたほどは身近な商品の売行きは悪くないとのことである。   |
|                    |                     | 広告代理店(営業担当)           | 受注価格や販売価格の動き   | ・ゴールデンウィーク明けの広告掲載が、対前年比1割減となっている。夏のボーナスを狙った販売促進広告の体裁、ロットが絞り込まれるため、受注金額が低下している。年が明けてから、目立った消費の山がなく、物販の経営者のマインドは下がっている。             |
|                    |                     | 新聞販売店[広告](総務担当)       | 受注量や販売量の動き   | ・名刺のご開帳の参拝客は前回は上回る人出で、界隈は賑わっている。チラシの受注量は前年並みで推移している。日常生活に影響力の強いチラシの受注量から判断すると、景気は良いとも悪いともいえない。                                    |
|                    |                     | その他サービス業[情報サービス](経営者) | 受注価格や販売価格の動き   | ・引き合いは相変わらず多く、特段の変化はない。客がIT投資の範囲を絞り込んでいることから、受注システムの規模が小さくなり、価格の低下が著しい。   |
|                    |                     | やや悪くなっている             | 電気機械器具製造業(経営者)   | 取引先の様子  |
|                    | 悪くなっている             | 金融業(経営企画担当)           | 取引先の様子   | ・観光地では、旅館、ホテル等にSARSの影響が出始めている。国内旅行者を対象とする所の影響は比較的軽微であるが、中国、東南アジア人をターゲットとする所はかなり影響が出ている。特に、関西の台湾人医師感染騒ぎ以降、問合せやキャンセルが増加しているとのことである。 |
| 司法書士               |                     | 受注量や販売量の動き            | ・受注量が徐々に減少している。  |   |
| その他サービス業[放送](営業担当) |                     | 受注価格や販売価格の動き          | ・広告業界全体の売上が落ち込み、価格競争が一段と厳しくなっている。自動車関連企業等からの新規のスポットコマースは出てきているが、商店街等からのイベント受注はほとんどない。                          |   |
| 食料品製造業(営業統括)       |                     | 受注量や販売量の動き            | ・5月の酒税増税後、発泡酒と同様にワイン業界でも販売数量が落ち込んでいる。  |   |
| 一般機械器具製造業(経理担当)    |                     | 受注量や販売量の動き            | ・海外生産が次から次へと進んでいる。   |   |
| 悪くなっている            | 電気機械器具製造業(経営者)      | 競争相手の様子               | ・同業他社が秋に1社、4月末に1社閉鎖しているので悪くなっている。  |   |
|                    | その他製造業[宝石・貴金属](経営者) | 受注量や販売量の動き            | ・月半ばに関西で行われた国際宝飾展は、SARSの影響で大手企業が出展を辞退したり来場しなかったことから、来場者は10%減となり、商売は大きく後退している。小売店の店頭での販売不振も続いており、高額品は動かないので厳しい。 |   |
|                    | 建設業(総務担当)           | 取引先の様子                | ・契約の一手前まで交渉が進んでいた工事の受注が、直近になり6か月延期となってしまった。  |   |
| 雇用<br>関連           | 良くなっている             | -                     | -  | -   |

|           |                |         |  |
|-----------|----------------|---------|--|
| やや良くなっている | 人材派遣会社（経営者）    | 求人数の動き  | ・IT関連、自動車関連の求人需要は、引き続き好調である。その他の業種の求人も前年同時期と比べ、5月連休後から活発になってきている。新規クライアントからの求人が目立つが、短期契約が多く、業務も入力、文書ファイリングなどに限定されている。本来、自ら雇用するところを、派遣で一時的にしのごうとしている。 |
|           | 職業安定所（職員）      | 求職者数の動き | ・有効求職者が、前年同月比で5か月連続下落している。特に、雇用保険の受注者人員が、前年同月比で23.5%減少している。  |
| 変わらない     | 人材派遣会社（経営者）    | 採用者数の動き | ・求人の募集広告、チラシはかなり出ていて求人はあるが、人選が厳しいのか求職者はまだ残っている。衣料品関係では夏物の販促のために、生産関係でも7月くらいまで需要が伸びると見越しての採用があり、人の動きはあるが、リストラなどによりあふれている人間も多い。                        |
|           | 求人情報誌製作会社（経営者） | 求人数の動き  | ・サービス業のパートやアルバイトの募集はあるものの、製造業、土木、建設業の求人は依然として少ない。  |
|           | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・地元の企業が集まって行う就職ガイダンスの今年の参加企業は、前年より大幅に減少している。   |
|           | 職業安定所（職員）      | 求職者数の動き | ・有効求職者数が、5,490人と過去最高値となっている。この結果、有効求人倍率が0.45倍となり、平成11年8月以来の低い数値となっている。   |
|           | 民間職業紹介機関（経営者）  | 求人数の動き  | ・開発技術者、管理者、一級建築士などの専門的な職種への求人は、目立ってきているが、建設業、製造業、サービス業ともに派遣、アルバイト、パートといった就労形態が一般的となっている。高齢者の求人は依然として低調である。   |
| やや悪くなっている | 学校〔短期大学〕（就職担当） | 求人数の動き  | ・情報関係など専門的知識を要する求人は根強い。一方で多くの学生が希望する事務、販売関係の求人は、前年の70%程度である。   |
| 悪くなっている   | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・電子部品、機械製造などの製造業の求人は、ほとんどない。   |