

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<br>動向<br>関連 | 良くなる   | 住宅販売会社（経営者）          | ・見積の段階に進み、契約の手前という客が増加している。   |
|                | やや良くなる   | 百貨店（売場主任）            | ・9月になると、秋物の動きを活発にするために、立ち上がりの一斉攻撃をかける。プロパー商品のチラシや、ポイント2倍のセールなどで、先取り客の需要喚起を図る。 |
|                |  | 乗用車販売店（販売担当）         | ・この2～3年、とにかく前向きに宣伝をしているので、中古車の売行きが安定している。今後もきちんとして宣伝費をかければ、多少なりとも上向く。         |
|                |  | 旅行代理店（従業員）           | ・10、11月は1年で最も忙しい時期である。国内旅行の動きは相変わらず鈍いが、SARS騒ぎも収まった海外に関しては、前年並みの売上を期待している。     |
|                |  | 通信会社（社員）             | ・純増数の伸びはわずかであるが、第三世代携帯電話への移行、新機種への取替需要が増加している。                                |
|                |  | 美容室（経営者）             | ・単価の高いパーマ客を増やすなど、売上を何とか伸ばそうと努力する店主が増加しており、良くなりつつある。                           |
|                |  | その他サービス〔自動車整備業〕（事務長） | ・登録後10年以上を迎えた車、車検5回目の乗用車が在庫薄となってきている。この先、古い車を手放し、新車あるいは高年式の中古車への代替が進む。        |
|                |  | 変わらない                | 百貨店（販売促進担当）   |
|                | スーパー（経営者）  |                      | ・売上の前年割れが続いている。今年は冷夏のため、米の収穫が大きく減少し、今後の売上にも期待できない。                            |
|                | スーパー（経営者）  |                      | ・競争の激化による値下げと消費の冷え込みで、客単価は更に低下する。   |
|                | スーパー（店長）   |                      | ・どうしても買わなければいけない食料品は、前年の95～100%で推移しているが、衣料品は動きが悪く、前年の8割であり、この状態は今後も続く。        |
|                | コンビニ（経営者）  |                      | ・おでん、中華まん等、温かい商品が年間のピークとなる10月を見据え、9月よりトップギアで売り込み、他のカテゴリに相乗効果を広げたい。            |
|                | コンビニ（経営者）  |                      | ・客が携帯電話で買物の確認をしている様子から、景気の悪さを実感する。弁当1食で考えても低価格になっており、目的外の物は買わない。              |
|                | コンビニ（店長）   |                      | ・7、8月が非常に悪い反動で、本来ならば良くなるどころだが、近隣で営業時間を延長する大型店が増える動きがあるので、現状維持である。             |
|                | 衣料品専門店（統括）   |                      | ・郊外に客を取られるという状況は、今後も変わらない。行政等のイベントも郊外で行われ、土日の客はそちらに行ってしまう。客が増加する見込みはない。       |
|                | 乗用車販売店（従業員）  |                      | ・モーターショーに合わせ、各メーカーから新型モデルが発表、発売されるが、客は相変わらず慎重であり、伸びはあまり期待できない。                |
|                | 乗用車販売店（営業担当）   |                      | ・新型車の投入はあるものの、マンネリ化しており、以前ほど来客数の増加は見込めない。                                     |
|                | その他専門店〔携帯電話〕（営業担当）   |                      | ・今後も新しい機種が発売されるが、利益はあまり大きくなく、景気が良くなるほどではない。                                   |
|                | 高級レストラン（店長）  |                      | ・売上、来客数の減少は底を打った感があるが、回復してきているとまでは言えない。                                       |
|                | 一般レストラン（経営者）   |                      | ・例年、宴会等の少ない9～11月を迎え、食事中心の客に合わせたメニュー作りを考えなければならない。客単価も低下しており、売上増に結び付くほどにはならない。 |
| 観光型ホテル（スタッフ）   | ・夏が終わったばかりなので、現在の予約状況は芳しくないが、9～11月は秋のシーズンなので、ある程度の動きは予想される。前年並みか、やや少ない程度と見込んでいる。 |                      |   |
| 都市型ホテル（スタッフ）   | ・宿泊に関しては、DM、電話、訪問などいろいろな作戦を行っているが、旅行会社手配の宿泊、中でも団体客の減少が著しい。                       |                      |   |
| タクシー運転手        | ・ビジネスや行楽での利用は、ほとんどないという状況は変わらない。病院通いと、最近では少ない酒場からの利用だけで、新しい社会のニーズがみつからないままである。   |                      |   |
| 観光名所（職員）       | ・冷夏の影響等から観光地に活気がなく、ホテル、旅館、レストラン関係の売上は、例年を下回る見込みである。                              |                      |   |
| ゴルフ場（副支配人）     | ・秋の土日の予約は何とか前年並みを確保しているが、全体的な底上げには至らず、総じて変わらない。                                  |                      |   |

|        |                       |   |
|--------|-----------------------|---|
|        | 競輪場（職員）               | ・他の競技も同様であるが、競輪の好転する材料が見出せない。   |
|        | 設計事務所（所長）             | ・企画物件の数が増加しており、いくつか受注できれば、現在のように忙しくなる。  |
|        | 設計事務所（所長）             | ・全体はやや良くなるかもしれないが、建設関係の状況はまだ変わらない。  |
| やや悪くなる | 商店街（代表者）              | ・商店街で空き店舗が出て、一向に新しい店が入らず、どこの店も来客が少ない。人が入っているのは調剤薬局のみである。  |
|        | 百貨店（販売促進担当）           | ・秋から冬に向けて、ヒット商品が見当たらない。客の購買意欲が高まるとも思えず、特に衣料品に関して売上が増えるような要因が見当たらない。   |
|        | スーパー（統括）              | ・株価の上昇や業況の一部回復がみられるが、ペアゼロや、ボーナスの減少、社会保険料増額など、消費マインドに与える負の要素が多く、消費者の財布のひもは固くなる一方である。長梅雨、冷夏の影響で、農業収入が減少し、秋冬商戦は厳しくなる。                  |
|        | コンビニ（店長）              | ・大手の運送会社の社員2名がアルバイトに来ている。仕事量が減少したために、会社公認のアルバイトである。景気はじわじわと冷え込んでいる。   |
|        | 乗用車販売店（経営者）           | ・秋にかけて、新型車の発表等があるが、この数年の傾向から長続きはしない。新車の市場が活性化しないと、中古車市場にも悪影響が生じる。   |
|        | その他専門店〔携帯電話〕（従業員）     | ・新商品が出そろい、機種変更のピークは過ぎたようである。今後は値下げでの拡販を図るが、8月までの勢いは見込めない。   |
|        | 一般レストラン（経営者）          | ・例年、客数、売上が伸びる夏も、今年は天候に左右され、客数が伸びていない。今後も伸び悩む。   |
|        | 一般レストラン（業務担当）         | ・前年と比べ、9、10月の運動会の打ち上げパーティ予約が減少している。   |
|        | ゴルフ場（支配人）             | ・8月の天候による来場減を取り戻すべく、県内外の周辺ゴルフ場、特に、民事再生法の適用や、経営者が交代したところが、異常な低料金を設定している。懸命に努力している。コースの経営を圧迫し、泥沼状態なので、やや悪くなる。                         |
| 悪くなる   | コンビニ（店長）              | ・店舗周辺にある大型店が営業時間を延長した影響で、来客数が減少している。不安定な天候が、今後必ずしも良くなるとは限らないので、更に悪くなる。  |
|        | 衣料品専門店（販売担当）          | ・6キロ先のショッピングセンターに、秋からシネコンが加わるので、更に家族連れの客が減少する。近くの駅前にあるデパートが9月末で撤退予定なので、来街者がますます減少し、悪くなる。隣接するデパート撤退地に大型スーパーがオープンすることが、唯一の明るいニュースである。 |
|        | 観光型ホテル（スタッフ）          | ・法人客の予約が少ない。  |
| 企業動向関連 | 良くなる                  | -   |
|        | やや良くなる                | -   |
|        | 化学工業（総務担当）            | ・秋に向けて受注量が若干増加する兆しがある。国内ではなく、国外の需要であるが、期待している。  |
|        | 一般機械器具製造業（経営者）        | ・自動車関連部品は高水準で横ばいとなっているが、建設機械関連部品は、11月ごろから徐々に増加していく予定である。  |
|        | 一般機械器具製造業（生産管理担当）     | ・例年、冬場に需要が伸びる自動車駆動部ユニットの新規品について、増産を見込んでいる。建設機械関連では、中国向けを中心に年内は好調を維持する。  |
|        | 輸送業（営業担当）             | ・夏が短かったため、秋冬の電化商品の輸送の動きが早く、ある程度確保できている。   |
|        | 広告代理店（営業担当）           | ・夏場の消費が少なかった分、秋から年末にかけての販売促進に力を入れる傾向がある。商機がみえている分、同業との競争力にかかっている。   |
|        | その他サービス業〔情報サービス〕（経営者） | ・依然として受注単価は厳しいものの、引き合い、受注残が前年と比べても多く、情報化投資への意欲が感じられる。   |
| 変わらない  | 電気機械器具製造業（経営者）        | ・8～10月の仕事量は確保できたが、2～3年前の売上と比べると2～3割低く、10月以降も不透明である。決算は、売上が前年比5%減となっている。   |
|        | 輸送用機械器具製造業（経営者）       | ・同業者が廃業した分、忙しくなっているが、ある程度淘汰が進んできたので、今後更に、バブル時のように急激に良くなることはない。  |

|          |                    |  |   |
|----------|--------------------|--|---|
|          | 金融業（経営企画担当）        | ・特殊技術のある製造業で、受注が増加している取引先もあるが、利益率は低く、総じて変わらない。   |   |
|          | 新聞販売店〔広告〕（総務担当）    | ・チラシの底打ち感はあるものの、新聞の銘柄によっては、入るチラシの量が大きく落ちるとい傾向がある。地域の普及率が高い銘柄にチラシを入れれば、一定の集客は確保できるので、広告主が経費削減のために普及率が低い銘柄へは入れなくなっている。 |   |
|          | 経営コンサルタント          | ・業績を改善する企業がある一方で、業績不振にあえぐ企業、業種は依然として減らない。  |   |
|          | その他サービス業〔放送〕（営業担当） | ・商業、サービス業を中心とした企業が、経費を見直しており、スポットコマースは落ち込んでいる。自動車、電機などの製造業は、前年並みに推移している。   |   |
| やや悪くなる   | 窯業・土石製品製造業（経営者）    | ・需要が伸びる見込みがない。   |   |
|          | 輸送用機械器具製造業（総務担当）   | ・3か月後の受注量は、メーカー側の見通しが厳しく、前年比で約15%落ち込む見込みである。受注の減少は、給料、ボーナスに響き、悪い方向に向かう。  |   |
| 悪くなる     | 建設業（総務担当）          | ・前年同月比で工事の受注残が、現時点で半分であり、9～10月にかかり確保しないと、来期の決算が厳しくなる。  |   |
| 雇用<br>関連 | 良くなる               | -  | -   |
|          | やや良くなる             | -  | -   |
|          | 変わらない              | 人材派遣会社（経営者）  | ・民間企業のリストラが続く中で、売行き不振による中小商店の閉鎖、公共事業の抑制による土木、建設業の低迷は、依然として変わらない。一部のIT、携帯販売関連を除き、生産、販売も目立った動きはない。派遣業界は、安定した上期に対して、下期はかなり厳しくなる見込みである。 |
|          |                    | 求人情報誌製作会社（経営者）   | ・正社員の募集は依然として少ない。サービス業、特に小売店の廃業、閉店、中堅企業の統廃合が目立っている。   |
|          |                    | 職業安定所（職員）  | ・昨年と比べると、企業整備はかなり減少しているが、8月末から11月にかけて、大規模な企業整備の予定がある。   |
|          |                    | 職業安定所（職員）  | ・数社で早期退職制度の実施計画があり、厳しい状況は続く。  |
|          |                    | 職業安定所（職員）  | ・電子材料製造の中堅会社では、約50名の人員を削減する予定で、希望退職者を募集している。  |
|          |                    | 職業安定所（職員）  | ・求職者が正社員やフルタイムの常用雇用を希望するため、ミスマッチが生じ、求職期間が長期化している。また、企業の雇用調整も引き続き行われている。   |
|          |                    | 民間職業紹介機関（経営者）  | ・多くの企業が縮小傾向にあり、一部の成長企業の拡大規模ではマイナスを賄うところまで至らず、全体として不安定な状況が続く。  |
|          | やや悪くなる             | 学校〔短期大学〕（就職担当）   | ・例年、この時期に求人のある企業に問い合わせを行ったが、繁忙期にはパートや派遣で対応し、正社員の採用には慎重な企業が目立つ。  |
| 悪くなる     | -                  | -  | -   |