

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 動向 関連	良くなる	通信会社（営業担当）	・オリンピックを控えてデジタル家電製品が好調であることや、一般市民でも買いやすくなった株への投資などで、お金の動きが能動的になってくる。
		住宅販売会社（経営者）	・現場見学会への来場、電話などの問い合わせが以前よりかなり活発になってきており、具体的に契約に結び付く客が増加してきているので、今後も良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・オリンピックが間近に迫ると、高額商品が動くようになる。気候が良くなると観光などに出かける機会が多くなり、身の回りの品も購入するようになるので、やや良くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・この夏は暑くなるとの長期予報に基づき、衣料品の販売計画が順調である。
		スーパー（店長）	・競合店進出の影響が一段落し、消費者が総額表示に慣れてくると、これまで通りの買物をするので、上向き傾向となる。
		スーパー（統括）	・4月1日の総額表示スタートに伴い、値ごろ感を失うことによる買い控えが多少あり、各社ともその対応としてかなり値下げをしているので、今後の利益確保に大きく影響が出てくる。消費マインドは中元期の6月中旬まで横ばいであるが、全体としては上昇傾向である。
		コンビニ（経営者）	・単品買いが減っており、客にやや明るさを感じるので、やや良くなる。
		衣料品専門店（統括）	・春、夏に向けては各種イベント、祭りが多く催される時期であり、現在も祭り関連商品への問い合わせが出始めてきているので、これから客の動きも良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・1～3月に比べ、4月に開催した展示会は好調である。更に今後2～3か月は観光客が増える季節であるため、観光地がある程度潤ってきて、観光地を控える当地域は、更に良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後2～3か月先の宿泊、宴会等の客数、予約状況が前年比で1割近く増えているので、良くなると期待している。
		タクシー運転手	・各種イベント、特にプロ野球のオールスターゲームがあるので、タクシー需要が期待できる。
		美容室（経営者）	・美容院の設備投資の相談件数が増加している。新店、支店開設状況も少し良くなっている。
		設計事務所（所長）	・3月に比べ、4月は仕事量が増加しており、2～3か月後も仕事の状態が安定している見込みである。
	変わらない	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・消費税の総額表示を客は値上げと感じており、購買を控える傾向にある。
		一般小売店〔金物〕（経営者）	・建築関係の景気は冷え切ったままで、当分変わらない。
		百貨店（営業担当）	・客単価は若干上がっているが、客数が伸びているわけではないので、売上全体としては、ほぼ横ばいとなる。
		スーパー（経営者）	・小売業は出店ラッシュであり、今後は更に競争が激化する。
		スーパー（経営企画担当）	・買上点数の回復が思うようにいかない上に、自主的に税金の5%分を値下げする形で値ごろ感を出している商品が多くあり、その分は粗利が5%落ちるため、現在より回復するということは見込めない。
		コンビニ（店長）	・客は新製品や景品などに興味がなければ購入する。コンビニでは特別大きな買物はないので、景気が大幅に上下することはない。
衣料品専門店（経営者）		・1～4月の売上高は前年を上回り順調であるものの、販売量は前年並み、来客数は3.6%減少している。	
乗用車販売店（従業員）		・廉価なスペシャル車を投入しても、客は相変わらず慎重であり、販売台数、売上高とも回復していない。	
乗用車販売店（販売担当）		・来客数は特に変わらない。大きな車は売れず、低価格車しか売れない。	
その他専門店〔携帯電話〕（従業員）		・3月の進学、就職シーズンと比べると、2～3か月後の売上は落ち込むが、その時期に合わせた新キャンペーンの実施、新商品の投入により、落ち込みを食い止める。	
高級レストラン（店長）		・飲食店に景気回復の波及効果が表れるのは、一番最後の方であるため、短期的には変わらない。	
旅行代理店（経営者）	・申込数、客の様子、販売量等は例年並みである。単価は若干上向き傾向である。個人客に関しては下向き傾向にある。		

	観光名所（職員）	・例年に比べて温暖な気候であることから、客の出足は上回ることが予想されるが、ホテル、レストランの売上は例年並み程度と見込んでいる。	
	ゴルフ場（支配人）	・ゴールデンウィークから6月にかけての予約が非常に遅く、誘客対策を検討している。	
	ゴルフ場（副支配人）	・周辺で更生法、民事再生法を申請しているゴルフ場が増えており、客の動きはそれなりに良いが単価が大きく下落している。今後3か月についても、前年並みの客数は確保できそうであるが、単価が下がっているため、総じて変わらない。大手企業の景気回復も、地方に波及するまでにはまだ時間がかかる。	
	競輪場（職員）	・他の公営競技についても、客の購買意欲が上向きになっていないので、変わらない。	
	その他サービス〔自動車整備業〕（事務長）	・大きなスーパーが建ち、当社の従来からの顧客である酒屋や小さなスーパーなどは姿を消しつつある。	
	設計事務所（所長）	・現在企画している物件が、実際に仕事になれば忙しくなるが、そうでなければ厳しくなる。	
	住宅販売会社（経営者）	・住宅ローン減税の駆け込み需要があり、制度が終わると客数が減少するので、平均して変わらない。	
やや悪くなる	一般小売店〔青果〕（店長）	・4月からの内税表示開始が大変厄介な問題となっている。198円や980円を208円、1,030円などの表示にすることで、売行きが悪くなる商品が出てくる。150円の商品を100円の見切り価格にするとともに、105円という中途半端な数字は付けづらいので、今後利益率が低下することを懸念している。	
	スーパー（副店長）	・消費税総額表示の実施後、客が商品に割高感を感じ、販売量、単価とも低下している。特売商品においては消費税分を値下げしてチラシに入れるなど、売上の確保に苦慮している。利益を確保するのは大変難しい。	
	衣料品専門店（店長）	・中心部にある大型ショッピングセンターのキーテナントが撤退するので、閉店セールの影響で厳しい状況となる。	
	一般レストラン（業務担当）	・年金問題、参院選に向けての動向によっては、6～7月の納涼会シーズンの宴会受注が前年を下回る。	
悪くなる	コンビニ（店長）	・商店街に大型店が進出し、3か月後はオープン記念の売出しがあるので、売上が更に悪くなる。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・六輝表が良くないこともあるが、6月の婚礼売上が過去最低の組数となっている。集宴会等についても、7月の夏場の宴会が良くない。	
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・通常3月が仕事のピークとなるところ、今年は徐々に9月がピークとなりそうである。今後3か月の受注量は、前年比で5月が15%、6、7月は20%増加する見込みであり、景気は上向き傾向に入っている。
	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・観光シーズンに入り、工場見学者の増加が見込まれるので、各メーカーとも荷動きは活発になる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・一部の良くなっている業種と、その関係得意先からの見積が増えていたので、やや良くなる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・土木、木工、建築関連は依然として仕事量が少なく、厳しい状況にあるが、自社の仕事は自動車関係が多くを占めるため、やや良くなる。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・売上は多少上向き、良くなっているが、もう大丈夫だという実感はない。流通形態が変化し、小売、問屋が在庫を持ち合う時代から消費者に直結する時代になっているため、市場が回復しても大きな伸びは期待できないという雰囲気である。
	金融業（調査担当）	・デジタルカメラ、液晶関連といった電子精密関連の製造業の堅調な動きが、今後は他業種にも徐々に広がり、やや良くなる。	
変わらない	化学工業（総務担当）	・4月から新年度になり、ユーザーの設備投資が少し出てきそうなの雰囲気ではあるが、具体化するにはまだ時間を要する。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年ある特注品の受注が決定したものの、受注量及び加工賃が激減となり、数字的に良好な状態ではない。生産効率によっては赤字のおそれもある。	
	金属製品製造業（経営者）	・受注や生産量は増加してきているが、このところ原材料、特に鋼材や鉄板類の値上がり著しいため、総じて変わらない。	
	一般機械器具製造業（生産管理担当）	・現状の受注ペース、受注残金額は落ち込まずに、今後も仕事量を確保できる見込みである。	

		<p>広告代理店（営業担当）</p> <p>新聞販売店〔広告〕（総務担当）</p>	<p>・企業体力、戦略による「勝ち組、負け組」の顕在化が進んでいる。地方経済が回復するのはまだ先である。</p> <p>・チラシサイズの大形化、広範囲傾向が戻りつつある上に、新規出店による相乗効果もかなり出ており、この傾向はしばらく続く。その割に地元広告主の伸びが小さい。</p>
	やや悪くなる	<p>食料品製造業（製造担当）</p> <p>建設業（経営者）</p> <p>その他サービス業〔放送〕（営業担当）</p>	<p>・不作による原料価格の高騰が、製品の原価に直接影響を及ぼしているが、なかなか価格を上げることができない。その上、税込価格の一本化による実質上の価格引下げで、一層苦しい体力勝負の状況に追い込まれ、我慢するのみである。</p> <p>・資材の値上がりの影響は甚大で、状況は更に悪化する。</p> <p>・地方都市でのコマースは一段と厳しさを増している。官公庁、大手企業からの年間契約によるコマースが、前年より5%程度落ち込む見通しであり、スポットコマース、イベント事業ではその穴を埋めきれない。</p>
	悪くなる	建設業（総務担当）	<p>・公共工事の削減により、3月の受注残は前年比51%と半減状況であり、人員削減、給与の問題などが山積みである。</p>
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	<p>・生産関係については、連休前に追い上げの生産が増加しており、良い方向に向かっている。求人側の希望に添う求職者は、依然として集まらない。</p>
		人材派遣会社（営業担当）	<p>・企業の雇用形態が、正社員数を限度一杯に抑え、足りない分を派遣や業務委託、パートタイムなどで賄う形態に変化してきている。登録スタッフは正社員を前提にした紹介予定派遣を希望し、求人企業側は安価で済む派遣を希望するというミスマッチにより、景気動向に比例しては契約成立件数が伸びていかない。中には現在の仕事に加えパートの仕事を探すという労働意欲が盛んな登録スタッフもいる。</p>
		求人情報誌製作会社（経営者）	<p>・今後の事業計画の中で、新しい媒体の発行等につきリサーチを行ったところ、周辺企業からのアプローチ、問い合わせ、広告掲載の申込等がかなり多数来ているので、今後の見通しは明るい。</p>
		求人情報誌製作会社（経営者）	<p>・5月の求人募集の受け入れをしているが、全ブロックの掲載件数が上向きになっており、落ちるような要因が考えられないので、やや良くなる。</p>
変わらない	人材派遣会社（社員）	<p>・好調な取引先とそうでない取引先がはっきり分かれてきている。仕事の依頼は若干増加しているものの、微々たる仕事が多いので大した影響はない。</p>	
	職業安定所（職員）	<p>・前年比でみると、有効求職者数は16か月連続で減少、有効求人数は18か月連続で増加しているものの、求人は請負の仕事が中心であり、なかなか就職には結び付かない。</p>	
	職業安定所（職員）	<p>・新規求人は微増であるが、請負やパートなど非正規雇用の求人が増加傾向にある。中小企業での人員整理が少人数ながらも続いている。</p>	
	民間職業紹介機関（経営者）	<p>・製造業の全体への貢献が目立っているが、派遣による低賃金傾向があり、仕事に就いても可処分所得は減っているのので、個人消費は力不足である。</p>	
	学校〔短期大学〕（就職担当）	<p>・来春3月の卒業予定者対象の合同就職面接会では、参加企業（約40社）、求人数ともほぼ例年並みとなっている。電機、機械などの大手製造業、情報関連等、専門性の高い技術者や営業職の求人が目立っている。</p>	
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-