

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	スーパー（販売促進担当）	・一つの商品群に偏らず、店全体の売上が良いことから、安定的に好調が継続できると予測している。特に気温が安定しないなかでも動いている衣料品は、今後夏に向け更に期待できる。また、ぶれの少ない食品についても、来客数、客単価共に上がっており、売上がクリアし、好循環期に入っている。
	やや良くなる	百貨店（販売促進担当）	・ショッピングセンター出店の影響も薄れ、来客数が戻りつつあるので、今後の売上は良くなる。
		スーパー（統括）	・消費者は安価な物を望み、原材料や経費は原油高で上がっている時代ではあるが、仕入先を固定せずに選択し続けることで現状維持、あるいはそれ以上の結果を出せると見込んでいる。
		コンビニ（店長）	・チェーン店の関係で新しい支払方法が始まる。その関係で少しでも来客数が増えれば、徐々に良くなっていく。
		衣料品専門店（統括）	・来客数は徐々に増えてきている。4月から仕入れ値が上がった商品があり、その影響を懸念している。
		乗用車販売店（営業担当）	・半年ぶりの新型車導入で、来場者数の増加を見込んでいる。
		乗用車販売店（営業担当）	・法人、個人ユーザー共に自動車の台替意欲が少し出てきている。
		一般レストラン（経営者）	・注文の際、単価をあまり気にしない家族連れや女性グループが増えている分、多少良くなる。
		都市型ホテル（経営者）	・市内の自動車工業の好調さによる、関連企業の増産等での出張者の増加に期待している。
		ゴルフ場（従業員）	・来客数は徐々に上向いており、単価も若干上向きに転じているので、相乗的に上向く。
		ゴルフ場（従業員）	・2～3か月先の予約数が前年よりかなり良くなってきているので、期待している。
		美容室（経営者）	・普段のヘアカラーやパーマ、カット以外の美容施術への要望が多いため、美容院全体の売上は良い方向に向いている。組合の人との話でも、最近はそのような施術の材料が多く出回っているということである。
		住宅販売会社（経営者）	・同業者の進出もあり、需要供給共に、かなり上向きである。
変わらない	商店街（代表者）	・大河ドラマの影響が今一つで、期待したほどにはなっていない。	
	一般小売店〔家電〕（経営者）	・アナログ放送の廃止までまだ時間があるため、急いでデジタル機器を購入する様子は見られない。消耗品になりつつある家電製品であるが、新製品に飛びつくことはなくなっており、客の購買意欲が湧かない以上、景気は回復しない。	
	百貨店（売場主任）	・この春夏においては、男のドレスアップというテーマで早くからキャンペーンを行っている。クールビズと共におしゃれなファッションを提案して活性化につなげる予定である。	
	百貨店（営業担当）	・客の買い方は慎重で、余計な物は買わない。自分の興味のある物、こだわっている物は買うが、ほかの物は特に買わないという様子である。	
	スーパー（統括）	・母の日、父の日、ゴールデンウィーク等のモチベーションに対する消費意欲は、健康志向を柱としますますます強く、根強さを感じている。今後も食品を中心に安定的な伸びが期待できる。	
	コンビニ（店長）	・バイパスの開通以来1年が経過し、来客数はようやく前年同期まで回復したものの、買上単価は低くなったままで推移している。この連休はやはり大変である。	
	衣料品専門店（販売担当）	・良くなる要素は今のところ見当たらず、悪い状態のまま変わらない。暑くなれば単品のTシャツ類などが順調にはけていくが、逆に羽織物などは徐々に落ち込んでいく。何より客足が鈍いのが気掛かりである。	
	乗用車販売店（従業員）	・新型車が発売になっても販売台数、売上高共に増えてこない。この状況はしばらく続く。	
	乗用車販売店（販売担当）	・今年に入り随分多くの広告宣伝を行ったが、客の反応は鈍いままであり、販売量の落ち込みは続きそうである。今後は、客がどのような車、車種を好み、どのような支払方法を望んでいるのかを研究し、広告を打つ予定であるが、それほど変わらない。	

	乗用車販売店（販売担当）	・今までも燃費の良い車、良い車と客が言って買っていたが、ガソリンが上がったことにより、それが更に加速される。	
	住関連専門店（仕入担当）	・順調な現状のまま、大型連休に突入できそうである。植物の動きが活発なため、それに付随する園芸商材の動きも更に期待できる。	
	高級レストラン（店長）	・現状の客の様子から、短期的に景気が上向く要素が感じられない。	
	観光型ホテル（スタッフ）	・予約件数が伸び悩んでいる。また、客単価や1組当たりの客数等が非常に減っている。	
	観光型ホテル（スタッフ）	・現段階の予約状況では例年並みまでいかないが、新しい試みも始めているため、例年並み程度に持っていけるかを見込んでいる。	
	旅行代理店（副支店長）	・ここから先は異常気象のあおりが出てきそうである。雪に携わる業種の方々は例年5～7月に旅行をするが、今年は雪不足で収入が減少しており、期待薄である。農家が多い地域でもあるため、これからの季節が冷夏ともなると一段と厳しくなる。	
	タクシー運転手	・タクシー料金値上げの影響がどうなるか、先行き不透明である。	
	ゴルフ場（支配人）	・現段階での予約実数は前年同期とほぼ同じになってきている。土日の予約は順調だが、平日の予約はまだ弱い。	
	競輪場（職員）	・グレード2の大会があったが、売上がほとんど伸びていないので、今後もそんなに変わらない。	
	美容室（経営者）	・美容の客単価は下がっているが、客はエステや岩盤浴、クアハウスなどでお金を使っているようである。消費者の動きに敏感でないと商売が成り立たないので、流行のものは何なのか、とアンテナを立てる必要性を感じている。	
	設計事務所（所長）	・周りの状況はそう簡単に変わらない。新年度になって、そろそろ公的な設計物件が発注されるかと期待しているが、予算の切り詰めでそうはいかないかもしれない。	
	設計事務所（所長）	・出だしがあまり良くないので、しばらくの間忙しさは期待できない。厳しいスタートとなりそうである。	
	住宅販売会社（従業員）	・年度末の繁忙期を過ぎ、特に戸建て住宅販売の低調な状況が続く。	
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・個店でもそうだが商店街で何らかのイベントをしないと人が集まらない。客は買物と遊びと食事のできる郊外大型店に行っている。集客、売上は商店街の企画する地域の祭りやイベント次第である。
		商店街（代表者）	・郊外の開発の話は多いが、街中の再開発の話はなかなか進まない。
		衣料品専門店（店長）	・先日も老舗の本屋が廃業し、地方の中心市街地だった商店街は空き店舗が増えるたびに集客力がなくなっており、じわじわと厳しくなる状況が続く。
		一般レストラン（業務担当）	・年度替わりに関連する各種団体の総会及びパーティー件数は前年並みだが、1件あたりの参加者数、料理単価は前年を下回っており、結果として宴会売上も前年を下回っている。地方選前に控えめであった企業関連の宴会は、選挙後にも開かれず、7～8月の納涼会まで先延ばしの感である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・初夏から盛夏にかけては、やはり需要が落ち込み苦戦するが、秋以降に向けて魅力的な商品を企画し、その後につなげていく。
	悪くなる	コンビニ（店長）	・道路事情が変わらない限り、交通量が減ったままで、悪くなる一方である。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・円安が徐々に進行しており、輸入ワイン価格の値上げにより国産品への移行が考えられる。しかし、まだまだ輸入品のウエイトは高く、一時の赤ワインブームのような急激な伸びは期待できない。
		一般機械器具製造業（生産管理担当）	・建設機械業界、油圧機器業界では、今年の後半から更に仕事量が増加すると見込んでいる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・最悪期を脱し、今まで何年か追いかけてきた新規案件が1～2件、秋口に決まりそうである。それが決まれば、売上はかなり順調になる。また、新しい案件もどんどん出てきているので、これからの頑張り次第ではうまくいくかとみているが、単価は非常に安く、利益が出るかはまた別問題である。

	不動産業（管理担当）	・面積は小さいが、テナントの新規入居が決まる予定なので、その分賃貸収入は増加する。	
	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・情報化投資は、今後も増加傾向で推移する。客の投資意欲はおう盛であり、販売量の増加を見込んでいる。	
変わらない	一般機械器具製造業（経営者）	・新規品は出尽くした感があり、今後3か月の仕事量は横ばい状況になる。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・仕事量は増えているが、新規製品が活発に動くような情報はまだ見当たらない。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・新規の設備投資は、各社共に現在計画中のようであり、当社の受注、仕事量も数か月先でないと増えない。	
	輸送業（営業担当）	・レジャー用品等の荷動きは例年より早く、荷受量も安定しているが、東北便や九州便などで協力会社の帰り便がつかまりにくくなっている。自社での対応となると、運賃に対してコストが合わない場合が多く、厳しい部分もある。全体の仕事量は増えているが、利益的には増えていない。	
	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・現在の広告主からは好調業種が見当たらない。パチンコ業界では自主規制の話も聞かれ、その動向に注目している。	
やや悪くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・受注が続かず、終わってしまうことが多い。試作や少数の機種でつないでいくしかない状況が続いている。新規取引先の開拓に力を入れているものの、やはり零細企業を相手にしてくれる企業は少ない。	
	広告代理店（営業担当）	・クライアントは、経費を掛けても大きな効果が見込めないという認識を抱いている。経費を掛けることのできるクライアントは、首都圏本社の企業が多く、広告制作の仕事が地元業者にまで来ないケースがほとんどである。	
悪くなる	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・じわじわと環境が悪くなっている。地金が高騰していることもあり、好転する材料が乏しい。	
	建設業（総務担当）	・公共工事入札制度の見直しの影響が大きく、地方では相変わらず各社、赤字覚悟の安値受注競争を展開している。今後、倒産する建設業者が出てくると思われる。	
雇用 関連	良くなる	-	
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・派遣や下請、小企業からの求人が出ている。
	変わらない	求人情報誌製作会社（経営者）	・1月の半ばから3月までは求人の動きがあったが、このところ広告受注がかなり減少しているので、5、6月に求人が良くなる手こたえはない。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・周辺、全体の景気にばらつきがある。一部の大手製造業は好調であるが、業種全般で見ると横ばい、という状況が続いている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人をけん引する製造業において、技術、専門職の求人は多いが、相変わらず採用基準が高く、一般作業者は派遣、パートで対応する傾向は変わっていない。新卒が入社して一服感が出ている。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・求人数の増加傾向は今後も続く見通しだが、受注の増加や業務拡充などの増員につながるような募集理由の求人は減少している。
悪くなる	-	-	