

3. 北関東（地域別調査機関：（株）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	コンビニ（経営者）	・以前と比べて規模は縮小しているが、バレンタインやホワイトデー、更に卒業等の行事が控えているので、今以上に丁寧に細かく客を拾っていくよう心掛け、大胆な品ぞろえで挑戦していけば、数字はついてくる。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕 （経営者） スーパー（店長） 乗用車販売店（営業担当） 観光型ホテル（営業担当） 美容室（経営者）	・エコポイント関連商品の年度末の駆け込み需要が予想される。 ・品ぞろえ次第で打つ手はあると考えている。 ・12月はあつという間に過ぎてしまったため成果を残すことができなかったが、次につながる話も2、3出てきているので期待したい。 ・スキー、スノーボード客は先々の伸びが期待できない。観光地であるため冬はオフシーズンとなり、宿泊部門は厳しい時期ではあるものの、地元の宴会やWebの施策はおおむね好調である。 ・12月の融資相談件数が非常に多くなってきている状況である。店を改装する人が徐々にではあるが増えてきている。
変わらない		商店街（代表者）	・将来の客の増加の見込みがなく、この先も苦しい。
		商店街（代表者）	・地元景気に先の明るさが見えない状況が続いている。
		一般小売店〔精肉〕 （経営者）	・安い品物が出回っていて客がそればかり買っているため、この先も購買力は上がらない。
		百貨店（営業担当）	・売上を落とし始めた11、12月から厳しい状況が続いている。今後もそう大きく変わることはない情勢である。
		百貨店（営業担当）	・景気はこのまま一進一退になる。ここまですっと前年比でマイナス傾向が続いているので、この傾向が更に3か月先も続いていく。
		百貨店（販売促進担当）	・ボーナスが減額される傾向にあり、所得も依然大幅に増えない状況の中で、消費はますます低迷する。特に高額商品の動きは悪く、低価格商品に走る傾向が強いため、百貨店の商品ではなかなか消費者の需要に対応できない現状であり、非常に厳しい。
		百貨店（販売促進担当）	・クリアランスセール時期に入り多少の期待感が持てるが、消費者の可処分所得が減少している事に変わりはなく、慎重な購買行動に変化はない。
		スーパー（総務担当）	・ボーナスが減額されたため、買い控えが今後も続く。
		スーパー（経営企画担当）	・デフレや高い失業率など、小売業を取り巻く環境が改善されるとは思えない。
		コンビニ（経営者）	・100円バリュー商品がかなり増えているため、売上が伸びない。
		コンビニ（経営者）	・現在の当店の状況から見ると、多分景気は変わらない。
		コンビニ（経営者）	・前年から比べてここ何か月間か同じ状況なので、今後もこのまま変わらない。
		コンビニ（店長）	・キャンペーンを打ったときの客の反応は戻ってきた。消え物を扱っているため基本的な売上状況は特別変わっていない。極端な変化もなさそうなので、今後もあまり変わらない。
		衣料品専門店（統括）	・消費者の買い控えや企業の節約、特に年始用のタオル等の売上が販売に響いている。商店街ではほとんど歩いている人がいない状態で、非常に不安である。とにかく景気が悪い。
		家電量販店（店長）	・エコポイントの継続期間と対象商品及びポイント付与の数がはっきり決まらなると消費の動向が見えない。
		乗用車販売店（営業担当）	・デフレの影響もあり、商談時の客の金額提示が無謀とも言える金額になっている。
		乗用車販売店（販売担当）	・こここのところ、新車を買う際のエコカー減税などが延長されるという話があるので、一時販売が止まっていたものが、また少しずつ売れ始めている。ただ、売れ始めているといっても、延長されるという9月くらいまでは現状と変わらない。
		自動車備品販売店（経営者）	・地元企業の海外移転が目立ち、雇用者がかなり減っていて景気は低迷している。ただ、現在のところは前年と比較するとあまり変わっていないので、どちらとも言えない。
		住関連専門店（仕入担当）	消費マインドの落ち込みは継続的である。1～2月は平年でも消費の落ち込む時期なので、消費者の防衛意識がより強くなり、厳しい状況となる。

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
		一般レストラン（経営者）	・年始から2月までは新年会等で年末とあまり変わらずに客が来店する。
		一般レストラン（経営者）	・消費者の財布のひもが非常に固く、消費できない状況である。異業種の話聞いても、売上が伸びないとか仕事が無いとか、いろいろなことで非常に悪い状況が続いており、先行きも変わらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・景気回復の兆しが身近では見えてこない。
		都市型ホテル（支配人）	・2月20日から始まる偕楽園の梅まつりへの期待がある。特に高速道路料金引下げで、休みの日には周辺から来る客が増えている。
		タクシー運転手	・当地区では慢性的にタクシーの台数が供給過剰になっており、運営協議会の場を設け一律減車の方向で話し合いが持たれており、冷え切った景気の現状からの出口が見えない。
		遊園地（職員）	・高速道路料金引下げにより休日の商圏が広がりつつあることはプラス要因として捉えられるが、一般家庭の所得減少によるレジャー支出抑制の影響が大きく、もうしばらくは消費単価の大幅な伸びが期待できない。
		ゴルフ場（従業員）	・来場予約が増えていない。
		競輪場（職員）	・他の競技、有馬記念も行われたが、売上高が伸びていない。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・近郊の客が高齢となり、家族から車の運転をさせないよう相談を受けることがしばしばあり、優良顧客が徐々に減りつつある。一方、若年層の顧客がなかなか増えない。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・隣の商業ビルの効果が少しずつ表れてくると思われる。隣の駐車場と当駐車場の相乗効果で来客数は増えてくると思われるが、サービス時間内で出庫する客が多く、客単価が上がらないので売上は変わらない。客がかなり顕著に時間にも敏感になっている。
		設計事務所（所長）	・今、建築業界もデフレ状態にあるが、それでも建てたいという人は収入の見通しがつからない人である。現在資金がある人は、もう少し様子を見ようとしており、建築を決意する人はほんの少数の限られた人か会社である。
		住宅販売会社（従業員）	・売上の先行指標である受注の低迷は、直接に収益の悪化につながることは間違いない。
		やや悪くなる	
一般小売店〔家電〕（経営者）	・卒業、進入学の季節を迎えるが、出費は最小限に抑えたいとの様子うかがえる。生活が安定していない中でも教育費は削らずにいた家庭も多かったようだが、限界にきている様子がみえる。明るい兆しの見えない中でのやりくりは厳しく、消費者の購入意欲は冷え切っている。		
百貨店（総務担当）	・各売り場で超目玉品が多く、単価の低下と、何よりも粗利の低下で粗利額が稼げないような状況である。活気もいつもの年と全然違い、やはり暗い感じがする。		
スーパー（総務担当）	・食品についてはここ数か月から数年来、単価が落ち続けているので、大きく伸びることは期待できない。衣料品関係についても冬物は12月で前半戦はほぼ終わっているのに春物になるのだが、1、2月は基本的に春物は売れないので、やはり全体的に苦戦する。		
スーパー（統括）	・冬季賞与の減額やカットは、顧客の財布のひもを更に固くしており、2月ごろに2番底が来るなどの警戒感から、生活必需アイテムである基礎調味料などの動きが悪く、必要な物も我慢しようという傾向がうかがえる。		
コンビニ（店長）	・12月の平均来店客数が10、11月を割ったのは店をオープンして以来30年の中で今回が初めてである。商環境は月ごとに悪くなっており、立地環境も今後ますます悪くなる。		
衣料品専門店（販売担当）	・このままずっと底が見えない状態で下り坂になる。来店する客は少ないながらもなんとか買ってくれるが、単価は下がっている。客は前倒ししてセールを行っても、飛びついてはこない。それぐらい先行きの不安でお金が使えない状況が続いており、今後もこのままの状況が続いていく。		
都市型ホテル（経営者）	・すべてが動かなくなっている。マスコミのあおりを受け、国民がデフレだと騒ぎ、同業者間でも意味のない値下げ合戦を行っており、ますます経営を圧迫している。今後もっと悪い方向に向かう予感がする。		

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
		旅行代理店（副支店長）	・業界的な見解からは、良くなる要素が少なく、インフルエンザや地震等での旅行中止の悪条件が非常に多い。また、これだけの円高になると輸出企業の業績悪化が深刻になり、海外出張も減り、大幅な減収となる等、業界への影響は多大なものとなる。冬季オリンピックに期待しているが、反対に悪い要素でもある。
		旅行代理店（支店長）	・2～3か月後は卒業旅行等の学生マーケットが動くが、今の段階では海外に行くよりも、国内の旅行で済ませるような傾向が顕著に見られる。さらに団体旅行に関しては、2、3月は例年動きが悪くなり、現在の状況からすると来年もあまり良い動きではないので、今月よりも厳しくなる。
		ゴルフ場（業務担当）	・このところ天候が良いせいからか、入場者数は順調に推移しており、前年比を若干上回っているが、売上は伴っていない。1～3月は冷え込みが厳しくなることもあり。先の客の取り込みには苦労している。前年並みの入場者数、売上を確保するのは少し難しい状況である。
		ゴルフ場（支配人）	・冬季の営業は、人件費を抑えるために出勤調整を行ったり、営業形態を変えたりして売上減をカバーしているが、雪が降ると除雪費用が掛かるため、全体で費用の掛からない除雪方法を考えている。
		住宅販売会社（経営者）	・景気の見通しがつかず、顧客の買い控えが進んでいるが、中には現金預金を所有している顧客もいて、状況判断が難しい。顧客の要望はシビアになってきている。
	悪くなる	商店街（代表者）	・最近では金曜日の売上が大変悪い。今までは週末の売上が取れていたが、これから気温が下がるのに比例して売上も減少する。
		コンビニ（経営者）	・派遣切りがまだまだ続いており、当店の周りは仕事のない人が大分多い。特に、工業団地が近くにあるため、それが顕著に現れている。
		衣料品専門店（経営者）	・季節感がないのでバーゲンセールのかげ時のタイミングがつかめない。
		乗用車販売店（販売担当）	・周辺観光地のホテル関係が伸びない限り、良くなる要素が全くない。12月には、大型ホテルの倒産、安売りホテルへの売却、再生機構に回された、といった話を聞いており、良い話が全く出てこないのので、今後はもっと悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・個人での来客数は伸びてはいるが、団体客、特に会社での飲み会はますます減少傾向にあり、来期の見通しも悪い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・これから新年会、歓送迎会があり、年間で一番忙しい時期に入るが、ますます景気は底をついていく。ホテルで一杯だと言っている地域に大手チェーンのホテルが参入してくるなど、非常に大変である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来年当初も、今年と同じようにエージェント、旅行会社の予約が減ってきている。また、法人客に動きがないことが一番懸念される。ネット上での予約は大体例年通りであるが、単価を安くしないとなかなか顧客が獲得できない状況にある。
		タクシー運転手	・会社関係でも、客を社用車で送迎しているようであり、地方ではこれからタクシー利用者がいなくなるのではないかと危惧している。
		通信会社（経営者）	・既存得意先や新規顧客への販促企画提案を推進しているが、提案の内容が良くても、それを発注し動き出すだけの体力がユーザーになく、すべての提案が先送りされている。民間企業の経費削減で最初にカットされるのが広報費である実情が顕著に出ている。
	その他サービス [フィットネスクラブ] (マネージャー)	・近隣の商業施設等でのセールにだけ人が集まる状態で、デフレがどんどん進んでいき、通常の価格では販売しても売れない。	
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・今年の1～3月は売上個数、金額共に、前年比50%減少した。今度の1～3月については逆に売上個数、金額共に前年比200%強の状況になるので、非常に様変わりしている。人手不足をどう補うかが課題となっている。
	やや良くなる	プラスチック製品製造業（経営者） 一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品の新しい部門の仕事が増えてきたので、良くなる。 ・不透明感は強いが3月までは現行の仕事量を維持、あるいは増やす予定の客が増えてきており、全体として低い水準ながらも良い方向に向かう。

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
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年、この時期は受注の谷間に当たるので、店頭商品も含め、特注関係の受注予想はまったく付かないが、6年に一度地元で開催される大祭関連商品の自社店頭販売及びWeb販売での受注が多少期待される。 ・相変わらずの横ばい状況になっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	
		金融業（経営企画担当）	・将来の生活に対する不安感が払拭されなければ、人々の意識は消費には向かない。国が様々な手当を出しても、それが貯蓄から最終的に国債に回るだけでは消費者心理や国家財政は一向に改善されず、人々はますます不安に駆られることになる。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・正月チラシの出稿は前年比95%である。量販店や商店はこれといった策が見つからないと嘆いており、積極的な策を検討する動きは見られない。司法書士は、仕事量が今年の半分以上になり、世の中の動きが止まっているようだと話している。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・取引先の多くは、まだまだ現有設備に余剰があり、新規投資は先になると思われる。経営者マインドも後ろ向きであり、厳しい状況は今後も続く。
	やや悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・販売点数は増える要素がなく、むしろ補助金で何とか生きながらえていた業者が倒産し始めると、ますます物が売れなくなる危険がある。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・環境関係の予算減のために1～3月は仕事量がかなり少なくなる。予算取りの関係でも話が少ない。
		化学工業（経営者）	・何十年も続けてきたが、当社のオリジナルノートを客先へ送付することを今年から止めた。また年賀状、歳暮の見直しもしている状況の中で、価格の値引き要求の話が出てきている。3月の年度末に向けてまだ出そうな状況である。
		金属製品製造業（経営者）	・得意先から1～3月は仕事が少なくなると言われている。ただし4月からは良くなるという予定である。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量が増えることはないの、この先も上向くようなことはない。
		輸送業（営業担当）	・新年を迎えるに当たり、物量も例年落ち込み、景気に対して勢いが出るような材料が見当たらない状況である。新生活や新入学などの年度代わりや、4月から始まる子ども手当による一部の購買意欲が高まるのを待たなければならない状況である。またデフレによる荷主の利益の減少により、運賃の値下げ交渉も始まっている。厳しい状況は先行きも続く。
		金融業（調査担当）	・雇用、所得環境の改善の動きは弱く、デフレ状況が続いており、個人消費の改善も期待できない。製造業の受注も先行きの不透明感が強まっている。
		金融業（総務担当）	・ここところ落ち着いていた購入、受注金額の引下げ圧力が経費削減のために、また始まっており、取引先の収益が減少することが見込まれる。
経営コンサルタント	・経営不振の企業は撤退、廃業を余儀なくされ、生き残れる企業は業界内で競争が減ることによって辛うじて業績を維持するという、極端な二極分化が明確になると思われる。		
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・受注量が低下しており、受注価格も低価格になっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・企業向けのボタン電話を生産している当社のメインの客先の営業担当が年末の挨拶に来た際に、リース対応がなかなか厳しく、売行きにつながらない、と話していたので、まだまだ悪くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・1月もほとんど仕事の見通しが無い。今後についても、様子見の状況である。なお、3、4月は今のところ全く見通せない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年末のあいさつ回りを行ったが、各会社とも仕事量の減少、受注価格の減少、下落及び円高傾向と先行きを懸念する意見がほとんどである。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・消費者のジュエリー離れが深刻であり、若者用ジュエリーについては景気の回復感、高級品ジュエリーについては株の高騰を期待するのみである。
		金融業（理事）	・取引先から預かる決算書の悪化から判断すると、景気のさらなる下向き傾向が進むものと思われる。
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-

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
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・住宅着工が少ないということもあり、住宅関連のほうは人手が余っているが、年末からのギフト関連、食品、衣料に活発さが見られるので、幾分期待は持てそうである。自動車関連等の部品関係での雇用が伸びてくればという期待感も持っているが、まだ予断を許さないところである。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・製造業は多少仕事量が戻っているところもあるものの、全般にはまだ景気が低迷した状態が続いている。
		職業安定所（職員）	・求職者の中には人員整理や事業主都合による離職者が依然として多く、建設業からの離職者も目立ち始めており、雇用面での景気動向はさらに厳しくなる恐れがある。
		民間職業紹介機関（経営者）	・業績が回復基調の企業と低迷する企業の二極分化が顕著になってきているが、多数を占めているのは低迷する企業である。
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・仕事が少ない。
		人材派遣会社（管理担当）	・抵触日を迎える取引企業が多くあり、今後の契約状況が不安である。
	悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・デフレスパイラル現象で、雇用なき景気回復基調である。3月には、内定が取れなかった新卒が社会に出る。収入無き集団の漂流は景気基盤の不安材料となる。