

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	百貨店（売場主任）	・紳士服の強力なメーカーが揃い、販売員の販売力がついていることから、今後は固定客プラス新規客の獲得で、必ず売上が伸びる。
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・食欲の秋なので、活力を増すように大いに食べてもらいたい。大手企業ではボーナスも上がるということなので、期待している。
		百貨店（販売促進担当）	・年末に競合店が閉店するため、来店客が増加するというプラス要因がある。
		コンビニ（店長）	・年末商戦を控え、周辺の意気込みが高まっている。また、当地区で来年大きな祭りがあるのでそれを弾みにしたい。
		衣料品専門店（販売担当）	・商店街に隣接する場所にあった百貨店が前年の12月に撤退し、11月にその跡地に大手スーパーが開店する。今後2～3か月は開店景気の相乗効果から、客の動きが活発化し、やや良くなる。
		スナック（経営者）	・直前に入る予約がいくらか入ってきており、動きが良くなっている。宴会が増えた分、売上も伸びるので、このままいけばやや上向く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客のふところは非常に固く、どの程度お金をかけるか不明ではあるが、これから忘年会、新年会のシーズンに入り、現在よりは多少客の動きが活発になる。
		旅行代理店（営業担当）	・業界内では、関東地方の売上が上向いているので、今後はやや上向く。
		通信会社（社員）	・携帯電話の人口普及率が飽和状態を迎え、加えてシェア競争が激化してる中で、純増数は伸び悩んでいるが、第三世代携帯電話への移行は比較的順調に伸びている。
	住宅販売会社（経営者）	・以前に比べ、間取りの打ち合わせや見積の提出など、内容が具体的になってきた客が増加している。	
	変わらない	商店街（代表者）	・駅前的好立地である商店街通りの空き店舗が何か月も空いたままで、一向に入店者がいない。
		商店街（代表者）	・最低限にせよ必要な物は買うという動き、購買意欲が出てきている。暮れ、正月、地域の行事などで客は必要な物は購入すると見込んでいる。
		一般小売店〔金物〕（経営者）	・町をあげての観光イベントが来年開催予定であり、若干建設関係の需要が見込まれるが、冬の落ち込みとプラスマイナスで変わらない。
		スーパー（経営者）	・依然として客単価が3%程度低下傾向にあり、前年をクリアするのは厳しい。大型店が閉鎖することで売上が多少増加すると見込んでおり、総じて変わらない。
		スーパー（統括）	・気温低下により衣料品が好調ではあるが、厳しい状況は変わらない。暖冬予測やボーナスの減少から、客の消費意欲は減退すると見込んでいる。また、食品関係で一時的価格一辺倒の動きから、テレビの健康番組や健康をテーマとした本の影響などにより、健康、品質重視のトレンドが目立ち始めている。
		コンビニ（経営者）	・年間を通して最も売れる元旦も、4～5年前から平日並みという位置付けである。小さなロスをどの程度止められるかが今後の課題である。
		衣料品専門店（店長）	・ファッションのヒット商材が見当たらないので、厳しい。
		衣料品専門店（統括）	・10月は祭りの時期であり、前年同様の動きとなっている。これから年末に向かい、商店街もにぎやかになると思うが、現在の客の様子からはあまり期待できない。
		家電量販店（店長）	・単価が上昇し、予定の販売量、売上は達成している。現在の良い状態は維持されるが、この先極端に上昇するとは思えない。
乗用車販売店（従業員）		・今まで慎重になっていた客がいざ台替えという段になっても、長期間使用していたために下取り価格が予定より低く、結局台替えせずに車検をもう一度取って様子を見る。	
乗用車販売店（営業担当）		・自分の命を預ける自動車も何とか動けばよい、あまりお金をかけたくない、かけられないという客が増えている。	
その他専門店〔携帯電話〕（営業担当）	・年末商戦に大きな期待はあるが、客が希望する商品の品不足が続いており、商品の提供可否が鍵となる。		
高級レストラン（店長）	・個人消費の感触は悪くないものの、デフレの影響や競争の激化により、商品単価、客単価の低下が改善されておらず、全般的な回復には時間がかかる。		

	観光型ホテル（スタッフ）	・12月、1月の冬場に突入するが、予約状況は今一つである。商品数、窓口を増加しているが、あまり期待できない。	
	旅行代理店（経営者）	・例年と違い、今年はSARS問題、イラクの戦争等が不透明で先行き不安感があり、今一つ集客に結び付いていない。単価も低価格のまま推移する。	
	観光名所（職員）	・紅葉を見に来る客は例年並みと見込まれるが、日帰り客が多く、レストランの利用が例年を下回る状況は続く。全般的な売上についても、前年割れになる。	
	ゴルフ場（支配人）	・土日の予約は順調であるが、平日開催のコンペ減少により平日の予約が安定しない。周辺コースの低料金化は依然として続いている。雪に影響されない12月までの来場者数の確保が非常に重要となっている。	
	設計事務所（所長）	・建設関係の雰囲気は非常に悪い。市町合併に伴う変化については様子見の状態である。	
	住宅販売会社（経営者）	・地価が下落しており、景気回復の要素がない。一部の優良企業、公務員の住宅購入はあるが、大半の庶民の生活は、依然として厳しい。	
	住宅販売会社（経営者）	・不動産価格が下がり、買いやすくなり、現在は非常に良いが、金融機関の融資条件が厳しい。もう少し緩和されないことには土地の流動化が進まない。	
やや悪くなる	一般小売店〔青果〕（店長）	・良くなる要素は全くなく、青果業、市場関係で同業者の話を聞いても、弱気な姿勢である。	
	百貨店（販売促進担当）	・10月の商戦で冬物早期受注が高まることや、ボーナスカットの影響もあり、今後の景気は悪化すると見込んでいる。	
	コンビニ（店長）	・年末年始は、現在よりも更に客が大型店に流れるので、やや悪くなる。	
	乗用車販売店（販売担当）	・例年11～12月は正月を控えて販売量が鈍るが、今年は早くも10月から売行きが悪くなっている。大型店の進出により、近隣の個人商店など、商店街の売上が落ち込んでいることから、中古車の売行きも悪化しており、悪循環である。	
	観光型ホテル（スタッフ）	・婚礼の予約が極端に減少している。	
	旅行代理店（従業員）	・10、11月は旅行シーズンで他の月より売上は良いが、数年前と客数が変わらないのに粗利が10%程度落ちている。また、年末年始の予約も伸び悩んでいるのでやや悪くなる。	
	その他サービス〔自動車整備業〕（事務長）	・客は古い車の車検を取りやめ、高年式の中古車や値段の比較的安い車両の購入へとシフトしている。	
	設計事務所（所長）	・この数か月、依頼件数が減少しており、前年と比べて契約も減少している。今後も建築業界は厳しい状況が続く。	
	住宅販売会社（経営者）	・自己資金のみで、融資を利用しない客が多く、決まった範囲の事業規模の仕事しかない。金額はシビアで利益が少ないので、良くなる要因がない。将来への不安から借りてまでしないということである。	
悪くなる	商店街（代表者）	・12月初めにオープンするショッピングセンターが年末最後の超大型店開店となる。これまでのショッピングセンター開店より更に大きい影響が見込まれ、来客数が10～20%は確実に減少する。年末年始の繁忙期にこの影響は打撃である。	
	コンビニ（店長）	・周辺で新たにコンビニが2軒開店し、今後営業時間を延長する予定のスーパーが2店ある。その影響は非常に大きく、今後も売上の減少を招くこと必至である。	
	一般レストラン（業務担当）	・忘年会、新年会の予約が前年と比べ3割程度減少している。	
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）	・円高が輸入ワインにとって追い風となっている。国内の中小メーカーの商品も順調で、良い方向に向かっている。
		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月より徐々に増加する見込みである。
		一般機械器具製造業（生産管理担当）	・冬場に自動車の四輪駆動関連部品が動くことが見込まれており、他の業界で大きく落ち込む話もないので、やや良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・11月以降の受注内示が上昇しつつある。
		司法書士	・会社やその他法人の設立の動きが出てきているので、これは必ず将来につながると期待している。
	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・9月に引き続き、情報化投資に関する引き合いが多く、成約率が高くなり、受注残高が増えてきている。一方、中小企業の投資意欲は、依然として低調である。	

変わらない	金属製品製造業（経営者）	・排ガス規制の関係で、大型車が物流向けに出ているが、段々小さい車も出るようになってきている。
	電気機械器具製造業（経営者）	・今後は同業、同じ職種でも勝ち組と負け組の格差が一層拡大する。勝ち組に残りたいが、状況はかなり厳しい。
	電気機械器具製造業（経営者）	・以前よりは若干良くなっているとはいえ、設備投資がそれほど大幅に増える要素もなく、公共投資も前年度と比べマイナスなので、現状と変わらない状態が続く。
	電気機械器具製造業（経営者）	・小企業、零細企業は淘汰が進み、生き残った企業も低空飛行で変わらない。
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・10月の展示会は期待に反して低調で、前年と比べ来場者数は横ばい、売上は20%近く減少している。この10年で宝飾関係の小売店は2万店から1万店に半減したといわれており、本格的に景気回復感が出てこないことには、明るさが戻るのはまだ先の話である。
	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・新聞の広告はチラシの動向と若干異なり、前年を下回る状況が続いている。今まで勢いのあった業種でも出稿段数を減らすなどの傾向がみられる。
やや悪くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・11月の売上は前月比10%減と見込んでいる。11月後半から12月は軽自動車のフルモデルチェンジで量産体制に入り、若干プラスになるが、1月は休みが多く、前年比10%減と見込んでおり、先行きはやや悪くなる。
	広告代理店（営業担当）	・年末年始の繁忙期を過ぎると、消費行動は鈍る。新線開業に向けた商業施設の出店や、住宅需要は高まっているが、思ったほどではない。
	その他サービス業〔放送〕（営業担当）	・自動車及び電機産業を中心とする製造業からのコマースは横ばいであるが、商業、流通業、サービス業からのコマースが落ち込んでおり、全体的に減少すると見込んでいる。
悪くなる	一般機械器具製造業（経理担当）	・親企業は輸出が多く、円高差損を納入単価引き下げで吸収するということなので、単価が引き下げられ、悪くなる。
	建設業（総務担当）	・10月時点での受注残が前年と比べ大きく落ち込んでいる。支出、特に給与の見直しをせざるを得ない。
雇用関連	良くなる	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（経営者）
変わらない	職業安定所（職員）	・数名の募集ではあるが、事業所の求人意欲がうかがえるようになってきている。就職者数が増加してきている。
	人材派遣会社（社員）	・様々な取引先から見積依頼が出てきている。前年度枠ということで提出して良いという会社も多く、取引先の状況も下げ止まった感がある。次に続くような仕事の依頼も若干出てきており、持ち直しの動きは続く。
	人材派遣会社（営業担当）	・選挙関連の派遣依頼はあくまで短期、単発の需要である。建設業界では従来の公共事業中心の経営から新分野への事業展開へシフトする企業が目立つ。建設業界に限らず、元気のある企業は従来路線踏襲型ではなく、新規事業への参入や、時代のニーズを的確に把握した需要対応型が多く、人数は多くないものの、それらの企業からの派遣依頼が出てきている。
	職業安定所（職員）	・求職者、雇用保険受給者は減少、求人、就職者数は増加しており、景気は上昇傾向にあるが、今後、大型スーパーの閉店を始め、数件の企業整備の話もあり、求職者の増加が懸念される。
	職業安定所（職員）	・倒産や事業縮小の情報がないことから、今後も同様の状況が続く。
	民間職業紹介機関（経営者）	・勝ち組は一部の大企業のみで、ほとんどの中小企業は乱高下する受注に一喜一憂する状態が続いている。正社員を育てる余裕はなく、即戦力以外は見向きもせず、派遣、アウトソーシングで乗り切ろうと必至である。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・年内に早期退職を実施する計画の企業が数社あり、離職者の発生が見込まれる。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・来春卒業予定者を対象としたハローワーク主催の合同就職面接会の参加企業は前年並み、求人数は前年の60%程度である。求人は情報、福祉、機械等での専門技術を要する職種や、自動車ディーラー、建設関連の営業職が目立っており、多くの学生が希望する事務職、流通関連職は前年比40%程度となっている。
悪くなる	-	-