

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             | 景気の現状判断       | 業種・職種                      | 判断の理由                        | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|---------------|----------------------------|------------------------------|--|
| 家計<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている   | -                          | -                            | -  |
|                | やや良く<br>なっている | 商店街（代表者）                   | お客様の様子                       | ・9月に商店街の核であった食品スーパーが移転し、火の消えたようであったが、夜12時まで営業するドラッグストアが今月同じ場所にオープンし、遅くまでにぎわっている。   |
|                |               | コンビニ（店長）                   | お客様の様子                       | ・来客数が前年比106%と好調である。客単価、売上とも前年を越えている。   |
|                |               | 衣料品専門店（販売担当）               | 販売量の動き                       | ・3か月前から天候不順で、特に秋物の立ち上がり時期が暑く、来客数、客の購買意欲が悪化し、また前月は選挙による影響で相当落ち込んでいたが、今月に入り客の動き、販売量、いろいろな分野で良くなってきている。                       |
|                |               | その他専門店<br>[ガソリンスタンド]（営業担当） | 販売量の動き                       | ・寒くなり暖房等燃料の販売量が増加しており、やや良くなっている。   |
|                |               | 都市型ホテル（経営者）                | お客様の様子                       | ・部屋をリクエストする際、安い部屋ではなく高い部屋を指定する客が増加している。また、徒歩ではなくタクシーの利用が増えている。   |
|                |               | タクシー運転手                    | お客様の様子                       | ・忘年会シーズンで売上が10%程度伸びているが、もっと動くかと思っていたので期待外れである。週末の金、土曜日の21～23時ごろは最寄り駅までの利用が多く、動きがあるのは短期間、短時間だけである。                          |
| 変わらない          |               | 遊園地（職員）                    | 来客数の動き                       | ・来客数は前月に続き目標数値に到達できそうな情勢である。スケート営業は好調で、フリーパス購入率も前年に比べて高水準で推移している。  |
|                |               | 商店街（代表者）                   | 販売量の動き                       | ・前年よりも1か月早くランドセルを店頭に並べたが、一向に前年の数字に届いていない。  |
|                |               | 一般小売店[精肉]（経営者）             | お客様の様子                       | ・12月に入っても暖かく、静かな暮れを迎えている。クリスマスもあまりぱっとせず、正月用品も買い控えて、普通の月と同じような様子である。  |
|                |               | 一般小売店[金物]（経営者）             | 販売量の動き                       | ・北京オリンピックの特需の影響からか、鉄鋼始め関連商品の値段が高くなってきている。入荷量は確保しているが、販売先との調整を含めて非常に大変である。  |
|                |               | 百貨店（店長）                    | 販売量の動き                       | ・3か月前もそうであったが、今月も前年の売上をクリアできない。  |
|                |               | スーパー（店長）                   | 単価の動き                        | ・新規競合店の進出後、ようやく来客数は戻ってきたが、店舗が増えると店の使い分けが進むのか、客単価、1点当たりの単価とも下がっている。   |
|                |               | スーパー（統括）                   | 販売量の動き                       | ・12月に入っても最高気温が25度という暖冬で、防寒商材が不振である。お歳暮、クリスマスギフトは単価が前年比98.7%と低下しているものの、数量は108.3%と伸びている。食品についても、鍋物関連の動きは悪いが健康ニーズ商品は手堅く動いている。 |
|                |               | 衣料品専門店（経営者）                | お客様の様子                       | ・天候が相変わらず暖かいため、コートなどの重衣料に全く動きがない。プレゼント商品が全然売れない。   |
|                |               | 乗用車販売店（従業員）                | 来客数の動き                       | ・年末商戦に入っても来客数は前年比70%である。また、客は車種を決めるまでに何社も回るなど、長い時間をかけて比較検討しており、成約までの時間が長くなっている。  |
|                |               | 乗用車販売店（販売担当）               | 競争相手の様子                      | ・同業他社の営業仲間とも話しているが、前年の12月とは全く状況が違う。年末であるが、大きな車は売れず、小さい車が売れても値引きが激しく、とても利益が出るような状況ではない。                                     |
|                |               | その他専門店<br>[携帯電話]（営業担当）     | 単価の動き                        | ・冬のボーナス商戦として力を入れてはきたが、安売り競争でお互いの首を絞め合っているような状況で、販売台数の伸びの割には利益が上がっていない。   |
|                | 一般レストラン（経営者）  | 来客数の動き                     | ・宴会の件数はやや下向き傾向のままで、例年と変わらない。 |  |

|           |               |  |   |
|-----------|---------------|--|---|
|           | 都市型ホテル（スタッフ）  | 来客数の動き   | ・忘年会シーズンであるが、企業の大きな組織単位の会がなくなっている。部や課単位の10~20名という会はあるが、以前に比べ100~200名単位の会はかなり少なくなっている。                                   |
|           | 旅行代理店（経営者）    | 単価の動き  | ・客からの申込数は増えているが、単価が依然として横ばいである。3か月前と比べても状況は同じである。   |
|           | タクシー運転手       | お客様の様子   | ・年末なのでさすがに忘年会等でのタクシー需要が増加しているが、一過性のものである。全体的な景気としては横ばい状態である。  |
|           | 観光名所（職員）      | お客様の様子   | ・忘年会シーズンであるが日帰り客が多いことに加え、低価格で宴会を希望する客が大半であったことから、レストラン、ホテルの売上は例年を下回っている。  |
|           | ゴルフ場（支配人）     | 来客数の動き   | ・12月の来場者数は台風と雪の影響を受けている。年末は多くの予約が入っていたが、周辺他コースを含め、雪によりすべてクローズとなっている。競合で来場者数が増えているのは、極端に値引きをしているところだけである。                |
|           | 競輪場（職員）       | お客様の様子   | ・来場者数、購買単価とも伸びていない。   |
|           | 住宅販売会社（経営者）   | お客様の様子   | ・地価の下落はまだ止まらない。次々に安い土地が出てくるような感じで、当社の分譲地までが値下げ対象となり、販売にかなり苦戦している。   |
| やや悪くなっている | 商店街（代表者）      | お客様の様子   | ・昨年末に存在していたようなヒット商品がない。韓流ブームも全業種に効果があるというものではない。  |
|           | 商店街（代表者）      | お客様の様子   | ・中越地震の影響で、この時期多い新潟方面からの観光客が少ない。また、暖冬で雪不足のため、スキーヤーなどがほとんどいない。  |
|           | 一般小売店〔青果〕（店長） | 来客数の動き   | ・干し芋などの特殊な商品は数量、金額とも前年を上回っているが、全体的には冷え込んでいる。  |
|           | 百貨店（販売促進担当）   | 販売量の動き   | ・暖冬の影響で、百貨店の主力商品である衣料品の販売量の動きが悪くなっている。特に、中心となる婦人服に影響が出て、コート、ニットの売行きが非常に悪い。  |
|           | 百貨店（販売促進担当）   | 販売量の動き   | ・お歳暮ギフトの購入は年々遅くなる傾向にあり、終盤に多少盛り上がりを見せたが、全体的には販売量が減少し、低調である。  |
|           | スーパー（経営者）     | 単価の動き  | ・競合店の出店の影響で、12月の売上は良くない。買上点数、客単価は3%低下し、いまだに下げ止まる様子はない。  |
|           | コンビニ（経営者）     | お客様の様子   | ・今年は暖かくスキー場に雪が少ないせいか、スキー客が大幅に減っている。   |
|           | 衣料品専門店（経営者）   | 競争相手の様子  | ・例年以上に暖かく、クリスマス商戦、年末商戦という雰囲気を感じられない年末となっている。  |
|           | 乗用車販売店（販売担当）  | お客様の様子   | ・12月に入っても大型のホテル倒産が相次いでいる。ホテル関係の客が多いため、車を買ってもらおう状況ではない。  |
|           | 高級レストラン（店長）   | 単価の動き  | ・少人数での忘年会が定着していることに加え、酒類を抑える人が増えてきており、客単価は前年比で10%程度低下している。  |
|           | スナック（経営者）     | 来客数の動き   | ・普通に飲み歩いている人はあまり多くなく、景気が良いという感じではない。今年はカレンダーの関係で忘年会が集中せず、救われている部分があるが、良くはない。比較的大きな宴会があったが、件数自体は減少している。                  |
|           | 旅行代理店（営業担当）   | 販売量の動き   | ・11月ごろから出始めた景気の下降感が、今月に入り一層顕著になってきている。周囲の他業種をみても建設関連の落ち込みが激しく、頼みの農産物価格も例年の暮れほど値上がりせず、不況感に押されて年末年始の旅行需要がめっきり冷え込んでしまっている。 |
|           | タクシー運転手       | お客様の様子   | ・基本的に短距離の客が多く、長距離利用は少なくなっている。企業と個人、ある程度利用する人と全く利用しない人との格差が大きく広がっており、マイナス面側の人が多い。  |
| 美容室（経営者）  | 販売量の動き        | ・暮れになれば例年少しは客足が伸びるが、今年は前年比、前月比とも伸びていない。新聞等で景気回復と報道されているが、現実感がない。 |   |

|           |                  |                   |  |  |
|-----------|------------------|-------------------|--|--|
|           |                  | 設計事務所（所長）         | 来客数の動き   | ・前月に引き続きかなり落ち込んでいる。来客も少なく、年末も暇である。   |
|           |                  | 住宅販売会社（経営者）       | お客様の様子   | ・今までは成約までの時間が短かったが、時間がかなりかかるようになってきている。客が慎重なのは同じであるが、景気感が影響しているようである。  |
|           | 悪くなっている          | 商店街（代表者）          | 来客数の動き   | ・年末というのに人通りもまばらで、今までに経験したことがないほど冷え込んでいる。   |
|           |                  | 商店街（代表者）          | 販売量の動き   | ・冬物の売行きが悪い。正月用品の売行きもやや落ちている。   |
|           |                  | 衣料品専門店（店長）        | 販売量の動き   | ・暖冬が続いているために重衣料やニットの動きがかなり悪い。  |
|           |                  | 観光型ホテル（スタッフ）      | 来客数の動き   | ・年末年始の宿泊予約は、前年に比べてかなり減少している。   |
|           |                  | 設計事務所（所長）         | 競争相手の様子  | ・業界全体が、悪い景気の中につかっているようで、来年の受注がどうなるのか見当もつかない。   |
| 企業動向関連    | 良くなっている          | -                 | -  | -  |
|           | やや良くなっている        | その他製造業【看板】（経営者）   | 受注量や販売量の動き   | ・取引先は一般商店と企業、大企業の工場が大体半々である。一般商店及び企業からの受注は増加していないが、以前に比べ大企業の工場関連からの受注が増加してきている。受注価格の値引き要請も少なくなっており、少しは景気が上向いている。 |
|           | 変わらない            | 化学工業（総務担当）        | 受注量や販売量の動き   | ・高圧ガスの需要は特に変化はない。少しずつ引き合い物件が出てきている程度である。ガス容器については極めて好調である。   |
|           |                  | 窯業・土石製品製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き   | ・例年受注のある季節商品のキャンセルに伴い、売上が減少したものの、自家製品の売上でやや持ち直している。  |
|           |                  | 金属製品製造業（経営者）      | 取引先の様子   | ・2005年に始まるトラック関連の排ガス長期規制の関係や、工作機械等の受注残、産業機械等では大型の自家発電装置、300キロワット、500キロワット等の海外向けの引き合い等があり、3か月前の良い方向のまま変わらず推移している。 |
|           |                  | 一般機械器具製造業（生産管理担当） | 受注量や販売量の動き   | ・年内に間に合わせなければならない仕事も多く入ってきている。一部の部署では24時間フル操業での対応が続いており、年末年始も休日出社にて増産に対応する計画を立てている。                              |
|           |                  | 電気機械器具製造業（経営者）    | 受注量や販売量の動き   | ・企業間格差が一段と広がっている。多忙がそうでないか、利益が増加したところもあれば赤字のところがあるという、激しく揺れ動いている状況である。   |
|           |                  | 輸送用機械器具製造業（経営者）   | 取引先の様子   | ・それまでは結構動きがあったが、この2～3か月はだいぶ落ち着いて変化がない。   |
|           |                  | 輸送業（営業担当）         | 取引先の様子   | ・暖冬で暖房器具等の動きが悪いが、雑貨等の特売商品的な輸送の増加により、前年並みの輸送量を確保している。   |
|           |                  | 金融業（経営企画担当）       | 取引先の様子   | ・暖冬の影響で人工スキー場のオープンが大幅に遅れたり、冬物衣料など季節商品の動きが鈍くなっている。観光地などもクリスマスイルミネーションなど趣向を凝らしているが、人出の割には金が落ちていない。                 |
| やや悪くなっている | 食料品製造業（製造担当）     | 受注量や販売量の動き        | ・原材料の価格高騰が収まる気配は全くなく、利益圧迫の原因となっている。  |  |
|           | 食料品製造業（営業統括）     | 競争相手の様子           | ・各メーカーとも新種ワインの発売に期待していたが、輸入のヌーボーに押され、思ったほどは荷動きが活発ではない。                         |  |
|           | 窯業・土石製品製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き        | ・例年に比べ、受注量の動きが非常に鈍くなっている。  |  |
|           | 輸送用機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き        | ・12月の受注販売量は前年比5%程度の減少と、3か月前の見込みとは相当なずれが生じている。1～3月についても減少傾向に入っているため、景気は悪くなっている。 |  |
|           | 広告代理店（営業担当）      | 受注量や販売量の動き        | ・年末の広告発注件数は前年並みであるが、配布部数を絞ったり、体裁を縮小したりという動きがあり、受注金額は2割程度の減少となっている。             |  |

|      |           |                           |            |  |
|------|-----------|---------------------------|------------|--|
|      |           | 新聞販売店 [ 広告 ] ( 総務担当 )     | 競争相手の様子    | ・ 今月のチラシ出稿量は前年の103%と回復しているが、百貨店の外商担当の話では、気候、災害、石油類の高値等の影響が大きく、企業関係の減少が続くお歳暮は個人向けを上乘せしても前年を下回り、通常この時期までに出る衣類の売上も不調ということである。                                     |
|      |           | 経営コンサルタント                 | 取引先の様子     | ・ 業績不振が続くなかで、資金繰りに窮する企業が大変多い。  |
|      | 悪くなっている   | その他製造業 [ 宝石・貴金属 ] ( 経営者 ) | 受注量や販売量の動き | ・ クリスマス用の仕入れが少ないばかりか、いつもは多いクリスマス用の商品委託依頼も少ない。在庫の商品を何とか売ろうという姿勢が見受けられる。例年、新年用の準備での受注があるが、今年はほとんどない。   |
|      |           | 建設業 ( 総務担当 )              | 取引先の様子     | ・ 民間工事で見積書を提出していたが、客は設備投資にお金をかけられないので、材料のみを購入し、機械をリースして工事作業は自社で行うとのことである。  |
|      |           | 不動産業 ( 管理担当 )             | 受注量や販売量の動き | ・ 竣工時以来十数年間変わらなかった唯一のテナントから、12月上旬に急に賃貸スペースの4分の1近くを返却したいという申出があった。今月中には現状復帰まで行う予定である。業界では屈指の優良企業でも経費削減の必要があるということで、急な話に驚くばかりである。                                |
| 雇用関連 | 良くなっている   | -                         | -          | -  |
|      | やや良くなっている | -                         | -          | -  |
|      | 変わらない     | 人材派遣会社 ( 経営者 )            | 周辺企業の様子    | ・ 新潟の地震で建築関係の会社は比較的忙しい。今のところ、食品関係も忙しいが、他はあまり変化がない。   |
|      |           | 人材派遣会社 ( 営業担当 )           | 採用者数の動き    | ・ 製造業全般としては、このところ一服感があり、特にIT関連では在庫調整や派遣契約の終了が目立っている。ここにきて好況から調整局面への動きが顕在化してきており、当面、製造関連からの求人オーダーは縮小する見込みである。一方、事務部門では、正社員雇用枠の削減による派遣への切り替え需要を取り込む動きが活発化しそうである。 |
|      |           | 職業安定所 ( 職員 )              | 周辺企業の様子    | ・ 求人1件当たりの求人数もそう多くはなく、複数人募集は派遣、請負が中心である。依然として小規模な企業整備が数件あるほか、年度末にかけても企業整備の話が出ている。  |
|      |           | 職業安定所 ( 職員 )              | 求人数の動き     | ・ 新規求人は若干増加しているが、派遣、請負の比率が高まっている。3月の法改正後から、製造業等で徐々に派遣に切り替えている事業所数が増加している。  |
|      |           | 職業安定所 ( 職員 )              | 採用者数の動き    | ・ 新規、有効求職者数とも3か月連続で減少しているが、パート有効求職者の割合が増加している。新規求人数は微増であるが、パートの割合が3割を超えており、求職者が希望する正社員への就職が難しくなっているために、就職者数は伸びていない。  |
|      |           | 民間職業紹介機関 ( 経営者 )          | 求人数の動き     | ・ 求人に変化はみられないものの、採用への積極性に欠けてきている。  |
|      |           | 学校 [ 短期大学 ] ( 就職担当 )      | 求人数の動き     | ・ 情報、技術、介護など、専門職の求人は根強いが、事務など管理部門は例年と変わらない。  |
|      | やや悪くなっている | 求人情報誌製作会社 ( 経営者 )         | 求人数の動き     | ・ 年末にかけて季節的に求人募集は多いものの、多くは臨時社員やパートであり、正社員は横ばいである。さらに中高年の状況は厳しい。  |
|      |           | 新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )      | 求人数の動き     | ・ 人員が少し不足気味であっても、年末なのでもう動かないだろうということで我慢して過ごし、年が明けてからパート、アルバイトの求人を出そうという客が増えている。12月半ば以降は、もう出さないでおこうという客が圧倒的であり、求人数はかなり減少している。                                   |
|      | 悪くなっている   | 求人情報誌製作会社 ( 経営者 )         | 求人数の動き     | ・ 12月半ばから年初にかけての求人広告は、この2年の売上でみても極端に悪く、広告依頼が激減して悪くなっている。   |