

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	コンビニ（店長）	・数か月前に始めた声がけや試食販売が絶好調である。主婦や5、60代の女性は400円ぐらいまでなら財布のひもが緩むようである。
		通信会社（営業担当）	・家庭内のデジタル化が進んでおり、本格的なデジタルブームの予兆が感じられる。当社でも大量にスタッフを採用し、営業を活性化していく。
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・大手メーカーの場合、実績金額が上がってこない場合は商品の投入も抑えられるが、昨年、一昨年と数字ができてきたコーナーがたくさんあるので、品ぞろえが十分できて商品の動きが活発になる。
		家電量販店（店長）	・エアコンや冷蔵庫などの季節商品が景気を引っ張ってくると期待している。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の投入やボーナス商戦も始まるため、やや良くなる。
		その他専門店〔携帯電話〕（営業担当）	・夏のボーナス商戦に入るとともに、携帯電話の新機種発売も見込まれているため、客の動きも活性化してくる。
		一般レストラン（経営者）	・会社関係の予約等に変化がみられるので、多少動きが出てきたということで期待が持てる。
		タクシー（経営者）	・今年に入ってから毎月売上が伸びている。この先も良くなると見込んでいる。
		ゴルフ場（副支配人）	・今月は前年比で入場者が10%、売上が8%程度減少しているが、向こう3か月は引き合いが大分あり、今のところ前年並みの取込みを確保しているので、若干上向きとなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街からテナントが何軒も撤退している。多少人を使っているところでも、従業員はほとんどパートである。客は買物を安物で間に合わせているようである。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・前月は米国牛肉の輸入再開という期待があったが、まだまだ先は長くなりそうである。良くなる条件がない。
		百貨店（販売促進担当）	・消費者は新しい物、身の回りにない物を購入する傾向にあり、既にたんす在庫で持っている物などは全く欲しがらない。これからは幅広く新製品、珍しい商品、企画商品を手掛けていかなくてはならない。
		スーパー（販売促進担当）	・4月も販売量が9掛けの状態である。セール企画などを増やしても、来客数や売上の上昇にはつながらない。今後も同じような状況が続く。
		コンビニ（店長）	・暑い寒いにかかわらず、客は必要な物は買うし、必要でない物は我慢して買わないので、景気は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・夏に向けて衣料品のヒット商品があまりない。今後ますます身の回りの商品だけの購入にとどまってしまうであろう。
乗用車販売店（従業員）		・ボーナスの支給時期になり多少の改善は見込まれるが、愛知万博等に影響され、新車まで資金が回らない。	
乗用車販売店（営業担当）		・個人ユーザー、法人ユーザーとも車の走行距離が増え、車検の時期に合わせての台替えになりつつある。多くはまだ見込めない。	
一般レストラン（業務担当）		・大型連休期間の来客数は前年並みに望めるが、それ以降は反動で売上の減少が懸念される。6、7月の宴会予約が全くよめず、前年を達成できれば良いほうである。	
都市型ホテル（スタッフ）		・総会シーズンに入るが、先の予約も大きいものはあまり入っていない。宴会なしという総会もある。	
旅行代理店（従業員）		・愛知万博の影響で、前年よりは多少売上が上がっているが、開催終了後の影響を心配している。	
旅行代理店（営業担当）		・安価な海外旅行で人気の中国がつかずいてしまい、農家を中心としたグル-プなどの団体旅行も低迷が続いているので、多くは期待できない。	
タクシー運転手		・2、3回プロ野球の試合が予定されているが、一時的なものであり、他に月間需要を見込める要素は見当たらない。	
観光名所（職員）	・観光客の申込状況は例年並みと思われるが、レストラン、ホテル関係は節約ムードから、一部人気の高い店を除き、売上は例年を下回る見込みである。		
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・今年は3～6回目の車検対象車両の戻り年に当たり、若干入庫量が増える見込んでいる。		

	設計事務所（所長）	・仕事の依頼はますますだが、予算の打ち合わせで契約までに時間がかかるため、必ずしも良い方向とはいえない。	
やや悪くなる	スーパー（店長）	・昨年、業績対策のために夜間営業を始めたが、周辺競合店もほとんどすべて夜間営業を始めたため、メリットはなくなった。後は経費削減の手を打つのみである。	
	スーパー（統括）	・これまで緩衝材となっていた中間物流が排除されたことで、原材料の相場の動きがより早く小売段階に影響を及ぼすようになっており、中国を始め、世界の激動の影響がすぐ商品原価に現れる。しかし、客離れを懸念し、相場に合わせて小売価格を変化させきれないため、収益性はますます悪化する。客の節約志向の高まりから、消費もより慎重になる。	
	衣料品専門店（店長）	・近くの大型スーパーが撤退し、集客の核がなくなる予定なので、まだまだ厳しい状況は続く。	
	衣料品専門店（販売担当）	・駅前にオープンしたショッピングセンターの開店景気はこのまま3か月くらいは続く。客の流れがかなりそちらに向かうので、大きく影響を受ける。	
	その他専門店〔燃料〕（経営者）	・原油高騰により、販売量が減少する。	
	スナック（経営者）	・2月以降悪化し続けており、上向き気配がない。消費マインドは冷え切っており、そう簡単には上向いてこない。	
	観光型ホテル（経営者）	・現在の当地区にプラスとなる材料はあまりない。愛知万博の影響で、国内の客の目は西日本に向いており、最近増加傾向であった海外からの客に関するも、韓国、中国と反日感情が高まっていることもあり、キャンセルが出ている。	
	都市型ホテル（経営者）	・企業研修、工場生産の減少のためか、出張者が減っており、宿泊者数にも影響が出始めている。今後、新製品でも出ない限り、大きな動きはない。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、宴会、割烹、各レストランとも、今後2～3か月の予約状況は前年をかなり下回っている。これから総会、叙勲関係などの会があるが、催事が一番少なくなる時期なので、今後の販売促進活動をどう行うかが一番の課題である。	
	ゴルフ場（支配人）	・ゴールデンウィークの予約は前年に比べ良くない。予約の際も料金値引きのみが先行しており、非常に不安を感じている。	
美容室（経営者）	・ゴールデンウィークはレジャーにお金が出るので、例年売上が下がる。6月に雨が続きとカットが多くなり、単価が上がらなくなる。		
悪くなる	スーパー（経営者）	・業界全体で既存店の前年割れが続いているにもかかわらず新店ラッシュとなっていることから、今後は、競争激化でますます体力のない企業が衰退していく。	
	コンビニ（店長）	・当商店街は郊外にあり、周囲に広い空地がまだまだあるので、大型店が更に進出してくる可能性があり、ますます景気は悪くなる。	
企業動向関連	良くなる	-	
	やや良くなる	プラスチック製品製造業（経営者） 窯業・土石製品製造業（経営者） 新聞販売店〔広告〕（総務担当） その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・自動車関係が若干上向きなので、受注量が増加すると期待している。 ・新商品及び、万博関係商品の受注量が増加する見込みである。 ・新聞本紙の広告はやや減少しているが、チラシ出稿量には大きな変化がみられない。その中で、就職、求人募集の広告は順調に推移しているということなので、雇用関係から景気回復が望める兆候かもしれない。 ・客の設備投資は全体的に増加傾向にあり、今後も同程度の投資が続く見込みである。
	変わらない	化学工業（総務担当）	・海外からの受注はますますと思われるが、国内のメイン商品に大幅な価格値引きが出てきそうである。収益を圧迫するのではないかと懸念している。
		一般機械器具製造業（生産管理担当）	・現状の仕事量が大きく落ち込む要因は見当たらない。
電気機械器具製造業（経営者）		・今以上に落ち込むことはないだろうが、引き合いが少なく、まだ具体的な数字はみえてきていない。	
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） 輸送業（営業担当）	・春先の宝飾品が動く時期であるが、企画商品を除く通常のルート販売での卸売は依然厳しく、先行きは不透明である。 ・夏場に向かい仕事量は増すが、燃料高騰のため負担は大きい。荷主と運賃アップ等を交渉しているが難しく、運行費をいかに軽減するかが問題である。	

	経営コンサルタント	・中小企業の大半はまだ財務的に再生途上であり、抑制的、緊縮的な経済活動を強いられている。	
やや悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・国産大豆の高騰が全然収まらず、価格は2倍になっており、外国産も高値のまま下がっていない。また、石油製品の高騰で流通経費から包装資材まで値段が上がり、経費や人件費の削減などでは追いつかない状況になってきている。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・今年は例年と違い新製品もなく、従来品の在庫調整が続いている。6月ぐらいまでかかってしまう可能性もあり、やや悪くなる。	
	金融業（経営企画担当）	・中国の反日デモの影響で、若干ではあるが中国人観光客の予約キャンセルが出ていると聞いている。日中双方の今後の対応次第では影響が残りかねない。	
	広告代理店（営業担当）	・販売そのものに、大きく伸びる要因が見当たらない。宣伝広告を積極的にやろうという意欲と予算が少ない。	
	その他サービス業〔放送〕（営業担当）	・中長期のコマーシャル契約が減少してきている。スポットコマーシャルも期間が短くなり、小口化している。値引き要求も強く、利益の確保が難しい。先行き不透明感が強い。	
悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・現状から良くなるという感触や動きが全く感じられない。非常に悪い。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注面については前年比約20%程度ダウンと大幅に落ち込んでいる。今後3か月の見通しも前年比15%減と、非常に悪い傾向に入ってきている。	
雇用関連	良くなる		
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・春夏物の商品購買を期待し、商品陳列や採用者に動きがみられる。原油価格の動きによっては、住宅関連など石油製品等を取り扱う製造ラインの人員増が期待できる。電気電子関係は、夏物に向けて新製品の生産に少し力を入れており、採用者が見込まれる。全体的にやや上向きの見通しである。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・売上は前年より下がっており、仕事の受注見通しでは期待できるような材料は特にないが、経費削減等の効果があり、利益は売上の下げ幅ほどは下がっていない。
		人材派遣会社（営業担当）	・一部のIT関連の製造業は、ここ数か月は上向きの状況が持続しそうである。個人情報保護法施行に伴う書籍関連業種からの派遣特需が若干あるが、売上全体を押し上げるほどではない。病院事務、ホテルの経理事務、食物サービス会社の経理事務など、様々な業種からの派遣需要は堅調であるが、求職者、登録者数が不足状態のため、契約成立がままならない。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・大半の企業では仕事はまあまああるが、数年前に比べると利益が少なく、既存の取引先のみだと、値下げで自然に売上が減少してしまう状況にある。そのため、経費削減を考えなくてはならず、人件費を抑える等、景気回復には悪循環である。
		職業安定所（職員）	・有効求人等の年度切替え時期のため、例年並みの増加はみられるが、派遣、請負等の非正規社員の募集が増加しているため、安定した雇用が期待できない。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・企業の採用活動は早期化、長期化している。前年度は夏以降求人が激減しており、現時点での企業動向や求人状況からみても、夏前後の求人が上向きになるという期待感は少なく、現状維持である。
	やや悪くなる	民間職業紹介機関（経営者）	・原油の高騰は原材料の値上がりに直結しており、警戒感が相当強まってきている。社員の通勤費（ガソリン代）まで話題となる企業が増えているので、先行きはやや悪くなる。
悪くなる			