

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（経営者）	・酒の取扱を始めたということが段々広まっていくということに加え、年末年始や地域の行事、バレンタインデーやホワイトデーなど、売上になるものが目白押しである。それらのものをどれだけ細かいところまで拾えるか、知恵を出し合っているところである。
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・年末からクリアランスセールを行い、1～2月を乗り切ろうと考えている。昨年在品薄だったということもあり、十分商材のある今年は数字が期待できそうである。春物も早々に入れて、新しい客の需要にこたえていきたい。
		乗用車販売店（従業員）	・最大需要月になり、新型車も発売されるので、販売台数、売上共にやや良くなる。
		住関連専門店（仕入担当）	・寒さがずれ込んでいる分、1、2月の数値は改善される見込みである。ただし、季節品は処分期に当たるため、利益率の確保は困難である。
		その他専門店〔携帯電話〕（営業担当）	・2月上旬に新たな場所に店舗をオープンするため、今年度の最大の山場を迎える。
		通信会社（営業担当）	・以前より客の放送通信に対する考え方が高度化してきており、デジタル関連機器に対する理解も次第に深くなってきている。時間は掛かっているが、デジタル3種の神器はまだまだ右肩上がりであり普及してくるだろうし、昨今の民放でのアナログ終了CMの影響もあり、早期テレビ購入が進んでいく見込みである。
		遊園地（職員）	・新型アトラクションの効果もあるが、売店、食堂の客単価も上昇しており、景気の回復が感じられる。
ゴルフ場（従業員）	・客の問い合わせ等が増えているので、それに伴い、単価も若干上がる見込みである。来客数についても、これまでどおり伸びていく。		
変わらない		百貨店（営業担当）	・数か月前に比べて来客数が伸び悩み、若干前年を割り込んでいる状況なので、この先良くなるようなことは特に感じられない。
		乗用車販売店（営業担当）	・若い人を中心に2、3か月先の商談が開始したが、件数は依然として少ない。
		乗用車販売店（販売担当）	・以前は展示会を開催するたびに何らかの客のアクションがあったが、最近はチラシを入れてもかなり値段を安くしない限り客が食い付いてこない。そのような状態がずっと続いているので、今後も変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・来年1～3月くらいは観光客の減少で周辺ホテルの景気が良くないという地域性もあるので、現状維持くらいであまり期待はしていない。横ばいかそれ以下になるのではないかとみている。
		旅行代理店（経営者）	・地方では若者を中心として働く場所、雇用に問題がある。パートや契約社員が多く、ちゃんとしたところに働き口がない上に、これからいろいろな負担が増え、可処分所得が増えていかない。そういうなかで消費支出は増えないので、現在の低迷が続き、上昇は見込めない。
		通信会社（営業担当）	・地方都市は人口減少と高齢化が進むなか、公共事業も減る一方である。1割の勝ち組に9割の負け組という状況で、現状維持が精一杯である。
		ゴルフ場（副支配人）	・引き合いはあるが価格競争が激しくなっているので、なかなか経営の改善は見込めない。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員）	・今月は年末にかけて来客数が極端に増えていくという傾向があまりみられない。ただし、単価が上がっていることで売上は微増の状態である。今後については、やはり当店のよう2～3千円で済むようなエンターテイメントに関しては客が増える傾向にあると予測している。
		設計事務所（所長）	・年明けからに期待はするものの、とても良くなるとは考えられない。公共物件も期待薄である。
		住宅販売会社（経営者）	・不動産の売買は、値段が安いものはどんどんさばるが、相変わらず街の中の店舗等については、撤収、閉鎖等がまだ見受けられ、シャッターが開かない状況が続いている。
住宅販売会社（経営者）	・世間一般では景気回復といわれているが、地方の中小零細企業ではそれほど景気回復感がない。それ以上に単価の引き下げ、条件の変更等、不利な条件が重なってきている。金融機関の借入金利上げと経費はかさむ一方である。		

		住宅販売会社（従業員）	・販促企画を打っても来場者数は増大せず、どのようにして前年同期以上の実績を残すか苦慮している。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・客から来年は各種負担が増えるので支出を抑えるという話を聞いている。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・すぐ近くに百貨店ができたというのも一つの理由であるが、また大型スーパーが近隣に2、3できる予定で、それらがマイナス要因である。
		百貨店（販売促進担当）	・郊外の大型施設の影響は今後も続く。個人消費力も力強さがないので景気の上昇は期待できない。
		スーパー（経営者）	・当社商圈内に競合店が出店したため、売上を上げることが非常に困難になってきている。
		スーパー（経営者）	・来年1月と3月に既存店舗の近くに競合店2店の出店予定がある。
		衣料品専門店（販売担当）	・3か月先までの長期予報が全体的に暖冬傾向なので、それを考慮すると、セールでかなり値下げしたとしても、厚手の高額品の動きは鈍い状況が続いていくと予想され、あまり芳しくない傾向である。
		高級レストラン（店長）	・当店は常連客が多いが、月に1、2回来店していた客が2か月に1度になったり、逆に単価に関係なく良い商品を注文する客がいたり、客の様子からも格差が拡大していることが感じられる。全体的には8割程度の客は厳しい状況のようである。
		一般レストラン（業務担当）	・新年会を行う企業、職場が前年の50%減となっている上、飲酒運転に対する罰則強化に伴い、夜の宴会でも「酒は飲まない」という客が増え、売上の減少要因となっている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・今年は例年に比べ現時点での降雪量がかなり少なく、スキー場の状態は良くない。そのせいもあってスキー客の動きが悪く、スキー客メインの冬季予約状況は予想以上に落ち込んでいる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・昨年の第一四半期は、宿泊関係の稼働率が50数%という非常に低い数値であった。今後2～3か月先も今のところ客がついていないので、当分我慢しなければならない。ネット関係にも力を入れていきたい。
		旅行代理店（副支店長）	・地域的にスキー場関係の納入業者も多いため、雪不足を心配している。雪不足で思うような客入りがないと、この先は最悪となる。建設業者の除雪作業も減少する。農家は今後の農産物の出荷状況次第で良くなったり悪くなったりということである。
	美容室（経営者）	・今月はボーナスの時期であったが、当店では売上が前年度比3%減と目標に達しなかったため、従業員に少しでも就業意識を持って頑張ってもらうために、あえて今年は賞与をカットしている。地方都市なので、もちろんボーナスが出ない企業も多かったが、その人たちはお金を使わなくなってきている。これから2～3か月後は、子供のいる家庭は教育費でお金が出ていくので、更に厳しくなる。	
	設計事務所（所長）	・今、仕事の情報が少ないということは、2～3か月後に仕事になる部分が少ないということになる。この地域の建設関連はあまり良い状況になく、悲観的なところが多い。	
悪くなる		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・隣の町で大型スーパーができたため、地元の小さなスーパーが自己破産したようで、当店もなくなるのではないかと、客が心配し、「頑張ってください」などと励ましの言葉ももらっている。小売店がダメになっていくような大変厳しい世の中になってきている。テレビ等で大企業は良いような状況が流されているが、当地域のような過疎化の町はかなり難しい問題を抱えていることを理解して欲しい。
		衣料品専門店（統括）	・11月に大型ショッピングセンターの開店があったが、3月には中心街から少し離れたところに大型商業施設が開店する。現状では中心街がどうにもならないような状態であり、非常に心配している。また、暖冬の影響もあり、今年の冬物の販売量は非常に悪い。
		スナック（経営者）	・フリーの来客数の落ち込みに歯止めが掛かりそうもない。忘新年会シーズンが終わった後が思いやられる。
企業動向関連	良くなる	不動産業（管理担当）	・1月から入居するテナントの準備工事が始まり、その分賃貸収入は増加する。最近、築年数経過による小さな補修工事が相次いでいるが、今回入居が決まった賃貸収入が大きいので、収益に与える影響は小さい。
	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・1月から放映予定の大河ドラマの効果が徐々に現れ、春先以降、工場見学者の増加が見込まれている。

	化学工業（経営者）	・昨年に比べて利益が出ているユーザーが多くなってきている。利益処理のため、例年3月末に向けて受注が増えていく傾向にあるので、期待している。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・新規品を前月から緩やかではあるが受注し始めた。	
	一般機械器具製造業（生産管理担当）	・航空分野向けの新規量産の仕事が立ち上がる予定であり、収益に大きく貢献すると期待している。世の中の変化が激しく、従来の仕事のみではじり貧は避けられない状況である。	
	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注量が増加し、納入物件が増えるため、収益の改善が図られるのではないかと期待している。	
変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品の展開、取引先受注量の増加等が見込まれ、やや良好と期待できるが、ネット受注に関しては予想が付かない状態なので、一層の展開が必要である。	
	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・今後3月ごろまでは、平成18年度の予算消化の事業となる。大きな期待はできない。	
	金属製品製造業（経営者）	・特装車両関係は2～3月が下期で生産を上げるので、受注も増える方向にある。また、工作機械関係は親会社が日本の最大手自動車メーカーと業務提携し、株の持ち合い以来、来年度の7月まで受注が一杯である。その分我々も受注がたくさんある。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・景気は勝ち組と負け組がはっきり分かれていて、同業者でも仕事のあるところとないところがはっきりしている。当社においては、しばらく良い状況が続く。	
	経営コンサルタント	・季節要因で動いている個人消費や中小企業の設備投資が、年明け後、どこまで続くか不透明である。	
やや悪くなる	一般機械器具製造業（経理担当）	・海外調達や海外生産が次々に進んでいる。	
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・夏から秋にかけてローンで無理やり宝飾品や呉服を販売した業者の摘発、倒産により、展示会での宝飾品販売は大きく下がっている。当社でもその影響が大きい。高額品も動かず、次の倒産劇を懸念して業者間の取引にも慎重にならざるを得ないため、売上は伸び悩む。	
	広告代理店（営業担当）	・春の商戦への販促予算が伸びていない。消費が大きく伸びる話題はなく、個人収入も伸びず、厳しさ以外に何もみえない。	
	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・年間でも一番出稿の多い時期である元旦のチラシ出稿量が前年の80%という地域が散見される。例年これから先の出稿量は少なめなので、あまり期待できない。	
	その他サービス業〔放送〕（営業担当）	・広告の多様化により広告業界の受注競争が激しさを増してきており、増加していた商業、サービス業からのスポットコマースが減少に転じており、回復が見込めない。イベント受注が大型店、商店街を中心に一件当たりの受注額が減少傾向にある。	
悪くなる	建設業（総務担当）	・決算後3か月が過ぎたが、依然として受注高は厳しく、相変わらずの安値受注も続いている。原価管理をしっかりと浸透させ、赤字工事が出ないように取り組んでいる。	
雇用関連	良くなる	-	
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・先行き不安感をもっている企業もあるが、雇用調整を行わない企業が増加している。
		職業安定所（職員）	・今年度に入ってから各月の求人数が前年比で増加となっている。この傾向は今後も継続する。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・製造関係は、自動車、電子関連で今月は求人も多く、生産が追い付かない状況であったが、生産調整に目立った動きがなさそうなので、3か月後は動きが落ち着くか落ちるのではないかと予想している。小売、販売等については、年末年始ということで期待している。
		職業安定所（職員）	・紹介就職者数が増加傾向にある一方で、新規求人数が減少傾向にあるなど、一部の指標で弱い動きが生じてきているため、変わらない。
職業安定所（職員）		・求人数、求職者数共に徐々に減少しているような状況であるが、有効求人倍率自体は変動幅が少ないので、あまり変わらない。	
学校〔短期大学〕（就職担当）		・企業も2008年度3月卒業予定者への採用活動を始めており、既に求人票が送られてくるケースも増えつつある。一方、事務職を中心に今年度の採用活動を継続している企業からの問い合わせもあるが、多くの場合、今年度はあきらめ、来年度の採用活動で取り戻そうという姿勢がうかがわれる。	

やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・食品関係の仕事が多く、12月までは忙しいが、来年になるとかなり減る予定である。
	求人情報誌製作会社（経営者）	・当地区では一部の企業のみ回復状況にあるが、全般的にはまだ不透明である。
	民間職業紹介機関（経営者）	・求人をけん引するメーカーに一服感が出始め、入退社が多い企業以外は、採用に慎重になってきている。
悪くなる		