

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	通信会社（営業担当）	・年末商戦により家電に対する需要が高まり、景気は上向く。特に、年末の賞与に対しては、給与に比べ企業利益を反映する傾向があるので消費が上向くと見込んでいる。
	やや良くなる	衣料品専門店（販売担当）	・最近出た今年の冬は寒くなるという長期予報も後押ししてか、幾分ニット類などの要望が増えてきている。それほど厚手のものではないが、羽織物の要望もかなり多くなっているため、先行きはやや良くなるとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘新年会がピークを迎える時期なのでやや良くなるとは思いますが、老舗の競合店舗が廃業してから初めて迎える年末年始だけに、自社の努力、営業力によるものではなく、競合減少により、予約がいつもに増して活況になっていると理解している。
		住宅販売会社（経営者）	・当地域の人口は増加傾向にあり、住宅、マンションの建設ラッシュが続いている。客の購買意欲にも期待が持てる。
	変わらない	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・今月も原材料の値上げ、また、電力、ガス等の値上げの話が出てきている。これが商品代金に上乗せとなるが、乗せない訳にはいかないので、景気が良くなるとは考えられない。
		百貨店（営業担当）	・客の様子を見ているとあまり変化は無い。買上単価、販売量共にあまり変わった様子は無い。
		百貨店（販売促進担当）	・ショッピングセンターを含め競合店とのパイの争奪戦は、お歳暮、クリスマス商戦に向けて更にし烈になることが予想され、現在同様厳しい状況が続く。
		スーパー（総務担当）	・消費動向からみると景気全体は全く変わらず、良くなっていない。不透明感、不安感もあり、横ばいあるいは若干下降気味といった状態が続いている。
		衣料品専門店（店長）	・食料品やガソリン等、家計に密着した商品の値上げの影響が、消費マインドの冷え込みにつながり、なかなか景気回復にはならない。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の導入もなく、まして車への関心が希薄になっているため、集客率を上げることはできない。
		乗用車販売店（販売担当）	・これから年末にかけて年末商戦の折込チラシ、広告宣伝を打つが、同業者の販売店やディーラー関係で聞くと、新型が出てくるのに宣伝してもなかなか客が寄り付かないということである。全体的に低いレベルで客が来て、売れる台数も低調であり、これから2～3か月先についても、宣伝や広告をしても大して変わらないのではないかとということで、周囲も含めて意見が一致している。
		住関連専門店（仕入担当）	・年末に向け、原油高騰による影響が危惧されるが、販売への影響はさほどでもない。暖冬で厳しい状況となった昨年よりは上積みが可能である。
		一般レストラン（経営者）	・ガソリンの値上がり、酒酔い運転による罰則の強化が客に相当影響するのではと思っていたが、今のところその様子はない。
		都市型ホテル（経営者）	・都心部のみ景気が良いようで、地方都市まで景気の波は来ていない。
		旅行代理店（支店長）	・2、3か月後は年末年始となるが、今年はカレンダーの配列が良く、海外を中心に販売が活発である。また、正月を中心に国内の宿泊客も増えている。
		旅行代理店（副支店長）	・都市部と違って地方の場合は景気が良くなる要素がないとは言えないが、少ない。また、燃油等の値上がりがこの先、地元農家、個人事業主に大きなダメージを与えることは必須である。収入源になり、余分な貯蓄もできないために、余暇で旅行に足を向けようとはなかなか思わないので、景気は悪化する可能性の方が高い。
		タクシー（経営者）	・夜の動き、特に深夜の動きが伸びないので先行きが心配である。12月の夜の動きに期待したい。
ゴルフ場（従業員）		・来客数はこれといって予約が伸びているわけでもなく、単価の動きもこのまま横ばい、若干プラスぐらいの推移と見込まれるため、総じて変わらない。	
競輪場（職員）	・他の競輪場、公営競技共に、販売額、入場者数の変化はそれほどない。		
設計事務所（所長）	・少しずつではあるが情報が入ってくるようになり、先月よりは少し状況が改善されてきているが、これ以上改善される見込みはない。		

	住宅販売会社（経営者）	・首都圏の小バブルとは異なり、状況打開の要因がなく、状況が急転することは考えにくい。需要に関しては潜在的なものも多く、動きが良くなれば自然に好景気感が感じられる要因も出てくると思われる。
	住宅販売会社（従業員）	・今後、金利は上昇するのか判断に迷い、もうしばらくは様子を見るという客が多く、成約に結び付かない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・連日報道される食に関するブランド不信が年末にかけてポディブローのように効いてきそうである。
	商店街（代表者）	・路面店の営業は非常に苦しくなる一方である。大型店の進出と共にネット販売が激しくなり、店での買物客は年々減少している。
	百貨店（総務担当）	・ガソリンの再値上げ、小麦粉の高騰、配送加工により諸物価の更なる高騰が考えられるため、消費は低迷する。
	百貨店（販売促進担当）	・地方の百貨店では客のほとんどがマイカーでの来店であり、昨今のガソリン代の値上げ、一部食料品の値上げ続きで、マインド的に客が買い控えをすることが懸念され、売上は減少する見込みである。
	スーパー（販売促進担当）	・原料高騰による買い控えは今後一層進む。店で価格上昇分を負担している部分もあるが、メーカー加工品などで量目が減ったり、値段が高くなっているものがあるため、客は全体的に高くなっていると感じているようである。チラシでの特売訴求効果にも限界があり、なかなか客の財布のひもを緩めにくい状況である。
	スーパー（統括）	・食品各メーカーの値上げ報道により、消費者の警戒感が増す恐れがあり、特定商品の価格凍結宣言などを駆使しているものの、全体傾向としてガソリンや基礎調味料の値上げで、消費意欲の減退は避けられない情勢である。
	高級レストラン（店長）	・繁忙期に近付いてきたが、忘年会、新年会の宴会予約は出足が遅く、今のところ前年を下回りそうである。
	一般レストラン（業務担当）	・11、12月の忘年会予約は組数、客数、料理単価、いずれも前年を下回っている。通信販売部門も9月までは前年比150%の成績だったが、10月は前年並みである。今後の見通しもおおむね前年並みの予定である。
	スナック（経営者）	・ガソリン代やもろもろの物価が上がってきており、消費は落ち込んでいくと思われ、良くなる要素はない。とにかく居酒屋の飲み代というのは真っ先に削られていく部門なので、先行きが心配である。
	観光型ホテル（経営者）	・過去のデータが参考にならないほど、消費者の生活習慣や趣味趣向が変化していて、対応が難しい。
	都市型ホテル（スタッフ）	・2～3年前からの利用客にダイレクトメール等を送っているが、なかなかリピートが取れない状況である。旅行会社、インターネット予約等があまり活発でないという心配もあり、今後特に代理店へのセールスを強化しないと非常に不安である。身近な企業、団体の忘年会は何とか取れそうである。
	タクシー運転手 通信会社（営業担当）	・法人からの依頼が減少している。 ・地方ではただでさえ人口が減り、高齢化が進んでいる。もともと購買力が乏しい上に、年金問題などのあおりを受け、加えて各種石油製品の高騰で、購買意欲が一層減衰している。
	ゴルフ場（支配人）	・ガソリン代など燃料費の急騰により、遠距離からの来場者は乗り合わせが多くなる。この状況が続くと近場のゴルフ場に場所を変更することが予想され、来場が減少する。
	美容室（経営者）	・地方の小さな町では、格差社会を実感する。他業種でも新規に開店をした飲食店が1週間後には客が遠のき、大変そうであるなど、人口が増えないところでは客の奪い合いだけで厳しい。大手の企業も参入してくるので、地元でこつこつ営業していたところは一気に売上が下がってくる。シャッターを閉めるメインストリートを見ていると、希望的には思えない。
設計事務所（所長）	・法の改正により、建築確認の審査が遅れており、着工が大幅に遅れている。特に大型物件でそのような現象が見られるとのことであるが、一般の住宅にも影響が出ている。建築関係の動きが停滞しているため、先行きの景気動向は悪くなる。	
設計事務所（所長）	・3か月前と比較して、客の動きも仕事量も変わっていない。危機感を持っている企業も少なくない。	

	悪くなる	商店街（代表者）	・ガソリンを始めとする原油の高騰により、食品、雑貨等が軒並み値上がりしており、前年同時期はこのような値上げがなかったことから、先行きは不安材料が多い。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・今まで30年近く商売をしているが、今年ほど悪い年はない。とにかく悪い。政治的にも将来お金が掛かる話ばかりで、不安から客が買い渋りをしている。
		コンビニ（店長）	・原油はどんどん値上げされ、それに付随する諸物価も上がり、景気は悪化し我々の生活も苦しくなる。
		衣料品専門店（経営者）	・当店のイベントセールスのマンネリ化や客の90%以上が固定客で高齢化しているなど、問題も大きい。中心市街地の衰退による極端な来街者数の減少にも拍車がかかっており、とどまるところを知らない。将来に対する展望は開けない。
		家電量販店（店長）	・原油や原材料の高騰で物価が上がっている中、趣味し好品の大型テレビやパーソナルコンピュータなどが買い換え対象として、消費者の中で購入優先品となるか、非常に心配である。
		住関連専門店（店長）	・商品の販売単価の高騰及び競合他社を含めた店舗の飽和状態にある。
		観光名所（職員）	・個人の所得が毎年減少しており、高額な買物についての消費は落ちている。特に、当社が扱う別荘については、金額も高いので、販売量が大きく減少してきており、今後もそのような傾向が続く。
企業動向関連	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・当社の仕事は4つほど種類がある。そのうちの環境機器については、開発、製造、直売、リースまでを一手に行っているが、予算の時期に入り、1～3月で決まってくるところがみえてきたので、仕事は上向きとなる。
	やや良くなる	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合いが多く、客は情報化投資におう盛であるものの、原油相場が高値で推移し、急激なコスト増につながると、先行きの不透明感から一時的に投資が停滞することも予測できるため、難しい局面に差し掛かってきたと感じている。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・取引先の年末商品受注は見込めるが、当店の店頭商品の販売動向が大変悪く、PRしても商品に対する地場的な価値観が少ないため、反応が非常に少なくなっている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注量、販売等、新規の仕事も大変入っており、このまま忙しい状況が2～3か月は続く。
輸送業（営業担当）		・物量確保の輸送受注は例年並み以上は確保できそうである。現状、コスト削減対策でドライバーに対してのデジタコ（デジタルタコグラフ）管理や運行指導、燃費向上のための車両入替えなどを行っているが、11月からの燃料値上げに対し、荷主の運賃転嫁と協力会社の輸送稼働を増やして対応していかなければならない状況になりそうである。	
	司法書士	・司法書士をしているが、現在も破産関係の事件が多くあるので、近い将来そう良くなるということはない。	
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・材料や基本的な商品の値上げが景気全体に悪影響をもたらしていく。	
	食料品製造業（営業統括）	・例年であると既に国産ヌーボーも出回り、やや景気も持ち直す時期であるが、相変わらず出荷量も伸びず、原価の上昇要因もあるため、ますます厳しい状況になりつつある。	
	一般機械器具製造業（生産管理担当）	・建設機械、油圧機器分野の増産傾向は変わらないが、他分野での大きなプロジェクトが終了することもあり、そのマイナス分を埋めることは困難である。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・仕事はあることはあるが、やればやるだけ持ち出しという形になってきている。製造業はこれからどうやっていけばいいのか、非常に苦しい状況が続いている。ここが思案のしどころか、という気がしている。中国価格が一般的になり、日本の賃金体系ではどうしても採算が合わない仕事が増えてきている。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・大企業の繁栄に比べ、小企業はいまだにコストダウン、生産調整などを余儀なくされ、厳しい状態が続いている。大企業との格差はますます広がり、小企業はより一層苦しくなっていく。	
	広告代理店（営業担当）	・年々年初の商戦に向けた販促の引き合いは前年比1割減となっている。実績のなかった都内の代理店が地方にまで仕事を取りに来ていて、体力の少ない地元代理店は都内から競合の激安価格に対応できない。今後もこの傾向は続く。	
悪くなる	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・8月から前年比での売上ダウンが続いている。秋、冬用の商品の動きも鈍く、見通しは暗い。	

		建設業（総務担当）	・当地における建設業者、特に土木、舗装工事主体の会社は相変わらず安値受注で、決算は当期欠損、前期に続き2期連続赤字の会社がほとんどである。公共工事発注先も建設行政の今後について、真剣に展望も共に考える時期である。
		不動産業（経営者）	・近年の大手や老舗の消費期限問題等をみても、そうでもないかと経営的に成り立たない構造的な問題があるのではないかと思わせる。また、インフラを含め、会社が人を育てられない状況では、基盤がぜい弱かつ、うんでおり将来性は期待できない。中小企業個人商店の廃業倒産数と額も増大している。
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）	・大手がオープンを控えているため、雇用はかなり発生している。年明けにはアウトレットの増床オープン、国道沿いに大型商業施設の計画も出ているので、かなり雇用については活性化するので、求人情報誌の景気は上向いてくる。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・地域の基盤企業の間接決算、今後の見通しでは、通期の決算に下方修正などなく、当初通り、強気の見通しである。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・景気の低迷で、人材派遣の募集広告枠が以前よりも平均して小さめになってきている。
		職業安定所（職員）	・新規求人は横ばいで推移しており、大きな変化は見られない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が前年比、前月比共に減少傾向を示しているが、求人数が大幅に増加する要因は特に見受けられないため、変わらない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人をけん引する製造業の求人は堅調であるが、原油高の影響を懸念する動きが顕著になってきている。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月比で大幅に減少している。特に、主要産業である製造業の減少幅が大きい。	
	職業安定所（職員）	・小口の人員整理や零細企業の倒産が数件あり、今後も増えそうな状況にある。原油や原材料の値上げが中小零細企業に重くのしかかっているようである。	
	悪くなる	-	-