



茨城県

# 茨城県景気ウォッチャー調査

(平成16年3月調査分)

## 景気の現状判断DI

|      | 平成15年12月 | 平成16年3月     | 前回調査比 |
|------|----------|-------------|-------|
| 茨城県  | 50.1     | <b>53.1</b> | +3.0  |
| 県北地域 | 48.3     | <b>53.0</b> | +4.7  |
| 県央地域 | 50.9     | <b>53.6</b> | +2.7  |
| 鹿行地域 | 46.1     | <b>49.5</b> | +3.4  |
| 県南地域 | 56.1     | <b>55.4</b> | -0.7  |
| 県西地域 | 49.1     | <b>54.1</b> | +5.0  |

## 景気の先行き判断DI

|      | 平成15年12月 | 平成16年3月     | 前回調査比 |
|------|----------|-------------|-------|
| 茨城県  | 47.8     | <b>53.0</b> | +5.2  |
| 県北地域 | 43.2     | <b>52.5</b> | +9.3  |
| 県央地域 | 48.2     | <b>51.8</b> | +3.6  |
| 鹿行地域 | 49.6     | <b>55.5</b> | +5.9  |
| 県南地域 | 50.0     | <b>50.4</b> | +0.4  |
| 県西地域 | 48.2     | <b>55.0</b> | +6.8  |

平成16年4月

茨城県企画部統計課

問い合わせ先

統計課企画分析グループ TEL:029-301-2642

ホームページアドレス

<http://www.pref.ibaraki.jp/tokei/betu/bukka/watch/index.htm>

## 目 次

|                |     |
|----------------|-----|
| 調査の概要          | 2   |
| 調査結果の概要        | 4   |
| 1 全県の動向        | 4   |
| （1）景気の現状判断D I  | 4   |
| （2）景気の先行き判断D I | 5   |
| 2 地域別の動向       | 6   |
| （1）景気の現状判断D I  | 6   |
| （2）景気の先行き判断D I | 8   |
| 3 回答率          | 1 1 |
| 景気の判断理由        | 1 2 |
| 1 景気の現状判断理由    | 1 2 |
| 2 景気の先行き判断理由   | 1 8 |
| 3 その他の意見       | 2 3 |

# 調査の概要

## 1 調査の目的

経済の第一線で働いている人々から、景気の現状や景気の先行き判断に関する生の情報を地域ごとに把握するとともに迅速に公表することで、県や市町村のきめ細かな施策立案や経済界におけるタイムリーな景気判断の基礎資料とする。

## 2 調査の範囲

### (1) 対象地域

県下全域を対象とする。また、全域を県北、県央、鹿行、県南及び県西の5地域に区分する。なお、各地域に含まれる市及び郡は以下のとおりである。

| 地域   | 市及び郡   |
|------|--|
| 県北地域 | 日立市、常陸太田市、高萩市、北茨城市、ひたちなか市、那珂郡、久慈郡、多賀郡          |
| 県央地域 | 水戸市、笠間市、東茨城郡、西茨城郡                              |
| 鹿行地域 | 鹿嶋市、潮来市、鹿島郡、行方郡                                |
| 県南地域 | 土浦市、石岡市、龍ヶ崎市、取手市、牛久市、つくば市、守谷市、稲敷郡、新治郡、筑波郡、北相馬郡 |
| 県西地域 | 古河市、下館市、結城市、下妻市、水海道市、岩井市、真壁郡、結城郡、猿島郡           |

### (2) 調査客体

家計動向、企業動向及び雇用動向を敏感に反映する業種に従事する者から、(1)で示した地域ごとに60名、計300名を調査客体とする。

#### 【地域別・業種別調査客体数】

| 業種名  | 具                         | 体 | 例 | 県北地域 | 県央地域 | 鹿行地域 | 県南地域 | 県西地域 | 合計  |
|------|---------------------------|---|---|------|------|------|------|------|-----|
| 家計関連 | 小売業、飲食業、サービス業、住宅関連等       |   |   | 38   | 39   | 39   | 37   | 36   | 189 |
| 企業関連 | 製造業（食料品、一般機械器具等）、建設業、金融業等 |   |   | 17   | 16   | 16   | 18   | 19   | 86  |
| 雇用関連 | 人材派遣業、公共職業安定所、求人広告業等      |   |   | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 25  |
|      | 計                         |   |   | 60   | 60   | 60   | 60   | 60   | 300 |

## 3 調査事項

- (1) 景気の現状に対する判断（方向性）
- (2) (1)の理由
- (3) 景気の先行きに対する判断（方向性）
- (4) (3)の理由
- (5) その他景気に関する意見（自由回答）

## 4 調査月及び調査期間

調査月は3月、6月、9月及び12月の年4回である。平成16年3月調査の調査期間は平成16年3月10日から29日である。

## 5 利用上の注意

- (1) 景気動向指数(DI)は景気の方角性を判断するものであり、景気の水準を判断するものではない。
- (2) ウォッチャーの回答構成比は、小数第1位までの表示とし、表示単位未満の端数は四捨五入した。したがって、構成比の合計は100%とならない場合がある。

### 景気動向指数(DI)について

- 1 景気の現状及び景気の先行きに対する判断の回答区分は、以下のとおり5段階としているが、それぞれに点数化し、これらを各回答区分の構成比(%)に乗じて、景気動向指数(DI)を算出している。

| 回答区分 | 良くなって<br>いる | やや良<br>くなっている | 変わらない | やや悪<br>くなっている | 悪くなって<br>いる |
|------|-------------|---------------|-------|---------------|-------------|
| 点数   | +1          | +0.75         | +0.5  | +0.25         | 0           |

### 2 具体例

回答者数100名で、回答内訳が以下の場合。

|             |               |       |               |             |
|-------------|---------------|-------|---------------|-------------|
| 良くなって<br>いる | やや良<br>くなっている | 変わらない | やや悪<br>くなっている | 悪くなって<br>いる |
| 15名         | 27名           | 25名   | 11名           | 22名         |

それぞれの回答構成比は

|             |               |       |               |             |
|-------------|---------------|-------|---------------|-------------|
| 良くなって<br>いる | やや良<br>くなっている | 変わらない | やや悪<br>くなっている | 悪くなって<br>いる |
| 15.0%       | 27.0%         | 25.0% | 11.0%         | 22.0%       |

したがって、DI値は、  
 $(1 \times 15.0) + (0.75 \times 27.0) + (0.5 \times 25.0) + (0.25 \times 11.0) + (0 \times 22.0) = 50.5$ となる。

この値は、全員が「変わらない」と回答した場合は、 $(0.5 \times 100) = 50$ となることから、50を上回っているときは、景気の上昇局面にあり、また50を下回っているときは、景気の下降局面にあるといえる。

## 5 利用上の注意

- (1) 景気動向指数(DI)は景気の方角性を判断するものであり、景気の水準を判断するものではない。
- (2) ウォッチャーの回答構成比は、小数第1位までの表示とし、表示単位未満の端数は四捨五入した。したがって、構成比の合計は100%とならない場合がある。

### 景気動向指数(DI)について

- 1 景気の現状及び景気の先行きに対する判断の回答区分は、以下のとおり5段階としているが、それぞれに点数化し、これらを各回答区分の構成比(%)に乗じて、景気動向指数(DI)を算出している。

| 回答区分 | 良くなって<br>いる | やや良<br>くなっている | 変わらない | やや悪<br>くなっている | 悪くなって<br>いる |
|------|-------------|---------------|-------|---------------|-------------|
| 点数   | +1          | +0.75         | +0.5  | +0.25         | 0           |

### 2 具体例

回答者数100名で、回答内訳が以下の場合。

| 良くなって<br>いる | やや良<br>くなっている | 変わらない | やや悪<br>くなっている | 悪くなって<br>いる |
|-------------|---------------|-------|---------------|-------------|
| 15名         | 27名           | 25名   | 11名           | 22名         |

それぞれの回答構成比は

| 良くなって<br>いる | やや良<br>くなっている | 変わらない | やや悪<br>くなっている | 悪くなって<br>いる |
|-------------|---------------|-------|---------------|-------------|
| 15.0%       | 27.0%         | 25.0% | 11.0%         | 22.0%       |

したがって、DI値は、  
 $(1 \times 15.0) + (0.75 \times 27.0) + (0.5 \times 25.0) + (0.25 \times 11.0) + (0 \times 22.0) = 50.5$ となる。

この値は、全員が「変わらない」と回答した場合は、 $(0.5 \times 100) = 50$ となることから、50を上回っているときは、景気の上昇局面にあり、また50を下回っているときは、景気の下降局面にあるといえる。

# 調査結果の概要

## 1 全県の動向

### (1) 景気の現状判断DI

3か月前と比較した景気の現状判断DIは、「良くなっている」・「やや良くなっている」・「変わらない」の回答構成比が増加し、「悪くなっている」・「やや悪くなっている」の回答構成比が減少したため、3.0ポイント増の53.1となり、前回調査に引き続き横這いを表す50を上回った。業種別にみても、家計動向関連、企業動向関連及び雇用関連の全てのDIが12月調査分を上回った。

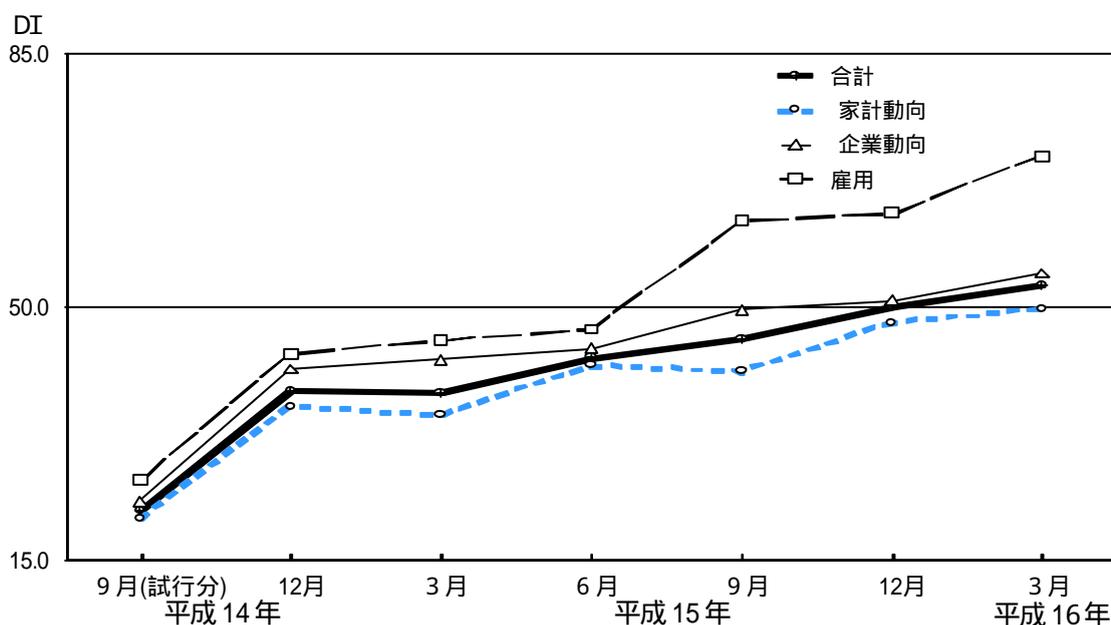
表1-1 景気の現状判断DI

| 分野     | 調査日時        |             |             |              |             |
|--------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
|        | 平成15年<br>3月 | 平成15年<br>6月 | 平成15年<br>9月 | 平成15年<br>12月 | 平成16年<br>3月 |
| 合計     | 38.2        | 43.0        | 45.6        | 50.1         | 53.1        |
| 家計動向関連 | 35.1        | 41.9        | 41.2        | 47.9         | 49.9        |
| 小売関連   | 34.0        | 43.0        | 41.3        | 47.1         | 49.6        |
| 飲食関連   | 31.9        | 34.7        | 42.5        | 43.8         | 48.6        |
| サービス関連 | 35.8        | 42.3        | 38.0        | 49.1         | 48.5        |
| 住宅関連   | 39.3        | 44.4        | 66.7        | 52.8         | 66.7        |
| 企業動向関連 | 42.8        | 44.3        | 49.7        | 50.9         | 54.7        |
| 農林水産業  | 46.4        | 53.6        | 50.0        | 34.4         | 37.5        |
| 製造業    | 44.0        | 45.1        | 49.5        | 56.0         | 58.1        |
| 非製造業   | 39.8        | 40.8        | 50.0        | 47.4         | 54.5        |
| 雇用関連   | 45.5        | 47.0        | 62.0        | 63.0         | 71.0        |

表1-2 回答構成比

|           | 良くなっている | やや良くなっている | 変わらない | やや悪くなっている | 悪くなっている |
|-----------|---------|-----------|-------|-----------|---------|
| 平成15年 3月  | 2.2%    | 11.8%     | 36.2% | 36.2%     | 13.6%   |
| 平成15年 6月  | 1.4%    | 18.6%     | 40.7% | 29.3%     | 10.0%   |
| 平成15年 9月  | 1.8%    | 21.0%     | 45.2% | 21.7%     | 10.3%   |
| 平成15年 12月 | 3.8%    | 27.2%     | 41.8% | 19.9%     | 7.3%    |
| 平成16年 3月  | 5.0%    | 29.2%     | 44.5% | 16.0%     | 5.3%    |

図1-1 景気の現状判断DIの推移



## (2) 景気の先行き判断DI

3か月先の景気の先行き判断DIは、「良くなっている」「やや良くなっている」「変わらない」の回答構成比が増加し、「悪くなっている」「やや悪くなっている」の回答構成比が減少したため、5.2ポイント増の53.0となり、横這いを表す50を上回った。

業種別にみても、家計動向関連、企業動向関連及び雇用関連の全てのDIが12月調査分を上回り、横這いを表す50を上回った。

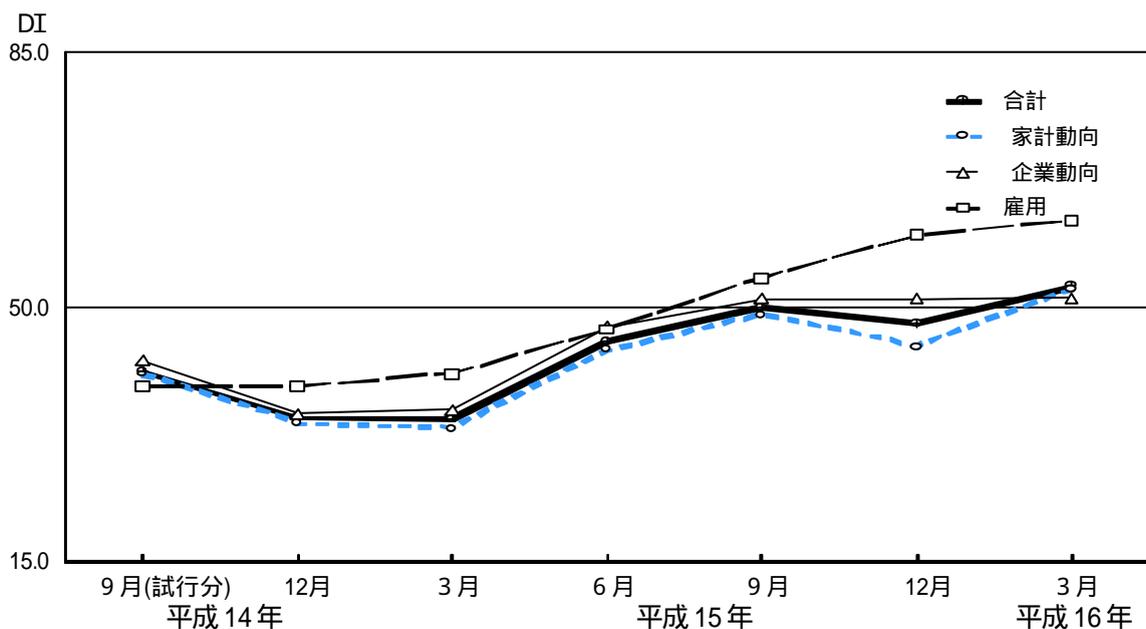
表1-3 景気の先行き判断DI

| 分野     | 調査日時   | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成16年 |
|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
|        |        | 3月    | 6月    | 9月    | 12月   | 3月    |
| 合計     |        | 34.8  | 45.4  | 50.1  | 47.8  | 53.0  |
| 家計動向関連 | 家計動向関連 | 33.4  | 44.2  | 49.0  | 44.6  | 52.5  |
|        | 小売関連   | 33.2  | 41.4  | 48.0  | 47.5  | 51.8  |
|        | 飲食関連   | 33.3  | 44.4  | 50.0  | 42.5  | 54.2  |
|        | サービス関連 | 33.9  | 45.4  | 49.4  | 41.9  | 50.6  |
|        | 住宅関連   | 28.6  | 52.8  | 50.0  | 50.0  | 72.2  |
| 企業動向関連 | 企業動向関連 | 35.9  | 47.3  | 51.2  | 51.2  | 51.3  |
|        | 農林水産業  | 39.3  | 57.1  | 56.3  | 50.0  | 56.3  |
|        | 製造業    | 35.3  | 47.3  | 47.8  | 52.7  | 50.0  |
|        | 非製造業   | 36.1  | 45.0  | 55.2  | 49.1  | 51.8  |
| 雇用関連   |        | 40.9  | 47.0  | 54.0  | 60.0  | 62.0  |

表1-4 回答構成比

|           | 良くなっている | やや良くなっている | 変わらない | やや悪くなっている | 悪くなっている |
|-----------|---------|-----------|-------|-----------|---------|
| 平成15年 3月  | 0.4%    | 10.0%     | 35.8% | 36.2%     | 17.6%   |
| 平成15年 6月  | 0.4%    | 16.1%     | 54.3% | 23.2%     | 6.0%    |
| 平成15年 9月  | 1.4%    | 28.1%     | 47.3% | 15.7%     | 7.5%    |
| 平成15年 12月 | 2.1%    | 21.3%     | 49.1% | 20.9%     | 6.6%    |
| 平成16年 3月  | 2.5%    | 29.2%     | 50.2% | 14.2%     | 3.9%    |

図1-2 景気の先行き判断DIの推移



## 2 地域別の動向

### (1) 景気の現状判断DI

#### 県北地域

3か月前と比較した景気の現状判断DIは53.0であり、12月調査分と比べて4.7ポイント上回り、横這いを表す50を上回った。業種別にみても、家計動向関連DI及び雇用関連DIが12月調査分を上回った。

表2-1 景気の現状判断DI

| 分野     | 調査日時 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成16年 |
|--------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
|        |      | 3月    | 6月    | 9月    | 12月   | 3月    |
| 合計     |      | 30.1  | 40.8  | 39.2  | 48.3  | 53.0  |
| 家計動向関連 |      | 24.3  | 40.1  | 33.3  | 43.9  | 49.3  |
| 企業動向関連 |      | 39.1  | 42.6  | 45.6  | 54.4  | 54.4  |
| 雇用関連   |      | 43.8  | 40.0  | 60.0  | 60.0  | 75.0  |

表2-2 回答構成比

|           | 良く<br>なっている | やや良く<br>なっている | 変わらない | やや悪く<br>なっている | 悪く<br>なっている |
|-----------|-------------|---------------|-------|---------------|-------------|
| 平成15年 3月  | 1.9%        | 1.9%          | 37.0% | 33.3%         | 25.9%       |
| 平成15年 6月  | 3.3%        | 11.7%         | 43.3% | 28.3%         | 13.4%       |
| 平成15年 9月  | 1.7%        | 10.3%         | 46.6% | 25.9%         | 15.5%       |
| 平成15年 12月 | 1.7%        | 30.5%         | 40.7% | 13.6%         | 13.5%       |
| 平成16年 3月  | 10.2%       | 18.6%         | 50.8% | 13.6%         | 6.8%        |

#### 県央地域

3か月前と比較した景気の現状判断DIは53.6であり、12月調査分と比べて2.7ポイント上回り、横這いを表す50を上回った。業種別にみても、企業動向関連DI及び雇用関連DIが12月調査分を上回ったが、家計動向関連DIが12月調査分を下回った。

表2-3 景気の現状判断DI

| 分野     | 調査日時 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成16年 |
|--------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
|        |      | 3月    | 6月    | 9月    | 12月   | 3月    |
| 合計     |      | 39.1  | 40.5  | 44.6  | 50.9  | 53.6  |
| 家計動向関連 |      | 36.1  | 38.6  | 41.7  | 49.3  | 47.9  |
| 企業動向関連 |      | 46.7  | 43.3  | 48.3  | 50.0  | 61.7  |
| 雇用関連   |      | 37.5  | 45.0  | 55.0  | 65.0  | 70.0  |

表2-4 回答構成比

|           | 良く<br>なっている | やや良く<br>なっている | 変わらない | やや悪く<br>なっている | 悪く<br>なっている |
|-----------|-------------|---------------|-------|---------------|-------------|
| 平成15年 3月  | 3.6%        | 12.7%         | 34.5% | 34.5%         | 14.7%       |
| 平成15年 6月  | 0.0%        | 14.5%         | 43.6% | 30.9%         | 11.0%       |
| 平成15年 9月  | 1.8%        | 17.9%         | 46.4% | 25.0%         | 8.9%        |
| 平成15年 12月 | 1.8%        | 24.6%         | 54.4% | 14.0%         | 5.2%        |
| 平成16年 3月  | 1.8%        | 30.4%         | 51.8% | 12.5%         | 3.5%        |

### 鹿行地域

3か月前と比較した景気の現状判断DIは49.5であり、12月調査分と比べて3.4ポイント上回ったが、DI値は全県を通じて最も低かった。業種別にみても、家計動向関連、企業動向関連及び雇用関連の全てのDIが12月調査分を上回った。

表2 - 5 景気の現状判断DI

| 分野     | 調査日時 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成16年 |
|--------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
|        |      | 3月    | 6月    | 9月    | 12月   | 3月    |
| 合計     |      | 39.5  | 41.8  | 41.7  | 46.1  | 49.5  |
| 家計動向関連 |      | 40.3  | 38.6  | 38.9  | 44.6  | 46.5  |
| 企業動向関連 |      | 37.5  | 50.0  | 45.3  | 48.4  | 51.8  |
| 雇用関連   |      | 40.0  | 40.0  | 50.0  | 50.0  | 65.0  |

表2 - 6 回答構成比

|           | 良く<br>なっている | やや良く<br>なっている | 変わらない | やや悪く<br>なっている | 悪く<br>なっている |
|-----------|-------------|---------------|-------|---------------|-------------|
| 平成15年 3月  | 2.0%        | 10.0%         | 40.0% | 40.0%         | 8.0%        |
| 平成15年 6月  | 1.8%        | 16.4%         | 41.8% | 27.3%         | 12.7%       |
| 平成15年 9月  | 0.0%        | 15.8%         | 43.9% | 31.6%         | 8.7%        |
| 平成15年 12月 | 5.2%        | 19.0%         | 39.7% | 27.6%         | 8.5%        |
| 平成16年 3月  | 3.6%        | 25.5%         | 47.3% | 12.7%         | 10.9%       |

### 県南地域

3か月前と比較した景気の現状判断DIは55.4であり、12月調査分と比べて0.7ポイント下回ったが、横這いを表す50を上回った。また、DI値は全県を通じて最も高かった。業種別にみても、家計動向関連DIは12月調査分を上回ったが、企業動向関連DI及び雇用関連DIが12月調査分を下回った。

表2 - 7 景気の現状判断DI

| 分野     | 調査日時 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成16年 |
|--------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
|        |      | 3月    | 6月    | 9月    | 12月   | 3月    |
| 合計     |      | 40.7  | 45.5  | 47.7  | 56.1  | 55.4  |
| 家計動向関連 |      | 40.4  | 50.8  | 43.9  | 55.0  | 56.4  |
| 企業動向関連 |      | 40.6  | 33.8  | 47.1  | 50.0  | 45.3  |
| 雇用関連   |      | 43.8  | 50.0  | 75.0  | 85.0  | 80.0  |

表2 - 8 回答構成比

|           | 良く<br>なっている | やや良く<br>なっている | 変わらない | やや悪く<br>なっている | 悪く<br>なっている |
|-----------|-------------|---------------|-------|---------------|-------------|
| 平成15年 3月  | 3.7%        | 16.7%         | 29.6% | 38.9%         | 11.1%       |
| 平成15年 6月  | 1.8%        | 23.6%         | 36.4% | 30.9%         | 7.3%        |
| 平成15年 9月  | 3.6%        | 25.5%         | 41.8% | 16.4%         | 12.7%       |
| 平成15年 12月 | 8.8%        | 33.3%         | 35.1% | 19.3%         | 3.5%        |
| 平成16年 3月  | 5.4%        | 37.5%         | 33.9% | 19.6%         | 3.6%        |

### 県西地域

3か月前と比較した景気の現状判断DIは54.1であり、12月調査分と比べて5.0ポイント上回り、横這いを表す50を上回った。また、上昇幅が全県を通じて最も大きかった。業種別にみても、家計動向関連、企業動向関連及び雇用関連の全てのDIが12月調査分を上回った。

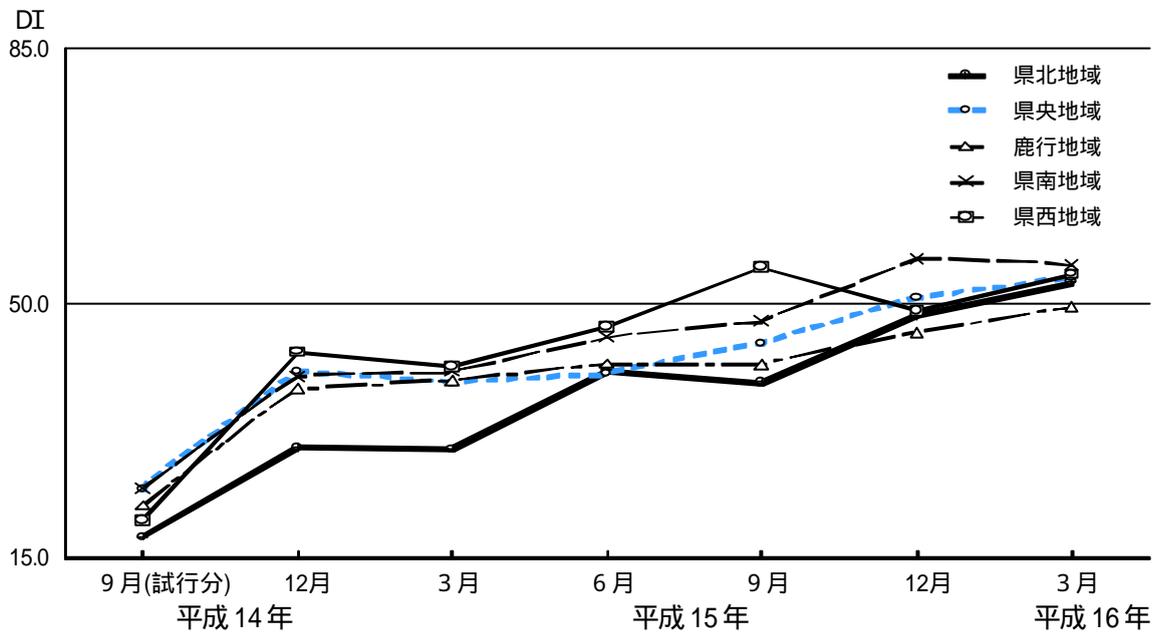
表2 - 9 景気の現状判断DI

| 分野     | 調査日時 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成16年 |
|--------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
|        |      | 3月    | 6月    | 9月    | 12月   | 3月    |
| 合計     |      | 41.4  | 46.8  | 55.0  | 49.1  | 54.1  |
| 家計動向関連 |      | 34.6  | 41.9  | 49.2  | 47.0  | 49.2  |
| 企業動向関連 |      | 48.7  | 51.3  | 61.1  | 51.4  | 60.3  |
| 雇用関連   |      | 60.0  | 60.0  | 70.0  | 55.0  | 65.0  |

表2 - 10 回答構成比

|           | 良く<br>なっている | やや良く<br>なっている | 変わらない | やや悪く<br>なっている | 悪く<br>なっている |
|-----------|-------------|---------------|-------|---------------|-------------|
| 平成15年 3月  | 0.0%        | 17.2%         | 39.7% | 34.5%         | 8.6%        |
| 平成15年 6月  | 0.0%        | 27.3%         | 38.2% | 29.1%         | 5.4%        |
| 平成15年 9月  | 1.8%        | 36.4%         | 47.3% | 9.1%          | 5.4%        |
| 平成15年 12月 | 1.8%        | 28.6%         | 39.3% | 25.0%         | 5.3%        |
| 平成16年 3月  | 3.6%        | 34.5%         | 38.2% | 21.8%         | 1.9%        |

図2 - 1 地域別現状判断DIの推移



(2) 景気の先行き判断DI

県北地域

3か月先の景気の先行き判断DIは52.5であり、12月調査分と比べて9.3ポイント上回り、横這いを表す50を上回った。また、上昇幅が全県を通じて最も大きかった。業種別にみても、家計動向関連DIが12月調査分を上回ったが、企業動向関連DIが12月調査分を下回った。

表2 - 11 景気の先行き判断DI

| 分野     | 調査日時 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成16年 |
|--------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
|        |      | 3月    | 6月    | 9月    | 12月   | 3月    |
| 合計     |      | 28.7  | 42.9  | 44.8  | 43.2  | 52.5  |
| 家計動向関連 |      | 25.0  | 38.8  | 41.7  | 35.8  | 53.4  |
| 企業動向関連 |      | 35.9  | 51.5  | 48.5  | 54.4  | 48.5  |
| 雇用関連   |      | 31.3  | 45.0  | 55.0  | 60.0  | 60.0  |

表2 - 12 回答構成比

|          | 良く<br>なっている | やや良く<br>なっている | 変わらない | やや悪く<br>なっている | 悪く<br>なっている |
|----------|-------------|---------------|-------|---------------|-------------|
| 平成15年 3月 | 0.0%        | 3.7%          | 33.3% | 37.0%         | 26.0%       |
| 平成15年 6月 | 0.0%        | 13.3%         | 53.3% | 25.0%         | 8.4%        |
| 平成15年 9月 | 0.0%        | 25.9%         | 44.8% | 12.1%         | 17.2%       |
| 平成15年12月 | 1.7%        | 16.9%         | 47.5% | 20.3%         | 13.6%       |
| 平成16年 3月 | 5.1%        | 22.0%         | 52.5% | 18.6%         | 1.8%        |

#### 県央地域

3か月先の景気の先行き判断D Iは51.8であり、12月調査分と比べて3.6ポイント上回り、横這いを表す50を上回った。業種別にみても、家計動向関連、企業動向関連及び雇用関連の全てのD Iが12月調査分を上回った。

表2 - 13 景気の先行き判断DI

| 分野     | 調査日時 | 平成15年<br>3月 | 平成15年<br>6月 | 平成15年<br>9月 | 平成15年<br>12月 | 平成16年<br>3月 |
|--------|------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
|        | 合計   |             | 36.8        | 42.7        | 49.1         | 48.2        |
| 家計動向関連 |      | 35.4        | 40.7        | 48.6        | 45.3         | 48.6        |
| 企業動向関連 |      | 41.7        | 46.7        | 50.0        | 55.0         | 56.7        |
| 雇用関連   |      | 31.3        | 45.0        | 50.0        | 50.0         | 60.0        |

表2 - 14 回答構成比

|          | 良く<br>なっている | やや良く<br>なっている | 変わらない | やや悪く<br>なっている | 悪く<br>なっている |
|----------|-------------|---------------|-------|---------------|-------------|
| 平成15年 3月 | 0.0%        | 9.1%          | 43.6% | 32.7%         | 14.6%       |
| 平成15年 6月 | 0.0%        | 12.7%         | 56.4% | 20.0%         | 10.9%       |
| 平成15年 9月 | 1.8%        | 21.4%         | 55.4% | 14.3%         | 7.1%        |
| 平成15年12月 | 0.0%        | 22.8%         | 52.6% | 19.3%         | 5.3%        |
| 平成16年 3月 | 1.8%        | 23.2%         | 58.9% | 12.5%         | 3.6%        |

#### 鹿行地域

3か月先の景気の先行き判断D Iは55.5であり、12月調査分と比べて5.9ポイント上回り、横這いを表す50を上回った。また、D I値は全県を通じて最も高かった。業種別にみても、家計動向関連D I及び雇用関連D Iが12月調査分を上回ったが、企業動向関連D Iが12月調査分を下回った。

表2 - 15 景気の先行き判断DI

| 分野     | 調査日時 | 平成15年<br>3月 | 平成15年<br>6月 | 平成15年<br>9月 | 平成15年<br>12月 | 平成16年<br>3月 |
|--------|------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
|        | 合計   |             | 33.0        | 45.9        | 51.3         | 49.6        |
| 家計動向関連 |      | 29.8        | 45.7        | 52.1        | 46.6         | 54.9        |
| 企業動向関連 |      | 35.7        | 46.7        | 50.0        | 54.7         | 51.8        |
| 雇用関連   |      | 45.0        | 45.0        | 50.0        | 55.0         | 70.0        |

表2 - 16 回答構成比

|          | 良く<br>なっている | やや良く<br>なっている | 変わらない | やや悪く<br>なっている | 悪く<br>なっている |
|----------|-------------|---------------|-------|---------------|-------------|
| 平成15年 3月 | 0.0%        | 12.0%         | 30.0% | 36.0%         | 22.0%       |
| 平成15年 6月 | 0.0%        | 18.2%         | 50.9% | 27.3%         | 3.6%        |
| 平成15年 9月 | 1.8%        | 24.6%         | 52.6% | 19.3%         | 1.7%        |
| 平成15年12月 | 3.4%        | 22.4%         | 50.0% | 17.2%         | 7.0%        |
| 平成16年 3月 | 3.6%        | 38.2%         | 41.8% | 9.1%          | 7.3%        |

県南地域

3か月先の景気の先行き判断D Iは50.4であり、12月調査分と比べて0.4ポイント上回り、横這いを表す50を上回ったが、D I値は全県を通じて最も低かった。業種別にみると、家計動向関連D I及び企業動向関連D Iが12月調査分を上回ったが、雇用関連D Iが12月調査分を下回った。

表2 - 17 景気の先行き判断DI

| 分野     | 調査日時 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成16年 |
|--------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
|        |      | 3月    | 6月    | 9月    | 12月   | 3月    |
| 合計     |      | 35.2  | 43.6  | 51.8  | 50.0  | 50.4  |
| 家計動向関連 |      | 39.0  | 45.5  | 50.8  | 49.3  | 50.7  |
| 企業動向関連 |      | 26.6  | 39.7  | 52.9  | 42.6  | 51.6  |
| 雇用関連   |      | 37.5  | 45.0  | 55.0  | 80.0  | 45.0  |

表2 - 18 回答構成比

|           | 良く<br>なっている | やや良く<br>なっている | 変わらない | やや悪く<br>なっている | 悪く<br>なっている |
|-----------|-------------|---------------|-------|---------------|-------------|
| 平成15年 3月  | 1.9%        | 13.0%         | 27.8% | 38.9%         | 18.4%       |
| 平成15年 6月  | 0.0%        | 9.1%          | 63.6% | 20.0%         | 7.3%        |
| 平成15年 9月  | 1.8%        | 34.5%         | 38.2% | 20.0%         | 5.5%        |
| 平成15年 12月 | 5.3%        | 19.3%         | 50.9% | 19.3%         | 5.2%        |
| 平成16年 3月  | 1.8%        | 23.2%         | 53.6% | 17.9%         | 3.5%        |

県西地域

3か月先の景気の先行き判断D Iは55.0であり、12月調査分と比べて6.8ポイント上回り、横這いを表す50を上回った。業種別にみると、家計動向関連D I及び雇用関連D Iが12月調査分を上回ったが、企業動向関連D Iが12月調査分を下回った。

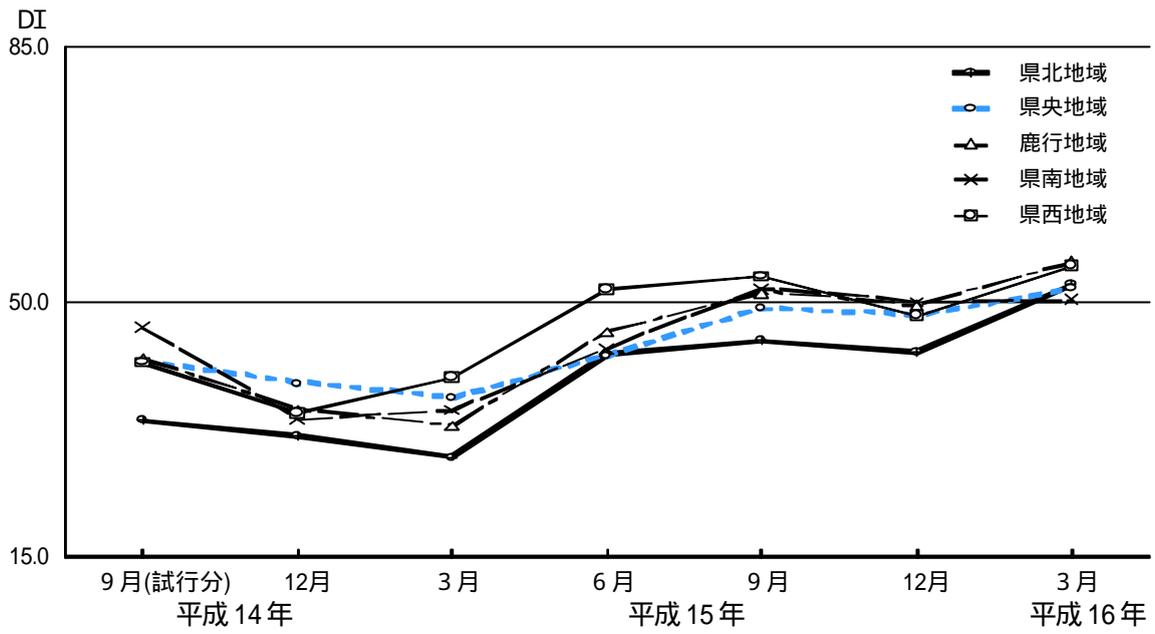
表2 - 19 景気の先行き判断DI

| 分野     | 調査日時 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成15年 | 平成16年 |
|--------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
|        |      | 3月    | 6月    | 9月    | 12月   | 3月    |
| 合計     |      | 39.7  | 51.8  | 53.6  | 48.2  | 55.0  |
| 家計動向関連 |      | 37.5  | 51.6  | 52.3  | 46.1  | 55.3  |
| 企業動向関連 |      | 39.5  | 51.3  | 54.2  | 50.0  | 48.5  |
| 雇用関連   |      | 55.0  | 55.0  | 60.0  | 55.0  | 75.0  |

表2 - 20 回答構成比

|           | 良く<br>なっている | やや良く<br>なっている | 変わらない | やや悪く<br>なっている | 悪く<br>なっている |
|-----------|-------------|---------------|-------|---------------|-------------|
| 平成15年 3月  | 0.0%        | 12.1%         | 43.1% | 36.2%         | 8.6%        |
| 平成15年 6月  | 1.8%        | 27.3%         | 47.3% | 23.6%         | 0.0%        |
| 平成15年 9月  | 1.8%        | 34.5%         | 45.5% | 12.7%         | 5.5%        |
| 平成15年 12月 | 0.0%        | 25.5%         | 43.6% | 29.1%         | 1.8%        |
| 平成16年 3月  | 0.0%        | 40.0%         | 43.6% | 12.7%         | 3.7%        |

図2 - 2 地域別先行き判断DIの推移



### 3 回答率

| 地域   | 調査客体  | 回答数   | 回答率   |
|------|-------|-------|-------|
| 全 県  | 300 人 | 281 人 | 93.7% |
| 県北地域 | 60 人  | 59 人  | 98.3% |
| 県央地域 | 60 人  | 56 人  | 93.3% |
| 鹿行地域 | 60 人  | 55 人  | 91.7% |
| 県南地域 | 60 人  | 56 人  | 93.3% |
| 県西地域 | 60 人  | 55 人  | 91.7% |

# 景気の判断理由

## 1 景気の現状判断理由

### (1) 県北地域

| 回答区分       | 分野         | 業種・職種   | 理由  |
|------------|------------|---|---|
| 良くなっている    | 家計関連       | ドライブイン  | 客数が増加しており、売上げも戻りつつある。   |
|            | 企業関連       | 製造業（一般機械器具）   | 株価が上昇しており、業績に好影響を与えている。   |
|            |            | 製造業（電気機械器具）   | 生産が追いつかない状況になっている。また、同業者との会話の中でも徐々にではあるが受注量が増加しているとの話が聞かれており、景気回復傾向にあるといえる。     |
|            |            | 製造業（輸送用機械器具）  | 受注量が増加しており、従業員の残業・出張も多くなっている。   |
| 雇用関連       | 公共職業安定所    | 新規求人数は前年同月を上回っている状況が続いており、有効求人倍率は平成11年4月以降では最も高い数値となっている。           |   |
| やや良くなっている  | 家計関連       | スーパー  | 食料品関係は必要以上の物は購入しない傾向が続いているが、安心と思われる商品・一度食べてみたいと思う商品は売れてきている。                    |
|            |            | コンビニエンスストア  | 売上げが前年比で100%には達していないが、回復傾向にある。  |
|            |            | ゴルフ場  | 例年になく入場者数が増加し、客の様子も幾分ゆるやかになったような気がする。   |
|            |            | レジャー施設  | 暖冬と晴天が続く天候となったため、入場者数が増加した。   |
|            |            | レジャー施設  | 暖冬の影響により、売上高が前年同期と比較して2～3割増加している。   |
|            |            | 住宅販売会社  | 受注棟数が増加している。  |
|            | 企業関連       | 非製造業（金融業）   | 物販・飲食業部門では変化は見られないが、製造業では受注安定化傾向が見られる。  |
|            |            | 非製造業（情報処理サービス）  | 年度末ということもあるが、業務量が増加している。  |
|            | 雇用関連       | 学校就業関係者   | 職業安定所に求人申込みをする企業が増加している。  |
|            |            | 人材派遣業   | 半導体関連が相変わらず好調な動きをしめしている。  |
|            |            | 雇用相談員   | 年度末を向かえ、駆け込み生産等もあるため、業務量は増加している。  |
|            | 変わらない      | 家計関連  | 商店街代表者  |
| コンビニエンスストア |            |   | 買上点数、販売単価が減少傾向から横這いへとやや持ち直しているが、依然として堅実消費が続いている。                                |
| 農産物直売所     |            |   | 前年同月と比較して売上げが2～3割増加している。しかし、天候が暖かかったことが要因であり、景気が良くなっているようには思われない。               |
| 小売業（酒類）    |            |   | 客単価は上昇しているが、客数が減少している。  |
| 小売業（土産物）   |            |   | 値段が安い商品でも必要な物以外衝動買いはない状況である。  |
| 居酒屋        |            |   | 客数・売上額ともに前年を下回っており、俗に言う「景気が良くない」状態に変わりはない。                                      |
| スナック       |            |   | 二次会で来店する人数が減少している。また、個人で飲む客も減少している。   |
| 観光型ホテル     |            |   | 景気が良くなっているという報道や株価の上昇などがあるが、まだその実感や実績が表れていない。                                   |
| 観光型ホテル     |            |   | 年末年始にかけて客足増にはなっていたが、企業の宴会等の廃止や親睦会の活動縮小・客単価の減少により、売上増までにはいたっておらず、最近も特段の変化は見られない。 |
| 旅行代理店      |            |   | 旅行取扱件数・販売総額ともに増加する傾向が見られない。   |
| タクシー運転手    |            |   | 景気に変化があったという話題が入ってこない。  |
| タクシー運転手    |            |   | 売上げが伸びず、夜の仕事も少ない。   |
| タクシー運転手    |            |   | 3か月前は忘年会が減少していたが、3月になっても夜の客が減少している。   |
| 企業関連       |            |   | 製造業（食品）   |
|            |            | 製造業（一般機械器具）   | 仕事の状況を見ても、街の状況を見ても景気の変化は見られない。  |
|            |            | 製造業（電気機械器具）   | 取引先では売上げが増加しているところが見られるが、自らを取り巻く景気環境に好転は見られない。                                  |
|            |            | 製造業（電気機械器具）   | 繁忙な状況が続いている。  |
|            |            | 製造業（電気機械器具）   | 県北地域においては一部一時的に仕事が出てきているが、景気が良くなってきたとは感じられない。                                   |
|            |            | 製造業（輸送用機械器具）  | 作業量に大幅な変化はない。   |
| 雇用関連       |            | 非製造業（建設業）   | 業種にもよるが、良いところは積極的に設備投資や雇用を行っている。しかし、悪いところは依然として先行き不安という二極化が進んでおり、総合的な印象は低調である。  |
|            | 非製造業（不動産業） | 利便性の高い市街地の開発にもかかわらず、客足は鈍く集客力がない。また、値下げして販売しても動きが鈍く、依然として市場は低迷状態にある。 |   |
| やや悪くなっている  | 家計関連       | 求人広告  | 一部の業種（自動車関係）では生産量が増えているようであるが、他の業種では変化が見られない。                                   |
|            |            | 衣料品専門店  | 来店者数に占める購入者数の数値が減少しており、観るだけで商品を購入しない客が目立つようになってきている。                            |
|            |            | 食堂  | 夜、来店する客が減少している。   |
|            |            | タクシー運転手   | 飲食店の客が少ない。また、企業関係の深夜利用が少ない。   |
|            | 企業関連       | ゲームセンター   | 商業施設の来店客数・客単価ともに減少傾向が見られる。  |
|            |            | 林業関係者   | 材価の安値が続いている。  |
|            |            | 製造業（電気機械器具）   | 売上高が減少している。   |

| 回答区分    | 分野   | 業種・職種      | 理由  |
|---------|------|------------|---|
| 悪くなっている | 家計関連 | コンビニエンスストア | 買上単価が低調な状況が続いている。                                   |
|         |      | ガソリンスタンド   | 原油高・円安等により仕入額は毎月上昇しているが、価格競争が激しく、値上げを見合わせている状況にある。  |
|         | 企業関連 | 水産業関係者     | 茨城沿岸は冷水の影響で不漁が続いており、漁業者・加工業者・冷凍業者ともに近年にない不景気となっている。 |

(2) 県央地域

| 回答区分      | 分野   | 業種・職種          | 理由   |
|-----------|------|----------------|--|
| 良くなっている   | 企業関連 | 非製造業(建設業)      | 業務量・受注金額ともに増加している。マンション・住宅等の住居系の動きが多いように思われる。  |
| やや良くなっている | 家計関連 | 農産物直売所         | ここ3か月間売上げの減少がない状況にある。天候が良かったことも考えられるが、そればかりではないような気がする。  |
|           |      | 専門スーパー         | 以前は売場内で客から「景気が悪い」という声が聞かれていたが、今はあまり聞かれなくなっている。また、季節的な要因もあるが、まとめ買いなどが多くなっている。                       |
|           |      | タクシー運転手        | 送別会等が多くなっており、前期よりも客数が増加している。   |
|           |      | ゴルフ場           | 予約申込み件数・来場者数ともに増加傾向にある。  |
|           |      | 住宅販売会社         | 住宅ローン減税の延長が要因となっているのか、住宅の購入を具体的に検討している人が若干増加している。  |
|           | 企業関連 | 製造業(食品)        | 観梅時期は昨年より今年の方が客数が多く、売上げも多少増加している。  |
|           |      | 製造業(出版・印刷業)    | 年度末ということもあるが、受注量が3か月前よりも増加している。  |
|           |      | 製造業(出版・印刷業)    | 年度末ということもあり、官公庁からの受注が増加しており、とても忙しい状況にある。   |
|           |      | 製造業(一般機械器具)    | 大部分はまだまだであるが、一部(建機関連)では大変忙しくなってきたところもあり、多少良くなってきたと感じる。   |
|           |      | 製造業(一般機械器具)    | 受注状況を見ると、一進一退の様相ではあるが、じりじりと上昇しつつあると感じている。  |
|           |      | 非製造業(輸送業)      | 依然として単価については低迷しているが、電気・電子部品系の引合いが増加しており、高機能樹脂の動きも活発である。  |
|           |      | 非製造業(金融業)      | 運転資金及び設備資金の需要が以前より活発化の傾向にある。   |
|           |      | 非製造業(情報処理サービス) | 注文・引合い件数が増加傾向にある。  |
|           | 雇用関連 | 人材派遣業          | 受注量が増加している。  |
|           |      | 雇用相談員          | 地場産業の中小・零細企業の責任者は大手企業の収益改善・設備投資の増加により、いずれ地場産業も景気回復の時期を迎えるであろうという気運を高めている。                          |
|           |      | 求人広告           | 求人数が3か月前と比較して増加しており、前年同期と比較しても増加している。  |
|           |      | 公共職業安定所        | 2月に実施した調査において、全産業が前回調査と比較して業況が改善している。  |
| 変わらない     | 家計関連 | 商店街代表者         | 店頭販売は前年並みでこれといった変化は見られない。外商においては、県域デジタル放送開始に伴う特需があったが、それ以外では大きな変化は見られない。                           |
|           |      | 商店街代表者         | 昨年末あたりが景気の底であったような気がするが、実際の数字を見るとまだ変化の兆しが見えてこない。   |
|           |      | 百貨店、総合スーパー     | 売上げ及び来店客数の伸び率、買上単価に変化があまり見られない。  |
|           |      | 百貨店、総合スーパー     | 客は欲しいものにしかお金を出さない。逆に言えば、希少価値があるもの・どうしても手に入れたいと思うものにはある程度の予算を持っており、自分の価値観にあうものに出会えば購入する傾向にある。       |
|           |      | スーパー           | 様々な数値目標に対して上昇傾向が見られない。   |
|           |      | スーパー           | 不況の長期化で客は自分なりの術をつくってきた。  |
|           |      | スーパー           | 一人当たりの購入金額が横這いで推移している。   |
|           |      | 専門スーパー         | 3か月前も現在も客は必要に応じた買い物しかしていないように思われる。その理由として特売時の特価商材の売れ方が普段と大きく変わらないことと、必要な量だけの消耗品の購入が目立っていることが挙げられる。 |
|           |      | 家電販売店          | 必要品のみの購入が多い状況が続いている。   |
|           |      | 自動車販売店         | 将来の不安や雇用の不安を話す客が多い。  |
|           |      | ガソリンスタンド       | 燃料油以外の商品の売上げがあまり回復していない。   |
|           |      | レストラン          | 送別会等も前年同様であり、客単価も変化がない。  |
|           |      | 都市型ホテル         | 歓送迎会・総会等のシーズンであるが、予約状況に上昇は見られない。また、金額的にも安価な商品が多く出ている。  |
|           |      | 観光型ホテル         | 観梅周遊の客が微増にとどまっている。   |
|           |      | 旅行代理店          | 国内旅行の好調が続いているが、海外旅行は引続き伸び悩んでいる。また、大都市の取扱高は前年を上回っているが、地方都市は横這いで推移している。                              |
|           |      | タクシー運転手        | 相変わらず客が少ない。景気は回復しているとみられているようだが、これはリストラと経費削減の効果によるものであり、その経費削減がタクシー業界に影響を与えているのではないかと思われる。         |
|           |      | タクシー運転手        | 利用客が少なく駅構内の勤務では、1時間から2時間待ちが当たり前前の状況であり、売上げも伸びていない。   |
|           |      | ドライブイン         | 予約客の利用は多かったが、一般観光客の減少により売上げが伸びなかった。  |

| 回答区分             | 分野                         | 業種・職種        | 理由   |
|------------------|----------------------------|--------------|--|
| 変わらない            | 家計関連                       | ドライブイン       | 観梅により県外から多くの客が見えられたが、お土産などの客単価が低く購買力も伸び悩んでいる。また、食事の単価も落ちている。 |
|                  |                            | 観光名所         | 来客数は増加したが、客単価が伸びていない。  |
|                  |                            | パチンコ店        | 全体の景気は良くなっているようであるが、競合店の出店が続いており売上げの減少が続いている。                |
|                  |                            | レジャー施設       | 新規申込みの問合せもあるが、船を売ってやめる人もおり、保管艇数に変化はない。                       |
|                  |                            | レジャー施設       | 施設内テナントの売上単価はやや上昇したが、直営する売店の売上単価は横這いである。                     |
|                  |                            | 建築設計事務所      | 住宅を含めた新規物件は相変わらず少ない状況にある。                                    |
| やや悪くなっている        | 家計関連                       | 企業関連 製造業(食品) | 消費動向等を観察しても特に変化は見られない。                                       |
|                  |                            | ファミリーレストラン   | 客の来店頻度が減少している。また、注文する商品単価の低下や商品数の減少がみられる。                    |
|                  |                            | レストラン        | 客足が遠のいている。   |
|                  |                            | 都市型ホテル       | 全体的に利用件数が減少している。   |
|                  |                            | タクシー運転手      | 相変わらず駅構内で、1.5時間から2時間待ちが当たり前の状況である。                           |
|                  |                            | ゲームセンター      | 客単価・来客数ともに減少している。  |
|                  |                            | 理・美容店        | 例年、卒業・入学など行事がいろいろあるため忙しくなる時期であるが、今年は仕事が少ない。                  |
| 企業関連 非製造業(広告代理業) | 年度末ということもあり広告の経費を抑える傾向にある。 |              |  |
| 悪くなっている          | 家計関連                       | スーパー         | 一人当たりの購入金額が横這いで推移している。                                       |

### (3) 鹿行地域

| 回答区分      | 分野        | 業種・職種  | 理由  |
|-----------|-----------|--|---|
| 良くなっている   | 企業関連      | 製造業(化学工業)  | 売上げが上昇傾向にあり、計画を上回っている。  |
|           |           | 製造業(電気機械器具)                                      | 親会社が春闘の賞与において、今までは考えられない満額回答をした。当社においても親会社に近づくような回答をしなければならないと考えているが、大変良いことである。 |
| やや良くなっている | 家計関連      | 商店街代表者   | 物販業はまだ回復に時間がかかると思われるが、サービス業等は回復が早まっていると思われる。                                    |
|           |           | 小売業(酒類)  | 客数・客単価ともに上昇しており、売上予算を達成した。景気は上向いているように思われる。                                     |
|           |           | 小売業(菓子販売店)                                       | 日本経済が多少回復しているニュースを目にするようになったためか、少しではあるが客の購買意欲が出てきたような気がする。                      |
|           |           | 観光名所職員   | 暖かくなってきたこともあり、客足が多少良くなっている。   |
|           |           | 洋食食堂   | 他地域からの注文が増加するなど客数が増加している。   |
|           |           | 理・美容店  | 鉄鋼関係に勤務する人から「景気はやや良くなっている」という話が聞かれる。また、カーテン業界もとても忙しくなっているという話が聞かれる。             |
|           |           | 室内装飾業  | 例年に比べて、仕事量が多くなっている。   |
|           |           | 企業関連   | 製造業(金属製品)   |
| 企業関連      | 製造業(化学工業) | 出荷量は横這いで推移しているが、販売価格が高目に維持されており、在庫水準も低水準で推移している。 |   |
| 変わらない     | 雇用関連      | 人材派遣業  | 製造業を中心に引合い・受注件数が若干増加しており、景気に回復の兆しが見られる。   |
|           |           | 公共職業安定所  | リストラが減少しており、求人数が増加している。また、高校生の求人数が増加しており、就職内定率も前年を上回っている。                       |
|           |           | 雇用相談員  | 「採用を決定した」、「採用を検討している」という事業所が出始めており、若干ではあるが、上向きになってきたように思われる。                    |
| 変わらない     | 家計関連      | 商店街代表者   | 新聞・テレビ等では景気は良くなっていると報道されているが、実感する域には達していない。                                     |
|           |           | スーパー   | 売上げが伸びていない。   |
|           |           | スーパー   | 旧店舗を改装して新装オープンしたが、売上げ・客数ともに大きく変化が見られない。また、相変わらず価格の安い物が売れる。                      |
|           |           | 農産物直売所   | 品物の種類・客数ともに変化がない。そのため売上げにも変化が見られない。   |
|           |           | 家電販売店  | リストラや年金受給額減少の話題ばかりで、販売が難しい状況にある。  |
|           |           | 専門スーパー   | 客数に変化は見られない。  |
|           |           | 観光型ホテル   | 土曜日・休前日の空室が目立つ状況が続いている。   |
|           |           | タクシー運転手  | どこの小売店を見ても客が少ない。  |
|           |           | タクシー運転手  | 需要が全く増加していない。また、客からも景気の良い話が聞かれない。   |
|           |           | 割烹料理店  | 1月は参拝客が多く、景気も多少良くなったように思われたが、一時的なものであり、以前と変わらない状態に戻ってしまった。                      |
|           |           | 喫茶店  | 売上げが上昇していない。  |
|           |           | クリーニング店  | 良くも悪くも景気に変化が見られない。  |
|           |           | サービス業  | ユーザーとの対話の中では、明るい話が聞かれるが、まだ、実績につながるまでには至っていない。                                   |

| 回答区分      | 分野   | 業種・職種                         | 理由   |
|-----------|------|-------------------------------|--|
| 変わらない     | 家計関連 | 住宅販売会社                        | 展示場の来場者数は横這いで推移しており、極端に良くもなっていない、悪くもなっていない。                              |
|           |      | ドライブイン                        | 価値のある物(人気商品、地場農産物等)は購入するが、どこにでも売っているような物は購入しない。無駄遣いをしない客が多い。             |
|           | 企業関連 | 水産業関係者                        | 生産者価格が低迷しており、製品の販売も伸びていない。   |
|           |      | 製造業(食品)                       | 残業等が無く、余分な金がない。  |
|           |      | 製造業(印刷業)                      | 景気が良くなったとも悪くなったとも感じられない。   |
|           |      | 製造業(窯業・土石製品)                  | 下請企業では様々なコスト削減に向け展開中であり、まだまだ景気が上向くところまでは到達していないように思われる。                  |
|           |      | 非製造業(金融業)                     | スーパーなどでは依然として必要以外の物は購入しないで、安い物だけ購入するような状態が続いており、客単価の上昇に至っていない。           |
|           | 雇用関連 | 非製造業(保険業)                     | 変化が見えず、依然として厳しい状況が続いている。   |
|           |      | 民間職業紹介業                       | 製造業(電子部品関係)からの求人依頼はやや増加傾向にあるが、単価が徐々に減少してきているため総合的には変わらない。                |
| 学校就業関係者   |      | 求人数が増加していない。また、求人に関する問合せも少ない。 |  |
| やや悪くなっている | 家計関連 | スーパー                          | スーパーが相次いで倒産しており、消費者の購買もディスカウント品にシフトしている。                                 |
|           |      | 小売業(薬品店)                      | 多くのメーカー・問屋で前年比10~20%の売上ダウンとなっているようである。                                   |
|           |      | 書店                            | 大型専門店の影響で商店街の客が減少している。また、学生は携帯電話・飲食・安売衣料品等で消費しており、本を購入する人が減少しているように思われる。 |
|           | 企業関連 | 農業関係者                         | 不景気のおおりのか、暖冬が要因となっているのか、需要が伸びず、全ての作物の価格が安い。                              |
|           |      | 非製造業(住宅設備施工業)                 | 景気が全般的に悪いので着工棟数が少ない。   |
|           |      | 非製造業(輸送業)                     | 年末は季節商品の荷物の動きが予定通りであったが、今月は動きが悪い。  |
| 悪くなっている   | 家計関連 | 小売業(金物店)                      | 一般小売の売上げばかりでなく得意先からの取引額も減少している。  |
|           |      | 観光型ホテル                        | 利用状況・売上額ともに悪化している。   |
|           |      | ゴルフ場                          | 客の絶対数が減少している。特に冬期はここ数年間ないような売上高の減少であった。                                  |
|           | 企業関連 | レジャー施設                        | 企業の合併問題が下請企業や住民に不安を与えており、売上げが下降している。                                     |
|           |      | 製造業(飼料製造)                     | 最終製品の販売不振により取引先で生産調整に入っており、その影響を受けて出荷量が計画より8%減少している。                     |

#### (4) 県南地域

| 回答区分      | 分野   | 業種・職種        | 理由   |
|-----------|------|--------------|--|
| 良くなっている   | 家計関連 | 住宅販売会社       | 住宅ローン減税の延長効果及び低金利の影響で展示場へ来店する客の建築意欲がかなり前向きである。                                       |
|           | 雇用関連 | 求人広告         | 求人広告の掲載件数が増加している。  |
| やや良くなっている | 家計関連 | 公共職業安定所      | 対前年同月比で月間有効求人倍率及び月間有効求人数は増加が続いており、月間有効求職者数は減少が続いている。                                 |
|           |      | 商店街代表者       | 売上げの向上が見られる。   |
|           |      | スーパー         | 買上点数が増加しており、売上げもそれにともなって前年比2~3%上回っている。   |
|           |      | スーパー         | 客数・売上げを増やすために週2~3回折込チラシや広告を入れるようにしたところ、客数・売上げともに昨年を大きく上回った。                          |
|           |      | コンビニエンスストア   | 例年に比べて暖冬であったため来店客が増加し、客の購買意欲も高くなった。  |
|           |      | 衣料品・身の回り品販売店 | 入学の制服・彼岸の引出物の売上げがある。   |
|           |      | 家電販売店        | 新卒・新入学等のシングル向け需要で売上げが向上している。また、地上波デジタル放送の影響もあってか、大型テレビの売上げが好調である。                    |
|           |      | 農産物直売所       | 客数・売上げともに10%以上の伸びを示しており、客単価も若干ではあるが上昇している。   |
|           |      | 小売業(各種食料品)   | 客単価は変化が見られないが、客数が増加している。   |
|           |      | 洋食食堂         | 客の声は相変わらず厳しい状況にあるようであるが、街を歩いてもそれなりに入出がある。また、店の売上げも昨年と比べるとかなり増加している。                  |
|           |      | 和食食堂         | 売上げがまだ対前年ベースにはいたっていないが、下降幅が下げ止まっており、3か月前よりは上向いている。                                   |
|           |      | 旅行代理店        | 春休み・卒業旅行など旅行需要が増加する時期ではあるが、3か月前より活気がでているように思われる。また、パンフレットのはけ具合が良く、旅行単価も下げ止まりの感が見られる。 |
|           |      | 旅行代理店        | 4月からの新商品の発表や世界情勢も加わって、需要が動き始めている。  |
|           |      | ゴルフ場         | 前年同月と比較して来場者数が増加している。  |
|           |      | パチンコ店        | 客のニーズに合う機械台が多くなっており、純粋に客数が増加している。  |
|           |      | 理・美容店        | 暖かくなってきたことも要因と考えられるが、客数・売上げともに増加している。  |
|           |      | 企業関連         | 製造業(窯業・土石製品)   |

| 回答区分           | 分野      | 業種・職種  | 理由  |
|----------------|---------|--|---|
| やや良くなっている      | 企業関連    | 製造業（一般機械器具）  | 例年に比べて生産量が増加傾向にある。  |
|                |         | 非製造業（輸送業）  | フル生産に入っているメーカーもあり、受注に回復が見られる。                                       |
|                | 雇用関連    | 人材派遣業  | 好調な業種より人材需要が旺盛である。ただし、要求に見合った人材がなかなか見つからない状況になりつつある。                |
| 学校就業関係者        |         | 業種により異なるが、電気（デジタル関係）の大手企業の景気が良い方向にある。一方、中小企業においてはまだまだである。  |   |
| 変わらない          | 家計関連    | スーパー   | 客数は増加しているが、客単価は下落し続けている。  |
|                |         | コンビニエンスストア   | 買上点数・単価ともに3か月前と変化がない。   |
|                |         | 専門スーパー   | 入学・引越しのシーズンであるが、関連商品の動きが全体の売上げから見ると少ない。特に通学用の自転車の動きが悪い。             |
|                |         | 寿司店  | 客から景気の良い話は聞かれない。  |
|                |         | 都市型ホテル   | 牛肉や鶏肉の問題の影響で苦戦している状況であり、景気は低い水準で3か月前と変わらないと感じられる。                   |
|                |         | 都市型ホテル   | 宿泊部門はインターネット予約等の割引プランでの予約が多く、また宴会も飲み物込みのプランが多数を占め、全体的に変化がないように思われる。 |
|                |         | タクシー運転手  | タクシー利用客が回復傾向になく、低迷した状態が続いている。                                       |
|                |         | タクシー運転手  | 12月と比較すると売上げが減少しているが、年末の忘年会による送迎があったためであり、その一時的要因を除けば変わらない状況である。    |
|                |         | ゴルフ場   | 例年よりも冬季間の季節要因による落ち込みが少なかった。   |
|                | 企業関連    | 農業関係者  | IT関連や鉄鋼などの活況が報道されているが、農業では明るい材料もなく、一部の企業だけが良くなっているのではないかと思われる。      |
|                |         | 製造業（食品）  | BSE・鳥インフルエンザ問題と立て続けに騒がれ、良くなりそうな気配が打ち消されてしまった。                       |
|                |         | 製造業（食品）  | 相変わらず競争が激しく、良くも悪くもない。   |
|                |         | 非製造業（建設業）  | 受注状況に一向に変化が見られず、見積依頼件数は減少している。                                      |
|                |         | 非製造業（建設業）  | 3か月前と変わらず、土地の売買はなく、新築住宅も1件もない状況である。                                 |
|                |         | 非製造業（建築設備業）  | 受注状況に変化はない。   |
|                |         | 非製造業（不動産業）   | 人員増強等で差別化をはかったため若干プラスとなったが、実態は良くなっていない。                             |
|                |         | 非製造業（金融業）  | 大幅な売上低下のところは少ない状況にあり、安定した状態が見られる。                                   |
| 雇用関連           | 雇用相談員   | 一部好調な機械メーカーがあるものの、全体として目立った変化は見られず横這いの状態が続いている。土木関係では公共事業の減少により、民間の仕事で現状を維持している。建設関係では、特に住宅建築が低迷しており、小規模な工務店等では廃業するところも見られる。運輸関係では若干動きが出てきているが、タクシー等では売上げに変化はなく、その他製造業・販売業でも現状維持の状態が続いている。 |   |
| やや悪くなっている      | 家計関連    | 自動車販売店   | 例年より来客数や車を購入する人が少なくなっている。   |
|                |         | ガソリンスタンド   | 燃費の良い車がでてきており、1か月あたりの来店回数が減少している。                                   |
|                |         | タクシー運転手  | 夜間、特に深夜の利用客が激減している。また、以前のような長距離利用の客がほとんどいない。                        |
|                |         | タクシー運転手  | 日中の電話による利用がほとんどない。  |
|                |         | タクシー運転手  | 売上げが減少しており、客からの電話の回数も減少している。  |
|                | 理・美容店   | 不安定な世相により、消費者は守りの体制になっている。   |   |
|                | 企業関連    | 製造業（食品）  | 売上げが前年比でマイナスになっている。   |
| 製造業（コンクリート製造業） |         | 製品単価が下落しており、原材料の値上げ分の転嫁が難しい状況にある。また、公共事業が縮小している。   |   |
| 悪くなっている        | 企業関連    | 非製造業（建設業）  | 全体の受注量が少ないため、低コストでの競争が続いており、今までの見積金額では受注できない。また、受注できても利益率が悪い。       |
|                |         | 洋食食堂   | 給料や社員数を減らしてもなお景気が良ならず、資金繰りが難しくなっている。                                |
| 企業関連           | 製造業（食品） | 前回は年末年始のギフトが好調であったため「良くなっている」と回答したが、今月はその時に比べれば悪くなっている。  |   |

(5) 県西地域

| 回答区分      | 分野   | 業種・職種    | 理由  |
|-----------|------|----------|---|
| 良くなっている   | 家計関連 | 洋食食堂     | 売上げ下降の予想に反して良好であった。予約もあり、人の動きも多いように感じる。また、県外ナンバーの車が多くなっている。 |
|           | 企業関連 | 製造業（石材業） | 最も忙しい時期であり、仕事量が多い状況になっている。                                  |
| やや良くなっている | 家計関連 | 商店街代表者   | 気候が暖かくなってきたことが要因になっていることも考えられるが、出かける人が多くなり、買物客が増加している。      |
|           |      | 農産物直売所   | 売上げ・来場者数ともに前年同月を上回っている。                                     |
|           |      | ゴルフ場     | イベント・企画等が定着してきており集客力に繋がっている。                                |
|           |      | ゴルフ場     | 好天・暖冬に後押しされて、客足が着実に伸びている。先月は、2月としては過去最高の来場者数となった。           |

| 回答区分           | 分野      | 業種・職種                 | 理由  |
|----------------|---------|-----------------------|---|
| やや良くなっている      | 家計関連    | 理・美容店                 | 客に話を聞いてみると、単価は安い仕事量は増えているという声が多く聞かれる。                           |
|                |         | 建築設計事務所               | 工場関係の建物の建設がでてきている。  |
|                | 企業関連    | 製造業（食品）               | 閑散期が過ぎたので、新しい機械を導入して、春のキャンペーンの増産体制に入っている。                       |
|                |         | 製造業（木材業）              | 年度末ということもあって受注があり、多少良くなっている感じがする。                               |
|                |         | 製造業（金属製品）             | 業務量が減少していないため、全体的に良くなっていると思われる。                                 |
|                |         | 製造業（一般機械工業）           | 受注量が増加している。また、新たな会社などから仕事の話がでてくるようになってきている。                     |
|                |         | 製造業（電気機械器具）           | 例年3か月前と比較して注文が増加する時期であるが、今年も同様の伸びが見られる。                         |
|                |         | 非製造業（倉庫業）             | 食品関係の売行きが良いために在庫が少なくなっている。また一般の工業製品も荷物の動きが良くなってきている。            |
|                |         | 非製造業（不動産業）            | 賃貸客が多い時期であるが、売買客も増加している。  |
|                | 雇用関連    | 求人広告                  | 製造業の業務量が増加している。   |
|                |         | 公共職業安定所               | 求人は増加傾向・求職者は減少傾向で推移している。また、解雇者も減少しており、雇用保険受給者数も数年ぶりの低い数値となっている。 |
|                |         | 学校就業関係者               | 機械関係の職種で求人数が増加傾向にある。  |
|                |         | 雇用相談員                 | 自動車関連（特に部品製造等）の求人が多く見られる。                                       |
| 変わらない          | 家計関連    | スーパー                  | 同業他社が民事再生法を申請するなど厳しい状況に変わりはない。                                  |
|                |         | スーパー                  | 客単価はほぼ横這いの状態である。客の購買意欲が増せば、客単価の向上は顕著に見られるが、現在は見られていない。          |
|                |         | 衣料品専門店                | 客の動向に変化はない。業界全体でも勝ち組みもあれば負け組みもあり、二極化が続いている状況にある。                |
|                |         | 専門スーパー                | 必要最低限の消費行動は3か月前と特に変わっていない。                                      |
|                |         | ガソリンスタンド              | 相変わらず価格競争が厳しく、ガソリンの売上数量も伸び悩んでいる。                                |
|                |         | 一般食堂                  | 回復の兆しも見られるようであるが、依然として不景気の一言で終わってしまう。                           |
|                |         | 旅行代理店                 | 年度末であり、通常でもあまり動きがない時期であるが、今年もあまり動きがない。                          |
|                |         | タクシー運転手               | 平日は、病院・買い物・営業等の利用があるが、土・日・祝日になると、仕事が減少し、待機する時間が長くなっている。         |
|                |         | タクシー運転手               | 工業団地へ行く客がやや増加しているが、街中のスーパー・商店等の活気はまだまだ弱いような感じがする。               |
|                |         | ドライブイン                | 農産物関係の売上げは好調であるが、飲食関係の売上げが減少傾向にある。外食を控える傾向があらわれている。             |
|                |         | ドライブイン                | 来場者数は増加しているが、お土産購入の単価は減少している。また、旅行費用を安くして旅行回数をもくしたいという話が聞かれる。   |
|                |         | レジャー施設                | 施設の利用状況及び入場者数ともに変化は見られない。                                       |
|                |         | レジャー施設                | 出費の多い時期なので商店はにぎわっているが、レジャー施設の利用には結びついていない。                      |
|                | クリーニング店 | 客足が減少しており、悪い状況が続いている。 |   |
|                | 住宅販売会社  | 契約件数に変化がない。           |   |
|                | 企業関連    | 非製造業（建設業）             | 忙しくなったような気もするが、年度末の関係でもあり、全体的には変わらないと思われる。                      |
|                |         | 非製造業（広告業）             | 3か月前と比べると良くなっているが、年度末という特殊な季節的要因であり、特に変化は見られない。                 |
| 非製造業（コンサルタント業） |         | 周辺企業に特に変化は見られない。      |   |
| やや悪くなっている      | 家計関連    | 商店街代表者                | 鳥インフルエンザ問題が食品全般の消費に影響を与えていると思われる。                               |
|                |         | スーパー                  | 客数に変化はないが、客単価が減少している。また、買上点数も減少しており、価格の安さだけでは必要のない物は購入しない。      |
|                |         | 家電販売店                 | 春の入学・異動等、春の需要による売上げが年々減少傾向にある。                                  |
|                |         | 自動車販売店                | 最も需要のある時期であるが、新車・中古車ともに客の動きが鈍い。                                 |
|                |         | 寿司店                   | 卒業式や送別会の時期であるが予約が少ない。またランチなど昼の利用客も昨年より減少している。                   |
|                |         | 都市型ホテル                | 忘年会シーズンが好調であったため、その時に比べると予約状況が少ない状況にある。                         |
|                |         | タクシー運転手               | 例年3月は売上げが低迷する時期であるが、今年は特に客の動きが鈍いような気がする。                        |
|                |         | ゲームセンター               | メイン店舗への来店客数が減少傾向にある。また、客の商品に対する選別が厳しくなっている。                     |
|                | 企業関連    | 農業関係者                 | 農作物の価格低迷が続いており、回復が見込めない。  |
|                |         | 製造業（印刷業）              | 売上げが前年と比較して微減で推移している。また、官公庁の入札の落札価格が昨年を大分下回っており苦慮している。          |
|                |         | 製造業（化学工業）             | 昨年後半ほどの受注の伸びがなく、期末を控えての在庫調整に入っているような気がする。                       |
| 悪くなっている        | 家計関連    | タクシー運転手               | この時期にあるはずの歓送迎会等の話題が聞こえてこない。                                     |

## 2 景気の先行き判断理由

### (1) 県北地域

( : 主だった回答が存在しない)

| 回答区分        | 分野      | 業種・職種          | 理由  |  |
|-------------|---------|----------------|---|--|
| 良くなっている     | 家計関連    | コンビニエンスストア     | 一人あたりの買上単価が底をついた感じがする。  |  |
|             | 企業関連    | 製造業(輸送用機械器具)   | 確実に受注量が増加している。  |  |
| やや良くなっている   | 家計関連    | スーパー           | 景気の本質は厳しい環境にあるが、消費者はグチを言うことを止めて、行動に出てきている感じがする。                           |  |
|             |         | 小売業(靴製品)       | 自分の欲しい物には価格にこだわらなくなってきた。  |  |
|             |         | 観光型ホテル         | 首都圏の景気上昇気運が、次第に地元にも波及すると思われる。   |  |
|             |         | ゴルフ場           | 年配の方もそれなりにプレイを楽しんでおり、この先もあまり悲観的になる必要はないと思われる。                             |  |
|             |         | 住宅販売会社         | 住宅購入を検討している客が増加している。  |  |
|             |         | 企業関連           | 水産業関係者  | 鯖・イカ・背黒イワシ等の出現が予想され、小型船ではコウナゴ・オキアミ等の水揚げが予想されている。           |
|             | 雇用関連    | 製造業(電気機械器具)    | 新たな企業からの引合いもあり、平成16年度上期の主要取引先の生産計画も増加している。                                |  |
|             |         | 学校就業関係者        | 企業からの求人若干ではあるが増加している。   |  |
|             | 変わらない   | 家計関連           | 公共職業安定所   | 新規学卒者(高校)対象の求人数が対前年同月比で40%強増加している。                         |
|             |         |                | 商店街代表者  | 必要な物以外は購入しないという状況が続くと思われる。                                 |
| 家計関連        |         | コンビニエンスストア     | 賃上げ幅が少ない企業が多く、景気が良くなることはあまり期待できない。  |  |
|             |         | 自動車販売店         | 売上げが対前年比で95%の状況が続くと思われる。  |  |
|             |         | 農産物直売所         | 景気が回復しているような報道が聞かれるが、地方はまだ回復していないのが現状である。                                 |  |
|             |         | 小売業(酒類)        | 地元企業の景気の改善しだいであるが、今のところ良い情報はない。   |  |
|             |         | 卸売業            | 必要でない物については、購入しなくなってきた。   |  |
|             |         | 居酒屋            | 客数・客単価の上昇が見込めない。  |  |
|             |         | スナック           | 景気が良くなるという話が聞かれない。また、仕事がないという話をよく聞く。                                      |  |
|             |         | 観光型ホテル         | 行楽シーズンを迎え客のニーズに合った商品をどう企画し、タイムリーに狙った客層にPRできるかがカギとなると思われるが、大きな期待は持てない。     |  |
|             |         | 観光型ホテル         | 予約状況から鑑みて消費が拡大する気配は見られない。   |  |
|             |         | タクシー運転手        | 客から景気が良くなるという話をあまり聞かない。また、タクシーを利用しないで、電車・バスを利用する人が多い。                     |  |
|             |         | レジャー施設         | 利用者は増加しているが、客単価の減少が続いている。   |  |
|             |         | 理・美容店          | 固定客が安定的に利用してくれている。  |  |
|             |         | 企業関連           | 製造業(食品)   | 売上単価の下落傾向に歯止めがきかない。  |
|             |         |                | 製造業(一般機械器具)   | 良くなる要因も悪くなる要因も見当たらない。                                      |
| 製造業(一般機械器具) |         |                | 景気回復の兆しが無い。   |  |
| 製造業(電気機械器具) |         |                | 先行き不透明感に変わりはなく、受注量の確保が第一である。  |  |
| 製造業(電気機械器具) |         |                | 一時的に仕事が出てきても長く続くかどうか不安定なところがあるが、これ以上悪くなることはないであろうという話がよく聞かれるようになってきた。     |  |
| 非製造業(建設業)   |         |                | さらに二極化は続くと思われるが、それが景気の底上げにつながるようには感じられない。                                 |  |
| 非製造業(金融業)   |         |                | 製造業が一時の沈滞傾向から脱却気味であるものの、全体に波及するほどの変化は見られず、先行きの不透明感を払拭するまでには至っていないと思われる。   |  |
| 非製造業(不動産業)  |         |                | 企業再編や雇用不安などが続いている中で先行き不安もあり、不動産購入は更に慎重にならざるを得ないのではないかと思われる。               |  |
| 雇用関連        |         |                | 人材派遣業   | 業種によりバラツキがある。  |
|             |         |                | 雇用相談員   | 仕事が増えても継続性が不明のため、パート・派遣等でしのいでいる状態であり、まだまだ上昇に向かっていくには思われない。 |
| やや悪くなっている   |         | 家計関連           | スーパー  | 昨年と比較して、来客数の落込みよりも売上金額の落込みのほうが大きい状況にある。                    |
|             |         |                | 衣料品専門店  | 観るだけで商品を購入しないケースが今後も続くと思われる。                               |
|             |         |                | ガソリンスタンド  | 先行きが不安であるという話が、経営者・個人ともに多く聞かれる。                            |
|             |         |                | タクシー運転手   | 例年よりも新入社員の送迎の仕事が少ないように感じる。                                 |
|             | タクシー運転手 |                | 農家が忙しくなる時期であり、飲食店の客が少ないため、夜の客も期待できない。また、運転代行業の増加などで営業回数も減少しており、先行きが不安である。 |  |
|             | レジャー施設  |                | 暖冬の影響で桜の咲く時期が早まり、予定を組んだイベントと集客の時期がずれる等の影響を少しひきずることが予想される。                 |  |
|             | 企業関連    | 林業関係者          | 材木の需要が増加する見込みがない。   |  |
|             |         | 製造業(電気機械器具)    | 受注が減少しており、注残を減らし続けている。  |  |
|             |         | 製造業(輸送用機械器具)   | 海外へ作業をシフトする傾向にあり、価格競争が熾烈化している。  |  |
|             |         | 非製造業(情報処理サービス) | 年度末に比べれば、仕様作成時期であることなどから受注量は減少すると思われる。                                    |  |
| 悪くなっている     | 家計関連    |                |   |  |

## (2) 県央地域

( : 主だった回答が存在しない)

| 回答区分      | 分野             | 業種・職種                               | 理由  |  |
|-----------|----------------|-------------------------------------|---|--|
| 良くなっている   | 企業関連           |                                     |   |  |
| やや良くなっている | 家計関連           | 農産物直売所                              | ここ2・3年と比べて昨年は売上げが回復しているため、先行きは期待できる。  |  |
|           |                | 専門スーパー                              | 工事関係者の建築資材などの購入が増加しており、地域的にも上向き傾向であるように思われる。  |  |
|           |                | レストラン                               | 昨年と比べて求人募集が若干増加しており、個人消費も男性の消費が伸びてきている。   |  |
|           |                | 旅行代理店                               | 昨年度から旅行環境が整っていることに併せて、旅行出控えムードが改善してきているように思われる。テロ等による一時的な落ち込みはあると思われるが、引続き国内旅行を中心とした旅行需要の回復は少し期待できると思われる。 |  |
|           |                | 住宅販売会社                              | 社会全体の景気回復基調もあり、受注棟数が更に伸びていくことが予想される。  |  |
|           |                | 建築設計事務所                             | 平成16年に入り、東京方面の客から景気が上向いてきているという話が聞かれるようになった。今後、新規の設備投資が多少期待できるのではないかと思われる。                                |  |
|           | 企業関連           | 製造業(一般機械器具)                         | 円安・株高の状況や大手製造業などの業績改善などの情報により、今後はある程度の設備投資が期待できる。特に環境と安全に関する引合いが増加することが予想される。                             |  |
|           | 非製造業(情報処理サービス) | 注文・引合い件数が増加傾向にあることに加えて、株価が上昇しているため。 |   |  |
|           | 雇用関連           | 雇用相談員                               | 大手企業の収益が改善しており、中小・零細企業のリストラが底を打ち、受注量が増加するようであれば、全体的にゆるやかな雇用改善が進むと思われる。                                    |  |
| 変わらない     | 家計関連           | 商店街代表者                              | 消費はまだ良くなっていないので、小売業が良くなるまでには、まだ時間がかかると思われる。   |  |
|           |                | 百貨店、総合スーパー                          | 全体の景気は回復傾向にあると思われるが、最終消費段階では変わらないと思われる。   |  |
|           |                | 百貨店、総合スーパー                          | 欲しいものにしかお金をださないという消費マインドの傾向は変わらないと思われる。   |  |
|           |                | スーパー                                | 競合店が増加しているため景気が上向くのは厳しいと思われる。   |  |
|           |                | スーパー                                | 多少の改善・改悪には対応できるように、消費者は生活の中で工夫をしているように思われる。   |  |
|           |                | 家電販売店                               | 自宅へ配達するケースが少なく、必要品のみを購入する傾向が続くと思われる。  |  |
|           |                | 自動車販売店                              | 先行き不安が改善されていないとの意見が多く、購買意欲が増していないように思われる。   |  |
|           |                | ガソリンスタンド                            | 原油高・円安により燃料価格が上昇しており、景気の回復に水を差すのではないかと思われる。   |  |
|           |                | レストラン                               | 中小企業の底上げが見られない影響で飲食関係は非常に苦しい状況が続いている。   |  |
|           |                | 都市型ホテル                              | 3か月というわずかの期間での好転は難しいと思われる。  |  |
|           |                | 観光型ホテル                              | 予約状況は前年並みとなっており、客の消費単価に大きく変化はみられない。   |  |
|           |                | タクシー運転手                             | 全国規模の集まりがないため、変化がないと思われる。   |  |
|           |                | タクシー運転手                             | 廃業する飲食店が多く、飲食店街に活気がない。また、客との会話の中でも景気が良い話が聞こえてこない。   |  |
|           |                | ドライブイン                              | 観光客数は前年並みの確保はできているが、地元客の宴会などは減少している。また、各企業の経費節減と道路交通法の改正により伸びる要素が見られない。                                   |  |
|           |                | 観光名所                                | 客から景気が良くなるという話が聞かれない。   |  |
|           |                | レジャー施設                              | 16年度から一部料金を値下げするが、客の期待するほどではなく、来年度の見通しが立っていない。  |  |
|           |                | 理・美容店                               | 他店との差別化を図るキャンペーンに取り組みないと現在と変わらないと思われる。  |  |
|           |                | 企業関連                                | 製造業(食品)   | 消費者の財布のヒモが緩むような要件が見当たらない。                                |
|           |                |                                     | 製造業(出版・印刷業)   | 諸団体の総会等が行われる6月頃までは、現在の状況が続くと思われる。                        |
|           |                |                                     | 非製造業(輸送業)   | まだ各社手探りの状況であるが、明るさは見えてきているようである。しかし、イラク戦争・テロなど懸念材料が見られる。 |
|           |                |                                     | 非製造業(金融業)   | 資金需要の活発化傾向は今後も同レベルで推移するものと思われる。                          |
|           |                |                                     | 非製造業(広告代理業)   | 新年度予算を縮小しているところが多い。                                      |
|           |                |                                     | 雇用関連  | 求人広告   |
|           |                | 公共職業安定所                             | 有効求人倍率が前年同月を上回っている状況が続いている。   |  |
|           |                | 学校就業担当者                             | 学生の求人数は増加していない。   |  |
| やや悪くなっている | 家計関連           | 商店街代表者                              | 消費税の総額表示は小規模店にとっては労力の負担増となっている。また、各メーカーも新製品が少なくなっているように思われる。  |  |
|           |                | 専門スーパー                              | 4月1日より総額表示方式が施行されることにより、店頭表示価格が今までと違って端数の多い価格表示が増える。消費者にとっては値上げと勘違いする場合があると思われ、一般に浸透するのは夏以降になると思われる。      |  |
|           | 企業関連           | 製造業(土石製品)                           | 前年同期と比較して、今後3か月先の工事受注量が減少している。  |  |
| 悪くなっている   | 家計関連           | スーパー                                | 消費税の総額表示により、表示価格が5%上昇するため、消費者の「価格が高くなった」という感じが拭えず、買い控えが発生すると思われる。   |  |
|           |                | 理・美容店                               | 開店以来の悪い収入となっており、今後も続くと思われる。   |  |

(3) 鹿行地域

| 回答区分      | 分野        | 業種・職種   | 理由   |
|-----------|-----------|---|--|
| 良くなっている   | 家計関連      | 農産物直売所  | 単価の高い特産物が出荷されるため、売上げの増加が期待できる。   |
|           | 家計関連      | 商店街代表者  | 解雇になった人々が企業の業績回復で呼び戻されている。   |
|           |           | タクシー運転手   | 近隣のタクシー会社が廃業したため、客が増加することが期待できる。   |
|           |           | 観光名所職員  | あやめ祭りの時期に入るため、客足が増加すると思われる。  |
|           |           | 洋食食堂  | 消費税の総額表示への移行に伴いメニュー替えを検討している。  |
|           |           | 割烹料理店   | 地元客は依然として少ないが、大企業のビジネス客の動きが多くなってきているように思われる。   |
|           |           | 理・美容店   | 製造業が少し良くなっていると思われる。  |
|           |           | サービス業   | ユーザーとの対話の中では、明るい話が聞かれるようになってきているので、先行きは好転することが期待できる。                                       |
|           |           | 住宅販売会社  | 住宅ローン減税の影響で、そろそろ客の動きがでてくると思われる。  |
|           | 企業関連      | 農業関係者   | 需要が期待できる時期であるので、今月よりは良くなっていると思われる。   |
|           |           | 製造業（食品）   | 昨年発生したコイヘルペスウィルスの風評被害が少なくなると思われる。  |
|           | 雇用関連      | 製造業（金属製品）   | 円高ではあるが、内外景気が好調なため、増益基調が崩れる心配がなさそうである。   |
|           |           | 人材派遣業   | 単価の上昇は引続き厳しいと思われるが、製造業を中心に緩やかな回復が期待できる。  |
|           |           | 民間職業紹介業   | 製造業の動向から察すると、他の業種についても多少上向くことが予想される。   |
| 公共職業安定所   |           | 事業主から少人数ではあるが、増員の話が聞かれるようになってきている。また、企業に対するアンケート調査でも、先行きの業績回復を見込む回答が増加している。 |  |
| 雇用相談員     |           | 「従業員を辞めさせたい」から「要員は現状維持していきたい」と雇用確保に変わってきているので、やや良くなるように思われる。                |  |
| 変わらない     |           | 家計関連  | 商店街代表者   |
|           | スーパー      |   | 失業者が減少していないため、景気が上向くのは厳しいと思われる。  |
|           | 小売業（薬品店）  |   | 規制緩和により、危険性が忘れられて専門的な商品がより少なくなっていくと思われる。   |
|           | 観光型ホテル    |   | 予約状況を見ると今後良くなると思われない。  |
|           | タクシー運転手   |   | 大企業等一部の業種では良い話が聞かれるが、まだ低迷しているところが多い状況である。  |
|           | レジャー施設    |   | 3か月程度で住民の不安が一掃され、消費が増加することは期待できない。   |
|           | 室内装飾業     |   | 住宅の着工が少なく、家を建てようとする気配も見られない。   |
|           | クリーニング店   |   | 景気が良くなる要因が見当たらない。  |
|           | 企業関連      | 住宅販売会社  | 景気が良くなる要因が見当たらない。  |
|           |           | 製造業（化学工業）   | 今年の採用予定人数が昨年より倍以上増加している。   |
|           |           | 製造業（窯業・土石製品）  | 親会社では、原材料単価の高騰によるコストアップを販売単価へ転嫁するのは難しい状況にあり、その分下請企業へのコスト削減などの要請が必至と見られているため、厳しい状況は続くと思われる。 |
|           |           | 非製造業（輸送業）   | 予算を作成していても、新たな話はあまり耳にしにくい。また、荷主の話聞いても、相変わらずリストラが多く、新入社員の採用は控えているところが多い。統合・合併も多くなっている。      |
|           |           | 非製造業（金融業）   | 家計面では依然として雇用などの将来に対する不安が消えていないため、消費が拡大するとは考えにくい。   |
|           |           | 製造業（印刷業）  | 景気が良くなる要因が見当たらない。  |
| 雇用関連      | 非製造業（保険業） | 景気が良くなる要因が見当たらない。   |  |
|           | 学校就業関係者   | 各事業所から来年度正社員を増加させるという話はあまり聞かれず、派遣業・パート等は増やすという話が聞かれる。                       |  |
| やや悪くなっている | 家計関連      | 小売業（酒類）   | 消費税の総額表示は客に値段が上がったように印象付けるため、買上単価・買上点数ともに増加させるのは難しいと思われる。                                  |
|           |           | スーパー  | 雇用が回復していない。  |
|           | 企業関連      | 製造業（化学工業）   | 中東情勢の影響により、原材料価格が上昇傾向にあり、コストアップが見込まれる。   |
| 悪くなっている   | 家計関連      | 小売業（金物店）  | 先行きの見通しに好材料がない。得意先の受注状況も芳しくなく、街全体に活気がない。   |
|           |           | 観光型ホテル  | 予約状況から見るとさらに悪化することが予想される。  |
|           | 企業関連      | ゴルフ場  | 景気が良くなる要因が見当たらない。  |
| 企業関連      | 製造業（飼料製造） | 原材料や海外からの船運賃が高騰したため、4月以降製品価格の値上げを行わざるを得ないが、需要が低迷しており、より厳しい状況が予想される。         |  |

## (4) 県南地域

( : 主だった回答が存在しない)

| 回答区分       | 分野                                    | 業種・職種          | 理由  |
|------------|---------------------------------------|----------------|---|
| 良くなっている    | 家計関連                                  |                |   |
| やや良くなっている  | 家計関連                                  | スーパー           | 以前と比べて客や業者から悲観的な言葉が聞かれなくなった。また、嗜好品が売れてきている。                           |
|            |                                       | 家電販売店          | ワールドカップ予選等の影響で、AV機器の売上向上が見込める。  |
|            |                                       | 小売業(各種食料品)     | 客数が増加しているため先行きは期待できる。   |
|            |                                       | 和食食堂           | 全体的に景気動向に明るさがでてきており、外食に対する認識も多少良くなってくると思われる。                          |
|            |                                       | ゴルフ場           | 予約件数が増加している。  |
|            |                                       | 住宅販売会社         | 減税の適用条件が年内中の入居であり、年内建築を検討している客が多くなっている。                               |
|            | 企業関連                                  | 製造業(食品)        | ギフト期に入るため、良くなることが期待できる。   |
|            |                                       | 製造業(窯業・土石製品)   | 株式や円が安定しているため、このまま良くなると思われる。  |
|            |                                       | 製造業(一般機械器具)    | 新製品の立ち上げが続いており、業績アップに明るい見通しとなっている。                                    |
|            | 変わらない                                 | 家計関連           | スーパー  |
| コンビニエンスストア |                                       |                | 家計の所得に大きな変化がなければ、消費に回るお金は従来と同じではないかと思われる。                             |
| コンビニエンスストア |                                       |                | 買う意識よりもお金を貯める意識が強くなっているように感じる。  |
| ガソリンスタンド   |                                       |                | 石油業界はこの1年が勝ち組・負け組が明確にできることが予想されているが、どちらになるか先行きが明確になっていない。             |
| 都市型ホテル     |                                       |                | 昨年のような冷夏になってしまうのが不安があり、ビアガーデンの開始時期が読めなくなっているが、景気はあまり変わらないと思われる。       |
| 都市型ホテル     |                                       |                | 客数が増加しても客単価が減少している傾向にあるため、売上げが上昇するのは難しいと思われる。                         |
| 旅行代理店      |                                       |                | 旅行業界にとって時期的には良い時期であるが、現在の需要の動きが継続しているか不明である。                          |
| タクシー運転手    |                                       |                | 大企業の一部では好景気のようなようであるが、庶民は将来への不安もあるのか無駄遣いをしなくなっていると思う。                 |
| タクシー運転手    |                                       |                | 春闘のベースアップもなく、賃金カット・雇用不安等により景気の回復が望めない。                                |
| タクシー運転手    |                                       |                | 客から景気の良い話が聞かれない。  |
| 企業関連       |                                       | 農業関係者          | これといった販売物がないため、変化はないのではないかとと思われる。                                     |
|            |                                       | 製造業(食品)        | BSE・鳥インフルエンザ問題が落ち着かなければ、景気の上向きは期待できない。                                |
|            |                                       | 製造業(食品)        | 中元までの計画を作成中であるが、せいぜい横這いであると思われる。                                      |
|            |                                       | 非製造業(建設業)      | 毎年1月から5月までに年間工事金額の70%ぐらい施工するが、今年は期待できない。                              |
|            |                                       | 非製造業(建設業)      | 景気が良くなる要因が全く見当たらないため、今と変わらないと思われる。                                    |
|            |                                       | 非製造業(建築設備業)    | 見積状況から判断しても変化があるとは思われない。  |
|            |                                       | 非製造業(輸送業)      | 新規開拓は望めず、特定のメーカーの利用が多くなることが見込まれており、現在の荷主を維持できるかが課題となっている。             |
|            |                                       | 非製造業(不動産業)     | 業態構造に変化はない。   |
|            |                                       | 非製造業(金融業)      | リストラ効果は一時的であり、デフレスパイラルの状態は改善されていないと思われる。                              |
|            |                                       | 雇用関連           | 雇用相談員   |
| 求人広告       | 新規出店・人口流動が引続き見込まれるため、好調な状況が続くと思われる。   |                |   |
| 公共職業安定所    | 主要企業を対象とした業況調査で今後3か月を横這いと回答している企業が多い。 |                |   |
| やや悪くなっている  | 家計関連                                  | スーパー           | 消費税の総額表示で客の反応が心配である。  |
|            |                                       | 衣料品・身の回り品販売店   | 6月は売上げが減少する時期であり、あまり期待できない。   |
|            |                                       | タクシー運転手        | 飲食店で閉店している店が多い。   |
|            |                                       | タクシー運転手        | 昨年と比較して確実に仕事が減少しており、この傾向は止まらないと思われる。                                  |
|            |                                       | パチンコ店          | 風俗営業法改正による機械台の規制の影響がでると思われる。  |
|            |                                       | 理・美容店          | 卒業式・入学式・成人式等のイベントの来客数が減少している。   |
|            | 企業関連                                  | 製造業(食品)        | 中国経済の成長が国内に悪影響を与えている。また、石油が値上がり傾向にある。                                 |
|            |                                       | 製造業(コンクリート製造業) | 足利銀行破綻による栃木県内を中心とした取引先企業の財務内容の悪化が懸念される。                               |
|            |                                       | 非製造業(建設業)      | 取引先と話をしても10人に9人は現状維持かやや減少の意見であり、企業の設備投資が増加に転じるとは思われない。                |
|            |                                       | 雇用関連           | 人材派遣業   |
| 悪くなっている    | 家計関連                                  | スーパー           | 消費税の総額表示に慣れるまでは影響がでると思われる。  |
|            |                                       | 洋食食堂           | 3月・4月はお祝い事や歓送迎会行事の多い月であるが予約がない。近隣地域と比較して開発が遅れており、取り残されていることが要因と考えられる。 |

## (5) 県西地域

(- : 回答が存在しない)

| 回答区分      | 分野          | 業種・職種                                | 理由  |   |
|-----------|-------------|--------------------------------------|---|---|
| 良くなっている   | -           | -                                    | -   |   |
| やや良くなっている | 家計関連        | 商店街代表者                               | 鳥インフルエンザ問題が終息していると思われる。                                 |   |
|           |             | 農産物直売所                               | 売上高・来場者数ともに上昇傾向にあり、今後も続くと思われる。                          |   |
|           |             | 専門スーパー                               | 平年並の気温になれば、やや消費は上向くと思われる。                               |   |
|           |             | ガソリンスタンド                             | 近隣に大型店がオープンしており、またオープン予定のところもあるため、需要は伸びてくるのではないかとと思われる。 |   |
|           |             | 洋食食堂                                 | 気候も良くなり、外出が増えると思われる。                                    |   |
|           |             | 旅行代理店                                | 問合せ・来店等の動きはあるので、少しは良くなるのが期待できる。                         |   |
|           |             | ゴルフ場                                 | 4月からは夏場料金になり料金が上がるが、今のところ予約が結構入ってきている。                  |   |
|           |             | 建築設計事務所                              | 建設計画の問合せが少しずつできてきている。                                   |   |
|           | 企業関連        | 製造業(化学工業)                            | 携帯電話等新規モデルが立ち上がる見込みである。                                 |   |
|           |             | 非製造業(倉庫業)                            | 地元の工業団地では設備投資が進んでいるようである。                               |   |
|           |             | 非製造業(不動産業)                           | 不動産の底値感があるようであり、売買取引が活発化している。                           |   |
|           | 雇用関連        | 求人広告                                 | 求人広告に掲載する企業が増加している。                                     |   |
|           |             | 学校就業関係者                              | 全体的に求人事業所の数が増加傾向にある。                                    |   |
| 変わらない     | 家計関連        | 商店街代表者                               | 鳥インフルエンザの影響により特に食生活において消費者がかなりシビアになりつつある。               |   |
|           |             | 家電販売店                                | 需要が増加する見込みがない。  |   |
|           |             | 寿司店                                  | チラシ配りやイベントを企画してもあまり反応が良くないため、景気の上向きは期待できない。             |   |
|           |             | 一般食堂                                 | 景気の回復を期待しているが、当分は景気の変化はないと思われる。                         |   |
|           |             | タクシー運転手                              | 街内の活気がないので、悪い状況が続くと思われる。                                |   |
|           |             | タクシー運転手                              | 連休明けであり、農繁期でもあるので、忙しくなるとは思われない。                         |   |
|           |             | ドライブイン                               | 団体客の確保対策など営業面に力を入れなければ、更に厳しくなっていくと思われる。                 |   |
|           |             | ドライブイン                               | お年寄をはじめ客の収入は減少しているようであり、厳しい状況が続くと思われる。                  |   |
|           |             | ゴルフ場                                 | 梅雨の時期であり、景気が上向くのは厳しいと思われる。                              |   |
|           |             | レジャー施設                               | 施設利用者の状況に変化が見られない。                                      |   |
|           |             | 理・美容店                                | これだけ景気が落ち込むとそう急速に変化するとは思われない。                           |   |
|           |             | 企業関連                                 | 農業関係者   | BSE・鳥インフルエンザ等により、今後農畜産物の価格低迷は避けられない状況にある。               |
|           | 製造業(食品)     |                                      | 新製品の売れ行き次第であるが、関西向け商品が主力となっており、大きな伸長は期待できない。            |   |
|           | 製造業(金属製品)   |                                      | 給料面などでは現状維持の状態であり、あまり変わらないと思われる。                        |   |
|           | 製造業(一般機械工業) |                                      | 受注量は多いが、いつまで続くか不透明であり、雇用に結びつかない状況である。                   |   |
|           | 非製造業(建設業)   |                                      | 一部では設備投資の計画の兆しが見られるが、先の見通しが立たない状況である。                   |   |
|           | 非製造業(金融業)   |                                      | 技術力・競争力のある会社は良くなってきているが、総体的には悪い状態が続いている。                |   |
|           | 非製造業(広告業)   |                                      | 合併などの特需もあまり期待できないため、急激な変化はないと思われる。                      |   |
|           | やや悪くなっている   |                                      | 家計関連  | スーパー  |
|           |             | スーパー                                 |   | 消費税の総額表示により、どうしても客に値上げのイメージを与えるため、買い控えができるのではないかとと思われる。 |
| 和食食堂      |             | 外食産業全体では5%前後売上げが減少しており、その影響を受けそうである。 |   |   |
| 都市型ホテル    |             | 足利銀行の問題が5・6月にでてくることが予想される。           |   |   |
| 企業関連      |             | 製造業(木材業)                             | 4月以降建設中の現場が少なく落ち込みが予想される。                               |   |
|           |             | 製造業(印刷業)                             | 企画物で売上げを増進させるなど知恵を出し合い頑張っているが高収益に結びついていない。              |   |
|           |             | 製造業(電気機械器具)                          | 例年現在の伸びが一段落する傾向にあり、今年も同じような傾向になるとと思われる。                 |   |
| 悪くなっている   | 家計関連        | クリーニング店                              | 暖かい日が続く、冬物が動いていない。                                      |   |
|           | 企業関連        | 製造業(石材業)                             | 需要が少なくなる時期であり、受注できても利益が少なくなってしまう。                       |   |

### 3 その他の意見

#### (1) 県北地域

| 分野業種・職種        | 特徴的意見  |
|----------------|--|
| 家計関連           |  |
| 商店街代表者         | 工場の海外移転が控えており、街がさびれていくのか心配である。   |
| スーパー           | 消費税の総額表示を3月より実施した。店頭・店内にてポスターなどで告知しているが、まだまだ理解されていない。  |
| スーパー           | 家族連れが多くなっている。  |
| コンビニエンスストア     | バレンタインデーやホワイトデーの状況が前年と比べて極めて悪い。  |
| コンビニエンスストア     | 酒類販売免許の規制緩和による販売業者の増加にともない、販売方法が多様化してくることが予測される。   |
| 衣料品専門店         | 新入学であっても「おさがり」を利用する人が増加している。   |
| ガソリンスタンド       | 競売が毎月のように行われている。   |
| 小売業(酒類)        | 大型店の進出が目立っている。   |
| 小売業(靴製品)       | 中学校へ入学する生徒の制服・ジャージを近所の人や知人からのおさがりで済ます人が多くなっている。  |
| 卸売業            | 中国と取引があるところで、忙しくなっているところがあるのできている。   |
| レストラン          | 客の入っている店も見られるが、客の入っていない店の方が多く見られる。   |
| 居酒屋            | リース会社などから新規申込みを打診されることが多くなっている。  |
| 食堂             | 飲み物等の注文が少なく、客単価が減少している。  |
| 観光型ホテル         | リストラになっても40才以上の人は再就職が厳しい状況にある。   |
| 観光型ホテル         | 相変わらず景気の良い話は具体的には聞こえてこないが、高級車が売れたり、ブランド物が売れる現状は、一時期の景気の低迷からは抜け出していると思われる。自分にとって価値のあるものには投資を惜しまない傾向がある一方で、デフレを反映し安価なものに魅力を感じる層と二極化の動きがある。 |
| タクシー運転手        | さくらの開花時期が早まることが予想されており、まつりなどの行事に影響がでないか心配である。  |
| タクシー運転手        | 中国へ企業が進出しているが、中国の好景気に乗れば、日本も多少景気は良くなるのではないかとと思われる。   |
| ゴルフ場           | 人間の気分がかなり景気に影響を与えていると思われる。   |
| レジャー施設         | 販売関係でパートの募集をしたところ、応募者の7割が50～60才代の男性という異例の状況となった。中高年男性の雇用が厳しい現状が伺える。  |
| レジャー施設         | 求人募集をおこなったところ問合せ件数が多いのに驚いた。  |
| 理・美容店          | 企業の景気は多少良くなっているようであり、パート社員の採用が増加しているようである。   |
| 理・美容店          | 各企業の合理化・リストラが終わり、全体的に景気は回復していると思われる。   |
| クリーニング店        | 同業者の廃業が聞かれるようになってきた。   |
| 住宅販売会社         | 自分が気に入ったものであれば、少々価格が高くてもお金を使う人がかなり増加している。  |
| 企業関連           |  |
| 水産業関係者         | 金融機関の引き締めにより、買付資金・運転資金の融通が不安定になっており、魚市場と仲買人との間に今までにない摩擦が発生している。  |
| 製造業(食品)        | 4月からの総価格表示に伴い、顧客との折衝が盛んである。  |
| 製造業(電気機械器具)    | 人材派遣業のセールス来訪や電話が多い。  |
| 製造業(電気機械器具)    | 原材料の値上げ要求が強く、材料入荷に支障が生じてきている。  |
| 製造業(電気機械器具)    | 単価の引下げや今までなかった電気機械器具の分野で入札という話を聞くと、零細企業でやっていけないところもあると思われる。  |
| 製造業(輸送用機械器具)   | 海外へ生産をシフトしているが、現地で部品調達ができない(品質・技術の問題がある)ため、国内から送っている。また、原材料の値上げにより確保するのが大変な状況にある。  |
| 非製造業(金融業)      | 鉄・非鉄等金属類の価格が上昇しており、材料関連の事業所では活発な動きが感じられる。  |
| 非製造業(不動産業)     | 雇用面で固定費の圧縮策として有資格が条件のアルバイトやパートの雇用が目立っている。  |
| 非製造業(情報処理サービス) | DVD対応のパソコンが好調であるという話を聞いた。  |
| 雇用関連           |  |
| 学校就業関係者        | 求人は増加しているが、正社員(長期契約社員)の求人は少なく、派遣業の求人が増加している。   |
| 雇用相談員          | 資材・材料の単価が上昇しているようであり、「今までのような低価格競争の厳しさがなくなってきた、良い面での動きが出てきているように感じる」と言っている経営者もいる。  |
| 求人広告           | 失業者が多いといわれているが、人財を募る企業はある。しかし、応募が少なく、採用しても1～2か月で辞めてしまうこともあり企業担当者から嘆きの声が聞かれる。   |
| 公共職業安定所        | 求人数は増加しているが、雇用保険被保険者数は減少傾向にあり、本格的にはまだ景気は良くなっていないように思われる。   |

## (2) 県央地域

| 分野      | 業種・職種   | 特徴的意見  |
|---------|---|--|
| 家計関連    | 商店街代表者  | 仕入先などを見ると、長引く不況に対応して構造改革をしてきた会社とできない会社とでは少しずつではあるが差ができてきていると感じる。今後淘汰はますます進んで「勝ち組」と「負け組」がはっきりしてくると思われる。               |
|         | 商店街代表者  | この不況の中でも、大型開発計画が目白押しで、中心市街地の衰退が懸念される。  |
|         | 百貨店、総合スーパー                                      | 目的買いや必要最小限の買物をする傾向は今後も続くと思われる。また、商品に対する価格意識（価値観）は益々シビアになってくるのではないと思われる。  |
|         | 百貨店、総合スーパー                                      | 値札が総額表示になっている中、見慣れないせいで商品の価格が高くなっていると勘違いし、購買意欲が減少しているように思われる。一部の業界では事実上の値下げという戦略を行うところもあるようであるが、消費者の慣れを待つしかないと感じている。 |
|         | スーパー  | 消費税の総額表示がなかなか浸透していない。  |
|         | スーパー  | 厳しい景気だからこそ激しい競争がおきている。客は商品毎に買う店舗を分けて利用している。  |
|         | 専門スーパー  | 自営業者の来店・注文が増加している。理由として、今まで一つの取引先から購入していたものを、自分でいろいろな店へ出向いて購入し、無駄な在庫を持たないようにしていることが考えられる。                            |
|         | 専門スーパー  | 工事関係者の購買が上昇しているが、鉄鋼関係の価格が急騰しており、購買に影響しないか心配である。  |
|         | レストラン   | 給料システムがシビアになってきている。  |
|         | 都市型ホテル  | 消費税に関する話題を耳にするようになってきた。  |
|         | 都市型ホテル  | 観梅の季節であるが、例年より他県からの観光客が少ないように思われる。   |
|         | 観光型ホテル  | 売店では、従来の納豆・水戸の梅などに加えて、県産品の干いも・餅の需要が増えた。  |
|         | 旅行代理店   | 旅行会社の店舗の統廃合が進み、商品を限定した専門店が増加している。また、インターネット取扱高が増加し、総合旅行店頭店舗型が経費負担増で苦戦している。   |
|         | タクシー運転手   | 観梅により多くの観光客が訪れていたが、経済効果はあまりなかったのではないかとと思われる。臨時駅を廃止し水戸駅にての乗降にすれば経済効果が増すのではないかとと思われる。                                  |
|         | タクシー運転手   | 飲食店街で廃業する店が多いのに対して、新しい店が少ない。   |
|         | タクシー運転手   | 「金額よりも気持ち良く目的地まで行きたい」と言う客の一言があった。短い時間の中で、どのように客に接したら良いのか、サービス業の本質を考えさせられる一時であった。                                     |
|         | ゴルフ場  | 客単価が上昇傾向にある。   |
|         | ゲームセンター   | クレーンゲームやネットゲームの商品パワーがダウンしつつあるように思われる。  |
|         | レジャー施設  | 船の保管料に限らず、クラブハウスやレストランの利用等においても客は値段に敏感である。   |
|         | 理・美容店   | 競合店が増え、営業時間を延長するところがあるなど各店頑張っている。本店では、料金改正を考えているところである。  |
| 理・美容店   | 1000円カット店へ行った客の話を聞くと、安さと早さに対抗できるサービスが必要であると感じた。 |  |
| 住宅販売会社  | こだわりのものに対しては、出費を惜しまない傾向が強くなっている。                |  |
| 建築設計事務所 | ホテルの建設が増加している。                                  |  |
| 企業関連    | 製造業（食品）   | 商品を購入する客から受取るお札が千円札が多いので、まだ景気は良くなっていないように思われる。   |
|         | 製造業（出版・印刷業）                                     | 業者間の過当競争もあり、受注単価の低迷が続いているため、経営環境は依然として良くない。  |
|         | 製造業（土石製品）                                       | 最近のニュース等で景気が回復してきていると言われているが、全く実感が無い。また、各金融機関で金利が上昇してきており、資金繰りが厳しくなっている。   |
|         | 製造業（一般機械器具）                                     | 鋼材・アルミ材関連で値上げの依頼ができてきている。  |
|         | 製造業（一般機械器具）                                     | 昨年の今頃は、大物の特注商品の受注などが多くあり、それが業績に良い影響を与えていたが、今年はそれらが激減している。  |
|         | 非製造業（建設業）                                       | 新築マンションが増加しているが、人口増加ではなく横の移動であるため、古くなったマンション（特にバブル期に建築したマンション）等は入居率の低下等で困っているオーナーが多い。                                |
|         | 非製造業（輸送業）                                       | 物流の見直しに伴い、物流部の再編・物流子会社との統合などリストラが進んでいる。  |
|         | 非製造業（金融業）                                       | 販売業において、質の良いもの・ブランド品等の売上げが増加傾向にある。   |
|         | 非製造業（広告代理業）                                     | 多くのサービス業と取引があるため集客について話を聞く機会があるが、商品力・明確なコンセプト・企業体力があるところに客が集まっている。   |
|         | 非製造業（コンサルタント業）                                  | 現代の商店街イメージを仮説した企画及びコーディネートによる販促イベントを実施したところ成功した。地方には地方の丁寧な消費拡大の取組みがあり、知恵が大切である。                                      |
| 雇用関連    | 雇用相談員   | 以前と比較して求人数は増加しているが、相変わらずミスマッチがでている。企業は専門的な知識や技術を持った人を希望している。   |
|         | 求人広告  | 若い夫婦の住宅購入が目立っている。  |

## (3) 鹿行地域

| 分野   | 業種・職種         | 特徴的意見   |
|------|---------------|---|
| 家計関連 | 小売業(金物店)      | 大型店・大企業の進出により、地元小売店・地場産業が相当ダメージを受けている。  |
|      | 商店街代表者        | 土曜・日曜のゴルフ場はかつての高度成長期のような賑わいを見せている。雇用安定で心にゆとりがでてきたと思われる。   |
|      | スーパー          | 同業他社の店舗が撤退している。   |
|      | スーパー          | 飲み屋の客が以前と比べてかなり減少している。  |
|      | 小売業(酒類)       | BSE・鳥インフルエンザ等の影響で食肉部門の売上げが落ちると予想していたが、順調に売上予算が達成できた。  |
|      | 専門スーパー        | 商品の安さばかりでなく、品質を重視する客が少し増えたような気がする。  |
|      | 書店            | 鹿行地区の小売店の多くが売上減少のため困っている。また、建設業者で廃業・倒産する業者が出てきている。  |
|      | 小売業(菓子販売店)    | 菓子店にとって、桃の節句は大きな行事であるが、その祝い方が大きく変わっている。初節句には、以前ならさくら餅を回りに配るのが普通であったが、その様な家はかなり減ってきている。桃の節句が菓子店のドル箱ではなくなった。                              |
|      | タクシー運転手       | 不況が長く続いているので、庶民が節約をする生活になじんでしまったような気がする。  |
|      | タクシー運転手       | 競輪の場外発売所ができて、大変盛況のようである。  |
|      | 観光名所職員        | コイヘルペスウィルスの影響があるようで、川魚の土産品などが少し倦厭されているようである。  |
|      | 洋食食堂          | 客のニーズにあった、質の良い商品を提供していくことが第一であると思われる。   |
|      | 理・美容店         | 最近の来店頻度を見てみると、月に一度の来店が全体の12.8%、2か月に一度の来店が36.8%、3か月に一度の来店が48.1%となっており、5年以上前と比べて、来店頻度がかなり落ち込んでいる。   |
|      | 室内装飾業         | デフレになっている商品が増加したように思われる。  |
|      | 住宅販売会社        | 土地の価格がやや上昇したような気がする。  |
|      | ドライブイン        | 米は景気に関係なく安定した販売数となっており、おいしい米であれば、高くても購入する客が多い。  |
| 企業関連 | 水産業関係者        | 漁船に乗りたいという求職の問合せが続いており、他の業種の雇用も厳しいことが伺える。   |
|      | 製造業(食品)       | 今年こそは景気が良くなるという意気込みが感じられてきている。  |
|      | 製造業(化学工業)     | 百貨店へ行ってみると、セール時は混雑しているが、それ以外では客足がまばらである。  |
|      | 製造業(電気機械器具)   | 懇親会などでは客が絶えず、運転代行を呼んでも到着するまでかなり時間を要するようになった。また、携帯電話も好みの色は在庫切れと言われた。ちょっとしたことであるが、景気が良くなってきたと感じられる。                                       |
|      | 製造業(飼料製造)     | 昨年末の米国でのBSE発生に伴う牛肉の輸入禁止や国内外での鳥インフルエンザの拡大等、食の安全を脅かす事態が頻発し、畜産物の供給が大幅に減少したにも関わらず、国民の食への安全の懸念から消費がそれ以上に落ち込んでいる。畜産関連商品全般が価格の低迷と売行き不振にあえいでいる。 |
|      | 製造業(化学工業)     | 品質・価格等納入条件に関して、ユーザーごとに独自性が強くなってきており、今まで以上に細かな対応が必要であると感じている。  |
|      | 非製造業(住宅設備施工業) | お金をたくさん持っている人はいるが、先行きが不透明なので、お金を使わない。   |
|      | 非製造業(輸送業)     | 物流の合理化による経費削減の動きが多い。提案力やコーディネート力、思い切った単価の値下げが必要になってくる。  |
|      | 非製造業(金融業)     | 大型でセルフのガソリンスタンドがオープンし、同業者間の競争が激しい。  |
| 雇用関連 | 民間職業紹介業       | 企業から求められる人材については、以前と比べるとかなりスキル(技術・技能)的な質を求められるようになってきている。しかし、若い人などは経験も乏しく、スキルの厳しい状況にあり、マッチングが難しい。                                       |
|      | 公共職業安定所       | 求人数は増加しているが、パート・期間契約・派遣求人割合が多く、企業の要員計画に慎重さがまだ見られる。  |
|      | 雇用相談員         | 工業団地内の主力企業の景気回復を期待する声が多い。   |

## (4) 県南地域

| 分野         | 業種・職種   | 特徴的意見   |
|------------|---|---|
| 家計関連       | 商店街代表者  | つくばエクスプレス開通に向けて、盛り上がっている。   |
|            | スーパー  | 万引きなど不正をする人が増えている。理由を聞くと、50から60才代でリストラにあって仕事がなくお金もないという人がほとんどである。                       |
|            | スーパー  | 食品部門が一連の諸問題で動きが悪くなっている。   |
|            | コンビニエンスストア  | スーパーの営業時間の延長、大型店の出店、酒免許取得の規制緩和による店舗の増加等により今後より一層競争が厳しくなると思われる。                          |
|            | 専門スーパー  | 消費税の総額表示に対して客はあまり関心がないようである。また、アパートでの一人暮らしなどで必要な物を買って揃えるのではなくて、今使用している物を持っていくという節約型が多い。 |
|            | ガソリンスタンド  | ここ2年間急激にオープンしてきたセルフスタンドが減少傾向にある。  |
|            | 洋食食堂  | 外食産業を見てみると、低価格の店がかなり増加しているように思われる。  |
|            | 洋食食堂  | 近隣に大型店がたくさん出店しており、買い物客であふれている。  |
|            | 寿司店   | 学校を卒業しても就職できないためにフリーターになっている人や失業者が多い。   |
|            | 和食食堂  | 土曜・日曜の来店客数が増加してきている。  |
|            | 都市型ホテル  | 今後県南エリアはつくばエクスプレスの影響で、企業・人等の動きがあり、多少景気は上昇するのではないかとと思われる。                                |
|            | タクシー運転手   | 商店街では閉店する店が多い。  |
|            | タクシー運転手   | タクシーを利用しないで、コミュニティバスを利用する人が多い。  |
|            | タクシー運転手   | 30分や1時間くらい待ってもバスを利用する人が多い。また、家族の方が送迎する場合も多い。  |
|            | タクシー運転手   | 通勤者などで駅からのタクシー利用の減少が見受けられる。   |
|            | タクシー運転手   | 100円ショップ等安価な店では駐車場の車両の数が多く見られる。   |
|            | ゴルフ場  | 17年10月開業予定の「つくばエクスプレス」による経済効果に大いに期待している。  |
|            | ゴルフ場  | 遊ぶ余裕がでてきているように思われる。   |
|            | パチンコ店   | 以前と比べて景気は良くなっているように思われるが、ニーズがない物には手を出さず、流行物にしか手を出さない傾向が強い。                              |
|            | 理・美容店   | 地元商店街の会長を1年間勤めたが、あまり景気の良い話は聞こえてこなかった。また、1年間で3店舗退会した。                                    |
| 理・美容店      | 美容業は高級感と低料金に2分化し、納得がいけば高料金のサロンも利用する。また、着物ブームが再来し、神前挙式等も増加傾向にある。 |   |
| 住宅販売会社     | 以前よりも検討している住宅の規模が若干大きくなっており、仕様も豪華になってきている。                      |   |
| 企業関連       | 農業関係者   | 雇用面では、正職員からパートなどにシフトしており、賃金水準も低くなっている。  |
|            | 製造業(食品)   | 悪いところはまだまだ悪くなり、良いところはもっと良くなるというように二極分化され、全体的に徐々に回復していくような気がする。                          |
|            | 製造業(食品)   | つくばエクスプレスの期待からなのかマンション建設が多い。  |
|            | 製造業(食品)   | 事業者の組合が解散になることが見込まれている。   |
|            | 製造業(食品)   | 新規の飛込み営業が増加している。  |
|            | 製造業(窯業・土石製品)  | 鋼材等鉄関連商品の価格引上げ要請が多い。  |
|            | 製造業(コンクリート製造業)  | 公共事業の縮小に伴い、民間事業へのシフトが見られる。  |
|            | 非製造業(建設業)   | たくさんお金を持っている人がお金を使わないために、街に活気が出てこないと思われる。   |
|            | 非製造業(建設業)   | 新しい店舗ができてはなくなり、新しく改装しても閉鎖するところも見られる。  |
|            | 非製造業(建設業)   | 周りを見ても、全般的に節約ムードであり、何を買うにしても価格が安いところに向かっており、どの商売でも儲けがなく苦しいようである。                        |
|            | 非製造業(輸送業)   | 酒類関係が増産体制になっているとの情報がある。   |
| 非製造業(不動産業) | 会社も人材も二極化が顕著である。  |   |
| 非製造業(金融業)  | 引続き多重債務者の増加が続いている。  |   |
| 雇用関連       | 人材派遣業   | 原材料価格暴騰に伴い、新たに人員整理を行う工場が出始めている。   |
|            | 求人広告  | マンションが多く建設されている。  |
|            | 公共職業安定所   | リストラによる解雇が半減以上となっている。   |
|            | 学校就業関係者   | 生徒の就職内定率は99%となっている。   |

## (5) 県西地域

| 分野             | 業種・職種  | 特徴的意見  |
|----------------|--|--|
| 家計関連           | 商店街代表者   | 不景気と言われているが、若年層は余り感じていないようである。また、30代の主婦は大変だという声が多く聞かれる割には旅行・イベント等に積極的に参加している。                  |
|                | スーパー   | 食品に関して健康ブームの影響が多少割高な商品でも動きがでてきているものがある。  |
|                | スーパー   | 株価が上昇しているが、株価の上昇は景気を押し上げる大きな要因となると思われる。  |
|                | ガソリンスタンド   | 安値志向の店が多く進出しており、昔からある店は相当苦戦をしているようである。   |
|                | 洋食食堂   | 少しずつではあるが、もう一品注文する客が多くなっており、客単価が上昇している。店の所在地を問い合わせる電話が増えている。                                   |
|                | 寿司店  | スーパーなどで複合的な大型店の出店が見られる。  |
|                | 和食食堂   | 牛肉・鶏肉の問題が非常に大きく影響しており、今後安全確保がどのように改善されるか、またいつ頃までに落ち着くかが最大の課題である。                               |
|                | 都市型ホテル   | 例年よりも出張者は日帰りが多くなっており、固定宿泊者の人数が減少している。特に、週末の宿泊者がほとんどいない。  |
|                | 旅行代理店  | 客の声としては、依然として良くなる兆しが見えないという声が多い。しかし、雇用状況は多少なりとも良くなったという声が聞かれる。                                 |
|                | タクシー運転手  | 閉店している飲み屋も多く、仕事で行ってみて初めて知ることもある。   |
|                | タクシー運転手  | 駅頭では、タクシーを使わず、家族による送り迎え等が増えている。  |
|                | タクシー運転手  | 撤退したタクシー会社があったため、一時忙しくなると思われたが、他地域からの進出もあって変化がない状態である。   |
|                | ドライブイン   | 客の財布のヒモが固いなか、目新しい商品や特異な商品を提供していかないと売上げを伸ばすことは難しい。客の購買意欲をかきたてる対策が必要である。                         |
|                | ドライブイン   | 回りに新しい道路ができており、これまでのような利用があるのか不安を感じている。  |
|                | ゴルフ場   | コンペのみの利用でパーティーの数が減少している。   |
|                | レジャー施設   | 商業関係では新しいショッピングセンターができて賑わいをみせているが、小さな商店は廃業に追い込まれているところもあり、全体的なバランスが難しいと感じている。                  |
|                | 理・美容店  | 近隣にまた大型店ができるという噂が聞かれる。お互いに客の奪い合いとなり、ますます厳しい状態になると思われる。   |
| 建築設計事務所        | 老舗・旧家の倒産・競売が身近でおきている。また、地場大工の仕事が減少しており、若い大工及び後継者がいないため将来に不安をもっている。 |  |
| 企業関連           | 製造業（食品）  | 近隣に大型書店やレストランなどの出店が続いており、寂しくなっていた街並みがまた賑やかになりつつある。   |
|                | 製造業（木材業）   | 1・2月に建設業の倒産が多く聞かれた。  |
|                | 製造業（印刷業）   | 大企業と中小零細企業、大都市と地方の格差が以前より広がる一方である。   |
|                | 製造業（石材業）   | これまでは、石材の加工卸が一般的な業態であったが、最近、直接ユーザーに売り込む直売が主流になってきている。  |
|                | 製造業（化学工業）  | 一部原材料が大幅に値上がりしており、今後景気にどのように影響するかが懸念材料となっている。なお、原材料の値上がりは中国市場への大量流入により国際市況で急激な値上がりを見せているものである。 |
|                | 製造業（金属製品）  | 安値の外食産業が増加している。  |
|                | 製造業（電気機械器具）  | 生き残りをかけた業界再編の話がささやかれている。   |
|                | 非製造業（建設業）  | 市町村合併が騒がれているが、合併によりインフラ整備が進むようになれば、街に活気が出てくると思われる。   |
|                | 非製造業（金融業）  | 東京方面との取引は良くなっている。  |
|                | 非製造業（不動産業）   | 金銭的にシビアになってきている。例えば賃貸の場合、借換えの際生活ランクを下げてでも間取り以上に賃料を重視する傾向にある。                                   |
|                | 非製造業（広告業）  | 見積りがあっても仕事に繋がらない傾向が今まで以上に多くなっている。また、中小企業はまだまだ不安要素が多いため、生産を控えているところが多い。                         |
| 非製造業（コンサルタント業） | 業種毎に淘汰が進んでいるように感じられる。  |  |
| 雇用関連           | 人材派遣業  | 請負単価が20年前と同じ水準であり、厳しい状況である。  |
|                | 公共職業安定所  | 産業・業種によって良いところと悪いところにはばつきが見られる。また、単価の切り下げを訴える企業も多い。  |