

3. 北関東（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北関東)	◎	都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・少し前から、宿泊部門は新型コロナウイルス前の稼働率に戻ってきていたが、宴会部門にもようやく動きが出てきて、新型コロナウイルス前の60%前後まで戻ってきている。
	◎	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・宿泊に関しては、売上、稼働率が急速に回復してきている。一方で、料飲部門は回復とまではいえない。宴会や大型の会食が動いてこない、非常に厳しい。
	◎	通信会社（営業 担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、観光地等の人出が多くなってきている。飲食店にもぎわいを取り戻し、新型コロナウイルスの警戒感も薄れてきている。
	○	一般小売店〔土 産〕（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークは約2年ぶりに忙しかったが、新型コロナウイルス前の状況と比べると6割程度の売上である。ゴールデンウィーク明けに危惧されていた爆発的な新規感染者数の増加は、現状ないので、個人観光客や修学旅行の団体客が多くみられた月となっている。
	○	百貨店（店長）	来客数の動き	・5月に入り、店舗への来客数は2けた増を維持している。しかし、来客数増加が売上増加には直結していない。来店しても商材の目的買いにとどまり、店内での関連購買へは至らない。
	○	百貨店（店長）	販売量の動き	・売上が回復傾向にある。ただし、新型コロナウイルス前の19年4月と比較すると、戻り切っていない。
	○	コンビニ（経営 者）	販売量の動き	・前年比で売上は101%、来客数98%、客単価104%となっている。売上が前年割れしなくなったので、もう一段の伸びを期待したいが、電気代の高騰や人件費の伸びに利益が圧迫され、経営的には難しい。
	○	コンビニ（店 長）	来客数の動き	・飲み会等の制限もなくなり、夜の来客数も増えている。
	○	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・セール開催時、以前よりも客単価が上がったように感じるため、やや良くなっている。
	○	家電量販店（店 員）	販売量の動き	・前月は前年比107%であったが、今月は90%と振るわずに着地しそうである。販売実績はほぼ一緒だが、金額の伸びがない。中国上海のロックダウンによる部品供給遅延での生産遅延で、商材が供給されにくいことが原因である。商材不足による部分が大きい。商材別では、冷蔵庫80%、洗濯機94%、エアコン70%と前年を下回っている。
	○	乗用車販売店 (販売担当)	お客様の様子	・当社は周りが観光地で、前月末辺りから今月に入って観光バスが数十台列をなして観光地に向かっているのを見る。「新型コロナウイルスは収束していないが、行動制限が緩和されて、客が来てくれて良くなっている」と、当社の顧客からも聞いている。
	○	その他専門店 〔靴小売業〕 (経営者)	来客数の動き	・今月は新型コロナウイルスの感染対策が引き下げられて、ゴールデンウィーク以降も客の動きが明らかに増えている。ただし、全てが良いかというと地域差があり、厳しいところはいまだに回復傾向になっていない。また、メーカーから次々と値上げの連絡が入っている。商品の生産が間に合わない状態が続いていることが、懸念材料である。
	○	一般レストラン 〔居酒屋〕（経 営者）	お客様の様子	・職場の同僚、家族など、行動を共にするグループ単位での外食が増えている。安心感からか、飲食する様子が以前のにぎわいに近い光景になってきているように見える。
	○	一般レストラン 〔居酒屋〕（経 営者）	来客数の動き	・団体の宴会も動いてきており、問合せ等も増えてきている。
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が少し増えても、来客数が減らなくなっている。飲食店としては有り難い。
○	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍の行動にも慣れてきたようで、旅行者が増えてきている。	

○	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数もかなり減少傾向となっている。また、県民割の実施や修学旅行などの教育旅行が順調にスタートして、にぎわいをみせてきている。
○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・夏休みを始め、全体的に動き出している。
○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・ゴールデンウィークから動きが良くなり、新型コロナウイルス前の売上に近づいてきている。
○	通信会社（局長）	来客数の動き	・来店数は4か月前から回復傾向だが、今月も維持できている。また、周囲のイベントや集会が、新型コロナウイルス前の状況に戻りつつあり、気持ちも前向きになりつつある。
○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は来園者が増加し、前年に新型コロナウイルスによる行程変更で来園した学生団体が継続して来園する等、回復傾向に進んでいる。
○	設計事務所（所長）	競争相手の様子	・建設に関しては同業他社や協力業者とも、忙しく動いている。旅客、飲食サービスも一時と比べれば客足が戻ってきている。
○	設計事務所（所長）	競争相手の様子	・価格高騰の影響を受けながらも、消費者が価格上昇を前提に動き出していると感じられる。
○	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けから、売買物件の間合せと成約が増えている。賃貸物件は外国人の入国緩和とともに、まとめ借りで一気に満室になった案件も出てきている。
○	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・最近、貸店舗や貸事務所の間合せが増えてきた感じがする。まだ契約には至らないものの、引き合いも増えてきている。多少、新型コロナウイルスの状況が良い方向に向かっているのではないかと。
□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・今月は新型コロナウイルスの新規感染者が減ってきているが、まだ不安定な様子である。様子を見るしかないだろう。それでも、人の動きが少し良くなってきているので、上向きになれば幸いである。
□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数は依然高い水準で推移しているものの、マスク着用緩和の議論も出始め、徐々にではあるが、消費行動が改善してきていると感じている。ただし、足元では相次ぐ値上げによる生活防衛意識の高まりによって、消費に慎重な姿勢がうかがえる。
□	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況がやや落ち着いてきたような気がする。しかし、商店街への来客数が増加してくる様子はなかなかみられない。
□	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・自動車関連や製造業の取引先が多く、注引量がいまだに激減しており、前年比70%で推移している。
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・以前なら、新車の販売は少なくとも一定数は確保できていたが、最近では不安定で、先行きが読めない。そのため、整備売上などを伸ばすことで利益のバランスをとっている。
□	住関連専門店（仕入担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス、ウクライナ問題、諸物価の値上げ、これら3つが微妙な感じで相互に影響を与え合っている。価格上昇による客単価上昇と、生活防衛意識の高まりによる低価格志向という相反する傾向もある。Withコロナの浸透によるレジャー意識の高まりもあるので、相殺し合いながら、消費は横ばいである。
□	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・3月末で店頭カウンターを閉めたため、個人客の動向がつかめない。団体に関しては、幼稚園、小学校等の遠足と修学旅行が実施できる見込みである。
□	通信会社（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスは収束に向かっていているように思える。かといって、販売先が潤っているわけではないので、営業先からの受注はいまだ皆無である。
□	ゴルフ練習場（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの行動制限がなくなり、来客数は伸びているが、物の価格が上がっているため、客は慎重になっている。

□	競輪場（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が少しずつ減少傾向にあるとはいえ、なかなか収まらない状況で、来場者数に余り大きな変化はない。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	お客様の様子	・原材料の値上がりについては、昨今の報道により一定の理解は得られているようである。しかし、見積金額を見てちゅうちょしたり保留になる場面は多い。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・生活必需品の単価は低下しているが、趣味の商材を扱っている当店に来店する客は、積極的に物を買おうという意識は薄く、我慢をしている様子がうかがえる。
▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・物価上昇に給料が追いついていないため、買い控えが発生している。また、半導体不足により商材が入ってこない。
▲	百貨店（営業担当）	単価の動き	・来客数は前年比110%と好調だが、単価は下がっており、売上推移は苦戦している。
▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィークは来客数も前年を超え、売上は伸びていたが、休み明け以降は、来客数が大幅に減少し、前年を割り込む状況となっている。
▲	スーパー（商品部担当）	お客様の様子	・食料品の値上げが続き、必要以上の購入は控えている感じが強い。特に、非生鮮系商材は他店と価格を比較した上で購入を検討している感じが強い。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・半導体不足の影響で車両納期の遅延が続いており、売上が立たない状況である。また、商談できる車両が限定されているため、受注も低迷している。
▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・意図的に物を買う意思がなかなかみられない。突発的な事案によって必要に迫られての買物はするが、計画的に買う様子は感じられない。通行量や来客も少ない。
▲	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、来客数が増えておらず、前年割れが続いている。
▲	一般レストラン（経営者）	それ以外	・物価高騰で仕入価格が上昇しており、客足は戻りつつあるものの利益率は悪い。値上げをするか検討しているが、せっかく戻りつつある客足がまた遠のくのではないかと思うと、簡単に値上げはできない。国の経済政策を早急にお願したい。
▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・主業の事業所給食の売上は、新規受託先を加えて安定して推移しているものの、世界的な混乱に加えて天候不順や為替要因等で食材費等が上昇してきており、収支が悪化傾向となっている。クライアント先では食単価、委託費等の取引条件の見直しについての相談には応じてもらっているが、決定、改訂には時間差があるため、当面厳しい状況が続く。
▲	通信会社（社員）	単価の動き	・物価上昇がどこまで続くのか、気になる。
▲	通信会社（総務担当）	来客数の動き	・以前なら、1週間先まで来店予約枠が埋まっていたが、土日でも当日に空きがあることがある。
▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	お客様の様子	・客の6割近くが節約のため安価を優先し、予防整備や完全復元を選ばない傾向にある。新型コロナウイルスやロシア問題に加え、円安の影響がガソリンを始めとした物価高騰を招いており、日常生活に反映し始めている。
×	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・やっと政府の方針として、マスクを外しても良いという緩和策が出されたが、それ以上に、人流を促進するような具体的な方策がまだ出てきていない。当店の顧客は年齢層が高いので、自己防衛のために、全くと言ってよいほど街に出てこない。当店も毎日のようにゼロベースの売上という数字になっていて、かなり悪い。
×	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・マスク生活が改善されない限り、飲食店に客が戻らない。

	×	タクシー運転手	お客様の様子	・5月のゴールデンウィークは、観光地でもない地方の街なかにはひっそりとしていて、人通りがなかった。夜も飲食店は休みのところが多い。昼も夜もタクシーの利用客が少な過ぎる。週末の夜に多少動いても、帰りが早い。今月は20日勤務して、売上が40万円に満たない。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・他が買わない国債を、500兆円超も買い入れ、国の借金を膨らませる経済政策を取る日銀を、政府の子会社であると元首相が明言している。いざとなれば中央銀行が紙幣を刷れば問題はないという理論がまかり通る政権は、危うい。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	*	*	*
	○	社会保険労務士	取引先の様子	・新型コロナウイルス関連の規制が緩やかになり、人の動きが良くなってきている。厳しかった業種も少しずつ改善してきている。
	○	その他サービス業【情報サービス】（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注や納入件数、金額共に増加しており、収益も改善している。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・危機感を持って、当社の新年度を迎えている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・自動車の組立ラインが稼働しない影響は、余りにも大きい。稼働停止の情報も直前に出されるため、対応できない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・材料価格がどんどん上がっているにもかかわらず、製品単価は1円も上がらない。また、材料の入荷も早くて3～4か月、遅い物だと1年後くらいになる。状況は非常に厳しい。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注量や取引先の様子だが、この2～3か月は取引先によって良しあしがいろいろあるので、変わらない。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・新型コロナウイルス禍がほとんど落ち着き、県内企業のマインドも通常に戻りつつある。ゴールデンウィークは観光地や観光スポット、文化施設等へ人が動き出し、関連する商店や業種等の経済活動に良い影響が出ている。地域経済へ若干ではあるものの、刺激が生じつつある。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の生産計画が下方修正されている。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料価格の高騰で、毎月購入価格が上がっている。鋼材、樹脂、材料も含めてあらゆる物が上がっている。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体不足による生産調整により受注が減少している。需要はあっても作れない状況である。
	▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・季節家電のエアコンや除湿器などの物量は、前年並みを確保している。しかし、新型コロナウイルス感染対策の行動制限も和らぎ、巣籠もり需要による調理家電や白家電等の物量は落ち込んだため、前年比10%ダウンとなっている。原油高も続いており、コスト的には厳しい状況が続く。
	▲	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・取引先の事業縮小や保守管理頻度の低下により、売上は減少している。各資材の値上がり、燃料や電気料金の高止まりで経費がかさむことから、今年度から値上げを了承してもらってはいるものの、利益はやや減少している。
▲	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・取引先、特に飲食関係や納入企業等で、銀行の借入返済が始まっており、資金繰りに苦慮しているところが多い。売上が戻ってきておらず、先行きは厳しい状況である。	
×	建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で売上の95%を占め建設業を営んでいる。現与党政権誕生後、公共工事は順調に推移している。今期公共工事は前年比60%と厳しく、当社受注も前期比10%減少なので決算が厳しくなる。	

	×	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・木材や建設資材等、全体的に値上げ傾向があり、利益が縮小している。
雇用 関連	◎	—	—	—
(北関東)	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・新型コロナウイルス禍による影響は、若干弱まってきている。行楽地への自動車での移動や遊園地の人数増加等のレジャー関係、また、ホテルの予約等が伸びてきている。周辺を見回しても、住宅の増改築等と公共事業なのかは分からないものの、工事が増えてきている。早くも夏物商材への購買力が梅雨前に上がってきている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月の新規求人は前年同月比で7.7%増加している。特に、製造業では前年同月比15.8%増加で、前月比でも同水準で推移している。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・全体的に人材不足の状態が続いている。
	□	人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・派遣取引先の採用が増減している。ただし、派遣が増えても短期契約だったりするので、平均すると変わらない。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	周辺企業の様子	・ゴールデンウィークが明けて、関連する旅行関係の状況を聞いても、ぼったりと動きがなくなり、消費行動が長続きしていない状況がみとれる。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—