

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 (北関東)	◎	都市型ホテル（支配人）	・来春の動きが、ここ数年にないほどの回復傾向にある。
	○	百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は依然多いものの、行動制限が掛からないなかで、年末から1月の初商以降は、来店客数が前年を超えていくと想定できるため、やや良くなる。
	○	百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの感染拡大が続くものの、人の流れは回復しつつある。期待を込めて、やや良くなる。
	○	スーパー（総務担当）	・年末年始も行動制限なく動けることで、景気は上向く。
	○	家電量販店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響は更に増加する。来客数増加の販促に注力し、売上を拡大させたい。
	○	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーは、他のメーカーと比べて受注から納車までの期間が短縮されてきている。また、当店も将来を考えて比較的大規模の設備投資を行い、希望を持って進み始めたところである。
	○	乗用車販売店（従業員）	・車両遅延も解消されつつあり、登録できる車両がある上に、受注も少しずつ増えてきている。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・当社は観光地を控えているが、新型コロナウイルスによる行動制限の解除以降、旅行客が特に増えて、各ホテル、売店、レストラン関係が潤っている。このままずっと続けば、今後2～3か月も明るい材料となる。
	○	自動車備品販売店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症のせいで、消費や活動等が随分抑制されていたので、そろそろ放出の時期にきている。ここで政府が、いたずらに景気を妨げるような増税や信頼できない計画を立てると、いろいろと冷え込んでしまうので、下手に増税や補助金等、余り経済をいじってほしくない。
	○	一般レストラン [居酒屋]（経営者）	・人流が活発になってきており、春に向けて各種催しも復活し、交流の機会が更に増えそうである。飲食店は必要な場である。
	○	都市型ホテル（支配人）	・全国旅行支援の割引終了後にGo To Travelキャンペーンが続けて始まるのかが分からないため、やや良くなるとしている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊や料飲部門の売上は、コロナ禍にもかかわらず目標達成することができ、単価、来客数からみても個人消費や出張等は動いている印象である。ただし、本来であれば忘新年会で、書き入れ時となるはずが、新型コロナウイルスの感染拡大を理由にキャンセルが相次ぎ、全体の売上としてはマイナスとなってしまっている。まだ団体での催物には抵抗感があるようなので、感染症法上の分類の変更等、新型コロナウイルスに対する社会的な対応が変わってこない限り、同じことの繰り返しのように思える。
	○	旅行代理店（従業員）	・年明けも全国旅行支援が延長になったため、やや良くなる。
	○	タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くなってきたので、この先も良くなるのではないかと。
	○	通信会社（総務担当）	・商材の特性から、2～3月は年間でも一番需要が増える時期である。
	○	ゴルフ練習場（経営者）	・今までのリバウンドなのか、買物する人が増えている。
○	設計事務所（所長）	・年明けには、新型コロナウイルス感染症の扱いが変わって行動しやすくなることや、経済政策にも期待したい。	
□	一般小売店 [精肉]（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少が一番である。ウクライナ問題が解決してくれば、経済も安定してくるはずなので、解決を願っている。	
□	一般小売店 [土産]（経営者）	・全国旅行支援の追加策で来年3月まで延長となるようだが、支援額が少なくなったためか、客に秋のような購買意欲がない。インフルエンザと新型コロナウイルス感染症のダブル流行も懸念されており、関連した報道が活発化すると、自主的に行動制限をする方が多くなるのが過去の動きなので、2～3か月後の景気はやや悪い現状が続くのではないかと。	

□	一般小売店〔青果〕（店長）	・新型コロナウイルス感染症は落ち着かず、光熱費、その他諸物価の値上がりで、財布のひもは固くなる。
□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症や物価高など、先行き不透明感は依然として変わっていない。一部富裕層による旺盛な消費があるものの、中間層の動きは鈍く、景況回復には至らない。
□	スーパー（商品部担当）	・現状より良くなる要素がない。値上げによる家計への影響で、食料品業界にとって厳しい状況は続く。
□	コンビニ（店長）	・せめて現状維持を希望する。
□	衣料品専門店（統括）	・12月は歳末で、年始用の商材が大分動いてくる時期だが、今年の販売量はかなり少なくなっている。
□	住関連専門店（店長）	・値上げ傾向のトレンドは当分続くと予測している。
□	住関連専門店（仕入担当）	・ほぼ全商品群の値上げが、家計を圧迫している反面、これまで抑えられてきたイベントや旅行等への消費は活発である。当面は生活用品への消費は抑えられる傾向が続く。
□	その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・客の足出しは、新型コロナウイルスの新規感染者数に懸かっている。本当に必要な物のみの買上という状態が続く。
□	その他専門店（総務担当）	・この先の見通しが悪いので、変わらない。
□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・年末の忘年会シーズンほどではないが、先の予約も若干ではあるものの、入ってきている。
□	都市型ホテル（総支配人）	・1～2月は閑散期だが、ある程度の集客は見込めそうなので、しばらくは好調に推移していくのではないかと。
□	旅行代理店（所長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向で、なかなか読みにくい状況である。また、インフルエンザとのダブル感染も心配である。年末年始に休止する全国旅行支援の再開効果が、1月からどのくらい出るのか。また、例年に比べて、降雪が順調にあるので、スキー客の来訪にも期待したい。
□	通信会社（社員）	・このまま行動制限緩和が継続されれば、変化はない。
□	通信会社（営業担当）	・節約志向が高まり、消費は鈍くなる恐れがある。
□	テーマパーク（職員）	・新規感染者数の増加傾向や寒波等の影響により、観光客は伸びないのではないかと。
□	競輪場（職員）	・例年、冬場は全体的に良くなる傾向にあるが、新型コロナウイルス感染症の動向に加え、インフルエンザが増加傾向にあるようである。物価高の影響も考えると、景気が良くなる要素は不透明で、大きな変化はない。
□	住宅販売会社（経営者）	・金利上昇傾向によって顧客動向が変化すれば、少しは良くなるかもしれない。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・新型コロナウイルスの新規感染者数や濃厚接触者が、社内外共に増えており、自社のみならず対応に迫られている。客も極力会いたくないという様子が感じられる。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増え、死亡者数も少なくないので、これから先の不安は募る。
▲	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の未収束や原価高騰等、不透明な情勢が続く、客の消費に対する意識は向上していないとの認識が、現場販売員には多い。
▲	コンビニ（経営者）	・現状、新型コロナウイルスの感染状況で、来客数も少ないが、従業員を募集してもなかなか良い人が集まらないので、やや悪くなる。
▲	コンビニ（経営者）	・12月はボーナス支給やクリスマスイベントがあったりと、気分的にゆとりがあって、消費も前年並みとなっている。新型コロナウイルス感染症に対しても、新規感染者数が増えても、以前のように自粛は見られず、普通の生活をしている感じである。このまま景況回復を期待したいところだが、人件費、材料費高騰による経費の増加、電気代の高騰が、ボディーブローのように効いており、売上は前年比100%を超えていても、利益は同60%と半減近い。電気代の影響が一番大きい。先行きは不安で一杯である。
▲	コンビニ（経営者）	・2～3月は、来客数が減り、売上は下がるため、やや悪くなる。

	▲	衣料品専門店（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症による行動制限がない分、有り難いことだと思うが、当店の顧客は高齢者がほとんどなので、やはり新年会などでも自己防衛で人の出が相当に悪い。この状況からどう脱したらよいかと模索を続けても出口が見えない。一つ一つ積み重ねて、客と接点を持つしか方法がないと思っている。
	▲	家電量販店（店員）	・需要を掘り起こすような大きな要因がなければ、消費マインドは上向かないのではないかと。
	▲	一般レストラン（経営者）	・12月の動きは時期的なものもあるので、一時的な感じがしている。
	▲	一般レストラン（経営者）	・冬の寒さで、新型コロナウイルス感染症も広がるだろうし、年末年始の出費があるので、外食費用は節約する方向になる。
	▲	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・今もなお、原材料の仕入価格が上がっており、他の物でも高止まりが続いている。それらを販売価格に乘せざるを得ない。このままいくと、インフレによる生活への危機感で、個人消費は防衛意識からやや落ち込む。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・契約更新時の入札で、コストアップを反映できない結果となるケースも散見される。一方で、新規の業務受託には人材確保がハードルとなっている。こうした両面から、収益悪化が今後も続くのではないかと。
	▲	旅行代理店（経営者）	・この時期、旅行業は売上が減少する。暖かくなるころから上向きになるのではないかと。
	▲	タクシー運転手	・12月がこの程度では、この先も期待できない。
	▲	通信会社（経営者）	・前年同様業績は良くない。地方では少子高齢化と人口減で顧客の減少が止まらない上、その客を取り合っているのだから、仕入コスト上昇分をなかなか売価に転嫁できないのが現実で、人件費を上げるところではない。こうした状況下で法人税を上げるとはどういうことか。
	▲	通信会社（局長）	・価格高騰や新型コロナウイルスの感染拡大の先行きが見えない。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・コストが増加しているからである。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・円安から脱却できるか次第である。輸入物資で成り立つ業種なので、原材料の高騰は当分止まらないのではないかと。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・物価高、エネルギー不足等になっているのに、政府は増税とあおるばかりで、具体的な制度を出してくれない。そのため、客はかなり買い控えの状況になっている。
	×	乗用車販売店（経営者）	・物資がいまだ安定しないため、悪くなる。
	×	都市型ホテル（経営者）	・今の新型コロナウイルス感染症対策のダブルスタンダードでは、景気が良くなる兆しは見えてこない。
	×	美容室（経営者）	・12月は「頑張ろう商店街」の経済産業省の助成金を使って様々なイベントを開催している。久々に街中がにぎわいを見せたが、どれも単発型なため、抜本的で持続可能な国策が急務である。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	—	—
	○	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・年度末に向かって、多少動きがみられる。
	○	金属製品製造業（経営者）	・取引先の発注計画により、やや良くなる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・春先から、ロボット関連業務の増産が予定されており、生産体制の整備を進めている。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・半導体不足の影響は軽減されつつあったが、年明けには再び、半導体不足による生産調整が見込まれている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・春闘後の賃金体系がまだちょっと判断できないので、変わらない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・景気が良くなることを願っているが、先の見通しは全く立っていない。景気が良くなるとか仕事が増えるというのは得意先の様子で決まるが、全然分らないので、とても不安に思っている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・残念ながら、先行きに明るい兆しが見当たらず、低調な低空飛行が続くのではないかと。円安もさることながら、日本経済や国民感情も負のスパイラルに陥っているような状況かもしれない。

	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	・これからしばらくの間、横ばいが続くかとみている。新型コロナウイルスの新規感染者数が大分増えてきたので、またちょっと陰りが出てくるのかと心配しながらも、現状と同じくらいで推移する。
	<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先の様子や受注量の動き等は本当に上下するので、1～2か月先でも今後のことは分からないのに、2～3か月先のことは分からない。
	<input type="checkbox"/>	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・まだしばらくは、新型コロナウイルス感染症の影響が残ると考える。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（営業担当）	・新年に入り、新生活用品、テレビ、白物家電、冷蔵庫、洗濯機等の物量は、前年並みを確保予定である。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（営業担当）	・コロナ禍の2年もの間に、広告出稿が激減しており、特に印刷物は顕著である。SNS等に移行するケースが多いため、広告業界にとっては、今後も厳しい状況となる。
	<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	・再び新型コロナウイルスの新規感染者数が増え、医療現場のひっ迫度が増しているせいで、せっかく、景気回復の兆しが見えた地域経済活動にブレーキが掛かっている。ある意味、経済は着実に戻りつつあると見られるが、当面は足元の足踏み状態が避けられない。
	<input type="checkbox"/>	社会保険労務士	・インバウンド等の需要増もあるが、海外の景気は後退するという話もあるので、簡単には良くなりそうにない。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注状況は増加傾向にあるものの、景況感としては特段変化は見られない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	建設業（総務担当）	・年度末へ向かう時期にもかかわらず、手の空いている担当者もあり、工事が足りず先行きも不安である。
	<input checked="" type="checkbox"/>	不動産業（管理担当）	・取引先に物価高騰による値上げをお願いしている。何とか受け入れてもらったものの、来年以降の業務で見直しや削減を検討しているところも多く、厳しい交渉になる。
	<input type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	・「新しい資本主義」は、ほとんど意味が分からないし、増税で経済が良くなるわけがない。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	・当社の主力である中国向け生産品が、第4四半期にかけて、落ち込む計画である。
	<input type="checkbox"/>	建設業（開発担当）	・現与党政権の元で、公共工事は順調に推移している。現野党政権時は「コンクリートから人へ」のキャッチフレーズで、建設業は大変迷惑を被っていた。建設業者は災害時に大変重要な役割を担う業種で、今回の大雨でも地元建設業者は身を粉にするほどの大変な活躍である。今期公共工事は前年比8%減、前々年比21%減と厳しい。コロナ禍でもあると思うが、当社売上も10%減となっていて、今期決算が心配である。
雇用 関連	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—
	<input type="checkbox"/>	—	—
(北関東)	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・物価高騰の影響を加味して派遣先企業へ賃上げ交渉を開始しているが、要請に対しての理解度にかい離がある。自動車販売店は、今後新車納期が短縮の見込みで、人材が必要になるものの、供給できる人材が不足している状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（従業員）	・求職者が来ない。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・新規求人は、コロナ禍前の令和元年11月とほぼ同水準となってきたが、新型コロナウイルスの新規感染者数や物価上昇による影響等、引き続き、動向を注視する必要がある。
	<input checked="" type="checkbox"/>	人材派遣会社（経営者）	・食材や燃料関係の価格の落ち着きは、年明けから出てくるのではないかと。衣料品の動きが少し鈍くなる。新年度に向けて、贈答品等の動きは伸びると思うが、製造業全体や選挙に向けての動きから、財布のひもは締め付けられていく。
	<input checked="" type="checkbox"/>	人材派遣会社（管理担当）	・来年3月末で派遣や請負契約が終了との連絡があったためである。
	<input checked="" type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・政府が今までの新型コロナウイルス感染症対策を堅持するのであれば、景気はどんどん悪くなっていく方向である。
	<input type="checkbox"/>	学校〔専門学校〕（副校長）	・学校のイベントも継続するので、いろいろな企業との関わりも今後多少は増えていく。