

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)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍前の売上を基準とした売上達成度をみると、今月は上回っており、8割ほどしかなかった3か月前より確実に景気は良くなっている。例年この時期は国内観光客は少なくなるが、コロナ禍のためか、海外に卒業旅行に行くはずの若者の姿がいまだに多い印象がある。特に、日本人の観光客は、マスク着用ルールの緩和となった3月13日を待たず、3月11日の土曜日から急に増えている。また、外国人観光客の姿も確実に多くなっており、土産物の動きも活発化している。
	◎	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・団体の歓送迎会や個人客の動きがかなり戻ってきた感じがしている。当日予約を断る日が増えてきている。
	◎	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・観梅客もあり、宿泊部門は高単価、高稼働で着地している。宴会部門も歓送迎会等が高単価で受注でき、前年比350%、コロナ前との比較では70%まで戻ってきている。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・社内外含めて上方修正となっており、営業利益は上がる予定である。
	○	百貨店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行の情報等により、人流の活発化を期待している。ただし、3月はほぼ前年並みで、期待するレベルに達していない状況である。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍というものが終わりつつあり、特に、スキー客や観光客の来店数が多く伸びている。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・前年比で来客数は99.6%、客単価は104%、売上は103.6%で推移している。全体的に客が戻ってきた感がある。値上げが消費を抑えるかと心配していたが、受け入れている様子がうかがえる。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・遅延車両の登録販売ができるようになり、販売台数が増加し、受注残も増えてきている。
	○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・3か月前と比べて数段良くなっている。サービス部門も修理予約が目一杯の状態で順調である。販売についても、新車は納期にいろいろ問題はあっても、中古車は順風満帆で、順調に伸びている。
	○	その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の行動制限が緩くなり始めたため、目に見える形で、卒入学旅行等の行事が動き始めている。3年前とまではいかないが、生活が普通に戻りつつある。一方、最近ではメーカーの納期遅延が目立っている。生産の圧縮をしているようで、余分な在庫を持たないようになったことも一因になっている。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・年度末になり、団体客は少ないものの、職場単位での来店組数が急増している。
	○	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感染症が一段落し、人が動いている。大人数の宴会予約が入るようになってきている。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍のいろいろな制限が緩和され、行楽に出掛けたり外食したりする方が大分増えてきたと、飲食店としても実感している。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・3月13日から、マスク着用が個人の任意に見直されて以降、飲食店の利用客が増えており、歓送迎会等も増えてきている。
	○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・客からの注文が増え、旅館やホテル、食事会場等、各施設の単価が上がっているため、前年同時期より販売金額が増大している。
	○	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・インバウンド旅行者の伸びが顕著である。団体旅行はこれから期待したい。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・全体的に動きが良くなってきたので、前年同月と比べて18%の増収である。
○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・2月までの寒波と比べ、例年以上に暖かく好天に恵まれたことから、来園者が増加している。	

○	ゴルフ練習場 (経営者)	お客様の様子	・季節が変わり暖かくなって、イベントや催事が行われるようになり、人が街に戻ってきている。
○	設計事務所(所長)	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の感染法上の分類が5類へ引き下げられることを見据えて、新年度へ向かっての消費活動が盛んになってきており、以前のような生活が戻りつつある。
□	商店街(代表者)	お客様の様子	・家計を圧迫する食料品などの値上げに疲弊しているのが現状である。節約志向が更に進み、余分な物を買求める余裕がない。
□	一般小売店[精肉](経営者)	お客様の様子	・梅、つばき、本命の桜も咲きだしてきている。暖かい日が続く、マスク着用も緩やかになってきて、人の動きも良くなってきたが、寒暖の差があるので、良くなるのはまだ先だと思う。
□	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・足元では、マスク着用の見直しによる緩和で若干の改善傾向がみられるものの、前月のような伸びはみられず、足踏み状態である。
□	百貨店(店長)	販売量の動き	・回復傾向にはあるものの、まだ戻り方が弱い状況である。
□	衣料品専門店(統括)	お客様の様子	・当店の取扱商材はほとんどが祭り用品である。欲しい商材はあるが、今年の祭りはあるのだろうかと心配しながら品物を見ている客が多い。
□	家電量販店(営業担当)	販売量の動き	・年度末で予算消化のための消耗品等の動きは、前年比95%と悪い。来客数は103%と動きはあるものの、買上点数アップができていない。インバウンドの来店はあるが、以前ほどの爆買いはない。カメラ関連だけは110%と好調である。
□	乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・2月と同様に車両販売が落ち込んでいる。落ち込みを補填するためにも、車検等の整備売上の向上を目指し、新たな発想で設備投資をしている。
□	住関連専門店(店長)	来客数の動き	・物価上昇と値上げのトレンドは継続しており、行政の指示によるベースアップも一部企業のみで、全体の底上げには至っていない。
□	一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・常連客の来店頻度が下がっているような気がする。客単価も少し下がっている。止まらない値上がりによる不安が募るのは、経営者側も消費者側も同じである。
□	都市型ホテル(総支配人)	来客数の動き	・宿泊は全国旅行支援の延長が決定し、更にインバウンドやスポーツ予約の問合せが増えてきている。料飲部門も宴会の問合せが増えてきている。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数がかかり減ってきているが、今のところ、街中は相変わらずひっそりとしている。都会では、にぎやかな人出があっても、地方では、まだまだ先のような気がする。売上は、20日出勤して40万円程度と、若い人では生活できない。
□	通信会社(経営者)	販売量の動き	・地方の個店や中小企業からの受注はまだ皆無で、動き出す気配さえ見られない。
□	通信会社(社員)	単価の動き	・価格転嫁ができていれば、景気への影響はすぐにはないと考える。
□	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・コスト増のため、利益増とはなっていない。
□	競輪場(職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が大分落ち着いてきた割には、来場者数は余り変わっていない。
□	住宅販売会社(経営者)	販売量の動き	・人事異動等の時期だが、賃貸は多少動きはあるものの、売買物件は余り反響がない。
□	住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響なのか分からないが、いまだに不動産の動きは活発化しない。売物件、貸物件が増えているような感じがしている。最近は引き合いもほとんどなく、悪くなっているような感じもある。
▲	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・食料品が特に厳しい。原材料の値上げやコスト高で、客の生活防衛意識が顕著に表れている。
▲	スーパー(商品部担当)	販売量の動き	・物価高騰により1品単価の上昇はあるものの、買上点数の減少や買い控え傾向は続いている。
▲	自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・通常、2～3月は繁忙期のはずだが、今までに例のないほど3月の売上が非常に良くない。販売量や来客数をみても、全体的に静かな感じがする。

	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・事業所給食においては、食材費や水道光熱費等の上昇が続いている。クライアント先で食単価、業務委託費等の取引条件の見直しを検討してもらってはいるものの、コストアップが先行しており、収支面の厳しさが増している。
	▲	通信会社（総務担当）	お客様の様子	・かつて中高年の客はMVNOへの敷居が高く、興味はあっても乗換えをとどまる客が多かったが、ここ数か月、当社の顧客では乗換客が増えてきている。
	▲	通信会社（局長）	お客様の様子	・料金見直しの相談での来店客が増えている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・ガソリン、電気料金、食品等、国内物価が上昇し、インフレが客の話題に上がっている。日本銀行の異常な金融緩和のイールドカーブコントロールも、出口が見えてくるのだろうか。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	お客様の様子	・値上げが直撃し、安全にかかわる整備でも、極力、より廉価に済ませたい意向の客がほぼ半数であり、確実に景気は悪くなっている。
	▲	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	お客様の様子	・補助金や助成金を利用するケースが多いため、例年同様、この時期は余り良くない。3か月前と比べて落ち込んでいる。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	来客数の動き	・とにかく商材の動きが悪い。
	×	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・今年は年明け早々はそれほどでもなかったが、1月中旬くらいからずっと良く、若干これは良くなるかという期待感もあったが、今月に入ってから極端に悪くなってきた。なぜなのか、理由が全く分からないが、本当に人の流れが悪くなってきて、かなり厳しい。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・2月から3月への伸びが前年は130%だったが、今年は115%と伸びが鈍化している。前年比で91%と前年実績をクリアできていない。主要品目では、エアコン80%、冷蔵庫80%、洗濯機100%、テレビ80%と、新生活への需要が振るわない。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車ディーラーだが、一段と入荷が滞っている。
	×	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・2023年に入り、来客数減少が加速している。3月は暖かく灯油の販売数も数量ベースで前年比60%と、行楽等への人出が多い傾向である。生活品への支出は値上げの影響とこれまで抑えられていた外出志向が重なり、相当厳しい。
	×	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染予防のマスク着用は個人の判断に見直されたが、現状ではマスク着用が継続されており、外食産業の客足は戻っていない。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	—	—	—
	○	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・廃業業者の仕事が回ってきている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・海外向けの工作機械や自転車といった一部業種で生産調整があるものの、ほとんどの取引先で減産計画はなく、好調を維持しており、増産の動きも出始めている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規顧客も少しではあるものの、増えつつある。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・コロナ禍が落ち着き始め、これまで落ち込んだり停滞したりしていた生産、販売、仕入れ等の経営活動は、着実に回復の兆しが見えつつある。これまでの慎重な経営状況を踏まえて、設備投資や雇用増加に意欲を持ち始めた企業も少なくない。エネルギーコストの上昇もやや落ち着き、製品等の値上げも徐々に浸透しつつある。
	○	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	・商談件数、受注状況、販売金額共に、増加傾向にある。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に、大きな動きはない。

	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・各取引先で、受注が減ったところもあれば増えたところもあるので、まずまずで、余り変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・主要取引先の生産が、いまだ不安定である。
	□	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響もほぼなくなり、計画どおりの売上、利益に戻ってきている。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告出稿量が、全く増えない。広告を出さなくても集客ができていよう、アナログな広告はもう不要なのかもしれないと思うような状況である。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・ここ1年近くは、ちょっと上がったたり下がったりはあるが、数値で表せるほどは変わらない状況が続いている。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・人の動きが良くなり売上は回復してきているものの、利益面は余り芳しくない。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が思ったほど伸びず、この2～3か月やや下降気味である。主な原因はやはり電子部品が入らないための受注控えかと感じている。
	▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・新生活用品、冷蔵庫や洗濯機等の白物家電、テレビなど、特に、インターネット通販向けの物量が、前年より15%ほど落ち込んでいる。また、全体的にも同様の落ち込みとなっている。
	▲	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価高の影響を感じている。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・親会社の取引先は3月が決算期で、通常であれば3月は忙しい時期なのだが、コロナ禍であった前年と比べても約4割減の受注量になっている。景気は悪い方向に向かっているのではないか。
	×	建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・公共事業主体で売上の95%を占める建設業であるが、直近の景気は随分厳しくなっている。
雇用 関連 (北関東)	◎	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・3月は気温の変化があり、暑かった日が多かったように思う。衣料品は春物、食料品等も卒業や彼岸等に向けた食材やギフト商材等の動きが多く見られた。電気電子等の製品やスポーツ用品等、あらゆる面で年度の切替えに向けて動きが出ている。
	◎	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・周辺はホテル関係の出入り業者が多いが、特定のホテルに限らず稼働が上がってきているということで、各業者ある程度売上が伸びているようである。仕入関係ではやはり値上がりもあるので、苦労はしているようだが、景気の良さで言うと、良くなってきている。
	○	—	—	—
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数に対して求職者が不足しており、人材不足の状況は変わらない。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・取引企業の求人数、求職者数共に変化はない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、令和4年11月と比べ全数で8.4%の増加となり、前年同月比でも3.9%増加している。特に、社会福祉や介護事業の求人は、全産業の3割を占め、高水準で推移しているものの、人手不足が顕著である。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いた感があり、消費行動が大きくなっている。半面、コロナ禍で好調だった企業が低迷していることも浮き彫りになってきている。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・事業縮小に伴うリストラを実施した企業が発生している。
	×	*	*	*