

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	・総会シーズンに入り、4年ぶりに総会を開催した団体が多数あったため、良くなっている。
	◎	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前の注文にまで、戻ってきている。
	◎	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、旅客の動きが著しく良くなっている。また、欧米系を中心としてインバウンド客が伸びている。
	◎	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・全体的には、新型コロナウイルス感染症の5類移行等で、インバウンドなどによる経済効果や飲食店の売上回復はある。一方で、物価高騰や値上げが続いているため、消費マインドは冷え気味である。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、宴会等がぼつぼつ用意されてきている。
	○	百貨店（営業担当）	単価の動き	・原材料高騰や値上げ等による厳しい状況が続いていた食品の売上が、持ち直してきている。また、新型コロナウイルス感染症の5類移行後、客の動きが活発になってきている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前年比で売上は100.8%、来客数95%、客単価108%となっている。4月は回復感があったものの、5月は横ばいで推移している。特に、ゴールデンウィークの10日間の売上が良くなかったことが、月平均で下がる要因となっている。しかし、平日の売上は前年比105%で推移している。
	○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・2～3か月前と比べて中古車、新車の販売量の動きや車検、一般整備の入庫は増えている。実際に入庫台数だけでも、本当に景気が上向きになってきた感がある。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、会社関係で飲む機会が増えてきているように思える。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・イベントの再開が大きい。イベントがあるとかかなりの人出はあるものの、客単価は余り伸びていない。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・全国旅行支援が終わっても、客足は遠のいていない。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・業務が追い付かなくなってきている。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・夜の動きは良くなってきたので、前年同月と比べて17%の増収である。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・春休みやゴールデンウィークに続き、修学旅行等、徐々に観光客が動き始め、来園者数も増加傾向にある。
	○	ゴルフ練習場（経営者）	お客様の様子	・集会や祝いごと等で、人が集まる機会が増えている反面、新型コロナウイルス感染症の拡大が心配である。
	○	設計事務所（所長）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、消費者の行動範囲が広がり、事業者も新たな事業へ取り組みやすくなっている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類移行で、客の行動は活発になってきているものの、節約志向は変わらず、依然として厳しい状況である。
□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いており、マスク着用も個人の判断に委ねられるようになって、客が少し動き出したようである。物価上昇が続いているので、皆がスーパーのチラシをみて、必需品しか購入していない。	
□	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・5月は例年書き入れ時となるが、オーバーツーリズムともいえる状況がみられる。売上達成度としては、前月同様にコロナ禍以前には及ばない状況が続いている。	
□	一般小売店〔青果〕（店長）	販売量の動き	・相変わらず、個人客の買上は良くないが、飲食店等やはり新型コロナウイルス感染症が落ち着いたからか、少しずつ上向いているような気がする。	

□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられたことに伴い、来客数が増加傾向にある。化粧品、アパレルも堅調に推移している。
□	百貨店（店長）	来客数の動き	・3月13日以降にマスク着用が自己判断になったことや、5月8日以降の新型コロナウイルス感染症の5類移行等、感染症対策が大きく切り替わり、大幅な来客数増加を見込んでいたが、3月から5月のいずれの月も増加見込みを大きく下回っている。
□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数は前年比横ばいの状況だが、単価は若干上がっている。
□	スーパー（商品部担当）	単価の動き	・物価高騰による1品単価上昇や買上点数の前年割れの傾向は変わらずに、売上は推移している。
□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・4月同様、依然として新車、中古車共に販売は低迷している。カバーするために車検等、整備売上の促進をしており、売上は減少するも減収増益というところか。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月は連休があったために稼働日が少なく、受注も少なくなっている。
□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・販売量は今一つ伸びないが、人の動き、道路の交通量、来客数も同様に盛り上がり欠ける雰囲気がある。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチタイムの主婦層は、物価高の影響があると話しており、来店頻度が下がり、客数も減っている。一方、ディナータイムは若い客層になっており、カップルや友人同士が仕事終わりに来客している。独身層は物価高には余り関係なく、お金を使っている印象である。コロナ禍で、会社帰りに遊びに行けなかった分、再開してようやく新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
□	通信会社（社員）	単価の動き	・数年ぶりに海外に行ってきたが、全てではないものの、国内の販売単価は高過ぎないと感じた。身近では、ベースアップする企業と対面する機会が増え、単価上昇にも対応できる消費が進めばよいと思っている。
□	通信会社（局長）	販売量の動き	・基本的には来客数は横ばいで、余り増減が見込めない。
□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・繁忙日に天候が悪かったという要因はあると思うが、前年と比べて来場者数が伸びていない。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・株価が上がれば、与党は政策運営の成果だと自賛するだろうが、中小企業にとって恩恵は薄い。
□	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・光熱費等のエネルギー関連費は上昇しているが、地価は横ばいでコスト増加による値上げができない状態にある。
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・最近、事務所関係の引き合いはちらほら増えてきているが、店舗系はまるでない。現状、特に、飲食関係にはほとんど引き合いがなく、依然として空室が続いている。夜のスナックや飲み屋関係の動きが止まっている。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	お客様の様子	・必要に迫られた修繕依頼が多く、能動的に客が動いているようには感じられない。
▲	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・悪いなかでも3月は何とか客が街に出てきていた気がするが、新年度になってからは結構悪くなりつつある。新型コロナウイルス感染症の5類移行で、人が出てきているようにはみえるが、やはり、ゴールデンウィークで相当消費が大きく、残念ながら当店の年配の顧客は、まだまだ出てこない。
▲	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行等による規制の緩和で、観光や外出は増えているようだが、値上げ傾向は依然進み、節約志向が顕著に表れている。
▲	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの人は活況だったようだが、生活品の販売は厳しさが継続している。各商材群の値上げによる生活防衛意識と新型コロナウイルス感染症対策の行動制限解除によるレジャー志向が重なって、プラスとマイナスの категорияが明確化し、相殺してもマイナスが続いている。

	▲	その他専門店 (総務担当)	お客様の様子	・受注が減少している。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕(総務)	単価の動き	・食材費、資材費、水道光熱費等のコストアップが続いてきたなかで、新年度からの取引条件の見直しをお願いしてきたが、足元でもコストアップが続いており、従前の利幅を確保するには至らない。総体の改善努力による収支のばん回にはもう少し時間が掛かる。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・5月はゴールデンウィーク等があるが、観光地でもない地方では、人通りもなく寂しい。連休後もお金を使ったせいか、利用客が少なく、駅への送迎の自家用車もかなり増えている。
	▲	通信会社(総務担当)	販売量の動き	・商材単価や手続に伴う手数料も、オンライン経由の方が優位になってきている。販売に関しても、店頭窓口利用客が日に日に減っている。
	▲	競輪場(職員)	お客様の様子	・来場者数が増加していない。売上は前年度と比べて横ばい若しくは減少傾向にある。
	×	家電量販店(店員)	販売量の動き	・主要品目が伸びず、前年を大きく割っている。前月比では99%、前年比で79%となっている。テレビ、冷蔵庫が前年比80%、洗濯機同60%、エアコン同90%と振るわない。
企業 動向 関連  (北関東)	◎	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車関連の仕事では内示に対して上振れ傾向で、取引先の組立ラインは土曜日も稼働している。
	○	輸送用機械器具製造業(総務担当)	取引先の様子	・主要取引先の生産は以前と比べれば安定してきている。いまだに減産はあるものの、売上は少しずつ戻ってきている。
	○	不動産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・賃貸物件への入居率が高くなっている。
	○	広告代理店(営業担当)	取引先の様子	・ゴールデンウィークは夕方以降の飲食店への客入りが、かなり多かった。予約も取りにくく、徐々に活気のある飲食店街が戻っている。その後の週末も、居酒屋などでは少人数の宴会が多々見受けられている。反面、アルバイトが集まらず、人繰りがかなり大変そうである。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・ゴールデンウィーク等は行楽地への人出が多く、消費が刺激されている様子がうかがえた。また、企業の生産活動も引き続き上向きで、生産量が増加し設備投資も増えている。
	○	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	・受注や販売件数、売上共に増加傾向にあり、収益も改善されつつある。
	□	窯業・土石製品製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・例年の夏枯れが、早く来ているようである。
	□	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・当社主力製品は2022年度第4四半期に少々落ち込んだが、今年度第1四半期でも前期と変わらない受注量で推移している。
	□	輸送用機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・取引先の様子や販売量等の動きは、この2か月くらい、余り変わらない。
	□	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・夏物家電のエアコン、扇風機、サーキュレーター、夏物寝具等は前年並みの物量を確保している。しかし、燃料高が続き、また、ドライバー不足もあってコスト高となり、利益は薄くなっている。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・いつものとおり、余り変わらない。地方なので、まだ動き出さない部分があるのかもしれない。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・あらゆる物の値段が上がっており、すぐに必要のない物ほど、しばらくたっても売上は戻らない。
		▲	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き
	▲	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・客からの受注は以前のように伸びると予想していたが、逆にかなり少なくなっている。売上も4月と比べて5月は2～3割悪くなっている。何社かの取引先が皆同じような状況である。

	▲	不動産業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・収益改善のため取引先に値上げを受け入れてもらった後も、次々と資材や経費が値上がりし、上昇幅が大きい。良くて何とか横ばいで、利益がなかなか改善されない。
	×	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%を占める建設業を営んでいる。現与党政権誕生後、現政権まで、公共工事は順調に推移している。業界としては大変有り難く感謝している。新年度がスタートして1か月、公共工事は前年比70%増加と好調だが、前年度決算は前年比5%減少、前々年比19%減少であった。当社受注は前年比10%減少で、赤字決算にならないか心配である。
雇用 関連  (北関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・衣料品や食料品関係、青果物等の購買力が伸びたからか、求人数も多く目立っている。ゴールデンウィーク等もあり、購買力の向上等に対応したものと思われ、依然として、公共事業、道路関係や橋りょう、河川といった工事も多く見られている。生産品はやはり部品不足がまだ各方面等であり、ガソリン価格は落ち着いてきているが、来月からの電気代等の値上げを見越した募集傾向や人の動きがあったように思われる。
	○	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・サービス業を中心に、派遣依頼時に正社員登用も視野に入れた求人内容が増えてきている。
	○	人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・派遣取引先、特に、サービス業の採用数が上昇したため、やや良くなっている。
	○	学校〔専門学校〕（副校長）	求人数の動き	・前年より求人数が1.2倍ほど増加している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比べて、前年同月からの増減率がほぼ横ばいで推移している。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—