

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)	◎	百貨店（店長）	・今後も乗客数の増加傾向が続くと想定している。
	○	百貨店（店長）	・売上は2018年比95%程度で推移しているものの、前年比100%を超えており、堅調に回復している。
	○	スーパー（総務担当）	・政府の少子化対策等が発表され、景気が後押しされた雰囲気である。
	○	衣料品専門店（販売担当）	・過去を悔やんでも仕方がないので、少しでも良い方向になるように、春に向かって明るい兆しを何とか手繰り寄せる工夫を、これからしていこうと思っている。希望的観測を持ってのやや良くなるである。
	○	乗用車販売店（経営者）	・観光地に人の動きが増えたように感じている。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・当社はホームセンターを中心に店舗しており、ホームセンターのレシートにチケット割引を載せてもらっている。春は移動の季節なので、チケット割引を利用して買い求める客が非常に多くなり、テレビ放映された影響で、好調な店舗もあるため、やや良くなる。
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・新規案件自体は従来どおりとみられる。ただし、人材確保が全ての重しとなっている。これから新年度の受託に向けての活動時期に入っていくが、仮に案件があっても積極的に取りにくい情勢である。
	○	都市型ホテル（経営者）	・一旦離れた客の動きは、なかなか読めない。
	○	旅行代理店（経営者）	・新年度に向け受注が増えだす時期となる。
	○	ゴルフ練習場（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、思うように外出できなかった反動で、気の緩みが出ている。
	○	競輪場（職員）	・年末年始や年度末、年度初めは業界では販売量が増える傾向にある。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・春の明るいニュースはなかなか入ってこない。先行きは、今月同様に悪いままではないか。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・2023年は1年を通して新型コロナウイルス感染症発生前の売上に匹敵するような月が多く、この傾向は年明けも維持されるとみている。周辺の同業者も同様の見解である。前月に引き続き、懸案事項は海外情勢が不安定な点と受入れ側の人手不足である。
	□	百貨店（営業担当）	・初売りから春物商戦に入ってくるが、依然としてエネルギー価格を始めとした物価高の継続が見込まれ、消費マインドの改善には至らない。
	□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行によって、食品エリアの需要は伸びる要素がある。ただし、相変わらずの物価高や不安定な世界情勢、地方都市における賃金所得の伸び悩み等、嗜好品に近い雑貨やファッションエリアの動きが不透明である。
	□	コンビニ（店長）	・このところの騒動が落ち着いたというか、そろそろいろいろな面で落ち着いた動きがみられることを期待している。
	□	衣料品専門店（統括）	・特殊な商売ということもあり、暇な時期を狙って、何かしようということもなかなかできない。
	□	家電量販店（店長）	・春商戦に向けた販売促進策で臨むが、伸びる要素が見当たらない状態にある。
	□	乗用車販売店（経営者）	・輸出の比重の高い当地域の自動車メーカーであれば、他の大手自動車メーカーの不正問題があっても、地域経済が大幅にダウンはしないのではないか。そのためか、商業界は大規模小売店を中心に客足は良いようである。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・ずっと消費を抑えた緊縮的な傾向だったが、いよいよお金を使いたいという雰囲気が出ている。しかし、政治的なことや情勢、納税等があると、再び警戒して物の消費が抑えられてしまうのではないかと、自分自身も客も心配している。
□	住関連専門店（店長）	・値上げ傾向は高止まりしているが、収入の増える要因が見当たらない。	
□	住関連専門店（仕入担当）	・コロナ禍の行動制限解除による行動パターンの変化や各種値上げによる消費行動のネガティブ方向への変化は、当面続く。	

□	その他専門店（総務担当）	・見積件数が横ばいである。
□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・デフレの影響で、正月明けの消費の冷え込みが心配である。年度末に向けて、明るい材料が欲しい。希望を込めて横ばいとなることを願う。
□	一般レストラン（経営者）	・物価高に伴い、給料が上がらなければ、わざわざ外食という気分にならないだろう。大都市から少しずつ良くなったとしても、地方が良くなるのは更に先になるため、当面は厳しい。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・年始で一旦落ち着くが、新型コロナウイルス感染症発生前の2018年比で売上は120%と相変わらず好調である。宴会、料飲部門共に件数は新型コロナウイルス感染症発生前に近づいているものの、1件当たりの人数がまだ回復しきれていない。ここに来てインフルエンザや新型コロナウイルス感染症のり患で、参加人数が減るケースが多くなっている。ただし、以前のように集まり自体がキャンセルにならないことが救いである。
□	旅行代理店（所長）	・オフシーズンでもあるため、景気は大きくは変わらない。
□	旅行代理店（営業担当）	・今後の景気は冬のボーナス次第と踏んでいたが、客の動向に変化はみられない。オフシーズンに入るため、今後の動きを注視したい。
□	タクシー運転手	・1月は新年会で多少の動きはあると思うが、2月以降は分からない。地方の景気は良くない。
□	タクシー（経営者）	・夜の動きが良くないので、この先も変わらない。
□	通信会社（社員）	・サービスに対する満足度の高い客は、今後も継続して利用する可能性は高いが、価格で評価している客は、少しでも安価なサービスを提供しているところがあれば、そちらに流れる傾向がある。2～3か月程度では身近な景気は変わらないと思うが、数年単位で考えた場合は、悪くなると考える。
□	通信会社（営業担当）	・大きな変化は期待できないものの、社会情勢による影響は受ける可能性がある。
□	テーマパーク（職員）	・地域全体で、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りたくても、人手不足等から対応し切れないといった新型コロナウイルス感染症とは別の問題もあり、今後良くなるとは思えない。
□	ゴルフ場（従業員）	・女性の来場者が少しずつ増えている。
□	美容室（経営者）	・大企業のように賃金を上げられない中小企業では、人手不足と物価高で首が回らない。ガソリン料金補填等の実感を伴わない政策ではなく、あまねく消費税減税を強く望む。
□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・現行社員の離職を防ぐためにも、給与増額は避けられず、大手の賃上げニュースに神経質にならざるを得ないが、追い付いていけるだろうか。来客数は確保しているが、売上は下がる。原材料の価格高騰にも四苦八苦しており、改善への出口が見つからない。
□	設計事務所（所長）	・価格高騰が続いており、余り景気好転は期待できない。
□	住宅販売会社（経営者）	・物価上昇が、人件費高騰等、いろいろな部分に影響してくる。価格に転嫁できないまま悪化をたどる。
□	住宅販売会社（経営者）	・現在は不動産の引き合いが大変少なくなっている。土地、建物の数も少なく、街の人の動きもいまだに少なく感じる。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・今夏の猛暑のイメージがあるため、省エネやエコ関連の施工の問合せはあるものの、補助金頼みという面もあり、見通しは難しい。
▲	商店街（代表者）	・来客数が前年近くまで戻ってきたのに、商材仕入れの主力メーカーから、来年の値上がり通知が届いた。また値上がりかとうんざりして、客離れが一層進みそうである。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・贈答品の販売が大分少なくなる。
▲	スーパー（商品部担当）	・商圏内の新規出店の影響による売上減少は続く。年明けには、消費者の節約志向が更に高まるとみられるため、苦戦は変わらない。
▲	乗用車販売店（従業員）	・思うようには受注ができていないため、厳しい状況が続くとみている。全体的に価格が上がっているため、非常に厳しい。
▲	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・2～3月は今ほどの動きはないのではないかと予想している。特に、平日の集客が厳しくなるのではないかと。

	▲	一般レストラン（経営者）	・例年冬は良くないため、今年も同様に良くないとみている。
	▲	通信会社（総務担当）	・行政から売価が厳しく指導されており、客のニーズにあった販売が更に困難になるため、やや悪くなる。
	▲	通信会社（局長）	・現状の円安も回復には向かっていない。政策も不透明だという評価で、今後も買い控えや節約傾向が改善されていくとは思わない。
	▲	美容室（経営者）	・将来に期待が持てない。一企業の問題ではなくなっている。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・客の懐事情が悪いというのが、顕著に出ている。やはりもう少し対策を打たないことには、持ちこたえられない客や業者が出てくる。
	×	コンビニ（経営者）	・店舗周辺の道路工事は来年3月まで続き、その後はまた来年度の予算から工事が始まる。今後しばらくは売上に影響があるのではないかと。
	×	家電量販店（店員）	・先行き不透明感があるからか、購買には慎重なようである。耐久消費財の買換え促進策が欲しい。
	×	通信会社（経営者）	・当地のような高齢者が多い地方では、物価高が消費意欲に直接影響する。優先順位が食費や公共料金となるため、それ以外の物の購入は極力抑えられてしまう。
企業 動向 関連  (北関東)	◎	金属製品製造業（経営者）	・取引先の内示により、良くなる予定である。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新しい年を迎えて、やはり良い生活をしたいという方向に向かうのではないかと。
	○	金融業（営業担当）	・アフターコロナにおいては経済活動が活発化しており、企業間の格差はあるものの、全体的には改善が見て取れる。
	○	経営コンサルタント	・来春の賃上げ状況次第などところもあるが、ここで所得の安定感が強まれば、個人消費も企業の経営活動も堅調に推移するとみられる。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・受注量も多くなり、今後は収益が改善されるとみられるが、人件費や経費がいずれも増加しているため、どこまで抑えられるか不安である。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・景気が良いとはいえないが、期末手当、物価高騰手当が支給されて良かったと思っている。
	□	金属製品製造業（経営者）	・得意先や同業者の様子が分からない。良いところもあれば、悪いところもあるという感じで、捉えどころがなく本当に困っている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・現状から大きく変わるような情報は、入ってきていない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の大手から中小零細の50社ほどを見渡しても、景気が良くなる気配を感じることはできない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・一部増産となる情報もあるが、減産となる機種もある。中国の不況がどのように影響するか、懸念している。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先等の動きだが、現状、1か月先のことは全く分からない。2～3か月先に販売量が減るか増えるか、取引先が良くなるか悪くなるか、全く分からない。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・まだ物価高の状況等が続いているからである。
	□	輸送業（営業担当）	・年度替わり前の白物家電、特に、テレビ、冷蔵庫、洗濯機、電子レンジやインテリア雑貨等は、前年並みの輸送を確保予定である。しかし、2024年4月からの輸送体制問題もあり、車両不足も懸念されるため、利益は落ちそうである。
	□	不動産業（管理担当）	・請負金額の値上げを受け入れてくれた取引先であっても、メンテナンス費用についてはシビアになっており、業務内容の削減を検討している先も多く、今後の見通しは厳しい。
	□	社会保険労務士	・日本銀行が1月にマイナス金利の解除をしなければ、国内の状況は変わらない。
		▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）
	▲	建設業（総務担当）	・とにかく工事量が不足している。先行きについても補正予算の効果が出てきてくれないと、不安しかない。

	▲	不動産業（経営者）	・年が明けて年度が替わると、退去が増え空室の修復費などが必要になる時期となるため、やや悪くなる。
	×	建設業（開発担当）	・11月現在で今期は残り4か月なので今後の発注に期待したい。
雇用 関連  (北関東)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・物価高の傾向が全般的にやや広まっているが、正月商戦が大分期待できるという見込みを立てている。住宅の新築や増改築関連は年を越しても仕事が続くかと考えているが、自動車関連の人材募集等がやや気掛かりで、足を引っ張るかもしれない。購買力は鈍るとみている。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・自動車部品の生産計画が高いため、やや良くなる。
	○	人材派遣会社（従業員）	・取引先から忙しくなると聞いている。やや良くなるのではないかと。
	○	学校〔専門学校〕（副校長）	・新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなってから初めて迎える新年であるため、観光などを中心に、景気は上向く。
	□	職業安定所（職員）	・主要産業である建設業、製造業、卸・小売業では、2か月連続して新規求人数が前年同月比で減少している。一方、新規求人数の30%強を占める医療や福祉分野等は、前年同月比で増加している。
	▲	人材派遣会社（社員）	・物価高騰に対する賃上げ要求に対し、中小企業を中心に厳しい回答が多いため、やや悪くなる。賃金の低いパート社員を採用するまでの期間限定で派遣を利用する企業が増えた印象を受けている。
	×	*	*