

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)	◎	－	－	－
	○	スーパー（商品部担当）	単価の動き	・ 商圏内にある同業者の閉店により、売上は前年を上回る状況で推移しているものの、客単価、買上点数に変動はない。客単価は若干上昇しているが、値上がり分による上昇と思われる。
	○	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・ 1月中旬くらいから、若干だが客の動きが出てきている。多分、新型コロナウイルス感染症に関して、いわゆるインフルエンザと同じ5類になるのではないかという報道が多くなってきて、やや安心感が出てきた部分もあると思う。こうしたなかで、若干ではあるが、人の流れが良くなってきている。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・ 今月は売上が前年比96%で着地している。良かった商材は冷蔵庫が112%、クリーナー115%、パソコン133%等で、悪かったのはエアコン64%、テレビ62%である。ただし、流れとしては、前年の売上は前月比87%だったが、今年は89%と、2ポイント上昇している。
	○	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・ 季節要因もあるが、暖房商材を中心に、前年比108%で推移している。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ 納車遅延していた車両が登録できるようになり、販売台数が堅調になってきている。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	お客様の様子	・ 出張関連の客が平均して増えてきている。人流が動き出しているようである。天候に左右されて来客数が増減する感覚が、新型コロナウイルス感染症発生前に似てきている気がする。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	単価の動き	・ 当社は飲食業や中食業の商売だが、昼どきは相変わらず客が来てくれている。今まで夜の客は工場関係者が中心で、それ以外の方は外食を控えていたようだが、最近は、家族単位で週末の食事等での来店が、非常に増えてきている。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・ 新型コロナウイルスの感染第8波で、新規感染者数は増えているものの、全国旅行支援の効果とビジネス客の動きで、宿泊部門は好調に推移している。料飲部門も今月は数年ぶりに新年会等の開催もあり、好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ 新型コロナウイルス感染症の分類が5類になることに、一段と期待している。
	○	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11%の増収である。
	○	ゴルフ練習場（経営者）	お客様の様子	・ 前年に、コロナ禍で延期又は中止になっていた催事イベントが、順次開催されるようになってきている。
	○	設計事務所（所長）	来客数の動き	・ 価格高騰が続いているものの、相談案件が出てきている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・ 物価高騰が続き、今後も買い控え傾向が続くなか、電気料金の値上げに拍車が掛かり、一段と財布のひもは固くなってきている。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・ 前年度との売上達成度合いで比較すると、3か月前の達成度とほぼ変わらず、前年より売上が少し良い。ただし、コロナ禍でも休業しなかった宿泊業者や飲食店で冬季休業を決断した店舗が多くみられる。元々、客が少ない時期のため、高騰している燃料費を絞り、人材不足をカバーするために休業日を増やしていると聞いている。客足が戻ったとしても、受入れ側の準備が整わず、売上を上げにくい環境になっている。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ 初商から、来客数、売上共に、ほぼ前年並みで推移している。婦人や紳土のアパレルが回復基調にあることから、外出自粛の意識が緩和されつつあると感じている。
	□	百貨店（店長）	販売量の動き	・ ここ3か月間の前年及び2019年との売上比は、100%弱が続いており、特段変化がない。
	□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・ 12月上旬は上向きかと思われたが、電気代値上げの発表辺りから、来客数、売上が減少している。

□	乗用車販売店 (販売担当)	お客様の様子	・例年同様、年末年始にかけて来客数は増えているが、販売では新車登録ができず、修理関係は余りにも在庫台数が多過ぎて処理しきれないという嬉しい悲鳴である。例年の年末年始とは大して変わらない。
□	その他専門店 [靴小売業] (経営者)	来客数の動き	・売上は前年並みである。客層を見ると高齢者ほどいまだに買物に出てきていない。正月もそれ以降も、それほど変わらない。ここ数日は10年に一度の寒波襲来で、依然として人出は鈍い。メーカーの状況は、商材の単価上昇が一段と激しくなり、全体的に品薄のところ、仕入れが厳しい。客がどのように対応してくるか、様子見である。
□	一般レストラン [居酒屋] (経営者)	来客数の動き	・新年会の利用が思ったよりも少ない。相変わらず、少人数での飲食が目立っており、団体宴会が少ない分、売上は減少傾向にある。
□	旅行代理店(所長)	お客様の様子	・全国旅行支援のお陰で何とかなっている感じである。ただし、インバウンドの来訪は徐々に増えてきており、個人客も日帰り旅行から宿泊にシフトしてきている。また、貸切バス利用のグループも、徐々に増えてきている。
□	通信会社(経営者)	販売量の動き	・地方の冷え込みは止まらない。特に、広報分野は壊滅的な状況である。
□	通信会社(社員)	単価の動き	・購入頻度の高い食料品の販売単価は、企業努力による値下げもあるものの、全体的には上がっている。
□	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増加も落ち着き、休日の来場者は若干増えている。ただし、平日については余り変わっていない。
□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・円安やエネルギー高騰の影響なのか物価が上昇しているものの、地価は落ち着いている。住宅ローンの長期金利が上昇傾向になれば駆け込み需要が見込まれるが、まだその状況ではないので変わらない。
□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・ここにきて、不動産の間合せ等が減っているような感じがする。貸店舗等も空室が目立っており、今は引き合いがない。土地も本当に安い場所についてはちらほら動きがあるものの、売却物件が増えている。
□	その他住宅[住宅管理・リフォーム](営業)	お客様の様子	・現在住んでいる家の売買や改築等の間合せは、依然として少ない。空き家対策やリフォームへの関心がまだまだ低いと感じている。
▲	一般小売店[精肉](経営者)	お客様の様子	・正月も変わらず、新型コロナウイルスの新規感染者数は多かった。生活必需品を始めとして、食品、その他の物は、ほとんどが値上がり状態で、皆の買物は控えめである。また、今月後半は、全国的に寒波が厳しく、客が外出を控えている。
▲	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・価格高騰や公共料金的大幅値上げ等による消費者の購買意欲の低下が、店頭で見受けられるようになってきている。
▲	コンビニ(経営者)	それ以外	・前年比で売上は94%、来客数92%、客単価は101%で推移し、売上、来客数共に前年割れとなっている。特に、正月から9日までの正月休み期間の売上の前年割れがひどく、休みが明けて仕事が始まると、前年並みまで戻している。
▲	衣料品専門店(統括)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症関連の緊急事態宣言が出てから、客の気持ちがなかなか良くなる方向に向かわない。また、電気、ガス等の料金の値上げは、やや悪くなっている原因の大部分を占めている。客もこうした面から、なかなか気持ちが買物に吹っ切れないのではないかと。
▲	乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・年始を過ぎた辺りから、新車及び中古車の販売が落ち込んで、営業活動のなかでも、明るい兆しを感じられない。救いは車検整備等のサービス部門が安定していることである。
▲	自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・販売は盛り上がりは少なかった上に、来店や人の動きが、また若干減り気味になっている。人がいろいろ自由に動いて活発になると、自然と景気も良くなるので、動けるようなシステムがあると良い。
▲	住関連専門店(店長)	単価の動き	・値上げトレンドが止まらず、少しでも安く買おうという客が増えている。

▲	住関連専門店 (仕入担当)	来客数の動き	・1月に入り、来客数が大きくダウンしている。商材全般の値上げの影響が大きい。生活防衛の動きが強く、消費意欲は減退している。
▲	その他飲食〔給食・レストラン〕(総務)	単価の動き	・給食事業においては、食材費、人件費、光熱費等の主要経費が軒並み上昇している。クライアント先も十分理解をしてくれているが、こうした状況に対応した取引条件の見直しは新年度からとなることが多く、コストアップが先行する形で、収支面が圧迫される状態が続いている。
▲	都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・年末で一度休止となっていた全国旅行支援が再開されたが、割引率が半分になった影響か、客足が遠のいたように感じる。
▲	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・元々1～3月は旅行業の売上が低い月だが、やや悪くなっている。
▲	通信会社(営業担当)	単価の動き	・物価高により生活用品に対する消費抑制マインドが広がっており、景気に悪影響を及ぼしている。ただし、観光業等で、国内外の需要が増えてきていることはプラスだと思っている。
▲	通信会社(総務担当)	販売量の動き	・来客数は横ばいだが、販売量は2割ほど落ちている。客が2～3年前に購入した物と同一グレード品の価格が、現在では2倍近くに上昇しているため、希望する商材の価格は高く、グレードの落ちる廉価商材には目が向かず、購入を諦める客が増えている。
▲	通信会社(局長)	お客様の様子	・価格高騰の影響が家計を圧迫している。通信サービスは生活必需品となっているものの、新規契約については売行きが厳しくなる一方である。
▲	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・年末から大雪や寒波が続き、全国旅行支援が再開されても以前のような勢いはなく、来園者数も伸びない。
▲	ゴルフ場(従業員)	それ以外	・コストが増加しており、やや悪くなっている。
▲	美容室(経営者)	来客数の動き	・米国金利が上がれば日本の金利も上げることで、ドルと円のバランスが保たれ、変動相場制を維持できる。資金は有効配分されて通貨は安定する。通貨の安定は日本銀行最大の役割の一つであろう。
▲	その他サービス〔自動車整備業〕(経営者)	それ以外	・原材料費の高騰分を価額転嫁できていない。人手不足と重なり身の周りの景気は沈んできている。
▲	その他サービス〔自動車整備業〕(従業員)	お客様の様子	・どの客も、景気が良い話はしていない。
×	一般小売店〔家電〕(経営者)	販売量の動き	・物価高に加えて電気料金や光熱費の値上がりは、一般客にはかなり響いているようである。
×	百貨店(店長)	来客数の動き	・11月中旬から来客数が前年比2けた減に転じて以降、12月、1月共に来客数の減少が続く、現在に至っている。11月の暖冬や新型コロナウイルスの感染拡大、物価高等が複合的に関連していると推察している。ただし、最大の要因は過去最高に達した新型コロナウイルスの新規感染者数や死亡者数だと思われる。
×	一般レストラン(経営者)	競争相手の様子	・正月明けから、これまでにないほどの悪さとなっている。閑散期とはいえ悪過ぎる。業者も納品に行くところが無いと言っている。物価高や巣籠り慣れなどの影響が、じわじわと出てきている。
×	一般レストラン(経営者)	それ以外	・原材料の仕入価格の値上がり止まらない。しかも、かなりの額が上がる。他店でも同じようなことになっているだろうことから、悪いと判断せざるを得ない。
×	都市型ホテル(経営者)	販売量の動き	・悪くなっている状況が丸3年続いており、まひしている。新型コロナウイルス感染症の分類が変わらない限り、何も変わらない。
×	タクシー運転手	お客様の様子	・年末は忘年会等も少なかったが、1月になっても、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているせいも、新年会等もない。昼も夜も電車に乗っている人は少なく、利用客が少ない。今夏には運賃値上げをする方向で申請中である。初乗り運賃が現行の740円から、800から1000円に変更を検討中らしい。値上げをすれば、利用客が更に減少する。

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	・ 廃業した他社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	・ 自動車組立ラインの稼働が安定化し始め、順調に納入できるようになってきている。一部の輸出部品で極端な減産計画があるものの、全体的には堅調といえる。
	○	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ 毎月、前年の1割くらいずつ、売上が伸びている。一昨年と比べると2割くらいの売上増になっている。ウィズコロナで、段々と平常に戻ってきているのではないかと。
	□	窯業・土石製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・ 年度末に向けて、仕事や工事量は期待できない。
	□	一般機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・ 多岐にわたる取引先のなかで、食品製造機器関連の受注量が減少傾向のため、やや悪いままで変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・ 取引先が十数社あるが、主要な取引先の受注量に余り変化はない。
	□	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	取引先の様子	・ 主要取引先の半導体不足による部品調達難の影響で、生産が安定しない。回復してきたと思うと操業停止のアナウンスが入り、じり貧状態である。
	□	輸送業 (営業担当)	取引先の様子	・ 新生活用品である白物家電の冷蔵庫、洗濯機、オーブンレンジ等の物量は前年並みを確保している。また、光熱費、電気代の値上げにより、石油ストーブ、石油ファンヒーター等の物量も増えている。しかし、物価上昇による買い控えもあり、全体的には前年の1割ダウンの物量となっている。
	□	広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・ 広告宣伝、特に印刷物の受注が戻ってきていない。新型コロナウイルス感染症発生前の5割は減ったままである。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・ 前年から変わらない傾向だが、低めの安定というか、これ以上悪くなるということはないが平行線のままという状況である。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・ 人の動きは良くなっているものの、消費動向はそれほど良くなっていない。
	□	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	・ 特段変化は見られない。
	▲	経営コンサルタント	それ以外	・ 再び、新型コロナウイルス感染症の感染率が報道されて、言外に自粛ムードが広がっている。やっと上昇の兆しが見えた家計の経済活動に、急ブレーキが掛かっている。また、自動車や家電等の分野では、部材の調達難から新製品等の供給や販売が滞っており、関連下請企業や原材料、部品等を供給する地場企業の生産活動が低迷している。
	×	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。今期の公共工事発注は前年比7%減、前々年比では20%減と厳しく、当社売上も前年比10%減で、決算が心配である。
×	不動産業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・ 寒波による水道管の障害等で、緊急のメンテナンス業務が若干増えている。ただし、電気、ガスや燃料等の使用量も増えている上に値上がりもあるので、経費負担が利益を圧迫している。	
雇用 関連  (北関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・ ファーストフード等での人材募集が目立っている。値段を据置いた商材等への購買力が上がったと思われる。天候に左右されるが、生鮮食料品は安定した供給による販売向上で、販売員の応援等の募集もあった。住宅関連も、公共事業に関係してか、外装関係や増改築の一部の小売等も目立ったようである。
	○	人材派遣会社 (従業員)	周辺企業の様子	・ 求人数が増えているので、やや良くなっている。

○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・10月と比べ、新規求人数は全数で1.7%の減少となったものの、卸や小売業、飲食サービス業等では増加がみられ、業種によっては人手不足感が増している。前年同月比では10.3%増加し、15か月連続で前年を上回り、持ち直しの動きがみられる。
□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者の新規登録が増えず、慢性的な人材不足が続いている。
□	学校〔専門学校〕（副校長）	採用者数の動き	・学生を採用している企業の情報から、業種によっては人手不足の状況で、原材料費の高騰もあり、新しい取組を実施できないとの話もある。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響はかなり減ってきており、全体としては変わらない。
▲	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・部品不足による生産調整が影響し、取引先からの求人数が減少している。
×	*	*	*