

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)	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・海外旅行が非常に増えてきている。私自身も海外から回答している。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・大手企業が賃金のベースアップを実施すると発表しているなか、当店のような従業員が数名の弱小商店では、対応に苦慮している。一方、客の節約志向で、ベースアップ分が貯蓄に回ってしまうのではと、不安と期待が入り混じっている。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の行動制限緩和が続き、外出やセレモニー需要等、前年より改善が見られる。
	○	百貨店（店長）	来客数の動き	・11月中旬の新型コロナウイルスの感染拡大から低下した来客数が、1月下旬以降は回復傾向にあり、各商材の売上も徐々に回復している。
	○	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・全体的に冷え込んでいて、人の流れが悪いのは相変わらずである。ただし、そうしたなかでも、多少なりとも新型コロナウイルス感染症の先行きが少しずつ見えて、動き始めたということもある。当店の顧客は高齢者が多いが、社会的な背景を考えながら行動しており、多少でも動きが出てきて良くなっていると感じる。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・今月は新型コロナウイルス感染症に関連する規制が今後緩やかに緩和されていくとの発表があって、徐々に春の新生活マーケットが前年を上回っている。生活家電は前年比で、冷蔵庫128%、洗濯機105%、掃除機144%と伸びている。1月から2月の前月比は前年より4ポイント改善され、売上は前年比102%と僅かだが伸びている。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・徐々にではあるものの、納入遅延車両の登録が進み、販売台数も増えてきている。
	○	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・当店は観光地のなかにある。3か月前と比べて、数段、観光客が増えており、売店、ホテル関係、ドライブイン等にもぎわっていて、良くなっている。
	○	その他専門店 [靴小売業] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の状況が変わってきたように感じている。出張等によるのか、新幹線の乗車率が格段に増えてきている。若い世代から高齢者へこの動きが伝わっていかばと思っている。また、生活に密着する価格帯の商材を扱い始めたことで、来客数は増えてきており、客単価は下がったものの、売上は上がっている。
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・少しずつではあるものの、客足が戻ってきている。
	○	その他飲食 [ファースト フード] (経営 者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の行動制限緩和で、イベント等が増えて外出規制も緩くなり、消費の需要が高まっている。また、インバウンドの消費も高まっている。
	○	都市型ホテル (経営者)	販売量の動き	・若干ではあるものの、客足は戻りつつある。常にコロナ禍前の10%程度というどん底だっただけに、それが15～20%になったところで、やや良くなっているという一言で済まされる状況ではないのが現実である。
	○	都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・宿泊部門は観梅の影響もあり、回復してきている。宴会部門も少しずつではあるが大人数の会合も出てきており、回復しつつある。
	○	都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・全国旅行支援の効果なのか、単価の高い部屋の売行きが良くなってきている。
	○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・5月8日以降、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行することを受け、旅行の相談件数が前年同時期より増えている。
	○	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数減少により、観光客の動きは日々活発化してきている。外国人観光客の来訪数も、同様に増えてきている。
○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・昼の動きが良くなり、前年同月と比べて23%の増収である。	
○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着いてきていること、全国旅行支援等もあることから、少しずつ来園客も増えてきている。	

○	設計事務所（所長）	お客様の様子	・新年度への動きや、新型コロナウイルス感染症への対応が変化してくるため、今まで停滞していた動きが大きくなっている。
□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・連日のような冷たい風と寒さでは、客は動かない。そこに値上げの発表があるので、皆、売出チラシを持って大型店や中型店を回っている。それで必需品や目玉商品が動くくらいである。
□	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3か月前と比較すると、ほぼ変わらず8割程度まで回復している。例年、この時期は国内観光客は少なくなるが、コロナ禍のせいか、卒業旅行で海外に行くはずの若者の姿がいまだに多い。また、外国人観光客の姿も見かけるようになっている。天皇誕生日以降、人の動きが活発化していることが、売上をみても顕著である。
□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・前年のまん延防止等重点措置期間との比較では、来客数、売上共に2けた増となっているが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準には程遠い。ただし、数か月前と比較して、新型コロナウイルスの感染症法上の5類への引下げや、マスク着用緩和等により、客の外出や消費への意欲は醸成されつつある。
□	百貨店（店長）	販売量の動き	・売上は前年と同程度まで回復しているものの、2019年との比較ではまだ回復途上である。
□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・商材や電気代高騰の影響からか、来客数、客単価が減少しているように感じられる。
□	スーパー（商品部担当）	販売量の動き	・電気料金や食料品の値上げと、家計を圧迫する状況が続く、節約志向が更に強まり、客単価に影響している感じがする。集客はできるものの、買上点数が減っている状況は変わらない。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年比で、売上は100.1%、来客数98.5%、客単価102.5%となっている。客単価の伸びは値上げの影響がみられる。また、来客数の微減は、会社のリモート勤務が戻らないための微減である。このまま、3年前の状態には戻らないと考えている。
□	衣料品専門店（統括）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の問題が少し落ち着いてきた。ただし、諸物価がこれから上がっていくのではないかとこの報道が大分出てきていることも影響して、なかなか販売量が増加しない状況が続いている。
□	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・寒さが厳しい上に、電気料金が高騰している。客は節電意識から、省エネ家電を購入、検討している方が多い。ただし、季節商材は前年比87%で推移している。
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・1月と同じように、車両販売が低調なものの、車検整備等のサービス部門を伸ばして、営業成績のバランスを取っている。
□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・来客数や予約の入り方を見ても、横ばいである。
□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・物価高騰傾向による生活費の切り詰めが継続している。一方で、生活費に余裕のある世帯では、今まで控えていた旅行や食事等の機会が増えていることから、全体として2極化しており、結果として大きな変化はない。
□	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・店舗での販売数は減少の一途だが、出張販売で販売数を稼いでいる。
□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・来場者数は順調だが、電気料金等のコストは引き続き上昇しており、収益的には厳しさが増している。
□	競輪場（職員）	来客数の動き	・来場者数は多少上向きになってきているように感じるが、ここ数か月の傾向は、余り変わっていない。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・日本銀行が10年間ひたすら金融緩和を続けていても、得られる効果は限定的である。一方で、政府は増税して回収しようとしている。市場と対話しながらの経済政策を、庶民感覚のある日本銀行新総裁に期待したい。
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・金利上昇の気配があり、通常なら駆け込み等があるはずだが全くない。ロシアとウクライナの戦争も沈静化せず長期化が見込まれ、不安要素が多くなっている。客の様子見状態が継続している。

	□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	お客様の様子	・リフォーム等の場合、国や自治体の補助金を利用するケースが大半で、年度末に近づくほど問合せが減る。あるいは年度明けの受注問合せが増えてくる。客の様子は例年と変わらない。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・当社は自動車販売店だが、販売量が伸び悩んでいる。人の動きや細かい物に対する購買意識等をみても、人が車で動こうとしていない上に、稼働率も低い、例年の2月とは思えないほどの状況である。
	▲	住関連専門店（店長）	単価の動き	・商材の値上げ傾向が強く、買い控えが進んでいる。客は少しでも安い物を買う動きが顕著である。
	▲	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・来客数の減少幅が、年明けから徐々に大きくなってきている。
	▲	その他専門店（総務担当）	お客様の様子	・客からの受注量で判断すると、やや悪くなっている。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客単価が下がっている。高価格のメニューが余り出なくなっている。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・給食業務では、食材費、人件費、諸経費等の主要コストが軒並み上昇を続けている。食材の絞り込みを行い、調達ロットを大きくしたり、総体的に安価な食材へシフトする等の努力をする一方で、受託先に取引条件の見直し依頼を継続して行っている。コストアップが先行する形のため、収益は圧迫されている。
	▲	通信会社（社員）	単価の動き	・一部で値下げ商材があるものの、値上げ品の割合が多くなってきていることを、より一層感じている。
	▲	通信会社（局長）	お客様の様子	・携帯料金プラン見直しで来店する高齢の客が増えている。物価高や電気料金の値上がりも、見直しの要因として考えられる。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	単価の動き	・物価の値上がり止まらなければ、難しい。
	▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・ここに来て、アパートの退去がかなり目立ってきている。また、店を閉める飲食店等の数も増えてきている。最近、当地はやや停滞気味で、客の問合せ、引き合いが非常に少なくなっている。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	単価の動き	・物価高、エネルギー高の影響で、悪くなっている。
	×	乗用車販売店（経営者）	それ以外	・仕入れが悪く、納期の大幅な在庫遅れが続いている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・例年2月の動きは少ないが、月後半になって、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているものの、昼夜問わず、歩いている人がいない状況は変わらない。地方でも場所によっては忙しいところもあるようだが、当市では、ドライバーの数が少なくなっているにもかかわらず、新型コロナウイルス感染症発生前には程遠い。
	×	通信会社（経営者）	単価の動き	・円安による仕入コストの上昇で、悪くなっている。
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	・自動車生産ラインも計画どおりの稼働に戻り、順調な納車が続けている。また、ロボット向けの増産要請があり、シフト勤務に切替えて対応している状況である。
	○	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注がキャパシティオーバーとなり、人手不足を感じている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は、3か月前と変化なく推移している。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量の動きは余り良くないが、取引先によっては、若干増えているところもある。この2～3か月は余り変化はない。
	□	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・従業員、取引先共に新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきている。延期になっていた作業等も実施することができた一方で、そのまま中止になったものもあるため、横ばいである。
	□	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・いまだに広告出稿は増えてこない。

	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べた場合に、ほとんど変わらないと言って良いが、最近では珍しく少しは良くなっている感じもある。このまま来月も少し良くなって、この流れで上昇していってくれば良い。
	□	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	・受注量、商談件数共に増加しているが、特段の変化は見られない。
	▲	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・原材料の値上げが続いており、原価意識が大変である。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大企業から中小零細企業まで製造業としては比較的多くの取引先がある当社だが、見積依頼数自体が減っており、受注につながらないことが多くなっている。受注量の減少が大きい。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前回、受注が増えて景気が良くなると回答したが、その後1月、2月と極端に悪くなり、結局1月は前月比で4割減って、かなり厳しい状況になってしまっている。
	▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・新生活用品、家電、インテリア商材や、輸入コンテナ便が前年の1割減となっている。また、ドライバーの人材不足や燃料高も続き、利益確保は厳しくなっている。
	▲	経営コンサルタント	それ以外	・マスク着用を義務視したコロナ禍も、徐々に薄れているのは確実である。ただし、電気代や燃料費、食料費や外食費などの増加といった諸物価の値上がり傾向で、家計の消費意欲は減退している側面がある。一方で、自動車、家電等は、納期の長期化や品薄状態が拡大しつつあり、こうした面から、消費と生産、販売の勢いがそがれている嫌いがある。
	▲	社会保険労務士	取引先の様子	・一般消費者向けの商材は、厳しさが増してきている。
	×	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、公共工事は順調に推移しており、業界として大変有り難い。今期公共工事は前年比7%減で、当社受注も前期比10%減と厳しく、赤字決算になりそうな状況である。
雇用 関連 (北関東)	◎	—	—	—
	○	学校〔専門学校〕（副校長）	求人数の動き	・業界ごとに求人数の多少はあるものの、総じて求人数は増加している。今後、業界によっては人手不足が懸念されており、その影響で景気が悪くなることも予測できる。
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・ファーストフードや小売、飲食店等で、人の動きはほぼみられず、動きはごく僅かである。建築関連では、工事が一段落し、寒さの影響もあると思うが、少し沈滞ムードである。周辺の各種工場の社員数はほぼ変わらないか、もしくは幾分減らす傾向で動いているようである。
	□	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・当地の観光地の小売販売店の話を聞くと、新型コロナウイルス感染症が収束とまではいかないが大分落ち着いてきて、皆、余り気にせずに行動するようになり、来客数は増えているものの、お金の使い方、落とすお金は人数に比例して増えているわけではないということである。
	□	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・派遣先と料金改定の交渉をしているが、料金アップ前提の派遣スタッフの契約更新に慎重である。正社員の配置転換を行い、派遣契約終了になるケースが散見される。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、3か月前の11月と比べて、全数で7.8%の増加となっているが、前年同月比では16か月ぶりに下回っている。産業別では、建設業、医療、福祉で増加がみられ、人手不足感が増している。また、業種を問わず、オープニングスタッフの求人や、数年ぶりにハローワークを利用する事業所が増えた感がある。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・製造業関連への派遣取引が終了したため、やや悪くなっている。
	×	*	*	*