

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)	◎	百貨店（店長）	来客数の動き	・インバウンド需要がない地方都市を基盤に商売するなかで、来客数が前年比105%前後で推移し、着実に売上増加へ結実している。
	◎	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・案件数は増えてきている。今後は物価高の影響が気になる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前にも経験がないほど、今月の販売量が多い。要因としては、暖冬で外出しやすい環境だったこと、円安により若者の卒業旅行等の行き先が国内になっていること、外国人観光客が堅調なことがあげられる。若者以外の観光客は、例年と比べて少ないように感じている。
	○	百貨店（店長）	販売量の動き	・売上は前年との比較で、ここ3か月は105%と堅調に推移している。新型コロナウイルス感染症発生前の2018年度との売上比較ではマイナスではあるものの、人流、売上共に回復している。
	○	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数が前年より増加傾向にある。
	○	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・1月の動きは鈍かったが、2月に入ってからの来客数や客の購買意欲等が急激に出てきた感じがする。
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・主力の給食部門では、これまでの食材費、人件費、諸経費等のコストアップにやや落ち着きがみられる一方で、取引条件の見直しが少しずつ追い付いてきた結果、採算面も幾分改善される傾向にある。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宿泊部門は梅祭り等もあり、週末は高単価で販売できている。また、宴会部門も新年会需要が伸びており、稼働率も良い状態である。
	○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・前年同期と比べ、問合せが増えている。
	○	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・3か月前から2割増加となっているが、例年どおりの時期的なものである。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・例年と比べて暖かい日が多く、また、今月はうるう年や3連休が2回あるなどの日並び効果もあったことから、前年を上回る来園者数になっている。
	○	競輪場（職員）	販売量の動き	・業界全体ではインターネットによる購買意欲が強く、売上をけん引している。一方、来場者数や来場者の購買単価は減少傾向となっている。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・業種によって新型コロナウイルス感染症の影響で、売上が回復せず廃業に追い込まれる当店の顧客が後を絶たない。個人の力ではどうすることもできない切実な状況に、恐怖と無力感を抱いている。しかし、当店としては勝ち組に入らなければならない。
	○	設計事務所（所長）	お客様の様子	・先の不安はあるものの、消費行動が活発になっているようにみえる。今年は暖冬で春の暖かさも早く来るとされるため、臆せず積極的に行動している。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・初商以降、来客数、売上共に回復基調にある。今月実施した食品の大型物産展は盛況に終わった。しかし、依然として客単価の低い傾向がみられ、慎重な消費行動は続いている。
	□	百貨店（営業担当）	それ以外	・2月は5日に10センチメートル程度の降雪があり、来店、売上共に厳しい状況だったが、祝日が1日増えたこともあり、何とか前年比103%超で推移している。食品もバレンタインフェアが好調に推移し、衣料品、雑貨、化粧品、婦人服が好調である。時期的に天候に左右される部分があるので、つかみきれない状況でもあるが、何とか踏ん張っている。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前年比で来客数は94.7%、客単価100.2%、売上95.3%で推移している。店舗前面道路の工事が続いており、交通量が大きく減少しているため、来客数が戻らないことが売上に大きく影響している。	
□	衣料品専門店（統括）	販売量の動き	・現在、客の動きが余り良くないため、販売量にも影響がある。	

□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・大物家電を中心に、販売数量が伸びていない。
□	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・継続的な必需品の値上げと物価上昇で、景気は変わらない。
□	住関連専門店（仕入担当）	販売量の動き	・値上げによる客単価の上昇で保ってきた売上も、上昇が停滞し始め、客の節約志向だけが残っている。
□	その他専門店（総務担当）	お客様の様子	・来客数、今後の見積件数が少ない。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチは好調なもの、ディナーが依然として良くならない。トータルの売上では以前と変わらない。
□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・相変わらずの動きだが、予約のないフリー客の動きが鈍いように感じている。
□	観光型ホテル（経営者）	単価の動き	・景気はほんの少しだけ上向きのように感じるが、単価の上昇を助けるほどではない。円安の為替と人材不足による合理化のため、値上げせざるを得ない。これ以上の物価上昇分を宿泊料金へ転嫁することは当然見込めない。一部のスモールラグジュアリーと、マーケティングやプロモーションに長けた大型施設や地域は値上げに踏み切れるかもしれないが、それ以外はインバウンドやアフターコロナの来客数増加は一時的であり、継続性は望めない。
□	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・シーズンのには閑散期でもあり、また、暖冬や小雪等、天候不順が響き、実施していた催事も繰上げで中止している。スキー場等も、滑走できるエリアが狭まっており、厳しい。
□	タクシー（経営者）	お客様の様子	・夜の動きは良くないが、昼の動きが良かったので、前年同月比8%の増収である。
□	通信会社（社員）	競争相手の様子	・業界大手の越境営業による顧客喪失はあるが、当社の顧客獲得が上回っているため、現時点では悪化につながっていない。
□	通信会社（局長）	お客様の様子	・物価上昇に対して給与の増加が比例していない結果、買い控え等になっている。
□	ゴルフ練習場（経営者）	来客数の動き	・個人消費の回復感はない。
□	ゴルフ場（従業員）	お客様の様子	・客の様に今のところ大きな変化はない。
□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	お客様の様子	・消費マインドは儉約話ばかりで、景気の良い話はかけらも出ない。
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・今月は、店舗等の引き合いが少し出てきたようで、問合せも若干増えた感じはあるものの、実際はなかなか契約に至らない。いまだ悪い状況のまま変わらない。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	販売量の動き	・建築資材の高止まりが続いており、客の予算額と見積額にかい離があるため、検討止まりで終わってしまっている。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・接客中の会話からも客の節約志向が顕著で、消費マインドの向上は望めない。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・いろいろな商材が値上がりしているため、販売量が減少している。
▲	スーパー（商品部担当）	来客数の動き	・競合店の出店に伴い、集客力が2割程度落ち込む状況が続いている。来客数の落ち込みが回復する兆しはなく、今しばらくはこの状態が続くそうである。
▲	衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・当店の取扱品は婦人用の季節商材なので、人が出てこない上に、これだけ気候変動が極端だと、買い控えの上の買い控えになっていて、本当に商材が回らない。打つ手、打つ手が全て水泡に帰するというか、何の効果も生まれてこない。
▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・前月、大手自動車メーカーの不正問題が発覚してから、客の購入意欲が逡巡しているようで、なかなか契約に結び付かない。そのため、当地域の自動車メーカーも少し減産している。

	▲	一般レストラン 〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・1月、2月と徐々に来客数は減ってきており、例年よりも若干その差が大きく、先行きが不安である。年度末を迎えるが、予約も週末に集中している。
	▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・社会情勢の影響による物価高が続いており、実質賃金の低下も続き、景気は良くなっていない。節約や低コストに走る傾向は変わらない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・地価は落ち着いているものの、建設関連の工事費が高騰しており、買い控えが発生している。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・前月に続き販売量は悪く、前年比91%と低迷している。商材別ではエアコンが70%、冷蔵庫は80%、洗濯機が75%である。良かった商材はテレビが110%、ビデオカメラ120%、ビデオレコーダー150%である。
	×	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・いまだに残業や休日出勤等もなく、仕事が増えていない。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・地方は固定客が多いのだが、以前からの客が減少している。客の高齢化が進み、施設等に入って外出しなくなったことも減少原因だとみている。フリーの客が増えない限り、増収は見込めない。景気も良くない。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	—	—	—
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・大手自動車メーカーが、取引先の労務費の上昇分を価格に反映させる方針を明らかにしたこともあり、適正価格実現に向けた価格交渉がしやすい雰囲気が広がってきている。
	○	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・中小企業においても価格転嫁が進んでおり、売上増加、利益率の改善がみられる。
	○	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	・特段の変化はみられない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・堅調に推移している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上の低飛行が続いているものの、明るい兆しがみえてきた取引先もあるので、今後に期待したい。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震の影響なのか、あちらの方面で作っている部品が入ってこないため、止まっている部署がある。そのほかはまあまあといった感じで、全般的に以前よりは良くなっている。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・この2～3か月、受注価格、取引先の様子に余り変化はなく、まあまあ状況である。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・2月に入り、初旬は物量が落ちていたが、中旬過ぎから新生活用品、白物家電、冷蔵庫、洗濯機、テレビ等や引っ越し依頼等も前年を上回る物量を確保している。ただし、ドライバー不足、車両不足により、手配車両に苦労し、運賃が高くなっているため、利益は薄くなっている。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告出稿の件数に大きな変化はなく、宣伝予算も相変わらず伸びないままである。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・個別企業は現状の業績面に大きな変化はなく、自動車関係の下請企業で一時的に受注を減らしているところがあるものの、年間を通じた季節要因によるものであり、特に不安要素はない。2極化傾向も基本的に変わっていない。また、飲食、食品関係も大きな変化はなく、活発さはない。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・相続登記の分野が少し伸びてきているため、やや良い状態である。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・インバウンド消費が余りなく、コロナ禍からの回復も停滞感がある。
		▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子
	▲	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・スポットでの建物維持管理業務が思ったほど受注できず、売上がやや減少している。部品などの納期が未定のため、着手見込みが不明な案件もある。

	×	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、業界としては大変有り難い。今年度も11か月が経過し、発注額は前年比5%減少、前々年比で19%減少である。当社受注も前年比10%減少で、決算が心配である。
雇用 関連 (北関東)	◎	—	—	—
	○	学校〔専門学校〕（副校長）	求人数の動き	・再来年度の求人が例年より早く動いている上に数も多くなっている。各企業が優秀な人材確保に必死になっている状況がうかがえる。
	□	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・例年と比較して、派遣の依頼数に大きな変化はないものの、身の回りでは、派遣スタッフが正社員で転職するケースが増加傾向にある。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求職者数の動き	・20～30代の求職者が増えて、40～50代の求職者が減っている。全体的な求職者数は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で減少と増加を繰り返している。
	▲	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・衣料品関係、家具等も含めての求人はほぼ横ばいである。ただし、生鮮食料品等の販売やファーストフード等の飲食店分野では、大分募集はかけているようだが、物価も上がっているため、かなり厳しいのではないかと。購買力も幾分鈍っているように見受けられる。住宅関連は、増改築や新築等の売買を目的とした物件の建設が進められている。
	×	—	—	—