

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)	◎	観光型ホテル（経営者）	・秋の紅葉までの観光シーズンは、客の動きが良くなると予想している。しかし、新型コロナウイルス感染症関連の旅行支援等やアフターコロナの旅行需要が一気に高まった反動で、国内客の旅行疲れがみえてきている。しっかりとした地域施策を講ずることができないと、新型コロナウイルス感染症発生前の来客数を下回るかもしれない。
	◎	旅行代理店（経営者）	・旅行業はこれから繁忙期を迎える上に、販売単価が上昇しているため期待できる。
	○	スーパー（総務担当）	・最低賃金改定で現在より50円引上げの想定だが、実現すれば当県は時給1000円を超える。これは景気上昇につながる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・7月はインバウンドの影響は少なくなっている一方、イベントや祭り等で来客数は増えていると実感している。8月以降もこの状況は続く予測である。
	○	コンビニ（エリア担当）	・長期予報で、しばらくは気温の高い見込みが出ており、飲料や雑貨等、暑さ対策の商材の販売数伸長が見込まれる。
	○	家電量販店（店員）	・残暑が厳しければ、季節商材が伸びると予想する。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・求人を出しても人員がそろわず、深刻な人手不足だったが、隙間時間のアルバイトサービス等の利用で、臨時休業していた店が開けられるようになってきている。2～3か月後には気温も少し落ち着いてくるだろうし、世の中の的に飲食業全体で少し単価が高くなっているが、値上げをしても客が新しい価格になじんでくるというか、その辺りの雰囲気も緩和されてくるのではないかとみている。
	○	都市型ホテル（支配人）	・宿泊部門はイベントが多数あるため、高稼働である。宴会部門も新たな顧客の開拓やこの数年開催がなかった会合等に復活の兆しがある。
	○	旅行代理店（所長）	・当地では、世界遺産登録25周年と国立公園指定90周年のダブルの周年に当たる。今後は様々なイベントや企画が計画されており、秋の行楽シーズンに向けて、人の動きが活発になることが期待できる。
	○	通信会社（総務担当）	・例年9月に最も人気の高い商品のモデルチェンジがあるため、前年ほどではないにしても一定の販売が見込まれる。
	○	競輪場（職員）	・前年度と比較して、今年度の売上が増加傾向にある。
	○	設計事務所（所長）	・理由が特に見つからないが、希望を含めて良くなるのではないかと。
	□	商店街（代表者）	・小中学校の統廃合が進み、遠足や修学旅行の記念写真撮影枚数に影響が出始めている。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・秋口までに海外の戦争等が良い方向に向かえば、販売価格を上げられ、物価上昇が落ち着けば、幾らか良い方向になるかという希望を持っている。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・国内外の旅行者全体が夏休みモードのため、親子連れが多くみられる。コロナ禍の旅行自粛モードも払拭され、友人等に土産を配るようになってきたようで、1人当たりの購買数も増えつつある。この状況はゴールデンウィークよりも進んできているが、物価高による買い控えもあるため、相殺されて景気は変わらない。
	□	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・動きが大分鈍いので、変わらない。
□	百貨店（営業担当）	・定額減税や電気、ガス料金の補助金等は、消費が低迷している中間層を刺激するほどの効果はない。当面、景況の改善は期待できない。	
□	百貨店（店長）	・売上は前年同月比ほぼ100%で推移しているものの、上昇傾向にはないため、変わらない。	
□	百貨店（店長）	・社会的な不確定要素が多すぎて判断が難しい。ただし、基調としては若干良くなる傾向もあり、プラスマイナスで変わらない。	

□	衣料品専門店（販売担当）	・ 今月より悪くなるということは、完全に店が機能しない状況なので、今月と変わらないを選択した。今年の夏はそのままかなりの高温で推移し、長い夏になるという予報のため、本当に明日が見えない状況が続くのかと、凍り付いてしまいそうな気持ちで一杯である。
□	自動車備品販売店（経営者）	・ 年金やその他制度の負担が大きくなるため、自分の将来や老後等の生計が不安で、お金を使うことに抵抗を持っている高齢者等が多く、簡単には良くなる傾向にはならない。良くも悪くもならない。
□	住関連専門店（店長）	・ 値上げが当たり前のようになってきていて、状況が変化する兆候はみられない。
□	住関連専門店（仕入担当）	・ 8月も7月と同様の天候が予測されているが、夏休みを利用したレジャーへの意欲は高い。ただし、逆にそれが生活用品への購買を抑える要素にもなり、厳しさは当面変わらない。
□	その他専門店（総務担当）	・ 先の見積物件が少ない。
□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・ 各種感染症や猛暑、悪天候等が続くと、計画的な予定を組みづらく、好転を見込みにくい。
□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・ 最近の新型コロナウイルス感染症関連の報道が気になるが、影響がなければ動きは変わらないと予測する。
□	一般レストラン（経営者）	・ ここ1年ほどは、特に良くなったり悪くなったりの変動が少ない。この状態がしばらく続く。
□	旅行代理店（従業員）	・ 国内旅行は需要が増え続ける一方で、円安で海外旅行は厳しい。
□	旅行代理店（営業担当）	・ 今後も物価高の影響は続く見通しで、レジャー産業はまず生活が安定してからという動向になるため、しばらくは横ばいの状況とみている。
□	タクシー（経営者）	・ 全体的に動きが良くない。この先も変わらない。
□	通信会社（社員）	・ 現時点では変わらないと考えている。
□	通信会社（営業担当）	・ 世界情勢、温暖化、物価高のマイナス要因が改善する見込みがないため、実質賃金が縮小し景気回復は期待できない。
□	ゴルフ場（従業員）	・ 先の予約状況は前年同日より現状ではプラスになっているが、9月も暑さが続く予報が出ているため、安心はできない。
□	美容室（経営者）	・ 連日の猛暑で、季節商材のUVファンデーション、スキンローションの売上が伸びてきている。
□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・ 景気浮上の兆しが見当たらない。
□	住宅販売会社（経営者）	・ 物価高騰が継続している間は状況は変わらない。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・ 地方は中小企業が多く、賃金と物価がアンバランスになっている。先を見越した規模の大きいリノベーションや改築案件は、まだ先になるとみている。
▲	百貨店（営業担当）	・ 様々な面で値上げや価格上昇がみられるため、来店客の購買もシビアになっている。
▲	スーパー（商品部担当）	・ 良くなる理由が見つからない。イベントや企画等を実施しても効果は一時的で、厳しい数値で推移している。
▲	コンビニ（店長）	・ 7月は猛暑続きで、飲料を求める客の来店がかなりあったが、気温が落ち着けば、元に戻る。
▲	家電量販店（営業担当）	・ 残暑により夏物商材は前年並みの確保予想である。しかし、毎回オリンピック閉会後の消費は悪いこともあり、各地で大雨等による災害が発生しているため、そちらも心配している。
▲	乗用車販売店（経営者）	・ 飲食店は、新型コロナウイルス感染拡大第11波の影響等で、夜の営業は寂しい様子である。休日等の大規模小売店では来客数は伸びてはいるものの、本部が他県にあるため、地域への経済効果は薄い。
▲	乗用車販売店（従業員）	・ 受注が減少傾向で、受注残が積み上がらない状況である。
▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・ 為替レートに動きが出ているものの、価格面へ反映されるには時間が掛かる。その一方で、最低賃金が過去最大の上げ幅になることが決定された。当社の給食事業を含む労働集約型の産業にとっては、人材難と併せて、先行き厳しい状況になる。

	▲	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染拡大第11波が、ホテルのレストラン、大人数の宴会予約等の減少に影響を与えている実感がある。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊売上は80%を超える高稼働率を背景に、安売りや単価を下げることはなく、売手に有利な状況が続いている。一方、宴会利用に関しては新型コロナウイルス感染症の再拡大の報道が多く見受けられるようになり、実際に1件当たりの人数も減ってきている。まだ予約自体のキャンセルはないが、予断を許さない状況で不安材料となっている。
	▲	タクシー運転手	・地方では景気の良くなるような話はなく、現状維持が大変である。
	▲	通信会社（局長）	・円安は多少改善されるかもしれないが、10月に再び一部商品の値上げが行われるとの報道発表もあったため、やや悪くなるのではないかと。
	▲	テーマパーク（職員）	・前年以上の猛暑により、外出を控える動きがみられるとともに、屋外施設は敬遠される環境になっている。
	▲	ゴルフ練習場（経営者）	・食料品等の値上がりが見止まらない。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・客の懐事情はかなり悪くなっている。夏で暑いためにエアコン等は出ているが、やはり生活が苦しいために、安いタイプの商品を求める客が増えている。一般の生活を考えると、なぜこれほど増税するのか理解できない。今後悪くなるのは目に見えている。
	×	一般レストラン（経営者）	・良くなる材料がない。外食の頻度が新型コロナウイルス感染症発生前より減っていると何人もの客から聞いている。
	×	通信会社（経営者）	・地方の人口減と高齢化は進む一方で、そもそもこの先、景気が良くなることがあるのか、甚だ疑問ではある。客の多くが高齢者であるため、なかなか売価を上げることが難しく、仕入れや販売経費の高騰が大きな負担となっている。加えて最低賃金も大幅に上がり、中小企業は大打撃ではないだろうか。
企業 動向 関連  (北関東)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・ロボット関連の在庫調整が終了し、徐々にではあるものの、仕事に戻ってくる見込みである。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・景気が良くなってほしいという願望と期待を込めての回答である。
	○	金融業（営業担当）	・各経営者は、環境の変化が早い状況に、過去とは違って意識改革をしつつ、事業再生を図っている。
	○	経営コンサルタント	・夏休みの消費支出の実績を引きずると考えられるが、足元の需要は出遅れ感があり、多少なりとも上向くと期待できる。また、今年後半に向けて企業の生産活動も、これまでの調整分を取り戻すとみられる。
	○	司法書士	・どんどん仕事が増えていくというわけではないものの、やはり登記の義務化が大きな流れとなり、順調に、やや忙しいくらいのところで進んでいくとみている。
	□	化学工業（管理担当）	・当社製品の用途が限定されているため、新規利用方法が開拓されない限り、需要増加は見込めない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・大きな変動はないものの、危機的猛暑の日が続いているため、製造現場の猛暑対策に苦慮している。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・ここ1～2か月はまずまずといったところだったが、今後2～3か月先は、落ちるか上がるか、全く不透明である。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況等も、まだまだ続いている。
	□	輸送業（営業担当）	・8月もお盆までには夏物家電、省エネエアコンや扇風機、レジャー、バーベキュー用品等、前年並みの物量を確保予定である。しかし、2024年のドライバーの労働時間規制問題もあり、輸送量確保が難しく、協力会社等のコスト高もあるため、厳しさは続きそうである。
	□	社会保険労務士	・ボーナスも中小企業ではほとんど増えないため、現状が続く。
	□	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・商談や受注状況等に、特段の変化はみられない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・受注量の減少により、やや悪くなる。

	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・受注の内示等をもみても、上がる要素は何もなく、少し厳しい。これから先も景気が上向くことはないとみている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・中国経済の不動産不況や米国大統領選挙の結果によっては、貿易摩擦が考えられる。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主要取引先の生産が計画よりも減産になることがあり、その月になってみないと分からない状態が続いている。いまだに先が見えない。
	▲	建設業（総務担当）	・工事が足りないので、先行きが大変不安である。
	▲	不動産業（管理担当）	・事務所テナントで、部署再編により賃貸面積が3分の1になってしまうところがある。また、空室にも多少内見の予定はあるものの、地方都市から出ていく企業が増えているため、賃貸面で厳しい状況が続く。
	×	建設業（開発担当）	・今期の公共工事発注額は前年比6%減少、前々年比22%減少と厳しい。当社の今期受注額も11%減少で、厳しい決算になる。
雇用 関連 (北関東)	◎	—	—
	○	学校〔専門学校〕（副校長）	・物価上昇が顕著であり、景気後退の懸念はあるものの、今後は賃金上昇による経済効果が見込まれる。
	□	人材派遣会社（経営者）	・食料品関係で、生鮮食料品や魚介類の在庫を持てるスーパーや大型小売店等は、非常に人手を要するが、機械化や若干上がった時給の上げ幅が気になるところで、人の動きもそれに左右されている。依然として、住宅関連等の建築に伴う作業員は活発さがあり、外国人労働者も増えている。ガソリン価格が安定していないことも若干厳しい。
	□	人材派遣会社（社員）	・現状、相変わらず人手不足で、仕事の依頼はあるものの、対応できないので、当社でも断っている状況である。売上は下がっているが、利益はある程度縮小しながらも確保できている。周りの企業については、顧客であるホテルなどの稼働率は依然高いようで、夏休みに向けて、前年より大分客が戻ってきている。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数は例年同様だが、求職者の動きが鈍い。人気のある完全在宅勤務の求人数が少ない。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	・取引先から依頼される派遣の仕事が減少している。少しでもコストを抑えるため、パートタイムの直接雇用が増加傾向にあり、派遣切りが発生している。
	▲	職業安定所（職員）	・主要産業の新規求人数の前年同月比について、医療福祉、サービス業については増減を繰り返しているが、建設業、製造業は減少が続いている。
	×	—	—