

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)	◎	都市型ホテル (支配人)	来客数の動き	・宿泊部門は引き続き高稼働、高単価で販売できている。料飲部門は来客数、予約状況共に増加している。
	○	百貨店(店長)	販売量の動き	・当商業施設の売上の動きは渋いものの、景気自体は回復基調である。
	○	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・9月、10月とイベントによる来客が増えている。
	○	コンビニ(エリア担当)	単価の動き	・高単価商材の動きが良い。
	○	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・旅行業界は繁忙期なので売上、単価は上昇傾向である。しかし運転手不足のために仕事を取りこぼすことが多いため、やや良くなっているにとどまってしまう。
	○	旅行代理店(所長)	来客数の動き	・季節的に行楽のピークであり、台風の大きな影響もなかったことから、紅葉も順調である。例年より数週間は遅れ気味だが、世界各地から来訪するインバウンドの影響は特に大きい。
	○	テーマパーク(職員)	来客数の動き	・天候に恵まれた3連休もあったため、来園者数が増加している。
	○	ゴルフ場(従業員)	単価の動き	・トップシーズンに入り、来場者数は前年並みに確保できている。単価も前年を上回る着地を見込める。
	○	設計事務所(所長)	来客数の動き	・問合せが増えてきており、実際に契約に結び付きそうである。世代別にみると、団塊世代で、これまでの貯金で残りの人生を豊かに過ごしたいという希望がみられる。
	□	商店街(代表者)	お客様の様子	・商店街最大のイベントが歩行者天国で行われ、衆議院議員選挙投票日にもかかわらず、大勢の人出でにぎわっていた。ただし、各店舗への客の流れは少なく、寂しいものである。
	□	一般小売店[精肉](経営者)	お客様の様子	・今月は秋祭りや地区の体育祭、各学校の運動会等、人の動きはあった。秋なのに夏のような異常気象や値上がりは今月も続いたため、客の懐は厳しい。
	□	一般小売店[土産](経営者)	販売量の動き	・前年を基準にした売上達成度で比較すると、3か月前とほぼ同水準である。この状況は6月以降継続している。10月は紅葉シーズンで、例年来客数が伸びるが、今年は紅葉の到来が遅れているにもかかわらず、多くの観光客が来ている。また、コロナ禍の際にみられた買い控えは、少なくなりつつある。海外からの観光客の購買意欲は衰えていない。比較的財布のひもの固い若い世代の購入が増えているため、販売量が堅調に推移している。
	□	一般小売店[青果](店長)	販売量の動き	・野菜の単価が非常に高く、動きがかなり悪い。
	□	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・前月に続き、大型食品物産展は好調である。依然として慎重な購買行動に変化はないものの、付加価値を見いだせる物への消費は、一定程度見込むことができる。
	□	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・来客数に大きな動きのない状態が継続している。客の堅実な買物状況も変わらない。適時適温で衣料品や寝具の高額品も動きがある。まとめ買いの傾向は沈静化している。
	□	衣料品専門店(販売担当)	来客数の動き	・相変わらず、客の出足が相当に悪い。今月は年金給付月だったが、よほど必要に迫られている客以外は出てきていない。あらゆる手段で客に連絡を取りながら、来店してもらおう工夫はしているが、当店の顧客は高齢者ということもあり、新型コロナウイルス感染症発生以降ずっと続いた外出自粛をそのまま引きずっている。
□	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・販売の受注状況は横ばいで推移している。	

□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・客は経済的に蓄えがないわけではないにもかかわらず購入に慎重だったり、将来が不安でお金を使えないという話も多く聞く。こうしたムードが広がっているため、商談に発展しにくく、成立しづらい傾向にある。また、日常の行動も以前よりは動きが少なくなっているため、車の修理も余り目立って増えてはいない。
□	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・売上は、気温による季節変動はあるものの、景気によって左右されている様子はない。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・業界的にはインバウンドが増えているものの、国内需要が進まず、伸び悩んでいる。
□	タクシー（経営者）	お客様の様子	・中旬より動きが良くなり、前年同月と比べて4%の増収である。
□	通信会社（社員）	単価の動き	・当社サービスを利用している客からの値下げ要望が増えてきている。特に、年金受給者からの要望が多い。仕入価格や人件費の増加等、サービス料金を値上げする企業が増えているなかで、当社は自社努力で値上げしないようにしている。
□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・物価高騰や商材値上げが続くなか、実質賃金の低下傾向に変化がないため、変わらない。
□	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・例年9月発売の新機種が販売をけん引してきたが、今年は火が付かず、前年同月比で3割ダウンとなっている。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・施術料の売上は前年と変わらないものの、店頭販売品は落ちている。物価高騰のしわ寄せがきている。
□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	単価の動き	・車検整備目的の来店客、入庫台数は毎月200から220台と変化はないものの、予防整備については極端に控える傾向が続いている。
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・何か月も変わらず、建築費等工事費の高騰があり、いまだに上げ止まりがみえない。金利上昇もあり、需要低迷は依然として変わらない。
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・当地では客の動きはまだ余り芳しくない。貸店舗、アパート、マンション等も、家賃は下がりはしないものの、現状維持のまま低水準で推移している。客の問合せ等も少し入る程度で、大きな動きはない。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	お客様の様子	・発生した事象、不具合等に対する修繕ばかりで、こちらから提案を行ってもなかなか成約に結び付いていない。今までと変わらない状況が続いている。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・いろいろな物が値上がりしているため、当店が扱っているアルコール関係の消費は極端に減っている。
▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・今月に入り、来客数が減少し、前年割れで推移している。
▲	スーパー（商品部担当）	お客様の様子	・食料品の値上げの影響か、価格にシビアな傾向がみられる。また、余分な買物は控えている印象が強い。
▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・前年比97%で着地している。基幹商材が悪く、エアコンは75%、冷蔵庫72%、洗濯機82%、パソコン本体97%、テレビ93%となっている。
▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・国内の政治情勢、ロシア、イスラエル、中国、北朝鮮、米国の大統領選挙等の国際情勢、円安による物価高、人手不足に起因する労務費の増加により、活発さがなくなってきたようである。
▲	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・足元の状況は、気温が高いため、冬物の動きがかなり悪い。その影響で来客数や単価も下がっており、大きなマイナスを生んでいる。
▲	その他専門店（総務担当）	お客様の様子	・顧客からの物件情報が少ない。
▲	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・10月に入り、予約やフリー客の動きが悪いようである。衆議院議員選挙が関係しているのか定かではないが、明らかに動きが鈍い。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・夏休みやお盆が終わり、秋の行楽シーズン前は毎年若干落ち込む。想定範囲内で悪くなっている。

	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・当社主要業務の給食部門は、8月は稼働日数の関係で売上、利益共に減少したのに対し、9月以降は売上は増加したものの、利益は減少状況が続いている。食材費、人件費、諸経費、いずれも増加し、採算確保の重しとなっている。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・地方ではタクシーの利用客が減少している。電車から降りてきても、送迎やレンタカー、カーシェア等に流れてしまっている。ドライバー不足で車が少ない状況にもかかわらず、あふれてしまうため、1時間に1回くらいの営業になってしまっている。飲食店等でも閉店している店がある。
	▲	通信会社（局長）	単価の動き	・物価高が進み、住宅ローンの変動金利も上がる。今後更に家計の財布のひもは固くなり、厳しくなることが予想される。
	▲	ゴルフ練習場（経営者）	お客様の様子	・物価が上昇している。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・株価が上がろうと下がろうと関係なく景気は悪くなり、商店は販売促進費を掛けても見合ったものは返ってこない。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・品物に対する購買意欲がかなり減っているようである。
	×	百貨店（店長）	販売量の動き	・気温の影響が大きいものの、ファッションを中心に動きが極めて悪い。来客数は前年を大きく上回るなか、単価の高いファッションの不調で、数字が伸びない状況となっている。
	×	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・相変わらず、残業や休日出勤の話が少ない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチタイムの動きも悪くなってきている。外食頻度が減っているようである。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	—	—	—
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・在庫品が完売しており、受注が上向き傾向にある。
	○	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・前年同期より見積物件が多少増えてきたようである。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先が10数社あるが、各取引先共に、やや仕事量が増えてきており、やや良くなっている。
	○	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注状況、販売価格共に、月次での改善がみられる。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・適正価格に向けた値上げの実施で、売上は一定水準をキープしているものの、数量は伸びておらず、製造現場には大きな余力がある。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造業としては取引先が多岐にわたる当社だが、自動車関連、機械設備、食品製造、健康機器等、全業種で停滞感があり、景気回復に向かっているとはいえない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全く伸びがないというか、受注量が増えない。やや厳しい状況である。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・主要取引先の生産がまだまだ安定していない。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・気温の高い日が続き、本来の冬物暖房家電、エアコン、こたつ、ヒーター等の荷動きが、予定より悪い。その分、水、お茶等の飲料の物量は順調にある程度確保できている。運賃も全体的に上げてもらっているが、いわゆる2024年問題、ドライバー不足による用車費、協力運賃等が高騰しているため、利益は薄くなっている。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・当事務所の状況は、もう1年以上やや良い状態で推移している。ただし、これ以上は増えない。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・消費者相手の事業所は、相変わらず苦戦している。常連客はサイドメニューやトッピングを減らし、値上げ前に注文していたときと同じ金額以内になるように注文する傾向があるという話を聞いている。

	▲	不動産業（管理担当）	それ以外	・最低賃金の引上げ及びパートの社会保険加入等、会社の持ち出しが増えるなか、パートは年間収入を抑えるために勤務時間を短くする等の対応を取るために、人手が足りなくなる事態が増えてしまっている。
	▲	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・週末の飲食店、特に居酒屋の来客数がかなり減っている。8月までは予約しないと入れないほどにぎわっていた飲食店街が、かなり閑散としている。
	▲	経営コンサルタント	それ以外	・行楽シーズンに入り、街中や行楽地に例年並みの人出もある様子で、そこそこ活況感はあるものの、まだ弱い。消費もいまだ増えているとはいえない。地域企業の売上や受注の動向も、以前の水準までは回復していない。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
雇用 関連 (北関東)	○	人材派遣会社 (管理担当)	求人数の動き	・特定技能に関する求人数が増加したため、やや良くなっている。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・派遣依頼数に特段大きな変動はなく、人材不足の状況は変わらない。特に、専門知識や経験を要する職種は、好条件でもなかなか人が集まらない。
	□	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増減を繰り返している。
	□	学校〔専門学校〕 (副校長)	求人数の動き	・求人は非常に多く、企業が人材不足に悩んでいることが明らかである。そのため、人材不足による企業業績悪化の弊害が懸念されている。
	▲	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・ガソリン価格が変動しており、高くなったり安くなったり、様々な業種へ影響を与えている。住宅関連も一進一退で、工事は着工したり休んだり、価格も落ち着かず、建設業等への影響がある。
	×	*	*	*