

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)	◎	コンビニ（エリア担当）	・乗客数自体が増えているため、今後についても景気は上向きと予想している。
	◎	一般レストラン（経営者）	・市で大きなイベントが予定されており、この閑散期には助かる。
	○	商店街（代表者）	・小学校の統合により1校の生徒数が増えたため、卒業アルバムの受注数も前年より大幅に増えて3けたとなっており、売上が良くなる。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・暖かくなれば、飲料関係が売れてくる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・ゴールデンウィークを控えており、観光客が多数、駅や関連施設を訪れ、来客数が増えて積極的な消費が期待できるため、販売量も増える。やや良くなる方向で進む。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・通常なら移動の時期で飲食は活気付くので、国際情勢や賃上げ等が好条件に傾き、追い風になることを願っている。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・年度末は歓送迎会の時期なので、外での飲食機会が増えると予想している。
	○	観光型ホテル（経営者）	・暖かくなり、花の季節になるため、客の動きが良くなると予想している。
	○	都市型ホテル（支配人）	・宿泊部門は観梅シーズンに入り、予約も好調を維持している。
	○	旅行代理店（所長）	・世の中の流れとして、今年もインバウンドの増加は右肩上がりが見込まれる。国内旅行者よりも先行して動きが出るとみている。この冬は比較的暖冬なので、早めの旅行シーズン到来に期待したい。
	○	タクシー（経営者）	・10月から1月まで毎月売上が増加しているため、この先も良くなるとみている。
	○	ゴルフ場（従業員）	・長期予報では3月以降、全国的に気温が高めの見通しのため、ゴルフの需要は高まる。予約も前年同日と比較し、若干ではあるが先行している。
	○	美容室（経営者）	・生活様式が様変わりしており、必要かそうでないかの見極めがシビアである。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・気温が暖かくなり、人が動き出せばよいが、いまだ食品の出回る量も少ないようで、現状維持ではないかと考える。
	□	一般小売店〔土産〕（経営者）	・国内は物価高のため、なかなか消費行動に結び付きにくい。一方、海外からの旅行者は堅調に推移すると予想されるため、将来の景気は変わらず、比較的良い状況が続く。
	□	百貨店（店長）	・首都圏を中心とした全社の売上は好調を堅持するが、北関東の当店の売上はほぼ横ばいに推移すると予想している。
	□	百貨店（店長）	・国民生活に影響を与える項目が著しく良化するとは考えにくい。賃上げ効果が全世代に波及してこない、中間層の回復はなかなか見込めない。
	□	スーパー（総務担当）	・価格が落ち着いてくれば回復も期待できるが、見通しが立たない。
	□	コンビニ（店長）	・今月は盛り上がりのないまま、低調に終わっている。このままの状態ですら春を迎えそうである。
	□	乗用車販売店（従業員）	・受注残は少し上向き傾向だが、例年の状況にはまだ遠い。今後は増加してくるとみているが、厳しい状況は続く。
□	住関連専門店（店長）	・まだ不透明であるため、変わらない。	
□	住関連専門店（仕入担当）	・エンゲル係数は高止まりしたままで、そうしたなかでの支出は限定的である。節約志向の個人消費に変わる余地はない。	
□	その他専門店（総務担当）	・仕入単価が上がっているものの、売上に転嫁できそうにない。	
□	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・主力の給食部門では、人件費の引上げが今後も続き、食材費も高止まりが続く見通しとなっている。受託条件の引上げについては、クライアントの了解はもらえているが、どうしても後追いとなるため、収支が圧迫される状況が当面続く。	
□	都市型ホテル（経営者）	・外食産業は、材料原価は高騰しているのに、消費額は5年前と変わらない。結果的に利益が少なくなっている。	

□	都市型ホテル（スタッフ）	・宴会売上は年度末に向けて、直近の受注に期待したい。レストランは正月の反動がようやく収まり、安定して来客数を稼いでいるが、若干前年割れしている。単価が上がっているため、売上は減少にはなっていないが気を付けたい。宿泊売上は相変わらず好調に推移している。
□	旅行代理店（経営者）	・旅行業は閑散期が春先まで続くため、販売量の回復は4月中旬以降となる。
□	旅行代理店（従業員）	・価格上昇分の全ては転嫁できないとみている。
□	旅行代理店（営業担当）	・旅行は娯楽部門のため、生活費の後の支出となる。ガソリン価格の上昇や、このところの物価高では旅行業界の景気が上がるとは考えにくい。
□	タクシー運転手	・2月も当然、景気が良くなるような気配はない。
□	通信会社（社員）	・仕入価格の上昇による減収が懸念される。現時点では販売単価を上げることができないため、1人の客から得られる利益の減少をカバーするため、コスト削減と併せて新規顧客獲得に向けた営業努力を行っている。
□	通信会社（営業担当）	・物価高や野菜の価格高騰もあり、全体としては変わらない。ただし、富裕層や大企業等の一部の待遇改善がある高所得者層の動きは別である。
□	ゴルフ練習場（経営者）	・観光地のインバウンドも一時的なものであり、ゴミ問題や地元公共交通の混雑、飛行機の燃料不足等、長期的にみると国内に余り良い影響を与えないとみている。
□	設計事務所（所長）	・国の施策がない限り、好調さは続かない。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・見積り段階で受注を勝ち取っても、人手が足りず納期で折り合いが付かないケースが出てきている。受注と納期と人手を勘案しながら進めないといけなくなる。
▲	百貨店（営業担当）	・ガソリン価格の上昇や生活必需品の値上げは、一段と生活防衛意識を高める結果となっている。景況が改善する要因は見当たらない。
▲	百貨店（営業担当）	・今後も各種行事が控えているものの、最近の購買動向の堅実化による数量やランクの見直しなどは避けられないと考えている。地方郊外店ではインバウンドの影響もないため、既存の顧客に対して消費意欲をかき立てる策をいろいろと検討していく。
▲	スーパー（商品部担当）	・良くなる兆しがみえない。生活必需品の値上げの影響も大きい。
▲	衣料品専門店（店長）	・今年は、食料品、燃料費等の多くが値上げするとの予想が消費者に浸透しているため、財布のひもは固くなる一方である。
▲	衣料品専門店（販売担当）	・物価高の影響が相当出てきている。
▲	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーの生産は順調だが、資材の高騰等で製造原価が高くなり、傘下のディーラーへの仕切り価格も高くなっている。そのため、当社にも影響が出てきている。
▲	自動車備品販売店（経営者）	・特に良くなる手応えは全くない。客の動きや購買意欲は比較的落ち着いている。少し暖かくなって客の心理状態がどう変わるかにもよるが、身の回りでは良くなる要素が余り見受けられない。
▲	通信会社（総務担当）	・漸減が続く流れに、止まる兆しがみえてこない。
▲	通信会社（局長）	・物価高騰は止まらず、現行の給与水準は物価高騰の上げ幅には追いついていない。厚生年金の加入義務の導入等、一段と庶民の生活に大きな影響を及ぼすことが考えられ、先行きは不透明である。
▲	テーマパーク（職員）	・今後はガソリン価格の上昇の影響が反映されるのではないかと推測している。
▲	住宅販売会社（経営者）	・金利上昇の発表があり、通常なら駆け込み需要が予想されるものの、一時的なものであり、最近の傾向だと影響はごく僅かになりそうである。逆に悪くなる要因の1つとなり得る。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・何もかもが値上がりしている状況で、客の生活自体が苦しくなっている様子が目に見えて分かるようになってきた。やはり、必要な物以外は買わない、買えない、これが現実である。
×	家電量販店（店員）	・新生活や異動需要の季節だが、年々少子化の影響で期待が薄い。

	×	乗用車販売店（経営者）	・政治が安定しないため、悪くなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・物価は上がっているものの、給料は上がらない。最初に切られるのは外食のため、良くなる兆しが無い。
	×	通信会社（経営者）	・年明けから目に見えて販売量が減っている。明らかにインフレで、買い控えが発生している。円安でいまだに仕入コストは上がっているが、販売価格に転嫁していかなくても売れないのが現状である。テレビをつければ賃上げの報道ばかりが目立っている。これでは中小企業しかない地方は一層衰退していくだろう。
	×	美容室（経営者）	・他業種ではあるものの、廃業を余儀なくされた近所の老舗店を見て、暮らしにくい世の中だと実感している。廃業は選択肢の1つかと考え始めている。地方はどうやって生きていけばよいのであろうか。
企業 動向 関連  (北関東)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・新規案件獲得の営業活動に注力しており、幾つか新しい仕事が動き始める見込みである。また、長い間停滞していたロボット関連の仕事もようやく動き始める。
	○	建設業（開発担当）	・取引金額について、相手の対応が良くなってきている。
	○	金融業（営業担当）	・政策金利の引上げ、DXの進化、新NISAを始めとした貯蓄から投資への流れ等、環境変化への対応は進みつつあり、徐々にではあるが、3か月前より景気は良好となる見込みである。
	○	経営コンサルタント	・大手企業を中心とする大幅賃上げの動きが、どの程度中小企業等に波及するかは不透明だが、少なくともそうした産業界の動きは時間差を伴って、多少なりとも好影響をもたらすと考える。一部、物流関連の業種では消費関連の需要に底堅さもみられる。
	□	食料品製造業（経営者）	・物価高に対して、消費者の購買意欲が減退しなければ現状維持で推移すると予想する。
	□	化学工業（管理担当）	・新年度に確定している案件もあるが、受注量は前年度よりやや少ない。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・値上がりが続いているため、この先どうなるか分からない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・4月から原材料の値上げの話が来ているため、今後どうなるか思案中である。
	□	金属製品製造業（経営者）	・同業者と話をしても、景気は足踏み状態である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・例年見込める決算前の需要が今期は望めない状況のため、今月と同じ景況感になるとみている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・まだ3月の分までしか受注をもらっていない。4月以降の動向を見ないことには何ともいえないが、景気が悪い状況は変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後2～3か月については、全く見通しが立たない。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況等もまだ続いている。
	□	輸送業（営業担当）	・新年度に向かい、新生活用品、白物家電、冷蔵庫、洗濯機、テレビ、生活雑貨用品、寝具等は例年並みに動く予定である。2月は多少、物価高による落ち込みも予想しているが、3月末までには物量は例年並みに増える予定である。ただし、2024年問題のドライバー不足による車両不足で、配送繰りや手配車両のコスト高もあるため、利益は薄くなりそうである。
	□	司法書士	・具体的に1か月前、3か月前、半年前と比べて良くなったかといわれると、変わらない。ただし、大きな流れとしては、引き続き良い方に進んでいる。
	□	社会保険労務士	・当地では、春に大きく変わるような案件はない。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・これから数か月にわたり減産になるため、どの程度影響が出るか、いまだ見通しが立たない。
	▲	建設業（総務担当）	・発注量が前月と変わらず少なく、先行きも不安しかない。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・中国経済、特に不動産関連が悪く、良くなるという情報がない。

	×	不動産業（管理担当）	・人材の流出防止や確保のために、賃上げも考えていかないといけないが、全ての物が値上がりして、賃上げ分の人件費を捻出するのに苦労しそうである。
雇用 関連	◎	—	—
(北関東)	○	人材派遣会社（経営者）	・暖冬傾向も見受けられるが、生鮮食料品、特に、青果物の生産が思うようにはいかない状況である。ただし、海産物については安く仕入れることができているようで、購買が増えている。寒さが落ち着かないなか、暖房費の高騰がやや厳しいため、財布のひもが固い状況ではあるものの、購買力は目に見えて、増えてきている。
	□	人材派遣会社（社員）	・賃上げが中小企業に浸透するまでには時間を要する。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数の動向は、医療福祉分野は増加傾向で推移している。建設業や製造業は減少傾向で、卸・小売、サービス業については増減を繰り返している。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	・都内等の仕事がある場所へ人材が移動し、地方の派遣会社は求職者不足のため、景気は下向きである。
	▲	学校〔専門学校〕（副校長）	・人材不足が、今後どのような形で企業等に影響を及ぼすか不透明である。人材育成も含めた包括的な対策を講じていかなければ、企業の衰退に及ぶ可能性がある。
	×	*	*