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)	◎	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・各店舗の来客数が前年比105%程度や前年をやや上回る程度を維持しており、これらが下回る要素は今のところない。
	○	スーパー（総務担当）	単価の動き	・4月から各種商材が値上げされるため、まとめ買い需要があるとみている。このままの売上なら景気は回復すると考えるが、4月に入りどう動くか次第である。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・この先も、インバウンドや値上げの影響もあるかもしれないが、まだ良くなっていくと考えている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・春になり、イベントが増えてくると来客数も増えるため、景気が悪くても、それなりに来客数は見込める。
	○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍後の春休みとしては、国内客の動きが良くなっている。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宿泊部門は、梅まつりもあり、高単価、高稼働で販売できている。また、料飲部門も謝恩会や送別会での利用が増えているため、やや良くなっている。
	○	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・今は見積り時期なので、依頼が日々増えてきて、やや良くなっている。
	○	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・例年と比べて、インバウンドが加速している。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・昼も夜も全体的に人の動きが良かったので、前年同月と比べて10%の増収である。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・インフレは勢いを増しており、4月から美容商材の値上げを言い渡されている。当店でも5%の価格転嫁の時機を見計らっている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・3月に入って冷え込みが続き、客の動きは悪い。ただし、商店街を歩行者天国にした恒例の桜まつりには多くの人出があり、出店の売上は前年を大きく上回っているものの、個別の店舗への入店客は少ない。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・桜の開花の季節になった。各家庭の財布は小さな口でしか開いていない。米、野菜等は高値で推移しているため、余り手が出ない。青果物も調味料も下がる気配はないため、買い控えが多い。
	□	百貨店（営業担当）	単価の動き	・食料品の価格上昇に伴い、客単価、商品単価は伸びているものの、買上客数の減少がみられ、慎重な消費行動が継続している。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・目新しい物や話題の物は、高額であっても購買の動きは変わらずみられる。その反面、季節を問わず利用できる物を買いたい工夫や、購買数を絞るなどの節約志向も見受けられる。以前からみられた堅実な購買活動は続いている。
	□	百貨店（店長）	お客様の様子	・物価高の影響が徐々に大きくなっている印象を受けている。客の購買行動に大きな変化はないものの、商売の風向きとしては、良くなっている傾向にはない。米国大統領の打ち出す政策も含め、少し先の予測がつかないことへの不安を感じている人も多いようである。
	□	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・来客数が減少し、客単価が前年比95%となっている。消耗品等のプラス販売の強化もしているものの、苦戦している。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・この6か月くらいは自動車販売は減速し、サービス部門の売上高は通増で推移している。全体の売上は減少し、利益は横ばいである。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数は堅調なものの、受注残は減少傾向である。
	□	住関連専門店（仕入担当）	販売量の動き	・依然として低価格品の売行きは良いものの、それ以外は不振である。物価高に対する防衛意識は依然として根強い。
	□	その他専門店（総務担当）	お客様の様子	・見積件数が少ない。

□	一般レストラン [居酒屋] (経営者)	単価の動き	・来客数は変わらないものの、年度末の割には団体客が少なく、客単価も低迷気味である。
□	その他飲食 [給食・レストラン] (総務)	単価の動き	・備蓄米の入札が実施されたが、どの程度価格に反映されるかは見通せない。米価は当面高止まりが続くとみられるほか、食材費は全般的に上がっており、給食事業における収支確保は厳しい状況となっている。
□	旅行代理店 (従業員)	単価の動き	・春先だけが動きは余り変わらない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・例年なら3月は送別会等で利用客が増えてもよいはずだが、今年は物価上昇等でタクシー利用はぜいたく品になったようで、昼も夜も利用客が減少している。インバウンドがない地方の状況はひどい。
□	通信会社 (社員)	お客様の様子	・季節要因もあるが、客からの利用料金の見直しや解約申出が増えている。物価高の影響もあり、家計の見直しを背景とした申出が増えている。
□	通信会社 (営業担当)	単価の動き	・米価等の値上がりや物価高傾向が続いている現状では、良くなる材料がない。
□	通信会社 (総務担当)	来客数の動き	・例年なら2～3月が販売のピークだが、ここ数か月は来客数、販売数共に低値安定している。
□	通信会社 (局長)	単価の動き	・物価上昇は継続しているが、それに伴う賃上げ幅が小さいため、買い控えになっている。
□	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・寒暖差が激しく、降雪による臨時休園が複数回発生するなど、来園客への影響が大きい。また、ガソリン価格や諸物価の上昇により、余暇に対する消費は厳しくなっている。
□	設計事務所 (所長)	お客様の様子	・価格高騰の影響から、消費金額を抑えようとする客の様子が見受けられる。
□	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・現在、動きのある顧客層はほぼ外国人で、日本人客は少ない。全体的な数は横ばいである。
□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・客の問合せが若干増えてきたが、なかなか成約には結び付かない。まだアパート、マンション、貸店舗等の空室が目立っている。特に、店舗等は後継者問題なのかは不明だが、閉店や廃業した店が増えてきている。
□	その他住宅 [住宅管理・リフォーム] (営業)	お客様の様子	・例年と変わらない年度末である。法人からの修繕の受注量は余り変わらない。
▲	一般小売店 [土産] (経営者)	販売量の動き	・前年を基準とした売上達成度で比較すると、3か月前と比較して悪くなっており、単月比較でも前年を下回っている。例年になく3月の降雪が多かったため、肌感覚としては来客数は多かったものの、売上の増加にはつながらなかった。前年よりも国内、海外客いずれも来客数は多いが、比較的高価な物の動きが前年よりも鈍かったため、売上の伸びにつながらなかったと分析している。
▲	スーパー (商品部担当)	単価の動き	・売上、来客数共に前年割れが続いている。特に、客単価の落ち込みが大きい。生鮮食品を中心に食料品全般の値上げが大きく影響している。
▲	衣料品専門店 (販売担当)	来客数の動き	・客の動き、来客数が全くなく、追加するコメントが見当たらない。とにかく人が出てこないのが、勝負にならない。本当に大変である。
▲	自動車備品販売店 (経営者)	来客数の動き	・来客数の動きが少なくなっている。また、道路を行きかう人や車の数も少ない。営業的には車両販売や売上全体も減少している。全体的に消極的な様子である。
▲	一般レストラン [居酒屋] (経営者)	来客数の動き	・団体の歓送迎会や宴会等は入っているものの、個人客の動きが鈍い。
▲	旅行代理店 (営業担当)	来客数の動き	・毎年、春先の来客数は落ちるが、今年は予想以上の下降線をたどっている。物価高の影響が出始めたのかもしれない。
▲	ゴルフ練習場 (経営者)	単価の動き	・商品単価の上昇で、買物客の減少と買い控えが発生しており、売上は減少している。

	▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・比較的暖かい日もあったが、降雪や降雨などの悪天候によりキャンセルが相次ぎ、クローズになった日も出ている。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・物価高への対応がことごとく遅れてしまっている。高い価格を提示せざるを得ないため、やはり買い控える客がいる。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・消費トレンドが下がっており、前年比では前月からの伸びが鈍化してきて、前月は94%だったが、今月は88%で着地となる。前年並みの商材は冷蔵庫とテレビで、それ以外の商材は前年割れしている。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・落ち着いた国内政権や米国政権の影響により悪くなる。
	×	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・購入する物が安い物に集中し、付加価値商材よりも価格重視となっている。
	×	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・来客数は減っており、客単価も低くなっている。余計な物は注文しない様子がうかがえる。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	—	—	—
	○	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・新規引き合いが増え始めるとともに、しばらく途絶えていた部品の注文が入る等、動きが出てきてはいるものの、十分な量ではない。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・順調に受注が伸び始めている。最近にしては、少し珍しいことである。
	○	金融業（営業担当）	取引先の様子	・全体的には良好だと見受けられるが、3か月前と比べて一部企業では厳しい状況も増加している。引き続き、注視したい。
	□	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・相変わらず、食品関係の価格上昇は激しく、資金負担が重いために廃業を検討する取引先も発生している。また、消費者も購入にシビアになり、単価は上がっているものの、数量は減少している。
	□	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・今月は売上が増加しているものの、この先3か月は前年並みと予想している。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・品物が必要な人は、値段が高くても買う傾向にある。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・良くも悪くもなく推移している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先各社からの見積依頼はあるものの、なかなか受注につながらない。金額ベースも例年より低額になっている。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注量、販売量、取引先の様子がまずまずの状況だったが、最近は安値で安定してしまっている。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・主要取引先が減産傾向にあるため、受注は増えていない。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・新生活用品の白物家電、インテリア用品、シェルフ、ラック等の物量は前年並みを確保している。インターネット通販向けの物量が増えている。ただし、車両不足や引っ越し便との競合もあり、協力会社の運賃高で利益は薄くなっている。
	□	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・来年度の建物管理の入札は、諸経費高騰分を上乗せして臨んだが、前年とほぼ同じ落札件数で、ほっとしている。
	□	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・特段、広告出稿は増えておらず、今のところ横ばいである。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・大きな変化はないものの、地方ではマスコミ報道ほど賃金が上がっていないため、個人消費はかなり弱い。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客の在庫調整もあり、やや悪くなっている。

	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・米国政権の関税政策で自動車メーカーの生産調整があり、関連部品の下請中小企業の受注がずれ込んだり、減少したりしている。また、個人消費の低迷で物資輸送が減り、物流資材の中小メーカーの受注が伸び悩んでいる。
	×	—	—	—
雇用 関連	◎	—	—	—
	○	—	—	—
(北関東)	□	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・今月は年度末にかかるため、卒業式や入学式、進学での進物用や衣替え等を控えた衣料品には少し動きがあったようである。ただし、物価高でもあり、収入格差もあるからか、短時間のパートタイム、アルバイト等の募集が多い。製造業等は一進一退なのか衰退しているのか、社員数は変動ないし、減っているような状況である。住宅や公共事業関係も一進一退又は先細りのように見受けられる。
	□	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・物価高騰などの理由から、派遣求職者もシビアに賃金を比較して仕事を選ぶ傾向が強くなっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の前年同月比が、増減を繰り返している。
	□	学校〔専門学校〕 (副校長)	周辺企業の様子	・物価の上昇が際立っており、それに伴い賃金も上昇するとみているものの、消費行動が抑制されたり、購買意欲が上がったりと各方面で状況が異なる。
	▲	人材派遣会社 (管理担当)	求職者数の動き	・正社員希望者が増加しており、全業種で派遣採用が伸び悩んでいる。
	×	*	*	*