

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)	◎	旅行代理店（経営者）	・単価が上がっている上に、稼働率も上がるため、良くなる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・今月より先をみても、まだ来客数が増えると予想する。値上げの影響が1番大きいですが、まだ良くなるとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・各種値上げによる買上点数の微減はあるものの、県内の管轄店の来客数は前年比105%ほどで推移しており、好調といえる。
	○	コンビニ（店長）	・暑すぎる日が続いているため、高齢者の多い当地域では、来客数が減少している。暑さが落ち着けば、元に戻るとみている。
	○	自動車備品販売店（経営者）	・株価等も上がっており、車に乗ったり、旅行に行ったりと、身の回りの人の動きが活発化している。ガソリンの税金が安くなれば、動きが更に活発になり、景気は確実に良くなる。
	○	一般レストラン [居酒屋]（経営者）	・先の団体予約が少しずつ入ってきている。
	○	一般レストラン（経営者）	・夏休みやお盆期間は毎年繁忙期なので、この時期に上がらなかったら、日本の経済は相当良くないということになる。
	○	都市型ホテル（経営者）	・半年前頃から、客単価の低価格競争は一段落している。薄利多売の消耗戦は業界を駄目にするので、現状が健全な状態である。ただし、当エリアはインバウンドの恩恵は皆無である。
	○	都市型ホテル（支配人）	・宿泊部門は7月後半からインバウンド需要が戻ってきている。料飲部門も夏から秋にかけて前年比110%以上の獲得ができています。
	○	旅行代理店（従業員）	・全国で農家に対する農業団体の概算金の増額発表もあり、高値を維持しているため、先行きはやや良くなる。
	○	タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くなってきたので、この先も良くなる。
	○	美容室（経営者）	・来月は当市のプレミアム付商品券での支払が、売上の足しになるかと期待している。
	□	商店街（代表者）	・米国の関税政策や国際情勢等の影響も気になるが、物価上昇、電気料金の負担増等、不安材料が多すぎて節約志向が優先され、買い控えが続くとみている。
	□	一般小売店 [精肉]（経営者）	・夏の暑さが終わり、物価上昇も収まってくれば、皆、少し安心して外出もできるのではないかと。とにかく、今の暑さが響いている。先の景気は暑さ次第である。
	□	一般小売店 [土産]（経営者）	・夏休みに入り、国内旅行客の出足は堅調である。コロナ禍以降の外出控えも一段落し、今年は何世代も一緒に旅行を楽しむ家族連れが増えている。夏以降もこのマインドは持続されると期待している事業者は多い。
	□	百貨店（営業担当）	・秋～冬物や各種イベントに向けた購入、流行品や話題の商材の購入は、引き続き堅調に推移していくものと予想する。しかし、それ以上のプラスになる購買動向は余り期待できず、楽観視はできない。
	□	百貨店（店長）	・当面、現状同様で推移すると考える。
	□	百貨店（店長）	・物価高や政局等を含め不安定な要素が多く、方向感が定まらない。若干の上下はあるかもしれないが、明確な方向感が出るまでには至らない。
	□	スーパー（総務担当）	・9月になれば新米が開始するが、価格はそれほど下がらないとみている。物価高が収まる兆しもないなかで、景気が良くなるとは考えられない。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・物価高が賃金上昇分を上回っている間は変わらない。
□	住関連専門店（仕入担当）	・物価高、特に、食料品価格の高騰によるエンゲル係数の上昇が続く、食品以外の購買に影響を与え続けるとみている。	
□	一般レストラン（経営者）	・いまだ先行きは不透明で、政治的な動きもありそうである。涼しくなって外食する機会が増えることを期待する。	
□	その他飲食 [給食・レストラン]（総務）	・主力の給食部門では、今秋の新米の動向を始めとして、食材の確保と価格動向に不安が残る。何よりも、人材確保の厳しい状況が続くとみている。現在、来年度からの新規受託案件の交渉が始まったが、人員が大きなネックとなっている。	

□	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、レストラン等の料飲部門に関しては、前年比104～108%と堅調に推移している。宴会利用の件数が落ち込んでおり、法人、個人ともに宴会利用の減少を実感している。ホテル全体としてみると、前年実績はクリアしているものの、予算には届くか届かないかという状況で、物価高騰、人件費増加、猛暑による消費電力量増加といったコスト面をカバーできるかは微妙な状況である。
□	旅行代理店（所長）	・夏休みから秋の行楽シーズンへの移行期となるが、最近の猛暑や台風等の天候要因が懸念される。全般的に、日本人の旅行の動きは今一つ伸び悩んでいる。
□	旅行代理店（営業担当）	・大阪・関西万博終了までは、現状のままとみている。
□	タクシー運転手	・利用する客は大体決まっているため、減ることはあっても増えるようなことはない。
□	通信会社（社員）	・業況が良くなる業界や企業と、悪くなる業界や企業の差が激しくなると考える。近い将来では変わらないとみているが、将来への不安は消えない。
□	通信会社（営業担当）	・インバウンド需要や株価等は好調だが、国内需要は節約志向にあるため、景気が良くなる兆しは余りない。
□	通信会社（総務担当）	・現在の販売傾向がいつ変わるのか予測がつかないため、悪くなる不安もある。
□	通信会社（局長）	・参議院選挙も終わったが、今後の政局は不透明で物価高騰対策がどうなるかも分からない。また、これから政策が通ったとしても、実施までは時間が掛かる。
□	ゴルフ場（従業員）	・今年も残暑が長引く予報が出ているので、厳しい状況は変わらない。
□	設計事務所（所長）	・参議院選挙の結果により政治が不安定となり、景気対策が遅れるのではないかと。
□	住宅販売会社（経営者）	・やや悪い状態が続くことが予想される。変化があるとすれば、米国の関税政策の影響で一段と景気が悪くなり、販売量が停滞することが考えられる。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・トータルでのコストダウンや各資材等の値下がりには期待できず、今後2～3か月後も同様の状況が続くとみている。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・贈答品の需要が終わり、祭りも終わる頃であるため、やや悪くなる。
▲	百貨店（営業担当）	・依然として、物価は高く消費マインドを低下させている。一部富裕層に動きが見られる一方、中間層の生活防衛意識は高く、消費拡大には至らない。
▲	衣料品専門店（販売担当）	・とにかく、収入が得られるような環境ができあがってこないことには物価高に追い付かない。可処分所得が少ないと消費には回らない。物価高を抑える部分と所得が上がる工夫がうまくマッチしていないと、このままずるずると悪くなっていく。
▲	家電量販店（営業担当）	・配送関連商材が悪化する可能性を懸念している。特に、冷蔵庫、洗濯機、映像関連の悪化を予測している。配送業者確保も急務である。
▲	乗用車販売店（経営者）	・物価高や米国の関税政策の影響で、先が読めない。当地域でも、設備投資を行おうと考えていた大企業の1次、2次の下請け企業で計画の延期、中止、見直しをしたり、人手不足で悩んでいる企業がある。
▲	乗用車販売店（従業員）	・受注とともに受注残が減少傾向である。今後の状況次第で、受注残が減るため、非常に厳しくなる。
▲	テーマパーク（職員）	・猛暑が落ち着いたとしても、景気が不安定な状態で、レジャー費は劣後となるため、来園者が増加するとは考えにくい。
▲	ゴルフ練習場（経営者）	・今まで以上に生活必需品値上げの可能性はある。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・地方の景気は良くなっていない。確かに、売上自体はあるものの、客が限られてきている。一部の客しか買っていない。
×	スーパー（商品部担当）	・競合店のオープン、物価高、異常気象による農作物への影響、人口減少等、負の要素が大きく、売上や景気上昇の気配はない。

	×	家電量販店（店員）	・直近の5～7月の合計で前年比95%と景気は下降している。6月は前年実績をクリアしたものの、季節要因が強く影響している。耐久消費財の動きが悪い傾向にある。
	×	乗用車販売店（経営者）	・米国の関税政策に不透明感がある。
	×	通信会社（経営者）	・現在は、政府による省エネ補助金等の影響で、若干売上があるものの、来年以降に売れる見込みの物が補助金によって前倒しで売れているにすぎない。
企業 動向 関連 (北関東)	◎	—	—
	○	化学工業（管理担当）	・新製品の製造販売が始まり、受注が上向き傾向である。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・6月から暑さが続いているが、この先は暑さに慣れて少しは落ち着いてくるのではないかと。
	□	食料品製造業（経営者）	・給料の手取りが予想ほど増えない上に、物価の高止まり傾向は継続する。そうしたなか、生活防衛のために、消費者の節約志向は今後も非常に強い状態で推移することが予想される。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・秋口の回復見込み予想があったものの、現状では更に先に延びるような話が出ている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・政治、社会情勢、米国の関税政策等、我々個人の力ではどうにもならない状況が今後も続いていくようなので、諦めムードである。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・3か月先も中国経済は変わらないとみている。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・ほとんどの取引先で受注量の動きや受注単価、販売の動きが少し滞っており、これから先は、やや良くなるか変わらないかのどちらかだと考える。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況等も、いまだ続いている。
	□	建設業（総務担当）	・ここにきて、仕事量は確保でき、先行きは期待はできない状況ではあるものの、現状と変わらない程度の仕事量はありそうな雰囲気である。
	□	金融業（営業担当）	・中小企業では、米国の関税政策の影響が今後出てくると予想される。
	□	経営コンサルタント	・いまだ、米国の政策の先行きは定まらず、地域や下請け企業の生産活動は安定しない。ただし、個人消費については行楽シーズンに入るため、上向くと期待する。
	□	司法書士	・変わらずに推移していくとみている。良くなる理由も悪くなる理由も見当たらない。
	□	社会保険労務士	・物価が上がっているため仕方ないかもしれないが、秋に日本銀行が利上げをしたら、悪い影響が出る企業もある。
	▲	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・季節要因もあるが、原材料の値上げが懸念される。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・同業他社では受注が減っていると聞いている。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・8月からの減産が決まっており、厳しい状況になる。先行きが不安である。
	▲	輸送業（営業担当）	・暑い日がしばらくは続きそうで、お盆までは夏物家電、エアコン、スポットクーラー、冷風機、サーキュレーター、冷蔵庫等の物量は前年並みを確保しそうである。お盆過ぎは、物価高による買い控えやドライバー不足のコスト高により、全体的には10%くらいの物量は落ち込みそうである。
	×	不動産業（管理担当）	・既存取引先から、利益率の高いスポットのメンテナンスが期待したほど受注できていない。利益が伸び悩むことが予想される。
	雇用 関連 (北関東)	◎	—
○		人材派遣会社（経営者）	・関税などの外交的な成果は期待するが、消費者目線からすると、野菜等の食材関係が落ち着くことが優先である。現に、古米、古古米で米の流通は落ち着いてきているため、飲食店関係の事業は伸びていくとみている。温暖化の影響で、若干、価格の変動はあるだろうが、消費者の購買力はかなり伸びていくと考えている。供給が安定した生鮮食料品にも期待している。製造に関しては、米国の関税問題が落ち着けば上向く。

○	学校〔専門学校〕（副校長）	・求人数は増え続けており、人手不足による悪影響も考えられるが、賃上げや福利厚生などの雇用条件が良くなっているため、今後の景気は良くなる。
□	人材派遣会社（社員）	・参議院選挙結果、米国の関税政策等で変化が大きく、どのようになるかは不確実性が高い。
□	人材派遣会社（管理担当）	・自動車部品製造の取引先の生産計画が変わらない。製造派遣を受け入れているクライアントの増産がほとんどない。
□	職業安定所（職員）	・新規求人数の前年同月比の動向は、建設業、製造業については増減を繰り返している。医療、福祉分野は増加傾向で推移している。
▲	—	—
×	*	*