

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	◎	旅行代理店（経営者）	・売上価格の上昇に加え、販売量の増加が見込まれる。
	◎	美容室（経営者）	・現在好評な冷やしメニューは、来月も多くの客に選ばれると予想している。
(北関東)	○	商店街（代表者）	・幼稚園や小中学校での運動会、芋ほり、登山等の行事や七五三祝い等の写真依頼があり、活発になってくる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・この夏休みも国内外の観光客の出足は堅調で、今後もこの状況が続くと予想する事業者が多い。10月中旬には大阪・関西万博も閉幕するため、紅葉シーズンの旅行先として当地が選ばれることを期待する話を聞くことが増えている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・この先もまだ物価高の影響が続く。販売数もこのまま上がっていくとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・来客数が堅調であり、秋の行楽シーズンに突入するため、やや良くなる。
	○	コンビニ（店長）	・商圈内は高齢者が多くなっているため、8月の酷暑のなか来店する客は特に少なかった。涼しくなればある程度通常に戻ると期待している。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・団体宴会の問合せや予約が入ってきているため、それなりに動く。
	○	都市型ホテル（支配人）	・秋はイベントも多いシーズンで、宿泊部門も料飲部門も現時点の予約状況から良くなる見込みである。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、料飲、宴会共に前年売上はクリアしているが、宴会件数が前年割れしている。物価上昇により単価を上げ、件数の減少分をカバーしているものの、個人の宴会が減少している。
	○	旅行代理店（所長）	・個人需要、教育旅行、インバウンドは引き続き堅調の様相であるが、法人需要がどうなるか気掛かりである。
	○	旅行代理店（従業員）	・客が値段についてうるさく言わなくなったため、先行きはやや良くなる。
	○	タクシー（経営者）	・動きが良くなっている。この先も良くなる。
	○	ゴルフ場（従業員）	・前年よりは予約の動きが出ている。トップシーズンに入るため、期待したい。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・当分の間はまだ暑さが続き、秋は来ない。気温が下がってくれば人の動きも出てきて、活気が出る。
	□	百貨店（営業担当）	・暑さがしばらく続くという想定で、店頭ラインナップも夏仕様素材で秋も展開していくなど、取引先も様々な取組みをしている。しかし、単価が上がる秋冬商材のスタートダッシュが不透明なため、楽観視はできない。
	□	百貨店（店長）	・少し良化する兆しはみえているものの、確信を持てるレベルではない。多少のことで急激に悪化する可能性も十分にあり、変わらないというよりはどちらにでも転ぶ可能性がある。
	□	コンビニ（エリア担当）	・前年は多数のイベント効果で、売上は下支えされていたが、今年はイベントが少ないため、今後は悪化に転じる可能性がある。
	□	家電量販店（店員）	・エアコン以外の耐久消費財は伸び悩んでいる。パソコン本体はOSサポート終了による買換え需要に期待できるが、構成比でけん引できるかが鍵である。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・株価が上がれば若干ムードは良い気はするが、人の動き、購買意欲はまだ少し追いついていない。車で動いて交通量が増えれば経済波及効果はかなり大きい。ガソリン価格の軽減や減税などによる景気上昇を期待したい。
	□	住関連専門店（仕入担当）	・9月も暑さは続くため、対応するべく導入する商材を変化させているが、秋冬商材の販売が遅くなることはマイナスである。食品を中心とした物価高を含め、個人消費にポジティブな要素は見当たらない。
	□	その他専門店（総務担当）	・客の動向が変わらない。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・景気が回復する要素が見当たらない。しばらくは低迷が続くそうである。米を始め、作物の豊作を願うばかりである。
	□	旅行代理店（営業担当）	・大阪・関西万博が終わるまで、現状は変わらないとみている。

□	タクシー運転手	・地方では景気が悪く、タクシー業界が良くならない状況は変わらない。
□	通信会社（営業担当）	・大手企業等で一部賃上げの効果はあるものの、中間層以下は今後も厳しい状況が続く。
□	通信会社（総務担当）	・5か月連続で販売数が横ばいとなっている。変動がないと今後の方向が判断できない。
□	設計事務所（所長）	・価格高騰が続き、新たな政策の見通しも立たない。変わる様子はみられない。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・建築資材の高止まりが大きな要因だが、金額の多寡で発注が決まる傾向に変化はない。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・いろいろな行事も終わり、今は一服という状態である。
▲	一般小売店〔青果〕（店長）	・これから9月、10月と高温障害の影響で前年と同様に青果はかなりの価格高騰があるということなので、買物もしづらくなる。
▲	百貨店（営業担当）	・依然として物価が高く、消費意欲は低迷することが予想される。一部富裕層の動きは見られるものの、中間層の消費行動は慎重である。
▲	スーパー（総務担当）	・米価の高止まりなど、景気が良くなる要素がみえない。
▲	スーパー（商品部担当）	・いろいろと対策を実施しても、回復の兆しがみえない。消費者の節約志向は更に強まっている。
▲	衣料品専門店（店長）	・秋物の立ち上がりの時期ではあるが、このまま高温が続けば秋冬商材の動きが悪いことは目に見えている。
▲	衣料品専門店（販売担当）	・年末に向かってまた徐々に物価が上がっていく。特に、新米が出るこの時期は、米を中心とした価格の部分で、やはり社会的な不安をあおるような状況が続くのではないかとみている。そのような状況から、ぜいたく品といわれる洋服まではまだお金が回らない。
▲	家電量販店（営業担当）	・夏物商材の動きが良く、売上をけん引している。冬物商材の検討が急務となる。
▲	乗用車販売店（経営者）	・この物価高のなかで、当地の自動車メーカーは、米国関税の影響で米国への輸出が減少してダブルパンチである。ただし、国内販売では順調な車種がそれなりにあるため、生産ラインはほぼ従来どおりに稼働しているのが救いである。
▲	乗用車販売店（従業員）	・車両受注が減少しているため、受注残も減少傾向となっている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・物価対策や減税などが打たれない限り、景気が良くなることはない。
▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・最低賃金の大幅引上げや米価の高値見通し等、経費が高くなる状況は続くと見込まれることから、主力の給食部門ではクライアントに取引条件の再々見直しをお願いせざるを得なくなっている。
▲	都市型ホテル（経営者）	・ホテル業界は、夏から秋は大人数での宴会需要が少ない季節で、忘年会シーズン前は閑散期のため、今より悪くなる。
▲	通信会社（社員）	・サービス単価を数年間変えず、原価上昇分は当社が賄っているが、どこまで耐えられるか不安である。顧客満足度向上と新たなサービスの創出での対応を検討している。
▲	通信会社（局長）	・景気対策の遅れは現状維持でなく価格に悪影響を及ぼす可能性もある。販売が伸びなければ今後の昇給やボーナスにも影響が出てくる可能性がある。
×	商店街（代表者）	・幹線道路上の橋の架け替え、区画整理の工事による店舗の移転、廃業などが進行するため、悪くなる。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・時期的なものもあり、業界として悪くなる傾向にある。
×	乗用車販売店（経営者）	・現政権の不安定さがあり、悪くなる。
×	住関連専門店（店長）	・政府の経済対策や方針が不透明である。今後の先行きが分からないため、客の消費控えが発生している。
×	一般レストラン（経営者）	・物価高への対策が打たれなければ景気は回復しない。

企業 動向 関連 (北関東)	×	通信会社（経営者）	・補助金絡みの物以外は全くと言ってよいほど売れない。これは取引先等に聞いてもどこも同じである。国が賃上げを推し進めた結果、大手は商品価格に転嫁し、物価が上昇しているが、中小企業は仕入れ、人件費共に上昇し、商品価格に転嫁したとしてもどんどん物が売れるのならよいが、売れないために価格を下げざるを得ない。今年度の企業倒産件数をみれば中小の厳しさは一目瞭然である。
	×	テーマパーク（職員）	・例年以上の猛暑が秋まで続くという予報や、物価高騰などの不安定な状況から、レジャー費は後回しとされるとみている。
	×	ゴルフ練習場（経営者）	・今後はますます買い控え傾向になるため、悪くなる。
	×	美容室（経営者）	・景気が回復しないことを常に実感している。お金が使えない状況を解決していかないと消費は伸びない。先行きが不安である。
	×	住宅販売会社（経営者）	・大手企業と違い、中小企業は利益が出にくくなっている。仕入原価、経費共に高騰し、今までの経営方法では利益は出にくい状態である。大手企業を中心に金利等は決まっているが、上昇に苦労している。
	◎	—	—
	○	化学工業（管理担当）	・新製品の受注、生産が開始となる。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・今の暑さが落ち着けば景気も良くなる。早く暑さが落ち着いてほしい。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車の量産案件で安定した長期内示があり、他の分野でも多少の増産が見込まれる。
	○	経営コンサルタント	・米国の関税政策、インフレ傾向などの基調は変わらないことから、中小企業の業績に大きな変化はないが、個人消費やインバウンドは行楽シーズンに当たり、レジャー関連の消費が増える。
	□	食料品製造業（経営者）	・更なる物価高が確実視されるなか、生活者の収入は上がるタイミングではないため、消費低迷は続く予想である。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・猛暑がまだ続く。暑さにも慣れて稼働できるのではないかとみている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・残念ながら、上向きの材料となるものが見当たらない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・中国向け製品に若干の増産情報はあるものの、まだ分からない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今が最悪の状況であるため、これから取引先、競争相手等も幾らか回復してくる。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・物価高の状況がまだ続いているため、変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	・本来は季節が変わり、秋冬家電や衣類、インテリア商品などが動き出す予定だが、暑い日も続いており季節が後ろにずれる分、輸送計画もずれていきそうである。飲料等の輸送は好調だが、全体的に輸送コストが高くなっている。燃料価格高騰、ドライバー不足による協力車費などの費用が高く、利益は少なくなりそうである。
	□	金融業（営業担当）	・中小零細企業へのヒアリングにおいて、受注量、販売量等については今後2～3か月で大きな変化はないとの回答を得ている。
	□	社会保険労務士	・国会の勢力図が変わり補正予算などがどうなるのか分からないが、すぐに大きな変化はないとみている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・いつもは年末に向かい通常の1.5倍くらいの仕事量になっていくが、今年はそれが全くなく横ばいである。大変な状況になってしまっている。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・今のところ主要取引先に大きな動きはないものの先行きに不透明感はある。
	▲	建設業（総務担当）	・全体的な仕事量がとにかく足りていない。先行きの業務確保に不安しかない。
	×	不動産業（管理担当）	・空きテナントへの問合せの減少、資材等の値上げ、最低賃金引上げによる人件費増加が重なる見込みである。取引先にも値上げへの理解を得られやすくなっているが、上昇分を値上げするとすると、管理内容の見直しによる削減もあり得るため、売上が増加するかは難しいところである。
雇用 関係	◎	—	—

関連 (北関東)	○	—	—
	□	人材派遣会社（経営者）	・気温上昇の傾向も続き、野菜など値上がりする物も増えてくる。米については新米も出始め、需要は増えてくる。出費はある程度限られ、減らせるところは減らす傾向にある。良いところと悪いところのムラのある状況は変わらない。
	□	人材派遣会社（社員）	・当観光地の宿泊施設や観光客の入込は変わらず堅調で、多数のインバウンドが来ている。物産店の社長に聞いたところ、物販の売上も堅調に推移しているとのことである。当社の対応しているホテル関係の仕事についても、稼働率は順調に推移しており、多数のインバウンドやその他の客の入込がある。ただし、人手不足が非常に深刻である。
	□	人材派遣会社（社員）	・業績向上による増員理由での求人依頼は少なく、退職者の補充中心となっているため、変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で、建設業については減少傾向、製造業は増加と減少を繰り返しており、医療、福祉は増加傾向で推移している。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	・異常気象や海外の不安要素の拡大などにより、各企業に聞いても、今後の景気の予測が難しい状況である。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	・派遣取引先の増産予定がないため、やや悪くなる。
	×	*	*