

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	・宿泊部門はインバウンドの減少を覚悟していたが、それほど減少もなく、今月も高稼働、高単価で販売ができています。料飲部門も、忘年会件数、年末のおせち販売共に前年実績を超えての受注と順調な年末である。
	○	一般小売店〔酒類〕 (経営者)	販売量の動き	・暮れは贈答品関係がよく出ている。
	○	コンビニ (エリア担当)	販売量の動き	・来客数の影響もあるが、売値値上げの影響の方が大きい。今後も継続していくと考えている。
	○	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・物価高もあり値上げもしたが、客は納得している。新型コロナウイルス感染症発生前のような大人数の宴会は減ったが、今は少人数で予算は比較的高めの傾向にある。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕 (経営者)	単価の動き	・忘年会シーズンなので、それなりに単価や来客数は良いものの、遅めの時間帯の来店が皆無である。
	○	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・忘年会シーズン到来で、確実に良くなっている。
	○	旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・ここ数か月、やや良いと回答しているが、僅かな販売量の動きである。しかし、客の様子からはもっと増加してもよいはずである。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・12月に入り、忘年会等の飲み会が少しは増えている。ドライバー不足の影響により、個人的に売上は20%ほど伸びている。お開きになる時間が早く、深夜の客が少ない。
	○	タクシー (経営者)	お客様の様子	・昼も夜も動きが良くなってきたので、前年同月と比べて9%の増収である。
	○	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・新政権での経済対策や支援強化により、景気のコモディティに変化がみられる。
	○	通信会社 (総務担当)	販売量の動き	・4月以降、今月は久しぶりに月平均を上回っている。来年3月までは買換えが増える要素があり、期待している。
	○	ゴルフ練習場 (経営者)	販売量の動き	・受注が増えている。
	○	設計事務所 (所長)	来客数の動き	・新規の仕事が動き出している。
	□	商店街 (代表者)	お客様の様子	・インフルエンザの流行による学校行事の縮小や幼稚園の休園等があっても、写真の受注数は前年よりも増えているが、節約志向がうかがえる。
	□	一般小売店〔精肉〕 (経営者)	お客様の様子	・今月もいろいろな物の値上げが続いている。主食の米もまだ高止まりしており、スーパー等での買い控えもみられる。生活必需品しか買わず、値下げシールが貼られるのを待っている様子もみられる。
	□	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を3か月前と比較すると、いずれも前年の売上を1割ほど上回っており、ほぼ変わらない。12月中旬頃、一時客足が減ったが、下旬から学生の冬休みも始まり、クリスマス休暇を楽しむ欧米系のインバウンドが多くなり、前年の売上を超える販売量となっている。
	□	百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・引き続き、商材単価は高く、来客数、買上客数は減少傾向という構図に変化はない。特に、食料品はこの傾向が顕著で、物価高による生活防衛意識は依然として高い。クリスマスやおせちの受注も同様で、前年実績の確保には至っていない。
	□	百貨店 (営業担当)	お客様の様子	・必要な物は購入するが、よく吟味し堅実に購買している。ポイント付与やクーポン券、キャッシュバックイベント等も上手に活用している。反面、在庫処分等のセールは猛烈な勢いで売れているが、転売目的のような様子も否定できない。

□	百貨店（店長）	来客数の動き	・富裕層では一定の動きがあるものの、中間層を中心に節約志向が定着化しており、来客数が前年を下回る状況が続いており、なかなか変わらない。
□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・来客数は前年より少ない印象を受けている。客単価は物価高の影響からか各部門で上がっているものの、トータルの売上は前年割れとなっている。
□	スーパー（経営企画）	販売量の動き	・1人当たりの買上点数は、継続的に若干減少している。
□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・ここ3か月は来客数に変わりがない。
□	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・パソコン等のデジタル家電は大きく売上を伸ばしている一方で、耐久消費財である冷蔵庫等は低迷が継続している。
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・この数か月、景気が固着しているように車両販売も伸びず、整備等のサービス部門の売上は微増である。要因の1つは、自動車販売整備業者に、一部の自動車しか供給されなくなったことである。
□	住関連専門店（仕入担当）	販売量の動き	・年末に向けて回復基調ではあるものの、12月初めは来客数、販売数が共に低調であった。消耗品、暖房機器は前年を超える販売数だが、それ以外の商材がマイナスのため、相殺されている。
□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・時期的に年末なので、宴会需要も多い。来客数も近年では最も増えている。
□	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・事業所給食部門では、人手不足、最低賃金引上げ等に伴う人件費増加、米を始めとした食材費の上昇等を背景に、委託先から、期中でも取引条件の見直しに応じてもらっている。その結果、採算割れは回避できている。
□	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・3か月前の9月は繁忙期に向かう時期で、今回12月は繁忙期の終わりの時期なので大差はない。
□	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・インバウンドは一段落の状況である。国内旅行者の伸びが今一つである。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・若年層の所得間格差がますます広がっていると実感している。地方では仕事の選択肢が限られるため、都会への流出が止まらない。
□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・不動産売買の動きが停滞している。税制面の変更、住宅ローンの金利状況等により、良くなる要因は見つからない。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	販売量の動き	・例年同様、急を要する案件が大半である。年明け待ち、あるいは補助金等がスタートする年度明け待ちといったところである。
▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	来客数の動き	・職業柄、この時期は閑散期に入るため、客も必要ない物を買わない。
▲	スーパー（商品部担当）	競争相手の様子	・競合店の新規オープン後、来客数、客単価共に前年割れが続いている。競合店オープンの影響だけでなく、食料品値上げの影響も大きく、買上点数も落ち込んでいる。
▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・12月前半は、物価高騰の影響や年末年始に向けた支出抑制意識の高まりにより、来客数、販売量共にやや伸び悩む傾向がみられる。一方で、12月後半から年末年始にかけては、旅行、帰省、レジャー需要の本格化により、人流の増加が見込まれ、土産や行楽関連商材を中心に販売回復が期待される局面である。
▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・全体的に商材の値上げがあった分、単価は余り下がっていない。しかし、売上は前年比では99%と、景気が良くなったとは言いがたい。悪かった商材はエアコンの77%、スマートフォンの64%である。良かった商材は冷蔵庫が113%、洗濯機は102%、テレビは111%、パソコン本体の115%となっている。
▲	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・今月の来客数、受注共に減少している。販売台数も厳しい状況である。
▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べて、人の動きや道路交通量、購買に関する話等が、やや少なくなっている。

	▲	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・例年と同じ流れで、行楽シーズン後は客足が減ることは想定内である。
	▲	観光型ホテル （経営者）	来客数の動き	・紅葉シーズンが終わりを告げた頃から、来客数が大きく減ってきて、観光入込客数では前年を下回っている。年明けの1月の予約も非常に悪い。
	▲	通信会社（社員）	単価の動き	・年末にかけて解約、又は割引等の申出が増加している。現時点では、当社はサービス単価を上げない方針のため、どこまで経営努力ができるかが課題となっている。
	▲	通信会社（局長）	単価の動き	・政策金利の上昇により、やや悪くなっている。
	▲	テーマパーク （職員）	来客数の動き	・12月初旬に大雪が降るなど、例年にない天候に加え、物価高の影響もあり、僅かではあるものの前年を下回る日が多くなっている。
	▲	ゴルフ場（従業員）	単価の動き	・単価が前年を下回っており、回復はなかなか難しい。
	×	衣料品専門店 （販売担当）	来客数の動き	・ずっと悪い。今月は年金給付月ということもあり、結構人出がある。得意客に店を畳む告知をしたため、あえて閉店セールは行わないが、客の動きがある。ただし、これは一過性のもので、残念ながら景気動向という話ではない。
	×	乗用車販売店 （経営者）	それ以外	・日本及び米国の政治の不安定さから、悪くなっている。
	×	住関連専門店 （店長）	来客数の動き	・来客数の減少が12月に入り顕著となっている。年末年始準備用品は例年どおり売れているものの、客はそれ以外の余計な物は買わない。
	×	住宅販売会社 （経営者）	来客数の動き	・最近は客の来店や問合せが少なくなっている。アパートの空室、店舗等の撤収、閉店等が目立ち、動きが悪くなっている。
企業 動向 関連  (北関東)	◎	—	—	—
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の製品が、受注増加のため、当社にも協力要請がきている。
	○	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末年始に対する販売見込額は全体的に良好のようである。1～3月の受注販売見込も特段大きな変化はみられない。
	○	不動産業（経営者）	取引先の様子	・新たに法人契約したことで入居率が高くなっている。景気は上向いている。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・価格が高止まりしている新米は全く売れず、流通の各ポイントで滞留し始めている。在庫を抱える業者は、今後の価格動向に非常に不安を抱えている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・流通は前年と同じような動きである。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・生産に追われており、冬のボーナスにプラスで物価高手当も支給され、本当に良かった。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特段年末の忙しさもなく、仕事量が少ない状況が続いている。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・この2～3か月は全く動きはない。1月からは取引先等の動きも若干増えそうである。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・主要取引先の生産は、当初計画どおりに進んでいる。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・年末年始に向かい、初売り商材、白物家電、洗濯機、冷蔵庫、テレビ、電子レンジや冬物暖房器具、エアコン、石油ヒーター等は、前年並みの物量を確保している。しかし、ドライバー不足によるコスト高もあり、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	・建物管理や清掃部門で新規取引があったものの、諸物価の上昇が依然として続いており、利益増加にまでは至っていない。

	□	広告代理店（営業担当）	競争相手の様子	・1年で1番広告出稿件数が多いはずのタウン誌12月号の出稿件数が、通常月と余り差がない。特に、飲食店の出稿が少ない。理由としては店舗の人件費、光熱費、材料費等が高騰しており、経営が厳しいためと聞いている。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・我々の業界は11月中旬～12月は比較的仕事が動く時期だが、今年は特別なことはなく、静かに推移している。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・一般消費者が顧客である事業所は、売上、利益共に伸びていない。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が徐々に落ちてきており、1～3月と、もしかしたら厳しくなる。
	▲	経営コンサルタント	それ以外	・物価高が続き、消費者の購買意欲が減退している。中小企業の業績に大きな変化はないが、米国の関税政策発動後、受注や売上面で徐々に影響が出始めている。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全ての取引先からの受注が減っている。
雇用 関連  （北関東）	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・ガソリン価格等も随分下がりがつつあり、重油や灯油も需要が高まってきている。行楽地では、車の燃費を考えた走行が見受けられる。また、現地での購買力は外国人と比較するわけではないが、飲食、土産品、ギフト関係の伸びは良い。一般的な家庭の食料品関係もここに来て、良い動きをしており、幾分、良くなってきている。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・物価高騰の影響もあり、求職者の時給に対する要望が増している。前年同期と比較して100円以上高い時給でなければ、応募につながらない。
	□	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。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・コンビニ等の弁当も高額になったため生産数が減少し、製造派遣数も減少している。製造派遣数は、採用者数の減少と同様に推移している。
	×	—	—	—