

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<br>動向<br>関連<br><br>(北関東) | ◎       | ＊                 | ＊      | ＊   |
|                             | ○       | スーパー（総務担当）        | 来客数の動き | ・若干だが、来客数が徐々に改善してきている。  |
|                             | ○       | コンビニ（エリア担当）       | 販売量の動き | ・今月も値上げの影響はあるが、変わらずに好調である。  |
|                             | ○       | 乗用車販売店（従業員）       | 販売量の動き | ・来店客はそこそこあり、受注もできて販売台数も増えている。   |
|                             | ○       | 自動車備品販売店（経営者）     | 販売量の動き | ・修理や来客数の動きは平年並みだが、販売量は11～12月くらいから下火の状態が続いている。月末になって、販売の兆しや動きが少し出てきている。  |
|                             | ○       | 一般レストラン〔居酒屋〕（経営者） | 来客数の動き | ・団体の新年会や少人数の飲み会が、平日、週末共に動きがある。今のところ予約の入り方も好調である。  |
|                             | ○       | 都市型ホテル（支配人）       | 来客数の動き | ・年末年始は前年よりも高単価かつ高稼働で推移した。料飲部門も、組合や企業の新年会や同窓会利用を獲得できている。   |
|                             | ○       | 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7%の増収である。   |
|                             | ○       | 通信会社（営業担当）        | 単価の動き  | ・物価高は余り変わらないが、ガソリン暫定税率廃止等、目に見える景気対策によって消費マインドが高まりつつある。  |
|                             | ○       | 通信会社（総務担当）        | 販売量の動き | ・3月末で利用できなくなる通信回線を利用している客の更新手続が増えているため、やや良くなっている。   |
|                             | ○       | 美容室（経営者）          | 来客数の動き | ・1月から施術料金を5%値上げしたが、客の反応は値上げはやむを得ないと受け止められている。反面、店頭の化粧品販売は減少している。  |
|                             | ○       | 設計事務所（所長）         | お客様の様子 | ・仕事の問合せが来るようになってきている。   |
|                             | □       | 商店街（代表者）          | お客様の様子 | ・幼稚園や小学校の行事写真で、インターネット販売数の実績が前年より落ちている。生活必需品の値上げで、こどもにかけられる財布のひもは固くなっている。   |
|                             | □       | 一般小売店〔精肉〕（経営者）    | お客様の様子 | ・今年は休日でも毎日の寒さが響いて、人の動きが悪い。地区の祭りや連休も例年より人出が少ない。ただし、主食の米が4000円を割り込んできたので、一段落したとみている。衆議院選挙が始まり、街中が静かで商売は厳しい。                 |
|                             | □       | 一般小売店〔土産〕（経営者）    | 販売量の動き | ・前年同月比で売上を今月と3か月前で比較すると、両月共に2割ほど上回っており、達成度はほぼ変わらない。例年この時期の平日はかなり閑散とするが、今年は降雪が少ないため、来訪者が多い印象を受けている。                        |
|                             | □       | 百貨店（営業担当）         | 販売量の動き | ・年末商戦、初売り、いずれも買い控え傾向がみられた。こうしたなか、食品を切り口とした大型物産展は好調ではあるものの、依然として生活防衛意識は高く、消費は低迷している。                                       |
|                             | □       | 百貨店（営業担当）         | 来客数の動き | ・時期的に、冬物値下げを目当てにした客が多い。値下げ前の時期は売上が伸びなかったが、セールになると一気に購買の勢いが増した売場もある。店頭表示や品ぞろえも詳しく見た上で購入に至っている。ただし、全体的に前年のペースのため、金額では大差はない。 |
|                             | □       | 百貨店（店長）           | 販売量の動き | ・消費の2極化が進んでおり、全体で語ることが難しくなっている。景気動向を左右する中間層の動きは、若干厳しいままで変わらない。  |
|                             | □       | コンビニ（経営者）         | 販売量の動き | ・来客数は変化しているものの、販売量は変わらない。   |
|                             | □       | 衣料品専門店（経営者）       | お客様の様子 | ・依然として、景気が良いという話は余り聞こえてこない。   |

|   |                       |        |  |
|---|-----------------------|--------|--|
| □ | 家電量販店（店員）             | お客様の様子 | ・前年比108%で着地している。好調な商材は厳冬の影響により、エアコンが113%、O Sのサポート終了に伴う買換えと新入学需要により、パソコンが165%と売上を支えている。しかし、冷蔵庫や洗濯機等の耐久消費財の買換えが鈍いため、景気は不安定である。 |
| □ | 家電量販店（企画担当）           | 販売量の動き | ・寒波の影響により、季節家電が大きく売上を伸ばしている。一方で、冷蔵庫や洗濯機等の生活家電は低迷しており、全体の販売量としては伸び悩んでいる。  |
| □ | 乗用車販売店（経営者）           | 販売量の動き | ・6か月以上も変化のない日が続いている。不安定な景気で、確実に物価、人件費が上昇しており、伸びないのは売上だけである。  |
| □ | 住関連専門店（仕入担当）          | 販売量の動き | ・前月までと変わらない。節約志向の強い消費が買上点数の減少に現れている。   |
| □ | 一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）     | 来客数の動き | ・年末年始の2週間を除いて、来客数は横ばいで、良くも悪くもない。   |
| □ | その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）   | 単価の動き  | ・主力の給食部門では、米に余剰感が出てきたものの、価格は横ばいのまま推移している。他の食材も、総じて高止まりしている。人件費も、最低賃金上げがほぼ全県で実施された結果、収支の厳しい状況が続いている。                          |
| □ | 旅行代理店（経営者）            | 販売量の動き | ・閑散期で売上が落ちる時期だが、例年と比べると販売量はあるため、景气的には変わらない。  |
| □ | 旅行代理店（所長）             | 来客数の動き | ・ほぼ横ばいの推移ではあるものの、多少上向き傾向がみえてきている。ただし、突然の衆議院選挙により、どのように転じるかがみえない。   |
| □ | 通信会社（社員）              | 単価の動き  | ・当社サービスは個人客が多いため、物価高による影響を少なからず受けている。今後も顧客満足を追求めして解約防止に努めていく。  |
| □ | その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業） | 販売量の動き | ・例年どおり、法人は年度末の予算執行を急ぐ案件が多い。業績もほぼ横ばいのように、当初計画していた内容のものが多い。住宅は年度明けの補助金待ちの様子が見受けられる。  |
| ▲ | 一般小売店〔酒類〕（経営者）        | 販売量の動き | ・例年のことながら、1月はやや悪くなっている。  |
| ▲ | スーパー（商品部担当）           | 来客数の動き | ・売上、来客数共に前年割れが続いている。競合店の新規オープン、食料品の値上げが主な原因とみている。価格訴求をしても、割安なイメージが薄く、売上に結び付かないことが多い。   |
| ▲ | コンビニ（エリア担当）           | 販売量の動き | ・商材値上げの影響により、来客数自体は大きく変化していないものの、1回の購入点数を抑える動きが見受けられる。特に、複数点購入していた客が、必要最低限の購入に抑える傾向が高まっており、全体として買上点数の減少につながっている。             |
| ▲ | 衣料品専門店（経営者）           | お客様の様子 | ・消費者の買い控えが進んでいる。以前にも増して購入にシビアになっている。   |
| ▲ | 家電量販店（営業担当）           | 来客数の動き | ・来客数は前年比92%とやや悪い。来店客の接客を確実に実施して取りこぼしがないようにしていく。  |
| ▲ | 一般レストラン（経営者）          | 来客数の動き | ・正月や成人の日の連休が終わり、一気に静かになっている。物価高、寒さ、年末年始が明けて節約モードになっている。  |
| ▲ | テーマパーク（職員）            | 来客数の動き | ・年末は天候が安定していたため、来園者数も堅調に推移していたが、年始や3連休は寒波や降雪の影響を受けて客足が鈍く、来園者数が前年を下回っている。   |
| ▲ | ゴルフ場（従業員）             | 単価の動き  | ・以前より予約が直近化傾向にある。来場者数は前年を上回ったものの、ポータルサイトでは直近になるほどプレー代を下げた集客になるため、単価は前年比99%とマイナスとなっている。                                       |
| × | 一般小売店〔家電〕（経営者）        | 来客数の動き | ・目に見えて客の動きが鈍くなっている。  |
| × | 乗用車販売店（経営者）           | お客様の様子 | ・来店率、成約率共に下がっている。  |
| × | 住関連専門店（店長）            | 単価の動き  | ・売上が低下している。特に消耗品については、安い物は売れるが、通常価格品は売れなくなっている。  |

|                             |   |                  |              |  |
|-----------------------------|---|------------------|--------------|--|
|                             | × | 観光型ホテル<br>（経営者）  | 来客数の動き       | ・前年12月から来客数が落ちており、1月は、過去3年で最低の来客数、売上となっている。原因は様々あるが、観光市場として、衆議院選挙や天候、実質賃金減少、物価高などの根本的な不景気への懸念があるのではないかとみている。 |
|                             | × | タクシー運転手          | お客様の様子       | ・年末から1月にかけて、タクシーの利用客は今までにないほどひどくなっている。電車から降りてきても誰も乗らず、街を歩く人もいない。正月にお金を使ってしまったのか、新年会等をしている様子もない。かなり自粛している。    |
|                             | × | ゴルフ練習場<br>（経営者）  | 単価の動き        | ・各種商材の値上げで、消費者は買物に慎重になっている。  |
|                             | × | 住宅販売会社<br>（経営者）  | それ以外         | ・政策金利が上昇し、借入金利も上昇している。支出が多くなる一方で、利益は上がらず非常に苦しい。  |
|                             | × | 住宅販売会社<br>（経営者）  | お客様の様子       | ・最近是不動産に対する問合せが本当に少なくなっている。貸室やアパートもほとんど動いていない。また、事務所、店舗等でも撤収、閉店等が増えており、空き店舗が目立ってきている。                        |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(北関東) | ◎ | —                | —            | —  |
|                             | ○ | 一般機械器具製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き   | ・新規の引き合いが増加傾向で、今年に入って受注残も確実に増えつつある。  |
|                             | ○ | 電気機械器具製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き   | ・景気が上向いている実感はないものの、取引先の要求数が若干上向いてきている。   |
|                             | ○ | 金融業（営業担当）        | 受注量や販売量の動き   | ・クリスマスから年末年始は、受注や販売は全体的に良好だった。1～3月は横ばいと見込んでいる。   |
|                             | □ | 食料品製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・取り扱っている米穀類の価格が高止まりしているため、消費者の購買量が抑えられており、在庫が滞留し始めている。   |
|                             | □ | 化学工業（管理担当）       | 取引先の様子       | ・顧客の業種により、景気の良しあしの差が大きくなっている。全体的にみると販売量は変わらない。   |
|                             | □ | 窯業・土石製品製造業（総務担当） | 競争相手の様子      | ・前年並みに稼働している。  |
|                             | □ | 一般機械器具製造業（経営者）   | 受注価格や販売価格の動き | ・状況が悪いなかでも、1～2社受注の増えた会社が出てきたので、少しは改善すると期待している。   |
|                             | □ | 電気機械器具製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き   | ・受注量は大した変化はないため、変わらない。   |
|                             | □ | 輸送用機械器具製造業（経営者）  | 取引先の様子       | ・受注量等が増えた会社もあれば、減った会社もある。今のところ、どちらの方向に進むか分からない。  |
|                             | □ | 輸送用機械器具製造業（総務担当） | 取引先の様子       | ・各取引先に目立った動きはなく、計画どおりに進んでいる。   |
|                             | □ | 輸送業（営業担当）        | 取引先の様子       | ・冬物暖房器具、エアコン、ホットカーペット、石油ヒーター、電気毛布等は、前年並みの物量を確保している。11月から石油の補助金も充てられているが、円安による燃料価格の高騰もあり、利益は薄くなっている。          |
|                             | □ | 広告代理店（営業担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・広告出稿について変化はない。予算をかけてもかけなくても集客効果は変わらないことが明らかになってしまっている。  |
|                             | □ | 司法書士             | 受注量や販売量の動き   | ・可もなく不可もない状態が、ずっと続いている。穏やかに進んでいるため良いという気もするが、余り大きな動きはない。   |
|                             | □ | 社会保険労務士          | 取引先の様子       | ・回復しているとはいえないものの、悪くはない。  |
|                             | ▲ | 不動産業（管理担当）       | 受注価格や販売価格の動き | ・取引先との値上げ交渉は比較的順調に進んでいるものの、資材の値上げ等がそれを打ち消すようにずっと続いている。   |
|                             | ▲ | 経営コンサルタント        | それ以外         | ・インフレ傾向が続いており、消費者の購買意欲が回復しない。米国の関税政策の影響はほとんどなく、中小企業の業績に大きな変化はない。   |
|                             | × | —                | —            | —  |
| 雇用<br>関係                    | ◎ | —                | —            | —  |

|             |   |                   |         |  |
|-------------|---|-------------------|---------|--|
| 関連<br>(北関東) | ○ | 人材派遣会社<br>(経営者)   | 求人数の動き  | ・住宅関連については、今月は年末からの繰越して増改築や設備に対する需要があった。また、電気、ガス、ガソリン、灯油等が安くなったことで、活発さが出ている。野菜、生鮮食料品、鮮魚等は、年末年始にまとめ買いがあったという話も聞いている。こうしたことから、やや回復したとみている。 |
|             | □ | 人材派遣会社<br>(社員)    | 求職者数の動き | ・求職者の賃金に対する要求が増しており、業務内容に満足していても昇給の見込みがない場合は、早期に転職するケースが増えている。   |
|             | □ | 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<br>(管理担当)  | 雇用形態の様子 | ・正社員を希望する人が多く、一時的な雇用であるため、派遣からの離職者が増加している。   |
|             | ▲ | 学校〔専門学校〕<br>（副校長） | 周辺企業の様子 | ・物価上昇に伴う資材価格の高騰等、経費が膨らんで利益が出ない。そのため、物価上昇に賃上げが追い付いていない。   |
|             | × | *                 | *       | *  |