

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)	◎	－	－
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	・地域通貨の配布による消費喚起に加え、比較的購買意欲の安定しているシニア層の来店も見受けられ、今後の売上回復に期待している。
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・お中元等の贈答品に動きがあるため、良くなる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・値上げの影響もあるが、夏場に向かい飲料等が売れていくのは変わらないため、やや良くなる。
	○	家電量販店（店員）	・今以上の伸びは期待できない。理由はエアコン取付工事が原油やナフサの関係で工事部材が不足し、遅延しているからである。ただし、エアコンの販売量は伸びていくとみている。
	○	家電量販店（営業担当）	・全体的に販売商材が前倒しになっているため、9月以降の売上は厳しいと考える。5月は売上が前年比105%、来客数は107%で推移している。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・相変わらず、物価や光熱費などマイナス要因はあるものの、暑さが到来すると、一時的に飲食の人流は増える。経済対策にも期待したい。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・2～3か月先の予約や問合せが増えてきている上に、夏に向けて暑気払い等の宴会が動くのではないかと予想している。
	○	都市型ホテル（経営者）	・現時点でも宿泊の予約数は好調である。
	○	タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くなっているため、この先も良くなるとみている。
	○	美容室（経営者）	・重点支援地方交付金を利用したフリーの客足が期待できる。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	・売上の9割が納品で、納入先は病院、施設、幼稚園等が多い。病院では料理を作る人が足りないために委託やレトルトに切り替わる等が多くっており、売上が減少傾向にある。
	□	コンビニ（エリア担当）	・この先はイベント需要や行楽シーズンの到来により、飲料、米飯、軽食等のデイリー商材の販売伸長が期待される。一方で、物価上昇に伴う生活防衛意識から販売量自体は低迷傾向にあり、客の買い控えも継続していることから、売上面で一定の押し上げ要因は見込まれるものの、消費全体の回復や景況感の改善につながるかは、引き続き不透明な状況である。
	□	コンビニ（店長）	・来客数は何とか回復しており、各種値上げの影響から、買上単価の上昇を望みたいが、以前を下回る状態が続いている。
	□	家電量販店（企画担当）	・新たな省エネ基準の開始を背景に、夏の最需要期にかけて、エアコンの売上は堅調に伸びていく。
	□	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーは、生産台数が順調に横ばいで推移している。
	□	自動車備品販売店（経営者）	・身の回りでこれといって良くなったり悪くなったりするような根拠は、今のところ見当たらない。
	□	住関連専門店（仕入担当）	・現状は、消費の先食い感が強く、物価上昇による節約意識は変わらない。
	□	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・給食事業について、調達面の先行きが見通しにくい。手袋類や包装材料に品薄感が出ている。また、天候不順も予想されている。調達面や価格面への影響が、どこにどの程度出てくるのかが分からず、業績面への悪影響も避けられないのではないかと懸念される。
	□	都市型ホテル（支配人）	・夏休み期間に入るため、宿泊部門は高稼働が予想される。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は団体予約を例年よりも多く受けており、堅調である。他県で開催のイベントに関連して、宿泊予約が入っている。イベントの広域化が進んでいると実感している。前年より宴会も予約件数が若干増えており、良い傾向である。6月の総会時期の取りこぼしがないように気を付けたい。	

□	旅行代理店（所長）	・今後もやはり中東情勢の状況次第ではないかと考える。夏休みシーズンに入るため、それまでに状況が良くなっているかが懸念される。
□	旅行代理店（従業員）	・海外案件が、燃油関係で軒並み変更となっている。今年の冬以降の動きも始まるため、石油問題が気掛かりである。
□	旅行代理店（営業担当）	・夏休み本番を迎えるが、今夏のボーナス次第である。大手を含め夏のボーナスは期待できそうだが、旅行業界は景気の恩恵を最後に受けるため、この先は変わらないか悪くなると予想される。
□	住宅販売会社（経営者）	・引き合い等が大変少なく、なかなか成約に結び付かない。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・現状が好転したとしても現場レベルの改善は更に遅れるため、今後数か月は変わらない。
▲	商店街（代表者）	・中東情勢の動きに敏感に反応している人が多く、生活防衛的に節約志向が更に進むとみている。
▲	一般小売店〔土産〕（経営者）	・今年のゴールデンウィークは、周辺の同業者からも、長い休みで人出を期待していたがさほどではなかったという声を多く聞いている。中東情勢の不安定な状況に伴う先行きの不透明感が、観光に出掛けようとする消費者心理に暗い影を落としている。今後もこの状況は続くと思込まれ、また、販売備品や商材自体の供給が滞りつつあるため、来客数の減少並びに商材不足に伴う売上機会損失を見込んで、今後の景気は悪くなる。
▲	百貨店（営業担当）	・今後値上がりが決定している物や値上がりが予測される商材の売上が伸びている。現状、商品在庫や価格状況は比較的落ち着いているが、客も情報に敏感になっていることから、先回りして対応を取る必要がある。
▲	百貨店（店長）	・中東情勢の不安定化等により、今後は更なる物価上昇が予想される。せつかくの賃上げによる可処分所得の増加効果も相殺されるリスクがある。消費者のマインドが慎重になれば、個人消費の伸びは限定的なものになる。
▲	スーパー（総務担当）	・ナフサ関連の影響は大きい。まずは中東情勢が解決しないと景気は良くならない。
▲	スーパー（経営企画）	・物価上昇と賃金上昇がリンクしていないため、実質賃金が減少していく。
▲	乗用車販売店（従業員）	・物価高の影響から、自動車購入も新車から手の届きやすい軽自動車や中古車を選択する傾向にある。また、下取り車両の流入減少に伴い、販売商材の確保が課題になっている。
▲	一般レストラン（経営者）	・ナフサ不足で、既にラップなど生活必需品がなくなってきており、値段も上がっている。米のときと同じで落ち着くまでは家計にかなり響くのではないかとみている。外食は特別な日になってしまう可能性がある。
▲	観光型ホテル（経営者）	・6月と7月分の予約件数が非常に悪い。株価と実体経済、景気がかい離していることや、落ち着かない中東情勢、更に、急激な金利の上昇や終わりのない円安、物価高に苦しめられ、旅行需要が非常に弱くなっている。
▲	旅行代理店（経営者）	・5月が7月より忙しかったため、やや悪くなる。
▲	タクシー運転手	・6月からの料金改定により、かなり悪くなるとみている。
▲	通信会社（社員）	・当社の販売量にも中東情勢の影響が出ると考えている。収益構造を見直し、環境の変化にも耐えうる経営体質を確立すべく行動していく。
▲	通信会社（営業担当）	・引越越し業界では、前年と比べ人の動きが鈍く、物価高の影響から支出を抑える傾向が強くなっている。また、世界情勢の影響により、消費を含め、全体的に消極的になっている。
▲	通信会社（総務担当）	・最近の情勢で、取扱商材が値上げをしているため、販売減少は避けられない。
▲	テーマパーク（職員）	・中東情勢による石油関連商材の品薄等、営業継続に影響を与えかねない不安定な状況もあり、楽観視できない。
▲	設計事務所（所長）	・今後も物価対策が進まない限り、景気が良くなると考えられない。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・全ての物価が高騰しており、これ以上進むと本当に中小企業は沈んでいく一方になってしまう。

	×	スーパー（商品部担当）	・中東情勢の影響、食料品の値上げと、家計に良い話はない。良くなる理由は見当たらず、どこまで消費が落ち込むのか不安要素が大きい。現状も買上点数、客単価の落ち込みが大きく、売上は低迷している。
	×	乗用車販売店（経営者）	・国内、米国、さらには中国、ロシア、どこの国も不安定である。
	×	その他専門店（総務担当）	・仕入単価の上昇で、悪くなる。
	×	通信会社（経営者）	・客の消費意欲がない上に、ナフサの供給不安定により商材が入荷しない現象が起きている。仮に国内にナフサが入荷していても、サプライチェーンにナフサがなければ、今後もこの現象が続く。
	×	通信会社（局長）	・世界情勢が不安定で、石油製品の不足、エネルギー価格や物価の上昇は止まらない。いまだ、先行きが不透明な状況で、消費者の買い控えもだが、企業業績が悪化すれば、賃金やボーナスにも影響が出て、今後は負のスパイラルに向かっていくのではないかと慎重にならざるを得ない。
	×	ゴルフ場（従業員）	・今夏も長期的に猛暑日が続く予測が出ており、一部地域では40度近い酷暑となる可能性もあるなど、例年以上に厳しい暑さが懸念される。また、中東情勢の緊迫化によるエネルギー価格の上昇や物流コストの増加を背景に、6月以降も様々な商品の値上げが続く見通しのため、悪くなる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・良くなる要因が全くなく、悪くなる事が確定している。
企業 動向 関連	◎	—	—
(北関東)	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・中東情勢が終結するとみている。
	○	経営コンサルタント	・一部の中小製造業で、中東情勢の影響による資材価格の高騰前の駆け込み需要による反動減が予想される。一方で、中小部品製造業では今後の受注増加が期待されるところもある。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・身の回りの諸物価が高くなっており、今後どのような影響が出るか心配である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・今後の中東情勢次第で状況が読めない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・中東情勢が落ち着けば、原油不足等も解消してくる。それまではやや厳しい状況のままではないかと考える。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先の受注量はほとんど変わらないが、その先は中東情勢により、受注や仕入材料等に対する不安がある。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・仕事が停滞していたゴールデンウィークが明けて、6月は若干回復してくるとみている。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・依然として、物価高の状況も続いている。
	□	輸送業（営業担当）	・夏を前に、エアコン、扇風機、サーキュレーター等の夏物家電の物量は前年並みを確保予定である。しかし、中東情勢等の影響により輸送コストが上昇している。燃料価格の高騰、エンジンオイルの問題と用車費等のコスト高もあり、今後の展開によって大きく変わるため、先行きは分かりにくく、運行状況も難しい。
	□	司法書士	・小さな街なので、特別これという仕事が飛び込んでくることはほとんどない。このまま変わらない動きが続くとみている。
	□	社会保険労務士	・今回の夏のボーナス支給までは現状のままだろうが、中東情勢がこのまま長引けば物価が更に上がるため、景気に影響が出てくる。
	▲	食料品製造業（経営者）	・原材料価格だけでなく、石油由来の資材価格が上昇、あるいは入手困難に陥る可能性もあるとの予想から、事業継続自体が危うくなるとの見方も出ている。
	▲	化学工業（管理担当）	・材料が入手できなければ、最悪の場合、操業停止に追い込まれる。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・現状の様々な資材不足の影響が広がれば、景気へのダメージは深刻になるのは間違いない。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主要取引先の生産は計画どおりに進んでいるものの、中東情勢の影響が、生産に関わる資材価格や納期等に出始めている。先行きは不透明である。

	▲	建設業（総務担当）	・全体的な仕事量が足りない上に、発注見通しをみても回復するとは考えにくい。
	▲	金融業（営業担当）	・取引先では、石油由来の製品の不足が発生してきており、完成や引渡し等が延期となる可能性が出ている。
	▲	広告代理店（営業担当）	・物価高、材料不足等、悪い方へ向かっている。
	×	金属製品製造業（経営者）	・石油製品については数量は確保できるものの、価格が上昇しているため、節約傾向で事業を行う予定である。
	×	不動産業（管理担当）	・管理物件の事務所ビルの多くに空室がある。ここ数年、退去はあるものの、入居はない。問合せも減っており今後も入居の期待は少ない。また、日常の清掃で使用しているゴミ袋や使い捨ての手袋、ガムテープ等も中東情勢の影響によるナフサ不足から供給が減少している上に値上がりが続いている。テナント収入が増えないなかで、管理業務のコストばかりが増加して利益を圧迫している。
雇用 関連	◎	—	—
(北関東)	○	人材派遣会社（管理担当）	・派遣業務の依頼数が増加しているため、やや良くなる。
	□	人材派遣会社（社員）	・物価高騰で工場の資材調達に影響が出ているが、販売価格に転嫁できないため、人件費を抑えている。そのため、増員の依頼は少なく、あくまでも欠員補充で対応している取引先が多い。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数が、前年同月と横ばいで推移している。
	□	学校〔専門学校〕（副校長）	・分野によっては人手不足のため、就職は売手市場であることは間違いないが、物不足により売上が下がる状況も考えられるため、景気は不透明な部分がある。
	▲	人材派遣会社（経営者）	・建設、建築関係は動きはあるものの、材料費等の関係や人員の能力がなかなか試せない、生かせないといったところもある。また、外国人に頼っているところも見受けられる。零細製造業や電機、自動車等の下請、中小企業はやや動きが鈍く、材料費の調達が難しい気配がうかがえる。
	×	*	*