

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) | ◎         | 旅行代理店（経営者）        | 販売量の動き   | ・3月の売上が非常に悪かったため、それと比べれば良くなっている。ただし、前年比ではマイナスである。  |
|                             | ○         | 家電量販店（営業担当）       | 販売量の動き   | ・エアコン販売が前年比110%で推移できている。安価な機種については品薄になるとの見込みから、早めに購入する顧客が増えている。  |
|                             | ○         | 家電量販店（企画担当）       | 販売量の動き   | ・6月の家電販売は、気温低下もありエアコンが前年と比べて低調に推移したものの、その他の商材や単価の動向が全体の売上を下支えしている。   |
|                             | ○         | 都市型ホテル（経営者）       | 販売量の動き   | ・宿泊、レストラン、宴会、結婚式に対応した総合ホテルだが、宿泊だけは前年比150%で推移している。  |
|                             | ○         | 旅行代理店（従業員）        | 販売量の動き   | ・少しずつ客が物価高に慣れてきたのか、コロナ禍直後の価格転嫁局面を彷彿とさせるようである。  |
|                             | ○         | タクシー（経営者）         | お客様の様子   | ・昼の動きが良かったので、前年同月と比べて11%の増収である。  |
|                             | ○         | 通信会社（営業担当）        | 単価の動き  | ・このところ米価が2000円台後半となり、家計の圧迫が緩んできている。ただし、今後は中東情勢の影響が出る可能性があるため、予断を許さない状況である。   |
|                             | ○         | 美容室（経営者）          | 来客数の動き   | ・これも特需というなら、ワールドカップの有力選手の髪型を真似したいと要望する客が増えており、客単価が上向いている。  |
|                             | □         | 一般小売店〔精肉〕（経営者）    | お客様の様子   | ・米価が値下がりしているのは有り難いが、その他の商材が少しずつ値上がりしている。石油の影響が大きい、何とかならないものだろうか。客は買物に苦労していて、タイムセールのあるスーパーなどを大いに利用している。この状況では変わらない。 |
|                             | □         | 百貨店（営業担当）         | お客様の様子   | ・値上げや価格高騰の影響もあり、購買意欲は停滞しているものの、世間の動向が沈静化し小康状態で、近隣の客の消費は安定している。最近では、宝飾品、アクセサリ、マッサージ器等の高額品売上が富裕層を中心に目立つこともある。        |
|                             | □         | スーパー（総務担当）        | 来客数の動き   | ・中東情勢の影響は大きく、物価高騰で来客数や買上点数が減少している。   |
|                             | □         | コンビニ（エリア担当）       | 販売量の動き   | ・今月は台風の影響もあったため、来客数や売上は余り伸びていない。   |
|                             | □         | 衣料品専門店（経営者）       | 来客数の動き   | ・前年と比べて来客数はここ数か月変わっていない。   |
|                             | □         | 乗用車販売店（経営者）       | お客様の様子   | ・この数か月の物価高に、賃金の昇給が追い付いていない。大規模小売店の来客数は増えているものの、客の顔には満足感が余り見受けられない。   |
|                             | □         | 乗用車販売店（従業員）       | 販売量の動き   | ・電気自動車関連の補助金は自動車市場の活性化には寄与するものの、景気回復には波及効果が乏しい。景気回復の契機となることを期待したい。   |
|                             | □         | 自動車備品販売店（経営者）     | 販売量の動き   | ・全体的に人の動きが少なくなって、購買力も伸びていない。何か引き締めているようである。  |
|                             | □         | 一般レストラン〔居酒屋〕（経営者） | 来客数の動き   | ・ゴールデンウィーク後の消費控えに加えて、梅雨と台風接近等の天候状況の悪い日が多いことも要因ではないかとみている。  |
|                             | □         | 一般レストラン〔居酒屋〕（経営者） | 来客数の動き   | ・ある程度は予約で動いているが、フリー客の動きは弱い。  |
|                             | □         | 観光型ホテル（経営者）       | 来客数の動き   | ・過去3か月のうちゴールデンウィークを除くと、地域全体の来客数は上昇傾向だが、宿泊客数は全体的に横ばいである。何かに特化した施設は非常に好調だが、今までのスタイルを踏襲した施設は苦戦している。                   |
|                             | □         | 旅行代理店（所長）         | 来客数の動き   | ・例年インバウンドのグループ利用が目立つ時期だが、今年は余りみられない。   |
| □                           | 設計事務所（所長） | 来客数の動き            | ・不安定なナフサ供給の影響により、現場の進行が遅れている。入荷が遅れる予想が出ているため、警戒が続いている。 |  |

|   |                       |        |  |
|---|-----------------------|--------|--|
| □ | 住宅販売会社<br>(経営者)       | お客様の様子 | ・このところ数か月間、当地では余り動きがない。問合せも少なく、閉店、移転の企業が増えてきている。特に、個人の飲食店関係の閉業が進んでいる。  |
| □ | その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕(営業) | 販売量の動き | ・依然として、建築資材の高止まりは続いている。客もこの件については承知しているものの、イメージしている金額とのかい離が大きいために保留や見送りになっている。   |
| ▲ | 商店街(代表者)              | お客様の様子 | ・旅行や街のイベントへの積極的な参加は見受けられるものの、購買意欲や消費マインドの低下が懸念される。さらに、中東情勢の影響により、商品価格上昇と来客数減少が今後も続けば、景気上昇は見込めない。   |
| ▲ | 一般小売店〔土産〕(経営者)        | 販売量の動き | ・1年3か月ぶりに前年を基準にした売上達成度が100%を超えられなかった。3か月前より2割弱達成度が下がっている。売上をけん引していたインバウンドの購買力が落ちていることが要因で、2～3か月前よりも高額商品を買わない傾向が顕著になっている。国内観光客の購買力は、依然として低調である。 |
| ▲ | スーパー(商品部担当)           | それ以外   | ・中東情勢が、至る所に影響している。包装資材、輸入品の不安定な入荷や食材の値上げと厳しい状況が続いている。  |
| ▲ | コンビニ(エリア担当)           | 来客数の動き | ・物価上昇の影響による節約志向の高まりから、客の来店頻度や買上点数が減少している。主要ターミナル駅では観光客の需要はあるものの、日常利用客を中心に慎重な購買行動がみられ、3か月前と比較すると景気はやや下向きである。                                    |
| ▲ | 乗用車販売店(営業担当)          | それ以外   | ・いろいろな物の値上げがある一方、賃金上昇はないため、今までと変わらない生活でも節約しなければならない。   |
| ▲ | 住関連専門店(仕入担当)          | 来客数の動き | ・5月に持ち直したかに見えた来客数が再び悪化している。明確な要因が分からず、対応に苦慮している。   |
| ▲ | 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、食材の値上がりや人材確保難による人件費の上昇傾向が続いている。機械への置き換えや完全調理品への移行なども限定された範囲にとどまっており、収支面の厳しい状況が続いている。  |
| ▲ | 都市型ホテル(支配人)           | 来客数の動き | ・宿泊部門は2～3月の観光シーズンまでは需要がないため、若干悪くなっている。料飲部門も3か月前の歓送迎会シーズンと比べてやや悪くなっている。   |
| ▲ | 旅行代理店(営業担当)           | 来客数の動き | ・オフシーズンではあるものの、インバウンドを含め、来客数減少が続いている。  |
| ▲ | タクシー運転手               | お客様の様子 | ・昼、夜共にタクシー利用客は減少している。電車も乗降客が少なく、自家用車の送迎も多い。飲み会等も1次会で終わる会が多く、深夜の乗客は少ない。6月22日よりタクシー料金が値上げとなり、利用客が少なくなる一方である。                                     |
| ▲ | 通信会社(社員)              | 単価の動き  | ・当業界では中東情勢の影響を一部受けており、仕入単価の上昇や納期遅延が発生している。納期遅延は、特に新規契約に向けた営業活動にも影響するため、情勢を見つつ好転を期待している。  |
| ▲ | 通信会社(総務担当)            | 販売量の動き | ・利用中の製品が古くなって調子が悪くなるまでは買換えに至らない流れが続いている。   |
| ▲ | テーマパーク(職員)            | 来客数の動き | ・3つの台風接近に加え週末に降雨日が多く、週末レジャーへの出控えが目立ち、前年に比べて入園者数が減少傾向にある。   |
| ▲ | ゴルフ場(従業員)             | 単価の動き  | ・台風や梅雨の影響によるキャンセルが多数出ている。また、物価が上昇しているなか、プレー代の値上げができない状況である。  |
| ▲ | 住宅販売会社(経営者)           | 単価の動き  | ・原油不足による各部材の高騰で、コスト高が見込まれる。これから相当な影響が出てくる。   |
| × | 一般小売店〔家電〕(経営者)        | 単価の動き  | ・物価高に加え、商材の入荷が遅くなっている。中東情勢の影響はないという割に、このような状況が続いている。客に提示する金額がかなり上がってしまうが、価格転嫁は難しいため、状況は厳しい。  |
| × | コンビニ(経営者)             | 来客数の動き | ・台風接近や夕方から朝方にかけて気温が低かったこともあり、客足が鈍かった。  |

|                             |                 |                  |   |   |
|-----------------------------|-----------------|------------------|---|---|
|                             | ×               | 家電量販店（店員）        | 販売量の動き  | ・前年比82%と前月から大きくダウンしている。原因はエアコン販売の落ち込みである。2027年の新たな省エネ基準の関係で、駆け込み需要はあるものの、梅雨らしい天候の日が多くなり、一段落してしまった感がある。  |
|                             | ×               | その他専門店（総務担当）     | 販売量の動き  | ・在庫が不足しているため、悪くなっている。   |
|                             | ×               | 一般レストラン（経営者）     | お客様の様子  | ・ボーナスや年金が出た後の週は忙しかったが、それ以外は盛り上がらない。特に、夜が動かない。同業者との会合でもその話題になったが、どこも厳しい状況である。  |
|                             | ×               | ゴルフ練習場（経営者）      | 単価の動き   | ・一時的なものかもしれないが、商品単価上昇による買い控えが見受けられる。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(北関東) | ◎               | —                | —   | —   |
|                             | ○               | —                | —   | —   |
|                             | □               | 食料品製造業（経営者）      | 取引先の様子  | ・食品関係ではかなりの品目で値上げがあり、取引先も度重なる価格改定で疲弊している。今後も価格高騰は継続する状況のなか、商売を継続するかどうかの検討に入る小規模事業者が出始めている。  |
|                             | □               | 窯業・土石製品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き  | ・大きな変化はなく、横ばいである。   |
|                             | □               | 金属製品製造業（経営者）     | 受注量や販売量の動き  | ・当社の景気は大手建設業関係と連動しており、全体的に低調である。  |
|                             | □               | 一般機械器具製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き  | ・全体的に低位で安定した状態が続いている。   |
|                             | □               | 一般機械器具製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き  | ・株価とは違い、3月決算期から引き続き低値安定基調にある。   |
|                             | □               | 電気機械器具製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き  | ・受注量などは変わっていないものの、材料費や消耗品は全てが値上がりしている。  |
|                             | □               | 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、ほぼ計画どおりに進んでいる。   |
|                             | □               | 輸送業（営業担当）        | 取引先の様子  | ・現状は、夏物家電、特に2027年の新たな省エネ基準開始もあり、白物家電のエアコン、冷蔵庫等の物量が前年比で2割増加となっている。また、その他レジャー用品も前年並みの物量を確保している。ただし、燃料価格の高騰とナフサの問題もあり、特に、エンジンオイルの不足等、運賃高騰による協力会社の車両確保は、物量に対し苦勞している。現状は運賃等の値上げもしてもらっているが、コストが増えているため、変わらない。 |
|                             | □               | 金融業（営業担当）        | 取引先の様子  | ・引き続き、受注確保はできているものの、仕入単価が上昇している分の価格転嫁がなかなかうまくいかない。物は流れているが、最終的な利益確保は薄くなっている。  |
|                             | □               | 経営コンサルタント        | 取引先の様子  | ・下請企業の一部は中東情勢等の影響も落ち着き、原材料価格の上昇も緩和され、コスト面で一息着き、受注も上向き見通しである。ただし、製品値上げに注力してきた中小企業の一部では、駆け込み需要の反動で受注が減少しているところもある。  |
|                             | □               | 司法書士             | 受注量や販売量の動き  | ・やはり、人口が少ない小さな田舎町では良くなることも悪くもなることもない。   |
|                             | □               | 社会保険労務士          | 取引先の様子  | ・大手企業の夏のボーナスは順調らしいが、原油価格の高騰で仕入先から値上げの連絡がきており、取引先への見積書提出業務で忙しいという事業所もある。   |
|                             | ▲               | 化学工業（管理担当）       | 受注量や販売量の動き  | ・建設現場や工場等へのガス販売量が微減傾向となっている。  |
| ▲                           | 電気機械器具製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き       | ・これから3か月の受注が通常月の3分の1くらいになってしまう。どんどん落ちてきて、やや厳しい状況になっている。 |   |
| ▲                           | 輸送用機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子           | ・取引先の様子、受注量、販売量の様子等、全て減少しており、非常に良くない状況である。              |   |

|                       |   |               |            |  |
|-----------------------|---|---------------|------------|--|
|                       | ▲ | 広告代理店（営業担当）   | 受注量や販売量の動き | ・新年度から3か月間の広告出稿件数及び請負額は共に15%減少している。特に、飲食店の広告出稿が目立って減っている。  |
|                       | × | 不動産業（管理担当）    | 受注量や販売量の動き | ・業務契約や賃貸は横ばいだが、資材や燃料費の値上がりや賃料等の値上げ分を超えており、利益の確保が難しい。   |
| 雇用<br>関連<br><br>(北関東) | ◎ | —             | —          | —  |
|                       | ○ | 人材派遣会社（管理担当）  | 採用者数の動き    | ・コールセンターの派遣業務が増えているため、やや良くなっている。   |
|                       | □ | 人材派遣会社（社員）    | 求職者数の動き    | ・新規求職者の登録で50代以上の割合が増加しており、企業側の要望とのギャップが埋まらない。  |
|                       | □ | 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4か月ぶりに減少したものの、前年同月比10%未満の減少と横ばいの範囲である。  |
|                       | □ | 学校〔専門学校〕（副校長） | 求人数の動き     | ・業種によって差はあるが、求人の動きは総じて変わらない。   |
|                       | ▲ | 人材派遣会社（経営者）   | 求人数の動き     | ・今年の夏は、エアコン関係の値上げ等が出てきているため、販売員や商品在庫等の確保で活発な動きはある。また、ボーナス支給月で動きがあるものの、衣料品や食料品全般は値上がりしているためか、財布のひもがやや固い。人材面では外国人等の人材募集をしていることから、人手不足には対応している。 |
|                       | × | *             | *          | *  |