３．北関東（地域別調査機関：株式会社ＤＢＪ総合研究所）

（－：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）	単価の動き	・宿泊部門では特需日も多く、前年比118%と高単価、高稼働で着地している。料飲部門の件数は若干減少したものの、単価の上昇から前年実績、目標共に上振れで着地している。
	◎	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・直近の２か月は最繁忙期のため、３か月前より販売量が増えている。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・今月も値上げの影響が１番大きい。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・今月は大型テレビで65型以上が好調に売れている。新築物件の客が多く、85型なども６台以上需要があった。
	○	一般レストラン［居酒屋］（経営者）	来客数の動き	・物価上昇と農作物の不作の影響は変わらないものの、県外からの出張や観光での来客が増えている。
	○	一般レストラン［居酒屋］（経営者）	来客数の動き	・予約客以外にも当日の問合せやフリー客の動きが良くなっている。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・昼も夜も動きが良かったので、前年同月と比べて10%の増収である。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・10月の３連休は、全日天候に恵まれたこともあり、客の数が多かった。また、前年に比べて、過ごしやすい天気も多くなり、観光に出掛ける方も多くなったとみられる。
	○	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・ゴルフシーズンに入り、来場者数は前年比108%と好調に伸びている。
	○	その他住宅［住宅管理・リフォーム］（営業）	販売量の動き	・例年と比べて、年末から年度末に向けて改修案件の依頼が多い。特に、業績が好調な法人関係の動きが顕著である。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・客が物価高に慣れてきたようで、節約マインドが薄れている。ただし、まだ多くの客は買い控えの傾向が強い。当店は買回品と最寄り品を扱っているが、買回品は苦戦している一方、最寄り品は順調に伸びている。
	□	一般小売店［精肉］（経営者）	単価の動き	・今月は市民総参加の秋祭りや市民運動会など、行事が多く、支出がかさんで家計に響いている。物価が上昇しているため、毎日チラシを見比べて、買物は控えめにしている客が多く見受けられる。
	□	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で３か月前と比較すると、前年の売上を１割程度上回っており、景気動向は変わらない。今月は比較的安定した天候の日が多く、神社仏閣目当ての観光客の動きも堅調だった。また、夏の猛暑時期を避けた観光が根付いてきたようである。小中学校の秋休みが広がっているようで、平日にも親子連れが目立っている。インバウンドも非常に多くなっている。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・通常営業が中心で、特に大きなイベントや集客につながる催事がなかったことから、来客数は変動なく横ばいで推移している。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数がほぼ横ばいのため、変わらない。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・この数か月、新車や中古車の販売が低位安定で推移している。
	□	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・景気の感触はほとんど変わらない。ディスカウント施策に対する反応は大きく、物価高に対する厳しい個人消費が反映されている。今月だけみれば、前月の台風や降雨の影響により悪かった分の反動で、やや数値は持ち直している。

□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・地域のプレミアム付商品券が利用できる期間に入ったため、客入りは良くなっている。例年と比べ、プレミアム付商品券での売上が多い。逆に言えば、ふだんいかにお金を使えない、又は使わないということかが、よく分かる。
□	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、米価が値下がりしているものの、10月から値上げとなった食材や経費が多かったこと、人件費も最低賃金引上げに伴い、賃上げしたことから、収支面は圧迫されている。クライアントに対して、取引条件の引上げを交渉せざるを得ない状況が続いている。
□	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・10月は９月の大型連休後で外出が控えられるかと懸念していたが、例年どおりの動きである。
□	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・猛暑や長雨にさいなまれてきたが、ようやく天候も回復し、台風の影響もほぼなく、順調に推移している。
□	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・販売量が一定量から増えず、前年同期と比べても大きな変化はない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・今月は天候も良くなりゴルフシーズンで、週末はゴルフ客の利用が増えている。午前中の利用客が増え、タクシー車両が少ないこともあり、乗り場に列を作るようになっている。ただし、午後から夜、深夜の時間帯は客待ちのタクシーが並んでいる。飲み会があっても１次会での解散が多いようである。
□	通信会社（社員）	単価の動き	・当社サービスは原価高騰を受け、来年から値上げを決定した。同業他社の動きを調査して決定したものだが、今後も単価の動きに関しては注視していく予定である。
□	通信会社（営業担当）	それ以外	・ガソリン等の補助金縮小や電気料金の上昇等もあり、物価高のため、節約志向が強い。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・20～30歳代をターゲットにしたパーマが人気で、新規客が増えている。若年層でもお金に余裕のある人が増えている印象である。
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・最近は事務所等の問合せはほとんどなく、動きがない。後継者問題等で個人商店が閉業し、売上が伸びないせいか、シャッターの下りた店が増えている。
▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数は前年割れの状況が続いており、売上も前年を下回っている。
▲	スーパー（商品部担当）	単価の動き	・食料品の値上げは農作物や水産物等の値上がりの影響とみているが、買上点数や客単価は低下しており、集客を試みても売上の増加につながらない。来客数に対して２％程度売上が落ち込んでいる。
▲	スーパー（経営企画）	お客様の様子	・客単価は各商材の値上げの影響により横ばいだが、買上点数は継続して微減となっている。また、特売品の購入が集中している。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・中間決算月による一時的な押し上げがみられるものの、景気の勢いは弱い。
▲	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・例年この時期に発売される販売をけん引する新製品に、動きが出ていない。
▲	ゴルフ練習場（経営者）	お客様の様子	・食料品を始め、生活必需品全ての価格が上昇しており、節約志向が強まっている。
▲	美容室（経営者）	単価の動き	・破産、倒産のニュースが多い。どの業種でもあり、頑張っているものの他人事とは思えない。２極化とよくいわれるが、自分がどちらかに該当するか、つらいことだが分かっている。業種によっては、景気が良いところもあるかもしれないが、この年末は２極化が現実味を帯びながら、実感するとみている。
▲	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・住宅ローン等長期金利が上昇傾向となり、様子見の状況が継続している。
×	一般小売店［家電］（経営者）	来客数の動き	・地方では景気が上向いていない実感は確実にある。苦しいと話す客も結構多い。
×	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・パソコンは前年の特需による反動減で、販売量が前年実績より大きく落ちている。一方、携帯電話は販売台数が減少するなか、単価上昇により売上は好調に伸びている。夏季までのエアコン特需は一服している。

企業動向関連 （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	・データセンターや半導体関連分野において、設備投資の動きが加速度的に上向いており、仕事が広がりつつある。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・街や行楽地の人出も、商店や商業施設等での買物客等が増え、以前より消費行動に活気がみられる。一方で、中小や下請企業等の受注、売上は足踏み状態で、物流関係の包装資材等、製造業の業況は落ち込んでいる。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・景況感は余り変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注先の状況改善がみられない上に、各種材料仕入先の状況が芳しくないのを目の当たりにしている。
	□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の生産、計画共に大きな変更もなく順調に進んでいる。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・季節商材、冬物対応のエアコン、電気ストーブ、電気ヒーターや石油ファンヒーター等、冬物カーペット、カーテン、ラグ等の物量は前年並みを確保している。出荷が月の中旬から月末にかけて偏りがちで、車両不足が発生し、協力会社等のコスト高もあり、利益が薄くなっている。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・資材価格は高止まりしているものの、入手困難な資材はなく、安定して調達できる状況が続いている。
	□	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・広告出稿件数は、前年とほぼ同じである。アナログな紙広告は、今後も増えることはない。ＳＮＳを活用したコンパクトな手法で広告を打つケースが主流になっており、印刷を伴う広告は徐々に減っている。
	□	司法書士	取引先の様子	・当地は地方の小さな街で、人口も当たり前のように減り続けている。そのため、景気が良くなることはもちろんなく、目に見えて分かるほどの動きのない静かな毎日を送っている。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・物価対策よりも物の値上がりの進行が速い。値上げの間隔も短くなっている。
	▲	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・収入が増えないなか、食料品を中心に価格高騰が収まらず、消費者の購買意欲は非常に冷え込んでいる。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・買い控えがある。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・全ての取引先で受注や販売量が減っており、非常に大変な状況である。
	×	不動産業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・資機材の値上がりが続いており、受注価格に反映させたいが、価格上昇分全てを上乗せすることができないため、利益は減少している。
雇用関連 （北関東）	◎	－	－	－
	○	－	－	－
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・住宅関連等の増改築や新築工事は、賃上げ分を見据え、低金利のときに資金調達したとみられる工事が目立っている。人手不足を急ピッチで解消することはなかなか難しいものの、建築関連や建設の状況は良いようである。生鮮食料品等の食材小売部門では、外国人がやや減っているものの、求人募集はうまくいっている。ただし、給料等が上がらないからか、客の買い控えがみられる。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・募集の多くが欠員補充であり、受注増加による増員は少ない。社員による配置転換で対応することを基本とし、繁忙期対応としての期間限定での依頼が多い。
	□	人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・派遣の採用者数は増加傾向だが、退職者もあるため、総じて変わらない。
	□	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３か月ぶりに減少となったが、増減を繰り返しているため、変わらない。
	□	学校［専門学校］（副校長）	求人数の動き	・求人企業の状況を確認すると、特に大きな変化はない。

	▲	*	*	*
	×	*	*	*