

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)	◎	－	－
	○	スーパー（商品部担当）	・景気は良くない状態だが、商圏内の同業店の閉店により、しばらくは来客数や売上の増加に期待できる。内容的には、価格高騰による影響等は何も変わらない。
	○	コンビニ（経営者）	・クリスマス商戦で売上が増えるため、やや良くなる。
	○	一般レストラン（経営者）	・毎年2月は、年末年始が過ぎ閑散期になるが、新型コロナウイルス感染症が落ち着けば、今年よりは人が動くのではないかと。
	○	タクシー（経営者）	・全体的に動きが良くなってきたので、この先も良くとみている。
	○	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加を受け、現在の回復スピードが鈍化すると思われる。
	○	設計事務所（所長）	・新型コロナウイルス感染症の治療薬が出てくることで、以前のような生活が戻ってくるとみている。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況がこのところ増加傾向で、幼稚園や学校の学級閉鎖が見られる。新型コロナウイルスの感染第8波への懸念から、外出を控える人が増えている。クリスマスから年末年始にかけ、感染拡大するのではないかと不安が募る。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況によるが、年が変わっても景気の向上は余り期待できない。
	□	一般小売店〔青果〕（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増減次第なので、何とも言えないが、来客数は新型コロナウイルス感染症が発生してから、本当に人出が少なくなっている。辞めていく同業者から納品先を譲ってもらって売上の伸びているが、それを省くと完全に売上はダウンしている。
	□	百貨店（営業担当）	・年末年始に向け、新型コロナウイルスの感染拡大が懸念される。物価高による生活防衛意識の高まりに、外出自粛が加わることで、景況回復は見込めない。
	□	百貨店（店長）	・年末年始にかけて、新型コロナウイルスの感染拡大やインフルエンザの流行等、懸念材料が多く、マスクミでの取り上げられ方を見ると、来客数の大幅増は厳しいと認識している。
	□	百貨店（店長）	・やや回復傾向にあるものの、新型コロナウイルスの感染拡大で判断を許さない状況である。
	□	衣料品専門店（統括）	・新型コロナウイルス感染症の影響は、いまだに大きい。客も本来なら購入意欲が湧いてくるが、まだ新型コロナウイルスの悪影響が出ており、人は出てくるが買物は控えているようで販売に結び付かない。こうした心配がこれからも続くのではないかと。
	□	家電量販店（営業担当）	・依然として、海外からの基板等の部品入荷が遅れ、製造に支障が出ている。販売動向は、寒さの到来でエアコンを中心に売れ、前年比90%まで回復してきている。石油暖房の動きに期待したい。白物家電関連は前年比85%で苦戦しているが、回復するとみている。
	□	乗用車販売店（経営者）	・当地域の自動車メーカーは、部品調達が順調になってきたため、生産台数がほぼ新型コロナウイルス感染症の発生前に戻り、受注から納車まで1～2か月の短納期になってきている。商業界では食料品を始めとして自給率は下がり、ステルス値上げなどで、売上が下がっている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・納車予定車両が前倒しで納入できるようになったものの、受注は今も減少傾向で推移している。
	□	乗用車販売店（販売担当）	・前月に続いて、今月は販売、修理関係共に、上向きになっている。ただ、年を越して、来年もぐんと伸びていくかという疑問を感じる。現状程度の良さが少しは続くと思っているが、極端に良くなる要素はない。
□	自動車備品販売店（経営者）	・特に、良くなる材料も悪くなる材料も全く見当たらない。強いて言えば、税金が上がってしまうという不安がある。過去の東日本大震災の際には、高速道路が安くなったり無料になるなどで、当店の回りも非常に活気が出て、車の販売、売上、いろいろな面で、我々にも効果が出ていた実感があつた。難しい何とかトラベルとか各種のよく分からない施策ではなく、単純な施策をしてもらえると、我々も安心して活気付くのではないかと。	

□	住関連専門店（店長）	・12月の繁忙期になるため、多少、来客数は増えると思うが、消費者の買い控えは続く。
□	住関連専門店（仕入担当）	・当面は生活防衛意識が働き、生活品に対する消費は抑制傾向が続く。しかし、イベント等への参加意識は相当高く、これまで抑えてきた反動で、年末年始の人の動きは活発になるのではないかと。支出のメリハリが相当大きくなり、生活品は抑制傾向が強くなるとみている。
□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・予約が極端に偏った日に集中したり、予約の入るタイミングからみても、繁閑の差が大きくなっている。トータルしても上積みは考えにくい。人件費等の経費バランスも難しい。
□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症を気にする客もいるので、何とも言えないが、現状維持と予想している。
□	都市型ホテル（支配人）	・今がピークに差し掛かっているように思える。今後の新型コロナウイルスの感染状況によって、稼働率は左右される恐れがある。
□	都市型ホテル（総支配人）	・好調な流れはしばらくは続きそうだが、ここにきて新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が目立っており、不安定な要素も否めない現状である。
□	タクシー運転手	・なかなか良くなりそうとみている。
□	通信会社（経営者）	・この状況が数か月で改善される気配は、一切ない。
□	通信会社（社員）	・都道府県の全国旅行支援等による経済効果を感じている。
□	通信会社（営業担当）	・今後、企業によっては、賃上げなどを検討しているところもあると聞いているが、現在の収入が増えない限り、実質賃金の低下が続くため、購買意欲は上がらない。
□	競輪場（職員）	・例年、年末年始にかけては、来場者、売上共に増加傾向になるが、新型コロナウイルスの感染第8波の影響や物価上昇の現状を鑑みると、大きな変化はない。
□	その他サービス〔自動車整備業〕（従業員）	・物価上昇が落ち着かないので、変わらない。
□	住宅販売会社（経営者）	・ウクライナの状況が落ち着かない限り、現状は変わらない。
□	住宅販売会社（経営者）	・やはり、新型コロナウイルス感染症が完全に収束しないと、貸店舗の利用者である飲食店関係は元気にならないのではないかと。土地等もちろはら動きはあるものの、成約等には結び付かない状況で、落ち着いてしまっている。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	・修繕等を先延ばしにしている感があり、今後のことは読みづらい。先延ばしを、いつまで延ばすかもまちまちで、今後数か月で結論が出るとは思えない。
▲	一般小売店〔土産〕（経営者）	・当社同様に観光業を営んでいる周辺企業は、新型コロナウイルス感染症の発生前でも、2か月先の時期は売上が落ちる企業が多い。さらに今回は、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの感染状況が厳しくなったり、全国旅行支援なしで旅行する方が増えてくれるのか、不安要素は尽きない。そのため、景気はやや悪くなるのではないかと。しかし、もう補助金は十分ではないかという声と同業者から聞こえるのも事実である。各種補助金や旅行支援で廃業を免れたという話もよく聞かれ、実際のところ大変有り難かったが、今後は経済を止めないための施策にかじを切り、国の借金を増やさないようにすることが肝要ではないか。
▲	百貨店（営業担当）	・消費者物価指数の上昇度が約40年ぶりの高水準であったり、世界情勢の不安定さや所得が伸びていない状況は変わっておらず、生活防衛意識が高いように見受けられる。また、新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの同時流行に対して過敏になってる側面もあり、来客数減少の影響がある。
▲	スーパー（総務担当）	・光熱費の高騰等が家計に響くことが想定される。
▲	コンビニ（経営者）	・秋口の新型コロナウイルス感染症が落ち着いた際には、上向き感じがあったが、このところの値上げラッシュで、非常に落ち込んでいる。また、光熱費やガソリン代等が家計を圧迫しているため、客は少しでも安い商材へと見る目も厳しくなってきたり、売上は伸びない大きな原因だと感じている。電気代や諸経費の高騰で、当店では利益が非常に圧迫されており、今年度は赤字決算となっている。
▲	コンビニ（店長）	・自治体のプレミアム付商品券の使用が一段落し、また更に物価上昇するだろうことから、客は安値志向の大型店等に流れる。
▲	コンビニ（店長）	・値上がりが続いているので、買上点数が減ってくるのではないかと。

	▲	衣料品専門店（販売担当）	・真面目な国民性から、医学的な根拠のある具体策やそれを踏まえた政策といった安心が担保できる方策が出てこない限り、このまま全然人が動かないような気がする。ある程度、人数制限等を含めてプラス思考で政策を発信してもらえると、大変有り難い。
	▲	乗用車販売店（統括）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響が出てくる。
	▲	その他専門店〔靴小売業〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響が出始めると、客の動きが悪くなる。現状、ブラックフライデーが開催されていて、特別価格、新しい物、自分の好きな物に人気は分かれている。物流の不備でいまだに商材入荷が不規則な状態が続いており、この先も依然として不透明である。
	▲	その他専門店（総務担当）	・物価上昇の影響がある。
	▲	一般レストラン（経営者）	・現在でも、客単価が落ちてきている。今後も値上げ値上げと言われているので、良くなるとは到底思えない。
	▲	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・3割ほどの値上がりは当然だが、今後も食料品の値上げなどが予想されている。年末年始の後には、消費は抑えられると思うので、年明け後の2～3か月は、やや悪くなる。
	▲	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	・新年度からの新規受託先が少しずつ決まり始めている一方で、求人補充の進まない状況が続いている。求人関連費や人件費が増加し、食材費等の上昇と合わせて収益面を圧迫している。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊収入は全国旅行支援などの追い風を受けて、過去最高の売上を計上している。ただし、料飲部門や宴会収入は新型コロナウイルスの感染第8波の影響を受け、受注が弱まっている。特に、宴会は医療や金融関係を中心に、各種団体のキャンセルが見受けられ、好調だった2018年との比較では約55%と、厳しい状況が続いている。新型コロナウイルスに対する社会の対応が変わらない限り、安定した受注を見込むことは難しく、利益構造の転換も視野に入れなければならないように感じている。
	▲	旅行代理店（経営者）	・例年1月から3月は仕事が減る。
	▲	旅行代理店（所長）	・一番の懸念は、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあることである。全国旅行支援は年内に終了し、新年に再開予定とあるが、どのくらいの効果があるのか見通せない。
	▲	通信会社（総務担当）	・取扱商材の家庭における重要度は、食料品や真冬の燃料や電気代、衣類等よりは劣後になることから、保証期間超過の故障でも起こらない限り、購入を控える客が冬場にかけて一層増えていく。
	▲	通信会社（局長）	・物価上昇が家計を圧迫している。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・収支が悪化し、やや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・目抜き通りにあった小売店がまた1つ閉店してしまい、寂しい年末商戦である。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・円安が続く傾向なので、消費は更に悪化するのではないかとの不安感が、市場を覆っている。
	×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・円安、物価高、その他もろもろが直撃しているのは事実である。客の財布のひもは固い。
	×	コンビニ（経営者）	・近くのファミリーレストランが葬儀屋に変わるほど景気が悪い。
	×	家電量販店（店員）	・商材の値上げの影響が厳しいので、給付金等を再度出してほしい。
	×	都市型ホテル（経営者）	・忘新年会シーズン後の閑散期になるので、激減するのは間違いはない。
	×	通信会社（経営者）	・円安による物価上昇に伴う先行き不安から、消費者の買い控えがみられる。また、「買うなら少しでも安く」という心理から安売り店に客が流れる現象もみられる。結局、こうしたマインドから抜けられない。一部の輸出関連企業以外は、仕入コストの上昇で収支が悪化している。要するに健全な物価上昇ではないので、企業に人件費を上げろというのは、余りにも単純で乱暴な発想である。
企業動向関連	◎	—	—
	○	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・原材料の高騰で厳しい状態は続いている。

(北関東)	○	一般機械器具製造業（経営者）	・このままの状態が続いたら、日本経済は沈没してしまう。景気回復のために政治家や大企業が、少しは知恵を働かせて中小企業の支援をするのではないかと、淡い期待感で、やや上向くかとみている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・ウィズコロナで、経済活動が活発化してきている。新型コロナウイルスの感染第8波が来るという予想もあるが、モノ、人、金が動いて回ってくるので、当社のような会社も多少は恩恵が受けられる。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・当社は自動車部品メーカーだが、半導体不足が薄らいでおり、受注が増加している。原材料価格高騰も販売単価に転嫁できており、利益も改善してきている。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・現状の受注状況や商談件数からみても、収益の増加が見込まれる。
	□	金属製品製造業（経営者）	・先の見通しは分からない。様子を見ている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車生産ラインの通常稼働が続き、ロボット向けの更なる増産計画が動く見込みである。ただし、中国向けの工作機械関連部品や欧州向け電動アシスト自転車部品等、大幅な減産計画も予定されており、トータルとしては変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・1～2か月良いと次の1～2か月は悪いという繰り返りで、2～3か月先のことは全く分からない。
	□	その他製造業〔消防用品〕（営業担当）	・まだしばらくは、新型コロナウイルス感染症の影響が残ると考える。
	□	輸送業（営業担当）	・年末年始に向かい、冬物商材である電気カーペットや石油ファンヒーター、寝具等や初売り商材のテレビ、ヒーター、高額掃除機等の物量は、前年並みを確保できそうである。
	□	広告代理店（営業担当）	・良くなる要因は、何も見つからない。
	□	経営コンサルタント	・現状、再び新型コロナウイルスの感染率等が取り沙汰され、回復の兆しが見えた地域の経済活動に、水を差しかねない状況になっている。これからの動向に気掛かりな面がある。
	□	司法書士	・多分ほとんど変わらない。
	□	社会保険労務士	・ある程度の水準までは緩やかに回復していくと思うが、そこから先は、政策や海外の景気次第だと思われる。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・受注予定では減少するため、やや悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・主力製品は、第4四半期にかけて生産が落ち込むため、やや悪くなる。
	▲	建設業（総務担当）	・やはり例年に比べて工事が少なく、回復する兆しも余り感じられない。
	×	建設業（開発担当）	・現与党政権のもと、公共工事は順調に推移している。何しろ現野党政権時は、「コンクリートから人へ」のキャッチフレーズで、建設業は苦労した時期であった。日本は災害大国なので、復旧工事において建設業者は身を粉にして頑張っている。皆も建設業者の役割を理解してもらっていると思う。今期の公共工事は前年比10%減で、コロナ禍だからかと思うが、当社売上も前期比10%減と、今期決算は厳しくなると心配している。
×	不動産業（管理担当）	・長年の取引先からも、取引の縮小や削減の話が出ており、売上や利益の減少が見込まれる。	
雇用 関連 (北関東)	◎	—	—
○	人材派遣会社（経営者）	・年末年始に向けての商材戦略は、販売店で活発さが目立ち、非常に需要があるようである。特に、食品関係ではプレゼント、お歳暮、年賀といったギフト商材等が活発に動いている。製造に関しては年内の在庫確保に向けた動きがあり、建築も同じようにピッチを上げて作業をしているように見受けられる。	
○	学校〔専門学校〕（副校長）	・今後も学校行事等は、前年度より実施可能なイベントが多くなり、経済活動の活発化につながっていく。	
□	人材派遣会社（社員）	・派遣依頼数は増加傾向にあるものの、職種にかかわらず求職条件に合う求職者数が圧倒的に不足しており、業績には直結しない。	
□	人材派遣会社（従業員）	・派遣終了となる会社がある。	

□	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・新規求人は、持ち直しの動きが広がりつつあるものの、新型コロナウイルスの感染第8波や原材料高や円安の影響による物価上昇等、引き続き、動向を注視する必要がある。
▲	人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・周辺の宿泊施設の稼働率は助成金や全国旅行支援のお陰で、伸びているところが多い。当社を含めた同業他社のサービス業は、個人宅の廃品回収等の仕事は停滞している。この先は新型コロナウイルス感染症の影響がどうなるか分からないが、規模の大きい旅館や宿泊施設等では、現状と変わらないのではないかと見られる。
▲	人材派遣会社（管理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・取引先から、来年度より派遣の採用数を減らすか採用なしにするという連絡が来ている。
×	＊	＊