

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 動向 関連 (北関東) | ◎ | ＊ | ＊ | ＊ |
| | ○ | 一般小売店〔土産〕（経営者） | 販売量の動き | ・3か月前の6月は緊急事態宣言が解除され、近隣の社寺の拝観受付も再開された時期である。しかし、来客数は数えるほどで、販売量は例年の1割にも満たなかった。その時期と比べれば今は良くなっているが、前年同時期と比べると4割程度の売上しかない状況である。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 単価の動き | ・たばこや酒の増税のため、客1人当たりの買上点数が増え、客単価が上がったので、やや良くなっている。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・3か月前に比べるとやや良い。新型コロナウイルスの問題が、Withコロナという言葉や経済効果も多少あって、客の動きが3か月前と比べて良くなっている。今月はたばこの増税前ということもあり売上が良かったが、全体的にみても、3か月前よりは前年比での売上も回復している。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、自粛していた客が少しずつ外出し始め、来店している。 |
| | ○ | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・6月辺りから新車販売が落ち込んでいたが、中古車も合わせると、徐々に前年同月並みに戻ってきたようである。 |
| | ○ | 一般レストラン〔居酒屋〕（経営者） | 来客数の動き | ・少しずつ客足が戻りつつある。大人数での宴会は皆無だが、少人数での飲食が目立ってきている。 |
| | ○ | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・3か月前よりは良くなってきているものの、まだ、例年のようには戻っていない。 |
| | ○ | その他飲食〔給食・レストラン〕（総務） | 販売量の動き | ・地域の新型コロナウイルス感染者数が減っているわけではないが、生産活動の正常化等に伴い、社員食堂で提供する食数も戻ってきている。ただし、施設単位で見ると、出張禁止やリモートワーク等の影響で、提供食数が元に戻るまでには至っていない。総体では新規受託先を含め、前年と比べて増加している。レストラン部門の戻りは鈍い状況が続いている。 |
| | ○ | 都市型ホテル（副支配人） | 来客数の動き | ・一時的なものかもしれないが、Go To Travelキャンペーンの影響で、宿泊はシルバーウィークを中心に稼働や売上が戻ってきている。しかし、料飲部門については、宴会や大人数での会食などは全くと言えるほどない。ランチや朝食の売上だけでは、厳しい。 |
| | ○ | 旅行代理店（経営者） | 来客数の動き | ・Go To Travelキャンペーンの利用申込みがコンスタントに入るようになってきたが、団体利用はまだほとんど発生していない。 |
| | ○ | 旅行代理店（所長） | 来客数の動き | ・秋の旅行シーズンに入り、Go To Travelキャンペーンと自治体の補助金が奏功し、波はあるものの、動きは出てきている。 |
| | ○ | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・Go To Travelキャンペーンで、案件が増えている。 |
| | ○ | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの反動の影響で建設業の販売数が堅調である。ただし、4月以降の累計では、まだ前年比を下回っているため、この状況が続くかどうかは不透明である。 |
| | ○ | 通信会社（総務担当） | 販売量の動き | ・単純比較では良くなっているが、3か月前は月の途中まで短縮営業だったこともあるため、感覚的には横ばいである。 |
| | ○ | テーマパーク（職員） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響を受けた観光経済は、Go To Travelキャンペーンの浸透により、週末やシルバーウィークは徐々に回復しているものの、平日は低調で、全体では依然厳しい状況にある。 |
| ○ | 設計事務所（所長） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響が徐々に少なくなっており、感染対策等の徹底により、少しずつ客足が戻っている。 | |

| | | | |
|---|----------------|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ○ | 設計事務所（所長） | お客様の様子 | ・身の回りの景気は上向きになってきているが、いまだに下がったままの業界もある。下がったままの業界は、これから先、更に大きく下降していくと予想され、気が気ではない。 |
| □ | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・マスクも常用されるようになってきたが、新型コロナウイルス感染の恐れもあり、相変わらず商店街の人通りは少ない。店側も毎日の閉店時間を短縮する傾向にある。 |
| □ | 一般小売店〔精肉〕（経営者） | 単価の動き | ・今月は新型コロナウイルスの影響は少し落ち着いてきている。天候不順の割には、まあまあだったと思う。しかし、イベントも余りなく外出を控える人は多いので、変わらない。 |
| □ | 一般小売店〔家電〕（経営者） | 販売量の動き | ・暑さが続いたので、売上自体はさほど変わらないが、今後、涼しくなってくると販売量は落ちる。 |
| □ | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・前年9月は消費税増税前の駆け込み需要があった。今月は前年同月の特殊事情を考慮しても極めて厳しい状況である。食品物産展など一部好調な部分もあるが、衣料品を中心に、各商品群とも依然厳しい状況である。 |
| □ | スーパー（商品部担当） | 単価の動き | ・ここ数か月、来客数の苦戦を客単価の上昇で補い、売上を維持する傾向が続いている。消費者の自粛モードに変化がなければ、現状が続くそうである。 |
| □ | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・売上は前年比で1日当たり7万4000円マイナスの86%で、8月からは前年比2%ほど改善がみられ、今月中旬から月末にかけて客が戻ってきている。特に、21～24時の夜間の客が戻っている。今は新型コロナウイルスの影響よりも店舗前の道路工事の方が大きなマイナス要因となっている。 |
| □ | 乗用車販売店（販売担当） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、新車、中古車、輸入車、国産車、全ての売行きが落ちている。来客数が極端に減っており、販売は2～3か月前と同じくらいの低水準で推移している。 |
| □ | 自動車備品販売店（経営者） | お客様の様子 | ・地方都市の当地では、今ごろになって客が新型コロナウイルスの恐ろしさを認識してきている。報道による新規感染者数にかなり影響されているのか、客の動きが鈍く、購買やその他の活動にも影響を感じる。スーパーに行っても皆がマスクをしていて、来店客も従業員も感染を恐れているような感じである。 |
| □ | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・前年との比較では、来客数減少率が3か月前とほぼ同等である。近隣で新型コロナウイルスのクラスター発生が報道され、自粛ムードが弱まらない。 |
| □ | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・8月の落ち込みが9月もそのまま続いている。厳しい状況に変わりがない。 |
| □ | 通信会社（局長） | それ以外 | ・当社が関連する企業や客の状況に変化は感じないものの、取引先の派遣会社から、「製造業では派遣切りが多く苦労している」という話を聞いている。 |
| □ | ゴルフ場（総務担当） | 来客数の動き | ・来客数の動きは、3か月前と比べて変わらない。 |
| □ | 競輪場（職員） | お客様の様子 | ・入場者数、購買単価共に、変化がみられない。 |
| ▲ | 百貨店（営業担当） | 単価の動き | ・3か月前と比べて客単価、商品単価共に低下している。落ち込みが特に激しいのは化粧品部門である。マスク着用が必須の風潮で、化粧品の必要性が薄らいでいる。 |
| ▲ | 百貨店（営業担当） | それ以外 | ・紳士服、婦人服共に、アパレル大手の撤退の影響がある。特に、紳士服は撤退後の補填ができていない。衣料品に限らず、雑貨等にも当たっているが、進捗がない。 |
| ▲ | 衣料品専門店（店長） | 販売量の動き | ・秋の行楽を控えている客が多いため、今月中旬にダイレクトメールを送って秋物セールを開催したが、販売量は前年と比べて落ちている。 |
| ▲ | 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・例年以上の残暑もあって月前半は夏物商材の動きが良かったが、後半は他の商材でカバーできなかったため、やや悪くなっている。 |

| | | | |
|---|---------------------------|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ▲ | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・特別定額給付金の10万円が支給された月は良かったが、数か月たって季節的にエアコンは端境期となり、売上は鈍化してきている。今月のけん引商材はカラーテレビと洗濯機である。売上は、消費税増税の駆け込み需要でボリュームの大きかった前年と比べると、70%となっている。 |
| ▲ | 住関連専門店（仕入担当） | 来客数の動き | ・前年同月は消費税増税前の駆け込み特需があったこともあるが、新型コロナウイルスの影響による巣籠り特需も減少傾向である。生活用品に関しては、節約志向が高まりつつある。 |
| ▲ | その他専門店 [靴小売業] （経営者） | 来客数の動き | ・7月から上向くと思っていたが、8月は来客数が少なかった。イベントや天候など、前年と大幅に異なるので人の動きがつかめない。また、Go To Travelキャンペーンで、買物に注意が向かなくなっている。テレワークによってライフスタイルが変わり、メーカーや問屋の動向も、客の動きがつかめていない様子である。売上は少し落ちてきている。 |
| ▲ | その他専門店 [燃料]（従業員） | 販売量の動き | ・依然として受注が減少している。今後の受注残も減少傾向が続いている。 |
| ▲ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・相変わらず、今月も悪過ぎる。今月は1年で最大の祭りも中止になり、人が集まるイベントがなくなり、ひっそりとしている。Go To Travelキャンペーンも、観光地ではないため、人が来ることがない。年金受給していない若者は、生活するのが大変である。この状況がいつまで続くか分からない。 |
| ▲ | 通信会社（経営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、やや悪くなっている。 |
| ▲ | その他サービス [自動車整備業]（経営者） | お客様の様子 | ・不要不急の外出を控える意識の高まりは、車での移動にも影響が出ている。車体部門の入庫減少傾向が響いて、技術者の雇用に悪影響が出始めている。 |
| ▲ | 住宅販売会社（経営者） | 来客数の動き | ・来客数がかなり落ちている。インターネットによるアクセスは増えているので、関心はあるようだが、寂しい状態が続いている。 |
| ▲ | 住宅販売会社（経営者） | お客様の様子 | ・相変わらず、新型コロナウイルスの影響のせいで、テレワークや本社への異動により当地域からは撤退傾向で、貸事務所の空室が大分目立ってきている。また、夜の飲食店関係の貸店舗も同様である。まだ回復に至っていない。 |
| × | 衣料品専門店（販売担当） | 来客数の動き | ・当店の客はほとんどが高齢者なので、今のところ、全く街に出てくる気配がない。やはり、外出しても安心安全だという環境が整っていないことが、大きな背景にある。そのためにも、安心安全の環境づくりに、国を挙げて取り組むべきだと思っている。環境を整えてもらわないと、経済活動や人は回らずお金も回らないので、先行きは全くみえない。 |
| × | 家電量販店（営業担当） | 販売量の動き | ・前年は10月からの消費税増税のため消費が前倒しとなり、単価の高い商材の動きが良かった。その反動で今年は前年比で75%と大変苦戦している。新型コロナウイルス関連の消費で好調に推移していたが、前年実績までのカバーはできない。 |
| × | 住関連専門店（店長） | 競争相手の様子 | ・新型コロナウイルスの影響による飲食店やアパレルの倒産、破産が続き、今後の見通しが立たない。 |
| × | 都市型ホテル（経営者） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスによる自粛要請、休業要請はあっても、保証はない。また、解禁宣言もない。この業界は壊滅する。 |
| × | タクシー（経営者） | お客様の様子 | ・全体的に動きが悪く、前年同月と比べて40%減である。 |
| × | タクシー（役員） | お客様の様子 | ・近隣地域でクラスターが発生し、出控えが顕著なため、悪くなっている。 |
| × | ゴルフ練習場（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、街に人が出てこない。 |
| × | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・今月はあたかも町の人口が半減したかのように閑散としている。どの職種といわず苦戦を強いられている。 |

| | | | | |
|-----------------------------|---|-------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 企業 動向 関連 (北関東) | ◎ | 金属製品製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・6月の売上は前年度と比べて半分以下だったが、今月の売上は前年度の8割まで回復している。 |
| | ◎ | 一般機械器具製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・一部の取引先では、緊急事態宣言中に工場稼働を止めたことによるマイナス分をリカバーする動きが本格化している。増産対応のため休日出勤を行い、フル稼働している部署もある。 |
| | ○ | 化学工業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・盛り返してきた部門や前向きな引き合いがあり、期待している部分もある。ただし、回復と言えるまでには至らないと思うところもあるので、やや良いという判断である。 |
| | ○ | 輸送用機械器具製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染状況がこう着状態のなか、徐々にではあるが、受注は感染症影響以前の計画に対して約90%と、回復基調になっている。 |
| | ○ | 輸送業 (営業担当) | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、野外レジャーへの安心感から通販向けキャンプ用品、テント、バーベキューセット等の輸送量が増えている。今月下旬には気温も下がり、冬物家電、石油ファンヒーターやこたつ等、暖房器具の物量が増え、前年の2割増の売上である。 |
| | ○ | 社会保険労務士 | 取引先の様子 | ・イベントなどが少しずつ行われるようになってきており、以前よりは良くなっている。 |
| | ○ | その他サービス業 [情報サービス] (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・引き合い、商談件数、受注量共に増加傾向にある。客の投資意欲が、少し前向きになっているように感じる。 |
| | □ | 窯業・土石製品製造業 (総務担当) | 受注量や販売量の動き | ・例年なら備蓄の時期だが、お陰様で出荷に追われている。 |
| | □ | 建設業 (開発担当) | それ以外 | ・公共工事主体で売上の95%を占める建設業だが、新政権が誕生したばかりなので、今後の公共工事の推移は未知数である。今期の公共工事発注は前年比34%増と過去に経験したことのない金額である。これは前年の大雨による災害復旧に起因している。当社も前期比10%増の受注がある。 |
| | □ | 広告代理店 (営業担当) | 受注量や販売量の動き | ・集客イベントの告知広告はSNS等で行うことが多くなっているため、印刷する案件が極端に少ないままである。同業者からは事業縮小の話も聞かれるようになり、広告業界の先行きは不透明である。 |
| | □ | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・企業の経営行動や消費者の外出、消費行動に大きな変化はない。新型コロナウイルスの影響で、景気的には外向きの消費行動が散見される。 |
| | ▲ | 電気機械器具製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響が続いている。 |
| | ▲ | 輸送用機械器具製造業 (経営者) | 取引先の様子 | ・取引先、受注量等の動きが、良いときの半分以下という大変な状況である。 |
| | ▲ | 建設業 (総務担当) | 受注量や販売量の動き | ・民間工事の動きがすこぶる悪い。 |
| | ▲ | 不動産業 (管理担当) | 受注量や販売量の動き | ・いくつかの取引先から「売上や利益が減少したため、管理作業費用の安い他社に依頼したい」と言われ、売上が減少している。 |
| | ▲ | 司法書士 | 受注量や販売量の動き | ・じわじわと落ちている感じである。ただし、我々の業界は、どちらかと言えば極端に景気の影響は受けない業界なので、幾分助かっている面がある。 |
| | × | 電気機械器具製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・前年同月比で売上が約3割落ちている。全般的に仕事量が落ち込んでいて、厳しい状況である。 |
| 雇用 関連 (北関東) | ◎ | — | — | — |
| | ○ | 人材派遣会社 (経営者) | 求人数の動き | ・今月に入ってから、求人が少し増えて忙しくなっている。 |
| | ○ | 職業安定所 (職員) | 周辺企業の様子 | ・飲食、サービス業の休業数が減少してきている。 |
| | □ | 人材派遣会社 (経営者) | 求人数の動き | ・青果物、食品関係は順調で、品ぞろえもありスーパーの人の動きも幾らか増えているようである。住宅関連等の建設、工場関係では食品製造以外だと自動車関連や電子に動きがあるが、やや不確定ではある。購買力が鈍っているということもある。 |

| | | | |
|--------------------------|------------------|--------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 人材派遣会社 (社員) | 求人数の動き | ・派遣依頼は回復傾向にあるものの、社内の人事異動で充足するまでといった期間限定の依頼が多い。 |
| <input type="checkbox"/> | 人材派遣会社 (管理担当) | 求人数の動き | ・新型コロナウイルスの影響が続き、派遣求人数は低迷している。 |
| <input type="checkbox"/> | 職業安定所(職員) | 求人数の動き | ・新型コロナウイルス感染拡大の影響が大きい状態が続いており、求人減少の主要因となっている。特に、製造関係では雇用調整や休業等を行っている事業所が多く、求人が控えられている。 |
| ▲ | * | * | * |
| × | * | * | * |