

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)	◎	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で自粛ムードにあった客が、少し自粛を緩和して来店している。
	◎	観光型ホテル（経営者）	単価の動き	・7月末からGo To Travelキャンペーンが始まり、客に動きが出てきた。8月以降、旅行需要は明らかに低単価から高単価志向になっている。前年は台風の影響があり比較対象にならないため、前々年と比べると、人数は大きくは伸びていないが売上は80%以上にまで戻ってきており、企業によっては100%を超えるところもある。Go To Travelキャンペーンに関しては、ネガティブなことがいわれるが、間違いなく当業界の経済の底上げに貢献している。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーン事業の対象に東京都が加わったことで、来客数も多くなり、当店のような土産物店や飲食店などにも観光客が多く来店するようになった。また、今までは土産物を買って控える客が多かったが、地域共通クーポンの利用も始まり、購入意欲が上向いていると感じる。3か月前と比べると、来客数、購買意欲共に、やや良くなっているが、前年同月比では6割程度の売上で、依然として厳しい状況である。
	○	スーパー（商品部担当）	お客様の様子	・キャッシュレス決済のキャンペーンやGo To Travelクーポン等の利用により、来客数の3%増につながっている可能性もあり、利用頻度が良い。キャンペーンに左右されている感はあるが、客単価上昇の傾向には変化がない。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・9月中のたばこの先買いにより、10月は売上が大きく落ち込むと予想していたが、落ち込んだのは月初だけで、他の商材でカバーできている。新型コロナウイルスの影響が少し和らいだ感があり、前年比で売上91%、来客数89%で推移している。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・当店は観光地に立地しているのだが、観光客は増えてきているようである。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・少しずつ、冬物商材が動いている。
	○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・自動車の販売台数が順調に伸びており、前月と比べても比較的良好な数字である。このまま景気が良くなってほしい。
	○	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・10月後半に紅葉時期が始まったところに、Go To Travelキャンペーンが重なっている。当社は観光地を控えているので、ホテル、土産、ドライブイン等、観光事業に関係する客が多いが、ようやく最悪の状態を少しずつ抜け出してきたという感じがする。ホテルによっては、高級ホテルが来年2月まで予約が埋まって一杯になったり、中間クラスのホテル、温泉ホテル関係も年内は予約で満室と、明るい材料が随分と重なり、最悪の状態は脱したようである。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客から「まだ店に行くのは怖い、自宅で宴会をしたいのでテイクアウトで何かないか、金額は幾らでも構わない」という問合せが多く来ている。店内での宴会が取れない分、非常に助かっている。臨機応変に対応できるかどうかは鍵となりそうである。
	○	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・客足が少しずつ戻りつつある。会社の会食も「少人数であれば大丈夫」という話も聞いている。
	○	スナック（経営者）	お客様の様子	・店への来客は、ここ3か月余りないが、街なかの人出は増えてきている。Go To Travelキャンペーンや関連の客も多くなっているようである。
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	販売量の動き	・事業所給食を受託しているが、今年度からの新規受託先もあり、総じて前年を上回る食数になってきている。ただし、新型コロナウイルスの影響で、個別の社員食堂、介護施設でみると、完全に従来の食数に戻ってはいないところもある。

○	都市型ホテル (副支配人)	来客数の動き	・宿泊については、引き続きGo Toキャンペーンの影響もあり、前年の7～8割程度まで回復してきている。一方で、料飲部門は厳しい状況が続いている。
○	旅行代理店(経営者)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンのお陰で個人旅行の売上は前年並みまで回復している。ただし、団体旅行は学生については動き出したものの、一般客の団体は、ほぼ動いていない。
○	旅行代理店(所長)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果が始まって、来客数は伸びている。また、地域共通クーポンが地元自営業者にも広く理解され、登録施設が充実してきている。ただし、宿泊は高額な施設に偏る傾向が続いているので、もう少し平準化が望まれる。
○	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・不動産関連の販売数が増加傾向にある。
○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの影響で、入園者数が徐々に増加している。特に、行き先の振替による学生団体客が急増し、前年の一般団体客や訪日団体客を上回る入園者数となっている。
○	ゴルフ練習場 (経営者)	販売量の動き	・Go Toキャンペーン等の景気刺激策により、客が動き出したように感じる。
○	設計事務所(所長)	それ以外	・Go To Eat事業の影響で、外食がにぎわっている。Withコロナでの動きが活発になりだした様子である。
○	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・最近、店舗の引き合いがちらほらみられるようになってきている。特に、スナック、飲食店関係では、閉鎖する店もあるが出店者からの引き合いも出てきている。事務所関係の動きは相変わらず少ないものの、店舗については少し上向いてきている。
□	商店街(代表者)	お客様の様子	・Go Toキャンペーン事業で人の動きが活発になり、客に笑顔が見られるようになってきている。ただし、新型コロナウイルスによるコロナ禍以前の景気には戻らない。今もなお苦戦している。
□	一般小売店〔精肉〕 (経営者)	お客様の様子	・当地でも他県と同じように、毎日のように新型コロナウイルスのクラスターの発表が出ているため、客はなかなか外に出ることはできない。土日は何とか来客があるものの、平日の来店は本当に少ない。個人商店はなおさら影響を受けている。
□	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が一進一退の状況で、顧客の購買行動は依然慎重である。食品物産展など、食関連の提案に対する反応は良いものの、主力のアパレルは依然厳しい状況にある。
□	百貨店(営業担当)	単価の動き	・3か月前と比べても客単価、商品単価共に、大きな変化はない。しかし、食品催事は引き続き好調で、食への関心の高さがうかがえる。非食品群にはほぼ変化がなく、店全体でも、余り変わらない。
□	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・Go To キャンペーン、Go To Travelを含めたいろいろな支援策を、今、国や県、地方自治体がやっている。そのお陰で観光客が増加し、来客数、売上共に増えている。
□	衣料品専門店 (統括)	来客数の動き	・今年の夏祭り、秋祭りがほとんど終わった。全国のみこし、山車等も出番がなく、大変静かな年になっている。祭り用品を扱っている業者にとっては、特に大変な年であった。来年こそは、何とか元に戻れば良いと思っている。
□	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が依然として続いており、相変わらず外での飲食が控えられ、街には活気が乏しい。今までは多少は活気があった大規模小売店も、来店者数が減少しているように見受けられる。
□	自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・前月は販売量が比較的好調だったが、客は慎重で話の展開がスムーズではない。今後、良くなるか悪くなるかは、全く見当が付かない。
□	その他専門店 〔靴小売業〕 (経営者)	来客数の動き	・このところ、販促がうまくできた店がやや持ち直している。ただし、全体ではいまだに3か月前と変わらず低迷しており、来客数減少に歯止めが掛からない状況が続いている。Go Toキャンペーン等の御利益は物販店である当店には効果が薄い。

□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・レストラン部門には客足が戻ってきているものの、宴会はほとんど行われておらず、大きな変化は感じられない。
□	都市型ホテル (営業担当)	販売量の動き	・ホテル関係は数か月前よりは若干良くなっているが、国のいろいろな施策等に頼った形での若干の改善であり、やはりこういう施策等がなければ、根本的などころは全く変わらず悪い状況が継続しているとみている。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・相変わらず、悪過ぎる。地元企業からは「飲み会等の規制が緩和された」という話を聞くが、週末の早い時間に軽く済ませて、帰宅が早く、深夜は閑散としている。
□	通信会社(総務担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言明けから、販売数は毎月横ばいで推移している。
□	通信会社(局長)	販売量の動き	・行政、個人共に、Wi-Fi環境整備の需要が高まっている。行政は国からの補助が出ているため当然といえるが、スマホで十分だといっていた個人客も、自宅のWi-Fi環境を整備している。
□	ゴルフ場(総務担当)	来客数の動き	・個人客は戻ってきているものの、企業等の大口コンペは復活していない。
□	競輪場(職員)	お客様の様子	・入場者数、購入単価共に、ほぼ変化がみられない。
□	その他サービス [自動車整備業] (経営者)	それ以外	・人や車の動きに変化はなく、休日だけはやや上向いているか、という程度である。小売店中間の窮状は、改善の兆しもない。政府の施策が届いていない。
□	設計事務所(所長)	お客様の様子	・新型コロナウイルスがなかなか収束せず、現状維持がやっとというところではないか。
□	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・来客数が相変わらず少ない。
▲	一般小売店[家電] (経営者)	販売量の動き	・家電業界は夏が過ぎると閑散期に入るので、当然、売上は落ちる。
▲	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・客の動きもそうだが、地域住民のイベント等が全てなくなり、来客数も減っている。
▲	家電量販店(店員)	販売量の動き	・前年同月は消費税増税で落ち込みが大きく、前年との比較は難しいものの、金額だけで比べると2けた伸びている。パソコン本体、テレビ、洗濯機、家電小物、エアコンが好調である。一時の特別定額給付金の特需は消えている。
▲	住関連専門店 (仕入担当)	単価の動き	・来客数に大きな変化はないが、単価の下落傾向が顕著である。販売数もこれまでのようなまとめ買い傾向から、必要な物を必要な分だけという形に、変わりつつある。
▲	その他専門店 [燃料](従業員)	販売量の動き	・業務用は大きく数量減少となっているが、小売は増加している。全体的には大幅な減少傾向である。
▲	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・社内外の情報によると、賃金面を含めた減給などがとても多いようである。
▲	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先行きは不透明である。
▲	美容室(経営者)	来客数の動き	・Withコロナで感染対策をして集客を図っていても、客足は鈍い。
×	衣料品専門店 (販売担当)	来客数の動き	・当店の顧客はかなり年齢が高い層が中心である。新型コロナウイルスのコロナ禍のなかで、高齢者の行動全てが安心安全な環境を担保されていないと動きださないということで、本当に客が街に出てこない。今月も年金支給月だったが、限られた人しか出ていない。今の状況を脱するため、安心安全な環境づくりに国を挙げて取組んでもらわないとならない。人が止まってお金が止まったら、その後の循環型社会が成り立たないので、早急に環境づくりをしてほしい。
×	住関連専門店 (店長)	競争相手の様子	・新型コロナウイルスによるコロナ禍で小売業、特に、飲食業の倒産が相次ぎ、当面の景気回復は見込めない。
×	タクシー(経営者)	お客様の様子	・昼も夜も動きが悪く、前年同月比44%の減収である。
×	タクシー(役員)	それ以外	・コロナ禍で最悪の状態である。国の施策も最悪である。

	×	通信会社（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で悪くなっている。
企業 動向 関連	◎	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・だんだんと回復している気配はある。ただし、前年同月比でみると、依然として約3割程度落ち込んでいる。
(北関東)	○	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・持ち直し感が出てきており、各部門の受注量は微増程度であるものの、やや良くなるとみている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・協力工場にも仕事が徐々に増え始め、当社の要求する納期に納品されない案件が出てきている。
	○	建設業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で売上の95%を占める建設業を営んでいる。前政権誕生後、公共工事は順調に推移しているが、現政権は誕生したばかりで、今後の公共工事についてはまだ分からない。今期公共工事は前年比34%増と経験したことのない発注額で、当社も前期比10%増の受注である。ただし、災害復旧による増加なので、喜ばしいことではない。
	○	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・インターネット通販向けの冬物家電、電気カーペット、石油ファンヒーターや冬物寝具等の輸送量が、涼しくなるにつれて大幅に増加している。青果などは今年は出来が悪い部分もあって落ち込みもあるが、全体では前年比2割増の輸送実績となっている。
	○	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、受注件数いずれも増加している。客のマインドに変化がみられる。
	□	窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・先行きは少々心配だが、今のところは堅調に推移している。
	□	広告代理店（営業担当）	それ以外	・飲食店経営者の多くが、「来客数は多少伸びてきているが、常連の宴会が入らないので、利益がなかなか上がらない」と話している。自治体や国のキャンペーンによるバックアップは有り難いが、それで来るのは個人客なので、利益の高い宴会にはかなわないようである。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・ランチの客は戻ってきているが、居酒屋等、夜の飲食店では宴会がなく、客が戻っていない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・7～9月の売上は前年比8割で、今月は7割弱になっている。来月は同程度かもっと悪いかもかもしれない。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・以前の景気後退時には、取引先10数社の半分くらいが悪かったが、今回の景気は、得意先が10社中10社とも非常に景気が悪くなっている。
	▲	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・今月から取引解消となった取引先があり、それをカバーできる受注がなかったため、売上が減少している。既存取引先の利益改善もうまくいかず、利益も減少している。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・街なかや観光地、観光スポットなどにやや多くの人出が見られるようになってきている。しかし、新型コロナウイルスの影響は深く生活様式に浸透しており、消費者の消費行動の活発化には限界がうかがえる。
	▲	司法書士	受注量や販売量の動き	・まだ少しずつ悪くなっており、歯止めが掛からないような気がする。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月と同様に悪くなっている。
雇用 関連	◎	—	—	—
(北関東)	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・季節が変わってきたため、衣料品等や青果食料品等が出回り、購買意欲が上がってきたように見受けられる。依然として、工事、建設関係は厳しく、動きの止まっているところもあったが、公共事業関連は順調に推移しているようである。製造工場でも生産ラインの人員を確保するための募集が多く見られるようになってきている。
	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・2～3か月前より、求人数が多くなってきている。
	○	人材派遣会社（管理担当）	採用者数の動き	・サービス業への派遣を中心に、採用者数が少し増加している。

○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・今まで求人を含んでいた、医療、介護事業所が前年比増加となっている。また、飲食業も国等の支援策、G o T o E a tにより増加に転じている。
○	学校〔専門学校〕（副校長）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で景気はかなり悪くなったが、G o T o キャンペーン等により、経済活動はある程度再開されており、やや良くなっている。
□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣依頼は期間限定の話が多く、極力、社内の人事異動で対応する取引先が多いと感じている。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数を前年同月と比べると、新規求人数はマイナス17.3、有効求人数はマイナス24.5となっている。産業別に新規求人数をみると、製造業、情報通信業、サービス業の求人が前年同月比でマイナス50%を超えている。
▲	*	*	*
×	*	*	*