

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)	◎	－	－	－
	○	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・ 祭りがあった関係で需要がかなり多くなっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・ 値上げの影響はまだ続く。
	○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・ 9月は当地だけで見れば例年より雨は多かったものの、台風等の自然災害もなく、来客数は前年を上回っている。
	○	都市型ホテル（支配人）	単価の動き	・ 宿泊、料飲部門共に、客単価が上がっているため、やや良くなっている。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・ 成約に至らなくても、相談は増えている。
	○	タクシー（経営者）	お客様の様子	・ 昼も夜も全体的に動きが良かったので前年同月と比べて5%の増収である。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・ 台風の接近による影響があったが、冷夏による過ごしやすい気温と、9月の大型連休期間の来園者数増加などでやや良くなっている。
	□	一般小売店〔精肉〕（経営者）	お客様の様子	・ 今月は降雨日が多く、気温も下がってしのぎやすい日が続いているが、雨のため人の動きの悪い日が多い。主食の米価は値下がりが続いているものの、それ以外の品物は毎週のように値上がりしているため、買い控えが目立っている。特に、果物のなしやぶどうなどは買物せず横目で見ているだけである。
	□	スーパー（商品部担当）	販売量の動き	・ 値上げラッシュにより単価は上昇しているものの、買上点数がわずかに減少している。また、気候の影響による青果物の価格上昇も影響している。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・ 天候不順が続いて来客数が落ちている。
	□	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・ パソコンの販売数量が前年特需からの反動減の影響により、前年実績と比べると大きく低下している。一方、携帯電話や液晶テレビ等は単価が上昇するなかでも販売台数を維持しており、好調に売上を伸ばしている。
	□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・ この数か月、当地の産業、商業共に経済的な変化は見当たらない。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ 普通車や一部モデルの販売低迷が続いている。
	□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・ 人の動きに目立った良い要因はないが、販売では、新規客の車両購入や既存客からの注文が少しずつ入る傾向にある。
	□	住関連専門店（仕入担当）	来客数の動き	・ 今月は降雨日が連続するという悪天候の影響が大きく、来客数の減少が大きなマイナス要因である。想定していた残暑による夏物商材の販売も想定以下となっている。
	□	その他専門店（総務担当）	販売量の動き	・ 売上が減少している。
	□	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・ 物価上昇は止まらず、インフルエンザの早期流行、何より気候の悪さが最大の影響である。
	□	その他飲食〔給食・レストラン〕（総務）	単価の動き	・ 給食部門では、年初より食材費の値上げは続いているが、秋口以降も多数の品目で値上げ予定がある。米価だけは値下がり傾向のため、これまでどおりの値上げ交渉がなかなか受け入れてもらえない状況で、収支面では厳しい状況が続くものと懸念される。
	□	通信会社（社員）	単価の動き	・ 3か月前と比べ、身の回りの販売単価が上昇している。自社サービスの料金は変えずに運用コストの削減を進めているものの、利益の改善は限定的で、料金改定を視野に入れている。
	□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・ 米価の低下は好材料ではあるが、依然円安で仕入価格や肥料代などの影響から商品の値上げも重なり、客の節約志向が変わる様子はない。

□	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・人気機種の新商品が発売され、販売数の継続的減少にブレーキが掛かっている。
□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・価格の高騰が影響して計画が進まない。
□	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・日本銀行の政策金利の引上げ発表前後で、駆け込みの顧客が成約となったが、特需か先食いのような動きで一時的なものである。
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・ほとんど動きがなく、店舗等について幾つか問合せがある程度で、事務所関係の出店等はない。アパート、マンション関係もここ最近は余り大きな動きはない。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（営業）	販売量の動き	・対症療法的な依頼が継続しており、雨漏り等の何らかの事象が発生してからの依頼案件が多くを占めている。先を見越したリフォームなどの依頼は相変わらず少ない。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・長雨で行楽に出掛けられず、お茶を飲みに来店する客でにぎわいはあるものの、売上には結び付いていない。
▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・夏のピークが過ぎたことで売上が落ちるのは当然だが、やはり別の仕事に対する客のアプローチが減ってきている。
▲	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・前年を基準とした売上達成度をみると、3か月前、今月共に数%下回っている。今年に入って6月と9月以外は前年を上回っているため、景気はやや悪いとした。お盆からの長雨の影響により、屋外の神社仏閣近くにある当店の売上は良くない。
▲	一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・大幅に値上がりしている。
▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・今月も来客数は前年を下回っている。9月の大型連休も台風の影響により、前年実績割れと厳しい状況である。
▲	スーパー（経営企画）	単価の動き	・1人当たり買上点数の継続的な微減による。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・今年は雨がやや多い。温度も下がっているため、冷たい麺や飲料、アイスクリーム等の売行きが落ちている。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・お盆期間中の帰省や夏休みのレジャー需要が一巡し、人の移動や駅利用者が落ち着いたことで、当店の来客数の動きが鈍化している。帰省や旅行、学生のレジャー需要が減少したことで来客数は減少し、売上確保が厳しい状況となっている。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客が値段の高い物を買わなくなってきている。
▲	家電量販店（店員）	単価の動き	・新築等の家電買換えの際、単価を抑える傾向が強く出ている。高付加価値というよりコストパフォーマンス重視になってきている。単価が上がらないと前年維持が難しい。
▲	一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・大型連休や悪天候の影響なのか、予約の入り方が3か月前と比べて悪くなっている。
▲	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・9月の大型連休により団体旅行が減ったため、やや悪い。
▲	旅行代理店（所長）	来客数の動き	・長雨が続き、来訪者数が落ち込んでいる。日帰り客であれば容易に取りやめができてしまい、宿泊の新規予約にも影響がみられる。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・毎日のように雨が降っているが、タクシーの利用客は少ない。地方では送迎やレンタカーの利用が多い。例えばタクシーで片道5000円だと、往復で1万円かかるが、レンタカーでは半値で済むからである。景気の悪いときは、タクシーはぜいたく品となってしまう。ますます利用客はいなくなっている。
▲	ゴルフ練習場（経営者）	単価の動き	・仕入れのたびに価格が上がっているため、客が買い控えしている。

	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・このところ地元の老舗飲食店が相次いで閉店している。食材、燃料費高騰に加え、人件費増加が拍車を掛けている。
	×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・受注、売上共に低下している。
	×	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・以前と比べて来客数がかなり減少している。来店してもなかなか契約には結び付かない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・米は安くなってきているものの、食品の値上げ、特に青物野菜などの値上がりが続き、台風などの長雨も重なり、客足が減少している。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・9月までの予約は前年比110%程度で高い推移となっていたが、秋雨前線や台風の影響が大きく、キャンセルが多数出ている。
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	・3か月前に懸念されていたサプライチェーン断絶のおそれは、現在は解消に向かっている。様々なコストアップ要因が懸念されているものの、設備関連の仕事で新規受注が動き出している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前期の設備投資は慎重だったが、下期に向けての増産対応、ライン改造に予算を付ける企業が複数出てきている。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・消費行動は若干良くなっており、街中や行楽地にそこそこの人出があり、商店や商業施設等の買物行動に多少活気がみられる。また、中小、下請企業等の受注売上業績も、最近の生産財の値上がりや為替変動にもかかわらず、落ち着いた堅調な推移である。
	□	化学工業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・業界全体の販売量は漸減傾向だが、当社は何とか販売量を維持できている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今までの流れと変わらない。
	□	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、現状は変わらずに忙しく稼働している。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量はそれなりにあり、4月から価格転嫁も進めているが、まだ思っているほど利益には反映されていない。
	□	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、計画どおりに進んでいる。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・9月は天候不順の日が多く、特に台風や大雨により、本来レジャー用品やキャンプ、バーベキュー用品等の動きがある予定だったが、大幅に落ち込んでいる。その分、涼しくなってきたことで、暖房器具、電気カーペット、ヒーター、石油ファンヒーター等の冬物商材の物量が早めに動き、全体的には前年並みの物量を確保できている。ただし、燃料価格の高騰やドライバー不足によるコスト高により、利益は薄くなっている。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・地元の経済関係者との会食で景気について話したが、結局どちらともいえず変わらないということで落ち着いた。今後どうなるかは先送りになっている。
	□	社会保険労務士	取引先の様子	・天候不順の影響を受けた業種もあるだろうが、今のところ大きな変化はない。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・米穀業界では新米価格が暴落し、高値の古米を大量に抱えた業者は販売に苦戦し、処分に頭を抱えている。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・7～9月と夏季休業や連休があり、受注量、販売量、取引先やその他の協力会社等も悪い状況である。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・新たな設備投資計画を延期するケースが出てきている。

雇用 関連 (北関東)	▲	不動産業（管理 担当）	それ以外	・資材価格が毎月上昇し続けているが、受注業務の値上げは そう簡単にできないため、利益が減少傾向にある。退職者の 補充もできていないため、新たな取引先から受注して売上増 加を目指すことができない。
	▲	広告代理店（営 業担当）	競争相手の様子	・同業他社で発行しているタウン誌の広告出稿数が、9月に入 って前年比15%程度減少している。2誌あるが、どちらも 減少している。飲食店の減少は以前からだが、美容室の出稿 数の減少が目立っている。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
	○	—	—	—
	□	人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・9月の大型連休もあったため、販売員等の募集がかなり目 立っている。台風の影響で被災した生産者は影響が大きく苦 労している。ガソリン価格は落ち着いているとはいえ、公共 料金でも電話など、値上げが多く、影響している。住宅関連 も人手不足や材料価格の高騰もあって厳しい様子が見受けら れる。
	□	人材派遣会社 （社員）	周辺企業の様子	・特定の大手製造業では受注が増加し、安定的に人材のニー ズはあるが、中小企業は欠員が出ても既存社員でカバーする という企業が多い。
	□	人材派遣会社 （社員）	周辺企業の様子	・ホテル関係の取引先では、予算を圧縮したいということ で、仕様の削減があり取引額が下がったところが2か所ほど ある。ホテルの入込客数はさほど変わっていないと思うが、 同業者に聞いても、やはり11月末で契約解除となるなどの動 きが出ている。
	□	人材派遣会社 （管理担当）	採用者数の動き	・派遣の採用者数に変化はない。
	□	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2か月連続で増加したものの、 微増であり、増減を繰り返している。
	□	学校〔専門学 校〕（副校長）	求人数の動き	・求人状況にはさほど変化がなく、大きな影響がみられな い。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—