

4. 南関東（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	◎	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大に伴う緊急事態宣言が解除されて、ファッション系フロアが再開し、それに伴い食品品もかなり戻ってきている（東京都）。
(南関東)	◎	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・3か月前の3月は新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、催事の中止や変更、その後の緊急事態宣言につながる外出自粛要請もあり、売上に大きく影響のあった時期である。今月は緊急事態宣言の解除を受け、来客数も回復傾向にあり、3か月前との比較では良くなっている。
	◎	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・折込広告やポイント販促の自粛を継続している。前月よりは売上が減ったものの、依然として前年比を高水準で上回っている。
	◎	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、徐々にではあるが販売が戻ってきている。冷凍食品やチューハイなどは前年と比較しても継続的に前年の販売を上回っている（東京都）。
	◎	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年比140%、売上は135%、婦人アウター、肌着、靴下等まんべんなく売れている。それに加え、冷感マスクの需要が出てきている。年金と特別定額給付金10万円、外出自粛の解除等が追い風になっている。
	◎	家電量販店（店長）	来客数の動き	・特別定額給付金効果なのか、季節商材の売行きが良い。買いに来る人も前年に比べて増えている（東京都）。
	◎	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言に伴う外出自粛が緩和されたからか、自動車を見て回る客が増えている。
	◎	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言に伴う外出自粛が解除になり、客の動向が活発化しているように感じる。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で5月までは売れなかったが、緊急事態宣言に伴う自粛が解禁されたこと、暑さが戻ったことにより、エアコンが売れている。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・人通りは少ないものの、買物をする客足は戻りつつある。
	○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響での休業後、5月下旬より時間短縮で営業を再開した。来客数は前年に比べてマイナス20%となっており、全体の売上も同様に推移している。来店客は買物リベンジという趣もあり、客単価は高めである。本格化してきたお中元商戦は、EC部門が120%以上に伸長し、全体を底上げしている（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・3か月前は新型コロナウイルスの影響で通常の営業ができていない状態であったため、それに比べるとやや良くなっている。しかし、今月も前年と比較しようもない状態であることには変わりがない。現状の動きも、食品等の生活必需品が中心であり、衣料品、雑貨関係の動きは鈍い。客の消費行動や意識自体が、過去のものとは違っている（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・来客数は前年比で大きくマイナスだが、売上は来客数ほどマイナスになっていない。客1人当たりの買上額が前年比で高くなっており、購買目的の客の来店が多いようである（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス収束の兆しが見えず、感染者の拡大傾向に歯止めが掛からなかった3月に比べれば、足元ではマインドに幾分改善傾向が見える。しかし、本質的には外出を控える傾向に変わりはなく、消費の力強さには欠ける（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、10万円の特別定額給付金によるリベンジ消費がある。一時的な需要の回復ということも十分考えられる（東京都）。

○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、全館営業を再開している。来客数は前年を割っているものの、購入点数と客単価が前年を上回っているため、売上は前年実績を確保している。営業再開したアパレル関連もセールを前倒しで実施し、売上を確保している（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前と比較すると改善してきている。インバウンドの売上はほとんどないものの、国内消費に限れば良くなってきているという実感がある（東京都）。
○	百貨店（店長）	それ以外	・緊急事態宣言を受けて休業をしていた。営業再開後、少しずつ客足が戻ってきているが、思いのほか他府県からの戻りが鈍く、先の見通しが立ちにくい（東京都）。
○	百貨店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響による休業後、営業を再開し、現在クリアランスセールの真っただ中であるが、来客数は7掛けにとどまっている。理由は、同じ館内にあるオフィスのワーカーがほぼテレワークのまま戻ってきていないことと、客はいまだに密を恐れ、来店する気分ではないからではないかと推測している（東京都）。
○	百貨店（企画宣伝担当）	販売量の動き	・5月14日より営業範囲を拡大し、5月27日、6月24日より順次営業時間も延長したことで、特に6月10日以降は来客数が前年の近似値となっている。営業機会の拡大とともに消費者の動きも活発になっている。
○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・4～5月のように、前年を若干下回ったような状況から、今月は衣料、住まいの品、食料品について1割ほど売上が伸びている。自粛型、在宅勤務型の消費ということで、部屋着や食料品の売上が良い。来客数は前年並みだが、1人当たりの買上単価が1割ほど伸びている。
○	スーパー（販売促進担当）	単価の動き	・来客数は横ばい傾向だが、買上点数、買上単価が2割伸びている。新型コロナウイルスの影響により、買物の回数を減らしているため、まとめ買いが増えているのではないかと。また、家にいる時間が長くなっていることにより、菓子、飲料、冷凍食品が好調となっている。
○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で、多少単価が上がっている。
○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数はまだ前年比100%程度だが、緊急事態宣言解除後の人の動きが戻ってきている。客単価は107%と好調である。
○	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があるため何とも言えない。少しずつ来客数は戻ってきているものの、訪日外国人はまだ戻ってきていないので、景気が良くなってきているとはまだ言えない。
○	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・買上点数が確実に増えてきており、来客数も徐々に戻ってきている（東京都）。
○	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・緊急事態宣言で外出を自粛していた人の外出、買物が増えたことにより、来客数が増加している。
○	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除されてから、客足が徐々に戻ってきている。
○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・エアコンは、在宅勤務と夏日の影響で前年比150～180%以上で推移している。冷蔵庫も好調に伸びている。パソコンと周辺機器は、在庫不足の解消により実績が上まっている（東京都）。
○	家電量販店（店長）	お客様の様子	・緊急事態宣言に伴う外出自粛が緩和され、来客数が増えてきている。前月は前年比85%程度であったが、今月は前年比100%弱くらいまで回復している。単価も前年より高めで推移している。家電販売は特別定額給付金の影響もかなりある。
○	家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・6月に入り緊急事態宣言が解除され、休業していた店舗も時短営業で再開し、国内需要の数字は回復している。ただし、新たな生活スタイルを模索する月間となっており、趣味趣向性の高い商材はいまだに動かないが、テーマ性のある商材は活発に動いている傾向にある（東京都）。

○	乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で客の動きが鈍化していたが、ここにきて多少購買意欲が出始めている。
○	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・6月に入り、来客数がかなり増えている。4～5月の客がまとめて来店しているような状態である(東京都)。
○	その他専門店 [貴金属](統括)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で営業を自粛していた。6月から営業を再開したことにより、販売量は前年を下回っているものの、3か月前と比較すれば良くなっている(東京都)。
○	その他専門店 [ガソリンスタンド](団体役員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言解除に伴い、来客数、販売量共に戻りつつある。ただし、前年比ではマイナスが継続しており、大局的には景気は悪化している(東京都)。
○	その他小売 [ショッピングセンター](統括)	販売量の動き	・業種によって様々である。映画は極端に悪く、戻っていない。サービス業、飲食店も前年にはとても届かない。物販は外出自粛の反動から金額的には好調だが、中身が在庫品の処分なので、テナントの利益には結び付いていない。
○	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・外出自粛の解除後から昼の店内飲食は戻りつつあるが、夜はまだまだ少ない。
○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されてから、夜も客が大分戻ってきているが、企業の集まりなど団体の宴会はまだ入ってきていない(東京都)。
○	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・営業自粛要請が解除されたことにより、輸入卸部門は幾分取引先からの注文が戻ってきている。飲食部門も来客数、売上共に戻ってきているが、いまだ前期にはほど遠い売上額である。
○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響でいまだに厳しい状況だが、3月を少し超えるくらいの稼働になっている。しかしながら、競合ホテルがボトム料金の設定を下げて販売しているため、単価は非常に低い。
○	旅行代理店(販売促進担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大防止に伴う自粛が解除されて、客からのリクエストが少し動き出している。その結果、少しではあるが、販売にプラスが生じている。当然のことながら国内旅行、更に言えば個人旅行の話である(東京都)。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除され、客の動きが戻りつつある。特に、病院の送り迎えが午前中に集中している。会社からのオーダーも少しあり、本来の仕事ができるようになってきている。
○	タクシー(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの拡散前には遠く及ばないが、4～5月頃よりは大きく改善している。
○	通信会社(経営者)	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、数か月前の案件を受注し始めている(東京都)。
○	通信会社(社員)	販売量の動き	・SIMを販売する量販店や小売業が順次営業を再開したことにより、SIMの販売数が戻りつつある(東京都)。
○	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・出社の制限が解除されて、営業活動も徐々に元に戻りつつある。それに伴い、客からのサービスへの問合せも増加してきている。
○	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う緊急事態宣言の解除以降、徐々に契約数が戻りつつあり、営業や工事関係者が訪問することに対する警戒心も相当下がっているように感じる。
○	通信会社(管理担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染防止のため営業を自粛していたが、マスク着用で6月中旬より再開し、従来の8割程度まで回復している。新型コロナウイルス感染症への懸念を漏らす客が5%程度いるが、おおむね問題はない。
○	競輪場(職員)	来客数の動き	・3か月前が悪過ぎたので、徐々に人が戻ってきているという印象である。6月6日から客を入れて車券の販売を始めた。新型コロナウイルス対策で、マスクや消毒液、体温管理、席数の削減などの手間ひま、経費が掛かる。正直なところ、客がたくさん来場しても対応に困る部分もあり、複雑な心境である。

○	その他レジャー施設〔総合〕 (広報担当)	来客数の動き	・6月から段階的に営業を再開しているため、徐々に来客数は増えている。その点では3か月前より良くなっているが、人数制限などを行っているため、回復したとはいえない。イベントの開催もまだできない(東京都)。
○	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・展示場に来場する客の内容が良くなっている。
□	商店街(代表者)	それ以外	・景気が上向きか下向きかについて、「変わらない」というのはかなりの高評価だと思ってほしい。景気が落ち始めた3月の状態に戻りつつある。3月後半から急降下し、地獄の底だった4～5月に比べれば大分回復している。クレジットカードの取扱高も大分戻っている。リベンジ消費もある。ただし、飲食はまだまだ厳しい(東京都)。
□	一般小売店〔和菓子〕(経営者)	それ以外	・店頭販売は徐々に回復してきているが、取引先からの発注はほとんどが半分以下である。
□	一般小売店〔家電〕(経理担当)	販売量の動き	・キャッシュレス決済の5%還元セール最終月ということもあり、需要はそこそこあるが、商品の欠品が多く手配が大変である。自粛生活が終了したこともあり、細かい仕事の間合せが集中し、手間取っている。
□	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・県の緊急事態宣言解除を受け、6月は月初から全館営業ができてきているものの、営業時間の短縮を継続したことなども影響し、前年と比較して来客数が大きく落ち込んでいる。セールの前倒し等が功を奏し、服飾雑貨、婦人服、紳士服等には堅調な動きがあるものの、近隣大型商業施設のオープンに伴い、デイリーの食品及び高額商材が大きくマイナスし、全館で苦戦している。
□	スーパー(販売担当)	単価の動き	・競合との価格競争もあり、平均単価が下がる傾向にある。客は、前年を上回る点数を買ってくれているが、平均単価が下がっている分、客1人当たりのトータルの上乗額がなかなか前年を上回らない状況が続いている(東京都)。
□	スーパー(店長)	お客様の様子	・ここ数か月、来客数は前年割れ、単価、点数は上振れという状態で推移している。外出自粛も解除されてはいるが、今までの状況とは明らかに違う(東京都)。
□	スーパー(店員)	それ以外	・緊急事態宣言が解除され、客の購買についても従来どおりに戻りつつあるが、外食よりも内食傾向が続いているため、生鮮食品や米等の商材の動きが良い。
□	スーパー(営業担当)	単価の動き	・消費者の内食化傾向はまだ続いており、食料品並びに生活必需品の売上は堅調である。来客数はそれほど変わらないものの、販売点数が伸びており、前年比で7～8%ほど上向いている(東京都)。
□	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・このところの客の動きはよく分からない。
□	コンビニ(経営者)	単価の動き	・来客数が週末にかけて増えている。自宅の近くに出掛けるので、食品などの買上点数が増えているのではないかと。
□	衣料品専門店 (営業担当)	販売量の動き	・前月25日から当ショッピングセンターも2か月間の休業を経て、営業を再開した。当初は、前年の半分もいけばよいだろうと思っていたが、客のコロナ疲れやストレス発散で、前年比70%までいくことができた。持続化給付金等がなければもたなかった経営も何とかなっているが、懐事情は厳しく、借入れをかなり増やすことになった。
□	家電量販店(店長)	お客様の様子	・緊急事態宣言に伴う自粛は解除されたが、市場には大きく反映されておらず、景気はまだ上向きにはなっていない。
□	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・自動車整備は順調に入ってきているが、販売は前年度比で5割減となっている。
□	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、来客数がやや増加してきているが、メーカーからの新車供給が遅れており、なかなか納車できない状態が続いている。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (販売担当)	お客様の様子	・自動車整備については、新型コロナウイルスの影響で思ったより需要が伸びないが、車検は期日が来れば必ず整備をしなければならないので、大きくは変わらない。新車については、展示会などを開催できないので、やや悪い。そうしたことが今後も数か月は続くのではないかと(東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス関連商材の売上が前月に比べて落ちてきている。薬局は処方箋枚数や売上共に減少しているが、ドラッグストアは前年比ではまだ好調といえる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	販売量の動き	・販売量の動きは、前月よりは幾らか良いようだが、単価的には低下傾向にある。商売柄、品切れの商品が多いので、早くこれが回復できればと思っている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [雑貨] (営業担当)	販売量の動き	・6月1日より営業を再開したものの、25日までの対3月比では来客数が80%減となり、客足は戻ってこない。テレワークや時差通勤などの影響からか、ピークタイムだった夜の時間帯に店舗前の通行量が大きく減少している(東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	お客様の様子	・緊急事態宣言解除後、客の動きは活発化しているが、先行き不安を払拭できておらず、不安定な状態が続いている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べれば客足は多少良くなってきているが、ケータリングなどは一切入らず、売上も店内のみなので、3か月前と大して変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ランチは通常時の8割、夜は2割の客足であるが、少しずつ戻りつつある。隣のラーメン店では時間により行列も見かける(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前の3月1～26日までの前年比は、売上56.7%、来客数54.6%である。今月6月1～28日までの前年比は、売上62.3%、来客数57.0%である(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・営業自粛解除により4～5月のような売上の減少はなかったが、3か月前の3月と比べると売上はほぼ横ばいである。ただし、心理的にはこれから良くなるようには見えない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・ツアーの申込数が伸びない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経営者)	販売量の動き	・余り変わらないように感じる(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(社員)	お客様の様子	・スポンサーの引き合いが出てきている。次の準備なのか分からないが、資金の回転が良くなったとは思えない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新規加入、コース変更共に、必要最低限にして無駄は省くという意識を相変わらず強く感じる。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経理担当)	競争相手の様子	・累計加入者数の純増がほぼプラスマイナス0で推移している。対面式の営業が中心であったため、世の中の状況に合わせて販売方法を変更していく予定である。当社は、光ファイバー網がないため、インターネット接続の通信速度と携帯電話とのセット割引に価格で負けている。
<input type="checkbox"/>	観光名所(職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの関係で3か月前とほぼ変わらない。今後、収束に伴い旅客が増えることを期待している(東京都)。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場(経理担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染防止のため営業を自粛していたゴルフ場も、6月に入り再開しているが、引き続き営業施設の一部閉鎖、時短営業の対応を余儀なくされ、業績回復の見通しは立っていない。
<input type="checkbox"/>	パチンコ店(経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除後から来客数がやや復活しているものの、その後の動きは鈍く、横ばいの状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [保険代理店] (経営者)	販売量の動き	・生活に必要な商品であるとの考えで、新型コロナウイルスの影響もあるものの、買い控えは余りみられない。景気動向にある程度の慣れを感じる。
<input type="checkbox"/>	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・3か月前というと、新型コロナウイルスの影響で在宅勤務を命じられていた頃であり、年度替わりでもあったが、仕事内容としては現状も全く変わらない。

□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・今月に入ってから計画等の話が多少入ってきてはいるが、今のところ話のみで、先へ進むかどうかは不明である（東京都）。
□	設計事務所（職員）	それ以外	・影響を受けにくい業界なのかもしれないが、今後の状況を注視する必要がある（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・3か月前と比べて大きな変化はない。投資用不動産は新型コロナウイルスの影響を余り受けていない。地価が下がると予想していたが、変わらず推移しているので、仕入れを再開していく予定である。
□	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で建材需要が落ち込み、上向き様子がまだみられない（東京都）。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が今後いつまで続くのか分からないため、商店会では今年1年間の会費を徴収しないことを決定した。加盟店の負担を少しでも軽減し、店が継続できることを願っている。
▲	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で自宅待機になり、家の中を整理したことで、幾らか客が来るかと思ったが、ほとんど効果はない。来客数が非常に少なく、景気は悪い（東京都）。
▲	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・今月の売上も新型コロナウイルスの影響に左右されることが多かった。休業要請が解除され、広い文具売場を持つ大型店舗が営業を再開したためか、当店でのもともと買いの客も減少し、その結果、売上が若干減少している。また、自宅でのテレワークが当初に比べて減ったことにより、自宅の近隣文具店での購入が減り、これも客単価低下の要因でもあったと考えられる（東京都）。
▲	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	お客様の様子	・店頭販売は、緊急事態宣言が解除されてから、徐々に客足が少なくなっている。一番大きいのは、外商部の大型案件が全てストップしてしまったことである。
▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	来客数の動き	・客足は徐々に戻ってきており、売上も徐々に戻る見込みだが、イベントの売上がなく、全体的には売上は減っている。
▲	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響を大きく受け、商業施設への入館客数、売上共に大きく減少している。ほとんど営業ができなかった前月、前々月に比べれば回復し始めているものの、3か月前の水準には届いていない（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・3～5月は良かったが、6月は少し落ちてきている。来客数が大きく減り、客単価で何とか売上を維持している状態で、状況が十分変わってきている。
▲	スーパー（経営者）	販売量の動き	・客単価が落ちてきている。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比97.6%で推移しているものの、買上点数、単価は前年を上回っているため、売上は何とか予算達成という状況である。3か月前と比べると、新型コロナウイルスの影響が少しずつ薄れてきて、こういつては何だが、コロナ需要の勢いが鈍り、売上が少しずつダウントレンドになっている（東京都）。
▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で仕事がないという人が多い。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が出ている（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除後も夜間の来客数が伸びない。外出自粛中の生活リズムに慣れたのか、特に午前0時以降は全く来店客がなく、24時間営業が困難になっている。
▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・緊急事態宣言に伴う外出自粛の影響で来客数が激減し、それに伴い売上も半分以下で推移している。
▲	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・当月の売上は前年比20%と大変厳しい。特に、大人数での宴会、婚礼を柱としている当社にとっては、死活問題となっている（東京都）。

▲	高級レストラン (仕入担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大防止に伴う営業自粛から、6月1日に営業を再開したが、個人客の利用がやや戻ってきた程度で、まだ法人利用はほとんどなく、かなり厳しい(東京都)。
▲	一般レストラン (経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響が大きい。緊急事態宣言は解除されたものの、客の行動感覚はまだまだ自由ではないので、外食を利用する人は少なく、当社では65%程度の回復にとどまっている(東京都)。
▲	その他飲食〔居酒屋〕 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス対策でテレワークが増え、会社関係の宴会がゼロになり、復活していない。さらに、会社によっては外での飲食禁止というところもあるらしい。今まで半分近くがそうした会社関係の需要であったため、来客数が激減している(東京都)。
▲	その他飲食〔給食・レストラン〕 (役員)	販売量の動き	・社員食堂など単価制営業店は新型コロナウイルスの影響で多くが一時的に閉鎖し、全く売上が立たず、固定費が回収できない状況である。閉鎖店舗は50店程度あり、収益に大きく影響している(東京都)。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・テレワーク等でいつも乗ってくれていた社員が乗らなくなっている。また新たに客を探している(東京都)。
▲	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により、こちらからのアクション営業は自粛を継続中だが、客からの問合せによる営業は、継続して一定数がある。しかしながら、例年同時期よりは低下傾向で、3か月前との比較でも低下傾向になってきている(東京都)。
▲	通信会社(局長)	販売量の動き	・テレワークの影響で自宅でインターネットを使用するボリュームが高まり、当社の通信環境が逼迫したことで、客からの苦情が増えた。それにより解約が増加し、営業自粛とのダブルパンチで、純増数が激減してしまっている(東京都)。
▲	通信会社(経営企画担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で終了する案件が増加している(東京都)。
▲	通信会社(総務担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の影響により、訪問営業機会の減少等から、新規契約獲得件数が減り始めている(東京都)。
▲	その他サービス〔福祉輸送〕 (経営者)	販売量の動き	・3月はまだ良かったが、4～5月は最悪で、6月も若干客が増え始めているが、客足が悪い(東京都)。
▲	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・民間案件は新型コロナウイルスの影響が大きいので、非常に厳しい。
▲	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・展示場来場者数、現場来場者数共に以前の水準には程遠く、見込み客が増えない状態が続いている。
▲	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕 (経営者)	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの影響で、対面での相談がほとんどできないので、相変わらず厳しい状況が続いている。
×	商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が発生する以前と比べると、商店街の通行量は4～5割くらいに回復しているが、それでも非常に少ない。来客数も比例して減少しており、なかなか来店してもらえないような状況が現在も続いているので、このままだと大変厳しい。
×	一般小売店〔家電〕 (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で取引先の仕事量が減っており、交換や設備投資などの話が止まってしまっている。まだ入ってこない商材もあるので、どうしても先延ばしになってしまう傾向があるようである(東京都)。
×	一般小売店〔食料雑貨〕 (経営者)	来客数の動き	・ソーシャルディスタンスがある限り、以前の売上には届かない。
×	一般小売店〔印章〕 (経営者)	来客数の動き	・当店のような業種は、必要な時には必ずオーダーしてもらえるのだが、どちらにしても客が来店しない。外出を控えているのか、それとも今この時期に会社を作ろうという客が少ないのか、どちらかではないか。

×	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・若干動き出したが、夏のイベント、祭事の中止が響き、受注がない。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響か、来客数も売上も減少している（東京都）。
×	一般小売店〔米穀〕（経営者）	お客様の様子	・客の購買力が低下しており、先行きを考え過剰に堅実になっている（東京都）。
×	一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が発生してから、花屋は全然駄目である。お祝いの花束もほとんどない。今月は少しは良いかと思ったが、まだ全然である。発表会なども行われていないようである（東京都）。
×	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・今更いうまでもなく、販売数は全然伸びず、注文もない。従業員は交代で休んだり、半日で帰ったりしている状態である。イベントなどもなく、販売ができない（東京都）。
×	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・お中元などのギフト商戦に関しては、オンラインストアへの移行で健闘しているものの、店頭については営業自粛前の状況とは比較にならないほど厳しい状況が続いている（東京都）。
×	スーパー（経営者）	来客数の動き	・6月に入り、天候の影響もありそうだが、来客数が減っている。
×	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスは収束を見せず、家で食事、飲酒をする家庭が多く、買物頻度が落ちて来客数は減っているが、客単価は上がっている。小麦粉、パスタ、デザート類の品薄状態が続いている。
×	衣料品専門店（店長）	それ以外	・当社が扱う主力商材はオケージョンに関するものが多く、緊急事態宣言解除後も、式典等のイベントが通常に戻らないため、6月の売上も前年同月比60%減にて推移している（東京都）。
×	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響がまだ残ってはいるが、上向き傾向ではある。販売量や来客数は5月と比べても増加している。
×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響は一体いつまで続くのか。このままでは持続化給付金をもらっても間に合わない（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3月もちろん良くはなかったが、少しずつ戻ってきている。ただし、新型コロナウイルスの影響がまだ強いので、来客数や販売量に限らず、全てが悪い。
×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・日本では新型コロナウイルスは収束に向かっていると言われているが、飲食業としては夜の客、特に団体客が現状では戻ってきていない。
×	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、街中には客足が幾らか戻ってきているが、当館は近隣の大型コンベンション施設が全く稼働しておらず、宿泊客の動きがほとんどないため、現在宿泊部門は休業している。アウトレット等もオープンしたが、客足は鈍い。当業界は回復が遅れ、最後になるのではないかと。日々持ちこたえられるかどうか非常に心配している。
×	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・団体や宿泊研修の利用、宴会などの会食利用は全てキャンセルで、売上が立たない。
×	都市型ホテル（スタッフ）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、3月の売上と比べると激減している。
×	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・5月一杯ホテルを全館で休業していたが、緊急事態宣言の解除を受けて、6月からようやく段階的に宿泊やレストランを再開している。ただし、開店休業状態が続いており、入っていた予約もほぼキャンセルとなり、売上が立っていない。3か月前よりも一層自粛傾向が強くなっており、経営的にも厳しい状況が続いている。
×	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・当地域は、新型コロナウイルスの影響があるにもかかわらず、幸い客足が90%ほど戻ってきている。ただし、どうしても全体的に単価は下がっている（東京都）。
×	旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、来店客が1人もいない。

	×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により旅行実施0件が続いており、仕事がない。会社がいつまで耐えられるか不安な毎日である。
	×	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除後、個人消費に移行し始めているが、夏休みの家族旅行には間に合わず、申込みはない（東京都）。
	×	旅行代理店（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で休業していたため、売上はゼロである。
	×	旅行代理店（総務担当）	お客様の様子	・旅行業界は、新型コロナウイルスの影響により、国内、海外共に客の動きがストップしている（東京都）。
	×	タクシー運転手	それ以外	・緊急事態宣言が解除され、1か月がたとうとしているが、人通りは確かに増えているものの、タクシーを利用する人は少なく、相変わらず乗り場では長蛇の空車列が続いている（東京都）。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、人の動きが少し出てきているが、それでも利用客は全然少ない。特に、夜になるとぼたりと止まってしまう。新型コロナウイルスが早く収束しない限りは難しい（東京都）。
	×	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・企業向けのインフラソリューションは、テレワークが終了した企業からの戻し工事があり堅調だが、1件あたりの受注額が低く業績を戻すまでには至っていない。一方、個人向け携帯電話や周辺機器の販売については、外出自粛の影響もあり低調となっている（東京都）。
	×	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・生活に必要なライフライン以外に掛かる、月額の娯乐的な経費を削減する傾向がみられる（東京都）。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・企業の倒産の報道や、街中でも閉店する店があり、浮浪者も多少増えているように感じる。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響か、客の来店頻度が鈍っている。
	×	その他サービス [フィットネス クラブ]（マネージャー）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響がある（東京都）。
	×	設計事務所（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、社会の在り方が全体的に変わってきている。建築の営業においても、客を訪問することができず、会って話を進めることが困難になっている。そうしたこともあり、社員も在宅勤務にしている状況である。
	×	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で、得意先からの受注が激減しており、非常に厳しい。この先も景気が良くなるという見通しは一切立っていない。
	×	住宅販売会社 （経営者）	お客様の様子	・当社は不動産ディベロッパー業と総合建設業である。ここ4～5年住宅の売行きがかなり落ち込んでいるところへ、新型コロナウイルスの影響で気持ちが冷えてきて、余計売れなくなっている。ホテル業の方も賃料が全く入らない状態になっている。建設業は、このような状況では新規のプロジェクトがなかなかない。公共工事はあるが、受注額が低く、利益が出ないところもあり、赤字となるため誰も入札しないこともある。
	×	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の61%となり、景気は悪い。3か月前と比べても、販売量が3分の2となり、悪くなっている。前月に比べると販売量は倍になっているが、住宅の請負は受注に至るまでに約1か月の商談が必要となるため、まだ景気が回復したとはいえない状況である。地方と首都圏で販売量に違いがあるのではないかと思っていたが、それほど差は出ていない。
企業 動向 関連	◎	*	*	*
(南関東)	○	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・清酒製造業なので、3～4月は非常に悪かった（東京都）。
	○	出版・印刷・同 関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4～5月は全く仕事がなく、従業員にも交代で休んでもらっていたが、6月に入って少しずつ動き始めた感じがする。

○	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・徐々に正常に戻りつつある（東京都）。
○	経営コンサルタント	取引先の様子	・緊急事態宣言に伴う外出自粛が解除され、移動可能になったため、集客なども戻りつつある。しかし、以前にも増して支出を吟味するようになり、元どおりにはなっていない。
○	その他サービス業【警備】（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で中止になっていた公営競技が、来月から開催されることになっている。
○	その他サービス業【映像制作】（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前の全て休業していた頃に比べれば、東京アラートや県外への移動が解除されたことで、徐々に仕事に戻ってきてはいるが、まだ以前の状態には程遠い（東京都）。
□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月から売上が減り、イベント等もなくなり、今月もそのままの状態が続いている。
□	出版・印刷・同関連産業（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で、3か月前から景気は悪いまま変わらない（東京都）。
□	建設業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響を受け、受注が減っている。
□	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により減少した荷動きが少し回復しつつあるが、厳しい状況が続いている。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響は多少あったものの、ほぼ例年並みに出荷できている。しかし、物量は増えてこない。
□	金融業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの緊急事態宣言は解除されたが、サービス業、特に飲食業は客足がまだ戻らず、苦戦している。不動産業は、賃貸物件の空きが出始めており、家賃を下げる物件も多く、利益減少につながっている。取引先は緊急融資が入っている関係で資金繰りは落ち着いてきているが、全体的に売上は減少している（東京都）。
□	金融業（役員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が続いており、市内業種は全体的に平常に戻っていない。7月から市内の観光施設の稼働を平常に戻す動きがあるが、第2波への懸念もあり、観光客の増加を見込めるか懸念している。製造業は部品調達の状況は良化しているが、借入れ増加による今後の返済に懸念を抱いている取引先が多い。
□	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による最悪の事態からの回復傾向は見えるものの、ホテル需要は相変わらず低調である（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・飲食系テナントの売上が半分以下に落ち込んでおり、気の毒な状況である。密にならないように席の間隔を空けなければならず、売上が伸びるはずがない。できる限りの賃料減額に応じてはいるが、終わりが見通せないのも、不安感が払拭できない。耐えるのみである（東京都）。
▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑、ゴム印、名刺印刷などの営業をしている。店頭販売と、法人関係の取引がある。今月の売上は通常月の2割減で、だんだん落ち込みが大きくなっている。法人関係では、会社設立の印鑑は1本だけで、新会社というよりは同じ会社の客が少し景気が良いのもう1本追加という注文である（東京都）。
▲	プラスチック製品製造業（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で全体の動きが悪くなっているので、それに伴い当社も2割ほど落ち込んでいる。
▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・医療品容器の受注に大きな落ち込みはないが、新型コロナウイルスの影響で、化粧品容器の受注は大幅に落ち込んでいる。
▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は受注がなく、最悪の売上になっている。

▲	その他製造業 [鞆] (経営者)	取引先の様子	・東京の得意先は小売店が多く、新型コロナウイルスの影響で店を出せない、閉めたというところもあり、3月から注文がストップしている。もう1軒は個人的な客をつかんでいるので、何とか頑張っているという状況である。
▲	不動産業 (経営者)	競争相手の様子	・緊急事態宣言が解除され、各分野の規制事項も良い方向に向かっているが、現状は厳しい状態が続いている。会社から解雇され、やむなく退去して帰省する人が増えている。賃料の延期要請や値下げ交渉依頼、長期のステイホーム期間で隣人との騒音トラブル等が増えている。新型コロナウイルスが収束することを願うのみである (東京都)。
▲	税理士	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染拡大防止のための緊急事態宣言は解除されたが、「新しい生活様式」の実践により、飲食、旅行、ショッピングなどは心理的に抑制され、お金の回りが極端に悪くなっている。東京での感染者はいまだに高水準で、予断を許さない。安心して暮らせない以上、仕方のないことである。
▲	その他サービス業 [ビルメンテナンス] (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なのか、突然のビル売却による契約解除がある。どうすることもできないので今後は心配になっている (東京都)。
×	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響により受注が激減し、業況は一層厳しさを増してきている。
×	出版・印刷・同関連産業 (所長)	受注量や販売量の動き	・夏に向けたイベント等、集客を目的とした広告宣伝が全く行えず、仕事が停滞している。
×	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、クライアントの委員会、セミナー及び講演会が中止又はWeb開催となり、配布予定の資料や要旨集がデータ納めになり、売上に影響している。また、新型コロナウイルスに関係なく、今後もWeb開催が増える予定なので、印刷の需要はますます減ることが予想される (東京都)。
×	化学工業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・3か月前は既に新型コロナウイルスの影響はあったものの、受注の落ち込みは微減にとどまっていた。当社は受注生産が大半であるため、4月以降取引先の多くで企画が決まらず、5月以降受注が激減した状況が今も続いている。
×	金属製品製造業 (経営者)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、取引先では新規設備関係の仕事がなく、手すきの状態である。当社は精密機械加工を得意としているので、精密加工部品については、数は少ないものの仕事はある。
×	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車関係の仕事をしているので、全体的に沈んでしまっている。
×	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・3か月前まではほぼ例年どおりの受注であったが、2か月前から急激に売上が減少している。40年間この商売をしているが、こんなことは初めてである。輸出を増やして売上を維持しようとしても、外国も新型コロナウイルスの影響で静まり返っている (東京都)。
×	精密機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べ50%以上の売上減となっている。
×	建設業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・消費者の購買力がどんどん落ちている。
×	建設業 (経営者)	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの影響もあり、競争見積りでとんでもない数字が出ることが多い。
×	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・予定していた案件が新型コロナウイルスの影響により延期又は中止になってしまい、受注量が激減している。また、官庁工事も、学校の休校により予定していた案件が延期になっている。
×	輸送業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大に歯止めが掛からない状況下、販売不振の影響からか、取扱量の減少が拡大し、経営環境は厳しさを増してきている (東京都)。
×	輸送業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・業務委託契約の解除が出てきている (東京都)。

	×	金融業（支店長）	取引先の様子	・飲食業の売上は前年比1～2割と大幅減少している。外出自粛によりアパレルも同様であり、厳しい状況が続いている。
	×	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・イベント事業がメインだが、イベント事業が全くない。
	×	税理士	それ以外	・いつも夜に近隣の駅まで1時間、商店街を歩いて歩いている。飲食店が結構あるので外からのぞくと、客が入っていない。安価でいつも超満員の中華料理屋も、やはり新型コロナウイルスの影響か、全然入っていない（東京都）。
	×	社会保険労務士	取引先の様子	・飲食業を中心に、休業や時短営業が多く見受けられる（東京都）。
	×	経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルスは、特に飲食業や集会を伴う事業の業績に大変大きな影響を及ぼしているが、中小製造業でも、大手の部品輸入の滞り、自宅待機などによる業務の変化での発注減少などが響き始めている（東京都）。
	×	その他サービス業【廃棄物処理】（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先工場等の稼働率の悪い状態がまだ続いており、受注が減少している。
	×	その他サービス業【ソフト開発】（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在受注中の案件終了後の、次の案件が見つからない（東京都）。
	×	その他サービス業【情報サービス】（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響か、受注数が激減している。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数の伸び率が新型コロナウイルス感染症の発生前に戻ってきている（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は3か月前比で50%強と、依然として低い水準ではあるものの、直近2か月と比べて増加傾向となっている。前年同月比でも50%水準までには回復してきている（東京都）。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・6月に入り、本当に少しだが求人数が増えた気がする。クライアントの動きにも多少変化が出てきているように感じる。ただし、仕事が戻りきっていないクライアントがほとんどなので、まだまだ先の見えない状況が続いている。
	□	求人情報制作会社（営業）	求人数の動き	・4～5月と比べると少しずつ回復傾向にあるように感じるが、景気が良くなってきているとは言えない。求人数の動きも増え始めているが、前年と比べると動きはかなり鈍いように感じる（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・緊急事態宣言下における休業により、業務委託料の減額要請が多く寄せられている。今後の状況が見通せないなか、体制の見直しを考えている取引先も多く、請負業務に関しては、ポスト削減、仕様変更による委託料見直しの申入れも多くなっている。各社共平常営業に戻つつあるなか、更なるコスト削減に取り組み始めている様子がうかがえる。コスト削減イコール人件費削減に直結することから、徐々に影響が出始めている（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・新型コロナウイルスの影響により、設備投資を凍結したり、採用計画を見直している企業が増えている。
	▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・会社の業績等にはまだ大きな影響は出ていないが、緊急事態宣言に伴う自粛が緩和されても、自身の消費行動等は元に戻っていない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・前年と比較すると、求人依頼数は70%程度となっている。
	▲	求人情報誌制作会社（広報担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で業績がとんでも落ちている。中途採用を中断しているので、人材をなかなか確保できない状況が続き、見通しがつかない（東京都）。
	▲	求人情報誌制作会社（所長）	求人数の動き	・少しではあるが、募集が増えている。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響により、人員を維持することが優先となり、企業の採用活動が以前に比べて抑制されている（東京都）。

▲	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・全般的な購買意欲が低下している。特にメーカー、製造業関係の商品の購買力が随分悪くなっていて、それが生産に影響している（東京都）。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・全体として、大きく下向いている印象はないが、特定の業種で採用を控える動きがある（東京都）。
×	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響により、人材依頼数が前年同月と比べて20%程度落ちている。また、現在派遣中のスタッフの契約も、新型コロナウイルスの影響による業績悪化という理由での契約終了が目立ってきている（東京都）。
×	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響により派遣求人数が減少しており、前年比で半数程度になっている。そのため、登録者数が減少し、契約確定数も減少している（東京都）。
×	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・製造業の設計部門からのエンジニア派遣の引き合いは明らかに減少しており、契約終了の話も出てきている（東京都）。
×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・例年、あるいは3か月前とは違い、募集する職種が限られ、募集したとしても人数的に少なく、例年の5分の1くらいである。とにかくひどい状況である。
×	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・新卒採用イベントの中止が長引いており、セミナー講演の仕事が全く入らない。リモート講演は学生の反応が分かりづらく、件数が少ない（東京都）。