

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 (南関東)	◎	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・3か月前の4月は緊急事態宣言中であり、通常営業ができていない時期との比較なので「良くなっている」との回答になるが、現時点での客の様子は、非常に厳しいものがある。底の状態からは浮上しているものの、いまだ深い水面下であることに変わりはない。中でも紳士、婦人共に、ファッション関連商材は特に厳しい。外出と同様に不要不急の商材への客の消費行動は、非常に慎重であると感じている（東京都）。
	◎	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・3か月前は緊急事態宣言が発出され、食品のみの営業となり、売上に大きく影響のあった月である。今月は6月よりも更に来客数も回復しつつあり、催事開催も再開され、3か月前との比較では大幅に回復している。
	◎	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・巣籠り消費が拡大し、来客数は横ばいだが、1人当たり買上点数と買上単価が、食品を中心に2けた伸びている。特に上質な品の伸びが大きい。
	◎	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・営業を再開し、前年並みの実績となっている。IPTV関連は巣籠りの影響からか、好調に推移している。動画配信サービスを始め、地上波の先取りコンテンツが浸透していることから、今後も契約増が見込まれる。
	◎	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	来客数の動き	・3か月前は緊急事態宣言が発出されているなか臨時休業していたので、比較しようがない（東京都）。
	◎	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・契約数が3か月前より良くなり、新型コロナウイルスの影響が少なくなってきた。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・以前と比べればまだかなり低い状況で推移しているが、客の動きが少し良くなってきており、商店街の人通りも大分増えてきている。
	○	一般小売店 [家電]（経理担当）	来客数の動き	・来客数が少し増えている。また、来店客は必ず商品を買っている。
	○	一般小売店 [傘]（店長）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染防止の外出控えや自粛が解消されたことと、特別定額給付金が給付されたこともあってか、良い品を求める客が増え、購入単価が上がっている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況に左右されているが、お中元商戦についてはほぼ前年100%でいっている。全体的にみると、そうした明るい話題もある。ただし、売場自体は前年比マイナス7%ということで、東日本大震災後の悪いときに比べればましになってはいるものの、前年までにはまだ程遠いというのが現状である（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言中の食料品のみ営業のときと比較すると、全館営業ができていない状況でやや良くなっているとも考えられるが、依然として新型コロナウイルス感染者数が全国的に増加しており、来客数が非常に少ない。一部の衣料品等には動きがあるものの、食料品、高額品の動きが鈍く、苦戦している。
	○	百貨店（広報担当）	それ以外	・3か月前は緊急事態宣言の発令を受けて、全店で営業を休止していた。その頃に比べれば幾分消費は戻ってきている（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・国内消費においては、衣料品は厳しい状況だが、食料品は前年比7%減まで回復してきている。総菜類は前年実績に近い状況で、外食を控え自宅で食事をする機会が拡大していることが影響しているとみている（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言下に比べれば客は戻りつつあり、販売量は増えているものの、前年比では約半分という厳しい状況が続いている（東京都）。

○	百貨店（店長）	来客数の動き	・客の様子に加えて、売上も判断材料となる。現在、来客数は前年比で6～7掛けだが、1人当たりの客単価が比較的高いため、売上では85%程度となっている（東京都）。
○	百貨店（副店長）	来客数の動き	・3か月前の4月は臨時休業の時期があり、販促活動もしていなかったため、比較は難しいが、客の行動は活発になっている（東京都）。
○	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・外出自粛のため、せめて家でおいしい物、豪華な物を食べようという傾向がある。
○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・前月の良い状態が中旬頃まで続いていたが、それ以降は天候不順と新型コロナウイルスの急激な感染再拡大に伴い、来客数、売上共に落ち込んでいる。全般的に売上が良かったので、前年同様の売上は確保できている。
○	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・単純に4月頃と比較すると、営業時間短縮、チラシ自粛などが解除された今は、若干良くなっている。
○	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・3か月前は、出店先であるデベロッパーが休業していたため、ほとんど売上が見込めない状況であった。現在は出店先は開業しているものの、取扱商品の特性上、依然として厳しい状況にある（東京都）。
○	家電量販店（店長）	それ以外	・1人当たり10万円の特別定額給付金の給付により、家電製品の売上は前年並みまで回復してきている。しかし、エアコンは、6月に特需があったため7月は前年を割っている。テレワークの増大により、自宅の電化製品の新規購入や買換えに支えられている（東京都）。
○	家電量販店（店長）	単価の動き	・全体的なボーナス減による売上の減少が懸念されていたが、それ以上に給付金の影響が大きい。ふだん余り動かない高額調理品、また、理美容器具、健康器具の動きが好調である。
○	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続くなか、厳しい状況ではあるが販売台数は前年並みに近づいている。ただし、先行きについては不透明感が否めない。
○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車効果やボーナス月で販売量が増えてきて、復調傾向にある。
○	その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・3か月前は営業自粛、休業していたため、売上がほぼゼロの状況であった。それと比較すると営業できている分、売上を確保できている（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	・3か月前と比較すれば若干良くなっているが、前年度比では悪化している（東京都）。
○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・3か月前の緊急事態宣言下と比較して良いというだけである。新型コロナウイルスの影響で全般的に売上は落ち込んでいる。
○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の4月1～27日までの前年比は、売上31.2%、来客数27.2%である。今月7月1～31日までの前年比は、売上58.8%、来客数52.8%である（東京都）。
○	その他飲食 [給食・レストラン]（役員）	来客数の動き	・取引先の判断により一時閉鎖していた社員食堂等も、徐々に閉鎖解除されてきていることから、少しずつ売上が戻ってくるなど改善の兆しが見えてきている。ただし、新型コロナウイルス感染の第2波が取引先の判断にどのような影響を及ぼすか不透明な部分もあり、楽観視はできない（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言解除後、若干良くなってはきているが、スピードは鈍く、法人の宴会関係の戻りが特に悪い。宿泊の方も、近隣の大型コンベンション施設で事実上の閉鎖状態が続いているため、全く芳しくない。

○	旅行代理店（販売促進担当）	お客様の様子	・今月は国内の個人旅行が少し回復してきているので、その分だけ数字も上がっている。Go To Travelキャンペーンも始まったので、その影響もあるかと思っている。他の国内及び海外の団体旅行、個人の海外旅行の厳しい状況は変わっていない（東京都）。
○	タクシー（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響よりも、新型コロナウイルスによる自粛の影響の方がはるかに大きい。2月に値上げをしたのに、4～6月は壊滅的であった。7月も2～3割ほど減収となっている。
○	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により、3か月前はこちらからのアクション営業は自粛中であったが、7月からはアクション営業も稼働しているため、営業的には数字が伸びている。客からの問合せによるリアクション営業も、低下傾向ではあるが継続的に一定数入っている（東京都）。
○	通信会社（経営者）	販売量の動き	・徐々にではあるが、案件の受注が増え始めている（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・契約数は緊急事態宣言前程度まで上がっており、解除後は上昇傾向にある。
○	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・外出自粛が解除され、企業、個人共に消費活動に動きが出てきたが、まだまだ新型コロナウイルスが流行する前の状態には戻っていない。3か月前はひどい状況だったので、そこから良くなっているが、基準が低過ぎて比較には値しないといったところである（東京都）。
○	競輪場（職員）	単価の動き	・徐々に売上が戻り始めているが、前年の数字を見るとまだ5割程度であり、厳しい状況は続く。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（営業担当）	それ以外	・緊急事態宣言を受け4月8日から休業していたので、営業できている7月の方が良いが、来客数は少ないので、本来よりは全然良くない（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・官庁案件での落札があり、取りあえず最小限とはいえ年内の業務を確保できている。
○	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約78%と、やや悪い。3か月前と比べるとやや良くなっている。新型コロナウイルス感染症に対する緊急事態宣言も解除され、新規来場者数、商談数もやや回復してきており、比例して販売量も回復してきている。
□	商店街（代表者）	それ以外	・3か月前はちょうど最悪の5月になる手前で、悪くなりかけている状況だった。3か月前は下り始めの7合目、今は上り途上の7合目だが、7合目よりは上がらない。クレジットカードの取扱高からもこの状況が見てとれる。昼と夜の差が激しく、夜の店はかなり厳しい（東京都）。
□	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3か月前と変わらない。当店は横ばいになっているだけでも有り難いが、周りでは店を閉める、店を辞めるという声が出てきているので、これからおかしくなっていくような気がしている（東京都）。
□	一般小売店 [和菓子]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響に加え、今年は梅雨が長く、来客数が減ってしまっている。
□	一般小売店 [印章]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、低迷どころか底だと思っている。経営環境は非常に厳しくなっている。
□	一般小売店 [生花]（店員）	販売量の動き	・祝い事の花がなくなってしまい、本当に困っている。7月は東京盆だったが、例年より3割くらい少ない（東京都）。

□	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	お客様の様子	・店頭部門は相変わらず好調である。夏用マスクや換気用のサーキュレーターなど、新型コロナウイルス感染対策用のグッズが売れていることもあり、単価が上がっている。来客数も、元々当地域は流出人口、他地域に働きに行く人の方が多かったのだが、その人たちが東京方面へ電車で行く人がなくなっているため、その分売上が伸びている。外商部門は、大型案件などがストップしているため、マイナスが大きい。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・販売数量は半分くらいで、まだまだ元には戻ってきていない。注文もないし、配送も暇である。休暇を取るのももう限界である（東京都）。
□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・東京の新型コロナウイルス感染者数の増加により、首都圏事業部の来客数は前年比30%減で推移している。食品では、土用の丑の日に前年をクリアするなど、客単価の伸びがみられるアイテムもある。帰省の代わりに食のぜいたく品を家族へギフトとして贈るなどの動きもみられ、来客数減少をカバーしている（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・営業再開後からの比較だが、売上が前年実績未達の状況が続いている（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・来客数、売上は徐々に増加しているが、食品を除き、依然として前年割れが続いている。特別定額給付金も効果がなく、3密回避により積極的な広告や媒体を使った宣伝を打っていないため、サマーセールを実施しても、動員が悪く厳しい（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・3か月前は営業自粛期間中のため比較はできないが、感染リスクを減らすため五月雨式に開催したクリアランスは、集客効果がほとんどなく、回復のきっかけが全く見えてこない（東京都）。
□	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子を見ていると、広告初日の目玉商品やポイント何倍になる日、タイムサービスで安くなる時間帯など、店や時間をうまく使って少しでも安く商品を手にしようという買い回りが見受けられる（東京都）。
□	スーパー（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べると良くなっており、その傾向は変わらない。新型コロナウイルスの影響で巣籠り需要がまだ続いており、来客数は減っているものの、1回当たりの買上単価が上がっているため、売上増につながっている。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・単価、点数は前年超えで推移しているが、来客数の前年割れがここ数か月続いている。新型コロナウイルスの影響で買いためをしていることによる来店頻度の減少かと思われるが、全てがそうとも限らない。節約志向に転じている客層も少なからず存在している（東京都）。
□	スーパー（店員）	お客様の様子	・来店客の年齢層について、20～30代の若年層が増えてきている。従来の若年層は即食商材の購入が主であったが、自炊をするためか、調味料類の購入が増えている。
□	スーパー（営業担当）	単価の動き	・今月は天候不順で降雨日が多く、特に1人当たりの買上単価が下落している。売上は頭打ちではあるものの、特売やポイントセールを控えているためか営業利益率が上がっており、売上よりも利益の方が上昇している（東京都）。
□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・夜間の来客数は戻らないが、昼間の来客数は回復している。客単価も以前に比べて高くなっており、不安定ながら回復の兆しを感じられる。
□	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どの程度になるか、現状では分からない。
□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・前年に比べて単価が2けた上がっているが、新型コロナウイルスの影響で近隣の施設が休みになり、厳しい。
□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・外出を控えていると思われる人が来店するととてもたくさん買うのだが、そうでない人は本当にそのときに必要な物だけを買うので差が激しい。トータルでは変わらない。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・当社はショッピングセンターにも出店しているが、やはり新型コロナウイルスの影響でショッピングセンターの来客数は伸びていない。そのため、景気は良くないと感じている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・ずっと降雨が続き、夏らしい気候にならず、夏物衣料の売上が伸びない。6月は一時客足が良かったが、7月に入ってから勢いがなくなっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備は順調に入っているが、販売が余り芳しくない。しかし、来場者数が多少増えてきているので、来月以降は少し期待できる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響はまだ残っているが、新規客の動きが活発になってきている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	来客数の動き	・ドラッグストアの業績は良いが、調剤薬局の業績は悪い。ドラッグストアは日用品や感染予防商材を扱っているため、依然として良い。調剤は、医療機関への足が遠のいている状況から、処方箋枚数の減少が著しい。
<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	・このところ新型コロナウイルスの感染者数がまた増加してきている。薬の販売量もやや落ちてきているように感じる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [雑貨]（営業担当）	それ以外	・3か月前は休業していたため比較対象とはならないが、営業を再開した6月と比較すると、7月も客足は戻ってきていない。3月と比べると89%減で推移している（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	・新型コロナウイルス感染者数に一喜一憂している現状では、景気の改善は期待できない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・7月23日現在、売上は前年比約30%、来客数は前年比約40%となっており、法人、団体宴会を売上の柱としている当社にとっては、大変厳しい。自粛解除後、緩やかに個人需要は回復の兆しがあったが、今月の感染者増及び法人独自の自粛の影響で、緊急事態宣言前の3月後半と似たような状況になっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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の影響で、個人客の利用は多少あるものの、法人利用はほとんどなく、相変わらず厳しい状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響でほとんど客が入らなかった。現在は、辛うじて店には少し客が入っているが、ケータリングが相変わらずゼロの状態なので、余り変わらないか少し良くなった程度である。このままいくと倒産してしまいそうである。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数増加に伴って、緊急事態宣言解除後に入った20～30人の大型予約が全てキャンセルになってしまった。感染が落ち着くまでは、この流れはしばらく変わらない。フリー客も少し戻ったように感じていたが、7月後半になって大分客足が鈍くなってきている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が発令されたときはテイクアウトの数が多かったのだが、緊急事態宣言解除後は店内で飲食する人が戻ってきている。その代わりにテイクアウトが減ってきているので、それほど変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響はまだ当分続く。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大に伴い、施設の一部はいまだ休業を強いられており、6月より再開をした宿泊についても低稼働が続き、販売量も前年の80%減と、厳しい状況となっている。レストランについても、夜の予約がほとんど入らず、最悪の状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・依然として新型コロナウイルスの影響が続いており、感染者数の増減で予約がキャンセルになる日が続いている。全く先が読めない。

□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの影響がある（東京都）。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・起爆剤になると期待していた国内旅行でのGo To キャンペーンが始まったが、東京は除外され、国内の感染者数も増えているため、県をまたぐ移動を懸念している人が多く、不透明である（東京都）。
□	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、新しい旅行商品が作れない（東京都）。
□	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が止まらないので、来客数が少ない。Go To Travelキャンペーンが開始されたが、客足はまだまだ鈍い。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う緊急事態宣言は解除されたが、東京の感染者数が増え、なかなか減らないことで、一時動きが出始めた夜の客がまたいなくなっている。やはり新型コロナウイルス騒動が収束しない限り、戻らない（東京都）。
□	通信会社（経営者）	お客様の様子	・自粛中にもかかわらず、消費に関しては余り変わらない。それほど神経質になっていないように感じる（東京都）。
□	通信会社（社員）	お客様の様子	・予想どおりだが、イベント中止の正式決定が出てきている。客入りが見込めない（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・経済に対する先行き不安もあり、サービスの解約や休止をする客が増加している。
□	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小限の内容を意識する傾向は変わらない。
□	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により、景気の回復はまだ見えてこない（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る訪問営業機会の減少等から、新規契約の獲得件数が伸び悩んでいる（東京都）。
□	観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前～今月までで、観光地は新型コロナウイルスの影響をかなり受けている。そのため、3か月前とほとんど変わらない状況が続いている（東京都）。
□	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・コロナ禍における経済活動は再開するも、新型コロナウイルス感染者数が増加に転じるのに伴い、集客は低迷している。ゴルフ場内における感染リスクは限定的だが、クラブハウス内の感染リスク要因は無視できず、重症化のリスクが高い高齢層を中心に慎重な動向がみられる。
□	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染の影響が続くなか、緊急事態宣言解除後、政府の支援策の効果が徐々に現れつつあったが、その後、第2波と思われる感染者数の増加が来客数増加の足を引っ張る格好となっている。
□	その他サービス [立体駐車場] (経営者)	来客数の動き	・前月は少し良くなったが、今月は悪い。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・案件が増えるわけでもなく、そのままの状態である。
□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で、客自身の状況により、借入金を含め、1歩先へ進めず、停滞状態が続いている（東京都）。
□	設計事務所（職員）	それ以外	・社会全体の景気は良いとはいえないと思うが、会社の売上や受注に大きな変化はない。身の回りという意味では変わっていない（東京都）。
▲	一般小売店 [家電] (経理担当)	販売量の動き	・前月まではキャッシュレス決済の5%還元などがあり、それなりに商品の動きがあったが、それも終了し、なかなか梅雨明けせず、暑くもないので、エアコンの動きはぼつりぼつりである。工事関係はそこそ動いているので助かっている。ただし、祭り関係の電気工事が全て中止となったのが痛手である。
▲	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、売上共に減少している（東京都）。
▲	一般小売店 [米穀] (経営者)	販売量の動き	・法人との取引でなかなか明るい話がなく、売上が戻ってこない（東京都）。

▲	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルス感染症による特需で、アルコール消毒液やトイレットペーパーなど通常販売商材以外の売上が伸びたが、7月はこれらの商材の動きもすっかり止まり、売上も僅かながら前年を下回っている（東京都）。
▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・店舗の売上は、現在30%ほど減少している。イベントにおいては、入場者制限と販売品目限定により、売上が3割に落ち込んでいる。
▲	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が再び増加しているため、外出自粛ムードが再び訪れている（東京都）。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は落ちているが、来店客の買上点数や単価が高いので、売上は何とかキープしている（東京都）。
▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・全体的な売上は1割ほど伸びているが、衣料、住まいの品の落ち込み分を食品全体でカバーしている状況になっている。来客数はほぼ前年並みだが、外出自粛のなか、仕方なく家で必要な物を中心に買っている状況で、客にもストレスがかなり感じられる。
▲	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・6月度でキャッシュレス決済の5%還元キャンペーンは終了した。粉類、パスタ関連商材等の品薄状態は解消してきているが、内食需要は続いている。集客のためのチラシ配布をしていないため、来客数は落ちているが客単価が大幅に上がっている。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・3～4月が非常に良かったので、それに比べれば下がっているが、前年比は大きく超えている。
▲	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で、全体的に来客数、売上が減少傾向にある。
▲	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数増加に加え、天候悪化も要因となって、来客数が大幅に減っている（東京都）。
▲	衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・前月は緊急事態宣言が解除され、特別定額給付金も給付され、売上はもちろん悪いものの、前年比70%以上となった。今月に入り、東京都内の感染者数が再び増加し、年配客が全く外に出なくなっている。年配客をターゲットとしている当店は前年比50%となり、新型コロナウイルスの影響による休業時に似た状況となっている。やはり続けるのは難しい、赤字を増やすだけなのではないか。先が見えないため、私自身もそうだが、消費者がお金を全く使わないと実感している。
▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・3か月前よりも実質の来客数が落ちてきている。梅雨が明けず、季節商材の販売が低迷している。
▲	家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・7月に入り、新型コロナウイルスと長梅雨の影響を受け、客の動きが弱くなっている。特に、長梅雨はエアコン需要に悪影響を及ぼしている。テレワーク等は引き続きパソコン関連商材の需要を喚起している。また、テレビの需要も回復傾向にある（東京都）。
▲	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者がまた増えてきているため、来客数が再び減少してきている。
▲	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・車関係では、新車の展示販売など客が集まるようなイベントができないので、販売台数が相当減っている。整備については、距離を走る走らないを別にして、車検など定期点検があるので、そこまで大きくは減っていない。新型コロナウイルスの影響で、景気が悪くなっている（東京都）。
▲	乗用車販売店（店長代行）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数が増えている影響かは分からないが、来客数、販売台数共に減少している（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で客が外出を自粛しており、来客数が大きく減少している。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が増加している。特に都内繁華街と特化されてから、人通りが絶えている（東京都）。

▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大防止のための外出自粛要請により、会食を控える人が多くなり、当社のような飲食店の来客数は減少の一途をたどっている(東京都)。
▲	一般レストラン (スタッフ)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響がある。
▲	その他飲食[居酒屋] (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、一般の会社員は会社から外食を控えるように言われているとのことである。メディアが「新宿」、「夜の街」といった曖昧な言葉で恐怖心をあおっており、該当する当店はもろに影響を受けている(東京都)。
▲	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・Go To キャンペーンが開始されたものの、東京除外による影響で、再度取消しが出ている(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が徐々に出てきており、受注が少なくなってきた。
▲	通信会社(社員)	販売量の動き	・MNOが過度な割引を行っていることから、獲得が厳しくなっている(東京都)。
▲	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・当社はインターネット回線を提供している。在宅ワークが増えている影響で、インターネットの加入希望は増えているが、娯楽であるケーブルテレビサービスが減っている。必要でない諸経費を削る傾向が見受けられる(東京都)。
▲	通信会社(経理担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響でいつ何がどうなるのか分からないため、念のために節約しておくという消費者心理がある。
▲	その他サービス[保険代理店] (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、客に購買意欲がみられない。何となくこれからの経済や社会生活に対する不安が感じられる。
▲	設計事務所(所長)	お客様の様子	・現在設計委託を受けているある神社では、参拝客が激減したそうである。したがって、これからも祭りや祭礼、暮れから正月にかけての初詣等による収入も相当減るのではないかと予測している。いつも以上に身近に感じる上に、同業である他の神社なども非常に悪いという話を聞いている。
▲	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響でどうなるかと思っていたが、順調に販売契約があり、4～6月は好調に推移した。7月になって若干動きが鈍くなり、契約が伸びていない。詳しい状況は分からないが、景気が悪くなっているように感じる。
▲	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・今後の不安があるのだろうと思われるが、住宅という大きな買物であるだけに、購入の決断ができない客がほとんどである。
▲	その他住宅[住宅管理・リフォーム] (経営者)	競争相手の様子	・相談等のない状況が続いている。このような状況がいつ頃改善されるのかは予想もできない。
▲	その他住宅[住宅資材] (営業)	販売量の動き	・継続的に需要が縮小傾向にある。新型コロナウイルスの影響が大きい(東京都)。
×	一般小売店[家具] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス関係で10万円の特別定額給付金が出たので、多少店の方にも影響があるのではと思っていたのだが、客は以前より少しは見に来てはいるものの、成約にはつながっていない。この先も余り良くない(東京都)。
×	一般小売店[食料雑貨] (経営者)	来客数の動き	・東京の新型コロナウイルス感染者数増加が発表されると、来客数が減る。
×	一般小売店[祭用品] (経営者)	来客数の動き	・イベント、行事の中止がかなり影響しており、一般消費者のみならず、業者からの発注もない。
×	スーパー(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス及び降雨の影響により、来客数が減少しているが、それだけではない気がする。
×	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・販売量がかかなり落ちている(東京都)。

×	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・天候不順が続き、夏場で販売が期待できる飲料やアイスクリームが低迷している。新型コロナウイルスの感染者数が増えていることで、特に週末を中心に客足が鈍い。レジ袋有料化が始まったことでも客の買上点数が減少しており、売上を押し下げている（東京都）。
×	家電量販店（店長）	単価の動き	・特別定額給付金効果の売上が一段落し、購入商品の単価が下がっている（東京都）。
×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	お客様の様子	・政府も東京都も対応が後手に回っていて、本気で何とかしようという気が感じられない（東京都）。
×	高級レストラン（経営者）	販売量の動き	・外食業のなかでも当店は中高年の利用者が多いため、新型コロナウイルスの影響で予約が入ってはキャンセルになっている。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べて、より一層新型コロナウイルスの影響が出ており、夜に酒を飲む店には客が来ず、手の打ちようがない。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチに関しては、来店客の8割以上が1人客になっている。以前は2～4人、又はそれ以上のグループで来ていた客が、ほぼ1人で来ている。ディナーに関しては月に何組かになっている。夜に出歩いて皆で食事をしようということがなくなったのだと思われる。
×	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、来客は全くない。これでは商売にならない。経済などとてもない話である。
×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・既に半年間、学校の遠足を除いて、一般団体からの新規受注がほとんどない状態が続いている。Go To キャンペーン関連で僅かに新規受注がみられるものの、秋以降の実施であり、現下の状況は厳しいものとなっている。
×	旅行代理店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で取消しが続いており、景気は最悪である（東京都）。
×	タクシー運転手	それ以外	・7月22日から、落ち込んだ経済の回復のため消費を促すGo To キャンペーンがスタートしたが、東京都内では新型コロナウイルスの感染者数が連日300人に迫ってきている。勤勉実直な日本人は政府や都の要請に素直に従うので、タクシー業界は、夜の乗客が極端に少なく、売上も平常時の3分の1以下で苦しい（東京都）。
×	タクシー運転手	お客様の様子	・週末は利用があるが、まだまだ少なく、いつまでこのような状況が続くのか、不安で仕方ない。多少なりとも仕事があることを良しと思うしかないのかもしれない。
×	タクシー運転手	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの感染者数がじわじわと増加するなかで、売上が減少傾向にある。中高年層も減少しており、特に月曜日の売上が壊滅的に悪い。若年層は一定数を保っている（東京都）。
×	タクシー運転手	お客様の様子	・個人タクシーで、昼間に都心のサラリーマンを相手に営業していたが、サラリーマンが7～8割乗らなくなった。今までの経験がゼロになり、非常に営業をしにくくなっている（東京都）。
×	タクシー（団体役員）	お客様の様子	・主に夜に稼働しているが、深夜帯の乗客がいない。人が出歩いていないので乗客にならない。
×	通信会社（局長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で営業ポイントが取りにくくなっており、営業成果に悪影響が出ている（東京都）。
×	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・都心に近い、立地条件に恵まれているゴルフ場だが、新型コロナウイルス感染防止対策を講じることで、利用の枠は狭まる。一方で、高齢者に人気のゴルフ場であることから、新型コロナウイルス感染を恐れる高齢の客は、びたりと来なくなっている。来場者数は通常より15～20%減少している。
×	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 [福祉輸送] (経営者)	お客様の様子	・政府はGo To Travel等のキャンペーンを推進しているが、現実には客は長引く感染者の増大に戸惑っており、消費意欲をなくしている。早くPCR検査などの完全実施体制を整えてほしい(東京都)。
	×	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・当社は不動産デ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。ホテル及びテナントビルなどの賃料も入らない。建設業は、このような状況では新規プロジェクトを始める気持ちになれない。公共工事はあるが、工事原価が高止まりしており、赤字となるので誰も入札しないこともある。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	—	—	—
	○	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、軽印刷、名刺印刷などを行っている。店頭販売とFAXでの注文も受けている。今月は会社の設立印の注文が3件あったが、これは非常に珍しいことである。本数も4本出て、法人関係は少し上向いているように感じる(東京都)。
	○	電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・以前からの受注案件がここにきて納入することになり、若干売上が増えたが、まだ例年どおりというわけではない(東京都)。
	○	通信業(広報担 当)	受注量や販売量 の動き	・前月は徐々に正常化しつつあったが、今月はまた悪化している(東京都)。
	○	その他サービス 業[警備](経 営者)	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルス感染対策として、公営競技の検温、マスク着用検査を受注している。
	○	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で、全体的にはまだはっきりと景気が良くなってきているとは言えないが、政府予算化案件の受注等によりやや良くなってきているように感じる。
	□	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・店頭売り以外の注文がまだほぼゼロの状態である。ギフト品の売上も悪く、客単価が下がっている。
	□	出版・印刷・同 関連産業(経 営者)	受注量や販売量 の動き	・6月になって少し持ち直したかに見えたが、また絶対的な仕事量が少なくなっている。取引先も暇なので、内製するといって仕事を引き上げられている。
	□	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・3か月前と比べて、現在も売上は下がったままである。今後この状況が続くそうである。
	□	輸送業(経 営者)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大が続くなか、3か月前に比べ、取引先も対応策を講じてきており、徐々にではあるが、元の日常業務を取り戻しつつある(東京都)。
	□	輸送業(経 理担当)	受注量や販売量 の動き	・物流量が低迷しており、回復の兆しが見えない。
	□	輸送業(総 務担当)	取引先の様子	・閑散期で物量が増えていないため、収益が伸びない。
	□	金融業(役 員)	取引先の様子	・3か月前と比べて、商店街及び観光地の人出は多くなってきている。テイクアウトは増加するも、店舗内で飲食する観光客は増えず、売上は依然として低調に推移している。機械製造業関連は、設備投資や海外輸出入が依然として低調であり、売上増加の見込みが少ない。不動産関連は、物件への内覧が増加し、直近では契約増加となっているが、今後の仕入物件の出玉が少なくなっており、将来的には売上増加に結び付かないとの話がある。
	□	不動産業(総 務担当)	取引先の様子	・一時収束に向かったかと思われた新型コロナウイルス感染症も、経済を回すために制限を緩めた途端にまた拡大してしまっている。飲食系テナントは一旦再開したものを再度休業するのもはばかられるため、客足が伸びないなかで泣く泣く営業しており、気の毒な状況となっている(東京都)。

□	税理士	それ以外	・夜、近隣駅周辺の商店街にある飲食店をのぞくと、緊急事態宣言解除後には、男女がマスクをせずに笑いながら飲み食いをしていた店が、今は全然客が入っていない。この1週間で感染者数がかなり増えているので、居酒屋等も客が入っていない（東京都）。
□	税理士	取引先の様子	・外食や他県への移動は許されているが、いまだに新型コロナウイルスの感染者数が増え続けていることを考慮すると、コロナ前には戻ることができない以上、マスクなどの関連商材の売行きは良いだろうが、全体的にはコロナ不況の波はまだ続く。
□	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	・取引先工場の稼働状況が悪いままで回復しておらず、当社の受注も低迷したままである。
□	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	・新型コロナウイルスの感染者数が再び増えていることもあり、ビジネスでも都心から他県の仕事を受けることは断られるケースがあり、低迷が続いている（東京都）。
▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・多少案件が動き出してきた感じを受けるが、前年の5～6割程度である。集客を行う広告案件は壊滅的な状況で、先が見えない。
▲	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、若干売上が減少してきている。
▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、化粧品容器受注の減少傾向が止まらない。
▲	その他製造業〔鞆〕（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で大変な苦境に陥っているなかで、そう簡単には良くならないことをひしひしと感じている。
▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響により、まだ飲食業を始め小売業等の売上は戻っていない。不動産業はユーザーが建て売りを買い控えており、売行きが良くない。不動産賃貸業は家賃の値下げが止まらないことと、より家賃の安い物件への引っ越しが多く、収入減になっている。他の業種も、人手不足や人件費が払えず廃業するところも出始めている（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・本来ならば東京オリンピック開催で日本中が盛り上がっている時期に、新型コロナウイルス感染症の発生で、急転直下、先が見えない状態になっている。このところ東京都内も急に感染者数が増え、お互い自粛を迫られるなか、何とか前に進むしかない。特に、飲食業の店舗の値下げ依頼がたくさんあって困っている。賃料が下がれば貸主だって苦しいのは同じである（東京都）。
▲	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で、ホテル業はいまだに回復傾向がみられない。また、観光、飲食、レジャーなどは控える傾向が続くとみられる（東京都）。
▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・自粛期間中に比べると若干上向きだが、依然として厳しい状況には変わらない。
▲	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	・新規の契約が減ってきている（東京都）。
▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	取引先の様子	・開発中案件のストップが出始めている。
×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・明らかに新型コロナウイルスの影響で受注量が減っている（東京都）。
×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・紙媒体における印刷受注が減少するなど厳しい状況のなか、新型コロナウイルスの感染拡大により、売上が半減している。

	×	出版・印刷・同 関連産業（営業 担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、前年同期の売上累計に比べ42%ダウンしている。また、新型コロナウイルスの感染が更に広がり、クライアントの委員会やセミナー、講演会が中止若しくはWeb開催となり、配布予定の資料や要旨集の印刷のキャンセルが止まらない。7月以降の売上も前年比ダウンは必至で、この状況がいつまで続くか全く予想できない（東京都）。
	×	化学工業（総務 担当）	受注量や販売量 の動き	・4月前後はまだ注文残があり、新型コロナウイルスの影響は限定的であった。しかし、春以降は受注減速が著しく、厳しい状況が続いている。
	×	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得意先のプロジェクトが中止となり、受注が減っている。
	×	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・3か月内示の報告では、この先3か月も良くならない。どの取引先もそうである。
	×	精密機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・受注が前月比でマイナス5ポイント、前年比でマイナス37ポイントと、近年にない落ち幅となっている。自動車関連は回復してきていると聞いているが、まだ中小企業には改善がみられない。
	×	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・物が希望価格で売れない。
	×	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・新型コロナウイルスの影響で経済が止まっている。
	×	建設業（経営 者）	取引先の様子	・取引先の受注は2～3割減少しているとのことで、景気後退が続いている。また、計画していた案件も様子見で、延期や中止となっている。
	×	建設業（営業担 当）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの影響を受け、今取引している会社全体の設備投資が少なくなり、景気が非常に厳しくなっている。
	×	輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・飛行機が飛ばないことで、航空便の需要が低迷している（東京都）。
	×	金融業（支店 長）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染が収まらず、消費行動にも自粛ムードが続いている。
	×	広告代理店（従 業員）	受注量や販売量 の動き	・イベントが中止になっているため、売上がない。
	×	広告代理店（営 業担当）	受注価格や販売 価格の動き	・依然として新型コロナウイルス感染拡大の数値が落ち着かず、エンターテインメント業界のクライアントを中心とした当社の宣伝費受注は、大変大きく落ち込んでいる（東京都）。
	×	経営コンサル タント	取引先の様子	・中小製造業、特に金属加工業では、新型コロナウイルスの影響は余りなさそうだが、取引先は自宅待機や輸出入減少により冷え込んでおり、在庫を持つ程度しか発注が来ない（東京都）。
	×	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	・今の案件の終了後、次の案件がない（東京都）。
雇用 関連	◎	—	—	—
(南関東)	○	人材派遣会社 （社員）	周辺企業の様子	・販売在庫が残っていて、生産を保留していた企業の生産が再開した。6～8月は生産量を抑えていたが、9月からは新型コロナウイルス発生以前に戻すという企業も多い。これにより退職者補充なしで様子見だったところの人員依頼が復活した。全体的に人員依頼は回復しているように感じる。
	○	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・全体的に求人数は緊急事態宣言時より若干回復してきている。ただし、前年同月に比べると、まだ前年を割っている（東京都）。
	○	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・求人数は前年比50%程度に回復してきている（東京都）。
	○	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・再度、緊急事態宣言が発出された場合は、相当のダメージがある（東京都）。
	□	人材派遣会社 （社員）	求職者数の動き	・3か月前は緊急事態宣言中で、採用活動を一時中断したこともあり比較は難しいが、その後の動きとして、短期も含め求職者は多いものの、求人は少なくマッチングが難しい状況が続いている。なお、業務仕様の変更も含め、契約改定の申入れも増えてきている（東京都）。

□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・引き続き求人数が前年の60%程度となっている。
□	求人情報誌制作 会社(営業)	求人数の動き	・ある程度、下がりきった感じもあるので、3か月前との比較では変わらないが、新型コロナウイルス以前と比べたらまだまだ悪い状況が続いている。
▲	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・収入等に変化はないが、新型コロナウイルスの影響で、以前と同じ消費生活ができなくなっている(東京都)。
▲	職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・4～5月の新規求職者数は、求職活動等の自粛から減少傾向にあったが、6月以降は増加しており、雇用保険失業給付の資格決定者数も増加傾向にある。
▲	民間職業紹介機 関(経営者)	採用者数の動き	・航空会社大手2社の採用中止は、旅行、観光、ホテル業など周辺業界に影響を及ぼしている。採用数が多い業界へ徐々に波及するのではないかと(東京都)。
▲	民間職業紹介機 関(経営者)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染の影響が大きく、需要の減少による生産調整が2月以降続いている。この先の見通しも現時点では全く立たず、経営が行き詰まる中小企業が増える(東京都)。
×	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・一部の企業では、新型コロナウイルスの影響による繁忙があったが、今月はそれもなくなり、3か月前と比較しても求人数が大幅に減少している。
×	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は3か月前比で180%強と回復傾向にはあるものの、前年同月比では40%水準であり、厳しい状況が続いている。長期稼働中の派遣労働者数も、3か月前比、前年同月比共に10%強減少していることから、景況感は悪化している(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、依然として採用ニーズは減少傾向にある(東京都)。
×	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・エンジニア派遣事業は、製造業の業績の影響をダイレクトに受け、新たな引き合いが極端に減少している(東京都)。
×	求人情報製作会 社(営業)	求人数の動き	・ボーナス後のため、通常であれば求人募集を行う企業数が増えてくるはずだが、一向に伸びていない(東京都)。
×	求人情報誌製作 会社(広報担 当)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、イベント開催が軒並み中止となり、代替商品を販売するも、余り業績が思わしくない(東京都)。
×	求人情報誌製作 会社(所長)	それ以外	・クライアントの仕事が薄くなってきている。
×	新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・募集が出ないので、前年比も何もない。無茶苦茶な状態で、ほとんど壊滅的である。
×	職業安定所(職 員)	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響により、悪くなっている。