

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (南関東)	◎	スーパー（販売促進担当）	・食品中心の買上点数、買上単価の2けた増は、新型コロナウイルス感染者数増に伴うものであり、今後も巣籠り消費の増加は続くと考えられる。
	◎	旅行代理店（販売促進担当）	・9月になると教育旅行で修学旅行や国内の団体旅行も動き出すので、その分数字的にも上がる。また、Go To Travelキャンペーンが始まったので、国内を中心に個人旅行の数字も上がってくると思うので、2～3か月先は良くなる（東京都）。
	○	商店街（代表者）	・今まではほとんど商売になっていなかったもので、それと比べれば少しは持ち直してきているが、景気が回復したわけでは全くない。現状からあと2歩も3歩も数字が持ち上がっていかないと、商売としてはなかなか厳しい。自助努力しかないが、しっかりと方向性を自分で決めて、何か新しいものを取り込まない限りは、商売は非常に難しい。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響で家にいることが多くなったため、家電製品、特にエアコンがよく売れている。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・希望的観測だが、2～3か月後にはやや良くなる方向に向いてもほしい。
	○	一般小売店〔家電〕（経営者）	・2～3か月先には新型コロナウイルスの影響が減ってくる。また、そう期待している（東京都）。
	○	一般小売店〔生花〕（店員）	・9月はお彼岸があるので今月より多少は良くなるのではないかと期待している。今月は東京盆だったが、何だかぱっとしないまま終わってしまった。新型コロナウイルスが早く収束してほしい。このままでは新型コロナウイルスに店を潰されてしまう（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・希望的観測ではあるが、新型コロナウイルスが若干でも落ち着く、あるいはインフルエンザ的な扱いになることを期待している。客の買物意欲は非常に高いので、それに期待する（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・新しい日常の秋冬シーズンを迎えるに当たり、新たな必要品のニーズが見込まれることと、郊外店であるため、都心回避の風潮から、新規顧客層の来店が増加傾向にある（東京都）。
	○	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルスによる疲れが出そうなことと、Go To キャンペーンの影響がある。
	○	家電量販店（経営企画担当）	・梅雨が明け、夏本番を迎えるので、エアコン需要が回復することを期待している。高付加価値商材に対しては、需要旺盛の感を持っている（東京都）。
	○	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は余り芳しくない。来場者数が増えてきているので、将来的にはこのまま良くなるのではないかと。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・中間決算月で、新車、サービス需要が伸びると予想している。中古車市場が活発化すれば、更に上乗せがある。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今が大分悪くなっているので、これからは是非良くなってもらいたい。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・Go To キャンペーンによる動きは多少出るものと思われるが、従業員に感染者が出てしまえば営業もできなくなる可能性があるため、先行きは読めない。
	○	旅行代理店（営業担当）	・2～3か月経過すれば、Go To Travelキャンペーンが幅広く認知されて、旅行需要が高まると予想する。
	○	通信会社（経営者）	・自粛期間が終わり、自粛ムードも解けて、街中に人が増え、消費も徐々に回復する（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	・テレビとインターネットの融合が本格的に進むと想定される。IPTVで公開し、人気の高いコンテンツが地上波で放送され、そのプラットフォーム会社に注目が高まる図式がある。また、携帯電話会社の格安SIMについては、大手キャリア並みの大容量プランが広まっており、今後の勢力図は徐々に変わっていくと考えられる。	
○	住宅販売会社（従業員）	・展示場への来場者数も増えているので、今後も良くなる。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店 [和菓子] (経営者)	・新型コロナウイルスの感染者数がまた極端に増えてきているため、今後どうなるか不安である。また、秋のお祭り、イベント等は既に中止が決定しているため、売上が見込めない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [祭用品] (経営者)	・新型コロナウイルスの治療薬、ワクチンが開発され、全てが再開されるまでは、今の状態が続く。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [文具] (販売企画担当)	・店頭部門の売上はおおむね良い。前年比115~120%、2けた水準の伸びなのは間違いない。外商部門は大口案件が圧倒的に減っており、特に設備投資関係、事務所のリニューアルや大型コピー機の更新などが全て停滞している。客がテレワークになり、使用機会が減ってしまっているため、影響は大きい。こうした状況がずっと続いているので、この先も変わらないのではないかと。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [茶] (営業担当)	・新型コロナウイルスの感染拡大を抑えるため外出を控えてほしいと言われており、イベントなどもなく、販売ができない。普通の状態に戻り、ホテルなどからの注文が来るようにならないと、売上も上がらない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (売場主任)	・首都圏の中心にある店舗は来客数の30%減が続いている。新型コロナウイルス感染症に関する環境が変化しない限り、来客数の戻りは見込めない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (総務担当)	・今後2~3か月も新型コロナウイルスの影響が継続すると考えられるなかで、状況が改善することは見込めない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (総務担当)	・新型コロナウイルスの影響が改善する具体的な効果が認められる状態にならないければ、本格的な消費行動の回復は見込めないのではないかと。先行きが不透明な状態が続くなかで、今後の景気の見通しを立てることは非常に難しい(東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (総務担当)	・新型コロナウイルス感染者数が増えており、来客数の増加は見込めない。現状の水準がしばらく続く(東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (広報担当)	・足元の新型コロナウイルス感染者数の拡大傾向に歯止めが掛からない。最大の行楽シーズンである夏休みについても、外出自粛ムードが継続すると思われるため、現状から大きく上がる要素も下がる要素も見当たらない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業担当)	・新型コロナウイルスの感染者数が増加傾向となり、更なる来客数の減少が懸念される。モチベーションやイベントの中止が続いており、その影響は今後も続くと思われるため、早急な回復は期待できない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業担当)	・新型コロナウイルスの感染が最近拡大傾向にあり、来店頻度や滞在時間に影響が出てくるものと予測している。当面はこの繰り返しになり、しばらく継続する(東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売促進担当)	・新型コロナウイルスの感染者数は日々過去最高を更新しており、先の状況がなかなか見通せない。既に第2波が始まっているとの声もあり、再度の緊急事態宣言など、今後の状況によっては大幅に悪化することが懸念される(東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売促進担当)	・客ははまだ外出を控える傾向にあるものの、来客数は回復しつつあり、今後も緩やかに伸びると思われ、今よりは景気が良くなる。しかし、お中元ギフトはインターネット販売への移行が顕著で、ギフト会場での売上は想定よりも減少している。客には「新しい生活様式」への動きもみられ、集客、販促方法等も試行錯誤の段階であり、取引先が受けた新型コロナウイルスの影響も大きいことから、従来の状況にまで回復するにはまだ時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (店長)	・いまだ来店を怖がる客も多く、また、ぜいたく品は必要ないという感覚が芽生えており、日々東京での新型コロナウイルス感染者数が増えている状況下においては、ワクチン開発など抜本的な打開策がないうちは、年内は今と同じように推移し、変わらないと推測している。必要品である食品関連は前年より1割増し程度で推移している(東京都)。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (企画宣伝担当)	・直近では首都圏で新型コロナウイルス感染拡大の勢いが増してきている。今後の来客数、売上に大きく影響する可能性があるため、景気の先行きは不透明である。営業時間を1時間短縮しているものの、来客数は前年比マイナス15%から改善していない。

<input type="checkbox"/>	百貨店（副店長）	・変わらないというより、分からないというのが正直なところである。いずれにせよ、新型コロナウイルスの感染状況、あるいはワクチンの開発状況に大きく左右される（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・競合との価格競争があり、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、単価が下がっている分、客1人当たりの買上額がなかなか前年に届かない状況で推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染者数が増えてきている。そのためか巣籠り消費で、また家庭内の食事が増えているようである。当社は食品スーパーなので、売上が伸びている。この傾向はしばらく続きそうである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・都内の感染者が日に日に増えている状況のなか、3か月後も客自身が不要不急の外出を控え、近くのスーパーマーケットで買物して、自宅で巣籠りというような状況が続くのではないかと予測される。3か月後も今のままでいくのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・新型コロナウイルスの影響により、内食需要が堅調である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・今後も、内食化傾向が薄まるとはいえまだ継続する。生鮮食品、生活必需品等の需要がまだまだ多いと思われるため、スーパー業界は今の数字がベースで変わらないのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（ネット宅配担当）	・新型コロナウイルスの影響は、ここ数か月では変わらない。世の中の景気はかなり厳しいと思うが、食品小売業に関しては景況に逆行して前年比を超えていく。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・売上、来客数共に回復してきているが、先行き不安な状況で、現状を維持できるか常に不安な日々が続いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で経済がどうなっていくか分からないが、現状維持ならよしとしなくてはならない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・例年に比べ梅雨明けが遅れていることと、週末の外出を控える傾向から、最盛期である8月初旬の売上は厳しくなる見込みである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・梅雨は明けるものの、新型コロナウイルスの感染状況に改善がみられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・底辺のままで変わらない。今後良くなってほしいが、特別良くなる理由もないので、しばらくは底辺のまま進むのではないかと。秋口になって幾らか良くなるのではという希望的観測もあるが、今は良い材料を探すのが大変なくらいである。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルス感染第2波の真ただ中にあり、当社が扱うイベント等で着用する衣類に対する展望は期待できない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスが家電量販店に与える影響は、郊外型店舗戦略を取る企業においては大きくはない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの影響による経済的な低迷が、個人消費にも影響を与えている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・決算を迎えるが、新型コロナウイルス感染の第2波を考えると変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・新型コロナウイルスの影響がどこまで出るか不透明である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・現在の新型コロナウイルス感染者数の推移をみると、緊急事態宣言がなくても、自主的に自粛する客は増える可能性がある。営業が可能ならば一定の売上は確保でき、景気が悪くなることもないと思えるが、良くなることも考えにくいいため、現状と変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・Go To Travelキャンペーンが東京除外となったため、巻き返しへの期待は薄い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・基本的に需要が減少傾向にある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・新型コロナウイルスが2～3か月で落ち着くとは思えない。引き続き来客数減少の厳しい状況が見込まれ、景気は悪い状態が続く（東京都）。

<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先も恐らく今とほとんど変わらない。ケータリングはないだろうし、店にもそんなに客は入らない。この低い状態が2～3か月後もずっと続く。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染者数の推移が大きく関係するので、長期化すればするほど、回復に時間が掛かる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・3か月後も新型コロナウイルスの影響が多分にあると思うので、今の悪い状態が続くとしか考えられない。もっとひどくなる可能性もある。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・暮れの宴会までは現在のような調子が続く。フリー客に関しては、自粛に飽きてきて、飲みに行きたい、人と会話をして楽しいひと時を過ごしたいというような雰囲気があるので、現在くらいの売上はフリー客だけでも何とか維持できるような感じがしている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・ランチにしても夜のフリー客にしても、客は戻ってきているが、やはり団体の宴会予約が入らないので、売上は余り変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・明確な改善の方向性が出ない限りは、今と同様の状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・新型コロナウイルス感染第2波の影響が社員食堂等にどのような影響を及ぼすか判然としないため、楽観視できない。したがって、今後数か月は現在の状態が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（経営者）	・当県を含む首都圏、とりわけ東京の新型コロナウイルス感染者数が激増している状況のなかで、当地域を取り巻く環境は余り良くなるという見込みはないため、現状のままで推移するとみている。このような状態が少なくとも今年一杯、長ければ来年3月頃までは続くか、更に悪化するのではないかと。政府のGo To キャンペーンの迷走も、我々にとっては混乱を招いている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・変わらないというよりは、新型コロナウイルスの感染状況次第なので、分からない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊・宴会婚礼、レストランいずれも、全般的に予約がほとんどなく、先々の動きも皆無で先が読めない状況が続いている。経費削減の観点から一部休業を続けなくてはならず、最悪の状況から抜け出せていない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの影響で、市場がどうなるか分からない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	・Go To キャンペーンに期待したが、都民や都内発着が対象外となり、出鼻をくじかれた（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響により、世の中の動きが非常に鈍っている。治療薬やワクチンができればまだ違うのだろうが、仮にできたとしても、これだけテレワークやリモートワークが進んでいると、今までのように商売が動くかどうか全く読めない。とにかく、1日も早い収束を願うが、現状ではなかなか変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー（経営者）	・年内は今のままの状況が続く。下手をすれば、1年後も今の状態のままのような気もする。年明けには飲食店やそれに付随する業界は壊滅的な打撃を受けるのではないかと。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染の第2波が来ていると思うが、政府が緊急事態宣言を再発令しなければ、現状の景気を維持できるのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・自粛の影響は春先と変わらず、今後も続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・MNOの過度な割引がどこまで続くか判断できない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの収束が見通せないなかで、元の状況まで回復することは難しい。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルスの影響がまだまだ続く見込みである。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・契約件数は前年同月並みまで回復してきているものの、転居の動きが不透明であるため、横ばいと想定している。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなる材料は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営企画担当）	・新型コロナウイルスによる影響の出口がまだまだ見えてこない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・当分の間は低調なままで推移するものとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・政府の援助等がなければ、当面は変わらない（東京都）。

□	通信会社（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が拡大気味で、消費活動全般が落ち込んで回復していない（東京都）。
□	観光名所（職員）	・2～3か月先でも、新型コロナウイルスの影響で観光地はかなり厳しい。東京都の自粛要請等もあるので、今と状況は変わらない（東京都）。
□	パチンコ店（経営者）	・夏休みシーズンに入り、客の動向に変化がみられる一方で、不要不急の外出自粛等のアナウンスや、秋口に向けた新型コロナウイルス感染再燃への警戒感から、一進一退の動きになることが予想される。
□	競輪場（職員）	・新型コロナウイルス感染者数が最近また増えており、南半球でも増え始めているので、売上は半分くらいで推移すると考えている。
□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（営業担当）	・7月に入り東京都の新規感染者数は3けたが続き、さらに過去最多を更新するなど、新型コロナウイルスはまだまだ収まりそうにない。しかし、経済のことを考えてか、再度の緊急事態宣言や休業要請は出なさそうなので、6～7月と同じような来客状況が続く（東京都）。
□	設計事務所（経営者）	・現在動いているプロジェクト以外のお話が入ってこないの、今のままで推移する。
□	設計事務所（経営者）	・一時期の非常に厳しい状況からは脱した感があるが、民間案件については相談等もなく、当面は今のまま推移する。
□	設計事務所（所長）	・新型コロナウイルスの感染者数が再度増えており、国の方針も見えず、先行きの見通しがこの3か月で見えてくるとは考えにくい。今の状態がこのまま続いていく（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	・一度は落ち着いた新型コロナウイルスの感染者数が再び増えてきている状況を見ると、景気が完全に回復するとは思えず、今月ぐらいのやや悪い状況のままで変わらずに推移するのではないかと。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・2～3か月先は秋頃になるが、相談のほとんどない状況から、今のところ先行きについては考えられない。
□	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建材需要が極端に減るとは思わないが、上向き材料は乏しい（東京都）。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染状況の悪化と、政治の無策が追い打ちをかけ、消費者の不安が日々増大し、比例して財布のひもは少しずつ固くなっている。コロナ禍が落ち着く見通しがなく、大きな財布を持っている世代の不安が解消されないと、当地域のような30代超がボリュームゾーンの落ち着いた街は厳しい（東京都）。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響で営業もかけられず、キャンペーンも全て中止となっている。マスク着用、消毒など気を付けているが、感染してもさせてもいけないので困ったものである。依頼のあったことのみ対応している。
▲	一般小売店〔家具〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、非常に厳しい時代が来るような気がする。客の方も、自分の生活費にあてるだけで精一杯になっており、当店のような耐久消費財を扱っている店は、ますます悪くなる（東京都）。
▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響に改善が見込めず、悪い上に、長期に渡ることによって更に業態が悪くなってくる。客の様子からも販売量は減ってくると考えている（東京都）。
▲	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・完全なテレワークではないものの、週2～3日のテレワークが定着したことにより、法人客の文具需要が落ちてきている。また、文具業界では、3密防止のために見本市や新商品発表会等の開催が中止となり、新商品の発売や情報共有が遅れ気味となっている。このような状況が店頭の商品ぞろえにも影響を与えており、なかなか売上アップにつながらない要因ともなっている（東京都）。
▲	一般小売店〔傘〕（店長）	・先行きが見えない。再度外出制限をされると落ち込む。
▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・自家需要のお茶は伸びているが、ギフト商品が減少している。出掛ける人が少ないため、土産物がやや減っている。全体的に売上も落ち込んでいる。

▲	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染の第2波が懸念されている。その影響によっては、再び営業縮小若しくは臨時休業になり得る（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・先のことは読めないが、2～3か月先は今よりは多少悪くなるのではないかと予想している。その理由としては、今が良いということと、他の業種が大分厳しい状況にあるので、消費が冷え込むのではないかとということである。
▲	スーパー（店長）	・経済状況が決して安定しているとはいえないなか、新型コロナウイルスの影響で失業率が悪化し、打撃を受けている業界も多いので、今後更に経済状況が悪化することも十分考えられる。厳しい状況はこれからも続く（東京都）。
▲	スーパー（総務担当）	・当店では、生活必需品、頻度品を中心に販売をしており、季節性の高い物、又はイベント性の高い物の売上は落ち込んでいる。特に、インバウンド関係の化粧品などは売上が3割以上落ちている。客は決して購買に積極的ではなく、家で過ごすための商品を仕方なく買っている。今後新型コロナウイルスの感染が拡大すれば、商売は更に厳しくなっていく。
▲	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスと、近隣に競合店が1店オープンした影響がある。
▲	コンビニ（経営者）	・毎年この時期は県営のプールで店がにぎわうが、プールの開催が中止となり、影響を受けるのは確実で、前年比50%は必至である。
▲	コンビニ（経営者）	・少し前に緊急事態宣言が解除されて、また仕事ができるようになったと言っていた人たちも、再びお休みになってしまったそうである。当店も週末は少し来客数が増えたが、平日の夕方からはやはり減っている。ただし、今までは夜9時や10時はゼロに近かったところが、終バスの時間にほんの少しだが混んで、その日の夜か次の日の朝に食べられるような物を客が買っている様子が見受けられる。
▲	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの陽性者が増えている。自粛ではないが、人が外に出なくなっている。飲食も減っているように感じるので、まだまだ景気が戻るとい感じにはなっていない。
▲	衣料品専門店（経営者）	・キャッシュレス決済の5%還元もなくなり、Go To Travelキャンペーンに期待したが、新型コロナウイルスの影響で不要不急の外出も自粛になり、購買意欲も減少している。高齢者の節約志向がますます強まり、景気は悪くなる。
▲	衣料品専門店（店長）	・今月に入って、明らかに新型コロナウイルス感染の第2波が来ているため、政府の緊急事態宣言の再発令もあり得る。4月のときよりも身近に感染者が発生するようになり、客も行動自粛は避けられないと感じている。
▲	衣料品専門店（役員）	・新型コロナウイルス感染の第2波がこのまま推移したら、中高年主婦層の外出が減るのではないかと。旅行等の外出用衣料品の需要は見込めない。
▲	家電量販店（店長）	・今月前半と比べると給付金の影響はやや少なくなっている。新しい政策がなければ2～3か月後は今より景気は減退すると思われる。
▲	乗用車販売店（経営者）	・今のままの状況だと、売上の減少が続く。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・車関係については、いろいろなイベントができないため販売台数が減少し、落ち込んでいる。建設関連についても、東京オリンピック延期の影響などがあり、受注していた工事が延期になっており、景気が悪くなっている。今後も新型コロナウイルスの影響が続き、更に景気は落ちていく（東京都）。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・国民の所得が減り、高額商材を買えなくなっている（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	・まだ外出自粛が続いているので、当分は今の状況が続く。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が秋口から現れてくる。
▲	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染者数の発表を毎日注視する状況が続いている限り、好転はしない。

▲	高級レストラン（営業担当）	・年間を通じて最大の商戦期である12～1月の忘新年会への影響を、どこまで最小限に食い止めることができるかがポイントとなるが、団体需要が期待できない現状を踏まえると、非常に不安を感じる（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で厳しい状況が続いている。第2波も近づいている。追加融資がどうにか決まりそうで、少し命が繋がった感じだが、このままの状況が続けば終わりに近づく（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染の第2波が起きているので、その影響が出てくる。
▲	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響はまだまだ続く。倒産する会社も増える（東京都）。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染の第2波が今来ている。第3波が来る可能性もあるので、見通しが立たない。
▲	旅行代理店（従業員）	・学校の夏休みが短くなることで、家族旅行の機会がなくなり、販売チャンスが減る（東京都）。
▲	タクシー運転手	・とにかく今は新型コロナウイルスの影響で、タクシー業界はめっちゃくちゃである。余りにも影響があり過ぎて、とても仕事するような雰囲気ではない。今後は心配である。
▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響が大きいため、できるだけ早く有効なワクチンができることを望んでいる。皆同じだと思うが、東京オリンピックも延期になり、景況感が全く改善しない。早く、以前のようにとまでは言わないが、ある程度営業できるようになり、家族と生活を続けていけることを望んでいる。個人タクシーを始めて約20年になるが、今までに全く経験したことのない未知の世界に入っている（東京都）。
▲	タクシー（団体役員）	・新型コロナウイルス感染が収束しないと、人が出歩かない。すぐに改善されるとは思えない。
▲	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大は、東京エリアでは予断を許さない状況である。感染防止に気を配りながら、こちらからのアクション営業を少しずつ開始しているが、説明時間を思うように取れず、客から来ないでほしいという意見も出始めている。数字的には例年同時期より低下しており、客からの問合せによるリアクション営業も低下傾向にある（東京都）。
▲	通信会社（経理担当）	・コロナ禍でどうやって生活していくのか。新型コロナウイルスに感染しない接客方法、感染防止対策、回復後の患者や県外の人への差別や偏見等、新しく生まれた弊害をどう崩していくのか。今までのような偏見がない経済活動に戻れるかどうか。世間一般に「新しい生活様式」が定着しないと、なかなか経済活動に動きが出てこない。
▲	その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	・秋口に入るので、新型コロナウイルスの感染再拡大が不安である（東京都）。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・新型コロナウイルス等の影響で、対面授業をオンライン授業に切り替える生徒や、電車などを使って通うのが嫌だという生徒が出ており、生徒数が減少しているため、売上も減っている。
▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・秋に向けての消費控えがある。また、初めての経験となる社会経済システムの変化に、不安を感じながら生活していくことによる不透明感がある。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症対策を行い、おびえながらの経済活動が続いているので、良くなることはしばらくない。
▲	設計事務所（職員）	・新型コロナウイルスの社会に与える影響、経済活動の制限次第である（東京都）。
▲	住宅販売会社（従業員）	・7月に入って契約本数が減ってきていること、従来8月は不動産が余り伸びない月でもあることから、景気は悪くなっていく。新型コロナウイルスの影響があるか分からないが、全体的に活気があるようには感じない。
▲	住宅販売会社（従業員）	・新規契約、受注が目に見えて減っていることから、売上の減少は必至である。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染者数がどんどん増えており、Go To キャンペーンも、逆に尻すぼみになっていくような気がする。このままの状態だと、どうなっていくのか、先の見通しが立たない（東京都）。

×	一般小売店〔食料雑貨〕 (経営者)	・密の中の商売が前提の店作りであり、ソーシャルディスタンス、マスク着用では商売として成り立たない。中途半端な経済を回す政策では時間が掛かり、事業者は持ちこたえられなくなる。市町村単位でロックダウンし、早期回復が必須である。今の政策では、新型コロナウイルスのワクチンが潤沢に使えるようになるまで時間が掛かる。
×	百貨店 (広報担当)	・新型コロナウイルスの感染者数増加が止まる気配がない。自粛を促す風潮が広がっているため、より悪くなるのは間違いない (東京都)。
×	百貨店 (販売促進担当)	・新型コロナウイルス感染の第2波が危惧されること、ここまで耐えてきた企業の経営状態の逼迫が表面化すること、世界的な感染拡大により、ますます国際情勢が緊張することなどから、悪くなる (東京都)。
×	スーパー (経営者)	・毎年夏場は売上が減る。
×	スーパー (仕入担当)	・新型コロナウイルスの影響は拡大しており、収束が見えないなか、景気は悪化していく。
×	コンビニ (経営者)	・新型コロナウイルスの影響がかなり深刻になっている (東京都)。
×	衣料品専門店 (営業担当)	・今の状況が続くと、倒産、廃業が増える。政府も全国に新型コロナウイルスを拡大させるような働きかけをしているため、日本も世界と同様の状況になるだろう。ワクチンができない限り、国が減びる。
×	家電量販店 (店長)	・良くなる要素が見当たらない、消費税増税後の反動で前年より数字が良く出る可能性はあるが、今より良くなるわけではない (東京都)。
×	乗用車販売店 (店長)	・現状を考えると、新型コロナウイルス感染の第2波が迫っているように感じられるので、今後の動向には不安を感じずにはいられない。
×	住関連専門店 (営業担当)	・新型コロナウイルスの影響による、世界的な景気の後退と消費マインドの冷え込みは不可避であり、先の見通しが立たない (東京都)。
×	その他小売〔ショッピングセンター〕 (統括)	・誰も将来の予測ができる状況ではない。言えることがあるとすれば、新型コロナウイルス感染者数が低めで安定して推移するだろうということくらいである (東京都)。
×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕 (営業)	・悪くなるどころか、終わりだと思ふ (東京都)。
×	その他小売〔ショッピングセンター〕 (統括)	・新型コロナウイルス感染者数が増大傾向にある。東京以外でも増加が顕著となっている。
×	一般レストラン (経営者)	・東京都を中心に新型コロナウイルスの感染者数が増えているのに、東京を除外してのGo To キャンペーン実施は、普通に考えたら訳が分からない。都、あるいは周辺自治体の首長たちが言っていることと全く違うことを政府が言っているわけで、そんな状況では、我々飲食店はどうしたら良いのか全く分からない。
×	旅行代理店 (経営者)	・新型コロナウイルスの埼玉型がまん延しているなどとテレビ等で何度も報道されているので、客は店に足を運ぶことなどできない。電話の1本すらない。
×	旅行代理店 (従業員)	・当社は団体旅行を主として営業活動を行っている。新型コロナウイルスに対する有効なワクチンもなく、感染拡大が続いている状況では、現在もこれから数年間にわたっても、売上を上げることはできないと予想される。会社の方針として、営業部門の廃止と事業活動の終了が決定された。
×	旅行代理店 (総務担当)	・7月に入り、新型コロナウイルスの感染者数が激増しているため、団体の取消しが続いている。Go To Travelキャンペーンに大きな期待をしていたが、感染者数の激増に伴い、先の予約の取消しも多い (東京都)。
×	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症が収束する見通しが立たないので、開発中のワクチンが出回るまで、当分の間、景気は悪い状態のまま推移する (東京都)。
×	タクシー運転手	・先が見えない。新型コロナウイルスの感染者が減るのを待つばかりだが、逆に増えているのが現状である。仕事が多少あるだけ有り難い。以前のような利用が戻るのを待つしかない。



	×	通信会社（局長）	・新型コロナウイルスの影響は対面営業が主流の当社においては大打撃である。テレセールスに軸足を移す予定ではあるが、2～3か月先ではまだ営業成果は現状から下降線をたどる（東京都）。
	×	ゴルフ場（従業員）	・新型コロナウイルスの感染拡大、緊急事態宣言等による外出自粛の影響は、社会全体として徐々に景気が悪化していく。米国、中国間の状況悪化は、世界経済を震かさんさせていくのではないかと不安である。今が底辺とは思えない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大に歯止めが掛からない限り、改善は期待できない。政府や自治体の対応に一貫性がみられず、首都圏を中心に感染拡大が進んでいる状況下で、旅行外出を促進するなど、アクセルとブレーキを同時に踏むようなことをしている限り、改善の兆しがみられないことなど自明である。
	×	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・新型コロナウイルス感染の第2波の懸念がますます強まっており、客足が遠のく（東京都）。
	×	美容室（経営者）	・早く新型コロナウイルス感染症が落ち着いてほしい。
	×	その他サービス [福祉輸送]（経営者）	・多くの方が自分や家族の感染、仕事や学校の先行きに大きな不安を持っている。それを払拭しない限り、景気は相当悪くなる（東京都）。
	×	その他サービス [立体駐車場]（経営者）	・新型コロナウイルスの感染者数が増えているので、悪くなる。
	×	設計事務所（所長）	・世界的にも問題になっている新型コロナウイルスの影響と同時に、日本では東京オリンピックの延期によっても相当な景気の冷え込みが目の前に迫っている。したがって、仕事も減少してくることが予想される。
	×	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染が早く収まらないと景気が戻らない。このようなときこそ、経済波及効果の大きい住宅が売れるような対策を必要としている。
企業 動向 関連  (南関東)	◎	—	—
	○	建設業（従業員）	・新型コロナウイルスの影響で停滞していたが、最近再び動き出しているように感じる。
	○	税理士	・新型コロナウイルスのワクチン開発が進むことを前提に、前向きな意見も聞かれ始めている。希望としては今よりは良い状態になってほしい。
	□	食料品製造業（経営者）	・これからの時期は、帰省土産の需要が多いのだが、人が外出を控えるように思うので、期待できない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・全ての取引先で仕事が少なくなり、この先打つ手もなく、どうすれば良いか分からなくなっている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年8月を過ぎれば受注量が増えてくるが、今年は余り変わらない（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係の取引先からはいつものように注文が入ってきており、少し量も増えているように現場では感じている。これまでは店頭での飛び込み客や初めての客もあったが、やはり新型コロナウイルスの影響で外出を控えている客が多く、レジスターでの売上が減ってきている傾向にある。法人は増加傾向だが個人は減少傾向ということから、見通しは変わらない（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・現状は下げ止まっているが、今後も新型コロナウイルスの影響が続くと思われるので、先行きが大きく変わることはない。
	□	化学工業（総務担当）	・現状が底であり、これ以上の2番底はないものとみている。しかし、回復材料はなく、今の悪い状況が当面続きそうであり、流通在庫増も心配である。インバウンド需要の回復には年単位の時間が必要ではないか。
	□	金属製品製造業（経営者）	・今月に入って引き合い件数が回復傾向にあるが、新型コロナウイルス感染者数が全国的に増加しており、景気の先行きは予断を許さない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車メーカーのラインの稼働率がもっと上がらないと、部品屋の当社への注文は増えない。
	□	その他製造業 [化粧品]（営業担当）	・理美容サロンは新型コロナウイルスの影響を受けやすいため、先行きが正直見えないが、今のところ明るい材料は少ない（東京都）。

□	輸送業（経営者）	・今後の新型コロナウイルスの感染状況によるが、拡大を抑え込み、悪化の進行に歯止めが掛かったとして、現状維持であればよしとすべきである（東京都）。
□	輸送業（総務担当）	・閑散期がまだ続くことと、輸出がないため、今後も現状が続く。
□	通信業（広報担当）	・新型コロナウイルス感染症の再拡大を受けて、当面は現状の厳しさが続く見込みである（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	・夏を境に新型コロナウイルスは一旦収束すると思っていたが、難しいようである。飲食系テナントの中には、売上が伸びないなかで、従業員が新型コロナウイルスに感染し、臨時休業に追い込まれる例も出ており、正に踏んだり蹴ったりである。この先も明るい兆しは見えてこない（東京都）。
□	税理士	・米中の景気に大きく左右されるが、米国は新型コロナウイルスの感染者数が非常に多く、収束するかどうか、景気もどうなるか分からない。中国も今どうなっているのか分からなくなっている。日本も新型コロナウイルスの影響を大きく受けており、どうなっていくのか分からない。政権が変わったら、経済等も変化していくのではないかと（東京都）。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染の第2波といっても過言でない状況下で、取引先工場等の稼働率が上昇するめどが見えてきておらず、当社も売上減の状態が続くものと予想している。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・全体的にそれほど大きな動きはない。
▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	・最近の新型コロナウイルス感染者数増加で、予定していたイベントが中止や延期となっている。まだまだ先が見えないが、少しずつ動きが出てきているので、現状よりは回復すると期待している。
▲	金属製品製造業（経営者）	・各地の自然災害により設備等の補修関係の仕事が少しずつあり、仕事は続いているが、職人全般に行き渡るほどの量はなく、休業せざるを得ない日が出てきている。
▲	金属製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスによる影響と、米中経済摩擦が起きていることから、国内製造業にとってプラスの方向にはない。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの問題は先が見えない。マスクの話でもまだ当分は感染者数が増えると言っており、これから株価も下がるだろうし、経済も更に悪化する（東京都）。
▲	その他製造業〔鞆〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、相当に厳しい状況にある。ワクチンが開発されるまでは安心して生活できず、景気が良くなるということは見通せない。
▲	金融業（総務担当）	・現在の新型コロナウイルスの感染状況から、沈静化はまだまだ先の話になるので、各業種が安定して商売できるのは先になると思われる（東京都）。
▲	金融業（役員）	・新型コロナウイルス感染者数の増加による消費者マインドの低下、夏休みの短縮による消費機会の減少により、地元商店街では8月の観光客数の大幅減少が見込まれている。夏に予定していた大規模イベントが全て中止となったことも大きな痛手となっている。
▲	不動産業（経営者）	・前年と比較すると賃貸、売買共に低調である。特に、駐車場の賃貸が少なくなっている（東京都）。
▲	経営コンサルタント	・新型コロナウイルス感染症収束の見通しが立たない。
▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存の契約金額の値上げがないなか、人手不足により募集単価が高騰しているため、利益を圧迫している。新型コロナウイルスの感染者数が増えてくると、更に厳しくなるかもしれない（東京都）。
▲	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・毎年秋に行われていた、1年で一番大きいイベントが中止となった。それに代わる受注が今のところないので、悪くなる（東京都）。
▲	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・新型コロナウイルス感染者が急激に増加してきていることから、再度緊急事態宣言が発令されるのではないかと心配している。
▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・売上にも影響が出始めており、回復まで時間が掛かりそうな気配がある。
×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・新型コロナウイルスが収束しない限り、クライアントの委員会、セミナー及び講演会はWeb開催が続くとみられ、今後も受注量の減少は避けられない（東京都）。

	×	プラスチック製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がかなり出てきているので、3か月先は相当景気が悪くなる。
	×	プラスチック製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、医療品容器の受注には大きな落ち込みはなさそうだが、化粧品容器の受注に回復傾向がみられない。
	×	精密機械器具製造業（経営者）	・来月は前月比マイナス50ポイント、前年比マイナス77ポイントと、リーマンショック時以上の下げ幅となる。これが年末まで続けば経営危機に陥る。
	×	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で全てが下降傾向になっている。
	×	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスに関するメディアの報道がひどい。
	×	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、更に景気が後退する。公共工事も思ったより出ていない。
	×	輸送業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、イベントが開催されなくなっている（東京都）。
	×	金融業（従業員）	・多くの中小企業は経費削減や営業手法の見直しによって収益改善に努めている。しかし、新型コロナウイルス感染拡大の第2波への懸念から、資金繰りの不安は大きい（東京都）。
	×	金融業（支店長）	・新型コロナウイルス感染の第2波が言われており、経済活動を再開しながら感染拡大を抑える施策には限界がある気がしてならない。消費マインドが持ち上がるには、感染収束が見えないと厳しいのではないかと。
	×	広告代理店（従業員）	・年内はほとんどのイベントで中止が決定しており、売上が見込めない。
	×	広告代理店（営業担当）	・エンターテインメント業界のみならず、一般クライアントのインバウンド需要の急激な冷え込みなどが、商品販売等にこれから大きく影響してくる。必然的に宣伝費の削減に響くのではないかと（東京都）。
	×	経営コンサルタント	・新型コロナウイルス感染の第2波も始まっており、ますます冷えてくる。テレワーク推奨の声もあるが、可能な業種は限られた範囲であり、物の流れには人手が掛かる（東京都）。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・新規案件の話がほとんどなく、空き要員の話しか来ない（東京都）。
雇用 関連  (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・契約終了は少なく、雇用は悪化しなさそうである。新規の募集も復調傾向にある（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスによる影響で採用を控えたり、派遣社員の契約を終了したりして人員を削減していた企業の中に、下期に向けて人材の受入れを考えている企業が増えてきている。
	○	人材派遣会社（社員）	・通販物流が堅調であり、物流センターの新設を控えているため、倉庫内作業の人員依頼が見込める。オフィス系事務員についても、在宅派遣の増加など一定数の依頼は維持できると想定している。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・今のままの状況であれば、やや良くなっていく。ただし、最近の新型コロナウイルス感染者数増加より、状況は不透明になっている（東京都）。
	○	人材派遣会社（支店長）	・良くなるかと期待して、様々なところに投資を始める企業が多くなると予想している。
	○	職業安定所（職員）	・再度の緊急事態宣言が発出されないという前提だが、求人数から、底は打ったと判断している（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数等は同じ状況が継続する見込みである。
	□	求人情報製作会社（営業）	・今の悪い状態が続く。新型コロナウイルス感染の第3波が秋口に来るのではないかと予想している（東京都）。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・これ以上悪くなることは考えにくい。新型コロナウイルスが完全に終息して、だんだんと客の仕事が改善していくことで、求人数も良くなっていく。2～3か月で良い方向に向かうのは難しい。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響が続く。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の影響により、引き続き求人控えている事業所が多く、前年比での求人数減少が数か月続いている。

□	民間職業紹介機関（経営者）	・見通しが立たない（東京都）。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・現在の需要がしばらく変わらなければ、それに見合った縮小均衡はやむを得ないが、現在の需要に合った経済体制とは何か、変革が必須となる（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染第2波の影響拡大に伴い、ますます業績が厳しくなるなか、コスト削減による人員削減は継続、拡大する恐れが出てきている（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響は長期間に渡るとみている（東京都）。
▲	求人情報誌製作会社（広報担当）	・新型コロナウイルスの流行が収まり、イベントが開催できるようにならないと、業績が上向かない（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	・緊急事態宣言解除後も新型コロナウイルス感染者数は増加しており、感染防止の観点から、経済活動の両立には困難が伴うものと推察される。
▲	民間職業紹介機関（経営者）	・新卒一括採用という概念がなくなるのではないかと。リモートワークなど働き方も変貌しつつあり、就職試験、採用面接、内定式といったプロセスは必要なくなる。採用ビジネスの在り方は確実に変化し、ビジネスの機会がなくなっていく（東京都）。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルスの感染状況によっては、企業の採用活動が再び鈍る可能性がある（東京都）。
×	人材派遣会社（社員）	・求人数と新規派遣契約者数は相関関係にあるが、求人数が4月以降伸び悩んでおり、派遣契約満了件数をばん回できない状況となっている。多くの会社が第1四半期の決算発表で業績悪化を発表していることから、状況はより厳しくなることが予想される（東京都）。
×	人材派遣会社（支店長）	・新型コロナウイルスの影響による業績悪化で、採用ニーズよりも今いる社員の人員整理が急務となっている会社が増えてきている（東京都）。
×	人材派遣会社（営業担当）	・現在の局面では、製造業の上向きが見込めず、良くて横ばい、そうでなければ更なる下降が想定される（東京都）。
×	求人情報誌製作会社（所長）	・新型コロナウイルスの感染者数の影響で、外出自粛のほかにも経済を止める要因が多々出ている。
×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・いつものような予定がもらえない状況で、通常の場合が何も無い。人が必要なところは介護、配送などあるが、限られており、絶望的である。