

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)	◎	一般小売店〔家電〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がだんだん減っていき、これから良くなる（東京都）。
	◎	百貨店（売場主任）	・全体的には、お歳暮ギフトもお中元同様、前年の売上を取れると思っている。上期は行っていない北海道物産展も、展開をしている。さらに、オンラインが非常に伸びているので、これらを加味して、今よりも良くなっていくのではないかと（東京都）。
	◎	旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後は10～11月になる。春の修学旅行が秋に延期になっている分と、従来の秋の修学旅行が実施される予定なので、その数字が全体を支える。一方で一般の団体客は厳しい。唯一良い国内個人旅行については、Go Toキャンペーン開始から1か月を経過したが、予想に反し思わしくない。その分を割り引いても、今月に比べれば修学旅行分がプラスになるので、良くなる（東京都）。
	○	商店街（代表者）	・今までの状況では商売の継続が全く不可能で、補助金があって何とかやっている状態である。今後補助金がなくなれば、自助努力でやらなければならない。飲食店、物販等は大きなダメージがあったが、これを少しでも改善できないと、当商店街も含めて、将来が見えない。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響で在宅勤務の人が増え、家電製品の買換えが進んでいるように感じる。
	○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・外商部門の客で、今までテレワークや緊急事態宣言の影響でストップしていた大型のリニューアルや買換えといった大口の案件が、やっと9月頃から再開できそうである。そのような案件が少しずつ出てきていること、また、補助金を使ったビジネスの提案がうまくいっていることもあるので、若干持ち直すのではないかと。
	○	百貨店（営業担当）	・新たな日常生活が浸透しつつあり、過度な自粛は減少すると想定している。働き方も変化し、テレワーク関連商材や衛生商材といった分野の売上増に期待する（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの影響が続くなか、客に安心安全を感じてもらうため、新たな来店動員策を打ち出していく。複数の販路の選択肢を求める消費者の声にも対応する新たなサービスも動きを見せ始めているため、期待している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・衣料品の傾向値は変わらないかもしれないが、食料品やリビングに関しては、秋の味覚やステイホームで楽しむハロウィーンなど、商機につながるトピックスがある（東京都）。
	○	スーパー（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの影響が続いているため、巣籠り需要が更に拡大していくと考えられる。
	○	スーパー（ネット宅配担当）	・新型コロナウイルスの影響による飲食業界の不振は更に悪化すると予想されている。レジャーや飲食の回復にはまだまだ時間が必要であり、家庭内での飲食需要の高まりは当面継続されるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・コンビニは飲食ほど下がってはいないが、やはり来客数は前年より10%程度落ちている。冬になり、少しずつ新型コロナウイルスの感染者数が減ってくれば、景気も良くなっていくのではないかと。
	○	乗用車販売店（店長代行）	・徐々にではあるが来客数も増えてきているので、新型コロナウイルスが収束すれば元の状態に戻る（東京都）。
	○	乗用車販売店（店長）	・新型コロナウイルスの影響により、自家用車を利用する機会が増えたことによって、自動車の買換え需要が増加している。
	○	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染第2波の感染者数推移をみると、緩やかではあるが減少している。また、9月からの外国人在留資格者の再入国も方針が固まってきていることなどから、少しずつ都心への来街者数も増加してくるものと思われる（東京都）。
○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・今後新型コロナウイルスも落ち着き、人の動きが活発になるとみている（東京都）。	

○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの影響次第だが、現状ではGo Toキャンペーンの動きが期待できるため、徐々に良くなっていく。
○	旅行代理店（営業担当）	・まだまだ先行きは不透明だが、10～11月頃になると新型コロナウイルス感染が沈静化してきて、旅行需要が徐々に戻ってきそうな予感がする。
○	旅行代理店（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響が残るものの、Go To Travelキャンペーンによる旅行需要の喚起を期待している。可能であれば、期限を1月末でなく来年度まで延長することを熱望する（東京都）。
○	タクシー運転手	・2021年内に数億～10億回分の新型コロナウイルスのワクチンが利用できるというニュースがあるようである。楽観視はできないが、期待を膨らませて、経済も多少良い方向に向かうのではないかと（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの心理に与える影響が落ち着いて、従来の消費を取り戻す（東京都）。
○	通信会社（社員）	・自粛の影響が少し変化して、様々な活動が増える予想している。スポンサーの活動も復活している（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・Withコロナが浸透してきているように見受けられるので、徐々にではあるが経済が回り始めているように感じる（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・日本人は復活する。
○	パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルスに対する治療薬やワクチン完成の期待感が高まる一方、感染者数のピークアウトが垣間見えるなか、新型コロナウイルスに対する不安がやや落ち着き始め、経済活動が徐々に動き出す雰囲気である。
○	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の感染防止は国民にとって最大の関心事であることには変わりはない。しかしながら、どのように行動すれば感染リスクを減らせるかということへの理解度が深まり、いわゆる「正しく恐れる」ことがますますできるようになっていく（東京都）。
○	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・新型コロナウイルスの影響が少なくなってきた。これから動き出す情報が増えてきているので、期待ができる（東京都）。
□	商店街（代表者）	・急浮上というのではない。ただし、Withコロナで、新型コロナウイルスの影響があるなかでどのように経済を回していくべきかは、政府も市井も学んでいっている。このぎりぎりの線を保つというのが現実的なところである（東京都）。
□	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がまだまだ続くのではないかと。
□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・市ではプレミアム付商品券を9月1日から販売する。応募期間が9～10月上旬、総額24億円で、使用は12月からである。これに期待をかけるしかない。
□	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・新型コロナウイルスが落ち着いて、イベント、祭事が解禁されないと、状況は変わらない。
□	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・夏休みが短縮されたこともあり、学用品を中心に販売量が回復してきている。近隣小中学校は現在も通常の授業体制ではないため、自宅学習の割合、文房具の使用量も増え、購入金額がやや増加傾向にある。しかしながら、飲食店の景気が回復していないため、会計伝票や領収書などの業務向け商材の売上は伸び悩んでいる（東京都）。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・新型コロナウイルスが落ち着かないと正常にはならない（東京都）。
□	百貨店（売場主任）	・来客数、売上共に前月と余り変わらない推移のため、新型コロナウイルスが収束に向かう兆しがなければ、状況が変わることはない（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	・売上増を見込む店舗としての特殊要因はあるものの、厳しい状況は継続する。
□	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響で先行き不透明な状態が続いている間は、景気の上昇機運は生まれてこないのではないかと。消費者の意識や行動が大きく変化するなかで、景気を良くするためには、販売側の対応も変化を問われる環境だと感じている（東京都）。

<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・前年は9月末まで消費税増税前の駆け込み需要があったため、前年比で厳しい状況は続く。10月以降は好転する可能性はあるが、新型コロナウイルスの感染状況次第では厳しい状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・向こう2～3か月で急速に新型コロナウイルスのワクチンが普及するなど、現状のフェーズから状況が好転する要素が見当たらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・シーズンの切替えなので期待したいが、新型コロナウイルス感染の収束が見えないと、百貨店の強みである「晴れの日需要」が戻っていないので、回復の期待は薄い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・日々状況が変化していくなか、新しい生活様式がどのような形で定着していくのか全く見えてこない。この先、秋に向けて、インフルエンザの流行期と重なり、更なる状況の悪化も懸念される（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・回復しつつあった来客数も、都内の感染者数が減少しないことなどから、外出を控える傾向に戻ったことに加え、猛暑の影響もあり、来客数が少ない。今後2～3か月も同様の傾向が続く。前年の秋は消費税増税があったが、新型コロナウイルスの影響により、増税反動分の回復は難しい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・新型コロナウイルス感染第2波が一旦落ち着き、来客数が多少増え、購買も伸びるだろうとみている。ただし、小売業である当社としては、取引先で商材が生産され、まともに入ってくるのか、また、実際に入ってきたとしても、在宅勤務でコートなど秋冬商戦の稼ぎ柱に与えるマイナス影響が大きいのではないかと考えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・秋に向かう時期で、商況は新型コロナウイルスの収束次第である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画宣伝担当）	・新型コロナウイルスの影響による生活不安は払拭できず、比較的高齢者の来店比率の高い当店では、引き続き客が不要不急の外出並びに購買を控えると予想している。また、仕入先も業績悪化により、商品供給が前年以下となることが容易に想定され、即好転は望めない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（副店長）	・分からないというのが正直なところだが、新型コロナウイルスの感染状況や、ワクチンの開発状況に大きく左右される。いずれにせよ、アパレルは厳しく、食品が好調というトレンドは変わらない（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、商品の平均単価が下がる傾向にある。買上点数は前年を上回っているが、平均単価が下がっている分、客1人当たりのトータルの買上額が前年を上回らない状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・8月は帰省客が少なかったもので、売上は多少悪くなっている。ただし、9月になれば、また今までどおりになると思うので、景気も今までどおりになる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスが収束しない限り、巣籠り生活はずっと続いていく。したがって、食品スーパーマーケットは、通常の食料品を普通に買ってもらっているのだから、3か月先も今と変わらずにいくと推測している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・消費者には節約志向が依然として根付いており、価格志向は変わらない。新型コロナウイルスの影響も長引いているので、元に戻るまでは同様の状態がしばらく続く（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る自粛ムードが変わらない限り、内食需要が落ちることはない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響がこれからも続く想定されるので、衣料、住まいの品に関しては、来客数が大体8掛けのまま推移すると思われる。食品に関してはほぼ前年並みの来客数で、客単価も1割ほど上がっていることから、トータルで5%くらい売上が伸びると想定している。ただし、客の購買意欲が高まったの売上増ではないため、先行きを非常に心配している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・このところの内食化の定着により販売量は伸びているものの、生活防衛のためか、買上単価の下落が気になるところである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で来客数は減少しているが、客単価はまだ上がるとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第だが、来客数、客単価共に大きな変化は考えにくい。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況や国際情勢など、いろいろあり、正直なところ分からない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスが収束するまでは、厳しい状況が続くそうである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの影響から、売上のベースが落ちて戻ってきていない。停滞している状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・新型コロナウイルスの収束が全くみえてこない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・変わらないとしたが、実際のところ分からないというのが現状である。当店のよう物販に関しては、新型コロナウイルスの影響が続くなかで、いつまで、あるいはどこまで我慢すればいいのか先がみえない。この低い状態のままが続くのか、秋から景気が回復していくのかという期待感もある。何しろ収束がみえない限り、普通の物販店は難しい。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスへの対応として、ホームファッション等のアイテムを開発し販売するものの、早期の実績には結び付いていない。新型コロナウイルスが収束に向かうことで、徐々に業績回復につながるかとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（統括）	・今後リモートワークが増え、また、就職活動などの需要が減り、来客数が大幅に改善されるとは今のところ思えない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・客は、旅行等の本格的な外出はまだまだ控えるだろうし、衣料品に関しては本当に必要な物以外の需要は見込めない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・年末に向けて、本来の需要は戻る。しかし、店頭販売ではなくインターネットのウエイトが更に高まるとみている。新しい販売スタイルを構築した企業が有利な展開となる。広告宣伝費の削減による販管費を新規投資へ回す必要がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・家電製品は生活必需品のため、壊れたら買い換えるので、一定数は買換えで売れる。現時点では単価が下がっているが、この状態はしばらく続く（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で読めない部分が多く、流動的ではある。今後、新型コロナウイルスが拡大するか収束に向かうかで状況が一変する。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	・新型コロナウイルスを前提とした環境が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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、来客数は結構あるものの、なかなか成約に結び付いていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルス対策をしっかりとしているので、来客数と販売量が前年並みになってきている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・まだ新型コロナウイルスの風評被害的なことが多く、買換えを洗う客が絶えない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着かないことには景気は良くならない。我々も出張があるが、相手先企業によっては来ないでほしいと拒絶されたりする。ワクチンができて、確実に治る病気になれば、景気も落ち着いてくるだろうが、現状では2～3か月先に景気が良くなるとは思わない。飽くまでも現状維持程度と思っている（東京都）。
<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により客の購買動向が不透明である。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で消費の落ち込みを実感しているが、ここに来てやや持ち直しの気配が感じられる。これが底を脱したものか一時的なものかは判断が難しく、今後の経緯を注視していきたい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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により全く予測がつかない。秋以降、感染が再拡大したら、ドラッグストアと調剤薬局の数字がもっと二極化する。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・商材の動きが鈍いように感じる。消毒薬や体温計など、健康維持のための商材がまだ品切れで入ってこないということが理由の1つであると思っている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・自粛期間中よりは回復傾向にあるものの、前年比では8割程度と、依然として景気は悪い。現在の社会経済状況が続くと想定すると、景気が良くなるとは考えにくい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・新型コロナウイルスの感染状況次第とは思いますが、燃料油の需要は減少傾向にあり、厳しい状況が続く（東京都）。

<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・特別定額給付金のような施策がない限り、消費喚起は厳しい。G o T oキャンペーンも行動制限下では限定的なため、良い意味での想定外の収入は、消費喚起に直結する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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の感染状況が大きく影響する構図は今後も変わらない。一進一退が続くのではないかと。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・新型コロナウイルスの影響が2～3か月で落ち着くとは思えない。法人の大口利用がない限り、相変わらず厳しい状態が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・2～3か月後は今のところ分からないが、もしケータリングやパーティーが少し戻ってくれば、売上は今と同じか少し良くなる。戻ってこなかったら、少し下がっていく。夏場は人の動きが激しいので少し売上があったが、この先2～3か月は少々難しい。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響に慣れも出てきている。今までどおりの営業でも、やや回復の兆しが見える（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・3か月後にどうなるかは、誰も分からない。新型コロナウイルスの感染以外の判断によっても売上も人の動きも全然変わってくる。新型コロナウイルスの影響のなかでどうやっていくかによるので、皆目見当もつかない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響はしばらく続くと思われるので、厳しい状況は変わらない。早くどうにかしてほしい。このままでは当社もどうなるか分からない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・一時期のような不安に苛まれたような客の自粛行動は少なくなってきたはいるが、やはりフリーで、少人数で来店する客がほとんどである。これから暮れに向けての宴会需要はほとんど見込めないことを考えると、売上は良く横ばい、下手をすると7割程度減少すると考えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの陽性者数がだんだん減ってくるとか、ワクチンができないと、世間の人は今と変わらず外食などはしないだろうし、在宅ワークなども継続される。何か決定的な対策がないと世の中は変わらないので、12月までには何とか変わってほしい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・海外事情として、米国大統領選挙を前に、世界の政治経済は不安定な状態が続く。国内事情では、新型コロナウイルス感染症の流行がその時点ではまだ収束していないという前提で、V字回復に向かうことはない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・今のやや悪い状態がまだまだ続きそうである。その間に、廃業や倒産が増えてくれば、回復には相当時間が掛かる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスの影響がある。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・再開した社員食堂については、取引先のテレワーク推進等による出勤数の減少から、売上が大幅に減少しており、今後、前年度水準にまで戻るか否かは見通しが立っていない。今年度中は現状維持か若干の好転を期待する程度である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が秋以降どうなるのかということが全く見通せないため、現状が続くのではないかと。このような状態が長引けば、ホテル業界は立ち行かなくなり、経営に行き詰まるところが多々出てくるのではないかと。政府に更に手厚い迅速な追加政策をお願いしたい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの特効薬やワクチンができない限り、状況はさほど変わらない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの影響はまだまだ続き、当面元に戻ることはない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・ここ数年は新型コロナウイルスの影響が残り、観光業にはかなり痛手となる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響があるので、現状とほとんど変わらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・夏の家族旅行シーズンも終わってしまう時期となり、売上のタイミングを逸してしまう状況である（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が非常に大きい。客もかなり神経をとがらせているし、客が減っていることもあり、これがいつまで続くかによって死活問題になりそうな気がする。非常に厳しい。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルスに対するワクチンや治療薬ができない限り、現状が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー（団体役員）	・新型コロナウイルスが収まらないとどうにもならない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大は、峠を越えた見方がある一方、第3波への懸念は残る。感染防止に気を配りながらの営業を継続するが、新型コロナウイルスの影響のなかでの営業方法の確立に時間を要するため、なかなかV字回復には至らない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が現状のままでは、今後の景気は変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・オンラインで獲得が見込めるサービスの設計を急ぎ行っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・新しいライフスタイルが定着してくることにより、ネットワークの利用方法にも様々な変化が生まれてくる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・消費マインドは変わっておらず、回復には時間を要する。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・これ以上新型コロナウイルスの感染拡大がなければ、ほぼ横ばいの状況が続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・現状の実績は堅調だが、今より更に良くなる見通しは感じられないので、変わらない。ただし、堅調を維持できる実感はあり、悪くなることはない。結局、特別定額給付金も何かに使うわけでもなく、多少の余裕はあるのではないか。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・分譲集合住宅へのケーブル導入交渉において、理事会中止や総会延期など、最初の営業準備から滞っている状況である。いつ通常営業に戻るかは不明であり、しばらく一定範囲での営業活動に絞られることが想定される（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなる材料がない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルスの治療薬ができ、完治する病気であることが証明できない以上、今のままで推移するものとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	・1顧客当たりの平均売上高について、微減の下げトレンドが続いていく。下げ止まる材料が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染者数が減少傾向になりつつあるが、消費活動全般が落ち込みから回復していない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	観光名所（職員）	・2～3か月後は一番のトップシーズンを迎えるが、新型コロナウイルスの影響でどのような動きになるか分からないので、変わらないとしている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	・新型コロナウイルスに対するワクチンが開発されない限り、状況が好転することは予想し難い（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（営業担当）	・新型コロナウイルスのワクチンや治療薬が完成しないことには、新規感染者数は増えたり減ったりを繰り返すであろうことが予想される。これまでどおり、感染防止対策をしながら規模縮小での営業、経済活動が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・新型コロナウイルスが収束しないから変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・新型コロナウイルスがこのまま徐々に収束していくような漠然とした期待感があるなかで、経済が回り、消費が進んでいく。結果的に、新型コロナウイルスより経済が優先される。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・今のところ、プロジェクトは減りも増えもしない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・官庁案件は別として、住宅を含めた民間案件では、新型コロナウイルスの収束展望が見えない限り、現状の厳しい状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	・新型コロナウイルスの影響で、会合、打合せ等ができず、情報が入らない。また、この先どうなるか、どこへ向かうかといったコンサル的な話が多く、仕事へのつながりが見えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（職員）	・業務上は、報道されているようなGDPの低下を感じることはない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・緊急事態宣言が再び発出されない限り、しばらくはこのまま受注が良い状態が続く。

□	住宅販売会社（従業員）	・この先も大きくは変化しないと感じている。金融機関もサラリーマン投資家には厳しい評価をしているが、資産家や地主には積極的に対応しているの、しっかりした客をつかめれば、順調に推移していく。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・新型コロナウイルスが収束するまでは客との接触ができない。工事業者であれば収束とともに対応できるだろうが、当社の仕事は決まるまでに3～6か月間の時間が必要になるため、状況は厳しい。業務内容を考えると、やはり別の仕事を考えていかなければならないかもしれない。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・8月は暑さによる受注があったが、秋のイベント、キャンペーン商品のお勧めなど、毎年行っていたものが今年ではできない。祭り関係の電気工事もない。要望に合わせた細かい仕事などをこつこつやっつけていこうと思っている。
▲	一般小売店〔家具〕（経営者）	・2～3か月先の景気は、良くなる要素が見当たらないので、今よりも悪くなっていく（東京都）。
▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の解決策はいまだ見当たらない。また、この夏の熱波に加えて、社会的な問題も落ち着かず、経済にも悪影響を及ぼしている（東京都）。
▲	一般小売店〔傘〕（店長）	・先行きが不透明である。
▲	百貨店（広報担当）	・秋から冬になるに連れて、新型コロナウイルスだけでなくインフルエンザの患者も出てくる。より外出ができなくなるような世間の流れになる（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	・長期化する新型コロナウイルスの影響に耐え切れない企業が表面化し、それに伴い個人消費も冷え込むと考えられる（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・現在は良い状態が続いているが、この先はいろいろな与件でやや悪くなるのではないかと予想している。GDPが大分落ち込んでいるし、失業者もどんどん出てくるような状況なので、消費が落ち込むのではないかと。今のところはそういうことはないが、新型コロナウイルスの感染状況によってまた変わってくる。
▲	スーパー（総務担当）	・外国人観光客が来ないので消費が伸びない。
▲	スーパー（仕入担当）	・今年の年末年始も、帰省せずに家族で過ごす家庭が増え、お盆と同じような傾向になるとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・在宅勤務になった人の中で、そのまま継続にならずに退職、契約終了になった人たちが、先が見えないので、何でもいからといって応募してくるが、いつまでという約束はできないということで、先行き不安である。
▲	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスが収束しない限り、高齢者の節約志向は収まらない。
▲	衣料品専門店（店長）	・今月は、新型コロナウイルス感染拡大期と比べると、数量、単価、点数いずれも良い状態だが、秋から冬に掛けての再拡大が懸念されている状況で、行動自粛、時短営業などの不安が拭えない。また、接客する従業員の不安感から、営業に支障が出ることも予想される。
▲	衣料品専門店（営業担当）	・良くなる要因が何一つない。
▲	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの影響による雇用、収入の不安定感が下期に表面化してくるのではないかと。
▲	乗用車販売店（総務担当）	・中間決算で需要月後であり、売上が減少すると予想している。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・前年同月と比較すると悪い状態である（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	・今後もまだ新型コロナウイルスの影響が続き、しばらく外出自粛も続く恐れがある。景気は当面悪い状態が続くのではないかと。
▲	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が好転する要素がない。
▲	高級レストラン（営業担当）	・回復のめどが全く見通せない。法人関連の宴席は仮予約の状態が多く、今後のすう勢次第でキャンセルの可能性が大いにある（東京都）。

▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の問題は初めての経験で、今後どうなるのか全く分からないのが実情である。タクシーに関しても客層、利用者の場所が全く変わっている。最近では配車アプリによる客の利用など、今後が多少楽しみな部分も出てきたが、実際のところはまだ分からない（東京都）。
▲	通信会社（経営企画担当）	・新型コロナウイルスの影響に伴う案件終了が予想される（東京都）。
▲	競輪場（職員）	・通常運用以外の業務をスタッフにお願いしているので、ストレスが心配である。やはり、コミュニケーションを大事にしてきた競輪場の運営なので不安視している。
▲	美容室（経営者）	・早く新型コロナウイルスが収束してほしい。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・まだまだ不透明感がある。
▲	設計事務所（所長）	・これからの見通しとしては、仕事が少ないことが見込まれる。各社とも予算がないのが現状である。
▲	住宅販売会社（従業員）	・4～7月まで動きのなかった客も動き出してきているので、景気は順調に推移すると思うが、今月と同じぐらい良くなるとは考えにくい。やや良かった今月と比べると、やや悪くなる。
▲	住宅販売会社（従業員）	・受注量は減少傾向が続いており、売上、利益の減少は必至である。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	・今月の猛暑があったお陰で、エアコン等の売上が伸びたが、他の部分に関してはとても不安である。特に、9月以降、年末に向けてイベント等がないと、今まではそういうところでの売上が多少あったので、不安になってくる（東京都）。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・賃料、人件費が下がらない限りWithコロナに対応できない。
×	一般小売店〔生花〕（店員）	・今月はお盆があったので、仏花が少しは売れた。今後の行事は12月のクリスマスやお歳暮しかないが、それも当てにならない。先行きは真っ暗である（東京都）。
×	スーパー（経営者）	・来客数が減っているなかで、競合店が秋にオープンするので、店の売上が更に減ることが考えられる。
×	コンビニ（経営者）	・時間とともに悪化している（東京都）。
×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今年はおろか、来年も駄目だろう（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスが収束しない限り、世の中には良くなる材料が何もない気がする。政府がここから何か対策を打ってくれないと、飲食店は皆潰れる。
×	都市型ホテル（スタッフ）	・今月は夏休み期間ということもあり、人の動きが以前に比べると徐々に増えてきているが、9月以降、特に婚礼や宴会の新規受注は皆無で、売上がほぼ見込めない。先々の宿泊予約も、夏休み前の低水準に逆戻りしており、厳しい状態となっている。
×	旅行代理店（従業員）	・世間が新型コロナウイルスにヒステリーを起こしている状況が変わらない限り、旅行需要が回復する道筋が立たない。繁忙期であるべき秋に団体旅行の受注がない。Go To Travelキャンペーンを利用するしない以前に、適用できる案件が発生していない。
×	タクシー運転手	・新型コロナウイルス収束といったニュースでもない限り、厳しい日が続く。深夜の利用はほとんど期待できない。
×	ゴルフ場（従業員）	・駅前の百貨店は来春で閉店が決まっている。商店街も活気は取り戻せない。駅前にも人が集まらなくなる。さらに、新型コロナウイルス感染拡大に終止符はまだまだ見込めず、身の回りの景気は更に悪くなる。
×	ゴルフ場（経理担当）	・客に新型コロナウイルス陽性者が確認された場合、営業の一時的休止、施設の消毒作業、関係従業員の出勤停止による給与補償、関係者や関係機関との調整作業など、利益圧迫要因が多い。感染者数が減少する傾向がみられないなかで、このような負担が今後も継続するリスクが高い状況にある。
×	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・経済的理由で辞める生徒が多くなっている。移動が感染リスクになるということで、来ない生徒もいる。2～3か月後に景気が良くなっている可能性はほとんどない。
×	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打ってほしい。



企業 動向 関連  (南関東)	◎	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・例年10～11月は受注量が増える時期であり、今年も受注予定が入っている(東京都)。
	○	食料品製造業(経営者)	・先の注文が少しずつ入り始めているが、まだ例年どおりとはいかない。
	○	化学工業(従業員)	・受注量が少し上向いてきている。また、海外向けの受注も徐々に増えているので、少しは良くなる。
	○	金属製品製造業(経営者)	・最悪期は過ぎ、徐々にではあるが受注量の増加傾向が続きそうな気配である。
	○	金属製品製造業(経営者)	・少しだが受注量が増えてきている。
	○	通信業(広報担当)	・新型コロナウイルスの影響があるなかでも、経済活動が徐々に正常化してくる(東京都)。
	○	不動産業(総務担当)	・新型コロナウイルス感染が収束に向かうという前提での回答にならざるを得ないが、飲食店の売上も少しずつではあるが回復傾向にあり、現時点よりは景気は良くなる(東京都)。
	○	その他サービス業[警備] (経営者)	・新型コロナウイルス対策での警備業務はしばらく続く見込みである。
	○	その他サービス業[情報サービス] (従業員)	・このまま新型コロナウイルスを抑え込めれば回復していくと思うが、感染が再拡大すれば、また悪化するので不安である。
	○	その他サービス業[ソフト開発] (従業員)	・業種によると思われるが、助成金などがあるからか、受注も多くなっている。
	□	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・新しい注文の量も少ないが、リピート品の製作数量が全体的に小ロット化している。
	□	出版・印刷・同関連産業 (所長)	・集客イベント等が通常に戻らないことには広告宣伝も打てず、今のやや悪い状況が続く。
	□	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・店頭に来店客は減っているが、通信販売で受けている印鑑のリフォーム、彫り直しはずっと変わらずにきているので、この部分は変わらないだろうということ、店頭販売もここまで落ちてきているので、低い水準のままで今月と変わらないだろうという見通しを立てている(東京都)。
	□	化学工業(総務担当)	・これからの3か月は、例年なら年間を通して需要が増大する時期であるが、新型コロナウイルスがどれだけ需要に影響するか。経済と両立する政策実行と、個々人の行動様式の変化がどう変わっていくのかに左右される。
	□	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のなかで、経済全体が収縮して、物の動きが悪くなっているため、悪いままで続く。
	□	一般機械器具製造業(経営者)	・3か月内示では、向こう3か月に良くなる兆しは全然ない。客の様子を見ても良くなる気配は余りない。来月は自動車関係が少し増えるかもしれないとは聞いているが、落ち込み量のひどさは半端ではない。
	□	電気機械器具製造業(経営者)	・新型コロナウイルス以前の状態に戻らないと、なかなか良くなるとは思えない。ワクチンが開発されるまでは、このような状態がまだ続く(東京都)。
	□	精密機械器具製造業(経営者)	・取引先の情報が内示よりも下回っている。
	□	建設業(従業員)	・得意先からの見積依頼や受注量が、今までと同じような状況になっている。
	□	輸送業(経営者)	・取扱量の増加や、現況改善の兆しはないため、新型コロナウイルスの感染拡大が現状程度であれば、変化はない(東京都)。
□	輸送業(経営者)	・前年度と変わらずに推移していく。今期も無事に黒字決算にできそうである(東京都)。	
□	輸送業(総務担当)	・例年であれば繁忙期に向かって物量が増えるが、今年度は荷主の国内出荷量が低迷する。また、輸出の予定がない。	
□	金融業(役員)	・自治体がプレミアム付商品券を取り扱っており、若干の消費回復の見込みがある。ただし、ホテルや飲食店関連の景気回復が遅れており、事業用ゴミ収集業者の話では、ゴミ収集売上の低下が依然として続いているとのことである。	
□	広告代理店(営業担当)	・新型コロナウイルスの影響がどこまで響くのか、また、イベント関連の再開がいつになるかによって変わるので、まだ見通しが立たない(東京都)。	

□	税理士	・日本経済は米国や中国経済の影響を受けると言ってきたが、それに加え今は新型コロナウイルスの影響が大きい。駅近くの飲食店は、酒を提供していないこともあるのだろうが、客が入っていない（東京都）。
□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
□	経営コンサルタント	・各自対策を講じているが、新型コロナウイルス収束の見通しが立たないため、余り期待ができない。
□	その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者）	・新型コロナウイルスの収束が見えない（東京都）。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場等の稼働率が上昇するなど、ポイント上昇のめどがみえておらず、当社も売上減が続くものと予想される。
□	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・秋になると新型コロナウイルスの様子がどうなるか分からないので、低迷状態が続く（東京都）。
▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・化粧品容器、医療品容器共に新型コロナウイルスの影響を受けており、明るい話題が入ってこない。
▲	その他製造業〔鞆〕（経営者）	・新型コロナウイルス次第だと思うが、これがきっかけになって新たに良いチャンスに巡り合うかもしれないので、頑張っている。
▲	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・3か月前の緊急事態宣言時よりは良くなっている。ただし、夏の猛暑もあって、完全回復ではない。今後も秋冬を迎えて、インフルエンザ、新型コロナウイルス対策が再び重しとなる可能性が高いと考えている（東京都）。
▲	建設業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が継続し、改善するとは思えない。現状よりも少なからず悪化する。
▲	金融業（総務担当）	・新型コロナウイルスの先行きが不透明であり、飲食業やテレワークによる事務所縮小が続き、不動産賃貸業もまだまだ収入減が続くと思われる。各企業は新型コロナウイルス対策の融資が入っているので、すぐには資金繰りは悪化しないが、売上減少傾向が続くと思われるので、いずれ倒産等が増加する（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	・前年と比較して賃貸、売買共に減少している。3密を避けてできるだけ動かない体制につき、仕方ない（東京都）。
▲	税理士	・秋から冬に掛けてのインフルエンザへの感染も心配で、今まで以上に外出には気を遣う。一部の産業以外は前年割れの業績になることは確実である。
▲	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存物件の欠員補充ができず、新規物件の依頼もあるものの、慢性的な人手不足と重なり受託が難しい状況になっている。契約の時間単価は値上げができず、人の募集単価だけは高騰しているので利益を圧迫している。清掃業務は高齢者が多いので、秋冬の新型コロナウイルスの影響も懸念材料となっている（東京都）。
▲	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で予算が付きにくい（東京都）。
×	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ても、印刷物は以前のような受注は望めない（東京都）。
×	金属製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチンができ、感染が収束するまでは今の状態が続く。現在稼働している機械のメンテナンス等でしのぎ、また、新規に営業をかけて仕事を確保するよう努力する。
×	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスが収束するまでは、景気は上向かない。
×	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がある。
×	建設業（経営者）	・民間の物件も減ってきている。受注しても経費は取れない状況である。
×	金融業（従業員）	・日本への入国が制限されることで、インバウンド需要が著しく低下している。かねてより外国人観光客が多かった地域では、小売業、サービス業を中心に売上の大幅な低下に苦しむ声が聞かれる（東京都）。
×	金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染拡大が止まらないことが主な原因である。感染防止対策を打たないと消費がどんどん落ち込んでいくことはやむを得ない。
×	金融業（支店長）	・自動車メーカー下請の金属加工業は第3四半期の受注も厳しく、回復の兆しすら全く見えていない。政府の更なる支援が望まれる。
×	広告代理店（従業員）	・年内のイベント業務はほとんどない。

	×	経営コンサルタント	・中小製造業はこれから新型コロナウイルスの影響が響いてくると思われる。中国で生産している物を国内での生産に一部切り替えるなど、国としての政策的な対策を講じる必要がある（東京都）。
雇用 関連	◎	—	—
(南関東)	○	人材派遣会社（社員）	・企業の求人数は徐々に回復してきているように感じる。オフィスサプライ品を扱っている企業においては、新型コロナウイルスの影響から需要が減っているが、減少の原因がある程度特定され、来期に向けた人員計画を立て始めている。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・緊急事態宣言解除後から徐々に回復傾向にある。新規派遣登録者数は新型コロナウイルス前に戻りつつある。求人件数ははまだピーク時の半分程度だが、微増で推移している。また、人材関連は例年秋以降が繁忙期となるため、時期需要も含めやや良くなる（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・雇用は維持され、求人数が復調してきている（東京都）。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・落ち込んだ需要の回復トレンドが読めないため、様子見の状態である。濃密に人と接触する保育、介護等の人材不足感はあるものの、採用の動きにつながっていない（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響により先行きが不透明なため、取引先に確認しても、需要が回復するまで採用を控える企業が多くなっている。
	□	人材派遣会社（社員）	・クライアントから希望退職などの相談が増加していることから、構造改革に合わせて派遣社員の契約終了も発生すると見込まれる（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	・これまで止まっていた採用活動を再開し始める企業が増えてきている。一方、何が何でも採用したいというよりは、良い人材がいればという依頼が増え、人選のハードルが高い（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・引き続き求人数は横ばいか微減と予測している。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・新型コロナウイルスの影響で景気が上向く可能性は低い。まずは新型コロナウイルスが収束するか、治療薬が確立されてWithコロナがうまくいった上で、景気は徐々に回復傾向になっていくのではないかと予想している。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響による状況は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響により、求人を控えている事業所が多く、求人数は前年比で大幅な減少となっている。
	□	職業安定所（職員）	・生活様式が変わり、下がる産業もあれば上がる産業も出てくるので、横ばいとなる（東京都）。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルスに対する不安が続くなか、経済は低調が続いている。比較的広範囲にわたり販売が低調となっており、製造、人の採用面などで弱さが続いている。この状態はワクチン開発状況が改善されるまで、大きくは変わらない（東京都）。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・現在のところ変化する要素がないが、新型コロナウイルスの感染拡大状況によっては変動する可能性がある（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・今後の見通しが見えない状況下、アウトソーシング業務についても取引先より業務縮小、仕様変更等の申入れがあり、今後更に増加すると予想している。一部に新型コロナウイルス感染第2波のピークは過ぎたとの報道があるものの、今後もまだ感染拡大の懸念は残っており、しばらく売上増加は見込めない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響は数か月では解消しない（東京都）。
	▲	人材派遣会社（社員）	・売上減少をカバーするための提案営業や、インサイドセールスへの転換が図れておらず、受注回復にはまだまだ時間が掛かる（東京都）。
	▲	求人情報誌制作会社（広報担当）	・新型コロナウイルスの流行が収まり、今後の見通しが立たないと、イベント開催などを行う当社のような業態の業績はなかなか良くならない（東京都）。
	▲	職業安定所（職員）	・求職者数の増加に対し、就職件数の減少傾向が続いている。

▲	民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルスが収束しないと景気回復は見込めない。世界経済が停滞している限り、日本は持ち直さない（東京都）。
×	人材派遣会社（営業担当）	・製造業の回復見通しは確認できず、更なる景気後退が予測される（東京都）。
×	求人情報製作会社（営業）	・数年は、今と同様の状態若しくは今以上に悪化するのではないかと（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が一時減ったときは、募集も動き始めたが、感染者数が減らないと動きが悪くなる傾向にある。