

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	◎	スーパー（販売 促進担当）	来客数の動き	・前年の消費税増税による来客数の減少に対し、今年は新型コロナウイルスの影響による巣籠り需要により集客がアップしている。衣料品の改善効果もある。
(南関東)	◎	乗用車販売店 （店長）	販売量の動き	・前月に続き販売量が好調で、前年同月以上の実績となっている。
	◎	その他専門店 〔雑貨〕（営業 担当）	来客数の動き	・景気回復に向けた政府の経済政策の効果が顕著に表れている。特に、10月から始まったGo To関連の地域共通クーポンによる売上シェアは日増しに高まっており、現状では全体の7%を占めている（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	・業種により明暗はあるものの、総合的な売上は前年比116%と大幅に伸びている。不調だった映画が、記録的な興行収入の人気作効果で一転して伸長し、身の回り品や文化家庭用品、雑貨の大型店が好調となり、不振であった飲食でさえ前年比を超えている。
	◎	高級レストラン （経営者）	来客数の動き	・飲食業界は、Go To Eatキャンペーンの影響で前年同期並みか、若干それを上回る来客数となっており、客単価も上がっている。
	◎	都市型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・3か月前よりは良くなっているが、新型コロナウイルス以前にはまだ戻っていない。
	◎	旅行代理店（営 業担当）	販売量の動き	・10月からGo To Travelキャンペーンが本格稼働し、申込みが以前よりも増えている（東京都）。
	◎	旅行代理店（販 売促進担当）	販売量の動き	・海外旅行は団体、個人共厳しい状況だが、国内旅行については、Go To Travelキャンペーンの影響もあり、個人が少し良くなり、数字が戻りつつある。国内の団体旅行については、一般客は厳しいものの、元々修学旅行の時期なので、修学旅行の実施で販売量が上がっている。ただし、一部の修学旅行では来年への延期や県内への行き先変更の動きがある（東京都）。
	◎	観光名所（職 員）	来客数の動き	・こちらは観光地で10～11月はトップシーズンである。3か月前は新型コロナウイルスの影響があるなかでの営業だったので、今後は良くなると期待している（東京都）。
	○	商店街（代表 者）	来客数の動き	・最近、商店街の空き店舗が埋まり始めている。物販店舗でなくリフォーム関係などサービス業の店舗の契約が多い。駅前周辺ではなく、少し離れたロードサイドに出店する傾向がみられる。
	○	商店街（代表 者）	それ以外	・緊急事態宣言中と比べれば間違いなく改善している。クレジットカードの取扱高は、前年比8割くらいまで戻ってきている（東京都）。
	○	一般小売店〔家 電〕（経理担 当）	販売量の動き	・冷蔵庫、洗濯機などの白物家電が動いている。リフォームも出てきている。家電にとどまらず、いろいろなことを手掛けているのが良いのかもしれない。インターネットによる問合せも増えている。
	○	一般小売店〔生 花〕（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスに人々が慣れてきたように感じる。こういうものだ、仕方ないという諦めムードの中でも、少しでも希望の光が見えてきているように感じている（東京都）。
	○	百貨店（売場主 任）	来客数の動き	・食料品については、菓子等はギフトも含めて厳しいものの、生鮮、総菜を中心に全体的に回復してきている。前年の消費税増税の影響を考慮しても、かなり前年に近づいてきている（東京都）。
	○	百貨店（売場主 任）	来客数の動き	・10月に入り、Go To Eat、Go To Travelキャンペーンの影響もあり、来客数は前年比9割程度に回復している。客単価が伸長し、今月に入ってから日々前年実績をクリアしている（東京都）。
	○	百貨店（総務担 当）	来客数の動き	・来客数は、8月までは前年比60%程度であったが、10月は前年比70%程度まで回復してきている（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感染の第2波がきていた7月頃と比べれば、消費者の購買マインドは幾分改善している。衣料品は引き続き苦戦しているものの、きちんと目的のある買物に関しては客の意欲は高く、客単価も堅調に推移している（東京都）。
○	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・外国人の来客数は依然として変わりはないが、日本人の来客数は徐々に上昇傾向にある。Go To TravelやGo To Eatキャンペーンの施策が功を奏し、ようやく東京にも人が集まってきたと感じている。また、新型コロナウイルス感染症への慣れもある（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月は週末の天候不順が続いている。前月に比べると売上はプラスだが、前年比ではいまだにマイナスが続いている。営業時間の短縮や大型催事、イベントの中止や縮小が大きな要因である。食品は中食需要が継続して好調であり、アパレルや化粧品もインバウンドを除くと回復傾向である（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・衣料品の動きは依然として悪いものの、食料品や婦人雑貨を中心に回復傾向にある。新型コロナウイルス対応で縮小して実施した物産催事も好調に推移している（東京都）。
○	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により休業し、営業再開した6月以降、前月までは近隣エリアの客しか来館、買物をしてくれなかったが、今月に入り、地方客の来館も戻り始めている（東京都）。
○	百貨店（店長）	来客数の動き	・ターミナル駅隣接の店舗なので、ターミナル利用者の回復影響が大きい。Go Toキャンペーンも10月10日前後からはっきりと良い影響が出てき始めている（東京都）。
○	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・来客数は、6月時点では前年比でマイナス25%だったが、9月時点ではマイナス15%となっている。
○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・和牛、果物など、なくても困らない物が売れている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの地域共通クーポン券利用も多く、単価アップにつながっている。売上は前年比103%、来客数が101%で推移している。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東京も含めたGo To Travelキャンペーン等が始まり、少しずつ来客数が伸びているような気がする。ただし、前年と比べるとまだ8割程度である。
○	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・Go To Travel、Eatキャンペーン以降、確実に販売量が上がってきており、来客数も増加している（東京都）。
○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・地域応援商品券の利用が始まり、5年前のプレミアム付商品券より回収が非常に良く、効果がある。新型コロナウイルスの影響が落ち着き、Go Toキャンペーンに押されて良くなっている。
○	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・顧客ビジネスを主体とした呉服、毛皮事業の都心店舗を除き、徐々に回復傾向がみられる。都心の店舗は、いまだに前年比60%にとどまっているが、地方や郊外店舗は都心に比べて18%程度高くなっている（東京都）。
○	家電量販店（店員）	お客様の様子	・以前よりも他店を見て比較する客が増えている。
○	家電量販店（経営企画担当）	単価の動き	・前年10月は消費税増税後の反動減が発生していたため、10月に入り前年を大きく上回る水準になっている。好調な分類も増え、テレビ、レコーダー、音響製品、生活家電、パソコン本体及び周辺機器、携帯電話が好調に推移している（東京都）。
○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の整備と販売をしている。整備は順調に入っており販売が余り良くなかったのだが、今月は半年ぶりに良くなっている。このままいってくれればと思っている。
○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・中古車市場が活発化しており、収益が向上している。

○	その他専門店 [ガソリンスタンド] (団体役員)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンと好天により、3か月前より上向いている。特に、洗車やレンタカーが好調である。しかし、少なくなったとはいえ新型コロナウイルスの影響はまだ残っており、構造的な需要減少もあり、台風が多かった前年と比べても、若干売上が落ちているところも多い(東京都)。
○	高級レストラン (営業担当)	来客数の動き	・当社の売上構成のメインである婚礼、法事、法人宴会等の団体宴会は依然として厳しい状況ではあるが、10月1日以降はGo To Eatキャンペーンの兼ね合いで、レストランに関しては回復傾向にある。月内売上の同キャンペーン効果は、およそ5000万円程度である(東京都)。
○	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前の7月1～31日までの前年比は、売上58.8%、来客数53.8%である。10月1～27日までの前年比は売上68.5%、来客数63.7%である(東京都)。
○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ランチや夜のフリー客は大分戻ってきているが、やはり5人以上の宴会や会食の予約が入らないので、いつもよりは50～60%減の状態である(東京都)。
○	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・内需については、Go To Travelキャンペーンの効果が表れ、人の動きが活発になっている。高速道路、電車の利用者も以前に比べて増えている。それに比例して経済も動いている。
○	その他飲食[居酒屋] (経営者)	来客数の動き	・3か月前はまだまだ自粛ムードが強かったが、今は外食する人も増えている。売上も増えているし、近隣の飲食店の様子を見てもそう感じる(東京都)。
○	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンありきだが、宿泊は平日60%、休前日80%程度まで回復しており、地域共通クーポン券の利用も利用店舗告知が浸透し外部からの利用も増えてきている。レストランも、週末中心だが満席の日も出てきており、にぎわいが戻っているように感じる。
○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・Go To TravelやGo To Eatキャンペーンによる需要が寄与している。
○	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの申込みが多く、販売量が増えている。
○	旅行代理店(総務担当)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果により、宿泊のみではあるが問合せが増えている。また、販売単価も上がっている(東京都)。
○	通信会社(経営者)	お客様の様子	・10月は客からの問合せが前月比120%と増加傾向にある。特に、集合住宅に関しては前年比でも増加している。戸建てについても、前年比では届かないが、弱いながらも回復基調にある(東京都)。
○	通信会社(経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が一定程度落ち着いているため、前月同様、徐々に受注が増えてきている(東京都)。
○	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスでのコロナ禍の外出自粛期間を経て、在宅勤務、在宅授業の長期化に伴う高速インターネットの需要や有料テレビサービスの認知度が高まっている。
○	通信会社(経営企画担当)	お客様の様子	・案件が少しずつ増えてきているため、更なる増加を期待している(東京都)。
○	通信会社(管理担当)	お客様の様子	・ソリューション案件は、提案数は増加傾向にあるが、提案から受注までの日数が伸びている。また、法人企業向け携帯電話の販売は堅調だが、個人向け携帯電話の販売は引き続き低調である(東京都)。
○	通信会社(総務担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況から営業機会が減少していたが、訪問営業を受け入れる世帯数が増え、来客数も戻りつつある(東京都)。
○	その他レジャー施設[ボウリング場] (支配人)	来客数の動き	・皆無であった団体予約が徐々に入り始めている(東京都)。
○	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・新しい案件が入り始めている。
○	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・前月、新規に官庁案件の落札があったので、今までよりは忙しくなりそうである。

○	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・3か月前と比べると若干景気は良くなってきていると感じる。10月に入って販売及び仕入契約も、従来どおりとはいかないが、少しずつ増えてきている。まだまだ分からないが、新型コロナウイルスの影響は薄れてきている。
○	その他住宅〔住宅資材〕(営業)	販売量の動き	・緩やかではあるが受注物件数が上向いている。一時期止まっていた建築契約数も上昇しており、その分の実需が動き出している(東京都)。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス以前から考えると来客数が激減していたが、その激減したときから比べればやや上向きになっている。ただし、やはり客の動きや商店街を歩く人の数は、以前のように回復していない。新型コロナウイルスが急速に収束することはなかなか考えられず、いつまで続くのか心配である。
□	一般小売店〔家電〕(経営者)	販売量の動き	・下がりっぱなしで、これ以上下がれないというところまで来ている。3か月前と変わらない(東京都)。
□	一般小売店〔家具〕(経営者)	販売量の動き	・特別定額給付金が出た影響で客に幾らか購買意欲が出てきているように感じている。また、最近リモートワーク等で家にいるので、家の中のいろいろな物を直すというように、修理の依頼が非常に多い。修理等で少しは良くなっているが、景気は決して良くなる方向には向かっていない(東京都)。
□	一般小売店〔祭用品〕(経営者)	来客数の動き	・若干戻りつつあるが、制限があるのでかなり少ない。
□	一般小売店〔家電〕(経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響と思われるが、来客数、売上共に減少している(東京都)。
□	一般小売店〔文房具〕(経営者)	来客数の動き	・来客数が前年より10%弱落ち込んでいる。しかし、購入単価が若干ではあるものの上がっているので、売上としては5%程度の落ち込みで済んでいる(東京都)。
□	一般小売店〔傘〕(店長)	それ以外	・Go Toの地域共通クーポンの活用で来客数が増え、それに伴い売上もあるが、本当の景気の良さあしが計れない。
□	一般小売店〔文具〕(販売企画担当)	来客数の動き	・今月は降雨が多かったが、その割には売上は悪くない。以前と比べて、地元から東京に行く人が少なくなり、その分地元で買う人が多くなっているように見受けられる。そのため、来客数が確実に増えている。また、ようやく外商の案件数も増えてきている。
□	一般小売店〔茶〕(営業担当)	販売量の動き	・販売量はまだ戻ってきていない。徐々には戻りつつあるものの数量が伸びず、注文も少ない。配達も少ないため、交代で休んだりしている(東京都)。
□	百貨店(総務担当)	販売量の動き	・前年の消費税増税、天候不順による休業等の要因とともに店舗の特殊要因があるなかで、大きな売上を見込んだ月であったが、想定には届いていない。来客数は相変わらず苦戦している。
□	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・前年10月は消費税増税直後であるため、本来であれば前年を上回る客の動きがあるはずだが、今年はその感じられない。客の消費行動も、3か月前と同様に慎重であり、特に、紳士、婦人共にファッション関連の動きが鈍い。新しい生活様式に合わせた不要不急の消費控えがあるようである(東京都)。
□	百貨店(販売促進担当)	来客数の動き	・前年は、消費税増税前の駆け込み需要の反動や、大型台風の上陸による臨時休業等のマイナス与件が大きく、単純に比較できないが、駆け込み需要のあった9月との合計で比較してみると、大きな変化はみられない(東京都)。
□	百貨店(販売促進担当)	それ以外	・3か月前より来客数は回復してきており、その意味では回復傾向にあるといえる。しかし、今月は前年が消費税増税翌月であり、台風影響により臨時休業、短縮営業もあった月であることから、単純に前年との比較から推論できない。前々年との比較では9月よりは売上が悪化しており、3か月前と大きくは変わらない。

<input type="checkbox"/>	百貨店（副店長）	お客様の様子	・10月は前年に消費税増税後の反動減があったことから、前年並みの売上は確保できそうだが、期待していたほどの伸びはない。東京発着のGo To Travelキャンペーンの効果により、東京の人の動きは活発化しているが、小売業への影響は限定的である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	単価の動き	・競合との価格競争があり、主力商品の単価を下げる傾向にある。客は前年並みの点数を買ってくれるが、平均単価が下がっている分、客1人当たりのトータルでの買上額がなかなか前年を超えない状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は3月以降ずっと前年を割っているなかで、点数と単価頼みなのだが、ここへ来ていよいよ販売点数の伸びも鈍化してきている。現状から考えると、来客数はこれ以上増えないので、いかに点数、単価を上げていくかの勝負となる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	お客様の様子	・鍋物を中心とした秋冬商材が動き出している。新型コロナウイルスの影響により鍋のような集合食は敬遠される懸念があったが、今のところその気配はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・衣料品は3か月前よりも1割ほど売上が落ちている。また、住まいの品も、化粧品や頻度品、インバウンドの部分が前年割れとなっている。食品は来客数、売上共に前年よりも伸びている。全体としては前年並み、又は前年より若干良いだけで、決して景気が良いという状況ではない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・深夜の来客数、売上は伸び悩んでいるが、朝から夕方までは、ほぼ新型コロナウイルス以前に戻っている。特に、高齢客が増加している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今のところ分からない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	単価の動き	・ついで買いのようなものがない。本当に求めている商品を買っている感じである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前月はたばこ増税に伴う駆け込み需要で販売量が増加したものの、今月は反動減で売上が低迷している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（営業担当）	来客数の動き	・今月は前半が悪く、特に土日の売上減少が目立っている。若い人たちは街に出ているが、やはり年配層の外出が少なく、先行きも不安なので、購買意欲が落ちており、売上は前年比80%で終わっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・10月も気温が高く、秋物衣料の売行きが鈍い。また、相変わらず低価格品ばかりで、高額品は売れない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・寒暖差の影響やテレワークの増加等の要因により、小型暖房器、加湿器などの売行きが好調である。また、アウトドア関連用品も好調に推移している。一方、都心のインバウンドは、中国の内需拡大政策もあり、期待は薄い。国内在住のバイヤーの活動も影を潜めている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンが始まり、観光や飲食に消費の中心が移ると思っていたが、来客数や売上は予想より良い状態で推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・一般ユーザーはそうでもないが、法人や個人商店の新車販売が大きく落ち込んでいる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算の波も長続きはせず、販売量も大きく変わることなく推移している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	競争相手の様子	・競合他社の販売量も、新型コロナウイルス以前の水準まで回復したとはいえない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・新車の販売量は依然として好調を保っている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前年と比較して落ちている（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	・今月は前年の消費税増税絡みで、業績が乱高下している。総じて新型コロナウイルス関連商材が好調な一方、主力の医薬品や化粧品、調剤が良くないので、全体としては前年並みである。

<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	・もう少し販売量が伸びると思っていたが、余り伸びていない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔貴金属〕（統括）	販売量の動き	・売上は前年の90%程度の踊り場にいる状況で推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン （仕入担当）	来客数の動き	・小口のレストラン利用客はやや戻ってきているが、大口利用や宴会利用がないため、相変わらず厳しい状況である（東京都）。
<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影響から全然戻っていない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べても、現在はパーティーが全くない分、売上が落ちており、かなり悪く、この先の見通しも立たない。パーティーが始まってくれれば幾らかは良くなると思うが、今のところはゼロなので、難しい。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・客は会社から飲み会や会食は駄目、密にならないようにと言われているので、来店する様子がない。新型コロナウイルスには徐々に慣れてきたが、これから寒い時期に向かい、感染が広がるような気がするので、また客足が鈍る。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・6～7か月ぶりに、以前より客が来店するようになってきたが、やはり来店回数も少なく、まだまだ新型コロナウイルスに対して恐怖を感じているようである。「なかなか来られなくてごめんなさい」と言って様子を見に来ている感じで、頻繁に来店するような状況にはなっていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・冬に向かって新型コロナウイルスとインフルエンザがどのように流行するかが不安材料である。Go To Eatキャンペーンもあり、当社は外食の来客数が増えているが、周囲の状況をみると大きく格差が出てきており、閉店する店もたくさん出てきている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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で団体旅行が全くなくなってきている。団体旅行の需要がゼロであることは変わらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンが開始されたが、V字回復ほどの売上増にはつながっていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内旅行はGo To Travelキャンペーンにより需要が回復しているように感じるが、キャンペーン期間が終われば落ち着くと思われる。先の予約が懸念されるが、少しずつ回復していく（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	お客様の様子	・前月は少し期待できる動きが出ていたが、今月はまた低調ムードに戻っており、受注が増えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	販売量の動き	・店舗での販売数が戻らないため、契約数が前年を下回っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・インターネット契約に関する客からの問合せが増えてきており、契約数も増加している。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	販売量の動き	・ケーブルテレビ、インターネット契約数は前年同月比でほぼ変わらない。新型コロナウイルスの影響はあるが営業活動は継続しており、前月からのトレンドも変わっていない（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、必要最小限の内容にする意識は相変わらず強いと感じる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・インターネット回線の新規契約は伸びている。在宅ワークの影響での増加だとみている。依然として人は外に出るのを控えている様子なので、まだまだ経済は回っていないような気がする（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	単価の動き	・客単価が毎月10円程度下がり続けている。売上総額が横ばいになり、新しく利用が増えても、3か月後には売上総額が下がる可能性がある。

□	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・個人客のゴルフプレー意欲は回復しつつあるものの、法人の接待やコンペ需要は低調である。会員制ゴルフ場では、来場客の多くをメンバーが占め、ビジターは少ない状況のため、設備産業という特性ゆえに、収益性の低い状態が継続している。
□	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・政府が進める経済対策が少しずつ効果を上げているものの、まだ力強さに欠ける。8月までは来客数も戻りつつあったが、9月、10月とやや減少傾向にある。
□	競輪場（職員）	販売量の動き	・前年より2～3割減くらいの販売量となっている。客との会話のなかでもプラスになる要素が少ない。
□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・打合せ等は多少できるようにはなったが、打合せのみで前には進まない（東京都）。
□	設計事務所（職員）	それ以外	・大きな変化は感じられない（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は前月より落ちているが、10月はいつも月商が悪い月なので、それほど極端に悪くなっているとは思わない。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・前年同期比でも受注量に大きな増減はなく、建設業は新型コロナウイルス感染拡大の影響を余り受けていないように感じる。良くはなっていないが、悪くなくてもいい。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・9月後半より来客数が圧倒的に減っている。天候が悪かったこともあるが、新型コロナウイルスの影響なのか、極端に少なくなっている。
▲	スーパー（経営者）	競争相手の様子	・競合店ができたため、集客が難しい。
▲	スーパー（経営者）	販売量の動き	・3～8月までは非常に良かったが、9～10月とトーンダウンしてきている。客単価はそれほど変わらないものの、来客数が徐々に落ちてきている。客の買物頻度が下がっている。
▲	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数や買上点数は前年並みを維持しているものの、単価が上がってこない（東京都）。
▲	スーパー（営業担当）	単価の動き	・生鮮食品等の日持ちのしない物は堅調だが、新型コロナウイルス関連商材や、食品でも日持ちのする物については動きが止まっている。各家庭で相当備蓄されているようである。したがって、買上単価が下落し、売上の足を大きく引っ張っている（東京都）。
▲	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・前年は台風19号が当県に上陸し10月12日（土）は全店休業した。今年は新型コロナウイルス禍のなか、来客数が前年度を割っている。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・前月辺りから、食料品への購買意欲が落ちてきているように感じる。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年はコンビニ本体でのセールがあったが、今年ではできないので、マイナスとなっている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少している（東京都）。
▲	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・観光バス事業をしている取引先の話だが、新型コロナウイルスの影響で観光事業が全く不振のため、社員を一時解雇したそうである。バスも約6割を半値以下で販売し、当面の資金にしたと聞いている。新型コロナウイルスの影響で、まだまだ景気は悪くなっていく（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・来客数が間違いなく減っている。客が自粛している、若しくはインターネット販売が増えているのは確かである。そのため来客数が減っており、衝動買いも少なくなっている。おのずと販売額も減っている。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・赤字決算のニュースが飛び交い、将来不安の再燃がうかがえる。消費も停滞している（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチの来客数はやや戻ってきているものの、夜の人通りは依然として少なく、営業に大きな影を落としている（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客数が激減している。

▲	タクシー運転手	お客様の様子	・利用状況は悪くなる一方で、昼間の利用も減っており、1日を通して利用が少ない日が続いている。利用回数もかなり減っているため、売上が上がらない。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・相変わらず深夜の客はいないが、それまでの時間帯の客の動きも全体的に少なくなっている（東京都）。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べるとさほど変わらないが、前年と比べると大変な落ち込みである。会社でテレワーク等が進み、サラリーマンがタクシーに乗らなくなっている。売上に関しては非常に苦労している（東京都）。
▲	その他サービス 〔保険代理店〕 (経営者)	お客様の様子	・来客数、単価共に減少している。やはり新型コロナウイルスの影響で購買意欲が低下気味である。少し慣れてはきているが、今後の不安はやや大きくなっているように感じる。
▲	設計事務所（経営者）	販売量の動き	・現在は、設計業務を受託することは非常に難しく、特に一般の設計受注は皆無とっていいくらいである。企業においても新規の設計受注は難しく、営業活動自体も困難になっている。当事務所は行政の仕事が約7割を占めているので、指名を受けるべく、営業に力を注いでいる。
▲	設計事務所（所長）	それ以外	・学校等の設計業務がなかなか出てこない。新型コロナウイルスの影響で工事ができないことと、予算も新型コロナウイルス関連に取られてしまい、回ってこない状況である。
▲	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。ここ数年、住宅の売行きがかなり落ち込んでいるところに、新型コロナウイルスの影響で気持ちが冷え込み、余計売れなくなっている。ホテルや商業施設などのテナントからの賃料収入も入らない。建設業も、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はならないようで、新しい工事がなかなか見当たらない。公共工事はあるが、工事原価が高止まりしているなかで受注価格は非常に低く、受注できて赤字となるため、誰も入札しないことがある。
▲	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約67%となり、やや悪い。3か月前と比べてもやや悪くなっている。新型コロナウイルス感染拡大防止のための外出自粛解除後は、それまで3～4か月動けなかった客が一斉に動き出したが、もう落ち着いてしまったようである。
▲	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	競争相手の様子	・相変わらず新型コロナウイルスの影響が響いている。仕事の減額が大きくなり、大変厳しい。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・企業、団体等の宴会自粛の影響を受けている。
×	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・国会内で印鑑不要論なるものが取り沙汰されている。特に、行政改革担当大臣は、どこまで印鑑という物を認識したうえで不要だといっているのか。天皇陛下の印鑑で国が動いている。法務大臣の印鑑で死刑執行ができる。どの程度までが不要で、どの程度からが必要なのかははっきりしてくれないと、印鑑全てが悪いかのような印象を与える。
×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	販売量の動き	・Go Toキャンペーンが始まった頃から急に売れなくなった（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・ランチは1人客が増えてしまい、新型コロナウイルス感染対策のために席を詰めてもらうこともできず、客単価は変わらずとも人数が減っている。ディナーに関しては、大阪府知事の発言の影響で4名以上の予約が入らない。このまま年末までいくと、やや苦しくなる。
×	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	来客数の動き	・取引先におけるテレワーク等の推進に伴い、来客数は低位安定の傾向にある。内部体制の見直しを早急に図る必要に迫られているのが現状で、対応可否が今後の損益の決め手になる（東京都）。

		タクシー運転手	お客様の様子	・10月に入って、我々の団体でもGo To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの取扱を始めたが、月末になっても利用があったというニュースが飛び込んでこない。街の様子は相変わらずで、周辺駅から帰宅する利用客は増えたが、新型コロナウイルスが収束しないなか、警戒心が高いようで、飲食店街からの利用客は少なく、売上が伸びていない（東京都）。
	×	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・人出がなくなっており、人の動きが感じられない。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・35%プラスアルファの補助を受けて各地に旅行できるのは、国の補助金があつてのことである。しかも、医療従事者や介護に携わる人などは置き去りである。この税金投入による活気は、先々どのように影響するのか不安である。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、あらゆる行事が中止になってしまい、不景気である。
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	・新型コロナウイルスの影響が徐々に薄くなってきている（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	・10月から当社特有の繁忙期に入り、受注量が増えている（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、名刺印刷の仕事をしている。今月は会社設立に関する法人登記印の注文が7本あり、多くなっている。薬局、農産物関係の会社、そして建築会社の子会社である。景気が良い人なのか、普通はつげなどの木製が多いのだが、珍しく2本とも象牙での注文をもらい、小さな特需ではある（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	・受注件数、金額共に前年6～8月期の目標に対して、達成率83%である。傾向としては、今年4月の受注件数及び金額が過去最低で、5月以降は前年比4～10%売上が伸びている（東京都）。
	○	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・インバウンド需要は全くないので、厳しい状況が続いているものの、3か月前と比べれば、まだ模様ながら例年並みの注文をもらえる取引先も出てきている。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前から比べると35%売上が増大している。自動車、産業輸送関係部品が在庫切れと聞いている。
	○	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・今月は減少幅が縮小してきている（東京都）。
	○	金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の売上等の様子をみると、飲食業は厳しい状況だが、Go To Eatキャンペーンの効果もあり、少しずつ客足が戻りつつある。不動産業は、物件購入者が慎重になっており、販売は鈍く、やや低下している。最近是人手不足もやや解消されてきているので、企業が安定している（東京都）。
	○	金融業（役員）	競争相手の様子	・取引先企業の全業種で業況が改善傾向にある。特に、不動産業の改善幅が最も大きい。建設関連の需要も戻りつつあり、10月～来年3月は相応の回復が見込まれるとの話が多い。介護や医療関連は、新型コロナウイルスの影響で治療を中断していた高齢者が戻りつつある。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・少しずつだが、来年度に向けて、各企業が調子の良い商材やサービスなどに宣伝費をかけて計画してくれるようになってきている（東京都）。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	取引先の様子	・政府による経済対策予算の執行に伴い、関連案件が動き始めている。
	○	その他サービス業〔ソフト開発〕（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はあるものの落ち着いてきており、仕事も増えてきている。
	□	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・原材料屋が、「在庫が余ってしまい、値引きするから買ってほしい」と言ってくるようになってきている。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の動きは横ばいだが、他社を見るとやや下降気味のため、悪くなっていく方向ではないか。

<input type="checkbox"/>	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減少した化粧品容器、特に口紅容器の受注に回復がみられず、厳しい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は建設機械の部品を製造販売しているが、建機業界は一部のメーカーで前年並みの受注量に戻ってきている。前々年との比較では20%減であるが、今年上期に比べれば受注が戻っている。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商売して感じるのは世の中が暗いということである。もっと積極的にやりたいのだが、自由がなくできない。それが今の業績に反映されている。人の上に新型コロナウイルスが存在して自由を奪っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	それ以外	・春先のようなゴーストタウン化した街の状況と比べると、国の景気刺激策等により活気を取り戻している感もあるが、ホテルや飲食店のにぎわいは戻っていない。特に、夕刻の時間帯は空席が目立っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・スーパーや半導体製造装置等、一部の業種の輸送は好調だが、企業間の一般貨物の荷動きは低調なため、業績が改善しない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	それ以外	・企業のテレワークが影響している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・物流量が増加しないなか、現状を打開する要素はなく、厳しい状況である。
<input type="checkbox"/>	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・本来は繁忙期だが、まだまだ物量が増えず、収益も伸びてこない。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	取引先の様子	・Go To Eatキャンペーンの影響が良いほうに出て、飲食店の状況が少しずつ戻ってきている。
<input type="checkbox"/>	金融業（支店長）	取引先の様子	・飲食業では徐々に客が戻りつつあるが、営業時間の短縮や3密対策での座席数減少などもあり、新型コロナウイルス以前の売上レベルには程遠い。製造業は今になって受注が減少しており、資金繰りが厳しくなっている。業種によってプラスマイナスがある。
<input type="checkbox"/>	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・Go Toキャンペーンによりホテル宿泊者数は増えているが、まだ体育祭やハロウィーン、祭りなどのイベントが本格的に回復しておらず、従来の来客数まで到達していない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	税理士	それ以外	・夜に近隣駅周辺の商店街をのぞくと、まだ新型コロナウイルスの影響があるのか、飲食店に本当に客が入っていない。窓ガラス越しに見ても席が空いている。経営者は大変である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	社会保険労務士	取引先の様子	・様々な助成金を活用する事業所が増えている。特に、雇用調整助成金は延長する方が多いようである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	取引先の様子	・飲食店などでは依然として新型コロナウイルス以前の来客数までの回復には至っていない。消費者の財布のひもは固い。
<input type="checkbox"/>	税理士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響はいまだに大きい。Go Toキャンペーン関連の事業は多少上向いてはいるが、期間限定のため、その後が懸念される。ふだん着などの売行きはまずまずだが、高級衣料品の売上は激減している。着る機会がないのだから当然である。キャパシティの大きい居酒屋などは、多人数の宴会ができず苦しい。
<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小金属加工業では相変わらず受注が低迷している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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	・回復の兆候もみられるが、例年と比べると受注量はまだ減少状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	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関係の仕事が継続しているので、しばらくこのままで売上が推移していく。
<input type="checkbox"/>	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	・既存契約の単価上げは引き続きペンディングだが、新規受注金額は現状を反映したものとなっている（東京都）。

	□	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	・いまだに地方での撮影の仕事が少なく、回復の見込みもない (東京都)。
	▲	その他製造業 [鞆] (経営者)	取引先の様子	・とにかくハンドバッグは駄目である。そのため、今のところは革で作ったマフラー等、ハンドバッグ以外の仕事をしている。何かしら仕事が回ってくるようになっていて、それだけでも助かる。
	▲	建設業 (経営者)	競争相手の様子	・民間工事案件が減少している。同業者も同じように案件がなくなっているとのことである。見積案件も少なくなっている。
	▲	不動産業 (経営者)	競争相手の様子	・当社の管理物件に40年近く居住しているの方が更新の手続に来社した。タクシー会社に永年勤務し、定年を向かえて退社したので、田舎に帰る予定だったが、新型コロナウイルスが収束するまでしばらくこちらに住むとのことである。受け入れてくれる田舎もあるが、大変なことである (東京都)。
	▲	不動産業 (総務担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの収束が見通せないで、オフィス、店舗テナント共に影響が顕在化してきている。具体的には、オフィステナントはテレワークの浸透や売上減に伴う社員の減員などを理由に賃借スペースの一部を解約したり、店舗テナントが売上の減少に歯止めが掛からず閉店に追い込まれるといった事象が発生している (東京都)。
	▲	広告代理店 (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イベントがない。特に、当社は人を集める事業なので、オンラインなども難しい。
	▲	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	・案件数が減ってきている (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で客の景気も低迷しているため、売上が減少している。
	×	出版・印刷・同関連産業 (所長)	受注量や販売量の動き	・年末に向け繁忙期に入る時期ではあるが、前年実施した案件が軒並み中止となり、前年比で5割にも満たない状況である。
	×	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、取引先の工事が少なくなっている。また、海外からの受注が少ないという話を聞いており、仕事が少なくなっている。
	×	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・取引先から出される生産計画が悪い。
	×	建設業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・商品が希望価格でなかなか売れない。
	×	建設業 (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仕事が止まっている。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・自動車関連企業の募集は前年比横ばいまで回復している (東京都)。
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・派遣社員の求人数は3か月前比で30%強と回復傾向にある。前年同月比では、今月は80%強となっており、これまでの約50%の水準からの回復が顕著となってきている (東京都)。
	○	求人情報誌制作会社 (営業)	求人数の動き	・9月に比べて求人の動きが多少増えている。それに伴い、1社当たりの応募総数が減っている印象もある。前年の数字と比較しても、9月に比べてやや良くなっていると感じられる。
	□	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・求人数減少、求職者数増加の傾向に大きな変化はないが、求職者数については若干落ち着きが見え始めるとともに、優秀な人材の確保は少し厳しくなっている。また、取引先から来年度の契約見直しの要請が出始めている (東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響により景気が後退し、ある程度底が見えてきた様子で、横ばいである (東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は下げ止まり傾向にある。直接雇用を削減し、派遣スタッフで補充する内容の求人が増加しているとみている。年末や年度末に向け、直接雇用者が減少すると予想している。

□	求人情報製作会社（営業）	求人数の動き	・前年と比べて特に大きな変化がないため、状況としては変わらない（東京都）。
□	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・中途採用の案件数が戻ってきているが、どの企業も用心深く採用しているように感じる。爆発的に良くなる感じはしない（東京都）。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は、新型コロナウイルス以前と比べて7割ほどに戻ったまま、変わらない状態である（東京都）。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年と比べて新規求職者数の増加と新規求人数の減少は変わらないが、減少幅は鈍化しており、就職者数の減少幅も4月以降最少となっている。
□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・新卒採用においては、2022年卒業生向けのインターンシップやイベントが開催されているが、例年より学生の動きが早いようである。来年は新型コロナウイルスの影響で厳しくなると想定している学生が多い（東京都）。
□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・販売動向が不明のため、製造体制も様子見で不安がある（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	それ以外	・自身も含めて周囲の消費動向に継続的な景気回復がない（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、当面採用を止める会社が増えてきている（東京都）。
▲	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・緊急事態宣言の解除以降、求人数は若干回復傾向で推移していたが、9月後半より件数が減少してきている。また、派遣労働者数も減少傾向にあり、全体的に悪くなってきている（東京都）。
×	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・首都圏の求人数は前年の6割、地方では5割を切っている状態で、改善の兆候がみられない。求職者があふれかえり、求人数が全く足りていない（東京都）。
×	求人情報誌製作会社（所長）	求人数の動き	・景気が上向いてきたら仕事を振りたいと、国の雇用調整助成金を使ってスタッフに自宅待機をさせていた客が、見通しが立たないからと、転職を促す動きをし始めている。