

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)	◎	家電量販店（店長）	販売量の動き	・家電製品は、新型コロナウイルスの影響があっても、一定の買換え需要があり、気温が下がれば季節商材の動きも良くなる。また、新型コロナウイルス関連では、感染対策で空気清浄機や加湿器が例年より多く売れている（東京都）。
	◎	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・販売量は好調を維持しているが、来客数が前月、前々月より減少しているため、1月以降の販売台数には不安が残る。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、家にいることが多いため、家電関連商材のほか、住宅設備全般の売上が良くなっている。単価が上がり、売上も伸びている。
	○	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・師走になり、クリスマスケーキ、総菜の事前受注、おせち配送需要が大幅に伸長している。また、新型コロナウイルス感染者数が増加するにつれて、巣籠り需要の高額食材の動きが活発化している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・3か月前の9月は、前年の消費税増税前の駆け込み需要の影響で、売上が大きく前年割れした月であった。そのため、売上の前年比はプラスになっており、3か月前よりは良くなっている。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	販売量の動き	・直近3か月間の売上は前年比マイナス11.4%となっている。
	○	スーパー（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で移動が制限されているからか、来客数が多い。
	○	スーパー（販売促進担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響での外出自粛が原因で、衣料品は婦人、紳士共にアウターが不振である。食品は好調を継続している。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・家にいて外出するなという点では幾らか良い。
	○	家電量販店（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で巣籠り需要が増えており、大物家電が売れている。
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響を受けていない学校給食、病院食はともかく、社員食堂部門は取引先の新型コロナウイルス対応も落ち着いてきており、売上が徐々に戻ってきている。レストラン部門も同様の動きとなっている（東京都）。
	○	通信会社（経営者）	お客様の様子	・12月の客からの問合せ状況では、戸建て、集合といった営業対象の違いにかかわらず、前月比、前年比共に変化はない。今月単月での新型コロナウイルスの影響は余り感じられない（東京都）。
	○	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・企業向けのソリューション事業はシステム入替えやバージョンアップ等の動きが出てきているが、提案から受注までの期間が長くなってきているように感じる。個人向けの携帯電話や周辺機器販売は、携帯キャリアからのサービス改定を待っていることが要因で、低調に推移している（東京都）。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・資料請求の件数が増えている。また、土地も動いている。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・自動車の充電設備の工事が増えている。店舗、会社のパッケージエアコン、LED照明など、省エネの補助金対応商品も動いている。ただし、暮れなのに、一般ユーザーからの注文は少ない。テレビも大型の物は動きが悪い。
	□	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・一時期は需要が増えたが、新型コロナウイルスの感染拡大、自粛の影響により、再び客足が遠のいている。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	単価の動き	・売上は25%減、来客数は13%減となっている。	
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・数量が伸びず、新規客も増えず、現状維持が精一杯である。そのため、売上も伸びず、当然ボーナスもない。新型コロナウイルス感染に気を付けながら、何とかやっているというのが現状である（東京都）。	

□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数が増加し、営業時間短縮要請等が出てから、来客数が非常に減っている。それに伴い、一般的に売上が厳しく、マイナス5%くらいで推移している。ただし、クリスマスやおせち料理、お歳暮ギフトなどはほぼ前年を超えており、全体的には大きくは変わらない（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・景気は悪いままで変わらない。新型コロナウイルスの影響は引き続きあり、生活必需品以外の客の消費行動は慎重である。婦人、紳士共にファッション関連商材の動きは鈍い。そのようななかで、歳暮需要はオンラインでの受注増でカバーし、年末商材のおせちについては、巣籠り需要の高まりで前年を上回る推移となっている（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染拡大に伴い、来客数が減少傾向にある。一方、特選ブランド、高額ゾーンの食品は好調に推移している（東京都）。
□	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・客層によって状況が大きく異なる。購買力の高い層の消費は、旅行や飲食に回っていた分が回ってきている影響か、底堅い動きとなっている。一方、中間層の動きはいまだ不安定である。また、都心部の客は慣れもあるせいか、大きな状況変化はないが、地方店舗の客については、新型コロナウイルスの新規感染者数の報道や行政からの情報に敏感に反応する傾向がある（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数が増加傾向にあるが、来客数は前年並みで推移している。おせち料理やクリスマスケーキなどの事前受注も、店頭、インターネット販売共に好調に推移している。1月2日の初商動員回避に向け、セールを前倒しして実施した影響もプラス要因である（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・食料品は回復基調にあるが、衣料品などは依然として低迷が続いており、状況は全く変わっていない（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・インバウンドの売上がなく、国内客の売上のみに頼っている状況は変わらない。また、一時的に戻りつつあった都外からの客の動きも止まってしまったため、低い水準でとどまっている（東京都）。
□	百貨店（店長）	来客数の動き	・12月は年間で最もオケージョンがある時期なので、新型コロナウイルスの影響はあるものの、最低限の人出はある。自宅で料理を作る客が多く来店している（東京都）。
□	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子を見てみると、広告初日の目玉商品やポイント何倍の曜日、タイムセールなど、少しでも安く買物ができる時間帯などを賢く選んで来店している（東京都）。
□	スーパー（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前と変わらず、来客数減、客単価アップという状況である。
□	スーパー（店員）	それ以外	・客の購買傾向が変わってきている。従来であれば少量単位であったのが、家族での食事を意識した量目の商材の購入が増えてきている。また、家庭内滞在を意識したスナック菓子類や大容量の飲料等の購入も増えている。
□	スーパー（営業担当）	単価の動き	・客の来店頻度が低下し、来客数は減っているものの、買上単価並びに販売数量がそれを上回って伸びており、特に11月20日以降、更に伸びてきている。クリスマス等の季節商材や年末商材、特に餅関連が非常に動いており、これが単価や販売量の底上げに大きく寄与している（東京都）。
□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・前年より単価がアップしている。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・外出自粛のためか、家でのクリスマス需要と思われる買物があったが、トータルではケーキを注文した客が数人いた程度である。小さいケーキなどが売れたが、さほど景気が良いとは思えない。

□	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・依然として外出着のアウトターは大幅に減少しているが、実用衣料品は寒さで非常に良い。特に、家にいる時間が長いためか、ホームウェアの売上が倍増している。トータルでは前年比はクリアしている。
□	家電量販店 (店長)	販売量の動き	・空調関連は依然として好調に推移している。ボーナスシーズンを迎え、白物家電がけん引している。さらに、ゲームも大きく寄与している (東京都)。
□	家電量販店 (経営企画担当)	販売量の動き	・12月に入り、新型コロナウイルス感染第3波の真ただ中にあり、インバウンド需要も蒸発している状況下ではあるが、国内販売は前年を上回る水準で推移している。今の売れ筋は、テレビ音響製品、生活家電、スマートフォンを中心とする携帯電話である (東京都)。
□	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・今年は、自動車の整備は順調である。販売は余り芳しくないが、たまたま扱っている車種の新型車が出たため、今月は今年一番の売上で終わることができている。
□	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・全体的に計画の70%程度で終わりそうである。
□	乗用車販売店 (総務担当)	お客様の様子	・冬のボーナス商戦で上向きを予想していたが、新型コロナウイルスの影響で客が買い控え、外出を避けているため伸び悩んでいる。
□	その他専門店 [貴金属] (統括)	販売量の動き	・売上は一定の落ち幅を保ったまま推移する傾向が続いている (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	・全体をならずと新型コロナウイルス禍前の前年同月並みだが、テナント個別での上下幅が大きくなっている。映画は、超人気アニメで盛り返していたが、一息入った格好となっている。
□	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前の9月1～29日までの前年比は、売上62.3%、来客数55.2%である。今月12月1～24日までの前年比は、売上64.7%、来客数59.8%である (東京都)。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・一時期少し来客数が増えたが、新型コロナウイルスの感染者数が徐々に増えるにつれて、夜の外出を自粛する人が多くなり、また来客数が減ってきている (東京都)。
□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスが収束しても2年くらいは不景気が続く (東京都)。
□	通信会社 (社員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響を受けても、収益の良い企業があり、その企業からの新規スポンサー依頼が入っている (東京都)。
□	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染者数の増加に伴い、客が担当者の訪問を敬遠する傾向が強くなっており、訪問での商品説明を行いにくなっている。
□	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により外出を自粛する人が増えており、OTTや高速インターネットへの需要は高まっているものの、携帯電話料金の引下げ等により同業他社との競争も激しさを増しており、一進一退の状況である。
□	通信会社 (管理担当)	お客様の様子	・再度の外出自粛要請発出についての見通しが不透明な状態が続いており、イェナカ消費のテレビサービスなどはほぼ横ばいである。
□	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低限のプランを選択する意識は変わらない。
□	通信会社 (営業担当)	競争相手の様子	・当社は放送及び通信関連事業である。競合他社の動向をみてみると、投資して活発に動き始めようとしている (東京都)。
□	通信会社 (経理担当)	単価の動き	・客からの値下げ圧力が変わらない。
□	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再拡大の影響による訪問営業機会の減少等から、新規契約獲得件数が伸び悩んでいる (東京都)。

□	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・12月は降水量が少なく、温暖な日が多く、稼働率の高止まりが続いている。会員制ゴルフ場においては、法人接待やコンペ需要の低迷でビジターが伸び悩み、来場者数の多くを会員が占めることで客単価が低下し、収益性が悪化している。
□	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・Go To Travel、Go To Eatキャンペーンの効果があいまって、現時点では来客数、売上共に3か月前と比べておおむね横ばいとなっている。しかし、新型コロナウイルス感染第3波、第4波ともいえる現状では、じわりじわりと下降気味で推移している。
□	競輪場（職員）	販売量の動き	・カレンダーなどの年末向けコンテンツの無料配布なども行い、一定数の客も確保できているが、10～20%減のところまでとどまっている。G1などの大きな大会が続き、競技自体も盛り上がってきているが、依然として無観客開催が多く、厳しい状況には変わりがない。
□	その他サービス 〔保険代理店〕 （経営者）	販売量の動き	・客の新型コロナウイルスに対する不安は拭いきれないが、結局必要な物は購入せざるを得ない。価格を下げたり、購入をちゅうちょしたりする様子はない。
□	その他サービス 〔学習塾〕（経営者）	来客数の動き	・依然として良くはないが、徐々に問合せ件数なども例年並みになってきていると実感している。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・民間案件が非常に厳しい状況は変わらないが、官庁案件の受注で何とかバランスを保っている。現在の手持ちの仕事量を考えると、年度末までこの状況が続きそうである。
□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・計画及び今後の方針等の打合せ予定を決めるにしても、新型コロナウイルスの影響で客と会うことができない（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	・今月の販売量は目標数字に対して約100%となり、景気はやや良い。3か月前と比べるとやや良いままで変わらない。前月、前々月と景気はやや悪かったが、今月は3か月ぶりに販売量が戻っている。住宅展示場への来場は非常に少ないが、住宅情報会社からの紹介案件は非常に増えている。
□	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建築資材の需要は前年割れが続いているが、一時期の低迷期を脱したところで安定している（東京都）。
▲	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前はちょうど補助金が出て、リモートワーク等により自宅で使用する机や椅子等の需要があったのだが、ここに来て落ち着いてきて、12月に入ってから販売量が落ちている（東京都）。
▲	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・例年、年末は客の買上点数が増加する傾向にあるが、今年に関しては点数が少なく、短時間で買物を済ませる客が多くなってきている。それにより客単価が下がっており、売上も前年比10%程度落ち込んでいる（東京都）。
▲	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・商店街を訪れる客が少ない。底だと思っていたが、また一段と消費が冷え切っている。
▲	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	お客様の様子	・店頭部では来客数がまだまだ増えて若干上向いてはいるものの、単価は下がっている。外商部、特に民間の大口案件が全てストップしており、12月の売上は余り伸びていない。このところずっと上向きだったが、ここに来て民間の大口案件等の売上減少が大きなマイナスになっている。
▲	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増加するのと反比例して、来客数が減っている。ただし、12月はクリスマスと年末年始商戦があるので、何とか踏みとどまっている（東京都）。

▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・中旬以降、新型コロナウイルス感染者数が拡大した影響で、5%ほど悪化している。外出を控える傾向からEC売上は伸長しているものの、店頭は低調であり、買い回りが低下したことの影響と見受けられる（東京都）。
▲	百貨店（副店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大を受け、来客数が減少している。そのなかでもクリスマスと年末年始のイェナカ需要があり、食品は堅調である。一方、ファッション関連は苦戦が続いている（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・11月までは比較的良かったが、今月に入って売上がやや低迷している。客単価は高いものの、来客数が減っていることが一番大きな要因である。
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で来客数が減っている。来店する客は良い物を買ってくれるので、単価は上がっているが、不必要な物は買ってもらえない。冬のボーナスが出なかったとか、思いの外多くなかったという声も聞くので、そういう部分では厳しいのではないかと捉えている（東京都）。
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・日々の買物がシビアになってきている。来客数、買上点数は前年並みを維持しているものの、より安価な物へと志向が変化しているので、単価の上昇がみられない（東京都）。
▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・12月は来客数が前年を5%ほど割っている。外出の機会が大幅に減っていることから、衣料品、住まいの品共に、売上が非常に悪くなっている。一方、日用品や食料品を中心に家で使う商材の売上は伸びているが、衣料品、住まいの品と食料品を合わせると、前年を下回っている。
▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・正月は旅行に行けないので、せめて家でぜいたくをしよう、良い物を食べようという雰囲気がある。
▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・青果物の相場が安く、集客の目玉にならない。今年は巣籠り需要がありそうで、黒豆等の手作りおせち、乾物類、鏡餅、冷凍エビ、冷食等、際物の動きが早い。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染第3波による需要の急激な高まりはない。それなりに良い商品は売れているが、9月以降の売上伸長が鈍化した状態が続いている。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で消費が落ちている。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・夜間の来客数が再び減少に転じている。さらに、大型店やスーパーの特売が続き、売上、来客数、客単価いずれも3か月前に逆戻りしている。
▲	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を大きく受けている。ショッピングセンターに入っている店舗があるが、客はショッピングセンターに長くいることなく、すぐ帰ってしまうので、なかなかコンビニに寄ってもらうことが難しくなっている。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・Go Toキャンペーン等で客足が少し戻ってきていたが、直近の新型コロナウイルスの感染者数増加により鈍ってきている。クリスマスも巣籠り需要でもう少し伸びることを期待していたが、例年と比べると伸びが鈍い（東京都）。
▲	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・前半は良かったが、新型コロナウイルスの影響による自粛傾向が高まるとともに、売上も減少してきている（東京都）。
▲	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・10～11月の業績は前年比85%と82%で回復傾向にあるものの、12月に入り、新型コロナウイルスの感染第3波ともいえる現状により、前年比75%と下降トレンドになりつつある（東京都）。

▲	衣料品専門店 (営業担当)	販売量の動き	・前月20日頃から都内の新型コロナウイルス感染者数が増加しており、当県も日々最多を更新している。年配者が外出を控えており、売上が全く伸びず、前年比65%で年末を終える。飲食ばかりが営業時間短縮で協力金をもらえるのは理不尽である。全ての商売が本当に大変なので、今後の政府の対策はきちんと考えてほしい。
▲	衣料品専門店 (役員)	来客数の動き	・例年のような帰省や旅行に伴う需要が、今年は全くない。
▲	乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・今年の年末セールは例年に比べて来客数が半分くらいに減少している。
▲	乗用車販売店 (販売担当)	単価の動き	・客から値引き要請がいろいろとやってくる。今までであればこちら側の要求する通常の価格で支払ってもらっていたが、やはり新型コロナウイルスの影響による売上や粗利の減少、先行きの見通しに対する不透明さなどもあり、単価が下げ止まらず、値引き交渉がずっと続いている。そのような状況から、景気はまだ悪くなるのではないかとみている(東京都)。
▲	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・来客数が徐々に少なくなっているため、販売も合わせて下降気味となっている(東京都)。
▲	住関連専門店 (統括)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響のなか、来客数及び販売件数、販売量等が激減している。それに伴い、売上も大幅に減少している。
▲	その他専門店 [ドラッグストア] (経営者)	販売量の動き	・小売店なのでまとめ買いがなく、販売量も伸びているようには見えない。
▲	その他専門店 [雑貨] (営業担当)	来客数の動き	・営業を再開した6月から、緩やかながら毎月前月を上回る右肩上がりの売上推移だったが、新型コロナウイルス感染第3波による大幅な感染者数増加の影響で、12月は一気に8月並みの水準に戻ってしまっている(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	・月初はGo To Travelキャンペーンの効果もあり、持ち直し感があったが、その後は新型コロナウイルス感染第3波により停滞している。また、年末年始も帰省自粛があり、販売量の減少が予想される(東京都)。
▲	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が増加している。新型コロナウイルスの影響により失業者も増えており、将来不安が払拭できない(東京都)。
▲	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はあるものの、大口利用や宴会がほとんどなくなっている。来客数が大きく落ち込み、厳しい状況が続いている(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感染に関する報道が過熱気味で、特に、飲食店が名指しされる場合が多く、来客に影響を及ぼすことは否めない。特に夜は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影響で客がまるで来ない。忘年会等も一切なく、ひどい状況である。
▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今月半ばに新型コロナウイルスの感染者数が600人、700人と拡大し始めてから、フリー客もどんどん客足が遠のいている。忘年会はほとんどゼロで、実績に対しては50%を割っている(東京都)。
▲	都市型ホテル (スタッフ)	それ以外	・新型コロナウイルス感染者数の増加と、Go Toキャンペーンの一時停止の影響がある。
▲	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの一時停止により、年末の予約の60%がキャンセルとなっている。
▲	旅行代理店(販売促進担当)	販売量の動き	・今月は相変わらずGo To Travelキャンペーンの恩恵で国内は前年比で半分まで到達した。なかでも自治体関係の仕事が増えており、それがプラスになっている。個人は国内旅行を中心に良いが、海外旅行は全く数字にならず、総合してこのような判断になっている(東京都)。

▲	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大や、大都市でのGo To Travelキャンペーン一時停止が発表された影響で、新規の申込みがなく、申込済みの旅行の取消しも多発している。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・個人タクシーだが、業界は今まで良くも悪くも会社員に依存していたので、新型コロナウイルスの影響をまともに受けてしまっている。何とかそれを少しでも変えていく必要性を感じている（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感染第3波の影響により受注が減少している（東京都）。
▲	通信会社（社員）	お客様の様子	・総務省主導の携帯電話利用料に対する政策の影響により、申込件数が前年比2割程度減少している（東京都）。
▲	通信会社（局長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者数増加により客の警戒感が高まってきている。宅内でのサービス説明がしにくくなってきており、契約数に影響が出ている（東京都）。
▲	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・12月での業務終了者が少し出てきている。新型コロナウイルスの感染拡大による急ぎよの案件終息だと思われる（東京都）。
▲	ゴルフ場（経営者）	それ以外	・テレビなどマスコミの報道に先行きの明るい話がない。
▲	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、高齢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)	単価の動き	・単価の動きをみると、高額な車両が少し減り、低価格の車が増えてきている（東京都）。
▲	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・夏頃は分譲住宅の動きが良くなったが、その後、新型コロナウイルスの感染第3波になってから、現場見学会等への来場者数が激減し、販売が低迷している。
▲	その他住宅[住宅管理・リフォーム]（経営者）	お客様の様子	・これだけ新型コロナウイルス感染について報道されると、客と会うことはもとより同業者と会うことも難しくなっている。このような状況だと、今後大きく自粛になると思われる。早く新型コロナウイルス感染を収束させることが必要ではないか。
×	商店街（代表者）	来客数の動き	・最近は商店街の来客数の動きも少しは戻りつつあるが、新型コロナウイルス以前と比べるとまだまだ少ない。歩く人は多いが、買物袋を持って歩いている人が非常に少ない。来客数も少なくなっており、商売がしにくくなっている。また、来店してくれた客も、慎重に考えて買物しているようで、購入を決定するまで時間が掛かる。
×	商店街（代表者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染状況の悪化がやはりこたえている。クレジットカードの取扱高も2割減が続いている。特に、飲食はかなり厳しい。意外にも、物販のクリスマス商戦やクリスマスケーキの売行きは例年より良いが、飲食の悪さがそれを上回っている（東京都）。
×	一般小売店[家電]（経営者）	販売量の動き	・とにかく新型コロナウイルスの影響でどうしようもない。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[和菓子]（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、会社関係からの注文が半減している。また、年末年始に向けた年賀の需要も落ち込んでいる。取引先からの発注は半減している。
×	一般小売店[食料雑貨]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数の増加で人出が減っている。
×	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か、外を歩いている客の数が激減している。致し方ないと思うが、死活問題には変わりがない。
×	一般小売店[生花]（店員）	それ以外	・単価が下がったというよりは、売上が全体的に落ちていると感じている。12月は正月用の花などがかなり売れる時期なのだが、今年は新型コロナウイルスの影響下では良いのかもしれないが、昔はもう少し売れたと思う（東京都）。

×	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染第3波の影響により来客数の減少が続き、消費に対する慎重な姿勢に変化がない。
×	百貨店（店長）	それ以外	・新型コロナウイルス感染第3波の影響を受けている。8月以降、少しずつではあるがGo Toキャンペーンのプラス影響もあり、着実に回復傾向にあった入店状況が、11月以降に一気に悪化している（東京都）。
×	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染第3波が現実のものとなり、自粛ムードが出てきているため、来店を控える動きが始まっている。
×	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、来客数の減少が多く見受けられる。年末年始の外着やフォーマルウェアの落ち込みが大きい。
×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	来客数の動き	・12月の市場の状況ではない。こんなことは経験がない。新型コロナウイルス感染対策というより、感染が収束しなければ大変なことになる（東京都）。
×	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・12月度の売上は前年比30%となっている。唯一の救いはおせち料理の販売で、前年比104%、予定数が完売の状況である（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ケータリングがほとんどないため、3か月前と比べて悪くなっている。辛うじて弁当やテイクアウトがあるが、12月にしてはとも追いつかない。売上が前年の半分になっており、景気は最悪である。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・本来なら宴会、飲み会などで、1年で一番夜の大人数の来客がある月なのだが、今年はほぼゼロに近い。
×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う自粛要請、Go To Travelキャンペーンの一時停止の影響もあるが、新型コロナウイルス禍そのものによる収入減の影響が出始めている。飲食部門の売上は、開店以来40年間継続してきたテイクアウトの売上増により前年度の額を達成しているが、輸入部門はほぼ巻き返しのないまま推移している。
×	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・当地域では、格段に人通りが少なくなっている。当店の来客数も少ない（東京都）。
×	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・10～11月頃は少し回復の兆しがあったものの、新型コロナウイルスの感染者数増加によるGo Toキャンペーン一時停止の影響により、今月は更に悪い状況になっている。団体関係の動き、大きな宴会等がほとんどなくなっており、非常に厳しい状況に陥っている。
×	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の感染拡大に伴い、Go To Travelキャンペーンの一時停止が発表され、キャンセルが相次いでおり、期間中3000室以上の取消しが出ている。このまま感染拡大が続けば停止の延長にもなりかねず、売上回復のめどが立たず、非常に厳しい。
×	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、Go To Travel、Go To Eatキャンペーン共に大都市、地方都市を含めて一時停止となってしまったので、客からの連絡は全くなく、キャンセル等もどんどん増えている。景気は非常に悪化している。
×	旅行代理店（従業員）	それ以外	・Go To Travelキャンペーンの一時停止によりキャンセルが相次ぎ、残る仕事がほぼない。従業員も半数が解雇される予定である。
×	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響と、Go To Travelキャンペーンの一時停止に伴うキャンセルが多い（東京都）。
×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの一時停止により新規予約が止まり、大量のキャンセルが発生している。稼ぎ時の年末年始にも影響が出ている（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感染者数が増えてきたことを踏まえて、旅行の募集広告を控えたため、申込みが減っている（東京都）。



	×	旅行代理店（総務担当）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンにより個人客の動きが増えたところに、突然一時停止が発表され、急激にキャンセルが増えている（東京都）。
	×	タクシー運転手	それ以外	・仲間内で、新型コロナウイルスの感染拡大により利用客が激減し売上が伸びず、生活苦から自殺者が出た。持続化給付金の再給付をしてもらいたいと願っている同業者が多くいる（東京都）。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・本来ならばこの時期は忘年会シーズンで忙しいのだが、今年は全くそのような動きがない。新型コロナウイルス感染者数が増えているとはいえ、余りにも利用が少ない。このまま年を越すことになりそうである。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているので、11月に比べるとかなり人が少なくなっている。昼間は多少は動いているが、夜になるとぼったり人がいなくなる（東京都）。
	×	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・夜間の人出がない。
	×	観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前はちょうど秋の走りで、客が増えてくる時期でもある。12月は閑散期に入り、3か月前に比べると客はかなり少なくなっている（東京都）。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・消費者的な考えではあるが、日常の生活に早く戻りたいと思う。Go Toキャンペーンはむしろ非日常へと人を動かしてしまい、結果、新型コロナウイルス感染が拡大し、経済への打撃も一層大きくなっている。医療崩壊も叫ばれている。景気は悪くなっていると思う以外にない。
	×	その他サービス [フィットネスクラブ]（マネージャー）	それ以外	・連日の新型コロナウイルス感染に関する報道によって、来客数、売上が減少している。社内努力は重ねているが、限界である（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、営業展開が全くできない。客を訪問することもできないし、イベントを開こうと思っても客を預かれない。営業のために動くこと自体が変な目で見られてしまうような状況である。新しいことにチャレンジできず、工務店なども仕事が全くなって困っているのではないか。新しい物を提案しようと思うが、それは今この時期には無理である。
	×	設計事務所（所長）	それ以外	・建築業は、新型コロナウイルスの感染拡大の影響で工事のめどが立たないため、設計の発注もできないというのが現状である。いずれにしても来年度は更に悪くなると思っている。
	×	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・当社は不動産ディベロッパー業と総合建設業である。当社が都内数か所に保有している賃貸用ホテルでは、観光客及びビジネス客が極端に減っており、ホテル運営者から約定している賃料がほとんど入らない。また、建設業では、公共工事以外は新規プロジェクトが少なく、民間からの受注はほとんどない。
企業 動向 関連  (南関東)	◎	—	—	—
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・このところ月々の売上は徐々に増えてきているが、例年に比べるとまだまだ少ない（東京都）。
	○	その他製造業 [化粧品]（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末のサロン需要が高まっている（東京都）。
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造業の荷主も緩やかに改善している（東京都）。
	○	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・10月に若干持ち直しの動きがみられたが、その後は低迷している（東京都）。
	○	その他サービス業 [警備]（経営者）	取引先の様子	・例年に劣らず順調に推移している。
	□	出版・印刷・同 関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・例年、年末は繁忙期だが、今年は動きが鈍く、大幅な売上減となっている。

□	金属製品製造業 (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を受けた上期の生産量を下期で取り戻せるのか。主要得意先の組立計画が相当量あり、それに伴い当社への発注量も非常に多くなっている。
□	精密機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・当社の主力である産業用輸送機械や建設機械などに使用される部品加工メーカーは、前月、今月と2019年度並みに回復してきている。今後も2019年度並みか、やや上振れとの情報がある。ただし、周辺環境の飲食、観光などは厳しく感じられ、業態によるぶれ幅が更に大きくなってきている。
□	建設業(従業員)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で様々な変化が起こっている。
□	輸送業(経理担当)	それ以外	・状況に変化がみられない。
□	輸送業(総務担当)	取引先の様子	・繁忙期で物量が増えてきているが、予想以上には伸びてこない。
□	金融業(役員)	取引先の様子	・今までは若干上向きで推移していたが、新型コロナウイルス感染者数の増加に伴い、観光客や客足の減少がみられる。不動産関連は活発に推移している。飲食業は年末の書き入れ時に宴会のキャンセルが相次ぐ状況になっている。総体的に全業種を平均すると、景気は変わらない。
□	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感染状況は一進一退である(東京都)。
□	税理士	それ以外	・商店街の途中に飲食店がたくさんあるが、夜は客が入っていない。中には入っている店もあるが、この新型コロナウイルス感染拡大の状況下で、マスクもつけずに大騒ぎしていたり、極端である(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	・今月に限っては、スポット的な仕事がやや多く入り、トータルでは前年同様の受注推移となっている。
▲	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・年末の帰省土産、新年の手土産の売上が前年の半分以下となっている。新年会の注文も今のところゼロである。
▲	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、ショップカードの印刷などを行っている。例年の12月に比べると、新型コロナウイルスの影響か、来客数の減少傾向を感じている(東京都)。
▲	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感染拡大により、クライアントにおいてWeb会議、委員会など、テレワークが更に増え、印刷に関わる意思決定の遅れから、例年は年末に納めている印刷物が翌年の納品になることが増えている(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景気が悪くなっている。年が明けてどうなるか、先の見通しも立たない。
▲	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、化粧品容器、特に口紅の受注が落ち込んだまま、全くと言っていいほど回復傾向がみられない。
▲	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まだ仕事が止まっており、新規の設備計画は延期となっている。
▲	輸送業(経営者)	取引先の様子	・年内の最終営業日が前年より1日短縮された。輸送品の販売低迷によるものと思われるが、年末らしさを感じずに業務が終了している(東京都)。
▲	金融業(支店長)	取引先の様子	・飲食店はGo To Eatキャンペーンでやや盛り返していたが、新型コロナウイルス感染第3波の影響でまた落ち込んでいる。
▲	金融業(総務担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染拡大の影響が大きく、Go To Travelキャンペーンの一時停止の影響もあり、特に飲食業、サービス業、観光業の売上が減少している。取引先の客は、新型コロナウイルス関連の融資で対応しているが、売上減、利益減が続いており、今後は多くの融資延滞者が増えると思われる(東京都)。

▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・60年以上営業していた食品スーパーが、前月末で閉店した。永年親しまれてきた店の閉店は、市民にとっては大きなショックである。前年9月に閉館した百貨店に続き、買物するところがなくなったと皆嘆いている（東京都）。
▲	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・賃貸ビル業を営んでいるが、やはり新型コロナウイルスの影響が大きく、店舗系テナントからの賃料値下げ要望が後を絶たない。オフィステナントからも事務所の縮小要望が出始めており、テナントはかなり疲弊している（東京都）。
▲	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス感染者数が増えているので、また、イベント等が中止になっている（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の影響が響き、売上が減少している飲食店などがある。
▲	税理士	取引先の様子	・Go Toキャンペーン事業関連により、新型コロナウイルス感染に気を付けながら少しでも回復するかと思っていたが、年末の感染者数の多さで事業が一時停止となった。ワクチン開発は進んでいるが、一般市民にまで行き渡るには相当の年月が必要な様子である。
▲	その他サービス業 [ビルメンテナンス]（経営者）	それ以外	・エッセンシャルワーカーである建物清掃従事者は、新型コロナウイルス禍に関係なく業務を遂行しているが、人手不足が深刻で、労働力確保のためにコストが上がっている。新規物件についてはある程度納得できる金額で契約できるが、既存契約は値上げができず、年5日の有給休暇取得義務も加わり、赤字現場が増えてきている（東京都）。
▲	その他サービス業 [映像制作]（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、営業活動がしにくい状況が続いている（東京都）。
▲	その他サービス業 [ソフト開発]（経営者）	取引先の様子	・営業時間短縮などの影響で、客の商品開発に遅れが出ているようである（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	・3か月前と比較すると少し受注が減っている。年度トータルで考えると、まだ良い状況が継続している。
×	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により、集客用チラシがほぼ全滅状態である（東京都）。
×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・印刷物のデジタル化、格安の印刷業者が競合となり、受注率が低下している。
×	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・当社の製品は企業の販売促進活動、インバウンド、個人消費による影響が強く、秋口はまだら模様ながら多少盛り返し、注文があったが、今は例年以上に注文が減少している。
×	建設業（経営者）	それ以外	・飲食系のテナントがどんどん出て行ってしまい、収入減になっている。
×	建設業（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染に関する報道の影響がある。
×	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年同時期と比べると、受注量は約7割減であり、目先の案件もほとんどない。
×	輸送業（経営者）	取引先の様子	・単価の安い仕事しか入ってこない（東京都）。
×	金融業（従業員）	取引先の様子	・飲食業等は来客数が大幅に減っている。建設業は先行きが不透明で、先の受注が全く見えない。現在止まっている受注先も多い。
×	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感染第3波の影響で、2021年2～3月に予定していたイベント等が軒並み中止になっている。
×	経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染が拡大し、設備投資の冷え込みなどから、金属加工等の中小製造業へのしわ寄せが拡大している（東京都）。

	×	その他サービス業 [ビルメンテナンス] (経営者)	取引先の様子	・受注が減少している。
雇用 関連  (南関東)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・年末の繁忙期ということもあり、3か月前に比べると求人数は増えてきている。一方で新規登録者数は減ってきており、仕事を探している人が減ってきている印象である。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染第3波の影響による契約打ち切り等の話はないものの、新規案件の成約件数が伸びず、この数か月の状況に変わりはない。求人条件に基づき提示をしても、派遣先との折り合いがつかず、成約に結び付かないケースがある一方、スタッフからのキャンセルの申入れも発生するなど、不安定な状況である (東京都)。
	□	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が3か月前と変わらず続いている (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105%、前年同月比80%水準と微増しているものの、依然として前年の水準までは戻っていない。長期の派遣労働者数も90%台での推移が続いており、緩やかな減少傾向である (東京都)。
	□	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・求人数は前年の7割を割るかどうかのところを推移している (東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	採用者数の動き	・派遣求人数、新規登録者数はこの数か月増加傾向にある。しかし、採用数は余り増加していない。企業側の要望が高くなっており、なかなかマッチングしない状況にあるため、採用数としては余り変化がない (東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・製造業からのエンジニア需要は相変わらず少なく、変化は見えない (東京都)。
	□	求人情報誌制作会社 (営業)	求人数の動き	・求人数は、景気と非常に密接に関連して動いている。景気が良くなれば求人数も自然と増えていき、悪くなれば求人数は減少していく。現在は求人数が少ない状況のため、景気も悪い。
	□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人数から判断すると、新型コロナウイルス感染拡大の影響か、12月は多少落ち込んでいる。このまま感染がより拡大すると、求人数が更に落ち込む可能性がある (東京都)。
	□	民間職業紹介機関 (経営者)	採用者数の動き	・就職活動のイベントはオンラインが多いが、12月に入ってから対面でのイベントも開催されている。学生の参加はそれほど多くないものの、参加企業数はかなりある。ただし、前年ほどの派手さはなく、おとなしい感じである (東京都)。
	□	民間職業紹介機関 (経営者)	求人数の動き	・企業からの求人職種、人数共に継続してあり、求職者にとって選択には困らない状況である。ただし、待遇面等の採用条件はここ数年大きな変化はない。依然として海外関連の職種の求人は多い (東京都)。
	▲	人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・派遣、紹介共に依頼件数が増えない状態が続いている (東京都)。
	▲	求人情報誌制作会社 (広報担当)	それ以外	・同業他社や周辺企業のボーナスが大幅に少なくなっていて、支給されない企業も耳にする。給与が支給されているだけでも有り難いという状況になっている (東京都)。
×	求人情報誌制作会社 (所長)	周辺企業の様子	・企業から、仕事が少なくなったなどの話を聞くことが多くなり、募集どころではなくなっている。	
×	職業安定所 (職員)	採用者数の動き	・有効求職者数の増加、新規求人数の減少傾向が続く一方で、就職件数の減少幅は2割超から3割超となり、減少傾向に拍車が掛かっているように見受けられる。	