

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)	◎	スーパー（販売促進担当）	それ以外	・2月度は、衣料、住居関連フロアの閉店売り尽くしによって集客がアップし、売上増となっている。
	◎	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100%を達成し、やや良い。3か月前と比べてもかなり良くなっている。当社の決算月ということもあり、全社的にふだんよりも目標達成への意識が高くなっていたこともある。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数が少なくなり、動き始めた気配がある。ただし、収束したわけではないので余波が心配である。
	○	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・緊急事態宣言中なので、やはり店頭に来店客は若干少ない。しかし、オンラインを中心とした売上、特に2月はバレンタイン商戦が非常に好調で、店頭売上の厳しい部分をカバーでき、前年に届いている（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・大型セールなどの特殊要因により、多くの客が来店し、前年を大きく上回る結果となっているが、継続する要因ではないため、今後は苦戦が予想される。
	○	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出以降、新型コロナウイルスの感染者数が減少してきており、2月後半からは来客数が少しずつ増えてきている（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・メーカー、ブランドからも新型コロナウイルス禍でのライフスタイル変化に対応した商品開発や打ち出しがあり、購買客単価が上昇し続けている。来店してくれるのは、営業面では有り難いが、消費者の動向としては「緊急事態宣言」自体が緊張感ある受け止め方をされなくなっているように感じる（東京都）。
	○	百貨店（店長）	それ以外	・売上が伸びている。前回の緊急事態宣言時にはできなかった物産展や、得意客を招待しての「特招会」などのイベントを開催できている。また、長らく買物を控えていた客が、ようやく店に足を運んでくれている（東京都）。
	○	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・内食化が定着化している。販売量、買上単価共に上昇しており、客の購買活動が活発化していることが顕著に表れている（東京都）。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・需要月であり、新車、中古車、サービスいずれも堅調に推移している。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は1月よりも来客数が多かったように感じる。天候も良かったので、週末は大変混み合っていたイメージがある。ただし、やはり少人数であり、複数名での宴会などは1度も入っていない（東京都）。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除地域も増え、何となく客の動向が活発になってきたこともあり、売上や来客数が増えているが、新型コロナウイルス感染者数がまた増加すると、緊急事態宣言の再発出など、自粛期間も延びてきそうなので、安心はできない（東京都）。
	○	通信会社（社員）	販売量の動き	・新プラン導入により、販売数が増える（東京都）。
	○	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・ICTソリューションの案件は徐々に増えてきているが、大型案件は受注から売上までの期間が長期化している。スマートフォン等のモバイル販売は、企業へは好調で、個人向けは苦戦している（東京都）。
	○	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍のなかではあるが、客の表情や態度が数か月前に比べて明るく笑顔になってきている。ただし、飽くまでも数か月前よりはである。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量が例年に比べて増えている。
○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・2月に入ってから受注が前年同期を上回り、販売が回復してきたと言ってもよい状態になってきている。	
□	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	単価の動き	・巣籠り需要により自宅で消費する菓子は前年より伸びているが、ギフト物が売れないため客単価が下がっており、売上につながっていない。	

□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・今月は来客数が極端に少ない。新型コロナウイルスの影響で出掛けないせいもあるが、引っ越しなど生活圏が移動すること自体が減っているためである。また、外国人客が減ったことも一因である。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・販促活動ができないので、依頼のあった用件をこなしている。会社などに対しては、エアコン、LED照明など補助金の対象となる省エネ商品を紹介している。個人ユーザーは白物家電に動きがある。
□	一般小売店〔米穀〕（経営者）	販売量の動き	・前月に続き、米の消費量、販売量が落ちている（東京都）。
□	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・人通りが少ない。県内に緊急事態宣言が再発出されており、客足が戻らない。
□	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	販売量の動き	・天候に恵まれ、降雨日がそれほどなかったこともあり、店頭は良い感じがする。ただし、例年ならもっとセール等を行えるのだが、新型コロナウイルスの影響でできなかった分、若干落ちている。一方で、外商では官公庁案件が大変増えている。小口案件だが数多く受注したことで売上を伸ばすことができている。さすがに民間は大きな案件が全て駄目になっているので、なかなか難しい。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	来客数の動き	・自宅用、配送用の品は前年並みであるが、来客数、持ち帰り進物が大きく減少しており、トータルでは前年比でも減少している。
□	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出以降、営業時間を1時間短縮しているが、販売量はインターネット注文で補えるほどではない（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言が延長され、不要不急の外出が制限されているなかで、外出着や雑貨などに対する客の消費行動は全く振るわず、景気の悪い状況が継続している。株高などの好材料もあるが、現時点での実感は余りない（東京都）。
□	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言中なので、景気は変わらない（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の延長により、都心店は大きな影響を受けているが、郊外店は食料品を中心に売上が伸長しており、前回の緊急事態宣言時に比べれば、落ち込みは限定的である（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が延長され、来客数の低迷が続くなか、集客催事の開催が難しく、バレンタインやホワイトデー等のオケーション対応が十分にできない状態が続いている（東京都）。
□	百貨店（副店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が減少していることもあり、食品売場、物産展など食関連の人出が戻ってきている。一方、アパレルの不振は変わらず、全体としては厳しい状況が続いている（東京都）。
□	スーパー（販売担当）	単価の動き	・競合との価格競争もあり、重点商材の単価が下がる傾向にある。客は、前年並み、あるいは前年以上の点数を買ってくれているが、単価が下がっているため、客1人当たりのトータルの買上額がなかなか前年に達していない状況が続いている（東京都）。
□	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は、前年と比べて1日88人、月2000人くらいダウンしているが、客単価は130円以上高いので、来客数減を単価アップ分で何とかカバーできている（東京都）。
□	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数、販売量は前年並みを維持しているものの、単価の上昇がみられない。客は価格に対してシビアになっている（東京都）。
□	スーパー（店員）	お客様の様子	・緊急事態宣言により飲食店の営業時間に制限があるため、特に酒類の購入客が増えている。前年同時期に比べ、買いだめによる品薄等の状況は見受けられない。

<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・店全体の売上としては前年並みになってきているが、子供以外の衣料品は大きく低迷したままである。生活雑貨などは、前年のマスクやトレットペーパー需要がないため、やや下回っている。逆に、食料品はステイホームということで大きく10%ほど伸びている。客の生活様式が前年と大きく変わっていることを実感している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言のなか、来店頻度が減り、1回の買物点数が増え、客単価が上がっている状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・深夜帯の来客数の減少傾向は止まらないが、この状態が常態化し、ここ数か月は売上、来客数共に変化がなくなっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・1日の売上は良かったり悪かったりだが、総じて悪くなっている。これから先どうなるかは分からない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が続いており、近隣のイベントが全て中止になったため、影響を受けている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言再発出後から販売量や客足が鈍く、その傾向は変わっていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・ある意味で緊急事態宣言の効果かもしれないが、全体的に来客数、販売量共に落ちている。恵方巻きも例年のうちで一番静かで地味な結果の年となっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・春物衣料の動きが悪い。外出自粛で外出着が売れない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・扱う商材が、着物、ドレス等の晴れ着のため、成人式や今後の卒業式を含め、大きく需要減少に転じている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	販売量の動き	・依然として、郊外店を中心に冷蔵庫、洗濯機、空気清浄機、ゲーム機が好調に推移している状況は変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	来客数の動き	・2月に入ったが、緊急事態宣言が3月7日まで延長され、都心店の来客数は相当に厳しい状況が続いており、売上は大きく前年を割る状況となっている。海外の渡航制限があるなかでは、インバウンド需要は元より蒸発状態である（東京都）。
<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。販売は余り芳しくないが、前月より段々良くなってきている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・来客数に増減はない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言が再発出されてから、飲食店でもないのに時短営業をしているため、実質の稼働時間が短くなり、夕方から始める商談にも影響が出ている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、大々的な新車キャンペーンなどで人を集めることができず、やはり新車販売が落ちている。ただし、逆に良いこともあり、大手企業の採用が減っているため、今年は中小ディーラーでも応募のメールが結構あり、補充できるのではないかと話がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	お客様の様子	・依然として厳しい環境にある業種が多いと感じる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長代行）	来客数の動き	・緊急事態宣言中だが、前回ほど来客数の減少はない。3月の決算期で販売台数を見込んでいるが、客は購入に慎重になっているように感じる（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	・何というか、活気がない。来客数も販売量も少ないし、我々も元気がなくなっている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・販売量は、前年同期、前々年同期と比較して減少した状態が継続している（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	・外出自粛が長期化しており、自粛の限界を感じる（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禍における緊急事態宣言の影響もあり、レストラン、宴会共に非常に厳しい状況である（東京都）。

□	一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・緊急事態宣言下でもあるので、3か月前と比べて決して良くはないが、時短営業で夜8時までのところ、3～4時と早めに来て食事をしてくれる客もいる。景気が良い客と不景気な客にある程度二極化している。
□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・宴会需要は全くないので、大体同じような客がフリーで来店している。単価も変わらず、それなりに使ってはいるが、回数が増えるわけでもない。このままの状態できそうである(東京都)。
□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・業態によりもちろん異なると思うが、緊急事態宣言の再発出により、全体的に経済は停滞気味である。
□	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全然営業ができない。これではとてもやっていけない。
□	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出により、予約済みの案件が全てキャンセルとなっている。新型コロナウイルス感染の収束が見通せないため、旅行需要は消失している。
□	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言期間はツアーを全て中止している(東京都)。
□	タクシー運転手	それ以外	・現在は、緊急事態宣言が3月7日まで延長されており、飲食店などは営業時間を午後8時までに短縮、酒類の提供は午前11時から午後7時に制限されている。タクシーはその影響をまともに受けており、午後8時を過ぎると利用客が極端に少なくなる状態が毎夜続いている。景気は悪いままである(東京都)。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・今は夜主体で仕事をしているが、緊急事態宣言の再発出後、夜9時を過ぎると人の動きがほとんどなくなってくる。深夜は全く厳しい。3月も同様の状況になる(東京都)。
□	通信会社(経営者)	単価の動き	・来客数等は余り変わらない(東京都)。
□	通信会社(経営者)	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出以降は販売量が増加していない(東京都)。
□	通信会社(社員)	お客様の様子	・既に覚悟はしていたことだが、例年ある年初のイベントが軒並み中止となり、前年と比べて売上が減少している(東京都)。
□	通信会社(管理担当)	お客様の様子	・積極的な訪問営業を一律中止としているが、緊急事態宣言が解除されれば再開する見込みである。現在は、客からの問合せ案件のみ対応し、その他は客のケアに重点を置いている。
□	通信会社(局長)	販売量の動き	・当拠点で新型コロナウイルス患者が出た影響や、東京の中心部ということもあり、自宅訪問に対する客の反応がネガティブで、契約数は前年同月比でマイナスとなっている。他の拠点が全てマイナスではないので、緊急事態宣言が解除されれば、今より盛り返すと思われるが、全回復とまではいかない(東京都)。
□	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が相変わらず強い。
□	通信会社(経営企画担当)	お客様の様子	・少しずつ業務案件数は増加しているものの、就業希望技術者があふれており、3か月前と比べても商談獲得数は変わらない(東京都)。
□	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・加入者数の変動は余りなく、販売量についてもここ数か月大きな変動はみられない(東京都)。
□	通信会社(経理担当)	単価の動き	・割引販売が限界に近づいてきている。サービス別に売上高の推移を参照すると、加入者数が増えていても客単価が毎月10円未満下がり続けているため、前月比では減少している。インターネットサービスだけ売上が増えているが、他のサービスのマイナスを吸収して、全体としては横ばいである。
□	通信会社(総務担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染再拡大の影響による訪問営業機会の減少等により、新規契約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	・こちらは観光地のため、一番の閑散期を迎えている。したがって、前回の数字とほとんど変わらない(東京都)。

□	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言下で、依然として市中の客足は遠のいたままである。飲食店の時短営業とあいまって、午後8時以降は街中が閑散としており、人影もまばらである。
□	競輪場（職員）	それ以外	・前月で競輪場の発売を一旦停止した。現在は解体や移転準備を行っている。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・前月と変わらず、今までの案件が続いている。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・前年から継続している仕事が年度末まで続いているので、景況感の変化は感じていない。
□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・計画や相談ごとは多少なりとも増えてきてはいるものの、行ったり来たりでなぜか進まず、仕事へは結び付いていない（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・3か月前と比べて余り変化がない。客の動きも活発ではなく、ちょこちょこ動いているように感じる。金融機関も資産家や地主などには積極的に融資を行うが、投資家に対しては厳しい対応が続いている。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・呉服店をしているが、成人式が中止ではないが延期になってしまった関係で、客が非常に心配している。キャンセルするかももう少し我慢して待ってみるとかで、客が不安定になっており、商売にはとてもマイナスになっている。
▲	商店街（代表者）	それ以外	・クレジットカードの取扱高は前年比7割で推移していたが、現在は6割まで落ちている。飲食店の時短営業の影響もあると思うが、それを差し引いてもアパレルなども軒並み数字を落としている（東京都）。
▲	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・今年に入って、やはり新型コロナウイルスの影響か、本当に客が来ない。暇である（東京都）。
▲	一般小売店〔文具〕（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言が続き、近隣飲食店や事業所の来店が減ってきており、業務需要の商材を中心に、店頭売上が2割強落ち込んでいる（東京都）。
▲	一般小売店〔生花〕（店員）	来客数の動き	・元々2月は良くないのが相場である。2月、8月が最低だが、2月はとにかく花がもつ。逆に、8月は花がもたず、すぐ駄目になってしまうのが理由である。今年の2月もやはり例年と同様に売れない。ましてや新型コロナウイルス禍で客が外出していないので、本当に悪い。少しでも早く回復してほしい（東京都）。
▲	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出を受けた外出自粛傾向の高まりから、来客数自体は減少傾向にある。ただし、宣言再発出直後の1月に比べると、足元では緩やかながら回復の兆しもある（東京都）。
▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言による外出控えの影響もあり、来客数が低迷している。衣料品を中心に売上低下が継続している（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出以降、来館客数は減少傾向にあり、売上減が続いている（東京都）。
▲	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言中ということもあり、前月に比べると若干揺り戻しがあるものの、厳しい状況に変わりはない。食料品はやや堅調に推移しているが、衣料品等の動きは厳しい。退店したショップの跡地についても、次の候補が決まらない状態が続いている（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・2月は来客数にストップが掛かっている気がする。
▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が再発出され、来客数が減ってきている。このところ新型コロナウイルス感染状況が収束の傾向にあり、内食需要がこれから徐々に減ってくるのではないかと。外食需要の高まりも合わせて、我々スーパーにとってはこの先景気が悪くなる。
▲	スーパー（総務担当）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で売上が減っている。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言期間も後半になり、売上の伸びが鈍化してきている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上が減少している（東京都）。

▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来店する客は仕事がないということである。今まで仕事帰りに買物に来てくれていた客の来店が減っている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言中なので、夕方から夜に掛けての来客数がかなり落ちている。
▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・商品単価が少し落ちてきている。高単価商材の動きも鈍くなっている（東京都）。
▲	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・販売量、来客数共に減少傾向がみられる。予算を達成するとしても、以前と比べてスピードが遅くなっている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算期だが、例年と比較して全体的に販売台数が少ない（東京都）。
▲	その他専門店 〔ドラッグストア〕（経営者）	来客数の動き	・前年は新型コロナウイルスの影響により、ドラッグストアは非常に好調だったが、今年は前年のあおりを受けて、非常に厳しい。調剤も処方箋の減少がまだ続いており、とても厳しい1年になる。
▲	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大に伴う緊急事態宣言再発出と、Go To Travelキャンペーンの一時停止により、売上が落ち込んでいる（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	・前年度より良くはなっているが、それは前年2月に新型コロナウイルスの影響があったためで、一昨年と比較すると、この影響なのは明らかである。3か月前はGo Toキャンペーンがあり、新型コロナウイルス前との比較で微減まで戻っていたが、現時点でそこまでの回復はみられない。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・通常で一番忙しい12～13時のランチの来客数が5割減少している。夜営業は地元客が中心で、多少の予約が入るが、遠来の客はほとんどない（東京都）。
▲	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・緊急事態宣言による影響で申込みがない（東京都）。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・会社関係の仕事が激減しており、それが継続中である（東京都）。
▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・2月の客からの問合せ状況では、前年比で戸建ては大幅減少、集合住宅は増加となっており、前月比でも同様の傾向が継続している。特に、学生がオンライン授業で通学できていないため、不動産関連で新入居が停滞気味である影響がみられる（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出を受け、訪問営業機会が減少しているため、新規契約の獲得件数が大幅に低下している。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・大手携帯各社の新プラン発表以降、消費者が様子見の状態になり、携帯の切替えの動きが鈍っている。それに伴い通信関係でも同様に動きが鈍り、契約数に影響が出ている。
▲	その他サービス 〔福祉輸送〕（経営者）	販売量の動き	・3か月前の前年12月と比べると、2月はやはり緊急事態宣言の影響で消費が落ちた状態である。全般的には自動車需要はそれなりに残っているものの、購入の決定が遅れている（東京都）。
▲	その他サービス 〔保険代理店〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で客自身の会社の業績も悪化し、間接的に当社の売上も減少している。購入商品単価も抑えられており、前年より悪化している。
▲	設計事務所（所長）	競争相手の様子	・仕事量が少なくなっている。
▲	設計事務所（職員）	競争相手の様子	・年明けからの受注状況は、例年に比べて低調な傾向が見てとれる（東京都）。
▲	その他住宅 〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	競争相手の様子	・前月も同じようなことを言ったと思うが、新型コロナウイルスの影響が続いている限り、ほとんど営業的なことができない。これからまだまだ厳しい状況が続いていく。大変心配である。
▲	その他住宅 〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・年明け以降建築資材の動きが低下しており、悪い状況が続いている（東京都）。

×	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・店舗の外を客がほとんど歩いていない。また、行政改革担当大臣のはんこ不要論等の影響で、認印等の売上がゼロに等しい状況になっている。そればかりが原因ではないと思うが、商売としては非常に低迷している。
×	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言が再発出されているのに、良いわけがない。イベントもないし、売上も増えない。従業員も交代で出たり休んだりしている（東京都）。
×	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・1月7日の緊急事態宣言の再発出以降、既に新型コロナウイルスの影響により少しずつ落ち込みが見えていた前年2月と比べても、来客数が落ち込んでいる。また、営業時間の短縮、物産展催事の中止等もあり、売上の落ち込みも顕著である。
×	衣料品専門店（役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で中高年の外出が減っており、衣料品の需要がない。
×	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・外出自粛が定着してきていることで、来客数も相当減った状態のまま推移している。
×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	販売量の動き	・売れていないのに商品の仕入れ値が高騰しているのはおかしい（東京都）。
×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前の12月は、まだ緊急事態宣言が再発出される前で、11月までは前年比マイナスで来ていたが12月のみ黒字転換となっていた。その12月の景況と比べて、明らかに来客数、売上共に減少している。
×	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言を受けて、首都圏を中心にほとんどの店舗が休業している（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・レストランとしての営業は20時までなので、売上がその分少なくなっているが、何とかやっている。ケータリングが前年から一切なく、その分の売上が約半分になっているためかなり悪く、店を維持していくのが大変である。
×	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の11月1～26日までの前年比は、売上69.5%、来客数65.3%である。今月2月1～27日までの前年比は、売上38.7%、来客数36.9%である（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染防止対策の影響で、アルコールの提供は19時ラストオーダーとなっており、夜の客はほぼゼロになっている。
×	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	それ以外	・当商店街の他店の様子を見ると、夜はかなり暇な日が続く、以前であれば予約が取れないような店でも、客がゼロのことがあるようである（東京都）。
×	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	販売量の動き	・緊急事態宣言再発出の影響を受け一時閉鎖した食堂や、テレワーク等による喫食者数の大幅減から、売上が前年の緊急事態宣言下の5月水準まで低下している（東京都）。
×	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の延長により2月はほとんど休業に近い状態が続いている。僅かに宿泊が稼働しているが、近隣の大型コンベンション施設がほぼ休業しているので、割合としては僅かである。宿泊客がほとんどなく、街自体がゴーストタウン化している。また、2月は日数が少ないこともあり、業績は最悪である。
×	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・緊急事態宣言の延長に伴い、ホテル全体の売上が回復することのないまま推移している。特に、会食については、元々少なかった問合せもほぼ皆無となり、厳しい。19時までのアルコール提供や、20時閉店の縛りの前に、客が来ないので売上が立たない。
×	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・緊急事態宣言の延長により、2月は大変厳しい結果となっている。宿泊、料飲共に全くといっていいほど客足が止まっている。
×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・2月は前年同期比では80%だが、3か月前と比べると半減である（東京都）。

	×	旅行代理店（販売促進担当）	販売量の動き	・3か月前はGo To Travelキャンペーンが実施されていたが、現在は一時停止になっている。その結果、販売する旅行自体の動きも全体的に止まっている。国内は教育旅行が一部あるが、法人等は一切ない。海外に至っては全くない。そうしたことから、非常に厳しい状態に置かれている（東京都）。
	×	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されず、Go To Travelキャンペーンも一時停止の状態、客の来店が少なく、売上もほとんどない。
	×	旅行代理店（総務担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言中でもあり、客は業務渡航における海外赴任者及び海外からの帰国者のみで、一般旅行者の動きはほぼない（東京都）。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言が2か月間に及び、無線本数、駅から乗り込む客が激減している。昼間はやや仕事があるが、夕方5時頃からは2時間に1回仕事ができれば良いといった具合で、タクシー利用客が少ないのが現状である。
	×	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響が大きい。特に、夜間の人出が全然ない。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・景気の悪化は、まずは中小零細企業に影響する。今となっては大企業にも影響し、かつて就職先として憧れであった大手旅行代理店が中小企業となり、大手航空会社が新卒採用を見送るなどの報道が続いている。景気が悪くなっていると実感する。
	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・2月の首都圏は天候に恵まれ、ほぼ雪が降らず、季節外れの温暖な日もあって、比較的高稼働率で推移している。一方、新型コロナウイルス感染者で入院やホテル療養ができず自宅で亡くなる事例が多発し、医療提供体制が壊滅的になっている状況下にある。新型コロナウイルスに限らず病気に罹ること自体が生命の危機に直結する、もはや自分の身は自分で守るしかないと考える高齢層は多く、3密が発生しにくいゴルフプレーすら自重する動きがみられる。
	×	その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言下で大規模催事の開催が見送られており、来客数がとても少ない（東京都）。
	×	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客の来店頻度が鈍っているような気がする。
	×	設計事務所（経営者）	それ以外	・現在は新型コロナウイルスの影響で、1～2月は一般、民間の設計受注はゼロとなっている。行政の指名入札の環境も非常に悪化していて、この2月は最低である。営業といっても、取れる術がない。
	×	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。都内数か所に保有している賃貸用のホテルでは、観光客及びビジネス客が極端に減っているため、ホテル運営業者から約定している賃料がほとんど入っていない。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、民間からの受注もほとんどない。
企業 動向 関連	◎	その他サービス業〔警備〕（経営者）	それ以外	・入札案件の新規受注があり、売上が見込める。
(南関東)	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言解除に向けた動きが出てきており、案件依頼が活発になってきている。
	○	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、表札の注文などを受けている。路店店だが、外回りで会社にも納めている。今月は会社設立に関連した注文は1件のみである。通信販売で客から印鑑リフォーム、彫り直しの注文も受けているが、こちらは非常に注文が多く、通常は10～20万円くらいのところ、今月は40万円近くの売上となっている（東京都）。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末が近いと、売上の目標に近づけるためか、取引先では発注量を増やす傾向がある。例年のことなので、差し引いて見る必要がある。

○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月までは、前年、一昨年の売上に引けを取っていたが、今月は超えてきている。理由としては、市場がやや動き出してきたことと、地道に経営努力をしてきた賜物だと考えている（東京都）。
○	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月から受けた受注量に対して、今月に入ってから、今月納入で約20%の追加発注があったが、設備の問題と原材料の入荷ができず、生産が間に合わない。
○	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・1月よりは少し減少幅が縮小しているが、依然として低迷している（東京都）。
□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・街中の人出が少ないように感じる。来客数も減ったままだが、気温の高い日は以前より客が増えているようである。
□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・1月に緊急事態宣言が再発出されたが、11～12月と比べて受注の勢いが低迷した状況に変化はなく、悪い状況が続いている。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・回復傾向にあった化粧品容器の受注が、今回の緊急事態宣言再発出により2割キャンセルとなっている。
□	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・新しい設備案件がない。見積依頼があっても単価が厳しく、大変である。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社が関係している建設機械等は国内、国外共に好調だが、国内の景気は新型コロナウイルスの影響を受けており、良くなっているとは思えない。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新築案件や計画案件の話がほとんど出てこないという状況は前年から変わらないものの、ここに来て、官庁工事の公告案件が出てきている。
□	輸送業（経営者）	取引先の様子	・悪いなりに、売上の底は脱したようである（東京都）。
□	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・物量が低迷した状態が続いており、厳しい。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期の物量が予想していた以上に増えていない。
□	金融業（役員）	取引先の様子	・緊急事態宣言の再発出により宿泊業、観光業、飲食店の苦境が継続している。消費者の消費動向が変化し、店内での飲食を控え、食べ歩きの傾向が一層増しており、飲食に関する消費単価の低下傾向が続いている。ただし、湾岸地区のシーフロントエリアの不動産業の動きは活発である。
□	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・引き続き、エンタメ、イベント関連の売上は厳しいが、それ以外は予算が低いながらも変わらずに相談が来ている（東京都）。
□	税理士	それ以外	・近隣駅周辺の飲食店は、夜8時までの営業となっており、持ち帰り可能な店は流行っているが、そうでない店には客が入っておらず、悲惨である。営業時間短縮に係る感染拡大防止協力金6万円をもらっているような小さな店は良いのだろうが、チェーン店などは本当に大変である（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	・受注量が前年同様に低迷したままである。
□	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	・新規契約の時間単価は現状の人手不足を反映して推移しているが、相変わらず既存現場の値上げができない状況にある（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	・緊急事態宣言が継続しているなか、ホテルや大きい会場での撮影は全くなく、学校関係からの受注も停止している状態である（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	・年度末に近いが、特に新たな動きもなく、受注状況に変化はみられない。
▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	それ以外	・依然としてセミナー、委員会、学会はWeb開催が多い。来年度もWeb開催が主流とのことで、データ配信が更に増え、その分、印刷需要減が続く（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、全体としては受注が減ってきている。動きが良いのは医療機器関係だけで、やはり経済が縮小してきているのではないかと感じる。
▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量の減少傾向を感じる。
▲	建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注の平均額が落ちている。また、物件自体も減少していると感じる。
▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の影響か、落ち込んでいる取扱量が更に減少しており、2月の稼働日数減とあいまって、非常に厳しい状況が続いている（東京都）。
▲	金融業（支店長）	取引先の様子	・緊急事態宣言中であり、法人の設備投資、個人消費共に冷え込んでいる。
▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響が大分大きくなっている。飲食業やサービス業の売上がかなり落ちており、業界全体が低迷している。不動産業も、客の収入に対する先行き不安感があり、販売が低迷している。生活全般に関する物の売上が減少しているのので、新型コロナウイルスの収束が見えない限り、景気は上向かない（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・当社が営業している再開発店舗も、5店舗が空室で、1店舗が2年半ぶりに金物販売店から水販売店に決まったが、他の4店舗はまだそのままである。緊急事態宣言の再発出により休業している店舗もあるが、時短営業で皆大変である。全ての行事が中止となり、静かな2月を終える（東京都）。
▲	不動産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・人の動きが減っており、ホテル需要は下降気味である（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感染防止対策の影響で、飲食店の売上は、持ち帰り販売が好調な店では前年同月比で平均20%減、夜が中心の居酒屋系店舗では平均60%減となっている。賃料も30%程度の減額要請に応じているが、体力のない店舗は閉店に追い込まれている。退店されると、後継テナントが全く見つからず、先行きに対する不安感が増大している（東京都）。
▲	社会保険労務士	取引先の様子	・雇用調整助成金を受給したいという会社が増えている（東京都）。
▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・緊急事態宣言による営業時間の短縮、来客数減少などがある。
▲	税理士	取引先の様子	・国と県からの営業時間短縮に係る感染拡大防止協力金6万円を受給している飲食店は、規模が小さいほど恩恵を受け、開店しているよりも利益が出ている様子だが、それ以外の業種は新型コロナウイルスの影響を受け、相当つらいようである。
▲	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	・客からの発注条件が厳しくなっている。また、案件が決まらない（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	・例年2月は受注量が落ちこむ（東京都）。
×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・明るい兆しが見えず、受注率の減少も変わらない。この様子だと今後も変わることはないだろう。今一度モチベーションが上がるような言葉が欲しいものである。
×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品が希望どおりに売れない。退去したテナントの後の再入居がない。
×	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言再発出の影響がある。
×	金融業（従業員）	取引先の様子	・建設業に限って言えば、東京オリンピックをやるかやらないか曖昧な状況下であるため、都内の大型工事が全てストップしてしまっている。その影響が大きく、受注減少が甚だしい。
×	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の影響でイベント等の業務がない。また、我々の業界に対しては補助金等もなく、会社の経営状況が厳しくなっている。

	×	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小金属加工業では、受注の大幅減少により、今年の昇給を見合わせている。投資型の製品に関与する部品などが、大きく減産になっている模様である（東京都）。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・募集件数が前年比100%を超えている（東京都）。
	○	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響下ではあるが、例年どおり年度末の繁忙期となる兆しがみえており、求人数が増加している。また、求職者数も増加傾向にあり、派遣稼働者数も増加している（東京都）。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人総数は前月と比較して増加しているものの、飲食など特定の産業は減少したままである（東京都）。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人件数などは緊急事態宣言前と大きく変わらない。
	□	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響による企業活動や業績に変化はなく、自身を含めた周囲の消費動向等は低調で変わらない（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、前年同月比共に100%を割っている。緩やかな回復トレンドではあるものの、新型コロナウイルス前の水準に比べて10%程度、長期派遣労働者が減少している（東京都）。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・依然として受注は前年を3割ほど割り込んだ量で推移しており、地方では約半分になっている（東京都）。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・エンジニア派遣のニーズはまだ低く、景気の回復傾向は見えていない（東京都）。
	□	求人情報誌制作 会社（営業）	求人数の動き	・緊急事態宣言により経済活動が制限されている状態では、景気が上向くことはなかなか難しい。宣言が解除され、仕事が回っていくようになって始めて徐々に良くなっていくのではないかと。
	□	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・新規求人数の減少は高止まりが続く一方で、就職者数は前年比3割減の状態が続いている。
	□	民間職業紹介機 関（経営者）	採用者数の動き	・就職戦線は3月のスタート本番を控え、各就職情報会社がいろいろ仕掛けているが、企業サイドは新型コロナウイルスの影響もあり、それほど無理をしていない印象である。採用PRに費用を掛けておらず、熱心に採用しようという機運に乏しい（東京都）。
	□	民間職業紹介機 関（経営者）	求人数の動き	・求人数には大きな変化はみられず、力強さも感じられない。技術者、特にIT関連の需要は常に多い（東京都）。
	▲	人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・技術者や即戦力人材の採用ニーズは底堅いが、なかなかマッチする人が少ない。一方、求職者が多くいる事務系の派遣依頼は低調かつ既存契約も縮小傾向となっている（東京都）。
	▲	求人情報誌製作 会社（広報担 当）	採用者数の動き	・新型コロナウイルスの影響で先行きが不透明なため、採用人数を絞っている周辺企業が多い。当社も同様である（東京都）。
	×	求人情報誌製作 会社（所長）	求人数の動き	・求人掲載数も採用数もかなり少ない。
×	新聞社〔求人広 告〕（担当者）	求人数の動き	・10人以下の中小企業に集金に行くと、もう会社がないとか工場がないということがこの2か月間で20数件もある。求人依頼ももちろん激減しており、とにかく最悪の状況である。	