

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)	◎	＊	＊	＊
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	来客数の動き	・来客数が増えてきている。エアコンの問合せも多くなってきている。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今年のゴールデンウィークは、近場の商業施設では遠出を控えた家族連れの来店が目立ち、多くの客でにぎわった。気温上昇もあり、アパレル関連が好調であった。その後は、継続営業中の食品売場では、週末は引き続き好調であるものの、平日の来客数は減少傾向にある（東京都）。
	○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・今年の緊急事態宣言は前年に比べて客が慣れているというか、ふだんの生活に戻りつつあるように見受けられる。新しい生活様式ということで考えれば、前々年に比べるとまだまだの数字だが、前年よりは食料品や衣料、住まいの品も15%くらい伸びている。ビジネス関連商材の動きは良くないものの、ふだん着や日常の買回り品のような物の購買は底を打って上がってきているようである。
	○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・客が外食をしなくなり、可処分所得が増えている。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・前年度は中止したスクール水着の販売があり、2学年分の販売がある。また、実用衣料品の売上が好調である。外出着については相変わらず良くないが、全体では前年比で少し増加している。
	○	家電量販店（経営企画担当）	来客数の動き	・5月に入り、緊急事態宣言が再発出されている状況下でありながら、数字を見ると客のレジ清算数は大きく伸びている。当然ながら国内客の需要がけん引しており、売れ筋商材も、一時のような2極化の状況ではなく、ほぼ全ての品目で前年を超えている（東京都）。
	○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	販売量の動き	・3か月前よりは良化しており、前年比でも良くなっているが、2年前と比べると売上が減少している（東京都）。
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	それ以外	・緊急事態宣言下ではあるが、前年度に講じた、将来的に黒字転換見込みのない取引先からの撤退等の対策が奏功し、収益が大幅に改善している（東京都）。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東京には緊急事態宣言が再発出されたが、当県はまん延防止等重点措置適用にとどまったため、ゴールデンウィークは当地域に人が集まり好調であった。
	○	通信会社（社員）	販売量の動き	・3か月前と比べてMNPによる解約数が減っている（東京都）。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前の2月は、この新型コロナウイルス禍のなかでも観光地の閑散期に当たる。5月はゴールデンウィークを挟んだので、2月よりはやや良くなっている（東京都）。
	○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・直接当社の仕事とは関係がないが、取引先で聞いた話では、これから新しい案件が予定されているようである。その中の幾つかは、当社も関わっていけるかもしれない。
	○	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106%となり、やや良い。また、3か月前と比べても少し増えているので、やや良くなっている。前月、前々月は販売量が落ち込んだが、今月はゴールデンウィークで商談ができる時間、回数が増え、販売量の増加につながっている。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・緊急事態宣言の影響で、飲食店は壊滅状態である。一方、その他小売店は、都心が沈む分、少し郊外の当地域には多くの人に来ていて、しかも、路面店で構成されている街なので、大型商業施設が自粛要請を受けるとなお更人が来る。物販と飲食の差がひどく、足して2で割ると「変わらない」となる（東京都）。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・エアコンの動きは良いようである。訪問活動はできないが、問合せを受けてうかがう形で営業している。キャンペーン商材はなかなかお勧めできるような状態でなく、テレビの動きは止まっている。防犯カメラや電気工事などの動きもある。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・路面店だからかと思うが、とにかく客が少ない。経済が沈んでいる。当店の業種だけかもしれないが、非常に元気がない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・外出する人が少なくなり、自宅からインターネットでの購入が増えているため、店頭販売が激減している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・必要に応じた買物をする人は一定数いるが、人出は戻っていない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・店舗では来客数、売上共に前年より増加しているが、イベントや出勤抑制のため、納品や卸などの会社関係の消費が減少し続けている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・新茶の時期とはいえ、例年並みの売上である。可もなく不可もなくという感じである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出下で休業要請に従って生活必需品のみの営業となっており、通常営業ができない状態が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・東京都に対する緊急事態宣言延長に合わせ、当地域のまん延防止等重点措置適用も延長されており、今月も来客数の推移や客の動向から景気が良かったという意識は感じられない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言下、来客数は依然として厳しい状況となっている。生活必需品の売場は営業を再開しているが、前年をとらえるまでは回復しておらず、状況は変わらない。なお、購買単価の変動は余りなく、売上が厳しい状況の主因は来客数の減少ととらえている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言中のため、営業時間が短縮されている。当然ながら来客数も前年まで届いていない。販売量も前年を大きく下回り、売上が伸びていない状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数は前年を上回っているものの、買上点数、単価が軒並み前年を大きく下回っている。客も特売品は買ってくれるが、それ以外の物、必要のない物は買ってくれないので、点数が伸び悩んでいることが大きな要因である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・緊急事態宣言に伴い、特に酒類の売上が伸びている。生鮮品等については、前年同時期ほどではないが堅調に推移している。マスク等の感染防止対策商品はほとんど売れていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	単価の動き	・売上、来客数は前年並みを維持しているものの、単価の上昇がみられてこない。安価な物へと志向がシフトしている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・前年の今頃は異常な状態のため、それと比べると今年は販売量並びに買上単価が大幅に落ち込んでいないものの、来客数の増加が支えている。さらに、販売促進経費を抑えているため、営業利益段階においては堅調に推移している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	単価の動き	・客単価が1割下がっている。求人数、応募数も減少傾向にある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・深夜の来客数はほぼゼロに近いくらいで厳しい状態が続いているが、昼の売上には変化がない。安定した状態が続き、新型コロナウイルス慣れしたかのようなようである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の適用が続いているため、近隣の大きな公園の門も閉鎖されており、来客数が減っている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	単価の動き	・土建関係と思われる職人の客には、仕事が多量ある人と、全くない人がいる。それぞれどういう現場なのかは分かりかねるが、仕事のある人とない人が半々の状況なので、余り良くはないのではないか。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出に加えて、梅雨入りが早くなった地域もあったため、全体的に天候が悪く、販売量の低下にもつながっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・緊急事態宣言の更なる延長に伴う影響が大きい。特に、当社が扱う呉服、ドレス等は、ハレの日需要が高く、イベント開催そのものが不透明な状況にある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	来客数の動き	・中高年層の外出がまだまだ少なく、衣料品への影響が大きい。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	お客様の様子	・他店の値段を見て来店する客が増えているので、即日成約が減ってきている。
<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が、販売が余り芳しくない。前年度の5割減となっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車の新規受注は取れるが、半導体不足が原因で、新車の登録台数が前年より減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前と比べて、販売量も来客数も低水準で変わらない。必要があつての代替になっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・展示会ができないため、新車の販売が全体的に落ちてきている。自粛のために車に乗る機会が少ないので、買換え需要も減っている。また、車検などでも、自粛で走行距離数が短いため、工賃も下がっているし、オイル交換や点検の異常も減ってきているので、全体的に良くない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	お客様の様子	・先行きが不透明なため、客が購買に慎重になっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言にも世間が慣れてきて、特に変化はない（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	・販売量の動きが前年と比べて多くなると、景気が良いとはいえない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言等の影響で新型コロナウイルス禍における現状に変わりはなく、厳しい状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・曜日によってばらつきがあるものの、周辺はIT関係企業が多いので、客足が減少している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が再発出されているので、飲食店には余り客は来ない。もう手の打ちようがない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の2月1～27日までの前年比は、売上38.7%、来客数36.9%である。今月5月1～30日までの前年比は、売上128%、来客数139.7%である。3か月前は緊急事態宣言で2店舗休業していたが、今月は1店舗の休業である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置、緊急事態宣言等により、ツアー募集が思うようにできていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	競争相手の様子	・前年の緊急事態宣言下と比べると、今回は、昼間の街の人の出はとて多いが、残念ながらタクシーの利用は比例して増えておらず、利用増に直結していない。夜間かというと、一部を除き、飲食店での酒の提供がないため、仕事にならない。残業を終えた会社員を多くのタクシーで奪い合うしかなく、正直に言って打つ手がない。新型コロナウイルスのワクチン接種が徐々に進んでいるので、これが最後の緊急事態宣言だと信じて耐え忍びたい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍のなかで緊急事態宣言が再発出されたので、人の動きが更になくなってきている。特に、夜は本当にひどいものである。昼間も多少影響が出ている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	お客様の様子	・客からの問合せ状況は、2019年の同月と比較してほぼ同じである。緊急事態宣言再発出の影響を受けて、一定数の訪問拒否やキャンセルはあるものの、前月比でも増加傾向にはない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	お客様の様子	・小規模な仕事だが、CMの依頼が例年並みに出てきている。時計やアクセサリー、眼鏡などの需要が堅調なためではないか（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の影響が長期化しており、積極的な営業活動が制限されるなか、限られた客の奪い合いの状況は変わっていない。
□	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・引き続き緊急事態宣言が延長される可能性があり、積極的な営業やイベント開催ができず、獲得が鈍化している。カスタマーセンターの機能高度化、DXによる販売網の再整理を行っている最中である。
□	通信会社（局長）	お客様の様子	・前年よりは契約数は上向きであるが、前々年よりは相当悪い状況は変わらず、しばらくはそのトレンドが続く（東京都）。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規契約、コース変更共に必要最低限のプランを選択する傾向は変わらない。
□	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・案件が少しずつ増加してはいるが、人材があふれており、今後の動向が不透明である（東京都）。
□	通信会社（経理担当）	競争相手の様子	・携帯電話を軸にセット割引販売する競合他社に負けている。携帯電話、テレビ、インターネット、固定電話、電気、ガスなどセット割引にする範囲が広がっており、乗換えを条件に、解約違約金、解約工事費の補償金、無料期間など、より高額な特典を得るためには、全てのサービスを乗換えすることになっている。
□	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が強く、当社の訪問営業を避ける世帯も多いなど、営業機会の減少から新規契約獲得件数が伸び悩んでいる（東京都）。
□	競輪場（職員）	それ以外	・建て替え後の開業を7月に予定していたが、新型コロナウイルスの影響は大きく、10月に延長した。不確定要素が多いが、景気的には変わらない。ポジティブに考え、客を迎える準備期間、検討期間が延びたと捉えて頑張りたい。
□	その他サービス [保険代理店] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響を心配していたが、多少の商品単価低下はあるものの、来客数の減少はみられない。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・民間の相談件数は非常に少なくなっている。新型コロナウイルスのワクチン接種が始まったが、収束の見通しは立たず、しばらくは厳しい状況が続くようである。
□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・計画等の話は多少来てはいるが、実になる手前で全て止まってしまう（東京都）。
□	設計事務所（職員）	それ以外	・どちらかといえば、売上面、発注件数からはやや下向きのように感じるが、悪いとまではいえない（東京都）。
□	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・3か前と比べて大きな変化はない。以前と同様、土地の仕入れに苦戦している。不動産業界はどの企業も同様なので価格が下がらない。逆に、販売が好調で在庫がなく、悩ましい状況である。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・展示場への来場者数はここ数か月ほとんど変わりがなく、販売量にも大きな増減はない。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・最近、来客数が少しずつ減ってきている。また、物を買うことやレンタルするということに対して、客がとても慎重になっている。そのようなことから、なかなか商売に結び付かないというのが現状である。
▲	一般小売店 [和菓子] (経営者)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、降雨日が続き、客足が鈍くなっている。
▲	一般小売店 [文具] (販売企画担当)	来客数の動き	・今月は天候不順で降雨日が多かったこと、また、新型コロナウイルスの影響で商店街などの店も閉まっていることもあってか、来客数が極端に減っている。外商の案件等も大幅に減っている。
▲	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・緊急自体宣言再発出に伴う休業要請による営業フロア縮小や、外出自粛マインドの長期化によって来客数が大きく落ち込み、現時点では回復の兆しが見えない（東京都）。
▲	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・店が営業していないかもしれないと思っている客がいる。
▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数が減っている。

▲	スーパー（経営者）	競争相手の様子	・4月が一番悪く、5月に入って多少は良くなってきているものの、3か月前と比べればまだまだ悪い。特に、前年の反動と、近くに競合店ができたことの影響が大きい。
▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・前年は新型コロナウイルスの影響で内食需要が高まり、小麦粉、パスタ、カレー、調味料の動向が大きく伸びたが、今年はその反動で前年伸びた商材の売上が未達である。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響と、店が周りに増えていることからそう感じる。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言で来客数が減っている（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コンビニ店舗は2極化しており、ショッピングセンターや都心に立地する店舗は悪くなっているものの、郊外や住宅街に立地する店舗は良くなっている。これは、20時に店が閉まったり、酒の提供がなかったり、緊急事態宣言が延長されたことなどの影響によるものと考えている。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が続いていることで、大型連休の来客数も例年に比べると少なく、客の戻りも鈍いように感じる（東京都）。
▲	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・緊急事態宣言延長の発表以降、スーツ、ワイシャツ、スラックスなどのビジネス衣料品購入目的の来店客が大きく減少している。
▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・緊急事態宣言下において、販促活動自粛が実店舗に大きな影響を与えている。その反面、インターネット通販は好調に伸びている。パソコン等のテレワーク需要商材はほぼ一巡したようである（東京都）。
▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・業種によって違いがあると思うが、新型コロナウイルス変異株が広がるなかでの緊急事態宣言下で来客数が減少している（東京都）。
▲	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・前年同月と比べると販売達成率は100%を超えているが、先行きに不透明な点が多く、なかなか購入検討に踏み切れない客も以前に比べて増えていると感じる。
▲	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・生産遅れがあり、売上がつながらない。新型コロナウイルスの影響により景気動向が鈍化し、販売量が減少傾向にある。
▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・外出自粛等によって、人の動きが大分少なくなっている。
▲	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	来客数の動き	・前年の今頃はマスク不足等で新型コロナウイルスバブルだったため、来客数も大幅に増えていた。今年はドラッグは不調だが、全社合わせると前々年並みである。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・当社はショッピングモールを運営しているが、まん延防止等重点措置の影響で非常に厳しい。飲食店でのアルコール提供自粛、周辺住民の巣籠り等の影響が大きい。前年のように専門店休業とはなっていないが、全体としては前々年の同時期の8割強となっている。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が延長され、アルコールの提供ができないことが相当厳しく効いてきている。料理屋全般にいえることだが、飲みに行く意味がないので、全く客が来ない（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・度々の緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の適用で、経済がかなりスローダウンしてきている。車で都内を走っても通行量の少なさに驚かされる。知人がテナントで入居している東京駅付近の商業施設を兼ねたビルのオフィスの出勤率は20%ほどだと聞いている。当社の飲食部門も、時短とアルコールの提供中止により、特に夜間の売上が激減している。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が長引くことによって経営状態が悪くなり、倒産、廃業する企業が増えている（東京都）。
▲	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・緊急事態宣言が延長され、申込みが一切発生していない（東京都）。

▲	タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言の延長でタクシーの利用者が増えていない。自分自身も元の状態に戻っていないことを実感しているし、それが普通のことと感じてしまっている（東京都）。
▲	通信会社（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言発出中のため、客が新規設備投資を控えているため、販売量が減少してきている（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客宅へ直接訪問しての提案や営業活動は今後も困難なため、新しい手法への切替えを行っているが、当面は客としても外部からの接触は避けたいという傾向は変わらないので、厳しい状況が続く。
▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・契約件数がやや減少している。反響営業の問合せはほとんど変わらないが、緊急事態宣言下で攻めの接触型営業ができなくなっていることが原因である（東京都）。
▲	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の再度の延長により、景気低迷が継続している。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響なのか、ある年代から上の客の来店頻度がだんだん鈍っている。
▲	その他サービス [福祉輸送] （経営者）	来客数の動き	・再度の緊急事態宣言で、客の消費に対する感覚が冷え込んでおり、来客数も少ない（東京都）。
▲	設計事務所（所長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染の長期化によって、設計等の計画もなかなか前に進まず、かなり厳しい状況である。
▲	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・受注の伸びが2～3か月前と比べると鈍化している。
▲	その他住宅[住宅管理・リフォーム]（経営者）	競争相手の様子	・新型コロナウイルス禍が長期化しているため、同業者の中にも廃業したところがあると聞いている。
▲	その他住宅[住宅資材]（営業）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響とともに東京オリンピック前の仕事量を抑える傾向が顕著になっており、建材の動きが鈍ってきている（東京都）。
×	一般小売店[家具]（経営者）	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が再発出されているので当然だと思うが、とにかく客が少ない（東京都）。
×	一般小売店[食料雑貨]（経営者）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が適用されている。
×	一般小売店[文房具]（経営者）	販売量の動き	・東京都の緊急事態宣言の影響で、取引先飲食店からの売上が激減している。一般の買物客についても、来客数及び商品の購入点数が減少しており、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	・3か月前の3月はお彼岸や、今年は余りなかったが、卒業シーズンで需要のある月である。5月は母の日があったが、さほど売れなかったため、やはり3月の方が良かった（東京都）。
×	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されず、このままの営業条件であるならば、来客数の伸びは期待できないが、解除され、お中元商戦やイベントも行うことができれば、集客を期待できる（東京都）。
×	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置の適用区域に指定され、来客数が減少し、厳しい状況が続いている。婦人紳士衣料等の動きが特に厳しい。
×	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染の収束が不透明で、緊急事態宣言の延長に次ぐ延長により、客の消費行動の慎重さがずっと継続している。全館休業ではないものの、生活必需品のみの販売であり、消費マインドも上がらず、身の回りの景気は悪いとしか感じられない（東京都）。
×	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出に伴い、生活必需品以外は休業したため、来客数が減る上、販売できるカテゴリーが限られており、直近3か月に比べて売上が大きく減少している（東京都）。

×	百貨店（営業担当）	単価の動き	・3か月前は緊急事態宣言が明けて、それまで買物を我慢していた客が、ブランド品や宝飾時計など、高単価な商材を買っていた時期だが、現在は豪華品と呼ばれるアイテムは展開を中止しているため、3か月前と比べて3割ほど売上が減少している（東京都）。
×	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言再発出に伴う営業休止要請への対応により、営業範囲が限定されている（東京都）。
×	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・緊急事態宣言が長引き、経営的なダメージはもちろん精神的なダメージも大きい。東京オリンピックの開催後、間違いなく再び緊急事態宣言が出る。今の東京オリンピック開催のための政府の動きには絶望感しかない（東京都）。
×	百貨店（副店長）	販売量の動き	・4月中旬頃までは復調の気配が見えたが、3回目の緊急事態宣言発出以降、休業要請もあり厳しい状況が続いている。そのなかでも、食品などのイエナカ需要は比較的堅調である（東京都）。
×	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大、緊急事態宣言等の再発出に伴い、臨時休業の対応を実施している（東京都）。
×	スーパー（ネット宅配担当）	競争相手の様子	・競合店の出店と、天候不順で降雨が多く、売上が苦戦している。
×	その他専門店 【貴金属】（統括）	それ以外	・緊急事態宣言の再発出により休業店舗が増加したため、売上が減少している（東京都）。
×	その他専門店 【雑貨】（営業担当）	それ以外	・東京都からの営業自粛要請に伴い休業している（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禍が長期化するなかで、収入は減少傾向にあり、預貯金も目減りして、景気は悪化の一途をたどっている（東京都）。
×	その他小売【生鮮魚介卸売】（営業）	お客様の様子	・今年に入り、緊急事態宣言中ではなかった日数が28日間しかないのだから、景気うんぬんという問題ではない（東京都）。
×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・5月中旬から来客数が激減している。当地域はまん延防止等重点措置の対象地域だが、飲食店にとって時短営業及び酒類提供自粛は致命的である。当店では飲料売上は総売上の15%程度だが、客は酒類提供自粛に起因して来店を控えているようである。
×	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の施策はやむを得ないと考えるが、飲食店にとってアルコール提供NGは致命的である。令和元年5月と比べると売上が20.2%となっている（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・時短営業とアルコール提供禁止で、売上はほとんど半分以下になっており、景気はかなり悪い。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・政府の要請に従って酒を提供していないので、夜はほぼ閉めている。昼も、客がほぼ1人でしか来店しないので、来客数が半減している。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言のなか、20時までの時短営業をしている。アルコールも出せないで、本当に最悪というか、この先どうなるのか、悪くなる一方である（東京都）。
×	その他飲食【居酒屋】（経営者）	それ以外	・営業時間短縮、アルコール類提供禁止なので、良くなりようがない（東京都）。
×	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・当市も4月28日からまん延防止等重点措置の対象地域になり、酒類の提供ができないことに加えて、宴席、宴会関係が全くなく、稼働率が20%を切っている。今は最悪の状況である。
×	都市型ホテル（支配人）	それ以外	・新型コロナウイルス感染拡大防止対策による緊急事態宣言の再発出、まん延防止等重点措置適用の影響により、宴会客、合宿客等が消失している。

×	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・まん延防止等重点措置によるアルコール提供の禁止に伴い、ディナー帯のキャンセルが相次ぎ、元々少ない予約が更に減っている。宿泊も相変わらず低空飛行が続いており、婚礼宴会についても例年の半分以下の売上と、厳しい状況になっている。
×	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・緊急事態宣言中で、単価を下げても、来客数の動きが変わらず、客が来ていない。売上は、単価が低下し、来客数も減少するという負のスパイラルに陥っている（東京都）。
×	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販売量ゼロである。困ったものである。
×	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、繁忙期であるゴールデンウィークの売上が2019年度と比べ30%程度、5月累計で50%程度となっている（東京都）。
×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス変異株の感染拡大によるまん延防止等重点措置、緊急事態宣言の影響で、教育旅行以外の問合せや受注が一切ない。
×	旅行代理店（販売促進担当）	販売量の動き	・3回目の緊急事態宣言が発出されて、今月の販売量はぼろぼろになっている。具体的には、国内の主力事業である修学旅行が秋への延期になり、ほぼ数字がなくなっている。海外は推して知るべしである。また、国内も、緊急事態宣言の影響でゴールデンウィークに個人旅行を多く受注できなかったため、悪くなっている。少し良い情報としては、新型コロナウイルスのワクチン接種の手伝いやそれに付随した業務が発生しているので、それが数字を補っている（東京都）。
×	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言延長という状況下では、旅行需要どころか来店客も皆無である。
×	タクシー運転手	それ以外	・1日の売上が数千円にしかない。経費を引いたら赤字である。経済産業省の一時支援金で何とか食いつないでいるが、この新型コロナウイルス禍で耐え忍ぶことができず、廃業に追い込まれる個人タクシー事業者が続出している。とにかく仕事にならないほどの不況である（東京都）。
×	タクシー運転手	お客様の様子	・昼間はコンスタントに仕事があったので何とかしのげていたが、ここに来て昼、夜と仕事が減り、非常に厳しい日が続いている。夕方6時頃からほとんど無線が鳴らず、1～2時間に1回営業できれば良い。駅からの利用もまた同じである。
×	タクシー（経営者）	来客数の動き	・終日アルコール提供自粛が致命的である。ただでさえ2割ほど落ち込んでいた売上が、4割に迫る落ち具合となっている。大都市圏以外からタクシーがなくなる日もそう遠くない気がしている。
×	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・飲食店でのアルコール類の提供がなくなったことにより、大きな景気減退につながっている。
×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・今はまん延防止等重点措置の対象地区に属している。食料調達以外の買物に行かない、外食をしない、旅行に行かない、不要不急の外出をしない、多くの人々がこの生活を1年以上続けている。景気は悪くなっているとしか言いようがない。
×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・ゴルフは新型コロナウイルス禍でも取り組めるスポーツとして注目を浴びているが、来場客の中心は単価の低いメンバーであり、コンペや接待などの法人利用は皆無で、収益性は低い。大衆コースと位置付けられる同業他社においては、高稼働率を維持し、強気の料金設定を行っているところもみられる。まん延防止等重点措置の影響でアルコール飲料の提供ができず、レストラン部門は多額の損失を被っており、到底利益を出せる状況にない。
×	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	それ以外	・緊急事態宣言による休業要請が出ているため、営業ができない（東京都）。

	×	その他サービス [フィットネス クラブ] (マ ネージャー)	お客様の様子	・緊急事態宣言の再発出により休業している (東京都)。
	×	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のホテルでは、緊急事態宣言が延長となったことなどもあって観光客及びビジネス客がほとんどいない。そのため、ホテルからの賃料がきちんと入らない。また、建設業の方でも、公共工事以外の新規プロジェクトは少なく、民間からの受注はほとんどない。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・前年の今頃は新型コロナウイルスの経済への影響を受け、40%減の受注量だったが、現在は海外向けを中心にコロナ前の受注量が多かった時期と同じか、それを超える受注量となっている。
	◎	通信業 (広報担 当)	受注量や販売量 の動き	・前年の反動で2けたの伸びである (東京都)。
	○	電気機械器具製 造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・今年の2月以降、受注量が前年同期より増加してきている (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	・受注量が2年前の水準に戻っている。原材料等の価格改定も取引先で対応してもらえるようになってきている。
	○	建設業 (従業 員)	受注量や販売量 の動き	・取引先からの見積りの要望が増えているように感じる。
	○	輸送業 (経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・引き続き新型コロナウイルスの影響を受けているものの、僅かながら物量が増加傾向にある。
	○	その他サービ ス業 [警備] (経 営者)	取引先の様子	・民間の公共事業が順調に進んでおり、人手不足になっている。
	○	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	・東京オリンピック、パラリンピックの政府方針が開催の方向に固まってきたように見受けられ、開催に向けた準備が始まっていると感じる。
	□	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・酒類関係なので、3か月前も非常に悪かったのだが、回復の兆しが全く見えない (東京都)。
	□	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・3か月前は徐々に回復してきている感があったが、まん延防止等重点措置が適用されている現在は、年配客の来店が減っている。
	□	出版・印刷・同 関連産業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・3か月くらいずっと景気が悪い (東京都)。
	□	出版・印刷・同 関連産業 (経営 者)	それ以外	・緊急事態宣言の延長により、今後の経済が更に冷え込み、不況が拡大することに懸念を抱いている。この先どのような動きができるのか不安である。
	□	化学工業 (総務 担当)	受注量や販売量 の動き	・足元の受注は3か月前よりは多いが、例年の季節要因であり、マーケットは縮小したままである。とりわけインバウンド需要がないのが苦しい。
	□	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、化粧品容器の受注が芳しくない。基礎化粧品はそうでもないが、メイクアップ関連、特に口紅容器は壊滅状態である。
	□	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における海外からの受注が少なく、新年度の仕事の動きがまだ鈍い。
	□	一般機械器具製 造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・例年、大型連休前後は仕事量の増減が激しく、今年も同じような動きであることに変わりはない。
	□	輸送用機械器具 製造業 (総務担 当)	取引先の様子	・大手自動車メーカーの生産台数は前年を上回る予想であるが、半導体不足による工場の稼働停止の可能性も出てきており、どう転ぶかはまだ不透明である。
	□	建設業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・今のところ予定どおりに受注できているが、これから先の仕事が見当たらない。
	□	輸送業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・荷主の業種によって濃淡がある。食品系は好調だが、建築資材関係は引き続き伸び悩んでいる (東京都)。
	□	輸送業 (総務担 当)	取引先の様子	・現在は閑散期となり、物量は例年どおり落ち着いており増えてこない。

□	金融業（役員）	取引先の様子	・資金需要の側面より判断している。主に、小売、サービス業については横ばい、建設業関連は新規工事に動きがあり、不動産、賃貸関連は比較的活発な動きである。
□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・ビル賃貸業を営んでいるが、緊急事態宣言により飲食店舗は営業時間の短縮に加え酒類の提供ができず、さらには出社率の低下でビル内の人口が減少しているため、売上が激減している。賃料を減額しても営業継続が困難と嘆く店舗が増えている。退去されても、その後入居してくれる店舗も皆無なので、ギリギリのところまで賃料の減額要請に応じている状況である（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス禍ではあるが、前年のどん底状態に比べれば、若干だが戻りつつある。
□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅まで歩いているが、新型コロナウイルスの影響で商店街、飲食店が全て閉まっている。テイクアウトだけ営業している店もあるが、本当に静まり返っている（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・ここにきて雇用調整助成金の問合せが増えているようである（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	・景気の復調がみられない。取引先工場等の稼働状況も相変わらず悪く、受注量が低い状態が続いている。
□	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	・新規契約については現状の人手不足を反映した時間単価で契約できているが、既存契約の単価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	・緊急事態宣言が再発出されたこともあり、学校のクラブ活動などは停止、イベントも中止となっている。地方への出張撮影も延期となっており、低迷が続いている（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、名刺印刷をしている。客は法人関係で、納入する客と個人の来店客とがいる。印鑑リフォームの注文を全国から通販で受けているが、3か月前の2月と比べると、やや下向きになってきていると感じる（東京都）。
▲	その他製造業〔鞆〕（経営者）	取引先の様子	・得意先は店頭販売が主体なので、新型コロナウイルスの影響で客足が鈍くなれば、当然売上は伸びない。それに伴う大波小波で状況がなかなか良くならないというのが現状である。
▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークの影響による稼働日の減少と、緊急事態宣言下での需要の落ち込みにより、売上が大きく減少し、厳しさが増してきている（東京都）。
▲	輸送業（経営者）	競争相手の様子	・運送業では客単価の大幅な安値営業が始まっているようである（東京都）。
▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・製造業や建設業は横ばい若しくはやや上向き傾向にあるものの、飲食業、サービス業は非常に苦戦している。良い業種と悪い業種の2極化が更に激しくなっている。
▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の様子だが、緊急事態宣言が再発出され、飲食業はますます売上が減少している。不動産業では、テレワーク需要が高まっているので、土地やマンションの価格が上がっている。土地の仕入価格が高いので物件購入が難しく、売上が減少傾向にある。単籠り需要によりレンタルビデオ業やタブレットの売上は好調である。全体的に景気は落ち込み傾向である（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・閉店した百貨店跡地に、家電量販店を中心とした大型店舗が5月末にオープンする。また、前年に閉店した食品スーパーの跡地にも、別の食品スーパーがオープンした。緊急事態宣言のなか、当事者は大変な思いをしているだろうが、いずれにせよ市民にとっては吉報である。この間、多くの地権者は収入が途絶え大きな痛手だったが、50年以上を掛けて皆の賛同を得て開発した駅前広場なので、大いなる発展を望んでいる（東京都）。

	▲	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・新規案件が減少していることと、宣伝予算が少なくなっていることによる（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・まん延防止等重点措置などの影響により、飲食店では売上の大幅な減少が続いている。
	▲	税理士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響はまだ続いており、時短営業をしている飲食店への協力金給付が遅い都道府県があり、経営が苦しくなっている。ワクチン接種は始まったが、景気を動かす状況には至っていない。
	▲	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	・いつもより受注量及び相見積りの件数が減ってきている。また、案件の先延ばしが増えている（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・4月は良くなかったが、今月に入り、建設土木工事関係が少し動いている。ただし、絶対量がないため、今までは隔週土曜日休みだったのが、今度から毎週休みになってしまっている。
	×	出版・印刷・同関連産業（所長）	取引先の様子	・緊急事態宣言によりイベント等の計画が縮小や中止となり、かつてないほど案件数が激減している。
	×	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年に入ってからほぼ緊急事態宣言が発出されているなか、悪さがずっと続いているが、更に全体の動きも悪くなっている。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスの影響で流通が全く止まっているので、経済的には良くない。
	×	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感染拡大に伴う緊急事態宣言の再発出の影響などもあり、木材価格の高騰や品薄状態がある。
	×	経営コンサルタント	取引先の様子	・金属加工の中小企業では、大幅に受注が減っている。発注先の大手企業の輸出減少や半導体の入荷減少による製造停止などで、影響を受けている（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	・募集が前々期比と同等にまで回復している（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	採用者数の動き	・緊急事態宣言下ではあるが、派遣における契約件数イコール雇用者数が大手企業を中心に増加傾向にある。派遣社員にも在宅勤務が増加していることも要因の一つかと思われる。業界特性は特になく状況である（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・製造業でのエンジニア派遣ニーズは、まだ通常には戻っていないものの、徐々に回復傾向にある。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・まん延防止等重点措置適用で景気が停滞しているところではあるが、人々の慣れもあり、以前のようなどん底というわけではない。店も時短営業で開店しているし、それなりの経済活動になっているのではないだろうか。その上で、景気も少しずつ上向いているという印象である。
	○	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・前年同月比で新規求人数の減少傾向は変わらないが、減少幅は縮小しており、紹介件数及び就職数は増加に転じている。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・会社の業績などに変化はないが、自身を含めた周囲の消費動向は、新型コロナウイルスの影響で低迷したままである（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・企業からの求人数が絞られ、前年比での受注が少ないまま推移しており、5月はその動きが顕著である（東京都）。
	□	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・引き続き新型コロナウイルスによる影響がある。紹介求人は低調で、派遣求人は期間限定でのニーズは比較的多いが、長期案件は少ない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・特需的な短期求人は継続してあるものの、長期安定型の求人は横ばいである。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・2021年新卒採用の内定率が50%を超え、企業は次年度採用に向けて動き出している。インターンシップのプレイベントも好調に推移している。ただし、多くの企業は新型コロナウイルス禍の様子見状態で、それほど積極的ではない（東京都）。

□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・新規求人数が少なくなっている。また、求職者数もかなり限定され、紹介しにくくなってきている。まだしばらくはこの状況が続く（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前と比べて求人数が減少している。
▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・緊急事態宣言の影響もあるが、受注が3か月前比で20%以上減少している。前年同月比では200%以上の推移となっているが、前々年の求人数の70%程度の水準しか戻っていない（東京都）。
▲	求人情報誌製作会社（広報担当）	採用者数の動き	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の延長があり、先行きが見えず、事業計画を立てにくくなっている。イベントの開催をなかなか決められず、計画できたとしても、実行できるかどうか分からないことが多く、事業に支障が出ている。資金繰りの予想ができないと採用計画が立たない（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は緊急事態宣言の影響下にあった前年と比べて微増程度であり、全体として低調傾向にある（東京都）。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・緊急事態宣言の再発出に伴い、休業している商業施設が多いため、人が動かず、景気が停滞している（東京都）。
×	求人情報誌製作会社（所長）	求人数の動き	・採用数が激減している。
×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・とにかく最悪の状態である。医療関係と一部の配送関係の募集があるだけで、他はほとんど出ない。