

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)	◎	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・東京オリンピックが無観客ながら開催され、関係者の宿泊が増えているため、良くなっている。ただし、依然としてまん延防止等重点措置が適用されており、酒の提供が制限されているため、その他の宴会関係の動きはほとんどない。
	◎	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113%となり、やや良い。3か月前と比べても163%とアップしている。来場者数、資料請求やホームページからの反響も増加している。請負だけではなく、分譲物件への問合せも増えている。
	○	一般小売店「家電」 (経理担当)	来客数の動き	・3か月前と比べると、今月はエアコンなどの夏物商材が売れたので売上が伸びている。ただし、全体で見ると例年より売上が減っている。
	○	一般小売店 「茶」(営業担当)	販売量の動き	・持ち帰りの進物需要が多くあり、売上は前年に比べて伸びているものの、正常に戻っているわけではない。
	○	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・緊急事態宣言が再発出されているが、新型コロナウイルスのワクチン接種率の上昇や自粛疲れの影響か、来客数が伸び、週末は家族連れや若年層の来店客が増加している(東京都)。
	○	百貨店(総務担当)	来客数の動き	・東京都では緊急事態宣言が再発出されているが、百貨店への休業要請がなかったこともあり、来客数は前月よりも伸びている(東京都)。
	○	百貨店(広報担当)	お客様の様子	・4月の緊急事態宣言による休業要請時に比べれば、足元において消費者に購買意欲が戻ってきていると感じている(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・販売量は前年の8割程度で推移しており、3か月間ほぼ変わらない状況が続いている。通常営業ができていない状態も続いている。客は子育て世代中心に戻ってきているが、継続して高齢者の来店は少ない。売上は、食品と高額品を除き戻っていない。お中元ギフトも、前年より会期を長く設定したものの、前年を下回っている(東京都)。
	○	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・3か月前も緊急事態宣言下であり、百貨店を含む商業施設は閉店又は時短営業であった。それと比較すると、現在は同じ緊急事態宣言下ではあっても、施設は通常どおり営業している。ただし、通常営業をしている割には、来客数はまだ戻ってきていない(東京都)。
	○	百貨店(販売促進担当)	お客様の様子	・まん延防止等重点措置適用が継続されているが、新型コロナウイルスワクチン接種の進捗や自粛疲れによる外出や消費への意識変化により、来客数や単価など3か月前と比べて数値は上向いており、景気が良くなっている。
	○	百貨店(経営企画担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言の発出が繰り返されるなか、客の行動にも変化がみられ、以前のように外出を控える人は、近隣では減少している。ただし、外食や旅行の自粛は継続しており、その分、一部の客は高額品の購入に動いている。衣料品はセール品の動きが悪く、依然として厳しい一方である。化粧品や紫外線対策等の服飾小物関連は動きが出てきている(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ワクチン接種率の上昇に伴い、消費動向も一定程度改善している(東京都)。
	○	スーパー(総務担当)	お客様の様子	・客は身の回りのことにお金を使おうとしている。お金の使い道を探している。
	○	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・夏場でソフトドリンク、アイスクリームの売上が増加している。
○	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言中とはいえ、東京オリンピックが始まり、夜まで客が結構来ていることを考えると、景気自体は良くなっている。ただし、これで良いのかと思っはいる。	

○	衣料品専門店 (店長)	それ以外	・着物の展示会の集客が、3か月前より増えており、来場予定数も上回っている(東京都)。
○	家電量販店(店 長)	来客数の動き	・前年度の新型コロナウイルスの影響下では、来客数が多く実績にもつながったことを覚えている。今年は来客数が衰えると予想していたのだが、大きくは衰えていない。
○	家電量販店(店 員)	来客数の動き	・東京オリンピック需要がある。
○	住関連専門店 (営業担当)	お客様の様子	・高齢者を中心に新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、前年から自粛傾向にあった大型リフォーム工事の相談が増加している。特に、外壁塗装、浴室、キッチンリフォーム等、100万円以上の成約件数が増加している(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	・梅雨明けが例年より早かったこともあり、燃料油、燃料油以外共に販売の業況は上向きとなっている(東京都)。
○	その他飲食[居 酒屋](経営 者)	来客数の動き	・緊急事態宣言下ではあるが、街中の人通りは新型コロナウイルス発生以前に戻りつつあり、予約の問合せも増えている(東京都)。
○	その他飲食[カ フェ](経営 者)	それ以外	・当社は東京と軽井沢に店舗がある。東京はこの4連休も客が少なく、決して良いとは言えない(東京都)。
○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・夏休み期間に入り、人の動きが出ている。県独自の緊急事態宣言下ではあるが、人流にはさほど影響がない。
○	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・東京オリンピック開催に伴い、警備関係者の団体宿泊を受け入れたため、稼働の底上げにつながっており、稼働率が最終で85%に戻ってきている。ただし、依然として客単価は以前より低い(東京都)。
○	旅行代理店(販 売促進担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、60代以上の客から個人旅行の問合せを受けるようになってきている。東京都に緊急事態宣言が再発出されているので、実際に行くかどうかは分からないが、そうした動きがある。また、東京オリンピックが開催されている影響で、旅行への関心なり要望が高まってきているので、少しずつではあるが良くなりつつある(東京都)。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・以前に比べればまだまだだが、緊急事態宣言下においても、人の流れが少しは出てきている。そのお陰で多少上景気も向いて、やや良くなっている(東京都)。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・夏の暑さで、スーパーの買物帰りの送迎や、病院等への高齢者の送迎などといった近距離客の仕事は例年のように増えている(東京都)。
○	通信会社(経営 者)	販売量の動き	・東京オリンピック開催により気分的に明るくなる(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者数が増え、緊急事態宣言が再発出されているなか、前月並みの受注を維持できている(東京都)。
○	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・アパート用地を徐々に仕入れられるようになってきているが、どの業者も在庫不足のため、競合して価格が上昇してしまいう傾向がまだ続いている。販売に関しては、富裕層の動きは活発だが、投資家へはまだ金融機関が厳しい判断をしている。
□	商店街(代表 者)	それ以外	・クレジットカードの取扱高は、物販を中心に8~9割をキープしている。ただし、飲食は相当ひどい状況である。東京オリンピック開催の前後から明らかに若い世代の人流が増えてきて、この世代をターゲットにしているところは堅調だが、価格帯が低いのか、人流と売上は比例していない(東京都)。
□	一般小売店[家 電](経理担 当)	販売量の動き	・暑さや東京オリンピックの影響もあり、商材はそこそこ動いているが、エアコンの品不足が心配である。電話機やインターホンなども品薄となっている。パッケージエアコンなどが期待される。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・最近の客は物に対するこだわりが昔に比べて少なくなっている。要は、彫刻してあって、通用すればよいという、値段だけで、伝統技能とかそういうことは一切関知していないようである。業界内の技術低下が著しい。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、今年も祭り、イベントが中止になっている。東京オリンピックも盛り上がりせず、静かな夏である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔傘〕（店長）	販売量の動き	・一定の需要はあるが、客は余計な出費をしない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・花屋は行事に左右される。3か月前は、例年であれば入学式や春の花の需要、お彼岸以降の仏花需要の延長などがあったが、前年、今年に限っては余り良くない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言下で、どの会社も人が少なく、今までのように注文がない。国もテレワークを推進している。我々のような商売は人が動かないことには品物が売れない。一番の効果は通常に戻ることである。今はひたすら我慢のときである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言が再発出されているため活発ではないものの、買物に対する客の行動に大きな変化は感じられない。食品を中心とする生活必需品に関しては、前年と比較しても大きな落ち込みはない。しかし、旅行など外出に対する需要は少なく、ファッション衣料関連商材の動きは鈍い。また、本来であれば、東京オリンピックによるインバウンド需要等も期待できたが、それは全くない状態である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・売上自体は若干増えてはいるが、前回の緊急事態宣言時より営業範囲が拡大されたことによる影響が大きく、回復の兆しはまだ見えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	単価の動き	・競合店との価格競争によって重点商品などの単価を下げる傾向にある。客の買上点数は前年並み、あるいはそれ以上買ってくれているが、平均単価が落ちているので、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ない状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	来客数の動き	・前年が良過ぎたので、今年は前年に比べると非常に悪いが、これが普通ではないかと思っている。そのなかで、競合店が出てきた影響も受けている。今月は、前半は良くなかったが、後半の4連休、東京オリンピック開催により大分良くなってきている。これから先も土用の丑の日があるので、良くなっていく。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・売上予算はクリアしているが、利益率がなかなか予算に達しない。やはり、安い物を買うのと、必要な物しか買ってもらえないということが顕著に出ている。売上はそれなりにあるものの、粗利率が予算未達という状況である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・気温上昇に伴い、飲料やアイス等の盛夏商材の購入頻度が上がっている。特に、飲料については、地域的な要因もあるかもしれないが、ケース購入客が増えている。前年に比べ、新型コロナウイルス禍による売上や来客数の影響はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数、買上点数は前年並みを維持しているものの、客単価の上昇がみられない。客の様子をみると、日々、必要最低限の食材しか購入していない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・7月は、来客数が前年を若干上回っているが、買上単価が若干下回っているため、ほぼ前年並みの状況である。特に売上不振なのが、衣料品のなかでもビジネス関係商材などである。逆に、家で過ごすための食料品や、梅雨明けが早かったことによる肌着関係の売上は伸びている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・売上は前年比で2%ほど落ちているが、来客数が伸びている。また、季節商材の伸びも顕著になってきている（東京都）。

<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進まず、外出もできないため、飲食店の業況に上昇がない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が少し増えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数、客単価共に大きな変化はなく、ほぼ新型コロナウイルス発生以前の水準に戻りつつあり、落ち着きを取り戻している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数が増え、近隣の行楽としての動きが少ない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数としては変化していないと感じる。ただし、今月は天候が悪かったこともあり、売上は前年割れとなっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前年と比べれば上向いているが、トレンドが大きく変わるまでには至っていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・東京オリンピックが始まり、自宅観戦に向けて買物需要が高まっているように思えたが、新型コロナウイルスの急激な感染拡大により、消費全体が停滞し始めている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、人出は大幅増えたものの、購入単価が相変わらず低い。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数だけの判断は難しいが、競合店の値引き幅が増えているので、購入金額にシビアな客が増えているように感じる（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が、販売が余り芳しくない。客の来場はあるが、なかなか契約に結び付いていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（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減少しているものの、売上は前年並みになっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・全体的に低迷している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・車のディーラーについては、新車需要が落ちてきているが、整備関係はそれほど大きく落ちてはいない。車検は定期的にやらざるを得ないが、やはり距離を走らないために一般入庫点検やオイル交換などが減少しており、全体的な売上も下がっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・整備等に関しては順調に推移しているが、新車販売は減少傾向にある。半導体不足の影響で納期遅延が発生していることも要因の1つかもしれない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	それ以外	・半導体不足の影響により、生産に遅れが生じている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長代行）	来客数の動き	・半導体不足の影響で、生産が落ち着くまでは変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・ここ数か月、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）	来客数の動き	・前年に比べて来客数が非常に悪い。前年が新型コロナウイルスの影響で、いわゆるコロナバブルだったことも要因だが、前々年と比べても落ちている。
<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	・販売量の動きは前月と同じで、余り忙しいという感じはしない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・販売量が前年比8割程度で推移する状態が続いている。状況は3か月間ほぼ変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	販売量の動き	・ショッピングセンター内では販売品目によって大きな好不調の差が生じている。
<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の影響で緊急事態宣言が再発出されていることもあり、相変わらず来客数が伸びずに苦戦している状況は変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東京オリンピックも、業種によっては好況をもたらしているようだが、外食に関しては新型コロナウイルス感染に対する忌避感があり、客足が遠のいている（東京都）。

□	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・3か月前の4月1～29日までの前年比は、売上165.1%、 来客数161.9%である。今月7月1～29日までの前年比は、 売上81.0%、来客数84.0%である。前々年の4月は5店舗中 3店舗が休業中であった(東京都)。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・高齢者はおおむね新型コロナウイルスワクチンの接種を2 回目まで終えているが、40～50代、特に30代あたりはワクチ ン接種の予約すら取れない状況である。やはり、これだけ感 染者数が増えてくると、皆用心して外に出なくなっている (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ワクチン接種に期待していたが、東 京オリンピック開催までに間に合わず、感染者数が増え続け ており、今後の景気回復にも影響が出る(東京都)。
□	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・自粛疲れからか、レストランについては個人利用を中心 に、平日の昼及び土日祝日の昼夜共に満席になる日が多くみ られるようになってきているが、平日夜は企業が動いていない関 係で閑散としている。宿泊も連休を中心に高稼働であった が、平日は動きがないため、何も変わっていない。
□	旅行代理店(経 営者)	来客数の動き	・この新型コロナウイルス禍のなかで不要不急の外出を避け ていることと、時短営業のところが多いため、営業のしよ もないし、来店客も少ない。
□	旅行代理店(従 業員)	お客様の様子	・緊急事態宣言が続いている(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のワクチン接種により感染が落ち着く と思ったが、ワクチン供給が不足するなか、第5波が到来し ている。緊急事態宣言の影響も出ている(東京都)。
□	旅行代理店(営 業担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言中のため、ツアー造成ができない(東京 都)。
□	旅行代理店(営 業担当)	お客様の様子	・首都圏における新型コロナウイルスの感染拡大は止まりそ うにないが、一方で高齢者を中心にワクチン接種が進んでお り、非常に不安定でどっつつかずの状況である。旅行需要に 関しては、前年同時期比で増加しているが、前々年の同時期 には及ばない、低調な進捗である。
□	通信会社(経営 者)	お客様の様子	・7月の客からの問合せ件数は、前年同月比では減少してい るが、前月との比較ではほぼ同じ結果となっている。緊急事 態宣言、まん延防止等重点措置の影響を受けてはいるもの の、訪問拒否やキャンセルは目立たなくなっている(東京 都)。
□	通信会社(社 員)	お客様の様子	・今月、番組打ち切りの客が出てきた一方で、CMの引き合い が増えてきている。景気は上向きとまではなっていないが、 広告宣伝費の予算が出てきているようである(東京都)。
□	通信会社(社 員)	単価の動き	・契約者数が増える一方、解約率も依然として高い。原因に ついては分析中だが、端末目当ての新規契約が増えていると みている(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に伴い、営業自粛の影響が出ている ため、契約数が伸び悩んでいる。
□	通信会社(局 長)	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍において、通信事業は伸長している ものの、訪問営業のボリュームを縮小せざるを得ないため、 結果的に過去の実績と余り変わらない(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、必要最低限の内容を選択する 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	・3か月前と比較して、案件商談数に余り変化がない(東京 都)。
□	通信会社(営業 担当)	来客数の動き	・現在の新型コロナウイルス感染者数増加の影響か、客の動 きは完全に鈍くなっており、自ら動こうとはしない(東京 都)。

□	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・他社に乗換えることで累計加入者数が減っていく状況に変化はない。機種変更に割引制限があるが、その他で割引するようにならなかったので、乗換えに費用を充て、乗換えをする人が得をする仕組みは変わっていない。
□	通信会社（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染再拡大の影響が強く、当社の訪問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）。
□	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大防止のためのまん延防止等重点措置の延長で、引き続き人流が抑制されている。一方、東京オリンピック開催や、全体的に危機感が薄れて20～30代の感染者が増え続けていることから、景況は踊り場にある。
□	競輪場（職員）	お客様の様子	・インターネットの購買客は新型コロナウイルス禍でも一定の伸びを見せているが、来場客数は減るため、一定の水準で止まっている。
□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	お客様の様子	・客の反応が良くも悪くもない（東京都）。
□	その他レジャー施設 [複合文化施設]（財務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で来場者数は横ばいである（東京都）。
□	その他サービス [保険代理店]（経営者）	販売量の動き	・売上が前年比で余り変わらず、来客数の増減もさほどない状況ながら売上が伸びないのは、客1人当たりの販売量、販売額が増えていないからである。
□	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、約半年間、一般設計受注を伴う営業ができなくなっている。東京オリンピックが開催されているが、そういうなかでも新しい営業に対する動きが半年間滞っているのが現状である。積極的に客へのアプローチを掛けているが、時期が時期だけに、営業展開が非常に難しくなっている。行政の指名参加においても、指名はあるものの、全般的に仕事がないなかで全企業が争って取っているような状況なので、全く先が見えない。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新しい契約の話はあり、それ自体は進んでいるが、実際の入金等はまだない。
□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・設計が増えたわけではなく、今までの計画が中断し、その対価として多少入金があったのみで、良くなってはいない（東京都）。
□	設計事務所（職員）	それ以外	・民間の動きが停滞していると感じるが、悪くなっているとまでは言えない（東京都）。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・受注量は3か月前から好調が続いている。
□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大によるまん延防止等重点措置に対しても慣れが出てきているようで、客の動きに自粛は感じられない。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・最近、新型コロナウイルスの感染拡大が顕著になってきていることもあり、客の来店比率が下がってきている。来客数が減れば当然売上も減ることにつながるので、大変心配している。早く感染が収束してほしい。
▲	一般小売店 [文房具]（経営者）	来客数の動き	・東京都では7月12日にまん延防止等重点措置から緊急事態宣言に移行し、明らかに来客数が減少している。週末の若年層の来街者は増加傾向にあるが、その反面、地域住民は新型コロナウイルス感染を恐れて外出を控える傾向にある。したがって、当店が主とする客層の購買につながりにくい状況である（東京都）。
▲	一般小売店 [酒類]（経営者）	お客様の様子	・酒の小売店なので飲食店の客もいるが、この新型コロナウイルス禍において、営業ができなかったり営業時間を短縮したりして、大変苦勞している。
▲	一般小売店 [眼鏡]（経営者）	来客数の動き	・ショッピングセンターに出店しているが、特に平日は閑散としている。今年1月の緊急事態宣言以降、週末も来客数が少なくなっている。

▲	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、県独自の緊急事態宣言が発出されたことにより、当社も店頭部の営業時間短縮を始めているため、来客数が減っている。感染状況が悪いと、昼間は高齢者がなかなか出てこないこともあり、厳しい。店頭部がこのような状況のため、外商部が健闘しているが、それを上回るマイナス幅になっている。
▲	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・東京オリンピックが開会し、新型コロナウイルス感染者数が増加するなか、来客数の減少が顕著となり、売上に関しても衣料品の落ち込みに歯止めが掛からず、厳しい結果となっている。
▲	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言中及び東京オリンピック開催中のため、来客数が減少傾向にある（東京都）。
▲	百貨店（店長）	来客数の動き	・来客数が伸び悩んでいる。富裕層カテゴリー商材の動きは堅調だが、服飾関連の厳しさが続いており、セールも盛り上がりがない。そもそも取引先が商材の絞り込みをしていて、在庫も減少している。新型コロナウイルスの影響で取引先メンバー数も減少し、店頭体制にも変化が生じていることを実感する（東京都）。
▲	百貨店（店長）	お客様の様子	・当社としては、テナントの入替え等により来客数は前々年比で120%と好調に見えるが、直近3か月と比べると、7月の著しい新型コロナウイルス感染拡大により、来客数は減少傾向である。
▲	百貨店（企画宣伝担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染者数の拡大や、当県においても緊急事態宣言再発出の動きになっていることが、消費マインドの低下につながっている。
▲	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・首都圏は新型コロナウイルス感染第5波に入ろうとしており、買物頻度が減っている。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	競争相手の様子	・相次ぐ競合の出店に加え、以前に比べて販売点数が減少傾向にある。
▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・相変わらず来客数は良いが、単価の良い外出着やバッグ等が非常に悪い。客は県をまたぐ外出制限により外出を控えている。バーゲンセールも良くない。
▲	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・緊急事態宣言が再延長され、リモートワークの推進によりスーツ、ビズ用品の販売需要が低迷し、来客数の減少につながっている。
▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・前年夏の特別定額給付金による需要の先食いが、今年の夏商戦に影響している（東京都）。
▲	家電量販店（経営企画担当）	来客数の動き	・7月に入っても新型コロナウイルスの感染拡大に歯止めが掛からない。東京都は緊急事態宣言下にあり、来客数が前年比で大きく落ちており、売上に大きな影響を与えている（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響により外出する人が減っている。したがって、来客数も大幅に減っている。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・客の動きは活発だが、消費にはつながらない（東京都）。
▲	高級レストラン（役員）	単価の動き	・緊急事態宣言下の時短営業と、特にアルコール販売禁止により、高価格帯のレストラン業態ではワインなどの販売ができず、客単価が大幅ダウンしている。酒を主販売とする居酒屋業態は、来客数が大幅ダウンしており、主力商品でない弁当販売などでしのいでいるが、客単価も低く、総売上が激減している（東京都）。
▲	タクシー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数に反比例して売上が下がる傾向が強いが、今回の緊急事態宣言等の場合は売上の下がり方が鈍い。日中は暑いので売上が伸びるが、夜は全く駄目である。
▲	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大防止のための人流抑制が効いている。
▲	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、積極的な営業活動は客から敬遠される状態になっており、契約獲得も鈍化傾向にある。

▲	通信会社（管理担当）	それ以外	・客と接点がある従業員の一部に新型コロナウイルス陽性者が発生しており、周囲の濃厚接触者及び不安な従業員に対して、業務停止などの対応を慎重に取っているため、計画どおりの実績に及ばない状態が続いている。
▲	ゴルフ場（経理担当）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大懸念から、東京オリンピック開催中止を求める世論が多かったにもかかわらず、強行開催を決定したことで、多くの国民には「東京オリンピック開催のために国民生活が犠牲になるのは耐えられない」という意識があり、新型コロナウイルス封じ込めの足かせになっている。相変わらずまん延防止等重点措置と緊急事態宣言の発出、解除を繰り返すのみで、飲食店の時短営業要請などの規制により、巨額の経済損失発生を続ける一方で、東京オリンピック開催中の緊急事態宣言再発出には感染抑制効果がなく、無駄に経済損失を発生させるだけの政策になっている。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種が大分進んでいるようだが、中高年の来店頻度はまだ鈍っているような気がする。
▲	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・民間の設備投資は厳しい状況が続いているため、官庁案件に頼らざるを得ないが、応札業者が多く、制限価格ぎりぎりの落札が続き、苦戦している。
▲	設計事務所（所長）	競争相手の様子	・現状は仕事量がかなり減っており、先の見通しも厳しい。新型コロナウイルスの影響で計画等も延び延びになっている。先行きも厳しくなる。
▲	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・東京オリンピックが始まり、建築現場に一服感が出てきている。本来の需要期は下期だが、回復の見通しは良くない（東京都）。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・毎回悪い状態がずっと続いている。新型コロナウイルスの影響で、前月同様に、廃業する取引先がまた出てきている。飲食店などからクーラー交換の話もあったが、店が全然営業していないので、そうした仕事も立ち消えになっている（東京都）。
×	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・梅雨末期の大雨と、梅雨明け後の猛暑続きで来客数が減少している。
×	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・相変わらず新型コロナウイルスの影響で、まず客が来ないし、来てもなかなか販売に結び付かない（東京都）。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・夜の買物客が減少している。
×	一般小売店〔米穀〕（経営者）	販売量の動き	・業者向けの販売量が全然上がってこない（東京都）。
×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	販売量の動き	・暑さと東京オリンピックの影響が大きい（東京都）。
×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・東京オリンピックが始まったタイミングで東京、神奈川の新型コロナウイルス感染者数も増え始め、その頃から昼も夜も来客数が激減している。
×	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置、更には酒類提供自粛が大きく影響している。売上は令和元年比18.0%、令和2年比49.2%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	・相変わらず新型コロナウイルスの影響で時短営業をしているため、売上は前々年度の半分以下になっている。ケータリングもなく、酒類提供もできないので、厳しい日がずっと続いている。あと数か月くらいしか持たないかもしれない。

	×	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影響で本当に客が来ないし、来たとしても感染等を気にしている。もちろんアルコールは飲めないで、その分の売上が減少している。また、休業している店舗もあるので、売上は本当に悲惨な状況である。政府の対策は効果が出ていない気がする。一般の消費者は多分貯蓄に回しているので、新型コロナウイルス明けの状態が楽しみだが、まだ当分掛かる。
	×	一般レストラン (経営者)	それ以外	・またもや酒類の自粛要請が出され、自分が生きているうちにこんなことが起きるとは思っていなかったが、飲食店にとっては非常に痛手である。夜の客はほぼ取れず、ランチ営業のみで現状の家賃を支払い、人件費と諸経費を引いたら大赤字である。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・飲食店では、緊急事態宣言中は酒を出せない。酒が出せない限り、売上は全く上がらず、厳しい状態が続いている(東京都)。
	×	旅行代理店(従業員)	それ以外	・新型コロナウイルスの重症者数は減少しているにもかかわらず、連日感染者数が報道されるため、ますます旅行需要が減少している。
	×	タクシー運転手	それ以外	・東京オリンピック開幕で、交通規制による渋滞が多発している。首都高速では一般車に午前6時～午後10時まで1000円値上げなどの規制が掛かり、一般道路に影響が出ているため、どこも混雑して仕事にならない。一方、緊急事態宣言、まん延防止等重点措置により再び酒類の提供自粛となったので、タクシー利用者は増えない。最悪の日々が続いている(東京都)。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・朝から夕方までは病院や、新型コロナウイルスのワクチン接種で保健センターまでの送り迎えをしている。会社からのオーダーはほとんどない。暑い日が続いているので、一般家庭からは、涼しいタクシーで駅まで、という需要が少しある。夜7時頃からはほとんど無線が鳴らず、駅出で1日の仕事が終わっていく。
	×	ゴルフ場(従業員)	それ以外	・無観客での東京オリンピック開催はやむを得ないと思うが、これによる損失、経済への影響が懸念される。また、新型コロナウイルスの感染拡大が止まらない状況なので、更なる景気への影響が心配である。
	×	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のホテルでは、東京オリンピックが開催されたにもかかわらず、観光客及びビジネス客がほとんどいないため、ホテル運営事業者から約定している賃料がほとんど入らない。また、建設業の方では、公共工事以外の新規プロジェクトが少なく、民間からの受注がほとんどない状態が続いている。
	×	その他住宅[住宅管理・リフォーム](経営者)	競争相手の様子	・やはり新型コロナウイルスの影響が非常に大きい。客と接する時間が多く、内容的に時間の掛かる仕事なので、客となかなか会うことができないため、今月も変わらず厳しい。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	*	*	*
	○	化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が顕著になったのは前年4月以降であったが、前年に比べれば回復基調にある。しかし、前々年には遠く及ばない。インバウンド需要がないのが厳しい。
	○	金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・得意先から発行される先行きの見通しが分かる内示情報が増産傾向になっている。
	○	精密機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・2年前の売上水準となり、過去最高の月間売上になっている。
	○	輸送用機械器具製造業(総務担当)	取引先の様子	・自動車の売行きは前年比で大幅に増加しており、部品製造も大幅に増加している。
	○	通信業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍への対応にITを活用する企業、教育機関が多くなってきている(東京都)。

○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・東京オリンピック等のイベント警備が入っている。
○	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・1社だが既存物件の契約金額の値上げが決まっている（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	・前年の文部科学省による施策の関連業務で、要望されている仕事がある。
○	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	・仕事の引き合いが増えてきている。
□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・来客数がまだ戻ってきていない。少しずつ注文は入ってきているものの、例年の半分以下である。
□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピックが始まり、休みが多くなったせい、仕事がびたっと止まった感じがする。
□	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イベント等の中止が多く、受注が減少している。今後、どのような動き方をしていくべきか試行錯誤していかないといけない。
□	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、受注が伸びていない。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらず化粧品容器の受注が壊滅状態で、頼みの医療品容器の受注も新型コロナウイルスの影響で取引先の工場稼働率が悪く、厳しい状況に変化はない。
□	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得意先の仕事がまだまだ回復しておらず、仕事量がない。設備投資関係の仕事もなく、あっても納期が短いため、仕事が取れない状態が続いている。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年、前々年からみると、現時点で今期は2～3%の売上増になるが、新型コロナウイルス禍以前の数字と比べると5～6%の減収である（東京都）。
□	その他製造業〔鞆〕（経営者）	取引先の様子	・材料屋や同業者は依然として悪い状況が続いているようだが、当社はここへきて1年ぶりくらいにやや良くなってきている。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・前年度の受注は非常に悪かったが、今年度は順調である。ただし、鉄や鉄筋価格が高騰しているため、受注価格も上がっている。
□	輸送業（経理担当）	それ以外	・前年と比較して収益が減少している状況は変わらない。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・閑散期のため物量、収益が伸びない。
□	金融業（総務担当）	取引先の様子	・東京都はまだ緊急事態宣言中でもあり、景気は回復していない。特に、飲食業、運送業、小売業で倒産件数が増加しており、売上減や燃料高騰が響いている。建設業では、海外からの輸入材が高騰して仕入れに苦慮し、売上が伸びない。不動産業では、土地仕入値が高止まりしていて、なかなか仕入れができず、売上が減少している（東京都）。
□	金融業（役員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響により、顧客マインドはまだまだ良好とは言えない状況である。
□	不動産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスの影響は一進一退である（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・ビル賃貸業が主業務であるが、新型コロナウイルス禍が1年半続くなかで、身の回りの景気は3か月前と表面上はほとんど変わらない。ただし、取引先でもある商業テナントの状況は、デリバリーを扱う店舗以外は確実に経営状態が悪くなっていると感じる（東京都）。
□	広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・10月頃までのイベント、催事が中止になってきている。

	税理士	それ以外	・夜に商店街を通ると、飲食店に全然客が入っていない。持ち帰りの店が多いが、20時過ぎでもたくさん客が入っている飲み屋や、マスクをせずに客が入っている店もある。全般的には客が入っている店は少ない（東京都）。
	社会保険労務士	取引先の様子	・返済不要な助成金を活用したいという会社が多く見受けられる（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	・新型コロナウイルス影響前の同月と比較して、ほぼ80%の数字で推移している。
	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	・例年行われる学校関係のイベントの開催が決まらず、売上が立たない状態で、大変厳しい（東京都）。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	それ以外	・東京オリンピック効果による景気浮揚を考えていたが、無観客となったことで効果は限定的となるので、分からない（東京都）。
▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピック開催期間と緊急事態宣言の再発出により、8月は販促関連の案件がほぼ停滞状態となっている。前年よりも悪い。
▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑やゴム印、名刺印刷をしている。今月は、定番のゴム印は少額での注文があったが、印鑑受注は店頭並びにインターネット共に6日間ゼロという珍しい状況であった。その後は元に戻っているものの、やや悪いと感じている（東京都）。
▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取扱量が低迷するなか、東京オリンピック開催に伴う休日の増加で、売上の更なる減少が生じており、厳しい状況である（東京都）。
▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・7月12日から4回目の緊急事態宣言が発出されたものの、23日から東京オリンピックが開催されたことにより、新型コロナウイルスがどんどんと広がっている。前年とは対応が違うので仕方ない。当社が営業する複合商業施設も、前年は映画館、パチンコ店、地下の店舗は閉店していたが、今年は時短とはいえ平常営業をしている。当社も18時までの時短営業である。東京オリンピックの自動車ロードレースを観戦する人で、周辺がにぎわっており、感染が心配である（東京都）。
▲	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・忙しく働いているが、会社全体として売上の積み上げには至っていない（東京都）。
▲	税理士	取引先の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種は、高齢者へはほぼ行き渡ったが、それ以下の世代への接種が遅れているので、今年も夏季休暇に旅行できない状況である。預金残高は過去最高でも、市中への流通は止まっている。
▲	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、自動車関連の半導体不足による減産の影響で、大変な状況になっている。その他の加工業では、通信関係の部品受注などが増加している。新型コロナウイルス禍で対面営業ができないことで、受注減の傾向は続いている（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	・単純に仕事がない（東京都）。
×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格や家賃が下がっている。
×	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ウッドショックと、長引く新型コロナウイルスの影響がある。
×	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・今月はこれまでと比べて明らかに悪化している（東京都）。
×	金融業（従業員）	競争相手の様子	・飲食店は特に打撃を受けている。もうできないと嘆いている人も多い。
雇用関連	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・2019年比で派遣の契約開始数が70%程度まで回復している（東京都）。

(南関東)	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は3か月前比で80%となっているが、前年同月比水準では100%となっている。求人数は年計トレンドでは120%となってきたことから、回復傾向は緩やかに続く(東京都)。
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・新型コロナウイルスのワクチンの接種受付コールセンター業務、電気自動車関連の見込み需要増や生産が堅調なことから、パーツメーカーの求人が増加中で、年内は需要が続く見込みである。
	○	人材派遣会社 (経理担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で求人数が減少傾向にあるため、派遣社員の自己都合による契約終了数が減少している。企業側からの派遣契約終了も余り発生していないため、派遣労働者数全体は減少しておらず、微増傾向となっている(東京都)。
	○	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・製造業でのエンジニアニーズが少しずつ増加傾向になっている。
	○	求人情報誌製作 会社(広報担 当)	採用者数の動き	・全体的に採用数が多い案件が増えている感じがする。新型コロナウイルス禍で減っていた採用数も復活してきているように感じられる(東京都)。
	○	職業安定所(職 員)	採用者数の動き	・新規求職者の動向は新型コロナウイルス以前の数値に近いが、有効求職者数は高止まりの状況が続いている。人数は前年度を若干上回る数値で低調な状態が続くものの、紹介件数は43%、就職者数は38%増加しており、雇用情勢は回復しつつある。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数が前年比で増えてきており、採用が追い付いていない。人の動きも早くなっている。
	□	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・会社の業績等は新型コロナウイルスの影響を受けていないが、自身を含めた周囲の消費動向等は低調である(東京都)。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・派遣の依頼は、前年比7割で打ち止めとなっている。需要そのものが本格的に回復した感じはない(東京都)。
	□	人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・人材派遣、アウトソーシングのニーズが増えつつあるが、人材紹介は新型コロナウイルス前と比較して2割程度の受注減で推移しており、利益面ではまだまだ景気が上向きとは感じられない(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ワクチン接種等の国策もあり、短期稼働の派遣スタッフ依頼は引き続き多いものの、通常の派遣案件については前年より少ない状況が続いている。
	□	求人情報誌製作 会社(営業)	求人数の動き	・ここ数か月で景気の変動はそこまでないと感じるが、新型コロナウイルス感染者数が増えて、緊急事態宣言や制限などが多くなってくると、景気も良くなっていかない。当然、求人数も増えてこない。
	□	民間職業紹介機 関(経営者)	採用者数の動き	・新型コロナウイルス疲れから、就職戦線の動きは停滞気味である。学生も、より良い就職をという意識は低く、現状で仕方ないか、という感じなので動きが鈍い(東京都)。
	□	民間職業紹介機 関(経営者)	採用者数の動き	・多方面での購買力が低く、企業の生産量も低いため、なかなか活気のある回復は期待できない。やはり、新型コロナウイルス禍の影響が大きい(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より、経済が低迷している(東京都)。
	▲	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人数は一時持ち直していたが、特に飲食、宿泊、小売業において再度減少傾向にある。求職者数も減少に転じており、採用数も伸びていない。新型コロナウイルス感染拡大の影響で、求人、求職共に縮小している(東京都)。
	×	求人情報誌製作 会社(所長)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染が拡大している。
	×	新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・ほぼ壊滅状態で、言葉にならない。