

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〔生花〕（店員）	販売量の動き	・9月はお彼岸があったので、お墓参りの仏花がよく売れた。お祝いの花は相変わらず時々売れるくらいである（東京都）。
	○	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・7～8月は客が非常に少なく厳しい状況であったが、9月に入って多少は客が戻ってきて、成約率も上がっている（東京都）。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	来客数の動き	・9月は緊急事態宣言中であったが、7～8月に比べて来街者が増加傾向にあり、当店の来客数も若干ではあるが増えて、売上が大きく落ち込むことはなかった。また、飲食店でも通常営業をするところが出てきており、会計伝票など飲食店向け商材の業務需要が伸びてきている（東京都）。
	○	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・依然として新型コロナウイルスの影響が残っているが、秋期、新学期用の販売量は確保されている（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状況に全て影響されている。感染者数の高止まりの際には、店舗の一部休止や、時短営業のテナントなどの影響が大きく、商況が厳しかった。9月後半の3連休頃からは来客数の戻りがみられ、家族連れの来店が多くなり、来客数は上向き傾向にある（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の新規感染者数の著しい増加により来客数は減少していたが、今月中旬からは増加してきて、合わせて売上も伸びている。ただし、地方や海外からの観光客が回復していない状況では、し好品に動きがなく、厳しい状況は継続している（東京都）。
	○	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染者数も減少傾向にあり、緊急事態宣言解除の話が出てきたことに伴い、客の購買意欲も若干高まってきているように感じる。月中にポイントアップ期間を設定したところ、食料品以外の動きも徐々にみられるようになってきている。以前の状態に戻るまでの力強さはないものの、少し明るい兆しが見えてきている（東京都）。
	○	百貨店（店長）	来客数の動き	・9月の来客数は前年比102%で推移している。
	○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除される見込みであり、浮き足立つ様子がうかがえる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・納期が先になることが分かっても注文する客が増えている。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車販売は前年より悪化してはいるものの、在庫売りを徹底し、量を確保している。中古車は小売、卸共に順調に推移している。
	○	住関連専門店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種の進展により、消費者のマインドは徐々に好転していると感じる（東京都）。
	○	その他専門店〔貴金属〕（統括）	販売量の動き	・接客数が少ない状況に変化はないが、接客した場合は、売上につながるが多くなっている（東京都）。
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	販売量の動き	・取引先の新型コロナウイルス対策も前年に比べて落ち着いており、販売量が着実に増加している（東京都）。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除により徐々に予約が入ってきている。特に、当日の予約が大幅に増えている（東京都）。
○	旅行代理店（販売促進担当）	販売量の動き	・今月は、前半に遅い夏休みの旅行、中盤以降は連休があったので、国内個人旅行を中心に販売が進んでおり、まだまだ少ないものの、大分客が動いてきた実感がある。加えて、新聞広告などの媒体も出てきているので、秋の紅葉シーズンに向けた販売も始まり、動き出している（東京都）。	

○	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言が今月末に解除される予定ということで、僅かではあるが個人旅行の申込みが徐々に増えてきている。新型コロナウイルスの感染状況を現在の低い水準で抑えることができれば、秋の旅行シーズンに向けて旅行需要の増加が期待できる。
○	通信会社（社員）	お客様の様子	・前月の停滞感から一転、番組提供の引き合いが出てきており、前年よりも増えている。今月、成約になった案件もあり、上昇基調にあると実感している（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	販売量の動き	・案件件数、契約件数が増加しており、少しずつ動き出した感じがある（東京都）。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	お客様の様子	・来場者の再来場の回数、予約状況から、財布のひもが多少緩んできている気がする（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ワクチン接種の進展により、来場者数が増加しつつある（東京都）。
□	一般小売店 [家電]（経理担当）	来客数の動き	・9月になっても相変わらず来客数は少ない。
□	一般小売店 [家電]（経理担当）	販売量の動き	・いろいろな物を少しずつという販売になっている。新型コロナウイルス禍が長く続いているので、必要になった物を買うという感じである。キャンペーンもできていないので、こんな感じかと受け止めている。
□	一般小売店 [印章]（経営者）	来客数の動き	・当店は、アーケード街などではなく、単独の路面店だが、やはり購入目的で来店する客が非常に少なくなっている。こういう状況下なので、インターネット販売などに客が流れているのではないかと。
□	一般小売店 [祭用品]（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言下では、イベント、行事が行われず、需要がない。
□	一般小売店 [傘]（店長）	来客数の動き	・目的のある人が買物に出ているため、用事のある客しか来店しない。
□	一般小売店 [文具]（販売企画担当）	それ以外	・本来は、9月に大口案件が決まっていたので、もっと伸びるかと思っていた。店頭部門に関しては、支店の真下や横にあった銀行やATMが地域から撤退し、来客数が激減している。外商部門は大口案件でぐっと伸びると思っていたが、営業社員1人に新型コロナウイルスの家庭内感染が発生したため、なかなか思うように伸ばすことができなくなってしまった。
□	一般小売店 [茶]（営業担当）	来客数の動き	・自宅用、ギフト需要共に戻りつつあり、来客数、売上共に伸びてきている。
□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・月初の天候不順、緊急事態宣言延長などを受け、来店客数に影響があった。また、来店しても目的があって来店しているため、店内に滞留する時間が短くなっている。後半は新型コロナウイルス感染者数の減少、10月1日からの緊急事態宣言解除を受けて一部盛り返したものの、全体を通して厳しい結果となっている。
□	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・今月については緊急事態宣言が継続中であり、客の動きは依然として慎重であることに変わりはない。商環境としては、相変わらずファッション関連商材の動きが鈍く、現状の自粛ムードの中で、客の消費の行き先が定まらない苦しい状態が続いている（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言による人流抑制強化が図られ、来客数が少ない状況が続いている（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・巣籠り、在宅などのニーズで、前年はスキンケアアイテムが伸長したが、それも一巡し、結果的に来客数が少なく、厳しい状況が続いている（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が今月末まで延長され、来客数、売上共に改善はみられない（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言中のため制約されることが多い（東京都）。

<input type="checkbox"/>	百貨店（財務担当）	販売量の動き	・月末に掛けては新型コロナウイルス感染者数の減少もあり、回復基調にあるものの、月半ばまでの悪化により、ひと月を通して見ると大きな変化はない（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があり、主力商材や重点商材の価格が下がっている。客の買上点数は前年を上回っているが、平均単価が下がっている分、客1人当たりのトータルを買上額がなかなか前年を上回る状況にならない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	販売量の動き	・今月は8月よりも前年比ベースでは少し良くなっている。天候が比較的良かったことと、お彼岸も前々日は雨だったが、それ以外は比較的良かったこともある。加えて、月前半は新型コロナウイルスの感染が拡大していて巣籠り需要があった。後半になって感染者数が減ってきて、徐々に客がいろいろなところに行くようになり、やや需要が減ってきたように感じている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・緊急事態宣言下であっても、かなりの時間が経過しているため、客の購買行動は緊急事態宣言前と変わらない。ただし、酒類については、外食ができなため販売数が伸びている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	単価の動き	・買上点数、客単価は前年並みを維持しているものの、商品単価の上昇がみられない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・今月は、食料品は前年を4%ほど上回っているが、食品以外の衣料品、住まいの品などが非常に苦戦しており、トータルすると前年とほぼ同様の売上となっている。来客数は前年を若干下回っているものの、買上単価が僅かに上回っているために、売上は前年並みとなっている。ただし、10月からの値上げを控えている商材があるなかで、食品の売上がそれほど伸びていないということも多少懸念材料としてある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	単価の動き	・薬物やトマトを中心とした青果など、野菜関係が全体を押し上げており、単価が上がっている。ただし、来客数が若干伸び悩んでいるため、その分が相殺されている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・今月も前月に続き買物頻度は減っているものの、1回の買上点数が多く、客単価が上がっているため、前年、前々年の売上は上回っている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・野菜は相場高だが、売上が伸びてこない。緊急事態宣言も日常化しており、特に売上を大きく伸ばす要因にはなっていない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・買上点数が少ない。理由はまだ分析中である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・県内のショッピングセンターにも出店しているが、来客数が土日も含めてやはりまだ圧倒的に少ない。最近少しずつ増えてきてはいるが、緊急事態宣言下での自粛が続いており、まだまだ戻っていない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・客の自粛ムードから販売量、来客数の動きが鈍い。特に繁華街の店舗は継続して厳しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・前年に比べて降雨が多く、さらに、気温の低い日も続いたため、全体的な購買量が下がってきている。また、買物頻度も少なくなっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・寒さが早く訪れ、実用衣料品の売上が良いが、外出着の動きは相変わらず良くない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・9月のイベント催事の結果及び店舗売上状況をみると、計画比で7割となっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・気温が高い影響もあるが、秋物衣料の出足が鈍い。ふだん着や必要最小限の物しか買っていない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・客足が鈍いことと、商材の価格比較が多くなっている感じがする。高単価商材の動きが少ない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	来客数の動き	・9月に入り、首都圏は緊急事態宣言下で、新型コロナウイルス感染症の第5波収束の兆しが見えてきてはいるが、行動抑制が掛かる状況には変わりなく、営業面でも同様である（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、今月は少しずつ良くなってきている。
<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、緊急事態宣言が発出されている限りはいろいろなイベントができないため、売上が全体的に落ちている。特に、新車の発表会やイベントにおいて新たな注文を確保できない状況で、販売が拡大できないため、まだ決して良くはない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (店長代行)	来客数の動き	・9月は決算月で売れる月ではあるが、今年は車の納期の長期化や、新型コロナウイルスの影響があり、例年とは違う決算内容である(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	・販売量が前月とほとんど変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド] (団体役員)	来客数の動き	・台風一過の連休は、久しぶりに燃料油、油以外の商材共に好調だったが、それ以外は新型コロナウイルス禍や悪天候等により、売上は低調である(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	・東京オリンピック開催期間中の医療崩壊の影響が残っており、消費者心理が相当冷え込んでいる。飲食店の売上が低迷しているのは従来どおりだが、それ以上にアパレルファッション店の業績が悪化してきている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (仕入担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言延長の影響もあり、来客数が増えず、相変わらず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	・新型コロナウイルスの影響で時短営業をしており、売上が伸びない。もちろんケータリングもない。テイクアウトは少しあるが、ほとんど3か月前と変わらない。売上はずっと落ちたままである。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・しばらく夜の営業ができず、ランチだけの営業が続いている。大体決まった来店客で1週間が過ぎていく感じで、販売量も単価もそれほど大きな変化はない(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ワクチン接種率が上がるにつれ、客の動向に影響が出ているようである。繁華街の店舗においては来客数が増えており、売上も伸びてきている。ただし、今後についてはまだまだ見えない部分もある。前年も、秋に感染者数が減ったものの、1月以降にまた増えたので、まだ安定はしない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他飲食[居酒屋] (経営者)	それ以外	・新型コロナウイルス対策の失敗に尽きる(東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(経営者)	単価の動き	・新型コロナウイルス禍における不要不急の外出自粛により、なかなか思うようにいかないのが現状である。
<input type="checkbox"/>	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で、出かけることを控えている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言のため、ツアーは中止となっている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	それ以外	・新型コロナウイルス感染拡大の影響で閑散とした夜の歓楽街では、平均3時間は客待ちをしないと客にありつけない。出庫した以上は、ただ帰るわけにはいかないし、苦しい毎日である。今月も悪いままである(東京都)。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・緊急事態宣言中のため、客の流れがなくなっており、非常に悪い(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経営者)	お客様の様子	・9月の客からの問合せ件数は、前年同月と比較して、戸建てでは同等、集合住宅では約3~4割減となっているが、3か月前と比べると両方とも大きな変化はない。緊急事態宣言の影響を受けて提案機会が減少しているものの、訪問拒否やキャンセルは目立っていない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(社員)	販売量の動き	・緊急事態宣言解除によりどこまで来客数が戻ってくるか。それにより、どれだけ契約数を戻すことができるかを注視している(東京都)。

□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の影響により、例年比べて全国的に転居数が減っており、それに伴いインターネット等の需要が落ちている。
□	通信会社（管理担当）	競争相手の様子	・携帯電話の格安プランへの移行も一段落し、新型スマートフォンへの期待も薄い。緊急事態宣言が開けることについては、イエナカ消費とは相反するため、改善する見込みは低い。
□	通信会社（局長）	販売量の動き	・東京の緊急事態宣言下で訪問営業活動が停止し、基本サービスであるケーブルテレビ、インターネットのグロス獲得減少に加え、解約も一定程度あるので、純増ベースでマイナスになっている（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、「無駄を省き必要最低限」の意識は相変わらず強い。
□	通信会社（営業担当）	競争相手の様子	・同業他社の動きを見ると、やはり訪問型営業を中心に行っているのが、緊急事態宣言下ではほぼ動いておらず、加入者数も増えてないようである（東京都）。
□	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。加入者数が増えても総売上高が横ばいで、原価が上がっている状況が続いている。
□	通信会社（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの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）。
□	その他サービス 〔保険代理店〕 （経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響を覚悟していたが、さほど影響は感じていない。購買意欲も衰えておらず、日常に戻りつつあると感じる。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・現在進行形のものつつがなく動いている。
□	設計事務所（職員）	それ以外	・3か月前との比較ではやや下降気味とを感じるが、変わらないと言えるレベルである（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。当社が都内と関東近郊の保養地などに所有しているホテルの運営状況が非常に悪く、規定の賃料が受け取れていない。今後、Go To Travel キャンペーンが再開されることを期待している。また、住宅の売行きも良くなく、工事請負業も少ないため、良くない。
□	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍が続くなかでも、受注量の顕著な減少はない。
□	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	お客様の様子	・好調とはいえないが、低位安定の状況が続いている。建材需要の繁忙期を迎えるタイミングとしては例年以下と感じている（東京都）。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・大手の法人が引き締めている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街の通行量も若干減り気味ではあるが、買物バッグを持っている人がほとんどいないので、何よりも買物客が少なくなっているように感じている。来客数もやや減少傾向なので、今後の景気が心配である。
▲	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	お客様の様子	・9月になり、緊急事態宣言が再発出されて、人の流れがなくなり、ギフト物の需要がかなり減ってしまっている。
▲	一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・客との会話のなかで、余り良くなってきたという話をよく聞くようになってきている。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数が徐々に減少傾向にあるが、来客数がまだ少ないように感じる。
▲	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・販売数が伸びないため、暇になり、交代で休暇を取ったりして、何とかしのいでいる。なかなか新規客の需要がない（東京都）。
▲	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・6月は4月に発出された緊急事態宣言の解除もあり、客の消費マインドも上向きであった。7月下旬の新型コロナウイルス第5波以降、再びブレーキが掛かり停滞している。足元では回復の兆しを見せているものの、6月の水準までは回復しきれていない（東京都）。

▲	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・9月は引き続き緊急事態宣言が継続中であり、8月中旬以降の食品フロアへの入場制限もあって来客数が減少したことで、売上に影響が出ている。
▲	百貨店（企画宣伝担当）	販売量の動き	・売上が前年から回復していない。
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・客の新型コロナウイルス疲れというか、今までは雨が降っても翌日にはマイナス分をカバーできたのだが、今月は天候不順が続いたこともあり、売上予算未達が続いている。以前と比べても、雨が降った翌日でも買物する動向にはなく、客自体の買物に対する考え方が静観気味になってきている（東京都）。
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で社会の先行きが不透明なため、節約志向になっている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・販売量が落ちてきている（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言の再発出以降、夜間、特に深夜の来客数が激減している。深夜は客がゼロという日もあり、24時間営業の限界を感じる。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣の公共施設が閉まっているため、来客数は90%と厳しい状況である。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上額が前年を下回っている。たばこの値上げにより、月末は駆け込み需要があり、多少売上に寄与しているが、10月以降の反動減が懸念される。緊急事態宣言の解除により、外出が増えて消費が喚起されることを期待している。
▲	衣料品専門店（統括）	来客数の動き	・本来動き出す秋物、ブライダル需要の客の来店が非常に少なくなっている。
▲	衣料品専門店（従業員）	来客数の動き	・来客数がかなり減っている。
▲	家電量販店（店長）	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。
▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車販売においては、半導体不足と新型コロナウイルスの影響により海外からの部品納入が遅れており、新車の受注があっても登録ができない状態である。しばらく売上減少が続く。
▲	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・半導体不足の影響により新車の納期が不確定なため、商談などでうまくいかないケースが増えてきている。客も車検の時期を考慮して購入を検討しているので、車検前に納車されないと分かると、購入意欲が薄れてしまう。
▲	住関連専門店（統括）	来客数の動き	・来客数の減少に伴い、販売件数、販売額も減っている。
▲	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	お客様の様子	・9月前半は新型コロナウイルスの感染が、かなりまん延していたので、客の来店がとても悪かった。
▲	その他小売 [生鮮魚介卸売]（営業）	お客様の様子	・今月末で緊急事態宣言が解除される見通しということもあり、期待している業者が増えている（東京都）。
▲	高級レストラン（役員）	単価の動き	・緊急事態宣言の延長中だが、新型コロナウイルスの感染者数に歯止めが掛かってきている。雰囲気は改善基調ではあるものの、政府からの指示に従い、酒類の販売は引き続き行っていないため、単価が低く、売上が戻らない（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・IT系企業の撤退、事務所縮小が目立ち、来客数が更に減少している（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言中のため客が少ないが、連休に入ると客が増えてくる。景気が良いか悪いかというと、決して良くはなく、客はやはり新型コロナウイルス感染を気にしながら食べているという印象である。

▲	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	販売量の動き	・景気が良くなってくると皆が期待をしているが、新型コロナウイルスの感染者数が減少してきているものの、収束はいまだに見えてこない。次々と出てくる変異株やブレイクスルー感染もある。不安材料が減り、明るい未来が見えてきたときに、消費が増え、景気も上向きになってくるのではないかと。今年はお盆の長雨や台風など、天候に恵まれないことも要因ではないかと思う。メディアから流れてくる情報に一喜一憂しているようにも感じる（東京都）。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・8月の反動があり、3か月前と比べて稼働が10%落ちている。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・以前は普通に乗ってくれていたオフィス街のサラリーマンが、どういわけかずっと乗ってくれない。昼間のサラリーマン利用が戻らないので、タクシー業界としては非常に苦しい（東京都）。
▲	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでいるとは思いますが、相変わらず人出がない。
▲	通信会社（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による半導体不足のため、受注しても機器の納品ができなくなってきている（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の感染拡大により、客と対面で接する営業機会が大きく減少している。新たな営業手法も定着しておらず、新規契約数が落ち込んでいる。
▲	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・東京オリンピックの成功などによりゴルフプレー意欲が旺盛になり、9月は降雨が多かったものの稼働率は底堅く推移しており、ゴルフ会員権相場も上昇基調にある。9月中旬以降、新型コロナウイルスの感染者数が減少傾向にあり、10月の予約状況も高止まりが続いているが、会員制ゴルフ場においては来場者数の中心は会員であり、レストランにおけるアルコール飲料提供制限もあり、収益性の低い状況が続いている。
▲	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が9月末まで延長されているなか、ちまたで言われているほど人流は増加しておらず、依然として外出自粛が続いている。
▲	競輪場（職員）	競争相手の様子	・無観客開催が続いており、インターネット販売が一人勝ちの構図となっている。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・若い人の来店頻度はそれほど変わらないが、50歳を過ぎた年配者の来店頻度がまだ鈍っている気がする。
▲	その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	販売量の動き	・自動車販売業界では、メーカーに半導体が供給されないため、納期が非常に遅れている。受注した車についても、売上として計上できない状態である（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が今月で収束すると見込んでいるので、多少なりとも良くなる。今まで営業の展開ができず、動きが取れなかったため、これからに期待している。
▲	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・民間発注が少ない分、官庁案件に殺到し、受注競争が激しくなっている。
▲	設計事務所（所長）	お客様の様子	・相談話だけで、話を進めるのか止めるのか全く見当がつかず、中途半端な状態が続いている（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約100%を達成し、やや良い。しかし、3か月前と比べると販売量が約17%落ちているので、景気はやや悪くなっている。3か月前の販売量が好調だったため、それと比べると景気はやや悪くなっているように感じるが、5か月連続で販売量は目標数字を達成している。また、3年以上在庫になっていた分譲地も、問合せ等の反響が増えて、契約が成立している。
▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・例年の9月より受注量が少ない。
▲	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・地価が下らず土地の仕入れに苦戦している。情報は入ってくるものの、なかなか事業計画に載る数字では買えず、パワービルダーやエンドユーザーに流れている状況である。アパート用地にもかなり影響が出ている。

▲	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	競争相手の様子	・とにかく長引く新型コロナウイルスには閉口している。今後、新型コロナウイルスの影響で景気が悪くなったら、本当に業務内容を変更せざるを得ない。
×	商店街（代表者）	それ以外	・9月後半になって新型コロナウイルスの新規感染者数が減少に転じ、少し明るさが見えてきたが、8月後半～9月前半までは、飲食店を中心にとってもひどい状況であった。ただし、自粛疲れ、ウィズコロナ的な動きもあり、来街者数は休日を中心にとっても多くなっている。総括すると、夜の店が全く駄目なので、商店街としては悪いと判断するしかない（東京都）。
×	一般小売店〔家電〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で本当に先が見えない。取引先の人が仕事を辞めたりもしている（東京都）。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・政治経済への不安が消費に悪影響を与えている。
×	百貨店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況によって来客数が左右される。特に、土日を中心に影響が出ており、厳しかった前年をも下回る来客数、売上となっている（東京都）。
×	乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・新車の納期が大幅に遅れており、販売できたとしても売上計上できるのは半年後など、お金が入るのが先になっており、目先の状況が厳しい（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し、可処分所得が減少傾向にあるのか、財布のひもが固い（東京都）。
×	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・各自治体の緊急事態宣言やまん延防止等重点措置に準じて営業又は休業を判断している。加えて、酒類提供禁止が大きく響き、全16店舗中11店舗が開店休業の状態である（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の6月1～28日までの前年比は、売上63.4%、来客数52.5%という結果である。今年9月1～28日までの前年比は、売上24.96%、来客数27.7%である。今月も5店舗中4店舗が休業している（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言中で、夜に酒を提供できないので、昼だけで夜は営業していない。昼も客がほぼ1人で来店するので、通常の10分の1程度の売上しかない。
×	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・あらゆる点で景気悪化を体感できる状況となっている。
×	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言中で、酒類も提供できないため、売上は3か月前と比べてもかなり減ってきている。
×	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・緊急事態宣言の月末までの再延長により、更に動きが止まってしまい、特に宴会については特出するイベントがない月ということもあり、ここ数か月で一番売上が悪い。宿泊も低稼働が続いており、危機的な状況に変わりはないどころか、一層悪くなっている。
×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・緊急事態宣言が延長になり、行動が制限されていたため、売上につながっていない。2019年度比24.9%である（東京都）。
×	旅行代理店（従業員）	それ以外	・新型コロナウイルス感染第5波により9月の受注案件が全て日程変更や中止となっており、収益を上げられないなかで手間ばかりが掛かっている。
×	タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言が9月末に解除されるようだが、すぐに利用が増えるわけではない。いまだに夕方辺りから無線配車が止まり、駅出し中心の仕事に変わり、1時間に1回営業できれば良い方である。昼間はそこそこの利用があるが、ほとんどが病院の送迎と、一般家庭からのオーダーである。
×	タクシー（経営者）	来客数の動き	・悪い状況は仕方がないと思うが、飲食店を休業させるのであれば、飲食店以外にも気持ちでも補償をするべきである。借入枠だけ増やしても、返さなければならないので、思うように借り入れることができない。また、返済期間、返済額などについても、中小企業を何とか支援しようという政府の思いは感じられない。

	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・緊急事態宣言は9月末で解除される見込みだが、その反動が恐ろしい。人流が一気に増え、新型コロナウイルスのこれまで以上の感染拡大が予想される。経済、社会が思うように動かず、一層の景気悪化が懸念される。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて受注が増えて、向こう3か月は仕事がある状況になっている。
	◎	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	・新規の依頼が増えてきている。
	○	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・月の前半は緊急事態宣言延長で中止になる案件が発生したが、後半は解除後に向けた動きが活発になり、案件が多く動いている。
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・競合他社の勢いが沈静化している様子で、年度末に掛けて受注が増幅している（東京都）。
	○	税理士	取引先の様子	・長きに渡った緊急事態宣言が解除され、少し経済が動くかと予想している。新型コロナウイルスのワクチン接種の進展や特効薬の出現で、相当の強みが得られている。
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・施設警備の新規案件、公共事業案件等、順調に受注できている。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と変わらず今月も非常に良くない（東京都）。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今の状況では3か月前と変わらず、景気が良くなっているとは思えない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・予想より受注量が少なく、景気が悪い（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イベント等が中止や延期となり、それらに伴う印刷物が激減し続けている。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・印鑑やゴム印、名刺印刷をしている。今月は、法人設立の印鑑の注文が3本あった。印鑑リフォームの注文は主にインターネットで受けており、通常は10万円を少し超える売上があるのだが、今月はやや少ないものの、9万円くらいである（東京都）。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・電気電子、自動車向けの仕事元々ないので、初夏の頃と比較しても個人の購買が上向かず、身の回りの景気は低迷したままで変わらない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は増えているが、同業他社でトラブルがあり、その分がこちらに流れてきているからで、全体の景気が良くなったというわけではない。
	□	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滞っていた海外工場の生産ラインが少しずつ動き始めたようで、ぼちぼちではあるが発注が掛かり始めている。しかし、以前に比べれば1割程度で、回復軌道には程遠い。
	□	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はまだ続くようだが、緊急事態宣言が解除されるということで、取引先の仕事少し動き出したようである。営業力を発揮して仕事を確保し、生産を上げるようにしたい。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染対策の緊急事態宣言が間もなく解除されるが、いつまた振り返すか分からない状態が今後も続く（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	・当社は製造業だが、10年前より自動車部品の比率を下げたことで、現在の生産調整には余り左右されていない。半導体産業の比率が高くなっているため、品薄感のため増産が続く、会社全体では2年前の水準を維持している。
	□	その他製造業〔鞆〕（経営者）	取引先の様子	・バッグ業界は非常に悪い。業界全体は余りよく分からないが、自分が知っている限り、周囲は仕事がなく大変困っている。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・全体的に順調だが、機器類や材料がなかなかそろわない。

<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取扱量の減少が続く状況下、新年度に入って6か月間の売上合計が前年を下回っており、依然として改善の兆しは見えず、売上の低迷が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体不足の影響か、荷主であるメーカーの生産が減ってきているように感じる。第1四半期はそれほどでもなかったが、第2四半期になってから受注量が特に減少してきている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・秋風が吹き始め、閑散期を迎えるが、新型コロナウイルスの影響で例年にも増して物流量が減るのではないかと考えている。
<input type="checkbox"/>	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期に入っているが、物量が増えないことで収益が伸びてこない。
<input type="checkbox"/>	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・7月を底に、横ばいの状態である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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で飲食業や旅行業の売上は戻っていないが、最近は感染者が減少していることから、やや持ち直している。リモートワークが多くなっているため、自宅を購入する人が増え、建て売りの売上が好調である。その他の業種では、運送業は燃料高騰が続いていることから経費が増加して厳しい一方、新型コロナウイルスの影響で職を失ったパート等がいるため、人手募集は簡単になっている。いずれにしても、今後の感染状況が景気に影響する（東京都）。
<input type="checkbox"/>	金融業（役員）	取引先の様子	・今後、緊急事態宣言の解除、又は新型コロナウイルスの収束が図れた時期に、消費者のマインドも含めやや景気が上向きになる。
<input type="checkbox"/>	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・空室となっているオフィススペースが一向に埋まらない。企業も新型コロナウイルス禍が落ち着くまでオフィスの移転、拡張は様子見といった考えのようである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	税理士	それ以外	・夜に近隣駅の商店街にある飲食店をのぞくと、新型コロナウイルスの影響で営業していない店もあるが、緊急事態宣言中でも開いていて、客が騒いでいる店がある。通常は20時までだが、新型コロナウイルスの影響で人が入っていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	社会保険労務士	取引先の様子	・雇用調整助成金等を使いたい会社が多く見受けられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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制限が長引き、打撃を受けている客がいる。
<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルスがまだまだ大きく影響している（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	・取引先工場の稼働の低迷が続いているものの、僅かながら回復傾向がみられ、前年比5ポイント減少の状況にまで回復してきている。
<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	・新規の契約単価は実勢に合った単価になっているが、既存契約単価の値上げはペンディング状態になっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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	・緊急事態宣言が続いているなか、画質や音質にさほどこだわらないオンラインなどが多くなり、編集や撮影などの仕事が減っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	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	・前年並みの仕事を受注できている（東京都）。
<input checked="" type="checkbox"/>	出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・電話が鳴らない。見積依頼のFAXも来ない状態が続いている。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体不足などによる受注量の減少について、取引先から事前に説明があったものの、その後の展開については、取引先の説明どおり回復に向かうのかは不透明である。
<input checked="" type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・自動車業界は、海外での半導体やハーネス等の供給不足により、大規模な減産を余儀なくされている。当面、工場の低稼働状態は続くと言われている。

	▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・大手不動産業界各社の紙を使ったダイレクトメールが充実している。昔はチラシのポスティングがほとんどだったが、最近は3枚ほどの印刷物で、主な活動、サポート、サービス、調査、修理等々の相談カードに返信用封筒までと、懇切丁寧である。共有物件、賃貸物件等も売却の場合は相談をと記されている。これだけ相当な件数に軒並み送られているようでは、大手にかなわない（東京都）。
	▲	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・発注の減少やイベントの中止等からの回答である（東京都）。
	▲	広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・緊急事態宣言の9月末までの延長に伴い、年内のイベント催事はほぼ中止となり、下げ止まりが見えてきている。
	▲	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	・長引く緊急事態宣言の影響があると思われるが、東京オリンピック終了後は受注数が落ち込んでいる。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・販売の流通は良くなってきているが、価格が余り上がっていない。
	×	建設業（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で動きが悪いことに加え、建材の価格も上がっている。
	×	金融業（従業員）	取引先の様子	・建設業でいえば、受注単価の下落が続いており、その上に鋼材、材料費の高騰が追い打ちを掛けて、苦しさが増している。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数が増加し、有効求人数は8月の1.98倍となっている。肌感覚としても人手不足感が出てきている（東京都）。
	◎	学校【大学】（就職担当）	求人数の動き	・観光業界の求人が少しずつ動き始めている（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・受注は、3か月前比では100%を割っているものの、前年比では共に前年を20%以上上回っており、堅調に回復傾向にある。長期稼働者数も前年同月比で10%弱まで回復してきている（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・主軸である派遣事業の受注そのものは回復しつつある（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	それ以外	・派遣就業者数はここ数か月微増傾向となっている。企業からの派遣求人は、新型コロナウイルスの影響もあってさほど多くはないものの、前年に比べると増加している。それに加え、派遣社員からの契約終了意向が減少していることもあり、派遣就業者数の増加につながっている（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・製造業向けのエンジニア派遣の引き合いは回復傾向にあるものの、現在の景気が良いといえるまでの景況感はない。
	○	求人情報誌制作会社（営業）	求人数の動き	・9月は新型コロナウイルス感染者数が減少し、10月からは緊急事態宣言が解除されようとしている。解除されるとあれば消費も少しずつ動き出し、企業の求人活動も少しずつ増えてくることが予想される。時期的にも、夏を終えて9～10月は求人が多くなるので、景気の上向きに期待したいところである。
	○	求人情報誌制作会社（広報担当）	採用者数の動き	・自社、周辺企業共に中途採用を積極的に行っている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・会社の業績、個人的な消費活動に変化がみられない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・引き続き求人数は横ばいである。短期案件は継続的に多いものの、長期安定的な求人は少なく、新型コロナウイルスのワクチン接種率の上昇によって、変化が出てくるか期待しているところである。
	□	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・新規求職者数は3か月連続で前年同月を下回っている。新規求人数は増加に転じているが、新型コロナウイルス発生以前の7割程度であり、紹介、就職件数共に前年同月を下回る状況に変化はない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は前月比で微減となっている。ここ3か月間ずっと大きな変化がなく、新型コロナウイルス後を見据えた求人再開は比較的鈍い動きとなっている（東京都）。

□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・来期採用のインターンシップイベントが開催されているが、参加企業は例年より少ない。採用数を増やすという明確な決定はまだできず、もう少し景気の動向を見ようという判断だと思われる（東京都）。
□	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	・技術系職種への求人は全般的に高いが、一般職種はそうでもない。この状況はしばらくは変わらない（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3か月前に比べて、求人数が少し減少している。
▲	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・官公庁からの複数の受託案件が終了するが、それを補うほどの受注を現状では見通せていない（東京都）。
×	求人情報誌製作会社（所長）	求人数の動き	・客から話を聞く限り、仕事が減ってきている。