

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)	◎	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・現在は全館で営業を再開しているので、食料品もそれに伴い若干戻ってきており、生鮮を中心に非常に良い。お中元ギフトも前年の売上を確保できており、良い兆しが見えてきている（東京都）。
	◎	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による巣籠り需要で、自宅での食事が増え、肉類を中心に食品の売上が好調に推移している。猛暑による青果の価格高騰も追い風となっている。
	◎	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・5月と比較すると売行きは良い（東京都）。
	◎	その他専門店【貴金属】（統括）	販売量の動き	・3か月前は自粛期間のため、売上がほぼゼロであった。現在は営業再開しているため、売上を確保できている（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前は稼働率10%を下回っていたため、それと比べると少しは回復している。
	◎	旅行代理店（販売促進担当）	販売量の動き	・3か月前に比べると、8月は個人旅行が良くなっているが、新型コロナウイルスの影響のなか、全体的には非常に厳しく、特に団体旅行は9割減くらいである。海外個人旅行も9割強減少しているが、唯一良い国内個人旅行が7～8割強の盛り返しで、数字を支えている（東京都）。
	◎	通信会社（経営者）	お客様の様子	・3か月前は、新型コロナウイルスの影響により在宅勤務主体での営業活動であったが、8月は、一部制限はあるものの通常営業に戻しているため、営業的には大きく回復傾向にある（東京都）。
	◎	観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響で営業ができない状態であった。今は営業しているため、3か月前よりは良くなっている（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数字の約116%となり、良い。3か月前と比べても3.5倍となり、明らかに良くなっている。新型コロナウイルスの感染拡大に伴う緊急事態宣言の解除後に来場者が増えたが、ようやく販売量に結び付いている。8月は長期休暇もあり、在宅率も高く、商談数が増えた結果である。
	◎	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響がなくなり、受注が伸びている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・最近、商店街の通行量も少しずつ回復傾向にあり、それに伴い来客数もやや増えてきている。以前は本当にひどかったが、最近になって、やや回復とまでいかないものの、少しずつ客が増えている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・緊急事態宣言解除の頃と比べれば明らかに良くなっている。新型コロナウイルスの影響があるなかでの消費行動に客が慣れてきて、正しく恐れるようになってきたと感じる。ただし、3か月前と比べれば良いと感じるだけで、通常からするとかなりの厳しさが飲食を中心に続いている（東京都）。
	○	一般小売店【家電】（経理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響と急な暑さにより、エアコンの売上が好調で、8月になっても注文が入っている。
	○	一般小売店【家電】（経理担当）	販売量の動き	・暑さのせいもあり、エアコンが動いている。客に営業はかけられないが、電話の問合せやホームページなどから注文が入っている。ただし、新型コロナウイルスの影響による品不足があるので、商品の確保が大変である。
	○	一般小売店【家具】（経営者）	販売量の動き	・8月に入り、客が少し増え、販売量も多少増えている。特別定額給付金の10万円が幾らか還元されているのかもしれない（東京都）。
○	一般小売店【文具】（経営者）	販売量の動き	・7月末頃からほぼ前年どおりの売上にまで回復してきている。ただし、法人客による店頭での買物は、テレワーク等の影響を受けて減少傾向である（東京都）。	

○	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	販売量の動き	・当地域は流出人口が多いのだが、その人たちがテレワーク等で東京方面になかなか行かないということもあってか、来客数が増えている。マスク等の感染防止商品を買っており、それがよく売れていることもあって、店頭部門は2けた成長である。一方、外商部門は、大手の法人がストップしていることもあり、若干下がっている。
○	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・来客数、売上共に前年比10%減で、思っていたほど減少してはいない。
○	一般小売店〔茶〕（営業担当）	販売量の動き	・悪い状態だが、少しは注文が戻りつつある。ただし、全然元のような状況ではない。会場が取れず催事ができない。従業員も交代で休んでいる状況である（東京都）。
○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・前月同様、緊急事態宣言下の5月との比較では、良くなっているという回答になる。実態の客の様子は、ここ数か月と変わらず、非常に慎重である。紳士、婦人共にファッション関連の今年の春夏商材の動きは、厳しいまま終わろうとしている。現在もバランスの良い客の購買行動にはなっていない（東京都）。
○	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・3か月前の5月は緊急事態宣言を受けて店舗の大半が臨時休業をしていた。現在は営業を再開しているため、その当時に比べれば来客数は回復している。しかし、前年比でみると引き続き厳しい状況である（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・現在の足元は悪いが、3か月前と比較すると改善してきている。来客数も15%ほど改善してきている（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	それ以外	・3か月前は、緊急事態宣言が解除される月末までは食品のみの営業となり、売上に大きく影響のあった月であるため、比較すると景気は良くなっている。しかし、都内の感染者数が増えていることなどから、来客数の回復傾向も止まっており、景気が良いとはいえない。
○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・4～5月頃の緊急事態宣言中と比較すれば業績は伸びているが、前月と比較すると厳しい。前年に比べて夏休みを利用した遠方からの来街者が減少している（東京都）。
○	百貨店（店長）	来客数の動き	・営業再開直後の来客数は前年比6掛け程度であったが、今は安定して70%を超えている。特に、食品は売上についても前年を超える日がかなり出てきている（東京都）。
○	百貨店（企画宣伝担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大防止のため営業品目の制限をしていた3か月前に比べ、営業再開後の品目拡大分は売上が増加している。前年同期比では下回っている。
○	百貨店（副店長）	来客数の動き	・3か月前の5月は臨時休業の時期があり、販促活動もしていなかったのが比較は難しいが、客の行動は活発になっている。食品売場において特に顕著である（東京都）。
○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・衣料品や住まいの品に関しては、頻度性の高い物は前年並みだが、お出掛けや帰省等に関連する物、おしゃれ関係は非常に数字が良くない。逆に、新型コロナウイルスの影響によるステイホームのため、食料品に関しては、ほぼ全品で売上が前年比で1～2割上回っており、店全体としても約1割前年より売上が伸びている。
○	スーパー（総務担当）	単価の動き	・自粛疲れが出ていると感じる。遠出できない分、買物で気を紛らわそうとしているように見える。
○	スーパー（ネット宅配担当）	お客様の様子	・今月は晴天に恵まれ、売上が安定して伸びている。お盆商戦も今年は長丁場で特に大きなピークはなかったが、ある程度高水準で売上が推移している。
○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で、来客数は減っているものの、客単価だけは上がっている。
○	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で、自宅にすることが多いことが一因と思われる。

○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・まだまだ景気が良くなっているとはいえないが、3～4月と比べれば少しずつ上向きになっており、人も少しずつ出始めている。当社はショッピングセンターにも入っており、まだ80～85%程度だが、少しずつ客が戻ってきているように感じる。
○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・マスク等の衛生商材の需要が多く、売上は取れている。来客数も多く、天候も夏物衣料には良い状態になっている。
○	衣料品専門店（統括）	販売量の動き	・3か月前と比べるとリモートワークが減り、働くビジネスマンも多くなり、必要な物を買に来る客が増えてきている。
○	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・最近は来客数が前年並みに戻ってきて、活気が出てきている。
○	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・販売量が増加傾向にあり、勢いは続くように感じる。客の購買検討も多く聞かれるようになってきている。
○	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	来客数の動き	・ドラッグストアは来客数が増えているため、売上が前年比120%である。しかし、調剤薬局は患者数が減っているため、売上も前年比85%であり、全体では微増である。
○	その他専門店 [雑貨]（営業担当）	来客数の動き	・3か月前は緊急事態宣言の発出に伴い休業していたため、単純比較では増加している。しかし、宣言前の3月との比較では63%減少している（東京都）。
○	その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	販売量の動き	・3か月前と比較すると販売量は増加しているが、前年比では減少している。天候が良いので、洗車が好調である（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前は一番のどん底で、新型コロナウイルスの影響で客が1人も来ないような状態が続いていたので、それと比べたら少し良くなっている。今は落ち着いているので、少しずつ回復して、景気が戻ってきている。
○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の5月1～28日までの前年比は、売上30.0%、来客数27.0%である。今月8月1～27日までの前年比は、売上58.1%、来客数53.6%である（東京都）。
○	その他飲食 [居酒屋]（経営者）	来客数の動き	・3か月前は自粛要請が出ていたため、当然その頃よりは人が動いており、売上も上がっている。ただし、前年に比べると人の動きは半分以下で、決して良い状態とは言えない（東京都）。
○	都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響がまだ続いているが、少し回復している。
○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・3か月前と比べ、Go To Travelキャンペーンの影響もあり、徐々にではあるが宿泊の稼働、売上共に伸びてきており、お盆期間中の稼働は80%を超えた。平日稼働は相変わらず低調ではあるが、緊急事態宣言発出直後の数字に比べれば伸びは大きい。
○	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・4～5月の新型コロナウイルス感染第1波の頃は来店客が皆無だったが、Go To Travelキャンペーンが始まった7月下旬から徐々に来客数が増加してきている。
○	通信会社（社員）	お客様の様子	・集客の大きな催しが始まり、新型コロナウイルスへの意識や対処が変化してきているようである（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・元どおりのセールス活動を行うことができおり、ほぼ通常どおりの販売数も確保できている。
○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言下に比べ、契約数は伸びてきているが、在宅勤務者自体は3か月前よりも減ってきているため、多チャンネル、OTT、高速インターネットの需要は若干減っているように感じる。
○	通信会社（管理担当）	お客様の様子	・やや良くなっているといっても、3か月前が悪過ぎたので比較にならない（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・前月に比べて、加入希望の反響が少しではあるが増えてきている。数か月前は買い控え等が目立っていたが、当面は新型コロナウイルスの状況が変わらないと判断しているのか、徐々にではあるが、買い控え等がなくなってきたように見受けられる（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の影響に慣れてきた感がある。
○	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者数が高止まりしている不安要素はあるものの、政府が打ち出すGo Toキャンペーンを始めとした景気対策が、僅かではあるが良いマインドを生み始めている。
○	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・3か月前の5月と比べると多少良くなっているということであり、今後景気が浮揚し、受注が増加する気配は感じられない。
□	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、3か月くらい前までは品物が入ってこなかったりしたが、それが徐々に入ってくるようになり、売上が多少持ち直してきている。ただし、今までの負の部分がかなりあるので、経営状況は大変である（東京都）。
□	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・毎年この時期は多くの客が祭り用品を購入するのだが、祭りの中止によりほとんど販売量がない。
□	一般小売店〔傘〕（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言解除後は、来客数が戻ってきたように見えたが、次第に静かになってしまっている。
□	一般小売店〔生花〕（店員）	販売量の動き	・花屋は駄目である。自粛になってしまってから、お祝いごとの花が売れなくなってしまっている。仏花だけが多少売れているくらいで、本当に最悪の状態である（東京都）。
□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・来客数は前年比70%で推移している。新型コロナウイルスの影響で高齢客の戻りが鈍い（東京都）。
□	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・メディアによる新型コロナウイルス感染者数の報道により来客数が左右されている。収束の見通しが立たないため、景気が上向きになることはない（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・来客数は回復傾向にあるものの、依然として前年を下回っている。売上は、衣料品は厳しい状況が続いている一方、外食を控える影響から、総菜や生鮮食品を中心に食料品が好調である。全体的には、通勤客の減少により、夕方以降の来客数と売上が減少している（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・3か月前は営業自粛期間中のため比較はできないが、従来の集客のための施策に対するヘッジ策が、まだ効果につながっていない（東京都）。
□	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子を見ていると、広告初日の安価な商品やポイント何倍の商品、タイムセールをやっている店など、お得な店や時間帯を利用して、少しでも安い物を買おうとしている状況がみられる（東京都）。
□	スーパー（経営者）	販売量の動き	・3か月前と同じように良い状態が続いている。3か月前は来客数が大分少ない代わりに客単価が高かったのだが、客単価は高い状態のまま、来客数も大分増えてきている印象である。以前はもっとまとめ買い需要が多かったが、それが徐々に薄れてきている。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・1人当たりの買上点数や単価が前年比で110%くらいに伸びている。来客数は前年と大して変わらないが、買上点数と単価が上がっているため、売上は良い形で推移している（東京都）。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年並みで、相場高による単価の上昇で売上が維持されている。販売量の増加は一向にみられない（東京都）。
□	スーパー（店員）	販売量の動き	・猛暑の影響により、飲料や乾麺類を始めとした夏物商材の動きが非常に良いことと、新型コロナウイルスの影響による内食需要の高まりにより、酒類の売行きが伸びている。
□	スーパー（営業担当）	単価の動き	・このところの猛暑のお陰で夏物商材の稼働がみられるものの、買上単価の下落により、それが相殺されてしまっている（東京都）。
□	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・今年のお盆は帰省しなかった家庭が多く、帰省ギフトは不振であったが、家族で過ごした家庭が多かったようで、ごちそうメニューの少量目の商材の動向が良かった。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・夜間、深夜の来客数は減少しているが、昼間の客単価が上昇しているため、売上としては変化はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されてから、客は多少増えているが、子供に何か買ってと言われても親は駄目と返す感じで、本当に必要最小限の物だけを買って求めているようである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・気温が高い日が続いたにもかかわらず、飲料やアイスなどの販売が前年ほどは伸びず、販売量全体が低い傾向が続いている。盛夏期の売上が取れていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・当社の主要事業である着物、ドレス事業の集客イベントがあったが、集客予約は80%で終わり、販売実績も同様の結果となっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前は休業要請で7日間しか営業していないので、比べようがない。年配客を中心としている当店は、新型コロナウイルス感染第2波や暑さの影響で、客が全く出てこない。ニーズに合わせて、ファッション性のあるマスクの売場を展開し、ターゲットを学生や男性、幅広い年齢層に広げたため、少しずつではあるが購入してくれる客が増え、売上も取れるようになってきている。洋服も出掛けないので買わない雰囲気だったが、セールで単価は取れないものの、動いてきており、前年比85%になっている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・エアコンを中心に夏物家電と調理家電は順調である。リフォームは依然として低調である。インターネット販売が前年比を大きく上回り、更に伸びる勢いである。店頭に来客数は、都心部を中心に前年比ダウンである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・お盆が過ぎて、客の購入意欲も落ち着き始め、例年どおりの動向になっている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	販売量の動き	・季節性の影響に左右されやすい時期だが、特別定額給付金の影響で通常よりも販売が多い状況がまだ続いている。来月くらいまでは同じ流れではないか。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響もあり、インバウンド需要は蒸発したままである。今月は急激な猛暑となり、店舗も奮闘しているため、前年実績に迫っている。一方、非接触のECは好調と、大きく様変わりしている（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。前月は良かったが、今月は前年比5割減となっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・代替を提案したが、新型コロナウイルスの影響で建築系の仕事は減っているようで、先行きが見えないため、車検を取るというユーザーが増えている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	お客様の様子	・新型車への反応が鈍化し始めている。サービスについては、事故が減り売上が減少している。中古車市場は回復傾向にある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響により客の購買動向が不透明である。
<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	・良い方向に向かっているのかと思ったが、月末に決算で計算してみると、変わっていなかった。
<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	・新型コロナウイルスの影響のなか、新しいライフスタイルにも慣れてきたのか、良くも悪くも消費に大きな変化はない（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の影響で、少人数の個人利用は多少あるものの、法人利用がほとんどなく、今月も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	・テレワークの影響で、ランチは一時に集中する忙しさが少ない。夜は8時には客足が途絶える（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・外出自粛後は若干期待を持っていたが、東京都の新型コロナウイルス感染者数の推移や商店街内部での感染者の発生などを受けて、客がとても慎重になってきている（東京都）。

<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・フリー客は大分戻ってきているが、やはり10人以上集まる会食などの予約はなかなか入らないので、3か月前と同じ状態が続いている(東京都)。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・当社は、飲食店経営(専門料理レストラン)と農産加工品の輸入卸業を営んでいる。レストランの売上はほぼ前年並みに回復してきているが、輸入卸の方は取引先の半数が都内にあるため、その分の売上回復が遅れている。
<input type="checkbox"/>	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により、レストラン形式の単価制社員食堂部門が大幅な赤字を計上している。売上がゼロ又は前年度比6~7割減程度に落ち込んでいる(東京都)。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・Go Toキャンペーンが始まったが、東京は除外されたため、全く効果が上がっていない。また、近隣の大型コンベンション施設の状況も相変わらずで、東京オリンピック開催が延期された後、イベントが埋められず、稼働ゼロの状況が続き、宿泊も低調が続いている。法人の需要も全くなく、宴会、会議等もほとんどない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・国内旅行はGo Toキャンペーンのお陰で問合せや申込みはあるが、単価が低く、起爆剤にはなっていない。海外旅行は、期待していたハワイの受入れが延期になり、今後の動きも不透明である。その他の国も新型コロナウイルスのワクチン、治療薬ができないと来年も厳しいと思われる(東京都)。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・今月も売上の減少が続いており、チケット利用客がほとんどいない。法人利用客が戻らない限りは下げ止まらない。都の時短営業要請がボディブローのように響いており、夜10時以降の利用客は壊滅的に悪い(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の感染者数が一気に減らないため、夜の人の動きが全くない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経営者)	お客様の様子	・3か月前と比べて、景気の良い客、悪い客の比率が変わっていない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(管理担当)	販売量の動き	・在宅勤務が継続する見通しがあり、宅内のインターネット環境の整備を検討する客が増えている。特に、高速インターネットと安定したWi-Fiサービスについては、販売量が前年比約110%と好調で、堅調な販売実績を維持できる見通しである。
<input type="checkbox"/>	通信会社(局長)	お客様の様子	・対面営業を主としている当社において、特に東京エリアの客の反応が、アポイントを取っていても当日キャンセルになったりと、宅内に入ってほしくない傾向が強くなってきている。したがって、契約も下降トレンドになる(東京都)。
<input type="checkbox"/>	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、無駄を省く意識から必要最低限の内容を選択する傾向が相変わらず強い。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経営企画担当)	お客様の様子	・案件数の変化が余りみられない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経理担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、固定費削減の意識が一層高まり、契約の見直しで1顧客当たりの平均売上が下がりに続けている。
<input type="checkbox"/>	通信会社(総務担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染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)。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設[総合] (広報担当)	来客数の動き	・催事の集客に人数制限があること、都内の新型コロナウイルス新規感染者数が増えていること、Go To Travelキャンペーンから東京が除外されていることなどから、来場者数が例年と比べて大きく減少している(東京都)。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設[ボウリング場] (営業担当)	来客数の動き	・8月も7月と同様である。お盆休みの平日は土日祝くらいの来場者数があったものの、それ以外は特段の変化はない(東京都)。
<input type="checkbox"/>	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売上が減少すると考えていたが、客の様子からは新型コロナウイルスへの警戒感をさほど感じられない。何となく慣れを感じる。

□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・3か月前と同じプロジェクトを変わらずに続けている。
□	設計事務所（所長）	お客様の様子	・前へ進む話はほとんどなく、多少話が聞こえてきても原価割れするような内容で、とても受注することができない（東京都）。
□	設計事務所（職員）	それ以外	・建築業界の発注案件数は、官公庁、民間共に大きな変化はないと感じており、受注推移も順調である（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、不動産は大きく変化していない。客も大分動いてきているようである。投資用アパートより相続対策向けのアパート購入が動いているように感じる。
□	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建築資材の動きは低調なまま推移している。少し回復している現場もみられるが、底上げするほどにはなっていない（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、お盆の帰省土産の売上がかなり悪い。
▲	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か、来客数も売上も少なくなっている（東京都）。
▲	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響及び猛暑により、来客数が非常に厳しく、食料品を中心に厳しい状況が続いている。高額アイテムに関しては継続して厳しく、前月まで堅調に推移していた衣料品の動きも鈍化し、全体として厳しい結果となっている。
▲	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・前年は8月中旬くらいから消費税率引上げ前の駆け込み需要があったため、反動で前年比では厳しい状況になってきている（東京都）。
▲	家電量販店（店長）	単価の動き	・売れ筋商品の単価が下がっている。フラッグシップモデルを選ぶ人が減り、商品ランクを下げて選ぶ客が増えたように感じる（東京都）。
▲	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、受注をしても契約解除やキャンセルになる、就職したての子供が休暇を取らされた後に解雇された、と客が話している。やはり新型コロナウイルスの影響で全体的に景気が悪くなっており、今後もますます悪くなる（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で来客数が激減している。外出自粛も続いているようで、売上が大分減少している。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響があり、7月に一旦持ち直したものの、感染拡大により来客者、売上共に減少してきている。
▲	高級レストラン（営業担当）	来客数の動き	・来客数は、宴会では前年比15.5%、レストランは同65.0%となっている。自粛からの営業再開後、6～7月にかけて、徐々に回復傾向にあったが、ここ最近の新型コロナウイルス感染第2波の影響か、各部門共に低調傾向である（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が依然として続いている。外食業の当社のように、特に落ち込んでいる業界、旅行会社、空港関連、ホテル、観光事業が良くなってこない、全体が上がっていない（東京都）。
▲	タクシー（団体役員）	お客様の様子	・利用客数と動向、客の話の内容などから、今後良くなりそうな心配がしない。
▲	通信会社（社員）	来客数の動き	・1年のうちで獲得が落ちる時期ではあるが、新型コロナウイルスの影響もあり、例年以上に落ちている。家電量販店での獲得が見込めないことから厳しい（東京都）。
▲	競輪場（職員）	単価の動き	・10日から客に入場制限をかけて、1日300名にリストバンドをつけて入場してもらっている。検温、マスク、大声禁止、3密注意に理解を得られた人のみリストバンドを渡すというオペレーションである。売上だけみると前年度比78%まで回復してきているが、感染対策だけにとらわれて客視点を考える余裕がまだない。

▲	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、客の来店頻度が鈍っている。
▲	設計事務所（所長）	競争相手の様子	・仕事量が非常に少なくなっている。役所からの発注もなかなかない。
▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響により景気が低迷しているため、客が将来に不安を感じている様子で、持家の取得のみならず、融資を使った資産の有効活用に対してもためらいがみられ、商談が決定に至らない。
▲	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響は非常に大きく、客との打合せにしても、新型コロナウイルスがあるからということで敬遠されてしまっている。これからは業務に非常に長い期間が掛かるようになり、仕事に相当の影響が出るものとみている。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・3密にならないと商売が成り立たないので、ソーシャルディスタンス、マスクという新型コロナウイルス感染対策が続いている間は来客数は減る。
×	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に加え、非常に暑い日が続いており、一般路面店としては、客になかなか寄ってもらえず、非常に低迷し、苦戦している。
×	スーパー（経営者）	来客数の動き	・7月の長雨、8月の高温で客足が伸びなかった。
×	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・仕入量が減ってきている（東京都）。
×	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・近隣のプールが営業自粛で閉園中のため、売上が前年比70%と厳しい。
×	衣料品専門店（役員）	販売量の動き	・相変わらず低価格のふだん着や日常着以外売れない。また、新型コロナウイルスの影響で、夏物衣料の生産量が少なく、売りたい物が手に入らない。
×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	来客数の動き	・悪いなどというものではない。ひど過ぎる。マスコミの不安をあおる報道は良くない。規制してほしい（東京都）。
×	高級レストラン（経営者）	販売量の動き	・外食業にとっては団体需要は見込めず、少人数の来客はあるものの、客単価が下がっている。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食店を3店舗経営している。郊外型店舗の売上は前年並みくらいだが、駅に近い店舗ほど売上が悪い。それだけ人は新型コロナウイルスを警戒しており、人が集まるようなところを避けるような構造がみられる。
×	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、夜食事に出る人がほぼいない。ランチは1人の客が多くなっている。
×	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・Go To Travelキャンペーンの影響で稼働率は徐々に戻ってきているが、単価が前年を5000～6000円割っており、売上につながっていない（東京都）。
×	旅行代理店（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はゼロである。
×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・今現在、世間では、旅行に行くことが悪、又は不適切という認識になってしまっている。そのため、3か月前の自粛解除の頃と比べると、格段に景気が悪い。Go To Travelキャンペーンに対する報道のネガティブキャンペーンの影響と、毎日新型コロナウイルス陽性者数が報道されることにより、利用者の心理が悪化し、予約があった全ての団体旅行がキャンセルとなっている。
×	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンが開始されたものの、まだ申込人数が大きく上回る状況にはなっていない（東京都）。
×	旅行代理店（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、MICE案件の予約等は、年内に限らず年明けまでも取消しが多発している（東京都）。
×	タクシー運転手	それ以外	・利用客は今春より激減したままだが、ここにきて法人タクシー会社が新型コロナウイルスの影響で休車していた車を一斉に稼働再開させたため、客の奪い合いの様相となり、売上が一層減少している（東京都）。
×	タクシー運転手	お客様の様子	・8月は外出、遠出等を自粛しているようで、1日を通して利用が少ない。

	×	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスがまだ収束していない。テレワーク等により、サラリーマンの利用者が減った状態が続いている（東京都）。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・新型コロナウイルス感染拡大防止のため、ゴルフ場はスタートの間隔を長く取ったり、ゴルフ大会やオープンコンペ等、多くのプレーヤーが集まるような行事を自粛している。経済が動き出す一方、感染者も増えて、防止策に終わりが見えないため、景気は悪化していくのではないかと。
	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの重症化リスクが高い高齢層の来客数が落ち込んでいる。平時でも夏期の来客数は落ち込むところに、猛暑の影響も重なり、非常に厳しい経営環境に立ち至っている。
	×	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	・新型コロナウイルスの影響がある（東京都）。
	×	住宅販売会社 （経営者）	お客様の様子	・当社は不動産ディベロッパー業と総合建設業である。ここ4～5年住宅の売行きがかなり落ち込んでいるところへ、新型コロナウイルスの影響で気持ちが冷えて、余計売れなくなっている。ホテル及び商業施設のテナントの賃料も入らない。建設業は、このような状況では新規プロジェクトを始める気持ちにならないということで、新規の受注はなかなかない。公共工事はあるが、工事原価が高止まりしているために、赤字となるので誰も入札しないこともある。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	—	—	—
	○	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・毎年8月は受注量が少ないが、それでも3か月前よりは戻ってきている（東京都）。
	○	化学工業（総務 担当）	受注量や販売量 の動き	・緊急事態宣言発令後、受注量の減少が顕著に現れたのは5月の連休前後で、その後大きく低迷した。その頃と比べれば経済活動が再開し、需要が多少回復してきている。
	○	輸送業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの感染拡大の影響を大きく受け、月次売上としては過去最低となったが、荷主、納品先も通常業務となり、日常を取り戻してきている。ただし、取扱量の低迷は変わらず、厳しい状況が続いている（東京都）。
	○	通信業（広報担 当）	受注量や販売量 の動き	・回復の動きが鈍い（東京都）。
	○	金融業（役員）	取引先の様子	・8月は、前月に比べて夏季の観光客来訪により商店街の売上が増加し、3か月前より景気は改善している。ただし、前年同月比では大幅マイナスとなっている。県外への外出をせず、近場で消費する傾向があり、近隣の商業施設では前月より来客数が増加している。
	○	その他サービス 業[警備]（経 営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルス対策の案件で、公営競技より新規に警備業務を受注している。
	○	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	・5月の全てが止まってしまった頃に比べれば、受注が少しは戻ってきているが、イベントなどはまだ戻っていないので、低迷が続いている（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	・新型コロナウイルスの影響が少しずつなくなっているため、若干景気回復の感じはあるが、まだまだ受注数が少ない状態が続いている。
	○	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	・一旦作業が中止されることがあったが、通常作業に戻りつつある。
	□	プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・商社関係の話を見ると、非常に動きが悪いようである。当然、当社も受注量がかなり減ってきている。
	□	金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・世界的に新型コロナウイルスの影響で生産が減少している。また、新規事業、工事が延期となり、我々下請に仕事回ってこない。

□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月内示では良くなる兆しが余りない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先を訪問しようとしても拒絶されたり、そもそもテレワークで会社に来ていないことが多い。こんな状況では思い切った営業活動が行えない。情報の収集もままならない状況が続いている（東京都）。
□	輸送業（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が暫定的になり、落ち着いてきた模様である。委託切りも収まったように感じる（東京都）。
□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期になったが、思った以上に物量が増えていない。
□	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影響にも大分慣れてきたと感じる（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	それ以外	・相変わらず飲食系テナントの売上が落ち込んでおり、賃料の減額要請が続いている。オフィステナントの在宅勤務が定着しつつあり、ビルの在館人数が半減している影響も大きく、ランチタイムの売上、弁当の売行きが悪いようである（東京都）。
□	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・エンターテインメント関連のクライアントが多いので、イベントが本格的に再開されないと、売上が厳しい（東京都）。
□	税理士	それ以外	・夜に近隣駅周辺の商店街にある飲食店をのぞいて帰るが、客が入っていない。次の駅までの飲食店も、緊急事態宣言解除後は男女が会話をしながら宴会をしていたが、今はなくなっている（東京都）。
□	社会保険労務士	取引先の様子	・雇用調整助成金や他の様々な助成金、給付金等を活用する事業主が増えている（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は依然として大きく、来客数の減少が続く事業者が多い。
□	その他サービス業【ディスプレイ】（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの収束がみえない（東京都）。
□	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	・新型コロナウイルスの影響で、既存契約の値上げ交渉がペンディングになっている（東京都）。
□	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	・現在は今年度初めに受注した物件を継続しているので、今のところは問題ない（東京都）。
▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらずイベント、集会などが開かれず、注文や販売数が低いままである。猛暑も重なり、少し動き出した6月より悪化している。
▲	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感染拡大の影響により、準備していた印刷物の受注が必要でなくなり、見通しが立たない。
▲	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・イベント等の人数制限が解除される予定で検討していた案件が、10月以降へ変更となり、動きが停滞している。
▲	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、名刺印刷を、店頭販売と通信販売でしている。例年8月は落ち込むが、通常月は4～5本ある法人の設立件数が、今月は2件だけで、例年に比べて更に少ない。いつも来てくれている法人客はやや落ち込んでいるが、一番の落ち込みは、新型コロナウイルスの影響で実印や銀行印を注文する店頭客である（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、激減した口紅容器の受注に回復感がみられないことと、医療品容器に関しても需要に偏りがみられ、不安定な状況である。
▲	その他製造業【鞆】（経営者）	取引先の様子	・材料屋や皮つけの下職など、大変冷え込んでいるという話が耳に入っている。得意先では、新型コロナウイルスには負けていられないと、頑張っで最低線を維持しているようである。
▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量がじわじわと減ってきている。いつまで続くか分からないので、社内の様子も不透明感が漂い始めている（東京都）。

	▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・飲食業は一時期より売上が戻ってきているが、まだ従来の売上には戻っていない。不動産賃貸業では、家賃の値下げや空室率が上がってきており、収入が減りつつある。東京はG o T oキャンペーン対象外となったことから、観光業に関する売上は低迷している。他の業種の売上推移を見ると、やや減少傾向のまま変わらない（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・各行事の中止で市内に盛り上がりがない。毎年8月1週目の金～日曜日の3日間、市の商工祭りが開催されるが、これも中止となり、寂しい限りである。祭りに関連する商売人は悲鳴を上げている。飲食店関係も同様で、管理している飲食店の1店舗は閉店している。新型コロナウイルスの収束を念じるのみである（東京都）。
	▲	税理士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響は大きく、重篤になる可能性は低くても、高齢者と同居する家庭はより一層行動を自粛している。G o T oキャンペーンで近場の旅行は少し増えるが、遠出は控える傾向にある。外食や飲み会はいまだ大人数では開催されていない。
	▲	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	・取引先工場の稼働状況が悪いまま回復しておらず、受注も低迷したままである。前月比5ポイント減、前年同月比15ポイント減となっている。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月は夏休みなどで稼働日数が少なく、新型コロナウイルスの影響も重なって、非常に厳しい。
	×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	取引先の様子	・クライアントから、委員会資料の印刷物を2年後には全てW e b配信に移行すると連絡があった。また、委員会に限らず、人の集まりはほとんどがW e b開催となり、資料の印刷前のP D Fデータ納品が多く、印刷需要はますます減ることが予想される（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	・当社は金属切削加工業で、自動車、産業用輸送機器、医療機器などに入る部品加工を主としているが、3か月前と比べ売上が40%ダウンと、今年度最低になっている。リーマンショック当時よりも会社規模は大きくなっているが、そのとき以上の売上減少である。
	×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・思う価格で物件が売れない。賃貸物件も、思うような賃料設定では入居者が来ない。
	×	建設業（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響がある。
	×	建設業（経営者）	競争相手の様子	・公共工事の入札は、参加企業数が増加していて落札が難しくなっている。同業者も仕事がなく困っているようである。民間の競争物件も、破格の値段が出てきている。
	×	建設業（営業担当）	取引先の様子	・新規の設備投資計画は、軒並み延期若しくは中止の声が出ている。
	×	輸送業（経理担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響と、荷主からの値下げ要請を受け、今までにない減収に見舞われている。
	×	金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症拡大を懸念し、消費者が消費を抑えているためか、サービス業、飲食業の来客数の減少が甚だしい。
	×	金融業（支店長）	取引先の様子	・自動車メーカー下請の金属加工業も受注が大幅に減っており、資金繰りが厳しくなっている。
	×	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・イベント業務の受注が全くない。
	×	経営コンサルタント	取引先の様子	・金属加工等の中小企業では、飲食店と異なり、新型コロナウイルスの影響が直撃しているケースはまれだが、大手企業が社員のリモートにより生産活動の一時停止や、先行的な手配などを停止していることなどから、部品の発注や新規計画の話が止まっているケースが多く、じわじわと売上ダウンになっている（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	・新型コロナウイルスの影響で減少していた動きが回復傾向にあり、若干ではあるが、求人数、求職者数は増加傾向で推移している。ただし、飲食系においては厳しい状況が続いている（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感染拡大初期よりも求人数が増えてきている（東京都）。
	□	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・新型コロナウイルスの影響による業務縮小により、求職者の増加傾向は変わらない。一方で求人需要は縮小しており、マッチングが困難である。特に、販売系の業種の求人はほとんどない。この傾向は緊急事態宣言があった4月から変わらず、人材事業にとっては、売上に結び付かない状態が続いている（東京都）。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は3か月前比では回復傾向にあるものの、前年比では5割前後で直近3か月間は推移しており、厳しい状況が続いている。派遣先企業の業績悪化に歯止めが掛からないことから、今後も厳しい状況が継続することが予想される（東京都）。
	□	求人情報誌制作 会社（営業）	求人数の動き	・3か月前と比べて求人数は良くなっていない。落ちるところまで落ちているので、更に下向きになっているということはないが、回復の兆しは見えない。
	□	求人情報誌製作 会社（広報担 当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響により、採用活動が鈍化している。業績が悪化し、余り売上の見通しも立たず、話がなかなか進まない（東京都）。
	□	民間職業紹介機 関（経営者）	採用者数の動き	・思い切った経済刺激策が必須である。諸事項に疲れがみられ、消費を支える経済成長が期待できない（東京都）。
	▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・4月以降、求人数が減少してきており、前年比でも半分程度となっている。
	▲	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・会社の業績などに目立った悪化はみられないが、自分自身の消費生活は以前と比較して活動量が落ちている（東京都）。
	▲	人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・新型コロナウイルスの業績への影響から、何年も取引していた企業との取引が予算の都合で終了するなど、徐々に悪化している状況がうかがえる（東京都）。
	▲	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求職者数の増加に比べて求人数が伸びていないので、追いついていない。
	▲	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・4月以降、新規求人数は前年比で2割以上の減少が続いている。
	▲	民間職業紹介機 関（経営者）	採用者数の動き	・人の移動、人の接触は就職活動の基本である。両方を自粛している現状では、景気の回復は見込めない（東京都）。
	×	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数が前年比50%ほどまでダウンしている一方で、求職者数は3割ほど増している。半年前に比べ、市場が完全に逆転している（東京都）。
	×	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・製造業では製産の一時中止や予算削減の影響が出てきており、製造業向けエンジニアのニーズは極端に減っている（東京都）。
	×	求人情報製作会 社（営業）	周辺企業の様子	・取引先企業の採用活動が鈍化している（東京都）。
	×	求人情報誌製作 会社（所長）	採用者数の動き	・企業が採用を控えている。