

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (南関東)	◎	家電量販店（店員）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要で9月度は好調だったが、10月以降は落ち込んでいたので、来月以降は前年比で上回ることが見込まれる。
	◎	その他専門店〔雑貨〕 （営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少傾向や、Go To Travelキャンペーンにおける東京都対象追加の正式決定などを受け、今後は都内への来街者の増加が見込める（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・10月から地域共通クーポンが始まり、料飲施設は少なからず需要が高まる。年明け以降は例年並みに戻ると予測している。
	◎	観光名所（職員）	・2～3か月後になると、観光地はトップシーズンを迎える。9月の4連休は割と客が増えており、今後のトップシーズンも客が来ると期待している（東京都）。
	◎	ゴルフ場（経営者）	・今後しばらくは当社の業種は好調と予想している。
	○	一般小売店〔家電〕（経 理担当）	・全体的な景気の良さは感じられないが、新型コロナウイルスのせいで家にいることが多くなったためか、客は何か買いたい物を探しているように見受けられる。
	○	百貨店（売場主任）	・食料品については、これからお歳暮、おせちのプロモーションが始まるが、基本的にはWithコロナのなかで非常に良くなるだろうと思っている。生鮮、総菜の自家需要の伸びも含めて、全体的には少しずつ上がっていくのではないかと（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・おせちやクリスマスケーキ、お歳暮ギフトの販促が始まるので、集客の戻りを期待しているが、新型コロナウイルスの影響があるため先行きが不透明である。インターネットによる販促は伸ばしているものの、店頭販売のマイナス分を補えてはいないのが現状であり、厳しい状態は改善されないとみている（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染者数も一定規模で推移しており、政府の各種施策の実施もあるため、来客数は上向いていく。それに伴い、売上も回復に向かう（東京都）。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染者数がやや落ち着きつつあり、Go To Travelキャンペーン等の施策により外出も増加している。新たな生活様式にも慣れつつあり、一定水準の消費は期待できると想定している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が現状維持ないしは落ち着くという前提で、来客数が少しずつ増加しているなか、細心の留意を図りながら、動員催事を仕掛ける動きになってきている。おせちやお歳暮ギフトの受注は、店頭販売分をオンラインでカバーする（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・東京都を対象に加えたGo To Travelキャンペーンの効果により外出機会が増えれば、外出着や手土産の需要にも回復傾向が出てくる（東京都）。
	○	百貨店（店長）	・東京都もようやくGo Toキャンペーンがスタートするなど、行政施策に期待を寄せている。また、新型コロナウイルスの感染状況も多少落ち着きを見せている（東京都）。
	○	スーパー（総務担当）	・外出しよう、楽しもう、という雰囲気になってきている。
	○	スーパー（販売促進担 当）	・前年は消費税増税の影響で衣料品、化粧品等の売上が大幅に落ち込んだ。食品は好調が続いているので、衣料品等の改善に期待している。
○	コンビニ（経営者）	・近隣公園のイベントも増えてきているので、期待したい。	
○	コンビニ（経営者）	・Go To Travelキャンペーンの影響もあり、市中に大分人が出るようになってきているので、景気は徐々に良くなっていく。現状では前年比70%程度だが、これから10%程度は上がってくると考えている。	
○	コンビニ（商品開発担 当）	・徐々に規制が緩和されてきているため、人の動きに期待したい（東京都）。	

○	衣料品専門店（経営者）	・やや良くなるというのは希望的観測も含めてである。国も含めていろいろな行政単位で、経済対策、G o T o キャンペーン、商品券などの施策がこれから出てくるので、大型店だけでなく、小さな商店にも景気が行き渡るよう期待している。
○	家電量販店（店長）	・テレビ、レコーダー、ヘッドセットは引き続き巣籠り需要で1けた台の伸びに期待する。携帯電話は厳しいと予想している。ラニーニャ現象の影響が予想どおりであれば、エアコンを中心とした暖房商品に期待が持てる（東京都）。
○	乗用車販売店（店長）	・客の動向も上向いているように感じる。
○	一般レストラン（経営者）	・G o T o キャンペーンで弾みがつき、新型コロナウイルスの感染再拡大がなければという仮定の上での予測である。また、11月の米国大統領選挙の行方も少なからず影響を及ぼすため、予断を許さない。選挙結果が米中の対立にどのように作用するのか、その時が来てみなければ分からない。
○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス対策と経済活動の回復をうまく両立できるように、政府が主導して進めてほしい。それによっても違って来る（東京都）。
○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・G o T o E a t キャンペーンも開始されるので、期待している（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・新しい売上水準に合った体制作りを進めることにより、業績は良くなってくると考えるが、外部環境が新型コロナウイルス以前に戻るとは思えない（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	・年末年始に向かって緩やかな回復はみられると思うが、やはり忘年会、新年会のような多くの人が集まる会合は見込めず、とても前年のような状況は考えられない。緩やかに回復し、来年を迎え、ワクチンが開発されて、東京オリンピックが開催されるかどうかということも含めて、1つの転機になるのではないかと。
○	旅行代理店（販売促進担当）	・2か月後の11月は、修学旅行を中心とする教育旅行のピークを迎えるので、そちらの数字が良くなる。また、10月からG o T o T r a v e l キャンペーンに東京都も対象に追加されるので、個人旅行の増加が見込める。ただし、3か月後の12月には少し落ちていくのではないかと感じている（東京都）。
○	旅行代理店（営業担当）	・これまでの自粛ムードが緩和され、秋から年末年始に掛けての旅行需要が増加しつつある。
○	旅行代理店（総務担当）	・G o T o T r a v e l キャンペーンに、東京都も対象となる10月以降に大きな期待を寄せている。個人に続き団体も動いてくると、景気が上向いてくる（東京都）。
○	タクシー運転手	・10月1日からG o T o T r a v e l キャンペーンで東京都が対象に追加される方向であることと、新型コロナウイルスの感染者数が減少傾向にあることから、経済も多少上向きになるとみている（東京都）。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響で落ち込んだ需要の喚起策であるG o T o T r a v e l キャンペーンが、10月から東京都も含めて本格始動する。感染防止と経済社会活動を両立させる新たな日常がどこまでできるか期待したい（東京都）。
○	タクシー運転手	・G o T o T r a v e l キャンペーンが東京都も対象になるため、多少は人の流れが出てくると思うので、昼間の時間帯は良くなる。ただし、夜や深夜については今と変わらないか、更に悪くなるのではないかと（東京都）。
○	タクシー（団体役員）	・9月の4連休が多少期待できる様子だったので、来月10月からの東京都を対象に追加したG o T o T r a v e l キャンペーンの動向次第かと思われる。
○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況がこれ以上悪くならなければ、景気は良くなっていく（東京都）。
○	通信会社（社員）	・自粛から活動する方向に志向が変わってきたと感じる。今まで使っていなかった人もリモートの仕組みを使うようになってきて、活動を始める方に向いてきているようである（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・年末に向けて、外出を控え自宅で過ごす傾向が更に高まるため、テレビやインターネットの新規契約件数は増加していくものとみている。

○	通信会社（経営企画担当）	・このまま案件数が徐々に増え続けることを期待している（東京都）。
○	通信会社（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染者数が減少傾向にあるなか、客側の消費活動の回復が期待できそうである（東京都）。
○	その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	・来場者の人数制限が緩和されたので、この状況が続けばやや良くなる（東京都）。
○	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・まだまだ通常の運営は難しいが、少しずつ新規の問合せも増えてきている。
○	設計事務所（経営者）	・現在の社会情勢を見ると、新型コロナウイルスの影響で非常に悪いところがあるが、当社はなぜか行政の仕事がたくさん取れたことと、社員の健康を重視して計画的に新しい社員を増やしていたことなどから、仕事が増えて良くなっている。
○	住宅販売会社（従業員）	・内覧の客が展示場に来ている。また、資料請求の数も増えている。
○	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況が今までと一緒なら、少しずつ景気は回復してくる。売れる商材をそろえられれば、順調に推移していくと思うので、土地の仕入が肝になりそうである。
□	商店街（代表者）	・商店街のメンバーに聞くと、やはり一番売上が取れない業種は飲食店のようなものである。当店は物販なので、少しずつ回復している。今の状況が良いというわけでは全くないが、これ以上悪くなると商売の継続が難しくなるため、少しずつでも上げる努力をしなければならない。
□	商店街（代表者）	・冬シーズン、インフルエンザの流行や新型コロナウイルスの感染状況がどうなるかで大きく変わる。今の状況を見ていると、良くて現状維持ではないか。寒くなってくると、在宅時間が圧倒的に増えるので、そのなかでのWithコロナ需要をつかむには時間が掛かるかもしれない（東京都）。
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・今の状態がずっと続くのではないかとということで、変わらない。とにかく動きがほとんどない。現状は、メンテナンス業務に力を入れており、そのお陰でどうにか、売上は上がらないものの多少の利益を出せている（東京都）。
□	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・Go Toキャンペーンなどで消費に動きがみられるものの、10～11月に行われる秋のお祭りが全て中止になり、その売上がマイナスになっている。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・暮れに向けてテレビの需要があると思われるが、依然として品薄状態が続いている。このところ、新製品の納期もずれたりして商売がしにくくなっている。こちらから客を訪問できないので、キャンペーン活動ができない。
□	一般小売店〔家具〕（経営者）	・先行きの景気は決して良くはならないような気がする。ただし、新型コロナウイルスの影響で生活様式がいろいろ変わるだろうし、当店もこの先生き延びるために、専門店として、より特化してやっていきたい（東京都）。
□	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減って、平常に戻り、飲食店、個店及び各種行事が無事に再開できるまで、良くはならない。
□	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・10月からGo To Travelキャンペーンの対象に東京都が追加されるので、今後は人出もある程度回復すると思われるが、必ずしも飲食店や物販店の売上につながるとは思えない。従来実施していた地域のイベントがいまだに行われなため、街全体の活気が戻ってきていないためだと推測している。今後のイベント実施次第では、街の活気につながり、個店の売上にも良い影響を与える（東京都）。
□	一般小売店〔傘〕（店長）	・商店街のイベントも中止となり、好転の兆しが見えず、当面は底辺が続く。
□	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況がまだ上下しているので、不安定要素が多分にある。来客数が急に増えたり、逆に急減したりということがあつた。また、外商部の方も、案件が急に飛んでしまつたり、またそれがやつと復活してきたりなど、余りにも不安定要素が多いため、どちらでもないかと回答している。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・久しぶりにイベントでの売出を実施したが、客の来場は今一つで、売上も伸びない。新型コロナウイルスが収束しないことにはどうしようもない。当社も精一杯努力しているが、これ以上は何ともならない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・来客数の回復が見えないなかで、高額品等、必要のない物は購入しない動きが継続することが予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・前年は10月からの消費税増税により、景気の落ち込みが感じられた。本来であれば、その好転反動も期待できる年度であったが、現状では景気が良くなる材料は見当たらない。新型コロナウイルスの収束に向けて具体的かつ明確な方向性が見いだされるまでは、現在の厳しい状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・新型コロナウイルスのワクチンや特効薬の開発、普及にめどが立たない限り、現状から大きく変わる要素が見当たらない。With コロナの時代にマッチした新しいサービスが開発されていく一方、民間企業の賞与に大きな影響が出てくるのは2020年冬の支給分からなので、消費が回復する材料としては乏しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染防止のため、外食や旅行などの消費活動の制限が今後も続くともみている。感染再拡大による家計消費や企業の勤務体制などの対応により、回復ペースは依然として緩慢である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・今後の新型コロナウイルスの感染状況の推移により、影響度合いも変わるとは思うが、来客数が劇的に回復することはない、しばらくは変わらない。また、催事も物産展を再開したが、3密回避のために、出展取引先数が減少している。今後の催事やイベントに関しても、以前と同様には開催できないことから、年末に向けた繁忙期も、この状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・世間で言われているように、インフルエンザリスクも高い時期となるため、状況が好転するとは思えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画宣伝担当）	・消費の低迷が続いており、小売業において、新型コロナウイルスの影響下での業況が大きく好転することは見込めない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（副店長）	・新型コロナウイルスの感染状況、ワクチンの開発状況に大きく左右される。東京発着のGo To Travelキャンペーンが始まるなど消費マインドの高まりを期待したいが、引き続き、アパレルは厳しく、食品が好調というトレンドは変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスの影響か、収入が減っている人がいるように感じられる。食料品は最低限必要なので買い回っているが、衣料品や住居関連商材を食品同様に買っていくことはなく、そこで少し節約をしているようである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・食品スーパーだが、来客数減、単価アップという売上傾向は変わらない。新型コロナウイルス感染がまだ続きそうなので、しばらくこのままいくのではないかと。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・現状、Go Toキャンペーンの影響で人の動きが多くなっているが、新型コロナウイルスの感染者数が再び拡大するなかで、巣籠り需要がまた発生する可能性があり、3か月後の景気は今と変わらずに推移していくのではないかとみている。感染者数に比例すると思うので、注視しながら対策を取っていきたい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響が長引いており、経済全体が不安定ななかで、消費者には節約志向が根付いているので、同様の状況がしばらく続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・酒類やたばこは一時的に売上が落ちるが、内食需要は堅調のため、食品類の売行きに大きな変化はないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・9月の4連休で多くの人が動いたが、それに付随して衣料品、住まいの品の売上が伸びたということはなく、今後もその傾向は続いていく。特別定額給付金10万円の給付があったときには、食品に関してもふだんより少々良い物を買っていたが、徐々に節約志向になっている。外食しない分だけ、当店で買って自宅で食事する人が増える傾向にあるので、今の傾向がそのまま続いていく。

<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・若干落ちてきてはいるが、内食化傾向はまだまだ続くとみている。消費者の将来に対する不安感は払拭されていないものの、現状が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・今までと同じように、夜から朝に掛けての来客数が減少している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・たばこ等の値上げの影響が一段落するまで判断できないが、客の動向に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・客足が戻る見込みが余りなく、今後冬に向かうにつれてインフルエンザなどの流行も危惧されているため、改善の見込みが薄いのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・現状では新型コロナウイルス収束のめどが立っていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（統括）	・テレワークや、いろいろな行事の縮小で需要が低下している状況が一変することは、今のところ考えられない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・新型コロナウイルスの感染防止のため、余り外出しないという中高年の客が多く、衣料品への影響が大きい。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの影響による制限がある以上、ポジティブな方向にはなりにくい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・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。来客はあるが、なかなか契約に結び付かない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・売上はほぼ前年並みで、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・新型車種で攻勢を掛けるが、高額車種のため、販売量的には不安要素がある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・政府がGo To Travelキャンペーンなどの施策を打っているが、人の移動はまだ少なく、物も動いていないので、景気はまだ良くならない。客からも集客が減っているとか、様々なイベントが金額的に減っているという話を聞いているので、今後数か月については景気は良くならない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・新型コロナウイルスの影響を慎重に見る傾向が依然としてあり、従前の企業活動並びに消費行動に戻るとは思えない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・新政権が発足したが、変化や効果が表れるにはまだ時間が掛かると思うので、3か月先では特に変化はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響や東京オリンピック開催への懸念など、国内外共にマイナス要素が多いが、現状は大きな影響は出しておらず、判断が難しい。短期的、中期的な予測も難しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・周りを見ても、何となく良くなるようには見えない。当店の販売量にしてもそうだし、どうしても売上が伸びないので、なかなか難しいのではないかと感じている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・安定した売上は確保できているものの、以前と同じ販売方法では、来客数は伸ばせない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・需要が増加する要因がなく、新型コロナウイルスの感染拡大がなければ、大きな変化はない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・外食産業としては年末の団体利用がないものと想定し、少人数に特化した販促をしている。ただし、少人数だと利益率が悪く、売上は伸びない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	・新型コロナウイルス感染者数の推移等に左右されるため、楽観視はできない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・2～3か月先に新型コロナウイルスの影響を受けている現状が回復するとは思えず、法人利用等が増えない限り、厳しい状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・本来なら2～3か月先は暮れが控えているので、かなり売上も伸びる時期だが、新型コロナウイルスの影響で大分売上が減っており、仮に少し良くなったとしても、今とほとんど変わらない状態が続く。そのため、2～3か月先の景気も変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの収束後も、リモートワークは残すとの客の話から、今後オフィス縮小の動きが活発化する（東京都）。

<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・3か月後も今と変わらない気がするが、Go To Eatが10月から始まるので、それに伴い多少は動きが出てくるのではないかと。ただし、9月の4連休後の新型コロナウイルスの感染者数が心配である。前回もそうだが、少し客が戻ってきたと思ったら、また感染者数が増えて自粛ムードになるという繰り返しのよう気がするので、何とも言えない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響はまだしばらく続くと思われるので、厳しい状況は変わらない。8月末に追加のコロナ融資を受けたので、これからの1年ほどはどうか持ちこたえられると思うが、返済が始まるので、どうなるか分からない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・今月末頃から12月までは3分の2くらい予約が入っているのだが、ぼつぼつとキャンセルが出始めている。12月は宴会シーズンでフリー客が少ないので、宴会がキャンセルになると、今よりも悪化する可能性が高くなる。宴会が中止になった客がフリーで来店することも若干は期待できるが、何分初めてのことなので、予想が立たない。総体的にはやや悪くなるような気がする（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・来月からGo Toキャンペーンで東京にも人が集まってくると思うが、この2～3か月先は全く読めない。暮れの忘年会の予約も入るかどうかが心配である。Go To Eatもどうなるのか、全く予想がつかない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・徐々に売上が上がるようにはなってきたが、やはり平日の動きが鈍く、先々の予約は皆無である。まだまだ新型コロナウイルスの感染拡大が収まらず、現状からの大幅な景気回復は見込めない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの影響により、それほど伸長するとは思えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・秋の繁忙期に入ったにもかかわらず、学校以外の団体旅行が皆無のため、壊滅的状况に変わりはない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・Go To Travelキャンペーンの東京都除外がなくなる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響がまだ尾を引いており、皆かなり不安な状態で生活しているのが目に見えて分かる。やはり収束しないと、我々の仕事も今の悪いまま進むしかないのかという残念な気持ちでいっぱいである。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大は、峠を越えて下げ止まりの状態にあるが、インフルエンザと同時期に拡大する第3波への懸念が残る。感染防止に気を配りながら営業を継続するため、営業手法に変化が出ており、しばらくは現状維持と考える（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・新型コロナウイルス収束のめどが立っておらず、今後も継続すると想定している。Web申込みの強化や、余った工数を有効活用するための業務最適化を進めている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・有料テレビサービスやインターネットの需要はこれから大きく伸びる要素はなく、横ばいを維持する。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・都内の繁華街の新型コロナウイルス感染状況が低減するまで、しばらくは今の感染者が多いイメージは続くと思われるため、実績が上昇することはない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルスの治療薬、予防ワクチンができないと、根本的な景気回復にはつながらない。また、政府が支援策としていろいろな助成金、補助金を出して一時しのぎをしているが、ゆくゆくは税金に跳ね返ってくるのが想定されるので、経済活動も伸びない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの収束の兆しが見えたら、大きな手を打ってくる企業が出てくるとみているが、2～3か月での収束は見込めないで、当面この状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	・客単価が、毎月10円未満ではあるものの下がり続けており、下げ止まる根拠が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルス感染の勢いは沈静化せず、景気の先行き不安、雇用機会の先細り等で、今の状況が続く。

□	競輪場（職員）	・今年は、新型コロナウイルス感染対策を行いながら、売上2割減の想定で動くという判断になった。余り客が集まっても、かえって密だと不安視されてしまうし、座席などのキャパシティは限られるため、どのように現状を維持し続けるかに力を入れることにする。
□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が一定のレベルで推移すると推測され、いわゆるニューノーマルな生活環境下においては、特に団体予約での来場が見込めない（東京都）。
□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（営業担当）	・9月の4連休で羽目を外した人が多かったようで、新幹線や飛行機等も混雑しており、一時的に減った新型コロナウイルスの新規感染者数が今後また増えてくると予想される（東京都）。
□	その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・9月下旬の都内の新型コロナウイルスの新規感染者数は、やや減少する様相を見せたものの、高水準で推移している。これから感染状況が改善するのか、あるいは第2波、第3波等により更に冷え込むのか、先が読めない。商業活動や生産活動を抑えていたところが相当疲弊しているので、事業の存続を断念するところも多くなるのではと、非常に不安を持っている（東京都）。
□	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・新型コロナウイルスが終わるまで、悪いまま変わらない。
□	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響があっても、販売量や顧客数はこのまま維持できる。
□	設計事務所（経営者）	・今のところプロジェクトの数が増える予定がないので、変わらない。
□	設計事務所（経営者）	・新型コロナウイルス収束の展望が一向に見えてこない。建築関連は民間の設備投資意欲が回復しない限りは期待できず、官庁頼みの状況は変わらない。
□	設計事務所（所長）	・コンサルタント的な相談は入ってくるが、客の方で工事費用等の見込みが立たず、また、客自身の仕事の見通しもつかないため、二の足を踏んでおり、前へ進むような気配がない（東京都）。
□	設計事務所（職員）	・新型コロナウイルス感染の再燃は間違いなくある。ワクチンや治療薬が確立されない限り、感染防止対策による景気後退感は継続すると思うが、それが普通と感じるようなレベル感かと想像している（東京都）。
□	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がなくなると景気が良くなるとは思えない。このようなときこそ、住宅の売行きが良くなる対策が必要である。住宅は経済波及効果が非常に大きいので、何かしらの対策を期待している。
□	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの影響も次第になくなってきており、オンライン商談も増えてきている。例年、年末に近づくと客の動きが活発になるので、やや良い状態のままで推移するとみている。また、当社が同業他社を傘下に収めるというニュースで、勢いがある会社だと受け止めてもらえているようで、問合せが増えているように感じている。
□	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・年末に向けて一定の受注は確保できる見込みではあるが、厳しい状況に変わりはなく、安定的な景気回復には時間が掛かる（東京都）。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響で、徐々に会社関係や個人の消費に引締めが感じられる。
▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・冬場に向けて、今後景気が悪くなる見通しである上、お金を使わない、お金を大事にする傾向が強まる（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	・テレワークや、会食を控えて家で過ごす生活が定着してきたことにより、食品部門は回復基調にあるが、外出が減り使用機会が減ってしまったファッション関連は、回復には程遠い状況が続く（東京都）。
▲	百貨店（販売促進担当）	・現時点で我慢をしている企業も、長引く苦戦に耐え切れなくなると予想される。既に幾つかの企業から撤退等の案件が浮上しており、今後を楽観視できる状況にない（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・今までは外食よりも内食の比率が高まっており良かったのだが、今月に入ってからは少しずつその比率が低下してきている。基本的な流れは変わらないのだが、節約志向が出てきたのか、やや悪くなってきている。今後もまだしばらくこの状況が続く。

▲	スーパー（仕入担当）	・今年は帰省のないお盆だったようで、手土産の売上が激減した。年末年始も、帰省したり大勢では集まらず、家族で過ごすことになりそうである。
▲	スーパー（ネット宅配担当）	・景気の悪化は避けられない。また、Go To Eatキャンペーンで外食の消費が増えることなどを考えると、スーパーなどは今より厳しくなりそうである。
▲	コンビニ（経営者）	・売上が少しずつ落ちてきている（東京都）。
▲	コンビニ（経営者）	・たばこの値上がり前の買いだめが今月で終わるので、10月以降はまた大きく落ちる。
▲	衣料品専門店（経営者）	・政府が経済活動にかじを切ったというものの、この7か月間のあらゆる社会現象の変化に鑑みると、衣食住全ての消費が新型コロナウイルス以前に戻るとか、購買活動がより活発になるとは考えられない。新しい商売を考えるときなのかもしれない。
▲	衣料品専門店（営業担当）	・アパレルメーカーの新商品が少なく、売れない、買わない状況は続くだろう。飲食業ばかり取り上げられているが、小売業そのものが大変厳しい時代で、先がまるで見えない。
▲	家電量販店（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染者数の増加ペースの減速、治療薬、医療体制の充実などによる安心感を消費者が持てないと、消費の向上は望めないため、厳しい局面が続く（東京都）。
▲	乗用車販売店（総務担当）	・買い控え、車検需要の低下により、景気が鈍化すると予想している。
▲	住関連専門店（統括）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が続いているので、しばらく景気回復は見込めないのではないか。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響下での年末年始は、通常とは違い、出費を抑える傾向になるのではないか。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・Go To Travelキャンペーンの効果で稼働自体は戻ってきているが、単価がまだまだ低く、先行きが不安である（東京都）。
▲	タクシー運転手	・このところ人の動きや車の通行量は元に戻ってきているように感じるが、肝心のタクシーの利用客は減っている。会社がテレワークに移行して経費削減に努めていることや、夜の飲食を早い時間までしかないため、深夜にタクシーに乗って帰る人も少なくなっている（東京都）。
▲	タクシー（経営者）	・東京都の新型コロナウイルス感染者数に反比例して、上がったり下がったりしている。第3波の足音が近づいているので、これから売上は下がる。
▲	通信会社（管理担当）	・滞留債権、つまり利用料の未払が増加している。
▲	美容室（経営者）	・早く新型コロナウイルスが収束してほしい。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・公共交通機関が混んできて、公共交通機関を使つての塾通いは新型コロナウイルスに感染する可能性があるということで辞める生徒も出ている。景気が良くなっているとは思えない。
▲	設計事務所（所長）	・新型コロナウイルスの影響で、公共の予算が感染対策に取られているため、建設業界は非常に厳しい。
▲	住宅販売会社（従業員）	・受注量の減少は如何ともし難く、売上、利益の減少は間違いない。
▲	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で相手方となかなか会えない上に、私どもの仕事は決まるまでに数か月掛かることがある。そのことを考えると、今後は大変厳しくなる。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・年末に向かっても消費の自粛は改善されない。
×	一般小売店〔印章〕（経営者）	・テレビ等ではんこ不要論が取りざたされているため、今作っても必要なくなるんじゃないかと考えてしまう客が大多数かと思われる。国がどのように判断し、どの程度のところで線引きをするか、我々も真剣に耳を傾けなければいけない。
×	一般小売店〔生花〕（店員）	・今月はお彼岸があり、例年どおりの売上だったので、明るい兆しが少し見えてきている。ただし、そうした行事の後は、花の需要ががっくりと落ちるので、売上の増加は見込めない。お祝いのお花もまだほとんど出ない状態なので、なかなか厳しい（東京都）。



	×	百貨店（広報担当）	・新型コロナウイルスとインフルエンザの同時流行により、第3波が到来する可能性が高い。ボーナスもカットする企業が増えるなか、景気が良くなる兆しは一向に見えない（東京都）。
	×	衣料品専門店（店長）	・冬の到来に合わせて、新型コロナウイルス感染の第3波が予想されている。前回のような行き過ぎた自粛ではないと思うが、営業形態の変更や行動制限は出るものと予想される。
	×	家電量販店（店長）	・各企業が冬のボーナスをどれだけ支給できるかが、年末年始商戦に影響する（東京都）。
	×	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルスの感染リスクが高まる季節が迫り、経済活動が停滞することを危惧している。ここで、特別定額給付金等、購買マインドを高める政策を期待したい（東京都）。
	×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今年の年末は忘年会などのイベントも自粛となり、期待できない（東京都）。
	×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で3月の歓送迎会が消えたのと同様に、このままいくと年末の忘年会も少なくなる気がする。そうすると、飲食業としては売上が立たない。Go To Eatキャンペーンで客が来るのだろうか。
	×	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルスが収束しない限り、なかなか景気は上向きにならない。
	×	タクシー運転手	・全く先が見えなくなっている。タクシーの利用が確実に減ってきている。利用回数が今までよりも少ないため、短距離の客ばかり続くと、売上が立たない。この状況はまだ続く。
	×	ゴルフ場（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が拡大するなかでも、経済の立て直しは必要ということで、Go To キャンペーンなどが感染防止対策に逆行して行われている。国はお金を放出するばかりだが、今後、国、最終的には個人が貧困に陥るのではないかと懸念される。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・インフルエンザの流行期と新型コロナウイルスの感染拡大の複合的影響が懸念され、見通しが立たない。
	×	その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	・新型コロナウイルスの影響がある（東京都）。
企業 動向 関連  (南関東)	◎	—	—
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・当社特有の繁忙期に入るので、受注量は増えるの見込んでいる（東京都）。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・当店は外売りと店受けがあるが、店の客は少なく、個人の実印注文の客などは下降傾向である。法人については、今月は税理士事務所の合併によるゴム印の特需があった。税理士は縮小傾向なのかもしれないが、当店としては特需で法人関係がやや上向きと感じている。会社の設立印の注文も3件あり、うち1本は近隣だが、残りは青森や大分の客で、インターネット通販での受注である（東京都）。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	・当社は受注生産型の部品加工メーカーだが、底であった前月とは逆に来月はBCPの積み増しがあり、前年平均と比べてマイナス10%程度である。再来月は前年比マイナス20~30%の推移になるとの内示情報を受けている。
	○	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・春に停滞したサロンの出店ペースが、秋冬に戻りつつある（東京都）。
	○	建設業（従業員）	・得意先からの見積依頼が多くなってきている。
	○	金融業（役員）	・不動産業は、今後も在宅勤務ができる間取り確保のための一戸建てニーズ復調による動きがある。建設関連は、新型コロナウイルス対策に特化したインフラ整備の受注が年末に向けて活況となる。卸、小売業は業況に下げ止まりの動きがあるが、インバウンド集客の見込みに不安感がある。
	○	広告代理店（営業担当）	・東京オリンピックの開催可否によりけりだと思うが、やや良くなると願いたい（東京都）。
	○	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・現状が続けば、これから受注は改善されると予測している。
	○	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・東京の最低賃金が据え置かれたため、新規物件を受託すれば、その分収支改善につながる（東京都）。

<input type="radio"/>	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・このまま新型コロナウイルスが収束に向かうことを期待して、良い状況が継続すると想定している。
<input type="radio"/>	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・客より停止依頼があったシステム開発が、再開されてきている。
<input type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	・秋からのイベントが中止になり、まだ厳しい状態が続くそうである。
<input type="checkbox"/>	出版・印刷・同関連産業（所長）	・来期予算に向けた動きは来ているが、直近の動きは鈍い。年内はこのままでいくのではないかと。
<input type="checkbox"/>	化学工業（従業員）	・良くなると予測できる要因が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	化学工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第だが、景気回復策が功を奏し、年末商戦が活発化することを期待している。
<input type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、全体的に落ち込んだものが良くなる要素は少ない。しばらくはこの状態が続く。
<input type="checkbox"/>	プラスチック製品製造業（経営者）	・医療用容器、化粧品容器共にクライアントから新型コロナウイルス以前の生産に戻す相談等、回復の兆しもうかがえるが、まだ結果につながるか分からない。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・新内閣の経済対策による景気浮揚に期待したいが、新型コロナウイルスの影響は根深く、下請製造業の当社に行き渡るまでには時間が掛かりそうである。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・当社は今のところ7～8月が受注量の底のようで、9月以降は少し持ち直しの傾向になっている。受注量持ち直しの根本的な理由が分からず、徐々に回復するのか、絞り過ぎたので一時的に戻したためなのかは分からない。
<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の話によると、年内どころではなく、良くはならないということである。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	・人の交流が活発にならないと、先の受注見込みが立たない。当分は新型コロナウイルスの感染状況を注視することになりそうである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・年末に向け、取扱量の増加に期待したいところではあるが、可能性としては低く、現況のまま推移していくものとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・企業向けの配送がこのまま落ち着いてくる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	輸送業（総務担当）	・荷主の国内出荷量が低迷していること、輸出がないことから、今後も現状が続く。
<input type="checkbox"/>	通信業（広報担当）	・当面はWithコロナで、現状の底ばい状態が続く見込みである（東京都）。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの影響による消費縮小で、地域全体の景況感が悪い。一方で、生活様式が変化し、在宅時間が長くなったことで、パンや生鮮食品、書籍など、一部で需要が高まる取引先もある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染者数が高めで推移しているため、どうしても経済活動が制限されてしまう。
<input type="checkbox"/>	金融業（総務担当）	・今後新型コロナウイルスが収束するかはまだ分からないので、どちらともいえない。Go Toキャンペーンでどこまで関連業種が潤うかにもよるが、飲食業、観光関連はまだ厳しい状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	不動産業（総務担当）	・新型コロナウイルスが収束に向かったとしても、テレワークはある程度定着するので、以前の状態にはすぐには戻らない。飲食店テナントは引き続き厳しい状況が続く。オフィステナントの中には、在宅勤務社員の増加に伴い、オフィスの一部解約の動きを見せるところもある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（従業員）	・イベントの入場者数制限等は多少緩和されてきているが、年度内のイベント事業は早々と中止が決定している。
<input type="checkbox"/>	税理士	・米国の大統領選挙の結果によって、日本への影響も全く変わってくる。現大統領が再選されれば変わらないかもしれないが、対立候補が選出されたら日本に対してどのような対応をしていくのか分からない。新型コロナウイルスの感染状況も、このままだと1～2年は変わらないようなので、先行きは変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	・当分、経済状態は最悪のまま推移すると想定される（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場等も稼働率を上げる努力をしているようだが、売上減の状態はまだ続くものと予想される。

	□	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染の第3波が来るのか、ワクチンができるのか、どちらの方向に動くのか分からない状況で、年末までに完全に収束するとは思えない（東京都）。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・メインの取引先から、この先の月々の売上を今までの平均の50～60%に抑えてくれと言われている。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・ターミナル駅地下街の飲食店には多少客が増えてきたように感じるが、午後8時を過ぎると歩く人も少なくなる。来客数が少ないという理由で、営業時間を午後9時までとする店が多い（東京都）。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・国内の仕事が出てきているが、単価が安いので、利益につながらない。食いつなぐのに精一杯である。
	▲	建設業（営業担当）	・新型コロナウイルスが収束していない状況が続き、現状より更に設備投資額が減少する。
	▲	金融業（支店長）	・これから冬を迎えるなかで、新型コロナウイルス感染の拡大を懸念する声もあり、まだまだ景気回復には程遠い。
	▲	不動産業（経営者）	・売買、賃貸共に前年より減少している。居酒屋が2店舗解約になった。とにかく新型コロナウイルス収束を念じるのみである（東京都）。
	▲	経営コンサルタント	・新型コロナウイルスの影響が今後も継続する。
	×	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスが収束するまで、なかなか景気は上向かない。
	×	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス後の社会が不安定である。
	×	建設業（経営者）	・同業者も同じように受注がなく、民間より公共工事を取りに行きたいが、案件がないので困っている。国土強靱化も今年で終わりになるが、是非延長してほしい。
	×	税理士	・持続化給付金などの手当てが尽きて、自助努力で経営をしなければならないが、相手がウイルスなので業種によっては打つ手がない。これから冬にかけて新型コロナウイルスの感染がどれだけ広がるかが、今後の景気に重大な影響をもたらす。
	×	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・作業効率の悪化により受注量及び利益が減少する（東京都）。
雇用 関連  (南関東)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・下期に向けて、求人数、求職者数が伸展している（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響があるなかでの生活様式、ビジネススタイルの変化に世の中が慣れ始めている。新規感染者数が減少してきており、先行き不安が和らいできている。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・12月、年明け1月の予定は結構もらっているが、確定ではないため、どうなるか分からない。業種も限られている。今は求人広告を出さなくても、職安から来る人も多いので、何とか予定どおりに実行されることを祈っている。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・Go Toキャンペーン効果か、旅館、飲食関連の客足が増えつつあり、採用も下げ止まっている（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・派遣契約の解約、仕様変更等による効率化が進み、業界全体としては縮小傾向に向かうと思われるが、個々の事例から見ると、同業他社からの切替えなどが進み、今後更に競争が激化するのではないかと。対応次第では、大きく伸びる、又は減少する可能性がある（東京都）。
	□	人材派遣会社（社員）	・取引先企業へのヒアリングでも、年内の需要回復は厳しいとの見方が多い。
	□	人材派遣会社（社員）	・雇用調整助成金の給付期間延長により、クライアントの雇用調整は緩やかになっているものの、業績悪化による派遣契約終了は続いている。最悪期は脱したが、派遣の新規受注状況も芳しくないため、当面厳しい状況が継続することが予想される（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・例年、秋以降は派遣求人及び求職者数の増加が見込まれるが、今年は新型コロナウイルスの影響か、例年ほど求人が増えそうにない（東京都）。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・期間限定の案件は増加する傾向にあるが、一定期間で終わるため、結果として状況は変わらず推移していくと考えている。
	□	求人情報誌制作会社（営業）	・悪い状態で安定してきたように感じられる。今月と比較すると良くも悪くもない状態が今後も続く。
	□	求人情報誌制作会社（広報担当）	・新型コロナウイルスの影響が長引くことにより、かなり長期的に景気に影響するのではないかと（東京都）。

□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響がまだ続く。
□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響により、依然として求人を控えている事業所が多く、求人数は前年比で引き続き減少となっている。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・経済状況はしばらく悪いままで変わらない（東京都）。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・現在のところ変化する要素はないが、新型コロナウイルスの感染拡大状況によっては変動する可能性がある（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響は年単位で続く（東京都）。
▲	人材派遣会社（支店長）	・新型コロナウイルスの影響から、今年度の業績を見据えた派遣契約の短期化が増えてきている。事業見直しに伴う社員異動と合わせて全体的な雇用調整を進める企業が目立つ（東京都）。
▲	職業安定所（職員）	・当面は新型コロナウイルス感染症による経済活動への影響は避けられず、求人倍率の低下と就職者数の減少からみて、景気が好転する状況にはないものとみている。
▲	民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、新卒採用マーケットはほぼ全てのプロセスでオンライン化が進み、企業の採用経費は逆に効率化が進んでいる。市場規模は縮小するばかりである（東京都）。
×	人材派遣会社（社員）	・受注件数の低下をきっかけに、市場に人材が余り始めている。1件の求人への申込み倍率が跳ね上がっており、社内外で競合が発生している（東京都）。
×	人材派遣会社（営業担当）	・製造業の下降傾向は変わらず、現時点において、まだ底を打ったようには見えない（東京都）。
×	求人情報製作会社（営業）	・回復まではこの先2～3年は掛かるのではないかと（東京都）。
×	求人情報誌製作会社（所長）	・まだ仕事が増えないとクライアントから言われている。