

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)	◎	一般小売店〔生花〕（店員）	・実際に2～3か月後良くなっているかは不明だが、少しでも良くなってほしいという気持ちで、前向きにやっていきたい（東京都）。
	◎	スーパー（販売促進担当）	・年内は、前年の消費税増税によるマイナス要因が前年比でのプラス効果につながる。
	◎	乗用車販売店（店長）	・新型コロナウイルスの影響もあって自家用車使用率が上がり、買換えを検討する客が増えている。
	◎	高級レストラン（経営者）	・11～1月の3か月を考えた場合は、Go To Eatキャンペーンの影響が続くと思うので、1月末までは景気の良い状態が続く。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・現状がしばらく続く（東京都）。
	◎	ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチン開発が進みそうである。
	○	一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・Go To キャンペーンも始まり、少しは活性化されてくる。
	○	一般小売店〔傘〕（店長）	・年末年始に向かい購買意欲が戻ってくれば、少しずつ上向く。
	○	百貨店（売場主任）	・これから年末商戦を迎えるが、お歳暮、クリスマス、おせちの受注状況は現時点でほぼ前年を超えている。全体的には生鮮、総菜がけん引し、前年に近づくとみている。また、大きな物産展、特に北海道展等は、来客数の減少によって数字は若干厳しいものの、前年に近い売上をたたき出しており、新型コロナウイルスの影響からの脱却ができていないのではないかと考えている（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・これからお歳暮などの年末商戦が本格化する。来客数が回復していることを考えると、新型コロナウイルスの感染状況が極端に悪化しない限り、今後も来客数は増加傾向とみている（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・店舗の特殊要因により、集客及び売上を見込める。
	○	百貨店（販売促進担当）	・Go To キャンペーンが奏功している気配がある。年末年始は例年以上に慣習にのっとった消費行動になると予測している。来客数以外にも、今も好調に推移しているオンライン需要の高まりもある。政府が企業に提案している年明けの始業スケジュールにも注目している（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・Go To キャンペーンが盛り上がりを見せている。年末年始に向けて人々の外出が増えると見込んでおり、短期的にはもう少し回復する（東京都）。
	○	百貨店（販売促進担当）	・東京都のGo To Travelキャンペーン開始に伴い、外出着などの需要に復調傾向がみられる。年末年始にかけて外出自粛へ逆戻りしなければ、現在よりは復調に期待できる（東京都）。
	○	百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの感染第3波が来ているエリアもあるので油断はできないものの、年末年始休暇が長くなっても海外旅行などには行けないため、国内需要が発生する。また、お盆は県境をまたいでの行き来が制限されていたので、年末年始には人の移動が発生するとみている（東京都）。
	○	百貨店（企画宣伝担当）	・食料品の売上は堅調なものの、衣料品の需要は低迷しており、厳冬が予想される今冬に期待している。ただし、新型コロナウイルスの影響を受けて、アパレル各社の生産量は縮小されており、売上への影響を懸念している。一方、年始のセールは春物商材の在庫により、物量は確保できる見通しである。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数が徐々に戻り、客単価も上がり始め、やっとなら新型コロナウイルス以前の活気が戻ってきている。
	○	コンビニ（経営者）	・ショッピングセンターは前年の8割程度と、まだまだ前年並みの来客数や売上には戻らないと思うが、Go To Eat、Go To Travelキャンペーン等々により客が大分動き始めている。冬のインフルエンザや新型コロナウイルスの感染状況次第だとは思いますが、少しずつ良くなっていくのではないかと。
	○	コンビニ（商品開発担当）	・Go To キャンペーンが続き、新型コロナウイルスの感染が再拡大しなければ、期待できる（東京都）。

○	衣料品専門店（経営者）	・Go Toキャンペーンが終了する来年1月までは今のやや良い状態が続く。
○	家電量販店（店員）	・年末商戦が近づいており、前年の消費税増税の余波も落ち着いていることが予想される。
○	家電量販店（経営企画担当）	・新型コロナウイルス禍でのWithコロナに社会全体が適応しつつあること、治療薬の承認、医療体制の準備体制等、春先に比べてインフラ面での改善が大きく進んだことで、当業界の商環境も改善することを期待している。欲を言えば、旅客の解禁を待っている（東京都）。
○	乗用車販売店（総務担当）	・12月はボーナス月で需要が見込める。また、新型車攻勢で客の購入意欲が出てくると予想する。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・これから暮れに向かうので、11～12月は良くなっていくのではないかと。良くなってくれないと困る。
○	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者数が一定程度に収まることが条件だが、消費を抑えていた反動を感じられる。
○	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との兼ね合いはあるが、徐々に少人数の宴会も回復傾向にあることを加味しての判断である（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は続き、まだ赤字だとは思いますが、消費者は十分慣れてきて、新型コロナウイルスに対する恐怖感が少しずつ薄れてきている。
○	一般レストラン（経営者）	・Go To Travelキャンペーンに続いて、Go To Eatキャンペーンのクーポン券利用開始が景気を活性化するのではないかと。ただし、今後新型コロナウイルスの感染再拡大が起きて規制が強化されたら、という心配をしながらの営業で、3密防止に注ぎ込むエネルギーは相当なものである。したがって、思い通りの効率的な収益アップとはなりにくい。ヨーロッパの感染再拡大の経済的影響も不安材料としてある。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・3か月後まではまだGo To Travelキャンペーンの効果がある。宴会も、新年会は少しはあるかもしれない。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・Go To Travelキャンペーンによる効果が結果として出てきているので、今後の収支は改善に向かうのではないかと期待している。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・このまま新型コロナウイルス感染症が収束傾向に向かえば、Go To Travelキャンペーンによる需要も更に増えるの見込みである。
○	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染は止まらないが、コロナ禍とはいえ社会が落ち着きを取り戻し、旅行需要が増えてきている。
○	旅行代理店（総務担当）	・現状では個人旅行が増えているが、今後は団体旅行も増加していくと予測している（東京都）。
○	タクシー運転手	・Go Toキャンペーンの効果で多少は客の動きがある。年末にかけて客の動きが増えると思うので、新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、希望を込めて、現状よりは良くなる（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・販売量が増えなければ減りもしないという状況が続く（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・Go Toキャンペーン等により、人の移動も増えたことや、作業が実施できる物件でアポイントをもらった客に関しては、新型コロナウイルスの影響は余り感じられないため、新型コロナウイルスとの向き合い方が少しずつ変わってきているように感じる。インフルエンザと同時期に拡大する第3波への懸念は残るものの、感染防止に気を配りながらの営業を継続するので、しばらくは現状維持と考えている（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が現状維持なら景気は良くなっていく（東京都）。
○	通信会社（社員）	・前月同様、人の動きは出ているし、街中の人出も増加している（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	・案件が少しずつ増えてきているため、更なる増加を期待している（東京都）。

○	通信会社（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が縮小傾向になりつつあるなか、客側の消費活動の回復が期待できそうである（東京都）。
○	パチンコ店（経営者）	・Go To Travel、Eat、Event、商店街キャンペーン等、政府が推進する景気対策が少しずつ景気を引き上げていくものとみている。
○	競輪場（職員）	・年末から正月が稼ぎ時の業界なので、必ず上がる。また、こんな時代だからこそ、公営競技で運試しをしたいと思う人が出てくると感じている。業界も昔に比べて新しいガールズ競輪や、7車立てという少人数でのレースを行うことで、より当たりやすい傾向になってきている。ゲーム会社の参入により携帯で簡単に買えるコンテンツもでき、主婦層も増えてきているため、売上はまだ伸ばせると見込んでいる。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・今後、新型コロナウイルス感染の大きな波が来なければ、徐々に以前どおりの生活スタイルに戻り、来場につながる（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	・新しい案件がこのまま動いていく。
○	設計事務所（経営者）	・業務量が増えたことにより、多少なりとも上向きになるが、公共工事頼みという状況は変わらない。
○	住宅販売会社（従業員）	・年末年始は例年以上の長期休暇となる予想から、住宅の建て替えなどの検討や商談の機会が増える。年始のキャンペーン展開も例年以上に仕掛けていくと思われるので、景気はやや良くなる。
□	商店街（代表者）	・商店街の構成メンバーで、最近出店してきた飲食店が新型コロナウイルスの影響を大きく受けたために退店を余儀なくされることが増えてきている。早めの収束を期待しているが、なかなか景気が良くなる方向に向かうのは難しく、不安が残る。
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で本当に商品等が動かない。悪い状態が続いており、この先も変わらない（東京都）。
□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・暮れに向かい、テレビの需要期を迎えるが、品薄状態が続いているので心配もある。LED照明も期待できるが、こちらも商品確保が気掛かりである。
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響はまだまだ続く（東京都）。
□	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・例年なら季節商材の動きが良くなる10月下旬～年末にかけて売上が伸びてくるが、この2～3か月の来客数が余り伸びていないことなどを考慮すると、大きな売上の増加は見込めない（東京都）。
□	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・元々、当エリアは昼間は東京に働きに出て行く人たちが多かったが、行かなくなって流出人口が減ったために来客数が増えている。当店は様々な施策を行い、売上が伸びているが、周りでは倒産、廃業するところも増えてきているため、廃業等でお金を回収できない客が今後発生するのではないかと感じている。そのようなことから、売上の微増分がマイナスになる可能性を懸念している。
□	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・東京のGo To Travelキャンペーンによってホテルなどに客が戻り、忙しくなることを期待している。会社はテレワークなどで人が出てきておらず、品物が売れない（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	・2～3か月先では、新型コロナウイルス感染症の収束に向けた対応などがまだ不明瞭であると思われるため、現状の非常に厳しい景気は続く。冬季が過ぎ、その後の状況が見えてくるまで、全く予断を許さない状況である（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	・消費意欲は少しずつ回復してきていると感じるが、雇用状況の悪化、個人所得の減少、商品生産量の減少が見込まれる。景気回復を実感するにはもう少し時間が掛かる（東京都）。
□	百貨店（広報担当）	・新型コロナウイルスの特効薬やワクチンが開発され、普及しない限り、現状が大きく好転する材料はない。一方で、Go To Travelキャンペーンの普及など、マインドに関しては着実に上向いているため、大きく悪化する材料も見当たらず、横ばいで推移する（東京都）。
□	百貨店（広報担当）	・インフルエンザの流行により、新型コロナウイルスの感染者数が増えるような気がする。依然として第3波到来があるかもしれないという気の抜けない状況である（東京都）。

<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・各種G o T oキャンペーンの影響で外食やトラベル関連の需要拡大は予想されるが、海外需要も含め、新型コロナウイルスのワクチンにめどが立つまでは、現状のまま推移するとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・連日、一定数の新型コロナウイルス感染者が発生している状況から、すぐには客の来店頻度は戻らないと想定している。一方で、クリスマスや福袋といったイベント商材には期待している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしている状況で、G o T oキャンペーンがスタートしたりイベントの人数制限が緩和されたりと、世の中に動きは出てきているが、会食は控える、人が集まるところには出かけないといった心理はまだ根強くあり、好転は当面期待できない（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感染状況の推移により影響の度合いが変わると思うが、現状から急激に回復することはないと思われるので、今後も変わらない。食品は堅調に推移すると思われるが、アパレルはブランドの廃止、旅行や外出の自粛による衣料品購入機会の減少が影響して不振が続いており、今後も同様の状況が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・来客数が増えるか減るかは新型コロナウイルスの感染状況次第である。そういう点からも、先が読めない。インフルエンザも高齢者の予防接種無料化により、予約が取れない人も多いと聞いている。売上の大きな11～1月までの商売に影響が出ると、年間ではかなりの打撃となる（東京都）。
<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左右される。年末年始に向けて消費マインドの高まりを期待したいところだが、消費傾向は新型コロナウイルス以前と変わってきており、アパレルは厳しく、食品は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）	・客の買い方を見ていると、広告初日の目玉商品やポイント何倍の日、タイムセールの安価な商品など、価格の安いときやポイントが増えるタイミングなどをうまく使って買い回りをしている様子がまだ多く見受けられる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・2～3か月先ではそれほど変わらないと思うが、今の流れでいくと、客が買物を大分控えるようになってきているので、この先は徐々に悪くなる気がする。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響のなかで、3か月後も大きく世の中の生活スタイルが変わることは多分ない。3か月先も現状が続き、来客数は前年を割るが、点数、単価は何とか前年をクリアして、数字の予算達成という形で推移していく。特に、これからは予約制の商材の販売動向を注視していくので、そういった部分を含めて、しっかりと対応していきたい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・新型コロナウイルスの影響により内食需要が定着した感がある。特に、高齢者を中心にスーパーマーケット等の食品小売業は安定している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・現状が続く。衣料品、住まいの品に関しては、客の財布のひもが緩む与件はほとんど考えられない状況だが、今まで旅行やそれ以外のことに使っていた分を、家にいる時間が長いために、食品を中心として、家で過ごすための物を多く買っていることがある。一過性の物に関して非常に敏感な客の購買があるので、それを逃すと機会損失が非常に大きくなる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症がまだ落ち着かない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・将来的な不安感も手伝って、家庭内で備蓄している分が消化されない限りは、今の状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（ネット宅配担当）	・節約志向が更に高まるとともに、食品スーパーの需要も高まりそうである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症がどのように影響するか不透明である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・前年度比の利幅がおおよそ固定してきており、急激な改善は見込めそうにない（東京都）。

<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・変わらないというより、分からないというのが現状である。年末にかけてGo To Eat、Travel、商店街キャンペーンがあるが、Go To 商店街はややハードルが高いところもある。地域のプレミアム付商品券等の効果がどれだけ出てくるかと期待はしている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・季節が順調に移り変わり、重衣料が売れ始めるシーズンとなり、年末年始に向けて弾みのつく時期だが、新型コロナウイルスの感染第2波が懸念されており、先行きは不透明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況で変わってくる。これ以上感染者数が増えないことを願っている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（役員）	・まだまだ新型コロナウイルス感染症収束のめどが立たず、特に、中高年はこれから冬場にかけて外出する機会が減っていくのではないかと。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・需要を喚起する政策がない限り、期待はできない。しかし、インターネット通販部門は好調を維持しており、物量プラットフォームの構築に更に拍車がかかる。今後は、インターネット通販の比率を高めることがシェア拡大につながる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・経済を止めない雰囲気があるので、新型コロナウイルスの感染対策をしっかりとしている小売店であれば、大きく落ち込むことはない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備と販売をしており、整備は順調に入っている。販売も3～9月までは悪かったが、10月に入りやっと良くなってきている。このままいくかどうかは不透明だが、今後も頑張っていくたい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・来客数がやや減少しているが、販売台数は前年並みで推移する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・観光バス、タクシー専門の整備工場や幾つかの支店があった会社では、工場を閉鎖したり支店の何か所を廃止したり売却すると聞いている。観光関連は新型コロナウイルスの影響がある間は良くならない。全体的にも停滞ムードで、景気が良くなるとは思えない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・業界全体で販売量が増える気配がない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長代行）	・例年であれば年末のボーナスを見据えて乗換えが多くなるが、今年はボーナスの減額などから買い控えが多くなっており、販売が戻るとは思わない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・Go Toキャンペーンの影響がある業種ではないため、恩恵を受けられない。そちらにお金を回すので、こちらには回ってこない（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感染拡大は予断を許さないものの、7～8月をピークにやや落ち着いてきていること、Go Toキャンペーン等の消費喚起策などもあり、消費マインドの低下も底を打った感がある。しかし、冬場の感染再拡大も懸念されていることから、今後の状況を見通すことは難しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・年末商戦で多少売上が回復する可能性もあるが、新しい消費の形に変化することでの来客数減少が懸念されることから、景気は余り変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・Go Toキャンペーンが継続しているうちは景気も緩やかに回復に向かうと思うが、問題は終了後の反動である。早い段階でどのような対策を打てるかどうかで、その後の動きが大きく変わってくる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・年末年始の休日延長の話が出ており、天候と新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、今月程度の売上が続くことを期待している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（仕入担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第なので不確定な部分はあるが、大口利用や宴会が2～3か月で戻るとは思えず、厳しい状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・パーティーやケータリングがいつ再開するのか、皆目分からず、今後の景気の見通しも立たない。店の売上はかなり低調で、店員が暮らしていけるかやや不安である。デリバリーが少し入っているが、それほど多くはなく、やはりパーティー等がないとやっていけないような気がしている。

<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・3か月後もやはり新型コロナウイルス感染症は収束せず、また、寒い時期に向かって感染が広がるような気がするので、決して良くならないとは思えない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・前年から予約をもらっていた12月の忘年会のキャンセル連絡が、前月の終わり頃から徐々に入り始めている。やる場合も半分くらいの人数で開催するというような電話が頻繁に入るようになっていく。恐らく現状のまま好転することなく、暮れを迎えるような気がする（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・最近、忘年会予約の電話がちらほら入っているが、毎年欠かさず忘年会をしている常連からは、やはり会社から宴会をしてはいけないと言われていて聞くと、今年の忘年会はよほど厳しい状態になると予想している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・先行きの見えない状態が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症が完全に収束しないと、この状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・Go To Travelキャンペーン期間中にはある程度販売量も確保できると思うが、終了後は反動による落ち込みが非常に気になる場所である。現状でも婚礼や宴会については落ち込みが激しく、特に、宴会は例年の1割程度の売上を確保するのがやっとである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルスによる影響も緩和されていないし、感染者数も大分増えている。Go To Travelキャンペーンに参加する人はするのだろうが、当社のような末端にまではなかなか届いてこない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・冬に向かって新型コロナウイルスの影響がどうなるか不透明である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・利益率の高い海外旅行の再開はめどが立たない。前年並みに戻るのには2023年以降といわれており、数年は薄利の国内旅行で耐え忍ばなければならない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後は12～1月となり、元々旅行需要の少ない月である。海外旅行の状況は変わらないと思うが、国内では引き続きGo To Travelキャンペーンの影響があり、1月までは数字が見込める。また、修学旅行は旅行先や時期の変更等で1月までは数字が見込めるとも考えている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・この頃また新型コロナウイルスの感染者数が横ばいからやや右肩上がりの傾向にあり、客もかなり不安を感じているように見受けられる。今後もしばらくは客が不安を感じた状態のままと思われるので心配している。
<input type="checkbox"/>	タクシー（団体役員）	・これ以上悪くはならないと思うが、景気が上向く要素も感じられない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・マイナスを取り戻すための策について検討している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・年末にかけては、新型コロナウイルス感染者数の増加も予想されるため、大きく改善するとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・携帯電話を軸とした競合他社との攻防は激しさを増しており、一進一退が続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	・今後提供するサービスによっては契約数が伸びる余地はあるが、現状では不確実性が高いので、変わらないと回答するより他はない（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感染状況に抜本的な改善もないなか、このまま横ばいの状況が続くものとみている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第だが、今のままであれば、当面景気は変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響で在宅勤務が増え、インターネット接続の需要が増えている。固定回線の提供は毎月定額制のため、需要増に対する設備投資が利益減の要因となっており、値上げをどうするのか検討が必要な段階に入ってきている。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	・年末年始に大型イベントを誘致できれば良いのだが、新型コロナウイルスの感染状況がどうなっているかは不透明である（東京都）。

□	その他レジャー施設 [ボウリング場] (営業担当)	・ 渉外活動のなかで、法人客から「今年度は社内レク中止。個人での飲み会や懇親会も4人以上は禁止している」との声を聞くので、3月までは横ばいが続くだろうと覚悟している (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のせいで良くなる気がしない。
□	設計事務所 (所長)	・ 新型コロナウイルスのワクチンや治療薬ができる等、何か大きく変化がない限り、このままの状態が続く (東京都)。
□	設計事務所 (職員)	・ 今冬の新型コロナウイルス感染対策によっては、社会全体としては下向きになることが予想されるが、現時点では平行線である (東京都)。
□	住宅販売会社 (経営者)	・ 早く新型コロナウイルスの感染が収束しないと景気は戻らない。特に、このようなときこそ、経済波及効果の大きい住宅が売れるような対策を必要としている。住宅ローン減税については、今年中の引渡し条件だったが、2年延長されるようである。その他の住宅関連策も期待している。
□	住宅販売会社 (従業員)	・ 来場者数はそんなに変わらないので、そのまま続くとみている。
□	住宅販売会社 (従業員)	・ この先も大きく景気が良くなったり悪くなったりはしないと思うが、少しずつ上向きに推移するように感じる。今は仕入れが重要で、6～8月の仕入状況をばん回しないと今後の販売に影響してしまうので、大切な時期である。
□	住宅販売会社 (従業員)	・ 受注量に大きな変化がないことから、売上、粗利にも大きな変化はない。
□	その他住宅 [住宅資材] (営業)	・ 前々年、前年と同レベルまで回復する状況にはまだ至ってない。実際の仕事量はあるが、フル稼働までは時間が掛かる (東京都)。
▲	商店街 (代表者)	・ 世界の新型コロナウイルス感染状況を見ていると、寒くなると第2波的なものが起こっているように感じる。これから寒くなっていくと、東京の感染状況は悪くなる可能性がある。飲食を中心に忘年会、新年会需要が見込めないと、良くなる要素は少ない (東京都)。
▲	一般小売店 [家電] (経理担当)	・ これから年末にかけて売れる商材が探せない。新型コロナウイルスの影響で外を歩かない人が多いので、家の中で使う商材を探して売るしかない。
▲	一般小売店 [家具] (経営者)	・ この先の景気は決して良くはならない。客の所得が減ってきていることと、新しい物を買うというより現在使っている物を直したりして使い込んでいく方向に向いている感じがあるので、景気が良くなるとは思えない (東京都)。
▲	一般小売店 [米穀] (経営者)	・ 年末年始に向かうが、新型コロナウイルス感染状況に不安を感じているため、余り景気が良くなるとは思えない (東京都)。
▲	スーパー (経営者)	・ 競合店同士の競争が激しくなっている。
▲	スーパー (経営者)	・ このところ来客数減、客単価上昇の傾向が続いている。新型コロナウイルス感染症は収束しそうもないので、11月も変わらない。12月は、8月を参考に考えると帰省客が減ると思われるので、景気はやや悪くなるのではないかと。
▲	スーパー (店長)	・ 消費者には節約志向が依然として根付いており、日々の食生活に限っては、より安価な物へと志向が傾いている (東京都)。
▲	スーパー (仕入担当)	・ 年末に向けての帰省等は少なく、家族で過ごす安・近・短の年越しとなることが予想され、数量の減少は避けられない。
▲	コンビニ (経営者)	・ 今年は新型コロナウイルスの影響もあるし、大きなスーパーが1店開店し、そちらに客が集まっているため、良くないと予想している。
▲	コンビニ (経営者)	・ 新型コロナウイルスの影響もあるし、世界や日本経済が非常に迷走しているので、なかなか難しい。
▲	コンビニ (経営者)	・ 求人載せなくても応募が多くある。週に4～5日働きたいと言うので理由を聞くと、今まで勤めていた先でもう働けないだとか閉店になったからということで応募して来ている。やはり景気が良くなるとは思えない。
▲	乗用車販売店 (営業担当)	・ 新型コロナウイルスの影響により、例年に比べて自動車よりレジャーや旅費にお金を使う傾向が客との話からうかがえる。

▲	住関連専門店（統括）	・新型コロナウイルスの影響により、景気回復はまだまだ見込めない。半年以上は戻らないのではないかと。
▲	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関連商材の売行きが減ってくる。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・冬のボーナス減額など購買マインドが上がる要素がない。Go Toキャンペーンも、気候が寒くなり、新型コロナウイルス感染者数の増加等、ネガティブな要素しかなく、刺激策が必要である（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・今の予約状況から、年末の予約は期待薄である。年越しがこれからの1つの目安になる（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・倒産や廃業、休業はもっと多くなる（東京都）。
▲	タクシー運転手	・10月はまた落ち込んでいる。サラリーマンがタクシーに乗らなくなっているため、回復するのは難しい。これ以上は悪くならないでほしいという期待を込めての回答である（東京都）。
▲	タクシー（経営者）	・政府の支援次第で良くもなるし悪くもなる。このままの状況であれば、悪くなっていくような気がする。
▲	観光名所（職員）	・新型コロナウイルスの影響があるので今後どうなるかは分からないが、2～3か月後になると観光のトップシーズンを若干越えるので、やや悪くなる（東京都）。
▲	美容室（経営者）	・早く新型コロナウイルスの感染が収束してほしい。
▲	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・外部生からの問合せでも対面授業を気にする生徒が多く、ちゅうちょしているような状況なので、なかなか厳しい。
▲	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する不安感が拭えない。ますます買い控えをし、単価が上がらず、ましてや増収など見込めない。
▲	設計事務所（経営者）	・現状、一般の客から設計の仕事を受注することは非常に難しく、またそれは不可能と感じている。取引企業自体が揺らいでいる状況で、新しい商売、営業を展開しているところの設計を受注することも大変難しい。当社では何とか行政の仕事を取ろうということで営業を展開している。
▲	設計事務所（所長）	・新型コロナウイルスの影響で今後の見通しは非常に暗く、なかなか良くなる見込みはない。公共施設に関する予算も、やはり新型コロナウイルス感染対策に相当つぎ込まれているようである。
▲	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・今の状況が今後も長く続くと思われるので、当社としては仕事の幅を広げて対応していきたいと考えている。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・3密を避けての商売は、現状の人件費や賃料では成り立たない。
×	一般小売店〔印章〕（経営者）	・国会で出ている印鑑不要論について、どこまでは印鑑が不要でどこからが必要なのかということを確認して示してもらいたい。特に、行政改革担当大臣はそういったことの詳細をはっきりと示す義務があるのではないかと。印章に携わっている人間としては非常に不快で、印鑑全てが不要だということはまず有り得ないと考えている。
×	コンビニ（経営者）	・次第に新型コロナウイルスの影響が出てきている（東京都）。
×	衣料品専門店（店長）	・年内は新型コロナウイルスの特効薬やワクチンの供給は期待薄のため、客の行動意欲、購買意欲が低いままで推移する。
×	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・本当なら10月～年末に掛けてが一番売れるのだが、今年は商材に恵まれないことや、新型コロナウイルスの影響で飲食店が不振なこともあり、期待できない（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	・当店のよう小規模な飲食店は、今後何かしら対策を打ち続けてくれないと、恐らく維持することが難しくなる。実際に周りでは潰れている店もたくさんある。国や政府で何とかしてもらえないものか。
×	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・来客数の回復が緩慢であり、かつ低位安定の傾向も出てきていることから、当方の内部体制の見直しが進むまでは、業況の回復は見込めない（東京都）。
×	旅行代理店（従業員）	・現在受注済みで実施をしている学校遠足も、2～3か月先はほぼなくなる。団体旅行を取り扱う中小旅行会社は事業継続が困難、若しくは事業の断念が視野に入っている。



	×	タクシー運転手	・年末に入っても新型コロナウイルスの感染者数が減少に転じず、ワクチンもまだできないことなどから、忘年会の変化がうかがえるので、例年ほどの利用客数は見込めない。したがって、景気は良くならない（東京都）。
	×	タクシー運転手	・先が見えない状況が長く続いている。密になる飲み会も少ないようで、今年の忘年会は恐らく期待できない。1つ心配なのは、マスクをしないでタクシーに乗る客が目立つことである。もちろんマスクをするように伝えている。
	×	通信会社（管理担当）	・前月と同様に、回復は限定的である。
	×	ゴルフ場（従業員）	・Go To Travel、Go To Eatキャンペーンで表向きは各地に活気が出てきているように見えるが、国の財政、企業の財務力などは悪化している。それが、先々の景気回復、経済の安定につながるものか疑問である。新型コロナウイルス感染者数も更に増えてしまうのではないか。
	×	ゴルフ場（経理担当）	・一部のゴルフ場においては、新型コロナウイルスの影響による財務状況の急激な悪化と先行きの不透明さを受け、会員に対して年会費やプレー代金を臨時で値上げするなどの措置を講じているところもみられる。コロナ禍のなか、長期的なゴルフ需要やコスト構造がどう変化し、その影響が今後数年に渡ってどのように変遷するか不透明な状況下で、設備の維持管理に不可欠な設備投資であっても、特に慎重な姿勢で臨まざるを得ない。
企業 動向 関連	◎	—	—
(南関東)	○	食料品製造業（経営者）	・Go To 商店街に応募し、採択されれば、客を集められると期待している。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・12月までは受注量が多いが、1月は大幅に減る見通しである（東京都）。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・受注件数、受注額共に前年5～9月期の目標に対して、5月の達成率は62%であり、以降毎月前年同月比で4～10%売上が伸びている（東京都）。
	○	輸送業（総務担当）	・繁忙期になり、物流も増えて上向いてきているので、収益も伸びると予想している。
	○	通信業（広報担当）	・冬場の新型コロナウイルス感染再拡大の懸念はあるが、徐々に正常化していく見込みである（東京都）。
	○	金融業（支店長）	・Go To Travelキャンペーンの効果も出始めており、人、物、金が動き始め、経済は徐々に回復する。
	○	金融業（役員）	・不動産業は在宅勤務やテレワークへの移行に伴う需要増加、在宅勤務ができる間取り確保のためのリフォーム、シーフロント地区の不動産需要増加もあり、活況が続く見込みである。観光業については、今後のインバウンド集客が大きな課題となっている。
	○	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・政府による経済対策予算の執行に伴い、関連案件が動き始めている。
	○	その他サービス業〔ソフト開発〕（従業員）	・受注や問合せ件数などが増えてきている。
	□	食料品製造業（経営者）	・現状はかなり回復してきているが、これ以上はしばらく難しいと感じている（東京都）。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今月は景気が良いといったが、行政改革担当大臣の発言を受けてはんこ不要論が飛び出している。現場では法人関係は横ばいかやや上向きと感じているが、個人の仕事に関するはんこ需要は非常に少なくなるのではないかとみている。はんこ不要という流れが変わってほしい（東京都）。
	□	化学工業（従業員）	・例年であれば年末を控えて受注が増加するのだが、今年はどうも悪い。アジア向けの受注は大部分新型コロナウイルスの影響以前に戻りつつある。
	□	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激減した化粧品容器の受注が底入れした感じはあるものの、回復する見通しはなかなか立たない。クライアントや同業他社も状況は同じである。
	□	金属製品製造業（経営者）	・メインの取引先が良くなる要素は見当たらない、しばらくはスポット的な受注でしのぐ状況が続く。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・3か月内示を見ると、この先も今と同じような受注内容である。

□	電気機械器具製造業（経営者）	・正月休みを延長する話が新型コロナウイルス感染症対策担当大臣から出ている。そうでなくても稼働日数が少なくなっているのに、これ以上減ったら中小企業はどうすればいいのか。その提案は大企業限定にしてもらいたい（東京都）。
□	建設業（従業員）	・状況は特に変わらない。
□	輸送業（経営者）	・販売量が前年より3割ほど減ったままである（東京都）。
□	金融業（従業員）	・Go Toキャンペーン等の景気対策が話題となっているが、飲食店等からは、一番苦しい時期は脱したものの今後も厳しい経営環境が続くという声もあり、地元での期待感は大きく感じられない（東京都）。
□	金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染者数、特に東京の数が依然として減らないので、飲食店や病院、特に歯科などは大きなダメージを受けている。新型コロナウイルスの感染を抑制していかないと景気回復は難しい。
□	金融業（総務担当）	・現在は各企業に新型コロナウイルス関連の融資が入っており、ここ3か月くらいは資金繰りに余裕ができていたため、倒産件数は減少しているが、売上が元に戻っているわけではないので、将来的には不安が残る。Go Toキャンペーンがいつまで続くか分からないが、新型コロナウイルスはまだまだ続くとなると、景気回復までは時間が掛かる（東京都）。
□	広告代理店（営業担当）	・本格的な冬に向けて、新型コロナウイルスの感染再拡大があるかないかで様子が変わってくるため、今はまだ先が読めない（東京都）。
□	税理士	・米国の景気は大統領選挙の結果によってがらりと変わる。どちらの候補が勝つかによって、日本への対応等も全然変わってくるので、先行きは分からない（東京都）。
□	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない（東京都）。
□	経営コンサルタント	・冬に向かって新型コロナウイルスの動向が懸念される。
□	税理士	・新型コロナウイルスの影響はまだまだ続き、景気が上向く要素は見当たらない。新しい生活様式に慣れつつ、感染予防をしながらの日常になる。
□	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場等の稼働状況が変わる兆しが見えず、しばらく低空飛行のまま現状維持が続くものと思われる。
□	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・現状維持で推移するとみている。
▲	化学工業（総務担当）	・新型コロナウイルス禍が収まらないため、冬季におけるイベントや行事が盛り上がりせず、販売促進ツールの低迷が続きそうである。
▲	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、これから全体の動きが悪くなるような情報が多い。この先少しずつ景気は悪くなっていく。
▲	金属製品製造業（経営者）	・一時的に戻ってきてはいるが、新型コロナウイルス感染症が収束したわけではなく、まだまだ先行きが不透明で、これ以上良くなることはない。
▲	精密機械器具製造業（経営者）	・今月は一時的に回復したが、来月から前年比約20%ダウンとなるため、固定費の大幅な削減を行わないと存続にかかわる事態になってきている。
▲	その他製造業〔靴〕（経営者）	・とにかく新型コロナウイルス感染症が収束しないことには何も動かないのではないかと。特に、ハンドバッグ関係などは真っ先の中に入っている。
▲	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染状況の悪化が予測される（東京都）。
▲	建設業（営業担当）	・一時的な補助金等にて動きが出ているが、全体的な動きにはつながっていないように感じる。そのため今後は更に厳しくなる。
▲	不動産業（経営者）	・家賃支援給付金の振込案内のはがきがたくさん来るが、これだけ売上50%の会社があるということは、相当冷え込んでいる。新型コロナウイルスの収束を祈るのみである（東京都）。
▲	不動産業（総務担当）	・出勤率低下の常態化によりオフィススペースの一部解約が続く状況にある。また、飲食テナントは新規の出店希望者が全く現れず、空きスペースが埋まる見通しが立たない（東京都）。
▲	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルスのワクチンか特効薬が普及しない限り、良くなる見込みはない。

	▲	その他サービス業 [ビルメンテナンス] (経営者)	・最低賃金の時間当たり1013円で契約している既存契約の現場の社員が退職した後の募集単価は、人手不足もあり最低でも1250円、最高で2000円となるので、逆ザヤとなる。契約の値上げはペンディングで、解約するにしても時間が掛かる (東京都)。
	▲	その他サービス業 [映像制作] (経営者)	・毎年行われていた新年の企業総会などが中止となり、撮影、編集などの仕事が減り、良くなる要素がみられない (東京都)。
	×	出版・印刷・同関連産業 (所長)	・年内はこの状況が続くとみているが、繁忙期の案件がないと考えると、大きな打撃になる。
	×	金属製品製造業 (経営者)	・年末にかけての受注量が少ない。取引先にもまだ余り先の予定は入っていないとのことである。新型コロナウイルスの影響で、営業には来ないでほしいという話が出ている。
	×	建設業 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症がいつ収束するか分からないので、経済は不透明である。なかなか良くならないのではないかと。
	×	建設業 (経営者)	・経済が止まり、動き出すまでに時間が掛かり過ぎたことと、新型コロナウイルス後の新しい働き方改革で年収が減りそうなので、悪くなる。
	×	建設業 (経営者)	・公共、民間共に案件がない。新型コロナウイルスの影響で様子見というのもあるが、先が見えないので厳しい。
	×	輸送業 (経営者)	・現在、年末年始の行事や会合の多くが縮小や中止となってきているので、景気への悪影響が懸念される (東京都)。
	×	経営コンサルタント	・新型コロナウイルス感染症の問題は長引く (東京都)。
	×	その他サービス業 [ソフト開発] (経営者)	・新型コロナウイルスの影響が拡大している (東京都)。
雇用 関連  (南関東)	◎	人材派遣会社 (営業担当)	・長期募集は前年比60%程度だが、短期間の募集は増加傾向にある。向こう3か月の就業希望者のあっせんは充足できる見込みである (東京都)。
	○	人材派遣会社 (社員)	・派遣社員の求人数はある程度回復傾向にある。一方、人材紹介の求人数は月間1万件強と前年割れで、低調に推移している (東京都)。
	○	人材派遣会社 (社員)	・年末年始の繁忙期に向けた短期の人員依頼が増えている。インターネットショッピング関連のセールによる物流増のほか、セット組み増による物流加工作業の需要も増えている。
	○	職業安定所 (職員)	・求職者の状況が上向きになっている傾向がある。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	・底を突いた感はあるものの、まだ上昇気流は明確になっていないようである。多少の揺れはありそうだが、まだ不透明である (東京都)。
	□	求人情報誌制作会社 (営業)	・年末を挟むので難しいところだが、変わらないか、やや良くなるの間くらいだと思われる。年明けの求人増加に期待しつつ、年末は様子を見ることになる。世の中が大きく変わらない限り、求人数の大きな増加や動きは望めない。
	□	求人情報誌制作会社 (広報担当)	・新型コロナウイルス禍に皆慣れてきて、少しずつ人材が流動化しているように感じるが、まだ動きは少ない。景気が悪化する要素があれば、すぐにも悪くなる (東京都)。
	□	求人情報誌制作会社 (所長)	・12月は最も悪くなる上に、1月は例年のように期待はできない。
	□	職業安定所 (職員)	・新型コロナウイルス感染症の影響により、求人提出を見合わせている事業所が依然として多く、また、全体の求人数は前年比でみると数か月減少が続いている。
	□	職業安定所 (職員)	・新型コロナウイルスのワクチンが流通しない限り、以前の生活様式には戻らない (東京都)。
	□	職業安定所 (職員)	・求職者数、求人数、就職者数の減少に歯止めが掛かっている感はあるが、いまだに新型コロナウイルス感染症収束が見えず、先行きが見通せない。
	□	民間職業紹介機関 (経営者)	・就職環境は厳しくなると思われるが、学生には実感が無いようである (東京都)。
	□	民間職業紹介機関 (経営者)	・新型コロナウイルス収束のめどが立たず、先が見えない (東京都)。
□	民間職業紹介機関 (経営者)	・国内だけでなく、全世界的に不安要素が多く、今後もしばらくは様子見である (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）	・雇用調整助成金の給付終了に伴い、各企業のリストラが更に加速されることが懸念される。既に来年度以降の業務の仕様変更、ポストや労働時間の削減について要請が来ている。来年3月末で一旦区切りとなる契約は、受託金額の見直しもあり、今後厳しい状況になると予想される。新規案件についての話はあるものの、2年後、3年後の話であり、足元の景気は厳しくなる（東京都）。
▲	人材派遣会社（社員）	・継続的な新型コロナウイルスの影響に対する施策を打ち出せるとは思えない（東京都）。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・例年なら秋以降は繁忙期になるが、今年は新型コロナウイルスの影響もあり、求人数は減少している一方で求職者数は増加しており、需給バランスが崩れてきている。各企業の業績低迷に伴い、欠員補充、繁忙対応で派遣社員を利用する企業が減少している（東京都）。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・再就職支援の問合せが徐々に入ってきている。大手企業を中心に、2021年3月末をめどに早期退職制度を活用していくのではないかと予想している。
×	人材派遣会社（社員）	・求人数の悪化と入れ替わるように、行政関連からの委託業務が増え、何とか求職者をそちらへ流し込んでいるが、それも来年以降の継続性が不明確なので、求職者は不安を抱えている。大型の業務委託がなくなり、民間企業の採用意欲が戻らなければ最悪の事態になる（東京都）。
×	人材派遣会社（支店長）	・採用を抑制する企業が増える傾向は変わらない（東京都）。