

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)	◎	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・例年、1月は良くないのだが、今月は例年比べて販売量が増えている。
	○	スーパー（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出以降、徐々に客足が増えている。
	○	スーパー（経営者）	販売量の動き	・相変わらずそれほど良くないが、やはり今月に入り緊急事態宣言が再発出されてから、客のまとめ買い需要が多少増えている。ただし、これは今月限りだと思っている。前年2月から新型コロナウイルスの影響で客の巣籠り需要が発生しているが、今年はそこまでは増えないと思うので、良いのは今月が最後である。
	○	スーパー（店長）	お客様の様子	・今月は、緊急事態宣言再発出以降、来客数が増えていないが、1人当たりの買上単価が上がったことで、数字が良くなっている。緊急事態宣言解除後については、まだ不透明である（東京都）。
	○	スーパー（ネット宅配担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数の増加で、1月3日頃から売上が伸びてきている。また、緊急事態宣言再発出後、更に良い数字になっている。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新型車が好調であり、また需要月を迎えて販売量が増えてきている。
	○	乗用車販売店（店長代行）	お客様の様子	・緊急事態宣言の再発出後、来客数が減少するかと思っていたが、宣言前と変わらず来店してくれている（東京都）。
	○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	お客様の様子	・外食部門を除き、数字的には改善に向かいつつある。理由としては、上期中に行った新型コロナウイルス対応策が大きい（東京都）。
	○	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・今までのソリューションシステムの買い控えも解け、徐々に大型のソリューション案件が増えてきている。ただし、緊急事態宣言が再発出されたこともあり、個人向けモバイル端末の販売は苦戦している（東京都）。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3か月前と比べると土地の仕入れが徐々にできるようになり、まだまだ足りないものの、在庫を確保できるようになってきている。販売の方は若干動きが鈍いように感じる。今後も販売量を増やすよう動いていきたい。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・来客数が非常に少ない。しかし、新型コロナウイルス禍の巣籠り需要なのか、プチリフォームのように、トイレや台所のコンロの入替え工事が増えている。
	□	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍なので、問合せに対して活動しているが、器具や機械の故障の問合せより、買換えの相談が多い。車の充電設備工事も増えている。
	□	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	単価の動き	・店頭に来客数に関しては、前回の緊急事態宣言発出時は結構増えたが、今回はそれほど増えていない。競合や大きな文房具店が営業していることもあり、さほど変わりはない。逆に、支店の来客数が若干減っている。外商に関しては、前年よりは若干良いが、今のところ大型案件が取れていないため、今月はそれほど変わらない。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・緊急事態宣言再発出の影響で来客数が減り、食料品もその影響を大きく受けている。バレンタイン商戦はオンライン販売等により好調に推移しているが、食料品全体の数字をカバーできるまでにはなかなか至っていない（東京都）。
□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・1月に入り、緊急事態宣言が再発出された後、来客数が前年比60%ほどに落ち込んだが、先週から始まったバレンタイン催事に対する客の反応が良く、食品部門の売上は連日前年をクリアしている。また、バレンタイン関連アイテムでも、EC受注の伸長がみられ、完売アイテムもある（東京都）。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・例年と異なり、初商の3密回避のため、福袋やクリアランスセールを大幅に縮小したことにより、店頭売上は大きく減少している。一方、インターネット販売は増加している。緊急事態宣言の再発出後は来客数が更に減少しているものの、内食需要の増加により、食料品のみ伸長している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	来客数の動き	・12月以降継続して来客数が前年比65%と下げ止まっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画宣伝担当）	来客数の動き	・来客数、販売高共に前年比マイナス30%弱となっている。緊急事態宣言の再発出により、食料品、日用品への消費比重が高まる一方、婦人服、紳士服の販売高シェアは大きく減少している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	単価の動き	・競合との価格競争で、平均単価が下がる傾向にある。客は前年を上回る点数を買ってくれているが、平均単価が下がっているため、客1人当たりのトータルの上額がなかなか前年を上回らない状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	お客様の様子	・緊急事態宣言の再発出後、一部食品の動きが変わってきている。前年春の緊急事態宣言発出時の売行きに比べるとそれほど伸びはないが、1回に購入する量や金額が増えている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・1月は、衣料品が前年比2割以上の落ち込みとなっている。ふだん着、部屋着、肌着等についてはそれほど落ち込みはないものの、やはり、新型コロナウイルス禍のなかで外出がなくなったことから、アウター関係が非常に良くない。また、前年まであった化粧品を中心としたインバウンド需要がなくなった影響もある。ステイホームで食品全体としては1割強の伸びを示しているが、なかなか衣料品の落ち込みのカバーまではできていない。全体としてはほぼ前年並みである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・現在は、客の来店回数は減っているものの、1回当たりの販売量並びに買上点数、買上額が、来客数減を上回る状況になっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	競争相手の様子	・競合店で新型コロナウイルス感染者が増加したため、当店の来客数が増加している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出により、近隣のイベントが軒並み中止となっており、その影響が来客数に現れている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	お客様の様子	・大きな増減はないものの、来客数そのものは確実に減っており、逆に客単価は微増している。現状の新型コロナウイルスの感染状況を見ると、今後もこの状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・前月同様に、自粛で外出着の売上が非常に悪い。しかしながら、実用衣料品と衛生商材が良いので、前年比はクリアできている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染第3波の影響により、1月8日～2月7日まで緊急事態宣言が再発出されている。第1波よりは影響が小さいものの、業績には大きく反映されており、3か月前と比べて2割以上低迷している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・今年は新型コロナウイルスの影響で、密集を避けるために年始セールの福袋を販売しなかったが、前年のセールより来客数や売上は伸びた。帰省しない人が多くなり、それが消費につながったと考えられる（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。前月は販売が良く、このままいくのかと思ったが、今月は前月の半分しか販売できていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響がまだに続いている。先がみえないため、まとまったお金は出たくないという客が多い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	お客様の様子	・客の購買意欲に変化がみられない。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	お客様の様子	・現在、当地域は緊急事態宣言下にはあるが、来客数や売上は宣言再発出前とほぼ変わらない（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	・各商材の動きが余りない。もう少し売れてもいいかと思っていたのだが、売れない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・東京では1月8日から緊急事態宣言が再発出され、営業時間が夜8時までなので、7時半頃になると周りの店が看板の電気を消し始め、街も閑散としている。本当に街から人がさっさといなくなっていくのを切実に感じている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数の増加により緊急事態宣言が再発出されたため、受注は前月並みで増えていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響と、MNOの新料金プラン発表の影響からくるモバイル及び光回線の契約伸び率が低下している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	販売量の動き	・自粛期間に入っても、対面接客や営業については従来どおりで相応の実績がある。ただし、新型コロナウイルスを理由に約20%は対面での接客を断る現状があり、その点は無理しないように活動をしている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（局長）	販売量の動き	・テレワークの増加に伴い自宅でのインターネット利用が増えることで契約数が伸びる一方で、トラフィックの逼迫による速度低下を理由とする苦情解約も並行して増えるので、良しあしである。結果的に、状況は余り変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・加入時はもちろんのこと、加入後のコース見直しなどで、必要最低限の内容を選択する傾向は変わらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	単価の動き	・客単価が毎月10円未満の単位で下がり続けている。世間一般ではテレビ番組の視聴方法にインターネット配信も選択肢にあり、CS放送をパッケージ売りしているケーブルテレビサービスが選ばれる機会が減ってきている。
<input type="checkbox"/>	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により、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"/>	その他サービス 〔保険代理店〕 （経営者）	来客数の動き	・低迷したままで変化はない。固定客の減少は余りなく、辛うじて一定数を保っている。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・以前より関わっている案件は、減りも増えもせずそのまま続行している。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・民間案件の依頼はない。官庁案件が3月末まで継続するので、仕事量の変化はないと考えている。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	お客様の様子	・1月ということもあり、新型コロナウイルスの影響で客との打合せ等もできず、全くと言っていいほど話が進まない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（職員）	それ以外	・例年、2月までは受注量が少ないが、新型コロナウイルスの影響もあり、動きが停滞しているように感じる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の拡大により、展示場への来客数は前年比60%程度の状態が継続しており、新規顧客の情報減少により、受注量が減少している。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの影響で、客と会うことができずにいる。営業的な業務ができないということは、今後非常に大変になる。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・建築資材の需要期であるが、大型案件が少なく、例年以下の動きが続いている（東京都）。
<input checked="" type="checkbox"/>	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、取引先の飲食店が次々に辞めていっている。そうしたことから、ますます悪くなっていくような気がする（東京都）。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	お客様の様子	・来客数はさほど変わらない。自宅で食べる菓子は売れているものの、ご進物、箱詰めギフトの売行きが悪く、客単価が下がり、売上に繋がっていない。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店〔文房具〕（経営者）	販売量の動き	・来客数が大きく減少してきている。飲食店の営業時間短縮要請や休業により、伝票類などの近隣飲食店向け商材が全く動かない（東京都）。

▲	一般小売店 [傘] (店長)	来客数の動き	・再び緊急事態宣言が発出され、客の年齢層が高いこともあり、商店街への人出がなく、来客数が少ない。
▲	一般小売店 [生花] (店員)	来客数の動き	・1月7日の緊急事態宣言再発出後から全然客が来なくなってしまった。新型コロナウイルスに感染するのは嫌なのでそれでいいのだろうが、本当に厳しい。どうやって生活したらよいかと思うほど厳しくなっている (東京都)。
▲	一般小売店 [茶] (営業担当)	販売量の動き	・前月同様、売上が前年比で22%減少している。来客数も減少している。
▲	百貨店 (総務担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言で不要不急の外出自粛のなか、来客数の減少から食料品、衣料品の苦戦が大きく響き、当店特殊要因によるプラス分が相殺されている。来店する客は、目的をもって来店しているため、買上率、買上単価は前年を上回っている。
▲	百貨店 (広報担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言の再発出を受けて、外出自粛の意識が高まり、来客数が減少している。また、これまで比較的堅調であった高付加価値商品に対する購買にも買い控え傾向が高まっている (東京都)。
▲	百貨店 (広報担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言が再発出されたため、来客数が減っている。ただし、臨時休業ではなく時短営業で対応できているため、やや悪くなっている程度である (東京都)。
▲	百貨店 (販売促進担当)	来客数の動き	・来客数減ではあるが、購買客単価は伸びている。バレンタイン商戦では、店頭は前年を大幅に割っているものの、オンライン売上は好調である (東京都)。
▲	百貨店 (販売促進担当)	販売量の動き	・12月まで売上は回復傾向にあったが、1月の緊急事態宣言再発出後は苦戦が続いている。また、店舗によって好不調の差が激しい (東京都)。
▲	スーパー (店長)	お客様の様子	・売上そのものは順調に推移しているものの、新型コロナウイルスの影響によるものが大きく、本来の状態ではない。価格に対してシビアになってきている部分が見受けられる (東京都)。
▲	スーパー (仕入担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言が再発出され、来店頻度が減少し、来客数が5%ほど落ちている。ただし、巣籠り需要で客単価が10%ほど上がっており、売上自体は前年をクリアしている。
▲	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・販売量が減っている (東京都)。
▲	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・夜間、特に午前0～6時の深夜から早朝に掛けての来客数、売上はほぼゼロに等しく、完全に赤字である。
▲	コンビニ (経営者)	販売量の動き	・年末年始に期待をしたが全然駄目である。
▲	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・季節的な要因もあるかもしれないが、平日の夕方、遅い時間と土日の来店が全くなっている。
▲	衣料品専門店 (統括)	来客数の動き	・緊急事態宣言後の初売り、その後の就職活動需要の客の来店が非常に減少している。
▲	家電量販店 (店長)	来客数の動き	・白物家電が好調に推移している一方で、理美容品の買換えが減少している。テレワークの常態化により、商品動向の変化に注視する必要がある (東京都)。
▲	家電量販店 (経営企画担当)	来客数の動き	・1月に入り、2度目の緊急事態宣言発出となったことで、店舗の営業時間の見直しを実施したため、実店舗の売上数字は厳しい。一方、インターネット通販は好調ではあるが、店舗の減収分をカバーするには至っていない。自宅にいる時間が長いことに対応するための家電は好調であるが、ここでも二極化しており、全体としては厳しい (東京都)。
▲	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新車の初売りセールを実施したが、例年よりも来客数が減少し、販売量も減少している。
▲	乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・ディーラーでは新車の販売台数が相当落ち込んでいる。新型コロナウイルスの影響により、新車の展示会や様々なイベントができず、まして営業マンが自宅を訪問して販売するというは全くできない状況のためである。ただし、車検関係の整備についてはほぼ横ばいである (東京都)。

▲	乗用車販売店 (店長)	来客数の動き	・緊急事態宣言再発出の影響もあると思うが、来客数や販売数が減少傾向にある。
▲	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・前年と比較して明らかに来客数が減っている（東京都）。
▲	その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による自粛が長期化し、確実に財布のひもが固くなっている。余計な物は買わないし、購買ランクを落としている傾向が見受けられる。
▲	その他専門店 [貴金属]（統括）	販売量の動き	・一気にというよりも、徐々に悪くなるという状況が続いている（東京都）。
▲	高級レストラン (仕入担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響でレストラン、宴会共にほとんど予約がなくなり、非常に厳しい（東京都）。
▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言再発出後は、夜の営業に関しては、はっきりと客足が遠のいた感がある。ランチ営業は現状で1割減となっている（東京都）。
▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・前年3月からほとんど宴会はないが、それでもフリー客で売上は何とか4割近く、多い時は5～6割を維持していた。それが、今回の緊急事態宣言再発出により、昼も自粛だということで、今月は1割強くらいに落ち込んでいる。今後も、宴会需要も含めて厳しい（東京都）。
▲	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、不要不急の外出を避けたり、Go To Travelキャンペーンも一時停止になってしまった。電話で客の様子をうかがったところ、どこにも出られない状況なので、とても旅行気分ではないということである。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言の再発出でタクシーの仕事は大変厳しくなっている。夜営業のタクシーが昼間の営業に回ってきて、減った客の奪い合いが起きている（東京都）。
▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・1月の客からの問合せ状況では、前年比で戸建ては減少しているものの、集合住宅は増加となっており、前月比でも同様の傾向が出てきている。緊急事態宣言の再発出もあり、こちらからの訪問営業について、在宅ワーク等により必要性を感じる客との接触率は上がっているが、必要性を余り感じていない客については、新型コロナウイルス感染への懸念から、断られる件数が増えてきている（東京都）。
▲	通信会社（社員）	お客様の様子	・大手鉄道会社減収の余波と思われる影響が具体的に出てきており、関連企業との来年度の契約が打ち切りとなっている（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・訪問営業を自粛し、オンライン営業への移行を図っているが、販売実績は前年の数字を大幅に割り込んでいる。
▲	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より、単独に伴うインターネットの需要は堅調に推移しているものの、携帯各社の新料金プラン発表により様子見となり、モバイル軸の動きは鈍っている。
▲	通信会社（経営企画担当）	お客様の様子	・案件が縮小傾向にあり、減ってきている（東京都）。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・今年に入り、緊急事態宣言が再発出されて以降、人の動きが鈍くなった。対面営業が更にはできなくなり、営業活動がしにくくなっている（東京都）。
▲	パチンコ店（経営者）	来客数の動き	・前年のGo To Eat、Go To Travelキャンペーンの中断により、回復傾向にあった来客数、売上も影響を受け、さらに年明けの緊急事態宣言再発出後の外出自粛要請により、再び客足が遠のいている。
▲	競輪場（職員）	来客数の動き	・年末年始の記念開催レースやグランプリレースでも地元選手が優勝し、新型コロナウイルス禍のなかでも話題が多く、客も来場していたが、緊急事態宣言再発出後、来場者数が5割ほど減り、その後もずっと減っている。

▲	その他レジヤ ー施設 [ボウリ ング場] (支配 人)	お客様の様子	・明らかにファミリー層が減ってきている (東京都)。
▲	設計事務所 (所 長)	それ以外	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、市役所等からも仕事の発注が全然出てきていない。
▲	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55%と景気は悪く、3か月前と比べるとやや悪くなっている。新型コロナウイルス感染症に対する緊急事態宣言再発出により、長期休暇があった月にもかかわらず、来場者数、商談数が減少してしまっている。
×	商店街 (代表 者)	来客数の動き	・最近、商店街の通行量もやや減っているように思われる。また、来客数が前年12月と比べるとかなり減っており、売上を確保するのが大変難しくなっている。
×	商店街 (代表 者)	それ以外	・マスコミの報道では、緊急事態宣言の影響は前回ほどではないとのことだが、確実に小売には響いてきている。クレジットカード売上は、前年比7～8割で推移していたのが今は6～7割と、約1割落ちている (東京都)。
×	一般小売店 [家 具] (経営者)	来客数の動き	・今月に入ってから非常に悪く、客がほとんど来ない。やはり2回目の緊急事態宣言が出てから、少し変わってきているような気がする。1回目のときは特別定額給付金が出たので客が来店したが、今回は全く反応がない (東京都)。
×	一般小売店 [食 料雑貨] (経営 者)	それ以外	・新型コロナウイルス禍のなかで、客が外出を自粛している。
×	一般小売店 [印 章] (経営者)	来客数の動き	・街中に人出がない。ショッピングセンターへ行くと、レジに並ぶ客が以前より多くなったように感じる。必要な物を、必要な人が、必要な時に買物に行くということで、無駄な動きが世の中からなくなってしまったようである。非常に厳しい。
×	一般小売店 [祭 用品] (経営 者)	来客数の動き	・緊急事態宣言下、飲食店からの発注がなくなり、新年会等の会合もないため、最低の集客である。
×	一般小売店 [茶] (営業担 当)	販売量の動き	・緊急事態宣言が出たことにより、また品物がさっぱり動かなくなっている。とにかく、この状態が終わらないことには商売どころではない (東京都)。
×	百貨店 (総務担 当)	お客様の様子	・緊急事態宣言の再発出を受け、客の外出への動きが鈍くなっている。新型コロナウイルス感染拡大の影響で、そもそも客の消費行動はかなり慎重であったが、それが更に増している。来店を前提とした都心型の小売業にとっては、非常に厳しい状況である (東京都)。
×	百貨店 (総務担 当)	来客数の動き	・緊急事態宣言が再発出され、来客数が前年の半分程度まで落ち込んでいる。それに伴い売上も減少している (東京都)。
×	百貨店 (営業担 当)	販売量の動き	・年末からの新型コロナウイルスの感染再拡大、緊急事態宣言再発出を受け、売上が減少している。初商においても、外出自粛の影響を受け、前年から大幅な減少となっている (東京都)。
×	百貨店 (販売促 進担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出以降、減少していた来客数が更に減少し、大幅なマイナスで推移している (東京都)。
×	百貨店 (販売促 進担当)	それ以外	・11月以降の新型コロナウイルス感染者数の増加に加え、1月8日の緊急事態宣言再発出により、営業時間短縮の実施や客の外出自粛等で、売上の落ち込みが顕著になっている。
×	百貨店 (副店 長)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数が急増し、特に、緊急事態宣言が再発出されてからの売上の落ち込みは顕著である。そのようななかでも食品、家庭雑貨は比較的堅調であるが、アパレルの不振は深刻である (東京都)。
×	コンビニ (経営 者)	来客数の動き	・当店はコンビニだが、緊急事態宣言再発出のなか、特にショッピングセンターなどの大型商業施設に入っている店舗は、かなり厳しくなっている。

×	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出を受けて、人の動きが減り、販売量も減少している（東京都）。
×	衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・前年12月半ばからの新型コロナウイルス感染者の急増及び1都3県に緊急事態宣言が再発出された影響により、年配者をターゲットとしている当店では、1日の来客数が1けたとなり、前年比では40%となっている。このままでは廃業しか道がなく、路頭に迷ってしまう。飲食店ばかりの給付金は理不尽でならない。
×	衣料品専門店（役員）	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出以降、客足が極端に減っている。中高年対象の衣料品店なので、特に厳しい。
×	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る外出自粛で、来客数が半分以下になっている。したがって、販売客数、販売量も減少しているのが現状である。
×	その他専門店 [ガソリンスタンド]（団体役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大、Go To Travelキャンペーンの一時停止、年末年始の外出自粛の影響もあり、大幅な減販となっている。全国的な寒波でも、東京、特に区部では灯油も大きくは増販していない（東京都）。
×	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・客も、新型コロナウイルス感染者数の報道に日々振り回され、どのように立ち振る舞ったらいいのか、迷走している様子である（東京都）。
×	その他小売[生鮮魚介卸売]（営業）	販売量の動き	・緊急事態宣言が再発出されてから、本当に売れなくなっている。今後の見通しが全く立たない（東京都）。
×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・同じ質問を継続することは推移を見るのに有効だと思うが、この新型コロナウイルス禍、緊急事態宣言下では独特の要因が大きく作用すると考える。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今の景気は最悪である。夜8時までの時短営業をしているが、売上はほとんどない。前年比でもかなり悪くなっている。このままでは店が潰れる。
×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べて、今は緊急事態宣言中なので、客が全然来ない。周りでは、閉めている店舗もあるので、これ以上悪いことはない。客は新型コロナウイルス感染防止を意識しているということである。
×	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の10月1～27日までの前年比は、売上68.5%、来客数63.7%である。今月1月1～27日までの前年比は、売上46.3%、来客数44.3%となっている（東京都）。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・アルコール提供は19時まで、20時で閉店といわれており、夜の客が全く来ていない。ランチも、今まで6人、8人で来ていた客が、ほぼ1人ずつでしか来ていない。
×	一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・当社の場合、専門料理レストランの売上は、営業時間短縮要請に伴いイートインからテイクアウトにシフトした分の売上が比較的多かったことで、ダメージも比例している。しかし、食品輸入業務については、客である飲食店、ホテル、菓子店などが低調のため、大きく売上が減少している。
×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・当社は飲食店を40店舗経営している。新型コロナウイルス感染拡大防止策としての緊急事態宣言再発出に伴う営業時間短縮と外出自粛の影響により、その被害額は膨大である。まだ収束する気配もないので、この状態が続くと、外食だけでなく経済全体に影響が及ぶ（東京都）。
×	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で当店も休業しており、近隣の業者も休業している店が多いため、経済状況は悪い（東京都）。
×	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンにより一時上向きになりかけたところ、今回の緊急事態宣言によって新年会が全くなり、部屋の稼働率も10%台と低迷している。近隣の大規模コンベンション施設でのイベントも全てキャンセルになり、レストランは現在休業状態に陥っている。先行きも全く見通せないなか、非常に厳しく、また不安な日々を過ごしている。

×	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出前後から、宿泊のキャンセルが相次ぎ、稼働率は3か月前の80%減となり、割安料金でも予約が入らず、危機的な状況が続いている。宴会も、本来ならば新年会シーズンで満室が続くのだが、ほとんどキャンセルとなり、飲食を伴う会合は皆無である。このまま緊急事態宣言が延長になれば、経営的にも大きな打撃となる。
×	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの一時停止及び緊急事態宣言の再発出に伴い、年末年始から非常に厳しい状況が続いている。
×	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う緊急事態宣言の再発出、Go To Travelキャンペーンの一時停止等の影響により、12月に比べて稼働率が大幅に落ちている(東京都)。
×	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの一時停止により、急ブレーキが掛かっている(東京都)。
×	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンが一時停止され、緊急事態宣言が再発出されたことで、残っていた数少ない案件も取消しとなっている。ますます先が見通せず、希望を見いだすことができない。
×	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・緊急事態宣言の再発出により、申込みが一切ない(東京都)。
×	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・3か月前はGo To Travelキャンペーン期間中で国内旅行の需要があったが、現在は新規申込みよりキャンセル数が上回っている状態で、苦戦している(東京都)。
×	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言が再発出されたため、申込みがない(東京都)。
×	旅行代理店(販売促進担当)	販売量の動き	・国内の個人旅行は、Go To Travelキャンペーンの一時停止により、予約をもらっていた客の旅行がほぼ全て取消しになっている。また、期待していた教育旅行については、今月は300件くらい受け付けていたが、2月に延期又は中止となり、1月の数字がなくなったので、大変厳しい状況である。海外旅行はもともとない(東京都)。
×	旅行代理店(営業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が拡大し、Go To Travelキャンペーンが一時停止されたため、来客数が減少し、開店休業状態である。
×	旅行代理店(総務担当)	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンの一時停止及び緊急事態宣言の影響により、客の旅行需要が止まっており、予約済みの案件も取消しとなっている(東京都)。
×	タクシー運転手	お客様の様子	・2度目の緊急事態宣言が発出され、タクシーの利用が激減している。特に、夜間の需要の落ち込みは極めて厳しく、歓楽街は夜8時を過ぎると人がいなくなる。仕方なく客を求めて周辺の駅に付けるしかないが、駅に向かうと構内のプールは入りきれない状況で、やっと列に加わっても先頭に行くのに小一時間掛かる。駅からの利用客はほとんどワンメータープラスアルファの料金で、3~4回乗せると終電がなくなるので、必然的に帰庫するしかない。これが毎日のパターンである。ただただ我慢の日々が続いている。景気は極めて悪い(東京都)。
×	タクシー運転手	お客様の様子	・年明け早々、緊急事態宣言が再発出され、新年会などの飲み会はない。仕事はいつものシフトだが、客がいないので、売上、乗車回数共に半分以下である。それでも多少利用してくれる客がいるだけ有り難い。それと同時に、新型コロナウイルスも心配である。
×	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拡大により、人の動きがなくなっている。特に、緊急事態宣言下においては、夜になると人が全くいなくなる状況が続いている(東京都)。
×	タクシー(団体役員)	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出により、飲食店等が営業していないため、夜間の人出がない。日中においても、緊急事態宣言やテレワーク等により人流がなく、タクシー利用客が激減している。

	×	観光名所（職員）	来客数の動き	・3か月前の繁忙期と比べると、この新型コロナウイルス禍のなかで、今月は悪さが増している（東京都）。
	×	ゴルフ場（従業員）	それ以外	・久しぶりに街を歩くと、閉店してシャッターが閉まっていたり、入れ替わっていたりする店が目立つ。老舗の閉店も次々と報道されている。社会全体の景気が悪化しているとしか言いようがない。
	×	ゴルフ場（経理担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出後、高齢層を中心に来場を控える動きがみられる。来場客の中には、新型コロナウイルス感染を警戒し、食事を摂らずに帰途に着くケースも散見される。緊急事態宣言を受けて、レストラン滞在時間の短縮のために閉場時間の前倒しを行っており、客単価下落の影響が出ている。緊急事態宣言までの政策は、観光、飲食関係者にとっても消費者にとっても経済効果が現れなかったのみならず、緊急事態宣言に伴う経済活動の制約で巨額の経済的損失を発生させ、かえって景気の回復を遅らせる結果に終わったと考えられる。
	×	その他レジャー施設 [総合]（広報担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言を受けて、来場者数が再度減少している（東京都）。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・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 [福祉輸送]（経営者）	お客様の様子	・今年に入ってから、そして緊急事態宣言の再発出後、特に低所得者層において新車への乗換えの動きが急激に弱まっているように感じる。やはり、店などの雰囲気非常に悪くなっていることが影響しているのではないかと（東京都）。
	×	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。当社が都内数か所に保有している賃貸用のホテルでは、観光客及びビジネス客が極端に減っているため、ホテル運営業者より約定の賃料がほとんど入っていない。また、建設業でも、公共工事以外は新規のプロジェクトが少なく、住宅の売行きも良くない。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	*	*	*
	○	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、名刺印刷などの実店舗での販売及びインターネット販売がある。今月は、会社設立に関する二重丸の印鑑注文が7本あった。3件のうち1件は、2本の注文であり、業種は薬局と社会保険労務士とビル内装清掃である。このような業種で会社設立があったのは珍しいと感じている（東京都）。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注件数、受注額共に前年同期の売上目標に対し10%ほど伸びており、利益も10%ほど増加している（東京都）。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末であり、例年受注量が増加することを加味する必要がある。
	○	精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月、来月と月商平均に対してマイナス20%程度を予測していたが、来月は平均並みに受注できている。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物の動きが職種によって変わってきている。医療関係は良いものの、鉄道、その他交通関係は余り良くないようである。当社の場合はプラスマイナスゼロである。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、化粧品容器の受注に回復傾向がみられない。医療品容器に関しては、取引先の海外工場が人員が集まらないため、生産が進まず、発注依頼をかけられないとのことである。
	□	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量は少ないが、少しずつ出てきているようである。
	□	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・得意先の仕事量はピーク時と同じくらいだが、新型コロナウイルス禍で本当に続くのだろうかと思っている。そのため、良くなるとは思えず、変わらないという判断である。

□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・繁忙期になったが、計画していた物量が思った以上に増えず、収益が伸び悩んでいる。
□	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禍ではあるが、前回の緊急事態宣言発出時ほどのパニックはなく、落ち着いて活動の回復を待っている状況である（東京都）。
□	不動産業（総務担当）	取引先の様子	・ビル賃貸業を営んでいるが、新型コロナウイルスの影響により、テナントの出勤率が平均で50%を切る状況となっており、事務室の一部解約申入れも出ている。新型コロナウイルスが収束に向かわないなか、不透明感が増すばかりで、不安感が拭えない（東京都）。
□	税理士	それ以外	・近隣駅周辺の商店街を夜に通るが、新型コロナウイルスの影響で8時に閉店する前は、店が2極化していた。2～3割の店は客がマスクも着けずに大声で盛り上がっていたが、8割くらいの店には全然客が入っていなかった（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の影響から、工業系製造業工場等の取引先の稼働率が下がっており、受注、売上共に前年同期比で減少している。
□	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	・新規物件に対しては人手不足を反映して募集金額を高く設定するので、それに伴う金額で受注できるが、既存契約は値上げができないのでコスト増になっている（東京都）。
▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前よりも新型コロナウイルス感染者数が増えてきている。これまで客はさほど減っていなかったが、年末から1月に掛けて来客数が減っており、売上も減っている。
▲	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と同様に厳しい状況が続いている。当社の製品は消費材向けであるが、個人消費の低迷が続き、押しなべて不調である。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体的に前年同期比20%ダウンで推移している。新型コロナウイルスの影響下でこれをどう評価するかである。売上が減ると利益も減るが、今の人員を維持しつつ経営を続けていくのは経営者の責務と思っている。他の業界に比べればまだ幸せな方かもしれない（東京都）。
▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は前年度の3割ほどで、設備投資の話が全くと言っていいほどなくなっている。公共案件もここにきて公告が出たが、競争が厳しい。
▲	建設業（営業担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言の再発出により、今月、新築計画予定の見込み客が軒並み延期となる事態が発生しており、やや悪くなっている。
▲	輸送業（経営者）	それ以外	・緊急事態宣言が再び出た影響もあるかと思うが、街が静まり返っており、夜は無論のこと、昼食時間帯も飲食店ににぎわいが全く感じられない（東京都）。
▲	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、思うように物量が伸びない。
▲	金融業（支店長）	取引先の様子	・緊急事態宣言の最中であり、飲食業を中心に一段と厳しくなっている。
▲	金融業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の様子だが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う緊急事態宣言の再発出後、飲食業を始め、小売業、サービス業の売上が減少している。不動産賃貸業も大きな物件から小さい物件への移動があり、収益が減っている。唯一、自宅で使用する家電や娯楽商材が売れている。全体的には景気は悪くなる傾向である（東京都）。
▲	金融業（役員）	取引先の様子	・前年10～12月は全業種で業況が改善していたが、足元及び今後の景況感は低下する。建設業では、前年10～12月は業況が大幅に改善していたが、新型コロナウイルス禍による税収不足から、来年度以降の公共事業予算を大幅に削減するとのことで、公共工事受注減への懸念が強い。新型コロナウイルス感染第3波収束の見通しが立たないことに対する不安感が大きい。

	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・閉店した食品スーパーの後に、今年早々に隣県を主体にしている食品スーパーがオープンする。新年早々に緊急事態宣言が再発出され、新年会等、あらゆる行事が中止となり、良い状況を迎えていないなか、明るい材料である。近所の飲食店は軒並み時短営業で、休んでいる店も多くみられる（東京都）。	
▲	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・予定をしていた広告宣伝費の削減などが発生する企業が多くなってきている（東京都）。	
▲	社会保険労務士	取引先の様子	・雇用調整助成金の給付申請を継続したり、新規に申請を希望する会社が増えている（東京都）。	
▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・緊急事態宣言の再発出による客数減が響いている。	
▲	税理士	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染防止対策に伴う緊急事態宣言が当県にも再発出され、時短営業をしている飲食店には国と県から一律に給付金が出る。もともと20時以降の売上が6万円未満の事業者には恩恵となるが、それ以上の利益を上げていた事業者や、給付金関連事業以外の事業者には大きな痛手である。	
▲	その他サービス業〔警備〕（経営者）	取引先の様子	・緊急事態宣言が再発出され、公営競技が無観客になり、警備の仕事もなくなってしまっている。	
▲	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	・緊急事態宣言が再発出されたことで、新年の会合や研修会の撮影も全て中止となっている。また、新規事業の営業もままならない状況である（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	・受注量の減少が大きい（東京都）。	
▲	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	競争相手の様子	・新型コロナウイルス禍のなかで緊急事態宣言が再発出され、案件の減少がみられる。	
×	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・清酒製造業だが、緊急事態宣言の再発出の影響が非常に大きい（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	・年明け以降、受注量が明らかに減っている（東京都）。	
×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	それ以外	・売上の減少が止まらない。先行きが不安である。	
×	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注価格や販売価格の動き	・年始早々からの緊急事態宣言再発出により、計画していた案件がほぼ全て解除明けにスライドとなり、数字が大幅に減少している。	
×	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品が売れない。退去したテナントの再入居もなかなかない。	
×	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言が経済を足止めしている。	
×	輸送業（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で最悪である（東京都）。	
×	通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・1月は緊急事態宣言の再発出もあり、明らかに悪化している（東京都）。	
×	金融業（従業員）	取引先の様子	・飲食業はまとまった予約等は全く入っていない。建設業についても、一般住民に関わるような、例えばマンションの改修工事等は住民が嫌がるので、新型コロナウイルスが収束するまで大規模修繕は延期するなどの事案が散見される。	
×	広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・イベント事業が一向にない。	
×	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で、中小金属加工業では受注が激減してきている。営業に行くにも直接の訪問はままならない。特に、地方の取引先については、東京から来ることを拒まれており、電話やメール等のみとなっているため、なかなか追加受注の話まで行かない。ましてや新規開拓は無理である（東京都）。	
雇用 関連	◎	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・年度末以降の募集についても継続して受注できている（東京都）。

(南関東)	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・派遣求人数が前年同月比、3か月前比共に10%強の伸びを示しており、長期派遣契約の開始も前年同月比では100%強、3か月前比では70%の水準となっている(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関連業務で、コールセンター等のオーダーが増加している。
	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数は3か月前と比較して変わらない。
	□	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・1月だけを見ると前年の受注比率に戻りつつあるが、それでもまだマイナスで推移している(東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・ここ数か月の求人件数は、さほど変わらず推移している。求職者数は微増傾向となっているものの、求人数が余り変わらないため、マッチングに大きく影響していない。そのため、景気変動するほどではない(東京都)。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・製造業におけるエンジニアの需要はまだ平常時よりは低く、新たな製品開発に対する投資には様子見の状況がうかがえる(東京都)。
	□	民間職業紹介機関 (経営者)	採用者数の動き	・インターンシップイベントは多く開催されているが、参加企業は増えない。大手企業は独自に展開しているようだが、中小企業の動きは静かである(東京都)。
	□	民間職業紹介機関 (経営者)	求職者数の動き	・求職者の求人環境は、企業に対してもいろいろな政府支援、配慮もあり、不安な要素は余りない。ただし、東京オリンピック需要に対する不安はあり、設備や人などの投資には慎重である(東京都)。
	▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・2度目の緊急事態宣言ということもあり、現場の混乱はないものの、取引先からは来年度以降の契約見直しに関する問合せが増加している。一時期は人材派遣の依頼をある程度もらっていたが、今月に入り、ほとんど新規受注がない状況となっている(東京都)。
	▲	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・会社の業績や採用動向は悪くないが、自身を含め、周囲の消費動向は、新型コロナウイルスの影響が続いて悪くなっている(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感染防止対策としての緊急事態宣言再発出もあり、求人ニーズは一旦延期となったり、ニーズそのものが減ったりという傾向が強まってきている(東京都)。
	▲	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・緊急事態宣言が再発出され、求人数が減少傾向になっている。
	▲	求人情報誌制作会社 (営業)	求人数の動き	・緊急事態宣言真ただ中ということで、将来を気にする客や、仕事が減った客がいる。人材採用は将来を見越して行うものなので、当然、今の状況は良いとは言えない。
	▲	求人情報誌制作会社 (広報担当)	採用者数の動き	・東京を含め、首都圏は緊急事態宣言下にあり、イベント開催などには新型コロナウイルス感染防止対策が必須で、大型イベントなどは開催しにくい状況にある。それに伴い、当社のような採用関連のイベント運営を生業としている企業にとっては売上減が必至となり、見通しも立ちにくい。中途採用の実施、人材確保がなかなか難しい(東京都)。
	▲	職業安定所(職員)	求人数の動き	・緊急事態宣言の再発出により、企業の採用活動がやや鈍化している(東京都)。
×	求人情報誌制作会社 (所長)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染者数が増えると、求人どころではなくなるため、難しい。	
×	新聞社[求人広告] (担当者)	求人数の動き	・例年の1月と様変わりしており、年明けの新規案件が全くない。製造業の募集は全然なく、相変わらず運送、警備、介護、医療関係ばかりである。事業所では、例えば10か所あったところを半分や3分の1に減らすという話ばかりである。	
×	職業安定所(職員)	採用者数の動き	・有効求職者数の増加と新規求人数の減少、就職件数の減少に改善の兆しはみられず、雇用情勢の悪化傾向は続いている。	