

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）	・新型コロナウイルスの感染者数が少なくなってきたことが、人々にとって明るく捉えられているのだと思う。出口がやっと見えてきたので、この先は良くなるような気がしている（東京都）。
	◎	その他専門店〔雑貨〕（営業担当）	・10月に入り、目に見えて店の前の通行量が増加している。街全体の人流も活性化しており、このまま新型コロナウイルス感染第6波がなければ、年末に向けた消費に期待できる（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営者）	・忘年会の予約が、少人数ではあるものの細々と入ってきている。新型コロナウイルスの感染者数がこのまま少なければ、前年12月よりは良くなる（東京都）。
	◎	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・Go To Travel、Eatキャンペーンなどが再開されると更に良くなっていくと思うが、新型コロナウイルスの感染再拡大が予想されるので、感染が拡大したとき経済をどうするかで変わってくる。感染は防げないので、拡大させないための社会生活のルールを、他国の事例をお手本にして作り上げ、国のリーダーがやるべきことをしっかり指し示し、経済を止めないでほしい（東京都）。
	◎	都市型ホテル（経営者）	・緊急事態宣言が全面的に解除され、今後新型コロナウイルスの治療薬開発が進み、更にワクチン接種も進展すれば、収束に向かうのではないかと。合わせて、Go To Travel、Eatキャンペーン再開ということで、こちらも大いに期待しているところである。ようやく出口が見えてきたと実感している。今後無事に新型コロナウイルスが収束することを願っている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・緊急事態宣言が解除され、このまま新型コロナウイルス感染者数が落ち着けば、良くなることは間違いない。観光需要が高まってくれることを祈るしかない。
	○	商店街（代表者）	・緊急事態宣言が全面的に解除され、飲食店の関係者は大変喜んでいるようである。ただし、我々物販店の方はそれほどすぐに反応は出ないので、これから期待したい。人出が増えてくれば、それに伴って商売も円滑に進んでいくのではないかと。
	○	商店街（代表者）	・このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が伸びないという前提ではあるが、良くなる。総選挙終了後、新政権が新型コロナウイルス対策や景気対策を打ってくるであろうから、ブースター効果も期待できる。ただし、今回のウイルスは急速に波が拡大するので、どこかでプレーキは掛かる。それが早いか遅いかにより、未来予測に誤差が出てくる（東京都）。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・新型コロナウイルスが落ち着きつつあり、客の自宅へ訪問しやすくなっていくので、売上も伸びると予想している。
	○	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・緊急事態宣言も解除されたので、暮れに向けてイベントや売出しもそこそこできる。
	○	一般小売店〔家具〕（経営者）	・新型コロナウイルスが落ち着いてきて、客も店に入りやすくなるだろうし、抑制されていた部分が解除されてきているので、多少は気持ちが購買に向かってくれるのではないかと（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たな感染の波を警戒しつつではあるが、少しずつでも人出が戻る。イベントも徐々に再開、実施されつつある。
	○	一般小売店〔文房具〕（経営者）	・飲食店が営業を再開し、営業時間を延長したこともあって、夕方以降の街にも活気が始まってきている。東京都の新規コロナウイルス感染者数も10日続けて50人を下回り、近隣商店街のイベントも感染症対策を講じながら始まり、土日や日中の来街者及び当店への来店客も増える傾向にあり、若干ではあるものの売上の増加が見込める（東京都）。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染者数が激減している。クリスマスや正月の飲み会などで感染者数が再び増加すると話は別だが、この調子で減っていき、消費者が安心できる状況になれば、年末頃には景気は回復傾向になる。
	○	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・期待を込めて、良くなってほしい。会社としても我々社員としても、忙しくなることを願っている（東京都）。

○	百貨店（売場主任）	・気温が下がる冬に、新型コロナウイルス新規感染者数がどのように推移するかによって今後の景気は左右されるが、年末年始が一番の集客が見込まれるイベントが続くため、希望的観測ではあるがリベンジ消費も期待したい（東京都）。
○	百貨店（総務担当）	・現在、新型コロナウイルスの感染者数を抑え込んでいるなかで、楽観視はできないが、この状態を継続することができれば、今まで動いていなかった個人消費が活発に動き出すことが予想される。
○	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染第6波の懸念もあり、しばらくは消費も含めて慎重に行動するとみられるため景気の急回復は見込めないが、第5波のような急激な感染拡大がなければ着実に消費は上向く（東京都）。
○	百貨店（広報担当）	・これまで消費が抑制されていた反動で、年末に掛けて景気が回復に向かっていく。ただし、新型コロナウイルス感染再拡大等の懸念は残っているため、依然として不透明感も残っている（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	・化粧品にとっては、客の肌に触れずに販売をすることは難易度が高い。それが、ルールを守った上で、タッチアップすることができるようになったというのは、売上が伸びる大きな要素となる。また、売上が最も大きいクリスマス商戦に、緩和が間に合ったことも奏功すると期待している（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	・緊急事態宣言が解除されたこと、新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでいること、経口治療薬の情報が出てきたことなど、感染収束に向けた比較的明るい兆しが見えてきたことにより、世間の印象や動向も少しずつ変わると予測する（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	・10月後半で既に売上、来客数などが回復傾向にある。来店状況に至っては、新型コロナウイルス発生以前と変わらないような勢いだと感じる。この勢いと当社の新しい顧客戦略がスタートするタイミングが重なり、期待は大きい（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	・緊急事態宣言の解除、新型コロナウイルスのワクチン接種の進展等により、感染者数の落ち着いた状況が続けば回復傾向になる。おせちの注文など巣籠り需要が好調に推移していることに加え、今後、旅行等の外出機会増加がアパレルや洋品雑貨へ波及すれば、更に良くなる。
○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス感染者数の減少に伴い、来客数の増加傾向が継続すれば、前年は消失した冬物需要や外出需要により売上増加が期待できる（東京都）。
○	百貨店（経営企画担当）	・新型コロナウイルスのワクチン接種により感染者数も減少傾向にあり、年末年始に向けて徐々に来客数が回復に向かうと予想している。一方で、サプライチェーンの回復には時間が掛かることが予想され、アパレル関連を含め、商材の品薄傾向に懸念がある。商材の値上げと在庫不足により販売額が伸び悩む可能性はあるものの、現在よりは若干良くなる（東京都）。
○	百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの感染第6波次第だが、このまま人流が一定程度増加すると思われる一方で、新型コロナウイルス禍で変化したイエナカマーケットは継続するとみられることから、感染が沈静化した上での反動消費とイエナカマーケットという2重の消費が発生する（東京都）。
○	百貨店（財務担当）	・今後、年末年始に掛けて、繰越需要の効果が出てくると想定している（東京都）。
○	百貨店（企画宣伝担当）	・飲食店の営業時間に対する制約がなくなり、行動制限がなくなることに伴い、消費者心理も良い方向へ変化する。
○	スーパー（販売担当）	・緊急事態宣言が解除され、短縮していた営業時間も通常どおりに戻る。それに伴い来客数が増加し、買上点数、買上額が増えて、傾向としては良くなっていく（東京都）。
○	スーパー（経営者）	・季節的要因があり、秋冬の方が売れる食材が多い。
○	スーパー（総務担当）	・皆が外を出歩くようになっている。
○	コンビニ（経営者）	・これから新型コロナウイルスが収束し、来客数が増えていくだろうと期待している。また、客が夜遅くまでいるということで、売上も伸びていく。
○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスが終息し、人の動きが良いままであれば、我慢していた反動で、消費が活発になる。

○	衣料品専門店（経営者）	・いまだに新型コロナウイルス禍にはあるが、いろいろな規制が緩和されることにより、人の流れ等が増えてくると思うので、経済効果もかなりあるのではないかと。景気が良くなるのは良いことだが、新型コロナウイルス感染第6波が来るようなことになるととんでもないことになる。人の流れが増えるのは良いことなので、経済効果がそのまま続けば良いという希望的観測である。
○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少してきていることから、行動自粛から解放されて消費意欲が増えてきている。ただし、感染第6波への不安も拭えないことから、慎重に日常に戻そうとしている。
○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルス感染第6波が来ない限りは、クリスマス商戦、年末年始商戦が控えているため、一定の需要が見込まれる（東京都）。
○	衣料品専門店（役員）	・Go To Travelキャンペーンは来春まで持ち越しのようだが、年末に向けて外出する機会が増えれば衣料品の需要はある。
○	衣料品専門店（従業員）	・新型コロナウイルス感染者数が比較的減っているため、少しは良くなるのではないかと。
○	家電量販店（店員）	・年末年始に向け、ボーナスも支給され、販売量が増えていく。新型コロナウイルスの感染状況次第で読めない部分も多いが、家電に関しては、自粛が増えても生活必需品への購入につながってくる。
○	家電量販店（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染第6波を最小限に抑えることもできると考えている。営業時間の緩和等、徐々に安心して買物ができる状況になり、イベント等も安全な形で実施できるようになってくれば、おのずと数字は改善するものと期待している（東京都）。
○	乗用車販売店（販売担当）	・各ディーラーの営業やサービスなども、緊急事態宣言が解除されて訪問営業、イベント、勧誘がしやすくなる。今後については、新型コロナウイルスの影響はあるものの、景気は上向きになるのではないかと。新型コロナウイルスが落ち着いて、移動手段が増えてくれば、新車などの販売台数が増えてくるとみている（東京都）。
○	乗用車販売店（店長）	・部品供給など、車の生産も上向きに変化する。
○	乗用車販売店（総務担当）	・新型コロナウイルスが徐々に落ち着き始め、客の購入意欲が湧く。
○	住関連専門店（営業担当）	・緊急事態宣言のほか、社会活動の各種規制が解除され、社会全体が経済の復興にかじを切っている。新型コロナウイルスのワクチン接種の普及もあり、消費マインドの回復が明確なものになる（東京都）。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・緊急事態宣言が解除され、飲食店への営業時間の規制もなくなるので、少し外に出る人が増えて、購買意欲が増してくると良い。
○	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・再度緊急事態宣言等が発出され、人流が抑制されたりしなければ、来客数は徐々にではあるものの回復していく（東京都）。
○	高級レストラン（経営者）	・Go To Eatキャンペーン関連施策の利用期限が年末になっているため、やや良くなる。
○	高級レストラン（営業担当）	・今月は飽くまで今月以前の半年間と比べてやや良くなっているものの、いつ新型コロナウイルス感染第6波が来るかわからず、客も慎重になりながらの間合せが多くなっている（東京都）。
○	高級レストラン（仕入担当）	・緊急事態宣言も解除となり、今後更に来客数が増えてくる（東京都）。
○	高級レストラン（役員）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、感染者数がかかり減っていることにより、このまま緊急事態宣言解除の状態が継続され、年末年始、来春と進めば、景気回復基調が期待できる（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・現時点では時短営業もないので、少しずつ良くなっていく。新型コロナウイルス感染第6波が来なければ、2～3か月先はもっと良くなる。
○	一般レストラン（経営者）	・このまま新型コロナウイルスの感染者数が少なければ、3か月後は良くなるかと期待している。忘年会や新年会は見込めないが、これも感染状況次第である。

○	一般レストラン（経営者）	・今月からは緊急事態宣言が解除され、25日からは新型コロナウイルス感染対策による規制は全面解除になった。しかしながら、客の意識はまだまだ厳しく、景気はゆっくりとした回復になる（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・政府の対応にもよるが、新型コロナウイルス感染拡大防止協力金の支給がなくなると、倒産する企業もやや増える（東京都）。
○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・このまま通常営業ができる状況であれば、年末に向け外食が増え、景気は上向く（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・人件費削減が奏功したことに加え、売上も徐々に伸びていくことが期待されることから、一層の改善が見込める（東京都）。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染者数も落ち着き、人出がかなり増えている。また、国のGo To Travelキャンペーンが1月以降に再開されるものとみている（東京都）。
○	旅行代理店（従業員）	・案件が絶無であった頃と比べれば、実施案件が出てきた今は良くなったといえる。
○	旅行代理店（従業員）	・Go To Travelキャンペーン再開のニュースがあるので、今後景気は回復傾向になる。再開時期は未定のため、当社や旅行会社自体の景気は不透明であるが、既に地域独自の割引等を開始している自治体があるので、観光業界全体としては回復に向かっていく（東京都）。
○	旅行代理店（営業担当）	・新政権が安定し、Go To Travelキャンペーンが再開されれば期待できる（東京都）。
○	旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月後は正月から冬のシーズンに入ってくる。まず、正月の商戦は個人を中心に動きがあるが、やはりGo To Travelキャンペーンの再開等を見越してまだ様子見の感じが非常に強い。また、その内容も分かっていないので、待っている客がいるというのをよく耳にする。冬のシーズン物の動きはまだ余りないが、今後1か月以内で増えていく（東京都）。
○	旅行代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染者数が減少傾向にある今の状況が3か月後も続くとすれば、景気は回復するだろう。
○	タクシー運転手	・久しぶりに泥酔客に出会った。新型コロナウイルスが落ち着いて、飲食店の時短営業等が全面解除された状況が続けば、少しは良くなる（東京都）。
○	タクシー運転手	・徐々に元の生活に戻ることを期待したい。今までが異常だったため、すぐに戻るとは思えないが、利用が戻るのをただひたすら待つばかりである。今年の暮れは小規模の忘年会がありそうなので、期待している。
○	タクシー運転手	・このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が増えなければ、経済も少しは動いてくると思うので、期待を込めて、今までよりは良くなる（東京都）。
○	タクシー（団体役員）	・アフターコロナに期待している。
○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、安心感が広がりつつある。一方、寒くなり、風邪が増えると、新型コロナウイルスと混同して行動が鈍くなる（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第6波が心配されるが、緊急事態宣言が解除され、ワクチン接種も進んでいることから、様々な制限が緩和されてきているため、客も日常を少しずつ取り戻し、反応も徐々に改善するものとみている（東京都）。
○	通信会社（社員）	・前年中止したイベントが具体化してきている。リスク回避ムードがなくなっているようである（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・緊急事態宣言の解除を受け、新型コロナウイルス発生以前までは戻らないまでも、徐々に人の動きが出てくることにより、契約数に反映されてくる。
○	通信会社（局長）	・2～3か月後は更に客の心理が緩和され、対面営業自体に違和感を持たなくなってくると思われるので、連動して加入数も増加する（東京都）。
○	通信会社（総務担当）	・新型コロナウイルスのワクチン接種の進展や、感染者数減少によるマインド転換から、訪問営業機会等の回復を期待している（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルス感染第6波により、ストレス発散の場が求め直されるような流れになるのではないかと。

○	パチンコ店（経営者）	・ようやく25日から飲食店への規制が全面解除された。県内で始まったGo To Eatキャンペーンにも期待が持てそうである。
○	競輪場（職員）	・手法を凝らし開催すること、また、そもそもが有観客を目的に設計されているため、客が入場したときにはまた楽しみ方が変わってくると考えている。
○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・街中の様子、週末の交通渋滞など、人がもう動き始めている（東京都）。
○	その他レジャー施設〔複合文化施設〕（財務担当）	・新型コロナウイルス感染第5波が収束する見通しである（東京都）。
○	その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・人流が増え、経済活動が高まっていけば、今まで抑えられていた自動車に対する需要も高まってくるのではないかと期待している。そうなれば若干の営業の伸びが出てくる（東京都）。
○	設計事務所（経営者）	・新入社員が入る兆しが見えてきたことと、新型コロナウイルスの収束により、これからは前向きに営業を展開できるように見受けられる。今まで悪かったものを更に工夫して、皆で考えながら、事務所経営にいそみしたい。
○	設計事務所（経営者）	・今の案件がそのまま続いていく。相談件数も多い。
○	住宅販売会社（従業員）	・今後は戸建て需要が減り、地価も徐々に下落していけば、土地の仕入れが従来に戻り、順調に推移していく。アパート販売の方も、客の購入意識が安定しているのでコンスタントに動いている。
○	住宅販売会社（従業員）	・受注の増加は売上、粗利益の増加に直結する。
○	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・下半期に入り、建材の動きが顕著に上向いている。新型コロナウイルスの影響で落ち込んだ前年との比較ではなく、前々年と比べても好調となっている（東京都）。
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・とにかくずっと低いままで、何とかかいつないでいる状態である。最近、補助金を受け取った飲食店などから、店の改装などの話を多少なりとも聞けるようになってきている（東京都）。
□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・最近は現金を触らない支払方法が増えてきており、それを要望する客も増えている。商店街にあるそれほど規模の大きくない店舗では、対応できるシステムを導入するにはどうしたら良いのかという不安と、それだけ資金の掛かる設備を整えるべきかどうかで非常に悩んでいる。
□	一般小売店〔傘〕（店長）	・これから先も見通しは不安である。急速な消費回復は望めない。
□	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・周りの銀行等の整理統合などに伴って、立地的な影響から、支店は急激に落ちており、これはこの先も変わらない。また、外商部も今後はさほど大きな案件を見込めないため、悪かった今月のままで先行きもそれほど変わらないのではないか。大きな良い案件があれば別だが、希望的観測が余りなく、厳しい。
□	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・緊急事態宣言の影響もあると考えられるが、引き続き現状並みの受注量が続く（東京都）。
□	百貨店（総務担当）	・慎重な消費行動が普通になってしまい、一度縮んでしまった消費意欲を再び喚起するための環境改善や動機創出が必要であると感じている。新型コロナウイルスへの不安解消が最も重要だが、具体的な景気対策などがないと現状から大きくは変わらない（東京都）。
□	百貨店（営業担当）	・お歳暮やクリスマス、年末に向け売上回復を期待しているが、消費に慎重な姿勢と、今後も続くとみられる各商品の値上げ、エネルギー価格の高騰による物価上昇から、消費鈍化に転じる不安がある（東京都）。
□	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は大幅に減少しているものの、その要因は特定できておらず、冬に向けて感染第6波も懸念されるなど不確定な要素が多いため、回復にはまだまだ時間が掛かりそうである（東京都）。
□	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスに関する報道、政府の対策次第である（東京都）。
□	百貨店（店長）	・新型コロナウイルス感染第6波に対する懸念があるため、変わらない、若しくはやや悪くなる。

<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・消費行動については慎重に判断しているような傾向が見受けられる。新型コロナウイルスの感染が再拡大する可能性を考慮していることと、収入も減っていることがあるのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響も収まり、客の購買状況はこの数か月間変化がない。飲食店の通常営業が再開されても、店舗での購買行動が減ることはない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・消費者には依然として節約志向が根付いており、経済が通常に戻りつつあるなかでも、大多数の消費者は少なからず影響を受けているので、もうしばらくは同様の状態が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・今は新型コロナウイルスの新規感染者数がかかなり減っているが、感染第6波が来るかどうかにより、マスク着用の生活が続くことが考えられ、客の行動や買い方も非常に慎重になっている様子が見受けられる。また、石油を含めていろいろな物の値上がりが見込まれるので、大きく伸びることは見込めず、必要な物しか買わない状況が今後も続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・内食化傾向がもうほとんどなくなってきた。したがって、販売量、買上単価の落ち込みが見込まれる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（仕入担当）	・新型コロナウイルス禍は落ち着いているように見えるが、リバウンド等、まだまだ先が見えない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・客が新型コロナウイルスに慣れ、生活習慣が変わらないと思われるので、売上その他も変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・徐々に悪くなっている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・前年はGo Toキャンペーンもあり、人の動きがあった。その反動で今年は人の動きが少なく、厳しい状況はまだ変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（商品開発担当）	・競合先やそれ以外の業態も通常営業に戻ってきているため、今以上の売上は余り期待できない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・ここにきての商材の値上がり傾向、生産遅れによる欠品が非常に気になる。政府による適切な介入に期待したい（東京都）。
<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。前月は良かったが、今月はその5割減となっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・景気の回復には時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・現状がまだしばらく続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・半導体不足の問題や納期の短縮が改善しないと、回復の見込みがない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・回復の見込みが定かではない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・海外の部品納入状況が解決するか不明なため、新車の納期もはっきり分からない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（統括）	・以前のような人の出入り、販売量の動きはまだ戻らない。今年一杯は伸びないのではないかと。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・どうみても先行きが明るくなるような感じがしない。今までと変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・行動制限の反動か、客は来館してくれるものの、購買には結びついていない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・正直に言って、分からない。総選挙後の政府の対応と、新型コロナウイルス感染が再拡大するか否か次第である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・第1に、新型コロナウイルスの感染状況次第である。現在の落ち着いている状況が続けば商況が良くなっていくが、新たな変異株や第6波発生リスクがある。第2に、消費者の生活行動パターンがどうなるか。新型コロナウイルス禍での生活が2年弱になり、この生活に慣れた消費者がどこまで消費行動を戻すか、あるいはそのまま進むか、というのが未知数である。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・外食形態の変化は否めない。客もこわごわと様子見の状態である（東京都）。

<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・夜の営業を再開したことで、フリー客は来ているものの、宴会需要は全くない。例年この時期には一杯になる12月の宴会需要も、現在は3件ほどしか入っていない。フリー客で売上を上げるのにはどうしても限界があるので、来月も今月と同じような推移をたどる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・緊急事態宣言が解除されたからといって、年末の忘年会、クリスマス等を含めて、すぐに今年の宴会予約は戻ってこない。ただし、国の新型コロナウイルス対策の助成金は、緊急事態宣言が解除された瞬間から出なくなるので、当店を含めた飲食店は、今後の経営が厳しくなる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・緊急事態宣言が解除され、直近での予約の動きはあるものの、先々の動きについては様子見の状態が続いている。寒くなるにつれて新型コロナウイルスの感染再拡大は少なからずあると考えており、ワクチンのブースター接種が進んでも景気は大きくは変わらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルスの収束が見えない限りは、何となく不安があるので、遠出したり、家族全員でどこかへ出かけたりすることもちゅうちょしているようである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・Go To Travelキャンペーンの動向次第である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・しばらく今のやや悪い状況が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染者数は大分少なくなったが、油断はできない。感染者が周りにいる可能性はまだ拭えないので、今までどおり注意しながら行動しなければいけない。お互いに気を付けるしかない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルスがこのまま収束方向にいくのかが大変気になっている。会社の仕事もリモート化が大分進み、これからどういふ方向に向かうのかを注視している。会社が大分動き始めており、出張等が増えてきているのか、東京駅への人々の動きが大分出てきている。それがこれから景気にどう影響するのか注目している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・緊急事態宣言は解除されたものの、半導体不足が解消されない限り、現状が続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・再度行動が制限されるようになった場合、契約数に影響が出る（東京都）。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・緊急事態宣言が解除されても、依然として新型コロナウイルス感染再拡大の懸念は拭い切れないため、大幅な改善は見込めない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・まだまだ様子見の傾向が強い。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料はない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	・新型コロナウイルス感染対策の影響を余り受けないサービスなので、特に景気は変わらないものと想定している。
<input type="checkbox"/>	通信会社（管理担当）	・先行きがいまだに不明瞭である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経理担当）	・ゴルフが新型コロナウイルス禍において安心して楽しめるスポーツという認識の浸透もあり、新型コロナウイルスとの共生時代にあっても、ゴルフ選好が定着していく流れは変わらない。最大のリスクは、懸念が強い感染第6波の到来であるが、現在のような小康状態が続けば、改善も期待できる。
<input type="checkbox"/>	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・オンラインで会議を行う会社が増え、これからも車で来ないことが見込まれる。
<input type="checkbox"/>	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第6波を見据え、急には景気は良くならないし、先行きの不安感はまだまだ拭えない。
<input type="checkbox"/>	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・売上の回復がまだ見込めない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・新型コロナウイルス禍がこのまま収束に向かっても、急速に受注量が回復するとは考えにくい。新年度を迎え、官庁案件の入札が始まるまでは、厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	・総選挙後、また、新型コロナウイルスの方向性がどうなるか見当がつかない。良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。ただ、改修のみが増えていくのではないかと思われるが、今と変わらない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（職員）	・変わらないと回答したが、新型コロナウイルス第5波が終息し、経済活動に少しでも復活の気配が出て、特に民間の動きが変化することに期待したい（東京都）。

□	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスが収束しない限り、景気は良くならない。早くワクチン接種が進展することと、治療薬ができることを期待している。
□	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの緊急事態宣言解除により、休日はイベントやレジャーに行く人が増えて、住宅展示場への来場者数や商談数が減ってきている。また、年末までは客が忙しく、来場者、商談数共に減ることが見込まれ、今月同様に景気はやや悪い状況のままで変わらない。
□	住宅販売会社（従業員）	・受注件数、来場者数、資料請求件数、いずれも大きな変化はない。
□	その他住宅〔住宅管理・リフォーム〕（経営者）	・我々の仕事は決まるまでに短くても2～3か月は掛かる。それ以上掛かることも多いので、新型コロナウイルスが1日も早く収束しないと、景気が良くなっていかないのではないか。
▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・良くなる材料が見つからない（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・ここにきて急速に新型コロナウイルス感染者数が少なくなっており、緊急事態宣言も解除されたので、今までの巣籠り需要がなくなりつつある。今までは、なるべく買物回数を減らしてたくさん買うという生活習慣だったが、客がいろいろなところへ出掛けるようになるので、我々スーパーにとってはこれから先は厳しくなる。
▲	スーパー（経営者）	・当社は食品スーパーマーケットなので、新型コロナウイルスが収束し平常になることにより、巣籠り需要がなくなり、販売量の減少が見込まれる。今までが良過ぎたのだと思う。
▲	スーパー（店長）	・10月に入って今年初めて売上予算が未達になった。3か月後も、このまま売上、来客数、客単価、買上点数、いずれも落ちていくと推察できるので、今よりはやや悪くなると予測している（東京都）。
▲	スーパー（販売担当）	・緊急事態宣言解除後も以前のように外食や行楽は回復せず、新型コロナウイルス感染第6波の心配があるため、心理的にまだまだ行動抑制が継続される。
▲	コンビニ（経営者）	・取り巻く環境や、いろいろなことに注意を向けないといけなくなってきている。費用が関係してくるエコ、リサイクルなどは簡単には進まないの、上向きにはならない。
▲	コンビニ（経営者）	・コンビニ全体では売上が伸びると思うが、当店のような住宅街にある店舗は人の流出があり、売上が減少する。
▲	コンビニ（エリア担当）	・前年は、冬季に新型コロナウイルスが感染拡大したため、これから感染第6波が来ると売上に影響が出る。また、例年に比べて寒くなるという予報も出ているため、客足が鈍くなりそうである（東京都）。
▲	一般レストラン（経営者）	・輸入資材の高騰が物価を押し上げると思うが、輸出が伸びず、景気は停滞する。いわゆるスタグフレーションとなるのではないかと。
▲	一般レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスが落ち着いてきてから反動がありそうである。
▲	通信会社（営業担当）	・在宅ワークが減っていくと思われるので、インターネット新規加入獲得数の減少が見込まれる（東京都）。
▲	その他レジャー施設〔総合〕（広報担当）	・海外の現状や国内の前年の状況に鑑みると、2～3か月先は新型コロナウイルス感染第6波の影響が不可避なのではないかと（東京都）。
▲	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）	・コマースを出しても反応がほとんどない。
▲	設計事務所（所長）	・今ある社団法人から依頼を受けている。新型コロナウイルスの影響でなかなか資金調達、特に寄附が集まらず、非常に苦戦している。
×	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染の収束後、一時は良くなっても、その後の落ち込みが心配である。人件費、水道光熱費を始め様々な経費が上がる。
×	コンビニ（経営者）	・売上は横ばいで推移すると思われるが、最低賃金アップにより人件費が大幅に増加し、経営上の厳しさはますます増していく。
×	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの感染者数が少なくなれば、旅行や飲食業界に消費が向くと予想される（東京都）。

	×	その他専門店 [ガソリンスタンド] (団体役員)	・原油価格の高騰はしばらく続くと推測されており、当分の間は厳しさが増す (東京都)。
	×	ゴルフ場 (従業員)	・給料が上がらないなか、物価が急上昇している。新型コロナウイルスの感染拡大は落ち着いているものの、消費は増えず、景気の回復どころか、悪くなるのが懸念される。また、政権が交代してしまうと、公約となっている最低賃金の大幅アップにより、特に中小企業は経営が困難になる。政治は中小企業の現場の実態をもっと把握すべきである。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	食料品製造業 (経営者)	・どんどん表で酒を飲めるようになってきているので、それにつれて売上が伸びていく (東京都)。
	◎	その他サービス業 [ソフト開発] (従業員)	・人が動くようになってきて、仕事量や問合せ件数も増えている。
	○	出版・印刷・同関連産業 (所長)	・年末に向けた案件が増えてきている。このままイベント等に対する規制がない状態が続くことで、前年を大きく上回る状況が見えてきている。
	○	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・当店は東京の外れにあるが、緊急事態宣言が解除されてから、来客数が増えてきており、注文件数も増えている。当店の前はネオン街で飲食関係の店が多く、一時はショッピングカードや店の名刺の注文が途絶えた。飲食店関係が営業を再開したり営業時間を延ばしたりするようになり、ショッピングカードの注文が増えてきている。これからますます名刺印刷等も伸びてくる見通しであり、ゴム印の注文なども来るようになってきているので、少し明るい方向へ向かうと予測している (東京都)。
	○	化学工業 (総務担当)	・個人消費の回復に期待している。
	○	プラスチック製品製造業 (経営者)	・今は新型コロナウイルスが落ち着いているので、感染第6波で広がらなければ、世の中の経済が少し動き出すのではないかと。3か月後は、期待を込めて少し良くなる。
	○	電気機械器具製造業 (経営者)	・受注状況を見ると、秋以降の受注残が積み上がってきている。半導体などの部品が思うように入らないので断っているほどである (東京都)。
	○	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・主要取引先である自動車メーカーの今年11月から来年3月までの生産計画を見ると、ここ数か月で落ち込んだ分をばん回すべく、かなりの増産を予定している。景気は上向きである。
	○	通信業 (広報担当)	・新型コロナウイルスの影響も次第に落ち着き始めており、今後は経済対策もあるので徐々に回復する見込みである (東京都)。
	○	金融業 (従業員)	・製造業は新型コロナウイルス禍で特に落ち込みが大きかったが、「従業員を新たに採用した」という声の一部が聞かれるなど、持ち直しの傾向がみられる。また、緊急事態宣言の解除を受けて営業を再開した飲食店が多く、地域に人通りが増え、明るいムードの広がりをを感じる (東京都)。
	○	金融業 (従業員)	・新型コロナウイルスの感染者数減少に伴い、経済が活性化されれば、様々な業種が上向きとなる。今までの反動もあり、かなり景気の回復が見込める。
	○	金融業 (総務担当)	・このまま新型コロナウイルスのワクチン接種が増え、感染者数が減れば、景気はかなり回復するとみている。飲食業やサービス業、レジャー業もこれまでの反動で一気に回復する (東京都)。
	○	金融業 (役員)	・全てが新型コロナウイルス発生以前に戻るかは不透明だが、好転することは十分に考えられる。
	○	不動産業 (経営者)	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、感染拡大も抑えられている状況のなか、企業、学校などではオンラインから徐々に以前のような対面の状態に戻り、人の移動が増えることでより良くなる方向にある。
	○	不動産業 (従業員)	・新型コロナウイルス禍終息の安心感が広がれば、良くなる方向に向かう (東京都)。
○	広告代理店 (営業担当)	・このまま新型コロナウイルスの収束が進み、総選挙をきっかけにして、良い流れになりそうである (東京都)。	

○	税理士	・新型コロナウイルス感染第6波の到来次第ではあるが、ワクチンの3回目接種のめども立ち、マスクをしての日常に慣れている日本では、このままの終息もあり得るような期待がある。しかし、諸外国の例では、新たな流行は避け切れていないので、外国からの流入を阻止できなければ、同じことの繰り返しになるだろう。
○	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感染状況次第だが、自由が戻ってきた感じがするので期待できる (東京都)。
□	食料品製造業 (経営者)	・年末年始の新型コロナウイルス感染第6波が心配である。
□	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・12月までは今月同様に受注量が多い予定なので、景気は良い状態で変わらない (東京都)。
□	化学工業 (従業員)	・原材料値上げの話もあるが、これからは品物自体も順調には入ってこないようなので、先行きが不安である。
□	プラスチック製品製造業 (経営者)	・医療品容器の取引先である東南アジア工場の操業が回復すれば受注増につながるのだが、確かな手ごたえはない。ここにきての円安や資源高の影響もあり、材料値上げの要求も目立つようになってきている。
□	金属製品製造業 (経営者)	・今こそ営業努力のチャンスである。元気を出して頑張りたい。
□	金属製品製造業 (経営者)	・新型コロナウイルス禍ではあるが、中国以外の国々では景気が上向いているように感じる。そのせいか、当社のメイン取引先からの海外向けの受注量が増えている。
□	精密機械器具製造業 (経営者)	・材料不足感が強くなってきており、発注しても納期が確定できず、生産計画を通常に組めない状態が継続する。良くも悪くもなく、踊り場状態と考える。
□	その他製造業 [化粧品] (営業担当)	・美容室は新型コロナウイルス禍でも堅調だったので、今後急激に変化するとは考えていない (東京都)。
□	建設業 (経営者)	・少しの間、新型コロナウイルスの経済に対する影響の後遺症が続く。
□	建設業 (従業員)	・新型コロナウイルスの影響で先行きが不透明な気がする。
□	輸送業 (経営者)	・新型コロナウイルスの感染拡大が収まってきている。この状況が継続し、景気改善につながることを期待したいが、当社の取扱品は感染拡大前から取扱量が減少し続けているため、改善は望み薄である (東京都)。
□	輸送業 (経営者)	・新規案件の受注があるものの、既存案件も減少しており、プラスマイナスゼロである (東京都)。
□	輸送業 (総務担当)	・荷主の国内出荷量が低迷している。輸出量が全くない。今後も現状は続く予想である。
□	通信業 (経営者)	・悪くなる部分と良くなる部分があるため、相殺されて変わらない (東京都)。
□	不動産業 (総務担当)	・飲食店舗では営業時間や酒類の提供時間が緩和されたが、思ったほど客足は伸びていないし、滞留時間も短いので、通常営業に戻す店舗はまだ少ない。年末に向けての忘年会需要も期待できず、来年3月までは厳しい状況が続くだろうと店主も嘆いている (東京都)。
□	広告代理店 (従業員)	・来年度の動きが出てきているが、新型コロナウイルス第6波も懸念して動きが停滞している部分もある。
□	広告代理店 (従業員)	・11月以降の様子を見ないと何ともいえない (東京都)。
□	税理士	・米中の景気には左右されるが、それよりも国内の新型コロナウイルスの影響がまだある。大企業は別として、中小企業はまだ全然立ち直っていない。特に、飲食店の入店率は以前と比べてまだまだ低い。チェーンの弁当店はとても繁盛しており、宅配サービスの配達の人たちがいつも注文を受けた弁当を取りに来ている (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	・部分的に活性化している業界もあるが、半導体や自動車関連の事業は大変冷えている (東京都)。
□	その他サービス業 [廃棄物処理] (経営者)	・経済活動が活発になってきてはいるが、新型コロナウイルスの影響などで廃業してしまう取引先がちらほらみられる。また、燃料、原材料、資材の値上げがあり、厳しい状況が続く。
□	その他サービス業 [警備] (経営者)	・これから年末にかけて、今のままの水準で推移する。

	□	その他サービス業 [映像制作] (経営者)	・このまま新型コロナウイルス感染者数の減少傾向が続くか分からないため、企業も新年の懇親会、研修会などは催さない予定であり、まだこれからも低迷が続く (東京都)。
	□	その他サービス業 [情報サービス] (従業員)	・新型コロナウイルス感染が収束し、景気が上向くと期待していたが、変化がみられない。今後も良くなる要素が見当たらない。
	▲	一般機械器具製造業 (経営者)	・悪化する前も取引先から「回復するだろう」という同じような話があったので、にわかには回復すると信じ難い。
	▲	その他製造業 [靴] (経営者)	・かばんの加工業はかなり落ち込んでおり、回復するには大分時間が掛かるのではないかと。売行きが良くならなければ回復しない。
	▲	建設業 (経営者)	・良くなるイメージがない。良くても、なぜ良いのかが分からない。
	▲	建設業 (経営者)	・原油価格の高騰により、ほぼ全ての材料が値上がりしている。客も価格に驚いて発注を控えるケースが増えている。
	▲	不動産業 (経営者)	・このところ新型コロナウイルスの感染者数が減少傾向にあり、明るい兆しが見えているが、早々の終息を願っている (東京都)。
	▲	広告代理店 (経営者)	・建設業に影響が出るのではないかと (東京都)。
	▲	経営コンサルタント	・新型コロナウイルス感染第6波、物価や賃金上昇などの利益圧迫に対する懸念などが大きく、景気が良くなるという予感はない。
	▲	その他サービス業 [ビルメンテナンス] (経営者)	・既存契約の値上げができない状況だが、最低賃金は上昇しているので、利益を圧迫している (東京都)。
	×	建設業 (営業担当)	・資材高騰の状況に改善のめどが立たないため、2～3か月後は更に悪化する。
雇用 関連 (南関東)	◎	人材派遣会社 (社員)	・人材派遣、人材紹介共に求人数が増加しており、顕著に回復してきている。年間トレンド上も求人数は増加局面に入っていることから、景気は良くなっていくことが予想される (東京都)。
	◎	人材派遣会社 (営業担当)	・新型コロナウイルス発生以前の水準まで募集件数が戻りつつあるなか、働き手を確保できていない。給与水準は上がり続けている (東京都)。
	○	人材派遣会社 (社員)	・緊急事態宣言明けの飲食店向け発注の増加、オンラインオーダーは引き続き堅調と、物流関連のオーダーが好調に推移すると想定している。
	○	人材派遣会社 (支店長)	・新型コロナウイルス感染者数が減ってきていることもあり、業務量が増えた企業から臨時的な人材派遣等の依頼が増えてくるものとみている (東京都)。
	○	人材派遣会社 (営業担当)	・政策が変わることにより、大手製造業は上昇気流に乗るのではないかと期待感がある。
	○	人材派遣会社 (営業担当)	・観光業、サービス業が回復してくれば、必ず求人が発生する傾向になるので、良い方向にいく。
	○	求人情報誌製作会社 (広報担当)	・このまま新型コロナウイルスの感染が更に収束していけば、新型コロナウイルス発生以前のような景気に戻るのではないかと (東京都)。
	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	・まだほんの少しだが、年明けの予約などを幾つかもらっているもので、それに期待を込めている。
	○	職業安定所 (職員)	・新型コロナウイルスのワクチン接種の進展による感染者数の劇的な減少及び求人数の増加による。
	○	職業安定所 (職員)	・新型コロナウイルスの感染拡大状況により左右されるものの、飲食、宿泊関係企業の採用意欲は旺盛で、業界の再活性化が期待される (東京都)。
	○	学校 [大学] (就職担当)	・今後は旅行など観光する人も増えてくる。乾燥や寒さによる新型コロナウイルス感染拡大を抑えられれば更に良くなる (東京都)。
	□	人材派遣会社 (社員)	・来年以降も引き続き人材不足の状況が続くことが予想される。
	□	人材派遣会社 (社員)	・新型コロナウイルス禍がこのまま収束するとは思えず、再度状況が悪化して景気に影響を及ぼすとみている (東京都)。
	□	人材派遣会社 (社員)	・求人数は増加しているものの、求職者の取り合いになってきており、労働人口減少の影響が出てきている。結果的に年齢を押し上げることになり、労働力不足感が顕著になっている (東京都)。

□	求人情報誌制作会社（営業）	・新型コロナウイルスの感染者数は減少しているものの、それだけでは景気はなかなか良くなっていかない。この先また感染第6波が来る予想もされている。消費活動に対して、Go Toキャンペーン等、何らかの景気対策、措置がなければ、景気が上向いていくことはない。景気対策は急務である。もたもたしている間にまた感染の波が来て、何もできなかったということのないようにしてもらいたい。
□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染者数の減少が著しいが、急減した理由は専門家でも不明とする人が多い。緊急事態宣言が解除され、市中の人流も拡大する勢いだが、経済活動が復調するか否かはこの冬の感染者数の動向に左右される。
□	職業安定所（職員）	・有効求人数は前月から微減している。前年比では8か月連続して改善傾向にあるものの、マイナスの状態に変わりはなく、大きな変化はみられない。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・新卒を採用する必要があるのだろうか。より効率的な人材活用が進み、定期的な新卒採用という枠組みが変容するかもしれない（東京都）。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・経済、消費の回復力が弱く、求人、求職の両面において力強い中長期的な経済対策が必要である（東京都）。
▲	人材派遣会社（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響に落ち着き感が見えてきているなかで、労働市場に動きが出てくるとみている。その場合、正社員求人の増加がみられると、派遣労働者が正社員求人に応募するため、派遣労働者数は減少傾向になる（東京都）。
▲	求人情報誌制作会社（所長）	・少しは良くなってほしい。
×	—	—