

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〔家電〕（経 理担当）	・お金を持っている人はたくさんいるが、今は使うところがないので、これから使う人が多くなる。
	◎	その他専門店〔雑貨〕 （営業担当）	・緊急事態宣言が全面的に解除され、駅周辺の人の流れが明らかに増加している。リベンジ消費といわれているが、確かに3か月前と比較して客単価が大幅に上がっており、発散を消費に向けていく傾向が続く（東京都）。
	◎	高級レストラン（役員）	・現状が継続し、売上回復が進行すれば、年末年始、来春と景気回復に期待できる（東京都）。
	◎	一般レストラン（経営 者）	・東京都の認証店は人数制限が緩和されて8人までなら大丈夫となったので、かなり少人数の細かい宴会予約が入っている。全く予約のなかった2～3か月前と比べると、12月は前年よりも売上が増えるの見込んでいる（東京都）。
	◎	都市型ホテル（スタッ フ）	・新型コロナウイルスが収束し、来年Go To Travelキャンペーンが再開できれば更に良くなり、国内旅行が激増する。
	◎	旅行代理店（従業員）	・Go To Travelキャンペーンが1月末又は2月に再開されれば、一気に販売が増える見込みである（東京都）。
	◎	旅行代理店（営業担当）	・3か月後の2月には、Go To Travelキャンペーンが実施される予定なので、旅行需要が大きく伸びると想定している。
	○	一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・新型コロナウイルスの感染再拡大が心配ではあるが、人も少しずつ始め、飲食店にも客が戻り始めている。年末年始に向け、もっと増えるとみている。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経 営者）	・新型コロナウイルスの感染者数は劇的に減っているが、余り変わってはいない。日本人の警戒心の高さゆえに、まだ用心しているのだろう。この先も変わらないかもしれないが、良くなってほしいという希望を込めての回答である。
	○	一般小売店〔生花〕（店 員）	・行事があるときはかなり多くの客が来てくれるが、3か月後の2月はバレンタインデーくらいで、消費としては余り多くはないので、さほど変わらない（東京都）。
	○	一般小売店〔茶〕（営業 担当）	・まだまだ予断を許さないが、客の動きが出てくる。売出しもできるようになったので期待している（東京都）。
	○	一般小売店〔書店〕（営 業担当）	・新型コロナウイルスの影響にもよるが、年度末から新年度にかけての受注増が見込まれる（東京都）。
	○	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いたまま感染第6波が来ないという前提条件で、年末商戦、年始のイベントなど、集客や売上も更に改善すると期待している（東京都）。
	○	百貨店（総務担当）	・日本では新型コロナウイルスの感染拡大が抑えられており、更なる感染防止対策の緩和、Go Toキャンペーンなど経済活性化策を実施すれば、消費拡大は続く。一方、感染防止対策緩和、経済対策強化により欧米のような感染再拡大が始まると、再び感染防止対策を強化しなければならず、消費冷え込みのリスクがある（東京都）。
	○	百貨店（広報担当）	・足元ではいわゆる富裕層だけではなく、中間層の消費も部分的ながら上向きに推移している。このまま新型コロナウイルスが収束に向かえば、着実に消費マインド自体は上がってくる。ただし、前提は感染第6波が小規模にとどまった場合であり、現時点では先行きの不透明感も否めない（東京都）。
○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染第6波の抑制に向け、密回避のため福袋やイベントを中止するなど厳しい状況だが、現在の感染者数減少はこれから迎える年末年始商戦の大きなプラス材料である（東京都）。	
○	百貨店（営業担当）	・10～11月の流れでいくと、新型コロナウイルスが収束するという前提で、今後は2019年度と同水準まで持ち返すとみている。ただし、新変異株の拡大次第では、引き続き不透明である（東京都）。	

○	百貨店（営業担当）	・様々な施策により消費喚起が促進される。また、前年と比べて年末年始における消費行動が改善することなども見込まれる（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	・現在のリバウンド的な消費傾向は、新型コロナウイルスの新変異株等のまん延がなく、ワクチンの3回目接種など予防が徹底されていけば、年末年始以降も続くと予想している。端境期に一旦止まるかもしれないが、新しい季節がスタートすれば、求められる需要があるのではないかと（東京都）。
○	百貨店（販売促進担当）	・現在の新型コロナウイルス感染者数が落ち着いた状況が続けば回復傾向になる。今月も引き続きおせちの注文など集客需要の好調な推移に加え、年末年始やGo To Travelキャンペーンの再開等、外出機会の増加により、アパレルや雑貨への売上に効果があれば更に良くなる。一方、年配者を中心に外出に慎重な客も多く、新型コロナウイルス発生前の状況には戻らない。
○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの感染者数減少に伴い、来客数が復調傾向にある。来年度に向けて団体行事や個人旅行が復調すれば、それに伴って購買行動が活発化する（東京都）。
○	百貨店（店長）	・Go Toキャンペーンが再開されれば、人流の回復が更に進むと想定される（東京都）。
○	百貨店（財務担当）	・新型コロナウイルス感染者数が減少していることを前提に、年末年始を迎え、消費が更に活発になると想定している（東京都）。
○	百貨店（企画宣伝担当）	・まだ旅行に出かける客は本格的には増えていないが、旅行客が増えると消費の傾向も変わるものと考えている。
○	百貨店（管理担当）	・このまま新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いていけば、人の動きが活性化し、旅行などにも行けるようになる（東京都）。
○	スーパー（総務担当）	・外でお金を使うようになってきている。
○	コンビニ（商品開発担当）	・様々な生活クーポン券等も解禁されているため、販促効果が出てくるものと期待している（東京都）。
○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、感染者の減少傾向が続いていることから催事などが行えるようになり、来客数が戻ってきている。Go Toキャンペーンによる消費意欲の喚起策にも期待している。
○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルス感染第6波が懸念されるが、客の消費意欲は高まっている（東京都）。
○	衣料品専門店（役員）	・この先も新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、旅行や会食等が増え、衣料品の需要が高まることを期待している。
○	衣料品専門店（従業員）	・このまま新型コロナウイルスの感染状況が落ち着けば良くなる。
○	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルス感染第6波次第ではあるが、このまま感染者数が増えなければ、営業時間や販促策の強化により売上増に期待ができる（東京都）。
○	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの感染状況次第で、客の新生活需要も含めて、数字が上向く可能性がある。また、東京オリンピック後でもテレビの需要が大きく、年末年始以降の買換えも期待できる。
○	家電量販店（経営企画担当）	・客の購買心理が回復するのに合わせ、店舗への来店等が促進され、徐々に売上が回復するものと期待している。季節的にも消費が期待できる時期である（東京都）。
○	家電量販店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況次第だと思うが、このまま落ち着けば必ず良くなる。ただし、警戒心があるため急激な変化はない。
○	乗用車販売店（総務担当）	・新型コロナウイルスが落ち着きつつあり、客の購入意欲が徐々に高まっている。ボーナス支給や需要月でもあり、販売量が増えると予想される。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・このまま新型コロナウイルスが収束に向かえば、気持ちが外に向き、いろいろな販促を行えるようになる。
○	その他専門店〔貴金属〕（統括）	・来客数の増加が販売量の増加につながることで、景気は良くなる（東京都）。
○	高級レストラン（仕入担当）	・新型コロナウイルス禍が落ち着いてきたことにより、レストランの来客数が増え、小規模ながら宴会も入り始めている。今後も、この傾向が続く（東京都）。

○	一般レストラン（経営者）	・2か月先は、新型コロナウイルスの感染第6波が来るか来ないかによって大きな差異があるが、来ないという前提で、多少は予約や宴会等も増えてくると見込んでいる。決して景気とは関係ないが、物価も上がっているため、給与、所得が増えない限りは、良くならない。
○	一般レストラン（経営者）	・全国の新型コロナウイルス感染者数も日々抑えられており、暮れに向かって客も少し安心感が出て、予約が入るようになってきている。補助金などの個人消費を刺激する策が打たれば、もう少し客が増えてくるような気がする（東京都）。
○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況による。新変異株の問題もあり、景気が一気に回復するとは思えない（東京都）。
○	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・Go To Eatキャンペーンが再開されている想定のため、景気は上向きになると予想している（東京都）。
○	その他飲食〔カフェ〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染者数が増えてこなければ、間違いなく良くなってくると感じているが、皆が口をそろえて感染再拡大の可能性を話しているため、感染状況によって一喜一憂すると考えている。飲食、コーヒーの卸先は、「以前のようにはまだ戻らない、戻ることはない。新しい生活習慣ができてくる」と話している（東京都）。
○	その他飲食〔給食・レストラン〕（役員）	・新型コロナウイルスによる影響の沈静化により、社内クラブ関連も年末に向けて回復するものと思われ、景気は現状より一段と改善するものと想定している（東京都）。
○	都市型ホテル（経営者）	・個人客が戻りつつあることと、Go To Eat、Go To Travelキャンペーンなどの再開に関する情報が流れてきているので期待しているが、残念ながら企業の宴会関係の利用はほとんどキャンセルになっている。忘年会、新年会がホテルの柱の一つなので、これが回復しなければ、なかなか厳しい。一刻も早い企業の回復につながる対策を政府にお願いしたい。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染状況がかなり抑えられているので、宿泊、レストラン利用は大幅に改善してきている。この状況がある程度続けば、近場での旅行が再開され、宿泊やレストラン利用が増えてきて、景気も回復傾向となる。
○	旅行代理店（従業員）	・Go To Travelキャンペーンが再開される予定なので、国内旅行の需要が戻ると期待している。海外旅行、訪日旅行については、帰国後の隔離がなくならなければ観光目的の旅行は厳しく、戻りは4月以降になるとみている（東京都）。
○	旅行代理店（営業担当）	・Go To Travelキャンペーンが再開されれば需要が増える（東京都）。
○	旅行代理店（販売促進担当）	・2～3か月先は、Go To Travelキャンペーンの再開が予定されているので、それに伴い個人旅行が更に伸びていく。また、大きなマーケットである東京都も、それに合わせて都民割など何らかの支援策を行うと聞いているので、実施されれば、より一層増えてくる（東京都）。
○	タクシー運転手	・今年の12月は、前年よりは良さそうである。夜の利用が戻っていて、忘年会も小規模で行われるようなので、多少忙しくなる。年明けも、今の状況でいけば、少しずつでもタクシーの利用客が増える。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染者数が少ないまま落ち着いているので、このままいってくれば良くなる。ただし、新変異株が出てきており、その動向がどうなるか非常に心配である（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・販売量が増加しつつある（東京都）。
○	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いているものの、第6波の心配は引き続きある。とはいえ、様々な制限が緩和されてきており、客もウィズコロナでの行動を模索しつつ、少しずつ日常を取り戻すことが期待できる。客の反応も徐々に改善するものとみている（東京都）。
○	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染者数の減少がそのまま続けば、少しずつではあるが、景気も上向きになってくる。
○	通信会社（営業担当）	・販売量は回復傾向にあるが、転居等による人の動きは限定的であり、新型コロナウイルス発生前の水準まで回復するにはもう少し時間を要する。

○	通信会社（局長）	・新型コロナウイルス感染者数の減少により、飲食店を中心に景気は回復基調となっており、年末年始には旅行なども活発化すると思われる。やがては4Kテレビの購入が増加し、5G携帯電話への機種変更も活発化する（東京都）。
○	通信会社（経営企画担当）	・今後の新型コロナウイルス感染者数に左右されるが、現在の落ち着いた状況が続けば、引き続き商談数及び受注数も伸びると想定している（東京都）。
○	通信会社（総務担当）	・新型コロナウイルス感染者数の減少傾向継続によるマインド転換から、訪問営業機会等の回復傾向の継続も期待している（東京都）。
○	通信会社（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くことを期待している（東京都）。
○	観光名所（職員）	・これから閑散期となるため状況が読めないが、期待を込めてやや良くなる（東京都）。
○	ゴルフ場（経営者）	・緊急事態宣言が解除されて、飲食店の勢いが出てきた感がある。
○	競輪場（職員）	・日本では一旦新型コロナウイルスが収束の方向にある。手軽に服用できる治療薬の開発が進めば、通常のインフルエンザのような扱いで対応が可能になる。また、年末、年度末くらい遊ぼうと考える人が増えると想定している。
○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・年末年始や忘年会シーズンで街がにぎわってきている（東京都）。
○	その他レジャー施設 [総合]（広報担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第だが、Go Toキャンペーンの効果が期待される（東京都）。
○	その他サービス [保険代理店]（経営者）	・新型コロナウイルス禍の最悪の時期と比較すれば上向いていると感じるが、新型コロナウイルス発生前との比較ではさほどでもない。現状のやや上向き傾向が続くのではないかと期待している。
○	その他サービス [学習塾]（経営者）	・今後は良くなるという期待感を持てる雰囲気になってきている。
□	商店街（代表者）	・商店街の飲食、物販など、いろいろな人に聞いたところ、飲食店は大分良くなってきているが、物販店は、少しは良くなってきたものの以前ほどではないという状況である。また、新型コロナウイルスの新変異株が出てきたので心配である。これが感染第6波として大きくならないといいが、商売の方は粛々とやるしかない。
□	商店街（代表者）	・諸外国で新型コロナウイルス感染が再拡大している。それもほとんど日本より気温が低いところである。日本がこれから寒くなっていくことを考えると、感染第6波はこの冬に来るだろう。前回の第5波では、波が来てから再び立ち上がるのに相当苦労しているので、商業のアクセルは恐る恐るといった様子である。急回復するのはワクチン3回目接種後ではないか（東京都）。
□	一般小売店 [家電]（経営者）	・変わらないというのは、悪い状態がずっと続くということである。ロックダウンしているような国からの品物が入ってこなかったりしているが、そうした状態がまだしばらく続く。実際に悪くなっていくのだろうが、これ以上悪くなりようがないので、変わらない（東京都）。
□	一般小売店 [和菓子]（経営者）	・新型コロナウイルスの新変異株が出てきて、感染第6波、第7波の心配は拭えないので、どちらともいえない。
□	一般小売店 [文房具]（経営者）	・今後も新型コロナウイルス感染第6波への懸念があるため、なかなか先が読みにくい。感染者数が減少したままいくとしても、年末から年始にかけては単籠り傾向になると思われ、新型コロナウイルス発生前のような慌ただしい年末年始にはならないだろう。したがって、著しく景気が上向きになることはなく、この1～2か月と同様の消費傾向になる（東京都）。
□	一般小売店 [酒類]（経営者）	・緊急事態宣言が解除されて、客の動きが活発になってきたように見えるが、まだまだ慎重に考えている人が多いので、変わらないのではないかと。
□	一般小売店 [傘]（店長）	・原材料の値上げにより卸値が上がっている。年明けからは一部商材の値上げは避けられない。景気が良くなる要素が見当たらない。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・2～3か月後の外商等の大きな案件、物件は現状余り出てきていない。文房具や消耗品関係は削減の対象になっている。デジタル庁の発足等により、直接購入ではなく、インターネットでの購入にどんどん変わってきているので、リアル店舗や対面営業による販売は、なかなか伸びない状況にあるのではないかと。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況について、新変異株の動向を含めて状況が不透明である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（総務担当）	・現在は新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いているものの、海外の状況などを見ると、先行きは依然として不透明であり、今後も感染状況に左右される傾向は続く。コロナ終息の方向性が見通せない場合は、厳しい商環境が続くのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・一部の富裕層では消費マインドの改善がみられるものの、中間層ではまだ回復には至っていない。新型コロナウイルス禍で変化した消費行動が大幅に改善されることは、しばらく期待できない（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感染第6波がいつ来るか分からない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・新型コロナウイルスの新変異株の動向が気掛かりである。前年も一時的な回復の兆しのなかで、感染が再拡大し、大きな影響を受けた。今年も、ワクチン接種が進んでいるとはいえ、報道の影響による外出自粛等が懸念される。新変異株の解明、対策により今後の消費行動が左右されると思うが、今のところは過度に不安をあおられることがなければ、徐々にではあるものの消費は回復すると予想している（東京都）。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・12月までは好調に推移すると思うが、その先は不透明である。新型コロナウイルス感染第6波次第では後退も予測される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・競合店との価格競争もあり、重点商材などの価格が下がる傾向にある。客は、前年を超える点数を買ってくれているが、平均単価が下がっている分、客1人当たりの買上額合計がなかなか前年に届かない状況が続いている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの収束以外に、やはり原油高やいろいろな商品の値上げもあり、客がまだ買い控えをすると予想されるので、この先もなかなか良い状態にはならず、今のやや悪い状態がずっと続くのではないかと。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今の人の流れからいくと、スーパーは売上が非常に厳しくなっていくと思うので、3か月後も今と変わらないのではないかと。逆に、これ以上下がると厳しい。客はいろいろなスーパーを買い回って、1円でも安いものを買おうと生活防衛に入っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・年末年始に向けて、前年同様に内食需要が高まるものと思われる。予約商品についても前年並みの推移をしているため、大きく伸びることないが、逆に大きく落ち込むこともない。
<input type="checkbox"/>	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、年末年始で一時的に消費が上向くこともあるかもしれないが、通常時に戻れば元の節約生活に戻ってしまうと思うので、同様の状態がしばらくは続く（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・やはり一番大きな社会与件である新型コロナウイルスの状況がどうなるかで大きく変わってくる。新変異株がまた流行するとすれば、客の購買動向は上がらないだろうし、早めの水際対策によって新変異株がまん延しなければ、客の動向が活発になり、購買力も上がってくると思われる。不振だった衣料、住まいの品も含めて売上が回復できるように思うので、新型コロナウイルス次第で先行きはまた不透明である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・今後、内食化傾向は更に薄らいでいく。したがって、現状がしばらく続いていくと思われるが、今年はクリスマスやおせちなどの年末年始関連商材の伸びが期待できる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・企業のボーナス動向やガソリン価格の今後の見通しを含め、生活関連の不安要素が払拭されない限り、景気が上向くのは難しい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第である（東京都）。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・冬に新型コロナウイルスの感染者数が増える予想もあり、厳しい状況が続くそうである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・コンビニエンスストアにおいては、新型コロナウイルスが少しずつ収まり来客数が増えているが、逆にまとめ買いがなくなった分、客単価は下がっており、結果的には余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・前年と比べて人の動きが増えることが期待できるが、前々年ほどまでは戻らないのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・衣料品のデフレ傾向はまだまだある。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスが落ち着いた感はあるが、新変異株が発生したということで、まだ不安がある。消費が戻ったとはまだ言い切れず、いろいろな物の価格が少しずつ上がってきていることなどから、変わらないか、もしかしたらやや悪くなる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・消費者の意識は、しばらくは観光やレジャーに向くのではないかと。飲食業界も回復してくると、消費の優先順位が変化してくる（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。前月同様、半減となっているが、これは半導体不足のほか、新型コロナウイルスの影響による客の買い控えの状況もある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・日本では新型コロナウイルスの感染者数が減少しているが、海外ではまだ解消していないので、状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・半導体不足問題が解決しないと、契約しても車が納品されないなら中古車で、となるケースが多い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・せっかく新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて、海外からの入国者も増えるという段階で、また新変異株が発生し、全世界から入国禁止となっている。そうしたことの影響と、また移動ができなくなったら、全体的に消費が落ち込んでくる。ただし、1つだけ良い点は、今まで整備関係には人が集まらなかったが、新型コロナウイルスの影響で就職先がないのか、今年については社員募集に予定以上の応募がある（東京都）。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（渉外担当）	・自動車の出荷状況がいまだに正常化していない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・好転する要因が特にならない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・リフォーム業界においては、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くにつれて需要が回復しつつあるが、半導体不足や中国の電力不足による工場の稼働停止など、製品供給の面で不安要素もあり、判断が難しい（東京都）。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・先行きは、どう見ても景気が良くなるような感じがしない。店も余り活気がないし、このまま今年は終わってしまうのではないかと。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（団体役員）	・来年1月中旬にもGo To Travelキャンペーンが再開されることに期待しているが、原油価格の動向が全く不透明なため、効果が見通せない（東京都）。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（営業担当）	・年間を通じて最繁忙期である忘年会シーズンであり、個人需要は一定の予約があるものの、法人、団体の予約が少なく、売上の確保ができていない（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ので、ふだんであれば少し景気が良くなると思うが、我々飲食業は1～2月は毎年かなり厳しいので、2～3か月後も余り良くならない。ケータリングも1～2月はほとんどないので難しい。
<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良くも悪くもあるが、新しいビジネスチャンスも感じる（東京都）。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染予防のための規制が全面解除になった。また、ワクチン接種も進み、新型コロナウイルスに対する状況は良くなっている。しかし、感染第6波や新変異株への懸念と客の気持ちはまだまだ厳しい状況である（東京都）。

□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新変異株が入ってきたらどうなるかということが、まだ日本では全く分かっていないので、その動向次第ではせっかく入った予約もまたキャンセルになってしまうかもしれない。再び酒類の提供等ができなくなると、飲食店にとっては大変なダメージになる。
□	一般レストラン（経営者）	・今後の新型コロナウイルスの感染状況に左右されるところが大きい。また、石油の値上がりのほか、世界的に便乗した形での価格のつり上げが起きていて、それによるコストアップは正常なインフレではなく、間違いなくスタグフレーションである。政府の財政出動と公共投資の不足が原因と考えている。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新変異株が見つかり、それによつては経済の停滞がまだ長引く。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新変異株の動向が不透明である（東京都）。
□	旅行代理店（経営者）	・今のところ新型コロナウイルスがまだ完全に終息したわけではなく、客が何となく二の足を踏んでいるような状況である。これとって問合せもなく、旅行商品を勧めてもまだもう少し考えさせてほしいという回答しか得られない。先行きも現状のまま変わらない。
□	旅行代理店（従業員）	・自主的な行動制限をしている方々が急激に解除することは考えにくい（東京都）。
□	タクシー運転手	・取りあえず今は新型コロナウイルス感染者数を抑えられているが、まだまだ油断はできない。この先寒くなつてからどのように感染者数が増えてくるのか、正月を迎えることもあるので、やはりまだまだ心配である。
□	タクシー運転手	・人の動きをみると、特に土日等は都内繁華街や大型スーパーの周辺などでは大分人が増えている。しかし、タクシー客に関してはどういふわけか変化がない。こういう状態がいつまで続くのかは分からないが、人出や車が増えているので、何となく景気が良くなったように感じる。タクシー利用にまで影響するようになるのを期待するばかりである（東京都）。
□	タクシー（団体役員）	・どうなるか分からない。景気回復は余り期待できず、新型コロナウイルス感染第6波が来れば、人流は期待できない。
□	通信会社（経営者）	・現在、新型コロナウイルス感染者数が鎮静化しているため、景気は上向いていくと思うが、半導体不足が解消されない限り、当社の景気は変わらない（東京都）。
□	通信会社（社員）	・緊急事態宣言解除後の明るい状況が継続している。企画案件も具体化している（東京都）。
□	通信会社（社員）	・転売目的の端末購入に対して、抜本的な対策がない（東京都）。
□	通信会社（管理担当）	・期待はするものの、良いニュースがないので、良くなる見通しはない。政権交代後、様子見だと思われる。
□	通信会社（営業担当）	・良くなると思える材料がない。
□	通信会社（営業担当）	・訪問型営業を今以上に増やしていかないと、契約件数は伸びない（東京都）。
□	通信会社（経理担当）	・特に変わる材料が見当たらない。
□	ゴルフ場（経理担当）	・ゴルフが新型コロナウイルスとの共生時代においても安心して楽しめるスポーツという認識の浸透もあり、ゴルフ選好が定着していく流れは続くと考えられる。業態的には固定費が高く、原油高が続けば業績に影を落とす懸念が強い。冬季の感染第6波も懸念されるが、現在のような小康状態が続けば、改善も期待できる。
□	その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・半導体の需給はまだ盛り上がってくる見込みがない。納期もまだ先に伸びているので、受注は上回らない（東京都）。
□	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・今まで同様に、状況が変わっても良くはならない。
□	設計事務所（経営者）	・近隣を見ると、住宅の建て替え等の件数が少し増えてきているように感じる。しかし、新しい営業展開は非常に難しく、客にどのように話を持って行けば良いか悩んでしまうことがある。行政の仕事も、指名の件数が少なく、足元の仕事をどうすれば良いか社員共々検討している。頑張らなくてはいけない。

□	設計事務所（経営者）	・今のところ、新しい案件が入ってくる様子はない。現在ある案件が進んでいくだけである。
□	設計事務所（経営者）	・現在取り組んでいる仕事が1月末～2月まで継続するので、仕事量の変化はない。新型コロナウイルス収束への期待はあるが、仕事量の回復にすぐに結び付く業種ではないので、現状維持が続くとみている。
□	設計事務所（職員）	・建築設計発注に大きな影響を与える事象がない限り、傾向は変わらない（東京都）。
□	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスが完全に終息しない限り、景気は良くならない。ワクチン接種は大幅進展しているようだが、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）	・住宅展示場への来場者数、資料請求数が減っており、商談数も減少しているため、販売量の増大は見込めない。注文建築の請負契約が見込めないために、土地を購入し建築条件付として販売量を増やそうと、分譲用の土地探し、仕入れを積極的に始めている。しかし、すぐには販売量の増大につながらないため、しばらくは良くなりそうにない。
□	住宅販売会社（従業員）	・来場者数などに大きな変化はない。
□	住宅販売会社（従業員）	・年が変わってどうなるかによって変わってくると思うが、戸建ての需要が落ちてくると思うので、地価が若干下がってくれば仕入れやすくなり、アパート販売業者には良い方向に向かっていく。
□	住宅販売会社（従業員）	・受注量に変化がないため、特に良くも悪くもならない。
□	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建材の繁忙期に向かうなかで、一定の需要としては、今後は落ち着いていく見込みである（東京都）。
▲	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・年末に向かうが、半導体不足の問題やガソリン価格の高騰などを考えると、商品事情も不安である。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	・需要は少なくなったものの、11月中、12月上旬に限っては年賀状印刷等があるので、多少は客の動きがある。1月に入ればまた厳しい状態になるのではないかと。
▲	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・社会情勢もなかなか落ち着かず、ふだんどおりの生活に戻るにはまだ至っていない。非常に敏感な時期であり、12月は不安定になるような気がする（東京都）。
▲	スーパー（経営者）	・チラシを入れても来客数が戻らず苦戦している。
▲	スーパー（仕入担当）	・食料品、ガソリン、灯油、電気料金等の値上げの波が来ており、節約志向が高まり、消費が冷え込む。
▲	コンビニ（経営者）	・急激な人手不足に陥り、年末年始を乗り切れるか不安である。
▲	コンビニ（経営者）	・購買数も来客数も全て少なくなっている。前年に比べても少しずつ落ちている。
▲	コンビニ（経営者）	・生活困窮者向けの給付金があったとしても、将来への不安感から貯蓄に回す人が多いと思われる。そのため、支出も抑える傾向にあると感じている。
▲	乗用車販売店（店長代行）	・部品の供給不足により、車両、ナビなどが全然入ってこないため、売上が上がらない（東京都）。
▲	住関連専門店（統括）	・新型コロナウイルスの影響で、まだまだ正常な来客数、売上には及ばない状態で推移している。
▲	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・物価が上がっているため、利益が薄く、経費を出すのが大変である（東京都）。
▲	旅行代理店（従業員）	・例年、冬期は団体旅行案件がない時期である。さらに、新型コロナウイルスの感染第6波及び新変異株のまん延次第で、来春の団体旅行に悪影響が出てくることが予想される。
▲	タクシー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第6波が来ることにより、確実に悪化する。
▲	パチンコ店（経営者）	・新型コロナウイルス感染第6波が懸念されるなか、年末に向けてその可能性に現実味が帯びてくると、再び政府による規制等が実施され、回復しかけている景気に水を差すことになる。
▲	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の新変異株による感染第6波が懸念される（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)	・冬期講習の申込人数が非常に少なくなっている。収入が更に減少する。
	▲	設計事務所 (所長)	・ここにきて、また鋼材等が値上がりし、手薄な状態が続いている。住宅設計も、改修等の話は多少あるものの新築の計画がなく、やや悪くなる見通しである (東京都)。
	▲	設計事務所 (所長)	・前年同時期と比べて仕事量が半減している。新型コロナウイルスの影響で計画が延び続けており、先行きがなかなか見通せない。
	▲	その他住宅 [住宅管理・リフォーム] (経営者)	・私どもの業務は、新型コロナウイルスが収束したからといってすぐに反応することができるものではない。打合せ等、ある程度の時間が掛かるので、1日も早く元に戻るよう願うばかりである。
	×	一般小売店 [家具] (経営者)	・これから先は、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたとしても、物価が高くなっていることと、消費者の所得が増えていないため、景気は悪くなる (東京都)。
	×	一般小売店 [食料雑貨] (経営者)	・人件費、水道光熱費等、経費が上昇しているため、経営が悪化する。
	×	スーパー (経営者)	・原油価格高騰のため、食料品の価格も上がってきている。新型コロナウイルスでの雇用調整助成金なども終わりに近いので、財布のひもがますます固くなる気がする。
	×	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新変異株の出現がまた将来不安をあおり、今の勢いに陰りが見えてくる可能性が高い (東京都)。
	×	通信会社 (管理担当)	・加入者のサービス解約が増加傾向にある。
	×	ゴルフ場 (従業員)	・国から税金を放出することで、国が維持されているとしたら、先行きはどうなるのだろうか。新型コロナウイルスの新変異株の発生もあり、景気が良くなる要素が見いだせない。そのようななかで、あれこれ値上がりしており、一部を除き、生活は苦しくなるばかりである。
企業 動向 関連 (南関東)	◎	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・12～3月の生産計画は、ここ数か月の落ち込みをばん回する勢いとなっており、景気は上向きである。
	◎	その他サービス業 [ソフト開発] (従業員)	・受注量、売上が新型コロナウイルス発生前と同じくらいまで回復している。
	○	出版・印刷・同関連産業 (所長)	・12月納品の案件引き合いも多くみられるが、年末年始の案件まで継続して受注が増えることを期待したい。
	○	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・今までは少なかった店頭に来客数が増えてきている。報道されているように、新型コロナウイルスの感染者数が少なくなっていることで客が外に出やすくなっている。それに伴って、売上も上向きになってきている。会社関係は10月頃からやや上向きつつあるが、店頭も少し上向いてきている (東京都)。
	○	通信業 (広報担当)	・徐々に経済が正常化してくる (東京都)。
	○	金融業 (従業員)	・不動産業の中でも、特に地域に密着して情報力を活用している事業者では、「物件の動きが良い」、「増収増益を見込んでいる」など、明るい話題が多い。一方、一部の製造業や卸売業の事業者からは、仕入価格の上昇が重荷となって、経費削減だけでは追いつかないとの声も聞かれる。新型コロナウイルスの感染状況がやや落ち着いた今、会社ごとの強みや課題が浮き彫りになっている (東京都)。
	○	金融業 (総務担当)	・人出や売上が増加している業種が大分増えている。年末に向けて、高額なおせちの予約が伸びたり、高級品が売れてきたりしている。ただし、飲食業では忘年会の予約はまだ厳しい状況である。全体的には景気は回復傾向である (東京都)。
	○	金融業 (役員)	・新型コロナウイルスの収束傾向を受け、業況は良化傾向と思われるが、新変異株の拡大が懸念される。
	○	不動産業 (経営者)	・新型コロナウイルスの感染拡大が様々な手立てによりこのまま落ち着く傾向にあると予想されるなか、新年には良くなる。
	○	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感染症も落ち着き、久しぶりに年末年始を普通に迎えられるそうで、町もにぎわいを取り戻すとみている。また、車の通行量も増えてきているように感じる。しばらくは受注量が多い現状のまま推移しそうである (東京都)。

<input type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	・今、急速に売上が回復しているが、これは市場に在庫がないことが最大の理由であり、行き渡ってしまうと落ち着くのではないかと（東京都）。
<input type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	・これから繁忙期を迎えるが、新型コロナウイルスの感染第6波が心配である。
<input type="checkbox"/>	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・今でさえ仕入値が上がっているのに、また1月から20%くらい値上げする話がいろいろなところから入ってきて、お手上げ状態である。
<input type="checkbox"/>	化学工業（従業員）	・年末も、前年と同様に、受注が増加する様子はない。海外向けは順調ではあるが、国内は下げ止まりのようである。
<input type="checkbox"/>	化学工業（総務担当）	・このまま新型コロナウイルスが収まってくれば、消費が回復して受注も増加すると期待しているが、原材料コストが急騰して収まる心配がなく、収益性が低下している。
<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滞っている新企画の生産がいつ始まるかによって、今後の見通しは変わってくる。国内は感染状況が収まりつつあるようだが、世界的な回復が遅れているため、確証が得られない。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・新規の仕事を取り入れていかなければと思い、営業努力と、新技術の教育にも力を入れ、頑張っている。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・米国向けはしばらくの間、好景気が続く。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	・このところ受注残の数字が増えてきており、年明けに期待が持てる。しかし、半導体が手に入りにくいと、納期の遅れが生じる恐れがあり、心配である（東京都）。
<input type="checkbox"/>	精密機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響による売上減少は解消され、受注は新型コロナウイルス発生前の4～5年前の水準に戻っているものの、調達が遅延しており売上が変わらない。逆に、今後、仕入価格の転嫁ができない場合、マイナス要因が強く、依然として踊り場である。
<input type="checkbox"/>	その他製造業〔靴〕（経営者）	・回復にはまだ時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	建設業（従業員）	・新型コロナウイルスの新変異株が発生しているため、今後どのようになるかよく分からない。
<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。今後も現状が続く予想である。
<input type="checkbox"/>	金融業（従業員）	・新型コロナウイルスの新変異株の脅威もあり、実際に米国市場等では株価の下落も起きている。日本でも先行きに対する不安材料等が多いことから、ワクチンの3回目接種の方針を、より具体的な方向で、スピーディーに示す必要がある。その点について、現状の方策では実効性が薄いように思われる。
<input type="checkbox"/>	不動産業（総務担当）	・2年近い新型コロナウイルス禍のなか、何度も緊急事態宣言が発出されたため、今は感染者数が減ってきているが、テナントの動きに大きな変化はない。ウィズコロナと言われているが、年内は飲食は慎重にという話をよく耳にする（東京都）。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（従業員）	・年度内の売上は見えているので、変わらない。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（営業担当）	・世の中的には良くなるかと思うが、当社においては、エンターテインメント業界等の復活が少し遅れてやってくると思っている（東京都）。
<input type="checkbox"/>	税理士	・米中の景気に左右されるところが大きい。国内の政治もそうだが、それ以前に新型コロナウイルスがこのまま収束していけば良いが、韓国やヨーロッパなどでもまだ感染拡大が続いているので、日本にも影響してきたらどうなるか不透明で、先行きは分からないところがある（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	・新型コロナウイルスがこのまま収束に向かうのか、懸念されている第6波が来るのかによる。
<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	・さして良い材料がない（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状況を上げようと努力しているが、その反面、廃業する取引先などもみられ、良くなる兆しがまだ見えず、しばらくはやや悪い状態が続く。
<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・現状のまま推移する。

	□	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・値上げ交渉中だが、なかなか決まらない（東京都）。
	□	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・取引先では、半導体の不足などで足踏みをしている企業が多く、円安や原油の値上がりの影響で、急に景気が上向くとは思えない。学校関係の卒業アルバムなどは、今年度末は少し戻りそうな予想である（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の新変異株による影響が分からず、見通しが立たない。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの動向による。今、新変異株が流行し始めているので、先行きは少し悪くなる。
	▲	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・中小企業向けの特別措置の効果が切れて、オーナーたちの財布のひもが固くなってきている（東京都）。
	▲	輸送業（経営者）	・年末年始の特需がなくなって久しく、また、例年1～2月は稼働日数の減少により売上が下がる時期で、これに燃料価格の高騰、高止まりが重圧となり、経営環境は厳しさが続く（東京都）。
	▲	輸送業（経営者）	・燃料価格の高騰が影響する（東京都）。
	▲	輸送業（経営者）	・3か月先の受注のめどが立っていないので、悲観している（東京都）。
	▲	不動産業（経営者）	・各種団体やグループの行事も、今年は全て中止のようである。1件だけ忘年会が開催されるが、新型コロナウイルスの影響で、特に高齢の人は出ないようである。この忘年会は総勢100人だが、果たして何人集まるだろうか。新型コロナウイルスの終息を祈るばかりである（東京都）。
	▲	広告代理店（経営者）	・燃油価格や物価が変わらない。賃金の引上げ等が影響する（東京都）。
	▲	広告代理店（従業員）	・現状、12～1月は厳しくなる見込みである（東京都）。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年明けから受注量が大幅に減る見込みである（東京都）。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	・複数の取引先から、12月は減産になると明言されている。同時に、1月は反動で増産と言われてもいるが、先行きに期待はしていない。
	×	建設業（経営者）	・世界の流通が落ち着いていない。
	×	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス感染者数がかかり減ってきているが、海外では新変異株が発生しているようなので、これからまた厳しい状況になる。
	×	建設業（営業担当）	・建築資材の高騰が12月以降も継続し、新たな資材の値上げも増えており、見積りが提出できない状況である。今後もこの動向が継続すると、新規受注が難しくなると感じている。
雇用 関連  (南関東)	◎	人材派遣会社（社員）	・物流、デリバリーフード関連の人材発注が好調である。また、ワクチンパスポート関連業務のオーダーが動き出しそうである。
	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス禍が少し落ち着いている間に景気が多少上向く（東京都）。
	○	人材派遣会社（社員）	・求人数の増加トレンドは継続しているものの、契約終了者数も比例して増加している。長期派遣就労者数は微増であるが、堅調な推移を示している（東京都）。
	○	人材派遣会社（経理担当）	・今年度中は現在と同様の動きで、新型コロナウイルス発生前より求人数が少なく、それ以上に派遣社員の契約終了数が少ない状況で推移する。理由としては、今、派遣契約の終了を申し出ても、次の求人先が余りないため、人材の流動化が鈍化していることによる。そのため、3月までは派遣労働者数は微増傾向のまま推移する（東京都）。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・EVを中心とした自動車改革が進行しており、景気は回復傾向にある。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・採用意欲が向上しているため、経済も活発になっていく。

○	求人情報誌制作会社（営業）	・新型コロナウイルスがそのまま落ち着いていけばという前提になるが、人出が増え、消費が増えてくれば必然的に求人数も多くなっていく。ただし、消費活動が継続すればの話である。一時的に消費が増えても求人数はそれほど増えない。企業が、近い将来仕事が忙しくなってくるという見通しを立てて求人を出すことも多い。今だけが忙しくても求人はそこまで増えない。消費が継続するような世の中になるような政策に期待している。
○	求人情報誌制作会社（広報担当）	・このまま新型コロナウイルス感染者数が増えなければ、景気は上向いていくのではないかと（東京都）。
○	職業安定所（職員）	・行動制限が緩和され、人流が増える。
○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染拡大状況に左右されるところではあるが、このまま新規求人数が増加した場合には、景気は上向く（東京都）。
○	学校〔大学〕（就職担当）	・クリスマス、年末年始に人が動くことにより、一時的に良くなるのではないかと（東京都）。
□	人材派遣会社（社員）	・年末の繁忙期が終わっても、人材不足の状況が改善されることはなさそうである。
□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス絡みの大型案件の終了や縮小が見えてきており、臨時的に発生していた大きな売上が減る（東京都）。
□	人材派遣会社（支店長）	・人材派遣、人材紹介共に受注数は新型コロナウイルス発生前に近いレベルに戻ってきているが、求めるスキルのこだわりが強く、ミスマッチも増えてきており、成約につながりにくい（東京都）。
□	求人情報誌制作会社（所長）	・1月に新型コロナウイルス感染者数が増えるとA Iのデータが示していると聞いている。
□	職業安定所（職員）	・サービス系職種の求人数の増加など、緊急事態宣言解除の影響によるものと推察される動きもみられるが、新型コロナウイルス感染第6波による経済活動の停滞が懸念され、雇用情勢が好転するか否かは不透明である。
□	職業安定所（職員）	・有効求人数が2か月連続して減少し、今年2番目に低い数値となった。前年比では8か月連続して改善傾向であったが、悪化に転じている。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・物価に大きな変動はなく、求人、求職状況にも大きな変化はない。比較的安定した状況で、しばらくは変わらない（東京都）。
▲	—	—
×	—	—