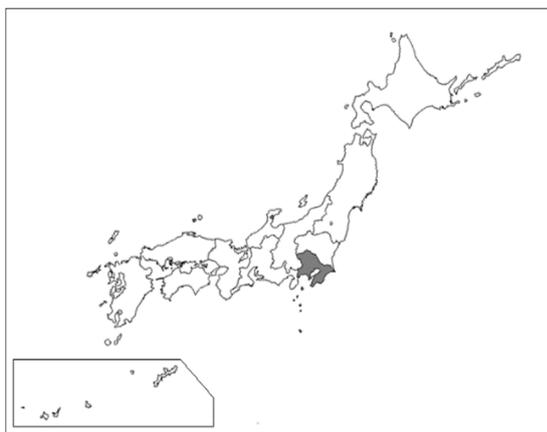


## (4) 南 関 東



南関東地域では、景気は新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるなか、持ち直しの動きが続いているものの、一部で弱さが増している。

- ・ 鉱工業生産は持ち直している。
- ・ 個人消費はサービス支出を中心に弱い動きとなっている。
- ・ 雇用情勢は感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人数等の動きに底堅さもみられる。

(注) 下線を付した箇所は、前回からの変更のあった箇所を表す (    は上方に変更、    は下方に変更)。

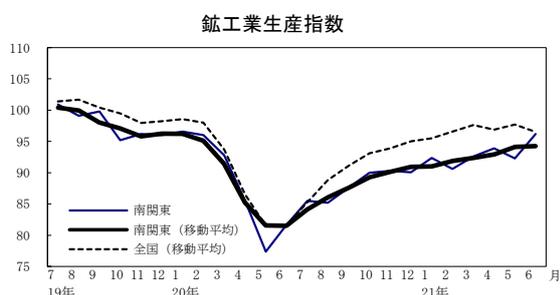
### 前回からの主要変更点

	前回 (令和3年6月)	今回 (令和3年8月)	
個人消費	このところサービス支出を中心に弱い動きとなっている	サービス支出を中心に弱い動きとなっている	→

### 1. 鉱工業生産の動向

鉱工業生産は持ち直している。

4－6月期の鉱工業生産は、「汎・生産・業務用機械」が増加したこと、「石油・石炭、化学、プラスチック」が増加したこと等により、前期比2.5%増となった。



- (備考) 1. 2015年=100、季節調整値。南関東の最新月は速報値。  
 2. 全国及び南関東の太線は中心3か月移動平均。直近月は2か月平均。  
 3. 南関東は内閣府にて算出。

域内主要業種の動向(季節調整値、前期(月)比)(%)

	付加価値 ウェイト	生産				
		1-3 月期	4-6 月期	4月	5月	6月
石油・石炭、化学、プラスチック	22.2	▲1.8	3.3	0.7	0.7	▲0.1
輸送機械	14.1	▲1.8	▲2.7	▲5.5	▲7.6	14.2
汎・生産・業務用機械	13.7	6.6	7.7	8.2	▲1.8	1.8
電子デバイス、電気・情報通信	12.6	1.3	0.4	2.4	▲1.4	3.3
食品・たばこ	12.4	6.2	—	▲0.8	0.7	—
鉱工業	100.0	1.9	2.5	1.4	▲1.7	4.2

- (備考) 1. 地域における付加価値ウェイトの高い5業種。  
 2. 4－6月期、6月は速報値。速報値において化学は医薬品を除いたもの、食品・たばこは公表されていない。  
 3. 業種は内閣府にて分類。

## 2. 個人消費の動向

個人消費はサービス支出を中心に弱い動きとなっている。

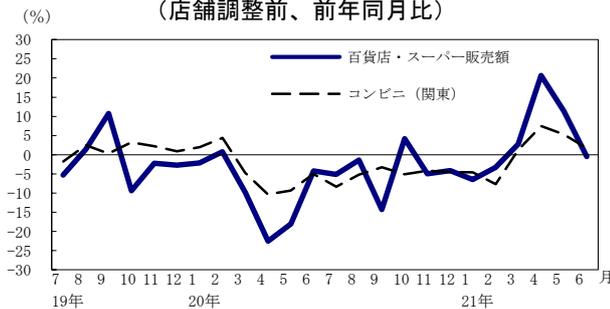
### (1) 地域別消費総合指数（RDEI（消費））

4－6月期は前期比0.6%増となった。月別にみると、4月は前月比0.3%減、5月は同3.2%減、6月は同3.1%増となった。

### (2) 百貨店・スーパー販売額

百貨店・スーパーは、4－6月期は前年同期比9.5%増（前々年同期比6.6%減）となった。月別にみると、4月は前年同月比20.7%増、5月は同11.3%増、6月は同0.5%減となった。

百貨店・スーパー販売額等  
(店舗調整前、前年同月比)



	2021年4-6月	2021年4月	5月	6月
RDEI（消費*1）	0.6	▲0.3	▲3.2	3.1
百貨店・スーパー(*2)	9.5	20.7	11.3	▲0.5
コンビニ(*3)	4.8	7.5	5.3	1.7
乗用車(*4)	32.3	40.8	53.2	13.1
(季節調整値)(*4)	▲4.6	1.0	▲7.7	▲3.5

(備考) 1. 季節調整前(前期(月)比 (%)

2. 店舗調整前、前年同期(月)比 (%)

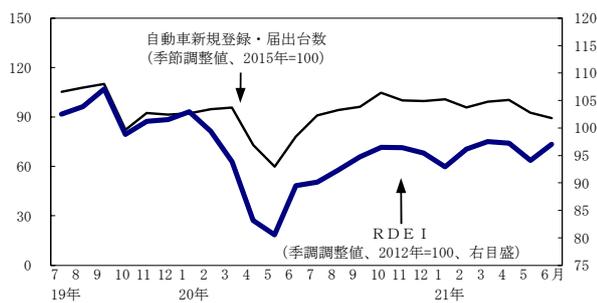
百貨店・スーパーは内閣府にて算出。

3. 店舗調整前、前年同期(月)比 (%)

コンビニは、経済産業省の関東（茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、新潟、山梨、長野、静岡）の値。

4. 乗用車は、新規登録・届出台数(上段は前年同期(月)比(%)

RDEI（消費）と自動車新規登録・届出台数の推移

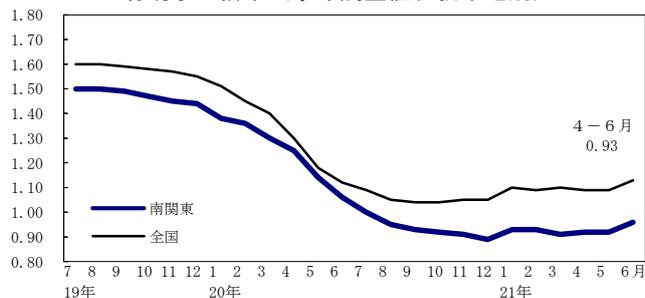


## 3. 雇用情勢

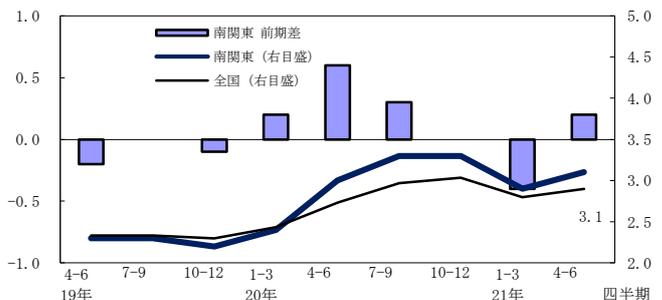
雇用情勢は感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人数等の動きに底堅さもみられる。

有効求人倍率はおおむね横ばいとなっている。完全失業率は前期を上回っている。

(倍) 有効求人倍率（季節調整値、就業地別）



(ポイント) 完全失業率（季節調整値）



(13) 景気ウォッチャー調査（令和3年7月調査）景気判断理由の概要

4. 南関東

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

分野		判断	判断の理由
現状	家計動向関連	□	・整備等に関しては順調に推移しているが、新車販売は減少傾向にある。半導体不足の影響で納期遅延が発生していることも要因の1つかもしいない（乗用車販売店）。
		▲	・新型コロナウイルス感染者数の増加に伴い、積極的な営業活動は客から敬遠される状態になっており、契約獲得も鈍化傾向にある（通信会社）。
		○	・東京都では緊急事態宣言が再発出されているが、百貨店への休業要請がなかったこともあり、来客数は前月よりも伸びている（百貨店）。
	企業動向関連	□	・例年行われる学校関係のイベントの開催が決まらず、売上が立たない状態で、大変厳しい（その他サービス業 [映像制作]）。
		○	・新型コロナウイルスの影響が顕著になったのは前年4月以降であったが、前年に比べれば回復基調にある。しかし、前々年には遠く及ばない。インバウンド需要がないのが厳しい（化学工業）。
雇用関連	▲	・取扱量が低迷するなか、東京オリンピック開催に伴う休日の増加で、売上の更なる減少が生じており、厳しい状況である（輸送業）。	
	□	・新型コロナウイルスのワクチン接種等の国策もあり、短期稼働の派遣スタッフ依頼は引き続き多いものの、通常の派遣案件については前年より少ない状況が続いている（人材派遣会社）。	
その他の特徴コメント	○	・全体的に採用数が多い案件が増えている感じがする。新型コロナウイルス禍で減っていた採用数も復活してきているように感じられる（求人情報誌製作会社）。	
その他の特徴コメント			□：気温上昇に伴い、飲料やアイス等の盛夏商材の購入頻度が上がっている。特に、飲料については、地域的な要因もあるかもしれないが、ケース購入客が増えている。前年に比べ、新型コロナウイルス禍による売上や来客数の影響はない（スーパー）。 ×：飲食店では、緊急事態宣言中は酒を出せない。酒が出せない限り、売上は全く上がらず、厳しい状況が続いている（一般レストラン）。
分野		判断	判断の理由
先行き	家計動向関連	□	・緊急事態宣言が解除され、旅行や会食等ができるようにならないと、衣料品の需要は少ないままではないか（衣料品専門店）。
		▲	・新型コロナウイルスの感染状況がどうなるかによってかなり変わらと思うが、明らかに前年比で売上、来客数が悪く、この傾向は今後も続く（その他専門店 [ドラッグストア]）。
	企業動向関連	□	・今の新型コロナウイルス感染者数の増加を見ると、2～3か月では景気が良くなるまでには至らない（食料品製造業）。
		▲	・木材、鉄骨等の材料関係の供給が、3か月先も安定してこないと見込まれるため、当月よりもやや悪くなる（建設業）。
	雇用関連	□	・一部の企業では新型コロナウイルス後を見据えて求人を再開する動きがある。一方で、感染拡大により求職活動の停滞、長期化が進むものとみている（職業安定所）。
その他の特徴コメント			○：9～11月にかけて、徐々にではあるが学生団体を中心に団体旅行の見積り依頼が増えてきている。新型コロナウイルスの感染対策の徹底、ワクチン接種の普及などが団体旅行の復活を後押ししている（旅行代理店）。 □：新型コロナウイルスの感染拡大が収まる気配が見えず、状況によっては行動制限が強まり、来客数に影響がある（コンビニ）。

(D I) 現状・先行き判断D I（南関東）の推移（季節調整値）

