

8. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（－：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 (近畿)	◎	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・インバウンドや催事などによる売上がないなかで、お中元ギフトを中心とした食料品や、身の回り雑貨の売上は順調に回復している。今月の売上は前年比で15%減となっているが、もともと食料品の比率が高い郊外の中小型店では、既に前年の数字を上回っている。
	◎	百貨店（サービス担当）	それ以外	・今月は19日から通常の営業に戻ったため、売上は前年比で75%前後の推移となっている。前月は30%程度であったため、回復傾向にある。
	◎	家電量販店（店員）	来客数の動き	・4月までのテレワーク需要から一転し、エアコンや白物家電が売れている。
	◎	家電量販店（店員）	来客数の動き	・外出の自粛緩和と、気温の上昇が重なって、特に季節商材の需要が高まった。今年は特に、家で長く使う耐久消費財の販売が、一時的に伸びた感がある。
	◎	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・気温の上昇に伴い、エアコンなどの季節商材が動いている。また、特別定額給付金が支給されたこともあり、テレビや冷蔵庫、洗濯機などの大型商品の売上も増加している。
	◎	住関連専門店（店員）	単価の動き	・給付金の支給や、クレジットカードのポイント還元サービスなどがあり、6月は来客数、単価共に上向いている。
	◎	競輪場（職員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスで営業を自粛していたため、3か月前は売上がゼロであった。今月は営業を再開したため、売上が回復している。自粛前に比べると、近くの競輪場がまだ再開していないため、客が若干流れてきているように感じる。
	◎	美容室（店員）	来客数の動き	・外出などの自粛が解かれ、今まで我慢していた客が戻ってきている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響から少しずつ開放され、売上の前年比も、4月の27%から60%まで回復している。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・接客が密になるのを敬遠しているのか、客の動きは良くない。
	○	百貨店（売場主任）	単価の動き	・衣料品を含めた売上の前年比が、28日までで3.3%増と前年をクリアしている。特に、食料品は6.0%増と好調で、前月の買い控えの影響を考慮しても、順調な回復といえる。入店客数は6.4%減と苦戦しているため、買上単価の大幅な上昇が好調の要因であり、巣籠り消費の影響が考えられる。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言の発令に伴い、営業の自粛を行った4月に比べると、今月は営業時間の短縮は続いているが、終日での営業ができるようになったため、売上は回復している。国内客に限れば、月の後半には前年を上回る日も出てきている。
	○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・自粛の解除後は、確実に来客数が増加傾向にある。特に6月の最終週は、前年比で8割程度まで回復している。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・富裕層の客は、自粛期間中に買物ができなかった反動もあり、高額の時計や海外ブランド品の購入が増えている。全体的な売上も、前年比で100%には届かないものの、少しずつ前年の水準に近づいている。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・3か月前は営業時間の短縮で入店客数が減り、前年比で70%減となったが、営業時間が通常に戻った現在は、前年の30%減にまで回復している。売上も同様に、30%減に回復してきている。
○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・お中元商戦は少し遅れてスタートしたが、堅調に推移している。ファッション部門については、3密を避けるために、例年のような大々的なクリアランスセールは実施しないものの、各メーカーは6月初旬から春物を中心に値下げを始めている。自粛に疲れた客の購買意欲の高まりもあり、予想を上回る推移となっている。	

○	百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、営業時間の短縮やインバウンド客の減少が続き、売上は前年比で約80%、来店客も約70%と厳しい状況が続いている。ただし、緊急事態宣言の解除で徐々に来客数は伸び、回復の兆しが出始めている。特に、フード関連は郊外店舗で前年を上回り、都心店舗も回復傾向にある。ファッション関連でも、婦人服、雑貨が80%、ラグジュアリー関連が90%となり、特にプライダル関連では、数か月ぶりに来店した客が購入するなど、前年を上回っている。化粧品関連も、接客面での制限はあるものの、インバウンドを除くと90%以上の回復となっているため、営業時間が正常化すれば、更に回復が進むと予想される。
○	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・3～4月の状態に比べると、国内客は70～80%まで戻ってきた。購買意欲は高く、新型コロナウイルスの感染前に比べると、1人当たりの単価が高くなっている。ただし、以前は都市型店舗が好調で、郊外店舗は苦戦していたが、5月の休業明け以降は逆転し、郊外型店舗は前年を上回っている。客の生活スタイルの変化がうかがえる。
○	スーパー（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除されたが、まだまだリモートワークの頻度は高い。外食も控えられ、家庭内での食事の機会が依然として多い。それに伴い、保存が利く加工食品の販売は落ち着いてきたが、野菜や果物、肉類、魚介類の買上点数は多い。
○	スーパー（店長）	来客数の動き	・都道府県をまたぐ移動の解禁から、父の日と続き、来客数はほぼ前年並みになってきている。一方、施設内の滞在時間は長くなっているが、夜の時間帯は以前に比べて来客数が少なく、特にレストランは厳しいようである。
○	スーパー（店員）	販売量の動き	・数か月ぶりに売上目標を達成している。
○	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス関連での特需も落ち着きつつあるが、まだ家庭での食事は多く、野菜を中心とした生鮮調理商品の販売は伸びている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比で50%から70%台に増えてきた。テレワークを行っていた人も週に3～4日は出勤している。ただし、インバウンド客は戻ってきていないため、ホテルからの夜の客が少ない。
○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が少し落ち着いてきたように感じる。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる自粛が解除されて、仕事が再開となった人が多く、出勤前の買物やランチの客が戻ってきている。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・外出の自粛が解除され、近隣ホテルの宿泊客などによる来店が増えている。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・少しずつではあるが、客が戻ってきているように感じる。観光客がいない状況でも、忙しい日が増えてきた。新型コロナウイルスの影響による自粛から、通常の生活に戻りつつあると強く感じる。
○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・常連客のテレワークの頻度が減り、店頭に来客が戻りつつある。客単価も少し回復してきている。
○	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・10万円の支給や、様々な消費支援策により、エアコンなどの家電を購入する客が増えている。
○	家電量販店（店員）	来客数の動き	・特別定額給付金の支給により、高額商品が動いている。特に白物家電が好調で、ちょうど梅雨の時期であるため、エアコンの販売が増えている。
○	家電量販店（店員）	来客数の動き	・近隣の一部で給付金が支払われ、家電の購入が増えてきている。また、今年は猛暑の予報でエアコンの需要が増えそうであるが、既に週末の来客数も多く、エアコンの販売量が増えている。
○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・外出の自粛の解除により、客の行動が大きく変化している。その一方、購入を我慢していた客の来店が増えている。
○	乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除による影響もあり、客が動き出している。

○	その他専門店 〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス関連商品の動きは、引き続き良い。マスクやアルコール、ハンドソープのほか、湿気の多い時期に入ったため、殺虫剤や飲料の販売も好調である。
○	その他専門店 〔ドラッグストア〕（店員）	来客数の動き	・生活必需品のまとめ買いが多いほか、給付金の支給によって、いつもよりもプラスワンの購入が増えている。売上も顕著に増えている。ただし、次の感染拡大に備えた行動が多く、それに関連した物品が売れているように感じる。
○	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・ガソリンの出荷量が前月比でプラスに転じている。
○	高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・6月に入り、予約が日に日に増えている。特に、休日はすぐに予約で満席になっている。
○	一般レストラン （企画）	来客数の動き	・4～5月の最悪の状態からは上向きに転じている。6月の来客数は、前年比で70%程度と徐々に上向ってきている。ただし、関東地方の戻りは、関西や九州と比べて遅めとなっている。
○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・県境を越えての移動が解禁となったため、来館者が増えている。日帰りの利用は前年の80%程度で、宿泊は50%程度に回復している。
○	観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・例年並みとはならないが、夏季の予約状況が徐々に回復しつつある。
○	都市型ホテル （フロント）	来客数の動き	・以前から継続的に法人の利用があり、ある程度の稼働を維持できていたが、企業の出張が再開されつつあるため、ビジネス利用が増え始めている。また、自粛期間中から好調であった、リモートワークでの利用が引き続き好調である。
○	都市型ホテル （総務担当）	来客数の動き	・5月21日の緊急事態宣言の解除直後は、客室稼働率が11%であったが、6月19日の全国的な移動制限解除後は31%と、徐々に客の利用が増えつつある。また、レストランの利用も徐々に増えつつあるが、宴会については、飲食を伴う予約はほとんどない状況である。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除され、人の動きに少し活気が出てきた。ただし、景気が回復するまでには、まだまだリハビリが必要である。
○	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除後、郊外を中心に回復が進んでいる。ただし、服飾、衣料雑貨は、バーゲンセール以外では不調である。
○	美容室（店員）	来客数の動き	・少しは良くなっているが、非常に不安定な状況に変わりはない。新型コロナウイルスの感染第2波に備え、客が慌てている様子である。
○	住宅販売会社 （経営者）	来客数の動き	・Webサイトからの反響が増加傾向にある。
○	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・不動産販売の現場では、新築マンションの販売再開により、停止期間中に検討を始めた客の動きがみられる。戸建て住宅や中古物件についても、動きは良くなってきている。在宅ワークの長期化により、住宅の潜在需要が顕在化したり、現状からの変化を求める客もそれなりに増えている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除後は、商店街の人出も増加しているが、買物は控え気味である。特に、飲食店の状況は厳しい。
□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・営業の再開により、前年の8割ぐらいまで売上が回復している。郊外店の方が回復は早く、都心部はインバウンド需要の減少や、3密を避ける傾向から、回復が鈍い。客の間には、これまで購入できなかった商品をまとめ買いする傾向があり、売上が伸びている商品もある。ただし、特殊事情を除けば、景気が良いとはいえない。
□	百貨店（店長）	お客様の様子	・来客数は増加しているものの、旅行を含めて外出する機会が減っており、ハレの日の買物も少ない。それをけん引してきた年配層の購買力が低下しており、この状態は今後も変わらない。

<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルスの感染状態が沈静化しつつあるなか、営業体制は元に戻ったものの、新しい生活様式の実践により、以前のような来客数には届いていない。また、店内を買い回る滞留時間も伸びていない。その一方、海外からの入国規制によるインバウンド売上の減少は、他の売上による補填が不可能であり、大きなハンディキャップを背負った状態が続きそうである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 外出を控える傾向は続いているようで、入館者数は前年を割り込んでいる。ただし、営業の再開から1か月以上が経過した現在も、複数の売場を買い回る傾向は前年よりも強く、これに伴う客単価の上昇が続いている。特に、若年層と中高年の富裕層の消費は、以前と比べても大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ようやく営業を再開したため、化粧品を始めとする消耗品のほか、休業明けと季節の変化が重なった、住関連などの夏物商材は好調である。その反面、衣料品は季節が変わった割に動きが鈍く、ファッションに対する優先度の低さや、いまだに気分的な自粛ムードが残っていると感じる。高額品も同じく、動きは鈍い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 依然として必要な商品の購入が中心となっており、今後も生活防衛志向が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルスの影響で、買い回り品の売上は前年比で120%となっており、今後もこの勢いは変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 緊急事態宣言の解除後も、売上は底堅く推移している。学校の再開や通勤の増加による、家庭での飲食の減少が予想されたが、大きな影響は今のところ感じられない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> 来客数の減少と、単価の上昇という傾向に変化はない。スーパー業界としては好調であるが、全体的な景況は悪化していくと予想している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 食品部門を中心に、店頭の販売状況が好調な店舗が多い。新型コロナウイルスの感染拡大後は、客の買物の傾向が大きく変わり、まとめ買いをする動きが増えている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルスの影響で、まだ客の動きは良くなっていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 短縮されていた営業時間は以前の状態に戻ったものの、まだ客の動きは戻っていない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 店舗が営業再開となるなど、経済活動が徐々に回復している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 緊急事態宣言が解除されて営業が再開し、展示会や催事が再開されても、来客数は増えてこない。ウィンドウショッピングの客も少ない。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 相変わらず電話は掛かってくるが、マスクや体温計の入荷が追い付いておらず、受注につながらないことが多い。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> 当地域では、6月末で約3分の2の宿泊施設が営業を再開しているが、休前日を除いて、まだ来客数は非常に少ない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊については、海外客は相変わらず全減状態である。国内客ではビジネスに動きが出てきたが、まだまだ微増であり、稼働率は3割ほどである。宴会も会議が戻りつつあるが、会食はほぼ全減が続く。休業中のレストランも今月中旬から再開したが、バイキングはできず、集客は芳しくない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 国内旅行の動きは少し戻ってきたものの、まだ様子をみている客が多い。政府のGo To Travelキャンペーンは詳細が決まっていないため、それを待っている部分がある。一方、海外旅行は出入国制限が解除されていないため、8月の予約もキャンセルが続いている。

□	タクシー運転手	来客数の動き	・外出の自粛時期に比べて、駅前には多少は人が戻っているが、ホテルの前は客足が少なく、状況は芳しくない。
□	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、イベント関連業種は非常に厳しい状況に置かれている。8月以降の予約は入りつつあるが、感染の第2波が来ればどうなるか分からない。その一方、来客数を制限すると収支が厳しくなるなど、八方ふさがりの状況である。
□	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	来客数の動き	・県外への移動も始まり、少しは動きが出てきているが、まだまだ絶対数が少ない。
□	住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、展示場への来場者が大幅に減少している。さらに、訪問活動も自粛中のため、新規客の掘り起こしができていない。
▲	一般小売店 [衣服] (経営者)	販売量の動き	・前年比で50%強までは動きが戻っているが、そこから先へは進んでいかない。
▲	一般小売店 [事務用品] (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスとの共存を目指すなかで、新しい生活様式に合わせた仕事のやり方は広まっていない。まだ感染が拡大中であるため、落ち着いてビジネスができる環境ではない。
▲	一般小売店 [菓子] (営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響もあり、まだまだ販売量が伸び悩んでいる状況である。
▲	百貨店 (企画担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除直後の来客数は、前年比で2～3割減という水準であったが、6月中旬以降は徐々に回復している。来街者も目に見えて増えている。一方、一部の分野では売上が前年を超えているが、全体としては前年の実績には届いていない。
▲	スーパー (店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルスによるスーパーへの特需は、来客数の減少によって収束に向かっている。
▲	スーパー (店長)	単価の動き	・食品の買上点数や客単価は、6月の後半以降、前年の実績に近づいてきている。来客数はまだ広域からの集客が戻っておらず、客単価は維持できているが、売上は苦戦している。
▲	スーパー (店員)	来客数の動き	・気温や雨の影響で、野菜の値段が上がれば売れなくなるほか、雨の日は客足も減る。
▲	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・インバウンド需要はほぼ皆無で、まだまだ在宅勤務者も多いため、以前の来客数のレベルには戻っていない。
▲	コンビニ (経営者)	それ以外	・働き方のほか、レジャーや外食で当たり前であったことが、新型コロナウイルスによる自粛期間を経て変化した。特に、夜は人が出歩くことが少なくなっている。
▲	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・6月に入り、客はこわごわと来店している。3か月ぶりに公共交通機関を利用した人がみられた一方、いまだに外出をとまどっている人もいる。電話でのアプローチの結果、安心や安全が担保されない限り、景気回復はままならないと感じる。
▲	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・まだ世の中の誰も、新型コロナウイルスとどう向き合っていくのが正しいのか、答えが分からない。
▲	美容室 (店長)	来客数の動き	・6月に入って、外出の自粛解除を待っていた人たちが来店しているが、6月の実績は前年の3分の1以下という状況である。
▲	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・全体的に新型コロナウイルスの影響で人の動きが少なくなっており、不動産の売買案件が減っている。
▲	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・広告に対する、一般の消費者からの反響が少ない。
▲	その他住宅投資の動向を把握できる者 [不動産仲介] (経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が続いている。

×	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、月初には客が少し戻ってきたように感じたが、すぐに失速した。気温の上昇とともに、マスクをして外出をすることに無理があるようで、なるべく外出を控えているという話をよく聞く。不要不急という言葉が、前回とは違う意味合いで出てきており、我慢できるところは後回しになっており、以前の状態には戻りそうにない。店の前を歩く人も、気温の上昇とともに減少している。
×	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	来客数の動き	・直営店の営業も再開したが、来客数は前年比で10%以上減少している。また、卸売の販売先も全店で営業再開となっているが、各店舗の納品量は減少している。
×	一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・6月と3月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は6月が60.4%で、3月が58.1%、関東は6月が75.4%で、3月が78.4%、中部は6月が77.3%で、3月が87.0%、中国は6月が84.5%で、3月が74.9%となり、各地区合計の平均は6月が70.1%で、3月が70.9%であった。一時の最悪の状況からは多少持ち直しているものの、依然として新型コロナウイルスによる影響は深刻である。また、この状況がいつまで続くのかも不透明である。
×	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・居酒屋からの注文が入らない店舗が出てきている。廃業したのか、店を縮小したのか、良くない状況となっている。この動きは、当社だけではなく、様々な場所で起きている。
×	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除され ファッション関連商品の購入意欲はみられるものの、3密を避ける傾向から、来客数が極端に少ない状況が続いている。特に、今月末からのクリアランスセールスタートに影響が出ており、売上は前年比で50%以下の水準となっている。
×	百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・6月29日現在の状況としては、売上が前年比で7.3%減、入店客数が13.0%減、レジ客数が11.1%減であり、客単価は4.3%上昇、インバウンド売上は91.6%となっている。食料品以外の休業が続いた5月からは改善したが、客単価以外は大きく前年を下回っている。特に好調な分野としては、子供服や玩具が5.2%増となったほか、特選洋品が9.2%増となった。一方、苦戦している分野は、婦人服が17.2%減、呉服や宝飾、美術品が25.6%減、レストランが18.4%減となっている。
×	百貨店（販売推進担当）	それ以外	・自粛の解除により、徐々に通常どおりの営業状況となりつつあるが、アパレルや飲食系の取引先は疲弊が激しい。一時的に給付金効果があるにせよ、新型コロナウイルスの感染前の状況に戻ることはないと感じている。
×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で業績が悪化している企業では、雇用情勢も悪化し始めており、収入の減少で消費マインドも冷え込んできている。
×	スーパー（店長）	それ以外	・6月は衣食住共に、売上目標を達成している。これまで抑制されていた分、リベンジ消費で来客数は目に見えて増えている。ただし、旅行やリゾート関連の商品は全く動きがなく、飲食業などのイベント関連を含め、引き続き厳しい環境に置かれる企業は多い。
×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されて1か月になるが、まだ客が戻ってこない。5月の売上は前年の半分以下となり、6月も同じく半分以下となる見込みである。このままでは会社の維持が難しくなる。今後は社長が私財をどれぐらい投入するかに懸かってくる。
×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・テレワークの拡大に伴い、パソコンなどの情報関連商品のほか、ゲーム機がよく売れている。また、ホットプレートなどの調理家電やミシン、自宅用のヘアカッターの動きも順調である。給付金の支給もあり、猛暑予測によるエアコンや冷蔵庫の販売も好調である。

×	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・自動車修理業は、余り新型コロナウイルスの影響を受けないと考えていたが、売上がじわじわと減少し、前年比では3割減となっている。
×	住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除され、客は戻ってきている。ただし、春の購入予定が延期されたに過ぎず、景気や消費の基調が戻ってきたわけでは全くない。
×	その他専門店 [宝石] (経営者)	お客様の様子	・株価は比較的高めに推移しているが、社会活動が元に戻っていないため、厳しい状況がまだまだ続く。
×	その他小売 [インターネット通販] (経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの感染予防に対する、客の買物の変化に対し、店側の売り方が何も変わっていない。これでは売上の減少を食い止めることができない。
×	その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除から1か月が経過したが、新型コロナウイルスの感染リスクや雇用不安が影響し、客の消費意欲は低調なままとなっている。食料品は前年並みの売上となってきたものの、レストランは半減であり、ブライダル関連に至っては前年比で80%減となるなど、自粛の長期化が懸念される。
×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響は依然として大きい。客足は徐々に戻っているものの、感染のリスクは続いているため、団体客の利用はほとんどない。また繁華街では、観光客や関西近辺からの客が多少は増えたが、絶対数の回復についてはまだまだ先がみえない。
×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・外出等の自粛要請が解除された週末は、こぞって都市部に外出したのか、当店を含め、近隣の店舗への来客が少なかった。まだ宴会の予約などが入ってこないため、大きな動きはない。
×	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	それ以外	・経済が回り出したものの、以前と同じようにはいかない。遠方には出掛けず、近場で静かに過ごしているため、食材以外は動いていない。
×	観光型旅館 (経営者)	それ以外	・3か月前は新型コロナウイルスの影響が出始めた頃であり、緊急事態宣言解除後の状態とは比較できない。客は動き出したものの、戻ってくるまでには時間が必要である。
×	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・6月に入って営業を再開したが、客室、宴会共にキャンセルが相次ぎ、食堂もほぼ客のいない状態が続いている。海外からの宿泊客が皆無に近い現状では、収入の増加は期待できない。
×	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、レストランを中心に客足は戻りつつあるものの、3か月前の水準には届いていない。
×	都市型ホテル (客室担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で休業していたが、5月28日から営業を再開している。景気は厳しい状況であり、稼働率が伸びず、苦戦している。
×	旅行代理店 (役員)	それ以外	・4～6月は売上がゼロである。Go To Travel キャンペーンの開始も遅れ、8月までは動きがみられない。今受注している旅行も対象となれば、来店促進につながるため、非常に残念である。
×	タクシー運転手	それ以外	・ふだんの動きには、まだまだ戻らない。
×	通信会社 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスにより受注が減少している。
×	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・緊急事態宣言の解除後に、新築分譲マンションのモデルルームを再オープンしたが、閉じている間に滞留していた客が来場している。3密を避けるために、人数制限なども行っているが、緊急事態宣言前の状態に戻りつつある。
×	その他住宅 [展示場] (従業員)	来客数の動き	・住宅展示場への来場者は、集客イベントが開けないため半減している。
×	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、訪問のキャンセルが引き続き多く、売上は低空飛行のままである。

企業 動向 関連 (近畿)	◎	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・外出の自粛解除や給付金の支給により、家電全般は好調な荷動きを示している。特に、6月前半は気温の上昇もあって、エアコンが前年を大幅に上回る状況で推移している。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先をみると、5月までは百貨店や専門店で休業の影響が大きく、チェーンストアも大きな変動がみられた。一方、ドラッグストアやホームセンター、スーパー、ディスカウントは好調であったが、大型商業施設や衣料品、玩具、ベビー用品の専門店是非常に不調であった。6月も同様の傾向が続いているが、6月20日前後からは、いわゆるリベンジ消費の動きが感じられ、急速に回復している。
	□	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、まだ飲食店の売上が戻らず、景気は悪いままである。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えるといった情報がない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一進一退で推移している。新機種の立ち上げ品や新規取引先が増えた一方、5年以上販売している製品の動きが落ちた。最近では特に、時代の変化を感じる。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在も手持ち工事があるため、新型コロナウイルス対策を徹底しながら、粛々と続けている。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・家具がよく売れており、配達日程が組めないほどになっている。
	□	広告代理店（管理担当）	受注量や販売量の動き	・制約はかなり緩和されてきたが、それに伴って感染の第2波の懸念が高まっており、今一つ踏み込んだ施策を打ち出せない。
	▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・巣籠り消費により、一時は家庭向け商品の出荷が増えたが、出荷数は全体的に減ってきている。また、依然として業務用商品の動きは停滞したままである。
	▲	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・例年受注していた案件も、新型コロナウイルスの影響でキャンセルが続いており、受注量の減少がみられる。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社はメーカーであるが、極端に受注は落ちていないものの、業績は落ちている。特に、海外渡航の制限は大きなマイナスである。幸い、新型コロナウイルスの感染者は社内で発生していないが、取引先では感染者がいるようで、国内での往来も窮屈になっている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き合いの件数が少ない。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・在宅勤務の取引先が多く、取引先自身が受注できていない状況であるため、当社も案件の動きが止まっている。
	▲	建設業（経営者）	それ以外	・飲食関連や観光関連の取引先は、いまだに厳しい状況となっている。周辺で新型コロナウイルスの感染者は出ていないが、マスコミが騒ぎ立てるため、自粛ムードが続いている。
	▲	建設業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、設備投資計画の中断や見直しを行う取引先が出てきている。
	▲	金融業（副支店長）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、飲食業などのサービス業は売上が減少している。緊急融資の相談件数も増加しているため、景気の回復には時間が掛かる。
	▲	金融業（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染状況が鍵となる。各自の自覚による対応で、良い方向に進んでほしい。
	▲	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込収入については、新型コロナウイルスの影響も薄れつつあるが、以前の水準にはまだまだ及ばない。
	▲	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、まだ企業が全面的に動き出していないため、当社の受注も少ないままで推移している。
	×	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスによる自粛の影響で、売上は前年比で90%減少している。自粛は緩和されたものの、販売が元に戻るまでには半年以上掛かると予想している。
×	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・6月に入り、受注量は更に減少している。	

	×	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・学校や幼稚園関係の商材は、学校の再開と同時に動き出しており、一気に回復している。一方、飲食店やホテル向けの商材に関しては、前月が前年比で25%減であったのに対し、今月は5割減と、どんどん悪化している。
	×	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・各自動車メーカーによる生産停止や休業により、関連業界の工場稼働率が半減している。
	×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上や引き合いなどは、ここ数か月は激減したままである。
	×	輸送用機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・今月から製造部門が休業となり、受注量が減っている。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・緊急事態宣言が解除されたからといって、経済活動がすぐに元どおりになるわけもない。今後の見通しも立たない上に、もし感染の第2波が来たらと考えると、復活に向けて経営資源を一気に投入することもできず、全く先がみえない状況である。
	×	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、6月もイベントの中止や、広告出稿のストップが続いている。
	×	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、広告はWeb媒体、紙媒体共に、控える企業が多い。
	×	経営コンサルタント	取引先の様子	・様々な業種の取引先がいるが、新型コロナウイルスの影響で各社とも非常に悪く、今後の見通しも立たない。
	×	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については、先が読めない。これを機に事業を廃止する零細企業もいるが、新型コロナウイルスと共存し、できることをやると開き直す企業もみられる。政府からの支援金や自粛の緩和で客が戻り始めているため、壊滅的であった飲食業が一息ついている。
	×	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の解除に加え、他府県への移動も解禁となったことから、今月の後半からは、駅の利用客が多少は増え始めている。駅構内の店舗の売上も回復し始めたが、その一方で新幹線の利用客数がまだまだ前年の半分にも満たないことから、新幹線の停車駅については壊滅状態が続いている。
	×	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、取引先に訪問できる状況ではなかったため、受注量、販売量は明らかに減っている。
雇用関連	◎	—	—	—
(近畿)	○	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・緊急事態宣言が解除になり、悪いながらも徐々に求人数が増え始めている。
	○	アウトソーシング企業（社員）	雇用形態の様子	・雇用形態が変わり、期末手当が支給されている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・前月に比べると、求人数は徐々に回復している。ただし、産休の代替や期間限定の求人が多い一方、求職者は長期雇用を希望しているため、人選に苦労している。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・2週間続けて週末に百貨店へ出掛けしたが、特別給付金が支給されたせいか、自粛要請前よりも人出が多く、夫婦での来店も多かった。少し消費が回復しているように感じる。
	□	アウトソーシング企業（管理担当）	それ以外	・仕事の依頼は多少あるが、採算の合わない物が増えている。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・各種の自粛が解除されたとはいえ、悪化した景気の回復ペースは鈍く、求人数も減少したままである。介護や運送といった人手不足が常態化している業界の求人についても、同様である。
	▲	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・人材派遣を上手に利用してきた企業は、今回の新型コロナウイルスによる業況の悪化への対応として、どんどん派遣スタッフの契約を終了させている。前月は約4割が終了となったが、6月に入ってから6割近くの契約が終了となっている。特に、大手派遣会社が逆風を受けて苦戦している。この状況は上半期を通して続きそうである。

▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・5月の有効求人倍率は1.20倍となった。前年の7月以降、前年比で11か月連続低下しているなど、景気は悪い。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・緊急事態宣言の解除後、新卒採用市場では内定がはじまっているが、追加募集の動きが鈍いと感じる。また、新卒学生を採用するにしても、選考試験の合格基準が高くなっており、なかなか通過できないようである。前年の内定率は70%であったが、今年は65%と、前年と比べても明らかに下がっている。
×	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、求人数の減少が顕著であり、求職者の動きも鈍い。
×	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、求人件数が前年の約50%で推移している。また、派遣先からの契約更新がないケースや、更新したものの、中途解約をしたいといった問合せが増えている。
×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、関西の地元産業からの広告には動きが全くない。企業からは、宣伝費を使う状況ではないという意見が多い。
×	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・5月は前月に続き、新規求人数、新規求職者数共に前年比で減少した。新規求職者数は全体的に減少したが、会社都合の離職者数は大幅に増えている。
×	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が大幅に減少している。特に、高卒求人の減少が影響している。
×	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・緊急事態宣言により、4～5月は外出を自粛していた人が、6月に入って求職活動を徐々に始めている。それに伴い、4～5月の新規求職者数は前年比で10～15%減であったが、緊急事態制限の解除後は急速に増加し、6月に入ってから20%前後増えている。
×	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・中途採用を行う企業数の減少には歯止めが掛かってきたが、1社当たりの募集人数は減少傾向にある。企業も採用に慎重になっており、選考の通過率も悪化している。
×	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・前年度は秋まで採用活動を行っていた企業が、最近のヒアリングでは、今年度の採用を終える企業が出始めている。