

## 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  (近畿)	◎	百貨店（サービス担当）	・今月の傾向が続くと予想され、前年の数字を確保できる状況にあるなど、景気は良くなる。ただし、今後は新しい生活スタイルの提案のほか、3密を避けた営業を検討する必要がある。
	◎	観光型旅館（経営者）	・政府のGo To Travelキャンペーンなどの景気対策はあるものの、それが終われば厳しい状況となる。インバウンドはしばらく戻らないため、宿泊施設の供給過多が続き、価格の低下が進む恐れがある。
	○	一般小売店〔花〕（経営者）	・6月に入って取引先の営業が始まり、少しずつではあるが注文が増えている。まだ不安はあるが、多少の回復はみられそうである。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・7月から本格的に婚礼の予約受注も始まるので、先行きは少し明るい。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	・振り袖や留め袖が必要な人は、買いにくくと予想される。
	○	百貨店（売場主任）	・インバウンド売上の回復までには、相当な時間が掛かりそうであるが、現状の店頭売上をベースに、外商客を中心とした高額消費の回復が予想される。
	○	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの感染がピークの頃と比べると、総菜売場を含め、買い控えられていた商材の動きが特に良くなっている。感染の第2波をうまく切り抜けられれば、回復の動きが期待できる。
	○	百貨店（企画担当）	・インバウンド売上の消失という状況は続くものの、新型コロナウイルスとの共存という生活習慣の下で、感染の第2波が抑えられる状況が続けば、国内客の消費マインドは徐々に回復傾向が強まると予想される。
	○	百貨店（販促担当）	・日がたつにつれて、若年層から中年層まで、日常の動きが活発になると予想される。備蓄や自粛に長い期間を費やし、ストレスの発散を求める気運が高まる。夏の行楽の予定も思うようには立てられないため、商業施設でのプチぜいたく関連の動きが期待される。
	○	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの感染の第2波による影響が少なければという前提であるが、次第に元の生活に近づくため、消費者の購買意欲も少しずつ上向いてくる。
	○	百貨店（外商担当）	・回復傾向は続くが、来客数の制限は続くため、回復の動きは緩やかなものとなる。
	○	百貨店（店長）	・感染の第2波がこないという前提で、ワクチンや治療薬の開発が進めば、人の動きは現在よりも活発になる。その分経済は回り、百貨店といったハレの部分の消費も多少は戻る。
	○	百貨店（服飾品担当）	・関西方面では新たな感染者数が1けたで推移し、感染をコントロールできている感が強い。街の人々の状況も変わりつつあるため、徐々に来客数は増えていくと考えられる。さらに、東京方面の感染者の減少が進めば、全国的に新たな安心感が広がることが予想され、秋冬商戦は、新型コロナウイルスとの共生の下でも十分に対応できる形となりそうである。さらに、中国の感染が落ち着いている状況をみれば、外国人の入国緩和のスピードが少し上がりそういため、緩やかな回復が進むと予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・関西では、新型コロナウイルスの新規感染者が低水準で推移しているため、入店客数も回復すると予想される。また、外商活動も通常どおりに回復しつつあり、高額品の売上もやや回復する。ただし、インバウンド売上の回復は当分見込めず、感染の第2波の恐れもあるため、本格的な回復は期待できない。
	○	スーパー（店長）	・給付金の給付と国内観光の支援により、一時的に小売関連は良くなる可能性がある。ただし、浴衣や水着といった商品は、新型コロナウイルスの影響で需要が減るため、アパレル系は厳しい状況が続くと予想される。
○	コンビニ（経営者）	・当分はビジネス客と近隣の住民に頼らざるを得ないが、テレワークが減少していくため、効率的に売上を伸ばす戦略を取らなければならない。	
○	コンビニ（店長）	・緊急事態宣言が解除され、少しずつ客が戻ってくる。	

○	コンビニ (店員)	・来客数は増えているものの、まだ自粛前に戻った感覚はないため、これから徐々に増えていくと予想される。
○	コンビニ (店員)	・少しずつ外出機会も増えてくる。やはり家の近くにあるコンビニは便利なため、利用が増えると予想される。
○	衣料品専門店 (店長)	・現在の状況よりも上向くと予想される。新型コロナウイルスの感染の第2波、3波への懸念はあるが、現状よりは良くなる。
○	衣料品専門店 (営業・販売担当)	・少しずつではあるが、客が戻ってきている。
○	家電量販店 (店員)	・今後は給付金の給付も増え、関連の需要が多く見込まれる。
○	家電量販店 (店員)	・来客数は季節要因もあって増えている。もちろん新型コロナウイルスの影響も多少はあるが、季節商材の動きが好調である。
○	家電量販店 (人事担当)	・今年は猛暑の予測もあり、まだまだエアコンや冷蔵庫、洗濯機などの耐久消費財の販売増加が期待される。
○	乗用車販売店 (販売担当)	・感染の第2波の懸念もあるが、経済活動の復活を目指す動きが更に出てくると予想される。
○	乗用車販売店 (営業企画)	・やや良くなることを期待している。
○	その他専門店 [医薬品] (経営者)	・消費者の生活スタイルや、消費の方法はかなり変わってきているが、店側が知恵を絞れば、客は戻ると予想される。
○	その他専門店 [宝石] (経営者)	・客の動きは今よりも活発になると予想される。どの程度まで回復するかは不透明であるが、今よりは良くなる。
○	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	・都道府県をまたいだ移動の解禁や、観光振興策により、今よりも消費活動は活発化する。ただし、完全に回復するまでには、まだまだ時間が掛かる。
○	その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	・緊急事態宣言などで自粛要請が繰り返されない限り、徐々に上向く。
○	その他小売 [インターネット通販] (オペレーター)	・入荷が遅れている商品が、安定して入荷するようになれば、売上につながる。
○	高級レストラン (スタッフ)	・日常生活が安定してくると、来客数もコンスタントに安定してくる。
○	高級レストラン (企画)	・都道府県をまたぐ移動制限の解除により、宿泊需要の増加が見込まれる。
○	一般レストラン (店員)	・新型コロナウイルスの影響が少し収まり、外食する客が増えている。今後はお盆や夏休みもあるため、期待している。
○	観光型ホテル (経営者)	・徐々にではあるが、良くなると予想される。
○	都市型ホテル (スタッフ)	・現在は小規模の会議のみの受注で、懇親会も中小規模のみとなっている。一方、今後は会議や総会も行っても、懇親会は見合わせるというケースも多く、かなり厳しい状況が続くそうである。
○	都市型ホテル (総務担当)	・レストランでは、営業を休止している和食店舗について、客から営業再開時期の問合せが増えるなど、今後の利用が期待できる状況になりつつある。
○	都市型ホテル (管理担当)	・新型コロナウイルスの感染が収束傾向にある。このまま推移すれば、最低であった4～5月に比べると回復する。
○	旅行代理店 (役員)	・政府によるGo To Travelキャンペーンに、大いに期待している。
○	競艇場 (職員)	・観客を入れての開催の再開や、場外発売場の営業再開により、全国的に売上が好調であり、特に電話やインターネットでの投票は著しく売上が伸びている。しばらく状況をみなければ、好調の要因の分析は難しいが、現時点では上昇傾向である。
○	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・8月以降の予約が入りつつある。
○	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・今よりも来客数は増えるものの、インバウンドを除いても、通常の水準に戻る時期は見通せない。感染の第2波の動きも心配である。
○	住宅販売会社 (経営者)	・新型コロナウイルスに対する不安が徐々に解消され、緩やかに回復が進むと予想される。

○	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・新型コロナウイルスの感染収束後は、住まいの在り方に変化が生じる可能性がある。在宅ワークが日常的な存在となる前提で、消費活動が行われる可能性が高い。
□	商店街 (代表者)	・平日の人出が減少している。客足の引きも早く、18時頃には人出が極端に減少する。
□	一般小売店 [珈琲] (経営者)	・飲食店の利用方法が変化している。
□	一般小売店 [菓子] (営業担当)	・前月に比べるとやや動き出しているが、感染の第2波がくれば、たちまち売上の減少に直結することが心配される。
□	百貨店 (マネージャー)	・新型コロナウイルスの影響により、今後は企業のボーナスが減り、雇用も減るなど、徐々に影響が出てくると予想される。
□	百貨店 (商品担当)	・インバウンド売上の比率が大きかった都市型店舗では、国内客だけでカバーすることはできない。その一方、郊外型店舗ではその恩恵が少なかった分、落ち込みからの回復は早く、前年の実績に急速に迫っている店舗もある。ただし、全体ではインバウンド向けの売上を含んだ前年の実績に追いつけない状態が続くほか、感染の第2波を控えて、商品の製造や物流が順調に回復するかどうか、秋冬商戦に向けての大きな課題である。現状は、見通しが立ちにくい状況となっている。
□	百貨店 (販売推進担当)	・インバウンドが戻らず、集客イベントが開けないことを除けば、ほぼ前年に近い売上になってきている。ただし、一時的な給付金効果による部分も大きく、これを維持することは困難と予想される。
□	百貨店 (宣伝担当)	・国内客の売上は回復基調にあるものの、インバウンド売上は前年比でマイナス98%と壊滅的である。世界の状況を考えると、年内は観光客の入国が難しいと予測しており、厳しい状態が続く。
□	スーパー (経営者)	・変化したライフスタイルが急に戻ることはなく、家庭内での調理需要は続く予想される。ただし、最近ではホームページ経由でのパートやアルバイトの応募が増えるなど、地域での雇用状況の悪化がうかがえる。ボーナスや世帯所得の減少が、加工食品を中心とした値下げ圧力につながり、スーパー業界がデフレ競争に逆戻りすることが心配される。
□	スーパー (店員)	・他のスーパーも普通にチラシを入れるようになり、まとめ買いする客も減っている。特売日以外は来客数が減少している。
□	スーパー (企画担当)	・新しい生活様式が根付くことで、今の状況が続くと予想される。
□	スーパー (経理担当)	・日常の生活を取り戻し、外食やレジャーが以前の状態に戻れば、家庭内需要の減少で売上も元に戻る。ただし、今のところは平時の状態に戻ることは難しく、感染の第2波の懸念も残る。
□	スーパー (開発担当)	・新型コロナウイルス対策で10万円が給付されたが、消費の増加にはつながっていない。自粛は解除されたが、客の動きは良くない。将来的にも景気が良くなるような対策はないため、今後は不透明である。
□	コンビニ (経営者)	・在宅勤務の動きはある程度定着しそうである。また、当面の間はインバウンド需要も見込めないため、来客数は低い水準が続くと予想される。
□	コンビニ (経営者)	・新型コロナウイルスの影響は、まだもう少し続きそうである。
□	コンビニ (店員)	・新型コロナウイルスの影響もあり、今後は分からない。
□	家電量販店 (経営者)	・新型コロナウイルスの状況にもよるが、収入が減っている家庭や、業績不振の企業もあり、現在以上に景気が上向くことは考えにくい。
□	家電量販店 (店員)	・給付金の給付による特需はあったが、6月に購入が集中した分、7月は一度落ち着くと予想される。その後は気温の上昇とともに、季節商材が再び売れるものの、短期間で終息する見込みである。
□	乗用車販売店 (営業担当)	・新型コロナウイルスの影響もあり、消費者の間では様子見が続く。

<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア] (店員)	・新型コロナウイルスの影響で、ボーナスの支給が一部の企業に限られるため、必要な物しか購入されない。美容部門の化粧品などは、既に関心への傾向がみられる。現在のような、住関連部門の売上が上位に入る状況は、異常だと感じる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・給付金を受け取っても、宝飾品などのぜいたく品に使おうとする意識は低い。店側の必死さが伝わると、逆に購入を敬遠すると予想される。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	・夏休みや秋の行楽での消費も自粛ムードが続き、ほとんど期待できない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・感染の水際対策が整わなければ、一般の外国人観光客を受け入れられないため、当面は国内客への対応の充実に切り替える必要がある。それが定着するまでは、時間を要することが予想される。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (企画)	・人の動きが活発化し、徐々に良くなると予想されるが、以前の営業とは違って様々な制限があり、新型コロナウイルスとどう共存できるかが課題である。一方、夏を迎えるに当たり、例年よりも夏休みが短くなるため、例年のような営業は厳しいのではないかと予想している。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (経営者)	・新型コロナウイルスの影響は深刻で、宿泊業は大きな打撃を受けている。現状も好転の兆しがみられず、いろいろと工夫してはいるが、抜本的に上向くためには、ワクチンが開発されるか、感染の収束宣言が出て、海外との往来や国内旅行が自由になる必要があり、当面は現在の状態が続く。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館 (経営者)	・変わらないというよりも、予測が難しい。人は動き出すものの、元の状態には戻らない。秋の行楽シーズンのバスツアーも、団体客の予約が見込めない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (スタッフ)	・徐々に回復するかもしれないが、劇的な改善は困難である。宴会では秋の予約のキャンセルがあるほか、忘新年会の実施も不透明である。ソーシャルディスタンスに対応した、会場の収容人数の制限もあり、対応に苦慮している。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (客室担当)	・新型コロナウイルスの影響で客足が遠のいている。いまだに特効薬やワクチンはなく、世界各国で感染者が増え続けているが、国内需要のみでは厳しい状況である。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (管理担当)	・市内での各種イベントや祭りについて、中止や大幅な縮小が相次ぎ、例年の繁忙期での大幅な減収が予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (フロント)	・引き続き、感染を警戒しながらの生活を強いられるなか、夏休みの短縮のほか、祭りや花火、高校野球などの中止が影響し、観光に伴う宿泊は伸び悩んでいる。大阪府では大阪キャンペーンを打ち出しているが、対象者は関西圏在住者であるため、予約数は厳しい状況である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (支店長)	・国内で集団的な感染が発生したり、海外で感染の拡大が確認されているなか、客の旅行マインドはまだ戻っていない。ゴールデンウィークの旅行を夏休みに変更した客が、年末年始に再変更する動きはみられず、一旦白紙に戻す傾向が続いている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・完全に人の動きが良くなるまでには、2～3か月は掛かりそうである。昼間の動きは少し良くなっているが、夜になるとクラスターを避けているのか、人の動きが止まっている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響は、ボクシングのボディーパーンクのように、後からまた出てくるかもしれない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・多少は良くなると予想される。
<input type="checkbox"/>	遊園地 (経営者)	・新型コロナウイルスによる消費マインドの落ち込みは根強い印象で、経済活動の再開後も、レジャー利用は優先度が低く、乗客数、売上共に厳しい状況が続いている。現在の客の動きをみる限り、急激な回復は見込めない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	・現在の回復基調が、自粛のリバウンドなのか、新型コロナウイルスとの共存のなかで定着する動きなのかは分からない。ただし、小売の販売チャネルが変化していく可能性は高く、実店舗に対する需要は戻らない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・6月からプロ野球が開幕したが、新型コロナウイルスの影響で無観客試合となり、来場者は0人となっている。3か月後の状況も不透明なため、現状と変わらないと予想している。

□	美容室（店員）	・今後は良くなると言いたいが、感染の第2波の状況次第では悪くなる可能性もある。
□	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・新型コロナウイルスの影響が収まりつつあるが、現在はまだ様子見の状態である。
□	住宅販売会社（経営者）	・感染の第2波のおそれがあるため、油断できない。
□	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況に大きく左右されるが、現状の水準であれば、販売面に大きな変化はないと予想される。
▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・真夏の暑さのなかで、マスクを着けて外出するという状況は、想像するだけでも無理がある。特に、路面店である上に、客の平均年齢も高いとなれば、それだけで厳しい。当面は新型コロナウイルスの影響は収まりそうにないため、先行きに明るい材料は何もない。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・アパレル業界では夏物衣料が極端に不足している。春物商材を含む在庫は大量であるが、必要なアイテムは極端に不足しているため、景気が上向いても、販売にはつながらない。
▲	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・先がみえないという言葉のとおり、いつになれば多少でも元に戻る雰囲気になるのか、全く不透明である。まだまだ徐々に悪くなることが予想される。
▲	百貨店（売場主任）	・春、夏物商材の売上減少で、取引先の資金繰りが悪化しており、秋物商材の商品の生産が減少している。それに加えて、ブランドの廃止や撤退、取引条件の変更の申入れが相次いでおり、倒産も更に増える可能性がある。消費者も収入が減る可能性が高いなか、消費が増えるとは考えにくい。
▲	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスによる商品生産の縮小が、本格的に店頭に影響するのは、これから2～3か月後と予想される。また、給与への悪影響が顕在化するのも秋冬商戦からとなる。それに伴い、今後2～3か月後は落ち込みが大きくなると予想される。
▲	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染の第2波次第で大きく変わるが、基本的には小康状態が続き、大きくは好転しないと予想される。企業経営が厳しい局面に入る結果、その影響が消費動向にも出始める。
▲	百貨店（営業推進担当）	・4～6月の企業業績や経済指標が発表されるのに伴い、生活防衛意識が強まる。消費意欲の減退が、外出の自粛傾向とあいまって更に強まると予想される。また、国内観光などの再開で支出の選択肢が増えることも、消費の分散につながる。
▲	スーパー（店長）	・今は来客数が減少しているにもかかわらず、単価は維持できているため、前年を上回る実績となっている。ただし、客単価が徐々に低下しつつあり、売上も減少することが懸念される。
▲	スーパー（店長）	・夏休みが大幅に短縮されるほか、お盆での帰省やレジャー需要の縮小が見込まれる。
▲	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスによる3～5月の経済停滞の影響が、これから徐々に出てくると予想される。
▲	スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルス特需が落ち着き、キャッシュレス決済のポイント還元も6月で終了する。本来、今後は年間でも12月に次ぐ売上が期待される時期となるが、今年は夏休みが10日程度しかなく、祭りの開催も自粛となるなど、マイナス材料が存在する。
▲	スーパー（社員）	・当社のようなスーパーでは、食品需要の高まりで好調となっているが、飲食店や製造業の不振をみると、今後は消費全体の落ち込みが予想される。
▲	衣料品専門店（販売担当）	・新型コロナウイルスの影響で不安しかない。
▲	家電量販店（店員）	・給付金の給付によって、9月頃までの購入予定を先食いする状況が予想される。
▲	乗用車販売店（経営者）	・今が最悪期であるため、少しずつ回復すると予想されるが、以前の状態に戻る要因が思い浮かばない。
▲	乗用車販売店（経営者）	・判断材料がないため、悪化が進むと予想される。そろそろ夏休みに向けた商材を考える頃であるが、その材料はなく、不安で仕入れもできない。
▲	乗用車販売店（経営者）	・緊急事態宣言が解除されたとはいえ、客足は少なく、新車販売の商談客も減っている。

▲	通信会社（経営者）	・今後の新型コロナウイルスの影響で、受注状況が不透明である。
▲	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルスの感染前と後で、世の中の価値観を強制的に見直す必要が出てきた。ただし、これまでのライフスタイルを変えることは、簡単ではない。
▲	競輪場（職員）	・他の競輪場なども再開するため、客の取り合いとなり、やや悪くなる。
▲	美容室（店長）	・当店の客は高齢者が多く、感染を不安視する動きがまだまだ多いため、先行きには期待できない。
▲	住宅販売会社（経営者）	・今後は飲食業や旅客業へのダメージが予想され、その関連での売上が少なくなる。
▲	住宅販売会社（総務担当）	・新規客の獲得が減少しているため、今後の受注が厳しくなる。
▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・売上の減少や、新型コロナウイルス対策での設備投資により、夏のボーナスには期待できない雰囲気である。当面は好転する材料がない。
×	一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	・3～5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39.0%で、関東は51.2%、中部は68.3%で、中国は59.6%となり、全体では49.6%であった。ここまでの落ち込みは、過去に経験がない。
×	一般小売店〔野菜〕（店長）	・新型コロナウイルスの影響が収束に向かっているのかどうか怪しい状況で、感染の第2波が起きた場合、3か月先が良くなることはありえない。現状は、悪くなる確率の方が高い。
×	百貨店（企画担当）	・現時点では、自粛期間中のストレスによる買物や、不足品の購入がみられるが、今後は衣料品メーカーなどからの商品供給に、不安定な要素が多い。また、秋～冬にかけての感染の第2波、第3波への懸念もある。
×	百貨店（売場マネージャー）	・特に秋以降は、企業の倒産や事業の縮小など、雇用が悪化する要素が多い。また、若い世代もアルバイトの雇用が減るなど、全世代で消費に悪影響を与える要素がある。小売業でも、取引先の倒産や事業の縮小の影響が大きくなりそうである。
×	スーパー（経営者）	・業種によっては、新型コロナウイルスの影響で厳しい状況になっており、そこで働く人の消費も落ち込むことで、直接影響を受けていなかった業種にも悪影響が広がる。
×	スーパー（店長）	・これまで何とか持ちこたえていた企業も、新型コロナウイルスとの共存を目指すなかで、倒産に追い込まれるケースが増え、失業者も増えると予想される。実際に、当社と取引している企業の中にも、倒産の動きが出てきている。
×	スーパー（店員）	・当社は海外とも取引があるが、今は自動車の需要も少なく、先行きには期待できない。
×	衣料品専門店（経営者）	・今後は、会社の社長が私財を投入するか、金融機関からの借入れを増やすしかない。私財を投入しても、返ってこない覚悟で会社を維持していくしかない。行き着くところは倒産しかなく、周囲でも廃業が増えてくると予想される。
×	衣料品専門店（経営者）	・いつ感染の第2波がくるかが分からず、不安を払拭できない。ソーシャルディスタンスが2メートルになれば、公共交通機関の利用が制限される。マスク着用時のソーシャルディスタンスを50センチくらいにしなければ、景気の回復は見込めない。
×	家電量販店（企画担当）	・学校の休校に伴い、夏季休暇の日数が減ると予想される。旅行などの外出が減ることから、季節商材の購入時期が前倒しになり、お盆明け以降の消費の冷え込みが懸念される。
×	乗用車販売店（経営者）	・政府に緊急対策を講じてもらっているが、給付金や補助金の給付が追いついておらず、今後も更に景気は悪くなると予想される。
×	乗用車販売店（販売担当）	・自動車の生産が新型コロナウイルスの影響で数か月止まっていたため、販売できる商品自体がなく、明らかに販売量が落ちる。
×	住関連専門店（店長）	・新型コロナウイルスの影響は、客や世間の動きをみても、まだまだ続くと予想される。新規の客は増えず、商談中の客も保留のままである。商品も、感染が収まらない欧州からの輸入品のため、安定して仕入れができるかどうかの懸念も残る。

	×	その他小売 [インターネット通販] (経営者)	・店側の売り方を改革しない限り、売上は減る一方となる。商店街の改革案としては、商店街全店でキャッシュレスを導入し、手数料を下げる。商店街全体でデリバリーサービスを行う。商店街全体でWebを活用し、各店舗ではなく、商店街全体での改革に取り組むことなどが求められる。
	×	一般レストラン (経営者)	・当店の来客は高齢者が多いが、持病がある客などは、今もテイクアウトが中心である。一方、近隣の公民館での集まりや市のイベントは、9月末まで中止であり、食事会などもなくなっている。
	×	その他飲食 [ファーストフード] (店員)	・新型コロナウイルスの影響で客足が全く伸びない。売上もかなり悪く、廃業寸前である。
	×	その他飲食 [自動販売機(飲料)] (管理担当)	・東京が落ち着かなければ、日本全体も落ち着かない。メディアがあれこれと報じるため、消費者が自粛を進めているようにも感じる。もう少しインフルエンザとの比較といった、客観的な指針を出してほしい。
	×	観光名所 (企画担当)	・新型コロナウイルスの影響で3～5月は閉館し、6月から営業を再開したが、入場者数を制限している。最大でも通常の2割程度しか受け入れていないため、収支が全く改善しない。
	×	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)	・企業の資金繰りの悪化や、新型コロナウイルスの感染第2波による影響が懸念される。
	×	その他住宅 [展示場] (従業員)	・住宅展示場の来場者数を伸ばすためには、集客イベントを打つしかないが、新型コロナウイルスの影響でそれもかなわず、出口のみえない状況が続いている。
企業動向関連 (近畿)	◎	電気機械器具製造業 (経営者)	・当社はオゾンと紫外線を活用した機器を扱っているが、新型コロナウイルスに極めて有効とされている。現在はまだ業績に寄与していないが、3月頃からは急激に問合せが増えている。目下、慌ただしく製品を準備しており、10月の展示会には出展できるため、当社の景気が良くなることは間違いない。
	◎	建設業 (経営者)	・6月に入って、徐々に動き出しつつあるため、今後は受注量が回復すると予想している。
	○	食料品製造業 (従業員)	・人の往来が増え、外食する機会も増えてくるため、少しは出荷量も増えると予想される。今まで休業していた店も、営業を再開始めている。
	○	繊維工業 (総務担当)	・今月は悪過ぎるが、今後は月ごとに売上が10%ずつ回復する見込みである。
	○	化学工業 (経営者)	・取引先からの連絡や訪問が増えており、経済は再始動していると感じる。ただし、飲食店やホテルの業績回復は当面見込めないため、景気の回復はかなり緩やかになると予想される。
	○	化学工業 (企画担当)	・本来は堅調であったはずの食品業界も、新型コロナウイルスの影響で、全体的には過去に例のない需要の減少となった。感染の第2波の懸念はあるが、移動も解禁となり、例年程度に食品の需要は戻ると考えられる。
	○	金属製品製造業 (経営者)	・自動車メーカーの生産再開で工場の稼働率は上がるものの、自動車の販売量が減少しているため、通常稼働率に戻るまでには時間が掛かる。
	○	金属製品製造業 (開発担当)	・繁忙期に入る。
	○	金属製品製造業 (営業担当)	・自動車関連の仕事が、少しずつではあるが回復してくる。その一方で、建築関連は落ち込んでくる。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	・現状は最悪であるが、今後は少しずつ良くなっていく。
	○	金融業 (営業担当)	・時間は掛かるものの、今後は良くなるを感じる。
	○	新聞販売店 [広告] (店主)	・折込収入は徐々に回復しており、地域の情報を求めての購読も増えている。今までが悪過ぎたため、今よりも良くなる。新型コロナウイルスの感染の第2波がないことを祈るばかりである。
	○	広告代理店 (営業担当)	・少しずつ広告の出稿が再開し、新型コロナウイルスの発生前ほどではないが、回復の兆しがみられる。
	○	その他サービス業 [店舗開発] (従業員)	・まだまだ感染防止策を講じた上での営業ではあるが、少しずつ日常を取戻しつつある。そういった状況のなか、今秋以降の感染第2波に備え、マスクや消毒液、医薬品、食品といった商材の備蓄の動きが始まると予想される。

○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・社会全体で回復が進むと予想されるが、以前のような消費に戻るには考えにくい。必要ときに必要な物を購入する形に変わるほか、インターネット通販などに客を奪われることで、既存の小売チェーンが不振となることが予想される。今後は、消費の回復の恩恵を、既存の業者がフルに享受することは難しいと考えられる。
□	食料品製造業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で、ホテルなどの観光施設や飲食店の売上はまだまだ厳しい状況が続く。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・先行きが全く見通せない。
□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が続くと予想されるため、今後も厳しい状況は変わらない。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で止まっていた仕事が、7月から再開するとの内示が出ている。その一方、いまだに立ち上がらない案件もあるため、全体としては一進一退となり、現状維持と予想している。
□	輸送業（商品管理担当）	・新型コロナウイルスの影響で販売量が低迷しているが、給付金の給付などもあり、2～3か月後は少し良くなる。
□	輸送業（営業担当）	・外出の自粛で通販の利用者が増え、利益率の低い通販だけが増えた結果、荷物は増えたものの、利益は減っている。
□	通信業（管理担当）	・本来であれば、ボーナス商戦で活気付くところであるが、新型コロナウイルスの影響がまだまだ続くと予想される。
□	金融業〔投資運用業〕（代表）	・感染の第2波が来ない限り、徐々に回復すると予想されるが、そもその感染源である中国を封じ込めなければ、また予想外の事態が起きないとも限らない。
□	広告代理店（管理担当）	・新型コロナウイルスと付き合いながらの営業を考えると、できることは限られている。そのうち、できることもなくなる可能性がある。
□	広告代理店（営業担当）	・しばらくの間は、広告を控える状況が続くと予想される。
□	司法書士	・経済は動き始めているが、新型コロナウイルスの恐怖や、感染の第2波への不安により、回復には時間が掛かる。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が続いている。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・企業が全面的に動き出さなければ、当社の売上もこのまま少ないまままで推移する。
▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	・生活に密着した瓶を作っているため、今のところ影響は少ないが、ビールなどの飲料関係の動きは多少悪くなっている。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・今は仕事が入っているものの、その先の予定が入っていない。
▲	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・今月はちょっとした家電バブルのような状況であるが、2～3か月先は落ち着くことが予想される。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・新規の受注がない。
▲	建設業（経営者）	・今後の民間工事では、新型コロナウイルスによる打撃で、企業の設備投資意欲は縮小していく。建設業では手持ち工事がなくなり、新たな受注も相当困難になると予想される。
▲	建設業（経営者）	・自粛ムードが払拭されない限り、景気の悪化は続く。
▲	建設業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が落ち着くまで、先を見極めようとする動きがあり、一時的に着工を遅らせる取引先が増える。
▲	輸送業（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染者が増えつつあるため、客が減少する可能性がある。
▲	金融業（副支店長）	・建設業は、新型コロナウイルスの影響で工期が延期となっており、売上が減少している。米国での感染者数も増加傾向で、国内も東京を中心に増加しており、落ち着くまでには相応の時間が掛かりそうである。
▲	経営コンサルタント	・取引先の中小企業をみていると、行政の支援金や借入れを利用できたことは良かったが、それを使い切った後のことは考えていない。新型コロナウイルスの影響の収束状況にもよるが、誰もが景気が良くなることはないと感じている。
×	繊維工業（団体職員）	・百貨店や量販店など、一般的な小売業は営業を再開しているが、メーカーへの発注にはタイムラグがある。また、イベントやコンサート、祭りなどの開催はまだ自粛されており、その影響は非常に大きい。



		繊維工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響が大きくなっている。3～4月頃は、発注済みの商品を大手のバイヤーが契約どおり引き取ってくれたが、現在は先の見通しが立たず、バイヤーが新たな注文を出せない状況が続いている。今後の更なる悪化が心配である。
		輸送用機械器具製造業（役員）	・当面の受注見込みが少なく、通常の操業に戻る見通しが立たない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・緊急事態宣言が解除され、百貨店や小売店の営業も始まっているが、閉店中の在庫を抱えているため、新規の受注にはつながらない。本来であれば、秋冬商材の商談が始まる時期であるが、首都圏との往来がやっと始まったばかりであり、時期的には遅れている。
		経営コンサルタント	・取引先各社は、政府からの給付金などで持ちこたえている。今後はどのように発展の道筋をつけるかがポイントであるが、新型コロナウイルスの影響が収束するまでには1～2年を要するため、2～3か月先では好転する見通しは持てない。それに伴い、企業の内部でも多くの問題点が発生している。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・緊急事態宣言は解除されたが、新型コロナウイルスの影響がどこまで広がるかは予想ができない。ただし、2～3か月で良くなることはないと考えられる。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染収束後の状況が予想できない。
雇用 関連  (近畿)	◎	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響は懸念されるが、感染の第1波はある程度過ぎたとみており、今後は求人数を含めて上向く傾向となる。
	○	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞の求人数は縮小均衡が続いており、今後も上向くとは考えていない。ただし、感染の拡大も落ち着き、政府の支援金が行き渡り始めたほか、県をまたぐ移動の制限も解除されたため、飲食や観光など、これまで身動きの取れなかった業種にも光が差し始めている。インバウンドは全く期待できないが、夏の観光シーズンを迎え、国内での人の移動が回復することで、関連業界ではやや景気が上向くと予想される。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・企業からは、今の状態が続けば、今後は少しずつ求人が増加していくとの声が増えている。
	○	民間職業紹介機関（支社長）	・中途採用を行う企業数の減少に歯止めが掛かってきたため、1社当たりの募集人数や選考の通過率も徐々に改善すると予想される。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・夏のボーナスは減るかもしれないが、外出の自粛から開放されて、消費の増加が期待される。周囲の同僚をみても、娘さんや奥さんにプレゼントしたという声が多い。高額商品の購入も少し増える可能性がある。
	□	人材派遣会社（経営者）	・世の中がかなり委縮しており、派遣業界もかなりダメージを受けている。ただし、派遣先の企業は、今回の件で派遣社員の利用方法を再認識したと考えられる。上半期は景気が芳しくないとしても、少なくとも派遣に関する限り、夏頃には底を打ちそうである。さらに、下半期には徐々に全ての面で回復すると予想される。
	□	人材派遣会社（役員）	・当社にまつわる動きや、マーケットの動きから、求人数、求職者数共に、こう着状態が続くと予想される。
	□	人材派遣会社（支店長）	・新規の大型案件が期待できないため、受注残や交代枠を狙うしかない。
	□	職業安定所（職員）	・大手鉄鋼会社が休業を実施しており、その子会社や関連会社、派遣会社、下請業者などがそろって求人を控えているため、景気の回復はまだまだ先となる。
	□	職業安定所（職員）	・引き続き、雇用調整助成金の申請件数が増えている。今後は事業所での休業状態が解消されるのか、非常に懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・6月に入って、求人数の減少幅はやや縮小したが、新型コロナウイルスの感染第2波が懸念されている。再び企業の採用活動に影響を与える可能性があるため、現時点で2～3か月先の状況は不透明であり、景気が好転するとは言い切れない。
	▲	アウトソーシング企業（管理担当）	・通常の仕事もなく、厳しい状況が続いている。

▲	職業安定所（職員）	・事業所からは、先行きが読めず、これ以上悪くはないものの、V字回復は難しいといった意見が多い。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で求人数が変動する可能性もあり、このまま回復するとは思えない。決算発表後に雇用を見直す動きもあるため、景気はやや悪くなる。ただし、派遣社員による在宅ワークの提案も増えるなど、働き方が変わってくると予想される。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・多くの業界で業績の悪化がみられ、新卒採用市場も売手市場から買手市場に変わりつつある。特に、量よりも質を求める企業が増えており、この流れは2022年卒の採用にも影響すると感じる。
×	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で、次の派遣契約を結ばないなど、全社で派遣の活用を見直す動きが相次いでいる。今後は更に失業者が増えると予想される。
×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルスの影響が不透明なため、広告宣伝に対する動きが全くない。
×	学校〔大学〕（就職担当）	・2022年卒の学生にとっては、厳しい就職活動になる。今年度の採用計画は、既に各企業で固まっているが、来年度は採用を中止する企業が出てきても不思議ではない。