

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)	◎	観光名所（経理担当）	来客数の動き	・今から3か月前といえば4月になるが、その頃は新型コロナウイルスの影響で、出歩く人がほとんどいなかった。4月末から5月初旬は、当社でも店舗を休業した時期にあたる。
	◎	競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の4月は、新型コロナウイルスの感染拡大防止による営業の自粛で売上がゼロであったが、現在は営業再開により、数字的には良くなっている。ただし、前年と比べると良くなっていないため、実際は悪くなっている。
	◎	美容室（店員）	来客数の動き	・今月は夏の書き入れ時であるが、新型コロナウイルスの感染者数が増え始めており、キャンセルが増えつつある。
	○	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・7月に入り、全体の雰囲気落ち着いたように感じた。店の前を通る人や車が増えてきて、来客数も元に戻ってきたように感じた。ただし、7月の下旬頃から感染者数の増加が発表されると、目に見えて静かになってきた。月の前半と後半で、違いがくっきりと表れた1か月となっている。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	来客数の動き	・多少は戻りつつあるが、新型コロナウイルスの発生前には程遠い。
	○	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も最悪の状況を脱し、月間売上は倍になっている。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・レストランやゴルフ場関連は動き始めたが、決して良い状況ではない。
	○	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・消費は緩やかな回復基調にあり、今月は前年比でマイナス15%以内にまで回復している。ただし、インバウンド売上の比率が高い化粧品などは、いまだに50%減と厳しい。一方、食料品の店頭売上はほぼ回復している様子である。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・7月24日までの当店の入店客数は、前年比で6.1%減であるが、店頭売上は4.9%増と非常に好調である。購買単価が高く、担当の食料品は9.8%増と大きく伸びている。やはり新型コロナウイルスの影響で、外食を控え、少し良い物を家で食べるという習慣が続いている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・キャリーケースを持っている人や、出張と思われる人が徐々に増えてきている。
	○	百貨店（企画担当）	それ以外	・2か月前の5月は、ようやく営業が再開できたものの、営業時間は現在よりも短く、休業日も設定されていた。その頃と比較すると、営業時間は拡大し、来店客も増えているなど、景気は良くなっている。
	○	百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・7月に入り、通常はクリアランスセールでにぎわう店頭も、今年は客を多く呼び込む施策はやめて、客が分散する形に変更した。来店する客は、密集を避ける意識の強い人が多く、大きな混乱を招くことは全くなかった。商品別には、化粧品は国内客向けを中心に、前月に比べて売上が約10%回復したほか、ラグジュアリー関連も前年を上回る日が幾つかみられた。全体では、売上の前年比が来客数の前年比を15～20%上回るなど、買上率の高さがうかがえる。また、客とのデジタルでのやり取りが多くみられるなど、新しい買物のスタイルが徐々に生まれつつあると感じる。
	○	百貨店（宣伝担当）	販売量の動き	・4月に比べると、若い世代を中心に来客数が増え、特にセールは期間が長期化したこともあり、順調に推移している。ただし、インバウンド需要は実質的にゼロであり、高齢者を中心に外出の自粛傾向も続いているため、以前のレベルには全く戻っていない。
	○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・自粛明けから2か月余りが経過し、最悪期に比べて影響は半減するなど、来客数が回復している。

○	百貨店（商品担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染の再拡大により、来客数の増加にブレーキが掛かったこともあり、夏物セールのファッション関連は大変厳しい状況である。また、集客装置の催事での強力な販促や、媒体での訴求ができないことも、来客数の不調要因である。ただし、全体的に都市部の店舗に比べて郊外の店舗は好調で、商品では食品部門がギフト、自家需要共に、比較的順調である。
○	百貨店（販売推進担当）	それ以外	・全体的に厳しい運営が続いているなかで、海外ブランドのほか、お中元などのギフト需要は比較的堅調に推移している。ただし、休業期間中の3か月前との比較では良くなっているとはいえ、長梅雨や豪雨、新型コロナウイルスの感染者数の増加といった悪条件が重なり、6月の通常営業の再開以降、国内客は約1割減となっている。各数値が徐々に悪化しつつあるのが現状である。
○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で休業していた3か月前に比べると、通常の営業に戻り、業況もやや戻っている。ただし、入店客数は前年比で30～40%減であり、売上は厳しい状況が続いている。
○	スーパー（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が依然として大きく、飲食店の利用を自粛し、スーパーでの買物が増える状況が続いている。
○	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・7月前半は新型コロナウイルスによる特需も落ち着き始めたが、月後半は感染拡大の影響で、家庭内での食事に関連した食材の需要が増えている。また、長雨の影響で野菜の相場が上がり、販売点数は減っているが、単価は上昇している。天候が悪い日が続いたものの、全体の売上は前年をクリアしている。
○	スーパー（社員）	単価の動き	・来店頻度を減らしている客が多いせいか、食品の購入では一度に多くの数量を買う様子がみられる。それに伴い、以前に比べて値段の高い商品の動きが良くなってきたと感じる。
○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・この時期はお中元があるため、販売量が増えている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が発表されるたびに、テレワークの人が増えたり減ったりしている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・徐々に周辺で働く人が戻りつつあり、予備校や専門学校の学生も戻ってきているものの、以前の水準にはまだまだ遠く及ばない。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・給付金の影響で、買物や娯楽、在宅での備品購入などに動きがあるように感じる。
○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響はあるものの、少しずつ来店客は増えている。ただし、土日や深夜は以前と変わらず悪い。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・近隣の会社などでは、出社している人も多いようで、出社前やランチタイムの動きは通常と変わらない。休日も、出掛ける前に飲物や食べ物を買いにくる客が比較的多い。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・少しずつであるが、客も戻りつつあると感じる。購入単価は小さいが、人数的にはかなり増えてきた気がする。
○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前に比べると来客数は増えているが、売上で見るとそれほど変わらない。
○	家電量販店（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響はまだまだ続いている。緊急事態宣言の解除後、来客数は増加傾向にあり、特別定額給付金を使用する客の来店がみられる。
○	乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・最悪の状態からは脱却した様子であるが、感染の第2波は厳しい状況である。
○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除されるまで低迷していた販売量が、一気に戻った様子である。

○	その他専門店 〔医薬品〕（経営者）	それ以外	・PCR検査の件数が増えたり、クラスターに限定した検査の増加などにより、新型コロナウイルスの感染者数が増えている。当社は予防関連商品を販売しており、マスクやアルコール、ハンドソープ、ウェットティッシュ、洗剤の動きは引き続き良いが、夏用の化粧品の動きは悪い。
○	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・経済活動の回復により、ガソリン販売量の増加がみられる。
○	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	・長らく入荷のなかったマスクが入ってきたが、高額にもかかわらず売行きが良い。また、同時に手袋や体温計なども購入するため、販売量が増えている。
○	高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・団体客の予約は入っていないが、少人数での予約はコンスタントに増えている。
○	観光型ホテル （経営者）	来客数の動き	・4～5月は休業しており、6月は8日間しか営業していなかったため、比較は困難であるが、7月の販売量は例年の40%弱である。7月は4連休こそ来客数は多かったが、それ以外では、Go To Travelキャンペーンの影響も余り感じられない。
○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響は続いているが、地域限定割引が旅行を後押ししており、県内の消費額は増えている。
○	都市型ホテル （フロント）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除を受け、多少の動きはあるものの、単価も低く、収入増には至っていない。全国的に新型コロナウイルスの感染者が増え、感染の第2波といわれるなか、Go To Travelキャンペーンが始まっている。当然ながら様子見の人が大半で、客足は鈍く、キャンペーンの恩恵はみられない。今年は夏休みも短く、リゾート地以外は苦戦を強いられると予想され、今後3か月の入込も悲惨な数字である。
○	通信会社（経営者）	来客数の動き	・通信会社の主導による時短営業が解消されている。
○	通信会社（社員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、客への直接営業の機会が激減している。ただし、インターネット回線の増強や、追加などの問合せは大きく増えているため、全体としてはややプラスといえる。
○	その他レジャー施設 〔複合商業施設〕（職員）	お客様の様子	・今年は雨が多く、前年との比較は難しいが、インバウンド以外の動きは回復に向かっている。ただし、ファッション関連は依然として低調である。
○	その他レジャー施設 〔イベントホール〕（職員）	それ以外	・例年を大幅に下回っているものの、イベントの予約が少しずつ入り始めている。イベントが開催できる見込みも立ってきている。
○	美容室（店員）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除後、来店を控えていた客が戻りつつあったが、相変わらずブライダル関係の仕事が再開できず、苦戦している。
○	その他サービス 〔学習塾〕（スタッフ）	販売量の動き	・5月は最も経済が打撃を受けた時期であり、その頃に比べると、戻りつつあると感じる。
○	住宅販売会社 （従業員）	来客数の動き	・新築マンションの販売状況は、緊急事態宣言時にはモデルルームも閉じ、動きがなかった。営業再開以降は、郊外の価格が安い物件から動き出している。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・昼間の人出は多いが、夕方以降の引きが早い。売上は前年比で70%程度の店が多い。
□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・7月の中旬までは、回復の動きが出始めたと感じられたが、7月後半は極端に通行客が減り、前年比で60%の推移となっている。新型コロナウイルスの影響で外出しないため、洋服が全く必要なくなっており、売上は厳しい。客単価が極端に安く、どの店でもふだん着しか売れていない。
□	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染防止対策に関する様々な商談が、何となく一段落し、落ち着いている。

<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月の売上目標は未達で、前年比では90%程度の予定である。6月に比べて、前年比は若干良くなっている。ただし、新型コロナウイルスの影響で、催事や販売促進策が自粛や変更となり、苦戦を強いられている。また、天候不順もあって必需品を中心とした購入となる傾向が強くなり、積極的な購買はみられない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除により、売上は戻りつつある。ただし、前月は前年比15%減であったが、今月は20%減と、若干平行線となっている。来客数も25%減で推移している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言解除後の入館数は、今月までほぼ同じ水準で推移している。いまだに不要不急の外出を控える動きが強いと感じられる。その一方、感染の拡大や自然災害の増加の影響で、外出先や支出先が減少しているからか、来店者の購入単価の上昇傾向に拍車がかかっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	お客様の様子	・ここ数日は新型コロナウイルスの感染者数が増え、来客数が6月よりも減っている。近距離の客がメインとなり、客単価が上がらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が、感染者数の増加とともに再び強まっている。来客数や街の人通りの減少だけでなく、買物を必要な物に絞ったり、ショッピングを楽しむ雰囲気が少ないといった、生活防衛意識の高まりも感じられる。また、長引く天候不順もあり、夏物ファッションの動きが非常に鈍い。今は来店による購買促進も仕掛けにくく、安全を最優先にして耐えている状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	お客様の様子	・収まりかけていた新型コロナウイルス感染が拡大するのに伴い、巣籠り消費の動きが再燃している。また、天候不順で日々の食卓に不可欠な青果物が高騰しており、販売点数は増えていないが、売上の増加要因となっている。さらに、家でごちそうを食べるという機運が、土用の丑の日には最も顕著となり、今年はウナギが買いやすかったこともあって、過去最高の売上となっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	お客様の様子	・売上が多少減っているが、問題はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	単価の動き	・雨で野菜の値段が倍以上に上がり、カット野菜やもやしがよく売れた。さらに、給付金が入った影響か、高い果物もよく売れている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、ここ3か月は買い回り商品が好調に推移している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が再び増えており、家庭内での需要が増加しつつある。買いためは発生していないが、単価の上昇がみられる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者は増えているが、緊急事態宣言後からそれほど客が戻っていなかったため、特に変化はなく、悪いままである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる自粛ムードは和らいできているが、来客数、単価共に大きな変動はない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの発生以前の来客数に戻っていない。手持ちの服で対応し、新たに買わないようである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・取扱品目が生活必需品の家電であるため、新型コロナウイルスの影響は少なく、販売量は一定量で安定している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	販売量の動き	・6月までで給付金による買換え需要などが落ち着いたため、来客数、単価、販売台数が悪化している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が少し落ち着き、給付金が出た際は、家電の買換えに使う人が増え、売上は伸びた。ただし、再び感染者が増えてきた今、外出を控える人も多くなり、平日は来客数が減少傾向にある。

<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	単価の動き	・季節要因や気温の上昇、在宅勤務の増加などで、エアコンや空気清浄機などの需要が一部で高まっているが、もともと家庭での優先順位は低いため、単価はそれほど上がっていない。また、予定にない買物でもあるため、それ以外の商品では買い控えが感じられる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・梅雨が長引いているため、気温が上がらず、エアコンなどの季節商材の販売が伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・感染の第2波ともいえる状況では、人の動きも活発にならない。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスにより売上が減少したままで、何も変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染が拡大した当初は、非常に厳しい不況となった。その頃に比べると少しはましになってきたが、消費は元に戻っていない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染の第2波により、関連商品や生活必需品の買いだめが増えた一方、化粧品関連の売上は伸び悩んでいる。全体としては売上が良いものの、新型コロナウイルスによる特需と判断される。景気が良くなったことで、売上が増えているとは考えにくい。
<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	・営業活動が再開されたため、売上自体は上向きである。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・依然として来客数は少ない。以前からの景気低迷に、新型コロナウイルスによる外出自粛の影響が重なり、先がみえない。
<input type="checkbox"/>	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により、持ち直しの兆しもみられたが、再び感染者数が増加傾向となり、来客数の減少傾向が鮮明となっている。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・地域内で使えるクーポンの発行や、Go To Travelキャンペーンの効果もあり、間際の予約が動いているが、その影響での特需のように感じる。また、高級露天風呂付客室は例年よりも動いているが、中間価格帯の部屋は予約が動かないなど、部屋のタイプによる二極化が激しい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊は低調なまま推移している。一方、会議は多少入っているが、宴会の予約は皆無に近い。レストランもランチの利用は若干あるが、朝食は仕出し弁当のみとなっている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・7月中旬以降の新型コロナウイルスの感染者増加に伴い、Go To Travelキャンペーンの対象地域から東京が除外された。その結果、7月23日からの4連休の予約の減少や、キャンセルの増加により、当初想定していた稼働率に届いていない。また、レストランについてもキャンセルが発生している。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・7月に入り、少しずつ予約が入ってきていたが、感染者数が増えるにつれて、再び宿泊や宴会のキャンセルが相次いでいる。食堂に関しても、新型コロナウイルス対策を徹底して営業しているが、感染者数が増えるにつれて、来店数も減ってきている。Go To Travelキャンペーンに関しても、大きな効果は出ていない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	お客様の様子	・主要な収入源である、宿泊や宴会がまだ戻っていない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンが始まり、もう少し大きな反響を期待したが、感染の拡大をみて、客が尻込みしていると感じる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（役員）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンに期待したが、新型コロナウイルスの感染拡大の影響を大きく受けている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる客の乗車機会への影響は、下げ止まりの状況にあるが、営業収入は依然として低いままである。

□	遊園地（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染収束のめどが立たず、出控えが続いているため、来客数が戻らない。また、客の動きが従来と異なるために予測も難しく、感染収束後に向けた、有効なばん回策の見極めも困難である。
□	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・来場者数や問合せ数は微増であり、成約件数も一定数で推移している。ただし、新型コロナウイルスの感染第2波の影響により、今後の客の減少が心配される。
□	住宅販売会社（総務担当）	来客数の動き	・6月に外出の自粛が解除されたが、すぐに住宅の必要な人以外は来客も少ない。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・分譲マンション市場では販売活動が再開し、客は少しずつ戻っているものの、高価格帯を中心に動きはまだ鈍い。
▲	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による休業要請が緩和され、少しは売上が回復しているが、感染者が多く、多くの場所で増えているため、先行きは不安である。
▲	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響については、来客数は6月にやや持ち直したが、7月に入って感染が拡大してきたため、再び減少し始めている。
▲	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・今回は、前月のような緊急事態宣言後の反動による売上増や、特別定額給付金などによる高額商品の増加といった動きがなく、売上が低迷してきている。
▲	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響に伴い、営業時間の短縮や休業を余儀なくされている。それに伴って来客数が減少し、現在も続いている。特に、60代以上の客が、新型コロナウイルスの感染を警戒して減少している。
▲	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・5～6月は持ち直しの兆しがみられたが、7月中旬からは新型コロナウイルスの感染第2波が地方にも拡大しつつあり、急速に顧客心理が悪化している。
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・衣料品や生活関連商品では、必需品以外の購買を控える動きがみられる。
▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスによる外出の自粛中は、スーパーへの来店が増えた。ふだんよりも商品がよく売れたが、今は元に戻っており、商品の動きが悪くなっている。
▲	スーパー（販売促進担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、徐々に売上は減少傾向になると予想していたが、食品スーパーの売上だけをみれば、好調に推移している。外出機会の減少による外食需要の落ち込みが、中食や内食の増加につながっている。ただし、景気全体で考えた場合、良くなっているとは到底思えない。
▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者がまた増えてきたため、外出を自粛する人が増えている。
▲	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により、各企業の売上が減少している。購入検討をやめた客のほとんどが、売上の減少による買い控えである。
▲	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・天候不順や新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けて、7月中旬から回復の動きが失速し始めている。
▲	旅行代理店（店長）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンに期待し、景気が上向くと判断していたが、新型コロナウイルスの感染拡大などによる客離れで、マイナスとなっている。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・乗客数が少し増えてきたが、感染者数が再び増えたことで、土日以外の人出が少なくなっている。
▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、取引先の受注状況が悪化している。
▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・営業が再開したものの、まだ世の中の情勢は、観光や娯楽にお金を使おうとする状況には戻っていない。
▲	美容室（店長）	来客数の動き	・7月上旬は、6月に比べると来客数も増えていたが、感染の再拡大に伴い、下旬はキャンセルが急増している。

▲	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。
▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による、点検訪問のキャンセルが再び増加傾向にある。
×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・7月に入り、徐々に客足が増えてきたが、新型コロナウイルスの発生以前に比べると大きく減っている。それに伴い、販売量も格段に落ちている。
×	一般小売店〔花〕（店長）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が出ている。
×	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、買い控えをしている客が多い。
×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・観光業や飲食業に対する新型コロナウイルス関連での助成金につき、いつまでであるのかといった不安からか、消費は落ち込んでいる。
×	スーパー（店長）	来客数の動き	・食品以外では、夏のレジャー関連の需要が消失したほか、長梅雨による季節需要の停滞、外出機会の減少、マスクの着用による化粧品の消費減少などで、消費が2～3割減少している。その反面、食品は外食機会の減少や内食化により、生鮮品を中心に堅調である。一方、長梅雨の影響が、野菜相場の上昇のほか、飲料やアイスなどの盛夏品の消費減少につながっている。
×	スーパー（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、生活者の行動範囲が狭くなり、遠方からの来店が激減している。また、飲食テナントの売上や来客数も減っており、夏休み期間の短縮の影響も含めて、非常に厳しい。
×	スーパー（店長）	お客様の様子	・7月以降、売上がピークを迎えるはずであった水着や浴衣、スーツケース、フォーマル関連の動きが鈍い。また、テレワークが増えている影響か、ビジネス関連の動きも非常に鈍い。その代わりに、除菌商品や調理器具、スポーツ関連は好調であるが、割合の大きなレジャー関連のカバーはできていない。
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・7月に入って、新型コロナウイルスの感染者数の増加とともに、来客数が減少している。特に高齢者は用心深く、15日を過ぎてからは顕著に減少している。4連休も一定の人はあったものの、まだ明るい時間に客足が引いている。
×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・給付金の給付後は、冷蔵庫や洗濯機、エアコン、テレビなどが売れたが、短期的な動きである。
×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車の板金塗装や修理を行っている。5月は特に新型コロナウイルスの影響で車での外出が減ったため、交通事故も少なく、売上が激減している。
×	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言は解除されたが、外食全体ではまだ需要が戻っていない。
×	その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染予防で買物や外出を控えているため、客足が減少している。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・繁華街の飲食店では、新型コロナウイルスの影響は非常に深刻である。経済の回復が見込めないなか、家賃の支払で体力がなくなり、閉店に追い込まれる店舗が続出している。業態を変更するにも、体力を考えると投資できない。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・近隣のチェーン店や、長年営業してきた個人店などの閉店が多い。一方、新型コロナウイルスの感染者が増えてきたと報じられてから、テイクアウトが増えている。
×	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	それ以外	・自粛ムードはまだまだ変わらず、売上に変化はない。最近では家庭内での出費が増えている。

	×	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、インバウンドの需要がない。大阪での感染者の拡大の影響もあり、客足が遠のいている。大阪いらしやいキャンペーンの受注は伸び悩み、Go To Travelキャンペーンにも混乱を招いている。
	×	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンを批判する、過剰なマスコミ報道を控えてほしい。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・前年比で20~40%の営業収入が減っている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響を、うまく言葉で表現することができない。
	×	通信会社(社員)	販売量の動き	・新型コロナウイルス対策として、新しい生活様式に対応し、店舗への来店を予約客のみとしているため、来客数が減っている。感染拡大防止の観点では当然であるが、店舗のオペレーション変更もあり、スタッフへの負担は大きい。売上は落ちているが、稼働時間が減っているわけではないため、収益状況は厳しい。
	×	通信会社(企画担当)	お客様の様子	・今期のマーケティング予算が凍結されている会社が数社あるほか、休業も増えている。
	×	住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・自粛ムードの中で、徐々に客の動きがなくなってきた。当初は飲食や旅客関連の人の動きが止まったが、徐々に業種が広がっていると感じる。
	×	住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・消費者の購入意欲が感じられない。
	×	その他住宅[展示場](従業員)	来客数の動き	・大阪府でも新型コロナウイルスの感染者数が増えており、来場者は減少傾向にある。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	金属製品製造業(開発担当)	受注量や販売量の動き	・繁忙期に入ってきている。
	◎	電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・3か月前は外出自粛の影響で消費が冷え込んでいたため、それに比べると大幅に上向いている。特に、家電製品は10万円の特別定額給付金の影響で、好調な荷動きが続いている。
	◎	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	・飽くまでも3か月前の4月との比較であるが、当時は新型コロナウイルスの影響で駅ナカ店舗も休業が相次いでいた。7月も厳しいとはいえ、全店での営業により、数字上は大きく改善している。
	○	化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、出荷量は5月に最低となり、6~7月は増加している。
	○	金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車各社の工場の稼働が進み、関連業界の先行きに明るさが出てきているが、採算ラインに乗るまでには時間が掛かる。
	○	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・4~6月は取引先も在宅勤務がほとんどで、営業活動ができなかったと聞いている。さらに、役所とも協議ができず、業務が進まなかったが、ここへきて動き出しつつある。
	○	司法書士	それ以外	・3か月前は緊急事態宣言が出ていたため、その頃に比べると、動きが活発になっている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量は減少したままである。
	□	プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・イレギュラーな仕事が多く入っているが、偶然が重なったのか、需要が増えているのかの区別が付きにくい。個人的には、両者の比率は半々とみている。
	□	電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注、売上は横ばいである。
	□	建設業(経営者)	取引先の様子	・発注側にも、新型コロナウイルスによる大きなダメージを受けている会社とそうでない会社がある。設備投資よりも雇用の安定に資金を回す企業も多く、民間企業の発注は前年比で減少している。
	□	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響が少なかったため、よく売れている。
	□	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感染の第2波で、飲食や観光関連の得意先の広告は止まったままである。

□	経営コンサルタント	取引先の様子	・持続化給付金、家賃支援、雇用調整助成金などの様々な給付や貸付けが行き渡り始めている。ほんの少し、かつ短期間であるが、資金繰りは改善されたように感じる。
□	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	受注価格や販売 価格の動き	・受注量や受注件数が少なく、設備投資などの物件の見積りも非常に少なくなっている。
▲	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量 の動き	・業務用商品は回復傾向にあるが、家庭用は横ばいの状況であるため、元の売上には程遠い状況が続いている。
▲	繊維工業 (総務 担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染への対応で、催事や集客策が制限されており、販売の回復がなかなか進まない。景気の後退による買い控えもあり、冷え込んでいる。
▲	繊維工業 (団体 職員)	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルスの影響が続くなか、7月に入り、月前半には一時的に需要の動きがみられた。しかし、感染の拡大により、中盤以降は全くストップしている。
▲	一般機械器具製 造業 (設計担 当)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、消費が減少していると感じる。
▲	電気機械器具製 造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・インターネット経由の引き合いは活発であるが、特に海外との往来ができないため、仕事が進まない。
▲	建設業 (経営 者)	取引先の様子	・業種によっては、設備投資や事業計画の延期や中止といった話が聞こえてくる。
▲	金融業 (副支店 長)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染の第2波が発生しており、経済活動は再び自粛モードとなりつつある。景気は後退していると判断され、それは取引先の受注動向からも感じられる。
▲	金融業 (営業担 当)	それ以外	・新型コロナウイルスによる影響が長引いている。海外からの部品調達の遅れや、感染の拡大傾向による影響が考えられる。
▲	新聞販売店 [広 告] (店主)	受注量や販売量 の動き	・前半は回復の様子もあったが、新型コロナウイルスの感染者が増加し始めてから、折込件数が減少し始めている。
▲	経営コンサル タント	受注量や販売量 の動き	・人材育成や販売促進、マーケティングを中心に企業を支援しているが、最近の状況はますます悪くなっている。新型コロナウイルスの感染が収束するとは思えず、有効な政策もないなかで、先行きは暗い。
×	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	・新型コロナウイルスの影響で、明らかに受注量が減少している。
×	化学工業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・3か月前に比べるとかなり悪くなっているが、前月からは横ばいである。
×	金属製品製造業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・自動車の生産が再開されたようであるが、取引先の在庫も過剰であるため、足元の売上増にはつなげていない。
×	一般機械器具製 造業 (経営者)	取引先の様子	・取引先の投資計画が全くみえてこず、引き合いもほとんどない。
×	輸送用機械器具 製造業 (役員)	受注量や販売量 の動き	・コンベア本体の受注がなく、修理や補充部品の注文が増えている。コンベアラインとしての引き合いは、前年比で90%ダウンしている。
×	金融業 [投資運 用業] (代表)	それ以外	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が続き、経済活動が元どおりに戻っていないなか、再び感染者数が急増している。中途半端に経済活動を再開させるべきではなく、大きな痛みを伴うが、ここは感染が完全に収束するまでは、経済活動を休止すべきである。
×	広告代理店 (営 業担当)	受注量や販売量 の動き	・Web広告、紙広告共に、売上が前年を大きく下回っている。
×	その他非製造業 [民間放送] (従業員)	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルスの影響の長期化で、先行きの不透明感が増す一方である。
×	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感染が広がるなか、取引先の工場の稼働制限などもあり、設備投資を延期する企業が増えている。

	×	その他非製造業 〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染収束の兆しがみられず、混乱している。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 （役員）	求人数の動き	・求人数は、前年比では60%と落ち込んでいるものの、前月比でみれば改善傾向にある。
	□	人材派遣会社 （支店長）	求人数の動き	・徐々に受注は戻りつつあるが、信ぴょう性に欠ける案件が多く、なかなか決まらない。
	□	人材派遣会社 （営業担当）	求職者数の動き	・7月に入り、求職者の動きが活発となった。在宅業務の募集など、新たな求人もみられる。
	□	アウトソーシング企業（社員）	雇用形態の様子	・保育園での業務については、基本的には自粛もないため、特に変わらない。
	□	アウトソーシング企業（管理担当）	それ以外	・仕事の依頼が減少している。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・求人数に伸びはみられず、改善を示すような兆候もない。インバウンドには全く期待できず、自粛ムードも続くなかで、飲食や観光に関する業界は特に深刻であり、求人どころではないのが実情である。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・一時期に比べて求職者数は増えてきているが、まだまだ先行きは不透明である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年比で9か月連続の減少となっている。特に、製造に関する派遣求人の減少が続いている。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・新卒採用市場では、4月の緊急事態宣言下で選考試験がストップした時期に比べると、選考が再開し、最終面接や内定通知も行われている。ただし、企業による就職イベントや就職セミナーへの出展意欲は薄く、企業間の競争は少ないため、前年までのような、採用枠が埋まらないといった声は少ない。
	▲	人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・新型コロナウイルスに雇用が大きく左右されている。一度は感染が収束しかけたため、派遣の需要が増えると予想されたが、また第2波が押し寄せてきた。今回はかなり先行きを深刻にみている企業が増えているため、悪くなる動きが進んでいる。
	▲	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・緊急事態宣言時に比べると、求人件数も戻ってきているが、前年比ではまだ7割程度しか回復していない。
	▲	学校〔大学〕 （就職担当）	それ以外	・今回の4連休の初日に百貨店へ出掛けたが、お中元コーナーは前年に比べると非常に閑散としており、悲惨な状況であった。インターネットでの販売にシフトしたのかもしれないが、ひどい状況である。午後1時から2時半頃までの滞在中、お中元コーナーへの客は20名を切っており、先行きが心配である。
	▲	学校〔大学〕 （就職担当）	周辺企業の様子	・企業へのヒアリングでは、新型コロナウイルスの影響で、採用活動をインターンシップへの参加者のみで終了したというケースが出始めている。
	×	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・営業先で話を聞いている限り、新型コロナウイルスの影響は多かれ少なかれ、どの企業にも出ていると感じる。また、ある企業が求人募集を掛けたところ、想定の数十倍の応募があったとも聞いている。状況は確実に悪くなっているようである。
×	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が広がっている。感染者数は一旦小康状態になったが、再び増加傾向にあり、関西の地元企業の動きは更に鈍くなっている。	
×	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・6月は、新規求人数が6か月連続で前年を下回ったが、減少幅は縮小した。その一方、前月に続いて会社都合の離職が大幅に増えた結果、新規求職者数は5か月ぶりに増加に転じた。	
×	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の減少傾向は、4月の前年比46%減をピークに、月を追うごとに減少幅が縮小していたが、7月に入り再び減少幅が拡大した。新型コロナウイルスの感染第2波への懸念により、恐らく7月末時点では5割減に近い水準になると予想される。	