

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)	◎	*	*
	○	一般小売店 [時計] (経営者)	・2～3か月後には過ごしやすい気候になるため、マスクを着けての外出が定着してくる。人出は少しずつ戻ってくるが、お金の余裕は感じられず、物が売れたりお金を使うことには期待できない。ただし、人の動きが少しでも活発になれば、街の活気につながるため、期待したい。
	○	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・結婚式やパーティーなどの予約受注があるため、少しは商品の動きがありそうである。
	○	百貨店 (売場主任)	・感染防止の対策を講じつつ、必要な買物を行うことは、消費者として当たり前になりつつある。日用品を中心に、前年並みの売上に戻ってきた商品も出てきている。
	○	百貨店 (服飾品担当)	・徐々に新型コロナウイルスと共に歩むという意識が、客の中にも芽生えてきている。それに伴い、自己実現のための消費の増加や、デジタルでの購入の進化により、店頭以外の売上が今後は増えてくる。インターネット通販だけではなく、オンラインによる接客といった新しいツールによる販売も加速することで、新しいビジネスの形が構築できると予想している。
	○	百貨店 (外商担当)	・富裕層に関しては、株価の回復傾向もあり、高額品の商談が増加傾向にある。
	○	百貨店 (外商担当)	・富裕層を中心とした外商客は、新型コロナウイルスの影響による疲れが出てきており、高級時計や海外ブランド品の購入が徐々に増えると予想される。
	○	コンビニ (経営者)	・新型コロナウイルスと経済の共存が必要となり、巣籠り状態が解消されつつあるため、商品の売上が伸びてくる。
	○	コンビニ (店員)	・今は給付金などが入ったことで、購買力が上がっているため、好調は一過性で終わるのではないかと感じる。ただし、ふだんはみられない客が来店することも多いなど、少しずつ観光客らしい客も増えてきたように感じる。
	○	家電量販店 (店員)	・季節商材の動きが好調な傾向から、秋冬物の動きも良くなる。また、外出を避ける人が増えることで、内食用の調理家電や暖房器具などの動きが、今年は良くなると予想される。
	○	家電量販店 (営業担当)	・良くなってくれなければ、本当に困る。
	○	その他専門店 [医薬品] (経営者)	・9月も気温の高い日が続く予想され、飲料や夏物商材の動きは続く。新型コロナウイルス関連の衛生用品も、同様に動く予想される。
	○	高級レストラン (スタッフ)	・少しずつ予約の人数が増える動きになりそうである。
	○	都市型ホテル (客室担当)	・Go To Travelキャンペーンの手続きを簡素化し、事業者側への負担にならないよう、手軽に利用できる仕組みを作ることが必要である。また、新型コロナウイルス対策、特にワクチンの開発が急務である。
	○	旅行代理店 (役員)	・地域共通クーポンの利用が始まれば、景気回復に向けた、全国的な動きとの相乗効果が期待できる。
	○	通信会社 (社員)	・新型コロナウイルスの感染が収束しない限り、当面この傾向は継続すると予想される。
	○	通信会社 (企画担当)	・新型コロナウイルスの影響で、アミューズメント施設の売上が良くない。回復傾向にはあるものの、先行きの不透明さは否めない。
	○	観光名所 (経理担当)	・現在も新型コロナウイルスの感染者は増えているが、重症者数が増えているわけではなく、メディアでもそれが強調され始めている。その影響で危機感が薄れ、感染者の増加だけでは気にならなくなり、外出する人が増えると予想される。
	○	競艇場 (職員)	・SG、G1競走や女子レースなど、全体的に売上は右肩上がりである。特に、新型コロナウイルスによる外出の自粛期間中に電話投票会員が増加し、売上増が続いていることから、しばらくは順調に推移する。
	□	商店街 (代表者)	・新型コロナウイルスの感染収束までは、今の状況が続く。
□	一般小売店 [事務用品] (経営者)	・良くなる材料がない。今後は失業も増えることが予想される。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔花〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、現時点で取引先が多数閉店している。このまま廃業のおそれもあるため、まだまだ景気回復の兆しがみられない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔野菜〕（店長）	・現状維持が精一杯である。今後の新型コロナウイルスの問題や、ここまで落ち込んだ景気に対する不安などが大きい。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔呉服〕（店員）	・宝石やカバンを扱っている呉服店もあるが、当店は着物だけを販売している。着物は必需品ではないため、来店客は減っている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・これから気候も良くなるため、1日も早く感染が収まることを期待する。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの感染による、いわゆるコロナ疲れが定着しつつあり、その反動で身の回り品の動きも回復しそうである。一方、インバウンドと同様に、ギフトや贈答品の需要はまだまだ回復が期待できない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・外国人売上の回復は当面望めず、国内客の動向についても、新型コロナウイルスの影響が続くため、今月と同様の状況になると予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染者数が減少していくとは思えず、このままの状態が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	・春先と夏場の新型コロナウイルスの影響を比べると、発症件数は夏場の方が多いが、緊急事態宣言が出ていないことや、生活レベルでの順応などで、一定の消費の回復はみられる。ただし、秋から冬に掛けての推移がみえないなか、消費者の心理が明るい方向に進むとは思えず、引き続き厳しい状況が予想される。一方、昨今の異常ともいえる気候については、消費を促すチャンスでもあるため、すばやい対応が重要と考えている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（サービス担当）	・来月から下半期の営業となるが、自粛していた催事も少しずつ再開することで、売上の確保を目指す。ただし、急激に改善するとは考えにくく、感染の第2波、3波の到来に対し、予断を許さない状況が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・一旦持ち直しかけた経済活動は、新型コロナウイルスの感染拡大で再びブレーキが掛かっている。秋に迫った米国大統領選挙のほか、ここへきて日本でも首相辞任により政権が不安定な状況となっている。新型コロナウイルスとの共存を基盤とした景気回復は、かなりの時間を要する見込みである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	・アパレルショップやレストランなど、業績不振に伴う倒産や事業停止での撤退が相次いでいる。仮に新型コロナウイルスの感染が収束しても、販促を含めて100%の体制で運営することはとても難しく、すぐに改善することはできない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・全体的には緩やかな改善が続くと予想されるが、新型コロナウイルスによる企業業績の悪化で、先行きの雇用関係の動きがみえない。その結果、中間層の客による購買力は上がらず、消費も減少するという流れが続くため、一進一退の状況が続くそうである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・感染は再び落ち着き始めているが、まだまだ外食や飲み会を楽しむ雰囲気ではない。秋、冬はこれまでと同様、家庭で飲食する傾向が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今の状況は当面変わらないが、今後は体力のない企業のリストラによる、更なる景気の後退が心配される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの問題が収束に向かわない限り、今の状態が続くと予想され、経済全体は厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・暑過ぎて果物が育たないようで、入荷が少なく、値段も高いままであるため、余り期待はできない。野菜は天候次第ですぐ値段が上がったりするため、今後どうなるかは分からない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルスに対応した新たな生活習慣が定着し、今後3か月も状況は変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染者数が高止まりとなるなか、家庭内調理での食品需要も好調を維持している。品薄であったパスタや粉物も十分に入荷しているため、食品スーパーの好調は続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（開発担当）	・新型コロナウイルスの影響で、野菜価格などの高騰が続いており、原油価格も上がっている。政府の具体的な景気対策もないため、このまま景気が上向くことはない。

<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	・新型コロナウイルスの感染拡大を契機に、スーパーによる外食需要の取り込みが続いており、当社では堅調な売上が続いている。今後は消費全体がやや落ち込むことが予想されるものの、当社を取り巻く状況はしばらく安定的に推移すると考えられる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・命は大切であるが、経済を動かさなければ何も始まらない。今後は発想を変えねばならないが、急激な変化についていけず、体力のない会社は倒産するしかない。今までの経済は一体何だったのか、分からなくなることが多い。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・在宅勤務というスタイルが定着しつつあり、このまま当面は、来客数が以前の水準には戻らないことが懸念される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・現状維持ができればよいが、景気の回復につながる要素がない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・イベントを含め、何もかもが中止となり、売上が増える見込みはない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・客の中で、特に優良企業とされる大手企業の客に関しては、新型コロナウイルスの感染者が増えるにつれて、リモートでの仕事が増えてくるため、見通しが厳しい。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売担当）	・新型コロナウイルスの影響でどんどん注文が減り、売上が落ちている。今後も来客数が増えてくればうれしいが、先行きは不安である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（営業・販売担当）	・新型コロナウイルスの影響で、客はスーツをオーダーする気にならないようである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・国のかじ取り役も変わるなか、良い材料は乏しい。一般販売が不振で、保険関連の回送業務にシフトする業者も出始めた。自動車業界は低迷している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・新型コロナウイルスとの共存が常態化してきたため、今以上の活発化を期待しているが、現状のままで安定するのではないかと感じる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・まだまだ先行きは感染の不安が続くため、低調な推移になると予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が3か月後に良くなるとは思えない。今後は感染状況次第で、客の心理に影響が出てくる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費の支援が一連のG o T o キャンペーンに偏り過ぎである。消費税減税などで、もっと公平な要素を持たせる必要がある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染収束が一向にみえないなか、引き続き厳しい状況を覚悟する必要がある。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・マスクの入荷は安定してきたものの、相変わらず体温計は入荷が不安定であり、使い捨てグローブも値上げとなるため、売上に影響が出る。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（企画）	・感染者数に応じて需要が増減を繰り返すなか、国の支援策による効果は限定的である。2020年度を通して、全体としてなだらかな回復基調となる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・高齢者や、持病のある人はまだまだ警戒感が強く、外食には出掛けない。市内の公共施設の利用はまだ再開されていないが、再開後は人の出入りが多少は生まれ、外食のきっかけになりそうである。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店員）	・新型コロナウイルスの感染が収束しない限り、現状ではまだまだ先がみえない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・9月は前年の消費税増税による反動があると予想しており、更に悪化することになる。10月以降は逆に少し上向くと予想しているが、先行きが全く読めず、不透明な状況である。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・観光業は、新型コロナウイルスの不安が取り除けない限り、まだまだ悪くなる。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・しばらくは今の状況が続くと予想される。団体客などの動きはまだなく、小さな高級旅館に今後も客が集中しそうである。

□	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスのワクチンがまだできず、直近は感染の第2波が収まってきたが、秋から冬に掛けて、第3波やインフルエンザなどへの警戒から、外出は増えないと予想される。Go To Travelキャンペーンの利用者も増えず、厳しい状況だと感じる。
□	都市型ホテル（フロント）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響は大きい。感染の予防とともに、当社を含めて経費の削減目的で出張費をカットする企業も増えており、今年度の回復は厳しい。
□	都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染の完全な終息は無理でも、激減しない限りは、期待することができない。
□	都市型ホテル（総務担当）	・全国的に新型コロナウイルスの感染が再拡大しており、Go To Travelキャンペーンの効果も限定的である。特効薬やワクチンが実用化されない限り、現在のような状況が続くと考えられる。
□	旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスの感染下での新しい生活様式に慣れつつあり、オンラインでもよいという客と、まだまだ対面がよいという客の両方がいる。この状況が長引けば長引くほど、前者が増えるように感じている。ただし、全体としては、特効薬などが出て来ない限り、この閉塞感からは抜けられないと感じる。
□	タクシー運転手	・今後はタクシーの数も徐々に増える気配が感じられる。今まで我慢してきたこともあり、今後は人通りが増えると予想されるため、全体としては変わらない。
□	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響で、企業の営業活動や人的交流が減少し、ハイヤー予約が低水準で推移している。
□	通信会社（社員）	・新型コロナウイルスの感染収束がみえない限り、良くなるとは思えない。
□	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染収束のめどがみえなければ、大きくは変わらない。
□	遊園地（経営者）	・前月と同様に、分からないという回答である。新型コロナウイルスに慣れつつあるのか、消費に少し動きを感じるものの、まだまだ規模が小さく、希望が持てるまでには至らない。最低限の雇用を維持しつつ経営のスリム化を図り、何とか耐え忍ぶ日々である。
□	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・全く予想が付かない。感染の第3波がくれば、悪い状況が続く。
□	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・ワクチンの開発や効果の検証ができるまで、景気の改善は期待できない。
□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の観戦客の入場は、依然として5000人を上限としており、更なる緩和はまだ決まっていない。3か月後の状況も不透明である。
□	美容室（店員）	・出歩くのを控えている人が多く、時間もあるため、せめてきれいになりたいと、来店する客が増えている。
□	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・休校などに備えて、自習の必要性を感じている保護者もいるが、より環境が整っている塾に入る生徒も出てきている。
□	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスに対する安心感が生まれるまでは、今の状況が続くそうである。
□	住宅販売会社（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染に収束の兆しがなければ、状況の好転は見込めない。
□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・景気が低迷している状況は変わらないため、新築着工や高額なリニューアル案件の成約が増える要素は少ない。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・経済全体の回復が進まない限り、新築市場全体の活気は戻りにくい。新築戸建て市場も低価格物件が中心であり、市場全体をけん引するものではない。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・ショッピングモールでは最低限の来客数がみられるものの、商店街の店舗では、来客数が極端に少ない状態が続いている。当社を含め、商店街やモールの店舗では、スタッフを半分に減らして、店舗を継続する体制ができ上がりつつある。
▲	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・大手飲食チェーンの閉店情報が多数報じられており、今後は販売先の飲食店でも同様の動きが予想される。
▲	一般小売店〔花〕（店長）	・終わりになき新型コロナウイルスショックで、厳しい状況となる。

▲	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの感染動向は予測が付かないものの、ファッション関連では取引先のショップの撤退、商品の大幅な減産が予想される。また、客のライフスタイルの変化により、スーツなどのビジネス関連商材が苦戦するほか、防寒商材も苦戦が予測される。主力商材の悪化を補うための売上確保は、困難となりそうである。
▲	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの影響への対応が今後どうなるかで、見通しが大きく変わる。現状は、人の移動が増えれば感染者数が増加する可能性が高いため、景気の劇的な改善は今のところ見通せない。
▲	百貨店（マネージャー）	・秋から冬にかけては、インフルエンザを含む感染症への不安から、来店モチベーションが下がりそうである。大型の催事の復活も予定しているが、3密対策で集客を制限するため、売上が飛躍的に伸びる見込みは薄い。
▲	百貨店（宣伝担当）	・ワクチンが開発されて、全世帯に行き渡る状況にならない限り、以前の水準に戻ることは予想しにくい。取引先の秋冬商材の生産や、雇用にも影響が出始めており、予断を許さない。
▲	百貨店（売場マネージャー）	・当社だけを見ると、9～2月の下期は、北海道物産展やその他の物産展といった集客催事が開催できない。また、年末年始における歳末売出しや福袋なども中止となるため、更に来客数が減る可能性がある。
▲	スーパー（店長）	・夏のレジャーシーズンが終われば、更に行動範囲が狭くなり、消費も減ると予想される。
▲	スーパー（経理担当）	・給付金の影響により、家計の貯蓄残高が一時的に増加したが、今後はボーナスの減額や新型コロナウイルスによる所得減少への不安から、節約意識の高まりが予想される。それに伴い、節約しやすい食費の減少が進む恐れがある。
▲	コンビニ（経営者）	・このまま感染者が増えれば外出が減るため、今よりも悪くなると予想される。
▲	コンビニ（店長）	・長引く新型コロナウイルス対策も、特に目に見える効果はなく、新しい生活様式に加え、実際の収入減少の影響も単価に反映されそうな気がする。
▲	家電量販店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が収束する可能性は薄く、所得が減る家庭が出ることで、消費を抑える傾向が一層強まると予想される。
▲	家電量販店（店員）	・リフォーム関連の商品を扱っているが、最近ではインターネットでの問合せの増加とともに、価格に対する評価が更に大きくなっている。内容よりも価格重視となり、初回の商談にまで至らないケースが増えている。
▲	家電量販店（企画担当）	・消費者の収入が落ちており、秋に向けて耐久消費財の買い控えが起こるとの予想から、先行きが不安である。
▲	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第2波や、インフルエンザの感染状況にかかっている。实体经济には、徐々にマイナスの影響が出てくると予想される。
▲	乗用車販売店（経営者）	・車検や一般修理の依頼は、例年どおり入ってきているが、新車の販売がほとんどない。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・生活必需品の売上は上向きであるが、自分用のプラスアルファの購入は余り動きがない。例えば、化粧品などは売上が激しかったり、以前よりも万引きが増えているため、世間の景気は悪くなっていると感じる。
▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・対策を講じようにも、新型コロナウイルスの感染が落ち着かないため、全てが消極的になる。日々の出費はかさむのに対し、収入の増加には期待ができない。
▲	観光型ホテル（経営者）	・9月以降は団体客が主力となるが、今年はほぼ予約が見込めない状況のため、苦戦が必至である。Go To Travelキャンペーンと絡めて、いかに個人客にアピールできるかが勝負の分かれ目になる。
▲	観光型旅館（経営者）	・県内の観光キャンペーンは9月で終了するため、10月以降の売上は落ちると予想される。
▲	観光型旅館（団体役員）	・新型コロナウイルスの感染収束がみえない状況であり、7～8月の繁忙期以降は閑散期に入るため、先がみえない。
▲	都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第である。

▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルスに対する人々の心配が、少しでも安心に変わることで、自粛の動きが、引き潮から満ち潮に変わる可能性はある。
▲	タクシー運転手	・この状態では、また景気が下向きになる。
▲	通信会社（経営者）	・イベントや建築関係が低迷している。
▲	テーマパーク（職員）	・景気が良くなるような経済政策がないなかで、何がどう転べば景気が良くなるのか、疑問である。何もしなければ状況も好転しないのは、当たり前のことである。
▲	その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、いつも暖かい時期は来客数が増えるが、今年は新型コロナウイルスの影響もあり、思うようには伸びていない。そのため、秋になれば更に悪くなる。
▲	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第2波、第3波への懸念による、消費マインドの悪化が気になる。
▲	住宅販売会社（従業員）	・实体经济の落ち込みやテレワークの定着などにより、オフィスの縮小や賃料の値下げが進むと予想され、不動産業の収益悪化が顕著になる。
▲	その他住宅 [展示場]（従業員）	・新型コロナウイルスの影響で、3密となる集客イベントが実施できないため、住宅展示場への集客数の回復は期待しにくい。
×	一般小売店 [衣服]（経営者）	・衣料品の需要期である秋冬に入っていくが、今後の新型コロナウイルスの感染状況は読めず、これまで以上に流行するのではないかと心配している。そうなれば、再び休業する方向になるかもしれない。仮に休業が避けられたとしても、生活必需品ではない衣料品店に来店してもらえなかろうかも不安である。先が全くみえないため、不安が大きい。
×	一般小売店 [花]（店員）	・新型コロナウイルスの影響が長引き、ますます購買意欲が下がっていくと予想される。
×	百貨店（企画担当）	・9月以降に気温が下がっても、新型コロナウイルスの影響は続く。さらに、百貨店の主力商品である衣料品の秋物製品が、メーカーの休業などの影響で不足することが予想される。消費者が外出を控えるため、百貨店で扱う商品の販売は低迷する。
×	百貨店（営業推進担当）	・企業業績の悪化による個人消費への影響が出てくるのはこれからである。9～10月に発表される、第2四半期の業績悪化による所得への影響が出てくれば、支出が更に引き締められる。また、新型コロナウイルスの影響が短期では終わらないことが明らかになればなるほど、サプライチェーンへの影響も出るため、当面は好材料がない。
×	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染の収束が長引けば、更に様々な業種の業績や雇用に大きな影響が出て、景気は低迷する。
×	スーパー（店長）	・アパレルや旅行、飲食関連の取引先、テナント会社からは、このままでは経営がもたないという声が聞こえてくる。
×	衣料品専門店（経営者）	・客は外に出て買物をしなくなっている。家から出ないように、買物に行かないように宣伝されているため、服を買う意欲や、外出する意欲が失われている。こちらは服を売らなければ、お金にならない。
×	衣料品専門店（経営者）	・大人数での会合がほとんどなくなり、良い服を着る機会がなくなっているため、アパレル業界は厳しい。
×	家電量販店（人事担当）	・秋以降も新型コロナウイルスの感染拡大による外出の自粛が予想されるが、巣籠り需要については一巡したと考えられる。新たな需要の創出が望まれるが、スポーツや音楽などの各種イベントも自粛の可能性があり、今後は厳しい状況が続くと予想される。
×	乗用車販売店（経営者）	・欧米や日本は、新型コロナウイルスの感染の封じ込めには完全に失敗した。さらに、日本はGo To Travelキャンペーンで地方の感染者を増やし、全国の消費者のマインドを委縮させ、経済に大打撃を与えている。ワクチンの完成が確認できるまでは、しばらく景気は良くならない。
×	住関連専門店（店長）	・新型コロナウイルスの影響が全く回復していない。高額受注を見込める客が激減したまま、戻って来ない。
×	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・この先の感染の収束は想像が付かない。新型コロナウイルスとの共生を考えても、購入層は若年層よりも感染の危険性が高い高齢者の割合が大きいため、来店や催事への来場は期待できない。

	×	その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が続き、先行きの不安もあって客の購買意欲が低下している。各店舗も売上の見通しが立たず、仕入れを控えるという悪循環が生じ、売上が低迷する。
	×	一般レストラン（経営者）	・飲食店を中心に、今よりも閉店や倒産する店舗はまだ増えそうである。
	×	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・ここ2～3か月は、新型コロナウイルスの影響で来客数が減り、景気も回復することはない。今の状況では、ワクチンが開発されない限り良くならない。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・Go To Travelキャンペーンの利用者数も少なく、客室の稼働率は低水準で横ばいとなっている。宴会場についても、セミナーなどの開催はあるものの、人数を制限して懇親会は行わないケースが多く、売上の増加にはつながっていない。レストランは、5名以上の会食禁止の要請が出た直後からキャンセルが相次ぎ、2～3名の食事会の予約が入っているのみとなっている。
	×	旅行代理店（店長）	・新型コロナウイルスの影響のうち、改善できる物が全く見当たらない。感染者が少し減少しているものの、先行きがみえない不安なかで生活している。企業の状況も悪化し続けており、今後どうなるかは分からない。
	×	観光名所（企画担当）	・全く先がみえない状況である。感染が収まったとしても、回復が進むかどうかは分からないため、非常に不安である。
	×	住宅販売会社（経営者）	・住宅需要が減少傾向となり、相場も崩れてくる。
	×	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）	・新型コロナウイルスの影響で悪くなる。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・現在は新型コロナウイルスの影響で、全産業が停滞しているが、新規の取扱商材が販売、供給共に予定が固まり、増収増益となることが期待できる。
	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・良くなることはないが、当社が持つ紫外線やオゾン関連の技術を、10月7日から開催される見本市に出展する予定である。運よく売れるかもしれないが、新型コロナウイルスの影響が予想以上に続けば、見本市は流れるため、予測には加えられない。
	○	化学工業（経営者）	・全体的に受注は少しずつ回復しているが、飲食店向けやホテル向けの業種は依然として悪く、今後は底割れも懸念されるため、余り過度な期待はできない。
	○	化学工業（管理担当）	・取引先からは、9月以降は発注量を増やすとの情報が多い。
	○	金属製品製造業（経営者）	・自動車関連の受注内示では、稼働率は年末に掛けて80%まで回復しそうである。
	○	金属製品製造業（開発担当）	・冬になると忙しくなる。
	○	金属製品製造業（営業担当）	・9月以降も、少しずつではあるが受注状況に回復傾向がみられる。
	○	建設業（経営者）	・回復ペースが緩やかなため、元に戻るには時間が掛かるが、動き出しそうである。
	□	繊維工業（総務担当）	・消費が減少気味であり、集客が進んでいない。また、催事の時期が先延ばしとなっているほか、期間の延長で経費負担が増えている。
	□	繊維工業（団体職員）	・当産地の最大の需要期である、年末需要への動きが全く予測できない。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・更なるコストダウンの動きが加速し、印刷費といった削減しやすい経費は影響を受けると予想される。
	□	化学工業（企画担当）	・利益が出るはずであった土産用の菓子が、インバウンド需要がゼロになったため壊滅的な状況になっている。国内の食品需要も低迷しており、この状況は大きく変わらないと予想される。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・国内のメーカー、商社からは新たな引き合いがきているなど、極端な落ち込みはないように感じる。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・今も外出が若干自粛される傾向にあるが、家電の販売はそこまで落ちておらず、しばらくは現状維持が見込まれる。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が増えず、引き合い件数も少ない。	
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・今後、新型コロナウイルスの影響が出る可能性がある。	

□	建設業（経営者）	・現状は、応急修理などのどうしても必要な工事が多いが、新型コロナウイルスの打撃を受けた企業の設備投資は慎重である。それでも体力のある企業は、設備投資を粛々と続けると予想される。
□	輸送業（商品管理担当）	・例年は夏が終わると売上が減るが、今年は売上が変わらなかったため、このまま変化がないか、少し悪くなる。
□	輸送業（営業担当）	・通販関係の荷物の増加に対応するため、人員を増やしたが、利益の少ない状況はしばらく続きそうである。
□	輸送業（営業担当）	・今後は新型コロナウイルスの影響も少なくなり、例年どおりの売上に戻る。
□	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新型コロナウイルスの影響で、身の回りの動きが控え目になっているが、この環境に慣れてきたことで、何とか営業を継続できている。新型コロナウイルスの感染が収束し始めなければ、今の様子は変わらない。
□	広告代理店（管理担当）	・常に新型コロナウイルスの動きを確認し、取引する状況は変わらない。
□	広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が続く。
□	広告代理店（営業担当）	・多くの業種で、広告が以前のレベルに戻るまでには、まだ時間が掛かりそうである。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・まだまだ景気が良くなることはない。
□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・新型コロナウイルスのワクチンが開発、実用化されない限り、外出を控える動きは続く。さらに、秋から冬に流行するインフルエンザも、更なる景気悪化につながると予想される。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で難しくなっている。感染が収束するまでは、今のような状態が続く。
▲	食料品製造業（従業員）	・業務用が回復すれば、売上がプラスとなるのは間違いないが、引き続き外食需要は自粛ムードとなるため、悪いままとなる。
▲	食料品製造業（営業担当）	・今後は気温が下がるにつれて、新型コロナウイルスの感染が拡大する可能性があるため、消費は少し悪くなる。
▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先からは、増産に関する情報がない。
▲	一般機械器具製造業（設計担当）	・飲食店などの景気が回復しそうにない。
▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・緊急事態宣言は解除されたが、依然として新型コロナウイルスの感染収束の見通しは立たない。首都圏との往来自粛や海外渡航の禁止が続き、展示会の開催などに支障を来しているなど、影響は長期化する。
▲	建設業（経営者）	・分譲住宅も秋以降の客の動きが鈍く、業者間の競争が激しくなっている。
▲	通信業（管理担当）	・新型コロナウイルスの影響で更に悪化すると考えられる。
▲	金融業（営業担当）	・大阪府内での感染拡大により、大きな影響が出る。
▲	金融業（副支店長）	・景気の状態は、政府の新たな支援策がなければ、回復に時間を要すると予想される。
▲	司法書士	・季節的に新型コロナウイルスの影響が更に拡大するため、経済活動への制約が多くなることが懸念される。
▲	経営コンサルタント	・今の状態が続けば、中小企業は新型コロナウイルス対策での支援金や給付金を使いきり、廃業せざるを得ないケースが増え始めると感じている。
×	繊維工業（総務担当）	・2～3か月先の製造、販売の見込みは、現状よりも悪化すると判断している。根本的な問題は、新型コロナウイルスの感染拡大で今年前半に出た大量の在庫であり、それを処理する間は、新たな製造や販売が期待できない。
×	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの問題が、営業や企業活動の大きな妨げとなっている。新型コロナウイルスの問題の根本的な解決が、上向きに転じる条件になる。
×	一般機械器具製造業（経営者）	・現在は既に最悪の状況であるが、今後は異次元の不景気となるおそれがあるため、ここ数か月は更に悪くなる。
×	不動産業（営業担当）	・今後も新型コロナウイルスの感染が収まらない限り、景気の悪化は続く。飲食もできず、アパレル関連も購入する動機がなくなっているため、今後も悪くなる。

	×	経営コンサルタント	・当社も取引先も、これ以上は悪くなりようがない。政府からの給付金を利用しながら、何とか耐え忍んでいる。感染の早期収束が待たれるが、先行きの見通しは立たない。	
	×	その他非製造業〔商社〕 (営業担当)	・季節性インフルエンザが流行する時期に入らないうちで、新型コロナウイルスの影響がどのような事態を引き起こすのか、想像ができない。ただし、良い影響でないことは確かである。	
	×	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の収束時期が見通せず、経済状況も非常に悪い。	
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	
	○	人材派遣会社(支店長)	・新型コロナウイルスの感染状況次第であるが、下半期に向けて、徐々に回復すると予想している。	
	○	人材派遣会社(役員)	・新型コロナウイルスの存在を冷静に見直し、経済活動を再開する動きが高まってくると期待している。	
	○	人材派遣会社(営業担当)	・多少ではあるが、求人件数が持ち直していることもあり、予断は許されないものの、2～3か月で多少は良くなると予想している。	
	○	民間職業紹介機関(営業担当)	・年末調整の事務など、季節的な業務が増える。	
	□	人材派遣会社(営業担当)	・求職者の動きから、求人の増加は感じられるものの、求人案件の受注は難しい状態である。	
	□	新聞社〔求人広告〕(営業担当)	・やはり年内は先行き不透明な状況が続くと感じる。営業先で話を聞いていても、劇的に改善したという話はなく、何とか今の状況と折り合いをつけて、手探りで業務を続けている企業が多いように感じる。	
	□	新聞社〔求人広告〕(管理担当)	・新聞広告の求人数が縮小均衡を続ける状況に、大きな変化はない。新型コロナウイルスの感染第2波の到来が指摘されるなか、Go To Travelキャンペーンも、関西の観光に期待どおりの貢献はしていないと感じる。政府も自治体も新型コロナウイルスと共存する施策を選択しており、当面は景気の底のような状況が続くと予想される。	
	□	職業安定所(職員)	・求職者の動きが活発化しており、新規求職申込件数は前年比で10%程度増え、窓口での相談件数も30%程度増えている。その一方、求人は激減傾向にあるため、当分はミスマッチの拡大が懸念される。	
	□	職業安定所(職員)	・業績の悪化による希望退職や、新型コロナウイルスによる先行き不安で退職者が増えており、新規の求職が若干増える傾向にある。	
	□	職業安定所(職員)	・今まで無資格者や未経験者を含め、広く採用していた飲食業者が、今後は経験などで募集を絞っていくという声がある一方、建設土木業で1～2年ぶりに求人の提出があった企業や、初めて求人を申込み企業があるなど、今後の求人動向は不透明である。	
	□	民間職業紹介機関(職員)	・求人数は少しずつ増加傾向にあるが、新型コロナウイルスの感染者数の収束傾向はみられない。	
	□	民間職業紹介機関(支店長)	・6月頃との比較では、新型コロナウイルスの影響による求人の減少は止まり、やや回復基調にある。ただし、リーマンショック時ほど減少幅は大きくないものの、その後の回復幅も小さく、横ばいか、小幅の改善傾向が続くため、当面は低位安定の状況が続くそうである。	
	□	学校〔大学〕(就職担当)	・全てが不透明で、先行きの判断が困難である。	
		▲	人材派遣会社(経営者)	・10月からの派遣需要は先細りしそうである。派遣社員を上手に使っている企業は、的を絞って良い人材を確保する傾向にある。テレワーク関連の企業を中心に、今後はこの傾向がますます強くなる。
		▲	職業安定所(職員)	・新型コロナウイルスの感染第2波の影響が懸念される。
	▲	民間職業紹介機関(営業担当)	・緊急事態宣言が解除された後も、企業には採用者数を厳選する動きがある。また、22年卒の新卒採用を見越したインターンシップでは、5日以上就業体験の実施が対面では難しく、実施する企業数が減る傾向にある。ただし、1日単位の業界研究セミナーを実施する企業が増えるなど、早めに質の高い学生を確保し、採用数自体は増やさない可能性がある。	

	×	新聞社 [求人広告] (担当者)	・まだまだ新型コロナウイルスによる業績悪化の影響は続く。特に、関西の地元企業については、小売や旅行関連といった個人向け業種の動きが全くみえない。
	×	学校 [大学] (就職担当)	・新型コロナウイルスの影響で企業の業績は悪化し続けており、効果的な対策も講じられていないため、どんどん景気は悪くなる。