

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)	◎	スーパー（店長）	お客様の様子	・当店は大阪市内の店舗であるが、年末は帰省をしなかった子育て世代の客が多く来店した。また、外食を控えたと考えられる客が買物に訪れ、売上が大きく伸びている。
	◎	通信会社（社員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大に連動して、インターネット契約は伸びている。テレワークや遠隔授業の影響で、1ギガバイト以上といった通信容量の大きな回線への切替えが進んでいる。
	○	一般小売店〔時計〕（経営者）	単価の動き	・来客数の変化はないが、平均よりも高額な時計の修理があったため、全体の数字を押し上げた。相変わらず新しい時計の購入はほとんどなく、景気が良いとはいえないが、今月は来客数の割に、良い売上となっている。
	○	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、年末年始を家庭で楽しむ傾向が目立ち、クリスマスケーキやおせち料理の受注が拡大している。特に、おせち料理については20万円台の商品が真っ先に売り切れた。旅行や行楽への消費が家庭内での消費に振り替わった様子で、株高を背景に特選ブランドや宝飾品の動きも好調である。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・売上は底を打ち、気温の低下やプレセールを経て、冬物衣料への需要がはっきり出始めている。年末年始の巣籠り消費や、近場への外出に合わせ、カシミアセーターなどの高額商品にも動きが出てきている。
	○	スーパー（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者数が急増し始めた12月中旬から、買上点数、単価共に上向き始めた。年々減少していたクリスマスケーキの予約が大幅に増え、おせち料理も早々に売切れとなっている。帰省や遠出をせずに、家族で過ごすクリスマス・年末年始の影響で、少量で少し良い物がよく売れた。ただし、帰省が多い地区では、歳末商戦は若干苦戦している。
	○	スーパー（店員）	お客様の様子	・年末は家で過ごす人が多いようで、大量に買物をする客が多い。箱売りのみかんなどもよく売れている。
	○	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大や、Go To キャンペーンの停止もあり、年末年始に向けた巣籠り需要の増加や、家庭内での食事の増加傾向がみられる。実際に、おせち料理は23日で完売となっており、おもてなしの寿司関連の予約も、前年を大きく上回る動きとなっている。
	○	スーパー（社員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染を避けることで、肉食需要が増える動きは依然として続いており、食品部門は堅調である。特に、正月用のおせち料理の予約が前年よりも大きく増加するなど、多くの店舗では店頭が活況となり、多くの客でにぎわっている。
	○	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で外出の自粛が話題となっているが、年末ということもあり、来客数は前年並みとなっている。感染を予防すれば外出も問題ないという風潮が、若干進んでいるような気がする。
	○	都市型ホテル（フロント）	来客数の動き	・当社は大阪市外のため、Go To Travel キャンペーンで大阪市が除外となったことで、稼働が著しく改善している。
	○	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9489円で、3か月前の8985円よりも上がっている。
	○	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の12月の来場数は、前年並みに戻ってきている。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・12月に入ってから、売上が一段と悪くなっている。
	□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・11月の後半から来客数が徐々に減少し、12月になっても少ないため、状況は厳しい。
□	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影響で、年末年始の例年の動きと異なり、売上につながる動きが鈍い。新年から年度末に掛けて、先行きがかなり思いやられる。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売上は横ばいの動きであるが、前年に比べると20%ダウンしている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔呉服〕（店員）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で振り袖の動きが少なく、販売に至っていない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・外部環境は新型コロナウイルスの感染再拡大の影響で悪化しているが、来客数の減少は全く感じられず、ここ2～3か月は堅調に推移している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（サービス担当）	単価の動き	・今月も状況は変わらず、来客数は前年の27%減、売上は20%減となっている。状況は3か月前とほぼ変わらず、今月は特に新型コロナウイルスの感染拡大で来客数が減り、厳しい状況であるが、予算措置によって目標はクリアしている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	販売量の動き	・自宅での需要の落ち込みは少ないが、アパレル関連の需要は落ちたまま戻らない状況が続く。今まで購入してきた物で足りている状況が考えられる。Go Toキャンペーンなど、新型コロナウイルスの感染予防を万全にすれば外出しても問題ないという風潮が戻らなければ、売上は今後もかなり厳しい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が拡大を続けているため、高齢者を中心とした客の来店が落ち込んでいる。一部の富裕層による、高額の宝飾品や海外ブランド品の購入は好調であるが、全体の落ち込みを補うまでには至らない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数の増加で、12月初旬から入店客数が大幅に減少し、この時期の主力商材である服飾雑貨関連の売上は前年比で80%台となった。ボーナス商戦も縮小し、混雑の回避でギフト市場も分散し、苦戦を強いられている。そのなかで、新たに開始したクリスマスケーキの宅配サービスや、デジタル化したサービスは客の反応も良く、今後の百貨店の在り方につながる兆しを感じられる。また、インバウンドがいない状況で、コスメ関連も徐々に回復傾向にあり、今年は男性客の増加によるギフト商戦の拡大がみられた。また、郊外店舗は足元で客の買い回りがみられ、ギフト商戦も含めてやや好調に推移するなど、明るい材料となっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・府の警戒信号が赤となって以降、飲食テナントを中心に集客の厳しい状況が続いているが、クリスマス商戦や年末商戦については、さほど大きくは落ち込んでいない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・売上前年比の推移は、9月が22.6%減、10月が0.4%増、11月が12.5%減となっている。また、来客数は9月が16.1%減、10月が10.0%減、11月が17.7%減であった。売上、来客数共に、10月は一旦戻り気味であったが、11月中旬からは新型コロナウイルスの感染第3波によって減少傾向にある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・正月飾りなど、なくても問題のない商品の売行きが悪化してきている。
<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による巣籠り消費が継続している。
<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第3波に伴う、外出の自粛や営業時間の短縮要請で、内食需要が高まっている。帰省やパーティーなどのイベントは減少したものの、年末商戦は一定の盛り上がりを見せている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・来客数は前年割れが続いているが、客単価の上昇により、売上は前年を上回る状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	お客様の様子	・前月と変わらず、近隣の客がいつもの買物に来店している状況で、レジャーや旅行関連の客は少なめである。例年のバタバタした感じの年末とは様子が異なる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染増加の影響もあり、クリスマスケーキがよく売れたが、全体的に売上の伸び率は変わらない。

□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・様々なキャンペーンが中止になり、客の動向にも余り変化がない。元々減少傾向にあったため、現状維持の状態ともいえる。年末年始の客の動きは、やはり少ないと感じる。
□	衣料品専門店（営業・販売担当）	来客数の動き	・近所の飲食店では、夜間の来客がなくなっている。
□	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・巣籠り消費は一旦落ち着いたが、季節が冬に変わったことで、リモートワークに必要な1人用の暖房などの需要が新たに生まれている。
□	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	販売量の動き	・Go Toキャンペーンの停止や年末の帰省に対する自粛要請もあり、量販店の来客数は増加気味であった。ただし単価はそれほど上がらず、やはりクーポンなどがなければ難しい。単価の安い商品の売行きは良いため、今後はデフレ傾向が進むと予想される。
□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、年末年始の人の移動が抑制され、一時的に回復基調にあったガソリンの販売量にも影響が出ている。
□	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	・例年は新カタログが出ると受注量が増えるが、今回はそれほど動きがなかった。マスクや体温計などの受注も落ち着いている。
□	旅行代理店（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大と、Go To Travelキャンペーンの一時停止が、最も大きな問題である。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・寒くなった影響や、外出自粛の要請もあり、レジャーに関する動きは減っているが、通院などの必要な需要については動きがみられる。
□	美容室（店員）	来客数の動き	・今月20日以降は来客数も増えたように感じたが、新型コロナウイルスの感染者数が増えたというニュースで、キャンセルも入っている。当店はターミナル駅にあるため、来店を控える人もみられる。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・新築の不動産市場では、マンションは高額物件を中心に富裕層の動きが活発化している。株高による資産の組み替えも出ている。戸建て住宅についても、夏～秋頃に比べると落ち着きがみられるものの、例年に比べると活況といえる。新型コロナウイルスの影響で在宅時間が延び、住まいへの関心が高まっているほか、今後を見据えた購入時期の前倒しの動きもみられる。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・例年は冬物衣料が大きく動く時期であるが、このところは来客数、販売量共に前年比で減少している。
▲	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響を受けており、食堂関係は非常に悪いようである。ゴルフ場も会食がないため、客単価の伸びない状況が続いている。
▲	一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響に加えて、たばこの値上げによる影響が出ている。
▲	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は目標を達成する見込みであるが、目標は前年割れの数字である。新型コロナウイルスの感染拡大に伴う規制で、客が外出を控える傾向が強まり、数か月前よりも売上の回復ペースはダウンしている。富裕層を対象とした高額商品や食品は安定しているものの、その他の商品は厳しい状況となっている。
▲	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・12月24日までの実績で、来客数は前年比8.8%減と苦戦しているが、担当している食料品の売上は、3.9%増と好調を維持している。ただし、新型コロナウイルスの感染急拡大で、都心店は、春先と同様に入店数が激減している。やはり、感染の収束が見込めなければ、本格的な回復には程遠い状況であると感じる。

▲	百貨店（商品担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルスの感染第3波による、飲食店の営業時間短縮やGo To Travelキャンペーンの停止などで、外出自粛の機運が高まり、一部で持ち直しかけた来客数や売上が大きく悪化した。ただし、月後半は迎春に向けた需要や、元々当店はインバウンド利用が少なかったこともあり、少し改善している。全体としては、都心店よりも郊外店が好調で、店頭販売よりもインターネット販売が好調である。また、食品や子供服、書籍・文具などが比較的順調に動いている。</li> </ul>
▲	百貨店（営業推進担当）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> <li>12月前後から事業の休止や店舗の撤退が増加傾向にある。理由の多くは、新型コロナウイルスによる収益の悪化に伴う、事業の整理や再編である。また、過度な人員削減の影響で、営業時間の短縮要請が増加している。新型コロナウイルスの感染第3波によって更なる収益の悪化が懸念されるなか、今後もこのような要請は増加が見込まれる。</li> </ul>
▲	百貨店（販促担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルスの感染第3波が大きくなり、来客数が減少したほか、消費マインドの減退も目立っている。巣籠り消費向けのクリスマス関連の食品は好調であるが、ファッション関連は全体的に苦戦している。高額品に関しても、株価が高い割には鈍い動きである。</li> </ul>
▲	百貨店（特選品担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>飲食関連の時短営業に伴い、来店客の帰る時間が以前よりも早くなっている。以前は20時の閉店時間まで客がいたが、今は19時にはほとんどの客が帰る。本来12月は入店客数が多く、長く店舗に滞在し、帰る時間も遅かった。今年は客が入っていると実感できる時間帯が、午後から夕方過ぎまでと、3か月前に比べてかなり短くなっている。</li> </ul>
▲	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルスの感染拡大が11月後半から顕著になり、企業業績の悪化による雇用情勢の変化などで、客の買物が価格中心の慎重な選択消費となっている。クリスマス商戦も一部の特選品を除き、国内の現金客が前年比20%減と苦戦している。唯一、おせち料理だけが売上げ増となっている。</li> </ul>
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルスの感染第3波で、夜間の来客数が激減している。依然として衣料品や化粧品、旅行関連の回復がみられない。</li> </ul>
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルスの感染第3波以降、来客数の減少もさることながら、食品以外の衣料品や住関連商品の売上が鈍くなっている。また、食品を中心とした正月商材が、帰省が少ないこともあり、販売点数や単価の悪化が著しい。</li> </ul>
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>浪費を避けるようになるなど、客の意識が完全に変わってきている。</li> </ul>
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>12月に入って、新型コロナウイルスの感染者が増えたため、より一層テレワークが増え、来客数が前年比で7%減少している。</li> </ul>
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルスの感染者の増加により、周辺企業のリモートワークが再び増えたようである。朝の通勤時間や、ランチタイムのピーク時の来客数が大幅に減少している。</li> </ul>
▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>大企業が在宅勤務に切り替えているため、店舗に客が来ない。</li> </ul>
▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>12月初旬には大阪でも営業時間の短縮要請が出された。3か月前の景気がやや上向きになった頃比べると、来客数が減少してきている。</li> </ul>
▲	家電量販店（店員）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>必要最小限の買物が中心であり、ついで買いの動きが減っている。また、インターネットなどで基本的な情報を得ており、商談時間も短くなっている。</li> </ul>
▲	家電量販店（店員）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> <li>利益率の高い商品が余り売れず、低い商品がよく売れている。</li> </ul>
▲	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>来客数が少なくなっており、中古車のインターネット経由の問合せも減っている。</li> </ul>

▲	乗用車販売店 (営業企画)	販売量の動き	・来客数の減少が止まらず、高額品の売行きが悪化している。
▲	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影響で、経済活動が以前に比べるとやや鈍くなっている。新型コロナウイルスの影響が長引いているため、その不安もあるようである。
▲	その他専門店 [医薬品] (経営者)	競争相手の様子	・医薬品や日用雑貨の小売では、同業者の出店もあり、販売競争が厳しさを増している。さらに、新型コロナウイルス対応商品の供給が増え、マスクや消毒薬、アルコールなどの価格は下落傾向にあるため、利益率は下がり気味である。
▲	その他小売 [インターネット通販] (経営者)	来客数の動き	・年末商戦も、新型コロナウイルスの影響や商店街のイベントの減少で、来客数は減少傾向にある。
▲	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第3波による予約のキャンセルに加え、時短営業の要請による影響が大きく、非常に苦しい年末となっている。
▲	一般レストラン (店員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響でテイクアウトが増えると予想していたが、それほど増えていない。Go To Eat キャンペーンの利用もそれほど多くない。
▲	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大の報道で予約のキャンセルが増え、特に忘年会の予約は皆無となっている。
▲	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・Go To Travel キャンペーンの大阪での停止で、一気に利用が激減している。
▲	旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・Go To Travel キャンペーンの一時停止により、大規模なキャンセルが発生している。予約のキャンセル作業で業務は繁忙であるが、数字は残らず、社員のモチベーションが大きく下がっている。一時停止期間だけではなく、周囲の目もあり、先の予約もキャンセルする客が増えている。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・現状は表現しようがなく、言葉が出ない。
▲	通信会社 (企画担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響がまたひどくなっており、製造業の取引先からは売上が厳しいという声が多い。そのため、予算の削減を検討するケースも多くなっている。
▲	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・来場者が増えるようにイベントを企画するが、来場者が来すぎないように運営で制御する。こういった無駄なマッチポンプを、一体何と呼べばよいのか。現状は徒労感しか感じられない。
▲	観光名所 (企画担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で大幅に減少した来客数は、少しであるが回復傾向にあったが、感染第3波によって再び減少している。
▲	その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	お客様の様子	・クリスマスケーキやおせち料理の予約は活発であるが、全体的には新型コロナウイルスの感染第3波が顕在化した11月下旬から、状況は悪化している。ただし、都心の店舗に比べて郊外店は堅調であり、近場や県内での消費にシフトしている。
▲	美容室 (店長)	来客数の動き	・来客数は相変わらず減っているが、新しい客が若干増えているため、化粧品の動きは堅調である。
▲	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	お客様の様子	・年度末を前に、退会者がちらほら出ている。
▲	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染収束の見通しが立たず、資金確保のために、資産の売却を検討する企業が出始めている。
▲	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大により、分譲マンションのモデルルームへの予約キャンセルが増えるなど、集客は減少傾向にある。
▲	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、契約までに時間が掛かる。
▲	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	・金融機関の融資審査が厳しくなっている。

▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	販売量の動き	・冬のボーナスが例年と比べて1割少ない。今年は新型コロナウイルスの対策費用で数百万円の出費が増えたため、やむを得ないものの、やはり厳しい。
×	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	お客様の様子	・今月に入り、かつては月に1～2件であった店舗の閉鎖や廃業の連絡が、12月に入って10件以上に急増している。また、注文回数や1回当たりの注文量、金額が悪化した客が増加している。
×	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる外国人への売上の消失で、売上全体が大きく減少している。さらに、大阪府内での感染者数の増加による営業時間の短縮要請や、外出自粛の呼びかけで来客数が減少し、売上は更に減少している。
×	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・12月になっても、入店客数は変わらず低調であった。年末はやや持ち直したものの、全体を押し上げるほどではない。
×	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感染第3波の到来で、京都も1日の感染者数が100名を超えるようになった。11月には入店客数が前年比で20%減まで持ち直していたが、再び30%以上の減少となっている。特に、主要購買層の1つであるシニアの来店が減っており、売上に影響が出ている。
×	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、日ごとに入店客数が減少している。特に、当社の主要客である年配客の来店が極端に減少している。若年客は比較的来店がみられるが、店頭とインターネットで価格を比較するなど、買い方も今まで以上にシビアになっている。
×	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・忘年会が中止になるなど、飲食店の売上が減少している。
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・10～11月に掛けて来客数は少しずつ戻っていたが、12月に入って急激に落ち込んでいる。また、外出時に着るアウターが売れなくなっている。
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が1日で100名を超えると、来客数が前年比で50%以下になる。外出用の衣服の品ぞろえが中心の当店にとっては、厳しい状況である。
×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・巣籠り消費で売れる商品には偏りがあり、在庫の不足や需要予測の誤りで、機会損失も出ている。消費動向や来客数をみながら、インターネット販売やホームページアクセス数なども分析することが鍵を握る。
×	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・予算と実際の価格に差があると、すぐに購入を諦める客が加速的に増えている。
×	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・12月は、例年であれば平月の倍の売上が確保できるが、飲食店の時短営業や忘年会の中止などにより、平月以下の売上となっている。食品の卸売会社には、時短営業などに対する国の補助がなく、売上の減少を補う手段がないのが現状である。
×	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	競争相手の様子	・この業界では収入に期待がもてず、別の業種に手を広げる計画などを耳にする。
×	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染第3波による外出自粛要請が出てから、客の動きに鈍さが目立つようになっている。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・外出の自粛要請もあり、夜の来客数は激減している。また、昼間の来客数は、前日の新型コロナウイルスの感染者数が影響するケースもあった。他店の様子を見ると、営業時間の短縮要請に応じず普通に営業している店ほど、にぎわって繁盛している。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・12月は忘年会の予約が入らず、新年会の予約もない。飲食店が時短営業となってからは、関係のない地域でも客が減り、人通りも寂しい状態である。ただし、若年層が中心の店は人が多く、にぎわっている。
×	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・11月から徐々に悪化傾向にあったが、12月に入って営業時間の短縮といった、新型コロナウイルスの感染対策の影響が出ており、更に悪化している。

	×	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの一時停止の発表以降、キャンセルが相次ぎ、多くの予約が消えている。
	×	観光型旅館(経営者)	それ以外	・Go To Travelキャンペーンの一時停止で、大混乱となっている。
	×	観光型旅館(団体役員)	来客数の動き	・10～11月はGo To Travelキャンペーンの効果が顕著に表れて、消費単価も上昇傾向にあったが、年末に全国一斉中止が発表されてからは年末年始のキャンセルが増え、その後も新規予約が入らない状態である。
	×	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの影響で、宿泊に回復の動きが出始めていたが、年末年始の一時停止でキャンセルが相次いでいる。宴会も相変わらずキャンセルが続いている一方、レストランだけが潤っている状況である。ただし、新型コロナウイルスの発生前の水準には戻っていない。
	×	都市型ホテル (客室担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの感染拡大で大阪がGo To Travelキャンペーンから除外となり、キャンセルが増えている。その後、除外期間が延長となった影響で、更にキャンセルが増加している。
	×	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・大阪府が、Go To Travelキャンペーンの一時停止対象になった11月14日以降、新規の予約が減少している。また、年末年始も休止となったことで、例年は高稼働の12月31日や1月1日の宿泊予約は、稼働率が20～30%台と大きく落ち込んでいる。また、レストランや宴会についても、大阪府のGo To Eatキャンペーンのプレミアム食事券の使用自粛要請や、5名以上の宴会、会食の自粛要請により、12月のレストラン売上は前年比で約30%に落ち込んでいる。宴会売上に至っては、前年比で約15%程度に落ち込んでいる。
	×	都市型ホテル (販売促進担当)	来客数の動き	・客室部門、料飲部門共に下向きである。客室部門は前月と同じような動きを見込んでいたが、Go To Travelキャンペーンの停止の影響が大きく、稼働率は20%と前月の47%を下回った。また、料飲部門では、レストランは営業時間の短縮要請や、Go To Eatキャンペーンの自粛で予約のキャンセルが多かった。予約が減少したため、レストランは10日間の営業休止を行っている。
	×	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・景気の動きは、マスコミの報道にも左右されている。
	×	旅行代理店(役員)	それ以外	・年末年始のGo To Travelキャンペーンを利用した旅行がストップし、予約のほぼ100%がキャンセルとなっている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大で外出の自粛が多くなり、客の乗車機会が激減している。昼勤、夜勤共に前年比で50%以上の減収となり、深刻な状況である。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・外出自粛の影響で、タクシーの利用が減っている。特に飲酒での帰宅時の利用など、利用額の多い層が動いていない。
	×	観光名所(経理担当)	来客数の動き	・12月に入った頃から、バスによる来場が減少した。大阪での感染拡大報道とほぼ重なる形で推移している。
	×	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	お客様の様子	・イベント業界では、年末に掛けての新型コロナウイルスの感染拡大により、無観客でのオンライン配信に変更となった。感染状況によってイベントの開催がどうなるかわからず、先行きが不透明であるため、不安が増大している。現状は良い方向に向かっているとは思えない。
	×	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・完全に新型コロナウイルスの影響で、客が動かなくなっている。
企業動向関連	◎	木材木製品製造業(経営者)	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、新規事業が動き出して発注が来るようになり、今までとは環境が変わってきている。

(近畿)	○	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・規模は小さいながら、活発な動きが出始めている。兆候としては悪くなく、少しずつであるが良くなっている。
	○	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連が前年並みにまでV字回復したが、一時的な動きか真の回復か、不安な部分がある。
	○	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上がようやく前年並みとなっている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・以前からの取引先だけでなく、新規客からの問合せも確実に増加している。長い不景気で当社の地力が落ちており、先行きが期待できるほどは増えていないが、確実に実績が上がっていることは、僅かながら感じられる。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・自動車関連メーカーを中心に、設備受注額が増えてきている。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・月初の荷動きは悪かったが、中旬からは少し良くなった感がある。特に、家庭向けは量販店からの依頼で巣籠り消費の増加を想定し、在庫の積み増しを行っている。ただし、期待したようには売れておらず、外食向けの業務用製品もいまだに苦戦している。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスの影響で、本来の受注量の確保はまだ難しい。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前から景気は最悪となっており、その状況は全く変わっていない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で清潔にする意識が高まり、空気清浄機や洗濯機は依然として好調である。テレビやエアコン、冷蔵庫等も、前年を上回る好調な荷動きを示している。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・以前とほぼ変わらない状況である。ただし、問合せなどは、少しずつ増えてきている感がある。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・問合せや来訪の件数は、3か月前と余り変わらない。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で厳しい状況にあっても、財務面で体力のある企業は、先を見据えた先行投資を行っている。全体としては、今必要な改修工事の発注はあるが、先延ばしが可能な工事は、延期や凍結となっている。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・ある商品のリコールが発端で、関係のない商品にまでキャンセルが出ている。
	□	金融業（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、12月の売上が大きく減少している。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体、Web媒体共に、広告売上の前年比が3月以降は70～80%で推移している。
	□	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が厳しくなり、各種規制の延長などにつながっている。年末に加えて、正月以降の広告も見合わせる動きが始まっている。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルス関連の補助金や貸付金が出回っており、市中にはお金があふれている。新型コロナウイルスの影響が少ない取引先は、設備の増強や不動産の取得などを進めている。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・外出の自粛や営業時間の短縮が要請されるなど、良い要素は全くない。強制的に実施を迫られ、2～3か月前よりも悪い状態が続いているため、これ以上は悪くなりようがない。
	□	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	・ここ2～3か月は同じような動きであり、数字に変化はみられない。
	□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・年末年始の挨拶も取引先の都合で行けなくなった。新型コロナウイルスの感染第3波がどこまで影響するのか、全く読めない。
▲	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・感染第3波で新型コロナウイルスの感染者が増えたため、Go To Travelのキャンセルが相次いでいる。年末年始のホテル予約がキャンセルとなることで、飲料水の販売もかなり減少すると予想される。	
▲	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・11月中旬以降、需要が激減したままの状況である。	

	▲	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染第3波の影響で、受注、販売共に減少している。
	▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大のほか、年末年始は通常月と比べても営業日数が少ないため、少しであるが受注量は減っている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注、売上共に、3か月前の6割程度となっている。
	▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染者が減るどころか、全国各地で毎日増えている。取りあえず感染者数が減らなければ、景気の下降に歯止めが掛からない。
	▲	金融業（副支店長）	取引先の様子	・客との会話では、受注状況は3か月前よりも少し悪化しているという声が多い。
	▲	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	・Go To Travelキャンペーンの影響もあり、11月中旬までは売上が前年比で80%半ばまで回復していたが、キャンペーンの停止と新型コロナウイルス感染者の急増により、12月は60%前半まで後退している。
	×	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、店舗の閉鎖が続いている。それに伴って賃貸ビルの空室率が上がり、募集を掛けても決まらない。家賃収入が減少し、銀行への金利などの返済も苦しくなってきたほか、不動産価格や地価が下がっており、景気も悪くなっている。
	×	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	取引先の様子	・来期の予算が削減されるという、取引先からの通達がそろそろ出始めている。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・オーダー数は、11～12月と2か月連続で3か月前よりも良くなってきている。ただし、力強さはない。
	○	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・年度末に向けた駆け込み需要が出ている。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・旅館は景気の回復が見込まれるが、Go To Travelキャンペーンの行方次第である。
	○	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・今年の7月が底で、それ以降は求人数が回復基調にある。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・貿易事務や営業事務など、商品の流通にかかわる求人が増加している。それに加え、リモートワークの対応を進める企業が増えており、関連の求人が増えている一方、少し求職者が減っているため、職に就ける人が増えたように感じる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人倍率は、9～11月まで3か月連続で2倍台となったが、前月に比べて新規求職や求人が減少している。特に、求人は全ての業種で募集の抑制がみられる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・11月の近畿の有効求人倍率は、季節調整値で1.03倍と前月比で0.01ポイント上昇した。11か月ぶりに上昇に転じたが、京都や和歌山では低下するなど全国を下回っているため、回復に転じたとはいえない。業種別には、製造業や卸売・小売業、運輸業は前年比で30%以上のマイナスとなったが、飲食・宿泊、医療・福祉では減少幅が縮小している。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・新卒採用市場では、企業は21年卒の採用はほぼ終了に近い状態であり、22年卒の採用に向けて大きく動いている。そのなかで、21年卒の採用数を減らした企業が、更に採用数を減らすという話は少ない。21年卒の採用数を底とした推移となる見込みのため、3か月前とは変わらない状況となりそうである。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・医療業界を目指す大学なので、新型コロナウイルス禍においても求人は順調で、例年どおり進捗している。周囲の大学とは少し事情が違うようである。
	▲	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・年末にもかかわらず、忙しくない。民間企業の仕事は一段と右肩下がりになっており、どの企業も耐え忍んでいる状態である。一方、公共事業関連は年度末までは忙しく、このままいけば日本経済をけん引していきそうである。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響で、廃業を決断する飲食店などをよく目にする。

▲	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感染者数が増えており、派遣契約の終了件数の増加が止まらない。
▲	新聞社〔求人広告〕 (管理担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で落ち込んでいた飲食や宿泊などの求人が、最近の感染第3波やそれに伴うGo To Travelキャンペーンの一時停止、時短要請などで更に減少している。感染の拡大になかなか歯止めが掛からず、一時に比べるとやや悪化している。
▲	職業安定所(職員)	求人数の動き	・飲食業や製造業などで、引き続き新規求人数の減少傾向がみられる。
▲	職業安定所(職員)	求人数の動き	・11月の新規求人数は前年比で31%減と大幅な減少となり、一向に回復の兆しがみられない。特に、生活関連サービス業は75.9%減と大きく落ち込んでおり、製造業、卸売・小売業、宿泊・飲食業、医療・福祉業なども軒並み30%以上の減少となっている。12月に入ってから、減少傾向は続いている。
×	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	それ以外	・新聞広告の推移をみると、4～5月の最悪な状況は脱したものの、まだまだ悪いままである。出稿の動きは前年比で60%ほどとなっている。
×	学校〔大学〕 (就職担当)	求人数の動き	・人手不足の業界は採用活動を継続しているが、その他の業界はほぼ終了している。内定が出ていない学生に紹介する企業を探すのに、とても苦勞している。