

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	・春物衣料や宝飾品などの高額商品を中心に、販売はおおむね順調に推移している。ただし、化粧品のようにインバウンド景気に支えられてきた商材は、当然のことながら回復には至っていない。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売上は3か月前に比べると20%伸びているが、前年比では20%ダウンしている。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・特選ブランドに比べると勢いはやや弱いものの、婦人服、紳士服共に、気温が上昇するにつれて、安定して売上が上がるようになってきている。子供服では、新入学や進級などに伴う買換え需要がみられるなど、どのカテゴリーの売上も回復傾向がみられる。
	○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・食品売場やレストランなどは、明らかに来客数が増加している。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除により、来客数が前年比で6.3%増加と回復している。時計など的高額品や、入学、就職祝いなどのギフト需要が戻ってきている。
	○	百貨店（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除によって気持ちが緩んでおり、高齢者が1人で買物に来店する例も増えている。ただし、買物の内容は家で使う物が多く、いわゆる外出用はまだ需要が少ない。
	○	百貨店（サービス担当）	販売量の動き	・今月は新型コロナウイルス関連の規制が解除されたため、来客数、売上共に好調に推移している。ただし、前年は3月から営業時間を短縮したため、前年の数字は確保しているが、2年前の水準には戻っていない。
	○	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除を受けて、来客数が回復傾向にある。集客が午前シフトし、夜間が少ない傾向は変わらないものの、週末などは街全体に人が戻ってきている。一方、食品や入学、卒業関連などは堅調に推移しているが、ファッション関連は鈍い動きが続いている。また、レストランは時短営業の継続により、大きく落ち込んでいる。
	○	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・特に土日の来街者数の増加が、来店客の増加に寄与している。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・県内で緊急事態宣言が一部解除された頃から、明らかに国内の中間層による購入が、過去の反動などから上向いてきている。特に、必需品のモチベーション関連の動きは堅調である。また、富裕層では相変わらず特選ブランドの販売が好調であり、売上全体では前年比で40%の増加となっている。
	○	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・飲食店の閉店は午後9時であり、まだ平日の入店は厳しいが、週末に来店する客がかなり増えている。前年に春夏物を購入していない客も多く、たんす在庫が不足していることから、来店客の購買意欲は高い。
	○	百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、来客数が増加している。2月に外出を自粛していた客による購買が、売上の増加要因の一つとなっている。
	○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数の推移としては、2年前に比べて1月が21.6%減少で、2月が13.6%減少、3月が14.6%減少と、催事などの特殊要因を除くと良くなってきている。
	○	スーパー（店員）	販売量の動き	・前期よりも各種の実績が良くなっている。
	○	スーパー（店員）	販売量の動き	・来店客が割と多かった。お彼岸もあったため、果物がよく売れている。
○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除で、少し動きが出てきたように感じる。	
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比で8%、売上は5%回復してきている。緊急事態宣言の解除後はテレワークが少し減っているようである。	
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言も解除となり、周辺の昼間や夜間の人口も少し戻ってきたため、来客数が増えている。	

○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、旅行客などが戻ってきている。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・暖かくなり、人出が増えてきている。
○	コンビニ（店員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍が続く中であるが、少しずつ外出や旅行などに出掛ける人が増えているように感じる。しばらくの間、ほとんど見られなかったキャリーを引いた客も、多く来店し、買物していくようになっている。
○	家電量販店（店員）	来客数の動き	・緊急事態宣言が全国で解除され、来客数は激増している。決算セールの開催もあり、購買意欲はかなり高まっているように感じる。
○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・学生や社会人、単身赴任などのシングル需要によって景気は上向いているが、新型コロナウイルスの影響で、例年と比べて動きは少ない。
○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、人の動きがやはり活発になってきている。
○	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・今月の売上は前年比で90%程度まで戻ってきており、前月よりも8%程度アップしている。
○	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・2月末で緊急事態宣言が解除され、3月5日から営業を再開したが、3月の販売量は例年の半分程度にとどまる見込みである。ここへきて週末は例年の8割程度に回復してきたが、平日はまだ例年の約半分である。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・客室の稼働率は、初旬は20%台であったが、中旬には30～40%台になり、下旬は27日に88%となるなど、更に良くなっている。単価も少しずつアップしてきている。また、レストランのディナータイムは12日から営業を再開したが、21時までの営業の時短要請もあるなかで、週末はほぼ満席になるほど、にぎわいをみせている。ランチタイムも前月に比べて、来客数が増えている。
○	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で3月7日まで休業していたが、再開後は徐々に週末の稼働率が回復している。緊急事態宣言の解除後は、ターミナル駅周辺の人出が増えている。
○	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・大阪府に出されていた緊急事態宣言が2月末で解除されたことに伴い、宿泊稼働率は3月に入ってから徐々に上昇し、2月よりも約30%高くなる見込みである。またレストランについては、営業時間の短縮が続いているが、2月の2倍近い売上となっている。宴会についても、2月に比べると2倍以上の売上で推移している。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・少し良くなっているように感じるが、新型コロナウイルスの感染者数が増えてくると悪くなる。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除され、年度末の歓送迎会が増えるなど、衰えている経済の歯車を一丸となって動かそうという雰囲気がある。
○	通信会社（社員）	販売量の動き	・インターネットサービス関連の売上は、大幅な増加はみられないものの、堅調な増加傾向が続いている。
○	通信会社（社員）	販売量の動き	・繁忙期であるほか、緊急事態宣言の解除もあり、来客数や販売額が伸びている。
○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスによるデジタルシフトへの影響や、決算時期であったことから、3月は受注が増えている。
○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されたことで、回復傾向にはあるものの、その日を境に劇的に何かが変わったわけではない。もう少し長いスパンでの回復が必要である。
○	観光名所（企画担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除となり、若干ではあるが来場者が増えている。
○	観光名所（経理担当）	お客様の様子	・今月は緊急事態宣言が解除されたタイミングであるため、外出の意欲が高まったと考えられる。また、月末に主要店舗をリニューアルオープンし、そのキャンペーンも行っているため、来場者が多くなっている。

○	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	来客数の動き	・2月末に緊急事態宣言が解除され、明らかに来客数が戻ってきている。
○	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・消費者の購買意欲は低下しておらず、逆に上昇しているように見受けられる。
○	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数は、前年の3月が新型コロナウイルスの感染初期で対応が慎重であった。今月は前年比でプラスとなるなど、客足は戻りつつある。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・人出は少し良くなってきたが、買物をする人が少ない。夕方以降になると人出が急減する。
□	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て、月の初めから来客数の伸びがはっきりとみられた。客は買物をするというよりも、世間話をするために来店してきたように感じる。マスクを着けて距離を取り、人と話をする大切さを感じた月となり、昔の駄菓子屋のように世間話に花が咲いている。
□	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・年度末の3月は、毎年忙しい時期となる。今年は新型コロナウイルスの影響はあるが、それなりに販売成績は上がっている。問題は新年度であり、商談も少ないため不安である。
□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除で来客数の増加を期待していたが、大きな変化はなく、停滞したままの状態である。
□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が拡大し始めてから、来客数、販売量共に大きく減少している。緊急事態宣言が解除され、少し客足が戻ると期待していたが、再び感染者が急激に増え始めている。仕方がないとはいえ、また小売店への規制が強まるかと思うとつらい。
□	一般小売店〔野菜〕（店長）	販売量の動き	・注文数がなかなか戻らず、ゴルフ場や飲食店の業況も良くないなど、相変わらず厳しい状況が続いている。
□	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を受けているが、徐々にふだんの生活をするようになってきている。
□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は目標達成の見込みである。ただし、前年が新型コロナウイルスの影響で来客数が激減したため、今年の目標は低めの設定となっている。客はこれまで購入を我慢していた反動もあり、来客数は増加しているものの、2年前との比較では2けた以上のマイナスとなるなど、厳しい状況は続いている。
□	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・2月は中旬から気温も上がり、自粛ムードも和らいだが、3月に入って来客数は伸びていない。下旬からは新型コロナウイルスの感染第4波の気配もあるため、消費が低迷している。
□	百貨店（服飾品担当）	お客様の様子	・3月に入り、前年は既に新型コロナウイルスの影響が出始めていたため、前年比では大きく数字が伸びたものの、2年前との比較では80%半ばと、まだ回復には至っていない。ただし、インバウンドを除く国内客は2年前に近い状況にあり、新型コロナウイルスと向き合う生活スタイルは、徐々に良い方へ向かいそうである。ラグジュアリー商材も堅調に推移し、特にバッグやジュエリー、時計などの動きが活発化している。一方、化粧品は半年前と比べてかなり回復しているが、完全に回復するまでには少し時間を要する。
□	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・依然として新型コロナウイルスの影響は続いており、主力の婦人服、紳士服の売上は非常に低調である。ただし、富裕層の売上はそれほど減っておらず、高級時計や海外ブランド品の売上は好調である。
□	百貨店（販売推進担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの発生から1年以上が経過し、店全体の売上は前年を大きく上回っているが、2年前と比べると、3か月前からは余り変化していない。時計や特選輸入バッグのほか、改装を行ったインテリア売場、久しぶりに周年催事を実施した物産展は好調に推移しているが、アパレルは婦人、紳士共に厳しい。

<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除されて、来客数は大都市の店舗を中心に大きく回復している。ただし、売上は新型コロナウイルスの影響が出ていた前年は上回るものの、2年前の水準には遠く及ばず、景気の回復には少し時間を要する。商品別には食品が比較的順調で、2年前の売上実績を上回る店舗も出てきている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、以前よりも人の動きは見られるが、2年前と比べると80%台前半の水準である。アパレルなどでは、撤退するブランドがいまだに出てきている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除以降は来客数が戻ってきているが、消費動向は堅実で、必要な物を吟味して購入している。食品の動きは堅調であるが、前年のまとめ買いの反動で、売上の前年比は95%前後にとどまる。食品以外ではフォーマル、学校関連が戻ってきているが、化粧品やトラベル関連は回復には程遠い。一方、富裕層の消費は活発であり、百貨店はスーパーよりも回復が著しい。
<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発生から1年が経過して、状況が落ち着いてきており、3か月前と比べても横ばいと判断している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除されたが、飲食店への営業時間の短縮要請は続いており、内食傾向に変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・飲食店やコンビニの売上、来客数に変化がみられない。緊急事態宣言は解除されたが、オフィスの人の動きが感じられない状況が、各種の数字に表れている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・暖かくなってきて、近隣の公園で休みを過ごす人が増え、土日などの来客数がかなり多くなっている。ただし、新型コロナウイルスの感染者数も増えているため、一時的な増加となりそうである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスへの危機感も薄れ、外出する人が増えているが、景気が上向き気配は感じられない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前に比べると横ばいか、少し良くなっている。売上は前年比で少しプラスとなっているが、2年前比では、まだまだ厳しい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍への心配が以前よりも高まっており、消費者の行動は慎重である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・ようやく売上が新型コロナウイルスの発生前の水準に戻ってきた。ただし、感染が収束したわけではないため、売上の金額にも流動的な部分があり、将来に対しては不安が残る。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・例年と比べても動きが悪く、売上は前年比で20%以上減っている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・外食業の客が大半であるが、今は緊急事態宣言が解除されている状態のため、前月よりも良い状況である。
<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第4波により、感染者数が増えつつある。客の様子を見ても、購買意欲は高まっていない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品]（経営者）	お客様の様子	・関西は緊急事態宣言が2月末で解除されたほか、3月になって暖かい日も多く、桜の開花も早いため、時短営業や休業をしていた飲食店で動きが戻りつつある。今後は新型コロナウイルスのワクチン接種などで、感染者数は減少に向かう。生活必需品を販売している当社では、花粉症関連の動きは良いが、その他の商品には大きな変化がない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除され、休日に買物に来る人が減っている。恐らく自粛中にできなかった旅行の再開もあると考えられる。乗り物酔いなどの薬にも、動きが出始めている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染対策が定着し、通常の営業に戻っても来客数は増えず、売上は低迷したままである。

□	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言の解除後に人や物の移動が増えた結果が、まだ数字として出ていない。
□	その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、売上が大きく落ち込んでいた前年に比べれば、30%程度増えているが、感染の第4波も懸念されるなか、回復の動きは期待したほどではない。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除後、営業時間が1時間長くなると、飲食店の利用者や予約客は徐々に増えた。それに伴い、新型コロナウイルスの感染者も増えてきた。日中の時間帯、特に週末は人出が多く、感染対策をしながら外出しているせいか、物販での買物客が多い。また、オープンテラスのある飲食店での利用は多いが、それ以外では来客のばらつきが大きい。
□	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、全く改善する見込みがない。
□	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除により、食堂は売上が徐々に増えてきているが、宴会、宿泊は様子見の状態が続いている。また、婚礼は前月に続き、規模の縮小が目立っている。
□	旅行代理店 (店長)	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除後も、来客数や販売額は大幅には増えていない。
□	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・春の観光シーズンを迎えたが、花見や卒業旅行が中止となっている。行動の自粛要請について、政府が発信を続けているため、旅行の受注はない。
□	旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンの再開が延期されるなか、景況感は全く変わらず、客はほぼ諦めムードである。ゴールデンウィークの申込みを夏休みに振り替える動きが続いており、当面の予約も徐々に減少している。
□	通信会社 (企画担当)	来客数の動き	・アミューズメント施設の売上が良くない。
□	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	来客数の動き	・イベントの開催回数は増加傾向にあるが、チケットの購入が芳しくなく、入場者数が少ない。新型コロナウイルスの影響で、イベントへの参加をためらう傾向がみられる。
□	住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・不動産に関しては、ホテルや商業開発用地は購入意欲が低いが、その分、物流、住宅用地は新型コロナウイルスの影響も受けず、購入意欲は高い。
□	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、展示場への来場客が減少している。Webでの折衝を行っているが、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)	お客様の様子	・不動産取引に関する変化はみられない。
□	その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・新築住宅市場は、引き続き活況となっている。購入予算が足りない客もみられる反面、予算が十分な層も動いており、市場全体は好調が続いている。
▲	一般小売店 [珈琲] (経営者)	販売量の動き	・緊急事態宣言前に比べるとまだ悪い。直営店の来客数も戻りつつあるが、客単価が低い。卸売の販売額もやや悪い状況が続いている。
▲	スーパー (経営者)	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除され、客の買上点数が今までよりも若干落ちている。家庭での内食から、外食に少しシフトしているとみられ、酒、米などの動きが余り良くない。
▲	スーパー (店長)	来客数の動き	・外食系のテナントの来客数が前年を割り込む日が多く、前年からの回復の動きが弱い。
▲	スーパー (店長)	販売量の動き	・まとめ買いや、高額商品の販売が減少傾向となっている。
▲	スーパー (店長)	単価の動き	・家での飲食が外食に戻り始めたと感じる。その分、小売店での食料品の需要が、新型コロナウイルス発生前の状況に戻りつつあると感じる。

▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・前年は新型コロナウイルスの影響で、備蓄用やまとめ買い、巣籠り需要で売上が一気に増えた。今年は特需もなくなり、前年の増加分がそのままマイナスとなりつつあるなど、厳しい状況にある。自力での底上げが必要で、低価格品ではなく価値のある商品をいかに紹介し、単価のアップを図るかが重要となる。
▲	スーパー（社員）	単価の動き	・当社のような食品中心のスーパーは、新型コロナウイルスの影響が内食需要を高め、売上にプラスとなってきた。ただし、その影響が一巡したこともあり、今月になって客の買上単価が低下している。この傾向はしばらく続きそうである。
▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・今月は近隣にスーパーがオープンし、来客数が減っている。それに加えて、緊急事態宣言の解除で在宅勤務が減ったため、来客数の減少につながっている可能性もある。
▲	家電量販店（店員）	お客様の様子	・住宅リフォーム関連では、客の購買意欲はあるにもかかわらず、今は新型コロナウイルスの影響もあり、派手な動きは避けたいという感覚が強いと感じる。商談がまとまってくるにつれて、ご近所を気にするようになり、購入の熱が冷めてしまう。今の時期は、自分のことも優先したいが、周囲からの見られ方も大事であると実感している。
▲	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・巣籠り需要が落ち着き、販売量が減少してきている。新生活需要も、1人暮らしを始める人が減っているように感じる。
▲	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・巣籠り消費に加え、新生活需要や携帯電話の新製品需要については、例年どおりみられたが、一過性の動きであり、継続的な消費にはつながらない。
▲	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新しいモデルがないことも要因の一つであるが、来客がかなり少ない。
▲	住関連専門店（店員）	お客様の様子	・コロナ疲れもあり、客全体をみても、何となく元気がない。
▲	その他専門店〔医薬品〕（販売担当）	競争相手の様子	・閉店のほか、店舗を縮小する動きが多い。
▲	その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	販売量の動き	・この1年間には新型コロナウイルスの影響が続くなか、商店街の商店はなす術もなく、従来どおりの商売を続けてきた。客の買い方が変化している点を見逃しており、結果として客を逃している。
▲	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	・新年度が始まるが、例年よりも受注量が少ない。また、マスクなどは値下がりしているにもかかわらず、反応が少ない。
▲	観光型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・街がにぎやかになってきている。
▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、客は動き出しているが、3か月前と比べるとまだまだ悪い。
▲	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・直前になるまで宿泊予約が動かない。受注した宴会も、直近でキャンセルとなる状態が続いている。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍による外出の自粛傾向は依然として続いている。客の乗車機会の減少も続いており、営業収入の減少に歯止めが掛からない。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・ふだんの動きは余り良くなく、駅の待機場所や無線の数もそれほど多くない状態が続いている。ただし、緊急事態宣言の解除後は、繁華街には多くの人出がみられたが、急な雨などを除いてタクシーの利用は少ない。
▲	美容室（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が再び拡大しつつあり、来客数に影響が出ている。
▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・住宅の購入を希望する客が、所得の関係で住宅ローンが組みにくくなってきている。
▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	お客様の様子	・エレベーターの維持管理に必要な、数万円の出費を渋る客が出てきた。よほど生活が厳しいのかと感じる。

	×	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影響で、来客数がどんどん減っている。このままでは以前の事業規模を維持するのは難しく、今後は店舗を縮小していくしかない。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・前月末に緊急事態宣言が解除されたが、10日頃までは様子見の状態であった。その後、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えるに伴い、客足が遠のいてきている。
	×	住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・具体的な購買計画のある、遠方からの購買意欲の高い客がめっきり来なくなっている。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除後は、近隣の桜並木のお陰もあって、花見帰りの客がみられた。ただし、徐々に新型コロナウイルスの感染者数が増え、来客数がみるみる減少している。
	×	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	販売量の動き	・一向に業況が向上かない。
	×	旅行代理店 (役員)	それ以外	・緊急事態宣言は解除されたが、Go To Travel キャンペーンの再開延期もあり、客は申込みを控えている。海外旅行の回復も当面は期待できず、八方ふさがりの状況である。
	×	競輪場 (職員)	単価の動き	・今月の客単価は8853円で、3か月前の1万236円よりも下がっている。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・外食向けは引き続き苦戦しているが、気候も良くなって人出が増え、一部の量販店向けの家庭用商品は動きが良くなっている。
	○	化学工業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・自動車関連の出荷量が増加しているほか、輸出用では中国向けが好調である。
	○	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・4月の受注量にも大きな変化はなく、荷動きは活発である。
	○	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・多くの業界、特に半導体関連の市場には何かと動きがあり、引き合いや受注が増えている。新型コロナウイルス禍は相変わらず厳しいが、人がそれに慣れてきたと感じる。
	○	電気機械器具製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・売上が集中的に伸びているなど、状況は良くなっている。
	○	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	・今月に入り、週を追うごとに首都圏からの人の流れが増えている。その効果もあって、大阪を中心に各駅の店舗の業績は着実に回復傾向にある。
	□	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言が解除となり、人の動きが少し増えているが、飲料水の売上は余り伸びていない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・年度末のせい、月末に近づくにつれて、受注量が減少している。部品の調達が遅れ、納期を4月に遅らせる取引先もみられる。
	□	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	・コスト削減の動きによって受注量は減少傾向にあるため、状況は変わらない。
	□	化学工業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・販売額の動きは非常に不安定で、多少良くなったかと思えば、また悪くなるといった動きを繰り返している。特に、飲食店やホテル向けの家具メーカーなどは、緊急事態宣言や新型コロナウイルスの感染者数による影響が大きいため、受注が安定しない。
	□	プラスチック製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・期末の駆け込み受注が入り、売上の帳尻合わせに貢献している。ただし、先行きは不透明感が強い。
	□	窯業・土石製品製造業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言は解除されたが、新型コロナウイルスの変異種の増加もあり、感染者数が下げ止まっている。感染第4波の可能性もあるなかで、先行きが不透明な状況にあり、受注量も見通せない。
	□	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・この1年は売上が激減しており、今月もその傾向は変わらない。
	□	電気機械器具製造業 (宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・大型テレビや洗濯機など、比較的単価が高い商品の販売が堅調であり、全体的にも販売が大きく鈍化している商品はない。

	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響がある取引先でも、体力のある企業は先を見据えた積極的な工事を行い、そうでない取引先は工事を凍結、延期する動きが多い。新型コロナウイルスによる打撃を受けても、体力の有無により、対応は二極化している。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・例年は人の移動が増える時期であり、多少の動きは見られるが、今年は鈍いように感じる。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き合いはあるが、受注になかなかつながらないため、状況は余り変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・例年この時期は忙しくなるが、新型コロナウイルスの影響で引越しが分散しているため、家具の配達も平月並みとなっている。
	□	金融業（営業担当）	それ以外	・大阪で新型コロナウイルスの感染者数が増えており、時短営業の延長などが気懸かりである。
	□	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、すぐに誰もが購買に走るわけでもなく、やはり夏以降に徐々に回復すると予想される。
	□	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、スポンサーが集客用の折込チラシの発行を控えている。
	□	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、広告売上は前年並みであるが、2年前の水準は下回っている。
	□	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	・受注量の動きには、余り変化がない。
	□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言が解除されたとはいえ、新型コロナウイルスの感染者数を重視する取引先もあり、情報収集のための訪問がなかなかできない。
	▲	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・3月の受注量は前年比で15～20%減ったほか、原材料である綿糸の価格が高騰しているが、価格改定の要請も需要の状況から難しく、採算は更に悪化している。
	▲	金融業（副支店長）	取引先の様子	・緊急事態宣言は解除されたものの、感染者数の減少にはつながっていない。今後も消費マインドは冷え込んだ状況が続くと予想される。
	▲	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の影響が残り、3月までは広告出稿を控えている取引先がまだまだ多い。
	▲	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で、商店街では本格的に閉店や撤退する店舗が増えている。これまでは給付金などで資金をつないできたが、いよいよ先がみえないこともあり、見切りをつけざるを得なくなっている。商店街では、G o T o 商店街キャンペーンなどで起死回生を図るつもりであったが、集客を伴うイベントは全て中止となっており、意図した対策が実施できていない。
	×	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスによる影響が、アパレルや飲食関連で広がっている。空き店舗が増え、その後の入居も決まらないことから、賃料が下落し、景気が悪くなっている。
	×	経営コンサルタント	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が全てといえる。感染の収束がみられないなか、販売も生産もうまくいかず、周囲の小売店が倒産する状況が相次ぐなど、改善の方向性はみられない。
	×	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が見通せず、非常に不安定な状況である。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・3か月前と比べると、派遣の依頼件数が増えている。前年比ではまだ戻り切っていないものの、回復傾向にある。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルス関連での書類のチェックや、求人での電話対応が増えている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求職者の動きが活発化している。
	□	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・年度末の特需が例年よりも少なく、受注は増えもしないが、減りもしないという状況である。

□	アウトソーシング企業（管理担当）	それ以外	・仕事の依頼の減少が続いている。
□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・緊急事態宣言は解除されたものの、時短営業が継続し、Go To Travelキャンペーン再開の見通しも立っていない。飲食業や旅行、観光業の経営は回復には程遠く、雇用を維持するのに精一杯の状況にある。来年度の大企業の新卒求人は増加に転じているようだが、中小零細企業が主体の関西では、そのような余裕は感じられない。
□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・大阪の有効求人倍率は前月から横ばいとなった。なお、新規求人数は前年比で14か月連続の減少となったが、新規求職者数は4か月ぶりに増加となった。一方、会社都合の離職者が11か月連続で増加したほか、在職者が8か月ぶりに増加となっている。
□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・前年、今年の緊急事態宣言共に、新規求職者数の減少につながったが、緊急事態宣言の解除に伴い、増加に転じている。その結果、2月までは新規求職者数は減少したものの、再び3月になれば求職者が増える可能性が高い。今後は当分、離職者が増える傾向になると予想される。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・ここ数か月は、新規求人倍率が2倍を超えている。求人数は底堅く推移している状況であり、景気に変化はない。
□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・雰囲気としては景気が回復基調にあるものの、売上などが回復している実感はない。
□	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・依然として、求人数は前年比で約3割減少という状態が続いている。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・新卒採用市場では、企業は年間の採用人数を決めているため、短期的な変化はみられない。前年は緊急事態宣言下であり、選考活動がストップしていたが、今年はそれがない分、企業の動きが早いほか、オンライン化も進んでいる。
□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・緊急事態宣言の解除後は、有料道路の交通量が大幅に増え、混雑度が顕著に上がっている。これに伴い、市街地での密集度も半端ではなくなっている。特に、春休みの影響もあるが、若い人の行動がエスカレートしているように感じる。新型コロナウイルスのワクチン接種については、経済活性化のためにも、高齢者よりも働き盛りの人への接種を望む。
▲	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・新年度を迎えるが、全く忙しくなっていない。緊急事態宣言が解除されて心理的に余裕が出てきたのか、前向きな案件が増えつつあったが、徐々に減少している。新型コロナウイルス対策ということで、各社とも慎重な姿勢を崩すことなく、現状を維持していこうとしている。ただし、景気の回復時は取りあえず派遣社員の活用で乗り切ろうとしているため、成約にはつながらないが、問合せは増えつつある。
▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・ここ数か月、前年の80%前後で推移してきた求人数が、3月に入って大きく落ち込んでいる。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・緊急事態宣言は解除されたが、新聞広告の推移をみると、まだまだ景気回復の兆しが見られない。
×	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・就職活動中の学生によると、面接の難易度が上がっているようである。