

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)	◎	競輪場（職員）	単価の動き	・ 今月の客単価は1万842円と、3か月前の8853円よりも上昇した。これは2年ぶりに当施設でレースを再開したほか、グレードの高いレースが開催されたことが要因である。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・ 緊急事態宣言の再発出など、まだ予断は許されないが、お中元商戦を迎え、前年と比べれば外出が減っている分、贈答品の売上はそれほど減少しないと予想される。
	○	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、25日までの来客数は前年比で16.0%の減少と苦戦が続いているが、食料品の売上は0.9%の増加と、好調であった前年も上回っている。特に、家で少しよい物を食べたいという理由から、総菜が5.3%増加と、かなり好調に推移している。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・ 3月に比べて、6月は営業が制限されているが、3月の売上を上回る見込みであり、前年比でもプラスとなっている。
	○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・ 夏物衣料の先行クリアランスセールへの動員のほか、来客数は増加傾向が続いている。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・ 緊急事態宣言の解除や、新型コロナウイルスのワクチン接種による心理的な効果などが出ている。クリアランスセールも影響し、26～27日は家族連れを中心に来客数が大幅に増え、婦人靴やサンダルなど、夏物アイテムの購買も活発化している。今月の売上は前年比で19.7%の減少であるが、21日以降は5.5%の増加で推移している。
	○	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・ 今月は緊急事態宣言の解除により、営業時間が延長されたため、客も外出して買物や食事などを楽しんでいる状況で、売上の増加につながっている。
	○	百貨店（営業推進担当）	お客様の様子	・ 新型コロナウイルスのワクチン接種が進むにつれて、消費マインドが回復しつつある。
	○	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・ 新型コロナウイルスの感染者数などが、今月に入って少し落ち着いてきているほか、自粛慣れによる緩みもあり、来客数や街の人出が増加傾向にある。それに伴い、食品を始めとするデイリー商材は堅調に推移し、気候の変化で季節商材にも動きが出ている。ただし、高額品を筆頭に、不要不急の商品には動きがみられない。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・ 緊急事態宣言が解除され、やや来客数が改善された。ただし、前年比では0.5%の増加であるが、2年前と比べると40.3%の減少と、まだまだ完全には戻っていない。
	○	百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・ 緊急事態宣言の解除以降は、目に見えて来客数が増加しており、何か買物をしようという消費意欲が売場の端々で感じられる。気温の上昇もあり、盛夏の実需商材の動きには顕著にその様子が表れている。
	○	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・ 今月の初旬から営業を再開したところ、想定以上に客が戻ってきている。前年も同じような時期に休業となったため、季節商材を購入できていない客が多く、購買意欲が高い。
	○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・ 来客数は3か月前よりも良くなってきている。3月が前年比でマイナス16.0%、4月がプラス24.0%、5月がマイナス18.2%、6月がマイナス12.8%と改善傾向にある。
○	スーパー（店長）	お客様の様子	・ 大阪の緊急事態宣言が解除され、人流が増えてきている。感染予防には良くないが、経済は動き始めたと感じる。スーパーでも、会食のための買い出しとみられるグループの来店が見受けられる。	

○	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出直後と比較すると、来客数は前年を上回るなど、動きが戻ってきている。客単価は少し低下し、まとめ買いの傾向はある程度落ち着いてきたが、総菜やベーカリーの売上は伸びている。外食から中食への需要の移行は、今後も一定の期間は継続すると予想される。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・6月20日で緊急事態宣言が解除され、まん延防止等重点措置に移行した。週末までに来客数は10%ほど増えたが、夜20時以降は変わらない。
○	コンビニ（経営者）	それ以外	・緊急事態宣言が解除され、東京オリンピックの開催を控えた環境のなか、まん延防止等重点措置といっても名ばかりのように感じる。国民が行動や飲食、買物、娯楽などを楽しむ状況になっている。
○	コンビニ（店長）	お客様の様子	・オフィスに出勤する社員が増えているため、飲食店や小売店の利用も増加し、良くなっている。
○	コンビニ（店員）	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除で人の動きが増えたほか、暑さで冷たい物が売れ始めている。
○	家電量販店（店員）	お客様の様子	・梅雨に入り、季節商材の動きが活発になっているが、エアコンの高額品の動きが例年よりも鈍い。気温が思ったほど上がらず、苦戦が続いているほか、ボーナスの支給前であることも要因の1つである。
○	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除により、来客数は増えつつある。ただし、前年は10万円の特別定額給付金もあり、高額商品がよく売れたため、その反動減で苦しい状況にある。
○	その他専門店 〔医薬品〕（管理担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除や、気温の上昇に伴い、生活必需品のほか、し好品、季節商材の動きも上向きつつある。
○	高級レストラン（企画）	来客数の動き	・単価は低迷しているが、来客数や稼働室数は少しずつ増えている。
○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が出るか出ないかというよりも、客自身の判断で動き始めた印象を受ける。これから先は東京オリンピックもあるため、新型コロナウイルスの感染が再び拡大する可能性があり、旅行するなら今という雰囲気を感じる。
○	都市型ホテル（フロント）	来客数の動き	・予約のリードタイムが非常に短い。直近での予約が多く、稼働率も徐々に上がってきている。ただし、その多くはビジネス利用であり、レジャー需要はまだ回復していない。夏休みに向けたプランを展開しているため、今後の受注に期待している。
○	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・徐々に来客数が増え始め、稼働率は微増となっている。販売単価は低下が続いているが、今後少し期待がもてる。
○	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種の拡大により、東京オリンピック明けの旅行の検討が始まっている。
○	タクシー運転手	競争相手の様子	・多少は業況が良くなっている。
○	通信会社（社員）	来客数の動き	・例年と比べても、サービスの加入申込みは、おおむね増加傾向にある。
○	その他レジャー施設 〔複合商業施設〕（職員）	来客数の動き	・6月20日をもって緊急事態宣言が終了し、土日の営業を再開したことで、来客数は回復傾向にある。
○	美容室（店員）	来客数の動き	・百貨店などの土日営業が可能になったため、人の流れが少しずつ出てきた。それに伴い、遠のいていた客足に動きが始めている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・昼間の人出は増加しているが、客足の引きが早く、夕方以降は極端に少なくなっている。
□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種が始まり、当店の客にも接種が完了した人が増えてきた。それに伴い、今月の動きには期待していたが、前月と同様に客足が伸びず、苦戦している。
□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・月次の売上のベースはほぼ横ばいであるが、2年前と比べると60%減少しており、景気の回復には程遠い。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔野菜〕(店長)	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの影響で、まん延防止等重点措置が続いているため、各店舗の来客数は減っている。市場の動きを見ても、販売量が増えるような気配はない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔呉服〕(店員)	お客様の様子	・コロナ禍による買い控えで、先が見えない。
<input type="checkbox"/>	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・得意客を中心に、新型コロナウイルスの感染に慎重な客が多く、外出を控える状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	百貨店(外商担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言が6月20日まで続き、間際の土日は臨時休業となったため、来客数、売上共に低迷している。一方、外商の客については、高額の時計や海外ブランド品の注文が順調に入っている。
<input type="checkbox"/>	百貨店(販売推進担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に移行し、少し自粛の緩みが見られる。今月は、新型コロナウイルスのワクチン接種済みの年配客が増加傾向にあるが、緊急事態宣言中の土日の営業自粛などもあり、6月全体としては引き続き苦戦している。
<input type="checkbox"/>	スーパー(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、感染者数も減るにつれて、徐々に来客数が戻ってきた。これまでは来店頻度を落とし、まとめ買いをしていたが、来店頻度がコロナ以前に近づいており、買いだめが少なくなったと感じる。夕方以降の客足も着実に回復している。
<input type="checkbox"/>	スーパー(店長)	販売量の動き	・今年では地域によってプール開きが解禁されたり、前年よりも売れる商品の幅が広がっているものの、新型コロナウイルス発生前のような動きにはまだ遠い。
<input type="checkbox"/>	スーパー(店長)	来客数の動き	・大型商業施設の週末の休業や、平日の時短要請により、消費意欲が減退している。直近の大きな催事についても、父の日商戦は少し弱い動きとなっている。
<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、内食傾向は根強く、売上は底堅く推移している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言は解除されたが、企業の在宅勤務が定着している。出勤する人の数が低水準のままであり、来客数が戻ってこない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・緊急事態宣言は解除されたが、酒類の提供は19時までであり、酒販店は依然として厳しい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(店員)	お客様の様子	・状況は余り変わらず、土日などは家で過ごすためか、アルコール飲料やレジ横の商品がよく売れる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店(営業企画)	お客様の様子	・全体として不安定な状況に変化はない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕(経営者)	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出が予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕(販売担当)	単価の動き	・緊急事態宣言が解除されて来店客もみられるが、外出機会の減少が宝飾品の着用機会にも比例し、購買意欲は上がっていない。売上も固定客の付き合いによる購入が中心で、単価は低い。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕(経理担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言の延長の影響もあり、以前と大きく変わらない。
<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	・コロナ禍の影響もあるが、購買意欲は慢性的に低いままとなっている。飲食業を中心に消費が上向かなければ、その他の業種の売上拡大も難しい。さらに、新型コロナウイルスの感染第5波の到来で、緊急事態宣言が再び発出されれば、次回は飲食を中心に倒産、廃業が増える可能性がある。
<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	・緊急事態宣言の発出もあって、来客数が減少し、買上につながらない状況が続いている。特に、外出機会の減少もあり、ファッション関連の苦戦が目立っている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に切り替わったのが、月後半であったため、まだ上向き始めたとはいえない。

□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ 近隣の大型商業施設が休業要請で閉鎖されたときは、ランチ客が大きく増えたが、休業要請の解除後は以前の動きに戻った。当店のような店は、酒を売らなければ売上が成り立たないので、時短要請や酒類の販売制限が続けば厳しい。飲食業界としても、新型コロナウイルスの感染が収まらなければ、景気は回復しない。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ 今月の初旬は、高齢者による新型コロナウイルスのワクチン接種の予約で人通りがなく、中旬はワクチン接種の開始で人通りがなくなった。接種し終わった人から、1～2人でのランチの来客はみられたが、少人数で来てさっと食べるだけなので、客単価は上がらない。
□	一般レストラン (企画)	販売量の動き	・ ここ3か月は、ほぼ横ばいの状況で推移している。2年前の約80%の水準であり、来客数は少し上向いているが、酒類の販売禁止で客単価が低下しており、全体の販売量は横ばい傾向である。
□	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	販売量の動き	・ 売上の推移は平行線であるが、新型コロナウイルスの発生前の状態には戻っていない。
□	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・ 新型コロナウイルスの感染者数や政府の措置により、来館者数は大きく左右されるため、景気の推移というよりも、感染次第という部分がある。
□	都市型ホテル (販売促進担当)	来客数の動き	・ 新型コロナウイルスの感染者数が少なかった3月は、稼働率も40%まで回復していたが、4月以降は感染が拡大したため、宿泊人数やレストランの来客数が激減した。レストランでは来店が見込めないディナーを休業し、近隣でも夜は営業していない店が増えた。5～6月を経て、緊急事態宣言は解除されたが、大きな回復は見込めない。
□	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・ 緊急事態宣言が解除される前後から、直近の宿泊には若干の動きがみられたが、夏休みの旅行については様子見の状況が続いている。また、首都圏からの予約の動きがいまだに悪い。一方、食堂は土日に限り、近隣からの客で若干のにぎわいがみられるが、平日はまだみだである。婚礼についても、相変わらず少人数婚が続いている。
□	旅行代理店 (店長)	販売量の動き	・ 緊急事態宣言が解除されたが、大幅な伸びはなく、やっと緊急事態宣言の発出前の水準に戻っただけである。
□	旅行代理店 (役員)	それ以外	・ 緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に移行したが、4月以降は全く動きがない。
□	旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・ 新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでいる割に、感染状況が大きくは改善しないため、客が疑心暗鬼になっている。年末年始など、先の旅行の相談はあるが、夏休みの申込みの出足は鈍い。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・ 緊急事態宣言の影響が続いており、病院の送迎関係の需要はあっても、客の利用自体は少ない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・ ホテルの前で待機しているが、宿泊者はほとんどいない一方、病院関係では多少の動きがある。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・ 緊急事態宣言は解除されたが、まん延防止等重点措置は続いている。営業収入は2年前よりも約25%減少しており、特に夜間の利用が、飲酒の減少やリモートワークの増加で減っている。来月は東京オリンピックが開催となり、それと同時に客は多少増えることが予想される。
□	通信会社 (経営者)	お客様の様子	・ 受注状況に大きな変化はない。
□	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・ 緊急事態宣言中に生じたキャンセル分を取り戻すことは難しく、現状はその穴を埋める手段がない。

□	その他レジヤ施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・引き続き人流が制限されているため、景気は悪いままである。
□	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・契約量が前年よりも減少しており、2年前と比べても悪い状況である。
□	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	・不動産の価格や取引状況に、変化はみられない。
▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・今月は明らかに来客数が少なく、店の前を歩いている人も少ない。梅雨の割には雨が少なかったため、雨で外出を控えているわけではない。実際に、買物帰りに熱中症のような症状が出て、店で休ませてほしいという人がいた。暑いなか、体調を崩してまで買物に出るという行動は、特に年配の人には考えられない。新型コロナウイルスのワクチン接種が広がれば、安心感が得られるわけではないと、今月はつくづく感じている。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・このところ、商店街の人出も少しずつ増えていると感じる。ただし、新型コロナウイルスの発生前よりも減っている点は変わらない。来客数も減少しており、非常に厳しい状態にある。
▲	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は目標が未達となりそうである。新型コロナウイルスの影響が続くなか、生活必需品を中心に徐々に営業を再開したものの、客に認知が広がらず、前年の数字も下回っている。ファッション関連を中心に、不要不急の商品の購入はかなり抑えられている。
▲	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・大阪では緊急事態宣言が再延長され、店舗の大部分で休業となった影響で、減収が続いている。営業が再開された月後半も前年には及ばず、大きな規制がなかった郊外店も含め、来客数や売上は回復していない。ただし、特選雑貨やオンラインでのお中元ギフトの販売などは好調であるほか、商品別にみると、食品部門は堅調に推移している。
▲	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・6月21日には緊急事態宣言がまん延防止等重点措置に移行し、同じタイミングでセールが立ち上がったものの、客足は伸びず、季節商材のTシャツやワンピースなどの売上は増えていない。その一方、高額品を扱う特選ブティックの売上は前年よりも増えているため、ふだん用のデイリー商材への消費意欲に低下の動きが見られる。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・客単価が落ちてきたように感じる。
▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・夏野菜の種類も今は少なく、漬物関連の梅の販売も今年は一瞬で終わるなど、今月は余り良くない。
▲	スーパー（企画担当）	競争相手の様子	・前年はコロナ禍による特需の影響で、売上は大きく伸びたが、今年は全体的に2年前の水準に戻りつつある。基幹店の商圈内に競合店が出店した影響が大きく、唯一数字が伸びているのは総菜部門であり、米飯関連が堅調に伸びている。
▲	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスに対する緊張感が希薄になり、日用品の動きが鈍化してきている。
▲	スーパー（社員）	競争相手の様子	・前年の春からコロナ禍が続くなか、スーパーは家庭内での食事機会の増加を受けて、売上の増加が続いた。ようやくコロナ禍が落ち着きを見せ始めた一方、競合店はチラシを増やし始めており、厳しい競争状態となっている。
▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言は終わったが、特に客の動きが変わった感覚はない。
▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・平日、土日を含め、客が少し減少していると感じる日が多い。

▲	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・21日からは緊急事態宣言が解除されたが、客の出足が良くない。新型コロナウイルスのワクチン接種の2回目が完了していないことが、主な要因と考えられる。
▲	家電量販店(店員)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、前年よりも依然として売上は厳しい。前年は助成金などによる需要もあり、売上は伸びたが、今年は状況が異なる。梅雨入りが早かった影響で気温がさほど上がらず、売上に占める比率が高いエアコンの販売台数も伸び悩んでいる。
▲	家電量販店(店員)	販売量の動き	・購入を決めるまでのスピードが速くなっており、客はある程度の情報を入手し、購入の準備をした上で来店する傾向がある。
▲	乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・海外生産が少しずつ増えているため、徐々に販売台数も増加している。ただし、販売できる台数はまだまだ少ないのが現状である。
▲	乗用車販売店 (販売担当)	来客数の動き	・コロナ禍による自動車需要への影響は比較的少なかったが、徐々に経済活動の鈍化による景気減退の影響が出てきたと感じる。
▲	その他専門店 [ドラッグストア](店員)	お客様の様子	・外出の自粛で、しばらくは客の来店する時間帯が朝だけであった。昼から閑散とした状態で、店に活気は感じられなかった。緊急事態宣言の解除後もそれが続いているため、今後どうなるかが不安である。
▲	その他小売[インターネット通販](経営者)	来客数の動き	・度重なる緊急事態宣言の発出を言い訳に、商店街の各店舗の販売は消極的となっており、客離れが目立つ。
▲	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	・新しいカタログが発刊されたが、例年よりも受注の少ない状態が続いている。
▲	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の延長により、6月の宿泊の稼働率は30～50%で推移し、宴会も前年と比較して5分の1の売上しかない。レストランは一部の店舗を休業させたことにより、売上は大きく減少している。
▲	通信会社(企画担当)	それ以外	・大阪の北浜に住んでいるが、飲食店だけでなく、歯医者や診療所、オフィスもなくなっており、景気の減退が実感される。
▲	観光名所(経理担当)	販売量の動き	・3月は例年の2割減程度であったが、6月は5割減にまで落ち込んでいる。
▲	その他レジャー施設[イベントホール](職員)	来客数の動き	・長引く行動制限により、経済が回らなくなっていると感じる。
▲	美容室(店長)	来客数の動き	・今月は緊急事態宣言の延長により、来客数はかなり少ない状況が続いている。
▲	美容室(店員)	来客数の動き	・来店周期が伸び、単価も下がってきている。
▲	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・客との対面営業が減り、ビジネスチャンスが減少してきたように感じる。
▲	住宅販売会社 (経営者)	それ以外	・新築戸建て住宅の受注は問題ないが、ウッドショックの影響で着工が不安定なため、請負契約の締結をちゅうちょしている。
▲	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・やはり新型コロナウイルスの影響が長引いている。ワクチンの接種による感染の収束は海外でも失敗しており、先が見えない混とんとした状況が続いている。
▲	その他住宅[展示場](従業員)	来客数の動き	・緊急事態宣言は解除されたが、住宅展示場への来場者数は低迷したままである。
▲	その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・新築マンション、戸建て住宅共に、販売は堅調に推移している。特に、手持ちの資産や年収の多い層は、購買意欲が引き続き高い。ただし、ウッドショックの影響で戸建て住宅のコスト上昇が顕著であるほか、着工の遅れが顕在化しているため、市場は不安定な状況となっている。
▲	その他住宅[住宅設備](営業担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されたが、新型コロナウイルスの影響は大きく、客の訪問キャンセルは続いている。

	×	百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・6月に入り、緊急事態宣言が20日で解除された。ようやく21日からは、平日だけでなく土日も営業が再開できる状態になり、売上も前年を上回る形となった。ただし、緊急事態宣言の発出前の来客数には完全に戻っておらず、目的のはっきりした客の来店が中心である。好調な食品関係の売上は前年比で2けた伸び、ファッション関連も6～8%の伸びとなっている。一方、化粧品関係は前年割れとなり、コロナ禍での接客にも限りがあるため、完全な復調には至っていない。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・食料品の買物はみられるが、衣料品を買いに来る客はいない。緊急事態宣言が解除されても、来客数は増えていない。
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・コロナ禍でのボーナスの減少や、将来への不安からか、例年のようなボーナス商戦の集客がみられない。例年よりも、梅雨入りが早かったことも影響していると感じる。
	×	住関連専門店（店長）	単価の動き	・春以降は、1万円以上の商品を購入する客が激減している。欲しくても数を減らすか、安い商品に変える人が増えている。
	×	住関連専門店（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で収入が減少している。特に必要でない物には、生活が厳しいときにはお金を掛けない。
	×	観光型ホテル（経営者）	それ以外	・当地区では6月20日まで緊急事態宣言が発出され、その後もまん延防止等重点措置が適用されている。ゴールデンウィーク明けから休館が続き、ようやく6月25日から営業が再開したが、土曜日以外はほとんど客がみられない。
	×	観光型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が収束していない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	*	*	*
	○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・依然として新型コロナウイルスの影響が続いているが、ワクチンの接種が徐々に進んでいるほか、沖縄を除き、緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に移行したこともあり、回復の期待も出てきている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年はコロナ禍の影響が直撃し、間違いなく景気は良くなかったが、今年は半導体関連の市場が大変好調となっている。原因はいろいろと挙げられているが、本当のところはよく分からない。ただし、一過性の好況ではなさそうである。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・コロナ禍のなか、将来を見通して現状からの脱却を目指し、必死で努力をしている会社がみられるなど、少し光がみえてきた。販売戦略や人材育成に積極的に取り組む会社が増え、当社の仕事が増えつつある。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・少し景気が良くなると予想したが、緊急事態宣言が延長され、相変わらず業務用商品の動きが停滞している。家庭用もこれまでの伸びがなくなり、例年並みに戻りつつある。
	□	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、まん延防止等重点措置に移行したが、飲食店への客の流れには変化がないため、飲料水の売上は変わらない。
	□	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	・受注量は相変わらず減少傾向であり、今年度はこのまま微減の状態が続く。
	□	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・車載向けの製品や電子部品、電気機械のほか、半導体、建設資材向けの製品などで、出荷量は好調な状態が続いている。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量や受注量を見ると、変わらないという評価になるが、雰囲気は悪く感じる。受注量は増えているものの、将来の先取り分が含まれるため、不安を感じる。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体不足の影響で、自動車関連を中心に荷動きが減っている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年の初めから受注が激減しており、今月も同じ状況である。

	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・前年の6月は特別定額給付金によって販売が伸びたため、前年比では100%を大きく下回っている。ただし、前々年比ではややプラスとなっている。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・全く回復の兆しが見られず、関係産業の設備投資も全て白紙に戻ったまま、具体的な時期の話が出てこない。また、半導体の調達にかなりのリスクがあり、受注が伸びても部品調達の予定が立たない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量や問合せの動きは変わらず、低調な状態が続いている。
	□	建設業（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で、設備投資の延期や凍結の動きが出ており、価格競争も厳しい状況である。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・送料の値上げにより、売上が落ちている。
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・緊急事態宣言の影響が全てであり、政府の優柔不断さも事業者を不安にさせている。秋頃にはコロナ禍も一段落するため、今のうちに今後の戦略を練っておくべきである。
	□	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ワクチン接種が始まったが、いまだに景気の回復は感じられない。
	□	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2年前と同じ水準となっている。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ようやく緊急事態宣言は解除されたが、まだ上向きな広告出稿の動きはみられない。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の飲食店は、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置などに振り回されており、疲れがみられる。国から補助金などが支給されている間は、何とか割り切って休業していたが、ここまで長引いてくると、いよいよ閉店を考えるとこまできています。
	□	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	・材料価格の高騰に伴い、商品の値上げを通達してくる会社が多く、その作業に追われて販売が伸びない。
	□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ある程度は動きが出てきたが、景気が上向きまでには至らない。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の延長を経て、一段と動きが悪くなった。また、半導体不足による生産量の減少もみられる。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響かどうかは分からないが、仕事量が減っている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が増えない。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・民間の大型案件は少なく、入札では考えられないような低価格で決まっている。
	×	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月の売上は前年比で134%、前々年比では95%と、前年と比べるとさすがに大幅な改善となっているが、例年と比べるとまだ悪い。
	×	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、アパレル関連や飲食店の退店が続いている。それに伴って賃料が下がり、景気も悪化しつつある。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍で先行きが見通せない。
雇用 関連 (近畿)	◎	*	*	*
	○	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・関西の景気は戻りつつあると感じる。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数が、新型コロナウイルス発生前の実績を上回り始めている。
	○	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・6月に入ってから、採用者数の増加傾向は衰えておらず、業種によっては採用意欲が相当高まっている。一方、求人数は製造業が3か月連続で増加するなど、回復の兆しが見られるものの、2年前の水準には戻っていない。

○	学校 [大学] (就職担当)	それ以外	・緊急事態宣言が解除され、今まで外出を控えていた人が、フラストレーションを解消すべく外出し始めている。全体的に、買物客の動向が消費に向かっていているように感じる。
□	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・今年度の第1四半期も終わりに近づいているが、新型コロナウイルスの影響で余り芳しくない動きであった。ただし、区や市の社会福祉協議会などでの政府助成金の窓口業務や、下半期の入札関係の動きが活発化してきている。テレワークも様々な業種で進んでおり、派遣業界は忙しくなっている。
□	新聞社 [求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・飲食や旅行、宿泊関係の求人数は、緊急事態宣言の発出によるダメージで更に減少している。東京オリンピックは開催される可能性が高いものの、景気への影響は限定的とみられる。
□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・大阪の有効求人倍率は1.10倍と前月並みの水準であったが、就業地別にみると0.90倍と、厳しい状況が続いている。新規求人数も2か月連続で増えたものの、前年の大幅な減少の反動であり、2年前の水準は大きく下回っている。
□	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・景気は曇り気的には上向きになると予想されるが、各種の数値をみると、新型コロナウイルスの感染第5波のおそれもあり、企業は慎重になっている。
□	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・新型コロナウイルスによる不況が長引き、休業や時短による家庭内の収入の減少につながっている。求職活動を積極的に行う人が若干増え、特に男性の間では、65歳以上のパート希望者が少し増えている。
□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年並みであるが、2年前と比べると大きく減少している。
□	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による特需が続いているため、景気も同じような水準で推移している。
□	民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・例年6月の採用解禁以降、新卒採用市場では内々定通知の動きがピークを迎える。その後の追加募集の動きに伴い、合同企業説明会の出展参加が増えるが、今年は余り大きな動きがなく、イベントの出展参加が増えている様子もない。
▲	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・6月も前年は上回っているものの、4～5月の回復度合いに比べると、かなり伸び率は鈍化している。
▲	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・緊急事態宣言は解除され、まん延防止等重点措置に移行したが、飲食や観光業界には依然として先が見えない。
▲	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・採用担当者の来校も、求人目的ではなく、インターンシップの案内にシフトしてきている。学生の状況をみると、まだまだ就活は続きそうである。
×	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まだまだ続いている。特に、関西の地元企業からの新聞広告については、プロモーション費用が前年の70%台となっている。