

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	・4月とは異なり、緊急事態宣言が解除されているため、外出する人が多い。また、外出を隠す必要もなくなったため、土産の購入量が増えている。
	◎	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は1万1128円で、3か月前の客単価は8237円よりも上昇している。
	○	一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・今月も来客数が非常に少なかったが、少し前の修理代金の入金があったため、売上としては若干良かった。ただし、それ以外は良い材料が全くなく、人流の抑制や東京オリンピックの自宅での観戦、暑さによる出控えといった悪い条件がそろったため、営業を続けるのが厳しい状況である。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・緊急事態宣言の解除により店舗の営業が再開となるなど、売上は伸びている。
	○	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・今月に入っても、来客数は前年比で3.3%の減少と人流は抑えられているが、食料品の店頭売上は、27日までで3.0%の増加と好調である。特に、総菜は3.5%の増加と伸びている。やはり、新型コロナウイルスの影響で、自宅で良い物を食べる傾向が続いている。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・東京オリンピックをテレビで観戦する動きや、新型コロナウイルスの感染拡大により、4連休以降はそれ以前と比較して悪化傾向にある。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除後、来客数は前年比で2けたの増加となっている。そのなかで、特選ブランドは富裕層を中心に、10%の増加と好調を維持している。また、暑さも影響し、ボリューム層のファッション関連がセールに入って好調に動いている。また、食品も総菜、生鮮品共に、自宅での消費メニューを中心に堅調であるなど、自粛疲れの反動や、ワクチン効果による消費が活発となっている。
	○	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も前年の売上実績を上回っている。客も今までの自粛ムードから、積極的に外出する傾向に変化しており、来客数は順調に回復している。
	○	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言、まん延防止等重点措置などが解除となり、新型コロナウイルスの感染者数は増加傾向ながら、重症者数が落ち着いていることもあり、人出は明らかに多くなっている。夏休みを迎えて、気候も本格的に暑くなっており、自粛ムードも薄れている。ただし、自粛の反動で爆発したような動きではなく、必要な物や欲しい物を吟味して購入する傾向は変わらず、バーゲンセールでの価格訴求だけでは厳しい。
	○	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・東京オリンピックの開幕前は、来客数が回復傾向となっている。
	○	百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・今月は1か月間、久しぶりに通常に近い形で営業することができ、前年を超える来客数となっている。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除となり、来客数も前々年比で40%台の減少から、30%の減少に戻ってきた。ただし、まだまだ回復したとはいえない。
	○	百貨店（服飾品担当）	お客様の様子	・7月に入って店舗の営業再開から1か月が過ぎ、来客数が前年並みに戻ってきたため、来店客の買上率は高く、前年を上回る売上となっている。高額商材を中心に購買意欲は高く、コロナ禍による旅行などの制限により、モノへの消費に回っている。時計やバッグ、宝飾品などの売上は、新型コロナウイルス発生前の水準で推移している。郊外店舗でも落ち着きを取り戻し、フードやコスメ関連は順調に回復している。
	○	百貨店（店長）	来客数の動き	・ワクチンの効果か、年配客の動きが良くなっている。ただし、大阪地区での新型コロナウイルスの感染者数の増加もあり、劇的に増加しているわけではなく、飽くまでも前年の7月との比較である。

○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・来客数は確実に増加傾向にある。
○	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・5月は緊急事態宣言の発出により、当社が休業をしていただけでなく、周辺施設も同様であったため、街には人通りがなかった。現在は、まん延防止等重点措置は適用されているものの、入店状況は堅調である。梅雨明け後の気温の上昇に伴い、季節商材も動いている。
○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数を2年前と比較すると、4月がマイナス24.0%、5月がマイナス18.2%、6月がマイナス14.0%、7月がマイナス12.4%となっており、改善傾向が進んでいる。
○	スーパー（店長）	来客数の動き	・現在もコロナ禍が続いているが、ワクチン接種が増え、以前に比べて自由に活動する人が増えている。また、前年よりも水着などのリゾート関連の動きが活発である。
○	スーパー（店長）	来客数の動き	・ワクチン接種の開始や、新型コロナウイルスへの慣れにより、人の動きが活発化している。近場での行楽も増えており、少しずつではあるが景気は回復基調となっている。来客数も前年を上回ってきている。
○	コンビニ（経営者）	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変わったことで、ビジネス街の人出は1割ほど増え、1人当たりの単価も7%ほど上がっている。
○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍の下で東京オリンピックが開催されていることもあり、いろいろな制限や矛盾はあるが、外出や旅行といった娯楽を、少しずつ楽しむようになってきたと感じる。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されて人の動きが増え、暑さの影響もあるため、冷たい物が売れている。
○	コンビニ（店員）	お客様の様子	・ランチタイムの来客数が多いほか、休日の朝は飲料や食料品を大量に購入する客が多い。
○	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・梅雨が長引いたため、エアコンの販売量は余り増加していないが、東京オリンピック需要ともいえる、大型テレビや大容量BDレコーダーなどの販売増加でカバーしている。猛暑日が増える今後に期待している。
○	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	販売量の動き	・ワクチン接種が進み、人の流れが増えている。特に、東京オリンピックに伴う連休では、前年を上回るガソリンの出荷となっている。
○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・店舗、客共に、お互いにルールを守り、節度を持って食事を楽しんでいるため、客足が落ち込むことはなくなっている。
○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・動きは良くなっているが、新型コロナウイルス発生前の2019年と比べると、まだ7割程度の回復である。
○	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・週末のターミナル駅近辺の人出は、回復傾向にある。7月3～4日は、野外イベントのお陰で高稼働であった。22日からの連休についても、単価は回復しなかったが、高稼働となっている。
○	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増えた4月の宿泊稼働率は28%であったが、7月は38%程度と少し上向き傾向にある。ただし、再び感染者数が増えており、先のことは全く読めない状況である。一方、客がウイルス慣れしてきた感覚はあり、特にレストランではランチのリピーターが増えている。
○	旅行代理店（役員）	来客数の動き	・ワクチン接種も進み、近場でのマイクロツーリズムが浸透しつつある。
○	タクシー運転手	競争相手の様子	・2～3か月前と比べると、多少は上向きになっている。
○	通信会社（社員）	販売量の動き	・コロナ禍も少し和らいでおり、以前よりもテレワーク関連の問合せは減少している。ただし、今年の夏休みの旅行需要などがまだ回復していないため、テレビの買換えが増えている。東京オリンピック関連の問合せや、ケーブルテレビの多チャンネル化、定額制の動画配信サービスなどの加入申込みが増えている。

○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が長引くことで、デジタルトランスフォーメーションに取り組む企業が増えている。そのため相談案件が増加し、売上がアップしている。デジタル関連はどの企業も販売量が増えていると聞くため、業界的には景気が上向いている印象を受ける。
○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・夏休みに入るなど、行楽シーズンではあるものの、例年どおりとはいかない。ただし、東京オリンピックも始まり、何となく世の中の空気が明るくなり始めているため、その雰囲気うまく乗りたい。
○	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	来客数の動き	・観客動員数の制限はあるものの、緊急事態宣言の解除などにより、継続的にイベントの開催ができています。以前と比べて入場者数も増えています。
○	その他レジャー施設 [複合商業施設]（職員）	来客数の動き	・直近の連休頃から、来客数の増加が顕著になっている。
○	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	来客数の動き	・夏休みに入り、客足が戻りつつある。
○	その他住宅 [展示場]（従業員）	販売量の動き	・住宅展示場の来場者数は前年よりも増え、契約件数は過去最高となっている。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・商店街全体で人出は増加しているが、物販店は売上が厳しい。落ち込んだ前年と比べても、良くなっていない。
□	一般小売店 [花]（経営者）	お客様の様子	・飲食店の取引先が営業を再開したが、今までのような注文はない。通常の動きに戻るまでには、時間がもう少し掛かる。
□	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が落ち着かないなかで、ワクチン接種の遅れの問題が出てきている。感染対策での消費も一段落しており、商品の動く要因が見当たらない。
□	一般小売店 [野菜]（店長）	お客様の様子	・当店は飲食店への納品が多いが、コロナ禍で飲食店は相変わらず苦しい状況が続いているため、当店もかなり苦しい。
□	一般小売店 [呉服]（店員）	お客様の様子	・呉服の販売を行っているが、今年はいろいろなイベントが中止になり、浴衣も売れない。客も外出を自粛している。
□	一般小売店 [菓子]（営業担当）	販売量の動き	・前年と比べれば、ましであるが、良い状況ではないと感じる。
□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染の沈静化が図られていないため、客の来店や商品の購入に関する姿勢は、積極的とは言えない。今月の中旬から後半にかけて暑さが増し、一部の猛暑関連商品は需要が増えたものの、客は高齢者を中心に、不要不急の外出や購買を避けている。
□	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・ここへきて新型コロナウイルスの感染が再び拡大しており、来客数、売上共に落ち込んでいる。ただし、富裕層を中心とした外商客は、高額の時計や海外のブランド品を購入しており、売上の落ち込みはそれほどではない。
□	百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は収束傾向になく、むしろ拡大傾向にある。ワクチンの接種も進んでいるが、景況感に大きな変化はない。客自身の購買意欲にも具体的な変化はみられない。

□	百貨店（特選品担当）	それ以外	・変わらないというよりも、全く分からないという表現が正しい。せつかく良くなってきたなかで、8月2日から再び緊急事態宣言が発出されるなど、今後の新型コロナウイルスの影響が全く予想できない。業況が良くなり始めたら、緊急事態宣言が発出されるという繰り返してあり、ワクチン接種が進んでも、変異株が新たに出現して猛威を振るう。小売業という視点からは、正直なところ将来が全くみえない。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・職業によってコロナ禍や東京オリンピックの影響が異なる。当店の時間帯別売上は変化が大きく、影響が読みにくい。
□	スーパー（店員）	来客数の動き	・梅雨で雨が続いた際は、客が少なかったが、梅雨が明けてからは客も戻り、果物類がよく売れている。
□	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・大阪ではまん延防止等重点措置の適用が続くなか、東京オリンピックも始まった。自宅での観戦で食料品の需要も増えると予想されたが、暑さの影響もあり、来客数に影響が出ている。ただし、7月28日の土用のウナギは、前年を上回る売上が確保できている。
□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が続いた後、緊急事態宣言への移行が進むなか、東京オリンピックもあって内食需要は増加が続き、売上は高止まり状態にある。好調であった前年と比べても、ほぼ同じ水準となっている。
□	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる自粛の動きが減りつつあるなか、来客数が戻りつつあるが、客単価は予想したほど落ち込んでおらず、業界では各社の売上は伸びている。外食の落ち込み分が中食、内食に流れる傾向が続いているため、少なくとも全世代でのワクチン接種のめどがつかくまでは、今の動きが続くと予想される。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・時短営業の影響がまだ続いている。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・在宅勤務の定着化により、近隣の企業の出勤者が減少したままとっている。
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・昼間の客の動きは変わらないが、緊急事態宣言や、まん延防止等重点措置の影響で、夜10時以降の来客数が戻ってこない。
□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・東京オリンピックが開催されて、人の動きが活発になっている。
□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・以前と比べて少しずつ周りの変化を感じる時もあるが、まだまだ以前の状況には戻っていない。観光目的か出張かは分からないが、スーツケースを引きながら来店する客は増えている。以前は皆無であったため、その点では変化を感じる。
□	コンビニ（店員）	販売量の動き	・猛暑が続き、アイス類や飲料などの冷たい商品の売上が好調であるが、全体的には大きな伸びではない。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・月初は売上や入店が少し増えたが、2週目以降は大きく減り、3か月前と同じように苦戦している。
□	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・自粛期間が長引いているため、来客数が目標に届いていない。
□	乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・ここへきて、新型コロナウイルスの感染が拡大している。景気は回復基調にあると感じていたが、明らかに鈍化している。
□	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感染拡大で、環境としては非常に悪いが、東京オリンピックの開始でムードは良い。
□	その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言などで、酒類の販売が禁止されている頃と比べると、外食の動きはましであるが、新型コロナウイルスの発生前と比べると、やはり状況は悪いままである。
□	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出が決まってから、客が午前中に集中している。午後からは客足も減り、ボーナス時期であるにもかかわらず、購入意欲が余り感じられない。
□	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	お客様の様子	・完全な自粛モードではないが、客足は少なく、必要な買物が優先されるなかで、購入客が増える兆しはない。

□	その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	販売量の動き	・東京オリンピックが無観客となったことで、入場料収入の減少が経済に及ぼす影響は軽微だとしても、観光業への影響は、設備投資などへの波及を考えると、景気の悪化要因となりそうである。
□	その他専門店 [医薬品] (管理担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大による緊急事態宣言の再発出も見込まれ、外出を控える状況に戻ると予想される。ただし、生活必需品の購入状況に大きな変化はない。
□	一般レストラン (企画)	販売量の動き	・4月以降は、2年前と比べて売上は80%前後と悪い状況が続いている。営業時間の短縮やアルコール類の販売制限などで、厳しい状況は当分続くと思予想している。
□	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	販売量の動き	・7月になり、売上は少し戻ってきたと感じる。自動販売機の設置先が増えた影響かもしれない。
□	観光型ホテル (経営者)	それ以外	・当地域では7月31日まで時短要請が続いていたため、7月の4連休を除いて来客数が落ち込んでいる。
□	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状況と、宿泊の予約数は比例しており、感染者数が増えてくると予約が減る。感染の少ない和歌山県では県内向けの旅行補助があり、何とか生き延びている状況である。Go To Travelキャンペーンが再開されないなか、補助がなくなれば非常に厳しい。経費の削減や生産性の向上といった自助努力では、経営が続けられない状況となっている。
□	都市型ホテル (総務担当)	単価の動き	・需要が増えていないため、競合各社が値下げを強いられ、低価格での販売が続いている。
□	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・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ため、営業面での制限が残っている。
□	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・レストランに関しては、アルコール類の提供ができるようになったほか、4連休の影響もあり、にぎわいを取り戻しつつある。一方、宿泊は相変わらず直近の予約のみで、様子見の状態が続いている。また、婚礼も少人数での挙式が続いている。
□	旅行代理店 (店長)	販売量の動き	・緊急事態宣言がようやく解除され、今から需要が若干戻ってくるかと期待したところであったが、4度目の緊急事態宣言の発出となり、今後も景気回復の期待は薄い。
□	旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・東京オリンピックが無観客となり、東京では緊急事態宣言も発出されたことで、客の旅行マインドは低く、申込みの動きにもつながらない状況が続いている。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・流し営業では、コロナ禍による乗客の減少傾向が常態化し、前年比で30~40%の減収が続いている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・連日厳しい暑さとなり、電車の駅から出てきた人が、そのままタクシーを利用するケースが以前よりも増えている。ただし、外出の自粛は続いているため、最悪の時期よりもやや良い程度である。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・東京オリンピックを強行した影響で、今まで自粛していた消費者が外出を始めている。その影響が新型コロナウイルスの感染者数の推移に反映されている。景気の現状も良くない。
□	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。
□	美容室 (店員)	来客数の動き	・トリートメントやパーマのオーダーなどで単価は伸びているが、来店周期が伸びているため、売上は変わらない。
□	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・分譲マンションの販売は引き続き好調に推移し、在庫は順調に減っている。一方、事業用地の価格は上昇傾向にあり、入手が困難な状況にある。
□	住宅販売会社 (総務担当)	お客様の様子	・契約自体は微減であるが、年齢別にみると40代以上が少し増えている一方、40代未満が減少している。ワクチン接種の影響で、人の動きが少し変化してきた可能性がある。

□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染再拡大に伴い、経済活動の回復にはまだ時間が掛かることから、全体的にはマイナスの影響が続いている。実需購入層の動きにも多少の鈍さを感じられる。
▲	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・7月半ば以降、来客数はやや上向きかけたが、新型コロナウイルスの感染者数が増加してきた月末には、減少が始まっている。
▲	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・ここ数か月は、高所得層を中心に特選ブランドの動きが好調であるが、中間層向けの婦人服や紳士服の夏物需要は多くない。6月末からスタートしたクリアランスセールの上上も伸びておらず、ファッションへの消費意欲が余りみられない傾向が続いている。
▲	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の再延長に続き、前月末からはまん延防止等重点措置が適用されるなど、なかなか完全な営業体制が整わなかったが、来客数は月後半の梅雨明け以降、前年の実績とほぼ同じ水準となっている。ただし、客の動きは全般的に鈍く、一部の高級品や食料品を除いて活況とはいえない。一方、お中元はオンライン受注が店頭受注を上回り、全体でも好調に推移している。
▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・月前半は雨が多く、後半は新型コロナウイルスの感染拡大などで来客数が減っている。東京オリンピックが始まり、総菜や酒類の購入が増えるなど、家での観戦需要は高まっているが、鮮魚や精肉、米といった調理を伴う食材の動きが悪い。調理素材のウエイトが高い業態では、東京オリンピックの恩恵がなかなか感じられない。
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・客の買上点数が増えてこない。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・広域からの来客数の前年割れが続いている。また、滞在時間も短く、必要な商品を買物カゴに入れるとすぐにレジに向かうなど、ゆっくりと買い回りをする客が減っている。
▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・近隣店舗への対抗策として、いろいろと実施しているものの、思ったほどの成果がみられない。
▲	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による自家需要も落ち着いてきており、売上は前年の90%となっている。
▲	スーパー（社員）	単価の動き	・コロナ禍が続くなか、客は来店回数を減らし、1回の来店で多くの数量を購入する傾向が続いた。その結果、客単価が大きく上昇し、売上の増加にもつながった。ただし、前月頃からは客単価の低下がみられ、売上も減少している。
▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・自粛ムードが続いている。関東で新型コロナウイルスの感染者数が増えていることも影響し、いろいろな会合がいまだに開催されていない。
▲	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・長引くコロナ禍の影響で、一般客の消費意欲の低下がみられるほか、半導体不足による商品の欠品が長引き、販売量が減少している。
▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・梅雨が明け、本来ならばエアコン需要が高まる時期であるが、販売台数の伸び悩みが続いている。前年は市からの助成金などの後押しもあり、空気清浄機やエアコンがかなり売れたこともあり、前年比ではかなり悪化している。
▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・前年に比べて、来客数は減少傾向にある。東京オリンピックの開催で在宅率が上がっており、季節商材の動きも厳しい状況である。
▲	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大の影響もあり、来客数が減少している。
▲	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に客や店舗が疲れ、購入や販売の意欲が低下している。また、ボーナスなどの収入の減少による先行き不安もあり、当分の間、対面販売の売上は減少する。

	▲	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再拡大の影響もあり、来客数が回復していない。消費が低迷するなか、海外のブランド品の売上は好調に推移している。
	▲	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	・送料無料のキャンペーンが終わり、受注量が減少している。全体的に、必要最小限しか購入しない客が多い。
	▲	美容室 (店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、来客数の減少が続いている。
	▲	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影響で、対面での相談などが減っているため、新規の案件が減少している。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・住宅の購入に興味を持つ人が減少しているように感じる。社会全体のライフスタイルが変わってきている。
	▲	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	・景気の動きに余り変化はない。
	▲	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	お客様の様子	・ワクチン接種後の訪問を希望する客が多いが、接種が進んでおらず、先延ばしになっている物件が多い。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・客の来ない状況が続いているため、どうしたらよいか分からない。
	×	家電量販店 (企画担当)	来客数の動き	・コロナ禍の影響で来客数が激減している。消費者も収入の減少で、買い控えに入ったと考えられる。また、前年は特別定額給付金の影響があったほか、テレワーク関連での購入も増えたため、その反動も影響していると感じる。
	×	住関連専門店 (店長)	来客数の動き	・営業への規制が一旦終わり、客足が戻りかけたが、豪雨や猛暑、東京オリンピック、新型コロナウイルスの感染拡大など、プレーキの掛かる要素が重なり、再び悪い状況に逆戻りした。近年の実績からすると、猛暑や豪雨などの影響は災害並みとなる。毎年起きることを前提に計画を立てなければ、事業がより困難となる。
	×	住関連専門店 (店員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響でボーナスが減少しているため、家具などの買換えを控える動きが多く、来客数が減少している。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が依然として大きい。時短営業や酒類提供の自粛要請で、販売にも限界がみられ、営業努力だけでは非常に厳しい。協力金の支払も遅れており、真面目に要請に従っても経営が持たないため、要請に従わないで自力で乗り越えようとする店舗も増えてきた。この状況では、景気の回復には到底つながらない。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・府にはゴールドステッカーを申請中であり、酒類も提供できるようになった。提供が認められた翌日の昼から高齢者が来店し、酒類や食事を頼んでくれたため、客単価は上がっている。夜の営業も時短であるが、やはり酒類が提供できれば売上は伸びる。ただし、新型コロナウイルスの感染者数が増えるにつれて、来客数は激減している。今後も用心の意識が強まるため、外食する回数は少なくなる。
	×	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収束が見通せない。
企業動向関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	繊維工業 (団体職員)	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、まん延防止等重点措置に切り替わったことで、市場にやや動きが始まっている。
	○	化学工業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ここへきて例年並みの販売額に戻ってきている。

○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・若年層を中心に新型コロナウイルスの感染者数が増えており、予断を許さない。ただし、ワクチンの接種も徐々に進んでいるため、感染収束に向けての期待も少し出てきている。
○	輸送用機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・小型搬送設備の受注量が増えている。
○	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	・梅雨明けと共に、ターミナル駅の乗降客数が回復してきた。ある駅では週末を中心に、キャリーカートを持った家族連れがみられる。
□	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・7月の4連休は人出が多く、飲食店にも客が流れていたが、月全体でみると売上はまだ厳しい。全体としては、余り変わらない様子である。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響や、半導体不足の影響により、取引先からの受注が減少している。
□	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	・相変わらず受注量は減少気味である。数か月前と比べても余り変わらない。
□	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・家電用や車載用の製品のほか、工業用の接着材でも、好調な販売が続いている。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・多少の在庫調整はあるものの、大きな変化もなく、受注は旺盛である。
□	金属製品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・原材料の鋼材価格の値上がり、販売価格になかなか転嫁できない。
□	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年と同じように最悪の状況である。取引先も最悪の状態を脱しておらず、今後もこの嵐をしのぐしかない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・異なる2種類のビジネス環境が存在している。1つめはコロナ禍による海外の取引先との交流の減少で、2つめは半導体関連市場の活況である。当社は半導体関連の取引が多いため、今のところは前年よりも景気は良くなっているが、3か月前と比べるとやや良い程度である。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・気温の上昇に伴い、エアコンは好調な荷動きとなるが、前年は特別定額給付金による需要の増加があったため、ほとんどが実売台数ベースで前年割れとなっている。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・再び大阪でも緊急事態宣言が発出されることから、先行きが不透明である。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き合い件数が少なく、受注が増えない。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・案件が増えておらず、相談はあるが、成約までには至らない。
□	建設業（経営者）	取引先の様子	・度重なる緊急事態宣言の発出、まん延防止等重点措置の適用により、取引先にも影響が出てきている。新型コロナウイルスの影響は取引先ごとに様々となり、設備投資が凍結や延期となるケースも出てきている。
□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・ワクチンの接種率が上がっており、客の状況も落ち着きを取り戻してきている。3か月前と比べて、大きな変化はないと感じる。
□	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・新型コロナウイルスによる悪影響に尽きる。緊急事態宣言が完全に解除され、感染者数が激減するという状況にならない限り、窒息死寸前の企業は減らない。とても景気が上向くような局面ではない。
□	金融業（営業担当）	それ以外	・コロナ禍のなか、業況が改善している業種もあれば、営業をやめる業種もある。東京オリンピックの開催中に新型コロナウイルスの感染者数が増加傾向にあり、先行きが不安である。
□	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2年前と変わらない。



	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言が6月後半まで続いたため、交通関連など、夏に期待していた広告出稿が先送りになっている。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・コロナ禍が長く続き、今後は4回目の緊急事態宣言も発出されるなか、経営の状況は一進一退となっている。
	□	その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	受注量や販売量の動き	・商品価格を7～12%ほど上げるなど、値上げ傾向が進んでいるが、商品の動きは悪い。
	□	その他非製造業 〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ある程度の動きは出てきたが、景気が上向くとまではいえない。
	▲	食品品製造業 （従業員）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピックの観戦で自宅での需要が増えると期待していたが、連日の猛暑が響いたのか、当社の商品は売上がマイナスとなっている。
	▲	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・催事での集客が少ないため、売上が減っている。新型コロナウイルスの感染が沈静化していないなか、やはり消費者は集まりにくい。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量の減少が目立つようになってきた。2～3か月前は、それを補う新規の試作案件があったが、現在はほとんど伸びていない。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物件の単価が下がっていると感じる。
	▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・来客数が少なくなっているため、配達件数が減っている。
	×	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、ビルの1階に入居している物販や飲食店舗がかなり空いてきている。アパレル関連にも出店意欲がなく、賃料も下がっており、景気は悪くなっている。
	×	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が見通せない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・求人数は、新型コロナウイルス発生前の水準にまで戻ってきている。
	○	人材派遣会社 （支店長）	求人数の動き	・受注件数が増え始めており、今後は回復に向かうと予想される。
	○	新聞社〔求人広告〕 （営業担当）	周辺企業の様子	・ワクチン接種や、東京オリンピックの開催を受けて、世の中の雰囲気は上向いていると感じる。それに伴い、人や企業の動きも増えてきている。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・ワクチン接種が進めば、景気もやや良くなるという声が多い。
	○	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人数が前年と同じ水準にまで回復している。
	□	人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・下期からの官庁関係の入札が佳境を迎えつつあるが、ボリューム、価格共に前年度を上回る可能性がある。また、テレワークでの仕事が増えているため、地域限定のスタッフを募集する必要がなく、良い人材が集めやすいなど、人材派遣会社には追い風が吹いている。
	□	人材派遣会社 （営業担当）	それ以外	・コロナ禍のなか、対症的な対策の繰り返しであるため、先が見通せない。
	□	アウトソーシング企業 （管理担当）	それ以外	・仕事の依頼は多少あるが、採算の合わない物ばかりである。
	□	新聞社〔求人広告〕 （管理担当）	求人数の動き	・求人数に伸びがみられず、景気が上向いた実感はない。東京で再び緊急事態宣言が発出され、大阪などの大都市でもまん延防止等重点措置が出されている。さらに、ワクチン不足で接種のスピードが落ちることへの懸念が、経済全体に影響している。

□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求人は底堅く推移しており、一部の電気機械や生産機械、ハードウェア関連などでは求人が改善傾向にある。製造業の業況が改善すれば、製造業派遣や貨物輸送などの求人が改善される。一方、飲食業ではフルタイム求人がほとんどみられず、宿泊業なども低迷している。
□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・大阪の有効求人倍率は1.17倍と5か月ぶりに上昇した。有効求職者数が前月から4.8%と大きく減少したことが要因である。会社都合の離職者も前年比で2か月連続の減少となった。また、業種別の求人には、建設業、製造業が底堅い動きとなっている。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・今年度の新卒採用試験において、第一次のピークは過ぎた。業界によって多少の差はあるものの、求人数はほぼ新型コロナウイルス発生前の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	・新型コロナウイルス関連の特需も終わりそうであったが、また緊急事態宣言が発出され、コロナ禍関連の需要が増えそうのため、現状維持が続くと予想される。
▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・4～5月と比べて、求人数の伸びが鈍化している。前年の水準は上回っているものの、2年前の水準に近づくような力強さはなくなっている。
▲	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・6月上旬には前年の反動増もあり、売上は前年比で約50%の増加となっていたが、2年前と比較した場合は、まだマイナス15%程度という状況であった。さらに、月末に近づくにつれて前年比の増加幅も小さくなり、7月に入るとマイナスに転じている。企業の採用動向も頭打ちになっており、今後の新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、更に悪化する懸念がある。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・7月に入って採用活動を終える企業が増え、内定の出ていない学生は、今後の活動が難しくなっている。
×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の出稿状況を見ても、各企業の業績が芳しくないため、プロモーション予算が激減している。