

8. 近畿（地域別調査機関：リ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（経営者）	お客様の様子	・引き続き休校やテレワーク、外食の自粛の影響で、家庭での調理が増えている。来客数は増えていないが、買上点数が大きく伸び、売上の好調が続いている。緊急事態宣言の解除後の動きでは、大きく落ち込んでいた夕方以降の客数が戻りつつある一方、外食などへの本格的な回帰の様子は、今のところみられない。
	◎	スーパー（店員）	販売量の動き	・平日の朝から客が多く、商品がよく売れている。週末はまるで年末のような様子。
	◎	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響もあり、売上、利益共に120%以上の伸び率となっているが、緊急事態宣言の解除後は、平常時の動きに戻りつつある。粉物やパスタを中心に、備蓄関連の商品が一気に売れた影響で、入荷困難な商品が多数発生している。直輸入商品も動きがストップしており、入荷のめどが立っていない。今後の売場への影響が避けられない状態となっている。
	◎	家電量販店（店員）	販売量の動き	・ゴールデンウィークが始まって、すぐに暑くなり始めたため、エアコンが急に売れ出している。緊急事態宣言の解除前の来客数が、前年比で120%であったのに対し、解除後は140%にまで上がっている。客との会話では、新型コロナウイルスの影響で白物家電の在庫がなくなったら不安なため、早めに買いに来たという声が多い。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除になったため、消費に少し目が向けられている。
	○	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの自粛要請が段階的に解除され、営業の再開が順調に進み、来客数も回復傾向にある。売上は平時の半分以下であるが、客の消費マインドは確実に上向き傾向にあると感じる。
	○	スーパー（店長）	お客様の様子	・景気が良いというよりも、月次の数値が良いというだけである。世間の事情により、仕方なくスーパーなどの売上が伸びているのにすぎない。
	○	スーパー（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、家での食事が多くなったたり、子供と過ごす時間が長くなったことで、手軽に食べられる物や、お菓子作りなどの商品がよく売れた。その関連では品薄になる商品も多く出ている。
	○	スーパー（企画担当）	それ以外	・緊急事態宣言で休業中の店が多いほか、家での消費に関する商品の需要が増えているため、新型コロナウイルスによるショックの前よりも良くなっている。
	○	家電量販店（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染収束と共に、来客数が増えている。テレワークが終わって、会社への出勤が始まり、外出も増えている。前年の水準には届かないが、徐々に右肩上がりになっている。
	○	家電量販店（店員）	来客数の動き	・外出の自粛が緩和され、月後半に掛けて来客数が増えた。これまで買い控えがあった分、自粛の緩和後は、季節性の高い物や故障に伴う買換えが増えている。客の間では、これからは自宅で利用する物の購入を検討し、外出は控えていきたいという意見が多く聞かれる。
	○	家電量販店（店員）	お客様の様子	・営業の自粛要請の解除に伴い、客の来店が増えた。季節的にも暑くなり始め、エアコンの販売量が増えている。
	○	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言下でも、テレワーク関連商品や、内食に必要な調理家電を中心に、前年を上回る売上となっている。
	□	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染予防による、営業の自粛や時短営業などで、状況は変わっていない。
	□	百貨店（店長）	販売量の動き	・緊急事態宣言中も、食品関連はスーパーと同様に好調で、解除後は化粧品などの消耗品に特需が発生している。その一方、アパレル関連では中国での生産が困難なほか、キャッシュの不足で中小企業を中心に倒産が続いたため、商品が不足している。客もクリアランスが近いとため、アパレル消費については様子見となっている。
□	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・店舗は食料品売場以外、全て休業しており、その食料品売場も4割の店舗が休業している。ほとんど売上がない状態が続いている。	

□	スーパー（店員）	販売量の動き	・売上は全体的に少なくなっているが、営業経費も減っているため、利益は大きく変わらない。
□	スーパー（販売促進担当）	お客様の様子	・まとめ買いの需要もあり、店舗売上は依然として高止まりで推移しているが、来客数は前年比で約1割減となっている。客が来店を控えている傾向もあるが、需要の実態は来客数の推移に反映されていると感じる。
□	スーパー（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる自粛生活が長引くなかで、宅配システムを利用する人が予想以上に増え、いわゆるコロナバブルとなっている。
□	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、テレワークが完全に終わったわけではないため、来客数は8%ほどしか増えていない。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数は戻りつつあるが、全体的に大きな変化はない。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、まだ近隣の会社では出社している人が少ないようで、昼の来客数が減っている。
□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響につき、外出の自粛は解除されたが、来客数は少ない。
□	乗用車販売店（営業企画）	販売量の動き	・回復の兆しがなく、求人業界は壊滅的なダメージとなっている。
□	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・自粛の動きは少しずつであるが和らいでいる。ただし、自粛生活が長かったため、節約志向が続いており、すぐに購買の動きは戻らない。マスクや除菌剤、手洗い洗剤、うがい薬などの動きは良いが、風邪薬や化粧品の動きは悪い。
□	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による外出の自粛が続いたことで、緊急事態宣言の解除後も生活様式が変化し、接客業は厳しい状況となっている。
□	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	・相変わらずマスクやグローブ、体温計などの問合せが多いが、入荷が不安定なため、受注量には変化がない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・外出の自粛状態に大きな変化はない。一度倒れた経済の足腰は弱く、不安はなかなか解消されない。
□	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大による緊急事態宣言が、北海道や首都圏を除いて解除になり、買物客が徐々に増えてきている。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除後も、大手企業はまだ自粛モードであり、マンションの販売は低調である。新築戸建てについては、低価格物件の動きは堅調であるが、高額物件は停滞気味となっている。
▲	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が落ち着き、緊急事態宣言が解除された。全部門で営業が再開した18日以降、日次では来客数、売上共に、前年の6～7割の水準にまで回復している。ただし、都市型店舗は郊外型店舗よりも回復が遅れ気味である。部門別には、営業を続けていた食品関連が比較的好調で、再開した売場では子供服や在宅生活を反映した書籍、文具が比較的好調に推移している。
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・衣料品を中心に、買い控えが続いている。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・遠距離からの来客数が大きく減る傾向にあり、週末の来客数の減少が著しい。
▲	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、飲食店や百貨店の営業時間が長くなり始めている。これに伴い、巣籠り消費は徐々に減少し、スーパーでの特需的な動きも少し減っている。今後、学校の再開が本格化すれば、家庭内の需要が更に減少し、平常時の動きに近づく。
▲	スーパー（社員）	来客数の動き	・前月のような爆発的な売上増ではないものの、依然として食品部門は好調に推移している。客の買上数量の増加が大きな要因であるが、来客数は大きく減少しているため、新型コロナウイルスの感染収束後の回復が心配である。
▲	家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が続いている。

▲	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・全体的に来客数が増えてきており、特にテレワークに伴う情報関連商品や、水道代の上昇による食洗機やトイレのリフォームなどの節水商品、学校の休校に伴うゲーム関連商品、猛暑を想定したエアコンの問合せが増えている。
▲	一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・自粛要請が解除になっても、店側も客も手探り状態のため、安心して消費が回復するまでには、しばらく時間が掛かる。
▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、受注が減少している。
▲	テーマパーク（職員）	それ以外	・正規雇用されている人は、特に金銭的な問題はないが、非正規社員の生活状況を考えると、現状の経済政策では景気が上向かないと予想される。
▲	美容室（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、客の予約も入ってきているが、混雑した状態を避けるため、予約は少しずつしか入れられない。
▲	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、住宅設備の納期が遅れていたが、住宅の引渡しについても、延期の動きがやっと落ち着いてきている。
×	商店街（代表者）	それ以外	・全店が休業中である。
×	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・例年ゴールデンウィークは人が行楽に向かうため、来客数は伸びないが、今年は連休を過ぎても人の動きが全くない。不要不急の外出への自粛の要請に対し、時計については、不要ではないが不急と判断されたと考えられる。来客数が記録的に少なくなっており、年配客からは、外に出ると若い人に怒られるという声もあった。ただし、月末近くに少し自粛が解除されたことで、人出が少し戻ってきており、暗闇の中に少し光がみえた気がする。
×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・5月は大部分が休業状態であったため、前年比で70%弱のダウンである。ここ数日は夏用マスクの需要が高まり、品切れ状態となっている。毎日入荷があるが、昼過ぎには完売状態である。暑さもあり、販売する商品が次々と変化している。
×	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	それ以外	・緊急事態宣言による取引先の飲食店、パチンコ店の休業のほか、イベントの中止などによって、外食の需要が激減している。
×	一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・5月現在と2月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は5月が26.7%で、2月が102.9%、関東は5月が30.3%で、2月が95.7%、中部は5月が47.9%で、2月が89.0%、中国は5月が38.6%で、2月が91.9%となり、各地区合計の平均は5月が32.3%で、2月が98.0%となった。前月と同様、新型コロナウイルスによる影響で壊滅的な状況であり、これがいつまで続くのか、元には戻ることなのか、果たして持ち堪えることができるのか、不安な状況である。
×	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60%の減少で、前年比では70%の減少となっている。
×	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による自粛が終わり、営業を開始したものの、来客数は激減したままである。加えて、1人当たりの単価も非常に低く、販売量がかなり減っている。
×	一般小売店〔花〕（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響はまだまだ続く。
×	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・ゴルフ場の飲食関係では、5月末から再開される店もあるが、まだまだ客が戻る気配はなく、最悪の状況が続く。
×	一般小売店〔花〕（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で人が外出しないため、来客数が激減している。
×	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休業していたため、悪くなっている。
×	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、今月も前年比で70%と落ち込んでいる。1日も早く通常の生活に戻ることを願うしかない。

×	百貨店（売場主任）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・まだ新型コロナウイルスの影響が大きく残っており、生鮮食料品の売上は5月29日までで前年比0.5%増と前年並みを確保しているが、総菜やイトイン、ギフト食料品は20.0%減と大きく落ち込んでいる。今後も同様の消費環境が続くため、厳しい状況が予想される。
×	百貨店（売場主任）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・今月の中旬から営業再開となったものの、売上は前年比で30%以上の減少と厳しい状況にある。客は外出を極力避けているほか、生活必需品の需要はあるものの、ファッションなどの嗜好品の購入は抑え気味である。
×	百貨店（売場主任）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・全館が営業再開となった初めての週末は、売上が前年比で45%減少している。
×	百貨店（企画担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・緊急事態宣言が解除されたが、来客数は以前の6割程度であり、買上客単価も前年を下回っている。5月中旬から全店の営業を再開したため、4月に比べると改善は見込まれるが、あくまで低いレベルでの改善である。前年の実績の半分にも達しない。
×	百貨店（企画担当）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・3月はまだ週1回の休業日を除き、通常の営業ができていた。今月は営業を再開できたものの、休業期間が長かったため、業績は極めて厳しい状況である。
×	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスの影響で客の買い方が変化しているほか、サプライチェーンの寸断によって商品の供給も滞っている。
×	百貨店（特選品担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・月前半は緊急事態宣言による臨時休業となり、月後半は営業が再開したが、ソーシャルディスタンスの必要性から、客に近づいての販促ができない。来客数という点では、かなり厳しい状況である。
×	百貨店（営業推進担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・緊急事態宣言は解除に向けた動きが進んでいるものの、外出への躊躇いがあり、外出時間を減らす意識が強いため、滞在時間の短縮につながっている。
×	百貨店（販促担当）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスの影響で、月の上旬から中旬にかけて食品売場以外は休業し、下旬も時短営業であった。ただし、下旬の営業状況を見ると、消耗品の購入や季節変わりでの需要など、前年を大きく上回る推移となっている。一方、不要不急の消費の自粛意識は根強く、ショッピングを普通に楽しむまでには、まだまだ至っていない。
×	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・緊急事態宣言の解除を受け、全館で開店となったが、まだ営業時間が短縮中であるほか、テレワークや外出自粛の継続を受けて、入店客数は前年の半分といった状況が続いている。インバウンド売上も前年比で99.9%減とほとんどなく、回復の兆しはまだみえない。
×	百貨店（売場マネージャー）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・4月の中旬から5月の中旬までは、緊急事態宣言で食品部門を除いて営業を自粛していたため、非常に厳しい経営状態となっている。また、取引先も資金繰りの悪化による倒産や規模の縮小、リストラなど、様々な面で経営が悪化している。営業再開後の売上はほぼ前年並みまで戻るとしても、今までのような積極的な販促などにも取り組めず、直近3か月は大幅な悪化となる。
×	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・4月14日から続いた食料品を除く臨時休業が、5月20日で終了となった。営業が再開してからの来客数は前年比で4割減であり、来店客をみても、経済的な不安を抱える中間層が多い印象がある。夏のクリアランスセールまでは、買い控えが続きそうな様子である。
×	百貨店（服飾品担当）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスの影響で、4月7日から食品以外は営業休止となり、都心店舗では土日は閉店となっていた。5月28日からは食品以外の販売を再開し、約1か月半以上の閉店状態をようやく脱している。営業の再開後は客の安全を第一とし、時短営業などの対策を講じたが、ラグジュアリー関連では営業を待っていた客による買上が多く、ブランドによっては前年を上回る動きがあるものの、来店客はまだ少なく、売上は前年比で60～80%で推移している。ただし、客の買上率は高く、商品を見るためではなく、買うために来店していることが分かる。

×	百貨店（販売推進担当）	それ以外	・緊急事態宣言を受けた休業期間が1か月以上続き、当社、取引先共に、かなり深刻な状況になっている。営業が再開された後の売上についても、前年の50%を超えるのがやっとという感じで、今のところはすぐに回復する気配はない。
×	百貨店（宣伝担当）	それ以外	・ようやく店舗の営業を再開したが、営業時間を短縮しており、売上は前年の3割程度にとどまる。特に、百貨店の中心客である中高年層は、緊急事態宣言が解除されても外出を控えており、来客数は少ない。
×	スーパー（店長）	お客様の様子	・外出の自粛でモール型の施設は休館となり、スーパー業態のみで営業を続けてきたが、やはり来客数の減少で厳しい状態にある。5月22日からモールの再開で来客数は戻ってきたが、以前の消費の勢いには到底及ばず、今後も手探りの状態が続く。
×	スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数は回復傾向にあるものの、トラベルやリゾート関連商品は前年比で20%前後にとどまる。今後も前年までのような動きはないと考え、計画を立て直す必要が出てきている。新たな生活スタイルの提案や内食、家飲み、家での運動など、今後は家での過ごし方を充実させるスタイルに変化すると考えられる。
×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・周辺の企業の在宅勤務は続いており、予備校や専門学校も休校のままで、来客数が半減している。深夜の時間帯は休業していることもあり、4月を超える過去最大の赤字となっている。
×	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・まだまだ、新型コロナウイルスの影響が続いている。
×	コンビニ（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染拡大を防ぐため、不要不急の行動を控えている。この状況では、必要な物にしかお金を使おうとしない。
×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・深夜帯の客の動きが非常に悪い。新型コロナウイルスによる外出の自粛に加え、単身赴任のサラリーマンの移動も制限されているため、朝夕の通勤時間帯の客数が激減している。さらに、外国人観光客はほとんどいない状態が続いている。
×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、会社員や学生の客が減少している。特に土日は悪い。
×	コンビニ（店員）	単価の動き	・客は少しずつ戻ってきているが、買物額の単価が下がっているような気がする。客が財布のひもを締めている感覚があり、代行収納のついでに買物をする人も減っている。
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・外出の自粛要請のため、小売店で買物する人はいない。そのために、60～70代の社長は廃業を考えている。
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・5月21日に緊急事態宣言が解除され、徐々に人出が戻りつつあるが、恐る恐る外出していると感じる。7日に解除されなかったことが響き、全く売上のない状態が2か月続く結果となった。2月のダイヤモンドプリンセス号に始まり、小中高校への休校要請、感染の急拡大、マスクの配布、そして極めつけの緊急事態宣言と、この4か月間は新型コロナウイルスに振り回されている。
×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて、新型コロナウイルスの影響でいまだに来客数が減少し、前年比で大幅に落ち込んでいる。
×	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・客は消費を抑える傾向が強く、電話や来客数は少なく、販売量も減少している。
×	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・外出の自粛もあり、かなり悪くなっている。
×	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、時短営業や残業規制が続いたほか、外出の自粛によって販売台数が劇的に減少している。
×	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数が減っている。また、不景気を理由に、高額商品の購入を抑えているとも感じる。
×	乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除後も、予断を許さない状況が続いており、客の動きも慎重である。
×	住関連専門店（店長）	それ以外	・生活必需品を扱っているわけではないため、緊急事態宣言とほぼ同時に、新規の客が全くなり、5月も同じ状態となっている。

×	その他専門店 [宝石] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で外出が減り、来客数が大きく減っている。消費への意欲もみられない。
×	その他専門店 [食品] (経営者)	販売量の動き	・外食向けの食品の卸売が中心であるが、まだまだ元の水準には戻っていない。
×	その他専門店 [ドラッグストア] (店員)	お客様の様子	・ドラッグストアの商品には、新型コロナウイルスの影響でマスクや手指の消毒液など、需要の増えた物が多い。それに伴い、売上は増えているが、化粧品などには全く動きがない。
×	その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響を脱し、元の生活に戻るまでには数年掛かる。それまで企業の体力が持つかが懸念される。
×	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	競争相手の様子	・前月と同様に、営業の自粛による販売機会の減少が続いている。営業していても来客数は少なく、売上は激減している。同業者からも、事業や経営の縮小の話が出ている。
×	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言による外出の自粛、テレワークの推進などで、ガソリンの販売量は前年比で20%減少している。
×	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による自粛の要請は緩和されつつあるが、消費意欲の回復には程遠い状態である。
×	高級レストラン (スタッフ)	お客様の様子	・今月はテイクアウトのみの営業であった。テイクアウト自体は大変好評であり、成功したといえるが、レストランの営業とは比べものにならない。
×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・飲食店は新型コロナウイルスの影響が非常に大きく、世間では感染性対策として外食を避けるようになった。テイクアウトを売出しても、収入が減ったり、時間がある人は自炊することも多いため、利益が出るほどは売れていない。政府からの時短営業の要請もあり、売上は大幅に減少している。
×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言は解除されたが、来客数は増えず、テイクアウトの注文が依然として多い。
×	一般レストラン (企画)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、売上は前年比で65%減少している。特にゴールデンウィークの営業は、混乱を避けるためテイクアウトのみの営業としたため、80%減と大きく減少した。中でも関東の落ち込みが大きく、その次に関西、九州の順となっている。
×	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が出ている。緊急事態宣言が解除されても、国内客だけでは大きな回復が見込めない。
×	観光型ホテル (経営者)	それ以外	・4月6日から休業を続けているため、4～5月の売上、販売量はほぼゼロである。
×	観光型旅館 (経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で休業中である。
×	観光型旅館 (団体役員)	それ以外	・全国的に緊急事態宣言が徐々に解除されつつあるが、先行きは依然として見通せない。国の制度を最大限に活用して、臨時休業を選択する方が、まだ赤字が少ない。
×	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響をまともに受けている。前月末から食堂や宴会場は営業を休止し、宿泊の稼働率は20%ほどに低迷している。その一方で、近隣の企業からは、一部の社員による長期宿泊や、リモートワーク用の客室利用などの需要がある。
×	都市型ホテル (フロント)	来客数の動き	・緊急事態宣言は解除されたが、客の動きは鈍い。ただし、客室を活用したリモートワークプランは好調である。
×	都市型ホテル (管理担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響により、5月一杯は休業となる。収入はほぼゼロに近い一方、固定費は多少の増減はあっても発生するため、収支の悪化が著しい。
×	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影響で、一旦キャンセルになった客がいつ戻ってくるのか、現状はそのタイミングが分からない。特に、宿泊や宴会などの予約が戻る時期が読めない。
×	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防止のため、臨時休業となっていたが、5月28日から営業が再開している。

×	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・3～5月は月を追うごとに宿泊客が減少し、4月の緊急事態宣言以降は、客室稼働率は10%以下で推移している。宴会もほとんどがキャンセルとなり、宴会場の利用が全くない日が多い。レストランについても、緊急事態宣言期間は営業の自粛で大半の店舗が休業となっており、売上は前年比で9割以上減少している。
×	旅行代理店(従業員)	それ以外	・消費マインドが更に低下しており、将来への不安でお金を使わなくなる。
×	旅行代理店(役員)	それ以外	・4～5月の売上はゼロとなっている。新型コロナウイルスの影響で、キャンセルに歯止めが掛からない。
×	旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・海外旅行については、外国からの入国制限などの影響もあり、ほぼゼロの状況が続いている。国内旅行は、緊急事態宣言が解除された地域では、地域内での旅行需要が少し出始めているが、前年比の1割にも届いておらず、良くなる気配は全くない。
×	タクシー運転手	来客数の動き	・駅などのタクシー乗り場を流していても、タクシーの稼働数が少ないにもかかわらず、客が乗車するまでの時間が今までの2～3倍に延びている。
×	タクシー運転手	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、言葉が出ないほど悪い。
×	タクシー運転手	お客様の様子	・不要不急の外出に対する自粛要請により、人の動きが大幅に減少した。流し営業が成り立たず、営業収入が半減している。
×	通信会社(社員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が必要の増加につながっていない。当初は、単籠り消費によるケーブルテレビなどの需要に期待したが、それほどでもなかった。一方、インターネット関連の問合せは、かなり増えている。
×	通信会社(社員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により、来客数が減少し、店舗の営業時間も短縮となっている。受付を制限し、積極的な販売は行わないため、売上も減少している。販売量は前年の2割ほどである。
×	通信会社(企画担当)	来客数の動き	・オンラインで営業活動はしているが、来客数が大幅に少なくなっている。今後はデジタルに移行していくため、受注は増えていくものの、クライアントの景気が回復しなければ大きな受注にはつながりにくい。
×	観光名所(企画担当)	来客数の動き	・営業を休止して約3か月が経過するが、全く収入がない。状況は厳しくなっている。
×	遊園地(経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、休業が続いている。
×	競輪場(職員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染防止や緊急事態宣言による営業自粛、臨時休業で、販売はゼロである。
×	その他レジャー施設[イベントホール](職員)	来客数の動き	・コンサートなどのイベント開催については、移行期間の後、全面解除になるようだが、収支が合わなければ開催できない。結果的に、制限期間中は開催が難しいかもしれないという雰囲気がある。
×	美容室(経営者)	来客数の動き	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が続く。
×	美容室(店員)	来客数の動き	・当店は営業していたが、自粛要請で外出を控えた客が多かったため、来客数が確保できていない。
×	住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・飲食業や宿泊業などの賃借人から、賃料の値下げや支払猶予の依頼が増えている。
×	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・不動産業者、一般客共に購買意欲はあるが、一時的な動きのように感じる。全体的には、不安感の中で買い控えていると感じる。
×	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による、展示場の休業やイベントの自粛で、新規客が見込めない。
×	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	・新型コロナウイルスの影響が出ている。
×	その他住宅[展示場](従業員)	販売量の動き	・政府の緊急事態宣言を受けて、住宅展示場のセンターハウスは閉鎖し、アンケートも取得できていない。出展企業も既存客の予約対応のみで、新規の来場者はゼロという最悪の状況である。
×	その他住宅[住宅設備](営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が続く、点検訪問を拒否する客が月に100件以上となっている。出勤を控えて、自宅待機となる社員も出ている状況で、大幅な売上減である。
企業	◎	—	—

動向 関連	○	＝	－	－
(近畿)	□	金属製品製造業 (開発担当)	受注量や販売量 の動き	・繁忙期はきていない。
	□	電気機械器具製 造業 (宣伝担 当)	受注量や販売量 の動き	・実売の荷動きは、全体的に前年と比べてもそこまで悪くはない。テレビや空気清浄機は好調な推移が続いているほか、気温の上昇に伴い、エアコンも前年並みの荷動きとなっている。
	□	建設業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・大きな案件が終了したものの、引き続き問合せや引き合いはきているため、悪くなったという感覚はない。
	□	建設業 (経営 者)	取引先の様子	・年度末の工事も終わり、人手不足は解消傾向にある。中国での生産部品の納入遅れによる、完成品の納期の遅延についても、落ち着いてきている。
	▲	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルスの発生当初は、家庭用商品の受注が多かったが、それも一段落している。今は業務用製品が激減してきた影響もあり、良くない。
	▲	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	・新型コロナウイルスの影響で事業がほぼ停滞していたため、必然的に受注量は減少している。
	▲	プラスチック製 品製造業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルスの影響で、受注量が前年比で2～3割減り始めている。当社は工業部品を作っているが、減少の要因はサプライチェーンをみれば明らかである。大元のメーカーが製品を出荷できていないなか、感染の第2波に備えて、生産量を増やすか減らすかが問題である。特に、適正在庫をどのように読むかが難しい。
	▲	一般機械器具製 造業 (設計担 当)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、個人消費が落ち込んでいる。
	▲	電気機械器具製 造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・当社は製造業者であるが、幸い新型コロナウイルスの感染者が1人も出ていないため、世間でいわれるほどダメージを受けていない。ただし、市場は停滞しているため、その影響は大きい。また、1人でも社員が感染した場合、どのような悪影響を受けるか分からず、恐ろしさを感じている。
	▲	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、売上共に減少している。
	▲	建設業 (営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・海外からの建築資材の仕入れが一部で滞ったり、新型コロナウイルスの感染防止のための対策費用が発生している。ただし、今のところは業況自体に大きな影響は出ていない。
	▲	輸送業 (営業担 当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響が大きく、家具の売行きが悪い。
	▲	金融業 (副支店 長)	取引先の様子	・緊急事態宣言が解除になっても、個人の消費については様子見の状況が続くようである。
	▲	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で受注が減っている。特に、今後の設備投資の案件がほとんどなくなっている。
	×	食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、飲食店やホテルを中心とした取引先には休業が多く、売上が激減している。
	×	繊維工業 (総務 担当)	取引先の様子	・緊急事態宣言後は全国各地での催事が中止となり、取引先にも動きがなく、売上がゼロとなっている。解除後の動きの回復に期待している。
	×	繊維工業 (団体 職員)	受注量や販売量 の動き	・5月の生産量は前年比で20～30%の減少となり、前月と比べても大幅に悪化している。
	×	木材木製品製 造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・緊急事態宣言後は、売上がゼロとなっている。以前と比べるまでもなく、今が最低である。
	×	パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・連休明けから、一段と受注量が減っている。同業他社も同様の動きとなっている。
	×	化学工業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・4月中旬から、日々の受注額が前年比で半減となり、ゴールデンウィーク頃からは販売額が4割程度落ち込んでいる。
×	化学工業 (管理 担当)	受注量や販売量 の動き	・4月の出荷量はほぼ例年並みであったが、5月は自動車関連を中心に、急激に落ち込んでいる。	
×	金属製品製造業 (経営者)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、世界の自動車メーカーが大幅な減産を行っている。4～6月は最悪の状態となり、売上は前年比で約35%減少する。	

	×	金属製品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・自動車関連では前年比で25～50%、その他の分野で10～20%、受注や売上が減少している。
	×	一般機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・当社の取引先には大手の製造業が多いが、設備の保全のための修理費すら大幅に減っている。製造ラインが停止しているか、予算不足で不要不急の費用が削られているものと考えられる。
	×	輸送用機械器具製造業 (役員)	受注量や販売量の動き	・発注の内示案件の延期や保留が増えており、総額では前年の売上の30%にあたる約10億円に達する。見積り中案件の延期や保留も増え、こちらは前年の売上の24%にあたる約8億円となっている。
	×	建設業 (経営者)	それ以外	・緊急事態宣言に伴う自粛の動きにより、地域経済は大きく打撃を受けている。
	×	金融業 (営業担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、どの企業も売上が大幅な減少となっている。
	×	金融業 [投資運用業] (代表)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響に尽きる。緊急事態宣言が解除されても、すぐに消費は戻らない。真面目で従順な日本人は感染の第2波の懸念を深刻に考えるため、他国よりも経済の回復は遅いと予想される。
	×	新聞販売店 [広告] (店主)	受注量や販売量の動き	・スーパーやパチンコなどが、密集を防ぐために広告を自粛しており、週に1～2回は定番で入っていた折込広告がなくなったため、収入が前年比で3割ほど落ちている。
	×	広告代理店 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・例年であれば、この時期にセールを行っているが、今年はセール自体を行わない店が多くなっている。また、新型コロナウイルスの影響で倒産する企業が増えている。
	×	広告代理店 (営業担当)	それ以外	・広告業は新型コロナウイルスによる打撃が大きく、受注は前年の半分にも届いていない。
	×	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影響で、売上は前年比で3割程度となっている。
	×	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・経営コンサルタントとして主に人材育成や販売促進をアドバイスしているが、現状をみる限り、新型コロナウイルスの影響で先行きはとて悪く、価格以前に注文そのものがない。
	×	その他サービス業 [店舗開発] (従業員)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で鉄道利用客が大幅に減少し、駅ナカ店舗も休業を余儀なくされている。約8割の店舗が休業となり、特に新幹線の乗降客が多い駅では、壊滅的な打撃となっている。
	×	その他非製造業 [商社] (営業担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、設備の改修を延期する客も出てきている。
	×	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影響で、全く先が読めないほどダメージを受けている。
雇用 関連	◎	—	—	—
	○	—	—	—
(近畿)	□	アウトソーシング企業 (社員)	雇用形態の様子	・世間では新型コロナウイルスの影響で、自粛の動きが続いている。ただし、保育園は子供の出席数は減っているが、基本的には預かり続けているため、特に変わらない。
	▲	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・3か月更新で派遣契約を結んでいる企業が多いなか、6月末までの契約のうち、約4割が終了となりそうである。今後の営業活動の動きも鈍く、前年比で4割ほど仕事が減っている。上半期はこの動きが続く。
	▲	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・4月は全業種で新規求人数が減少した。特に製造業や卸売・小売業、宿泊・飲食サービス業での減少幅が大きい。一方、新規求職者数も減少したが、緊急事態宣言下での来所を控えた影響が大きいと考えられる。
	▲	民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・新卒採用では、採用広告のキャンセルが発生したり、説明会への出展を渋る企業が増えている。特に、説明会ではオンライン説明会の実施を提案しているが、前例が余りなく、広報効果が分からないという意見も多いため、出展を希望する企業が集まらない。
	▲	学校 [大学] (就職担当)	周辺企業の様子	・採用活動を途中で中止する企業が出てくるなど、周囲の景気は悪くなっている。
	▲	学校 [大学] (就職担当)	雇用形態の様子	・新型コロナウイルスの影響でステイホームが続き、医療機関への就職については、就職氷河期よりもひどい状態である。学生たちはアルバイトの減少などで困窮状態が続いているほか、学内への立ち入りが禁止されており、情報伝達もままならない。

×	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、経済活動全般が滞っている。求人が激減し、求職者も転職に慎重になっている。
×	人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で仕事を失う人が多く、求職者が増加している。人の動きに勢いが無い。
×	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・休業補償の支払交渉や、派遣契約の打ち切りなどを含め、取引先の経営状況の悪化を感じる。また、求人数に至っては、前年の5割以下にまで落ち込んでいる。
×	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、求人数が極端に減っている。
×	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感染拡大に伴う、緊急事態宣言の発令により、掲載活動はほぼ休止に追い込まれている。体力のない中小零細企業は運転資金に窮し、倒産や廃業する企業も増えている。多くの企業が、求人よりも解雇や休業に踏み切らざるを得ない状況である。
×	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続いている。特に、関西の地元企業からの動きが芳しくない。
×	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人数が激減している。
×	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は7か月連続で減少している。百貨店に商品を販売している大手の業者は、百貨店の休業で求人を取下げたほか、学習塾は大型連休中に休業要請を受け、学校が始まるまでは営業できないため、求人が減少している。
×	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・緊急事態宣言の発令後は、雇用調整を行う企業の情報が大幅に増えている。
×	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数の減少傾向が続いている。
×	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・緊急事態宣言は解除されたものの、以前のような経済状況に戻るには程遠い。
×	民間職業紹介機関 (支社長)	求人数の動き	・新型コロナウイルスによる求人減の動きは緩やかになり、求人を再開する企業も出てきたが、再開が減少を上回る状態には至っていない。
×	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の影響で求人数が激減しているが、逆に求職者は増えている。特に、飲食やホテル関係の求職者は増えている。