

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (近畿)	◎	コンビニ（店員）	・外出の自粛が終わり、通常の社会生活に戻れば、来客数も戻ってくる。
	◎	家電量販店（店員）	・給付金が入り、家電の買換えを検討している声も多い。また、今年の夏は猛暑が予想されるため、エアコンの需要が見込まれる。
	◎	家電量販店（店員）	・現在は既に夏物家電がよく売れており、夏本番に向けて、更に季節商材が売れると予想される。
	◎	競輪場（職員）	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いており、近いうちに再開となるため、今後は良くなる。ただし、以前の売上や客単価に戻るかどうかは分からない。また、治療薬やワクチンの開発が進み、市場に出回るまでは、第2波、第3波への警戒が続くため、規模を縮小した形での営業になると予想される。
	○	一般小売店〔花〕（経営者）	・緊急事態宣言の解除により、少しずつ取引先も営業を再開するので、今よりは多少良くなる。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・取引先の営業が再開となる。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・少し規制が解除されたことで、本来の売上には程遠いが、飲食店も徐々に上向く。当社の売上も、少しずつ緩やかに上向くと予想される。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・日本は外国と違って、決定的なダメージを受けているとは思えない。ただし、感染の第2波の発生に持ちこたえられるかどうかで、今後の経済は大きく変わる。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	・6月1日から営業を再開するため、今よりも良くなる。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・1日も早く、新型コロナウイルスの感染が収束することを期待し、前月よりも消費が活発になることを願うだけである。
	○	百貨店（企画担当）	・前年に比べると、インバウンド売上は激減しているが、今月よりも営業機会は増加するため、現状よりも業績が好転することは確実である。
	○	百貨店（販促担当）	・月の大半が休業や時短営業であった今月に比べれば、改善が進むと予想される。ただし、メーカーの在庫調整や自粛ムードの継続により、本来の姿に戻るまでには時間が掛かる。また、夏休みが短縮になり、過去にない生活様式となるため、いかに仮説を立てて商品の手配を行うかという、スピード感が一段と重要になる。また、秋冬商戦にも早期に備えることが、今後の不安定な状況に対応する鍵となる。
	○	百貨店（サービス担当）	・6月1日から自粛が解除されるため、営業の自粛や営業時間の短縮が徐々に緩和され、今まで来店がなかった部分については改善される。集客のための催事やイベントができないうちは、以前の水準には戻らないが、少しは良くなる。
	○	百貨店（マネージャー）	・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（マネージャー）	・春夏物の値下げが始まり、消費を抑えていた層も財布のひもが緩むと予想される。また、テレワークや健康志向など、新しい生活様式を視野に入れた需要が生まれており、消費の低迷は一定の底を打ったと考えている。
○	百貨店（商品担当）	・インバウンドのシェアが高かった化粧品や、富裕層に人気のラグジュアリー関連や高級時計など、直近で売上がけん引していた商品は、徐々に売上が回復しつつあるものの、月全体では臨時休業による悪化を取り戻すのは困難である。間もなくお中元シーズンとなるが、以前からの習慣がどれだけ続くのか、夏物需要がどの程度強いのかなど、不透明な部分が多い。営業は再開したものの、全体の消費が回復するまでに、どれぐらいの時間を要するのか、なかなか見通せない。	
○	百貨店（外商担当）	・緊急事態宣言が解除となり、全館での営業が再開となっている。今後は売上が少しずつ回復に向かうと予想されるが、通常の状態に戻るまでにはかなりの時間を要する。	
○	百貨店（販売推進担当）	・休業が続いた今月に比べれば良くなるが、規模に関係なく、取引先がかなり疲弊しており、退店や販売員の削減の申入れが相次ぐと予想される。今までと同じ運営方法では、過去の売上を確保することはもうできないと感じている。	
○	百貨店（外商担当）	・店側、客共に、新しい生活様式が定着し、新たな百貨店の営業スタイルが確立できている。再び自粛要請が出されない限り、売上は緩やかに拡大すると予想される。また、新型コロナウイルスの影響が少なかった、富裕層の購買意欲には期待が持てる。	

○	スーパー（店長）	・今後、新型コロナウイルスの感染が収束したとしても、第2波、第3波への備えから、今後の花火や祭りといったイベントの自粛が予想される。また、夏休みの短縮や、大型テーマパークの再開動向が、個人消費にどの程度の影響を与えるかが大きな要素となる。
○	スーパー（店員）	・緊急事態宣言が解除され、営業活動が少しずつ戻ってくる。
○	コンビニ（経営者）	・予備校や専門学校は再開するが、企業の在宅勤務は今後も続きそうであるため、今よりも来客数は増えるものの、以前の水準に戻るには半年から1年程度掛かりそうである。
○	コンビニ（経営者）	・インバウンドは戻っていないが、テレワーク中の人が出勤するようになれば、前年の53%に減っている来客数が、75%ほどに回復してくる予定である。
○	コンビニ（店長）	・緊急事態宣言が解除され、客も少しずつは来店すると予想される。
○	衣料品専門店（経営者）	・良くならなければ、大変なことになる。
○	衣料品専門店（店長）	・5月末に緊急事態宣言が解除され、徐々に来客数も戻ると期待している。
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・今が最悪で、これ以上落ち込むことはないが、最悪の状態がいつまで続くかは分からない。
○	衣料品専門店（販売担当）	・新型コロナウイルスの感染が少し収まってきたため、少しは来客数が増える。
○	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの感染収束による景気の回復は間違いないが、どこまで回復するかは予想が難しい。前年比での数字は厳しくなりそうである。
○	家電量販店（人事担当）	・緊急事態宣言が解除されても、テレワークや外出を自粛する流れは続く。また、梅雨から夏に掛けて気温も上がるため、エアコンなどの需要が高まる。
○	家電量販店（企画担当）	・自粛の解除や10万円の給付金が追い風となり、耐久消費財である家電商品は大きく動く予想される。
○	乗用車販売店（販売担当）	・緊急事態宣言の解除により、経済活動が徐々に戻ることを期待している。
○	乗用車販売店（販売担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、購入を控えた人が多かったことは事実であるが、逆に人との接触を避ける意味で自動車は有効であり、購入を検討する人も増えている。
○	住関連専門店（店員）	・給付金などが入るため、家具や家電の買換えにつながりやすい。
○	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がいつ頃落ち着くのかは不透明であり、今のところは先がみえない。元の状況に戻るまでには時間が掛かるが、少しずつ現状を脱していくと予想される。
○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・緊急事態宣言の解除により、今よりも人の動きが出てくると予想される。
○	高級レストラン（スタッフ）	・様子をみながら、6月からレストランの営業を再開していくが、まだ先行きは不透明である。
○	高級レストラン（企画）	・状況は流動的で、先の予測が立たない。
○	一般レストラン（店員）	・新型コロナウイルスの感染が収束に向かいつつあり、来客数が少し戻っているため、このまま期待したい。
○	一般レストラン（企画）	・自粛の解除によって閉店時間も少し延び、今後は回復していくと予想されるが、回復までにはかなりの時間を要する。
○	観光型ホテル（経営者）	・観光業は、新型コロナウイルスの影響を強く受けているが、今後は改善に向かうことを期待している。
○	都市型ホテル（客室担当）	・緊急事態宣言の解除により、観光業にも再開の動きが出てくる。感染の第2波への備えを着実にしながら、新しい生活様式で感染を防ぐとともに、ワクチンの開発に期待したい。
○	都市型ホテル（総務担当）	・5月21日に緊急事態宣言が解除されたため、客の動きが回復すると期待している。ただし、テレワークの増加でビジネス客の宿泊がどの程度戻るのかは不安である。また、宴会や飲食ではソーシャルディスタンスの確保による座席数の減少もあり、以前のような売上は確保できないと予想される。
○	タクシー運転手	・緊急事態宣言の解除直後は、人がかなり増え、待ち時間も短くなりつつある。今後は、タクシーの稼働台数も増えてくると予想される。
○	通信会社（社員）	・緊急事態宣言の解除により、営業の制限が緩和され、少しずつ回復すると予想されるが、感染の第2波が心配である。

○	競艇場（職員）	・緊急事態宣言が解除され、準備が整ったレース場は観客ありでの開催となる。場外発売所の営業も再開の準備が進んでおり、通常の体制に戻ろうとしている。長期間の無観客開催や休館による客離れが懸念されるが、全国的にみれば売上は回復すると予想される。
○	美容室（店員）	・ブライダル関係の客が、予約を2～3か月先に変更したため、その分プラスになると期待している。
○	その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・オイルマッサージでは服を脱ぐため、寒い時期には来客数は減少し、暖かくなると増加する。ただし、今年は新型コロナウイルスの影響でどうなるのか分からない。
○	住宅販売会社（経営者）	・一時的な状況ながら、徐々に回復する。
□	一般小売店 [時計]（経営者）	・予報によると今夏はかなり暑くなる。新型コロナウイルスの感染の収束もまだまだ期待できないなか、楽観的に考えられる材料はない。暑さに耐える力も必要となるが、今起きていることによる体力的、精神的なダメージが回復するとは思えない。景気も良くなることは望めない。
□	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの間接的な影響として、衣料品に関しては生産の遅延による夏物商材の不足、食料品についてはお中元の受注の苦戦が必至である。
□	百貨店（特選品担当）	・自粛ムードがしばらく続くだけでなく、今後の客とのかかわり方は、ソーシャルディスタンスが基本となるため、今までのように多くの客に来店してもらうような販促手法ではなく、客と離れた状況での商売という、新たな手法が必要になってくる。
□	百貨店（店長）	・アパレル関連の大企業の撤退といった動き次第では、百貨店のこれまでの利益構造が変わる。百貨店自体もキャッシュフローに左右されるため、店舗のとう汰が進む可能性もある。
□	百貨店（服飾品担当）	・徐々に回復は見込まれるものの、当面は安全性を重視し、集客につながるような宣伝は控えることが予想されるため、回復には時間が掛かる。一方、新型コロナウイルスの影響で客の買い方が変化し、Webでの売上は大幅に増え続けているが、今後もこの傾向は続く予想される。先行きについては、夏物商材のセールなどは大々的に行わず、店頭販売が中心となることから、売上は苦戦すると予想され、インバウンドが戻ってくる秋冬商戦から徐々に上向いてくる。
□	コンビニ（経営者）	・通常の動きになるまでは、もう少し時間が掛かりそうである。
□	コンビニ（店長）	・緊急事態宣言は解除されたものの、他府県への移動が制限されているなかでは、なかなか来客数は戻らない。大阪では新型コロナウイルスの陽性者がかなり少ないため、このまま抑え込めれば少しは売上の維持に期待できるが、先行きは不透明である。
□	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルス感染症の収束が徐々に近づいているため、景気がこれ以上落ち込まないことを期待したい。
□	家電量販店（経営者）	・しばらくは新型コロナウイルスの影響で、客の消費意欲は抑制されそうである。
□	家電量販店（店員）	・今月は自粛の反動が目立ったが、6月以降は買物に対して慎重になると考えられる。ボーナス商戦にその影響が出そうである。
□	乗用車販売店（経営者）	・底打ち感もなく、低空飛行である。買い控えの動きも目立っている。
□	乗用車販売店（営業担当）	・一度下がった景気はなかなか戻らないため、今年は厳しい状態が続くと予想される。
□	住関連専門店（店長）	・売上がゼロに近いと、これ以上は悪くなりようがない。その一方で、これから良くなる要素も見当たらず、先の予測が立てられない。
□	その他専門店 [宝石]（経営者）	・緊急事態宣言が解除されたが、今後も積極的な購買意欲はみられないと予想される。
□	その他専門店 [食品]（経営者）	・今よりも動きは出てくるが、全体的には新型コロナウイルスの感染状況次第である。ただし、この期間中にも閉店する店があるなど、元どおりには戻らない。
□	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・自粛の解除後に客が戻ったとしても、当店は生活必需品や季節商材は扱っていないため、すぐには売上につながらない。また、今回の自粛で販売のタイミングがずれた季節商材などをセールで販売しても、消費者の購買意欲の上昇につながるとは思えない。
□	その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染の第2波、第3波が懸念される状況では、消費意欲の回復には時間が相当掛かると感じる。

□	その他小売 [インターネット通販] (オペレーター)	・間もなくマスクが入荷される予定であるが、値段がかなり上がるため、販売にはつながらない可能性が高い。
□	観光型ホテル (経営者)	・6月5日からは、週末のみ営業を再開する予定であるが、3棟のうち1棟だけでの営業となるため、6月の販売量は前年比で4～5%しか見込めない。
□	都市型ホテル (スタッフ)	・これ以上は悪化しないと予想される。ただし、既に9月までの大口会合のキャンセルが進んでいるほか、インバウンドの入国規制の解除までは時間が掛かる。人気のテーマパークなどの観光施設が再開しなければ、国内旅行は動かない。当分、ビジネス出張もテレワーク主体になると、取引先から告げられている。
□	都市型ホテル (管理担当)	・休業中も6月以降のキャンセルが相次ぎ、今年一杯はかなりの苦戦が予想される。また、新型コロナウイルスの感染の第2波が発生する可能性もあり、今後の状況によっては更なる悪化も懸念される。
□	都市型ホテル (管理担当)	・現状では判断できない。ただし、新型コロナウイルスの感染を避け、客の利用方法も変わらざるを得ない点があるため、以前の営業形態がそのまま復活するというものでもない。
□	旅行代理店 (役員)	・まだまだ国内の観光施設や海外向けの航空便も通常どおりではなく、当面は厳しい状況が続く。
□	旅行代理店 (支店長)	・緊急事態宣言が解除された、2週間後の感染状況に大きく左右される。基本的には薬やワクチンが開発されない限り、大きな景気回復は望めない。
□	タクシー運転手	・新型コロナウイルスに対する慣れが、少し悪い方に出てくると懸念している。経済はまだ回復段階にはなく、今は回復に向けた戦略を立てるべき時期である。
□	観光名所 (経理担当)	・座して死を待つ心境である。
□	遊園地 (経営者)	・緊急事態宣言は解除されたものの、今後の感染状況が不透明であり、近い将来の見通しを立てることすら難しい。客と従業員の安全に最大限配慮をしつつ、新しい生活様式にフィットした事業スタイルを模索中である。
□	その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	・一時的には回復に向かうと予想されるが、新型コロナウイルスの感染が収束するわけではない。アフターコロナの生活様式が広がれば、既存の小売店や飲食店はかなり厳しくなる。
□	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・5月も新型コロナウイルスの影響で、全ての野球やイベントが中止となり、来場者はゼロとなっている。3か月後の状況も不透明であり、現状と変わらないと予想している。
□	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・今後の学校の運営や家庭学習の進め方、塾への期待などがどう変わるか、現時点では読みにくい。
□	住宅販売会社 (従業員)	・収入面などの近い将来の見通しが立たないことから、住宅を買い控える客が出てくるほか、テレワークなどの在宅勤務を見据えた、居住兼ワークスペースとしての住宅を購入する動きも一部出てくる。経済的な背景ではなく、ライフスタイルの変化を伴う二極化という流れが、今後出てくるのが予想される。
□	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・マンションの供給戸数が減る一方、価格は高止まりしているため、市場は低調な動きとなる。新築戸建てについては、1次取得層の受皿として、ある程度は堅調に推移する見込みである。
▲	一般小売店 [衣服] (経営者)	・今まで外出ができなかった反動で、外出への欲求がみられるようになってきた。それに伴い、来客数も増え始めているが、欲しい商材が何か分からず、ただ洋服を見に来るという状態が続いている。
▲	百貨店 (売場主任)	・営業が再開しても、元の売上に戻るまでには相当な時間を要する。新型コロナウイルスの影響で客のライフスタイルが変わり、従来は好調であった商品の売上も簡単には回復しない。また、取引先の撤退や、商品の製造を抑える傾向もあるなど、かなり厳しい状況が続くそうである。
▲	百貨店 (売場主任)	・店頭での生鮮食料品の売上が、前年並みに戻り始めたことが光明である。緊急事態宣言の解除に伴い、消費マインドが回復することに期待している。
▲	百貨店 (売場マネージャー)	・新型コロナウイルスによる経済的なダメージは大きく、今後も個人の所得や消費に大きく影響する。また、各企業も景気の悪化を踏まえた経営体制となるため、今後の景気の改善については当面期待できない。

▲	スーパー（経営者）	・ショッピングセンターや外食店の再開もあり、買物や食事の場所が広がり始めた。その一方、夏のボーナスの減少や、パートへの応募が大幅に増えていることを考えると、所得の減少が予想される。また、キャッシュレス決済のポイント還元事業が終了し、7月以降は同業者や異業種による販促の強化で、価格競争が再燃し、客の争奪戦が激しくなりそうである。
▲	スーパー（店員）	・新型コロナウイルスの感染が収まることで、来客数や、商品の販売量も以前の水準に戻るため、売上は今よりも落ちると予想される。
▲	スーパー（店員）	・緊急事態宣言の解除後は元の生活に戻り、スーパーでまとめ買いはしなくなるほか、節約によって安い物しか売れなくなる。
▲	スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルスによる影響が少し緩和し、元の状態に戻ってくる。
▲	スーパー（企画担当）	・あくまでも現状の売上は、新型コロナウイルスの特需によるもので、今後は店舗の販売力が重要となる。特に、逆風が吹いていた鮮魚や総菜、ベーカリーの販売強化のほか、消費者のニーズにあった商品提供が必要となる。もちろん感染防止対策も続けなければならない。
▲	スーパー（経理担当）	・緊急事態宣言の解除に伴い、経済活動は回復していくが、以前の状態に戻るには時間が必要となる。今後は、失業率の上昇やボーナスなどの所得減少が影響し、節約志向の高まりが予測されるため、当面消費は縮小傾向となる。
▲	スーパー（販売促進担当）	・緊急事態宣言が解除され、関西圏では、新型コロナウイルスによる需要や来客数が落ち着きを取戻しつつある。首都圏ではまだまだ緊急事態宣言の影響が強く、売上が増え続けているものの、今後、景気減退の影響が出てくることは避けられない。
▲	スーパー（社員）	・新型コロナウイルスの感染が落ち着くにつれて、客の買物行動は徐々に元に戻ると予想されるが、外出の自粛期間には消費の前倒しが相当みられたため、回復ペースは遅い。
▲	スーパー（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染は収束しないまでも、全体的に落ち着いてくることから、消費者による購入場所の選択肢は徐々に戻る。今後は再びバイの奪い合いになりそうである。
▲	スーパー（開発担当）	・緊急事態宣言は解除されたが、客の購買意欲が上がってこないため、景気は悪化する。また、大阪の中小企業の倒産率もかなり高いため、まだまだ不景気が続く。
▲	家電量販店（営業担当）	・前年比でプラスに戻るまでには、まだまだ時間が掛かりそうである。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・来客数はかなり減っているほか、買い控えの傾向も感じられる。どの企業も、今夏のボーナスはマイナス傾向となるため、小売業は厳しいと予想される。
▲	一般レストラン（経理担当）	・地域の行事やイベントも中止であることから、全体的な盛り上がりは期待できない。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・宴会や会議については、新型コロナウイルスの影響でキャンセルが発生し、壊滅的な状態である。8月の予約を見合わせる動きもあり、今期は秋から冬に掛けて回復すればよいといった感覚である。従業員についても、助成金制度を活用して雇用を確保しているが、感染の第2波が起これば、更に厳しい状況となることは免れない。食堂も徐々に再開するが、当面は安全を優先させるため、大きな売上は期待していない。
▲	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・新型コロナウイルスの感染が徐々に落ち着いてきているが、感染の第2波が到来すれば、イベント業界は大きな打撃を受ける。ワクチンや薬の早期開発が望まれる。
▲	住宅販売会社（総務担当）	・新規客の減少が今後の契約に大きく作用するため、すぐには回復が見込めない。
×	商店街（代表者）	・今後1年以上は厳しい状況が続くと予想される。もう以前の状態には戻らないため、事業形態を新型コロナウイルスの感染収束後に考え直す。
×	一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	・2～4月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西が66.3%で、関東が70.0%、中部が75.6%で、中国が72.7%となり、全体は69.5%であった。新型コロナウイルスの影響により、先行きは非常に不透明である。
×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今後、感染の第2波がいつ来てもおかしくないことを考えると、再び休業しなければならない状況も十分に考えられる。その場合、経営状態がどうなるかは分からず、仮に自主休業は避けられたとしても、新型コロナウイルスの影響で落ち込んだ売上は、しばらく悪化したままになりそうである。

×	一般小売店〔花〕（店長）	・新型コロナウイルスによるショックや、感染の第2波への恐怖など、不安材料だらけである。
×	一般小売店〔花〕（店員）	・新型コロナウイルスの感染が収まってきたが、まだまだ自粛ムードである。イベントなどの予約注文もなく、売上は減る一方である。
×	百貨店（企画担当）	・緊急事態宣言が解除となっても、外出自粛の傾向は続く予想される。また、政府が示す新しい行動様式では、通販の利用や少人数での買物などが盛り込まれているため、小売業は成り立たなくなることが懸念される。
×	百貨店（マネージャー）	・自粛モードが続くなか、消費する場所や場面の縮小があらゆる部分で起こる結果、選択消費と価格への意識が更に高まる。それに伴い、消費環境は当面、非常に厳しい状況が続くと予想される。
×	百貨店（営業推進担当）	・今月までの外出の自粛による経済の停滞と、来月以降とではフェーズが異なる。改めて実体経済が悪くなっていることが実感され、景況感が一段と厳しくなると予想される。
×	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの影響で、世界的に生産活動が止まっている。秋物ファッションや高級時計などの品ぞろえが十分ではなく、しばらくは売上が見込めない。
×	百貨店（宣伝担当）	・輸入商材を中心に、商品の入荷に遅れがみられる。取引先もセールの前倒しして在庫の消化を図っている状況であり、積極的な販促策を掛けられる状態にないため、まだまだ厳しい状況が続く。
×	スーパー（経営者）	・先のみえない新型コロナウイルスの影響で、全体的に消費者の節約傾向は強まっていると感じるため、景気は悪くなる。
×	スーパー（店長）	・スーパーの好調な数値は、来客数ではなく客単価が上がった結果である。今後は、自粛の緩和によって飲食店などにも消費が分散するほか、緊急事態宣言中の収入減に伴う節約などで、厳しい状況になると予想される。
×	スーパー（店長）	・旅行や飲食、娯楽、インバウンドにかかわる企業は、しばらく厳しくなると予想される。小売に関して、しばらくは冷え込むと考えられる。
×	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響による、行動範囲の縮小傾向は今後も続きそうである。それに伴い、当店は広域からの集客が鍵となるため、来客数の減少の影響で売上が減ることになる。
×	スーパー（店長）	・アパレル関連のテナントも、非常に厳しい状況が続いている。
×	コンビニ（経営者）	・今後は失業者が増えるほか、働き方も今までとは違う形になる。不安材料が多いため、お金の使い方も慎重になる。
×	コンビニ（店員）	・今後、客は更に日常の無駄遣いを控えると予想される。来客数は戻りつつあるが、まだまだ以前のような活気は戻っておらず、商品廃棄の量も減らない。非常に厳しい状況が続いている。
×	衣料品専門店（経営者）	・街の小売店の倒産を防ぐためには、給付金の額を増やすほか、支給のハードルを下げたり、回数を増やす必要がある。そうしなければ倒産や廃業が増え、街が寂れてしまう。
×	衣料品専門店（経営者）	・人出の戻りが遅く、今後も外出を控える傾向が続くそうである。
×	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスによる先行き不安は大きく、経済へのダメージも徐々に拡大すると予想される。
×	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染収束までの時間が長くなればなるほど、新車の販売や修理の売上が見込めない。
×	その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染の第2波が到来した際の規模にもよるが、ウイルスとの共存体制が確立できるかがポイントとなる。
×	その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・生活様式の変化により、接客業は厳しい状況が続く。従来の対面販売については、インターネットを利用したバーチャル接客などに変えるなど、対策を考える必要がある。
×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染は収束に向かっているようであるが、政府による給付金や補助金の支給は非常に遅い。自粛が全面的に解除となり、デフレの心配や感染の第2波、第3波の不安もなく、国内外からの観光客が戻るまでは、十分な補助がなければ持ち堪えられない企業も多い。経済が通常に戻るまでには、まだまだ時間が掛かりそうである。
×	一般レストラン（経営者）	・祭りや行事がなくなったため、宴会や会食の機会が減る。
×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・新型コロナウイルスの影響で客は来ず、緊急事態宣言が解除されてもなかなか戻ってこない。

	×	その他飲食 [ファーストフード] (店員)	・新型コロナウイルスの影響で来客数は前年比で約9割減少している。今後も外出の自粛は続くため、しばらくは期待できない。
	×	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	・今夏はボーナスにも期待できないほか、給付金は外での出費には回らない。
	×	観光型旅館 (経営者)	・6月に営業を再開しても、入込が急には回復しないため、3か月後も同じ状況である。
	×	旅行代理店 (従業員)	・新型コロナウイルスの感染の第2波に備えるという理由で、年内のイベントの中止が続く。
	×	タクシー運転手	・今後は多少良くなる。
	×	タクシー運転手	・企業関係の予約が全てキャンセルとなり、特にハイヤー関係の営業収入は全減状態となっている。
	×	通信会社 (経営者)	・新型コロナウイルスの影響で、受注が減少している。
	×	通信会社 (社員)	・緊急事態宣言が終了し、一時的な小康状態でもあるが、景気の底入れには程遠い状況である。具体的かつ早急な経済対策が必要である。
	×	通信会社 (企画担当)	・外出や営業の自粛は解除されても、一気に景気が回復するのは難しい状況である。補助金の支給も間に合っていないため、キャッシュフローが回らず、倒産する会社が増えると予想される。
	×	テーマパーク (職員)	・補助金についても、無収入になってから2か月近くが過ぎても手に入らないなど、とにかくスピード感がない。新型コロナウイルスの影響で死ぬのは問題であるが、休業によって失業し、生活に困窮して自殺するのは仕方がないという政策のように感じる。
	×	観光名所 (企画担当)	・関西3府県の緊急事態宣言が解除され、営業再開に向けて準備をしている。ただし、再開したとしても、しばらくは感染防止のために人数を制限した運営となる。通常どおりに戻るのには、かなり先となりそうである。
	×	住宅販売会社 (経営者)	・飲食や旅行関連の業況が完全に悪化しているため、その従業員などの不動産購入能力が低下している。
	×	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)	・今後は倒産の増加や、新型コロナウイルスの感染の第2波到来で、経済活動が縮小する。
	×	その他住宅 [展示場] (従業員)	・緊急事態宣言が解除になったとはいえ、住宅展示場の集客イベントは実施できないため、来場者が通常の半減以下となるのは必至である。今後は撤退する企業もありそうで、厳しい状況が続く。
	×	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・緊急事態宣言は解除されたが、すぐに回復する見通しが立たない。見通しが暗い状況は、今後も変わらないと予想される。
企業 動向 関連  (近畿)	◎	—	—
	○	木材木製品製造業 (経営者)	・緊急事態宣言が解除されたため、今後は少しずつ戻ると予想されるが、以前の水準に急激に戻ることはない。
	○	化学工業 (企画担当)	・新型コロナウイルスの影響で、会社全体としては過去に経験のない悪化となっている。食品の一部は好調であるが、トータルでは惨たんたる状況である。ただし、数か月後には従来程度には回復していると予想される。
	○	電気機械器具製造業 (経営者)	・当社は紫外線とオゾンに関する製品を扱っているが、両方とも新型コロナウイルスの殺滅に効果がある。これらを使った有効な新型コロナウイルスの除去装置が販売できれば、間違いなく当社の景気は良くなる。当社だけではなく、紫外線とオゾンは日本が得意とする分野であるため、期待が持てる。
	○	電気機械器具製造業 (営業担当)	・来月から定期修理の工事予定がある。
	○	建設業 (経営者)	・東京などの緊急事態宣言も解除される見通しであり、今後は前年並みに戻る。
	○	輸送業 (営業担当)	・給付金が入れば家具が売れると期待している。
	○	新聞販売店 [広告] (店主)	・今が悪過ぎるため、良くなってもらわなければ困る。緊急事態宣言が解除され、徐々に折込広告の動きも戻りつつあるが、自粛ムードは残っているため、どこまで戻るかは分からない。ただし、地元紙であり、地域の情報を求める読者が増えているため、購読数は伸びている。
	○	広告代理店 (営業担当)	・緊急事態宣言の解除で少しは良くなるが、以前のような水準までビジネスが回復するには、時間が掛かりそうである。
	○	その他サービス業 [店舗開発] (従業員)	・夏に掛けて一旦は感染が収束に向かうため、少なくとも現状に比べれば回復する。秋口から冬に掛けての、感染の第2波に備えた備蓄需要も出てくると予想される。

□	食料品製造業（従業員）	・緊急事態宣言が緩和されても、急にはなかなか元の状況には戻らない。
□	繊維工業（団体職員）	・新型コロナウイルスの感染状況は改善が進んでいるものの、生活環境の変化などもあり、市況は不透明である。
□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・今後、新型コロナウイルスのワクチンが開発されない限り、各社は大胆な施策が打ち出せないため、見通しは悲観的である。
□	金属製品製造業（開発担当）	・新型コロナウイルスの影響で、今後どうなるか分からない。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・緊急事態宣言の解除や10万円の支給などが、消費の追い風となるのが期待されるものの、新製品を発売するタイミングが例年よりも遅れている商品もあり、今後は品不足が懸念される。
□	司法書士	・緊急事態宣言は解除されたが、新型コロナウイルスの感染が収束したわけではない。人との接触は避けなければならず、困難な状況に変わりはない。
▲	食料品製造業（営業担当）	・今後も自粛傾向は続くため、今までのような売上や、にぎやかな状態には戻りにくい。
▲	繊維工業（総務担当）	・今年度上期は、既に発注のあった契約について、取引先が遅れながらも引き取ってくれた。下期からは消費者への販売状況が悪いため、取引先からの発注量が減少する可能性があるなど、厳しい状況が続くと予想している。
▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・生産量がゼロにはならないが、夏場に生産調整が入るのは確実である。
▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響で大変な状況にあり、ビール瓶の大瓶などは売れていない。それ以外の商品に大きな変化はないが、今後は悪くなると予想している。
▲	一般機械器具製造業（設計担当）	・新型コロナウイルスの影響が大きい。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数が激減している。
▲	建設業（経営者）	・建設業界は手持ちの工事があるため、新型コロナウイルスの影響は他業界よりも数か月遅れて出てくる。今後は企業の存続のために資金を使う会社が増えるため、設備投資は最低限となり、計画の延期や凍結が増えることが予想される。これから建設業の冬の時代が始まる。
▲	輸送業（商品管理担当）	・新型コロナウイルスの影響もあってか、家具の配達が例年よりも減っている。この状態はまだまだ続きそうである。
▲	金融業（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染収束の時期がみえない状況であり、先行きが不安である。
▲	金融業（副支店長）	・前月までは受注が減少していなかった企業からも、取引先による在庫調整の影響で、売上が減少しかねないといった話が出てきている。
▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	・政府による対応の遅れなどに失望している。
▲	広告代理店（管理担当）	・緊急事態宣言が解除になったとしても、様々な制約が続くため、現状維持ができれば良い方である。感染の第2波への懸念が消えない状況で、新しく何かを提案し、実施することは困難である。
▲	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で全く駄目である。
▲	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・経済情勢が通常に戻るまでには、しばらく時間が掛かる。
×	繊維工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染が収束したわけではないので、感染を予防したなかでの販売となる。催事などの客足が戻るまでには、時間が掛かりそうである。
×	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・今後どのような状況になるのか、まだ予想ができない。
×	化学工業（経営者）	・受注額が前年比で7割程度落ち込む日も増えており、今後はますます悪化すると予想される。
×	化学工業（管理担当）	・自動車メーカーの減産が続くため、今後は出荷量がますます減少しそうである。
×	金属製品製造業（経営者）	・売上は5月が最悪となるが、工場稼働率は6月の方が更に悪くなる。
×	金属製品製造業（営業担当）	・底のみえない状況が続いている。
×	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先は生産が減っている状況であり、設備投資への意欲は全く感じられない。
×	輸送用機械器具製造業（役員）	・現時点では、見積りなどの引き合いがほとんどない。



	×	その他製造業〔履物〕 (団体職員)	・緊急事態宣言が解除され、百貨店や小売店の営業も徐々に始まりつつあるが、各店とも自粛期間中の在庫を抱えており、メーカーへの新規発注にはつながっていない。その結果、生産を一時ストップしているメーカーもある。首都圏との往来の自粛は依然として続いているため、秋冬物の商談にも影響が及んでいる。
	×	建設業（経営者）	・このような状況で、住宅や建築に多額の投資をしようという気持ちにはならない。
	×	建設業（営業担当）	・今後はホテルや旅客・運輸、商業施設などで、新型コロナウイルスの影響による工事計画の縮小が予想される。
	×	通信業（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染に対する不安から購買意欲が薄れるため、経済は回らない。
	×	広告代理店（営業担当）	・先の予想が全くできない状況である。
	×	経営コンサルタント	・現状は最悪であり、新型コロナウイルスの影響が収束する見込みも立っていない。
	×	その他非製造業〔商社〕 (営業担当)	・新型コロナウイルスの影響がどの程度出てくるのか、予測ができない。
	×	その他非製造業〔電気業〕 (営業担当)	・新型コロナウイルスの感染の収束状況が不透明なため、しばらくは不景気が続く。
雇用 関連 (近畿)	◎	新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・新型コロナウイルスによる自粛の動きが一段落し、求人数も含めて増えつつあるため、この傾向が続くと予想される。
	○	人材派遣会社（役員）	・経済活動の回復に伴い、求人、求職共に上向いてくと予想される。
	○	新聞社〔求人広告〕 (管理担当)	・緊急事態宣言の解除により、外出の自粛が緩和され、経済も次第に回復に向かうと予想している。ただし、この2～3か月に受けた企業や社会の傷は大きく、景気が良くなるというものの、基調はかなり弱いと考えられる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・今後の新型コロナウイルスの感染状況に左右されるが、仮に緊急事態宣言の解除が続けば、一定の経済活動が期待でき、それに伴う求人数の増加が見込める。
	○	民間職業紹介機関（支社長）	・求人の動きが徐々に再開しているため、今よりも良くなる見通しである。
	□	人材派遣会社（経営者）	・派遣業界全体が右肩下がりであり、派遣会社自体の営業担当が余っている状況である。一方、独立行政法人や社会福祉協議会などの派遣需要は堅調で、役所関係も同様である。新型コロナウイルスの感染が収束しない限り、この動きがしばらくは続く。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・緊急事態宣言は解除されたが、今後も手探り状態であり、明るい兆しはみえない。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響がなくなりつつあるため、状況によっては改善する可能性もあるが、今のところは余り変化がない。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響で、製造業や派遣業の求人がまだまだ改善しないため、今後も悪い状況となる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルスの感染の第2波がいつ発生するかが予想できず、焦燥感が拭えない。
	▲	職業安定所（職員）	・直近の求人状況を見ると、緊急事態宣言の解除後も求人数が大きく増加する見込みは少ない。一方、解除によって新規求職者の増加が見込まれ、有効求人倍率の低下が懸念される。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・現在契約が入っている派遣社員も、新型コロナウイルスの感染状況により、次回の更新時に契約が終了する可能性もある。それに伴い、更に景気が悪くなる可能性がある。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・21年卒の採用は、既に予算を組んでいる企業が多いため、大幅な採用減はないと予想される。一方、22年卒の採用はこれから予算を組む企業も多く、新型コロナウイルス不況の影響が大きく出そうである。ここ数年、新卒採用は質より量の流れがあったが、今後は量よりも質を重視し、早めに動く学生を取り込む流れが加速すると予想される。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が出てくる。
	×	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染が収束し、通常の出勤や生活が可能となるまでは、良くなる見込みがない。
	×	人材派遣会社（支店長）	・しばらくは今の状況が続くと予想される。
×	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・緊急事態宣言が解除されたとはいえ、宣言前の状態に戻る気配は全くない。客の意識も、感染が完全に収束したという感覚ではない。	
×	職業安定所（職員）	・今後、企業の倒産や雇用調整がますます増えるのに伴い、離職者数が更に増加することが予想される。	

	×	学校 [大学] (就職担当)	・新型コロナウイルスの感染防止のための休業が、リーマンショック以上の景気後退を招く可能性が極めて高く、今後の景気は決して楽観視できない。
--	---	----------------	--