

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)	◎	観光型旅館（経営者）	・国のGo To Travelキャンペーンは、景気を上げるカンフル剤としての効果が見込まれる。ただし、年明け以降の対策がなければ、一気に景気は落ち込むことが予想される。補助額を少しずつ減らすなどの対応を取りながら、治療薬やワクチンができるまで、企業が耐えられるような政策が求められる。
	◎	通信会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響で、働き方やライフスタイルが変化している。今後はネットワークの利用に対するニーズが、ある程度は見込めそうである。
	○	百貨店（服飾品担当）	・新型コロナウイルスとの共生がこれから進むと予想される。安全に買物をする環境、客の身を守る意識と共に、新たな買物スタイルが広がると考えられる。感染者数の増加が報じられれば、入店客数に影響は出るものの、感染防止策の更なる強化とデジタル関連の取組を進めることで、徐々に新しい買物スタイルによる売上が増え、上向くことが予想される。
	○	百貨店（外商担当）	・感染の第2波が到来している様子はあるが、感染対策が着実に定着し、緩やかな回復傾向が続くそうである。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況に左右されるが、経済とのバランスもあり、消極的になることもできない。医薬品の開発などで、良くなることを期待したい。
	○	衣料品専門店（店長）	・来客数はこれから上向きになるが、前月と同様、新型コロナウイルス感染の第2波、第3波が控えており、先が見通せない。8月中旬以降、多くの来店がなければ厳しいため、期待感は大い。
	○	家電量販店（店員）	・今後は季節商材の動きが活発になる。エアコンや冷蔵庫といった高額商品の動きがあるなかで、特別定額給付金の影響で少し単価の高い商品の選定が目立つ。今後は更に期待が高まる。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・いつまでも経済活動を停滞させることはできない。新型コロナウイルスと共存しながら、経済活動も活発化させるべきだと考える人も、増えてくると予想される。
	○	高級レストラン（企画）	・Go To Travelキャンペーンの効果が浸透する。
	○	旅行代理店（支店長）	・感染の防止と経済活動の両立を進めていくという方針に、客が少しずつ慣れてくると期待している。希望的観測も含まれるが、少しずつ良くなってくると予想される。そのぐらい今はどん底であり、これ以上悪くなる状況は想像できない。
	○	タクシー運転手	・企業関係のハイヤー予約が、新型コロナウイルスの流行前の水準に戻る傾向がみられる。
	○	競艇場（職員）	・2月末から実施していた無観客での開催も、一部のグレードレースを除いて解除され、客はほぼ戻ってきている。無観客時に激増した電話投票やインターネット投票は、引き続き非常に好調であるため、売上は上向きに推移すると予想される。ただし、新型コロナウイルスの感染第2波の影響は気になるところである。
	○	美容室（店員）	・結婚式を春から秋に向けて延期したカップルもあり、家族だけの小規模な式に変更しながらも、少しは需要があるため、予約上は現在よりも良くなる傾向にある。
	□	一般小売店〔花〕（経営者）	・多少は回復傾向がみられるものの、新型コロナウイルスの感染状況は先がみえず、景気が回復する見込みはない。
	□	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・特に、改善や悪化の材料が見当たらず、横ばいと判断している。
□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染動向に掛かっているが、収束傾向に入ったとしても、従来のビジネススタイルに戻るかどうか大きな不安材料である。なお、仕入先が秋冬商材を極端に減産しているため、客に提供するアイテム数も激減する。	
□	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・この先はお盆休みもあり、新規の商談は出にくいと感じている。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・直近のマスコミ報道をみていると、現在の傾向は大きく変わらない。都市部への外出を控え、郊外で消費する傾向が当面は続くと考えている。新型コロナウイルスのワクチンの登場など、現状を大きく変える要素が出てこない限り、基本的には厳しいと予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（サービス担当）	・新型コロナウイルスの感染の第2波による感染者の増加で、来客数は減少する。ただし、催事も再開し始めているため、前年と同じような売上が確保できると予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの感染収束のめどが立たないなかで、景気が良くなることはない。感染者の検査件数が増えたことで、陽性者が増えていることは理解しているが、先行きが見えるまでは回復しない。政府や自治体による助成にも限界があり、特定産業の衰退も更に進むことは間違いない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・ワクチンや治療薬が開発され、新型コロナウイルスとの共存による社会生活が確立されなければ、経済活動の完全な復活は見込めない。また、インバウンド向けの需要を前提としていた売上構造も、変化を迫られることになる。小売はWebサイトの活用など、無店舗販売を選択肢とする変化が定着しなければ、売上の復調は厳しい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	・早く業績が回復してほしいが、新型コロナウイルスの感染が収束するまでは、客への販促活動すらできず、当分は厳しい経営環境が続く。リーマンショック以上のことが起きているため、消費税を廃止するなどの施策がなければ、景気の回復は見込めない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・感染の拡大ペースが収まらないなか、外食や遠出を控え、近場での飲み会なども激減するという、現下の状況に変化はない。再びテレワークも拡大しそうで、食品を主に扱うスーパーでは好調が続く。ただし、店で感染者が出れば大変なことになる。当グループの店で感染者が発生した際は、その対応や大幅な客離れに見舞われた。早期の感染の鎮静化を期待している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・雨が落ち着けば、野菜の値段が下がって売れるようになるほか、お盆がくれば、果物もよく売れる。ただし、従業員が忙しくなるだけで、景気は今とそれほど変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・特に、売上が増える見込みはない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルスによる新しい生活スタイルが定着し、今の状況が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染者数の増加に歯止めが掛からないほか、外食店の営業時間の短縮や休業要請により、家庭内での飲食需要が増加し、売上も増加傾向となる。その一方、景況感の悪化や所得の伸び悩みによって節約意識が高まり、食費が抑制される可能性も高い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（開発担当）	・新型コロナウイルスの感染対策のほか、景気対策が鮮明になっていないため、今後の動きは予測不能である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・依然として、出社人数に制限を設けている企業が多い。このスタイルは定着しつつあるため、今後も周囲で働く人の数は低水準で推移しそうである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの感染収束のめどが立たないほか、今後はライフスタイルも変わり、在宅勤務への変更や残業の減少が進むと考えられる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの影響がいつまで続くのか、先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・レジ袋の有料化の開始で、必要な物以外は購入を控える客が増えた気がする。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチンができ、外出が可能にならない限り、来客も期待できない。早く感染が収束してほしい。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（営業・販売担当）	・新型コロナウイルスの感染が収束するまでは、今の状況と大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・前年は決算や消費税増税の特需があったが、今年は給付金特需で5～6月に販売が集中したため、余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・先のみえないトンネルを進んでいる感覚である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチン開発には、もう少し時間が掛かりそうのため、今後も予防関連商品の動きは続く。

<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石] (経営者)	・新型コロナウイルスの感染が3か月で収束するとは思えないため、今の状況が続く。
<input type="checkbox"/>	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波が広がっている状況であり、再び活動の自粛要請が出るのが懸念される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・新型コロナウイルスの感染の第2波に備え、対策を徹底した上での接客は可能である。あとは消費者の購買意欲と、外出自粛の意識とのバランス次第と予想される。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販] (経営者)	・新型コロナウイルスの感染予防を理由に、地元の商店街を利用する客でにぎわう時間帯も増えてきたが、肝心の商店主は補助金を当てにして、今までどおりの商売を続けている。ピンチをチャンスに変えない限り、景気回復は難しい。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販] (オペレーター)	・このまま供給が落ち着けば、販売量も落ち着いてくる。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	・国として明確な感染対策が打ち出せておらず、当分の間、感染者の減少は見込めない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (スタッフ)	・まだしばらくは団体客の予約は見込めず、1日の予約席数もまだ制限しているため、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (経営者)	・8月はお盆休みの間は予約が入っているが、それ以外は非常に少ない。9月以降も団体客のキャンセルが続いており、かなり厳しい。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館 (経営者)	・感染の第2波とメディアが報じ、消費者の不安をあおっている。新型コロナウイルスとの共生とは、どのレベルでのことなのか分からない。政府の対応も右往左往しており、先が読めない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (スタッフ)	・法人の利用が良くなく、自粛の状態が続いている。秋口までの大きな会合は、全てキャンセルか延期となっている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (フロント)	・新型コロナウイルスの感染者数が減らない限り厳しい。レストラン部門も、ディナーに関しては再び休止となった。会社全体が助成金などを使用し、最少人数のシフトで稼働させなければならない状況である。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (管理担当)	・新型コロナウイルスの感染が収束するどころか、またまん延する兆しがあることから、景気に良い影響は期待できない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響は今後も続く。感染が収束しない限り、外国から観光客が来ることもないので、経済が動かない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染の第2波が拡大している。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (社員)	・今の状況は、新型コロナウイルスの感染収束まで変わらない。また、悪くなることはあっても、良くなることはない。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (企画担当)	・アミューズメント施設の来場者数の回復が見込めない。ゲーム機の販売や取引先の新規投資といった、需要の回復のめどが立っていない。
<input type="checkbox"/>	遊園地 (経営者)	・先行きはどうか分からない。新型コロナウイルスの感染収束がみえない状況では、全く見通しが立たず、予想ができない。感染予防策を確実に実行し、周辺で感染者が発生すれば適切な対処を行うしかない。これを繰り返しながら、事業継続のために可能な限りの手を打ち、耐え忍ぶ日々である。
<input type="checkbox"/>	競輪場 (職員)	・例年の傾向から変化はない。ただし、新型コロナウイルスの感染者が増加傾向にあるため、また自粛が始まった場合は悪くなる。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・7月からプロ野球は5000人を上限として観客を入れ、試合を行うことが可能となった。今後は更なる緩和に期待しているが、3か月後の状況は不透明なため、現状とは変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・変わらないというよりも、全く読めない。新型コロナウイルスの感染が沈静化されるかどうかが鍵になる。
<input type="checkbox"/>	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服を脱ぐため、毎年暑くなると来客数は増加するが、今年は新型コロナウイルスの影響で余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (総務担当)	・外出の自粛は一旦解除されたが、また新型コロナウイルスの感染が増える傾向にある。展示場は予約対応となっており、現状は大きな来客が見込めない。

□	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・直近の不動産市場では、戸建て住宅の販売状況は比較的好調で、マンションは低調という状況に大きな変化はない。この状況は今後も継続する見通しである。
▲	一般小売店 [時計] (経営者)	・一般的に、夏になると気温が高くなり、新型コロナウイルスの感染が収束すると予想されていたが、最近ではどんどん逆の動きが進んでいる。全く先の状況がみえず、給付金によって店を続けられるのか不安である。この状況で、平常心を保ちながら営業を続ける精神的な強さも必要なため、日々淡々と過ごすしかない。景気については、良くなるとは考えにくい。
▲	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・新型コロナウイルスの影響は完全には収束せず、大きな売上が見込まれる結婚式や宴会はまだまだ少ない。売上もなかなか完全復活は望めず、前年比では35%ダウンしている。
▲	百貨店 (売場主任)	・景況感というよりも、衣料品や輸入ブランド品などの生産ラインが、新型コロナウイルスの影響から完全に復活しておらず、秋冬物の供給量が不足すると予想している。
▲	百貨店 (企画担当)	・2か月前から来客数は増加傾向に転じていたが、新型コロナウイルスの感染者数が急増している状況を見ると、今後はまた減少傾向に戻るのではないかと感じる。それに伴い、景況も悪化すると予想される。
▲	百貨店 (販促担当)	・夏場に感染者数が再び増加している状況であり、秋口の動向が懸念される。感染者数が増えれば、かなり厳しい状況が予想される。積極的な仕掛けもできず、客の購買意欲も低下するなか、売り方の基本を重視すると同時に、変革が重要となる。売り方の基本は、気候の変化を大事にし、商品の打出しを丁寧に行うことである。変革はデジタル技術を分かりやすく伝え、体験してもらうことである。今後は外出が厳しくなった際に、インターネット初心者の囲い込みに注力する。
▲	百貨店 (宣伝担当)	・感染者数が増えていることもあり、目に見えて入店客数が減少している。また、新たな生活様式の浸透で客のニーズも変化しているが、品ぞろえ、買い方共に対応が遅れており、厳しい状況が続くと予想される。
▲	百貨店 (営業推進担当)	・感染拡大期が継続するようであれば、個人消費は悪化の一途をたどると予想される。
▲	百貨店 (マネージャー)	・新型コロナウイルスの感染は世界的に拡大しており、日本国内でも第2波の動きが出ている。生産や流通の停滞が更に進み、ひいては雇用、賃金の悪化につながり、そのダメージが顕在化してくるため、非常に厳しい状況になると予想される。
▲	百貨店 (マネージャー)	・新型コロナウイルスの感染の第2波が報じられているように、京都でも感染者数が増えつつあり、今後は入店客数の減少が予想される。また、ファッションを中心に秋冬物の生産が感染の影響で進んでおらず、商品供給の不足も予想される。
▲	百貨店 (マネージャー)	・Go To Travelキャンペーンがスタートしたものの、国内観光客の戻りは芳しくない状況が続く。大型の催事も感染防止のために中止となるなど、売上の改善につながる手立てが見当たらない。今後は秋冬商戦に切り替わるが、購買の促進は厳しいと予想される。
▲	スーパー (店長)	・あくまでも他業種の需要が流れてきているだけであり、新型コロナウイルスの影響が落ち着けば、元に戻る。また、社会全体で収入が減っており、その分の消費も節約されるため、今後は景気が厳しくなると考えざるを得ない。
▲	スーパー (店長)	・テナントについては、アパレル系や旅行業を中心に、賃料の減額要請や退店が増える予想される。
▲	スーパー (店員)	・新型コロナウイルスの影響はすぐに出ないが、少しずつ影響が出て、悪化していくと予想される。
▲	スーパー (企画担当)	・キャッシュレス決済のポイント還元制度がなくなったほか、新型コロナウイルスによる特需も落ち着き、消費者のまとめ買いや備蓄需要が減っている。冷夏の影響で、飲料などの盛夏商材の販売量が増えていない。秋物商材の早期展開など、先を見据えた次の一手が重要となる。
▲	スーパー (販売促進担当)	・現在の状況がしばらく続くと予想される。外食や観光産業の回復がみられない限り、中食需要を中心に、食品スーパーへの需要は続きそうである。

▲	スーパー（社員）	・外出を控える動きが長期化するにつれて、客に買物疲れがみられるようになってきている。今後は収入の落ち込みも予想され、消費に少しずつ影響が出てくると感じる。
▲	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染の第2波が来ていると感じる。
▲	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染収束は難しく、全ての動きが感染以前の状態には戻らない。
▲	コンビニ（店長）	・まだまだ新型コロナウイルスの感染状況は悪くなるほか、いつ自分の周りにも感染者が出て、営業ができなくなるかという不安が募るばかりである。
▲	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの感染者数が増えている。
▲	コンビニ（店員）	・良くなってきている一方、新型コロナウイルスの感染増加でまた外出を控える人が増えるため、売上も減ることが予想される。
▲	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの影響で、外出を自粛する人が増える。
▲	家電量販店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が長引けば、収入が減る家庭が増え、生活必需品を扱う店での消費額も減ると予想される。
▲	家電量販店（店員）	・今後も新型コロナウイルスの影響に左右される。感染者が増えている今、先がみえない状況であり、景気の回復は見込めない。
▲	家電量販店（店員）	・帰省の動きが減少すると予想され、訪問の準備、来客の準備共に必要がなくなるため、最低限の自家消費が中心となる。
▲	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大が止まらなければ、経済活動が停滞する。
▲	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスでお盆も全減である。この時期に売れるワンボックスカーが動かず、安価な軽自動車が主流のため利幅も少ない。商品が動けばまだ良い方で、何一つ動かなくなる可能性もある。今後もまだまだ苦しさが続く。
▲	乗用車販売店（経営者）	・新車の販売イベントが開催できず、購入は減っているが、車検や一般修理の動きは以前と変わらない。
▲	乗用車販売店（営業企画）	・政府の対応次第と予想される。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・新型コロナウイルスにより、自動車の生産工場が休業を強いられたため、新車が入ってこない。そのため、販売量がかなり減少する見込みである。
▲	住関連専門店（店長）	・新型コロナウイルスの影響で、対面での商談によって高額注文につながってきた客が、激減したまま回復していない。また、輸入販売業を行っているが、同じく新型コロナウイルスの影響で、世界の中継港でのストライキや作業の遅延につながっている。納期が確約できず、客が注文をちゅうちょするケースも出てきている。
▲	その他専門店 [食品]（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第2波による自粛が広がるため、年末に向けて、今よりも景気は悪くなると予想される。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染者が再び増加しており、今後2～3か月の動向が見通せない。感染拡大による景気の後退もあり得る。
▲	一般レストラン（企画）	・新型コロナウイルスの感染拡大傾向が収束するとは思えず、消費マインドは確実に低下している。政府の施策にもちぐはぐな印象がある。
▲	都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染者の増加状況によっては、移動や外出の自粛が続き、緊急事態宣言が再び発令される可能性もある。そのような場合は、4～5月と同様の状況になると考えられる。
▲	旅行代理店（役員）	・Go To Travelキャンペーンの仮枠の承認が下りたものの、関連の予約が前年実績の10%程度しかないため、逆に断らざるを得ないケースも出てきそうである。
▲	通信会社（経営者）	・今後も新型コロナウイルスの影響が続くと予想される。
▲	テーマパーク（職員）	・先行き不安のなかで、お金を大切に考えることは当然の心理状態である。新型コロナウイルス発生以前の消費生活に戻るために、どのぐらいの時間が掛かるのか、全く読めない。

▲	観光名所（経理担当）	・今月は感染が収まってきたということで、県外を含む多くの人に来場してもらったが、既に第2波の予兆がみられるなかで、Go To Travelキャンペーンにより人の往来が激増している。個人的には、8月に再び瀬戸際の状態を迎えると感じている。10月には感染が収束すると予想されるが、第2波を経験した後となれば、第3波を警戒して今回のように外出が増えることはないと予想している。
▲	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・新型コロナウイルスの感染の第2波が現実的になっており、不安感や政治に対する不信感が増大する。
▲	美容室（店員）	・新型コロナウイルスの感染者が増えるかどうかで、大きく変わる。
▲	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染に対する根本的な解決策がみえなければ、回復は難しい。
▲	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの感染者の増加に伴い、外出の自粛の影響で、新築マンションのモデルルームへの来客数が減少すると予想される。
▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・2度目の緊急事態宣言が発令されれば、ゴールデンウィーク時のように社員の自宅待機を実施することになるため、売上の増加は見込めない。
×	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染第2波、第3波が予想されるため、高齢者の外出が減ることになる。
×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・秋以降は衣料品が売れるシーズンとなるが、今後の新型コロナウイルスの動きが全く読めない。今後、社会経済の在り方は確実に変化するはずであるが、どのように変化するのかは全く分からない。消費者の購入先も今以上にインターネット通販にシフトするなかで、小売店も変わっていかなければ、生き残っていけない。
×	一般小売店〔野菜〕（店長）	・新型コロナウイルスの感染が収束する気配はなく、政府の対応も間違っている。もう少し具体的に手を打たなければ、今後個人商店は持ち堪えられない。
×	一般小売店〔花〕（店長）	・新型コロナウイルスの感染が収束しなければ良くならない。
×	一般小売店〔花〕（店員）	・新型コロナウイルスによって来客数は激減しており、感染の第2波が来ることも予想されるため、更に客足は遠のきそうである。
×	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・いつ再び自粛要請が出るか分からないなか、不安ばかりが頭をよぎる毎日である。
×	百貨店（売場主任）	・取引先の倒産や売場からの撤退、商品の減産などの傾向が強まり、特にアパレルゾーンは過去に経験のない厳しい状況が予想される。さらに、新型コロナウイルスによる各企業の業績悪化により、消費者の所得の減少も予測される。それに伴い、客の生活防衛意識は更に高まるため、消費に積極的な状況になるとは考えられない。
×	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染が収束するまでは、今の状態が改善されることはない。また、秋以降は百貨店の主力商品である衣料品について、メーカーからの供給の減少が予想される。
×	百貨店（売場マネージャー）	・現在、新型コロナウイルスの問題で和歌山の経済全体も打撃を受けている。当社については、婦人服、紳士服アパレルメーカーの退店により、売上、収益共に減少すると予想している。また、外商関連では、企業の休業による業績の悪化が予想され、それに伴うギフト売上の減少などが懸念される。
×	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染収束のめどが立たない状況で、今後は悪くなることが予想される。
×	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染収束が見込めない限り、全産業での生産や消費の減少が顕著となり、経済は正念場を迎えることになる。
×	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響は先行きが不透明で、どちらかといえば状況は悪化の一途をたどっている。外出が減れば、消費も減っていく。家で必要な物の買換えや買い足しの需要も、それほどは見込めない。

×	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染の再拡大により、夏休みのほか、お盆前の外出やレジャー、旅行を控える人が増え、関連企業は打撃を受けそうである。当社でも、取引先の倒産により、売場から商品を撤去している。
×	衣料品専門店（経営者）	・今後も、新型コロナウイルスの感染者数に一喜一憂する状況が続くそうである。来月も市中感染の進行が顕著になれば、巣籠り生活が年内一杯は続く。先日、政府から経済3団体に対し、引き続きテレワークや時差出勤への協力が要請された。食料品を除いた小売業では、売上の50%以上の減少を覚悟しなければならない。
×	家電量販店（人事担当）	・新型コロナウイルスの感染者数が増加していることもあり、外出の自粛が予想される。ただし、巣籠り消費がこれ以上増える余地は少なく、今後の需要を引っ張る商品が見当たらない。
×	乗用車販売店（経営者）	・東京や大阪だけでなく、地方でも新型コロナウイルスの感染者が増え、経済活動に支障を来している。とにかく政府による給付金などの補助や、正しい政策がなければ、景気は悪くなる一方である。
×	乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染の第2波ともいえる状況で、再び緊急事態宣言の発令が懸念される。
×	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・新型コロナウイルスの影響で、今後は解雇や失業が増えると予想されるため、景気は更に悪くなる。全体としては、新型コロナウイルスの感染者数の推移次第となる。
×	一般レストラン（経営者）	・社会的に安全になり、安心できる兆しがみえてこなければ、政府が強引に経済を立て直そうとしても難しい。いくら新型コロナウイルスとの共存といわれても、経済は回復しない。
×	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染が収束しないため、宴会やまとまった来客がない。テイクアウトだけでは客単価が低く、売上は伸びない。
×	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、なかなか集客が伸びない。
×	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・一度は感染が収束しつつあった新型コロナウイルスは、第2波により更に警戒が必要な情勢である。客足の動きは悪化し、売上が落ち込んでいる。
×	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・先行きが見通せないため、不安しかない。
×	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が変わらない限り、ますます悪くなる。
×	都市型ホテル（スタッフ）	・60～100名規模のセミナーが開催されたが、新型コロナウイルスの感染が落ち着いていた頃の予約であり、感染者数が増えてきた後はキャンセルが増えるなど、依然として厳しい状況が続いている。宿泊についても、金額を下げれば予約は若干入ってくるが、従業員の安全を考えると、多くの客を受け入れるのはリスクが高い。レストランはソーシャルディスタンスを保つ関係上、来客数を制限しているが、ディナーの予約は増加傾向にある。
×	都市型ホテル（客室担当）	・Go To Travelキャンペーンは感染収束後に実施すべきで、見切り発車の感が否めない。今後、感染が更に拡大すれば、医療が崩壊し、経済を回すどころではなくなる。
×	都市型ホテル（管理担当）	・今後はますます感染者数が増加すると予想され、宴会、宿泊、食堂共に、売上の増加は期待できない。新型コロナウイルスの感染が収束するまで、改善するとは思えない。
×	旅行代理店（従業員）	・雇用調整助成金の特例が止まれば、最悪な状態となる。
×	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染収束のめどが立たないなか、資金繰りは厳しく、今後は倒産が増えそうである。
×	観光名所（企画担当）	・6月から営業を再開しているが、入場を制限しているため、採算が取れていない。徐々に入場者数の制限を緩めようと考えているが、非常に厳しい状況に変わりはない。
×	住宅販売会社（経営者）	・現状の経済が停滞している状況では、かなりの悪化が予想される。
×	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）	・今後も新型コロナウイルスの影響が続くと予想される。

	×	その他住宅〔展示場〕 （従業員）	・感染の第2波がきていると感じるため、住宅展示場の集客イベントに参加する客も、今後更に減少すると予想される。
企業 動向 関連	◎	木材木製品製造業（経営者）	・現在は特殊な社会情勢でどん底の状態であるが、少しずつ社会が動き出せば、現在の事業に加えて新規事業も動き出すため、良くなる。
(近畿)	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・来月からは、受注量が少し増えそうである。
	○	化学工業（企画担当）	・今後の新型コロナウイルスの感染動向にもよるが、経済が徐々に動き出しているため、現在に比べれば改善しそうである。
	○	化学工業（管理担当）	・取引先からの発注見込が増えており、自動車関連も増加傾向にある。
	○	金属製品製造業（経営者）	・工場の稼働率は徐々に上がりつつあるが、通常の状態に戻るまでにはまだまだ時間が掛かる。
	○	金属製品製造業（営業担当）	・取引先からの発注内示が、少しずつではあるが回復傾向にある。ただし、元どおりになるまでには、かなりの時間を要する。
	○	建設業（経営者）	・急な回復は見込みにくいが、徐々に回復していくと予想される。また、実際に引き合いも少しずつ出ている。
	○	輸送業（営業担当）	・外出自粛の影響で、お中元の宅配が前年よりも増えている。
	○	広告代理店（営業担当）	・現状程度の感染状況であれば、そろそろ経済も動き、広告も再開すると予想される。
	□	出版・印刷・同関連産業 （企画営業担当）	・コスト削減の動きが続き、しばらくは受注量の増加が見込めない。
	□	化学工業（経営者）	・学校や幼稚園、保育園関連の得意先は前年並みにまで戻ったが、その他の得意先、特に飲食店やホテル関連は、全く回復の兆しがみられない。
	□	プラスチック製品製造業 （経営者）	・全般的に部品加工などの従来の仕事は減少が予想されるが、それを補う飛まつ防止パネルなどのスポット案件や、新規の部品加工は動き出しており、差引きでは大きく変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・既にこの数か月は引き合いが全くないため、現在が最悪の状態である。この状態はまだ続きそうである。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・紫外線やオゾン関連製品の販売を推進する予定であり、今は製品の立ち上げに追われている。10月に開かれる見本市に出展する予定であり、それまでは関連ビジネスは動かないため、2～3か月は厳しい状態が続く見込みである。
	□	建設業（経営者）	・民間工事は、新型コロナウイルスによるダメージが比較的少ない会社からの発注に絞られ、競争の激化が予想される。その一方、官庁関係でも競争が激化しそうである。
	□	金融業（営業担当）	・全国的に新型コロナウイルスの感染が増加傾向にあり、自宅待機による自己防衛が必要となっている。感染の収束には時間を要することが予想される。
	□	広告代理店（営業担当）	・回復材料はなく、このままの状態が続くと予想される。
	□	経営コンサルタント	・給付金や貸付金は、金額自体よりも、それをきっかけに何とか生き残ろうという発想に転換させる効果があったと感じる。今後については、あと2～3か月であれば景気の悪さに耐えられるが、その後は多くの中小企業が潰れ始めると予想される。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕 （従業員）	・感染の拡大が一向に収まらず、早くもマスクや消毒液、ビタミン剤などの、備蓄用の購買がドラッグストアなどで見受けられる。一方、飲食店では一時戻り始めた客足がまた遠ざかっている。感染の一定の収束がみられない限り、今後も厳しい状況が続くと予想される。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕 （経営者）	・新型コロナウイルスの影響で通常の動きができていないため、売上が減少する。
	▲	食料品製造業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染の第2波が迫っているなか、外出や他府県との往來の自粛なども発表されているが、Go To Travelキャンペーンもあるため、以前のような巣籠り消費には期待できない。外食も更に敬遠されるため、思うように商品は売れないと予想される。

	▲	繊維工業（総務担当）	・秋口に向けての商品開発や催事の予定が立たず、販売予測が立てられない。現状は、前期の40%ダウンの予算しか決まっていない。
	▲	繊維工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、市況が更に悪くなると感じている。靴下業界では、生産調整を今後も継続する企業がほとんどである。
	▲	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で消費が減少していると感じる。また、働き方の変化による効率性の低下が心配である。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・この先、新型コロナウイルスの影響がどの程度出るか、予想ができない。
	▲	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・給付金の効果が2～3か月先まで続くかは疑問であり、新型コロナウイルスの感染者が増え続けている今、いつ緊急事態宣言が出されてもおかしくない。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が伸びず、引き合い件数も少ない。
	▲	その他製造業〔履物〕 （団体職員）	・緊急事態宣言が解除されたが、7月中旬から第2波とみられる感染者の増加があり、秋冬物の商談に向けての首都圏との往来に影響が出ている。新型コロナウイルスの影響は長期化することが予想される。
	▲	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大による不安などで、買い控えが進む。
	▲	輸送業（営業担当）	・当地域でも新型コロナウイルスの感染者が増えつつあるため、来客数が減少する。
	▲	金融業（副支店長）	・新型コロナウイルスの感染第2波の影響で、自粛モードが今後も続くため、景気は今後後退していくと予想される。実際に取引先からも、先行きの受注状況は悪化しているとの話が多い。
	▲	広告代理店（管理担当）	・新型コロナウイルスの影響の長期化に伴い、購買を見合わせるようになる。
	▲	司法書士	・新型コロナウイルスの感染者が再び急増しているため、感染の拡大防止策が重要となる。経済にブレーキが掛かるのはやむを得ない。
	▲	経営コンサルタント	・多くの企業や地域の状況を見ると、ほとんど前向きな材料は見当たらない。
	×	繊維工業（団体職員）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、イベントの中止などで人や物の動きが止まり、経済への大きな影響が出ている。
	×	窯業・土石製品製造業 （経営者）	・新型コロナウイルスの問題が最も大きく影響している。当初はそれほど影響がなかったものの、各分野に影響が出てきた2～3か月後から、悪くなっている。
	×	輸送用機械器具製造業 （役員）	・設備投資の中止や、延期、縮小についての、取引先からの連絡が増えている。
	×	通信業（管理担当）	・新型コロナウイルスの影響で、外出も自粛となる気配がある。
	×	金融業〔投資運用業〕 （代表）	・政府の中途半端な対応の結果、感染の収束と経済の復活のどちらにも効果が出ていない。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新型コロナウイルスの感染者が増加し始めてから、折込件数の減少も始まった。営業の自粛までには至っていないが、各社が控え目な動きになってきたと感じる。
	×	その他サービス〔自動車修理〕 （経営者）	・新型コロナウイルスによる影響が大きい。
	×	その他非製造業〔商社〕 （営業担当）	・いつ2回目の緊急事態宣言が出てもおかしくない状況であり、2～3か月で良くなることはない。
	×	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が収束しない限り、的確な経済対策を打つことができない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・求人数の動きは、月を追うごとに少しずつ回復しており、今後もこの傾向は続くと思われる。
	○	人材派遣会社（支店長）	・下期に向けて、少し改善がみられる。

○	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞の求人数に動きはないが、株価なども安定しており、景気的最悪期は脱したとみられる。ここから更に景気が悪化することは考えにくい。新型コロナウイルスの感染の第2波とみられる動きが始まっており、感染の状況次第で再び景気が悪化することも考えられる。油断のできない状況が、当面は続きそうである。
□	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に向かわなければ、求人市場の回復も足踏みとなる。今のところは先がみえない。
□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染の第2波への懸念などで、先行き不透明感が強まり、求人意欲の低下につながっている。今後の見通しも明るくないことから、直ちに景気が上向くとは考えにくい。
□	民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルスの感染者が、現在のように増減を繰り返すと予想されるため、景気が上向くとは考えにくい。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・既に感染の第2波は始まっており、今の状態では厳しいと感じる。
▲	人材派遣会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染の第2波により、企業は先行きが見通せない状況であり、心理的にますます悪くなっていくと感じる。直近の派遣契約をみていると、6月はかなりストップしたが、上半期が終了する9月は、更に契約の終了が増えると予想される。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・派遣先企業の業績の回復が見通せず、今後は派遣社員の活用を絞る話が出ている。
▲	アウトソーシング企業（管理担当）	・前月に続き、通常の仕事も減ってきている。
▲	職業安定所（職員）	・以前は旅館や飲食業に影響が出ていたが、徐々に製造業や建設業にも影響が出るため、先行きは悪くなる。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・前年に比べて、秋採用や追加募集は少ないと予想される。また、海外渡航が制限されるなか、留学経験者自体が少なくなり、海外人材の採用も厳しくなる。
×	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・日本全体で新型コロナウイルスの感染者が増えているなか、政府の対応をみていると、感染者数は今後も増加が予想される。そういったなかで、景気が好転する要素は限りなく少ない。
×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響は甚大で、景気の改善は見通せない。
×	職業安定所（職員）	・直近では新規求人が減少傾向にあり、7月は前月よりも落ち込むことが懸念される。
×	民間職業紹介機関（営業担当）	・新型コロナウイルスによる影響が大きい。
×	学校〔大学〕（就職担当）	・今後、採用者数は必ず削減される。企業の業績も悪くなっており、今後の採用活動にも支障が出る。