

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)	◎	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・Go To Travelキャンペーンの効果に期待したい。
	◎	旅行代理店（役員）	・地域クーポンの利用も始まり、更なる需要の増加が期待できる。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で後ろ倒しとなったプライダルが10～11月に出てくるため、関連の受注を見込んでいる。
	○	百貨店（売場主任）	・客からも、個々の感染対策をきちんとすれば、外出も問題がなくなってきたという声が出始めた。ショッピングを楽しむこと自体は、感染のリスクが低いという認識が増えている。また、家庭での充実したライフスタイルへの関心が高まり、食品や生活用品での関連売上が増えてきている。
	○	百貨店（売場主任）	・インバウンドの復活を期待したいところである。その一方、クリスマスや初売りの福袋など、人が密集する時期の販売方法を模索している。
	○	百貨店（売場主任）	・郊外では、巣籠り需要が今後も売上を引っ張ると考えているが、新型コロナウイルスの感染の収束状況に、売上は大きく左右されそうである。Go To Travelキャンペーンの効果もどのように出てくるか未未知数であり、不透明感が強まっている。
	○	百貨店（マネージャー）	・Go To Travelキャンペーンの東京への拡大などで、京都への観光も復活するほか、各種の規制が少し緩和されることで、経済がやや持ち直してくると予想される。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・9月中旬以降、大型連休を含めて客足が戻ってきている。
	○	百貨店（販促担当）	・新型コロナウイルスとの共存生活が定着してきたなか、秋から冬にかけて感染が爆発的に拡大しない限り、消費はやや増えると予想される。政府の各種施策もあって消費者の行動範囲や外出頻度が改善し、開放感を求める消費の動きが増える。利便性の高さや汎用性の高さをアピールしたり、今秋や今冬の気候を反映した提案を行うことで、消費が喚起できると予想される。
	○	百貨店（服飾品担当）	・客の購買動向に変化がみられ、オンラインでの売上が増えている。また、情報をリモートで探し、リアルな店舗での情報とWeb上の情報を、交互に確かめて購買するスタイルも浸透し始め、新しい購買スタイルとして期待がもてそうである。また、前年は10月以降に消費税増税の影響で落ち込んだ分、今年は回復が見込まれることから、回復の兆しが出てくることが予想される。
	○	百貨店（販売推進担当）	・新型コロナウイルスによる消費の変化が定着するほか、渡航制限の段階的な解除によるインバウンド需要の増加が始まる。また、供給面では生産体制も回復してくる。
	○	百貨店（外商担当）	・ワクチンや治療薬の開発状況など、外部環境の好転が期待できる。
	○	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスへの対策が、かなり確立されつつあるほか、ワクチンの完成の見通しが立つことも予想される。少しずつではあるが、客の安心感が強まり、消費に関する意欲も増してくる。
	○	百貨店（宣伝担当）	・秋冬商材の入荷がようやく本格化し、客からの問合せも増えている。今後は、年末のギフト需要と合わせたリベンジ消費に期待しており、そこへ向けた販促施策も準備している。
	○	百貨店（マネージャー）	・10月からは、Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの使用も始まる。また、気温が順調に下がっていることから、秋冬物衣料に対する購買意欲も増してくる。物産展などの大型催事も本格的に復活することで、来店モチベーションも高まることが予想される。
○	百貨店（マネージャー）	・Go To Travelキャンペーンなどで外出の機会が増える一方、巣籠り消費の定着で、リビング関連などは活発に動く。また、年末年始のケーキやおせち料理なども、高額品が動くことと予想され、いわゆる自宅でのぜいたく消費が進みそうである。	
○	コンビニ（経営者）	・年末に向けて、忙しくなってほしい。	

○	コンビニ (店員)	・徐々に通常の動きに戻りそうである。
○	コンビニ (店員)	・残念ながら、給付金の効果は余り感じられないが、客の会話や買物状況から、少しずつ消費が活発化していると感じる。近隣のホテルも様々なプランで集客を図っており、活気が戻りつつあると感じている。
○	コンビニ (店員)	・緊急事態宣言の解除後は、ほぼ横ばいの状態が続いていたが、SNSで当コンビニチェーンが注目を集めたことで、数日前からは今まで少なかった若者層の来店が増えている。
○	衣料品専門店 (店長)	・まだまだ新型コロナウイルスの影響があり、予断を許さない状況が続いている。ただし、2～3か月前に比べるとやや上向いている部分もあるため、年末商戦に期待している。
○	家電量販店 (店員)	・家電も好調であるが、大人も子供も楽しめるテレビゲームや、新発売のゲーム機の予約状況も好調に推移している。
○	家電量販店 (営業担当)	・当業種には直接影響が出ていないものの、先日の連休中の動きをみていると、景気が回復するという期待は持てそうである。
○	乗用車販売店 (経営者)	・現状は全く良くないため、Go To Travelキャンペーンに少なからず期待している。
○	乗用車販売店 (販売担当)	・来店客の雰囲気などをみると、少しずつ良くなっていくという期待感が出てきている。
○	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	・Go To Travelキャンペーンなどの効果が、少しは出てくる。
○	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も、インフルエンザ並みになりそうである。実際のところ、新型コロナウイルスよりもインフルエンザの感染者や死者数の方がはるかに多く、マスコミなどでもインフルエンザの予防接種が呼びかけられている。年末までには、新型コロナウイルスとインフルエンザが共存していると予想される。
○	高級レストラン (企画)	・自治体の助成制度や消費マインドの回復により、宿泊や外食の需要が徐々に回復する。
○	一般レストラン (経営者)	・Go To Travelキャンペーンで東京が解禁となるほか、Go To Eatキャンペーンや入国制限の緩和などで、経済的な動きは上向くことが予想される。
○	都市型ホテル (管理担当)	・東京がGo To Travelキャンペーンの対象になったため、東京からの旅行者に期待したい。ただし、海外からの旅行者が戻らなければ、回復は限定的であると予想される。
○	都市型ホテル (販売促進担当)	・Go To Travelキャンペーンの効果が、今後どの程度出るのかは読めない。ただし、宿泊部門は出張での利用が少ないため、キャンペーンに頼らざるを得ない。一方、宴会は秋の予約にキャンセルが多く入っているため、回復は先になりそうである。
○	都市型ホテル (客室担当)	・Go To Travelキャンペーンの東京への拡大に期待している。
○	タクシー運転手	・政府の打ち出した海外渡航者に対する規制緩和により、経済活動の活発化が期待され、タクシーの需要も見込まれる。
○	タクシー運転手	・タクシーの稼働台数が少しずつ増えるのに伴い、乗客も増えている。さらに、今後はGo To Eatキャンペーンも始まるため、期待している。
○	通信会社 (社員)	・新商品の発売により、やや良くなる。
○	通信会社 (社員)	・今後も現在の傾向が続くと予想される。他の通信会社の動向を見極めて、現在の加入者を確保することも重要となる。
○	遊園地 (経営者)	・9月19日以降の4連休から潮目が変わり、週末の来客数が戻りつつある。平日はまだ弱めながら、10月以降は近隣の学校や団体を中心に予約が入っている。新型コロナウイルスの感染者数が現状レベルで推移すれば、最悪の状態は脱することができると、一筋の光がみえた印象である。
○	その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	・Go To Travelキャンペーンなどの、政府の支援策に対する反響が大きい。小売業に関しても、地域共通クーポンの恩恵が期待できる。
○	住宅販売会社 (経営者)	・徐々に新型コロナウイルスとの共存が始まると同時に、消費者の警戒感が薄まってくる。
□	商店街 (代表者)	・雰囲気的に、しばらくは良くならないと感じる。

<input type="checkbox"/>	一般小売店 [事務用品] (経営者)	・いつまで感染が続くかがみえず、停滞感が広がったまま、しばらく経過することになりそうである。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [花] (経営者)	・キャンペーンなどで景気が良くなったといわれるが、業種による差も大きいので、まだまだ景気回復には程遠い。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [衣服] (経営者)	・毎月2店舗を閉店するなど、経営の負担を軽くする努力を行っているが、どこまで持ちこたえられるか、自分との戦いになってきている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [時計] (経営者)	・冬に向かって、インフルエンザや新型コロナウイルスの感染がどのように広がるのかが不透明である。目に見えない物への懸念や心配、恐れが、人の気持ちをまだまだ押し下げる。また、お金の偏った使い方が今後も残ると感じており、時計の需要は不急でもあるため、景気が良くなるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [野菜] (店長)	・3か月後には状況は変わると予想されるが、日本の景気が良くなるかどうかはまだ不透明である。今後も非常に厳しい状態が続く。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [呉服] (店員)	・マスクをして接客しているが、客に言葉が伝わりにくいこともある。また、着物の試着の際には客に接近するため、嫌がる客も多く、売上が伸びない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [菓子] (営業担当)	・今後も販売数量、売上共に、回復する気がしない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (企画担当)	・新型コロナウイルス関連の報道は、一時の過熱状態からは沈静化したようであるが、一度落ち込んだ消費意欲はなかなか戻らないと感じる。少なくとも、劇的に上向くことは期待できない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (サービス担当)	・来月からは、Go To Travel キャンペーンが東京も対象となるため、現状が維持できるかどうかは不透明である。前月から催事も再開しているものの、現状は売上に大きく貢献していないため、今後を期待している。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業推進担当)	・いずれ新型コロナウイルスの感染第3波が来ると予想され、行動範囲を自粛する動きが出てくる。新たな消費喚起策がなければ、厳しい状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (商品担当)	・企業業績の不振から、冬のボーナスや給与の支給も厳しくなる見込みで、政府や自治体の需要喚起策の効果も限定的となりそうである。また、訪日観光客を受け入れるめどは立たず、インバウンドの復調を望めないことも大きな痛手である。新型コロナウイルスの検査体制の整備や、世界的な防疫体制が構築できるまで、景気浮揚の見通しは立たない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (店長)	・新型コロナウイルスの影響に左右されるが、決定的な解決策がないため、しばらくは消費の低迷が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・外食の売上が戻ってくれば、内食を扱う生鮮食品の売上は減少の一途となり、これまでの売上の増加曲線は緩やかに下がってくる。その反面、外出が増えれば、化粧品やアパレル関連の売上は緩やかに増加すると予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・新型コロナウイルスの影響に左右され、外食が増える状況となれば、スーパーは今よりも下り坂になる。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・政府はGo To Travel キャンペーンなど、消費を促す政策は実施しているが、新型コロナウイルスの影響が続くなか、基本的な生活様式が変化する気配は感じられない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店員)	・今後は鍋物関連の食材がメインになってくるが、週末は売れても平日は余り売れないため、大きく伸びることはない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (企画担当)	・今の生活スタイルが続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (経営者)	・新型コロナウイルスと経済が共生していく流れになり、来客数は増加すると予想されるが、節約ムードが高まっており、購買意欲は落ちてくる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (経営者)	・店舗の維持に必要な経費は最小限に抑える努力を続けているが、厳しい状況にある。一時的な雇用調整助成金などがあっても、借入の返済が必要であるほか、個々の生活の基盤が不安定になっているため、改善の材料が乏しい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (経営者)	・事務所を閉める企業が出てきたほか、リモートワークなどの働き方が定着しそうなこともあり、周辺の労働者の数が減少している。当面はこのまま推移していきそうである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (店長)	・新型コロナウイルスの発生以前の状況には、相当な時間が経過しなければ戻りそうにない。状況がこれ以上悪くならないことを、祈るばかりである。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・現状が維持できれば良い方で、景気の回復は見込めない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・今後は各種の自粛要請が緩和されていくが、高齢者層は心理的な不安要素が多いため、自由に買物を楽しむことが難しいと考えられる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（営業・販売担当）	・来客数は少なく、必要な物だけを購入しているようである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・今は好調であるが、新型コロナウイルスの第3波が発生すれば、更に悪化するおそれもある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・少なくとも年内は、新型コロナウイルスの予防に関する商品は好調に推移する。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・これから冬を迎えるに当たり、新型コロナウイルスやインフルエンザなどの影響で、今後も関連商品は売れると予想される。ただし、プラスアルファで購入されていた化粧品の売上は、依然として減少傾向にあり、必要な物しか買わないように感じられる。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・最近の新たな感染者数は横ばい傾向が続いており、今後も当分の間は大きな改善が見込めない。それに伴い、景気も一進一退の状況が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・電話の件数、受注共に、例年どおりに戻りつつあるため、今後も大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・今後の予約状況も、現状と大きくは変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・例年であれば宴会シーズンとなるが、今年は新型コロナウイルスの影響で見込めない。ただし、Go To Eatキャンペーンに参加登録しているため、プレミアム付商品券の利用などで、来客数は増えそうである。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・徐々に良くなることを期待しているが、経済活動が活発化すると、新型コロナウイルスの感染拡大のリスクも高まる。今後はいつまた悪くなるか、予断を許さない状況である。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店員）	・新型コロナウイルスの影響は少しずつ落ち着いてきたように感じるが、今後の見通しはまだまだ立たない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況に大きく左右されるが、総理大臣が代わって、実務的な部分が動いているように感じる。国と企業の距離が近くなったように感じ、非常に期待できる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・ホテルとしてはGo To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンなどで、ある程度の集客は見込めるものの、宴会場を使用したパーティーの受注がない。例年は忘新年会の予約で一杯となるが、今年はかなり厳しい状況が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（フロント）	・Go To Travelキャンペーンが東京に拡大されるため、出張利用が多少なりとも増えると予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総務担当）	・10月から、Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの取扱が始まるほか、Go To Eatキャンペーンも始まるため、飲食店の売上が改善に向かうと考えられる。
<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を嫌って、団体客の先の予約は大きく動いていない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・Go To Travelキャンペーンは1月までの予定であり、その時点で客の動きが止まってしまう。何よりも海外旅行が少しでも動かなければ、現状の鎖国状態では先がみえない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響については、特に夜間の営業収入の減少傾向が今も続いている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・良くなる要素がない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設の経営が新型コロナウイルスの影響で悪化しており、ゲーム機の売上が落ちている。この状況は、当面変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク（職員）	・Go To Travelキャンペーンの効果がどのような形で出るのか、あるいは実際に効果があるのかについては不透明である。また、新型コロナウイルスの影響が続くなかで、新政権が発足したが、更なる支援を必要としている企業は残っている。特別定額給付金のようなシステムが構築できるのか、今のところは疑問である。

□	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収まるかどうか分からないため、何ともいえない。
□	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・9月19日から、プロ野球での入場制限は収容人数の50%以内に緩和となった。ただし、新規感染者数は多数発生しており、予断を許さない状況である。全体として、3か月後の状況は不透明である。
□	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・以前に比べれば、日常を取り戻しつつあるが、秋冬のインフルエンザや新型コロナウイルスの感染状況により、今後はどうなるか分からない。
□	住宅販売会社 (総務担当)	・新型コロナウイルスの治療薬が完成するか、感染の収束が見込めない限り、客の動きは悪いままとなる。現状の受注活動の制約も大きいため、大きな回復は見込めない。
□	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・暮らし方の変化により、都心の駅近物件の人気は弱まり、郊外の環境や広さを志向する動きが復活している。在宅ワークの定着度によっては、更にその傾向が強まる可能性が出てきている。
▲	百貨店 (売場主任)	・企業の業績が厳しいなか、雇用調整や給与、ボーナスのカットが始まり、消費者の購買意欲の減退が予想される。その上、取引先の撤退や商品生産の抑制、新商品の展開の延期などもあり、店頭の商品の質、量共に不安がある。現状を維持するのが精一杯であり、良くなる要素はない。
▲	百貨店 (企画担当)	・新型コロナウイルスの影響による業績不振を受けて、この冬のボーナス支給額は前年比で大幅に減少することは間違いない。冬のボーナス商戦については、例年の売上規模からはかなり減少すると予想している。
▲	スーパー (経営者)	・前年はキャッシュレス決済に対するポイント還元制度が始まり、カード各社のほか、独自の取組を行う企業も盛り上がった。その一方、今年のマイナポイント事業は登録者数も伸び悩み、盛り上がり欠けている。所得環境も厳しいなか、ライバル各社は価格訴求を徐々に強めており、利益が得にくくなりそうである。
▲	スーパー (店長)	・テナントの退店が増えつつある。
▲	スーパー (店長)	・新型コロナウイルス問題の長期化で、取引先のメーカーも、アパレル業界を中心に業績が厳しくなっている。また、当スーパーに入っている子供用プレイランドや旅行会社も、売上が前年比で3割という状況が続いている。
▲	スーパー (企画担当)	・新型コロナウイルスの特需もなくなりつつあり、特に駅前店舗の売上が悪い状況である。競合店が2店舗オープンする予定で、近隣店舗の売上減は避けられない。年末商戦の前しょう戦としても、販促を強化して対応せざるを得ない状況であり、利益率は下がるものの、売上は最大限確保することが求められる。
▲	スーパー (経理担当)	・足元は給付金の効果もあり、可処分所得に比較的余裕のある層が消費を支えている傾向がみられたが、時間が経過するにつれて影響は薄まる。これに加えて、業績の悪化した企業を中心に、冬のボーナス支給の減少が懸念される。
▲	スーパー (販売促進担当)	・9月も前年比で売上増の状況が続いているが、伸び率は落ち着きをみせ始めている。全体的な景況感は低下しており、今後は徐々に落ち込んでいくことが予想される。
▲	スーパー (社員)	・新型コロナウイルスの影響で高まった内食需要は、依然として続いている。今後も、客のスーパーへの依存度は高いまま推移しそうであるが、購買力が少しずつ低下することを危惧している。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・個社の業績はまずまずであるが、それは各社の戦略に起因し、全体の傾向とは無関係である。業界自体は依然として低迷しており、所得の減少を考えると、今後はますます悪くなる。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・運搬の仕事が減っているため、車検を受けないトラックが増え、車検台数が減っている。また、新車の売行きも良くない。
▲	乗用車販売店 (販売担当)	・海外での自動車の生産が遅れているため、輸入車の販売量が伸び悩んでいる。また、入荷自体が見込めないため、今後は悪くなると予想される。

▲	その他飲食 [ファーストフード] (店員)	・今年は季節が変わっても気温の下がる日が少なく、暑い日が続いている。さらに、新型コロナウイルスの影響もあり、来客数は激減している。
▲	観光型ホテル (経営者)	・Go To Travelキャンペーンが実施されている間は、前年比で7～8割程度の売上が確保できる見通しである。ただし、キャンペーンの終了後は、更に厳しい状況となることが予想される。
▲	観光型旅館 (経営者)	・県民限定割引がなくなるほか、東京がGo To Travelキャンペーンの対象となる。東京から地方に行くよりも、地方から東京へ行く方が多いと予想するため、地方は厳しくなると予想される。
▲	観光名所 (経理担当)	・例年、12月は来客数が少ない時期であるため、感染症が収まったとしても、今月よりも客は少ないと予想している。
▲	競輪場 (職員)	・通常であれば、年末に向けて客単価が上がる傾向となるが、今年は新型コロナウイルスの影響で見通しが立たない。もしも例年のように上昇傾向となったとしても、小幅にとどまるとみられ、逆に下がる可能性の方が高い。
▲	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・秋の行楽シーズンとなるが、お盆から9月の4連休の好調は、これまでの抑制の反動もあったため、若干の目減りは覚悟している。Go To Travelキャンペーンの東京解禁による効果には期待したいが、現実的には限定的となりそうである。
▲	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服を脱ぐため、寒くなれば来客数が減少する。
▲	住宅販売会社 (経営者)	・新型コロナウイルスの影響をすぐに受ける業種から、2～3次的な影響を受ける業種まで、影響の裾野が広がっている。
▲	住宅販売会社 (従業員)	・大手メーカーを中心にテレワークの導入を検討する動きがあり、一部ではオフィスの解約予告の通知が始まっている。今後は事務所ビルの空室率が上昇すると予想され、これまで影響のなかったオフィスや賃貸住宅市場も悪化が予想される。
▲	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)	・金融機関の融資姿勢が、かなり厳しくなっている。
▲	その他住宅 [展示場] (従業員)	・新型コロナウイルスの影響で、今後は住宅購入者の年収が減少すると予想され、住宅ローンを組む心理状況となるかが心配である。
▲	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・好転する兆しがないまま寒い季節となり、新型コロナウイルス関連のキャンセルが春先のように増えれば、メンテナンス部門も仕事量が減る。それに伴い、売上も減少するという、暗い見通しとなる。
×	一般小売店 [衣服] (経営者)	・本来は冬場が衣料品の需要期であり、来客数、販売数共に増加を期待しているが、今年の冬は新型コロナウイルスの影響で先が読めず、感染がこれまで以上に拡大するのではないかと心配である。その場合は通常の営業もできるかどうか分からず、今以上に深刻な状態に陥ることが懸念される。
×	一般小売店 [花] (店員)	・新型コロナウイルスの感染が長引き、客の購買意欲は下がっている。この先も感染が落ち着く様子はなく、ますます購買意欲は下がると予想される。
×	スーパー (経営者)	・新型コロナウイルスによる観光客の減少などで、食材の需要も減っている。各種イベントの中止により、前年比での落ち込みが避けられない。
×	衣料品専門店 (経営者)	・このままの状況が続けば、小売業者は倒産や閉店、廃業してしまう。
×	家電量販店 (経営者)	・冬場に掛けて、新型コロナウイルスの感染が増えたとすれば、あらゆる消費が落ち込む。秋以降、感染が収束することを願うばかりである。
×	家電量販店 (企画担当)	・今のような来店状況ではかなり厳しい。インターネット経由の販売機会を更に拡大する一方、空気清浄機や、内食の好調に合わせて温め直しができる高級電子レンジなど、新型コロナウイルスとの共存に向けた商品を強化していく必要がある。

	×	家電量販店（人事担当）	・巣籠り需要も落ち着いてきており、消費をけん引する商品がない。冬になって気温が下がるまで、厳しい状況が続くそうである。
	×	乗用車販売店（経営者）	・旅行や飲食関係はGo To Travelキャンペーンで少し潤った感じは出てきたが、その他のサービス業や製造業の売上の落ち込みは激しい。各種の助成金も用意されているが、焼け石に水の状態、収益が上がるまでには至らない。とにかく新型コロナウイルスの影響が落ち着くまでは、景気は悪くなる一方だと予想される。
	×	住関連専門店（店長）	・上半期は新型コロナウイルスの発生前からの受注や、前年から購入計画のあった客の注文でやりくりできたが、新規客が激減したままであるため、下半期からは、更に売上は深刻になると予想される。
	×	住関連専門店（店員）	・新型コロナウイルスの影響を受けている客が多いため、その影響が出てくる。
	×	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・新型コロナウイルスの影響で、予定している展示会などの催事も規模が縮小され、集客が見込めない。現状から考えれば、売上が前年以上になることはない。
	×	通信会社（企画担当）	・まだ、新型コロナウイルスの感染の収束がみえない。
	×	観光名所（企画担当）	・9月の4連休は少し回復したが、それ以降の平日は以前と同じ状況であり、全く期待がもてない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・今年から始まる新規事業のサンプルが入荷し、販売したところ、客の反応は非常に良い。今後の販売も順調に進むと予想されるため、売上、利益共に増加が見込まれる。
	○	化学工業（企画担当）	・Go To Eatキャンペーンも始まれば、新型コロナウイルスの重症者数が異常に増えたりしない限り、現状よりも物の動きも活性化すると予想される。
	○	化学工業（管理担当）	・取引先からの発注見込み量が増加している。
	○	金属製品製造業（開発担当）	・新しいモデルの商品が出るため、忙しくなる可能性がある。
	○	金属製品製造業（営業担当）	・自動車関連向けの出荷を軸に、受注の内示も少しずつ元に戻りつつある。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	・10月以降は、設備計画の見積りの依頼が増えそうである。2～3か月前よりも案件の内容が具体化し始めている。
	○	建設業（経営者）	・無電柱化に関していえば、問合せは多い。成約しないケースもあるが、少しずつ受注も増えると予想される。
	○	新聞販売店 [広告]（店主）	・新型コロナウイルス対策を講じながら、徐々に社会全体が動き出したように感じる。
	□	食料品製造業（従業員）	・新型コロナウイルスの影響も薄れつつあり、量販店では値下げ販売を打ち出す動きがある。今後は販売価格が低下傾向となり、安売り競争が始まる。
	□	繊維工業（総務担当）	・注文がほとんどない状態である。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・客からは、増産の計画についての情報がない。
	□	化学工業（経営者）	・日々の受注をみていると、最近では更に悪化しているが、今後は各種のGo Toキャンペーンなどで相殺され、変わらない状況が続く。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・発注の増えた企業があるため、全体をカバーできているが、受注の商品バランスは悪い。以前からの商品には、発注が止まる案件も出てきている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況は変わらないと予想される。
	□	金属製品製造業（経営者）	・業界にもよるが、低位安定の状態がどう変化するかは、年末まで分からない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月は景況が最悪になると予想される。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・本業の状況はそれほど変わらないが、当社の紫外線やオゾン関連の技術を、10月7日から3日間開催される大規模な見本市に出展予定である。これがうまくいけば、先行きは非常に良くなるかもしれない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・給付金の影響で、6～7月は特に需要が伸びたが、それ以降はやや鈍化傾向にある。今後もこの状況は続くと思われ。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・今後はインフルエンザと新型コロナウイルスのダブルパンチで、どうなるか分からない。

	□	建設業（経営者）	・現在は、やらなければならない設備投資が最小限の範囲で実施されている。今後は、計画の延期や凍結が増えてくと予想される。
	□	輸送業（営業担当）	・体力のない同業他社が閉店し始めているため、競合が減り、今後は売上がさほど落ち込まないように感じる。
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	・現状は雰囲気が悪過ぎる。有事における政府の行動が、これほどまでに市井の生活に影響を与えることを実感している。
	□	広告代理店（営業担当）	・5～6月に比べると、売上は少し戻ってきているが、まだまだ期待できる材料がない。
	□	広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が大きく改善されなければ、今の状態がしばらく続くと予想される。
	□	経営コンサルタント	・業界全体が最悪の状況のまま、横ばいで推移している。これ以上は悪くなりようがないほど、受注や販売、生産などが最悪の事態にあり、給付金によって何とか持ちこたえている状況である。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・なかなか景気の回復する要素がないため、良くならない。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、10月以降は回復するかもしれないが、感染者も増えてくと予想される。加えて、インフルエンザの流行も重なることから、年末年始に掛けては出控えが本格化しそうである。
	□	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先がみえないため、様々な状況の判断が難しくなっている。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・冬に掛けてインフルエンザが流行すれば、客足もまた悪くなり、経済的に回らなくなる。
	▲	繊維工業（団体職員）	・国内では人の動きも多少は出ているが、生活様式の変更による影響がタオルの消費動向にも出てくる。
	▲	一般機械器具製造業（設計担当）	・まだまだ新型コロナウイルスの影響が続きそうである。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いはあるものの、価格競争が厳しく、他社へ流れているため、受注が増えない。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・新型コロナウイルスの感染収束の見通しが立たず、百貨店などの衣料品関係の売上が伸びてこない。その分、メーカーへの発注も減少したままである。
	▲	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染が徐々に地方にも拡大すれば、リフォーム工事の営業活動にも支障が出るおそれがある。
	▲	輸送業（商品管理担当）	・毎年10～11月は販売量が減少するが、今年は新型コロナウイルスの影響で更に減少する。
	▲	輸送業（営業担当）	・運賃の安い大手通販の荷物が増え、全体に占める割合が上がり過ぎたことで、利益はほとんどない。
	▲	通信業（管理担当）	・10月からの諸物価の上昇で、景気が若干悪くなると感じる。
	▲	司法書士	・新型コロナウイルスへの対策の効果を感じるが、行動が活発になれば、陽性者の増加も予想される。今後は冬に向かって厳しい状態が続く。
	×	繊維工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響で、販売先の倉庫には大量の在庫が残っているため、来年度の生産依頼が全く出てこない。靴下の製造会社は、これから新規の製造や販売ができない状況に追い込まれると感じている。
	×	電気機械器具製造業（経理担当）	・取引先を含め、数か月先の予測も全く分からないというのが実情である。
	×	不動産業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で、これからも店舗の解約が続いていく。年末に掛けて厳しくなると予想され、景気は悪くなる。
	×	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収束が見通せず、経済対策も不十分であるため、将来の展望が全く見通せない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・各種のGo Toキャンペーンといった政府の施策による効果が出てくるほか、新型コロナウイルスへの過剰な対応も見直され、徐々に経済活動が正常化してくることを期待している。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスとの共存という環境を受け入れ、周囲に配慮し、自制しつつも、人の動きは今後活発になっていく。

○	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・新型コロナウイルスとの共存が当たり前のように受け入れられるなか、政府はより一層、感染による打撃を受けた企業の支援に力を入れると予想される。また、東京オリンピックが開催される可能性も出てきたなか、開催が正式に決定すれば、更に景気の回復に勢いがつきそうである。
□	人材派遣会社 (経営者)	・新政権になり、前向きな案件がかなり出てくると予想されたが、新型コロナウイルスの影響次第となる。各企業は派遣社員をうまく使っており、景気に応じて増加と減少を繰り返すという、いつものパターンが一段と定着してきている。
□	人材派遣会社 (営業担当)	・新型コロナウイルス感染症の拡大を機に、業務の整理や人員の減少のほか、在宅ワークでも業務が進むようになり、人手を増やす話がない。
□	新聞社 [求人広告] (管理担当)	・秋から冬にかけては、インフルエンザの流行と新型コロナウイルスの感染拡大が重複するとの予想があるほか、ワクチンの開発も年内に完了するような状況にはない。Go To Travelキャンペーンによる効果も、インバウンドが期待できないなかでは限定的とみられる。景気が良くなるまでには至らないと予想される。
□	職業安定所 (職員)	・景気は上向き傾向であるが、新型コロナウイルスの影響が出る以前の状態には到底戻らない。また、求人も少なくなっている。
□	職業安定所 (職員)	・求人数は求職者数を上回って推移しているが、有効求職者数が増えて、有効求人数が減少傾向にあることから、今後は変わらないか、悪化する傾向となる。
□	民間職業紹介機関 (職員)	・冬に近づき、今年はインフルエンザと新型コロナウイルスの同時流行が懸念される。今後は建設関係の求人も流行の様子見となり、停滞する可能性がある。
□	民間職業紹介機関 (営業担当)	・状況は変わらないが、求職者は増えているため、以前に比べて人選しやすい状況である。新型コロナウイルスの発生以前に比べると、紹介予定派遣を希望する人が減り、すぐにでも働きたい人が増えている。
□	学校 [大学] (就職担当)	・外国人の入国規制について、緩和待ちの状態である。
▲	人材派遣会社 (支店長)	・首相の交代もあり、社会全体が混とんとするのではないかと考えられる。
▲	アウトソーシング企業 (管理担当)	・通常の仕事がなくなりつつあるため、今後もこの状況が続くそうである。
▲	職業安定所 (職員)	・新型コロナウイルスの影響で全業種に悪化がみられ、離職者が前と同じ職種で再就職することが困難となっている。また、人手不足業種への労働移動もミスマッチが大きく、今後は求職期間の長期化が懸念される。
▲	民間職業紹介機関 (営業担当)	・まだ当社でも調査中であるが、2022年卒の採用予定数について、3か月前は未定であった企業が、減少に転じることが予想される。
×	新聞社 [求人広告] (担当者)	・経済活動への規制は緩和されたが、まだまだ見通しは暗い。特に、関西の地場産業の動きが見通せない。
×	職業安定所 (職員)	・新型コロナウイルスの感染収束の兆しがまだみえないため、3か月ごとの契約期間の更新に伴い、9月末に雇止めが生じる可能性が高い。いわゆる9月危機の発生により、10月以降の求職者数が一気に増加するおそれがある。
×	民間職業紹介機関 (営業担当)	・好転の兆しがみえない。
×	学校 [大学] (就職担当)	・新型コロナウイルスの影響のほか、東京オリンピックも経費の節減が予定されている。また、企業の採用計画についても、芳しくない報道が多い。