

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)	◎	競輪場（職員）	・例年、年末年始の時期は客単価が上がる。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・台湾からの渡航規制が解除されつつあるなど、インバウンドの増加に期待したい。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・受注予約が入っているほか、少しは良くなるが、年末の状況は読めない。
	○	百貨店（売場主任）	・感染防止の対策を講じながら、旅行や買物を楽しむことに慣れてきたことで、来客数が増えている。また、富裕層は海外旅行などに行かない代わりに、国内旅行や高額品の買物を増やしている。富裕客の中には、来月は国内旅行に6回出掛けるとしている人もいます。
	○	百貨店（売場主任）	・自粛疲れから、防寒素材やギフトを求める消費者の来店が活発化する。その一方、感染対策として、初売りの福袋は予約販売のみとなり、当日販売の自粛が決定したため、売上の減少は避けられない。
	○	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの感染が相当悪化しない限り、今の回復ペースは衰えない。
	○	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの感染対策が定着しているほか、ワクチンや治療薬の開発が進行することから、消費者の間に安心感が生まれ、購買心理も高まると予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・年末年始休暇の長期化が予想されるため、巣籠り需要の増加に期待している。また、今年の前半に消費が停滞した反動で、クリスマスや正月といったハレの日の購買意欲が上昇すると予想され、緩やかな回復傾向を見込んでいる。
	○	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染が始まり、ほぼ1年が経過する。客の行動レベルでの対応力の向上もあり、選択消費という視点で見ると、上向いてくると予想される。一方、今後は海外動向が鍵を握りそうである。
	○	スーパー（企画担当）	・同一商圏内に、競合のスーパーが2か月連続でオープンする予定であり、売上減少の大きな要因となる。当面は価格競争が避けられないなか、一定の収益は出さなければならず、年末商戦に向けての大きな課題となる。
	○	コンビニ（経営者）	・年末に向けて、景気が良くなってほしい。
	○	コンビニ（経営者）	・近隣企業で働く人口は今の低水準のまま推移しそうであるが、周辺ビジネスホテルの稼働率の上昇が期待できる。それに伴い、今よりも来客数の増加が期待できそうである。
	○	コンビニ（店員）	・客も少しずつ外に出る機会が増え、買物や旅行と見受けられる人が増えている。その一方、マスクを着けずに来店する客も増えているように感じ、気の緩みから再び感染が拡大しないか、不安になることがある。
	○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの感染者はいるものの、重症者が減少しているため、来客数は戻ってきている。クリスマス商戦など控えているため、上向きになることを期待している。
	○	家電量販店（営業担当）	・G o T oキャンペーンの直接的な影響はないが、景気が上向きになるきっかけになってほしい。
	○	家電量販店（人事担当）	・前年と比べて気温が早く下がっており、冬の寒さに備えて暖房器具が動く。また、新型コロナウイルス対策として、加湿機能付きの空気清浄機や、換気のできるエアコンといった高額な商品の動きが期待される。
	○	その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・インフルエンザの流行と新型コロナウイルスの感染が重なり、パンデミックの状況となることも予想されるが、感染の第3波は欧米のような爆発的なものではなく、第2波程度と予想される。
	○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・観光業を中心に良くなるものの、今後の感染再拡大による影響は見通せない。
	○	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新型コロナウイルスに加え、インフルエンザも流行するため、マスクなどの予防関連商品の需要が増えると思込んでいる。
	○	一般レストラン（企画）	・ディナータイムの回復が顕著であり、テイクアウト需要も増加している。今後もこの傾向が続くと予想している。
○	観光型ホテル（経営者）	・何よりも新型コロナウイルスの感染の収束が、解決の全てである。ワクチンが開発され、効果が出てくるようになれば希望が持てる。	

○	都市型ホテル（フロント）	・Go To Travelキャンペーンが延長されるという話もあり、先行きはやや良くなる。
○	都市型ホテル（管理担当）	・今後更に、Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンが浸透する。期間が延長されれば、やや良くなると思われるが、キャンペーンが終了した際の反動が予測できない。
○	都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染は引き続き各地で発生しているが、Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンにより、旅行や飲食関連の需要は今後も拡大すると予想される。
○	都市型ホテル（客室担当）	・Go To Travelキャンペーンの効果が大きく表れているが、終了後の落ち込みが懸念される。一刻も早いワクチンの開発が望まれる。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	・11～12月の予約状況は良く、今後もGo To Travelキャンペーン、Go To Eatキャンペーンの効果が見込めそうである。また、宴会や会議でも予約の問合せが増えており、感染対策を万全にして開催したいという予約が増えている。
○	タクシー運転手	・ホテルで待機していると、Go To Travelキャンペーンの影響で宿泊客が増えている。それにつれてタクシーの需要も伸びているため、今後はやや良くなっていくと感じる。
○	タクシー運転手	・良いのは土日だけであり、平日は土日の半分程度の売上となっている。
○	通信会社（社員）	・年末年始での需要の高まりに期待している。ただし、今後の新型コロナウイルスの感染状況にもよるため、先行きは不透明である。
○	通信会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響は、まだ続くと考えている。消費者のニーズが、アミューズメント関連から子供の学習やテレワークに完全にシフトしている。
○	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルスに関しては、収束を目指すのではなく、どう対処していくかという視点で政策を見直し、ウイルス発生以前の社会に近づけることが大きな課題である。一方、Go To キャンペーン関連の各施策により、特効薬的な経済効果が生まれていることは間違いないため、しばらくはこの状態が続くようである。
□	商店街（代表者）	・4～5月は例外として、6～10月の売上は前年比70～80%で推移しており、一向に上向いてこない。
□	一般小売店〔時計〕（経営者）	・年配の客が多いせいか、冬に向かって病気への不安を口にする人が多い。インフルエンザ、新型コロナウイルス共に、感染の拡大が外出の自粛につながるため、客足が伸びることは期待できない。当然、売上も伸びる要素はないため、当分は厳しい日々が続く。
□	一般小売店〔花〕（経営者）	・現時点では景気回復の兆しが見られない。仮に年末年始の長期休暇が実施されれば、正月商品の消費への影響が懸念される。
□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・来客数は前年の80%程度で推移しそうであるが、客単価は70%前後の推移が続く。旅行も少し始まったが、以前のような単価には戻っていない。
□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・高額品の呉服を扱っているため、新型コロナウイルスの影響が大きい。仕事を失ったり、収入が減少した人や、自宅待機のため買えないという声も多い。
□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・年末商戦に期待しているが、前年との比較がなかなかできないため、商品の準備などの予測が非常に難しい。
□	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの感染状況次第となる。Go To Travelキャンペーン、Go To Eatキャンペーンなどの影響で、都市部への客の回帰がどの程度進むかなど、不確実性の高い要素が多い。先行きは非常に分かりにくい、基本的には今の傾向が続くと考えている。
□	百貨店（企画担当）	・現在の報道をみていると、今の状況が改善されるとは思えない。
□	百貨店（営業推進担当）	・今以上に良くなるとは思えず、一進一退の動きが続く。個人消費も同様に、今後も財布のひもは固いと予想される。

<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・国内では新型コロナウイルスの感染がやや収まりつつあるほか、G o T oキャンペーンで京都の観光業もやや盛り返しているが、欧州を中心としたロックダウンや、世界経済の悪化、株価下落の可能性もあり、現状維持の状況が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	・新型コロナウイルスへの警戒が高まるなか、巣籠り消費の動きなど、消費者は身に付いた感染対策を徹底しつつ、楽しめることは楽しむ気運が高まっている。ただし、冬場の感染状況は予想できず、その推移に左右されそうである。いずれにしても、ファッション関連の動きは厳しいと予測され、食品や催事のほか、家でリラックスするための提案で活性化を図る。
<input type="checkbox"/>	百貨店（サービス担当）	・今後はインターネット販売が好調となるため、現状と変わらない。来客数は少ないが、売上は前年比20%減ほどで推移する。
<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・今年度の上半期決算では大幅な赤字や減益が発表され、給与やボーナスへの影響が懸念されるなか、海外では感染の再拡大が続くなど、経済環境は非常に厳しい。海外との取引や旅行需要はほぼ停止となり、国内の需要喚起策も全体に行き渡るほどの効果は望めないなど、先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	・新型コロナウイルスへの対策としての3密回避により、大型催事や販促施策もかなり休止しているため、来客数の増加は望めない。EC関連事業の強化などの対策は講じているが、まだまだシェアが低く、全体をカバーするまでには至らない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・人の動きは良くなるが、当社のような小売業は、従来商品の販売だけでは以前のような利益を生むことはできない。事業内容の見直しを含めて、考えていく必要がある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（特選品担当）	・この先、冬に向けて新型コロナウイルスの感染がどうなるかが分からない。高級ブランドも、パリを始めとする欧州の感染第2波の影響で、商品の調達がどうなるかは正直不安であり、全く先の読めない展開となっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（宣伝担当）	・新型コロナウイルスによって消費者の動きが変化し、本当に必要な物を、必要なときに買うという傾向がますます強まっている。会員向けの施策やフェアなどを行っても、以前のように売上が伸びなくなっている。来年の上半期までは、今の状態が続くと考えている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの影響が今後とも続く予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況に変化がない限り、景気も変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響はまだまだ収束しておらず、以前ほどではないが、自粛ムードは続く予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染拡大が始まって以来、来客数や販売量は回復しておらず、今後大きく変化するとも思えない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・野菜は鍋材料に多く使われるが、せっかく価格が下がっても他社も同じような価格であるため、平日は来客数が少ない。新型コロナウイルスの影響もあり、年末まではかなり厳しそうである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルスやインフルエンザの感染拡大で、家内消費関連は好調に推移すると予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（開発担当）	・新型コロナウイルスの感染が収まらないまま年末を迎えれば、景気はなお一層良くなる。賃金の昇給もなく、このままじり貧で景気は衰退していく。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・年末要因に期待されるが、通常よりも出費が増える程度である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・年末に差し掛かり、購買意欲は高まるが、状況は大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・当分は近隣で工事が続きそうである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・年末に掛けてセールが増え、客足は増えるが、まだまだ景気回復の見込みは少ない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・夏のボーナスは出たが、冬のボーナスはないという客も多く、購入意欲が低下している。

<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・年末商戦に期待するしかない状況である。例年は秋に売れる商品も、台数ベースで計画を大きく下回っている。回復が見込めるような起爆剤となる要素がない限り、今の状態が続きそうである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・業界の個別要因で一時的に上向いているが、社会全体が落ち込んだ場合は対抗できない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・欧米以外では、新型コロナウイルスの影響から経済が徐々に回復していると感じる。ただし、米中貿易摩擦や米国大統領選挙の結果次第で、景気が再び落ち込むことも考えられる。新総理大臣の手腕もまだ分からない状況のなか、国内外に不安要素が多く、しばらく景気は変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・今が販売のピークであると考えられる。今後は新型コロナウイルスの感染状況次第で、また悪化する可能性もある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・今月だけでみると回復しているが、景気全体としては、ここ数年に比べて低位で安定することが予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・今年も残り2か月であるが、行事が中止や延期となったり、規模を縮小する状況は続く。今後、どのような動きになるのか予測できず、気は抜けないが、社会のムードとしては全体的に自己防衛、予防の意識が薄くなっている。ドラッグストアでの消費も、上半期に比べると伸びが弱くなっている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	・Go To Eatキャンペーンなどで盛り上がっているが、前年の売上には程遠い状況である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・イベントや企画催事が再開し、人の動きが増えているものの、Go To Travelキャンペーンに人が流れ、集客が難航しているため、売上目標の達成は見込めない。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・クリスマスや年末年始での盛り上がりを目指しているが、新型コロナウイルスの感染状況に左右される。今後は厳しい状況を覚悟せざるを得ない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・忙しさも今がピークのような気がするため、大きくは変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・観光客が戻ってくるまでに時間が掛かれば、大阪の景気の回復は遅れる。次の感染拡大への不安から、年末の宴会の需要は少ないと予想され、繁忙期への期待は薄い。
<input type="checkbox"/>	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については、最悪の事態から少し回復しつつあるが、それでもまだ回復は見込めない。
<input type="checkbox"/>	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、好調が続く見通しである。
<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状況が変わらない限り、ホテルでの大口受注の回復は難しい。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・年末年始の休暇の延長要請については、まだ詳細が決まっていないため、客が右往左往することになると懸念される。さらに、Go To Travelキャンペーンによる需要は、春から夏に旅行できなかった分の取戻しではなく、来年の春、夏分の先食いであるという客が多く、先行きに不安がある。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・政府による今後の景気のカンフル剤に期待している。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設向けのゲーム機器については、販売状況の改善見通しが立っていない。
<input type="checkbox"/>	観光名所（企画担当）	・依然として先がみえない状態のため、しばらく来場者数は今のままだと予想される。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・9月下旬の大型連休以降は来客数が戻りつつあるものの、前年の水準にまでは届いていない。個人客、団体客共に、外出自体をまだ慎重に判断する傾向が残っていると感じる。季節の変化や海外での感染拡大など、不安材料は多いため、楽観的に考えても現状維持が精一杯である。
<input type="checkbox"/>	競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走の売上は、7～8月に比べてやや減少傾向にある。ただし、依然として高い水準は維持しており、しばらくは電話投票やインターネット投票の状況を見守る時期となる。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・国内では、新しい生活様式の定着や政府の支援策が、消費の一定の回復につながる期待がある一方、世界的には感染拡大が続いているなど、良くない材料もある。

□	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状況が見通せない。
□	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・プロ野球関連の来場者数は1万人前後まで回復している。ただし、新規感染者数も減っていない状況であり、細心の注意が必要となる。基本的に3か月後の状況は不透明であり、現状と大きく変わらないと考えている。
□	美容室 (店員)	・2～3か月先の予約も受付けているが、今と同じ状況なので、今後も変わらない。
□	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・インフルエンザや新型コロナウイルスの影響が、今後どうなるのかは不透明である。休校などが増えれば、保護者も不安になる。
□	住宅販売会社 (経営者)	・飲食に関する客は依然として厳しく、トータルでの改善は難しい。
□	住宅販売会社 (総務担当)	・今のままでも受注が減少傾向にあるなか、冬に向けてインフルエンザを含む新型コロナウイルスの感染状況次第で、より一層厳しい状況となる。
□	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・少しずつ感染収束後の状況を模索している状況であるが、決定的な回復にまでは、まだ時間を要する。特に、冬場のインフルエンザの流行と重なることへの懸念は、まだ払拭されていない。
▲	一般小売店 [衣服] (経営者)	・冬場に入れば、少しは販売量、来客数共に動きは出てくるものの、今後の新型コロナウイルスの感染状況がみえない。以前のように休業となれば、非常に厳しい状態になる。仮に休業とならなくても、ただでさえ厳しい状況が続くなか、僅か数か月後に景気が上向き要素は全く見当たらない。むしろ今以上にひどい状態になるのではないかと不安である。
▲	百貨店 (売場主任)	・業績の悪化する企業が増え、今後も回復の見通しが立たない。また、インバウンド需要もしばらくは回復が見込めない。このような状況のなか、大半の消費者の所得が減ったり、雇用調整を行う企業の増加が予想される。現状よりも景気が回復したり、消費が増加するとは考えにくい状況にある。
▲	百貨店 (企画担当)	・新型コロナウイルスによる業績の大幅な悪化で、ボーナス商戦は厳しいものになると予想される。また、例年は福袋でにぎわう初売りも、今回は密を避ける販売となりそうで、集客、売上共に前年比で減少すると予想される。
▲	百貨店 (売場マネージャー)	・新型コロナウイルスの影響が続くなか、百貨店の販売体制や営業計画は、3～8月の上半期と同様、密を避けた体制となる。特に、9～2月の下半期はクリスマスや年末商戦、福袋などのイベントがめじる押しであるが、前年と同じような販売体制ではなく、自粛などの制限のある体制が続く。
▲	スーパー (経営者)	・新店舗の出店に際しては、これまでになく人材募集の応募が急増し、高校生や大学生のアルバイトの応募も急増している。稼働場所が減り、家計が厳しくなっている様子がうかがえる。一方、60代以上の客単価は落ちていないが、50代以下の客単価が徐々に落ちており、各種補助金の給付効果の息切れが実感される。
▲	スーパー (店長)	・飲食店や旅行関連を中心に、テナントの退店が発生している。
▲	スーパー (店長)	・冬場を迎えて、新型コロナウイルスの感染者数がどう変化するかにより、大きく変わってくる。全体的には冬のボーナスが減額となる企業が多いため、景気の下振れ要因となる可能性が高い。
▲	スーパー (経理担当)	・特別定額給付金の効果が薄れているほか、今冬のボーナスの支給は大きく減少する見込みである。現金給与も、残業減少などもある減る傾向にある。現状は所得環境の悪化をもたらす要素が多く、厳しい年末商戦が予測される。
▲	スーパー (販売促進担当)	・新型コロナウイルスとの共生が進むなか、消費行動の変化は今後も続くが、まとめ買いのような消費は落ち着き始めており、徐々に消費は落ち込みに向かうことが予想される。
▲	スーパー (社員)	・今年になり、スーパーでは客の購入量が大きく伸びたことで、売上も大きく増えた。ただし、前月頃からは客の買物疲れが目立つほか、各家庭での食品の在庫が相当増えているため、当面は厳しい状況が予想される。

▲	コンビニ（経営者）	・Go To Travelキャンペーンのクーポンがなくなる時期になるため、悪くなる。
▲	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスによる打撃が、徐々に効いてきた人たちが相当いると感じる。
▲	衣料品専門店（営業・販売担当）	・スーツなどを買わないという意識がはっきりしてきている。
▲	家電量販店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況は、冬場を迎えて拡大する恐れがあり、消費意欲が低下する可能性が高い。
▲	家電量販店（店員）	・価格競争が激しいため、一時的に需要は伸びるものの、イベントやキャンペーン、協賛セールなどによる客の獲得競争は避けられない。成約件数が増えることはよいが、業務許容量もあるため、スタッフの丁寧な説明や対応など、クオリティの高いサービスが必要となる。
▲	家電量販店（店員）	・9月決算での前倒し購入もあり、10月は少し苦戦気味である。購買意欲のある客をしっかりと獲得し、来月以降につなげる活動を行っている。
▲	乗用車販売店（経営者）	・新車の販売予約、車検や修理の予約共に、減少してきている。
▲	乗用車販売店（営業企画）	・年末に掛けての不安が大きい。
▲	住関連専門店（店員）	・購入単価が下がっている。
▲	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・今後3か月で米国大統領選挙が終わり、新しい大統領も決まる。中国は日本に対して、相変わらず不安定な動きをしている。国際情勢をみていけると安定するとは思えないため、今後はやや悪くなる。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・ぜいたくな商品や、少し高額な化粧品は動きが鈍い。今後は冬のボーナスの減少や削減により、小売業は売上の回復が望めない。一方、生活必需品の動きは良いため、どちらかといえばデフレ傾向になりつつあると感じる。
▲	高級レストラン（企画）	・1月末にGo To Travelキャンペーンが終了すれば、春の行楽シーズンまでは出控えが予想される。
▲	一般レストラン（経営者）	・大阪も新型コロナウイルスの感染者が増えているため、外出が控え目になり、外食の機会も減りそうである。忘年会も企業はまだ控えているため、宴会シーズンは厳しくなりそうである。
▲	通信会社（企画担当）	・冬に新型コロナウイルスの感染が再び拡大する危険があり、海外での再拡大による影響も出そうである。
▲	住宅販売会社（従業員）	・企業業績の悪化に伴うボーナスの削減により、客のマインドの冷え込みといった影響が出ると予想される。
▲	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）	・住宅ローンの滞納の増加が予想されるほか、給与の減少に備えて消費が減少する。
▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・新型コロナウイルスの影響の収束時期がみえない状況であり、展示場への来場者数が増える見込みはない。出展企業の手持ちの客がなくなれば、今後は厳しくなる。
▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・冬の到来とともに、新型コロナウイルスが再び猛威を奮う恐れがある。仕事がうまく回らない事態がまたやってくると考えると、憂うつである。
×	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・雇用情勢などが更に悪くなる恐れもある。年末から年度末に掛けて、前年比で景気が悪くなることは間違いない。
×	一般小売店〔野菜〕（店長）	・政府は経済を回すためにGo Toキャンペーンなどを行っており、一部ではにぎわいがみられるが、ゴルフ場にはそういった恩恵もない。ゴルフ場と取引している当社にももちろん恩恵はなく、厳しい状況が続いている。先行きが期待できるような状況は、まだまだ先である。
×	一般小売店〔花〕（店長）	・先行きは真っ暗であり、新型コロナウイルスによるショックには解決策がみえない。
×	一般小売店〔花〕（店員）	・新型コロナウイルスの感染者数が増えつつあり、冬場になれば、更に増えると考えられる。イベントが中止され、来客数はますます減るため、売上は悪化する。
×	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスで各種行事やイベントが中止になっているほか、宿泊、飲食も低迷しているため、食材の需要も減っている。
×	衣料品専門店（経営者）	・このままでは街の小売業が成り立たず、転職や廃業を考える人が増える。人を雇うだけの売上がなく、仕入れた商品も売れない。

	×	衣料品専門店（経営者）	・祝賀会など、飲食が伴う会合の自粛解禁のめどが立っていない。阪神・淡路大震災の際に、モノからコトの消費への転換が起こったが、今回はそれ以上である。消費のパラダイムが大幅に変わってきている。
	×	住関連専門店（店長）	・仕入先の欧州で、新型コロナウイルスの感染状況が悪化しているため、商品の入荷遅れや原価の高騰といった不安材料が増えている。また、個人客、法人客を問わず、国内客からは、補助金や助成金、給付金もなくなるため、本当に苦しいのはこれからであるという声が増えている。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・Go To Travelキャンペーンは宿泊客のほとんどが利用しているものの、観光地ではないため、特需はみられない。食事を伴う宴会の動きが戻らず、感染対策の設備投資の負担が増えている。一方、会議の利用は若干みられるが、人数が制限されている。リモート需要も高まっており、それに対する設備投資も検討中である。
	×	旅行代理店（役員）	・Go To Travelキャンペーンでは、当社に割り当てられた枠は既に使い果たしている。追加申請を行ったが、結果の連絡もないため、受付をストップしている。この期間が長引けば、インターネット予約や大手代理店に客が流れてしまう。
	×	観光名所（経理担当）	・例年12～1月は来客数が減少する。
	×	その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・アロマオイルマッサージのため服を脱ぐので、暑い時期は来客数が増えるが、寒い時期になると減少する。
	×	住宅販売会社（経営者）	・しばらくは先行きの見通しが立たない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・8月から始まった新規事業を軌道に乗せることに注力している。今後、効果は徐々に出てくる見込みで、期待をもって取り組んでいる。
	○	食料品製造業（営業担当）	・年末年始に向けて、Go To Eatキャンペーンなどの利用が増えるため、売上は少し回復すると予想される。
	○	化学工業（経営者）	・受注の動きを日単位や週単位のほか、2週間、1か月単位でみているが、不安定ながらも回復している。最新のデータでは、前年比で1割減にまで回復している。
	○	化学工業（管理担当）	・出荷量は5～6月を底に回復基調にある。下半期は前年並みになると予想している。
	○	化学工業（企画担当）	・Go Toキャンペーンの効果もあり、若干であるが状況が改善している。今後も年末年始の食品需要期を迎え、緩やかではあるものの状況が改善される。
	○	金属製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第2波、第3波の到来がなければ、年内には影響が落ち着くと予想される。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・企業の努力が功を奏して、少しは良い方向に向かう。ただし、新型コロナウイルスへの行政の誤った対応で、新たなパンデミックが起こらないことが前提である。かなりの確率で感染が増えそうで、先行きを懸念している。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いが増え、受注も少しずつ増えている。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	・自動車部品業界を中心に、新規設備案件の引き合いや照会が増えている。
	○	建設業（経営者）	・客へのヒアリングの状況では、少しずつ良くなりそうである。ただし、徐々に良くなるという状況で、回復の速度は遅い。
	○	広告代理店（管理担当）	・新型コロナウイルスに対する不安が和らいでくる。
	○	その他サービス業 [店舗開発]（従業員）	・新型コロナウイルスの感染対策がある程度浸透し、感染防止意識も高まるなか、徐々に外出機会が増えてくると予想される。感染者が増えれば外出を自粛し、減ってくれば外出するといったサイクルが、短い周期で続きそうである。
	□	食料品製造業（従業員）	・Go Toキャンペーンで外出が増えれば、外食関係も少しは上向くと予想される。ただし、Go To Eatキャンペーンは店内飲食が中心で、当社の取引先のように持ち帰り需要が多い場合は余りメリットがないようで、大きな期待はできない。
	□	繊維工業（総務担当）	・販売量の落ち込みは、年末に向けての催事回数や日数に比例して、回復してくる見込みである。

□	繊維工業（総務担当）	・年始からの新型コロナウイルスの影響で、冬物商材の在庫が販売先に大量に残っているため、新規の発注がほとんど期待できない。来年の春夏商品についても、同じことがいえる。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・受注量が増えている取引先もみられるが、減少したままの取引先が多い。
□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で減少した受注量が、回復する兆しはみられない。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・寒さが増し、新型コロナウイルスの感染拡大で社会情勢は悪くなるが、注文を受けている企業の活動自体が止まるわけではないので、何とか現状は維持できる。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・新型コロナウイルスの影響が続くなか、ワクチンや特効薬が開発されない限り、現状の景気に大きな変化はなく、今以上の回復は見込めない。
□	金属製品製造業（開発担当）	・携帯電話業界は、いつ落ち込むか分からない。
□	金属製品製造業（営業担当）	・年度末頃までは、今の状況が続くと予想される。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いはほとんどないため、この先も景気は変わらないと予想される。
□	一般機械器具製造業（設計担当）	・新型コロナウイルスの状況にもよるが、このままの推移が続きそうである。
□	電気機械器具製造業（経理担当）	・現時点で問合せ件数は増えていない。今の環境下では、設備投資は極力先送りするという声が出ている。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・年末まではこの状況での推移が期待できるが、在庫切れの商品もあり、今以上に良くなることは難しいと感じる。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・この先の仕事の予定が入っていない。
□	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響による全体的な設備投資の減少で、民間の工事は減ることになる。また、官民共に工事価格の競争激化が予想される。
□	建設業（経営者）	・例年は、年末年始に向けて小規模リフォームの駆け込み需要が出てくるが、今のところは低調である。
□	輸送業（商品管理担当）	・例年10～11月は物流が減少する時期であり、今年も変わらない。
□	通信業（管理担当）	・変化する要素がない。
□	金融業（営業担当）	・冬場の新型コロナウイルスとインフルエンザ対策が重要で、その対策次第で大きく業況が上向き可能性もある。
□	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新型コロナウイルスの影響が続く。
□	広告代理店（営業担当）	・売上は前年を大きく下回っているため、今後も厳しい。
□	経営コンサルタント	・新型コロナウイルスの影響でもがき苦しんでいる状態であり、雇用情勢や様々な動きをみても、良くなる傾向は感じられない。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・まだまだ景気回復の見通しが立たない。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・余り良くない状況のなか、先が全くみえないままに進んでいるため、しばらく良くなる環境ではない。
□	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響に出口がみえない限り、回復は望めないと判断している。
□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・今後については、新型コロナウイルスの影響がどう出るのか、予測ができない。
▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・例年であれば、これから春シーズンの商談が始まる時期を迎えるが、今年の春物が緊急事態宣言の影響で販売できなかったため、卸売業者や小売店に在庫が余っている。この影響が長引くことが予想される。
▲	建設業（営業担当）	・取引先の設備投資計画について、予定どおり実施される場合もあるが、見直されたり、延期、凍結となる場合もある。年末から年度末に掛けて、各企業で来期の方針が立てられ、設備投資が更に低調になることが心配される。
▲	金融業（副支店長）	・取引先からは、今後の受注は今月よりも減りそうという声が多い。
▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	・中国との取引にリスクがあることがはっきりした。その上で中国と更に商売したい業者は、今後も続けられればよい。私自身もかつて韓国との商売で痛い目にあっている。

	▲	広告代理店（営業担当）	・寒くなって感染の第3波がくれば、厳しくなりそうである。
	▲	司法書士	・新型コロナウイルスの感染予防意識の低下や、Go Toキャンペーンの実施のほか、最近の感染者数の増加をみると、新型コロナウイルスの影響は大きくなり、この冬は困難な状態となる。
	▲	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・新型コロナウイルスによる企業収益への影響が、数字として明確に出てきている。
	×	輸送業（営業担当）	・純利益がほぼゼロという通販の荷物を何割か断り、数少ない一般荷物を他社と取り合うことになる。
	×	不動産業（営業担当）	・今後はテレワークで事務所の需要が減る。特に、IT関係は3～5割減少するといわれている。それに伴い、店舗だけでなく事務所にも解約が出るため、賃料が下がり、空室率が上がるため、今後も景気が悪くなる。
	×	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、今後の展望が開けない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・政府や専門家、マスコミ、社会全体が新型コロナウイルスの影響を冷静に分析し、対処することで、通常の経済活動や日常が戻ることを期待している。
	○	人材派遣会社（支店長）	・今後は年度末に向けて、需要が増えると予想される。
	○	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞求人数の縮小均衡状態には、この先も歯止めが掛からない。ただし、国も新型コロナウイルスと経済の両立を目指すと言明しており、緩やかではあるが景気は上向くと予想されるが、今冬に国内での感染が広がらなければという条件が付く。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・政府もまだまだ景気対策で予算を使う動きがあり、企業もマイナスを取り返すべく、いろいろと対策を検討していると感じる。
	○	職業安定所（職員）	・新規求人倍率の季節調整値は、8～9月と2か月連続で前月に比べて上昇した。建設業が前年比でプラスとなったほか、求人数の多い製造業、卸売・小売業、医療・福祉は減少幅が縮小している。
	○	職業安定所（職員）	・一連のGo Toキャンペーンにより、関係業種では回復が進みつつあるが、その他の業種については今のところ何ともいえない。一方、Go To Travelキャンペーンに関しては、終了時期次第では、今後どうなるか分からない。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスとの共生の考え方が浸透し始め、経済と感染防止対策の両立を目指して、様々な経済活動が始まっている。それに伴い、企業の採用活動も徐々に回復していく。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で、派遣契約終了の件数が増えている。引き続き新規の募集案件も少ないため、悪い状況に変化はない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いた状態のままであれば、経済活動も徐々に上向きとなるが、年末年始に掛けて休暇シーズンに入るほか、季節的な要素も加えると不透明である。
	□	職業安定所（職員）	・求人数は徐々に増加しており、新規登録者も減少傾向にあるが、2～3か月で回復するとは考えにくい。一方、転職を希望している在職者が、職業安定所に来れないという状況が少し見受けられる。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況に対する不安定要素については、解消する道筋がしばらくはみえない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・本来であれば、この時期は求人数の増加が見込まれるが、新型コロナウイルスの影響で求人数が減っているため、現状維持が予想される。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・大量に税金などが投入されているため、新型コロナウイルスの感染収束後が心配である。
	▲	人材派遣会社（経営者）	・新型コロナウイルスの影響について、経済活動を優先すると感染が増えるという状況が変わらない限り、世の中の景気は悪くなる。人材派遣を上手に使っている会社が生き残ると予想されるが、派遣契約が打切りとなる人が、年末や年度末にはたくさん出てくる。こういった動きに拍車が掛かるため、景気は良くならない。

▲	民間職業紹介機関（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・先日、求人倍率が1.03倍に低下したと報じられたが、新卒採用にも相当な影響が懸念される。来年の22年卒の新卒採用においても、これまでの売手市場のような求人数は見込んでいない。クリエイティブ関連など、専門職の新卒採用は特に厳しい。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスの影響について、雇用面への不安がある。
×	学校〔大学〕（就職担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・東京オリンピックや大阪万博関連の業界では、急激な悪化がみられない一方、新型コロナウイルスの影響を受ける業界は著しく業績が悪化している。それに伴い、求人数が減少し、リストラも今後増えることが見込まれる。