

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	・緊急事態宣言も発出され、Go To Travel キャンペーンが実施された時期と比べると、明らかに客が家庭内飲食に回帰している。また、前年よりも寒いため、鍋物需要が増え、買上点数も増加している。外食よりも相当安いという感覚が身についたのか、前年よりも単価の高い青果物の販売点数も伸びている。
	◎	通信会社（社員）	販売量の動き	・今年に入ってから、インターネット契約が順調な伸びをみせている。また、通信速度の早い回線への切替えも増えており、在宅勤務の定着が少し進んでいるように感じる。
	○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は目標達成の見込みである。また、前年比では依然としてマイナスの状態であるものの、1月よりも改善している。新型コロナウイルス禍の影響が一巡したことが大きな要因であるが、客は不要不急の購入を控えているものの、新たなスタイルの商品や特選洋品、化粧品といった一部の商品は回復傾向にある。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる売上への影響は続いているが、特選ブティックや宝飾品などの動きは少しずつ良くなっている。
	○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出され、1月中旬～2月中旬まで来客数が減少していたが、2月中旬からは増えている。
	○	百貨店（サービス担当）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が始まってから約1年がたち、営業時間の規制も解消されつつある。今月は売上も前年並みに戻りつつあるため、今までに比べると良くなることが予想される。
	○	百貨店（商品担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の延長が影響し、月前半は来客数が伸び悩んだものの、月後半は新型コロナウイルスの感染下での行動様式が定着化し、来客数の減少にブレーキが掛かっている。また、感染の拡大開始から1年が経過したこともあり、売上の減少は続いているものの、徐々に改善している。女性の関心が高いバレンタインデーの催事は、インターネット受注と感染対策を行った特設会場への来場が順調で、関心の高さが表れている。
	○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・まだ一部の店舗ではあるが、入店待ちの行列が散見されるようになってきている。
	○	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・月後半に入り、関西の3府県では緊急事態宣言の解除が近づいたことで、自粛によるフラストレーションの解消とみられる動きが、大型のファッション催事で目立っている。また、今年は気温の上昇も早く、春物衣料の動きも例年以上に早くなっている。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・緊急事態宣言中の1月はクリアランスセールが不調であったが、2月は中間層を中心とした国内の現金客で、新卒、新社会人などのモチベーション商材が堅調となり、ほぼ前年並みにまで回復している。また、お得意様が中心の富裕層は特選ブランドの購入が好調で、前年比で2けた増と回復傾向にある。
	○	家電量販店（店員）	お客様の様子	・今後は新生活関連や単身赴任などの引っ越しが増え、家電のセット販売が増えるため、下見の客が増えてくる。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・白物家電の販売が前年比で20～30%の増加で進捗し、客の購買意欲も上がっていると感じる。
	○	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・巣籠り消費や新生活需要、寒波などの影響で、エアコンやテレビ、パソコンの動きが良い。しばらくはこの傾向が続きそうである。
○	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は続いているが、車を買換えるタイミングなどでは、販売量は増えている。	
○	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・時短営業中のため、来客数は限定されているが、客単価が比較的高い。	

○	一般レストラン (企画)	販売量の動き	・前月よりも売上の前年比は回復傾向にあり、12月の水準には戻ってきているが、依然として80%程度であり、厳しい状況が続いている。
○	通信会社(企画 担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されれば、企業の動きも良くなると予想している。また、デジタルシフトの傾向が進んでいるため、受注が増えてくると考えている。
○	競輪場(職員)	単価の動き	・3か月前の客単価は8826円で、今月は9264円となった。ただし、2か月前や前月に比較すると悪くなってきている。
○	その他レジャー 施設[複合商業 施設](職員)	来客数の動き	・年末から1月に掛けて、新型コロナウイルスの感染第3波や、それに伴う緊急事態宣言で大幅に悪化したのが、2月になって改善傾向となっている。
○	その他レジャー 施設[イベント ホール](職 員)	来客数の動き	・イベントの開催予約がやや増えつつあり、一時期よりも良くなってきていると感じる。ただし、新型コロナウイルスの感染が拡大すれば、多数のキャンセルが発生することから、まだ完全に上向いているとはいえない。
○	その他住宅[情 報誌](編集 者)	お客様の様子	・新築マンションは高額物件の販売が好調であり、戸建て住宅も全般的に非常に好調な状況である。販売用不動産の仕入れはかなり活発な様子で、価格の高騰も一部で顕著となっている。
□	商店街(代表 者)	来客数の動き	・高齢者の人出の減少が続いており、夕方になると人通りが少ない。
□	一般小売店[時 計](経営者)	それ以外	・緊急事態宣言下ではあるが、近隣の商業施設は影響を受けているように感じられない。バレンタインデーのイベントが重なったこともあり、週末の人出はふだんと変わらない。その一方、必要な物と、今すぐには必要のない物では動きがはっきりと分かれており、時計関連にもそれが感じられる。全体としては、今月は良いとはいえないものの、かなり悪かったわけでもない。
□	一般小売店[事 務用品](経営 者)	販売量の動き	・年度末を前に、例年であればこの時期は年間で最も忙しくなるが、今年は大きく異なる。前年は緊急事態宣言の発出前で、大きな落ち込みはなかった一方、今年は事前の商談も少ないなど、到底例年どおりの売上は見込めない。
□	一般小売店[衣 服](経営者)	来客数の動き	・前月と同様に来客数が少なく、厳しい状況である。前年比で来客数が2～3割減少している。
□	一般小売店[野 菜](店長)	お客様の様子	・2月も新型コロナウイルスの影響で、一般の飲食関係の注文は激減している。ゴルフ場も自粛の影響か、客は例年に比べて半分程度になっている。
□	一般小売店[呉 服](店員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍が続いているため、密を避けるという意識や、先行き不安により、来客数が激減している。
□	百貨店(売場主 任)	販売量の動き	・今月の売上は、緊急事態宣言により1時間の時短営業を行っているものの、前年比で8%の減少にとどまる。株価の高騰に反応し、宝飾品や美術品、輸入ブランドの売上が好調である。一方、衣料品や身の回り品は、相変わらず前年比で25%減少と厳しい状況にある。
□	百貨店(売場主 任)	販売量の動き	・食料品での2月の最大のプロモーションであるバレンタイン商戦は、売上が前年比で5.7%増加と前年を大きく上回った。今年は取引先が生産を縮小したこともあり、品切れ商品が続出した。一方、郊外店である当店は、食料品が相変わらず好調であり、売上は1.0%の増加傾向を維持している。ただし、ファッションフロアはブランドの廃止や商品の不足から、回復には程遠い状況である。
□	百貨店(マネー ジャー)	来客数の動き	・来客数は前年比で28.8%減少と、3か月前の40%減少に比べれば改善したようにみえるが、既に前年は新型コロナウイルスの影響で来客数が落ち始めていたため、相変わらず悪い状況である。

<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が長引くなか、当然ながら、来客数は前年の水準を割り込んでいる。午前中が顕著であり、夕方以降も大きく減少している。滞留時間も短くなり、目的買いの傾向が強まるなど、客単価も低下している。気温の変化も激しく、思ったほど寒くならなかったり、暖かい日が少し続いた後に急に寒くなったりと、新たなファッションを取り入れる心理にはなりにくく、販売に苦戦している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響も1年以上続くことになり、前年との比較では、各指標がプラスとなり始めている。ただし、インターネット通販へのシフトや、購入する物自体が大きく変化しており、回復の兆しとは受け取っていない。緊急事態宣言中ではあるが、生活者の意識は宣言前と大きな変化はないため、これがニューノーマルであると判断した方がよい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・バレンタインデー商戦は、インターネット通販への誘導などを強化した結果、比較的堅調に終えることができた。下旬からは新型コロナウイルスの感染拡大も一巡し、前年の実績はクリアできたが、2年前に比べると、3か月前と大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着いてきたものの、依然として緊急事態宣言は続いており、その影響もあって来客数は停滞している。高額の時計や海外ブランド品は好調に売れているものの、婦人服や紳士服の売上は低調である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	来客数の動き	・気候が不安定であるほか、緊急事態宣言が続いていることもあり、外出の自粛が続いている。新型コロナウイルスのワクチンといった明るいニュースがあるたびに、少しずつ来店への傾向は改善しているように感じるが、買物の内容は食品が中心であることに変わりはなく、購入額が上がってこない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍が続いており、過去1年間の傾向が継続している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出により自宅で過ごすことが多いため、節分やバレンタインデーといった催事は好調であるが、何かのきっかけがなければ、食品以外の消費は下降気味となっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・足元では来客数に大きな変化はないが、3キロ以上の遠方からの来店が減ったまま、回復していない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・巣籠り需要が高いレベルで安定している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言の発出もあり、巣籠り消費や家庭での食事が増えると予想したが、さほど伸びていない。売上自体は停滞気味であるが、肉や魚を始めとする冷凍食品の販売は伸びている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の影響として、前回のようなパニック的なまとめ買いは発生しなかった。その一方、内食需要が底堅く、売上は堅調に推移している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・買上単価の上昇による売上の増加、まとめ買いによる来客数の減少といった傾向には、引き続き変化がみられない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言の影響で時短営業が続いているため、まだまだ動きが悪い。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・例年2月は来客数が少ないが、今年は直近の数か月と変わらない水準で、2月としては忙しくなっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	お客様の様子	・緊急事態宣言が出ても余り変わらず、これまで動いていた客が、若干減ってきたような感覚である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数、販売量共に横ばいであり、新型コロナウイルスの影響は余り感じられない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・今後どのようになるか分からず、現状も様子見のような状態である。ただし、月後半は来客数が増えてきている。

□	住関連専門店 (店長)	販売量の動き	・3か月前と売上が変わらなかったのは、たまたまマスクミに取り上げられて反響があったからである。それがなければ、新型コロナウイルスで落ち込んだ売上に復調の兆しは見られない。
□	その他専門店 [宝石] (経営者)	お客様の様子	・株価は高騰しているが、景気には反映されていない。株価と景気は異なるため、景気は良くならない。一方、新型コロナウイルスの感染が収まりつつあるため、今後どのような動きとなるのかが注目される。
□	その他専門店 [医薬品] (経営者)	お客様の様子	・2月中旬から、新型コロナウイルスの感染者数は減少傾向となっている。その影響もあって少し気が緩んでおり、自粛から解放された感覚から、友人たちと繁華街や喫茶店、娯楽施設などに行く動きが増えたように感じる。ドラッグストア業界にはその影響はないが、一部の業種は上向きとなっている。
□	その他専門店 [ドラッグストア] (店員)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンが一時停止となったことで、休日は前年よりも客が増え、売上も好調であった。ただし、ダイレクトメールやクーポンなどが無い日は、来客数が減り、利益も前年比で少し減っている。
□	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	販売量の動き	・購買目的の客は高額品を選んでいるが、全体的に来客数が少ない。購入客の割合や客単価については、更に厳しい状況である。
□	その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	販売量の動き	・今回の緊急事態宣言は、営業活動に大きく響いていない。消費者の活動も鈍くなっていないが、冷えたマインドの復活には時間を要する。緊急事態宣言が解除された後も、Go Toキャンペーンの再開は期待されるが、2年前の状態に戻るまでには時間が掛かる。
□	その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	販売量の動き	・ファッションや食品を中心に、売上の大幅な減少傾向が続いている。ファッションでは、通常は比較的悪化しにくい婦人関連も、緊急事態宣言による来客数の減少で厳しい状況にある。
□	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	・非接触体温計やパルスオキシメーター、不織布マスクなどがテレビで紹介されると、一時的に受注や問合せが増加するが、すぐに落ち着く。その繰り返しが続いている。
□	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出により、旅行のトップシーズンであるにもかかわらず、売上は前年比で30%を下回る状態である。
□	タクシー運転手	販売量の動き	・前年比で売上は30%減少しており、まだまだ夜の人は閑散としている。
□	通信会社 (企画担当)	お客様の様子	・ゲーム機器の販売先であるアミューズメント施設が、緊急事態宣言の発出による時短営業で芳しくない。その結果、販売先の減少につながっている。
□	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	単価の動き	・生徒数は少し戻りつつあるが、受講する教科数が絞られている。
□	その他住宅 [展示場] (従業員)	来客数の動き	・緊急事態宣言下でもあるため、住宅展示場への来場者は、前月と同様に前年比で3割減少している。
▲	スーパー (店長)	それ以外	・生活難からの万引きが増えている。
▲	スーパー (店長)	それ以外	・当店に入っている飲食やアパレル専門店で、退店の動きが数店舗出てきている。現在は、その後の出店予定の店舗はない。ただし、緊急事態宣言が3月1日から解除予定であり、気温上昇とともに来客数は増えることが予想される。
▲	スーパー (店員)	来客数の動き	・来客数は少なめである。
▲	スーパー (社員)	単価の動き	・多くの店舗で、競合店との間で客の買い回りが増えている。それに伴い、販売量を増やして売上を維持するため、店頭価格やチラシ価格を少し引き下げて対応している。
▲	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出で、企業の出社制限がより強化されたためか、通勤時間やランチでの来客数が減少している。

▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・夜20時以降は酒類やおつまみ類が売れなくなり、売上が減少している。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・繁華街の人通りは通常よりも少ないとはいえ、ある程度の動きはある。ただし、商業施設の店舗では、客が買物をするわけでもなく、コワーキングスペースや喫茶店などを在宅勤務代わりに使っている印象を受ける。オフィス街の飲食店では飲食の激減した状況が続き、オフィスの食事や休憩時間での利用が少ない状況である。大企業で在宅勤務が増えるなか、飲食についてはオフィス客の来店を待つしかなく、緊急事態宣言での補助に該当しない飲食店は不公平さを感じる。
▲	コンビニ（店長）	お客様の様子	・営業時間の短縮要請にこたえて、店を早く閉めていることもあるが、来客数が減っている。周囲でも週末などは閉める飲食店が増えてきた。その影響で、週末の夜や日曜日は来客数が激減し、客から明るい話題はほとんど出なくなっている。
▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・まだまだ寒いほか、新型コロナウイルスの影響もあり、来客数が少ない。
▲	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言の再発出、新型コロナウイルス禍の長期化による先行き不透明感で、客の消費意欲は一段と低下している。
▲	家電量販店（店員）	お客様の様子	・客がインターネットから間違った情報を入手することで、正しい理解を得ることが困難になってきたと感じる。客に合った内容を提案しようにも、客自身の知識が偏っている場合もある。インターネットの情報と同じように、当社からの情報も扱ってもらいたいと感じる。
▲	家電量販店（人事担当）	単価の動き	・例年であれば、新生活関連の需要が高まってくる時期であるが、今年は前年よりもスタートが遅く、単価も低下している。
▲	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・2度目の緊急事態宣言の発出もあり、行動が制限されるなかで、来客数が減少している。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出により、ガソリンの販売量が減少している。
▲	その他小売 [インターネット通販]（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言発出の影響で来客数が減少している。客が集中するのは近隣のスーパーのみであり、商店街はなす術もなく、ひっそりしている。
▲	その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の発出もあるが、解除されてもリモートワークの動きに変化はなく、人の動きが減れば売上は減少する。
▲	観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・当地域には関西一円から多くの客が訪れるが、新型コロナウイルスの感染拡大で緊急事態宣言が発出されて以来、回復の兆しは見られない。宣言が解除され、各種のGo Toキャンペーンの再開を期待するしかない。
▲	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・3か月前よりも来客数は少ないが、年末年始に比べると上向いている。宿泊稼働率は20%と、他社の休館の影響も少しあるが、12月や1月の10%台に比べると多少戻っている。これには、1月に比べて単価を下げた影響もある。他のホテルの宿泊客数や稼働率をみると、関西での宿泊客はやや増えており、Go To Travelキャンペーンは一時停止であるものの、徐々にビジネス客は戻ってきている。一方、レストランはディナーを休業せざるを得ない状況で、緊急事態宣言が解除され、22時まで営業ができなければ苦しい。
▲	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出で落ち込んでいるほか、先の見通しが停滞したまま、動かなくなっている。
▲	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・例年であれば、ゴールデンウィークの旅行の申込みが入るタイミングであるが、今年は毎年申込みのある客の動きもなく、完全に動きが止まっている。

▲	タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言の発出による外出自粛の影響で、昼夜とも繁華街の出入が減少したため、客の乗車機会が激減している。営業収入は前年比で50%以下に減少している。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・タクシーや運転手の数を調整し、休業させたりしているため、昼間しか稼働することができない。ホテルの宿泊者数も激減しているため、動きは良くなく、今は病院など、絶対に行く必要のある部分しか動きはない。特に、世の中の動きがない状態となっている。
▲	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響は大きく、来場者がなかなか伸びてこない状況が続いている。
▲	ゴルフ場(従業員)	単価の動き	・客の購買意欲が減退しており、単価が低下している。
▲	美容室(店長)	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響で、来客数が半減している。前回の宣言時は様々な援助が受けられたが、今回はそれもなく、非常に経営が苦しい。
▲	住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響で、展示場への来客が減少しており、今後の契約に悪影響が出る。
▲	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)	それ以外	・消費は減少傾向にあるため、今後、倒産件数や労働者の雇用状況は悪くなると予想される。
▲	その他住宅〔住宅設備〕(営業担当)	お客様の様子	・当社の東京の部署で新型コロナウイルスの感染者が出た。本人は1か月ほどの自宅療養となったが、1人が抜けた穴のカバーに奔走することになった。東京であったため人員に余裕があったが、感染者が出ると、小さな事業所は機能しなくなることを痛感している。
×	一般小売店〔珈琲〕(経営者)	販売量の動き	・喫茶関連の卸売先からの注文量が減少している。休業補償の申込みのため、時短営業や休店の連絡が増えている。
×	一般小売店〔鮮魚〕(営業担当)	それ以外	・今月の売上は前年比で40%減少しており、直近の日次の売上は50%減少している。
×	一般小売店〔衣服〕(経営者)	販売量の動き	・来客数が減り、販売数は更に落ちている。バーゲンセールが終わり、通常の販売が落ち込む時期ではあるが、今年はその落ち込み具合がひどい。新型コロナウイルスにより、来客数が減少していることも大きく影響している。
×	百貨店(特選品担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響もあり、26日現在で来客数は前年比で37%減少している。特に、18時以降は厳しい状況である。
×	百貨店(宣伝担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言が延長され、客のマインドがすっかり冷え込んでいる。外出だけでなく、不要不急の買物も控えており、来店しても必要な物だけを購入するため、滞在時間が短い。
×	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・政府が新型コロナウイルスへの対応で、家から出ないように発信しているため、服が売れない。そういった政策を取るのであれば、飲食店と同じような補償をしてほしい。
×	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・1月の緊急事態宣言の発出以降、全く来店客がいない。また、働き方改革の影響で休業せざるを得なくなっている。小売業自体が効率の良いくない業種であるため、強制的に有給取得を促進する余裕はない。このままの状況であれば、非正規雇用の増加を検討することになる。
×	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・前年2月は非常に厳しかったが、今月はそれ以上に来客数が厳しい状況となっている。
×	衣料品専門店(営業・販売担当)	来客数の動き	・飲食店ばかり救済されているが、物販店も来客数、購入客が少なく、売上も激減している。

	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・前年の緊急事態宣言発出時に近い売上となっている。20時までの営業時間の短縮で、夜の利用はほとんど需要がない。また、テイクアウト利用者は前回よりもかなり減っている。インターネット販売でのお取り寄せの質が向上しているため、そちらに需要が流れているようである。飲食店として生き残っていくためにも、様々な提供方法の導入を検討する必要がある。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出され、昼夜を問わず商店街には人通りがなく、閑散としている。
	×	観光型ホテル (経営者)	それ以外	・緊急事態宣言の延長を受けて、休館日も延長し、2月は全日休業としている。
	×	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出後は、宿泊、宴会、婚礼、食堂の全部門に悪影響が出ている。婚礼もキャンセルされるか、実施されても出席人数が減少となり、最終的には親族のみでの挙式が目立ってきている。
	×	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・1月に大阪府などの11都府県に出された緊急事態宣言の発出により、宿泊部門ではレジャー客が大幅に減少している。また、レストラン部門では10店舗のうち5店舗が休業となっているほか、20時までの時短営業により、売上は大きく落ち込んでいる。宴会部門でもキャンセルが相次ぎ、2月の宴会売上は前年比で約10%と非常に厳しい状況である。
	×	都市型ホテル (客室担当)	それ以外	・政府による緊急事態宣言の発出を受け、新型コロナウイルスの感染拡大を防止する観点から、臨時休業としている。
	×	旅行代理店(店長)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの一時停止や緊急事態宣言により、来客数は減少したままである。
	×	旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・経済対策に遅れがみられる。
	×	旅行代理店(役員)	それ以外	・Go To Travelキャンペーンの一時停止が長引き、再開の時期も不透明なため、客が動かない状況となっている。
	×	観光名所(経理担当)	お客様の様子	・特に月前半は人通りが少なく、前年の半数程度まで減少している。緊急事態宣言について、早期解除の可能性が浮上といった報道が出るたびに、来客数が段階的に増えているような感覚である。
	×	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・相変わらず購入の低迷が続いている。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	*	*	*
	○	化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・やや良くなっているが、非常に不安定である。日々の受注額をみても、前年と比べて良くなったと思えば、また悪くなるという動きを繰り返している。
	○	窯業・土石製品製造業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・受注量は減少傾向にあるが、3か月前に比べると、少しであるが回復傾向がみられる。緊急事態宣言が解除になれば、更に回復すると予想される。
	○	金属製品製造業(経営者)	取引先の様子	・緊急事態宣言中であるにもかかわらず、受注量は新型コロナウイルス発生以前の活発な動きに戻ってきている。
	○	金属製品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・12月頃から、売上が前年比でプラスとなる月が出てきている。
	○	その他非製造業[衣服卸](経営者)	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の発出による店舗の時短営業が続いているため、売上は前年比で2割減少しているが、緊急事態宣言が解除され、春先の繁忙期は改善が見込めるため、先行きには明るい兆しが見られる。商談は徐々に進んでおり、店頭への商品投入も前向きに進めているため、3～4月は前年比で100%以上は期待できる。
	□	食料品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・ここ数か月の売上は、前年を下回ったままで推移している。家庭用は安価な商品を中心に売れているが、業務用はほぼ半減の状況が続いている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・月末に近づくほど、取引先の在庫調整が入り、受注量が減少している。

□	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	・緊急事態宣言の発出で、上向いたようにみえた受注量 が、再び減少となっている。
□	化学工業（管理 担当）	受注量や販売量 の動き	・10月以降は自動車関連の出荷が好調となっている。ま た、建設関連の出荷もやや好調である。
□	プラスチック製 品製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・先行きの雰囲気は重苦しいが、受注量、販売量は3か 月前の水準を維持している。
□	金属製品製造業 （開発担当）	受注量や販売量 の動き	・中国が旧正月のため、製品の動きに影響が出ている。
□	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・この1年は、受注量が前年と比べて極端に少なくなっ ており、今もその状況が続いている。
□	一般機械器具製 造業（設計担 当）	それ以外	・街中の人出は少ないため、世間的にはまだまだ厳しい。
□	電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルス禍は、これまで全ての面に悪影響を 及ぼしている。
□	電気機械器具製 造業（宣伝担 当）	受注量や販売量 の動き	・今月もテレビや冷蔵庫、電子レンジ、空気清浄機など、 実売額が前年や2年前を超えている商品が多数あり、3か 月前と同様の推移となっている。
□	電気機械器具製 造業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・受注は横ばいの状態である。
□	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・受注量は伸び悩んでいると感じる。例年、年度末はもう 少し動きがあるが、今年はそれほどでもない。緊急事態宣 言により在宅の客が多いため、動きが鈍い可能性はある。
□	建設業（経営 者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、設備投資を凍結、延期す る企業もあれば、体力のある企業はやるべき計画に集中 し、確実に進めている。
□	輸送業（営業担 当）	取引先の様子	・海外から商品が入らず、欠品が多くなっている。
□	金融業（営業担 当）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、取引先全体に活気がな い。緊急事態宣言の解除後も自粛の動きは続くため、まだ まだ景気の回復にはつながらない。
□	金融業〔投資運 用業〕（代表）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染者数は漸減となっている。ワ クチンの接種も進むことから、飲食店を中心に1年ぐら いかけて徐々に元の経済状況に戻る。滞りなく東京オリ ンピックが開催できれば、これも大きな景気浮揚のきっか けとなる。
□	新聞販売店〔広 告〕（店主）	受注量や販売量 の動き	・緊急事態宣言の発出後は、相変わらず悪い状況が続い ている。
□	広告代理店（営 業担当）	受注量や販売量 の動き	・紙媒体、We b媒体共に、広告売上が前年を下回る状況 が続いている。
□	その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	受注価格や販売 価格の動き	・冬物商材もほぼ動かなくなり、通常の商品だけが動い ているが、余り変化はない。全体としては、活発な動きはみ られない。
□	その他非製造業 〔商社〕（営業 担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言の発出で取引先に訪問できておらず、明確 な情報が入手できていないが、電話での問合せも減少して おり、設備投資などは中止か延期になっていると感じる。
▲	食料品製造業 （営業担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言が解除されない限り、人の流れは良くな らないため、飲食店などの売上も少し悪いままである。
▲	繊維工業（総務 担当）	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルス禍で、催事への集客や勧誘も控え目 となっている。少人数の催事が増えている一方、交通費や 宿泊費、人件費などの経費が増えており、売上の不振に輪 を掛けている。
▲	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・個人住宅の問合せは例年並みであるが、企業からの設備 投資の話が減っている。
▲	金融業（副支店 長）	取引先の様子	・サービス業は、緊急事態宣言の影響で売上が減少してい る。
▲	広告代理店（営 業担当）	受注量や販売量 の動き	・緊急事態宣言の発出で、イベントや広告の中止が相次い でいる。

	▲	その他サービス業〔店舗開発〕 (従業員)	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の発出により、前年の1回目ほどではないが、帰宅時間が非常に早くなっており、駅ナカでも夕方以降の売上が大幅に減少している。
	×	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・今月の生産量は前年比で75%前後となった。特に、当地タオルの主要品である白タオルが大きく減少している。新型コロナウイルスによる需要の減少や、嗜好の変化による影響が大きい。
	×	不動産業(営業担当)	取引先の様子	・2回目の緊急事態宣言が出てから、店舗の閉店が増えている。賃料の減額要求もきており、景気が悪くなっていると感じる。
	×	その他非製造業〔民間放送〕 (従業員)	取引先の様子	・今年度の業績悪化を受けて、各業界で広告宣伝費の圧縮が既定路線になっていると感じる。
	×	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感染の収束がみられず、状況は混とんとしている。
雇用関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・派遣の求人件数は、年末までは前年の7割以下で推移していたが、2月以降は例年の水準には届かないものの、上向いている。
	○	人材派遣会社 (支店長)	採用者数の動き	・前年度に出てこなかった案件が、徐々に始めている。ただし、4月以降は分からない。
	□	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・反転を図るべき時に緊急事態宣言が発出されたため、全般的に沈滞ムードが漂い、求人も低位で安定している状況である。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数が若干増えている。
	□	新聞社〔求人広告〕 (管理担当)	求人数の動き	・緊急事態宣言の発出による影響で、どの業種も求人を控えている。新型コロナウイルスのワクチン接種が始まったものの、中小零細企業が多い関西経済は冷え込んでいる。
	□	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染収束のめどが立ってきたため、上向き傾向となっているが、まだ雇用情勢には影響が出ていない。
	□	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・1月の関西の有効求人倍率は1.05倍と、前年比で0.04ポイント上昇した。有効求人数が2.5%増え、有効求職者数が2.1%減ったことが要因である。ただし、有効求職者数の減少は、緊急事態宣言による新規求職者数の出控えが響いているとみられ、依然として厳しい状況にあると考えている。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数が求職者数を上回っているが、12～1月は公共工事で建設関係の求人は改善しているものの、その他の業種では募集の抑制がみられる。
	□	民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・新卒採用市場では通期で採用人数を決めており、月ごとの大きな変化はないが、21年卒の採用では求人数が減少傾向にある。22年卒の採用においても、その傾向は続く見込みである。就職情報サイトの掲載企業数も、前年の新型コロナウイルスの発生前と比べて、当社を含めた大手サイトで10%前後減少している。ただし、3か月前からの変化はない。
	□	学校〔大学〕 (就職担当)	それ以外	・緊急事態宣言が関西では先行解除されるが、今回の宣言期間中は在宅勤務が余り行われていなかったと感じる。通勤中も混雑の緩和はみられなかった。最近では新型コロナウイルス感染者数が減少気味であるが、また増加する不安があり、先行きは不透明である。今のところは景気の回復感が感じられない。
	▲	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・年度末が近づいているが、相変わらず景気の動きは鈍い。新型コロナウイルスの影響で、新年度以降の先行きが見通せないため、派遣先企業は必要最小限の人員だけを確保し、3月末で契約を一旦終了させる動きが出ている。一方、新型コロナウイルスの影響で、貸付けの窓口となっている社会福祉協議会が相当忙しくなっており、人材の注文がかなりある。

▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・1月の新規求人数は前年比で46.4%減少と、大幅に減った。2けたの減少は前年の2月以降、12か月連続であるほか、減少自体も2年前の11月から15か月連続となっている。1月は緊急事態宣言が発出されたことで、企業の採用動向に大きな影響が出ている。
×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・新聞広告の出稿状況を見ても、新型コロナウイルスの影響で各企業が宣伝費を削減しているようで、相当悪い。
×	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・求人が全くないわけではないが、前年と比べると格段に減少している。求人企業数は同じでも、求人数が減少しているように感じる。