

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）	・ゴールデンウィークを控えているほか、5月末には施設の大規模改修工事が終了するため、グレードの高いレースへの好影響に期待したい。一方、新型コロナウイルスの影響が気懸かりで、諸物価の値上げがあるため、マイナス要因になるかもしれない。
	○	百貨店（売場主任）	・東京オリンピックの開催が決まれば、更に景況感が増し、消費者の購買意欲も上向くと期待している。
	○	百貨店（企画担当）	・インバウンド客の戻りはしないものの、新型コロナウイルスの影響は徐々に小さくなり、国内客の動きも戻ってくると予想している。
	○	百貨店（マネージャー）	・当地域は、関西のなかでも新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いており、当面は経済活動の制限も予定されていない。ワクチンの接種や安心感の広がりから、2年前と同じレベルの強い消費意欲が戻ってくる。
	○	百貨店（服飾品担当）	・多くの商業施設が、新型コロナウイルスの感染の温床というイメージが払拭され、来客数の増加につながっている。また、緊急事態宣言が解除されたほか、夏に向けての明るい話題もあり、我慢疲れからの反動が出ると予想される。ただし、感染者数の増加により、悲観的な報道による影響はまだ出てくると予想され、予断は許されない。一方、インバウンド需要については、日本在住の外国人バイヤーによる代理購入や、インターネットによるお取り寄せが増えるなど、消費のデジタル化がプラスに作用すると予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・まだまだ海外旅行に行けない富裕層による、高額品の旺盛な購買意欲に加え、新型コロナウイルスのワクチン接種による感染収束への期待から、購買意欲が高まってきている。
	○	百貨店（サービス担当）	・前年は催事や営業時間、売場などが縮小し、大変な状況となったが、今年は来月以降も営業を続けるため、売上は戻るなど、順調な回復が見込まれる。
	○	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの感染第4波が深刻な状況にならない限り、景気は順調に回復すると予想される。
	○	百貨店（販促担当）	・新型コロナウイルスの感染第4波が到来しないことが大前提であるが、マスクの着用や手指の消毒は続けながらも、いろいろと楽しむ傾向が強まる。個食でのパーティーの提案や、ウォッシュアップ機能のあるファッションの提案、Go To Travelキャンペーンの再開後は2泊旅行向けの提案、東京オリンピック関連では日本への関心の高まりに合わせ、日本製の製品の提案など、様々な商機が期待できる。ただし、全ては新型コロナウイルス次第である。
	○	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスへの慣れや、ワクチンの接種などにより、1年前の最悪な状況とは違って心理的な余裕が消費を喚起しそうである。店頭販売も様々な対策の結果、緩やかに回復していくと予想される。
	○	百貨店（外商担当）	・夏になると、新型コロナウイルスのワクチンがある程度行き渡ると推測され、買物に対する消費者のマインドも高まっていく。
	○	百貨店（宣伝担当）	・入店状況が回復しているほか、進物の需要も伸びている。新型コロナウイルスの影響で家族や仲間が集まるのが難しいなか、配送でプレゼントを贈る人も増えている。百貨店のギフトに再び注目が集まっていると感じており、今後は行事関係の対応も進めていくことから、売上の回復に期待している。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・百貨店の売上は、来客数の動向からすると良くなってきている。また、当社でも新型コロナウイルスの感染対策を行った上で、集客要素のあるイベントや物産展を徐々に開催していく方向にある。それに伴い、景気は良くなると予想される。
○	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第4波が到来するおそれが出てきた。関西の主要エリアでまん延防止等重点措置が適用されれば、再び外食から内食に移行する。当社は都心部でなく、郊外の店舗が多いため、テレワークによる昼食需要の増加など、プラス効果があると予想される。	

○	スーパー（店員）	・店でのイベントが続くため、売上の増加が見込まれるが、新型コロナウイルスの影響が続けば、伸び悩むことになる。
○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの変異種の感染拡大を防ぐために、日本人の帰国者と外国からの入国者をホテルに収容するほか、ワクチンの接種が進むことで経済が回復していく。
○	コンビニ（店長）	・緊急事態宣言の解除効果や、季節的に暖くなるため、客の動きが良くなる。
○	コンビニ（店員）	・徐々に暑くなり、冷たい物が売れ出している。
○	コンビニ（店員）	・既に新型コロナウイルスへのストレスも限界を超えており、感染対策を行えば大丈夫という客も多い。人の流れとともにお金は動くため、少しずつ以前の活気に戻ると感じている。
○	家電量販店（店員）	・新生活商戦が始まり、夏物商材の動きも活発になってくる。飲食店と違い、これから更に来客数が増えていくことは間違いなく、ステイホームのストレス発散が売上に直結すると考えられる。
○	その他専門店〔医薬品〕 （経営者）	・スポーツイベントやコンサートなどで、人数制限はあるものの、観衆を入れ始めている。前年からの経験に基づき、メリハリのある予防策を行いながら、新型コロナウイルスの感染リスクを下げるようにしている。ドラッグストアでは、前年の今頃は衛生用品であれば品切れするほど売れていたが、今期はどの店も商品が豊富であり、その期待は薄い。
○	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る、人や物の移動の拡大が期待される。
○	高級レストラン（企画）	・Go To Travelキャンペーンの段階的な再開や、新型コロナウイルスのワクチン接種の広がりにより、消費者の動きが拡大する。
○	観光型ホテル（客室担当）	・Go Toキャンペーンの行方次第である。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・イベントを開催すると客が集まり、好評を得ているが、企業や高齢者層の会食は5月分までキャンセルが出ており、慎重な動きが続いている。宿泊についても需要がなく、ディユースで販売しているため、売上の増加につながらない。一方、レストランのランチは好評で、座席を間引いているが、満席に近い日が多くなっている。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	・宿泊者数やレストランの来客数は、新型コロナウイルスの感染者数や、緊急事態宣言の有無による出張者数の変化、時短営業の状況に比例しているが、現時点で先の予約は入ってきている。このまま推移すれば、景気は良くなると予想される。
○	都市型ホテル（客室担当）	・インバウンド需要の回復はまだ先になるが、国内需要は回復傾向にある。新型コロナウイルスの発生以前には全く及ばないが、週末の稼働率には少し回復の兆しが見えてきた。海外への渡航が難しいなか、京都の観光地への人出は増加している。
○	旅行代理店（店長）	・Go To Travelキャンペーンが再開になれば、若干は回復すると予想される。再開時期が遅れば、その分回復は遅くなる。
○	旅行代理店（役員）	・Go To Travelキャンペーンの再開を期待するほか、東京オリンピックの開催による観光需要の拡大に期待したい。
○	タクシー運転手	・新年度となるほか、新型コロナウイルスのワクチン接種の増加に伴い、安心であると錯覚して外出が増え、夜の街が少し動き出す予感がある。
○	通信会社（社員）	・企業や自治体関連の取引先からの、デジタルトランスフォーメーション関連の対応ニーズも増加傾向にある。これらは社会的な課題とも連携しているため、今後も需要が見込めそうである。
○	通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設の売上が回復傾向にある。
○	テーマパーク（職員）	・緊急事態宣言の解除や、東京オリンピックの開催と、景気回復のチャンスは続くため、それらを活かして消費者がお金を使いたくなる状況を早く整えてほしい。1日も早いGo Toキャンペーンの復活を望む。

○	観光名所（経理担当）	・暖くなるため、新型コロナウイルスの感染力が弱くなると予想される。ワクチンについては生産国が国内分の確保を優先する動きが続いており、日本での接種は高齢者止まりとなりそうである。
○	ゴルフ場（支配人）	・来場者数は増加傾向にあるため、客単価が上昇してくれば、今後良くなる。
○	その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・オイルでのマッサージで服を脱ぐため、暖くなると来客数が増える。
○	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が始まると同時に、飲食を中心とした業種が復活すると予想されるため、全体的に明るい動きになると考えている。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染者数の増加への懸念もあり、なかなか良くならない。
□	一般小売店 [事務用品]（経営者）	・東京オリンピックの開催前となるが、盛り上がりが出てくるかどうかは不透明である。新型コロナウイルスの感染収束次第であり、商売も先がみえない。
□	一般小売店 [花]（経営者）	・時短営業の要請が延長され、取引先からの注文が見込めない。業種別には回復の動きも見られるが、小売はまだまだ先行きが見えない。
□	一般小売店 [衣服]（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進まないことには、状況は何も変わらない。
□	一般小売店 [鮮魚]（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染収束は見通せず、時短営業の延長もあり、先が全くみえない。
□	一般小売店 [野菜]（店長）	・今の状況で良くなる理由が全くない。今後、東京オリンピックが開催できたとしても、景気が上向くかどうかは分からない。
□	一般小売店 [呉服]（店員）	・新型コロナウイルスが世の中から消えることはないが、ふだんの生活に戻ってくれば景気も良くなる。
□	一般小売店 [菓子]（営業担当）	・4月になり、通常であれば人の動きが活発になるが、新型コロナウイルス禍で商品の動きが芳しくない状況が続く。
□	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの感染者数の増減に応じて、来客数が増減を繰り返しており、大きく上向く様子はない。ワクチンの接種や抗体の獲得が進まない限り、一部の常連客の利用が中心となる状況は変わらない。
□	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの感染収束次第となるが、たとえ収束の方向性がみえてきたとしても、客のライフスタイルは大きく変わらない。たとえば紳士服・洋品は、スーツを含めたビジネス関連の売上が厳しいが、今後も新型コロナウイルスの発生前の水準には戻らない。また、取引先もしばらくは商品の製造に関して積極的にならないため、大きく状況が変わるとは考えにくい。
□	百貨店（企画担当）	・今の状況を見てみると、新型コロナウイルスの感染者数が減っては自粛が緩み、再び感染者が増えると自粛ムードが強まる。この繰り返しが続く限り、景気の回復は難しい。また、消費者の行動がこの1年で変わっており、百貨店の主力商品である衣料品は必要がないという雰囲気がある。
□	百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの感染者数がリバウンドしており、日々の感染者数の報道によって来客数も増減している。医療がひっ迫しない状態で、感染者数が横ばいとなり、ワクチンの接種開始やG o T oキャンペーンの再開といった条件がそろえば、買物需要も喚起されると予想される。
□	百貨店（営業推進担当）	・新型コロナウイルスによる影響が続くため、現在の水準がしばらく継続しそうである。
□	百貨店（販売推進担当）	・新型コロナウイルスのワクチン接種は、思うようには進んでおらず、しばらくは感染状況を確認した上で店舗を運営せざるを得ない。積極的な集客策よりも、経費削減を優先する状況が続く。
□	百貨店（商品担当）	・全国的に緊急事態宣言が解除され、新型コロナウイルスのワクチン接種も4月以降、徐々に進んでいく見通しのため、消費に前向きな動きが出てきた。ただし、感染の再燃とともに、変異種の感染拡大が加わったことで、景気の復調にはしばらく時間を要するとみられる。特に、近年売上を押し上げてきたインバウンドの復調は、相当先になりそうである。

<input type="checkbox"/>	百貨店（特選品担当）	・3月に入って来客数が増え、売上も好調に推移している。今後は新型コロナウイルスの状況次第であり、何ともいえない。このまま落ち着けば、間違いなく良い方向に向かうが、3月後半から感染者数が急激に増えているため、また同じ繰り返しになる可能性もある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染収束の兆しがいまだに見られず、来客数や買上点数などに、現状からの変化は見込めない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染者数のリバウンド懸念や、地価の下落、株価の乱高下、今後の企業によるリストラといった懸念材料が多く、先行きは不透明感が強い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・観光業や飲食業、アパレル関連などでは、新型コロナウイルスの影響の長期化が予想され、景気停滞も長引くことになる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・近くにスーパーがたくさんあるため、余り状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・今の状況から、変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（開発担当）	・新型コロナウイルスの影響が続いているため、まだまだ景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・人の動きが増えれば、また同じことの繰り返しになりそうである。早く新型コロナウイルスのワクチン接種が広がってほしい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染者数は、減るところか増えている。様々な対策や補助金などはあるものの、対象外の企業はただ耐えるだけの状況であり、プラスの判断はできない。仮に、今年の秋に最低賃金の見直しがあれば、景気は回復しないと予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・再び新型コロナウイルスの感染が拡大しており、来客数は減りそうであるが、外食を控える傾向が続くことで、家庭用の飲料や食品の需要は逆に増える。結果として、来客数の減少と客単価の上昇という動きが続きそうである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの感染者数が増えれば、家で過ごすための商品をまとめ買いする客が増え、感染者が減れば、行楽に伴う買物客が増えるため、売上は余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの影響はそれほど感じられない。暖かくなり、出掛けやすい季節になったため、高齢者の客が増えた以外は、大きな変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの変異種の感染が増加傾向にあるため、今よりも良くなるとは考えられない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチンも全国民に行き渡るとはなさそうで、状況が改善するとは思えない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・家で過ごす時間が長いため、平常時よりも時間の余裕はあるが、やはり周囲からの見られ方が意識される状況では厳しい。すぐに購買できるものは高額でも需要はあるが、リフォームのような長期にわたる需要については、見込みが少ない。4月以降の補助金関連の特需に期待したい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・首都圏では緊急事態宣言が解除となったが、新型コロナウイルスの感染者数はリバウンドが懸念されている。今までの自粛生活の反動で、消費は一時的に回復するかもしれないが、感染が拡大するとまた元に戻る。今年はその繰り返しとなるため、景気は余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染者数のリバウンドや、感染第4波への懸念から、好転するとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・緊急事態宣言が解除になった途端、各地で感染が拡大している。新型コロナウイルスの変異種の問題もあり、感染第4波への不安が残る。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が改善され、客の心情が変化しない限り、以前と変わらない。
<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が収まらなければ、消費をする雰囲気にならない。Go Toキャンペーンも余裕のある層に対する効果にとどまる。給付金による生活困窮者への援助が一番効果的かもしれない。
<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防止を目的とした、外出や来店の自粛ではなく、消費自体を控える傾向があるため、来店客、売上共に増加には至らない。

<input type="checkbox"/>	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の感染が落ち着かない限り、このままの状態が続く。
<input type="checkbox"/>	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状況次第であるが、一進一退を繰り返すと予想している。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスの影響がここまで長引くと、外出の自粛を続ける人と、自粛を解除する人が混在し、結局はプラスマイナスゼロの動きになっていくことが予想される。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・営業時間の短縮要請については、補助金が一律であるため、飲食業界に格差が生まれている。ふだんの利益が1日に6万円もない店は、高額な融資を得て、補助金の支給で旅行に行ったり、趣味に使うなど、働かずしてバブルのような生活を送っているという話を聞く。その一方、ある程度の家賃や人件費を払っている飲食店は、何とか維持できているものの、いつ営業が困難になってもおかしくない状況で、悪戦苦闘している店舗も多い。補助金に関しては、そろそろ一律の支給をやめて、売上ベースにしてもらえないかとつくづく感じる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・新型コロナウイルスの感染者数の増加傾向に歯止めが掛からず、ワクチンの接種もどのように進むかがみえない。特に、大阪の感染者数の増加が顕著であり、緊急事態宣言の発出も考えられるなど、先行きが不安な状況である。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染収束の見通しが立たない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・当県でも再び新型コロナウイルスの感染者数が増えており、地域独自のキャンペーンも全く再開のめどが立っていない。まだしばらくは厳しい状況が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総務担当）	・3月は売上が回復傾向で推移しているが、関西の新規感染者の状況は、中旬から下旬にかけて大きく増加している。今後、時短営業の更なる継続や、再度の緊急事態宣言の発出もあり得ると感じる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・東京オリンピックの開催の行方に大きな影響を受けるが、海外からの客がなくなり、規模が縮小されていく中で、大きな変化にはならない可能性も高い。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染の波があり、先行きは全く分からない。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・緊急事態宣言が解除され、人の動きが徐々に活発化しつつある状況ではあるが、再び感染者数に増加の兆しが見られ、いまだに予断が許されない。現時点で明るい見通しはもてないが、緊急事態宣言の発出前よりも確実に改善しており、トンネルの出口から光が差し込んでいるという感覚である。
<input type="checkbox"/>	競艇場（職員）	・新型コロナウイルス禍のなか、外出の自粛や在宅勤務が増えた影響で、インターネット投票の会員数が伸び、現在も全国的に売上が好調である。しばらくは今の高い水準が続くと予想される。その一方、本場、場外売場への入場は減少している点が、今後の課題である。
<input type="checkbox"/>	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者数が増加傾向にあり、先がみえない。ワクチンの接種効果に期待するのみである。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・徐々に新型コロナウイルスの感染者数が増えている。春の行楽シーズンを迎え、更に感染者が増加すれば、また強い抑制が必要となる。小売業の経営環境は、当面厳しい状況に変わりがない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・全国の緊急事態宣言は解除され、3月には1年ぶりにコンサートが開催された。今後5月にも予定している。また、4月にはプロ野球の公式戦が予定されるなど、イベント興行については徐々に回復傾向にある。ただし、3か月後の状況は不透明なため、全体的な判断は現状と変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染の波は、間隔が短くなったように感じられるため、景気に対する不安がある。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（総務担当）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が一段落しなければ、来客数の増加が見込めない。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場への来場者数は増加するとは思えないため、インターネットでの見学予約を増やすなど、従来の戦略とは違った集客方法に特化していく。

□	その他住宅〔情報誌〕 (編集者)	・住宅市場は好調が続く見込みである。新型コロナウイルスによるライフスタイルの変化で、住み替えを検討する層が増え、これまでの悪影響によるマイナス分をカバーしている。
□	その他住宅〔住宅設備〕 (営業担当)	・緊急事態宣言が解除されても、好転する材料が見当たらず、今春の賃金のベースアップも話が聞こえてこない。
▲	一般小売店〔時計〕(経営者)	・今月の下旬になり、大阪の新型コロナウイルス感染者数が信じられないほど増えている。まん延防止等重点措置がどの程度有効なのかは、全く見当がつかない。緊急事態宣言下でも、人は集まっていたため、今回も正直期待はできない。どうしても考え方が悲観的になってしまい、先行きには全く期待できない。
▲	スーパー(店長)	・まとめ買いや、高額商品の販売が減少傾向となっている。
▲	スーパー(店長)	・スーパー業界では、新型コロナウイルスの影響で業績が上がっていたため、それが少しずつ元に戻ると予想している。経済全体としては良くなるため、長期的にみればスーパーにも良い結果となる可能性がある。
▲	スーパー(企画担当)	・新店舗を4月にオープンする予定であるが、競合店の出店ラッシュも計画されており、競争は厳しくなる。価格競争の激化も予想され、利益の確保が難しくなるため、効率の良い人員配置を行うなど、様々なコストの見直しが重要となる。
▲	スーパー(経理担当)	・新型コロナウイルスの感染再拡大や、所得の減少により、景気の下振れ不安が強まっている。スーパーも内食需要の恩恵を受けてきたが、食費を中心とした節約志向が強まるおそれがある。
▲	スーパー(社員)	・新型コロナウイルスの影響が長引いている。一部の客には、外食の自粛疲れによる内食離れがみられ、以前よりも食品の販売点数が減少する店舗が増えている。
▲	コンビニ(店長)	・新型コロナウイルスの感染者数が減少しない限り、仕事の状況は元に戻らない。
▲	衣料品専門店(店長)	・緊急事態宣言が解除され、少し売上が回復しつつあったが、新型コロナウイルスの感染第4波の影響で、4月に入ると大阪ではまん延防止等重点措置が適用されるため、先行きの見込みがまだまだ立たない。
▲	衣料品専門店(営業・販売担当)	・買物に来る客が少ない。飲食店だけではなく、物販店にも金銭的な支援が必要である。
▲	家電量販店(店員)	・依然として、新型コロナウイルスの感染者数は増加傾向にある。以前のような助成金による家電の特需もなくなり、やや景気は悪化する見込みである。
▲	家電量販店(人事担当)	・緊急事態宣言は解除されたが、需要の改善につながるとは思えない。
▲	乗用車販売店(経営者)	・新型コロナウイルスの影響が徐々に出てきたようで、客の財布のひもが固い。
▲	乗用車販売店(経営者)	・新型コロナウイルスの感染が長期化しているため、車の所有台数を減らしたり、保険を解約する客が出てきている。
▲	その他専門店〔食品〕 (経営者)	・ゴールデンウィークに緊急事態宣言が出ているかどうかで、売上が変動する。先行きは読めないが、恐らく東京オリンピックの前に再び緊急事態宣言が発出され、売上は減少することが予想される。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕(店員)	・新型コロナウイルス関連商品の動きがいよいよ鈍くなり、在庫過剰となりつつある。本来のドラッグストアの状態に戻りつつあるとはいえ、客も今まで出歩けなかった分、外出が増えている影響で、来客数は少し落ち込んでいる。
▲	その他小売〔インターネット通販〕(経営者)	・商店街の店舗は、客の買い方が変化していることに注目していない。
▲	その他飲食〔ファーストフード〕(店員)	・緊急事態宣言中は、新型コロナウイルスの感染者数は減っていたが、解除後はまた感染者数が増えつつあるため、今後景気は悪くなっていく。
▲	観光型旅館(経営者)	・3か月先は全く読めないが、新型コロナウイルスの感染の波が来れば、また経済活動が止まると予想される。
▲	都市型ホテル(管理担当)	・緊急事態宣言の解除により、少しは明るい兆しが見え始めたが、新型コロナウイルスの感染のリバウンドによる悪化の懸念が出てきた。各地で感染第4波の動きが見られるようになり、今後の見通しが立たない状況である。
▲	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悪くなりつつある。

▲	旅行代理店（従業員）	・東京オリンピックの開催もあり、更に行動の自粛が続くことになる。
▲	タクシー運転手	・企業関係の利用でいえば、営業訪問や会食、接待などの予約配車が、前年比で10%程度に減少している。
▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響で、テレワークなどによる出勤の減少が定着している。また、休業していたタクシーがこれから徐々に戻ってくるため、少ないパイを奪い合う状況がしばらく続く予想される。
▲	通信会社（社員）	・再び新型コロナウイルスの感染が拡大しそうである。また、繁忙期の終了で販売は落ち着くことになる。
▲	通信会社（企画担当）	・デジタルシフトの流れは継続しつつも、決算月が過ぎたため、一旦は受注が落ち着くと予想される。
▲	観光名所（企画担当）	・緊急事態宣言が解除され、来場者は若干増加したが、再び感染者数が増え始めたため、また減少するのではないかと懸念している。
▲	美容室（店長）	・新型コロナウイルスの感染がまた拡大しているため、現状維持が精一杯である。
▲	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、所得格差が広がってきている。
▲	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの感染収束がみられず、实体经济への影響が大きくなれば、好調な分譲マンションや賃貸住宅、物流関連などへの影響が出てくる可能性が高い。
▲	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）	・景気の変化は余り感じられないが、今後は失業者や倒産が増加するため、景気は少し後退すると予想される。
×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染が落ち着く気配が全くみえず、ひどい不景気が来るという不安ばかりが募る。当店でも売上が日増しに減り、数か月先のことは分からない。少なくとも景気が良くなる要素は1つも感じられない。
×	一般小売店〔花〕（店員）	・新型コロナウイルスの影響で先行きが見通せず、出費も増えるなか、客の購買意欲が低下している。
×	コンビニ（店長）	・緊急事態宣言の解除後、新型コロナウイルスの感染者数が急激に増えているため、感染第4波の到来が心配である。
×	衣料品専門店（経営者）	・仮に3か月後、急激なV字回復が進んだとしても、6～7月に売れる商品をそろえることは難しい。そもそもV字回復が考えられないほど、来客数や購買点数が減少している。外出ができないのに、服が売れるわけがない。
×	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染者数の増加を懸念している。特に、当市では変異種の感染が広まっていることが気懸かりである。また、ワクチンの接種についても高齢者が優先となっているが、高齢者自身の判断が付かない状況である。エッセンシャルワーカー以外は先着順で接種する形にすれば、景気の回復も早まると考えられる。
×	家電量販店（店員）	・決算セールが終わり、客足は確実に遠のく。また、前年の特別定額給付金により今年の売上が先食いされているため、来客数自体が減る可能性が高い。
×	家電量販店（企画担当）	・巣籠り消費が落ち着きをみせている。また、冷蔵庫やエアコン、テレビの販売台数の伸び率が鈍化してきた。リフォームといった、訪問から商談、施工までに時間や日数が掛かるサービスには、抵抗があるように感じられる。
×	住関連専門店（店長）	・例年は客との商談や相談が増えるはずが、ほぼ問合せがないため、売上低迷の長期化を懸念している。むしろ前年の同時期よりも悪く、買い控えや購入計画の中止、延期の動きが目立つ。商材が日用品や生活必需品ではないため、厳しい状況の長期化は必至である。
×	住関連専門店（店員）	・長引く新型コロナウイルスの影響で、皆が疲れている。活性化につながる材料がなければ、厳しくなりそうである。
×	一般レストラン（経営者）	・飲食店は時短で21時までの営業であるため、近隣のスナックビルが一斉に閉まり、人通りも少ない。スーパーなどは人出が多いため、外食の機会は減少が避けられない。
×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・新型コロナウイルス禍での飲食店の時短営業により、人の動きが少ないほか、消費者の意識が今までとは変わってきていると感じる。
×	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について、規制を緩めれば感染者が増えるという状況では、プラスの要素が見当たらない。

企業 動向 関連  (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・注引量が増加し、売上、利益共に増える。
	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・東京オリンピックが開催されればもちろん良くなるが、たとえ中止となっても、人はなおさら頑張ると感じる。いずれにしても、新型コロナウイルスのワクチンは早期の接種が望まれる。
	○	食料品製造業（従業員）	・業務用商品は春夏向けの開発も多く、受注できそうな案件が増えている。原材料価格の高騰もあるなか、受注額は大変厳しい条件を提示されているが、注文の増加はプラスと判断している。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・目立って変化するとは思えないが、新型コロナウイルスの感染が収束し始めれば、受注量などの若干の増加が見込まれる。
	○	化学工業（企画担当）	・比較的高額で高機能な商品が売れず、低価格品ばかりが売れる傾向が顕著であり、利益が激減している。ただし、緊急事態宣言が全国で解除されたことで、今後は景気が良くなると考えられる。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	・販売価格は低調なままであるが、搬送設備の新規の引き合いは戻りつつある。
	○	輸送業（営業担当）	・通販の荷物が増えている。単価は安いが多いため、利益は少し増える。
	○	輸送業（商品管理担当）	・例年4～5月は引越シーズンで売上が増えるため、ここ2～3か月は良くなる。
	○	広告代理店（営業担当）	・新年度からは広告を再開する取引先も増えつつあり、新型コロナウイルスの感染状況次第であるが、徐々に回復の兆しが見られる。
	□	食料品製造業（営業担当）	・新型コロナウイルスの変異種による感染が増える可能性があるため、しばらくは景気に大きな変化はない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がいつまで続くのか、見通せない。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・新型コロナウイルスのワクチンの接種状況がポイントになるが、変異種の感染者数も増加傾向にあり、先行きが見通せない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・大きな変化はないが、自動車関連では主要部品メーカーの火災により、自動車工場の稼働率が低下するおそれがある。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・この1年は売上が激減しており、今後も好転する気配はない。
	□	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、飲食業界の厳しい状況が続く間は、当社も良くなるとは思えない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いの件数が増えていない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染者も増えてきているため、この先はどうなるか分からない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・東京オリンピックの開催が正式に決定すれば、テレビの需要の増加は見込まれるが、まだ開催は不透明であり、今のところは現状と変わらないと予想される。
	□	建設業（経営者）	・経済評論家による経済の先行きの予想は楽観的であるが、新型コロナウイルスの感染状況が好転しなければ、先行きは不透明である。設備投資も絞られることから、厳しい受注競争が予想される。
	□	建設業（経営者）	・何もかも自粛するムードが漂い、設備投資を控える企業が多いように感じる。
□	建設業（経営者）	・例年4～5月は閑散期であるほか、現状から予想すると大きな増減は考えられず、現状と変わらない。	
□	輸送業（営業担当）	・学生の1人暮らしが減っているため、一時的な家具の需要が少なくなっている。	
□	通信業（管理担当）	・新型コロナウイルスの影響が再燃しそうな気配である。	
□	金融業（副支店長）	・急激な悪化とはならないものの、取引先の受注も横ばいの予想が多いため、今の状況が続くと予想される。	
□	金融業〔投資運用業〕（代表）	・まさに新型コロナウイルスの感染第4波が起きようとしている。買物に出掛けたり、飲食店を利用するといった動きは、ワクチンが行き渡った後に国民がどう判断するかにか懸かっている。	
□	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新型コロナウイルスの感染者数が増えている。	



	□	広告代理店（営業担当）	・紙媒体、Web媒体共に、広告売上は前年並みであるが、2年前の水準は下回る状態が続く。
	□	経営コンサルタント	・商店街では、大家が家賃を下げることに大きな抵抗があるため、空き店舗は当面増加することになる。
	□	司法書士	・期待していた新型コロナウイルスのワクチン入手問題や、変異種の問題など、好転する材料が見当たらない。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・景気はなかなか良くなることはない。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・緊急事態宣言の発出、解除と、新型コロナウイルスの感染の再拡大が繰り返されると予想され、大きな回復は難しい。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・従来の取引先に変化はないが、電子取引関連の部門だけは少し良い動きになっている。
	□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・今年度に予算が付かなかった設備投資について、来年度の予算で対応するといった明るい話も出てきたが、新型コロナウイルスの影響も色濃く残っており、まだまだ安心できる状況ではない。
	▲	繊維工業（総務担当）	・売上が前年比でやや減少している。
	▲	化学工業（管理担当）	・半導体不足による自動車の減産のほか、テキサスの寒波による化学品の生産停止による原材料の不足が予想される。今後は減産が必要となる可能性もある。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・かなり先の納期の注文が入っており、2～3か月先の注文を先取りしている感がある。
	▲	金属製品製造業（開発担当）	・ゴールデンウィークまで暇な状態が続く。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・緊急事態宣言は解除されたが、新型コロナウイルスの変異種の感染増加など、依然として感染の収束はみられない。まだしばらくは、見通しの立たない状態が続きそうである。
	▲	金融業（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大のほか、ガソリン価格の高騰などの影響が予想される。
	×	繊維工業（団体職員）	・新型コロナウイルス禍でタオル市場の動きが鈍く、改善の気配すらみえないなか、原料価格の高騰など、環境は悪化している。
	×	化学工業（経営者）	・日々の受注状況から、新型コロナウイルスの影響で悪化している取引先には、まだ回復の兆しが見られない。その反対に、好調であった取引先の受注状況が落ち着き始めている。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・原材料価格が高騰するなか、取引先への価格転嫁の難航が予想される。特に鋼材関連については、自動車会社向けと一般企業向けの二重価格の問題が、価格交渉をより難しくしている。
	×	不動産業（営業担当）	・アパレルや飲食関連による店舗の解約が続いている。そこに新しいテナントが入ることも難しく、これから空室率が上がり、賃料は下落するため、ますます景気が悪くなる。
	×	経営コンサルタント	・今は新型コロナウイルスへの対策が全てとなっている。人々の生活や仕事はつらい状況にあるが、その対策が採られ、実行されているかといえば、営業時間の短縮などしか示されていない。生活や仕事が守られていないため、景気が回復するとは思えない。
	×	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・今年度の業績悪化に加え、新型コロナウイルスの感染第4波の懸念が払拭されておらず、見通しは暗い。
	×	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収束が見通せない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・緊急事態宣言が解除され、少しずつ経済の動きが活発になってくる。新型コロナウイルスの感染第4波への不安はあるが、緊急事態宣言を再発出することなく、経済活動と感染対策を両立することができれば、先行きは明るい。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ゴールデンウィーク前後に、新型コロナウイルスの感染の新たな波が来れば、また閉塞感が広がってくる。
	□	職業安定所（職員）	・東京オリンピックの開催やワクチン接種の開始に伴い、徐々に新型コロナウイルスが克服できる雰囲気になり始め、求人の回復も見込まれる。ただし、緊急事態宣言の解除で人の動きが活発となり、離職者によるハローワークへの来所も増えると予想されるため、全体的な動きとしては変わらない。

□	職業安定所（職員）	・緊急事態宣言は解除されたものの、それ以降も新型コロナウイルスの感染者数が増えているため、今後の状況は見通せない。
□	職業安定所（職員）	・求人数は低調に推移しており、特に卸売や小売、製造業の求人が抑制されているため、景気の回復には至らない。また、求職活動については、一部で高齢者や生活が苦しい求職者の動きはあるが、全体的にはまだまだ少ない状況である。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	・引き続き、新型コロナウイルス関連での事務系の求人が増えると予想される。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルスのワクチン接種の状況を注視したい。
▲	人材派遣会社（経営者）	・新年度の動きは鈍く、それほど忙しくない。これから右肩上がりの状況になるとすれば、新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、感染者数が減ってくることが求められる。各社も前向きになってくれば、その反動で忙しくなるが、今後も派遣社員をうまく使っている企業が生き残ると予想される。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・3月は派遣需要が高まる時期であるが、景気の改善による増員の動きはみられないため、厳しい状況は変わらない。
▲	人材派遣会社（支店長）	・新型コロナウイルスの感染状況で変化するが、一旦需要が落ち込むことが予想される。
▲	アウトソーシング企業（管理担当）	・通常の仕事は減ったままであるため、今後もやや悪くなる。
▲	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・景気の回復は新型コロナウイルスのワクチン接種の動向が鍵を握るが、余り進捗しているようにはみえない。新型コロナウイルスの感染は変異種が主体になっており、緊急事態宣言は解除されたが、これまで感染の少なかった地域でも感染者数が増え、感染拡大が抑えられない可能性が高い。東京オリンピックの開催にも障害ばかりが目立ち、国民の間の盛り上がりは感じられない。中止の可能性も排除できず、景気は悪化の方向に向かっているように感じる。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新年度に入っても関西の地元産業の動きは鈍く、新聞広告への出稿の見込みも全くない状況である。
▲	職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の特例措置については、緊急事態宣言が全国で解除された月の翌月末までとなることから、現在休業を実施している企業への影響が懸念される。
▲	民間職業紹介機関（職員）	・中小事業所からの求人が減少傾向にある。この間の新型コロナウイルスによる影響を考えると、経営状況がかなり厳しくなっていると推測される。廃業や倒産などにつながる可能性も高まっている。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・景気の悪化というよりも、新卒採用でのミスマッチが増えることが予想される。2～3か月後はちょうど大手企業の選考結果が出始める時期であるが、今年は特に新型コロナウイルス禍で学生の業界や企業に対する理解が十分に進まないなか、選考活動がスタートしており、ミスマッチの拡大が懸念される。
×	学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルス禍で企業の業績が悪化し、ホテルや飲食業界はかなり厳しい状況にある。今後の景気回復も見込めない。