

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)	◎	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・緊急事態宣言中ではあるが、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少による安心感や、コロナ慣れから、購買意欲が上向き、来客数が増えてきている。9月の中旬頃から、ボリューム層向けのファッション商材の動きが活発であるほか、富裕層向けも好調である。特選婦人服や、特選ブランド、宝飾品、絵画などは、外商活動の動きもあいまって、売上は前年比で2けた以上の増加となっている。
	◎	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・高齢者やファミリー客などの来客数が、増加傾向にある。
	◎	スーパー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数はまだ多いものの、ワクチン接種の拡大で安心感が出てきたのか、来客数が増えている。これまでは夕方以降の客が少なかったが、緊急事態宣言による外食の制限もあり、総菜などの売上が特に伸びている。
	◎	通信会社（社員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が少し落ち着きをみせており、営業現場では客との面談などが復活しつつある。
	◎	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少で、緊急事態宣言の解除が近づき、来客数や滞在時間が顕著に改善している。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・少しだけ客の財布のひもが緩んできた気がする。ワクチンの接種が進み、気持ちにゆとりが出てきたと感じる。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・9月中旬までは、来客数が前年比で15.0%減少と非常に悪かったが、直近1週間は5.0%減少にまで回復している。10月1日からの緊急事態宣言の全面解除に向け、明るい雰囲気が出てきた。10月以降の更なる回復を期待している。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・9月の中旬以降、今までに比べて来客数がやや増えてきた。このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が減少すれば、消費も持ち直すと予想される。
	○	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言が延長された状態であるが、客の外出自粛も限界となっている。来客数は前年比で約10%減少しているが、来店した客の買上率は上昇している。また、ネット販売も従来どおり好調に推移している。
	○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・今月の第2週目以降は、来客数が改善傾向にあり、特に土日は以前よりもにぎわっている。
	○	百貨店（店長）	お客様の様子	・来客数は、郊外を中心に増加傾向にある。買物の内容としては、依然として食料品が中心であるが、お彼岸やお月見といったイベント前後は、夕方から夜まで好調である。
	○	百貨店（服飾品担当）	単価の動き	・9月に入り、コロナ禍の影響が徐々に小さくなっている感がある。来店客は前年と比べて少ないものの、高額商材の動きは良く、バッグ、ジュエリー類を中心に、ラグジュアリー商材の動きが活発化し、店舗の売上をけん引している。一方、中間価格帯の商品は、来客数と同様に今一つ振るわず、あと20～30%の来店客の増加を待っている状況である。百貨店への来店リスクが報じられているが、ワクチンを接種済みの客の来店は徐々に増え、年末のクリスマス商戦には期待がもてそうである。
	○	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除に向けて、着実に来客数が増えており、潮目が変わった印象を受ける。
	○	スーパー（店長）	お客様の様子	・緊急事態宣言下でも、アウトドアやレジャー関連の動きは悪くなく、客の様子からは、遊びに行きたい気持ちがあふれている。緊急事態宣言の解除後は、活発な人の移動に伴い、消費は少しずつ回復すると予想される。
○	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比で戻りつつある。新型コロナウイルスの感染対策を行いながら、客は通常の買物を始めつつある。	

○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、ワクチン接種も進んでいるため、今後は生活を平常に戻す動きが始まる。お盆明けに来客数が20%減少した動きも、徐々に回復してくる。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・緊急事態宣言が今月末で解除されることで、来客数が増える。
○	コンビニ（店員）	単価の動き	・緊急事態宣言が延長されたため、まとめ買いの客が多い。
○	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・秋商戦に向けて、調理家電やリフォームなどの需要が出始めている。巣籠り消費が季節的な需要の後押しにつながっている。
○	乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・良い意味でも、悪い意味でも、コロナ禍は収束に向かっていると感じる。
○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・先の予約分があったため、販売量は良かった。客の動きは増えてきている。
○	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・東京オリンピック・パラリンピックを終えた頃から客が戻り始め、受注も増えてきたように感じる。富裕客が、趣味で買い求めるケースも出てきた。ただし、これも緊急事態宣言などが半年以上続いた影響であり、これまでの状況が悪過ぎただけで、樂觀できないことに変わりはない。
○	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	・新型コロナウイルス関連ではなく、通常の商品への注文がかなり増えてきている。
○	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・9月の3連休はかなりの人出があったものの、新型コロナウイルス発生前と比べると、まだ3分の1以下の販売量となっている。
○	旅行代理店（店長）	販売量の動き	・緊急事態宣言の月末の解除に向けて、客に若干の動きが出てきている。
○	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は1万1458円で、3か月前の1万927円よりも上がっている。
○	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少が原因かは分からないが、明らかに人の動きがあり、契約状況は上向いている。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・人流の減少が固定化し、売上の減少も固定化している。商店街の客の多くは高齢者のため、夕方以降の人出が大幅に減少している。
□	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・今月の景気は、一言でいえば暇であった。不要不急の外出を控えるという政府の広報を素直に守っているからか、来客数がゼロという日も何日かあった。近隣の大型商業施設をみると、駐車場が渋滞しており、車の台数だけでも人出の多さが分かる。客層の年齢差もあるが、客の動きに偏りを感じる。いずれにしても今月は寂しい月となっている。
□	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍が続く現状では、景気は停滞か下降気味と言わざるを得ない。コロナ禍対策の商談はあるものの、前向きな動きは少ない。
□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の延長が続き、景気は常に悪いままでである。特に、この半年間は悪いままで変わっていない。
□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売上は横ばいで、非常に低調である。
□	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・今月までは緊急事態宣言が続くため、当店が納品している飲食店も休んでおり、状況は改善されていない。
□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・コロナ禍の影響で営業活動が難しく、買い控えも増えており、販売量が伸び悩む状況が続いている。
□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は目標を下回る見込みである。緊急事態宣言の発出で、来客数が減少しているだけではなく、購買意欲が減退していると感じる。特に、不要不急のアパレルを中心としたファッション商材は厳しさを増している。一部の客の間で、一部の商材だけが好調となっている。

<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、今まで好調であった高額品を含め、前月の中旬から今月の中旬にかけての動きは非常に悪かった。ただし、今月の中旬を過ぎた頃から、徐々に回復傾向となっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言に伴う入店規制もあり、来客数は前年比で10%の減少、前々年比で約40%の減少と、月全体で厳しい推移となっている。ワクチン接種が完了した年配客の増加を見込んでいたが、逆に若年層のシェアが上がっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が延長されるなか、必然的に来客数は前年を大きく割り込んでいる。来客数に左右される食品を始め、売上は苦戦しており、外出の自粛ムードからファッション商材の動きも鈍く、消費マインドが冷え切っている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・売上、来客数共に大きな変化はなく、低調な水準が続いている。コロナ禍の状況でも、どうしても必要な行動には変化がないが、余り必要ではない小物の動きは悪く、高額商品を中心とした商品の動きは継続している。この状況は、3か月前と大きく変わっていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・コロナ禍の状況は前年と変わらないが、各数値は前年を上回っている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第5波の影響が薄れつつあるが、学校行事の中止や、旅行などの外出機会の減少が続いており、食料品以外は依然として厳しい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	競争相手の様子	・競合相手による出店ラッシュが続き、しかもモールなどの複合施設であるため、周辺の店舗では週末や休日の来客数が減少している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向となっているが、客の行動に大きな変化はみられない。引き続き内食の需要は大きいままとなっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・来客数は増えているが、売上はほぼ横ばいであるなど、まとめ買いの動きが鈍化している。景況感については良くも悪くもなく、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・企業の在宅勤務が定着したため、来客数が低水準のまま推移している。休業や時短営業を続けている飲食店が多く、夜間の酒類やつまみ類の売上は増えているものの、売上全体をカバーできるレベルではない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今回の緊急事態宣言の影響が、酒販店には最も厳しいと感じる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・昼間の客の動きは変わらないが、夜10時以降の客足は一向に戻ってこない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・緊急事態宣言が長引くなか、特に変化は感じられない。少しずつ新規の客が増えていると感じることもあるが、やはり会社が休みの土日などは、来客数が落ち込む傾向にある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・目立って大きな変化はないが、来客数がやや減少している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍による先行き不安から、個人消費が冷え込んでいる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍のなかで、飲食やホテル関係は本当に厳しい経営を強いられているが、我々の自動車業界では高級車が売れている。ここへきて貧富の差というべきか、コロナ禍の影響の格差が出てきたと感じる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染がようやく収まりつつあるが、米国や中国情勢の変化により、株価が上がったり下がったりしている。状況が変わるたびに、日本の株価に影響が出るため、先行きが心配である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	来客数の動き	・9月は雨も多く、来客数が1～2割減った。他社の競合店舗が近くに出店したこともあるが、同じようにクーポン配信を行っても、来客数は明らかに減っている。客の財布のひもも固くなった気がする。

<input type="checkbox"/>	その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	販売量の動き	・コロナ禍で飲食業や旅行業の業況は大きく悪化しているものの、元々不要不急の産業であるため、景気全体にはこれ以上の大きな影響は出ない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	お客様の様子	・ワクチン接種が進んでも、緊急事態宣言が発出されている間は、客足は低迷したままである。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品] (管理担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言が続き、外出を控える状況は変わらない。生活必需品への影響は小さいが、嗜好品や季節商材の動きは鈍化している。今後は、緊急事態宣言の解除による回復が期待できる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言の延長で人流が抑制され、販売量も増えていないなど、景気回復の動きはみられない。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販] (経営者)	販売量の動き	・緊急事態宣言の影響で来客数が減り、販売も消極的で進歩がない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・夏休みが終わり、旅行の代わりに外食する動きも一段落し、今月は落ち着いた動きとなっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (企画)	販売量の動き	・販売量は2年前の80%以下となっており、前月と比較しても微増にとどまるなど、厳しい状況が続いている。特にディナータイムは、2年前の50%の水準を継続的に下回っている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響が出ている。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言による影響で、客の動きが悪い。
<input type="checkbox"/>	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中であるため、営業時間などが引き続き制限されている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (フロント)	販売量の動き	・レジャー利用の回復はなく、ビジネス利用が中心となるが、まだ緊急事態宣言下でビジネスでの往来も少ないため、数字的な伸びは鈍い。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・アルコール類の提供ができないため、レストランの営業を休止せざるを得ない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・客室については、相変わらず個人客の間際予約が動く程度である。一般宴会では、食事付きの宴会は少ないほか、Webでの会議が多くなっている。婚礼についても引き続き延期が多く、実施の場合も少人数での開催となっている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (役員)	来客数の動き	・4月以降は緊急事態宣言の発出と、まん延防止等重点措置の適用の繰り返しで、前々年比で10%程度の水準が続いている。県民割の開始に期待していたが、まだ始まる気配はない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着きをみせている。今年の9月の大型連休は、夏休みに旅行に行かなかった客が動くと予想していたが、まだまだ周囲の様子を気にして動きが鈍い。緊急事態宣言下であることも影響しているが、前向きに動こうという気配がない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・コロナ禍で、客の乗車機会の減少傾向は続いている。営業収入もコロナ禍以前と比べて30%少ない傾向が続いている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・ワクチンの接種が進み、新型コロナウイルスの新規感染者数も減りつつあるが、現在もタクシーは苦しい状況である。駅での待ち時間も、今までの2～3倍に増えているほか、夜も人出が少ない状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・コロナ禍で客は減っているが、ここ2～3か月の状況を考えれば、少し上向いている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・夜に酒類を提供していた店のほとんどが休業状態であり、タクシーの需要が激減している状況に変化はない。

□	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・9月は緊急事態宣言の延長により、全体としては厳しい状況が続いている。特に、高齢者の利用が少ない。
□	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・以前のような木材価格が急騰する状況は落ち着いたが、住宅設備や資材の緩やかな値上げは継続している。
□	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）	単価の動き	・不動産価格の動きに変化はみられない。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	販売量の動き	・緊急事態宣言の延長により、住宅展示場ではイベントもできないため、相変わらず来客数は伸びていない。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・富裕層を中心にした購買意欲は非常に力強く、高額消費の増加が続いている。その一方、一般消費者の心理に大きな変化はみられない。
□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	お客様の様子	・低い水準のまま変化がない。訪問予定の客が新型コロナウイルスに感染し、予約がキャンセルされる事例も数件あった。当社からの訪問に際しては、ワクチンの2回接種者の指名が増えているが、まだ全員が接種できていないため、やりくりが大変である。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・夏物のバーゲンセールでの売行きが芳しくなく、来客数も減っている。新型コロナウイルスの新規感染者数が急激に増えてから、商店街で買物をする人が減っている。
▲	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・ワクチンの接種が進んでいるものの、まだ全てに行き渡っていないほか、ワクチンを打っても絶対に感染しないわけではないため、依然として来客数は低調なままである。一部の富裕層を中心とした高額消費は動いているものの、全体をカバーするには至らない。
▲	百貨店（商品担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の再延長で自粛ムードが続いたため、来客数は低調であった。ただし、月後半は新型コロナウイルスの感染が落ち着き、制限の緩和が検討されるなか、回復基調となっている。売上も前年の水準には届いていないが、徐々に回復している。商品別には食品が比較的好調であるが、衣料品や化粧品は厳しい状態が続いている。また、対面による不安がないネット販売は、食品を中心に順調に推移している。
▲	百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が延長になり、来客数が事前の予想を大きく下回っている。
▲	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・京都地区でも緊急事態宣言が続き、外出を控える人が多かった影響で、来客数が伸びなかった。時期としては、本来はセーターなどの秋物商材が動くシーズンであるが、強い購買意欲がみられない。
▲	スーパー（店長）	単価の動き	・生活必需品のみを購入する形に変わってきている。
▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・長雨の影響で野菜の値段がかなり上がっており、客もやむを得ず購入していると感じる。
▲	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・3か月前から、来客数の前年比が90%台で推移している。
▲	スーパー（社員）	来客数の動き	・前年のコロナ禍で大きく減少した来客数が、今年の前半までは順調に回復していたが、前月から今月にかけて、再び減少する店舗が目立つ。コロナ禍への慣れにより、外食から食品スーパーへの需要のシフトが少なくなっている。
▲	コンビニ（経営者）	それ以外	・以前ほどではないものの、求職者の動きが増えたように感じる。
▲	コンビニ（店長）	それ以外	・求職者が以前と比べて増えたように感じる。
▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・与党の総裁選挙のスケジュールが発表され、現総理が立候補しないと表明して以降、来客数が少なくなっている。

▲	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・コロナ禍により、来客数は3か月前と比べて横ばいか、少し悪いと感じる。ワクチンの接種率が上がっているため、今後に期待しているが、例年9月は秋冬商戦が始まるものの、今年は来客数が前年の水準にも届いていない。
▲	家電量販店(店員)	単価の動き	・来店前に、商品の在庫確認や価格の問合せが増えたことで、単価が下がってきたように感じる。以前は、店頭での商品の比較ができたため、商品の変更が可能であり、客への情報提供の機会もあったが、電話での商談では難しいと感じる。
▲	家電量販店(店員)	お客様の様子	・緊急事態宣言が発出されているが、来客数は前年並みで推移している。ただし、購買意欲がないのか、成約率は低下傾向である。これは先行き不安が原因ではないと感じる。
▲	家電量販店(店員)	来客数の動き	・家電量販店では、特別定額給付金や内食などによる需要の増加により、前年は売上が増えた。一方、今年は来客数が前年の約75%に減少したため、決算セールもあったものの、売上は減少している。
▲	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で生産が間に合っていない。海外からの部品供給の回復が待たれる。
▲	その他小売〔インターネット通販〕(企画担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言の影響で来客数が伸び悩んでいる。ワクチンを接種済み的人が増えているが、まだ安心できないため、自粛ムードが払拭できない。食品では菓子や酒類、総菜などの持ち帰り需要が堅調な一方、レストランは前年比で2けた減と、依然として厳しい状態が続いている。
▲	その他飲食〔自動販売機(飲料)〕(管理担当)	販売量の動き	・ホテルは新型コロナウイルスの感染者専用となり、大手企業が入居しているオフィスビルはテレワークが多いため、なかなか販売量が増えない。
▲	都市型ホテル (販売促進担当)	来客数の動き	・7月の稼働率は40%程度と、春頃の低迷を脱した感があったが、8～9月は30%を下回るなど、再び悪化がみられる。ただし、緊急事態宣言の最中でも、宿泊に大きな変動はなかった。一方、レストランのランチは8～9月の来客数がかかり減っており、1日の平均でも7～8名少なくなっている。
▲	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・緊急事態宣言に伴う営業規制や、外出の自粛による影響が大きく、新規予約の獲得は厳しい状況が続いている。単価を下げて販売せざるを得ず、苦戦が続いている。
▲	通信会社(経営者)	お客様の様子	・ベトナムを中心とした、東南アジアでのロックダウンによる影響が出ている。
▲	通信会社(企画担当)	お客様の様子	・取引先である広告代理店からは、デジタル関連以外の動きが悪く、全体として売上が減っていると聞いている。リアルのプロモーションができないなかで、売上が2年前の半分以下となる企業も多い。
▲	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出で大幅に来場者数が減り、運営しない方が経費の負担が楽という状態である。
▲	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・新規客との、対面での接点が少なくなっている。
×	一般小売店 〔花〕(店長)	それ以外	・コロナ禍の影響が続いている。
×	百貨店(宣伝担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染で、8月に百貨店でクラスターが発生した後、入店客の回復がみられない。入場制限が続いていることもあるが、都心に買物に行く行為そのものから離れる状態が、普通になっているようである。
×	百貨店(売場マネージャー)	来客数の動き	・7月の来客数は、前年比で4.5%の増加と改善傾向にあったが、7月後半の東京オリンピックの開催以降、新型コロナウイルスの感染拡大で来客数は減少し、8月は前年比で7.0%の減少となった。9月も減少の動きが続いている。
×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・客が全く店に来ない。商品が売れないのに人件費は掛かるため、事業の継続が難しくなってくる。

	×	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・2年前には消費税増税前の駆け込み需要があり、前年には特別定額給付金による巣籠り需要の拡大があったため、今年はその反動減で低調な推移となっている。
	×	住関連専門店（店員）	それ以外	・周囲に職を失ったり、所得の下がった人がみられる。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言の発出による、飲食店での酒類の提供禁止要請が大きく影響している。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出が続くなか、今月は特に来客数と売上が激減している。繁華街には人が戻ってきており、ビジネス街でのランチ需要はあるものの、全体的な人出は少ない。各種の要請に従わない一部の飲食店は、通常よりもにぎわっている印象を受けるが、それを景気の回復とはいええない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言中は自治体のルールに従い、夜は時短営業を行い、酒類の提供なしで対応していたが、やはり人通りは少なく、来客数は減っている。
	×	観光名所（経理担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出や延長が発表されるたびに、来場客数が減少し、解除が近づくにつれて、徐々に来街者が増えるという状況を繰り返している。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	*	*	*
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・依然として外食向けの製品は動きが悪く、家庭向けの製品で何とかカバーしている状況に変化はない。
	□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言が解除されない限り、人の流れは鈍いままのため、特に飲食店向けの売上は全く変わらない。
	□	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・原材料価格の高騰が続いている一方、販売価格の値上げ交渉が思うように進んでいない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	取引先の様子	・部品調達の遅れや取引先の在庫調整の影響で、受注量が増加しない。
	□	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	・受注量に変化はみられない。新型コロナウイルスの影響で、各企業の動きにも勢いが感じられない。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向にあるが、受注量や販売量が増加するまでには至らず、現状で大きな変化はない。
	□	金属製品製造業（開発担当）	受注量や販売量の動き	・中国が国慶節に入るため、状況は変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・過去1年半の間に、急激に引き合いや注文が減っている。この状況はほとんど変わっていない。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスの影響で、設備投資関連の売上増加が期待されたが、物品の価格上昇で先送りされる案件も出てきている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年は前年よりも良くなっているが、9月になって少し停滞気味となっている。
	□	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、売上共に横ばいである。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・このところは受注が増えそうな気配がなく、問合せも増えていない。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・木材などの建設資材価格の高騰が続いている。コロナ禍に加え、建設価格の上昇についても、設備投資への影響が出てくる可能性が高い。
	□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先との会話でも、受注が増加したといった声はなく、余り変わらないという内容が多い。
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数は徐々に減っているものの、飲食店を中心に、本格的な回復にはしばらく時間が掛かる。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・Web媒体、紙媒体の広告売上が、2年前の水準を下回っている。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の解除が予想されるが、広告出稿の動きはまだ戻ってこない。

	□	その他非製造業 [商社] (営業 担当)	受注量や販売量 の動き	・引き合いの件数は増えてきたが、細切れでの問合せが多くなり、受注量という意味ではかなり減っている。
	▲	繊維工業 (総務 担当)	受注量や販売量 の動き	・緊急事態宣言下で集客の制限があるなか、催事の延期や中止もあって売上が伸びず、前年よりも20%以上ダウンしている。年度後半に向けて、余り期待が持てない状況である。
	▲	化学工業 (管理 担当)	受注量や販売量 の動き	・自動車、電機、建設材料関連共に、出荷量が減少してきている。
	▲	プラスチック製 品製造業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・取引先からの問合せ件数が減っている。受注量の減少は若干であるが、問合せ件数の減り方は、それを上回っている。
	▲	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・半導体不足や、コロナ禍による海外からの部品の入荷不足で、自動車各社が2割強の減産を余儀なくされている。それに伴い、自動車向けを中心に、20~30%の減産となっている。
	▲	金属製品製造業 (営業担当)	受注価格や販売 価格の動き	・鋼材のほか、様々な資材の値上がりで製造コストが上昇しているが、それに伴う販売価格への転嫁がなかなか認められず、採算が悪化している。
	▲	電気機械器具製 造業 (宣伝担 当)	受注量や販売量 の動き	・エアコンや冷蔵庫を中心に、全般的に低調な荷動きとなっている。
	▲	建設業 (経営 者)	受注価格や販売 価格の動き	・これだけ夜の飲食業の営業自粛が続けば、設備投資の減少はもちろん、社員のモチベーションも下がりがねない。
	▲	輸送業 (営業担 当)	取引先の様子	・海外でのロックダウンによって商品が入らず、納期が3か月先となっている。
	▲	金融業 (営業担 当)	それ以外	・緊急事態宣言の発出により、食品関連の不振が続いている。今後もコロナ禍の状況によっては、まだまだ厳しい期間が続く。
	▲	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	・お盆以降も、緊急事態宣言の影響で鉄道の利用客数は一向に回復せず、新幹線の輸送人数も前々年比で3割程度となっている。
	▲	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	受注量や販売量 の動き	・受注量が少なくなってきたほか、設備投資や物件の見積依頼もないため、先行きは不安である。
	×	不動産業 (営業 担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で次々と店舗が閉鎖している。本日もチケット販売店から、新幹線の切符や回数券の販売を中止するため、解約したいという申出がきている。
	×	経営コンサル タント	取引先の様子	・当社は3年ほど前から不動産事業も行っている。土地を調達するデベロッパーにとって、今は仕入れ時であり、建築費は高いが、土地のストックを増やしている。一方、地主側では、補助金や家賃の減免で何とか営業を続けてきたが、いよいよテナントの撤退が本格化し、空き店舗が続出している。資金の回らない状況が続き、景気は更に悪化すると感じる。
	×	経営コンサル タント	競争相手の様子	・企業向けに社員の能力開発の支援を行っているが、同業他社も大きな嵐のなかで苦しんでいる。コロナ禍の大不況のなかで、各社ともコンサルタントを活用したり、社員の能力開発を行う状況では全くないため、かなり苦戦している。
	×	その他非製造業 [民間放送] (従業員)	取引先の様子	・2年近く続いているコロナ禍による業績悪化で、来年度以降の予算への大きな重しとなってきている。
	×	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収束時期が見通せない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・緊急事態宣言中も休業などの話が減り、通常出社の動きが増えてきた。また、求職者も20~30代の動きが活発化しており、求人件数も増えているため、転職が決まる確率も高い。
	○	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・下期に向けて、各社の増員計画が明らかとなっている。

○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が激減しており、まん延防止等重点措置などの解除も予定されているため、良くなってきている。
□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・今月末での派遣の終了件数は、思ったほど多くなかった。派遣先企業が下期をにらんで人材の確保を進めていることが一番の原因である。ずれ込んでいた案件がようやく動き出しており、この下半期から年末にかけて、景気は少し上向きそうである。
□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・心斎橋や難波などの商業施設での、飲食店や大型の薬局の閉店が目立つ。
□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・これまで緊急事態宣言の発出や解除を繰り返してきたこともあり、宣言が解除されただけでは、企業の慎重な姿勢は変わらない。消費者の購買意欲も瞬間的には高まるかもしれないが、継続しないと予想される。
□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・緊急事態宣言が再び延長され、飲食や旅行、ホテル、観光などの業界は苦しい状況が続く。多くの業界で求人数の伸びはみられず、景気は引き続きコロナ禍の影響を大きく受けている。
□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・大阪の有効求人数は前月比で横ばいであったが、有効求職者数が前月比で3.8%の増加と2か月連続で増えた。その結果、有効求人倍率は1.10倍と、再び令和2年以降での最低水準となっている。自己都合での離職者が4か月ぶりに前年比で増加に転じたものの、積極的な転職活動というよりも、新型コロナウイルスに感染し、職場に居づらくなつての退職や、時短営業で収入が減少しての退職など、感染の影響による離職が多い。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は底堅く推移しており、製造業や交通警備、製造業派遣などの求人数が少し増えている。
▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・前年並みのオーダー件数は確保しているものの、伸びが鈍化している。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・関西の地元企業からの新聞出稿をみると、コロナ禍の影響もあり、前年比で80%程度の水準にとどまるなど、引き続き悪化傾向がみられる。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・8月20日の緊急事態宣言の発出以降、新規求職者数は減少している。過去のケースでは、解除中は一貫して求職者数が増加傾向となるなど、コロナ禍では求職者数は増加傾向にあることから、この動きが変わらない限り、景気が良くなっているとは言い難い。
▲	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、6～7月の採用広報解禁時と比べると、9月は求人数が徐々に減少する時期となる。今年は前年以上に求人に限られており、採用が難しい理系の技術職や、求職者が集まりにくい販売職に限られる。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・コロナ禍による、ワクチン接種関連の受付や事務処理といった特需が一巡し、落ち着いてきた一方、通常の求人数は横ばいで推移している。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・未内定の学生が、面接を受けられる企業が日に日に減っているため、面接先を探すのに苦労している。
×	アウトソーシング企業（社員）	採用者数の動き	・職場に欠員が出ても、すぐに募集を掛けようとしないため、人手不足の状況である。