

景気ウォッチャー調査・近畿地域結果(令和3年5月)

～緊急事態宣言が続く中、現状判断はやや上昇も水準は低い～

- 景気ウォッチャー調査・5月調査の近畿地域の結果は、現状判断が38.2と前月比で2か月ぶりの上昇となったが、指数は景気横ばいを示す50を35か月連続で下回った。一方、先行き判断は50.1と3か月ぶりの上昇となっている。
- 足元の景気については、4月25日に発出された緊急事態宣言が延長となり、大阪では百貨店や大型商業施設、テーマパークなどの休業が続いているほか、その他の地域でも、飲食店等の酒類販売の禁止や時短営業などが続いている。その結果、関連業種で売上の減少が続いているほか、企業のテレワーク拡充による都市部の往来減少も続き、コンビニなどでの客足の減少が継続する形となっている。
- ただし、5月12日以降の緊急事態宣言の延長に伴い、京都や兵庫では部分的に要請が緩和されたこともあり、百貨店や各種施設では売上がやや戻る形となっている。
- 一方、先行きについては、緊急事態宣言は延長となるものの、大阪では各種の要請が部分的に緩和されるほか、感染状況のピークアウトを受けて、宣言の解除に対する期待も高まっている。それに伴い、百貨店やホテル、飲食店を中心に、客足等の回復を待つ声が聞かれる。また、東京五輪の開催が迫る中、諸々の状況は不透明であるものの、自宅での観戦に伴う需要などに期待する声も上がっている。
- さらに、5月に入ってワクチンの接種が加速したことで、先行きへの期待が大きく高まっている。特に百貨店やホテル、飲食店といった、コロナによる打撃の大きな業種では、ワクチンによる感染抑制効果を期待する声が多い。

「緊急事態宣言」関連のコメント(現状判断)

家計動向関連 な や や 良 く 変 わ ら な い	スーパー(企画担当)	・3度目の緊急事態宣言が発出され、外出の自粛で家庭内での食事が増えている。それに伴い、調理関連やすぐに食べられる商品などの販売量が増加している。特に、前年は逆風が吹いた総菜が伸びている。
	家電量販店(店員)	・緊急事態宣言が発出されるなか、ステイホームのストレスから外出を我慢できない人が来店している。来客数は平常どおりに戻りつつあるのが現状である。
	一般小売店[衣服](経営者)	・緊急事態宣言の影響で来客数が少なく、苦戦している。特に60～70代の客がメインの客層となるため、非常に苦しい。
	百貨店(店長)	・まだ緊急事態宣言による営業の制限が続いているため、売上は良くない。休業手当を受け取るよりも、営業を続けた方が、取引先の商品政策の上でも良いと感じる。今後、緊急事態宣言が継続されたとしても、休業要請が緩和されれば、新型コロナウイルスのワクチン接種も始まっているため、客の来店は増え、購買意欲は多少上向くと予想される。
	百貨店(外商担当)	・緊急事態宣言の延長により、食料品以外は休業しているため、依然として売上は低迷している。ただし、客からの電話注文や、オンラインでの注文は前年よりも増えており、来店以外での購買の広がりは感じている。外商での高額の海外ブランド品への問合せも多く、株高を背景に、富裕層の消費意欲はむしろ高まっている。
	百貨店(服飾品担当)	・4月25日からの緊急事態宣言を受けて、食品などの生活必需品以外の販売を中止したため、売上は大きく減少した。前年に続き、大変厳しい状況となっている。不要不急の外出の自粛による来客数の減少で、人流の抑制に貢献できているものの、早く再開してほしいという声も多かった。食品や生活必需品の売上は予想を下回っており、新型コロナウイルスに関する病床利用率の改善を待つ必要がある。
	スーパー(店長)	・当店は、複数の専門店が入居する複合施設でもあるが、5月はモールや百貨店が緊急事態宣言で休業となったため、売上は好調に推移したが、ビジネス関連や旅行、外出用の衣料品は、依然として不調が続いている。緊急事態宣言が解除となり、新型コロナウイルスのワクチン接種が終わるまでは、人の流れは完全には戻らない。
	スーパー(経理担当)	・緊急事態宣言により、内食や巣籠り関連の需要は根強く、売上は堅調に推移している。

変わらない	乗用車販売店（営業企画）	・緊急事態宣言の行方次第である。	
	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・緊急事態宣言の継続により、外出を控える状況は変わらない。ただし、生活必需品の需要に影響はなく、緊急事態宣言の解除や気温の上昇に伴い、嗜好品や季節商材の動きも上向くと予想される。	
	その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・緊急事態宣言への慣れて、一般客の動きには影響が少ない。むしろ商店の方が、緊急事態宣言を理由に消極的な商売をしている。	
	一般レストラン（経営者）	・緊急事態宣言による各種要請の影響が非常に強い。特に、酒類提供の自粛は営業の幅を狭めることになり、当社の事業のみならず、取引業者の経営もひっ迫した状態が続いている。	
	都市型ホテル（管理担当）	・緊急事態宣言の状況に、来客数が左右されている。	
	旅行代理店（役員）	・まん延防止等重点措置の適用から、緊急事態宣言の発出につながり、更に延長となったことで、キャンセルに歯止めが掛からない。従業員を休ませているが、逆に休み疲れとなってきている。	
	タクシー運転手	・緊急事態宣言の延長により、不要不急の外出が自粛となり、日中の人出もやや少ない。ホテルの前で待機していても、全く客がいない。宿泊客自体が減少しているため、待ち時間が長くなり、営業収入が伸びていない。	
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・緊急事態宣言の延長による在宅時間の長期化が、引き続き住宅の住み替えニーズを底上げしている。さらに、富裕層を中心とした、資産の入替えによる不動産投資も堅調なため、高価格帯のマンション、実需向けの新築戸建て住宅共に、市場は安定的な動きとなっている。	
	やや悪くなっている	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・緊急事態宣言の影響で、納品先による販売量の差が出ているため、在庫調整が難しい。先行きも読みにくい状況である。
		百貨店（マネージャー）	・4月後半からの緊急事態宣言による休業などで、回復傾向にあったボリュームゾーンファッション商材の動きが止まり、食品の販売も大きく悪化している。2年前との比較では40%の水準にとどまっている。前月比では70%という水準である。
百貨店（サービス担当）		・前年と同様に緊急事態宣言が発出され、営業自粛の状態が続いている。営業時間は前年とほぼ変わらないが、売上は前年比で20%減少と苦戦している。6月からの営業再開に期待している。	
百貨店（営業推進担当）		・緊急事態宣言が再度延長となる見込みであり、休業対象の業種は苦しい状況が続く。	
スーパー（店長）		・3度目の緊急事態宣言により、冷静な消費動向となっている。また、先行きへの不安による消費意欲の減退が進んでいる。	
スーパー（販売促進担当）		・コロナ禍における、外食から中食や内食へのシフトの傾向は変わらず、売上全体は安定している。ただし、既存店の売上は前年比で徐々に落ち込んでおり、買上単価も低下するなど、まとめ買いの傾向も落ちてきている。緊急事態宣言は延長となったものの、自粛疲れの傾向から、徐々に通常の購買行動に回帰していると感じる。	
コンビニ（経営者）		・緊急事態宣言でリモートワークを推奨する企業が増え、出勤時やランチタイムでの来店がなくなり、来客数が減少している。飲食店での酒類提供がないため、酒類の売上は増加しているものの、全体の売上を押し上げるまでには至っていない。	
コンビニ（経営者）		・緊急事態宣言が発出されるたびに、来客数が15%減少している。最近では中小企業もテレワークを始めている影響が大きい。	
コンビニ（店長）		・緊急事態宣言によって大きく変わったことはないが、夜間の人の動きは確実に悪くなってきている。	
衣料品専門店（店長）		・3か月前と比べると、緊急事態宣言の影響が大きく、売上は2年前の半分程度しか戻っていない。	
家電量販店（人事担当）		・緊急事態宣言により、ゴールデンウィークが臨時休業となった影響で、予定したセールが開催できず、大きなマイナスとなった。例年よりも早く梅雨入りしたが、気温の上昇が伴わず、エアコンなどの季節商材の動きが悪い。	
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）		・緊急事態宣言の発出や延長で、ガソリンの販売量が減少している。	
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）		・緊急事態宣言の延長で、大規模店舗への出荷が更に鈍化する。	
都市型ホテル（販売促進担当）		・客室稼働率は3月の40%、4月の28%から、5月は約15%に低下した。新型コロナウイルスの感染者数が多かった4月と比べても、予約の入り具合が悪過ぎる。近隣のホテルが休館していることを考えると、出張者の減少が目立つ。これには、緊急事態宣言の出ている都道府県が多いことも関係している。レストランについても、ディナーは休業したまま、平日のランチのみ営業しているが、来客数は若干減っている。	
都市型ホテル（フロント）		・緊急事態宣言が延長となり、レジャー関連での利用は皆無となっている。ただし、直近でビジネス利用の予約が入り、当日に急に稼働率が上がるなど、全体としては予想外に上振れている。リモートワークのほか、カップルによるディユースの利用が、コンスタンスに入ってきている。	
旅行代理店（支店長）		・緊急事態宣言が何度も延長され、客のなかには、旅行を申し込む意欲がなくなったという声が増えている。先が見えない不安が消費行動に大きく影響し、以前よりも悪くなっている。	
タクシー運転手		・ホテルの前で客を待つことが多いが、緊急事態宣言の発出以降はホテルを出入りする客をほとんど見掛けない。駅前での待ち時間もかなり長くなっており、通院といった最低限の動きを除き、状況は悪い。	
通信会社（企画担当）		・緊急事態宣言でテレワークが可能な企業からの相談は増えているが、従来の営業が難しくなっているという声が多い。一方、会社の周辺の飲食店や小売店の空きテナントが増えており、足元での景気の低迷が実感される。	
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・緊急事態宣言の発出により、訪問の延期やキャンセルが以前よりも目立つようになっている。作業員の予定を埋めるのに苦労する日々である。		

家計動向関連

悪くなっている

商店街（代表者）	・緊急事態宣言の発出により、5月中旬頃から人出が大幅に減少している。
一般小売店〔時計〕 （経営者）	・前月下旬からの緊急事態宣言の発出で、近隣の大規模商業施設を始め、大きなチェーン店も営業を自粛しているため、人の動きが止まったように感じる。外出したついでに立ち寄り動きもなくなり、閉店休業の状態が続いている。それに拍車を掛けるように、例年よりも早い梅雨入りとなった。月の後半は雨の日が多く、どうしようもない日々が続いている。
一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・緊急事態宣言の影響で、来客数が減っている。それに伴って販売量が減り、商店街を歩く人も少ないことから、景気は悪くなっていると感じる。
百貨店（売場主任）	・前月の25日から発出された緊急事態宣言により、当店で食料品以外は営業できていない。今月の28日まで、来客数は前年比で5.5%の減少、売上は13.2%の減少と苦戦している。緊急事態宣言の6月以降の延長も決まったため、状況は非常に厳しい。
百貨店（売場主任）	・今月は緊急事態宣言の発出に伴い、大阪では一部のアイテムを除いて休業状態となり、売上に対する大きな影響が出ている。特に、ファッションや雑貨関連は、季節性のある商品が多いため、その時期にしか売れない商材が多く、後から取り戻すことが難しい。
百貨店（企画担当）	・4月25日以降、緊急事態宣言による大阪府からの休業要請で、2階以上のフロアを閉鎖中である。
百貨店（商品担当）	・4月25日から緊急事態宣言が発出された大阪市内の店舗は、生活必需品を除いて大部分が休業状態となっている。前年は4月8日に食品を除いた休業が始まり、5月中旬からは各店とも営業が再開した影響で、前年比では大きく改善した。ただし、全国的な新型コロナウイルスの感染拡大と病床の逼迫により、都市部の食品や婦人洋品、郊外店の各商品共に、消費意欲は低調である。
百貨店（販促担当）	・緊急事態宣言による営業制限や街の人出の減少などで、前年と比べれば上向いているが、3か月前よりも大きく落ち込んでいる。食品やモチベーション需要は比較的堅調であるが、それ以外は大きな落ち込みとなっている。
百貨店（マネージャー）	・緊急事態宣言による時短営業や土日の休業が大きく影響している。平日の来客数は、時短営業の影響もあり、前年比で58%の減少と厳しい。
百貨店（マネージャー）	・緊急事態宣言の延長に伴い、今月も生活必需品のみの営業にとどまり、婦人服や紳士服、子供服は店頭で販売していない。販売はオンラインストアに限定されるため、本来であればTシャツなどの初夏商材の売出し時期であるにもかかわらず、まとまった売上を確保することが難しい。
百貨店（売場マネージャー）	・緊急事態宣言による休業の影響もあり、目的買いの客が非常に多い。その一方、ついで買いはほとんどなく、購買意欲の減退もみられるなど、景気の悪化が実感される。
百貨店（宣伝担当）	・4月末から休業が続いており、一部には営業を再開した売場もあるものの、緊急事態宣言は6月も延長されそうである。取引先も商品を店頭から引上げ、郊外店に回しているなど、見通しの立たない状況が続いている。
百貨店（売場マネージャー）	・2年前の2019年度に比べ、来客数の動きは2月が13.6%の減少で、3月が16.0%の減少、4月が25.2%の減少、5月が18.2%の減少となっている。特に、4月中旬から5月中旬に掛けて、緊急事態宣言により悪化している。
コンビニ（経営者）	・緊急事態宣言の影響がまともに出ている。
衣料品専門店（経営者）	・緊急事態宣言の発出以降、来店客がほとんどいない状態である。先週末からは、1回目の新型コロナウイルスのワクチン接種を終えた客が何人も来店したが、その先が見通せない。介護の現場では、感染者が出始めており、高齢者の間で危機感が強まっている。
家電量販店（企画担当）	・大阪、兵庫、京都での休業要請を遵守したことで、ゴールデンウィークの売上に大きな影響が出た。緊急事態宣言の更なる延長が検討されているが、夏に向けてのエアコンや冷蔵庫などの需要は、生活必需品と認識できるため、平日は休業要請を緩和してほしい。
その他専門店〔食品〕 （経営者）	・主な客は飲食店であるが、緊急事態宣言の発出によって売上が減少している。
その他小売〔インターネット通販〕 （企画担当）	・緊急事態宣言が再び発出されて以降、営業フロアは化粧品や食品に限られ、壊滅的な状況となっている。
都市型ホテル（管理担当）	・まん延防止等重点措置のほか、緊急事態宣言の発出と延長により、客室はもちろん、一般宴会、レストラン予約のキャンセルが相次いだ。婚礼においてもキャンセルや延期のほか、身内だけの婚礼への縮小などにより、大幅な売上減となっている。
旅行代理店（店長）	・緊急事態宣言で店舗は休業中である。宿泊施設や観光施設の休館も増えており、予約のキャンセルに拍車を掛けている。
タクシー運転手	・緊急事態宣言の影響で、外出の自粛が広がっているため、タクシー利用者の激減につながっている。そういったなかで、飲食店などの補償対象となっている企業は非常に苦しんでいる。
競輪場（職員）	・緊急事態宣言の発出に伴う府からの要請で、販売ができないため、今月は売上がゼロである。
その他レジャー施設〔イベントホール〕 （職員）	・度々の緊急事態宣言の発出で、先の見通しが立たないため、事業の運営が難しくなっている。
その他レジャー施設〔複合商業施設〕 （職員）	・緊急事態宣言が延長となり、特に大阪地区では大型商業施設への休業要請が継続しているため、業績は大きな打撃を受けている。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕 （企画担当）	・緊急事態宣言の発出や延長による休業や出控えがあり、団体客の動きはまだみられない。
美容室（店長）	・緊急事態宣言の影響で予約のキャンセルが続出している。来店があるのは若い客だけで、非常に経営が厳しい。
その他住宅〔展示場〕 （従業員）	・住宅展示場では、緊急事態宣言を受けて集客イベントを全て中止にしたため、来場者数が激減している。

企業動向関連	変わらない	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・緊急事態宣言は6月20日まで延長され、当社を取り巻く環境も変わらない。前月と比較しても、特に変化はない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・5月前半は、緊急事態宣言により多くの量販店が休業となったが、実売はそこまで大幅な減少はなく、テレビや空気清浄機、洗濯機など、これまで好調な商品は引き続き堅調な動きとなっている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・緊急事態宣言の発出に伴い、大型商業施設が休業中のため、書店や雑貨、衣類関連の駅ナカ店舗では、一部で特需が発生している。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・緊急事態宣言の延長による影響が大きく、なかなか客への訪問ができない。引き合いのあった案件も延期となっている。
	やや悪くなっている	食料品製造業（従業員）	・緊急事態宣言は6月以降も延長される見込みであるなど、良くなる気配は感じられない。家庭用の商品は何とか売れているが、依然として業務用の停滞が続いている。
		金融業（営業担当）	・緊急事態宣言により、飲食店などは休業や時短営業となるなど、前年から新型コロナウイルスの影響で大変な状態となっている。今後も緊急事態宣言が延期となる雰囲気もあり、先が読めない。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・緊急事態宣言の影響で消費が減少している。国民全体に、消費を控えるべきという雰囲気広がっているように感じる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・緊急事態宣言延長により、折込チラシによる集客行為が控えられ、収益がダウンしている。
	悪くなる	広告代理店（営業担当）	・3回目の緊急事態宣言の発出で、交通関係の広告のキャンセルが相次いでいる。
		食料品製造業（営業担当）	・主要都市での緊急事態宣言の影響を受け、外食や観光業界の売上が大きく減少しているため、飲料水の取引量もかなり悪くなっている。
雇用関連	なったり良くなる	繊維工業（団体職員）	・緊急事態宣言の発出による、都心部での小売店の休業やイベントの自粛などで、大きな影響が出ている。
		繊維工業（総務担当）	・緊急事態宣言下では催事の集客も減少し、例年の半分以下の日もある。売上は前年比で30%以上の減少となる見込みである。
	変らない	職業安定所（職員）	・5月に入り、採用者数が目に見えて増えてきている。前年の4～5月が緊急事態宣言で大きく落ち込んだ反動もあるが、業種によっては採用意欲がかなり高まっている。
		人材派遣会社（営業担当）	・派遣求人については、前年よりも改善する傾向が続いており、2年前の水準に戻ってきている。緊急事態宣言の影響も限定的である。
		人材派遣会社（営業担当）	・閉店に追い込まれる商店が増えている。緊急事態宣言の延長による影響が感じられる。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・旅行や宿泊、飲食サービスの落ち込みは限界を超えている。4月末からの緊急事態宣言の再発出で、景気の先行きへの懸念が多く業種に広がっており、求人意欲は低い。
	やや悪くなる	民間職業紹介機関（職員）	・緊急事態宣言下であった前年と比べても、求人数が約2割落ち込んでいる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・緊急事態宣言の延長で、企業による新聞広告などのプロモーションの動きが全く不調である。

「ワクチン」関連のコメント(先行き判断・家計動向関連)

家計動向関連	な	百貨店（外商担当）	・高齢者への新型コロナウイルスのワクチン接種が山場を越えれば、一気に客の購買動向は好転すると予想される。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・緊急事態宣言は発出中であるが、新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでおり、飲食店の営業再開が期待される。
	や	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、緊急事態宣言も緩和されて人流がやや戻れば、売上は増えてくると予想される。また、美術品や時計、宝飾品などは、株高もあって既に堅調に推移しており、この部分も更に活発化してくる。
		百貨店（売場マネージャー）	・緊急事態宣言による新型コロナウイルスの感染者数の減少や、ワクチン接種の促進により、景況感の改善が予想される。
		百貨店（外商担当）	・5月下旬から、新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでいる。7月に予定どおり高齢者へのワクチン接種が完了すれば、かなり景況感は改善し、消費意欲も高まることが予想される。
		百貨店（店長）	・7月末までに高齢者への新型コロナウイルスのワクチン接種が終わり、東京オリンピックも無事に開催されれば、経済は回るはずである。
		百貨店（商品担当）	・3度目の緊急事態宣言は、新型コロナウイルスの変異種の感染拡大などで当初の予定から延長となり、解除の時期が見通せない。一方、中旬からはワクチンの供給と接種が進み始め、少し明るい兆しが見え始めている。景気の回復にはしばらく時間を要するものの、これまでの反動で上向きの動きが出てくると予想される。
		百貨店（販促担当）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が少し進むことで、感染者数は余り増えず、現状よりも改善に向かうと予想される。派手な購買行動はないにしても、自粛が長く続いた反動で、消費の拡大も期待できる。特に、食に関するちょっとしたぜいたくや、夏の機能性素材などは良い動きが期待できる。
		百貨店（売場マネージャー）	・全国的に緊急事態宣言が延長となる可能性はあるが、当県は新型コロナウイルスのワクチン接種率が高いため、百貨店の主要客層である、65歳以上の客の来店頻度が高まる可能性がある。

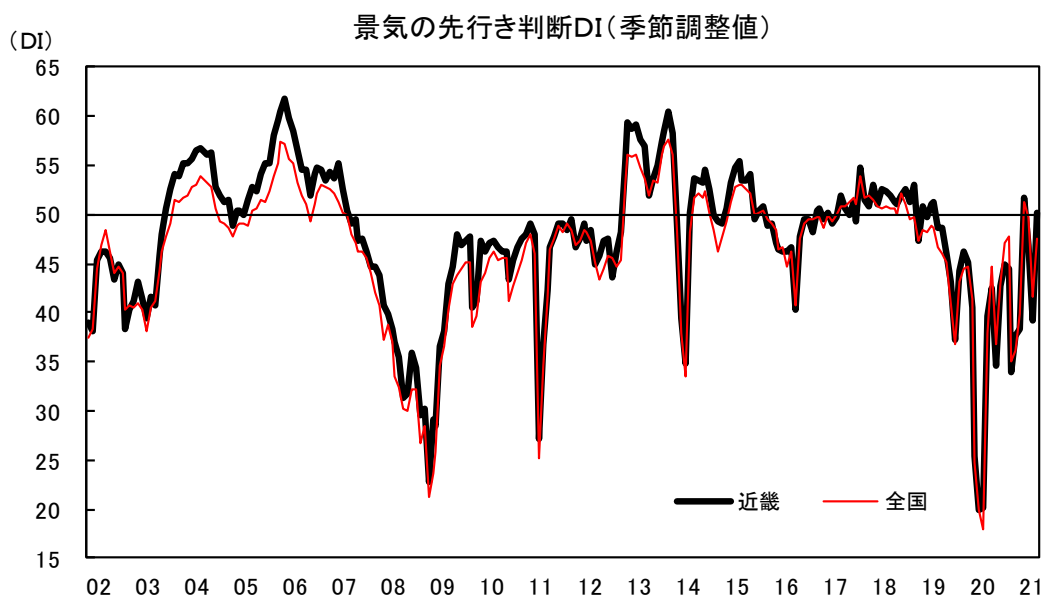
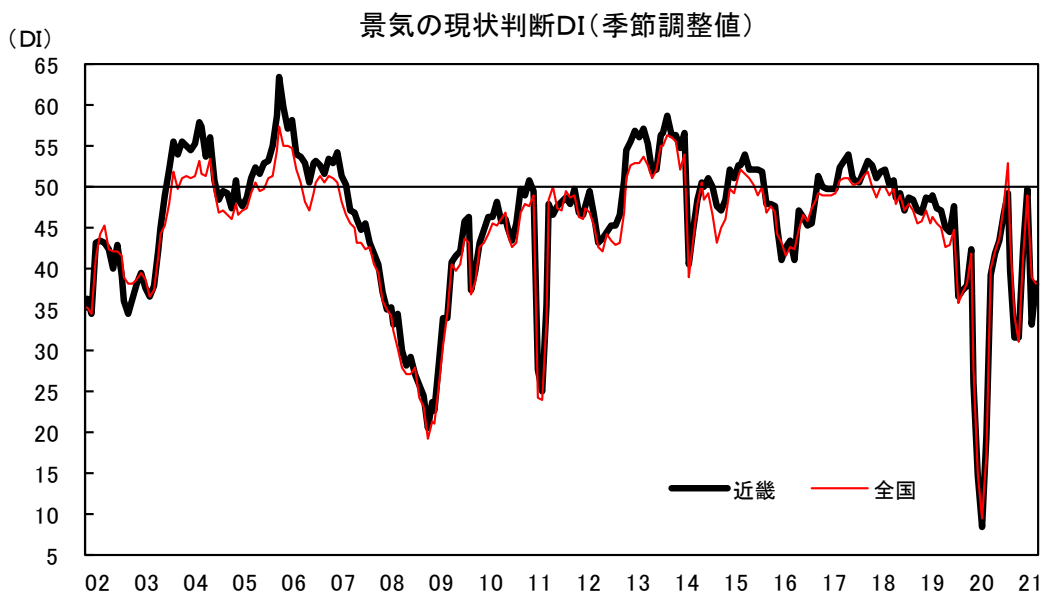
家計動向関連

やや良くなる	百貨店（マネージャー）	・海外需要は回復傾向にあるが、国内の消費回復は、全て新型コロナウイルスのワクチン接種が鍵となる。
	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、人の流れが出てくると予想される。
	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの高齢者へのワクチン接種が終われば、動きが出てくると感じる。
	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進んで、経済活動が元に戻り、生活も元の状態に戻れば、少し景気は良くなる。
	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・緊急事態宣言の延長により、外出の抑制はあるものの、新型コロナウイルスのワクチン接種の開始や東京オリンピックの開催など、景気のプラス要素もみられる。大幅な改善は期待しにくい。緩やかな回復が予想される。
	一般レストラン（企画）	・新型コロナウイルスの感染者数の減少や、ワクチンの接種により、徐々に経済活動が活発化すると予想される。景気がこれ以上悪くなることはなく、徐々に良くなっていく。
	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスのワクチン接種の遅れにより、高齢者の会合がキャンセルとなっている。キャンセルの理由にワクチンがよく出されるため、今後の接種の増加に期待している。一方、レストランのランチ利用は好調であるが、ディナーは横ばいと予想されるほか、宿泊も需要が少なく、日中利用のプランを販売しているが、他社も格安で販売しているため、なかなか難しい。
	都市型ホテル（販売促進担当）	・客室、飲食部門については、今までの緊急事態宣言では解除後に動きが見られたが、今回は新型コロナウイルスのワクチン接種の状況次第でもある。3か月や半年先の会議室の予約にもキャンセルが入っているため、2～3か月先はそれほど明るいものではない。
	都市型ホテル（総務担当）	・3か月後には緊急事態宣言も解除となっているほか、7月中には高齢者への新型コロナウイルスのワクチン接種がほぼ終了すると予想される。その状況になれば、ビジネス、レジャー共に宿泊客が増えるほか、レストランの利用の多数を占める、高齢者の利用が増える。
	旅行代理店（役員）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進むことで、旅行費用の県民割などが開始されることを期待している。
	観光名所（経理担当）	・政府の目標では、高齢者による新型コロナウイルスのワクチン接種が完了となる頃である。高齢者の外出意欲の高まりに加えて、重症病床の使用率の低下が期待できるため、全体的に今よりも危機感が薄れてくると予想される。
住宅販売会社（従業員）	・コロナ禍においても、不動産に関してはホテルや商業施設以外は堅調に推移している。新型コロナウイルスのワクチン接種により、感染の鎮静化の兆しが出てくれば、より一層活況になると予想される。	
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・新型コロナウイルスのワクチン接種率が上がれば、世間の様子が変わってくると期待したいが、緊急事態宣言の延長もあり得るなかで、しばらくはつらい時期が続きそうである。	
変わらない	百貨店（宣伝担当）	・休業状態が続いているため、取引先から秋冬商材の減産の報告が相次いでいる。新型コロナウイルスのワクチン接種の急拡大などがなければ、生産の改善が見込めず、売上の回復は厳しい。
	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスのワクチン接種のスピードが早まらないほか、長引くコロナ禍への疲弊感、小売業や飲食業を中心とした悪影響など、ポジティブな要素が見当たらない。
	百貨店（営業推進担当）	・全国民の7割程度まで、新型コロナウイルスのワクチン接種が進まなければ、現在の景気下降の動きは続くとして予想される。
	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチン接種がようやく本格化したものの、高齢者への接種だけで7月中旬頃まで掛かる。一般への接種は8月から秋に掛けて本格化し、多少は外食の頻度が上がるとしても、夏一杯は家庭での食事や近場でのレジャーが中心となる。また、東京オリンピックの家庭での観戦も、需要の増加につながる。
	スーパー（店長）	・コロナ禍の収束がみられないほか、新型コロナウイルスのワクチン接種も大きくは前進しないと予想される。前年に大きく伸びた食品の買上点数も、落ち着きが見られ、前年を割り込んでいる。レジャー関連は前年の反動で伸びているが、消費者の行動の変化は感じられない。
	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでいないため、企業のテレワークは続き、来客数は減ったままの状態となる。
	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスのワクチン接種がかなり進まなければ、そう簡単には変わらない。新型コロナウイルスへの恐怖心は、全員にワクチンが行き届き、ほとんど感染者がいなくなるまでは消えない。
	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスのワクチン接種がスムーズに進み、現状が良くなることを期待しているが、景気の向上につながるかどうかは不安である。
	衣料品専門店（経営者）	・高齢者による新型コロナウイルスのワクチン接種が7月末に完了しても、通常の状態に戻るためには、国民全体の接種がある程度進む必要がある。10月以降には、景気がある程度は回復することを期待しており、8月の掃省需要に対しても少し期待している。
	家電量販店（経営者）	・ある程度、新型コロナウイルスのワクチンが行き渡るまでは、今のよう状況が続く。
	乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、経済活動が再開しても、疲弊した経済が戻るまでには時間が掛かる。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・固定客への新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、感染の不安が多少減ったとしても、スムーズに売上の増加につながると思えない。	
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・これ以上、悪くならないことを願いたい。新型コロナウイルスのワクチン接種が進まない限り、消費マインドの改善は期待できない。	

家計動向関連

変わらない	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染が広がっており、ワクチン接種が進むにもまだまだ時間が掛かりそうである。感染のリバウンドへのおそれから、これからも飲食店に何らかの要請は続くと予想されるため、それが続く限り、飲食店の回復は見込めない。
	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が増えても、異なる変異株が出てくる可能性があるため、先行きは分からない。
	旅行代理店（店長）	・緊急事態宣言の解除後は回復を期待したいが、新型コロナウイルスのワクチン接種が早く終了しなければ、回復は難しい。
	その他レジャー施設 〔複合商業施設〕（職員）	・緊急事態宣言の効果は、前年と比べて明らかに低下している。また、感染拡大が長期化することで、企業の体力も確実に低下している。米国や英国のように、新型コロナウイルスのワクチン接種を全人口の一定割合が終えるまでは、改善は見込めない。
	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ワクチン接種が広がれば、不安材料が少し払拭されるものの、急激な回復は見込めない。
	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ある程度進めば好転するが、現状では厳しく、しばらくは今の状況が続く。
やや悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチン接種の状況に左右されるが、コロナ禍が収束しなければ、景気の回復は望めない。
	その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・国民の50%が新型コロナウイルスのワクチン接種を終えるまでは、社会のムードは変わらない。
	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの変異株の感染拡大による影響が大きく、ワクチンの接種も進まないなかで、景気の回復する要素が見当たらない。
	美容室（店長）	・緊急事態宣言が解除されても、新型コロナウイルスのワクチンが普及するまでは、客は戻らない。資金繰りが非常に厳しく、経営が困難な状況となっている。
悪くなる	百貨店（売場主任）	・全ては新型コロナウイルスの感染状況次第であり、ワクチン接種の迅速な進行による、感染の抑制を期待している。何よりも緊急事態宣言の解除が、回復の1つの目安となるが、今のところは数か月先の見通しも非常に厳しいと言わざるを得ない。
	住関連専門店（店長）	・堅調であったインターネット通販の売上も、緊急事態宣言の発出以降、減少し始めた。仕入価格の値上げや客離れ、輸送の遅延など、どれをとっても日本のビジネスの土台が揺らいできた実感している。特に、客離れは4月から顕著となっており、新型コロナウイルスのワクチン接種の遅れや、緊急事態宣言の長期化による影響は否めない。
	都市型ホテル（客室担当）	・新型コロナウイルスの感染収束の見通しが立たないほか、ワクチンの接種も遅れている。

(DIの推移)



(近畿地域のDI)

		19年					20年					21年														
		5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5
現状判断	近畿	47.5	47.1	45.1	44.6	47.6	36.5	37.4	38.0	42.4	26.1	14.7	8.3	19.6	39.3	42.0	43.4	46.7	49.2	39.9	31.7	31.7	42.4	49.8	33.3	38.2
	(全国)	45.7	45.1	42.7	43.0	44.9	35.9	37.2	38.3	41.9	27.9	14.9	9.4	17.0	40.0	42.2	43.7	47.8	53.0	43.8	34.3	31.2	41.3	49.0	39.1	38.1
先行き判断	近畿	48.6	48.6	45.9	43.2	37.2	44.2	46.1	45.2	40.4	25.3	20.0	20.2	39.6	42.5	34.6	42.8	44.9	44.4	33.9	37.6	38.4	51.6	46.9	39.2	50.1
	(全国)	46.7	46.0	45.1	40.9	36.8	43.1	44.5	44.6	41.4	24.8	19.8	17.9	37.9	44.6	36.7	42.9	47.1	47.7	35.0	36.1	39.9	51.3	49.8	41.7	47.6

※季節調整値