

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)	◎	百貨店（服飾品担当）	・クリスマス商戦が始まり、新型コロナウイルスの脅威が更に忘れ去られることで、年末商戦も活気付くと予想される。外食や宴会などの需要がまだ完全に復活しないなか、イェナカでの食品需要や、ギフトによって人とつながる動きは増えると考えられ、売上のアップにつながる可能性が高いと感じている。
	◎	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの感染第6波が懸念されるが、感染の急拡大がなければ、年末年始商戦ではリベンジ消費の加速が期待される。
	◎	百貨店（マネージャー）	・全体的に慎重な購買姿勢は続いているが、人流の増加などで、年末年始商戦は前年比で大きく改善すると予想される。今後は、新型コロナウイルス変異株や韓国などでのブレイクスルー感染の動向が、購買心理を左右するほか、原油相場の高騰による物価上昇なども新たな懸念材料となる。
	◎	観光型ホテル（客室担当）	・新型コロナウイルスの感染がこのまま収束すれば、観光客が増える。
	◎	観光型旅館（経営者）	・2月にGo To Travelキャンペーンの再開が予想されているが、新型コロナウイルスの感染状況に大きく左右されるため、判断が難しい。
	◎	都市型ホテル（フロント）	・Go Toキャンペーンの再開を皮切りに、全国的に消費や旅行が増える。
	◎	タクシー運転手	・修学旅行もあり、すごい人出となっているため、これから更に良くなる。
	○	商店街（代表者）	・買物のモチベーションが上がっていないと感じるため、一気に売上が増えるとは思えない。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・政府によるGo Toキャンペーンの効果を期待している。
	○	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・これから気温が下がってくるため、衣料品の販売ではコートやダウンジャケットなどの重衣料が増える。新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着いてきたため、外出する機会が増えれば販売につながることを期待される。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	・ワクチン接種が広がって安心感が出てきたのか、来客数が増加しているため、今後は良くなっていく。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・今年も残り1か月となって、ようやく受注も増えたため、慌ただしい年末商戦を迎えられると期待している。
	○	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの感染に注意しながら、日常を取り戻そうとする客の来店が増えている。物販の売上は前年を超える日が続き、2019年の水準に近づいてきている。
	○	百貨店（販促担当）	・コロナ禍次第である点に変わりはないが、3回目のワクチン接種などの対策も講じられているため、上向き傾向となる。また、冬場の気温低下に加え、前年の動きが悪かった反動から、防寒ファッションの販売に期待している。卒業、入学を始めとするモチベーション需要や、春を楽しむ動きのほか、2年続いた我慢の反動が今後も継続的に期待できそうである。
○	百貨店（サービス担当）	・このまま新型コロナウイルスの新規感染者数の減少傾向が維持できれば、お歳暮商戦や年末年始の売上確保が大いに期待される。これからも感染予防対策を続けて安全、安心な環境を維持し、客の来店を促すことで、売上の増加が期待できる。	
○	百貨店（宣伝担当）	・年末に近づくにつれて、レジャーやイベントに関連した買物が増えている。年明けも2年連続で需要が消えた、卒業や入学、新生活関連などのオケージョン、セレモニー消費が増えると予想しており、取引先も商材確保に動いている。	
○	百貨店（マネージャー）	・あくまでも新型コロナウイルスの感染状況の回復が続くことが前提であるが、9月よりも10月、10月よりも11月と、月を追うごとに回復傾向が進む。	

○	百貨店（店長）	・年末年始は、新型コロナウイルスの新規感染者数が多少増えると予想される。また、石油に関連した商品やサービスの価格が上昇する不安はあるが、感染による医療のひっ迫がなく、マスクが大きく報じることもなければ、Go Toキャンペーンなどの飲食店の支援により、経済回復の兆しを実感できると予想している。
○	スーパー（店長）	・経済全体は回復傾向にあるが、飲食店の人手不足や、忘年会はまだまだ敬遠される傾向があるなど、一気に安定するとは考えにくい。
○	スーパー（店長）	・コロナ禍が落ち着いていけば、外出の機会が更に増える予想される。特に、里帰りはしばらく行われていないため、移動に伴う消費は大きく伸びる。直近では年末年始の消費に期待している。
○	スーパー（経理担当）	・いわゆるリベンジ消費で年末商戦が盛り上がり、来春の行楽シーズンに向けて弾みがつき、全体的な景気は良くなる。当面は、新型コロナウイルスの感染拡大が懸念材料となる。
○	コンビニ（経営者）	・Go Toキャンペーンが12月から始まる予定であり、売上の増加につながる。それに伴い、平均単価も15%ほど上昇する見込みである。
○	コンビニ（経営者）	・今の状況が続いてほしい。
○	コンビニ（経営者）	・出張や観光の増加で、近隣のホテル宿泊者が増えることで、来客数の増加が期待できる。
○	コンビニ（店長）	・コロナ禍による影響が減少している。
○	コンビニ（店員）	・少しずつ活気が戻りつつあるため、このままいけば、買物や旅行などで経済の復活も進むと感じる。ただし、よく来店していた客が来なくなるなど、やはりコロナ禍の影響が影を落としている状況も感じられる。一方、近隣の飲食店に聞くと、客が増えてきて忙しくなってきたという声が聞かれる。
○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの影響として、感染第6波や新型コロナウイルス変異株の状況など、まだまだ注視が必要な部分はあるが、年末年始商戦の動きは良くなってきている。
○	家電量販店（経営者）	・入荷待ち商品の解消により、通常の動きに戻り、売上や販売量の増加につながると予想している。
○	家電量販店（店員）	・これからコロナ禍の収束のめどがつかれば、購買意欲が高まり、外出する客が増える。足元の来客数の増加やボーナスの支給もあり、景気の改善につながると予想される。
○	家電量販店（人事担当）	・今年が厳冬になれば、室内で快適に過ごすために、部屋を暖める器具の売行きが伸びると期待している。
○	家電量販店（営業担当）	・緊急事態宣言も解除されたため、期待を込めて良くなってほしい。
○	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少が、プラスに作用する。
○	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	・人の動きが大幅に増加し、来客数も増加傾向となっている。マスクなどの衛生用品の売上は減少しているが、健康食品や嗜好品の売上は増加しており、今後も同様の傾向が続くと考えられる。
○	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・今後の景気回復は、新型コロナウイルスの感染第6波の時期や規模により、大きくシナリオが変わる。また、原油価格の高騰の影響が長引けば、景気回復の足を引っ張りかねない。
○	その他小売 [インターネット通販]（経営者）	・客の購買意欲は高まっており、何かを買おうとする動きを感じる。今まで自粛していたストレスを解消する動きもあり、消費意欲の上昇が進む。
○	高級レストラン（スタッフ）	・このまま新型コロナウイルスの感染第6波が来なければ、来客数、売上共に継続して伸びることを期待している。
○	高級レストラン（企画）	・単純に新型コロナウイルスの新規感染者数の増減により、業績が左右されるフェーズは脱したと感じる。今後の国や自治体の支援策に期待している。
○	一般レストラン（経営者）	・Go To Travelキャンペーンも再開されることで、景気は回復に向かうと思いたい。が、原材料や燃料価格の値上がりで経営が圧迫されている。また、新型コロナウイルスの感染第6波の懸念があり、海外からの入国規制が解除されていないため、本格的な景気回復にはまだまだ時間が掛かりそうである。

○	一般レストラン（店員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、このまま推移すれば、外食に行く人も増加する。
○	一般レストラン（企画）	・コロナ禍に伴う規制がほぼ全て緩和され、8月以降は順調に回復している。経済対策が全国規模に拡大すれば、新型コロナウイルスの感染拡大への不安はあるものの、現状の感染状況を見ると、改善が進むと予想している。
○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・緊急事態宣言が解除され、新型コロナウイルスの新規感染者数が日々減少している。今まで自宅に籠もっていた人も、外に出る傾向が強くなっている。当店も一時的に来客数が増えているが、また感染者数が増えれば減少に転じるため、まだ油断はできない。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・宴会の間合せが増えているが、会食は4人までという府からの要請が浸透しておらず、成約に至らないことが多い。12月の忘年会シーズンは厳しいが、新年会や歓送迎会シーズンに規制が緩和されていけば、受注が増えると予想している。
○	都市型ホテル（管理担当）	・府の観光振興策の開始に加え、Go To Travelキャンペーンの再開が見込まれるため、今後は客が増えると予想される。
○	都市型ホテル（総務担当）	・客の来店が増加傾向にある。府の観光振興策の予約状況も好調にスタートしており、販売単価も徐々に上昇している。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	・このまま新型コロナウイルスの影響がなくなれば、確実に良くなる。宿泊は12～1月の予約が多いほか、レストランでは、府の観光振興策以外の一般客も少しずつ増えている。ただし、宴会は1テーブル4人までという制約があるため、忘年会や同窓会の開催は避けられており、回復にはもう少し時間が掛かる。
○	旅行代理店（店長）	・Go To Travelキャンペーンが再開となれば、一時的には今よりも良くなると期待される。
○	旅行代理店（支店長）	・Go Toキャンペーンの内容が発表され、具体的に旅行を計画する客も増加している。新型コロナウイルス変異株や感染第6波の影響が懸念されるものの、感染防止も日常となり、徐々に人との交流を考え始める客も増えているため、やや良くなると予想している。
○	旅行代理店（役員）	・Go To Travelキャンペーンの再開が想定され、県外への旅行客を取り込む動きが増える。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減っており、コロナ禍以前と同じようにはいかないが、飲酒の機会も少しずつ増えてくるため、少しは良くなると期待している。
○	タクシー運転手	・年末の忘年会シーズンについては、法人の団体客の動きはないとしても、少人数の客や家族客の外食は増えると期待している。
○	通信会社（経営者）	・各種規制の解除により、人出が増える。
○	観光名所（経理担当）	・ニュースなどでは、2月頃に新型コロナウイルスの感染再拡大が起きるといわれている。緊急事態宣言が解除され、しばらくたつ現在でも再流行の兆しはないが、ワクチン接種による抗体の持続期間もあり、徐々にワクチンの有効性も薄れてくる。結果として、2月以降には感染が拡大し、経済よりも感染対策を優先し始めると予想される。
○	観光名所（企画担当）	・今月に入り、土日は来場者が少し増えたが、平日は変化がない。新型コロナウイルスの感染第6波が来なければ、来場者数は徐々に増えると予想される。
○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が少ない状況が続けば、外出意欲が引き続き高まると予想される。
○	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）	・コロナ禍が落ち着いて、経済活動が上向きになる。
○	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場の来場数はイベントの自粛で減少気味であるが、家を見学する目的での来場が増え、各社の契約数は増加している。この傾向は今後も続く予想される。
○	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・前年とは違い、例年どおりの繁忙期となりそうである。年内での施工完了の希望が増えることで、人手が足りないほど忙しくなりそうである。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔時計〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が目に見えて減少し、このまま落ち着くと期待していたが、新型コロナウイルス新変異株のニュースが出てきた。年末年始で気持ちが華やぐ時期であるが、予定が何もないという話も聞く。先行きに期待をしないのが通常の間感となっており、寂しい年末年始になると感じる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・緊急事態宣言の解除後、消費はある程度増えているが、それ以上伸びる要素は全く見当たらないため、現在と同じような推移となる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔野菜〕（店長）	・新型コロナウイルス新変異株の感染が、日本で広がる心配が出てきている。世界的にもこの新変異株の影響がどう広がるかは分からないため、結果として悪くなる可能性もある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・コロナ禍が落ち着いても、売上の回復はすぐには難しい。百貨店も痛みを被ったが、取引先も大きな痛みを被っており、今後は事業の撤退や販売人員の削減、商品製造の削減、取引条件の見直しなどが、更に進むと予想される。それに伴い、景気は悪くなることはあっても、良くなることはない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルス新変異株の感染状況次第と考えられ、大きな変動要素となっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルス新変異株による、感染状況次第となる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・来客数は戻ってきたものの、買上数量や金額には堅実な推移がみられる。今後2～3か月においても、リベンジ消費によって飛躍的に売上が伸びるといよりも、消費者の堅実な姿勢が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	・コロナ禍で商品の生産量が例年よりも少ないため、大きな伸びは期待できない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・新型コロナウイルスの感染状況は最悪の状態を脱したものの、次のリスクへの対策や、経済の活性化策が具体化しなければ、消費に関心が向かない。また、一方では経済活動の再開が燃料価格の高騰を招き、消費に逆効果をもたらす結果となっている。景気の上昇に重くのしかかっている状況で、なかなか回復が進まない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	・景気浮揚策が実施されれば急回復が期待されるが、新型コロナウイルス新変異株が出現するなど、まだまだ予断を許さない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・現状は新型コロナウイルスの新規感染者数が少ないが、欧州では感染の再拡大が始まっている。日本にもいつ感染第6波が来るか不透明なため、今後の消費動向は予測がつかない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	・現状は新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いているものの、新型コロナウイルス新変異株が発生しており、予断は許されない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（特選品担当）	・今までの傾向では、新型コロナウイルスの感染第6波が到来するとの懸念もあったが、ワクチン接種が進んだこともあり、現在は穏やかな回復を見せている。ただし、新型コロナウイルス新変異株の発生や、ガソリン価格の高騰など、通常の生活を送る上での懸念材料も多く、先行きが見通せない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	・現在、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、今後は感染の拡大が懸念される。また、コロナ禍による営業時間の短縮や感染防止対応、働き方の変化などは続いており、先行きの予測がつかない状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・このままコロナ禍の収束状態が続き、Go Toキャンペーンなどが実施されれば、上向くことも考えられる。一方、新型コロナウイルス新変異株も発生するなど、先行き不透明な部分もある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルス新変異株の発生による影響が世界に波及すれば、更なる物流の停滞、輸送費の高騰などで、原価の上昇圧力が発生する。景気の悪化につながることを予想されるため、早めの3回目のワクチン接種や経口治療薬の認可などが求められる。安心感が広がらない限り、消費マインドは減退することが懸念される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・コロナ禍の動向が最大の課題であり、現状の状況が続くようであれば、景気は良くなると感じている。

<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・本格的な冬を迎えるに当たり、再び新型コロナウイルスの感染拡大のおそれがある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・ブラックフライデーのセール状況から、衣料や住居を中心に、前年よりも回復の兆しがみられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・近隣のスーパーもチラシに力を入れたり、特典のポイントを上げたりしているため、客もいろいろな店を回っている様子である。今後もそれほど大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は落ち着きつつあるが、新型コロナウイルス新変異株の感染拡大のおそれもあり、しばらくは現状維持を予想している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（開発担当）	・原油相場の高騰により、生活必需品の値上げが増えている。政府の景気対策にも即効性は薄く、景気が上向くことは考えられない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス新変異株や感染第6波の影響が、どの程度広がるかは分からない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・コロナ禍以前の状況に戻るためには、新型コロナウイルスの世界規模での感染収束がなければ難しい。外国人客の入国が再開しなければ、景気回復は期待しにくいと感じている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・いろいろな物の値上げが進み、客の購買意欲が低下している様子が見えてくる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・消費財の値上がりが続いている。アパレルは消費者がどこまで購入を我慢するかに左右される。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（営業・販売担当）	・高額スーツは売れているが、サラリーマン向けの価格帯が動かない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・相変わらず、海外からの部品の供給不足で生産が追い付いていない。一方、生産が再開した際の、納車ラッシュの発生も気掛かりである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・現状は車が入荷する見込みがなく、需要はあるものの、販売台数の増加は見込めない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	・コロナ禍以前の状況に戻るには、もう少し時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・今まで外出できなかった分、年始年末は旅行に行く人が増えるため、ボーナス商戦にも期待できる材料はなかなか見当たらない。
<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新規感染者数が減ってきており、年末に向けて、外出による消費の動きが増える。また、旅行のほか在宅関連のグレードアップ消費が優先されるため、宝飾品には予算が向かわない。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・一層の回復を期待したいが、新型コロナウイルスの感染第6波への懸念もあり、一進一退の状況が続く。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・受注の少ない日が続いている。新型コロナウイルスの感染第6波によって受注が増える可能性はあるが、先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・企業は今年も忘年会を行わない方針らしく、新年会や歓送迎会の予約もない。個人的に2～3人で来店する客はいるが、元々あった座席を減らして営業しているため、売上が増える要素は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況は良くなりつつあるが、感染第6波の到来や、原油相場や諸物価の上昇などの不安から、将来の見通しは暗い。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・今後は旅行の県民割が、近隣府県にも適用されるといわれているが、12～1月で大きな割合を占める、団体客の動きにはまだまだ期待できない。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（団体役員）	・当県での旅行の県民割が終了したため、当面は早期のGo Toキャンペーンの再開を期待するしかない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・コロナ禍は収束傾向にあるが、一時的な現象と見方もあり、景気回復への期待が持てない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・巣籠り需要から、飲食や旅行などの消費にシフトしそうであり、先行きは少し不透明である。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルス新変異株が出てきたり、北海道でのクラスター発生など、感染第6波への不安があるため、年内は一気に景気が回復するまでには至らない。

□	テーマパーク（職員）	・これから冬に向かって、新型コロナウイルスの新規感染者数の推移がどうなるのかにより、今後の動向がはっきりしてくる。これまでの緊急事態宣言による影響をみると、移動制限に大きな効果はみられない。何が理由で感染者数が減っているのか、しかるべき機関が検証し、世の中に公表してもらいたい。
□	遊園地（経営者）	・緊急事態宣言の解除以降、前月よりも更に回復が進むなど、消費行動に回復の兆しを感じられる。ただし、過去の緊急事態宣言の解除後よりも回復が遅く、かなり緩やかであるため、平時の水準に戻る前に新型コロナウイルスの感染が再拡大する不安が強い。景気の見通しを楽観的に考えることはできない。
□	ゴルフ場（支配人）	・来客数の動きや予約状況を考慮すると、今後も順調な動きが期待できるが、コストの上昇がなかなか売値に転嫁できない。単価をアップしても来客数が維持できるようになれば、景気も良くなる。
□	競輪場（職員）	・例年であれば良くなる傾向となるが、年始以降は物価の上昇が予想されているため、余り変わらない。新型コロナウイルス新変異株が出てきているため、仮に緊急事態宣言が発出された場合は厳しくなる。
□	競艇場（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いてきているが、その影響が売上には表れていない。ただし、依然としてインターネット投票は好調が続いている。今後しばらくは、今の状態が続くと予想される。
□	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日本では落ち着きをみせているが、海外では新規感染者数の増加がみられるなど、感染再拡大への不安がある。新型コロナウイルス新変異株の感染状況によっては、景気の落ち込みにつながる。
□	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・活況なのは食料品や一部のファッション雑貨であり、飲食テナントや食品売場以外は不振なほか、滞留時間が減少しており、当面は本格的な回復が望みにくい。
□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向となり、地元球団の優勝や日本シリーズの開催でにぎわいが戻ってきた。今後、プロ野球やコンサートなどでの入場制限の更なる緩和を期待しているが、3か月後の状況は総じて不透明である。
□	美容室（店員）	・緊急事態宣言が発出されるかどうかで変わってくる。
□	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・ようやくコロナ禍が落ち着いてきたようであるが、後は新型コロナウイルス新変異株の影響がどう出るかが分からない。
□	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロママッサージでは裸になるため、夏場に比べて冬は来客数が減少する。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・これから本格的な冬を迎えるに当たり、このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いた状態が続くとは思えない。感染第6波がどのような形で発生するのかは全く想像できないが、決して楽観はできず、消費者の外出の機会は減ると予想される。そうなれば、店舗のみの販売である当店のような小売店は、またつらい状況となる。
▲	スーパー（企画担当）	・コロナ禍による内食需要がなくなり、売上は前年割れ状態が続くと予想される。他社との競合もあり、後は厳しくなる。
▲	スーパー（社員）	・コロナ禍が収まりつつあるなか、これまでの外食需要からのシフト分が減少しつつある。さらに、客の節約意識が強まっていることで、当面の間、売上は減少が続くと予想している。
▲	コンビニ（経営者）	・コロナ禍の状況が、どのように変化するかが見通せない。
▲	コンビニ（店員）	・コロナ禍もようやく落ち着いてきたが、新型コロナウイルス新変異株がいつ入ってくるかも分からない状態であり、先行きへの危機感が強まる。
▲	コンビニ（店員）	・例年寒くなると、来客数が減る。
▲	コンビニ（店員）	・寒くなれば、客足の減少につながることを心配される。
▲	衣料品専門店（販売担当）	・また新型コロナウイルス新変異株が発生し、海外からの流通への影響を考えると、非常に不安である。

	▲	家電量販店（店員）	・今話題のリベンジ消費は、瞬発力はあるが、一部の余裕がある客に限定される。家電量販店では、ある程度の需要がみられるが、競合店舗では長期の未入荷を理由に不当な価格で契約を取っており、客の間で価格への不信感が生まれることを懸念している。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・半導体の不足による、新車の納期遅れがしばらく続くと予想される。年末に向けての購入を強くアピールできず、販売台数が読めない。
	▲	その他専門店 [宝石]（経営者）	・コロナ禍が今後どうなるか分からないが、今は原油相場の高騰による物価の上昇の方が心配である。
	▲	その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当）	・冬に入り、また新型コロナウイルスの感染拡大が懸念される。
	▲	観光型旅館（経営者）	・カニの高騰やGo Toキャンペーンの行方次第では、人手不足などの様々な要因で、需要を取り込めなくなる。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・11月の紅葉シーズンを過ぎると販売数、単価が伸び悩む。Go To Travelキャンペーンの再開を期待する一方、それまでの旅行控えが懸念される。
	▲	都市型ホテル（管理担当）	・Go To Travelキャンペーンの実施で閑散期の宿泊客が確保できれば、現状維持が可能となるが、新型コロナウイルスとインフルエンザの感染状況次第では、厳しくなると予想される。
	▲	通信会社（社員）	・新型コロナウイルス変異株の影響で、また緊急事態宣言が発出された場合を想定すると、今以上に客足が遠のき、販売も減少する。
	▲	美容室（店長）	・10～11月と新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いており、来客の増加が期待できるものの、新型コロナウイルス新変異株の発生で、先行きの見通しはやや厳しい。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・原油高によって、製造コストや物流コストが上がっている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第6波は必ず来るため、その影響が出てくると予想される。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・これまで市場をけん引してきた都心のタワーマンションの販売が、株価の下落によってブレーキが掛かる恐れがある。また、ファミリータイプのマンションについても、価格の高騰で売行きが鈍化すると予想される。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・政府の減税策が明確になるまでは、様子見という客が多い。今後は政府の対策次第で大きく変わる。
	▲	その他住宅 [情報誌]（編集者）	・新型コロナウイルス新変異株の感染状況次第で、景気は変化する可能性が高いものの、このまま新規感染者数の減少が続けば、年末年始に向けて旅行や飲食の動きが活発化し、住宅の購入検討者数は更に減少する可能性が高い。
	×	衣料品専門店（経営者）	・今後も悪くなる一方だと予想される。客が入らず、新作やヒット商品もないため、状況は悪くなっていく。
	×	家電量販店（企画担当）	・光熱費が値上がりし、家庭では固定費の割合が高くなっているため、財布のひもは固い。政府は更なる経済対策を講じる必要があると感じている。
	×	乗用車販売店（経営者）	・急激に悪化していると感じる。半導体が不足しているからではなく、プラスチックも手に入らないようだ。どこかで供給過多に逆転するとしても、需給の極端な変化は脅威であり、好材料は見当たらない。
	×	住関連専門店（店員）	・新型コロナウイルスの影響はまだまだ続いている。
	×	その他飲食 [ジャズバー]（店員）	・コロナ禍の影響で失業者が増え、消費が減っている。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先の動きが活発になっており、この流れは来年度も続く。
	◎	通信業（管理担当）	・コロナ禍の影響が緩和され、ボーナスの支給や年末商戦での飲み会も解禁となることで、消費が活発となる。
	○	木材木製品製造業（経営者）	・コロナ禍による人手不足やコンテナ輸送代金の高騰で、輸入商品の価格が上昇している。採算が合わなくなり、この時期に値上げせざるを得ない状態となった。仕入れの資金繰りや値上げ交渉で、この先は不透明な状況が続くが、先行きの需要動向には期待している。

○	窯業・土石製品製造業 (管理担当)	・11月の売上が増加傾向にあるなか、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少が続けば、更に年末年始の人流の増加が期待される。当社の売上も前年比で増加となるため、身の回りの景気はやや良くなると予想される。ただし12月に入って寒くなり、空気が乾燥してくると、感染が拡大する可能性は十分にあるため、予断を許さない状況である。また、円安や原油高の影響にも注視が必要と考えられる。
○	一般機械器具製造業 (経営者)	・今月も相変わらず、かなりの不況となっているが、小口の引き合いがみられる。まだ受注につながっていないが、僅かに市場が動いていると感じる。
○	輸送用機械器具製造業 (役員)	・引き合いの増加が、利益の増加につながっていない。価格の低下や競合の増加に加え、2024年度の納入が多いため、売上がなかなか入ってこない。
○	金融業 (営業担当)	・物価上昇による傾向はあるものの、景気は改善に向かう。
○	金融業 [投資運用業] (代表)	・新型コロナウイルスの感染収束と政府の経済施策の時期がうまく合えば、株価もバブル期に迫る最高値となることが期待される。ただし、中小零細企業は体力がないなか、コロナ禍のダメージで落ち込んだ業績をどの程度まで戻せるかは疑問である。政府の主導による、無利子融資などの積極的な支援を期待したい。
○	広告代理店 (営業担当)	・Web広告、紙広告共に、前年の売上を上回ってきている。
○	広告代理店 (営業担当)	・1月以降の引き合いは前年よりも増えている。
○	その他非製造業 [衣服卸] (経営者)	・チェーンストアの店頭は引き続き堅調な動きとなっている。一方、百貨店では2019年と比べて80%程度の売上が続いている。年末に向かって人も増えるため、徐々に良くなってくるとは予想されるが、コロナ禍次第であり、先行きは見通せない。
□	食料品製造業 (従業員)	・来年は初詣の人出に期待したいが、屋台などが出るのが決まっていないケースもあり、現状維持が予想される。
□	食料品製造業 (営業担当)	・新型コロナウイルス新変異株の感染が拡大し始めると、また以前の自粛生活に戻る可能性があるため、景気はそれほど変わらない。
□	繊維工業 (総務担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しなければ、良くなる状況も考えられるが、感染第6波が来れば悪化する。いずれにしても、新規感染者数の増減によって景気が左右される。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況次第であり、先行きは見通せない。
□	化学工業 (管理担当)	・取引先の予想では、現在の好調が続く。
□	プラスチック製品製造業 (経営者)	・新型コロナウイルス新変異株の発生、半導体不足、石油価格の上昇とマイナス要素は多く、それに対応して部品の調達を海外から国内に移した取引先もある。状況は楽観視できないが、悲観することもなく、現状維持と予想される。
□	金属製品製造業 (経営者)	・10～12月は調整局面のような感覚があり、電気自動車関連にも余り変化はない。
□	金属製品製造業 (開発担当)	・受注が伸びるかどうかが、分からない。
□	一般機械器具製造業 (設計担当)	・原油や鋼材などの価格高騰の影響を考えると、先行きには不安要素がある。
□	電気機械器具製造業 (経営者)	・先行きは見通せないが、変わらないことを期待している。
□	電気機械器具製造業 (宣伝担当)	・緊急事態宣言の解除明けの11月も、需要は上向きになっていない。
□	その他製造業 [履物] (団体職員)	・緊急事態宣言が解除され、新型コロナウイルスの新規感染者数も少なくなり、経済活動は通常に戻りつつある。ただし、消費者はまだまだ様子見のところが、メーカーはまだ先の見通せない状態が続いている。
□	建設業 (経営者)	・新型コロナウイルスの影響で、今後の設備投資の延期や凍結の動きが心配である。さらに、建設資材の高騰や不安定な納期のなかで、価格競争の激化も予想される。
□	建設業 (経営者)	・これまでであれば、年末から年度末にかけて売上が増えていたが、今年は余り変わらない。

	□	輸送業（商品管理担当）	・例年11～1月は売上がそれほど良くない。今年は新型コロナウイルスの影響もあり、大きな変化はない。
	□	輸送業（営業担当）	・海外の新型コロナウイルスの感染状況をみていると、今後は日本でも感染の拡大が予想される。
	□	経営コンサルタント	・取引先は新型コロナウイルスの影響を大きく受けており、感染状況が改善されない限り、変わりようがない。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・なかなか大きく変わる要素がない。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・国内では新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあるが、韓国や欧米諸国では相変わらず増え続けている。さらに、ブレイクスルー感染も報告されていることから、予断が許されない状況であり、自主的な行動制限が続くと予想される。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・2～3か月後に良くなるような状況ではない。
	□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・製品の生産の遅れや、それに伴う納期遅れの影響が大きい。
	▲	繊維工業（団体職員）	・原材料高が続いているほか、例年、年明けは閑散期となる。
	▲	繊維工業（総務担当）	・呉服の割賦販売で悪いニュースが流れており、消費者の反応が心配である。
	▲	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・新型コロナウイルス新変異株の影響で、これまで回復してきた受注量が、再び減少することを危惧している。
	▲	化学工業（経営者）	・現在は、あらゆる原材料や製品の価格が高騰している。客には価格転嫁を依頼しているが、製品によっては顧客との交渉が決着する前に更なる値上げもあるなど、収益の悪化を招きかねない話が出てきた。客によってはカタログ価格が決まっており、簡単に価格転嫁ができないケースもあるため、先行きは非常に不透明である。
	▲	化学工業（企画担当）	・食品原料の相場の高騰に加え、設備投資に必要な電子部品の不足や、ガソリン価格の高騰に伴う物流コストの上昇が続くと予想される。
	▲	金属製品製造業（営業担当）	・自動車メーカーの部品不足が解消し始めたとは聞いているが、実際には不透明感が拭えない。また、鋼材価格や外注加工費の値上がりに対し、販売価格には転嫁できないため、今後は採算の悪化が予想される。
	▲	建設業（経営者）	・個人向けの住宅については、住宅ローン減税や省エネ住宅向けの補助金などが決まるまでは、様子見が続くことになり、契約の延期が懸念される。
	▲	不動産業（営業担当）	・新型コロナウイルス新変異株の発生で、株価が暴落している。今後は欧州や世界全体に感染が広がることも懸念され、将来の見通しは弱含みとなっている。
	▲	経営コンサルタント	・国や自治体の支援がなくなるにつれて、閉店する店が増えると予想される。
	▲	司法書士	・新型コロナウイルス新規感染者数の減少が続いており、この状態が継続すればよいと考えていた矢先に、新型コロナウイルス新変異株のニュースが出てきた。確かなことは分からないが、各国の動きを見ていると、厳しい状態になることが予想される。
	×	電気機械器具製造業（営業担当）	・材料が入ってこなければ、どうしようもない。
	×	輸送業（営業担当）	・生産を中断する工場が増えており、製造業関連の荷物が減っている。
	×	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と、今後の経済の展望がみえない。
雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社（支店長）	・年度末に向けて求人数は回復するが、その分だけ人材の確保に苦労すると予想される。
	○	人材派遣会社（役員）	・新型コロナウイルスの感染状況次第であるが、このところの落ち着きを踏まえると、景気の回復を大いに期待したい。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・このまま新型コロナウイルスの感染が落ち着けば、求人数が増加してくる。ただし、新型コロナウイルス新変異株の感染状況が気になるところである。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・国内では新型コロナウイルスの感染が抑えられていることもあり、この状態が続けば、観光業の復活や、年末に向けた個人消費の増加が期待できる。

○	人材派遣会社（営業担当）	・求人件数は、コロナ禍以前の水準に近づきつつある。
○	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が急増している欧米や韓国に対し、日本では激減している。コロナ禍以前の状況に戻りつつあるため、景気は上向くと予想される。一方、感染第6波の到来による経済活動の制限や、原油価格の高騰、急激な円安の進行による商品価格の上昇で、景気の足が引っ張られる可能性もあり、本格的な景気上昇は見通しにくい。
○	職業安定所（職員）	・周辺企業の声では、新型コロナウイルスの感染第6波への懸念もあるが、このまま大きな波が来なければ、少しずつ景気は回復する。
○	民間職業紹介機関（営業担当）	・今後2～3か月は、来年度の新卒採用に向けた広報が最も活発化する時期となる。新型コロナウイルスの新規感染者数が減っているうちに、採用企業が動き始めると予測される。学生への調査でも、年内には業界研究を終えて志望企業を絞りたいという声が多く、年内の採用広報活動は活発化する見込みである。
○	学校〔大学〕（就職担当）	・医療機関の人手不足は続いており、採用意欲は前年よりも高そうである。実際に採用の内定数も約2割増えている。
□	人材派遣会社（経営者）	・年末、年度末を迎えて景気はかなり強く、派遣業界は繁忙期に入ってきている。この景気の強さは年度末までは続くと言われるが、基本的には新型コロナウイルスの感染第6波次第である。
□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・良くも悪くも新型コロナウイルスの感染状況次第となる。海外ではブレイクスルー感染が広がっているなか、日本も例にもれず新規感染者が増えるようであれば、景気は悪くなる。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・コロナ禍が収束しても、関西企業の業績が急速に改善するとは思えない。
□	職業安定所（職員）	・10月の新規求人数は増えているが、新規求職登録数も増加傾向にあるため、景気が回復するまでには至っていない。
□	職業安定所（職員）	・求人に関しては、卸売・小売、宿泊・飲食の持ち直しが進むかが注目される。一方、求職者に関しては、先行きが不透明で進路に悩む人が多く、求職期間が長期化する傾向がみられる。それに伴い、有効求人倍率の推移については、まだ見通せない状況である。
□	職業安定所（職員）	・半導体や部品不足による製造業への影響が続いている。新型コロナウイルス新変異株も確認されたため、景気の停滞が懸念される。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	・求人数、求職者数の増減が余りみられないため、景気は変わらないと予想される。
▲	アウトソーシング企業（管理担当）	・通常の仕事が減少しており、今後も戻りそうにない。
▲	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染第6波の懸念が、新型コロナウイルス新変異株の発生で顕在化してきた。これから寒くなるなか、人流が増える時期とも重なって感染の拡大が進めば、経済活動にも影響が出てくる。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・コロナ禍は現在落ち着いているが、半導体の不足などで、経済はまだコロナ禍以前の状態に戻っていない。
×	アウトソーシング企業（社員）	・新たな人員が確保できないほか、現在の業務が委託に切り替わるため、雇止めが出る見込みである。
×	民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルス新変異株の感染が海外で急拡大しているため、日本にも影響が広がり、感染第6波につながる可能性がある。