

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（企画担当）	販売量の動き	・3か月前の9月は、上旬から中旬にかけて新型コロナウイルス変異株の影響が一番大きく、売上や入店客数が大きく減少していた。今は9月と比べると大きく改善しており、特に土日が好調となっている。
	◎	百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・12月に入り、11月末よりも来客数の多い状況が続き、都心店舗では前年比で30～40%の増加となった。この動きを受けて、ボーナス商戦やクリスマス商戦の売上は大きく伸びた。今年は日巡りの関係もあり、25日と19日の日曜日に売上のピークを迎えた。ギフト商戦では、ラグジュアリー関連を中心に高額商材の販売が大きく伸び、来客数と同じく30%以上の伸び率となり、客単価も上昇する形となった。年末用の食品も動きが良く、2けた成長を記録するなど、店頭では新型コロナウイルスの影響が感じられない月となっている。
	◎	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・12月商戦はお歳暮やプレクリアランス、クリスマスなどにより、来客数はコロナ禍前の水準にまで回復している。
	◎	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大が一段落するなか、クリスマス商戦などでは、リベンジ消費が富裕層を中心に好調となっている。特選雑貨、服飾関連が前年比で約30%増え、美術品や宝飾、高級バッグも2けたの増加となり、それに連動してレストランも好調となった。さらに、クリスマスケーキは40%の増加で、おせちも数%の増加と、久々の帰省に向けた総菜食材の販売も好調に推移している。
	◎	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・12月に入り、前月と比べて人も増えてきたが、まだテレワークが減少していない。一方、プリペイドカードなどのPOSAカードの販売は増えている。
	◎	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・年末商戦が無事に動いてくれて安心している。
	◎	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・半導体不足による商品供給の問題はあるものの、給湯器が品薄との認識から、買換えを急ぐ動きが見られ、省エネ型給湯器の販売量が大幅に増えている。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・12月に入り、客の動きは大きく変化しているが、来客数は2年前と変わらないくらいに回復している。月末になるにつれて、新型コロナウイルス新変異株の新規感染者数が増え、慎重になる客も増えてきたが、感染症対策が浸透している影響で、大きくマナー違反をする客も余りおらず、トラブルはほとんどない。
	◎	都市型ホテル（フロント）	来客数の動き	・各自自治体による施策の影響で、全国的に稼働率が飛躍的に上がっている。ただし当社に限っては、大阪の中心地から外れた立地であるため、低稼働の日も多い。
	◎	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が少し落ち着き、府民割や秋の観光シーズンとも重なり、予約の回復が進んだ。週末の旅行需要にも回復がみられ、客室は高稼働で推移した。旅行代理店からの予約数も回復しつつある。
	◎	タクシー運転手	お客様の様子	・観光客がかなり増加している。
	◎	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は1万3461円で、3か月前の1万1259円よりも上昇している。
	◎	美容室（店員）	お客様の様子	・洋服など、いろいろな分野での購買意欲が感じられる。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・12月に入り、日々の人出は多くなっている。それでもなかなか売上の増加にはつながらない。
○	一般小売店 [珈琲]（経営者）	販売量の動き	・カフェなどの飲食店への卸売額が増えている。	

○	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・今月は久しぶりに来客数が増えたほか、腕時計にも少し動きが見られ、ほっとしている。ただし自分用の購入であり、国産の有名メーカーの商品ではあるが、単価の低い物が求められている。時計は必要な物として購入されているが、それ以上の存在ではないと感じている。
○	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言の解除で、今まで自粛していた消費が少し戻り、商談も増えている。ただし、新型コロナウイルス新変異株の発生もあり、今後は難しい。
○	一般小売店〔花〕（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍が少し落ち着き、取引先も通常の営業を始めたため、販売量が増加している。
○	一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・12月に入って気温が下がったことにより、重衣料やセーターの動きが好調である。セーター類に至っては、販売が前年の1.3倍に増え、特にカシミアなどの高額品がよく動いた。さらに、12月からは市独自の商品券の利用が始まり、客が活気付いている。
○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売上をみると、3か月前よりも30%増加している。
○	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・前年と違い、飲食店などでのクリスマスケーキの注文が復活し、少し動きが出てきた。ただし、年末に向けての大口の忘年会は少なく、完全には戻りきっていない。
○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が少し落ち着き、年末商戦もまずまずの売上で、ほっとしている。
○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月の売上は前年を上回るものの、目標は下回る見込みである。不要不急の商品の購入を控えるという客の傾向は変わらず、バーゲン是好調で定価商品は不調なため、購買単価は低下気味となっている。緊急事態宣言の解除後はリベンジ消費に期待されたが、現状はその恩恵がみられない。
○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・2年前の12月並みの来客数となっている。
○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・郊外店である当店の来客数は、12月は28日までで前年並みとなっているが、都心店の入店が急速に回復し、中核店舗の来客数は前年比で25.3%増えた。また、衣料品関連の売上も前年を大きく上回っており、本格的な回復が期待できる。
○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・11月下旬から、来客数、売上共に回復傾向にある。ただし、コロナ禍前の9割には届いていない。
○	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も緊急事態宣言の解除効果により、来客数、売上共に、前年比で約10%の増加となっている。また自宅用の需要で、クリスマスケーキやおせちを中心に、食品が好調に推移している。一方、クリスマスプレゼントも婦人用の身の回り品を中心に好調となっている。
○	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・12月も新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いており、来客数、街の人出共に増えている。マスクや消毒などの基本的な感染症対策は続いているが、外出や飲食に対する自粛ムードは明らかに薄れている。不要な物や安いだけの物は動かないが、年末であるほか、長引いた自粛疲れを癒す意味合いもあり、良い商品が動く傾向にある。気温の低下も後押しし、重衣料を始めとする防寒商材も活発に動いている。
○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・クリスマスを迎え、ギフト需要の盛り上がり来客数の推移からも感じられる。
○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・百貨店の来客数は、9月の前年比がマイナス4.7%、10月がプラス2.2%、11月がプラス1.1%、12月がプラス2.5%と、3か月前よりも増加傾向にある。また、60～70歳の客の増加により、婦人服部門が復調し始めている。

○	百貨店（商品担当）	来客数の動き	・12月中旬以降、都市部で新型コロナウイルスの新規感染者数が増えつつあるなか、来客数の伸びが鈍くなり、売上の増加も頭打ちとなっている。また、海外からの新型コロナウイルス新変異株の流入による感染拡大で、より一層警戒感が高まっている。年末年始の買物も、おせちのようにオンライン注文ができるものは来店せずに済ませ、店舗での購入は、自宅に近い中小規模の郊外店を利用する傾向がみられる。
○	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・クリスマス商戦は、ラグジュアリーブランドや高級時計の販売が好調に推移している。衣料品も値下げを先行して実施し、前年の実績をクリアしている。
○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・コロナ禍や消費税増税の影響がない2018年比でみると、今月は3か月前よりも来客数が増加傾向にある。また、売上についても回復傾向にある。
○	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・来客数は前年比で増加傾向にある。感染症対策をしっかりとっている場所であれば、外出先での新型コロナウイルスの感染リスクは少ないという認知が高まっている。
○	百貨店（店長）	来客数の動き	・前年とは異なって帰省する人が増え、その準備の買物が間違いなく増えている。一方、特選品を除くアパレル商品の動きは悪いままであるほか、ぜいたく品以外の不要な買物が、コロナ禍で減ったまま戻らない。
○	百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・前年が緊急事態宣言の発出前であったこともあるが、来客数が前年比で35.4%増加とにぎわいが戻りつつある。客の購買意欲も高く、12月のラグジュアリーブランドの販売は好調に推移している。
○	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況の落ち着きや、ボーナスの支給、子育て世代への給付金の給付見込みなど、消費意欲をかき立てる要素が多くみられる。さらに、月中旬から気温も大きく下がり始め、アウターやジャケット、セーターなどの単価の高い冬物商材の動きが目立っている。
○	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・12月に入ってクリスマスや年賀などのギフト需要が急激に伸びている。また、これまでの売れ筋商材はふだん使用の実用的でシンプルな物が多かったが、トレンド感のある物や、パーティー用のバッグが動き出すなど、ハレの日の消費に積極的な様子が見られる。
○	スーパー（店長）	お客様の様子	・コロナ禍で使っていなかったお金が動き出していると感じる。
○	スーパー（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染も落ち着いているなか、客の様子を見ていると、買物の仕方が戻りつつある。感染症対策を取りつつ、コロナ禍前に売れていた商品の販売が戻っている。
○	スーパー（店員）	お客様の様子	・タイムセールを毎日実施したことで来客数が増えたり、新年に向けての買い出しで多くの客の来店がみられる。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・企業への出勤人数が少し戻ったものの、在宅勤務の定着化により、コロナ禍以前の水準には届いていない。
○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・人の動きは活発化しており、飲食店での外食や百貨店での購買のほか、旅行などの外出も目立つ。
○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・夜の時間帯の来客数が少し増えている。
○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・コロナ禍の影響が小さくなっている。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・周辺の活気も戻りつつあり、来客数も増加している。特に、旅行での団体客が目立つようになってきた。また、以前は皆無であった外国人の客も増えている。
○	コンビニ（店員）	お客様の様子	・12月半ばから、公共料金の支払に来店したついでに買物をする客が多く、レジ横の商品などの販売も増えている。
○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・一時的に新型コロナウイルスの感染が収まっているので、消費が戻っている。

○	乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・半導体不足の影響で、販売する車の在庫がないが、客の購買は上向いている。商品がそろえば、販売も増加すると予想される。
○	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・インターネット経由の問合せや購入が増えており、販売量が増加している。
○	住関連専門店 (店長)	来客数の動き	・店頭の来店は減ったままであるが、少しずつ通販の受注が回復している。
○	その他専門店 [医薬品] (管理担当)	販売量の動き	・来客数の大幅な増加はみられないが、買上点数、客単価ともに改善傾向にある。今後、人出の増加とともに、来客数の増加が期待できる。
○	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少や、巣籠り需要の反動に加え、原油相場も一時期よりも下がっていることから、週末を中心に販売量は前年比で増加している。
○	その他小売 [インターネット通販] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス新変異株の感染は広がりつつあるが、感染症対策も落ち着き、年末年始は人出も多い。消費に活気が出ている。
○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・12月に入り、あつという間に連日満席となっている。
○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・忘年会シーズンに入ったが、前年よりも少人数での会食が増えている。
○	観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・12月の販売量は、前年とほぼ同じである。2年前の12月と比べると、75%まで回復している。
○	観光型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・コロナ禍の収束傾向と、府の観光振興策による効果が出ている。
○	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・旅行などに関する府民割の動きが良く、今月末までは客が多くなっている。
○	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・レストランの利用者数が、紅葉シーズンの後も減ることなく、安定している。
○	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・徐々に来客数が増えているが、新型コロナウイルス新変異株の感染者が発生したことで、今後の動向が気掛かりである。
○	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊やレストランの利用は増えているが、飲酒を伴う夕食や、企業の宴会需要は伸び悩んでいる。
○	都市型ホテル (販売促進担当)	来客数の動き	・例年12月は宿泊稼働率が上向くが、今年は新型コロナウイルスの影響を差し引いても宿泊客が増えており、前月よりも10ポイント高い69%にまで伸びた。出張や観光客の増加に加え、府の観光振興策の影響で、府内在住の客による利用も多かった。レストランでも、クリスマスディナーが早くから予約で満席になるなど、久しぶりににぎわっている。
○	旅行代理店 (役員)	販売量の動き	・兵庫県での県民割の実施により、県内旅行の需要が拡大している。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・年末を迎えて、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、影響も落ち着き出したため、安心感が広がって人の動きが活発になっている。一方、新型コロナウイルス新変異株の報道に一喜一憂しており、夜間の出歩きや会食などの動きに顕著に反映している。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・以前と比べて、街角などで人の動きが増える傾向がみられる。繁華街や街中でも、手を挙げてタクシーに乗る客が増加した。それに伴い、無線や配車アプリの利用も増えている。
○	通信会社 (経営者)	お客様の様子	・行動の制限が解除されたことで、客の動きが拡大している。
○	観光名所 (企画担当)	来客数の動き	・12月になり、遠足などの団体客の来場があるなど、徐々に来客数が増えている。
○	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	販売量の動き	・退会者数、休会者数の悪化が止まってきたと感じる。
□	一般小売店 [衣服] (経営者)	販売量の動き	・冬物衣料の動きは少しみられるが、よく動いているとはいえない。
□	一般小売店 [呉服] (店員)	お客様の様子	・少し良くなっていたが、新型コロナウイルス新変異株が発生したため、また来客数が減少しつつある。

<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・主力の婦人服、紳士服の売上が前年を上回り、好調に推移している。今までは、富裕層の高額品のみが売れていたが、中間層にも売上の回復傾向がみられる。しかし、2年前の新型コロナウイルス発生前の水準には遠く及ばない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少するとともに、外食が増えたため、買上点数が落ちている。ただし、クリスマスや年末年始といったハレの日に外出する動きはまだまだ少ないのか、売上が大きく伸び、通常の日の落ち込みをカバーしている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・例年12月に増える肌着関連の販売数量に、今年は変化がない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	単価の動き	・野菜の価格が継続的に安かったため、客単価も低く、余り変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・前年は新型コロナウイルス関連の特需で大きく伸びたが、その後、ドラッグストアや競合店のオープンが続いた。売上は前年を上回っているが、価格競争や人件費などのコストの増加により、利益は大きく減少している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・コロナ禍以降のまとめ買いの反動により、徐々に売上が落ちていたが、現状は踊り場状態であり、ウィズコロナの状況になりつつあると感じる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	お客様の様子	・前月からコロナ禍が落ち着いたこともあり、客の来店も堅調に推移している。特に、クリスマスケーキやおせちの予約といったイベントの実績は、前年と比べて大きく伸びている。その一方、ふだんの客の買物には節約志向が感じられる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	単価の動き	・たばこやドリンク類など、目当ての商品だけを買っていく常連客が多いため、客単価は伸びていない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・年末になってようやく客が戻ってきたが、財布のひもは固く、必要な物しか購入しない。安いからといって、プラス1点の購入はない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べると、来客数、売上共にほぼ横ばいの状況である。前年、2年前と比べても良くない。特に、今月22日に新型コロナウイルス新変異株の市中感染が報道されてからは、客の動きも少し止まっている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	来客数の動き	・家電の販売状況は商品ごとに異なり、良い物と悪い物に分かれるが、全体的には余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・巣籠り需要の増加で、前年は調理家電やパソコン、Webカメラなどが非常によく売れた。ただし、今年はその勢いが止まり、来客数が前年割れとなっている。
<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影響や、ガソリンなどの様々な物価の上昇により、客の心理がネガティブになっている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店【ドラッグストア】（店員）	販売量の動き	・他社のキャンペーンによる影響で、12月の前半は売上が落ち込んだ。依然としてぜいたく品や単価の高い化粧品は余り動いていない。動いているのは、飽くまで生活必需品であり、価格が上がると売上は落ち込む。
<input type="checkbox"/>	その他専門店【宝飾品】（販売担当）	販売量の動き	・通常時よりも、催事などでの受注分が売上を補う形となっているが、毎月は期待できない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店【スポーツ用品】（経理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス新変異株による影響については、3回目のワクチン接種や、経口薬の効果次第で、経済の回復ペースが左右される。
<input type="checkbox"/>	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	・特に注文が殺到するような商品もなく、売上には変化がない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・売上の前年比をみると、前年の反動で前月よりも改善しているが、前々年比でみると、10月以降はほぼ横ばいで推移しており、元には戻り切っていない。

□	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	販売量の動き	・コロナ禍が収まったように感じたが、新型コロナウイルス新変異株の感染が不気味に広がり、経済活動の邪魔をしている。
□	旅行代理店 (店長)	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除後、来客数、販売共に徐々に回復していたが、新型コロナウイルス新変異株の発生が騒がれるようになり、来客数が減少している。
□	旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置などが解除され、もっと人流が増えると期待していたが、新型コロナウイルス新変異株などの発生により、客が外出をちゅうちょしている。また、Go Toキャンペーンが来年に再開するとの予想もあり、そのときまで待つ動きも見られる。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・繁忙期に入り、日中の人の流れや営業収入は、コロナ禍前の7～8割程度で推移している。
□	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除を受けて、来客数に回復の動きがみられたものの、新型コロナウイルス新変異株の感染拡大により、出控えにつながることを危惧している。
□	その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	お客様の様子	・来客数は回復基調が続いているが、食品以外の動きは鈍い。また、客の滞留時間も短い。
□	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	・冬季の閑散期となり、判断しにくい部分はあるが、出足が悪いとまではいえない。
□	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・余り良くない状態が続いていると感じる。
□	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)	お客様の様子	・不動産取引価格については横ばいで、前月から変化はみられない。
□	その他住宅 [展示場] (従業員)	販売量の動き	・住宅展示場のアンケート数は前年よりも減っているが、各出展企業の契約数は、前年よりも増える傾向が続いている。
□	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス新変異株の影響によるキャンセルは、まだ始まっていない。ただし、ここへきてメーカーによる部品製造の遅延が相次いでおり、業務がスムーズに流れていかない。
□	その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・新築マンション価格の上昇により、一部の物件では販売の減速もみられるものの、市場全体ではほぼ横ばいの推移となっている。新築一戸建て住宅の価格も上昇基調にあるため、実需への悪影響が懸念される。
▲	スーパー (店長)	お客様の様子	・高額商品が例年よりも売れなくなっている。
▲	スーパー (企画担当)	来客数の動き	・日用品の売上が低迷してきている。新型コロナウイルスの影響が小さくなり、買い回りの動きがみられる。
▲	スーパー (経理担当)	販売量の動き	・目安となる既存店売上は前年を下回っている。2年前と比べて、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、外食や旅行などの動きが増えたと考えられる。
▲	コンビニ (店員)	お客様の様子	・寒くなるにつれて、新型コロナウイルスの新規感染者数も増えつつあり、客足が伸びない。
▲	家電量販店 (店員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス新変異株の感染が拡大し、客の感染に対する意識が高まった影響か、来客数が前年比で80%と低調な推移となっている。ボーナス支給があり、上向きとなる予測であったが、来客数は前年を下回っている。

	▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・いわゆる最寄り品の購入も控えていることが顕著である。量販店でわざわざ買わなくても、消耗品はコンビニでも入手できるため、購入先の分散化が更に進んだように感じる。また買い回り品は、高額品が単価の上昇をけん引しているが、やはり全体的には買い控えが多く、多少の不具合であれば買換えない状況に変化はない。
	▲	家電量販店（営業担当）	それ以外	・当社の取扱商品に対し、半導体不足の影響がかなり出ており、納期のめどが立たない状態となっている。
	▲	乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・来客数が減少傾向にある。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・今月で旅行の県民割が終了する。1月の予約は非常に悪く、前年比で30%のダウン、前々年比で60%のダウンとなっている。
	▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・コロナ禍による巣籠り需要が落ち着き出した一方、まだまだ地域経済の回復は遅いため、サービスの加入は大きく減少している。
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・コロナ禍で一時的にデジタルトランスフォーメーション需要が増え、受注の増加がみられた前年と比べて、年末の受注は減少している。新型コロナウイルス新変異株の影響もあるが、長引くコロナ禍の影響で、マーケティング費用を抑える企業が増えたと感じる。
	▲	観光名所（経理担当）	来客数の動き	・9月は延期になっていた修学旅行の実施が集中したため、例年以上の来客となった。9月と比べると、今月はやや悪くなっているが、2年前の12月と比較するとほぼ同じような水準である。
	▲	美容室（店長）	来客数の動き	・当店は高齢の客が多く、緊急事態宣言の解除後も客の戻りが非常に遅い。また、新型コロナウイルス新変異株の感染拡大で今後が心配である。
	▲	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍は落ち着きを取り戻したが、対面によるビジネスはいまだにコロナ禍前の状態には戻らず、中小零細企業は新規案件の獲得に苦慮している。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・11～12月は客が買物に出てこなかったため、販売が難しかった。会合や同窓会などで、外に出る環境になってほしい。
	×	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されても、来客数が改善しない。リベンジ消費という言葉があるが、家電業界には当てはまらず、非常に厳しい状況にある。やはり巣籠り需要の反動減から脱するには、時間が掛かりそうである。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	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	・3か月前といえば緊急事態宣言の真っただ中で、観光客の往来もなく、飲食店の時短営業による影響もあった。一方、今月は様々な規制が解除されたこともあり、ターミナル駅を中心に利用客が増えている。
	○	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いており、飲食店への客足が増えた結果、飲料水の売上も徐々に増えている。
	○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍が始まってから約2年が経過し、ワクチン接種などが進んだが、新型コロナウイルス新変異株も発生し、なかなか感染が収まらない。その一方、人流は増えるなど経済を回そうという動きもあり、受注量はますますとなっている。予断を許さないが、経口薬も承認されつつあるため、今後も大きな落ち込みはないと予想される。
	○	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米向けの販売が好調である。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・1案件当たりの受注額が上がっている。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体、Web媒体共に、広告の売上は前年を上回っている。
	○	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・困難な状況のなか、取引先と生き残りを掛けた戦略を進めている。人材育成と販売戦略という2つの柱を立て、来年の春先までをめぐりに販売促進を行う。

□	食品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・年末としては、ここ数年よりも荷動きが悪い。どちらかといえば、当社の商品は生活必需品であり、景気に大きく左右されることはなかったが、ここへきてコロナ禍による生活の困窮の影響が出ている。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・月末が近づくにつれて受注量は減少したが、計画どおりの動きである。
□	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	・受注量の減少はやや収まってきたように感じるが、増加傾向にはなっていない。
□	プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・期末に向けての生産が徐々に始まっている。販売量や受注量をみると、変化はほとんどない。
□	一般機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・ここ2年は絶不調で、売上が大幅に減っている。今もその状況は変わっていない。
□	一般機械器具製造業(設計担当)	取引先の様子	・受注、売上については、安定してきたと感じる。
□	電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・今年は年間で売上が35%増えたが、仕入れの納期が長くなるなど、マイナスの動きも増えている。しばらくは様子見が必要だと判断している。
□	電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・洗濯機や冷蔵庫など、比較的好調な動きが見られる商品もあるが、前年に大きく伸びた空気清浄機の販売は前年を大きく割り込み、テレビなどの販売も伸び悩んでいる。
□	電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・仕事に使う材料が、コロナ禍の影響で入ってこない。
□	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・建設資材の高騰や納期の不安定化により、取引先の予算や工期に合わず、苦慮している。
□	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・こう着状態にあった案件が、年末にかけて少し動いた感はあるが、受注量としては変わらず、例年よりも低調となっている。
□	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・送料を無料にしてから、売れるようになっている。
□	金融業(営業担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が、景気を左右している。
□	金融業(副支店長)	取引先の様子	・客との会話によると、受注状況は3か月前と変わらない。
□	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が収束していないほか、政府の補助は十分ではなく、スピード感もない。商売をしている人は非常に不安を感じており、その不安が積極的な活動をさまたげている。
□	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・コロナ禍からの回復の兆しが出始めていたが、新型コロナウイルス新変異株の発生で、近々の広告出稿を見合わせる動きが出ている。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先である広域型の商店街では、一時期よりも人通りは増えているが、買物客が増えていない。
□	その他非製造業[商社](営業担当)	受注量や販売量の動き	・製品の生産が遅れており、納期遅延の状況が続いている。
▲	繊維工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・催事は開催されているが、来客数や客単価の悪化に加え、コストが割高になっている。取引額は前年比で30%減少となっている。
▲	金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・半導体不足や海外からの部品の入荷遅延などで、自動車業界では工場の稼働率が低下している。全体的な荷動きが悪く、受注が大幅に減少している。
▲	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・企業関係の設備投資が少ない。
▲	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、アパレルなどの店舗の撤退が続いている。一方で新たな出店は少ないため、空室率の上昇と賃料の低下が進み、景気が悪くなっている。

	▲	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	・日々の受注量が減少している。	
	×	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影響は依然として大きい。	
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—	
	○	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・前月に一旦落ち込んだ求人数が、12月に入って回復傾向にある。	
	○	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・前々年比で9割程度まで、求人件数が戻っている。	
	○	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・求人数が急増している。	
	○	人材派遣会社 (管理担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、社会全体が落ち着きを取り戻してきたことで、求人数も徐々に増えつつある。	
	○	人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・街中の人出は明らかに増加しており、活気が戻っている。	
	○	新聞社 [求人広 告] (管理担 当)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の激減による客の増加で、飲食や観光、宿泊業の需要が戻り、求人数は回復している。消費者もウィズコロナのライフスタイルに慣れて、活発に活動しており、現時点では景気は上向いていると感じている。	
	○	新聞社 [求人広 告] (営業担 当)	それ以外	・緊急事態宣言が解除されて1か月以上が経過し、外食の制限なども解除され、3か月前の状況からは考えられないほど人の流れが戻ってきたように感じる。年末は帰省ラッシュやセール品の購入など、コロナ禍前に戻ったような雰囲気になり、消費も増えている。	
	○	職業安定所 (職 員)	周辺企業の様子	・企業からの意見を聞くと、新型コロナウイルスによる売上の落ち込み分が上向き気味になっているだけで、コロナ禍前の水準には戻っていない。	
	○	職業安定所 (職 員)	求人数の動き	・前年と比べて、新規求人数は少しずつ増えている。	
	○	民間職業紹介機 関 (営業担当)	求人数の動き	・12月となり、来年度の採用に向けた企業の動きが活発化している。求人票の大学への送付も始まっており、大学のキャリアセンター側の話を見ると、前年よりも早い時期から送付されるケースが増えている。求人票総数の増減は現時点では比較できないが、早期の送付が始まっていることから、最終的な求人数も増えると予想される。	
	○	民間職業紹介機 関 (営業担当)	求人数の動き	・コロナ禍による特需は、一旦落ち着いていたが、再び復活している。	
		□	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・コロナ禍が少し落ち着き、経済活動が活発になっている。大型の補正予算が決まり、ますます景気が年度末に向けて良くなっていく。派遣業界も前月に続いて忙しく、仕事の注文は黙っていても入ってくるため、人材をいかに確保するかが課題である。コロナ禍前にように、マッチングに苦労する状況になりつつある。
		□	新聞社 [求人広 告] (担当者)	それ以外	・コロナ禍が落ち着き、少しずつ関西の地元企業による新聞広告や、デジタル広告の出稿が増えてきたが、前月と大きくは変わらず、増加傾向とはいえない。
	□	職業安定所 (職 員)	求職者数の動き	・大阪の11月の新規求人数は、前年比で5か月連続の増加となり、特にこれまで動きの弱かった卸売・小売や宿泊・飲食で、3か月ぶりの増加となった。一方、新規求職者も大幅に増加し、特に在職者や自己都合離職者の増加が目立っている。徐々に積極的な求職の動きが出てきたとみられるが、依然として応募件数は低調であり、実際の転職に関しては慎重さがうかがえる。	
	□	学校 [大学] (就職担当)	採用者数の動き	・コロナ禍が続くなかでの採用戦線であり、対面型の採用は少なかったが、医療機関の採用意欲は衰えず、現在も求人依頼が続いている。ただし、学生たちの医療現場でのトレーニングができていない点が心配である。	

	□	学校 [大学] (就職担当)	求職者数の動き	・原材料費が上がっているなど、インフレ傾向にあるが、依然として所得が上がらないため、景気が良くなっているとは言い難い。一方、一部の業界を除けば、新型コロナウイルスの影響は限定的となっている。
	▲	アウトソーシング企業 (社員)	採用者数の動き	・人手不足であるが、人手の確保ができないどころか、雇止めの話が出ている。
	×	—	—	—