

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（外商担当）	単価の動き	・ 絵画や高級輸入時計、特選ブランドなどは、相次ぐ値上げにもかかわらず好調である。
	○	一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・ 今月は時計、バンド共に動きが見られ、売上は良かった。当店の商品ではなく取り寄せが多かったため、粗利はそれほど良くなかったが、近隣の大型商業施設ではなく当店を選んでくれたことが有難い。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・ 企業活動の活発化や行楽などで人流が増えている。衣料や雑貨といった季節のファッション商材が中間層を中心に好調となり、売上が前年比で約20%増えているほか、富裕層による美術品や特選雑貨の購入も好調が続いている。また、暑さのせいで自炊が敬遠され、レストランや惣菜、ベーカリーの売上も良い。唯一、生鮮3品の販売が苦戦している。
	○	百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・ 7月に入り、新型コロナウイルスの新規感染者数が急増したが、客の購買意欲や来客数にはそれほど影響がないと感じる。高単品の動きも相変わらず順調である。
	○	百貨店（服飾品担当）	単価の動き	・ 7月に入り、例年はセールが中心の時期であるが、コロナ禍で変化が生じている。安くなったから買うという動きが徐々に減り、良い物であれば定価でも買い、セールにならない商品が欲しいという行動が顕著になっている。その結果、ラグジュアリー関連のバッグや宝飾品、時計などの購買意欲は高く、円安による値上げもあって、単価アップにつながっている。いずれの商品も2019年の実績を超えており、国内客の消費がインバウンドの実績を上回って好調となっている。さらに、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えるなかでも、以前ほど客足に影響は出しておらず、今後にも期待が持てる。
	○	スーパー（経営者）	お客様の様子	・ 新型コロナウイルスの感染第7波により、家庭での内食や家飲み傾向が復活してきた。結果として、直近は軟調であった酒類やおつまみなどの売上が急回復している。また、猛暑も追い風となり、飲料やアイスクリームなどの売上も急伸している。
	○	スーパー（店員）	単価の動き	・ 目標には届かなかったものの、ここ数か月はマイナスであった、売上の前年比はプラスとなっている。
	○	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・ 新型コロナウイルスの感染第7波により、家庭での内食需要が増加している。原料や製品のコスト上昇に伴う価格転嫁を最小限に抑え、薄利でも競合店に負けない価格設定を行った。その結果、販売数が伸び、売上、利益を最大限に獲得できている。
	○	コンビニ（店員）	お客様の様子	・ 休日などは、レジャーに出掛ける前に来店する客が増えたほか、新型コロナウイルスに感染したときの準備か、カップ麺や冷凍食品などの大量購入も多い。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	来客数の動き	・ 新型コロナウイルスの感染第7波の発生で外出やレジャーが減る一方、当店で買物が増えている。病院で受診できない人が薬を買いに来ており、1人当たりの客単価も上がっている。
	○	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・ 若干であるが、買上点数、客単価共に上向きつつある。健康食品や化粧品の販売は堅調で、来客数も微増となっている。
	○	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の新規感染者数の増加に伴い、マスクのほか、しばらく注文のなかったパルスオキシメーターの注文が増えている。
	○	一般レストラン（経理担当）	来客数の動き	・ 季節要因による影響も大きい。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ 少し良くなってきているが、新型コロナウイルスの新規感染者数が日々増えており、自分自身が感染したり、濃厚接触者になるなど、キャンセルが相次いでいる。先週からかなり影響が目立ってきている。

○	観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・夏休みに入り、海水浴に来る客が増えているが、新型コロナウイルスの感染拡大の影響でキャンセルが出ている。感染が収束しなければ、更なるキャンセルの増加が懸念される。
○	都市型ホテル（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているが、行動が制限されていないため、キャンセルがほとんど出ていない。
○	都市型ホテル（客室担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染が拡大しているが、観光需要は増えている。感染症対策を行いながらの旅行にも免疫が付き、人流が増えている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・暑さの影響もあるが、手を挙げる客が増えている。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・最近暑い日が続いているため、客がいろいろな場所で手を挙げたり、乗り場では近距離で利用する客も多く、順番待ちが発生している。新型コロナウイルスの感染は拡大しているが、外出する人も増えている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染再拡大にもかかわらず、人流は特に減っていない。配車アプリの利用もあって客の乗車機会は増え、営業収入は前月比で1～2割増加している。
○	観光名所（企画担当）	来客数の動き	・この7月前半までは来場者も増えるなど、良い状況に戻ってきている。
○	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）	それ以外	・物価上昇の影響で、買い控えの動きが見られる。
□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・ここ数か月は売上が横ばいである。
□	一般小売店〔野菜〕（店長）	販売量の動き	・物価の上昇と新型コロナウイルスの感染拡大の影響がみられる。飲食関連の取引先にも客が戻ってきていたが、また厳しくなっている。
□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・前年比では好調であるが、新型コロナウイルスの新規感染者数が爆発的に増えているため、再び悪化することを考えると不安である。
□	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見通しであるが、目標には僅かに届かない見込みである。富裕層向けの海外特選ブランドは好調であるが、円安による値上げ前の駆け込み需要の影響も一部にある。また、猛暑の影響で、パラソルや帽子などの動きも好調であるが、好調な商品は一部に限られ、60歳以上の主力客層の購買も戻っていない。
□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・現時点で売上は目標比、前年比共にプラスで推移している。その一方、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、来客数や店の前の通行量には影響が出ている。また、富裕層が中心の外商売上は好調であるが、外商を除く国内客の売上は、目標を下回る状況となっている。
□	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も円安傾向が続き、来月からは海外の特選洋品ブランドの値上げが実施される。それに伴い、値上げ前の購入のほか、海外からの観光客の入国再開による来店増加で販売が好調に推移し、売上を下支えしている。
□	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・明らかに3か月前と比べて良くなっていたが、直近の新型コロナウイルスの感染第7波により、急激に状況が変わってきた。来街者の激減に伴い、来客数が減少しているほか、店内や店外での販促やイベントの来場にも急なキャンセルが相次ぐなど、外出自体を控えるといった行動変容がみられる。
□	百貨店（販売推進担当）	販売量の動き	・バーゲンセール商戦が始まったが、特に衣料品はメーカーの在庫圧縮や海外での生産遅延、製造中止などが重なり、商材不足で思うような売上が確保できていない。一方、今月中旬以降は新型コロナウイルスの感染第7波が拡大するにつれて、やや動きが鈍くなっているが、第6波までの自粛状況に比べると影響は少ない。

<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・商品の値上げと、新型コロナウイルスの感染再拡大の同時進行という複雑な状況が続いているが、大きな変化はないと感じる。
<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再び増えたほか、夏休みに入ったことも重なり、徐々に家庭での利用商品に需要がシフトしている。総菜や素材関連の商品の販売量が増えつつあるが、値上げ商品も多いことから、節約志向が強まる恐れもある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染第7波が発生したが、多少は外食から内食へのシフトはみられるものの、前年の行動制限に比べると影響は小さい。客の様子にも、買いだめのようなパニックはみられず、比較的落ち着いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が、大都市で増加している。来客数は変わらないが、平均単価が5%下がり、売上が減少している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ようやくコロナ禍が落ち着くとみられたが、まさかの感染第7波が始まった。今後の経済への影響が心配である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・客の動きは良くなっているように見えるが、来客数はそれほど増えていない。値上げ分の金額が、売上に上乗せされただけのように感じる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	お客様の様子	・特に大きな変化のない1か月であった。新型コロナウイルスの感染拡大によって来客数が減ることもなく、旅行者らしい客の来店も続いている。猛暑のなかでも、コンビニは利用してもらえている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が急激に増えたが、感染が落ち着いていた時期とさほど変わらず、客は来店している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	販売量の動き	・猛暑続きでアイス類やドリンクの売行きは良いが、揚げ物や焼き立てパンの廃棄が目立つ。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	それ以外	・コロナ禍の影響による物流の停滞は続いており、販売量が増えない。
<input type="checkbox"/>	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、まだまだ日本への入荷台数が確保できていない。供給できる車がなければ販売が滞るため、非常に困っているのが現状である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・生産の遅延が常態化しており、ここ数か月は低位で安定している。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染者や濃厚接触者が増え、出勤者が減っているため、稼働率が下がっている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・府民割が終了となったため、レストランの客が減少した。さらに、新型コロナウイルスの急激な感染拡大で宴会のキャンセルが増加し、新規受注も伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・大きくは変わっていないが、宿泊稼働率が久しぶりに50%台から60%台に上昇した。新型コロナウイルスの新規感染者数が増えても、最近のビジネス客の動きに大きな変化はない。ただし、夏休みに入り、土曜日などに増加を見込んでいた観光客はそれほど増えず、全体では微増にとどまっている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・今年は3年ぶりに行動制限のない夏休みである。県民割や全国旅行支援への期待もあり、客の夏休みの旅行マインドは好調で、受注にもつながっていた。ただし、ここへきて新型コロナウイルスの感染第7波が発生し、申込みのキャンセルは少ないものの、新規の受注が一気に止まっている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・梅雨も明けて、最も暑い時期は昼間の気温が30度を超えるため、タクシーの利用率は上がっている。ただし、新型コロナウイルスの感染が拡大し、夜の会食ムードが大きく低下したため、乗客数は減っている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（店長）	それ以外	・携帯電話の販売は、キャリア手数料の減額改定の影響で、運営が厳しくなっている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	販売量の動き	・スマートフォンの値上げで、転売目的の購入が減っている。契約獲得の費用を投下することもないため、利益は確保できるが、販売台数が減少している。

□	美容室（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、キャンセルが増えている。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の来場者数は、新型コロナウイルス発生前の3割減少となっているが、イベント目当ての客が減っただけで、各社の成約数は好調に推移している。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・7月に入って、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えたことで、商店街の通行量が減少している。
▲	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	販売量の動き	・業務用の卸売先では、1店当たりの受注量が減少している。
▲	一般小売店〔花〕（経営者）	販売量の動き	・猛暑の影響が仕入価格に出始めているほか、販売量が減っているため、利益が減少している。
▲	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・春以降、来客数、店頭売上共に、徐々に回復しつつあった。ただし、新型コロナウイルスの感染第7波の発生が報じられた7月下旬以降、来客数は急激に減少している。街の人出はそう変わらないが、当店の主要客層の外出は減ったように感じる。
▲	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染がまた拡大してきたため、来客数が減少し始めている。食料品の売上は好調であるが、紳士服や婦人服の売上は低調となっている。
▲	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響で、来客数が大きく減少している。その一方、ラグジュアリーブランドの価格改定前の駆け込み購入により、高額品は好調を維持している。
▲	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・コロナ禍の感染の波が繰り返され、特に今回は過去最大規模となっているため、来客数が減少している。また、店での滞留時間も前年を大きく下回っている。年配者を中心に不要不急の買物を控え、目的買い以外は店に立ち寄らない傾向が顕著である。せっかくの各種制限のない夏休みが、ここへきて暗転し、集客策も打ち出しにくくなっている。
▲	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大で、特に高齢者の来店が減少している。さらに、リベンジ消費も落ち着いており、来街者が減少している。
▲	百貨店（店長）	来客数の動き	・7月初旬は来客数も好調であったが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に伴い、減少が進んでいる。70歳以上の高齢者に対する、不要不急の外出自粛要請が出されると、近隣の府県でも動きが鈍化している。前年もこの時期から感染者が増えたが、今回の方が多くだけに警戒感が強い。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・政府による行動制限はないものの、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で、衣料品売場などは以前と比べて来客数が減少傾向にある。
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・物価の上昇、新型コロナウイルスの感染第7波の影響で、来客数の減少や客単価の下落などが、直近の数字に表れ始めている。今後の動向は不透明であるが、客の購入意欲が低下し、実際の消費にも影響が出ると予想される。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は横ばいであるが、1人当たりの買上点数が落ちている。商品価格の値上げによる影響が出ている。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・1人当たりの買上点数が減っている。
▲	スーパー（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えて以降、年配の客が減ったように感じる。原油価格の上昇や気候要因で、野菜、果物共に価格が上がっているため、ますます客も少なくなっている。
▲	スーパー（企画担当）	それ以外	・来客数や売上、客単価が徐々に悪化しており、売上は前年比で90%となっている。
▲	スーパー（社員）	単価の動き	・生鮮食品の相場の上昇や、メーカーの値上げによる商品単価の上昇がみられるものの、1人当たりの買上点数が減少している。結果的に、買上単価は前年よりも低下する動きが続いている。
▲	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の急増に伴い、中旬以降は来客数がかなり落ち込んでいる。

▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・物価上昇の影響が、食料関連や生活全般に広がる状況を実感し、消費行動も慎重になってきたと感じる。コロナ禍による行動制限はなくても、各個人で行動の範囲を抑えることが予想される。賃金上昇の動きも現時点では一部にとどまるなど、景気が良くなる材料が少な過ぎる。
▲	コンビニ（店長）	お客様の様子	・商業施設への来客数が減少している。
▲	衣料品専門店（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増えるとともに、来客数が減少し、営業時間を短縮せざるを得なくなっている。選挙のたびにコロナ禍がひどくなると感じる。雇用調整助成金の特例措置は9月末までとなっているが、延長が必要と考える。
▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・客の動きは、4～5月よりも少し鈍化している。暑さもあってスーツが売れず、単価も下がったため、厳しい月となっている。
▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波により、来客数の動きに影響が出ている。生活に必要な食品スーパーなどは来店が増えるとしても、特に必要ではない商品への影響は大きい。
▲	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・エアコン商戦が期待外れで、予想したほど伸びていない。また、在庫不足の影響でかなりの打撃を受けている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・半導体不足で新車の生産や入荷が遅延しており、中古車の価格が高騰している。販売する車がなくなりつつあるため、客足も遠のいている。
▲	その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・ウクライナ危機の影響もあり、物価の上昇が進んでいる。それに加えて、最近では新型コロナウイルスの感染第7波の影響も出ている。
▲	その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・飲食業はコロナ禍の状況に左右されるため、今月は悪化傾向にある。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	販売量の動き	・物価の上昇や新型コロナウイルスの感染第7波の発生など、明るい材料に乏しく、景気回復の足取りは鈍い。一時的にリベンジ消費はみられたが、新規感染者数が過去最多となるなど、先行きの不安感が強まっている。
▲	その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）	単価の動き	・一般消費財の値上げが止まらない。円安にまず歯止めが掛かってほしい。
▲	その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響で、来客数が減少しているほか、競合他社のリニューアルの影響も続いている。
▲	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に伴い、売上が減少傾向となっている。ただし、2019年の水準は維持できている。
▲	観光型旅館（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増え、高齢者に対する移動制限の要請が出たことで、徐々にキャンセルが増えている。
▲	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の別系統の新規感染者数が急激に増加し、宿泊客、レストラン客共に、動きが停滞気味である。
▲	都市型ホテル（フロント）	来客数の動き	・夏休みに入り、新型コロナウイルスの感染が一気に拡大した。従業員に感染者や濃厚接触者が増え、現場が回らなくなっている。客室単価を下げても、予約数は何とか横ばいの状態である。
▲	旅行代理店（役員）	来客数の動き	・県民割やブロック割の延長に伴い、需要は伸びていたものの、新型コロナウイルスの感染拡大によるキャンセルが続いている。年間で最大の繁忙期である夏に感染が拡大し、大打撃となっている。
▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・円安の進行に伴う、原価や材料費の上昇により、やや悪くなっている。
▲	通信会社（経営者）	来客数の動き	・スマートフォンの卸売価格の値上げなどもあり、機種変更の需要が低下している。

▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響もあり、消費が大きく減少している。大企業のボーナス支給額は増えたようであるが、地方の企業業績は大幅にダウンしたままであり、ボーナスの支給にも期待できない状況である。
▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響か、来場者の客足が鈍っている。
▲	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	お客様の様子	・6月下旬以降、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加とともに、来客数が徐々に減少している。特に、年齢の高い客が反応している。
▲	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波によって団体客のキャンセルが出るなど、来客数に影響が出ている。
▲	美容室（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が拡大し、スタッフの勤務状況や来客数の予約状況に影響が出ている。
▲	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・建築資材価格の値上げの動きは緩やかになってきたが、いまだに価格の上昇自体は続いている。
▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・広告などの反響が極端に悪くなっている。
▲	住宅販売会社（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波の拡大に伴い、人の動きが鈍くなってきている。
▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染第7波による影響が大きく、客への訪問予定が延期になっている。客が感染して当日にキャンセルとなる例や、社員の家族に感染者が出て、業務が停滞するといった例が、7月中旬頃から目立ち始めている。
▲	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・マンション、戸建て住宅共に価格の上昇が続き、市場に停滞感が出てきている。また、コロナ禍が始まってからの2年間は住宅需要が旺盛であったため、その反動もみられる。
×	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているため、来客数が減少している。
×	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・今月は土用の丑の日の23日までは、来客数、売上共に順調に推移していたが、23日～月末にかけて、新型コロナウイルスの感染第7波の拡大に伴い、極端に来客数が減少している。また、各種商材の値上げも影響し、買上点数の減少も顕著である。
×	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第7波の発生や、猛暑といった来店モチベーションを押し下げる要素が多い。祭りでにぎわった3連休以降、来客数、販売量共に大きく落ち込んでいる。
×	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・3年ぶりに行動制限のない夏となり、7月上旬まではファッション関連アイテムを中心に好調な推移となったが、新型コロナウイルスの感染第7波の拡大で来客数が激減している。主要客である中高年層が外出を控えるようになれば、売上の減少に直結する。
×	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・7月中旬から、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあり、来客数が急減している。来客数の前年比は5月がプラス6.1%、6月がプラス1.5%、7月がマイナス0.1%と、前年を下回っている。また、60～80代のシニア客が更に減ったのに伴い、婦人服のミセス商品の売上が減少している。
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・7月の前半は良かったが、20日を境に急激に客が減少している。
×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・海外からの資材の未入荷が長期化し、作業の停滞が続いているため、販売スケジュールの調整が困難となり、余分な人手も必要となっている。
×	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・前月は早期に梅雨が明けたほか、気温が上昇したことで、季節商材が例年よりもよく売れた。ただし、7月は戻り梅雨となり、気温も予想したほど上がらず、エアコンの売行きは芳しくない。
×	住関連専門店（店長）	それ以外	・円安の進行で、仕入原価の高騰に歯止めが掛からない。

	×	住関連専門店 (店員)	それ以外	・全ての商品で価格が上がっているが、収入は変わっていないため、生活に直接必要のない物は、買わない客が増えている。
	×	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	販売量の動き	・街の人の流れは前月と変わらないが、円安の進行に加え、新型コロナウイルスの新規感染者数が一気に増えるなか、消費の対象から宝飾品などは外れている。
	×	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響で、予約数が激減しているほか、キャンセルも増えている。
	×	一般レストラン (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急激に増え、予約のキャンセルや来客数の減少につながっている。客の声では、感染第7波の到来がいわれ始めてから、政府からの要請というよりも、会社からの要請で会食や外食が禁止されているという人が多い。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・参議院選挙後に、新型コロナウイルスの新規感染者数が爆発的に増え、来客数が激減している。
	×	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・3か月前の4月と比較すると、第1週のレストラン利用者数は327人の増加で、単価は274円の低下、第2週は960人の増加と69円の低下、第3週は1116人の増加と78円の低下、第4週は1295名の増加と87円の低下となっている。景気は下向いている感覚であるが、実際には利用人数は増えており、単価が少し低下する形となっている。一方、7月には新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に伴い、席の間隔を気にしたり、店内の換気状況を気にする客が増えている。
	×	旅行代理店 (店長)	販売量の動き	・全国旅行支援の延期に加え、新型コロナウイルスの新規感染者数の急激な増加により、新規の申込みは減り、キャンセルが増えている。
	×	競輪場 (職員)	単価の動き	・今月の客単価は8861円で、3か月前の1万2272円よりも下がっている。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	*	*	*
	○	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新規感染者数は増えているが、客は行動を控えていないため、飲食店などへの飲料水の販売はやや増えている。
	○	プラスチック製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・3～4月が悪過ぎたため、今月は良い評価となっているが、雰囲気は悪くない。前年末からの注文の延期分が、発注となる動きもある。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ほんの少しであるが、景気は改善している気配を感じる。基本的にはまだ超低空飛行であるが、上昇の気配はある。凍結されていた案件も動き出している。
	○	輸送業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・商品の入荷の遅れが続いているが、ある程度は届き始めた。遅れていた工事も、それなりに順調に進み始めている。
	○	広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年の水準を上回っている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・月末に近づくと、多くの取引先が在庫調整を行っている。
	□	化学工業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・どの業界も一進一退で、良くなってきた業界もあれば、逆に悪くなってきた業界もある。全体的には大きく変わっていない。
	□	化学工業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・自動車やオートバイ用の電装関連の生産減少により、出荷量が減少している。また、建築関連の出荷量も少ないほか、化学品の原材料や鉄製容器の値上がり激しく、利益が大きく減っている。
	□	電気機械器具製造業 (経理担当)	それ以外	・電子部品やハーネス、コネクタといった部品の供給が改善されておらず、市場が少し動き出したものの、受注できない状況となっている。いまだに受注状況は芳しくなく、かなりのダメージを受けている。
	□	電気機械器具製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・売上が増えないほか、部品の納期が伸びているため、製品を完成させることができない。
	□	電気機械器具製造業 (営業担当)	取引先の様子	・コロナ禍やウクライナ危機など、良い話がない。
	□	輸送用機械器具製造業 (役員)	受注量や販売量の動き	・新規設備の引き合いがあっても、年度内の売上とするには、制御部品などの仕入れが間に合わない。

□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・もう少し受注が伸びると予想していたが、余り変わらない。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・契約後に仕入コストが徐々に上昇してきたが、価格への転嫁は困難な状況である。急激な値上がりでもないため、客に理解してもらえても、納得はしてもらえない。
□	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第7波の拡大が進んでいるものの、特に行動を制限することもなく、これまでと変わらない生活を過ごしている。これで感染症法上の新型コロナウイルスの位置づけが2類相当から5類相当に見直されれば、少しでも経済活動は活発化すると感じる。
□	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・商品によっては仕入れが相当遅れており、建設関連では工事の完了にも遅れが生じている。
□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・客を訪問して受注状況を確認すると、3か月前と比べて変化はないとの回答が多い。
□	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・取引先はコロナ禍に慣れ、今の状況を前提に営業している。どの業種も国や自治体の支援に慣れてしまい、支援を前提に新規投資や事業継続を決めている。これらがなくなった場合を考えるよりも、今を生き残ることを優先に考えている。
□	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	・今年は梅雨明けが早く、観光需要の拡大を期待したが、新型コロナウイルスの新規感染者数が急増した影響もあり、予想したほど動きはない。特に、夕方以降の客足の引きが早くなっている。
□	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	・受注量や見積量には余り変化がなく、良くない状況で進んでいる。
□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・製品が生産できず、納期遅れで失注につながるケースが増えている。
▲	食料品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・原材料や資材の価格が高騰するなか、家庭用商品は値上げが進まず苦戦しているが、業務用商品の販売は少しずつ回復している。利益率は悪いが、製造量の増加で多少はカバーできている。
▲	繊維工業（団体職員）	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が急激に増加し、受注が減少している。
▲	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響で、催事での集客が悪化しており、他社との価格競争につながっている。経費が増えるなか、販売単価は上がらず、利益が減少している。売上は前年比で80%、利益は60%と、出張に行く経費が回収しにくくなっている。
▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	それ以外	・あらゆる品目の価格が上昇している。当社でも燃料代が上昇し、経費が増えている。現下の状況を踏まえて、製品の値上げ交渉では比較的受け入れてもらっているが、それ以上に燃料代の上昇が進んでいるため、利益が減少している。
▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・部品不足により、自動車の組立工場の稼働率が低下し、自動車関連企業の荷動きが非常に悪化している。
▲	金属製品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・一部の自動車メーカーが、コスト上昇分の値上げを認めようとしめない。
▲	一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・物価の上昇率が上がっている。
▲	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・例年は7月の家電市場をけん引するエアコンが、気温の低下によって実売が鈍化したため、全体的に低調な推移となっている。
▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ホームページなどでの問合せが減少している。
▲	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の再拡大により、交通広告の申込みがまた落ちている。
▲	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・回復傾向がみられた売上も、ここへきて悪化している。新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で客足が遠のくなど、あらゆる面で消極的な動きが見られる。
×	電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・景気の悪化要因がこれほど重なる事態は、余り経験したことがない。

	×	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増え、人出が減少している。それに伴い、店舗の解約が出て空室率が上がり、賃料も下がっている。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ウクライナ危機と新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、ダメージが大きい。
雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・案件数が増え、決定率も上がってきている。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣依頼の件数も、前年の実績を上回っている。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・正社員の求人が増え、派遣社員として働きたい人が減っているように感じる。
	○	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数は、新型コロナウイルス発生前の水準に戻っている。
	○	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・人の流れはかなり戻ってきており、街には活気が感じられる。飲食や観光を中心に、求人数も新型コロナウイルス発生前の水準に回復している。
	○	求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・新規求人数は、業種や職種にもよるが、緩やかな増加傾向にある。その影響で売手市場の傾向が強まっており、採用が長期化する企業も多い。売手市場であることを見越して、早くから採用活動を始める企業も増えている。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・各企業へのヒアリングでは、ほぼ新型コロナウイルス発生前の状況に戻りつつあるという意見が多い。ただし、今後は円安や原油価格の上昇の影響で、どうなるかは分からない。
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況の悪化に伴い、企業心理が少し悪くなっている。米国や欧州などの金利上昇で景気の見通しが悪化し、今月に入って企業はますます慎重になり、派遣オーダーは1か月や3か月といった短期スパンになっている。今まではマッチングに苦労しなかったが、ここへきてピンポイントで良い人材だけを採用するようになり、即決するケースは減っている。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・上向き傾向にあったが、新型コロナウイルスの感染拡大によって鈍化している。行動制限こそ出していないが、日に日に感染が拡大し、求人数にも影響が出ているほか、求職者の辞退も発生している。
	□	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増加が続いているが、消費者は制限を受けずに行動しているようにみられる。これまで大きな影響を受けてきた、飲食や旅行、観光、旅客運送などの求人数も戻りつつある。ただし、各企業ともまだ警戒心を解いておらず、状況をみながら慎重に対応していると感じる。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の出稿については、今年度の第1四半期と比べても、特に良くない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数全体は、前年比、前月比共に増加した。6月はコロナ禍が落ち着いていたこともあり、特に飲食業での伸びが目立った。一方、製造業も堅調に伸びているものの、以前ほどの勢いはみられない。労働者派遣業の求人も減少しているが、いずれも原材料価格の上昇などによる、人件費の抑制が響いている。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	それ以外	・様々な要因で上向きと下向きの動きが見られる。新卒採用市場では例年以上に選考の早期化が進み、企業の採用活動は活発化している一方、求職者の間では内定辞退者も多く、就職先を決めかねているように感じる。追加の求人も出ているため、求人広告や新卒紹介の動きはよいが、マッチングは難しい。また、新型コロナウイルスの感染再拡大により、対面イベントのキャンセルや、オンラインでの代替開催の動きが見られる。	
□	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・現在、就職活動中の学生は定期試験中であるほか、企業は新型コロナウイルスの感染第7波の拡大で動きが鈍くなっている。医療職は人手不足であるが、今の状況が続く限り厳しい。	

□	その他雇用の動向を把握できる者	求職者数の動き	・求人の堅調な動きにけん引され、有効求人倍率等の雇用指標は改善傾向が続いている。一方、求職者の動向は、依然として就職活動に慎重な姿勢から、就職活動が長期化する傾向が強いほか、足元では鈍化の動きがみられる。この要因が、直近の3か月は前年比で増えていた反動か、新型コロナウイルスの感染第7波の影響かは、今後の状況で判断する必要がある。いずれにせよ、現在の雇用情勢は活発とは言い難い。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・原材料価格の高騰や円安の影響で、多くの企業が厳しい状況にある。また、新型コロナウイルスの新規感染者数もこの1か月で急が増えており、景気は確実に悪くなってきている。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年5月～今年6月まで、新規求人数は前年比で増加が続いていた。7月は新規求人の件数は微増であるが、人数ベースでは僅かに減少している。それぞれの会社が採用数を絞ってきている。
▲	民間職業紹介機関（支社長）	それ以外	・採用面では、景気の悪化による影響はまだみられない。その一方、取引先の事業環境としては、新型コロナウイルスの感染状況の推移や海外情勢を含めて不確定要素が多く、プラスの材料に乏しい。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・発表されている内定率の高さに影響され、企業が採用活動を終了する動きが見られる。
×	—	—	—