

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）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染は拡大傾向にあるが、行動制限がないため人流が活発になり、来客数、購買量共に前年比で2けた増となった。富裕層向けでは、特選品や海外高級既製服、時計や美術品が好調を維持している。また、国内の中間層向けの婦人服や雑貨などで、セール商材よりも秋冬を意識した定価商材が大きく伸び、売上が底上げされている。食品部門でも、価格が上昇気味の生鮮3品はやや苦戦しているが、ギフト品の解体販売といった、価格訴求型の催事は好調に推移している。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が依然として増えているものの、来客数も前年を上回っている。また、富裕層を中心とした外商客による、宝飾品や時計、スーパーブランドの商品の購買は更に増えている。
	○	百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・今年の夏休みは子供向けイベントも復活し、家族での来店が増えるとともに、滞在時間も長くなり、にぎわいが戻ってきている。
	○	百貨店（服飾品担当）	お客様の様子	・8月に入り、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が毎日報じられているが、気温の上昇が続くなか、UV関連商材の動きが活発化し、帽子やサングラスなどの売上が大きく伸びている。また、富裕層の消費意欲は依然として高く、時計や高額の宝飾品の動きも良い。同じくラグジュアリー関連のバッグも、いわゆる中間層の憧れ消費が好調を維持している。一方、食品や一般の中間価格帯の商材は、月前半はやや回復したが、中盤からは伸びが少なく、しばらくはこの傾向が続きそうである。
	○	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波が少し落ち着きつつあるため、やや良くなっている。まだ新型コロナウイルス感染症の影響が少なからず続くなか、客のニーズに合った商品は以前と変わらないか、それ以上の販売量となっている。
	○	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、景況感は横ばいのイメージであるが、原料価格の高騰による値上げ前のまとめ買いがみられる。外食から内食へのシフトが固まりつつあるなかで、秋以降の値上げラッシュを見据えた購入の動きから、直近の販売量だけを見れば増加傾向にある。
	○	コンビニ（店員）	販売量の動き	・新規客が少しずつ増えている。販売量も客単価も上向いており、特に若い世代による消費が増えている。
	○	コンビニ（店員）	お客様の様子	・お盆休み中は、レジャーなどに出掛ける前に、飲料水や軽食などを大量に購入する客が多い。
	○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・徐々にではあるが、半導体不足の影響が緩和され、自動車の生産が回復している。
	○	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	販売量の動き	・1人当たりの客単価が上がっており、お盆の前は売上も相当良かった。特に、化粧品の売上の好調が目立っている。
	○	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	販売量の動き	・買上点数、客単価共に改善傾向にある。内服薬や健康食品、化粧品の販売は堅調で、来客数も少し増えている。
	○	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、7月末頃から当日や前日のキャンセルは増えているが、予約は入っている。
	○	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増えているが、客室の稼働率は前月並みの約60%となる見込みである。販売価格は5～6月と比べて約10%上昇しており、傾向としてはやや上向いている。一方、レストランの来客数は、ほとんど変わっていない。
	○	都市型ホテル（フロント）	来客数の動き	・大阪、京都エリアの客室稼働率は低いが、リゾートエリアの稼働率は非常に高い。
○	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・行動制限のないウィズコロナ時代に入り、特に週末の人流は増加している。Go To Travelの再開までの、県民割などの実施効果が出ている。	

○	都市型ホテル (販促担当)	来客数の動き	・今月の客室稼働率は前年比で36.2%上昇し、客単価も2096円上がった。さらに、料飲部門の売上も782万円増えている。
□	商店街(代表者)	お客様の様子	・人出がかなり戻っており、売上は2019年比で80%程度の推移となっている。
□	一般小売店〔時計〕 (経営者)	来客数の動き	・月初めから中旬過ぎまでは来客数が少なく、全く売上が伸びていない。3年ぶりに行動制限のない夏となり、帰省や行楽の方に人が流れた。月後半は修理の依頼で少し売上が増えたが、全体としては厳しい状況となっている。
□	一般小売店〔事務用品〕 (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の収束時期など見通せるはずもなく、コロナ禍の特需というべき商材も一通り行き渡ったため、需要は冷えたままである。
□	一般小売店〔衣服〕 (経営者)	販売量の動き	・来客数の減少に伴い、販売量が減っている。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加による影響は、以前ほど感じられない。
□	一般小売店〔野菜〕 (店長)	お客様の様子	・価格に敏感な客が多くなり、価格が上がるとなかなか売れない。
□	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感染拡大で、来店を警戒する客が増えたが、少しずつ高額品を購入する客も出てきている。
□	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・今月は新型コロナウイルスの感染第7波の影響もあり、売上目標には届かない見込みである。依然として、ラグジュアリーブランドや宝飾品、時計といった富裕層向け商品は好調であるものの、中間層を対象としたボリューム商品は苦戦している。また、百貨店の主要客層である60代の来店頻度が減少している。
□	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・7月には売上が増加し、このまま回復すると感じたが、新型コロナウイルスの新規感染者数が再び増加し、売上は低迷している。春先と同じ状態に戻ったように感じている。
□	百貨店(売場主任)	それ以外	・郊外店である当店の従業員や家族に、新型コロナウイルスの感染が広がり、人員体制に問題が出ている。客の声からも、店舗周辺での感染の拡大が感じられた。一方、来客数は前年比で10%増加とやや持ち直し、売上も同様に10%増えたが、2019年の水準にはまだ届かない。
□	百貨店(企画担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染再拡大以降、主要客である年配層の来店が回復していない。
□	百貨店(特選品担当)	お客様の様子	・客の間で外出意欲が高まり、来客数は前年比で2けた以上の増加となっている。ただし、来客数以上の売上の増加はみられず、高額商品の動きやファッションを先取りした買物も余り見られない。
□	百貨店(サービス担当)	お客様の様子	・今月も、売上や来客数の前年比は約30%のプラスで推移しており、海外の高級ブランド商品が相変わらず好調に動いている。
□	百貨店(売場マネージャー)	お客様の様子	・来客数は、前年が緊急事態宣言の発出で落ち込んだため、今月の後半以降は増加傾向にある。ただし、新型コロナウイルスの感染状況が改善しないことから、十分に戻っているとは言い難い。
□	百貨店(外商担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数の拡大が続いている影響で、販売員の感染者が増え、店舗の閉鎖といった悪影響が出ている。その一方で、好調な売場も多くみられる。
□	百貨店(売場マネージャー)	来客数の動き	・今月の来客数は、帰省客や観光客の増加により、3か月前よりも7～8%増えている。ただし、新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、売上の状況は良くない。特に、60歳以上のシニア層の来店が減少している。
□	百貨店(営業推進担当)	単価の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりし、従業員の感染により一部で営業できない店舗も出ている。ただし、高額品の売行きは継続的に2019年の水準を上回っている。

<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	それ以外	・値上げの更なる拡大で、少しでも安い店で買おうとする客が増えている。新型コロナウイルスの感染第7波の影響で、従業員に濃厚接触者や感染者が急増し、人練りに支障が出ている店もある。生鮮品を中心に、人手の掛かる売場で品切れや欠品を起こし、売上に響いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・今年の夏休みは人の動きが活発になると予想していたが、前年よりも動きはあったものの、全体的に控えめであったと感じる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・前年と比べて、食品の1人当たり買上点数が落ちている。この流れは6月から続いているが、大幅な価格の上昇がない限り、今のペースで落ち着くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・久々に行動制限のない夏休みを迎え、お盆期間は外出や帰省が増えるとの予測もあったが、売上は前年並みである。新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で、都心の人出は若干抑えられた。しばらくは同じような傾向が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・お中元の繁忙期は販売量が増えたものの、お盆明けに新型コロナウイルスの感染が広がり、飲食関連の販売量が減っている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（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増えたことで、近隣で働く人の数が減ったと感じる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・例年、お盆明けは売上が7～8%増えていたが、今年は1～2%しか増えていない。テレワークの関係で一斉に休みをとる動きが減っている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	お客様の様子	・ここ数か月、来客数や買上点数などに余り変化はみられない。新型コロナウイルスの新規感染者数が増えるなか、客の動きが活発になっているとは感じるが、右上がりではなく、トータルでは横ばいである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・コロナ禍は拡大しているが、客の動きは変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	お客様の様子	・夏休みでもあり、家族連れが目立つなど、新型コロナウイルスの感染拡大による影響はほとんど感じられない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・この2～3か月と比べて、多少は単価の高い物が売れている部分はあるが、販売量や来客数、特に新規の客数などは、いまだに下げ止まったままである。また、円安などの影響も受けて原価が高騰し、販売価格に転嫁せざるを得ない状況となっている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	単価の動き	・相変わらず値上げが止まらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・暦の上では秋になっても、気温の高い状態が続いており、お盆を過ぎてもエアコンの買換えが続いている。ただし、猛暑の影響で外出を避けているせいか、来客数は前年よりも減っている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・一定の来客はみられるが、半導体不足の影響などで納車が遅れ気味である。状況は良くなっていると思いたいですが、よく分からない。
<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	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響はあるが、行動制限がないお盆期間のガソリンの販売量は、堅調に推移している。公共交通機関の利用を避けて、マイカーでの移動が増えた影響も大きい。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	お客様の様子	・円安の傾向は止まらず、新型コロナウイルスの感染第7波も拡大している。外出の自粛要請のないなか、感染症対策に気を使いながらの買物が予想されるが、まずは飲食や旅行などの回復が先となる。
<input type="checkbox"/>	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拡大もあり、高齢者を中心に来客数が減少している。
<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	・新しいカタログが発刊されたが、例年よりも受注が多く、受電が追い付かない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店主）	お客様の様子	・若年層の客は多いが、客単価が低い。また、新型コロナウイルスの新規感染者数も増えている。

□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・自動販売機を撤去する、一時の流れが落ち着いてきている。
□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・大阪府からの客が半数を占める当館にとって、府民割が中断されているため、来客数が伸びない。
□	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感染第7波により、お盆以降は来客数が減少している。行動制限はないが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で、自粛の動きが広がっている。
□	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・入国基準の緩和を進めない限り、観光産業に光はみえない。
□	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・前月は、客の申込状況が2019年比で80%程度に戻ったものの、新型コロナウイルスの感染第7波の影響が大きく、旅行者本人の感染によるキャンセルが続いた。ただし、感染以外でのキャンセルはなくなっているため、業況としては変わらない。
□	旅行代理店（役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者だけでなく、濃厚接触者が増えることでキャンセルが続いている。来客数は伸びているものの、一進一退の状況である。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・暑さや夏休みに入った影響で、昼間の乗客数は増加している。
□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・3か月前と契約者数は変わらず、大きな増減がない。テレビの契約は微減であるが、インターネットの契約は微増となっている。
□	競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は9581円で、今は9640円の見込みである。
□	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりするなか、高齢者による外出の自粛ムードは続いている。
□	美容室（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響でキャンセルが多いが、空いた枠には他の客が入るため、良くも悪くもない。
□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・積極的に消費が増えているとは感じられない。広告などによる問合せも増えておらず、逆に減少していると感じる。
□	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・新築分譲マンションの価格上昇が続いているにもかかわらず、契約率は落ちていない。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	販売量の動き	・住宅展示場への出展企業の契約件数は、前年比で変化がない。コロナ禍によってイベント目当ての客が減少し、実際に家を建てる客が定期的に訪れるようになっている。
▲	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	販売量の動き	・卸売先への納品量のほか、直営店の来客数が減少している。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・商品の値上げやコロナ禍の拡大で、来客数の減少が顕著である。
▲	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・お中元商戦が終わって、ギフト需要の動きが急に止まり、売上の減少に直結している。
▲	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第7波や猛暑により、例年は増加する、お盆休みを中心とした観光需要が減っている。来客数、販売量共に、予想を下回る動きとなっている。
▲	百貨店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数はまだまだ多いが、来客数自体は前年よりも上向いている。7月の3連休時と比べて、感染症対策をしていれば出掛けてもよいという、半分諦めのような雰囲気を感じる。ただし、生活必需品の相次ぐ値上げにより、買物自体は増えていない。売上が増えているのは、海外ブランドの特選洋品くらいである。
▲	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・以前ほどの影響はないが、新型コロナウイルスの新規感染者数の爆発的な増加により、来客数は減少傾向にある。特に年代の高い層は、来店しても目的買いのみで、店の滞在時間も短い。さらに、物価上昇の影響についても、生鮮食品などでは客単価の低下がみられる。

▲	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・7月中旬からの新型コロナウイルスの感染第7波以降、行動制限はないものの、来客数が減少している。特に、百貨店の主要客である高齢者と、平日の会社帰りの客による来店が極端に落ちた。円安や物価の上昇による影響とあいまって、客の財布のひもがますます固くなっている。
▲	百貨店（商品担当）	来客数の動き	・お盆までは来客数が多かったが、新型コロナウイルスの感染第7波の影響もあり、8月中旬以降は来客数が減っている。
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・食品を中心に値上げの影響があり、客の商品の買い方がシビアになっている。通常は広告を入れると、お買い得商品のほかに定番商品も売れるが、最近はお買い得商品だけを買う客が増えている。1人当たりの買上点数も落ちている。
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・買上点数が減ってきている。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・行動制限はないが、コロナ禍の拡大で、高齢者を中心に自主的な行動の抑制が進んでいる。物価の上昇とのダブルパンチで、来客数や消費額が減少している。
▲	スーパー（店員）	単価の動き	・猛暑や生産地での降雨により、野菜や果物価格の高騰のほか、商品の大きさや色、生育状況にも影響が出たため、販売は厳しい状況である。
▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・来客数は前年比で94%と微減の傾向であるが、売上は前年比80%台の推移とかなり厳しい。
▲	スーパー（企画担当）	単価の動き	・原料価格や製品価格の全体的な値上げにより、一部で販売点数の減少といった影響が出ている。原価の上昇分をそのまま転嫁することは難しく、粗利益にも影響が出ている。
▲	スーパー（社員）	来客数の動き	・多くの商品が値上げとなったこともあり、客単価は堅調であるが、約8割の店舗で来客数が前年を下回っており、売上の減少が続いている。
▲	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で、在宅勤務が増加したほか、近隣のホテルでもキャンセルが多発したこともあり、来客数は低調な推移となっている。
▲	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波の影響があり、来客数が減少している。特に、土日の来客数が前年比で70%と低調である。
▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染リスクを回避するためか、引き続き来客数が少ない。
▲	その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）	販売量の動き	・消費財の価格の上昇だけが目立っている。
▲	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の感染対策も解除となり、商店街に客足が戻ると予想していたが、来客数の減少は止まらず、閑古鳥が鳴いている。
▲	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波の影響が大きく、例年のようなお盆や夏休みに伴う予約が、ほとんど入っていない。
▲	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・売上の前年比は6%の減少と、ここ3か月は毎月下がり続けている。今月については、2019年比でもマイナスとなる水準に低下している。
▲	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・7月20日以降の新型コロナウイルスの感染急拡大に反比例するかのようになり、来客数が減少している。お盆の期間は一時的に増えたものの、それ以降はランチ、ディナー共に来客数が伸び悩み、企業の宴会利用にも回復の兆しがみえない。
▲	旅行代理店（店長）	販売量の動き	・今年は行動規制のない夏休みとなったが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、盛り上がりは全くみられなかった。府民割や県民割も延長になったが、新規の予約は少なく、予約の増加にはつながっていない。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・街の活気がなく、日に日に寂れている。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数の急増により、お盆明けから少しずつ、夜の客の動きが鈍くなっている。

▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・社員の間で新型コロナウイルスの感染が増えて、人手が確保できず、やむなく休業となる店舗もある。市場価格も混乱するなか、価格面で踏み込まなければ他店に対抗できず、それに伴って利益の確保が難しくなる。
▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・地方経済は相変わらず停滞している。
▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・やはり新型コロナウイルスの感染第7波の影響は大きく、来場者の落ち込みが響いている。特に、お盆以降は大きなイベントもなく、来場者は減少傾向となっている。
▲	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・相変わらず、住宅建材関係の値上げが続いている。
▲	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感染第7波の拡大に伴い、以前よりも契約までに時間が掛かっている。
▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響が、社員の間にも出ている。お盆休み前後で、実際に感染した社員や家族、濃厚接触者となった社員が5人出た。感染者はルールに基づいて10日間の自宅待機となり、業務に支障が出ている。
▲	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、分譲価格の上昇による販売の鈍化がみられる。土地の仕入価格の上昇に加え、資材価格や建築費の高騰の影響は大きく、購入マインドの低下が心配である。
×	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・円安の影響のほか、特選プティックの値上げ前の駆け込み需要があり、免税売上は大きく伸びている。また、外商売上も引き続き増加がみられるが、新型コロナウイルスの感染拡大により、外商を除く国内売上は厳しくなりつつある。今のところは、免税売上の増加で国内売上のマイナスはカバーできている。
×	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高止まりしている影響で、来客数が激減している。
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・お盆を過ぎると来客数が減少した。新型コロナウイルスの感染拡大の影響や、季節的な動きもあるが、経営が成り立たない。
×	家電量販店（店員）	競争相手の様子	・広告の掲載価格の引下げが進んでいるが、客が問い合わせると更なる値引きを提示し、契約を結ぼうとする動きもある。これは訪問販売に限らず、地元の販売会社でも多数見受けられる。同じ店舗の見積りで、2週間前とは全く異なる金額が提示されている。それなりに地域シェアの大きい企業が、客の信頼をなくしてまで値引きを行う必要があるのかと感じる。
×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・夏物商戦の代表的な商品である、エアコンの販売量が伸びていない。また、半導体不足による在庫の不足も、購買意欲の低下につながっている。
×	住関連専門店（店長）	単価の動き	・売れ筋商品の価格帯が1けた下がっている。10万円の商品を買っていた購買層が3万円の物を買ひ、1万円の商品を買っていた人が5000円以下の物を買うという状況である。
×	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・7月前半までは売上が徐々に回復しつつあったが、新型コロナウイルスの新規感染者数の急増で、外出の自粛傾向が進み、前年並みの売上に再び戻ってきている。
×	その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・あらゆる物価の上昇により、消費意欲が減少している。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・お盆にはテイクアウトの注文がよく入ったが、今年は行動制限がないため、旅行や帰省の動きが増えたようで、来客数が減少した。特に、高齢者は新型コロナウイルスへの感染を避けて、自主的に自粛を行う人が多い。
×	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	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響で、5月にはみられた中高年層の旅行客が減少している。

	×	美容室（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響で、客やその家族に感染者が出ており、予約のキャンセルが増えている。非常に厳しい状況である。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	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	・イベントや催事の企画が実行されるようになり、問合せ 件数が増えている。
	○	化学工業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・受注量は確実に好転しているが、販売価格の上昇が原材 料の値上げに追いついていない。売上は増えても、利益は 減るという状況で、現状が良いとは言い切れない。
	○	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルス感染症の発生前と比べれば低調であ るが、数か月前との比較では、少なくとも下降や横ばい ではなく、上昇傾向にある。
	○	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、広告売上が前年を上回ってい る。
	○	広告代理店（営 業担当）	受注量や販売量 の動き	・コロナ禍以降、交通関連の広告の動きは悪化が続いて いたが、8月以降は少し戻りつつある。
	□	食料品製造業 （営業担当）	取引先の様子	・お盆期間中は多くの人の流れが感じられたが、外食関連 の消費は少なく、飲料水の売上は余り変わらない。
	□	パルプ・紙・紙 加工品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・お盆休みが明けてからは、受注量が増えていない。材料 や資材の価格が再び値上げとなるため、今後は厳しくな る。
	□	化学工業（管理 担当）	受注量や販売量 の動き	・4月以降、自動車の減産で電装部品関連の出荷量が落ち 込んだままであり、建設資材関連の出荷量も低迷してい る。さらに、主原料である化学品の価格も高騰しているた め、利益率が大幅に低下している。
	□	窯業・土石製品 製造業（管理担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・原材料費や燃料費などの高騰で、当社も取引先に対して 製品の値上げを依頼している。その一方、取引先からも多 くの値上げを要請されているのが実情である。新型コロナ ウイルスの新規感染者数は増えているが、政府の方針は経 済を回すことが優先であり、受注が大きく落ち込むことは ないため、しばらくは静観を続けたい。
	□	電気機械器具製 造業（経理担 当）	受注量や販売量 の動き	・とにかくハーネスやコネクタなどの電子部品の入手に 苦労している。取引先の購買意欲は改善しており、見積依 頼は増えているが、こちらから断るケースが続出してい る。
	□	電気機械器具製 造業（宣伝担 当）	受注量や販売量 の動き	・8月中旬頃までは、気温の高さからエアコンが市場をけん 引していると感じたが、気温が落ち着いてきた4週目以 降は、実売が鈍化傾向にある。
	□	電気機械器具製 造業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・部品の納期が遅れているため、受注や売上に支障が出て いる。
	□	建設業（経営 者）	取引先の様子	・建設資材価格の高騰や納期の不安定化により、設備投資 の計画予算と実態の乖離が進み、新築工事の延期や凍結 が増えている。改修工事については、部分的な中止や縮小 などで対応し、何とか動いている。
	□	金融業（副支店 長）	取引先の様子	・取引先への訪問時の会話では、新型コロナウイルスの感 染第7波の到来で消費が停滞しているため、売上がかなか 増えないという話が多い。
	□	金融業（営業担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・材料費が大幅に上昇しており、9月からの価格の見直し が必要となる。
□	金融業〔投資運 用業〕（代表）	それ以外	・コロナ禍の収束時期が見通せないほか、物価の上昇も顕 著で、特にガソリンや電気、ガスの価格上昇は経済全体へ の打撃となる。このような状況で消費マインドが回復する はずもなく、むしろ消費の抑制や節約に向かい、とても景 気が上向き状況ではない。	
□	経営コンサル タート	取引先の様子	・取引先の飲食店に客が戻らない。地元の商店街では、こ こへきて見切りをつけた大手企業の撤退が目立つ。	
□	経営コンサル タート	受注量や販売量 の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響が大きく、値 上げも相次ぎ、客の事業は停滞している。良くなる要素は 見当たらない。	

	□	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	・コロナ禍関連の規制は解除されているが、前向きな動き ができていない。
	□	その他非製造業 [商社] (営業 担当)	受注価格や販売 価格の動き	・納期遅れの問題は解消されつつあるが、原材料価格の上 昇で、値上げせざるを得ない状況である。
	▲	食料品製造業 (従業員)	受注価格や販売 価格の動き	・業務用の製品は上向いているが、家庭用は苦戦してい る。原材料や資材が値上がりするなか、業務用製品は少し ずつ値上げできているが、家庭用は競争もあって苦戦して 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の増加に伴い、受注 が減っている。また、メーカーの社内でも新型コロナウイ ルスへの感染が増えており、生産能力が下がっている。
	▲	プラスチック製 品製造業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・ベースの仕事はあるものの、追加の受注が見込めない。
	▲	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・自動車産業を中心に荷動きが全体的に悪く、自動車関連 の生産量が計画よりも大きく落ち込んでいる。
	▲	建設業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・前月頃までは、問合せや売上が好調であったが、8月に 入り、問合せも少なくなっている。
	▲	建設業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・物価の上昇による影響が、見積価格にはっきりと表れて いる。
	▲	輸送業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・今月に入って荷物の動きが落ち込んでいる。また、全て の経費が上昇し、普通の仕事では採算が取れない状況であ る。
	▲	その他非製造業 [衣服卸] (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・7月までは、久しぶりに行動制限のない夏に向けて、堅 調な販売が続いてきた。今月は、新型コロナウイルスの新 規感染者数の増加とともに、多くの人の行動が慎重とな り、小売店での販売にも影が広がっている。
	×	金属製品製造業 (営業担当)	受注価格や販売 価格の動き	・コスト上昇分の価格転嫁が進まず、急激に採算が悪化し 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	・多くの資材の価格が、当たり前のように値上がりしてい る。この傾向が短期間で終わることを願っているが、先行 きには心配している。
	×	その他製造業 [履物] (団体 職員)	受注量や販売量 の動き	・商品の値上げ率の高さが目立つ。
	×	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高止まりしており 、衣料品の購買意欲も上らず、外食も控えるような状 況が続いている。それに伴って、店舗の空室率が上がり、 賃料も下がるなど、景気は悪くなっている。
雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・求人件数は引き続き好調であるが、求職者数が減ってき ており、求人案件とのマッチングが難しくなっている。
	◎	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・技術者不足に拍車が掛かっており、今後もしばらくは続 きそうである。
	○	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・依然として、求人にあった人材が見つかりにくい。
	○	その他雇用の動 向を把握できる 者	求人数の動き	・有効求人倍率が直近2か月で大きく改善しており、コロ ナ禍における最高の伸びを記録した。また、新型コロナウ イルスの感染第7波の下でも、求人は力強く、製造業や宿 泊・飲食サービス業を中心に堅調な推移が続いている。
	□	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・今年の夏は、今までとは違う動きとなっている。新型コ ロナウイルス感染症の影響で、企業によってはかなりの感 染者が出ているため、急な穴埋めの人材を一時的に雇用人 材が散見される。コールセンターや人海戦術的な業務 では、年齢にこだわらず人をどんどん集めている。その 反動で、その他の案件では人が集めにくくなっている。
	□	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・求人数は引き続き底堅い状況である。

□	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・求人数は新型コロナウイルス感染症の発生前に戻っているが、求職者は前年の半分程度である。仕事内容にもよるが、転職の動きには慎重さがみられる。
□	人材派遣会社 (管理担当)	求人数の動き	・求人数がやや増え始めていたが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により、停滞している。
□	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感染拡大は続いているが、行動制限はされていない。それに伴い、これまで影響を受けてきた業種の求人数も、新聞の求人に変化はない。一方、多くの消費者は自らの判断で行動を自粛しており、景気の盛り上がりはないものの、落ち込みもみられない。
□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人数は前年比で微減となった。前月は求人数が大幅に増加したが、今月は初旬から求人数の伸びがみられなかった。業種別では、飲食業が前年比で63.1%減少し、特にフルタイムの求人が81.0%の減少と大きく落ち込んだ。これは、前年に求人が増えたチェーン展開の外出店が、県外に本社を移転させた影響である。
□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の急増が心配である。
□	民間職業紹介機関 (営業担当)	求職者数の動き	・23年卒の新卒採用では、間もなく内定式を迎えることもあり、企業の採用選考もほぼ最終段階にきている。一方、求職側の学生の動きは鈍い。就職活動を終えた学生も多いが、継続中の学生も多く、内定を維持しながら、より良い条件の企業を選んでいるように感じる。全体として求人と求職者数のバランスが悪く、売手市場の傾向が戻ってきている。
□	学校 [大学] (就職担当)	雇用形態の様子	・医療職の採用は、コロナ禍で動きが鈍いようである。ただし、大学のオープンキャンパスへの参加者の様子を見ると、看護職などの医療職の希望者はそれほど減っていない。
▲	新聞社 [求人広告] (営業担当)	それ以外	・物価の上昇や円安の進行が止まらず、3か月前と比べても悪くなっていると感じる。コロナ禍やウクライナ危機といった特殊事情はあるものの、何も具体的な対策を打たないままでは、景気は悪くなる一方である。
▲	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・関西での新聞広告の推移をみると、前年比でも、第1四半期との比較でも、実績はマイナスとなっている。
▲	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・前月は宿泊・飲食サービス業、生活関連サービス・娯楽業の求人数が大幅に増加した。3年ぶりの祭りや行動制限のない夏休みの影響で、新規求人数が増えている。ただし、前年の10月以降、新規求人数は2けた増が続いていたが、前月は1けた増にとどまり、減少している産業もある。
▲	学校 [大学] (就職担当)	採用者数の動き	・目標人数を確保できなくても採用活動を終える企業が出てきており、採用が量より質に転換してきたように感じる。
×	—	—	—