

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)	◎	商店街（代表者）	販売量の動き	・人出が増え、売上も良くなっている。
	◎	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・コロナ禍が落ち着いてきて、飲食店などの来客数も増えている。取引先のゴルフ場なども注文が入るようになり、このまま全国旅行支援などで人が動き出せば、景気は良くなる。
	◎	百貨店（企画担当）	それ以外	・10月11日からの入国規制の緩和以降、香港や台湾からの客が増えている。中国本土からの客の動きに変化はない。円安の影響もあり、免税売上が増えている一方、外商を除く国内売上については、前年と比べて余りプラスが出ていない。
	◎	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・店舗への来客数の増加だけでなく、店舗周辺の商店街の人出も明らかに増加傾向にある。さらに、前週末からはインバウンド客が目に見えて増えている。
	◎	百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・10月に入り、入国規制の緩和で外国人客の来店が増えたほか、国内客の来店も増え、来客数は前年比で20%以上伸びる形となった。今月もまたラグジュアリー商材が売上を大きく伸ばすとともに、中間層をターゲットにした婦人衣料や雑貨も、コート類やブーツなどの防寒商材を中心に好調となった。また、徐々にメイク商材が回復している化粧品に関しても、売上は2けたの増加となったほか、フード関連も同様の伸びをみせている。
	◎	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・売上が大きく回復しており、2019年比の伸び率が、3か月前よりも10%以上改善している。
	◎	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・秋のシーズンを迎えて、新型コロナウイルスの新規感染者数はしばらく落ち着いている。10月11日からは全国旅行支援も始まったため、一気に予約の問合せが増え、来客数も増加した。ただし、長引くコロナ禍の影響で受け入れ態勢が十分ではないため、予約の制限をしなければ回らない状況である。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・日常の生活に戻りつつあるため、来客数が伸びている。
	◎	都市型ホテル（販促担当）	来客数の動き	・全国旅行支援の開始や訪日旅行の制限緩和に伴い、近隣の繁華街でも、以前のように外国人を見掛けるようになった。会食や宴会でも座席数を増やしており、予約受注数も増加傾向にある。客室部門の収入は前月比で108%、前年比で154%と増え、料飲部門の収入も前月比で116%、前年比で129%と増えている。ただし、サービス人員の不足が課題となっている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・規模は小さいが、海外からの旅行客の来店がみられ、免税対象の売上が増えている。また、それ以上に近隣県からの国内客が増加している。
	○	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・今月は29日までで、来客数が前年比で1.6%増加し、店全体の店頭売上も3.3%増加と復調している。一方、食料品の店頭売上は横ばいとなっている。また、当店ではないが、都心の大型店では円安の影響もあり、高額品の販売が好調となっている。
	○	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も傾向に変化はなく、来客数、レジ客数共に前年比で約10%増加し、特に高級ブランドの高額品が好調に動いている。また、物産催事も以前の通常開催に戻ったことで、前年比で約20%の増加となっている。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・コロナ禍の影響が緩和され、来客数が増加している。さらに、旅行者の動きが活発になっており、国内客の往來の増加に加えて、一部でインバウンドの増加もみられる。特に、インバウンドは購買意欲が旺盛で、重衣料を中心とした高額品の動きが目立つ。
○	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・物産展などの大型催事が堅調に推移しているほか、入国制限の緩和によるインバウンド需要の復活など、消費に対する力強さが戻ってきたと感じる。	
○	百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・物価の上昇で中間層の消費の冷え込みが懸念されるものの、富裕層の消費は特選品やラグジュアリー関連の好調で活発になっている。	

○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・海外からの旅行者に対する規制の緩和により、インバウンド売上が徐々に回復してきている。また、富裕客による高額品の購買意欲は全く衰えておらず、高級時計や海外ブランド品の売上は好調である。
○	スーパー（店長）	販売量の動き	・行動制限がないほか、全国旅行支援の効果もあり、人の動きが活発になっている。特に、旅行用の商品や外出着などが好調に動いている。
○	スーパー（企画担当）	それ以外	・各自治体でのプレミアム付商品券や、キャッシュレス決済でのポイント還元といった様々なキャンペーンにより、店舗での売上が伸びている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・割引クーポン券を発券しているため、来客数が6%、売上が2%ほど増加している。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・各社の出勤者数もかなり戻ってきたようで、朝の通勤ラッシュの時間帯や、ランチタイムの来客数が増加している。また、周辺ホテルの稼働率も上がっており、出張や観光に伴う来店が増えている。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・行動制限がなくなったほか、海外からも多くの旅行客が来日している。当店の立地は繁華街に近いので、人が以前とは比較にならないほど増えている。近隣のホテルには観光バスが止まり、多くのツアー客が降りている。当店はホテルからも近いので、すぐに食べられる商品や飲料水などを求めた来店が多い。
○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前年比、前々年比共に、来客数や売上が増加している。ただし、単価はそれほど良い状況ではなく、円安の悪い影響が出ている。
○	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・販売単価が上がり、気温の変化による好影響も出ている。
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	お客様の様子	・涼しくなってきたので、客の動きが出てきている。
○	その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍への対応が、徐々に過剰なものではなくなってきたため、人が動き始めている。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援やインバウンドの入国が本格的に始まり、交通機関や宿泊施設の利用が活発化するなど、観光客は目に見えて増加している。その恩恵を少なからず受けているが、肝腎な客の利用には非常に波があるため、安定して景気が回復しているとはいえない。
○	観光型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・来客数をみれば明らかに上向き傾向であるが、全国旅行支援による影響が大きく、景気の判断材料とするには疑問が残る。
○	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援が始まり、今月は動きが良かった。ただし、事務処理が複雑であるほか、サーバーがダウンするなど、現場の負担は大変である。
○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援が始まり、客が動き出している。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・ここ数か月は徐々に上向いている。今月は全国旅行支援の効果で宿泊者数が更に増えており、稼働率も78.0%と前月比で6.7ポイント上昇する見込みである。全国旅行支援を利用してない客も多く、平日の稼働率も76.0%に順調に上がっているため、出張が増えていると感じる。
○	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果や、当地域が秋の観光シーズンに入った相乗効果により、予約数が増えている。
○	都市型ホテル（総務担当）	それ以外	・全国旅行支援のスタートで宿泊の予約が増えているが、食事を伴う宴会や、レストランの夕食での利用は伸び悩んでいる。
○	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・秋の紅葉シーズンとなったほか、全国旅行支援の効果により、稼働率、単価共に改善傾向である。
○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全国旅行支援の開始で販売量が増加している。
○	旅行代理店（役員）	来客数の動き	・ワクチン接種の加速や、全国旅行支援のスタートにより、ほぼ2年半ぶりの活況となっている。海外旅行の動きはまだまだであるが、国内旅行は新型コロナウイルス感染症発生前の水準となっている。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・タクシーが1台もない駅やホテルの前で、客が並んで待つ状況がみられるようになっている。

○	タクシー運転手	お客様の様子	・当地域は、修学旅行や観光客でにぎわっている。
○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に過剰に反応する必要はないとの認識に変わり始めており、景気とは関係なく、修学旅行などが復活し始めている。
○	観光名所(企画 担当)	来客数の動き	・10月に入り、イベント割が開始したほか、入国規制の緩和などで来場者数が増えている。
○	競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は9626円で、3か月前の8905円よりも上がっている。
○	その他レジャー 施設〔複合商業 施設〕(職員)	来客数の動き	・10月上旬から中旬にかけて、来客数や業績は好調に推移している。コロナ禍が落ち着いたほか、気温の低下、全国旅行支援などの効果で婦人服が伸びている。ただし、中旬以降は動きがやや悪化している。
○	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波が収束したほか、全国旅行支援が始まり、水際対策も緩和されたことから、観光客などの団体客、インバウンド客が増加傾向にある。
○	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・正味の成約率が上がってきている。
○	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8波の発生が指摘されているが、世間は落ち着いており、来客数も伸びている。
□	一般小売店〔時 計〕(経営者)	それ以外	・来客数、販売量共に芳しくなかったが、修理などの相談は複数あった。今すぐには結果につながらなくても、時計に関心を持ってくれることに安心した。今月の数字は良くなかったが、全体的にはまずまずの動きと感じる。
□	一般小売店〔鮮 魚〕(営業担 当)	それ以外	・売上はほぼ横ばいである。今月は商品の値上げで客の買い控えが増え、客足も鈍い。その一方、中旬からはインバウンド客が戻ってきたため、プラスマイナスゼロという状況である。
□	一般小売店〔衣 服〕(経営者)	来客数の動き	・以前はコロナ禍による来客数の減少がみられたが、最近では商店街への客足が少し増えたと感じる。ただし、物価上昇の影響を感じることも多く、実際に消費者の口からも物価上昇の話が多く聞かれる。
□	一般小売店〔呉 服〕(店員)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の発生前は、振り袖くらいは動いていたが、それも動かなくなり、代わりに黒紋付が少し動いている。
□	一般小売店〔菓 子〕(営業担 当)	販売量の動き	・値上げラッシュにより、売上が伸び悩んでいる。
□	百貨店(売場主 任)	お客様の様子	・今月はバーゲンセールや優待販売が好調であるほか、インバウンドの売上も増えており、売上目標を上回る見込みである。ただし、中間層の客による商品の購入姿勢には、以前よりも慎重さがみられる。特に、不要不急の商品の買い控えが顕著になってきている。
□	百貨店(マネー ジャー)	お客様の様子	・美術品や宝飾、特選品といった富裕層向けの商材は好調が続いている。また、行動制限の大幅な緩和で人流が活発になり、国内中間層によるファッション等の購入は徐々に好調となった。その反面、生鮮3品などは値上げによる販売量の減少で現状維持となっており、全体的な構図は変わらない。
□	百貨店(販売推 進担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染第7波も鎮静化し、来客数は引き続き増えているが、ラグジュアリーブランドや高級宝飾、時計などの値上げは一巡している。これまでの値上げ前の購入の反動もあり、買い控えまではみられないが、今までの勢いはなくなってきている。
□	百貨店(店長)	販売量の動き	・行動規制の緩和で、イベントが活発化している都心店舗の人出が増えたり、旅行などでの外出が増えている。それに伴い、郊外店舗の来客数の伸びは、都心店舗よりも弱くなっている。
□	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新規感染者数は減少傾向にあり、来客数は前年を上回ってきている。直近の3か月は、8月が前年比で6.2%の増加、9月が1.6%の増加、10月が4.6%の増加となっているが、まだ2019年の水準には戻っていない。

<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・コロナ禍の落ち着きはプラスであるが、相次ぐ食品の値上げもあってか、消費者の購買意欲は減退している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	単価の動き	・あらゆる分野で値上げが進み、商品の価格が大幅に上がっている。価格に敏感な客は買い回りで安い店を探す一方、多くの客は諦めつつ、値上げを受け入れていると感じる。また、プレミアム付商品券が販売された地域では、売上が大きく押し上げられている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・節約や生活防衛といったキーワードに敏感となり、アピールの仕方によっては反応が良くなっている。消費者の物価上昇に対する意識の高まりを感じる。物価の上昇に伴う、売上の増加と消費の抑制とのせめぎ合いが続いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	お客様の様子	・近隣でのイベントや地域の運動会などが再開され、休日には飲料やレジ横の商品など、1～2品の買物をする客が多く来店している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	お客様の様子	・相次ぐ物価の上昇で、パンや弁当などを買い控える客が増えている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・店のショーウィンドウを見ている客は、確実に増えている。ただし、実際の来店には結び付いていない。物価の上昇に対する生活防衛が優先されているように感じる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・半導体不足の影響が依然として続き、商品の供給がスムーズにいかず、販売量が伸びない状況にある。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	単価の動き	・物価上昇の影響が出ている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・来客数、問合せ件数共に、減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・回復傾向にあるものの、生産状況が一定しない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	単価の動き	・クーポンの利用に制限が掛かり、1000円以上の買物で1品の価格が15%オフとなる。以前から1点買いの客が多く、単価がなかなか上がらなかったが、単価が200～300円上がった。ただし、値上げの波が押し寄せている影響で、価格に少し敏感になり、買物の回数が減っている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	単価の動き	・円安が続くなか、半期に1度の催事では前年の集客と大差なかったが、販売率は上がり、売上単価は下がった。目的を持った客が動いていることは明らかである。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	販売量の動き	・来客数は増加傾向にあり、化粧品や健康食品などは堅調に推移しているが、当社は食品や日用品などの生活必需品の売上が中心である。商品の値上げによる生活必需品への大きな影響はないが、しばらくは現状の動きが続く。
<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	・10月以降は社会全体で値上げ品目が増えているが、それほど景況感に影響は出ていない。
<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	・注文や問合せが落ち着いてきて、新型コロナウイルス感染症の発生前の状態に戻りつつある。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況に左右される動きは減ってきたと感じるが、値上げの影響が重くのしかかっている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	販売量の動き	・全国旅行支援が始まり、来客数や受電数は大幅に増えた。ただし、既存客の対応に追われて新規受注ができる状況ではなく、大幅な販売拡大には至っていない。

□	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・全国旅行支援や入国規制の緩和も始まり、旅行マインドは上向いているが、円安の影響で海外旅行の需要は低いままである。客からも、今は海外旅行には行けないといった声や、コーヒー1杯が1000円は高過ぎるといった声がある。これだけ円安のニュースが流れるなかで、海外旅行をちゅうちよする様子がみられる。国内の全国旅行支援の動きと相殺され、全体としては変わらない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・良くもなく、悪くもないという状況である。新型コロナウイルス感染症の発生前と比べれば悪く、前年と比べれば良い。
□	通信会社（社員）	販売量の動き	・3か月前と比べると、販売台数は若干回復しているように感じるが、前年の水準は下回っている。
□	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波が落ち着き、ようやく徐々に客が戻ってきている。ただし、以前の水準はまだまだ下回っている。
□	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・新築分譲マンションの売行きが好調なほか、投資家の賃貸マンション需要が旺盛なこともあり、デベロッパー間でのマンション開発用地の取得競争が激しく、取引価格の上昇が続いている。
▲	商店街（経営者）	来客数の動き	・生活必需品の値上げが多くなり、消費行動にブレーキが掛かっている。
▲	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	来客数の動き	・仕入業者の価格改定に伴い、卸売先への価格転嫁を進めている。各飲食店もメニュー価格の変更を順次始めているなか、値上げ済みの取引先からは、来客数の減少といった声が出ている。
▲	一般小売店〔花〕（店長）	単価の動き	・円安の進行により、仕入価格が高騰している。
▲	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・10月から値上げが行われ、消費者の節約志向が強まっているように感じられる。ただし、一部の富裕客による高額商品の購入は堅調である。
▲	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・客の動きを見ていると、必要以上の物は買わないという印象を受ける。
▲	百貨店（営業推進担当）	単価の動き	・原材料価格の高騰による食品の値上げにより、特に生鮮品の売行きの不調が続いている。
▲	百貨店（宣伝担当）	単価の動き	・多くの商品で10月から価格改定が行われ、9月末に駆け込み需要がみられたため、今月はその反動で高額品の動きが鈍くなっている。季節商材も単価の低い商品は好調であるが、気温が下がった中旬以降も、前年比で値上がりしたカシミアなどの商材は苦戦している。
▲	スーパー（経営者）	お客様の様子	・夏からの物価の上昇もあり、財布のひもが固くなっている。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・酒類などの様々な商品の値上げ、コロナ禍への意識の変化などにより、節約傾向が進んでいると感じる。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・10倍ポイントセールなどを行っても、集客が少なくなっている。
▲	スーパー（店長）	単価の動き	・客が商品価格に敏感になっている。特に10月以降の値上げ報道を受けて、食品の買い方がシビアになっている。広告の目玉商品の購入率は平均で4%上がっているが、定番商品との併売率が落ちている。
▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・インフレの影響による耐久消費財の買い控えで、住居関連商品の動きが悪くなっている。
▲	スーパー（社員）	お客様の様子	・今春以降、商品価格の上昇で客の節約志向が強まり、買い控えが目立っていた。最近は買い控えも次第に落ち着き、客の買物の動きもやや上向いている。
▲	コンビニ（経営者）	それ以外	・物価や光熱費の上昇など、様々な商品の価格が上がり、生活へのダメージが大きいため 購入を抑制できる範囲での節約が検討されている。
▲	コンビニ（店長）	お客様の様子	・買物の際、客がよく価格の話をしている。全ての物が高くなっていることを実感しているように感じる。
▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・急に寒くなり、客足が少なくなっている。
▲	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・需要の端境期に入ったほか、各メーカーの商品価格の値上げも重なり、販売量が減少している。燃料価格の上昇や、円安の進行による可処分所得の減少で、今後も大幅な回復は見込めない。

▲	乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・物価上昇の影響もあり、客の動きが鈍くなっていると感じる。
▲	その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	単価の動き	・消費者の生活を直撃するような値上げが目立つ。為替の面でも、政府、日本銀行の市場介入は一時しのぎとなっている。
▲	通信会社(経営者)	お客様の様子	・円安による仕入価格の上昇で、値上げ交渉を進めている。
▲	通信会社(営業担当)	単価の動き	・円安の影響で、収入は増えていないが、支出が増えている。
▲	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・現地を案内してから、成約の判断までの動きが鈍く感じられる。
▲	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・各種商品の値上げに伴い、客の間では買い控えの雰囲気が感じられる。
▲	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)	それ以外	・円安で経済の悪化傾向が進んでいる。
▲	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による上半期の契約件数は、前年比で1割以上減少している。特に、例年は最も契約件数が増える、9月の落ち込みが大きい。
▲	その他住宅[住宅設備] (営業担当)	競争相手の様子	・競合先に大量の離職者が出たため、仕事が回っておらず、他社に応援要請を出さざるを得ない状況のようである。
▲	その他住宅[情報誌] (編集者)	お客様の様子	・新築の不動産は、原価の更なる上昇による価格の高騰に加え、全国旅行支援などによる影響もあり、購入検討層による見学が減り始めている。反響数、来客数共に減少傾向がみられる。
×	スーパー(店員)	販売量の動き	・いろいろな物が値上がりしており、果物類が余り売れなくなったが、特売品だけはよく売れている。野菜類も値段が下がらず、今年は特に高いと感じるなか、特売品はよく売れている。
×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・高齢者が買物に出掛けない癖がついてしまったため、売上が増えない。
×	家電量販店(店員)	来客数の動き	・既存客への影響は多少感じられるが、それ以上に新規客が増えていないことが目立つ。商品価格の高騰や、代替不可能な設備関連の長期欠品も大きく影響している。
×	家電量販店(店員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が少し落ち着き、外出をする機会が増えたため、来客数は増加したが、物価の上昇などで販売には至らない。高額商品になればなるほど、客の購入が即決されることはなく、後日購入するといった形になる。
×	家電量販店(企画担当)	来客数の動き	・秋物家電の販売が伸び悩んでいる。ただし、こどもみらい住宅支援事業の補助により、リフォームに限っては順調で、受注が前年比で20%増えている。
×	住関連専門店 (店長)	単価の動き	・客単価が夏頃から急速に下がっている。ウクライナ危機以前の3~4割ダウンとなっており、かなり劇的に節約マインドが強まっている。
×	その他専門店 [宝石] (経営者)	お客様の様子	・急激な円安とウクライナ危機に伴う物価の上昇が、全ての家庭で消費の意欲を後退させ、生活もますます苦しくなっているのが現状である。
×	一般レストラン (店主)	お客様の様子	・若年層の旅行客が増えているが、余りお金は使わない。クーポンの使用できるコンビニや大きな商業施設に集中し、地元のクーポン対応店の状況は余り変わらない。
×	通信会社(社員)	販売量の動き	・前年の数字と比較して、20%程度悪化している。コロナ禍も少し落ち着き、これからというところで、様々な生活必需品の値上げラッシュが始まった。新たに利用料が必要になるようなサービスは、買い控えが進んでいる。
×	通信会社(役員)	それ以外	・携帯電話販売業は通信事業者の営業方針に業況が左右される。現在は、特定の事業者が店舗の大規模なリストラを進めており、事業を取り巻く環境が厳しくなっている。

企業 動向 関連 (近畿)	◎	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、広告売上は前年を上回っている。
	○	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感染状況が落ち着いてきたなか、当産地では需要期を迎えたことで、受注量が増加している。
	○	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	・受注量は引き続き微増となっている。以前と比べて、各社はやや攻めの姿勢になっていると感じる。
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・部品の供給が回復しており、自動車やガス器具、家電向けの出荷量が増えてきた。ただし、化学品原材料の価格高騰が激しく、利益は大幅に減少している。
	○	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・電気自動車関連の部品を中心に徐々に動き出しており、年末にかけての自動車全体の受注内示も増加傾向にある。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・交通広告の短期案件は増えてきたが、まだ回復するまでには至らない。
	○	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	・10月11日からの水際対策の緩和を境に、外国人旅行者が急増している。爆買の動きこそないが、低額品の土産を複数購入している。特に、日本製ならではの品質の高さを求める客が目立つ。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費者は価格に敏感であり、食品は1円の値動きで購買量に影響が出る。実際に、値上げとなった商品の動きは悪く、値上げされていないか、特売の商品は動いている。当社の商品でも、値上げをせずに販売している商品の動きは良い。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は日によって増加と減少を繰り返し、なかなか安定しない。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・円安の進行や物価の上昇により、節約志向が更に強まるなど、景気が良いとはいえない。ただし、現状では受注量や販売量に大きな影響はなく、堅調に推移している。
	□	金属製品製造業（営業担当）	競争相手の様子	・9月には少し回復傾向がみられたが、10月に入って、週に1日休業する企業が再び出てきている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月に少し動きがあり、今月の業況に期待していたが、上向き気配は全くない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・テレビや冷蔵庫など、前年を下回る荷動きの商品が多い。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・部品の納期遅れの状況が好転せず、受注に支障が出ている。
	□	輸送用機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・海外向けの新規の生産ラインを中心に、受注済み案件の中止や延期の動きが増えている。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・計画段階での設備投資の予算と、今の予算とのかい離が大きく、工事の延期や凍結が増えている。建設資材価格や工賃などの上昇も続いている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・資源価格の高騰による影響が、徐々に受注面に出始めている。発注を早め決めてくれる客もいるが、断念するケースもある。各案件で予算が決まっているため、悩ましいところである。
	□	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・円安により、取引先の間で材料費が増加している。
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・業績が悪い企業は、既に廃業や倒産しているため、当分の間は円安やコロナ禍のなか、今のような状況が続くと予想される。
	□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・予算を確保するための見積り依頼は増えてきたが、物が動く量はまだ増えていない。
▲	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・原材料価格や加工賃の上昇分を販売価格に転嫁できず、利益が圧迫されている。販売もなかなか戻らず、非常に苦戦しており、売上は前年比で15%ダウンしている。	
▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・電話やメールでの問合せが減っており、雰囲気は余り良くない。	

	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の売上の30%超は輸出によるものである。これまでは円安がプラスに貢献していたが、円安の長期化で海外の取引先が我慢しきれなくなり、円安に対応し始めたため、プラス効果が反転し始めている。
	▲	その他製造業 〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍は落ち着きつつあるが、市場の動きは戻りが鈍い。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇に加え、円安の影響で問合せが減ったほか、物件単価、規模共に悪化傾向にある。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月の値上げ前までは荷動きが堅調であったが、今月に入ってから大きく落ち込んでいる。
	▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・円安の影響で輸入コストが上がり、利益が出なくなっている。
	▲	金融業（副支店長）	取引先の様子	・為替は32年ぶりの円安水準となっており、取引先も値上げや為替予約などを駆使して乗り切ろうとしているが、赤字になる企業が増えている。
	▲	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・経営コンサルタントであるが、新型コロナウイルス感染症や円安の影響など、良い情報がない。
	▲	その他非製造業 〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・急激な為替変動により、輸入商品の仕入価格が上昇している。ただし、販売価格にはまだ転嫁できず、値上げ要請を行っている段階のため、利益のない状態で販売しなければならない。
	×	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・店舗の解約が止まらず、解約後の入居も決まらない。賃貸ニーズが減り、景気が悪くなっている。
	×	その他非製造業 〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・円安の進行や物価の上昇で、経済が低迷している。
雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・売手市場の傾向が加速しており、採用にかなり苦勞している。
	○	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・相変わらず求人数が多く、求人条件も上向く傾向にある。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響は少し落ち着いてきたが、今後は原油価格の上昇や円安の影響が出てくるため、当面は現状維持となる。
	○	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・8～9月の就職件数は前年比で増加となった。企業の採用活動が活発化している。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・今の時期、新卒採用市場では2024年卒の学生への求人告知を兼ねた、秋冬インターンシップの告知に活発な企業が多い。就職情報協会が主催する、秋に開催のイベントにも企業の参加や出展が続々と決まっている。例年はみられない大手企業の参加もあり、従業員規模を問わず、学生向けの広報に力を入れる企業が多いと感じる。
	□	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・前月と同様に、全業種で求人が出ている。サービス関連の企業からは頻繁にオーダーがあり、特にIT関連のオーダーはかなり多く、人集めに苦勞している。テレワークなどが普及し、全国区で募集できるようになったが、それでも人材は集めにくい。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・求人数は2019年比で1.5倍以上に増えているが、実際に動いている求職者の数は余り変わっておらず、慎重さがうかがえる。
	□	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・求人数は底堅く、企業の採用意欲は旺盛な状態が続くそうである。
	□	求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・売手市場は続いているが、求人数の増加速度はピークよりもやや鈍化している。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・新聞求人数に、今後の景気の判断を変えるような大きな動きは見られない。ただし、3か月前と比べると円安が急速に進んでおり、中小零細企業の多い関西企業の多くは悪影響を受け、企業業績が悪化している可能性が高い。

□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数全体は前月比、前年比共に大きく増えており、以前の水準に戻ってきている。業種別では、「卸売業・小売業」が「小売業」のパート求人の増加によって大幅に伸びている。「生活関連サービス業・娯楽業」、「運輸業・郵便業」、「宿泊業・飲食サービス業」も多くの求人がみられ、回復基調となっている。
□	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・求人活動は引き続き活況となっている。
□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまだ増減を繰り返しており、収束の時期はまだ不透明である。ただし、他県への観光客の増加は顕著であり、1か月前から夕方の特急の乗客も増え、ほぼ満員になっている。観光関連の企業の業況も、少し回復しているように感じる。
□	その他雇用の動向を把握できる者	求職者数の動き	・求人は持ち直しの動きが見られ、それに伴い、有効求人倍率も徐々に上昇している。ただし、深刻な人手不足に悩む企業の声は多い。人手不足などに起因する業務負担の増加、勤務条件の不満から退職に踏み切る自己都合離職者の増加など、企業は厳しい状況にある。これらの事情が、職場環境や雇用環境に悪影響を及ぼすなど、負の循環がみられる。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・円安傾向や物価の上昇による消費者の買い控えなどで、企業の動きが鈍い。特に、宣伝費などのプロモーション予算を削減する動きが顕著である。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・採用活動を続けている企業もあるが、翌年度の採用活動に切り替えたという話も出始めている。
×	—	—	—