

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）	・しばらく停滞していたギフトマーケットもクリスマスには復活する兆しがあるほか、しばらく買物を控えていた反動が、自分への御褒美需要となって、ジュエリーや高額バッグ商材の動きが活発化すると予想される。また、新型コロナウイルスの感染状況に関係なく、百貨店でクラスターが発生するという感覚は、既に客から消えている。マスクなしで街を歩く人も増えているため、もう一段階、売上は上向くことが予想される。
	◎	百貨店（サービス担当）	・今後も外国人観光客の増加傾向に変化がないことから、新たな高級ブランドの店舗を導入することで、集客力がアップし、売上の拡大につながることを期待される。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症による影響がなくなってきたと感じる。
	◎	都市型ホテル（販売促進担当）	・全国旅行支援が延長されると予想しており、好調な動きがこのまま続く。12～1月の予約は入っていないが、最近の傾向からすると、直近で入ってくるものが予想される。レストランでは、12月のクリスマスコースの予約が既に満席となる日も出ている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・取引先からの12月分の発注が前年よりも数段増えているため、販売量、売上共にアップが見込まれる。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・新型コロナウイルスの感染第8波が発生したとしても、政府が今の方針を変えなければ、景気は少し良くなる。ただし、2～3か月後の物価上昇の状況次第であり、インフレが進めば、一般客の買物は控えめになる。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	・着物を着て外出する機会が増えたという話が多くなっている。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・気候も良くなり、全国旅行支援などでぜいたく品やし好品の販売も増加傾向にある。年末商戦でも、この状態が続くことを期待している。
	○	百貨店（売場主任）	・来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の90%程度まで回復しており、売上はインバウンドを除けば、既に回復している。客単価が上昇するなか、来客数の増加やインバウンド効果の回復が続けば、景気は上向く。
	○	百貨店（企画担当）	・中国での新型コロナウイルスの新規感染者数のゼロ政策は気になるが、関西国際空港の国際線の利用回復と、春節の人出に期待している。
	○	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスとインフルエンザの想定以上の感染拡大がなければ、来客数は回復傾向を維持できる。高額ブランド品の値上げ傾向は続くものの、活発な購買行動は続きそうである。
	○	百貨店（外商担当）	・今後は海外からの観光客が更に増えるため、インバウンド売上の増加が予想される。
	○	百貨店（販促担当）	・今後も新型コロナウイルスの新規感染者数は増減を繰り返すと予想されるが、客の反応は以前と違ったものとなる。一番の変化は処方薬の登場であり、元々重症化率が高くないなか、薬の開発でインフルエンザ同様の動きに変わることが予想される。その結果、人の動きが活発化するほか、インバウンド需要にも期待できる。物価上昇の影響も極端に強くない、徐々に慣れてくることも予想されるため、会合や祝い事など、華やかさを打ち出した企画を予定している。
	○	スーパー（企画担当）	・キャッシュレス支払の還元キャンペーンや、プレミアム付商品券の販売など、自治体を実施している該当店舗では、売上の増加につながっている。今後12月の年末商戦や1月の売上も増加が見込まれる。
	○	スーパー（社員）	・商品単価の上昇による売上の増加は、当面続くと予想している。消費者の節約志向は強いが、食品の消費は堅調に推移する。
○	コンビニ（経営者）	・外国人観光客によるホテルでの宿泊がかなり回復すると予想され、来客数の増加につながる。商品価格の値上げによる買い控えの影響も懸念されたほどではなく、客単価も微増のまま推移しそうである。	
○	コンビニ（経営者）	・平均単価は下がっているが、コンビニはキャッシュレス支払が多く、商品が売れる傾向となっている。それに伴い、10%ほど来客数が増えることが期待される。	

○	コンビニ（店員）	・12月になるとイベントも増えてくるため、コンビニもケーキの予約や年賀状の注文などで活気が出てくる。今年は例年と比べると忙しくなると感じている。
○	衣料品専門店（店員）	・各種セールのほか、チラシやSNS、CMなどで宣伝にも力を入れるため、景気はやや良くなる。
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・良くならないと困る。
○	家電量販店（人事担当）	・円安や物価の上昇による影響はあるが、外国人旅行者が徐々に増え、にぎわいが戻ってくる。それに伴い、国内景気も回復することを期待している。
○	家電量販店（企画担当）	・断熱リフォームや太陽光関連といったスマート関連商品が、こどもみらい住宅支援などの補助金の活用により、好調な推移が期待できそうである。
○	乗用車販売店（販売担当）	・メーカーからは国内向けの供給増加の連絡がきており、販売量の増加が見込める。
○	その他専門店〔食品〕（経営者）	・年末に向け、徐々に外食産業は回復するが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増減によって変わってくる。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・インバウンドが戻りつつある。団体の旅行客を受け入れれば、売上は上がる。
○	高級レストラン（企画）	・インバウンド需要の増加のほか、国、自治体の観光支援策による来客数、単価の改善が予想される。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響で、キャンセルが少しずつ増えている。1～2月の予約は様子見の状態、仮予約のままとなっている。宿泊は全国旅行支援がいつまで続くかによって、大きく数字が変わってくる。予定どおり12月20日までであれば、苦戦を強いられる。一方、レストランは好調で、中規模の団体客の需要も戻っている。
○	都市型ホテル（管理担当）	・今後の国内の旅行需要は減退することなく、インバウンドの戻りにも期待される。
○	都市型ホテル（販促担当）	・新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、忘年会や新年会の予約も入るなど、年末年始の特需に期待している。
○	都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染が拡大しても、行動制限は要請されず、いずれ感染状況も低水準となる。今後は海外からの観光客も順調に増え、外食に伴う飲酒も増えると予想される。
○	都市型ホテル（客室担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波の状況は気になるが、ウィズコロナの意識が高まり、旅行需要は回復傾向にある。
○	旅行代理店（店長）	・新型コロナウイルスの感染第8波の状況にもよるが、海外旅行の問合せが徐々に増えているため、期待したい。
○	タクシー運転手	・景気回復の材料としては、入国制限の緩和効果と、年末のタクシー利用の増加などが挙げられる。
○	タクシー運転手	・観光客だけでなく、地元の客も紅葉シーズンで来るため、当県の景気は良くなる。
○	観光名所（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波が到来しているが、行動制限はないため、全国旅行支援などの効果もあって、来場者が増え始めている。ただし、いつまで続くのかが心配である。
○	遊園地（経営者）	・当初から、新型コロナウイルスの新規感染者数の増減に反比例して、業績が変動する傾向に変化はない。感染が拡大傾向にある現状は、業績はやや停滞気味である。ただし、客が消費行動を極端に抑制する傾向は弱まりつつあるように感じられ、以前ほど悲観的には捉えていない。
○	ゴルフ場（支配人）	・年末にかけて予約状況は順調で、天候に恵まれれば景気は良くなる。
○	競艇場（職員）	・ここ数か月の全国発売のSG、G1競走は、電話投票やインターネット投票の売上が頭打ちの状態にあるが、年末年始には業界が最も盛り上がるレースが続くため、売上の増加を期待したい。
○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波が到来しても、政府は移動制限や水際対策の強化を行わないほか、新型コロナウイルスの治療薬の承認など、コロナ禍の収束に向けた動きが出てきている。
○	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・通常の点検業務に加えて、リニューアル工事が途切れることなく続けば、来年の年明けも忙しい日が続くと予想される。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響で、購買心理が上がってこない。

<input type="checkbox"/>	一般小売店 [時計] (経営者)	・最近の客との話題の中心は、物価の上昇である。今までもできる限りの節約をしており、これ以上は無理という後ろ向きの発言も聞く。常連客の姿を見る回数も減ってきたことから、先行きには明るさが感じられない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [花] (経営者)	・仕入価格の高騰に伴い、利益が伸びないと予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (売場主任)	・円安傾向も落ち着きつつあり、このまま推移すれば、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年並みに戻ると予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (売場主任)	・所得が増えないなか、物価の上昇で消費マインドは更に冷え込む傾向が続く。バーゲンセールによる低単価品の訴求には限界があり、今後は付加価値の向上による単価の引上げが重要となる。ただし、一部のラグジュアリー商品を除いて、ファッション関連ではそういった商品が不足している。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (マネージャー)	・年末年始に向けて、物価の上昇による影響の大きな食品分野の苦戦は続く。また、国内の中間層による購買も、全体的に慎重な選択購買が続くそうである。その一方、富裕層やインバウンド需要は好調な推移が見込まれるため、全体的には現状と変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (マネージャー)	・インフレの継続により、実需商品への消費意欲は引き続き低調となる。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売推進担当)	・コロナ禍が収まったとしても、物価の上昇による生活防衛意識の高まりから、買物行動は厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (店長)	・行動制限のない年末年始は3年ぶりであるが、前年、前々年と同様に、自宅で過ごすことが定番化している。デパ地下などは堅調に推移するものの、他の商材の売上が好転する要因は、今のところ見当たらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業推進担当)	・新型コロナウイルスの感染第8波も落ち着き、専門店の商材の動きも活発になるものの、消費の多様化と原材料価格の高騰により、現在の悪化傾向が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (売場マネージャー)	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響は、これまでのように大きくならないと予想しているが、インバウンドや観光客が売上を支える状況に大きな変化はない。価格の高騰も購買意欲に大きな影響を与えており、客には支出の内容を吟味する傾向があるため、個人の買物における優先順位は高くない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (管理担当)	・商況の回復を期待したいが、この先も消費者に身近な食料品や電気代の値上げが続くことが予想されるため、一進一退の状況が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (宣伝担当)	・インバウンド売上は好調が続くと予想しているが、国内売上は値上げの影響が大きく、力強さには欠ける。新型コロナウイルス、インフルエンザ共に、感染が徐々に拡大していることから、全体的には今月の状態から大きく伸びることはない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (マネージャー)	・当分、近隣圏の購買動向には変化がないと予想されるものの、新型コロナウイルスの感染第8波の状況次第で悪化につながる可能性は非常に高い。インバウンドを中心とした来街者の増加は明るい材料であるが、インバウンドの主力は飽くまでも中国である。まだ中国からの観光客は回復が見込めず、近い将来で状況の変化は考えられないため、全体に及ぼす影響は軽微にとどまる。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・直近の好調は一時的な動きの可能性もあり、楽観視はできない。サッカーワールドカップや当市のプレミアム付商品券の影響もあるため、景気回復によるものかどうかは慎重に見極める必要がある。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店員)	・近隣にスーパーがたくさんあり、客もあちこちの店に行っている様子のため、かなり厳しい。
<input type="checkbox"/>	スーパー (企画担当)	・価格の上昇で、引き続き買い回りの傾向が強まる。
<input type="checkbox"/>	スーパー (経理担当)	・年間最大の消費イベントであるクリスマスや年末年始は、徐々に行動制限もなく、外出関連を含めて消費は堅調に推移する。その一方、年明けは一段と節約志向が強まり、小売業界でも価格競争が激化する可能性が高い。それに伴い、収益力に劣る企業は脱落するおそれが強まる。

<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が増加傾向にあるが、自粛疲れや慣れもあり、外出の自粛やまとめ買いといった、前年のような状況にはならない。一方、商品価格は今後も値上げが予想されるため、必要な物以外は買わない傾向が続くと推測される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（開発担当）	・大企業のボーナスの増加は、若干のプラス要素であるが、関西は中小企業が多く、ボーナスの増加が見込めない。物価が上昇し、収入も増えないなか、景気が良くなることはない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・繁忙期に入るが、再びコロナ禍の影響で忘年会や会合が少なくなると感じる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・変わらないか、これ以上悪い方向にならないように、事業を進めていくようにしたい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・光熱費や商材の値上げが続くなか、客の買い控えが心配されるため、景気の改善は考えられない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・コロナ禍が一段落しつつあったが、ここへきてまた影響が出始めている。当社も物価の上昇や円安、原材料価格の高騰による影響が常に出ており、経営はひっ迫している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	・コロナ禍が落ち着かない状況に変化はない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・商品価格が安いためか、インターネットでの購入が増加し、家電量販店での販売量は明らかに減少している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・物価上昇のニュースを受けて、財布のひもが固くなっている客が多い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・2～3か月前の相場で価格を調整しているが、足元の仕入相場はかなり下がっている。先行きは今よりも更に悪化することが予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・今のような水準が維持できそうである。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石]（経営者）	・物価が安定すれば落ち着くが、今後のコロナ禍による影響も心配である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・投資先や消費対象がより選別され、売れる物と売れない物の格差が広がる。全体的には先行きが不透明であるため、現状の景況感が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・様々な消費促進のキャンペーンが再開しているが、需要は生活必需品や飲食関連、旅行などに流れることが予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	・来客数は増加傾向にあるが、売上の中心となる食品や日用品の値上げが続いており、大きなプラス要因は見当たらない。しばらくは横ばいの傾向が続くと予想されるが、今後はインバウンド需要に期待している。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・例年は新年に向けて、ユニフォーム新調などの注文があるが、今のところはかなり少ない。今後も少ない状況がしばらく続きそうである。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	・物価の上昇や水道・光熱費の上昇といった懸念材料が今後も続くため、状況は今月と変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・エネルギー価格の高騰のほか、円安や物価の上昇による影響はまだ続いている。ただし、だからといって安易に商品を値上げできるわけではなく、仮に売上が増えても、利益が増えるというところまでは、ここ数か月では厳しい。また、深刻な人手不足で売上を伸ばす手段にも限界があり、まだまだ景気回復と呼ぶには程遠い。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店員）	・食品などの値上げが続いているため、外食にお金を使う余裕がなくなっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店主）	・全体的に客は増えているが、新型コロナウイルスの感染状況に左右される。感染第8波の影響が予想されるなか、個人商店は何らかの企業努力が必要である。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [ファーストフード]（店員）	・新型コロナウイルスの影響が一時収束しかけたが、また感染第8波が発生したため、来客数の動きが変わる。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・コロナ禍の収束時期が見通せないなか、政府による観光業者への支援で良くなってきたが、この調子が続くとも思えない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が顕著であるが、以前と比べると影響はそれほど大きくない。イベントなども、規模は縮小しながらも開催されている。

□	通信会社（社員）	・横ばいか、悪くなることが予想される。物価の上昇や人手不足、販売状況の悪化などで、閉店せざるを得ない店舗も出てきている。
□	競輪場（職員）	・例年であれば良くなる傾向となるが、経済環境や世界情勢の変化、物価の上昇など、目に見えない要素が多いため、全体としては変わらない。
□	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・円安の流れがようやく落ち着き、企業業績も安定している。ただし、新型コロナウイルスの感染拡大やウクライナ情勢の影響もあり、個人消費の落ち込みが続けば、景気は悪化する可能性が高い。
□	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・原材料価格や物価の上昇が続くなか、賃上げがどの程度進むかに大きく左右される。
□	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再び増加傾向にあるなか、プロ野球シーズンが終了し、12～2月は多くのコンサートが開催の予定である。なお、3か月後の状況は不透明であり、全体的には現状と変わらないと予想している。
□	住宅販売会社（総務担当）	・政府の需要喚起策もあり、人の流れが戻ってきている反面、新型コロナウイルスの感染拡大も気になる。
□	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）	・観光業は少し良くなっているが、全般的な景気は良くないように感じる。
▲	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・年度末に向けて、様々な商談が出てくる時期であるが、事務所向けの一部の商談を除き、良い材料が見当たらない。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価の上昇で、買物にはこれまで以上の堅実さを感じられる。新型コロナウイルスの感染状況も見通せないなか、景気が良くなるとは到底思えない。
▲	百貨店（売場マネージャー）	・現在も原油価格や原材料価格の上昇や、円安傾向もあり、食料品を中心に買い控えの傾向がみられる。年末年始にかけても、この傾向は続くと考えられる。さらに、新型コロナウイルスの感染第8波の到来も予想もされるため、今後の景気はやや悪くなる。
▲	百貨店（店長）	・旅行への需要の分散が進み、やや悪くなる。
▲	スーパー（経営者）	・電気代や燃料代といったコストの上昇で、値上げ対応せざるを得ないが、それでも対応しきれない企業は、事業の継続が困難になるケースも増えてくる。
▲	スーパー（経営者）	・大企業によるベースアップやインフレ手当の話題が出ているが、中小企業は厳しい状況である。地方自治体の消費応援策が終了し、実質賃金も減少するなか、高所得層を除く、中低所得層の財布のひもは更に固くなる。
▲	スーパー（店長）	・収入が増えないなかでの物価上昇により、客の購買行動はよりシビアになる。特に、衣料品への支出は後回しになる可能性が高い。さらに、当店に関しては競合店が新たに増え、食料品の購入客数も90%から95%までと落ち込むなど、今後も来客数の減少が避けられないと予想される。
▲	スーパー（店長）	・今後も原材料価格の高騰でインフレに拍車が掛かり、消費は冷え込むと予想される。
▲	スーパー（店長）	・食品や公共料金の値上げが、今後の景気動向に大きく影響すると考えられる。今後は客の節約志向が強くなり、ボーナスサンデーやクリスマス、年末年始商戦の苦戦が予想される。
▲	コンビニ（店長）	・値上げが進むなか、買い控えの傾向が強まってくる。
▲	コンビニ（店員）	・寒い時期は来客数が減る。
▲	コンビニ（店員）	・以前はたくさん買物してくれた客も、買い控えの動きが増え、客との会話でも値上げの話題が多くなっている。今後も値上げが続く様子であり、ますます景気は厳しくなっていくと予想される。
▲	乗用車販売店（経営者）	・諸物価の上昇のため、消費者心理が冷え込む。
▲	乗用車販売店（経営者）	・中国の新型コロナウイルスの感染状況がひどくなり、ウクライナ紛争も激化している。円安や新型コロナウイルスの新規感染者数の増加、政情不安といった悪い材料が多く、そのいずれも収束する気配がないため、今後も景気は良くならない。
▲	高級レストラン（スタッフ）	・年始になると毎年客足は鈍るため、今回も例年どおりとなる。

▲	一般レストラン（経営者）	・ますます寒くなる気候と、更なる値上げの影響で、消費者の財布のひもは固くなる。
▲	一般レストラン（企画）	・円安やウクライナ危機などで、エネルギー価格や食料品価格が更に上昇するため、外食の頻度が減り、販売量の減少につながる事が予想される。
▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・気が付けば、食料などの大幅な値上げにより、手元にお金が残らない。生活費が圧迫されれば、その他の出費にお金が回らなくなる。
▲	観光型ホテル（経営者）	・全国旅行支援の延長が発表されたものの、新型コロナウイルスの感染第8波の影響次第であり、まだ客は様子見を続けている。いずれにしても、10～11月のような動きを期待することはできない。
▲	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援の終了後が心配である。実際に、予約の動きは12月20日までで止まっている。
▲	都市型ホテル（客室担当）	・観光業界には、全国旅行支援の反動と物価上昇の影響が出てくる。ただし、インバウンドの入国規制の緩和により、今後の情勢次第では以前のインバウンド売上に戻る可能性もある。
▲	旅行代理店（役員）	・全国旅行支援の終了による反動が懸念される。
▲	旅行代理店（支店長）	・全国旅行支援が終了すると、客の消費マインドに悪影響が出る。まだ、近隣や社会、世の中の人にどう思われるかを考える客が多い。
▲	通信会社（経営者）	・円安による材料価格の上昇で、やや悪くなる。
▲	通信会社（営業担当）	・世界情勢に変化がないため、当分は徐々に悪くなると予想される。
▲	テーマパーク（職員）	・アジア情勢が緊迫度を増すなか、まともな防衛についての議論は進まず、政策もますます本質から遠ざかっているように感じる。
▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・まだまだ値上げが予定されているなかで、何も策がなければ、今よりも良くなるとは思えない。
▲	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルマッサージで服を脱ぐため、寒い時期になると来客数が減少する。
▲	住宅販売会社（経営者）	・関連業者との会話でも好調な話題が多かったが、それも徐々に過去のものとなり、成約率の低下傾向が進んでいる。
▲	住宅販売会社（経営者）	・様々な商品価格が今後も上がっていくのか、不透明な要素が多い。全体的には値上げスパイラルに入っていると感じる。
▲	住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン金利の動向や米国の景気後退予想など、先行き不透明感があるなかで、住宅ローンの借入れへの不安が出てくる事が予想される。
×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・物価の上昇による悪影響が出る。
×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価の上昇に伴い、家計に余裕がなくなっているため、花代が節約されることが予想され、今後は更に来客数、客単価が悪化する。
×	百貨店（商品担当）	・11月の傾向から、今後2～3か月先に良くなるとは考えにくい。
×	衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇が、消費者の節約志向に影響を強く及ぼしている。
×	衣料品専門店（経営者）	・今は仕入価格が上がっていないが、来年の春夏商材は価格の上昇が予想され、単価が上がると売れなくなる。
×	家電量販店（店員）	・リフォームの補助金による前倒し需要があった分、2か月程度は停滞が予想される。日常的に価格も高騰しているため、当面は多少の補助金があっても見通しは悪い。
×	家電量販店（店員）	・世の中の景気が悪く、ウクライナ危機も終息しない状況のなか、食品価格やエネルギー価格の上昇で、市民の暮らしは圧迫されている。家電の購入も最低限に抑えており、単価は上がらない。高付加価値品よりも安価な商品に需要が流れていることは間違いなく、厳しい状況はまだまだ続く予想される。
×	住関連専門店（店長）	・輸送費の値上げの連絡が、取引先から既に届いている。今後はコストの上昇が更に進む。
×	通信会社（社員）	・改善要因が見当たらない。物価の上昇に対する具体的な措置も全く取られないため、更なる悪化が進まざるを得ない。
×	通信会社（役員）	・直近の状況を背景に、2～3か月先の見通しは、景気、事業環境共に厳しい。

企業 動向 関連  (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・円安や船の運賃の高騰により、全く利益が出ない状況であったが、ここへきて円安の状況も少し改善し、船の運賃にも低下の兆しがみられる。注文は以前よりも増加傾向にあり、2～3か月後は為替水準にもよるが、利益の増加が見込めそうである。
	○	食料品製造業（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染対策を採りながら、年末年始のイベントに向けて人流は増えるため、飲料水の売上も少し良くなる。
	○	化学工業（管理担当）	・家電や車載向けに続き、動きの遅れていた土木、建築向けも回復してくると予想している。
	○	金属製品製造業（経営者）	・製品価格の値上げが浸透しており、売上が徐々に回復している。
	○	金属製品製造業（開発担当）	・受注量が増えない。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・以前に受注した長期案件が納期を迎え、売上が増えそうである。引き合いも増えているため、少し良くなる。
	○	建設業（経営者）	・案件が動き出し、問合せも増えてくると予想される。資源相場は高いままであるが、案件を動かすことで、この状況を前に進めようという客が出てきている。
	○	輸送業（営業担当）	・大規模商業施設の新設により、店舗の商品をそろえるための荷物が増えている。
	○	輸送業（商品管理担当）	・12月はボーナスが支給されるため、売上が増える。
	○	通信業（管理担当）	・ボーナス商戦や水際対策の緩和などで、景気は上向く。
	○	広告代理店（営業担当）	・今年に入り、紙媒体、Web媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が続いている。
	○	司法書士	・旅行や外食業界への支援による、一時的な効果は出ている。
	○	その他非製造業 [衣服卸]（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大も落ち着き、新薬の供給で明るい兆しがみえつつある。人の外出は今後更に増え、旅行や土産需要、インバウンド需要などの盛り上がりが見込まれる。
	□	繊維工業（総務担当）	・為替の変動も落ち着くことが予想される。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・良くなる情報がない。
	□	化学工業（企画担当）	・油脂原料の価格は横ばいが続くなど、価格上昇の一巡にめどがなかった。今後は年末年始の食品の特需も見込まれ、状況はやや改善することが予想される。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・売上は現状維持が予想される。新規案件の話はあるが、実際に稼働するのは半年先になるようで、近々での変化は見込めない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・これ以上の景況の悪化はなく、横ばいの推移が予想される。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・世界情勢はまだ不安定であり、コロナ禍が収束する気配もみえない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・ウクライナ危機やコロナ禍の影響で、仕事はあっても材料が入ってこない。
	□	建設業（経営者）	・取引先に建設資材価格の高騰や納期の不安定化は理解してもらえが、納得はしてもらえず、価格転嫁も困難な状況である。
	□	輸送業（営業担当）	・客が値上げした商品価格に慣れるまでは、しばらくは売れない。
	□	金融業 [投資運用業]（代表）	・まずはウクライナ危機の鎮静化が必要であるが、中国の台湾侵攻懸念も高まっている。ここ数年は、本当に景気の回復材料が見当たらず、来年に向けては、中小零細企業の倒産も増えることが予想される。
	□	金融業（営業担当）	・全ての仕入商品や原材料価格が高騰する不安定な状況であり、良くはならない。
	□	金融業（副支店長）	・新型コロナウイルスの感染第8波が来ており、今後2～3か月は受注の改善が難しい。
	□	広告代理店（営業担当）	・今年度中は、上向きの動きが期待できない。
□	その他サービス [自動車修理]（経営者）	・今はそれほど忙しくなく、年末に向けても忙しくはならない。	

	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・新型コロナウイルスの感染第8波の足音が徐々に聞こえ始めたなか、年末にかけては人流の増加に伴って売上も回復する。ただし、年明け以降に新規感染者数が急増し、医療機関の機能が落ち始めると、自然に行動の自粛が始まり、消費が冷え込むと予想される。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・輸入商材の値段が上がり、買い控える客が増えたため、受注量が減少している。
	□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・2～3か月では大きな変化はない。
	▲	食料品製造業（従業員）	・原材料や資材価格、光熱費の上昇が、吸収できる範囲を超えたため、値上げせざるを得ない状況となった。先行値上げの他社や業界の状況から、販売量が減少することは間違いない。
	▲	繊維工業（団体職員）	・当産地の需要期の関係もあるが、年始以降の新型コロナウイルスの感染第8波による影響が懸念される。
	▲	繊維工業（総務担当）	・販売ルートの見直しとコストカットで対応しなければならない。今後はますます値上げによる負担が増える。
	▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・全般的に物価が上昇している。特に日用品や食料品などの生活必需品の価格が上がっており、この傾向はしばらく続く。物価の上昇に伴い、どこまで賃上げが実施されるかで景気が左右される。大企業の一部ではインフレ手当などを出しているが、中小企業は資金力が乏しく、実質賃金の上昇は難しく、身の回りの景気はやや悪くなる。
	▲	一般機械器具製造業（設計担当）	・業況は現状維持であるが、生活面では収入の増加よりも物価の上昇が先行しているため、厳しい状況である。
	▲	建設業（経営者）	・物価の上昇に加えて、新型コロナウイルスの感染第8波の到来が懸念されるなか、当地では雪の予報も出ており、ますます景気が冷え込む可能性がある。
	×	化学工業（経営者）	・原材料価格の大幅な値上げが、頻繁に行われている。販売価格に転嫁しているものの、その影響で出荷量は確実に減っており、値上げ分ほど売上は増えていない。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・来年以降の在庫調整や、流通量の減少といった話が、数件の取引先から聞かれる。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・政府は半導体関連の企業への支援を進めてきたが、今の日本政府に経済を引っ張る力はないため、特に期待していない。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・景気が良くなる材料が見当たらない。
	×	輸送業（経営者）	・仕事を依頼する側も、採算割れの仕事から手を引き始めているため、全体的に仕事の量が減っていく。雇用調整助成金などの補助金も打ち切りになるため、支出を更に抑えるしか手段はない。また、各種経費の上昇も収まる見込みがなく、景気は更に悪化し続けることになる。
	×	不動産業（営業担当）	・店舗の空室率が上昇している。事務所もコロナ禍によるリモートワークが増えたため、オフィスを縮小したり移転するケースが増えている。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・新たな展望が開けない。
雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社（支店長）	・年度末に向けて、まだまだ人材不足が続くと予想される。
	○	人材派遣会社（役員）	・全体的にアフターコロナの状況を迎つつあり、企業の人材需要も旺盛である。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・今後も訪日客の増加や、国内観光客の需要増加が見込まれ、徐々に上向くことが予想される。ただし、新型コロナウイルスの感染第8波やウクライナ危機といった不安要素が多いことも否めない。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染第8波が到来しているが、それほど影響は出ていない。今後は円安の状況と物価上昇の影響で、先行き不透明な部分はあるが、景気は回復してくる。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・3月からの就職情報の解禁やエントリーの開始に向けて、企業の広報は現状程度か、それ以上に活発化する。ただし、秋冬以降は学生の動きが年々鈍くなることから、動員が見込めない説明会の出席は控える可能性もある。



□	人材派遣会社（経営者）	・年末や年度末に向けて、企業はある程度の人手を集めようと、派遣依頼のオーダーはかなり増えているが、人材集めが難しくなっている。一部の企業では、人材のマッチング後、派遣から正社員に登用のケースも増えている。現状、それほど景気は右肩上がりとはなっていないが、人材不足感が否めない。
□	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は多いものの、全体的な給与は底上げされていない。
□	職業安定所（職員）	・円安で海外からの観光客の購買意欲は高まっており、秋の観光シーズンは持ち直した。今後は、冬のインフルエンザや新型コロナウイルスの感染第8波が懸念材料である。
□	職業安定所（職員）	・例年、年明けは求人が減る傾向にあり、新型コロナウイルス感染症による影響を危惧しているが、コロナ禍も長期化しているため、大きくは変わらない。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減らなければ活気が出ない。一方、外国人観光客が増えることを期待している。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価の上昇で、企業業績の先行きは不透明感が強まっているが、大学の新卒求人数は前年度と変わらない様子である。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・円安や物価の上昇に対し、中小企業を中心に販売価格への転嫁が進まないという声が多く、先行きの不透明感は強い。また、新型コロナウイルスの感染第8波について、具体的な影響は出ていないものの、今後は懸念する声が出始めている。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・冬場に向けて、新型コロナウイルスとインフルエンザの同時流行がないことを祈る。
▲	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・為替はやや円高に振れているものの、しばらくは円安の動きと、それに伴うインフレが続く、経済環境は年明けも悪化が予想される。ウクライナ危機も解決のめどが立たず、中国での新型コロナウイルスの新規感染者数のゼロ政策に伴う、景気への悪影響も続く。多くの業界がこの状況に身構えるなか、一部の業種を除き、求人に積極的にはならないと予想される。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末年始や年明けの1～3月にかけても、関西の地元企業の宣伝、プロモーション予算には手控え感がある。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・問題が複雑化しているなか、政府の対応力が問われているが、これまでの対応をみると事態を静観するばかりである。
▲	職業安定所（職員）	・新規求人数が減少しているほか、物価上昇や円安の影響などで経済が低迷し、厳しい状況が続くと予想される。
▲	民間職業紹介機関（職員）	・建設業の求人企業からは、例年の年末に向けた駆け込み工事について、今年は余り話が聞かれない。原材料費などの負担増もあり、工事自体が余り動いていないため、求人の増加にはつながらない。
▲	民間職業紹介機関（支社長）	・米国の大手IT企業のリストラなど、景気の明らかな転換がみられる一方、反転する好材料が見当たらない。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・コロナ禍による特需の求人が減り、通常の求人数は徐々に増えつつあるが、求職者数が減っているため、マッチングに苦戦している。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・生活用品を含めて大半の商品が値上がりするなか、給与は据置きか減少となっているため、購買意欲が下がっている。
×	—	—