

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)	◎	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・本格的な高成長期の始まる条件が整っている。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・インバウンド需要が伸びている。2018年の状態にまでは回復していないが、中国政府による出入国規制の緩和の発表もあり、春先は更なる伸びが期待できる。また、海外から購買を求める声も多く、パートナーである中国企業からの受注が増えており、今後もこの傾向は続きそうである。
	◎	百貨店（外商担当）	・コロナ禍による想定外の悪影響がない限り、国内客の回復に加え、インバウンド客の増加傾向が継続する。
	◎	都市型ホテル（フロント）	・1月10日から3月末まで、全国旅行支援が再開となる。春休みや花見シーズンに入るため、国内旅行者の予約が活発になると予想される。既にインバウンドの予約で満室の日も発生しているため、需要はまだ増えそうである。
	◎	観光名所（企画担当）	・今の状況から、更に中国を除くインバウンドの回復が進んでいくと、以前ほどではないが、来場者数が戻ってくると予想している。
	○	商店街（代表者）	・高齢者の人出も増えているなど、安定的な人出の増加が期待できる。
	○	百貨店（企画担当）	・少しずつ中国本土からの旅行者が戻ってくる。
	○	百貨店（サービス担当）	・来月から大きな傾向に変化はなく、特に強い寒気の影響で、年末年始は冬物衣類を中心に売上の拡大が期待できるほか、外国人観光客の増加にも期待できる。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・行動制限のない年末年始を控え、人流の増加が消費の増加に直結すると予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・いまだに動きの少ない、比較的高齢の客に復調の兆しが出ている。また、インバウンドに加えて国内の旅行者も順調に増えており、消費の底上げにつながっている。
	○	スーパー（企画担当）	・クリスマス当日やそれ以降の売上も、前年の水準を上回っている。年末年始も天候の大きな崩れはなさそうで、多くの集客が期待できる。また、年明けも自治体によるキャンペーンが予定されており、売上の増加につながる。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増えるかもしれないが、企業の出勤者数や出張サラリーマン、観光客の動きには影響がなく、以前の水準に近づくと予想される。それに伴い、しばらくは来客数の増加傾向が期待できる。
	○	コンビニ（店員）	・外国人客頼みとなるが、確実に増えているため、売上も増える。コンビニは単価が高いが、客は余り気にせず買物をしている。
	○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・コロナ禍による、これまでの買い控えの反動が出てくる。
	○	家電量販店（人事担当）	・コロナ禍の影響はまだ続くが、そろそろ入学や就職による転居など、シングル需要が高まると期待している。
	○	家電量販店（企画担当）	・リフォームの補助金の継続により、更なる景気の回復につながりそうである。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染対策の緩和や、国内外の旅行の解禁など、経済活動を押し上げる材料が出てきている。中国も海外旅行が解禁となり、来年はインバウンド消費の増加も見込めるため、ここ数か月は景気が少し良くなる。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・徐々に在庫量に関しては改善の兆しがみられる。ただし、まだまだ予断を許さず、来年度は新型コロナウイルス感染症の発生前の水準に戻ることを期待したい。
	○	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・春の新生活商戦に向けて、少し受注量が増えることを期待している。
	○	高級レストラン（企画）	・新型コロナウイルスの感染拡大による利用の自粛がみられるものの、インバウンド需要の増加や、客単価のアップによる効果がカバーしている。
○	都市型ホテル（管理担当）	・インバウンド客が年明けから増加するため、増収となる見込みである。	
○	都市型ホテル（販促担当）	・来年1月の中国による出入国規制の緩和に期待している。	

○	都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大が続いても、行動制限は要請されず、医療体制のひっ迫も回避されているなど、少しずつであるが収束に向かっている。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	・もともと1月の稼働率は低いが、全国旅行支援も再開され、ある程度は好調の波が続く。レストランはグループ予約が入り始めたほか、宴会部門でも会議や懇親会の開催が徐々に増えている。
○	旅行代理店（店長）	・年明け以降は全国旅行支援が再開するが、来年度の予約は既に受注したものは対象外のため、国内旅行は新規受注の増加が見込まれる。また、海外旅行の問合せも少し増えているため、先行きに期待したい。
○	遊園地（経営者）	・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、業績が変動する情勢は変わらず、新規感染者数が多い現在はやや停滞気味である。それでも客が消費行動を極端に抑制する傾向は、過去と比べて明らかに弱い。新型コロナウイルスの感染状況がピークを過ぎれば、回復は早いと予想し、反転攻勢の打ち手を検討している。
○	ゴルフ場（支配人）	・仕入価格や電気料金の高騰に加え、新型コロナウイルスの感染もまだまだ続きそうであるが、予約や来場の状況を考慮すれば、今後の景気はやや良くなる。
○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンドの回復が続くことが予想される。
○	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響もほぼなくなったほか、インバウンド需要の増加もあり、景気は上向くと考えている。
□	一般小売店〔花〕（経営者）	・季節商材の売上で販売量は少し増えたが、例年と比較すると落ち込んでいる。仕入価格が上がり、利益は減少している。細かい経費が増えている状況で、景気回復の兆しはみられない。
□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・今後も引き続き、インバウンド需要の増加が見込める。
□	一般小売店〔野菜〕（店長）	・新型コロナウイルスの感染第8波の影響次第で変わってくる。
□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・来年はコロナ禍が収束し、良い1年になってほしい。
□	百貨店（売場主任）	・富裕層も景気の先行き不安を感じており、資産価値の高い、投資的な購買以外は鈍い状況にある。
□	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの感染第8波の拡大が身近に感じられるようになった。今後の動向次第では、厳しい状況になることが予想される。
□	百貨店（売場主任）	・従来の人件費や物流コストの上昇に加え、水道・光熱費のほか、諸物価の上昇も激しく、企業を取り巻く環境は全体的に良いとはいえない。百貨店は一部で売上が回復しているものの、取引先を含めた全体的な状況は依然として厳しく、インバウンド需要の回復など、特別な需要がない限り景気回復は見込めない。
□	百貨店（外商担当）	・生活は徐々に平常に戻りつつあるものの、新型コロナウイルスの感染拡大も予想されるため、本格的な回復にはもう少し時間が掛かる。
□	百貨店（販促担当）	・新型コロナウイルスの感染状況に余り左右されない日が続いており、特に消費が増減する要素が見当たらない。物価の上昇もあり、一定の生活防衛の要素を含んだ消費が続くと予想される。
□	百貨店（マネージャー）	・小売のプラス要素として、中国の出入国規制の緩和によるインバウンド需要の改善と、社会全体での人流の更なる増加が考えられる。一方、国内消費の関係では、1月にはかなりの品目で値上げが実施されるため、春先までは全体的に一進一退の動きが続く。
□	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染第8波が落ち着いた後も、物価の上昇が続けば、景気は横ばいとなる。実需品に対する消費よりも、旅行やイベント、特選ブランド商品といったハレの需要の方が、活発化する傾向が強まる。

<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類見直しや、中国の出入国規制の緩和など、以前の環境に戻りつつあるが、物価の上昇による消費マインドの冷え込みは大きく、すぐに景気が回復するとは思えない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・エネルギーを含む物価の上昇が続く様子であり、消費マインドは冷えたまま、節約ムードが続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・競合の激化による影響が、しばらく続くことが予想される。
<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拡大による来客数の減少や、食品を中心とした価格の高騰により、消費は厳しさを増すと考えられる。
<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波が1月でピークアウトし、緩やかな回復基調のまま、春の実需期を迎えると予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・円安が少し修正され、度重なる値上げも一服の兆しが出てきた。今後、春闘で賃上げが例年以上に進むことで、過去10数年下がり続けてきた客の価格耐性が、少し上がることを期待している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・特別などときにははしっかりお金を使うが、通常の生活では節約が進むと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今後も価格優位性を元に、節約志向に対応していくことが重要である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・12月の食料品売上は前年比で87%と、3か月前よりも5%増えているが、競合店ができた影響もあり、まだ前年実績とのかい離は大きい。また、食料品の1人当たり買上点数が8%減っていることから、客の財布のひもは固いと感じる。今後も光熱費の上昇や商品の値上げは続くため、厳しい状況は変わらないか、悪くなると予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・正月はおせちを買う客が増えている様子で、正月用の食材の動きが遅い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・外部環境の変化もないことから、今の状態が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・年が改まっても値上げラッシュは続き、生活防衛意識は更に高まることが予想される。一方、賃上げによる所得の増加イメージが高まれば、景気の好循環につながることを期待される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・円安の動きは落ち着きつつあるが、ウクライナ情勢は不安定な状況が続いており、しばらくは現状のままとなりそうである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	・食品の値上げについては、多くの客に受け入れられつつある。これに伴う商品単価の上昇により、売上は当面、堅調な傾向が続くと期待している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（開発担当）	・円安が続き、値上げの動きも止まらない。関西は中小企業が多いため、賃金の上昇は見込めず、景気が良くなるとは感じられない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・商品は10～14%値上がりしているが、売上は少し減少している。ただし、全国旅行支援が3月末まで続くことで、値上げ価格が定着することになり、売上の増加につながる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・年末年始の人の移動で、新型コロナウイルスの新規感染者数が爆発的に増えれば、また人の動きに影響が出ることが懸念される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの感染拡大や物価の上昇といった負の要素はあるが、急激な来客数の減少は考えられない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・クリスマスや年末年始の買物では、前年と同じような売上が上がったため、現状維持で推移すると期待している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・コロナ禍による賃料の悪化は改善されつつあるが、原価の高騰や円安などの影響が、商売にも少し影を落とすようになっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店員）	・需要の閑散期に入るため、売上の減少が予想される。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	・マスク生活が終わらない限り、消費意欲が高揚することはない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・物価の上昇で家電価格も値上がりし、購入に当たって客に慎重な素振りがみられる。また、天候などに左右される季節商材の動きにも不安がある。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・中古車価格は徐々に下がっているが、販売台数が増えている気配はない。新車を含め、今後どのように価格が変化するか、しばらくは分からない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・車両の生産状況の改善が進まず、客の希望する車両がなかなか販売できない。また、納期が十分に説明できないため、車の売行きも悪い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・半導体不足などが改善される見込みはないため、引き続き厳しくなる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が2類相当から5類となれば、多くの面で上向いてくると予想される。ただし、物価の上昇による売上への悪影響は、今後更に大きくなる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・円安の傾向が緩和すると状況も変わるが、現時点ではその方向に向かうとは考えられない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・年が明けて季節も変わるため、コロナ禍も落ち着いて景気が良くなることを期待したい。商品の値上げとともに賃金の増加が進めば、景気は上向く。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・年末年始以降、新型コロナウイルスの新規感染者数の推移による景気への影響は不透明であるが、以前のような行動の自粛などの影響は限定的と予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・入国規制の緩和により、海外からの人の流れは増加が顕著であるが、売上の増加にはまだつながっていない。
<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ほか、気温の低下で医薬品の売上は増えている。ただし、食品や日配品の値上げが続き、売上の大きなプラスにはつながっておらず、今後もしばらくは同じような傾向が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着かず、先行きが見通せないなか、今後2～3か月後に景気変化するという判断は難しい。現状のまま、大きく変わらず推移すると予想される。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇はまだまだ続いており、値上げの際には付加価値が求められる飲食店にとっては厳しい状況である。円安の傾向もそろそろ変わりそうであるが、天候不順による青果等の値上げや、公共交通機関の終電時間繰上げなどで、利益や来客数に影響が出ると予想される。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇や新型コロナウイルスの感染拡大、インフルエンザの流行などで外食が控えられるなど、消費者の財布のひもは固い。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・来年度も多くの飲食料品の値上げが予定されており、エネルギー価格も上昇傾向が続いているため、外食の利用頻度は良くても現状維持と予想される。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店主）	・新型コロナウイルスの感染状況次第である。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が続いており、新規感染者数が一向に減少しない状況から考えて、これから好転する見込みは薄い。かつてのような悲惨な状況は脱したものの、良くなる動きも進みにくい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が顕著に増えているが、ホテルの感染対策を信頼して会合を開くケースが多い。ただし、客は一定数戻ってきたものの、アルバイトが集まらずに宴会を断らざるを得ないケースや、他部署への支援の増加で、残業時間が増えている。飲食部門は新型コロナウイルスの感染が収まっても、すぐには対応できないほか、宿泊も全国旅行支援で客室単価は一時的に好調となったものの、年明け以降は割引率が縮小するため、収入アップを見込むのは難しい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・前月に続き、足元の景気は全国旅行支援と訪日客の増加によるプラス効果と、インフレなどによるマイナス効果が相殺し合っている。しばらくは同じような状況で推移すると予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・全国旅行支援が延長となったため、来客数の減少は避けられそうである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスの感染第8波や、インフルエンザの感染拡大の影響次第であるが、大きくプラスになる外的要因もなく、全体的には変わらない。

□	タクシー運転手	・物価は上昇しているが、それ以上に景気の上向き感が味わえるような政策を期待したい。
□	タクシー運転手	・今の良い状態が続く。
□	通信会社（営業担当）	・生活インフラとしての設備のため、大きく変化するとは思えない。
□	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	・新型コロナウイルスの感染第8波による、新規感染者数の増加はあるものの、経済活動は平常に戻っている。今後は、あらゆる物の値上げによる影響が広がってくるため、現状維持が予想される。
□	その他レジャー施設 [複合商業施設]（職員）	・年明けも更なる値上げが進行し、低所得層から中間層までの、生活者のマインドは低調なまま推移しそうである。さらに、世界経済の動向次第では、企業業績にも水を差しかねない。
□	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増加傾向にあるが、1～2月は多くのコンサートが開催予定のほか、3月にはプロ野球の注目試合もあり、多くの客の来場を予想している。ただし、3か月後の状況は不透明であるため、現状と変わらないと考えている。
□	その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、暖かい時期よりも寒い時期の方が来客数は減少する。
□	住宅販売会社（経営者）	・物価の上昇に関して、政府が適切な政策を打っているため、効果に期待したい。
□	その他住宅 [住宅設備]（営業担当）	・年末で社員2人の退職が決定しており、人手不足による影響が出ることは確実であるが、中途入社への募集への引き合いもない。入社しても当社の仕事は1人前になるまでに時間が掛かるため、即戦力とはなる期待は薄く、しばらくは厳しい時期が続くそうである。
▲	一般小売店 [時計]（経営者）	・近隣の個人店舗が年末で廃業すると聞いた。夫婦で50年以上営業を続け、地域の顔のようなイメージがあったため、とても残念である。近くの大型商業施設とは違う、会話をしながらの対面販売の店が消えることは、地域での集客にも影響するため、当店にもマイナスとなる。
▲	一般小売店 [呉服]（店員）	・年末年始には多くの人々が移動するため、それに伴って新型コロナウイルスの感染拡大につながれば、今よりも悪くなる。
▲	百貨店（宣伝担当）	・コロナ禍に対する意識が変わってきたことから、新型コロナウイルスの感染状況によって入店客数が左右されることはなくなってきた。ただし、今後も円安や原材料価格の高騰で、様々な品目の値上げが予定されており、客の財布のひもが固くなると予想している。
▲	スーパー（経営者）	・エネルギー価格の上昇とコロナ禍への抜本的な対策ができなければ、良くなるとは感じられない。
▲	スーパー（店長）	・円安や食品の値上げ、電気料金の上昇などで、消費にブレーキが掛かると考えられる。自宅などでの節約につながる消費は伸びるが、その他の商品は厳しいと予想される。
▲	コンビニ（経営者）	・景気が回復するとの予想もあるが、また新型コロナウイルスの感染拡大により、経済の動きが悪くなりそうで怖い。
▲	コンビニ（経営者）	・明らかな物価の上昇や、燃料費の高騰によって景気は停滞する。一部では、全国旅行支援などで利用可能なチケットがあり、客が動いている部分はあるが、飲食店などではその影響で人手不足となっている。予約を引き受け、疲労困憊のなかで営業している空回りの状況を政府は認識するべきで、これで景気回復の起爆剤などと考えているのはおかしい。
▲	コンビニ（店員）	・12月は長期休暇もあり、来店客が増える。
▲	衣料品専門店（経営者）	・コロナ禍が続いているほか、ロシアによるウクライナ侵攻の影響が続く。せめて新型コロナウイルス感染症が感染症法上の5類となれば、多少とも改善すると予想される。
▲	家電量販店（店員）	・円安が続けば、消費者の購買マインドもなかなか上がらない。食品は生活必需品で購入するしかないが、家電は必要最低限であれば少し古くても我慢して使う。厳しくなるのはこれから先だと感じている。
▲	高級レストラン（スタッフ）	・例年、年明けはしばらく静かな営業となる。
▲	一般レストラン（店員）	・物価が上昇しているため、これから良くなる要素が全く見当たらない。

▲	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	・電気料金やガス料金などの値上げは仕方がないとしても、生活は確実に切迫している。給料が上がりなければ、切り詰めるのは外食や趣味の部分となり、外出の頻度も減る。お金を持っている人たちがお金のことを決めても、消費者には伝わらない。
▲	観光型ホテル (経営者)	・1月以降も全国旅行支援が継続されるものの、割引率が下げられたほか、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加による影響か、10～12月と比べて予約は低調である。
▲	観光型旅館 (経営者)	・全国旅行支援の終了やエネルギー価格の高騰、物価の上昇など、良くなる要素が見いだせない。
▲	都市型ホテル (客室担当)	・全国旅行支援の延長による予約の増加を期待していたが、10～11月と比べて、新規の予約受注ペースは鈍化している。
▲	旅行代理店 (役員)	・全国旅行支援の延長が発表されたため、ほぼ横ばいとなる。仮に終了していれば、大きく落ち込んでいたと予想される。
▲	タクシー運転手	・年末年始にかけて良くなると予想されるが、最終的には落ち込む。
▲	通信会社 (経営者)	・今後も原材料価格の高騰が懸念される。
▲	通信会社 (社員)	・年度末の春商戦については、目標の達成に向けた費用の持ち出しが予想され、利益の確保が難しくなる。
▲	テーマパーク (職員)	・新型コロナウイルスの感染再拡大のほか、商品価格や電気料金の上昇など、景気を悪化させる要素は多いが、景気対策は特に実施されないため、景気の良くなる理由が見当たらない。
▲	競輪場 (職員)	・様々な物の値上げが予定されているため、先行きへの期待は薄い。
▲	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・値上げの動きや光熱費の高騰などが、まだしばらくは続く。
▲	住宅販売会社 (従業員)	・中古住宅の仲介市場では郊外物件の価格上昇が止まり、動きが鈍ってきている。さらに、新築分譲マンションも、ターミナル駅以外は販売が厳しくなると予想される。
▲	住宅販売会社 (総務担当)	・販売価格が上がれば、必然的に受注が減ってくる。
▲	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)	・金利の上昇が懸念される。
▲	その他住宅 [展示場] (従業員)	・建築資材価格の高騰により、住宅展示場の出展各社は、建築単価の引上げを余儀なくされ、新築住宅の販売件数は減少気味となっている。政府による新築住宅取得支援策でも発表されない限り、今後も回復は望めない。
▲	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・物価の上昇や不動産価格の上昇が続いていることから、販売の好転が期待できない。販売価格の値下げなどが一部で始まるなど、市場環境の悪化が心配な状況である。
×	商店街 (経営者)	・値上げが続くことで、買い控えが進む。
×	一般小売店 [衣服] (経営者)	・物価上昇の影響もあってか、消費者の買い控えが続いている。物価の上昇が今後も続くことを考えれば、景気が良くなるとは到底思えない。むしろ、ひどい落ち込みとなることが懸念される。
×	百貨店 (商品担当)	・金融政策の転換や物価の上昇、世界情勢の変化に加え、消費者の心理的な不安も今まで以上に高まるため、今よりも悪くなると予想される。
×	衣料品専門店 (経営者)	・前年は春夏物が売れなかったため、メーカーが今年の春夏物も余り作っていない。客が来店しても買う商品がないため、売上が伸びるとは思えない。
×	家電量販店 (店員)	・客からの信用が取り戻せなければ、状況は改善しない。客は1度品切れを体験すると、他店と比較を始めることは間違いない。販売店が何年もかけて客づくりを進めても、いざ必要ときに商品が手に入らない店は、2度と来店してもらえない。客と接することのないメーカーには、このあたりの事情が理解してもらえない。
×	住関連専門店 (店長)	・生活必需品ではない商品を扱っているため、元々景気が悪化すれば買い控えが発生しやすいが、これまでになく客単価が下がり、消費者の買い控えが顕著にみられる。世界情勢を鑑みても、長期的にこの状況が続くと懸念している。

	×	その他飲食 [ジャズバー] (店員)	・物価が上がり過ぎている。
	×	旅行代理店 (従業員)	・実質賃金の減少で、ますます消費は冷え込む。
	×	通信会社 (社員)	・景気の低迷と物価上昇のダブルパンチとなり、様々な固定費の見直しが進むと予想される。
	×	通信会社 (役員)	・特定の通信事業者によるキャリアショップの閉店が完了するまでは、状況の改善は見込めない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業 (経営者)	・2～3か月後には、受注量が現在の約3倍に増えると予想される。その他の事業は今と余り変わらないが、極端な円安水準はやや脱した感があるため、仕入価格を少し抑えられ、売値にも余裕ができたため、良い方向に進みそうである。
	○	出版・印刷・同関連産業 (企画営業担当)	・今後もイベントなどが例年どおりに行われるため、受注量や問合せは増加すると予想される。
	○	金属製品製造業 (経営者)	・電気料金や資材価格の値上げの不安があるが、1～3月の取引先からの内示によると、工場の稼働率は上昇基調となる。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	・来年の起点として、景気が良くなってきている。来年はこの方向性が安定したまま、推移してほしい。
	○	広告代理店 (営業担当)	・今年になって、Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が続いている。
	○	広告代理店 (営業担当)	・企業の決算期末に向けて広告出稿が増えそうである。
	○	経営コンサルタント	・全国旅行支援で、明らかに新幹線や飛行機などを使う人が増えている。これは旅行だけにとどまらず、街での人出の増加につながっている。
	○	経営コンサルタント	・春先に向けて、就職や進学に伴う動きで上向いていく。
	○	その他非製造業 [衣服卸] (経営者)	・インバウンド客が急速に増え、消費の増加に直結すると予想される。ただし、入国者の水際対策をきちんとできるかが、最大の懸念材料である。
	□	食料品製造業 (営業担当)	・年末年始の行動制限がないため、新型コロナウイルスの新規感染者数が増える可能性がある。エリアによっては行動が制限される可能性もあるため、景気は余り変わらない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	・景気が良くなるような、増産の情報がない。
	□	化学工業 (企画担当)	・年末年始に向けて改善が進むとみられた収益が、急激に悪化している。原材料価格の上昇傾向が頭打ちとなるなど、明るい要素もあるが、年度末に向けて先の読みにくい状況が続く。
	□	プラスチック製品製造業 (経営者)	・世界的な半導体不足が続くなか、状況は大きく変わらないと予想される。
	□	窯業・土石製品製造業 (管理担当)	・原材料価格などの高騰はしばらく続き、経費の増加による純利益の減少は避けられないが、日本銀行の実質的な利上げ方針への転換により、円安傾向は落ち着きを取り戻しつつある。また、ウイズコロナ政策の効果もあり、全体的には一進一退の動きが続くため、大きくは変わらない。
	□	電気機械器具製造業 (宣伝担当)	・消費を鈍らせている物価の上昇が改善されるめどは立っていない。
	□	電気機械器具製造業 (営業担当)	・ウクライナ危機の影響で材料が入ってこない。
	□	電気機械器具製造業 (営業担当)	・部品の納期遅れの影響で納品ができず、2～3か月先の売上が伸び悩んでいる。
	□	その他製造業 [履物] (団体職員)	・良くなるとは思えないが、これ以上景気が悪化するとも考えにくい。
	□	建設業 (経営者)	・原材料価格の高騰が年明けも続き、受注の妨げとなる可能性がある。そのため、今後も状況は変わらないと予想される。
	□	建設業 (経営者)	・取引先にも、計画段階から設備投資予算や工期について、柔軟な考え方を持ってほしい。
	□	建設業 (営業担当)	・取引先の設備投資計画は多いままであるが、施工人員が確保できず、工事を選別して受注している。コストの上昇や労務費の上昇により、今後は利益が圧迫される可能性がある。
	□	輸送業 (経営者)	・荷動きの急激な増加は期待できないが、これ以上の悪化の兆しは少ない。延期になっている案件も来年には多少は動く予想される。

	□	輸送業（商品管理担当）	・物価の上昇に伴い、販売量が停滞している。例年1～3月は売上が低迷する時期であるが、今回は更に低くなる。
	□	輸送業（営業担当）	・円高になりつつあるが、まだ水準としては円安であり、しばらく状況に変化はない。
	□	金融業（営業担当）	・まだまだ注意が必要な状況である。
	□	金融業（副支店長）	・取引先との会話では、これから受注が回復に向かうという話はなく、景気はまだ戻っていないとの声が多い。
	□	司法書士	・行動制限のない年末年始や、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中国からの訪日客の増加などで、先行きへの不安が高まる。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今年ももう終わりであるが、今年は良くなかった。まだ景気は良くなっていないと感じる。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・中国人観光客の訪日が始まると予想され、観光地を中心ににぎやかになると考えられる。ただし、水際対策をしっかりと行うことが前提となる。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増え続けているが、経済を回し続けているため、大きな変化はない。
	▲	繊維工業（団体職員）	・新型コロナウイルスの感染拡大が進む。
	▲	繊維工業（総務担当）	・円安による仕入価格の高騰で、販売価格の値上げを行ってきた影響か、販売量が減少している。今後の方針決定や判断の難しさを感じている。
	▲	繊維工業（総務担当）	・経費や原材料費の値上がりにどう対応するかが課題であるが、現実には販売価格の値引きを求められており、厳しい状況である。
	▲	化学工業（管理担当）	・中国での新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により、部品や素材の供給の遅れが予想される。
	▲	建設業（経営者）	・いまだに建築資材価格は値上げが続いているため、消費者の住宅の購入意欲は上がらない。
	▲	輸送業（営業担当）	・商品価格と送料の値上がりで、お歳暮の注文件数と販売量が減っている。
	▲	通信業（管理担当）	・年末の活気が落ち着き、物価上昇の影響で消費がやや冷え込むと予想される。
	▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	・政府や日本銀行によるかじ取りが機能しておらず、景気浮揚は期待できない。むしろ円安や物価の上昇が落ち着かなければ、景気の悪化も懸念される。少なくとも中小零細企業には厳しい冬となりそうである。
	×	食料品製造業（従業員）	・当社も遅ればせながら値上げに動く。業界の前例では値上げを行えば売上が減ることは間違いない。買い控えも始まっているため、ダブルパンチとなる可能性もある。
	×	化学工業（経営者）	・3度目の値上げが必要となり、2度目までは何とか了承を得た取引先も、さすがに受入れにくいようである。今後、価格転嫁がどこまで進むかは不透明であるほか、物価の急上昇によって3～7%程度は確実に需要が減っている。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・取引先からの発注の内示数量が減っている。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・肝腎の政府予算も防衛費の増加が中心であり、これでは経済が良い方向に向かうことはない。
	×	不動産業（営業担当）	・アパレル関連の店舗の撤退が続いており、今後も続くと予想される。新型コロナウイルスの新規感染者数も増加しているため、厳しい傾向は変わらない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・物価の上昇や日本銀行による事実上の利上げ、ウクライナ危機などの悪影響が続くため、これから良くなるとは考えられない。
雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社（支店長）	・年度末に向けて、更に売手市場の傾向が加速する。
	○	人材派遣会社（役員）	・物価や金利の上昇、コロナ禍などの悪材料はあるが、年も新しくなり、うさぎ年での飛躍に期待したい。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・世界情勢の変化や、物価の上昇に対する不安は残るが、このまま人の動きが活発になれば、徐々に経済活動も良くなることが期待される。
	○	職業安定所（職員）	・円安や原油価格の推移は心配されるが、新型コロナウイルスの新規感染者数は落ち着いている。



○	民間職業紹介機関（営業担当）	・新卒採用市場は、以前の売手市場にほぼ戻っている。ただし、2024年卒の学生は学生生活のほとんどをコロナ禍の下で過ごしてきたため、例年よりも就職活動への参加が少ないなど、消極的な学生が多い。インターンシップや就職フェアへの参加も非常に鈍い点が懸念される。
□	人材派遣会社（経営者）	・来年3月の年度末までは今のような力強い動きが続く。企業は人材確保に向けて動いているが、マッチングする人材の確保が難しい状況が続いている。企業に長期派遣の利用は少なく、短期の利用で様子を見ている。
□	人材派遣会社（営業担当）	・職に就けない人が一定数は存在するため、求職者の間に格差が出てくると感じる。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・多くの企業による年度末に向けたプロモーションや宣伝費の動きを見ても、特に現在と変わらず、前向きな動きが感じられない。
□	職業安定所（職員）	・コロナ禍による行動制限はなくなっているが、これまでの赤字は取り戻せず、代表者の高齢化もあって廃業する事業所が出てきている。宿泊・飲食業は、全国旅行支援もあって持ち直しているが、人手不足に悩んでいる。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大が収まらない限り、次のステップへ進めない。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・企業の間には、新型コロナウイルスの感染第8波の影響や懸念が広がる一方、人手不足解消の必要性や、インバウンドの回復期待などから、先を見据えた人材確保を目指す動きも根強い。こうした状況から、多少の落ち込みの可能性はあるものの、求人は引き続き堅調に推移することが見込まれる。ただし、原材料費や光熱費、燃料費などのコスト上昇分の価格転嫁は困難であり、業績の見通しは厳しいといった声が多いなど、一部で厳しい状況もみられる。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えており、上向きになった景気がまた足踏みしそうである。
▲	アウトソーシング企業（社員）	・人員削減のための雇い止めがみられる。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・政策動向や世間の動きから、今のところは好転する材料が全く見当たらない。
▲	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・来年に関西の求人数が上向く要素は、インバウンドの本格的な回復期待などに限られる。ただし、インフレやウクライナ紛争、中国における新型コロナウイルスの新規感染者数の爆発的な増加など、世界経済の悪化要素は多く、来年の国内経済は今年よりも更に厳しい。日本経済への影響が大きい米国も、来年は景気後退が確実とみられているなど、景気の悪化要因が非常に多い。
▲	職業安定所（職員）	・新規求職者数の減少は、物価の上昇で離職や転職が控えられ、自己都合離職者が減少した影響とみられる。有効求職者の年齢別登録状況を見ると、20～24歳と30～34歳以外で減少しているなど、しばらくは求職者数の減少が続きそうである。
▲	民間職業紹介機関（職員）	・従来どおりの受注額に対し、原材料費などの経費が高止まりする状況が続いている。今後も当分はこの状況が続くと予想される。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・物価の上昇が企業業績を悪化させ、新卒採用への悪影響につながる事が予想される。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・今後はマイナス材料が多いと感じる。
×	—	—