

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)	◎	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	お客様の様子	・取引先の受注量が戻りつつあるほか、休業していた店舗が営業を再開し始めた。直営店でも平日の来客数が増え、土日、祝日は客単価が1割上昇している。
	◎	百貨店（売場主任）	単価の動き	・ 今月29日までで、全店の来客数は前年比でマイナス2.6%となっているが、売上はプラス3.0%と伸びてきている。特に、当社グループのなかでも都心店舗の回復が顕著であり、コロナ禍の収束と同時に外出の機会が増えているため、今後が期待される。
	◎	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・ 8月中旬～9月中旬は、新型コロナウイルス変異株による感染急拡大で、売上、入店客数共に非常に悪化したため、3か月前比では改善がみられる。
	◎	百貨店（服飾品担当）	単価の動き	・ 11月に入り、新型コロナウイルスへの脅威が徐々に小さくなるとともに、店舗への来店客が徐々に増え、2年前の状態に戻りつつあると感じる。買上単価も高く、我慢してきた分だけ自分への御褒美需要が増えており、ジュエリーやラグジュアリーバッグなどが売上を大きくけん引している。また、若年層の来客が目立っており、売場が活気付いている。
	◎	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・ 特にこの1～2週間は、来客数が新型コロナウイルス発生前の水準に近づいていると感じる。レストランでも、昼間は行列を見掛けるようになっている。
	◎	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・ 緊急事態宣言の解除後、中間層の現金客による来客数や滞在時間が2けた増となり、売上全体も前年比で15.5%の増加となっている。寒さによる買換え需要もあり、婦人服、紳士服が好調なほか、食品では各社のイェーナメニューの効果もあり、総菜や菓子類の販売が大きく伸びている。また、高額のおせちや年に1度のお歳暮ギフトも好調に推移している。
	◎	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・ 10月に緊急事態宣言が解除され、旅行の県民割も始まったので、3か月前とは比較にならないほど良くなっている。ただし、11月もGo To Travelキャンペーンが実施されていた前年と比べると、7割程度の販売量にとどまっている。
	◎	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・ Go To Travelキャンペーンの代わりとなる旅行の地域割のお陰で、10月から売上が増加している。前年ほどは良くないが、2年前の90%までは回復してきている。
	◎	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・ 旅行の府民割の開始時期と、カニのシーズンのタイミングが合い、業界は潤っている。
	◎	都市型ホテル（フロント）	来客数の動き	・ 大阪独自の事業である、府の観光振興策がスタートし、相当数の予約が入っている。
	◎	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感染が収まった影響で、11月の客室の平均稼働率は60%に近づいた。特に、土曜日や休前日は80%を超えており、人気テーマパークなどを訪れる観光客が増えている。レストランでもランチはリピーターが増え、好調に推移している。ディナーも24日からの府の観光振興策による、宿泊と夕食のセット予約がかなり入っている。
	◎	観光名所（経理担当）	来客数の動き	・ 8月が緊急事態宣言中であったため、3か月前との比較では上向いている。ただし、コロナ禍以前の8月と比べると、まだ回復しているとはいえない。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているため、人出が増えているが、その割に売上が伸びていない。
○	一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・ 市独自のプレミアム付商品券の利用が、12月から開始となるため、下見に来店する客が増えている。どの客も結構な金額の商品を検討しているようで、12月からの売上増加が期待される。	
○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・ 売上は前年比で15%増えている。	

○	一般小売店〔野菜〕(店長)	お客様の様子	・ゴルフ場や飲食店関係の客が戻っており、少し活気が出てきている。まだまだ本調子ではないが、少し動きが戻っている。
○	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減少しており、客も安心して店に来るようになった。買い控えしていた客も徐々に着物に興味を見せ始め、購入の動きも見られる。
○	一般小売店〔菓子〕(営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染がようやく落ち着き、発注量が徐々に上向いてきている。
○	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・コロナ禍の沈静化で、客の来店が増え、売上も伸びている。ただし、期待していたほどの伸びはない。これまで消費を我慢してきた反動が出ると予想していたが、高額品や特選ブランドは順調であるが、全てが順調とは言い難い。不要不急の商品の購入を控える傾向は、更に強まっている。
○	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・地元客の動きは大きく変わらないが、キャリーケースを持って来店する観光客が大幅に増えている。
○	百貨店(マネージャー)	来客数の動き	・来客数は確実に増えてきている。新型コロナウイルスの感染状況の落ち着きに加え、11月初旬から集客効果の高いお歳暮ギフトセンターがスタートしたこともあり、日によっては前年よりも10%多い来客数を記録している。さらに、11月半ばより気温が下がってきたため、アウターの動きが好調である。
○	百貨店(販促担当)	来客数の動き	・コロナ禍が一旦落ち着き、外出を避ける意識も低下しつつあるため、来客数の増加に加え、滞在時間も延びている。以前のような、目的の買物を済ませてすぐに帰る行動に比べ、ショッピングを楽しむ雰囲気を感じられる。気温も下がってきており、今冬は寒くなるとの予報もあるため、防寒ファッションも順調に動き出している。
○	百貨店(サービス担当)	お客様の様子	・今月も新型コロナウイルスの新規感染者数が少なく、来客数も順調に回復傾向にあるなか、特に婦人洋品が好調に推移している。売上は前年比で約10%の増加と、少しずつ回復している状況である。
○	百貨店(営業推進担当)	来客数の動き	・10月と比べても、明らかに来客数が増えている。
○	百貨店(商品担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少や、緊急事態宣言の解除などで、来客数は都市部を中心に急速に回復し、前年の実績を上回りつつある。売上は、ラグジュアリー関連や食品部門は継続して好調なほか、今まで不調であった衣料品の動きが活発で、順調に推移している。また、人気の物産催事や店頭での販売を避け、ネットでの販売を強化している商品は好調に推移している。
○	百貨店(宣伝担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着くとともに、週末を中心に来客数が前年を上回るようになってきている。これまでは1～2人の少人数で来店していたが、ファミリーなどの大人数での来店や、遠方からの旅行者なども目立つようになってきている。
○	百貨店(販売推進担当)	販売量の動き	・久しぶりの通常の営業で、来客数、売上共に前年比で2けた増となった。長らく苦戦の続いた婦人衣料もようやく回復の兆しが見られる。特に、若年層による高級ブランドの購入がけん引している。
○	百貨店(マネージャー)	来客数の動き	・2018年や19年のコロナ禍以前と比較すると、前月から来客数が増えており、特に後半になればなるほど増加率が大きくなっている。前年は12月に向けて新型コロナウイルスの感染状況が悪化したこともあったが、前年比でも同様の動きとなっている。
○	百貨店(外商担当)	販売量の動き	・紳士服、婦人服の売上が伸びている。新型コロナウイルスの新規感染者数が抑えられているため、客の外出への気分が高まってきたと感じている。
○	百貨店(店長)	来客数の動き	・大阪以外の郊外店では、来客数や売上が前々年並みに戻った。大阪地区の店舗についても、インバウンド関連を除けば、ほぼ前々年並みに戻っている。

○	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が減少傾向にあるほか、ワクチン接種も進んでおり、観光シーズンでもあることから、来客数、購買意欲共に改善に向かっていると感じている。
○	百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されてからは、来客数の改善が進んでいる。ただし、ラグジュアリーブランド関連では、首都圏に比べて近畿圏の回復は緩やかに感じる。特に大阪地区は、他の地区に比べて回復が遅いと感じる。
○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・百貨店の来客数の前年比は、9月がマイナス4.7%、10月がプラス2.2%、11月がプラス2.3%と改善傾向にある。ただし、コロナ禍以前の前々年比ではマイナス15%であり、依然として厳しい状況である。
○	スーパー（店長）	単価の動き	・当店では2か月連続で客単価が2%上昇している。
○	スーパー（店長）	お客様の様子	・以前に比べて、旅行用や外出用の商品に動きが見られる。
○	スーパー（店長）	単価の動き	・客単価は下がっているが、来客数に変化はない。客単価の下落分は飲食店に流れていると考えられ、経済全体としては回復傾向が感じられる。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除後、来客数が10%増えている。その波に乗って、安売りセールを行っている。
○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除されて、少し動きが良くなっている。
○	コンビニ（経営者）	それ以外	・緊急事態宣言の解除に伴い、旅行やショッピング、出張が全体的に動いていると感じる。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣企業の在宅勤務者は一定数に達しており、絶対的な日中の労働者人口は低水準となっている。ただし、出社制限を解除する企業も増えており、若干ではあるが来客数の増加がみられる。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数に大きな変化はないが、少しずつ新規の客が増えていると感じる。数名の旅行客による来店も増えてきた。近隣のホテルで発行されている、地域振興クーポンなどの利用者もかなり増えている。
○	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かかり減ってきて、外出する人が増えている。
○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べると人流が大きく増え始め、来客数も増えている。前年や前々年と比べても、良い傾向にある。
○	家電量販店（店員）	来客数の動き	・コロナ禍の収束による安心感から、少し外出の動きが増え、来客数が多くなっている。ボーナスの支給前ということで、下見の客が増えたように感じる。
○	乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・前月から徐々に来客数が増えている。
○	その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・飲食店への各種制限が緩和されたことから、飲食店向けの商品は以前よりも動いている。
○	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	販売量の動き	・前月比で来客数、買上点数共に、大幅に増えている。新型コロナウイルスの新規感染者数の減少による、人出の増加が要因と考えられる。
○	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者の減少と、これまでの外出抑制の反動、秋の行楽シーズンの到来効果で人流は増えており、週末を中心にガソリンの販売量が前年を上回っている。原油価格の高騰も懸念されるが、現時点でガソリン販売量への影響は少ない。物価への影響はこれから出てくると予想される。
○	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予防策もようやく落ち着き、商店への来客数が増えている。
○	その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除後、売上は前年比で2けた増に近い状況となっているが、特選ブランドの好調に支えられたものである。婦人服や化粧品といった商材の伸び率は僅かで、本格的な回復にはもう少し時間が掛かる。

○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除後、目に見えて来客数が増えている。
○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除された直後は閑散としていたが、新型コロナウイルスの感染第6波も懸念されるなか、客足は徐々に増えてきている。客単価もどちらかといえば、やや高めで推移している。予約客が増えてきた一方で、立ち寄り客も多い。徐々に元の生活に戻ってきたという期待が感じられる。
○	一般レストラン (企画)	販売量の動き	・8月を底に、売上がほぼコロナ禍以前の実績に戻ってきている。現状、土日の営業は上回っているが、平日の回復が遅れており、あと一歩となっている。
○	観光型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が収束し、府の観光振興策がスタートしている。
○	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊客が増え、レストランも夕食の客が増えている。酒類の提供についても増え始めている。
○	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・秋の観光シーズンで紅葉が見頃のピークを迎え、週末の稼働は満室近くにまで回復した。京都府の府民割の効果もあり、月間の稼働率も80%程度に回復している。
○	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の新規感染者数の減少により、徐々にレストランの来客数が増加傾向となっている。ただし、レストランの夜間の来客数は、まだまだコロナ禍以前には戻っていない。
○	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除後は酒類の提供が可能になり、レストランの利用が増えている。宿泊の団体予約についても、徐々に催行が始まっている。
○	旅行代理店(店 長)	販売量の動き	・緊急事態宣言の解除後は、新型コロナウイルスの新規感染者数が減っており、一時期よりも客は戻ってきている。ただし、急激には増えていない。
○	旅行代理店(役 員)	販売量の動き	・兵庫県の県民割の開始に伴い、県内からの客を中心に、来客数が伸びている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・前々年比で90%程度の回復に近づいている。ただし、今は巣籠りのストレスなどで、外出や飲食に気持ちが向かっているが、それが落ち着けばどちらに転ぶかは分からない。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・考えられないほど観光客が増加している。
○	通信会社(経営 者)	お客様の様子	・コロナ禍の収束傾向により、受注が拡大している。
○	通信会社(社 員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が落ち着き始めたため、消費マインドが徐々に回復傾向にある。
○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が全国的に減少すると同時に、緊急事態宣言も解除され、観光客にも回復の動きが見られるようになってきている。
○	競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は1万2457円となり、3か月前の1万1889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	・11月下旬から、来客数が顕著に増えている。
○	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	・遠方からの客はまだ多くないが、近隣からの客を中心に、観光客が動き出している。
○	美容室(店員)	来客数の動き	・外出の機会が増えたほか、延期されていた結婚式が行われるなど、客の動きが活発になっている。
○	美容室(店員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が少し落ち着き、予約が増加している。
○	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が安定してきたため、コロナ禍以前からの懸案事項に対応する動きが出始めている。
○	その他住宅〔展 示場〕(従業 員)	販売量の動き	・住宅展示場での各社の契約者数は、今期は増加傾向にある。

○	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が沈静化したお陰で、業務の遂行がスムーズになってきた。先延ばしにしていた客の手続きもあわせて、仕事は忙しい。
□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いているせいか、来客数が少し増えたのに伴い、販売量も増えている。ただし、冬物衣料のシーズンであるにもかかわらず、動きが悪い。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・今年のブラックフライデーのセールでは、衣料品を含めて好調に推移している。
□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、外出や外食が活発になりつつある。さすがにこれまで増えている内食需要は減少気味であるが、売上は底堅く推移している。
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されて、夜10時以降の客は動き出したと感じるが、飲食店が営業しているため、今までのような家飲み需要は減っている。全体的に来客数は微増で、単価が下降傾向となっている。
□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・常連客がいつもの買物をしている状態で、まとめ買いなどは少ない。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・全体的に大きな変動はないが、夕方からの来客数が減っているせいか、揚げ物の売上が落ち込んでいる。
□	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で生産が間に合っていない。海外からの部品供給の回復が待たれる。
□	その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍は収まりつつあるが、原油相場の高騰による影響で、国内の物価上昇が心配である。
□	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	販売量の動き	・コロナ禍からの落ち着きが戻るなか、感染防止関連の商品は売り切れしている。来客数もクーポンがなければ10%減少し、売上も15%の減少となっている。地域限定のキャンペーンも行われていないため、今月はかなり厳しい。
□	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、人の流れも戻りつつあるが、来客数に変化はなく、売上も上向いていない。大きな催事では集客ができないため、規模の小さな催事を行っているが、来客数も販売量も微々たるものである。
□	その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・コロナ禍が一段落し、売上が上向いている。ただし、消費者の行動を大きく変える要素に乏しく、まだまだ慎重な消費が続いている。
□	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	・受電数が減少しており、特に受注は激減している。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・11月前半は、当市のキャッシュレスポイント還元のお陰で、来客数は昼夜共に増加した。ただし、11月中旬頃に紅葉が見頃になって以降、人通りはさっぱりなくなった。特に、府の観光振興策が始まってからは、夜の人通りがますます少なくなっている。
□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・販売量は横ばいとなっている。少し活気が戻ってきた様子だが、新型コロナウイルス変異株の発生もあり、明るい材料が見られない。
□	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・10月から緊急事態宣言などが解除となり、ようやく人との交流への抵抗がなくなってくると期待していたが、まだまだ横並びの意識や、本当に交流してもいいのかという不安が強く、なかなか実際の申込みにはつながっていない。Go Toキャンペーンの再開を待つという声も多い。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・駅周辺での利用は少しずつ増えているが、ホテルなどの人の動きは余り良くない。街を走っていても、客を余り拾えない状況が続いている。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されたものの、まだまだ人流が増えた実感はない。流し営業での営業収入も、コロナ禍以前の50～60%といった低水準のままである。

□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・コロナ禍が落ち着き、客の動きは通常に戻りつつあるが、人手不足で採用が追い付いていない企業も多く、サイトの公開を延期してほしいという声もあった。コロナ禍でテレワークへの移行が増えた際は、デジタル関連の需要が多かったが、その流れは少し落ち着いたように感じる。
□	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・建築資材などの仕入原価が上がり続けており、利益率の低い状態はまだまだ改善されない。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新築分譲マンションはタワー物件を中心に売れているが、販売価格が上昇傾向にあることから、一部で販売の厳しい物件も出てきている。
□	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）	お客様の様子	・不動産価格の変動は余り見受けられない。
▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・9月末で緊急事態宣言が全面的に解除され、人の動きが活発になると予想していたが、当店ではその気配がなかった。大型商業施設や観光地などに人が集まる一方、目的もなく専門店に来ることはないと改めて感じた。来客数は相変わらず厳しく、売上も厳しい月となっている。
▲	スーパー（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が大幅に減り、客の活動範囲が広がったせいか、来客数が減少した。また、前月から様々な商品の値上がりが相次ぎ、単価は上がっているが、販売点数は伸び悩んでいる。
▲	スーパー（店員）	来客数の動き	・もう多くの人々が普通に歩いているため、以前ほど客は多くない。買いだめする人も、それほどみられなくなっている。
▲	スーパー（企画担当）	それ以外	・コロナ禍による内食需要がなくなり、売上は前年割れ状態が続いている。
▲	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・各種規制の解除による飲食店の営業再開と反比例するように、首都圏や近畿の都市部を中心にまとめ買いの傾向が弱まっている。それに伴い、来客数は増えているが、客単価が低下している。コロナ禍以前の水準には届かないが、外食需要が回復するなかで、内食、中食需要は減退傾向にある。
▲	スーパー（社員）	競争相手の様子	・今年の後半以降、メーカーや取引先からの値上げ要請が増えている。店頭価格を引き上げたいが、多くの競合店との価格競争が激化しつつあり、売上が伸び悩んでいる。
▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・少しずつ来客数は戻ってきているが、回復の動きは遅い。
▲	家電量販店（経営者）	それ以外	・東南アジアでのロックダウンなどによる半導体不足が、商品の納品遅延につながっている。その影響がまだ数か月は続きそうで、売上が増えにくい状況にある。
▲	家電量販店（店員）	競争相手の様子	・コロナ禍の影響で入荷が未定であることを理由に、以前では考えられないような価格を客に提示し、売上を確保しようとする量販店がみられる。既に購入した客や、一般小売店にも影響が出るくらいの不当な価格設定には、疑問を感じる。
▲	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・巣籠り需要が一段落した影響で、販売量が落ちている。年末年始も、リベンジ消費の動きが家電の購入に向かう可能性は低いと考えている。
▲	家電量販店（企画担当）	それ以外	・東南アジアでのロックダウンの影響で、設備機械を中心に在庫のない状態が続き、販売の機会損失が続いている。今は年間で最大の需要期であるにもかかわらず、売上の低迷につながっている。
▲	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・住宅ローン減税の駆け込み利用も一巡し、受注は減少傾向である。
▲	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・11月中旬から、週末の観光を中心に人の行動がかなり活発化したことにより、住宅の購入を検討する動きには減速感がある。

	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・来客数がなかなか戻ってこない。ショッピングセンターはいつも閑散としており、午前中の一部の時間帯以外は、客よりも店員の方が多い日が続いている。
	×	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輸入車が日本に入荷しないため、販売する車がない。
	×	住関連専門店 (店員)	お客様の様子	・今すぐを買う客よりも、見に来るだけの客が増えている。
企業 動向 関連	◎	電気機械器具製 造業(営業担 当)	取引先の様子	・納期が延長されていた案件の発注が決まるなど、取引先の動きが活発になっている。
(近畿)	○	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・緊急事態宣言の解除に伴い、飲食店への人流が増えつつあり、飲料水の売上も少し伸びている。
	○	繊維工業(団体 職員)	受注量や販売量 の動き	・緊急事態宣言の解除により、動きは多少良くなっているが、今後のコロナ禍の状況次第である。現在は需要期であるにもかかわらず、客の動きは限定的となっている。
	○	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	・新型コロナウイルスの新規感染者数が抑えられており、以前と比べて受注量が回復してきたと感じる。
	○	化学工業(管理 担当)	受注量や販売量 の動き	・電装関連や電子部品関連、半導体関連を中心に、受注が大幅に伸びてきた。また、東南アジアや中国向けの輸出も増えている。
	○	プラスチック製 品製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・特に良くない状況ではあるが、3か月前が悪過ぎたため改善する形となっている。8月は東京オリンピックやお盆休みなどで発注量も少なく、工場の稼働時間も短かった。ある意味で、今年度の底であったと感じる。
	○	窯業・土石製品 製造業(管理担 当)	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減少し、緊急事態宣言も解除されたことで、飲食店などの人出が回復傾向にある。これらの動きに伴う受注量の増加により、11月の売上は例月よりも10~15%増える傾向にある。
	○	電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・11月は好調であり、輸出部門が円安の好影響を受けたほか、半導体関係の活況による恩恵も受けている。もちろん不調な部門もあるほか、運が良いだけという不安も拭えない。
	○	電気機械器具製 造業(経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・案件は前年比で150%程度の増加となっている。ただし、電子部品の入手のめどが立たず、せつかくの注文も受けられないケースが相当数発生している。
	○	輸送用機械器具 製造業(役員)	取引先の様子	・搬送設備の新規ラインの引き合いが増えている。また、小規模であるが通信会社の案件が増えてきている。
	○	金融業(営業担 当)	それ以外	・緊急事態宣言が解除となり、業況は良くなってくる。原油価格の高騰による原材料の値上がりなど、マイナス材料は多いが、景気は回復基調にある。
	○	不動産業(営業 担当)	取引先の様子	・最近では物販店の賃貸契約が決まるようになってきた。今まではアパレル店などが出た後は、空き店舗となっていたが、ようやく物販店が決まり始めた。そういった動きから、景気の持ち直しを感じる。
	○	広告代理店(営 業担当)	受注量や販売量 の動き	・夏が過ぎた頃から、受注量が増えてきている。
	○	広告代理店(営 業担当)	取引先の様子	・1月以降の広告出稿は徐々に回復しているが、交通関連の広告出稿は年末まで厳しい動きである。
	○	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	・駅ナカに限った動きかもしれないが、業種による明暗がはっきりとしている。日用品や低価格帯のスイーツ店は比較的好調に推移し始めたが、土産物を扱う店舗は依然として総崩れ状態である。
	□	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量 の動き	・休日の人出も多く、外食関係は良くなると予想していたが、大きくは増えていない。
	□	パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・季節や時期を考慮すると、受注量が少ないと感じる。半導体が予定どおりに入荷しないため、納期が延期となるケースが多い。
	□	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・自動車関連の工場稼働率が低いため、全体に活気がない。

	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍によって景気はかなり低迷しており、この状況は今月も変わっていない。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・飲食関連の人に聞くと景気回復はまだまだであるが、一般企業の間では兆しがみえてきた。ただし、原油や鋼材などの価格高騰には注意が必要だと感じる。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・洗濯機や冷蔵庫、電子レンジなどは好調であるが、売上全体としては前年割れで推移している。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・相変わらず建設資材が高騰し、納期の不安定な状況が続いている。新型コロナウイルスの影響だけではないが、今後の見通しも不透明であり、建設資材価格と納期の安定化が望まれる。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・企業の設備投資も助成金頼みの案件が多いため、予定が立てにくい。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き合いの多い部門と、そうでない部門があるほか、1つの案件が長期化しており、売掛金の回収期間が長くなっている。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・海外でのロックダウンによって商品の納期が遅れており、その影響が出ている。
	□	金融業 [投資運用業]（代表）	それ以外	・景気の回復が進むのはこれからである。このまま新型コロナウイルスの感染が収束すれば、一気に消費動向は改善するほか、企業業績も上向いてくる。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・エンドユーザーを相手にする零細小売業や飲食業は、正に協力金や支援金をかき集めて商売を続けている状態であり、じっと耐えている企業が多い。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が大きく、なかなか収束しないため、苦しい状態が続いている。特に生活必需品を扱う小売業は、これ以上悪くなることはないが、良くなることもない。
	□	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	・9月に緊急事態宣言が解除され、10月以降は多少なりと動きが出てくると予想していたが、余り動きは変わっていない。
	□	その他非製造業 [衣服卸]（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらずイベントの開催には慎重であるため、業界でのイベント需要が回復するのは春先以降になりそうである。ただし、新型コロナウイルスの感染第6波の見通しも不透明であるため、小型のイベントが多く、本格回復は2022年の夏以降になりそうである。
	□	その他非製造業 [商社]（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き合いは増加傾向にあるが、材料の入荷遅れなどで受注しても生産ができず、受注残となっている。
	▲	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・催事の開催が増加している。ただし集客が前年の6割と少なく、1人当たりの単価も下がっているため、出張経費が負担になっている。
	▲	金属製品製造業（開発担当）	競争相手の様子	・中国からの受注が止まっている。
	▲	金属製品製造業（営業担当）	競争相手の様子	・半導体などの不足による自動車メーカーの生産ラインの停止で、週1日程度の休業を実施する同業者が出始めている。
	×	電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・生産に必要な材料が入ってこない。
	×	その他非製造業 [電気業]（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響から脱却できていない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・緊急事態宣言が解除され、徐々に求人数も伸び始めている。
	○	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・梅田や難波などの繁華街や、京都などの観光地では、人の動きがかなり増えている。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・引き続き、20～30代の求職者の動きは活発である。経験のない職種でも、相場を上回る時給で仕事を紹介され、決定するケースが増えている。



○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・3か月前と比べると、新型コロナウイルスの新規感染者数が激減しており、周辺企業も少しずつ動き出したように感じる。飲食店や旅行関係も活気を取り戻し、身の回りの景気は良くなっているように感じる。
○	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・飲食や旅行、ホテル、観光など、コロナ禍による影響を最も強く受けた業界にも、通常の営業が戻りつつある。一部では、今後の人流の増加を見据えた求人も増えつつある。
○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年比で6か月連続の増加となっており、コロナ禍から徐々に回復しつつある。ただし、2年前との比較では2けたの減少が続いており、まだコロナ禍以前の水準には達していない。
○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年比で増加し、回復傾向にある。
○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響もほぼ収束に向かっており、周辺企業では景気が回復してきたという声が多い。
○	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・来年度の新卒採用に向けた合同説明会などが行われているが、新型コロナウイルスの新規感染者数が減ってきた影響か、対面イベントや就職ガイダンスも増えてきた。対面イベントへの学生の参加数は、コロナ禍以前と同水準に戻ってきている。ただし、オンラインセミナーに慣れてきた状況では、わざわざ対面イベントに来る意味を明確化し、コンテンツなどでイベントの設定を工夫しなければ、参加動員数を確保するのは難しく、イベントでも明暗が分かれている。
□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・ようやくコロナ禍が落ち着いてきたのと比例し、年末や年度末に近づくにつれて、派遣会社は例年の動きに近くなっている。様々な業種から、職種を問わずオーダーが入っており、特にIT関係やリモートでの仕事が増えている。スタッフも地域を考えなくてもよい分、集めやすくなっており、あとは人材の質の問題となっている。
□	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・各社でスタッフの取り合いになっており、採用がかなり困難となっている。
□	アウトソーシング企業（管理担当）	それ以外	・新規の注文はなく、通常の仕事も減少している。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いた状況であるが、新聞広告の出稿推移をみると、出稿意欲は落ち込んだままである。上半期の緊縮予算などの影響が続いている。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・10月の新規求人数は大幅に増加し、2年前の水準に迫る勢いとなった。特に、製造業や飲食・サービス業の求人に回復がみられる。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・10月の大阪の新規求人数は前年比でプラス4.5%と、4か月連続の増加と底堅い動きであるが、製造業は7か月連続の増加となった一方、宿泊・飲食や卸売・小売は2か月連続で減少となるなど、2極化の傾向がみられる。一方、新規求職者のうち会社都合の離職者が減少し、在職者の増加が目立つなど、コロナ禍によって転職を検討する人の増加がみられる。
□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・前年度に続き、コロナ禍の影響で対面での学内就職説明会は開催できなかった。ただし、オンラインでの説明会に参加を希望する医療機関が3割増えており、今後の採用につながることを期待している。
▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・ここ数か月間、前年を上回ってきた求人数の動きに陰りがみられる。
▲	アウトソーシング企業（社員）	雇用形態の様子	・欠員が出ており、人手不足となっている。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・コロナ禍に伴う、給付金申請の書類チェックやワクチン接種の受付といった特需がなくなり、通常の派遣求人のみになっている。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・採用基準に満たない学生については、採用を見合わせる企業が増えている。

