

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)	◎	スーパー（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大で再び外食が敬遠され、家庭での食事が増えている。また、強い寒波の影響で、毎日の食卓に欠かせない生鮮類が値上がりしたことも、売上にはプラスとなっている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前月の中旬から大きく落ち込んでいた来客数が、今月23日以降は、やや回復傾向にある。特に、月末にかけて気温が落ち着いたこともあり、食料品の売上は前年を上回っている。コロナ禍への慣れもあり、このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が大きく増加しなければ、売上も回復すると予想している。
	○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第6波にピークアウトの兆しがみられる。新規感染者数の減少傾向が報じられている影響か、周辺の商店街では、今週から明らかに人出の増加傾向がみられる。
	○	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・来客数も前年を上回り、増加傾向にある。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・バレンタインデー直前の3連休を中心に、来客数が増加し、比較的単価の高いチョコレートやギフト商材にも動きが出ている。
	○	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が適用されているが、今回の新型コロナウイルスオミクロン株の感染力は強く、自宅療養を余儀なくされている人が多い。それに伴い、まとめ買いが増えているほか、備蓄関連商品がよく売れている。また、自治体からの要請もあり、自宅待機の人たちに対する、食料支援セットの販売が増えている。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・周囲の活気が少しずつ戻っている気配を感じ、来客数もかなり増えていると感じられる。それに伴い、客単価も徐々に上がっている。
	○	乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響もあり、納期が延びる傾向が続いているため、客の動きが少し前倒しになっている。
	○	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・飲食を伴う販売は低調な動きが続いている。大阪や近隣の府県ではまん延防止等重点措置が延長されたため、回復傾向はみられないが、宿泊の利用は回復傾向が少しみられる。
	○	その他サービス 〔学習塾〕（スタッフ）	お客様の様子	・引き続き新型コロナウイルスオミクロン株が猛威を振るっているが、保護者や生徒もオンライン授業などに慣れてきている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・2月に入っても人出は戻らない。物販や飲食の売上も前年と余り変わらず、非常に悪い。
	□	一般小売店 〔花〕（経営者）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置の適用で、休業する取引先が多く、飲食業に係る業種の売上も落ち込んでいる。相変わらず景気は良くならない。
	□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・2月の売上は前年を超えたが、来客数は20%減となっている。新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向となっているものの、まだまだ多い状況でもあり、来月以降も余り期待できない。
	□	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、飲食店の休業や時短営業が続いているため、状況は変わらない。
	□	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影響で、来客数がかなり減少している。
□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・来客数に大きな変化はなく、コロナ禍による外出の抑制が続いている。	
□	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・1月下旬にまん延防止等重点措置が適用されたが、2月に入り、来客数は前年の緊急事態宣言の際よりも更に減少した。2月中旬以降はやや持ち直したが、今までと比べて回復の動きは弱い。	

□	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大による心理的な影響のほか、天候要因により、食品を中心とした消耗品などが売れる時間帯が、夜の8時半から9時までと短くなっている。また、現金客を中心に、婦人服や雑貨などの中間層向け商品の動きは止まっているが、特選品や美術品を中心とした富裕層向け商品は好調である。全体的に富裕層の動きは堅調で、全体の客単価を押し上げる状況が続いている。
□	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・コロナ禍の状況が好転しないなか、以前ほどの冷え込みはないものの、積極的な購買はみられない。来客数、滞在時間共に前年を下回っている。モチベーション関連であるバレンタイン商戦でも、挨拶的な用途の購入が減少し、苦戦している。食品全体は堅調であるが、バレンタイン商戦が悪い分、苦戦している。
□	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株が猛威を振るっており、依然として来客数、売上共に低迷している。好調なのは、富裕層を中心とした高額の時計や、海外のブランド品のみである。
□	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6波の影響で、来客数は緊急事態宣言が発出されていた前年を下回っている。購買層が若いバレンタイン商戦や、値上げが相次いだラグジュアリーブランドなど、前年を上回る商材もあったが、シニア層の来店が減少しており、全店の売上も前年並みにとどまる。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響も長期化し、新規感染者数などに大きく左右されなくなっている。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・原価の高騰後も、価格が据え置かれている商品が客に認知され始めている。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・買上点数、客単価共に、前年度からの変化は少なく、上向きそうな気配はない。
□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・日用品の売上は前年比で96%とほぼ横ばいであり、特に変化はない。
□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が延長され、内食傾向が再び強まり、売上が伸びている。商品の相次ぐ値上げによる需要の減少は懸念されるが、単価の上昇にはつながると予想される。
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の適用に関係なく、夜の来客数は一向に回復する気配がない。当店の立地の特徴として、単身赴任や出張の客がかなり減っている。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・例年2月は来客数、売上共に減少するが、今年は近隣の工事などが多く、来客数は減っていない。
□	家電量販店（経営者）	それ以外	・半導体不足の影響で、様々な商品の入荷に時間が掛かり、売上が増えにくい状況にある。
□	乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・例年であれば客が増える月であるが、今年は増えていない。
□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数は限定的で、半導体不足による商品入荷の遅れもあり、売上が落ちている。
□	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	販売量の動き	・売上目標の達成は厳しく、非常に寒い日が続いたため、来客数も減っている。客の買上点数は前年比で減少しており、新型コロナウイルス関連商品も飛ぶようには売っていない。
□	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が、来客数は横ばいである。新型コロナウイルスの新規感染者数の増加もあり、来客数の増加は期待できない。
□	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染第6波により、自粛ムードが広がり、特に高齢者の外出が減少しているように感じる。購買力が比較的高い年齢層であるため、痛手となっている。
□	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が適用されて1か月以上が経過するが、良くも悪くも、客の動きは変わらない。人数制限や時短の関係で店側が予約を絞っており、予約を断るケースも多い。
□	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新規感染者数が減っていない。

□	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置の延長により、申込みの動きは止まった状態である。再延長はないと期待しているが、コロナ禍のピークアウトが意識されてから、行動に反映されるまでに少し時間が掛かるため、状況は大きく変わらない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・相変わらず、まん延防止等重点措置の適用が続いているほか、3回目のワクチン接種も進んでおらず、人々は警戒して余り外出しようとしなない。ガソリン価格の高騰や、半導体不足による影響もみられる。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の影響もあり、客足自体は伸びていないが、暖かくなってきたこともあり、少し増えている。
□	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、郊外のファミリータイプ、都心の富裕層向けマンション共に、好調に売れている。
▲	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・今月は新型コロナウイルスの感染拡大により、来客数が激減している。特に、主要客である50歳以上の来客数が減っている。客の購買意欲は以前から低下しており、インバウンド需要がほぼないなかで、厳しい状況にある。
▲	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置の期限が延長されたことで、来客数やレジ客数が前年比で約5%減少し、売上も前年並みの推移となっている。ただし、バレンタインフェアは好調で、アクセサリーやチョコレート類は好調に推移するなど、売上の確保につながっている。
▲	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オミクロン株の感染がピークアウトしているとは言い難いなか、来客数の減少が著しい状況にある。
▲	百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の猛威を受けて、2月以降は各商品で厳しい状況が続いている。年配客に来店を控える動きがみられる一方、若年客による都心部への動きは悪くなく、コロナ禍の捉え方に差が出ている。コスメなどの商材は、新型コロナウイルス発生前の半分に近い売上となるなど、各商品ともボリューム層の需要が冷え込んでいる。その反面、今の状況でもラグジュアリー関連の売上は増加している。ただし、3月に控えた値上げの先買いが主因のため、一時的な増加にとどまる。
▲	百貨店（店長）	販売量の動き	・前年は新型コロナウイルスの感染が都市部で広がったため、人が郊外に流れてきた。郊外の店舗は元々生活必需品の品ぞろえが多く、売上は好調となったが、今年は郊外も含めて新規感染者数が増えており、全体的に販売額が減少している。
▲	百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・2月の商況は3か月前よりも悪くなっている。新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大前の12月までと、1月以降を比べると、明らかに景気は悪くなっている。特に、前年の2月は緊急事態宣言下であったが、今年の来客数は前年比でプラス3.2%と微増にとどまる。ファッションブランドは春物の立ち上がり時期のため、目的買いの客で売上は何とか形になっているが、まん延防止等重点措置も3月21日までの延長が濃厚であるため、今の状況は当分続く。
▲	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・やはりコロナ禍の影響が大きい。収束時期が見通せないため、目的のある店舗に来店が限定されている。さらに、できる限り滞留を短くすることを意識しているため、買い回りを中心とした販売の増加がみられない。
▲	スーパー（経営者）	お客様の様子	・余分な物は購入しないほか、特売品の購入でも価格にはシビアになっている。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の適用で、モール全体の来客数が減少している。
▲	スーパー（店員）	競争相手の様子	・すぐ近くに激安スーパーがオープンし、客は完全にそちらへ流れている。

▲	スーパー（社員）	お客様の様子	・コロナ禍以降、多くの店舗で客単価が上昇し、当社のようなスーパーでは売上が増加した。今も同じような状況にあるが、一部の店では、客の料理疲れが出始めている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・2月後半からテレワークの動きが増え、来客数が10%減少している。現実には、身近でも新型コロナウイルスの感染者が出始めている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大で、通勤客が再び減少している。近隣のホテルでも宿泊のキャンセルが多数出ているなど、宿泊客数もかなり減少している。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置の適用や、新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大による自発的な行動の制限、企業による出勤制限などが響いている。
▲	コンビニ（店長）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が適用されているため、近隣企業への出勤者が減っている。
▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が適用され、来客数に影響が出ている。
▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・コロナ禍による休日の外出自粛が、来客数の減少を招いている。
▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大に伴い、来客数が前年よりも良くない。売上、来客数共に8割程度となっており、単価も落ちている。
▲	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拡大ペースが少し落ち着きつつあるが、来客数の減少が止まらない。コロナ禍の状況では、購買意欲もなかなか上がってこない。
▲	家電量販店（店員）	それ以外	・メーカーからの商品や部品の入荷が滞っているため、販売できる商品がない。
▲	家電量販店（営業担当）	それ以外	・半導体不足で商品が入荷しない。
▲	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・これまでの巣籠り需要の反動減が続いており、特に白物家電は落ち込みが大きい。
▲	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、日本への新車が入荷が滞っているため、販売できる車がない。購入したいという需要はあるものの、供給ができないため、業績は伸び悩んでいる。
▲	その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が大きいほか、原油価格の高騰で諸物価の上昇が進み、株価も下がっている。
▲	その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）	単価の動き	・3～4月は生活必需品の値上げが相次ぐ。また、ウクライナ問題による更なる原油などの値上がりで、燃料費も不安定となる。
▲	その他小売 [インターネット通販]（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大による外出の自粛がかなり響いている。もし感染すれば、周囲の人や職場に迷惑を掛けてしまうため、外出が控えられている。商店街はガラガラの状態である。
▲	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	・ユニフォームを新調し始める時期であるが、例年よりも受注量が少ない。
▲	その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が適用されて以降、中高年層の来店が減少している。その結果、特に婦人衣料での売上の落ち込みが目立っている。
▲	その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当）	販売量の動き	・普通の状態にならなければ、会社に設置している自販機も動かない。ホテルなどは壊滅的な状況である。
▲	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・当地域でも、まん延防止等重点措置が適用されたため、なるべく従業員の出勤を抑えて、雇用調整助成金でのご対策を講じた。販売量を2年前と比べると、約3分の1に減少している。

▲	旅行代理店（店長）	来客数の動き	・来客数は相変わらず少ない。新型コロナウイルスの新規感染者数は大きく減らず、まん延防止等重点措置も延長された。今後更に延長される動きもあり、4月以降の旅行の相談はあるものの、まだまだ様子見が続いており、受注につながらない。
▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置の適用により、経済活動が低迷している。
▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・年度末となり、契約の伸びが鈍化している。通常であれば転入が増える時期であり、サービスの申込みは増えるが、今年は例年の動きとは異なっている。
▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・例年は決算に向けて受注が増える時期であるが、商談数も受注額も少ない。新型コロナウイルスの影響で延期になるプロジェクトも出てきている。
▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・政府による景気対策が不足していると感じる。
▲	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	・まん延防止等重点措置が適用され、高齢者の出控えがみられる。
▲	美容室（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大により、ブライダル関連の延期やキャンセルが出ている。
▲	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・前年からの資材価格等の値上げが収まらない。いつまで続き、どこまで上がるのかが分からない。世界情勢も不安定になり、エネルギー価格の高騰につながっている。
▲	住宅販売会社（経営者）	それ以外	・コロナ禍は出口が見えにくいほか、ウクライナ問題も出てきており、消費マインドが悪化傾向にある。
▲	住宅販売会社（総務担当）	それ以外	・工事に必要な材料の入荷が遅れており、工期の確認が難しくなっている。
▲	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）	それ以外	・ロシアのウクライナ侵攻により、世界経済は混迷が深まっている。
▲	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、今年度の下半期からやや減少気味となっている。前月と同様に、前年比で1割以上落ち込んでいる。
▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	それ以外	・2月に入って、当社でも新型コロナウイルスの感染者と濃厚接触者が3人発生した。休業措置を取った影響で、業務へのしわ寄せが大きく、キャンセルや後回しとなった案件が多数出ている。
▲	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・約2年間のコロナ禍により、住宅需要は好調に推移してきたが、市場には徐々に変調がみられる。広告などへの反響はまだ微減程度であるが、成約の歩留まり率の悪化が進むなど、今後の市場鈍化の兆しが始めている。
×	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・今月も相変わらず来客数が少ない。2月は元々営業日数が少ないが、それを含めても、寂しい数字となっている。当地域は3回目のワクチン接種がまだの人も多く、外出を控える様子がうかがえる。
×	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売上は、3か月前よりも20%減少している。
×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・クリアランスセールの後という影響もあるが、販売量が伸びない。さらに、今月下旬に入ってから来客数も減っている。
×	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・飲食店は少し持ち直していたが、再び夜間に人が出歩かなくなり、厳しい状態となっている。それに伴い、納品の依頼も減少している。
×	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・コロナ禍の影響で売上の低迷が続いているが、3月になれば気候も良くなり、少しは売上の増加につながることを期待している。
×	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・今月の上旬～中旬と比べると、下旬は少し回復の傾向がみられる。

×	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数の3か月の推移をみると、12月が前年比で3.9%の増加、1月が3.3%の減少、2月が14.9%の減少である。特に、和歌山地区に2月5日からまん延防止等重点措置が適用されてから、来客数が激減しており、この傾向は当分続きそうである。さらに、気温の低さもあって来客数が減少している。
×	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・来客数がなかなか回復しないほか、来店客も目的の商品だけを購入し、店内を回遊する動きがみられない。周辺地域の飲食店の時短営業も継続するなか、夕方以降の落ち込みが大きく、仕事帰りに商業施設に立ち寄る動きがなくなっている。
×	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・飲食店の時短営業による影響が、かなり出ている。
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が適用され、自粛生活に逆戻りである。2月はひどく、外出着の需要が極端に減少している。その上、生活必需品の値上げが続いており、余裕のある客は有名ブランドで気に入った物を購入しているが、景気は全体として後退している。
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・客が来店せず、売場が閑散とする状態が続いている。新型コロナウイルスに感染すると大変なことになるため、出掛ける機会も減っている。
×	家電量販店（企画担当）	それ以外	・ロシアによるウクライナ侵攻に伴う、欧米などの経済制裁で、日本経済への大きな打撃が予想される。
×	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・長引くまん延防止等重点措置の影響で、来客が増えるはずの時期に減っている。
×	その他専門店 〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・年末は緊急事態宣言が解除されていたが、直近はまん延防止等重点措置の適用などで、外食の売上が減少している。
×	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感染第6波に加え、ウクライナ情勢による原油価格の急騰で、足元の景気は悪化している。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ここ2か月ほどは回復への手応えがあり、売上はかなり伸びたが、2月中旬から来客数は激減している。新型コロナウイルスの感染のクラスター発生は、ほぼ飲食店では聞かれなくなったにもかかわらず、まん延防止等重点措置の適用後は、来客数が徐々に減っている。新規感染者数が急増すれば、外食が激減する形になっており、今回も休業している飲食店は多いと感じる。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の適用で、来客数が激減した。ただし、2月下旬の延長以降はなぜか客足が戻り、通常どおりの来客数に戻っている。
×	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大により、2019年との比較で、売上は約20%減少している。前年12月には100%を超える水準まで回復したが、今月は大きく減少している。
×	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・キャンセルが続いているが、どうしようもない。カニのシーズンで2度目のコロナ禍は厳しい。
×	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の適用による予約のキャンセルや来客数の減少で、収入が悪化している。
×	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置による出控えで、来客数が減少し、キャンセルも増加している。
×	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の延長に伴い、予約のキャンセルが増え、新規予約は微増という状況である。2人以上での宿泊や観光需要は少なく、ビジネス利用についても最低限の出張のみと、宿泊者数が減少している。基本的にはシングル利用が多く、2人以上のツインやトリプル利用など、複数名で宿泊する客は減っている。
×	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・前月下旬から、まん延防止等重点措置が適用されているが、客室稼働率は1月並みの36%となる見込みである。一方、レストランの来客数は1日の平均が1月の47人から37人へと、10人減少している。宴会や会議の問合せもかなり減っている。

	×	旅行代理店（役員）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の適用により、需要はほとんどみられない。ただし、手間については、予約のキャンセルや再予約、更なる変更など、1つの旅行に対して何度も作業が発生している。
	×	観光名所（経理担当）	来客数の動き	・11月はコロナ禍の影響も余りなかったが、2月は2年前と比べて半分以下の売上に落ち込んでいる。
	×	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染のピークアウトがようやくみえてきた矢先に、ロシアによるウクライナ侵攻が始まり、消費マインドがより一層低下している。
企業動向関連 (近畿)	◎	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・久しぶりに良くなっていると感じたが、急にロシアと欧州がもめ始めたため、楽観視できなくなっている。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・一時は新型コロナウイルスの影響でどん底にあった売上や利益のほか、事業そのものが上向いてきた。様々な要因があるものの、何とか生き延びようとする経営者や社員の懸命な努力が、実を結んだと考えられる。
	□	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・依然としてコロナ禍の影響が響いている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	取引先の様子	・月末に近づくと、取引先による在庫調整の動きが増える。
	□	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	・まん延防止等重点措置が延長され、引き続き厳しい状態が続いている。受注量の変化は感じられない。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数の減少は進んでいないが、当社の生産能力が限られていることもあり、一定の受注量や販売量は確保できている。コロナ禍が続いているが、大きな変化はない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍以降、売上が激減している状況は変わらない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・テレビなどのAV家電、白物家電共に、実売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	・給湯器やウォシュレットなどの品不足や、建設資材価格の高騰により、取引先の設備投資の金額や工期が大きく変わっている。現状の理解が得られても、計画の延期や凍結につながると予想される。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末に向けて、受注が増えていない。例年であれば、もう少し受注が増える。
	□	建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・客の設備投資意欲は引き続き高く、新築工事の計画も減っていない。
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・コロナ禍の収束が見通せないことが厳しく、ガソリン価格の高騰もしばらく続きそうである。先の見通しには光明が見いだせず、ロシアがウクライナに侵攻し、先行きには余計に暗雲が立ち込めている。
	□	金融業（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染が拡大するなかで、企業の活動は鈍く、相変わらず飲食店のダメージが大きい。
	□	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、広告の売上が前年と変わらない。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・消費者を相手にしている取引先は、新型コロナウイルスの影響が続いている。食料品の小売業は好調で、アウトドア関連の小売業も好調であるが、飲食業を含む、それ以外の業種は不調である。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・まだコロナ禍が続いており、各種の予算や設備投資が前向きに増えることはない。
	□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き合い案件、受注案件共に増えてきたが、規模は小さく、分割での発注となっている。懸念事項としては、製品の在庫がないため、納期に間に合うかどうかである。
	▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・依然として、業務用商品の動きが停滞している状況に大きな変化はない。家庭向けの需要も、比較的安価なプライベートブランド商品に流れている。

	▲	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大に伴い、飲食店だけでなく、様々な販売店からの受注が少しずつ減っている。
	▲	繊維工業 (総務担当)	取引先の様子	・取引先での催事の延期や、集客数の減少により、販売量が減っている。
	▲	化学工業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・自動車やオートバイの電装品向けの出荷が、若干減る状況が続いている。
	▲	プラスチック製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・何とか動いていた仕事が、明らかに止まり始めている。部品の一部が手に入らないため、生産ができなくなっている。
	▲	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・半導体不足や、海外からの部品の入荷遅れによる影響が、自動車産業だけではなく全ての分野に広がっている。
	▲	金属製品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・半導体や部品の供給不足の問題で、自動車向けの出荷が減っている。
	▲	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・まん延防止等重点措置の影響に加えて、建設資材価格の高騰についての情報が取引先に伝わり、購買意欲が減退している。
	▲	広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・1月以降は新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大で、短期の交通関連の広告が減っている。
	▲	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	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大はようやくピークアウトしたと感じるが、まん延防止等重点措置の延長が響いている。駅構内は密になりやすいこともあり、依然して閑散とした状況が続いている。特に新幹線の発着駅は、出張の取りやめもあって顕著に人が減少している
	×	不動産業 (営業担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染が拡大し、まん延防止等重点措置が継続中であることから、飲食店の時短営業が続いているほか、アパレル店舗の閉店などが増加している。それに伴って賃料が下がり、地価も下がっているため、景気は悪い。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・求人の動きは堅調であるが、人材不足が深刻である。
	○	アウトソーシング企業 (社員)	雇用形態の様子	・賃金の見直しがあるなど、状況は改善している。
	○	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・景気の回復は顕著ではないが、3か月前と比べると上向き傾向となっている。
	○	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・1月の新規求人数は前年比でプラス32.8%と9か月連続で増加し、増加幅も拡大傾向にある。ただし、前年の反動増でもあり、新型コロナウイルス発生前との比較ではマイナス28.8%という状況である。まだまだ先行きを楽観できる状況ではない。
	○	民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルスに関する業務の特需に加え、企業からの全体的な求人数が増加している。
	□	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・来年度の新規案件が増える時期であるが、企業はかなり慎重になっており、4月以降の契約延長を3か月単位などで区切るケースが増えている。また、新規案件でも長期契約を余り望まず、短期契約にシフトする特徴がみられる。
	□	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・求人状況が偏っていて、ある分野では契約が終了する人も増え始めている。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は少し増えている。
	□	アウトソーシング企業 (管理担当)	それ以外	・仕事の依頼が減少したままである。
	□	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オミクロン株の感染状況はピークアウトしたとの報道はあるが、新規感染者数はいまだに多く、飲食や旅行、観光業といったサービス業の求人は戻っていない。3回目のワクチン接種も遅れており、感染の収束にはまだ時間が掛かりそうである。
	□	新聞社 [求人広告] (営業担当)	それ以外	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染も少し落ち着いてきたが、まん延防止等重点措置が続いている地域も多く、景気が上向き要素はないと感じる。

□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・ここ数か月の新規求人数をみると、前年と比べて増加傾向にあるが、雇用情勢には引き続き厳しさがみられる。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で21.8%の増加となるなど、求人数は持ち直しの動きが続いている。
□	学校〔大学〕 （就職担当）	採用者数の動き	・医療従事者の新卒採用については、求職側が国家試験の結果待ちであるため、今は停滞気味である。今後も、全体としてはコロナ禍の推移に左右される。
▲	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・12～1月と、派遣求人数は2年前の実績に戻りつつあったが、また少し減っている。
▲	人材派遣会社 （管理担当）	求人数の動き	・前月までは余り影響はなかったが、今年に入って悪化している。新型コロナウイルスの新規感染者数の増加とともに、予定していた求人がなくなり始めている。
▲	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	それ以外	・まん延防止等重点措置の解除が見通せず、関西の地場産業や地元企業の商品プロモーション用の広告費も、全く上向く気配がない。
▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求人に関しては、製造業が引き続き好調である。今月は建設機械関連の求人の増加が、海外での需要の好調が目立っている。一方、求職者は自己都合離職者、在職者の増加が続いている。全体的には有効求職者数、有効求人数共に増加が続くなか、再就職活動の活発な動きはみられない。
▲	民間職業紹介機関 （営業担当）	周辺企業の様子	・採用活動の3月解禁に向けて、今年は合同企業説明会を対面形式で開催予定の大学もあったが、新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大で、参加を見送る企業が増えている。
×	学校〔大学〕 （就職担当）	それ以外	・ウクライナへのロシアの侵攻が長期化すれば、経済に与える影響も大きくなる。世界的なダメージは計りしれない。