

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)	◎	高級レストラン（企画）	・新型コロナウイルスの感染第7波の収束後は、旅行需要の回復のほか、国や自治体による観光促進施策の再開で、来客数の増加が予想される。
	◎	一般レストラン（経営者）	・今までの新型コロナウイルスの感染拡大周期からすると、2～3か月先にはある程度落ち着くと予想している。新型コロナウイルス向けの飲み薬が開発されない限り、しばらくは今の状況を繰り返すことになる。
	○	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響は大きく、来客数の減少につながりそうであるが、富裕層の消費は微減にとどまりそうである。
	○	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染第7波や、原料価格の上昇などの懸念材料はあるが、消費の機会自体は増えている。人流を止めない限り、やや良くなると予想される。ただし、節約行動と自粛からの解放行動による二極化のなかで、今後はコストパフォーマンスが重視される。
	○	百貨店（販促担当）	・まだまだコロナ禍次第であることは、今月の動向で身に染みて感じる。一方、濃厚接触者に係る規制緩和や、経口薬の開発などへの期待を前提とすれば、秋口からクリスマスにかけて生活を楽しむ傾向が強まると予想される。旅行や帰省、外出を楽しむ動きが消費にも好影響を及ぼし、イエナカ需要にもブチぜいたくの傾向が強まることを期待している。
	○	百貨店（販売推進担当）	・メーカーの体制も持ち直しつつあるため、供給面は改善する。新型コロナウイルス感染症についても、感染症法上の2類相当が妥当かどうかの議論も始まっており、アフターコロナの需要喚起策に期待している。
	○	百貨店（特選品担当）	・円安が続いていることもあり、インバウンド客の増加が引き続き期待される。また、高額品の動きにも同様に期待が高まる。
	○	百貨店（営業推進担当）	・新型コロナウイルスの感染の収束や、旅行や観光の回復によって来街者が増える。
	○	百貨店（マネージャー）	・現状、来客数や売上は底の状態であるが、新型コロナウイルスの感染第7波のピークアウトや、高齢者による4回目のワクチン接種のほか、暑さも秋口に入って和らぐことで、自然と回復に向かう。
	○	百貨店（服飾品担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているが、小売店の営業停止につながる状況ではなく、しばらくは今の好調が維持できそうである。今後は、外国人観光客の入国制限が徐々に緩和されるとともに、アジア以外の客の来店増加が予想される。また、2025年に控えた大阪・関西万博の概要も徐々にはっきりしてきたことから、関西に寄せられる期待も高まるため、順調に回復が進むと予想される。
	○	百貨店（店長）	・前年の推移を当てはめれば、9月頃から新型コロナウイルスの新規感染者数が減少に向かう。医療体制が維持できれば、社会全体としては動きを継続する必要がある。
	○	スーパー（店員）	・商品の値上げが続くなか、常連客は安さを求めて来店するわけではないため、客単価の上昇が予想され、売上も少しは伸びる。
	○	スーパー（企画担当）	・行動制限のない夏休みやお盆を迎えるが、新型コロナウイルスの感染第7波が収まらなければ、自主的な行動制限によって、客の行動に変化が出てくる。以前のようなまとめ買いや備蓄はないが、需要の増加は確実にみられる。
	○	コンビニ（経営者）	・2～3か月先にはコロナ禍も少し収まっていると予想される。企業の出勤社員数や近隣ホテルへの宿泊者数も平常時に近づくと予想され、来客数の増加につながることを期待される。
	○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの感染第7波では、当府は独自の対策を採っているが、周囲からはそこまで状況が悪いという声は聞こえてこない。
○	家電量販店（人事担当）	・戻り梅雨が終われば、本格的な夏の暑さとなり、エアコンなどの季節商品の売行きも良くなる。また、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていることもあり、旅行などに使う予定の予算が、家電に回ってくると期待している。	
○	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染第7波も、9月頃には落ち着くと予想している。	

○	一般レストラン（経理担当）	・当地域は観光地であるため、季節要因や天候、台風の発生などにも影響される。
○	都市型ホテル（客室担当）	・Go To Travelの再開が待ち遠しいが、府民割や県民割を利用した旅行需要は見込まれる。コロナ禍への対策を講じることで、行動制限なしのウィズコロナ政策へと流れが変わると予想される。
○	旅行代理店（役員）	・全国旅行支援の実施に期待するしかない。
○	遊園地（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が爆発的に増えた今週から、明らかに客足が鈍くなっている。行動制限もなく、前週末の3連休までは順調に推移していたが、ここまで感染が急拡大すると、さすがに外出の機運も失われたように感じる。新規感染者数がピークアウトすれば、客の動きも戻り始めると予想している。
○	ゴルフ場（支配人）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により、直前の来場者数は減少しているが、2～3か月先の予約状況を考慮すると、今月よりもやや良くなる。
○	美容室（店員）	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響も落ち着き、カットやパーマの客が増える。
□	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増減に一喜一憂しているが、外食の回数が確実に減少している。
□	一般小売店〔花〕（経営者）	・猛暑の影響は和らぐものの、新型コロナウイルスの感染拡大による影響が見通せず、景気の回復には至らない。
□	一般小売店〔野菜〕（店長）	・物価の上昇や新型コロナウイルスの感染拡大もあるため、今後が良くなるのか悪くなるのかは、予想が付かない。
□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・新型コロナウイルスの感染が収束しなければ、ぜいたく品の呉服は売れない。
□	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの感染拡大による不安要素もあるが、むしろ物価の高騰による買い控えの方が懸念は大きい。所得の増加が見込めないなか、消費が大きく回復するとは思えない。特に、百貨店は一部の富裕層や中高年層に支えられており、インバウンド需要などの特殊な売上が見込めない限り、変化はないと予想される。
□	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大もある程度落ち着いてくる見込みであるが、政情不安や円安、物価の上昇などにより、本格的な景気回復は進まない。
□	百貨店（マネージャー）	・今後もコロナ禍の影響が大きく、新規感染者数の変化次第となる。取りあえずは感染状況の様子見が続きそうであり、大きくは変わらないと予想される。
□	百貨店（宣伝担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いても、今後は秋に向けて、原材料価格の高騰に伴う様々な商品の値上げが予定されており、客の財布のひもが一段と固くなる。厳しい残暑も予想され、秋冬商材の動き出しが鈍くなるため、対策を急いでいる。
□	百貨店（売場マネージャー）	・現状と大きな変化はないと考えるが、外出規制の状況に左右される。
□	スーパー（店長）	・久々に行動制限のない夏休みで人の動きも活発になり、消費が増えることを期待していたが、最近の爆発的な新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により、高齢者を中心に外出を自粛する人が増えている。最近の物価の上昇とあいまって、今後は消費の動きが鈍化する。
□	スーパー（店長）	・政府による新型コロナウイルス感染症への対応に変化がなければ、今の状況が続く。
□	スーパー（店員）	・気候の影響がすぐに価格面に出るため、この暑さが続けば、どこまで価格が上がるか分からない。
□	スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響もあり、今の悪化傾向が続くと予想される。
□	スーパー（経理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で、家庭内での利用に需要が回帰している。ただし、以前のような自粛中心の消費行動には戻らず、一定の飲食や外出、レジャーも続くなかで、底堅く推移すると予想される。ただし、物価やエネルギー価格、電気、ガス代の高騰は、最大の懸念材料である。
□	スーパー（販売促進担当）	・ウィズコロナの状況にも慣れがみられ、新型コロナウイルスの感染状況に一喜一憂することはないと感じる。最終的には新型コロナウイルス感染症への対応が、インフルエンザと同レベルに落ち着いていくことが予想される。

<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	・客の購買を促進するためのチラシや販促策を前年以上に打ち、何とか売上を維持しているのが現状である。当面は売上の確保が厳しい状況が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（開発担当）	・賃上げはなく、物価の上昇だけが進んでいる。新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着かず、景気が良くなる可能性はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で、経済活動が止まり、消費者が困窮することになる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・飲食店が時短営業となれば、再び来客数が減ることになる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・今のところは大きな変化を感じられないため、今の状態で推移すると予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・コロナ禍の更なる変化により、客足も増減することが予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの感染拡大のほか、いろいろな物の値上がりによる影響もまだ続く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの感染がなかなか落ち着かず、しばらくは現状の動きが続く。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（営業・販売担当）	・在宅ワークの継続により、スーツの着用機会の減少が続きそうである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	・メーカーによると、半導体不足は年内の改善は困難なようである。物流も停滞が続くことから、景気は大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・酷暑続きで熱中症となる恐れもあり、昼間の来客数が激減している。さらに、新型コロナウイルスの新規感染者数の急拡大が、客の減少に拍車を掛けている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・とにかく販売できる車が少なく、現状の在庫を地道に販売していくしかない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・生産状況が改善されなければ、良くなることはない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・半導体不足や中国でのロックダウン以外にも、生産遅延の要因があるため、当面はこのままの状態が続く。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・ドラッグストアが増え過ぎているため、コロナ禍が収束すれば、今のような来客数は見込めない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・健康食品や化粧品の売上は堅調であるほか、気温の急激な上昇により、今後は夏物商材や飲料などの売上増加が見込まれる。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数の急激な増加で、自主的な行動制限が増えると予想される。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・コロナ禍の悪影響が続き、景気も一進一退の状況が続く。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新型コロナウイルスの感染対策商品の売上は増えているが、ユニフォームやシューズなどの売上に変化はない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・政府や自治体は、外食を禁止したり控えるような要請は行っていないが、客は減っている。外食に対する個人や会社の否定的な考えが変わらない限り、外食やそれに関連する企業はウィズコロナ時代を乗り切ることができない。自治体の協力金もなく、緊急事態宣言に似た状況を生き残ることができるのは、貯金などの資金力のある店だけである。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染は収束すると予想していたが、再び拡大しており、今後に希望が持てない。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・エネルギー相場の推移や、新型コロナウイルスの新規感染者数は予測不能である。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が更に増えれば、どのような影響が出てくるかは分からない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（フロント）	・新型コロナウイルスの感染が収束しなければ、このままでは相当厳しい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う行動制限はないが、外出の自粛傾向は続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（販売促進担当）	・7月後半は新型コロナウイルスの感染拡大による影響を受けると予想していたが、客室もレストランも動きは変わっていない。今後も大きな変化はなさそうであるが、同窓会や会社関係の宴席はほとんどがキャンセルになっている。

□	旅行代理店（店長）	・全国旅行支援がいつ始まるかは決まっていない。今後も新型コロナウイルスの新規感染者数が増え、高齢者の外出の自粛が続けば、旅行に行きたい気持ちはあっても申込みにはなかなか至らない。
□	タクシー運転手	・今の状態が続くかどうかは、新型コロナウイルスの新規感染者数に左右される。高齢者や通院中の人が出外を控えるほか、何らかの規制が出される可能性もあるが、全体としては今の状態がしばらく続く。
□	タクシー運転手	・過去最悪のペースで新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていることを考えると、現状の営業収入が維持できるか不安である。
□	競艇場（職員）	・全国発売のSG競走などの売上は、やや減少傾向にあるが、高止まりの状況に変化はない。新型コロナウイルスの感染第7波の状況を含めて、今後の推移を見守る必要がある。
□	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・新型コロナウイルスの感染拡大がピークアウトするまで、予断が許されない。春先からの回復基調は明らかに鈍っており、食品を始めとする各種の値上げも消費マインドを更に押し下げる。
□	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感染第7波により、新規感染者数は過去最多を更新している。今後、プロ野球やコンサートの入場者に対する規制の有無も、予断を許さない状況となっている。一方、3か月後の状況は不透明であるため、現状と大きくは変わらないと予想している。
□	住宅販売会社（経営者）	・コロナ禍の改善がみられなければ、大きく変わらない。
□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・このままの流れで、再びコロナ禍に左右される社会に戻ることが心配である。
▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第7波が猛威を振るっている。当府では高齢者の外出自粛が要請され、今夏の異常な暑さもあって暗い雰囲気漂っている。近隣の店舗を含めて年配客の買物が多いだけに、当店も来客数の減少が気掛かりであり、先行きには明るい材料がない。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・新型コロナウイルスに景気が左右される業種であるが、受注の予約もなく、厳しい状況である。
▲	百貨店（企画担当）	・中国からの旅行者はまだ増えそうにない。さらに、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加傾向が今後も続くようであれば、国内の富裕客も来店を控える動きが増えそうである。
▲	百貨店（企画担当）	・今後、新型コロナウイルスの感染第7波が拡大すれば、行動制限がかからなくても、外出自粛の雰囲気が強まると予想される。少なくとも、現時点よりも来客数が大きく改善するとは考えられない。
▲	百貨店（サービス担当）	・夏のイベントや催事を前に、新型コロナウイルスの新規感染者数が過去最多となったことで、家族客の来店減少による売上の減少が懸念される。
▲	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傾向は、前年と同様に7月中旬から9月下旬まで続く予想される。社会情勢の変化や原料価格の上昇、円安の進行もあり、消費は悪化に向かうことになる。
▲	スーパー（経営者）	・8月には、新型コロナウイルスの感染第7波がピークを超えると予想される。家庭での内食から外食への転換が再開することから、スーパーには逆風となる。さらに、スーパーでの生活必需品の値上げは、売場全体に拡大している。今後は生活防衛色が更に強まり、買上点数は伸び悩むと予想される。
▲	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染拡大や物価の上昇で、客の消費意欲の低下傾向がみられる。ゴールデンウィーク以降、リゾート関連を中心に好調であった商品の販売に、プレーキが掛かると予想される。物価の上昇は今後も続かなかで、新型コロナウイルスの感染拡大傾向が収まらなければ景気は悪くなる。
▲	スーパー（店長）	・原材料価格の高騰により、買上点数が減少する。
▲	スーパー（店長）	・原油価格や食品価格の値上がりは止まる様子はない一方、家計の収入に変化はない。買い控えのほか、コロナ禍による外出機会の減少など、好材料が見当たらない。

▲	コンビニ（経営者）	・最低賃金の引上げの範囲内で、売上が底上げされる可能性はあるが、それを上回る増加には期待が持てない。材料費や輸送費、人件費の全てが増えており、企業には過大な負担となっている。
▲	コンビニ（店長）	・値上げによって家計は確実に圧迫されるため、徐々に客単価などに影響が出て、売上全体も悪くなる。
▲	コンビニ（店員）	・毎年、秋になると売上が落ちる。
▲	衣料品専門店（販売担当）	・新型コロナウイルスの感染者の間で重症者が増えており、不安を感じる。また、生地や送料の値上げにより、商品の価格も上げざるを得ない状況である。
▲	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの感染が拡大傾向にあり、今後ほどの分野にも影響が出る。政府が営業の自粛要請を出さない限り、新規感染者数は増え続け、経済全体が大きな影響を受ける。
▲	家電量販店（営業担当）	・ひとまず新型コロナウイルスとの共生をどう進めるかを考えなければ、物価上昇の影響もあり、今後良くなる見通しがもてない。
▲	乗用車販売店（経営者）	・新車の納期が延びており、客が嫌がり始めている。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・これから夏休みやお盆で人の移動が活発になる時期であるが、エネルギー価格の高止まりや新型コロナウイルスの感染第7波の影響が懸念される。感染がどこまで拡大するのか、自主的な行動制限がどこまで広がるのか、全く予想ができない。
▲	一般レストラン（企画）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に歯止めが掛からず、具体的な対策もみえてこない。円安傾向によるエネルギー価格や原材料費の高騰も続いているなど、先行きが全く見通せない状況である。
▲	一般レストラン（店員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が今まで以上に増えているため、これから良くなる保証はどこにもない。感染が収束しない限り、景気は良くならない。
▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・外部要因や内部要因により、売上が上がらない状況となっている。
▲	観光型旅館（経営者）	・キャンセルが出ている上に、新規の予約が入らないため、かなり厳しい。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・回復傾向にあった会食や宴会も、中止や自粛となっている。キャンセル料を払うぐらいなら開催するという状況で、先行きはかなり厳しい。各部門とも同じような状況である。
▲	都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波が長期化するとの見方が報じられている。暑い季節でもあり、客が外出を自主的に制限することが予想される。
▲	旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスの感染第7波への対応が、4～5回目のワクチン接種や感染防止対策のみであり、急激な改善は期待できない。極端な反応は少なくなっているものの、感染状況が落ち着くまでは、状況は悪化する。
▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染状況の改善や、特効薬の普及、新型コロナウイルス変異株の弱体化など、景気が純粋に上向き要素が必要である。
▲	タクシー運転手	・修学旅行に伴う利用が落ち着いている。
▲	通信会社（経営者）	・円安傾向の継続で、やや悪くなる。
▲	通信会社（店長）	・大手キャリアの販売方針に変更がない限り、状況の好転は望めない。さらに、スマートフォンの人気機種などの端末値上げも、状況の悪化要因となる。
▲	通信会社（社員）	・ショップスタッフへの新型コロナウイルスの感染拡大で、店舗の運営が危ぶまれるほか、来客数も減る。
▲	通信会社（社員）	・景気が回復する兆しが全くない一方、物価は上昇が続いている。収入が減少し、物価が上昇する状況では、娯楽を楽しむゆとりはますます減る。ネットサービスなどの必要な需要は値上げしておらず、動きは堅調であるが、割引の適用が外れると、即解約につながるといったケースが増えている。
▲	テーマパーク（職員）	・大きなイベントを打っても、コロナ禍の拡大で出控えが増えている。それに対する政府の具体的な対策もみえないため、先行きが非常に不安である。
▲	観光名所（企画担当）	・7月中旬から新型コロナウイルスの新規感染者数が急増し、来場者数の増勢が鈍化した。行動制限がなくても、客が自制しているように感じる。

▲	その他レジヤ施設 [イベントホール] (職員)	・新型コロナウイルスの感染第7波と物価の上昇により、消費が低迷する。
▲	その他レジヤ施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により、出控えの動きが増える。従業員の間には感染者が出れば、営業を縮小することもあり得る。
▲	美容室 (店員)	・ブライダルの予約が入り始めたと感じるが、新型コロナウイルスの感染状況をみると楽観視はできない。
▲	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・生活必需品や食品の値上げが相次ぐなか、教育への出費は後回しとなるか、削減が進む。
▲	住宅販売会社 (経営者)	・新築住宅が値上がりするなか、客の住宅ローンの融資状況にも限界がきている。これ以上、金利は下げられず、返済率も下げようがない状態である。
▲	住宅販売会社 (総務担当)	・人の動きが悪くなり、資材価格の高騰やウクライナ危機、円安の進行といった悪材料が多いため、景気の好転は見込めない。
▲	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)	・今後も円安や物価上昇の影響で、消費は減少すると予想される。
▲	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・金利の上昇が進めば、更に住宅業界の冷え込みが加速する。物件価格の高騰にも歯止めが掛からない。
×	商店街 (代表者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているため、来街者数の減少が予想されるが、打つ手がない。
×	一般小売店 [雑貨] (経営者)	・物価の上昇や政情不安によって悪くなる。
×	百貨店 (売場主任)	・ウクライナ危機による物価の上昇や、新型コロナウイルスの感染拡大の影響が出る。
×	百貨店 (商品担当)	・物価や資源相場の上昇、円安の進行、世界情勢の不安定化により、景気は悪くなると感じている。
×	衣料品専門店 (経営者)	・米国の景気後退に加え、中国の景気の先行きも不透明である。さらに、円安傾向が解消されず、物価の上昇による消費の鈍化も予想される。
×	衣料品専門店 (経営者)	・7～9月は、クリアランスセールが終わって秋物の立ち上げ時期となるが、ヒット商品が出てくる気配はない。
×	家電量販店 (店員)	・商品の安定供給が確保できない限り、スケジュール管理の精度が上がらない。8月末以降に業務工程が固まるまでは、見通しが立たない。
×	家電量販店 (店員)	・販売したくても、納期の遅れなどで商品がなかったり、度重なる値上げによって、価格が客の予算をかなりオーバーしている。来月以降も大型家電の値上げを発表しているメーカーがあるため、客の財布は更に固くなると予想している。
×	乗用車販売店 (経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加と比例して、客足は確実に遠のいている。緊急事態宣言などが出なくても、恐らく個々に自粛が進むため、しばらく売れる気配はない。
×	住関連専門店 (店長)	・ここ3～4か月で客の予算が明らかに減少した。年初と比べて2～3割安い商品がよく売れるようになり、売上が減った一方、原価は高騰するなど、ダブルで痛手となっている。
×	その他専門店 [宝石] (経営者)	・これから秋口にかけて物価の上昇が進む。今後、景気が上向く兆候は見受けられない。
×	その他専門店 [食品] (経営者)	・多くの会合が中止などの自粛傾向となっているため、今後は間違いなく売上が低迷する。
×	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・コストアップにより宝飾品の価格も上げざるを得ないなか、購入目的での来店が増えることはない。円安で海外旅行が控えられても、その予算が宝飾品の購入に回るかといえば、それぞれの価値の違いから期待はできない。
×	一般レストラン (経営者)	・秋には更なる物価の上昇が予想され、消費者の財布のひもはますます固くなる。
×	旅行代理店 (従業員)	・新型コロナウイルスの感染第7波に加えて、物価や原油相場の上昇で、消費は冷え込む。
×	競輪場 (職員)	・新型コロナウイルスの感染第7波が、かなりのスピードで拡大している。今後、営業にどのような支障が出るのか見通せない。
×	その他住宅 [展示場] (従業員)	・建設資材価格が高騰するなか、出展各社は今まで販売価格に転嫁せずに頑張ってきた。ただし、口をそろえて言うのは、今後は1割以上の値上げが避けられないため、しばらくは様子見の客が増えるとのことである。

企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・円安や海上運賃の高騰などで、輸入には大変厳しい状況が続いているが、少しずつ運賃は下降傾向にあり、円高に転じる予想も出てきている。販売面を強化しつつ、希望を持って状況を見守りたい。
	○	食料品製造業（営業担当）	・行動制限がない限り、消費者は普通に活動するため、飲料水の売上も少し良くなる。
	○	繊維工業（団体職員）	・新型コロナウイルスの感染第7波の収束に伴い、市場の動きが活発化していくと予想される。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・経済を自力でも回さなければならないが、力強さは余り感じられない。ようやく止まっていた注文が入り始めたため、社会的なマイナス要素がなければ、緩やかな上昇が進むと予想される。
	○	金属製品製造業（開発担当）	・繁忙期が続くため、やや良くなる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・今まで凍結されていた案件が動き出しているため、今後は上向いてくることが期待される。
	○	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・今月の荷動き鈍化は、気温の低下と、新型コロナウイルスの感染急拡大の影響が大きい。
	○	輸送業（経営者）	・遅れていた輸入品の到着が、ある程度早くなってきている。これまでの遅れを取り戻すために、今年後半は仕事量が例年以上に増えると予想される。
	○	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。
	□	繊維工業（総務担当）	・数か月前の値上げ交渉の際は、為替が1ドル125円であった。現在は1ドル135円に変動したため、更なる値上げ交渉が必要になっている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先からは、状況が好転するような情報は入っていない。部品の不足や入荷の遅れも響いている。
	□	化学工業（管理担当）	・自動車関連の減産が続くという情報があり、景気の悪い状況が続くと予想される。
	□	金属製品製造業（経営者）	・自動車関連の発注の内示状況を見ると、業況の回復は秋口まで掛かりそうである。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・状況が一向に好転せず、入荷待ちの製品が多くなっている。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	・部品の納期は早くても半年先であり、長い場合は1年先となっている。これがどこまで正しいのかは不透明であるが、どの企業も先行きが見通せなくなっている。
	□	建設業（経営者）	・原材料価格の高騰が収まる様子がないほか、取引先のマインドが上がってこない状況であり、今後も変わらないと予想される。
	□	建設業（経営者）	・建設業では工期の長い案件もあるが、今後も契約後の値上がり分の価格転嫁は難しい。また、半導体などの納期も不確定であるため、工期にも影響が出てきている。
	□	建設業（営業担当）	・物価の上昇で収益が圧迫されているが、取引先の設備投資計画については、2年程度先までは減る心配がない。
	□	輸送業（商品管理担当）	・前年に続いて新型コロナウイルスの影響が出ており、販売が伸びない。来月や再来月もこの傾向は変わらない。
	□	金融業 [投資運用業]（代表）	・ウクライナ危機の終息やコロナ禍の収束、新型コロナウイルスの感染症法上の分類見直し、金利の引き上げによる円安の抑制などがあれば、一気に景気浮揚の雰囲気生まれる。ただし、実際には困難であるため、来年以降に期待するしかない。
□	金融業（営業担当）	・景気の回復には、相当の時間が必要となる。新型コロナウイルスの感染拡大で、不要不急ではない外出にも自粛が進み、業況に大きな影響が出る。	
□	金融業（副支店長）	・新型コロナウイルスの感染第7波が拡大しており、消費者の動きが鈍くなる可能性もあるなど、今後も厳しい状況は変わらない。	
□	広告代理店（営業担当）	・コロナ禍が落ち着かなければ、広告出稿も戻りにくい。	
□	その他サービス [自動車修理]（経営者）	・コロナ禍やウクライナ危機の影響で物価が上がっているが、賃金は上がらないため、景気が大きく変わる要素はない。	
□	その他非製造業 [商社]（営業担当）	・今後2～3か月では変わらないが、原価が上がっているため、そろそろ販売価格を上げなければならない。部品や商品がないなかで、コストアップが経営にどう影響するか、不安要素は増えるばかりである。	

	▲	食料品製造業（従業員）	・コロナ禍の状況が悪化しており、出荷量も減少している。今後は原材料価格の二次値上げや三次値上げも予想され、苦戦することが目に見えている。その一方、製品価格の値上げはなかなか進まない。
	▲	繊維工業（総務担当）	・販売単価が上がらないなかで、新商品の開発経費を確保していかなければ、利益がますます圧迫される。販売金額を回復させ、利益を少しでも取れるように工夫するしかない。ただし、今後は原材料価格と加工代の高騰がダブルパンチとなる。
	▲	化学工業（企画担当）	・原料価格の高騰が慢性化して利益の出ない状況であるが、改善する見込みはない。
	▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・ウクライナ危機や急激な円安を背景に、燃料費が増えているため、製品価格の引上げを依頼している。取引先からは一定の理解を得ているが、燃料費の高騰は予想以上であり、利益が減少している。また、物価は高騰している一方、賃金は必ずしも増えていないため、先行きはやや悪くなると予想される。
	▲	一般機械器具製造業（設計担当）	・物価上昇に対応した買い控えなどの影響で、景気の悪化が予想される。
	▲	建設業（経営者）	・物価の上昇に関する報道もあり、どうしても必要な物以外は、購入を先延ばしにする雰囲気を感じられる。
	▲	輸送業（営業担当）	・不景気でお中元の荷物が減ったようである。企業の間で、経費削減に伴う申し合わせが行われている。
	▲	司法書士	・ウクライナ危機の長期化や、物価の上昇、新型コロナウイルスの感染拡大など、好条件が見当たらない。
	▲	経営コンサルタント	・小売業の取引先では、スーパーなどでは価格の上昇による買い控えがみられる。その一方、嗜好性の強いアウトドア関連は売上が伸びているが、商品の仕入れに時間が掛かり、好調な動きをうまく利用できていない。
	▲	経営コンサルタント	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響が大き過ぎる。しばらくは景気が良くなるとは思えない。
	▲	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7波は落ち着くと予想されるが、物価の高騰はここからが本番である。これまでは大手小売業の企業努力で価格が据え置かれてきた商材も、今秋からは値上げに踏み切らざるを得ないため、ますます消費マインドは冷え込む。
	▲	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の増加で、行動制限が必要となっており、取引先も出入りができない状態になっている。
	×	化学工業（経営者）	・一時は一進一退の状況から抜け出せそうな雰囲気もあったが、新型コロナウイルスの感染第7波の急拡大で、一気に雰囲気が変わった。それだけではなく、毎日のように従業員やその家族に感染者が出ている。自宅待機で出社できない従業員が続出し、業務が回らなくなり始めている。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・コスト上昇分の価格転嫁が進まず、採算が悪化して廃業や倒産に追い込まれる、下請の中小零細企業が増えてくる。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・景気は当分上向きそうにないと感じている。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・資源相場の上昇や円安を始めとする不安定な外部環境に加え、借入金の返済の開始や雇用調整助成金の終了なども悪材料となる。また、更なるインフレの加速も予想される。
	×	通信業（管理担当）	・ロシアのウクライナ侵攻による物価の上昇が続き、景気の悪化につながる。
	×	不動産業（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が今後も増えるため、景気は悪くなる。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・ウクライナ危機の影響で、世界情勢が混とんとしている。さらに、新型コロナウイルスの感染状況の収束も見込めない。
雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社（支店長）	・下期に向けて、派遣需要は更に拡大すると予想される。今後は人材の確保を優先する必要がある。
	○	人材派遣会社（役員）	・求人へのマッチングには苦戦しているものの、企業の人材需要は旺盛である。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・転職しやすい社会情勢となり、スキルのある人は転職しやすい市場になっている。

○	民間職業紹介機関（営業担当）	・例年は10月の内定式に向けて、企業側は最終の採用調整の段階で、学生側は内定の承諾や進路の決定に動く時期となる。ただし、今年は複数の内定を得ている学生も多く、内定式への不参加も増えることが懸念される。その場合は求人募集を追加で出す可能性もあり、求人広告については契約の増加が見込まれる。
□	人材派遣会社（経営者）	・現在の派遣オーダーは、下半期に向けての企業心理の悪化や、コロナ禍の収束の遅れが反映されている。景気後退の局面ともいえ、今後は右肩上がりとはならず、良くても現状維持となりそうである。難しい局面が続くなかで、企業は慎重な姿勢を崩すことはない。
□	人材派遣会社（営業担当）	・行動制限の解除で景気が良くなる期待感があったが、新型コロナウイルスへの感染で出勤できない人の数も増え、少なからず業務に影響が出ている。
□	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響がどこまで出るかは不透明である。経済を止めることになるのかどうかは、規制の有無で変わる。
□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が急増しているが、政府が行動制限をしないと発表したことで、消費者、社会全体共に落ち着いた動きとなっている。キャンセルは出ているものの、旅行や観光、旅客運送などへの悪影響は今のところ限定的である。ただし、新型コロナウイルスの感染の急拡大は収まっておらず、政府が何らかの行動制限を要請する可能性はある。ウクライナ危機も長期化の兆しがあり、中国経済にも減速懸念が広がるなど、経済の不安定要素は多く、今後の経済がどちらに向かうかは見通しにくい。
□	職業安定所（職員）	・円安や原油価格の高騰による物価の上昇で、しばらくは今の状況が続く。一方、現時点では新型コロナウイルスの感染第7波による影響は出ていない。
□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染が拡大するなか、社会経済活動の回復への期待は大きいものの、コロナ禍が社会に与える影響を引き続き注視する必要がある。
□	民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルスの感染第7波が爆発的に拡大するなか、コロナ禍対応の先行きは見通せない。景気は今の厳しい状況が続くと予想される。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・コロナ禍と経済活動が両立できるようになるまでは、何ともいえない。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・以前からの根深い人手不足感に、経済活動の活発化による人手不足が加わり、企業の求人意欲は引き続き強いが、原材料価格の高騰や供給網の混乱、各種コストの上昇、円安の進行など、先行きへの不安の声は多い。求職者の慎重な姿勢により、雇用情勢が活発化するにはしばらく時間が掛かる。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルス感染症の再拡大により、関西の地場企業による新聞広告の出稿意欲が低下している。また、新聞社側の営業活動も抑制気味であるため、更に厳しくなる見込みである。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・原材料価格の高騰や円安の影響、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加、ウクライナ危機など、すぐには解消できないマイナス材料が多い。政府の対応も後手に回っており、景気がプラスに転じるのは困難と感じる。
▲	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加や、原油価格の上昇、円安傾向などの影響が出る。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・米国経済が景気の後退局面を迎えつつあり、その要因である物価上昇は今後も進むと予想される。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・地政学的な問題に加えて、高い内定率という偏った情報により、企業の採用活動に支障が出始めている。
×	人材派遣会社（管理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少が見込めない状態では、しばらく良くなるとは思えない。また、感染による休職者の増加で、営業ができない業務も一部で発生しており、今後への不安が拭えない。