

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（外商担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がピークアウトして収束に向かうと、一気に回復が進むと予想される。
	◎	高級レストラン（企画）	・全国旅行支援や府民割の再開や、インバウンドの回復などで、来客数、単価共に改善することが予想される。
	◎	都市型ホテル（販促担当）	・今月の新型コロナウイルスの感染状況でも、稼働率や単価が改善したことから、今後は繁忙期を迎える。
	◎	旅行代理店（役員）	・全国旅行支援の開始による需要の拡大が予想される。まだまだ新型コロナウイルス感染症発生前の30%程度ではあるが、前年と比べると改善している。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・海外からの入国制限が緩和され、インバウンドが戻れば、市内の繁華街のカフェや飲食店では、販売量の増加が期待できる。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・今後、新型コロナウイルス感染症の影響がどう変化するか分からないが、感染状況が落ち着けば、物の動きが出てくるため、少し良くなる。
	○	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少すれば上向いてくる。ただし、長期の自粛生活による生活の変化が、消費行動にどう影響するのかわからない。
	○	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が、ある程度は落ち着くと期待している。
	○	百貨店（マネージャー）	・国内外の行動制限が縮小し、規制が緩和されるなか、自己責任による生活防衛の動きが中心となっている。活発な人流は更に拡大し、外出の機会や場面が増え、必要となる商材が増えることで、ファッション商材は一定の回復が進むと予想される。ただし、心理的に原料価格の高騰による影響を受けやすい食品関係は、一進一退の動きが続く。
	○	百貨店（外商担当）	・4回目のワクチン接種が進むことで、新型コロナウイルスの感染状況は落ち着く。新規感染者数が減少すれば、来客数も更に増え、全体的に消費マインドが高まると予想される。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・展開する商品そのものが変わっており、消費行動の前向きな変化が期待される。
	○	百貨店（サービス担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりの傾向にあるが、来月以降も景気に大きな変化はなく、好調に推移すると予想される。また、食料品フロアへの新たなスイーツショップの導入や、婦人服フロアへの新ショップの導入により、来客数が更に増え、売上の拡大につながることを期待される。
	○	百貨店（店長）	・コロナ禍に対する報道などにも免疫ができてきたため、若い世代を中心に社会活動は活発になっている。旅行などの規制が更に緩和されれば、関連消費もどんどん活発化し、小売関連の業績もアップしていくと予想される。
	○	百貨店（販売推進担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波を、何とかしのぎつつある。感染が今後再拡大しても、ウィズコロナ型の対応でやっていけるめどがついたと感じる。
	○	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルス感染症の影響の緩和が追い風となっている。高齢者を中心とする外出の活発化に加え、インバウンドの復活はまだ遠いものの、国内旅行者の動きは近いうちに活発になると予想されるため、来街者の大幅な増加が見込まれる。
○	百貨店（服飾品担当）	・秋の新商材の入荷とともに、特にラグジュアリー関連の動きが良いことから、秋も今の傾向が続くと予想される。また、インバウンドが徐々に戻りつつあるなかで、秋冬にかけて更なる入国規制の緩和が見込まれるため、消費の上乗せにつながると期待される。新型コロナウイルスの新規感染者数が増えても、客のマインドが解放的なままである点も大きい。外出機会の増加とともに、コロナ禍の反動もあって衣料品の購買意欲は強まるため、今後は上向いていくと予想される。	
○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数についての予測は難しいが、高水準であったとしても、その頃には企業による出勤者数の制限の緩和や、インバウンド需要の緩やかな回復も期待され、来客数は増加が予想される。	

○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染対策への規制が緩和され、テレワークも減少して出社する人が増えるため、売上は新型コロナウイルス感染症発生前の80%程度に戻る。
○	コンビニ（店員）	・既に人流が増えつつあるなか、これから秋を迎えて外出の機会も増えるため、販売量や客単価も上向いてくる。また、最近では若年層の間ではキャッシュレス決済が増えているため、手元に現金がなくても買物ができるといった状況もプラスに働いている。
○	乗用車販売店（販売担当）	・自動車の生産が始まれば、客への案内も再開できるため、販売台数は増える見込みである。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う、まとめ買いでの大量購入もあるが、化粧品などの動きが良くなっている。コロナ禍の収束に向けて、人の意識も、以前の生活に戻ろうと前向きになっていると感じる。
○	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大が収束すれば、旅行需要のほか、秋冬物を中心に売上の増加が期待できる。
○	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・コロナ禍関連の注文が増えているほか、新カタログの反響もあるため、今後は良くなる。
○	高級レストラン（スタッフ）	・今はかなり悪い状況であるため、さすがに少しずつ良くなっていると期待したい。
○	観光型ホテル（経営者）	・コロナ禍が2年以上続いており、その間は営業が成り立たない状態が続いている。これから改善されると思った矢先に、新型コロナウイルスの感染第7波が到来したが、今後は景気が良くなると期待している。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	・先の見通しが立たないため、宿泊は直近での予約が増えている。来月の稼働率は64%前後を見込んでおり、延期されていた修学旅行が少しずつ入ってきている。宴会場の利用も、10～11月の予約がよく入っており、コロナ禍の状況次第では客が少し動き出す可能性がある。
○	都市型ホテル（客室担当）	・1日当たり2万人の外国人観光客の受入れが始まっている。年間で720万人と以前のピークには遠く及ばないが、当地では観光目的の外国人客が増加している。秋のシーズンに向けた府民割の延長や、対象範囲の拡大、Go To Travelの再開への期待から、景気は良い方向に向かうと予想される。
○	都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、全国旅行支援や府民割が再開されれば、秋の行楽シーズンと重なって観光需要が高まり、企業活動も活発化する。
○	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減少すれば、景気も良くなる。また、9月からは海外からの入国条件も緩和される見込みであり、インバウンド客の利用に期待したい。
○	旅行代理店（店長）	・全国旅行支援が始まれば、今よりも申込みが増えそうであり、問合せも増えてきている。海外からの帰国前検査などの水際対策も緩和されれば、海外旅行も徐々に復活すると予想される。
○	旅行代理店（支店長）	・入国72時間前のPCR検査等の免除や、1日当たり入国者数の上限引上げの検討が発表された。海外旅行の増加に直結しなくても、移動の容認と受け取る客も多く、今後は良くなっていくことが予想される。
○	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7波が収束し、客の行動が活発になると予想される。感染症法上の指定を2類相当から5類相当に変更し、ウィズコロナの動きが進めば、活発な動きの継続につながる。
○	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスへの恐怖心も徐々に薄まり、経済活動に良い兆しが出てくる時期となる。
□	商店街（代表者）	・商店街は高齢の客が多いため、新型コロナウイルスの新規感染者数が多い間は、人出、売上共になかなか戻らない。
□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・前受注もなく、全く代わり映えがない。沈滞ムードが漂っている。
□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・呉服はぜいたく品ということもあり、どうしても欲しいという客が減っている。

<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルスの感染第8波が到来する懸念や、ウクライナ危機を含む世界情勢の先行き不透明感、物価の上昇といった不安材料が多く、改善する材料に乏しい。さらに、消費者の所得が増えないなかで物価の上昇が続くなど、一部のアイテムを除いて売上が増えるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・コロナ禍への慣れもあり、来客数への影響は減りつつあるが、ウクライナ危機を発端とする世界各国の本格的な景気後退が懸念されるなか、先行きは不透明だと感じる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、新規感染者数が減っても売上の劇的な回復は見込めない。この2年半で生活スタイルが様変わりしている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・物価の上昇や社会不安など、景気の改善を阻害する要因がなくなるらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（特選品担当）	・ウクライナ危機やインフレなどが今後も続き、先行きは見通せない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	・コロナ禍の影響は今と余り変わらないと予想される。高齢の客を中心に、感染リスクを気にする人の間では一定の影響が続く。物価上昇もすぐに解消されることはなく、生活防衛意識の強まる傾向が続く。ただし、前年よりも明らかに意識は外向きであり、秋の行楽関連での提案に対する反響を期待している。
<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状況は、前年と同じような推移で増減している。一旦、9月から12月頃までは来客数が増えるものの、来年の1～2月から減少することが予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（宣伝担当）	・抜本的な景気対策が示されない限り、消費者心理は変わらない。9月も取り扱っている全アイテムで値上げが実施されるため、売上への影響を懸念している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	・原材料価格の高騰による物価の上昇で、ボリューム層の動きは引き続き鈍くなるが、富裕層による高額品の購買の動きは続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第7波は収束が予想されるが、集客の目玉であった食品の値上げが広がり、他店の価格をみながら、どこまで上げられるかの駆け引きとなっている。最低賃金が上がり、光熱費や物流費も上がっているため、売上以上に利益の確保が厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・コロナ禍への対応方針が変わらないため、当分は今の状況が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・原料価格や配送費の高騰が落ち着き、商品の価格が元に戻ればよいが、その気配がないため、現状のままと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・しばらくは今の状況が続くと考えられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・秋の果物は多いが、価格が高くなかなか手に取ってもらえない。まだまだ暑さや雨が続き、野菜の仕入れもどうなるか分からず、かなり厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりで、外部要因の悪化も落ち着いてきたため、当面は今の状態が続くと予想される
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・今後も更なる値上げが予定されている。10月にはビールの値上げがあり、その前に需要が一時的に増えるものの、反動は必ず出る。ただし、今後数か月は、自治体によるプレミアム付商品券の販売や、ポイント付与などのキャンペーンが予定されており、若干の売上の増加につながる可能性は高い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・物価の上昇で節約傾向が進むなか、客の争奪や価格競争の激化が予想される。商品の値上げが避けられないなか、小売の現場では、利幅を縮小して対応せざるを得ない状況もあり得る。
<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	・当面は内食需要の落ち込みもあり、売上の確保が難しい状況が続くそうである。販促活動を強化して消費喚起を続け、売上の維持を図る。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・コロナ禍が落ち着くことを願っている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・最低賃金の改定や物価の上昇のほか、コロナ禍などの状況が変わっても、劇的な変化があるとは思えない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・これから涼しくなっていくため、飲料やアイス類は余り売れなくなる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・店は高齢者の客が多く、年金で暮らしている人が多いため、大きな変化はない。たばこやいろいろな商品が値上がりしても、買い控えたりする客は余りいない。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・物価の上昇が続くなか、景気が良くなる材料が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの感染はまだまだまん延しており、長期化が予想されるほか、ウクライナ危機を始めとする世界情勢の不安定化も、景気に影を落としている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（営業・販売担当）	・土日や平日の夕方以降も、人通りが少ない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（人事担当）	・コロナ禍による巣籠り需要の反動減も、ようやく収まりつつある。今後は、ようやく例年のような状況に戻ることが期待される。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・リフォーム商品は、こどもみらい住宅支援事業の予算がなくなるまでは、順調に推移しそうである。ただし、在庫不足の影響で安定的に伸びるかどうかは不透明である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・納品遅れの解消にめどが立ちつつあるようだが、実際はそれほど回復しているとは感じられない。もう少し時間が掛かりそうである。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	・コロナ禍への対応が、まだまだウィズコロナではなく、マスクミの過度な報道が行動の自粛につながっている。これらが日本経済を鈍化させている状況であり、まだまだ回復までには時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・物価の上昇が秋以降も続くと予想されるため、景気の悪い状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円安や物価上昇の影響で、ますます消費にはシビアになるが、来客数、売上共に増える要因が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・内服薬や健康食品、化粧品の上は好調に推移するが、来客数は横ばいが続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店員）	・商品の値上げをすることになったため、その影響が出てくる。
<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感染状況が収束する見込みはなく、新規感染者数が増減を繰り返している。客は不安を感じており、今後も状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・値上げが加速し、市場の流れが変わる可能性もある。最低賃金も微増にとどまり、値上げの波には勝てない。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況に連動するため、予想が難しい。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・暑さや豪雨の影響で、昼間の利用は増えているが、夜は人出が少ないままである。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・夏休みも終わり、財布のひもが少し固くなっている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・キャリアによる代理店への規制が厳しすぎる。転売目的ありきの販売計画で、全く見直されない。目標を達成しなければ店舗の存続も危うくなる。キャリアが施策を変えなければ、代理店の収益確保は厳しい。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・地域インフラにもなっているため、これまでの傾向から大きな変化はない。テレビの契約は微減で、インターネットの契約は微増が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設の収益はプライズゲームに偏っており、メダルゲームなどには回復の兆しがみられない。
<input type="checkbox"/>	観光名所（企画担当）	・回復傾向にあった来場者が、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えたことで、急にストップした。今月は、予想していた来場者数を下回りそうである。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・行動制限のない夏であったが、新型コロナウイルスの感染拡大による影響で、出控えの傾向が顕著にみられる。前年、前々年よりも回復はしているものの、新型コロナウイルス感染症の発生前には程遠い。今後の感染状況も、これまでと同様に拡大と収束を繰り返すとみられ、感染状況と来客数は連動するため、楽観的な展望をもつまでには至らない。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（支配人）	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響が続いているが、来場者数の減少は想定範囲内であるため、今後の景気はやや良くなる。
<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況に左右されるが、例年の動きと余り変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	競艇場（職員）	・SG競走の売上がやや低迷しているが、業界全体の売上は依然として高止まり傾向にある。しばらくは現状の推移が続くと予想されるが、G1などのグレード競走の売上が気になる。

□	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感染症への意識が変わり、インフルエンザ程度に認識する人が以前よりも増えているなど、かつての日常に戻りつつあると感じる。これで物価上昇の影響が賃金アップにつながれば、景気の回復が進む。
□	その他レジヤ施設 [複合商業施設] (職員)	・新型コロナウイルスの感染第7波のピークアウトが近づいており、新型コロナウイルス変異株に対応したワクチン接種も秋に始まる見込みである。また、新型コロナウイルスの新規感染者数の全数把握が見直されれば、医療機関の負担減少につながり、コロナ禍の対応が落ち着く可能性がある。ただし、資源相場の上昇や円安が更なる値上げにつながり、消費マインドの悪化が懸念されるほか、ウクライナ危機の長期化といった悪材料も多い。
□	その他レジヤ施設 [球場] (経理担当)	・依然として新型コロナウイルスの新規感染者が発生しているが、プロ野球やコンサートなどは入場規制がかかっておらず、多くの客が来場し、にぎわいを取り戻しつつある。ただし、3か月後の状況は不透明であり、現状と変わらないと予想している。
□	美容室 (店員)	・お盆に外出し、かなり散財している客も多いため、秋にお金を使う客は少し減ると予想される。
□	住宅販売会社 (経営者)	・住宅では販売価格への転嫁が少しずつ進んでおり、正常な動きであると感じる。
□	住宅販売会社 (従業員)	・新築マンションの供給数が増えることがない限り、需給バランスが崩れることはなく、市況の大きな悪化は考えにくい。
□	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・自宅待機者の増加による悪影響を取り戻すために、各社員に負担が掛かっている。社員の疲労がたまっているが、改善の余地はなく、今は頑張るしかない。
▲	一般小売店 [時計] (経営者)	・時計やバンドなど、各メーカーからの値上げの通知が相次いでいる。商品自体の価格のほか、配送費や仕入れ条件といった、表に出ない部分の値上げが厳しい。この先、いつまで店を続けられるか、どの程度辛抱できるか考えどころである。
▲	一般小売店 [事務用品] (経営者)	・まだまだ企業の購買意欲は上向かず、我慢の状態が続く。
▲	一般小売店 [菓子] (営業担当)	・コロナ禍の収束時期がなかなか見通せないなか、ぜいたく品や嗜好品の買い控えが心配である。
▲	スーパー (店長)	・商品の値上がりやコロナ禍の高止まり傾向が続く限り、客の消費意欲は上がらない。生活防衛意識の高まりで消費が減少するなか、今後の景気は不透明感が強い。
▲	スーパー (店長)	・光熱費や原材料価格の高騰で、ますます節約傾向が進む。
▲	スーパー (販売促進担当)	・秋以降の各メーカーからの値上げ要請により、販売価格の上昇が至る所で発生する見込みである。時間とともに落ち着いてくると予想しているが、値上げの直後は買い控えによる販売量の減少が避けられない。
▲	スーパー (開発担当)	・物価の上昇が止まらず、賃金も上がらないため、買い控えが増えている。このままでは景気の回復は期待できない。
▲	コンビニ (店長)	・全ての商品の価格が上がっており、家庭の支出増加が更に顕著になってくる。それに伴い、まずは買上点数に影響が出るほか、スーパーなどとの価格競争の激化も心配である。
▲	コンビニ (店員)	・8月末から学校も始まり、通常の動きに戻ったと感じる。
▲	衣料品専門店 (経営者)	・コロナ禍への対応が後手に回っている。安心して社会生活を送ることができなければ、景気は低迷する。新型コロナウイルスの新規感染者数が、このまま高止まりすることが一番怖い。企業にとっては、緊急事態宣言などが発出されなければ十分な支援が得られず、事業の継続が難しくなる。
▲	家電量販店 (店員)	・10月頃に商品の値上げが全国的に発生する。9～10月は旧モデルの需要がある程度見込まれるが、供給に限りがある。今後、新たな設定価格で市場が安定するまでは買い控えが増え、12月のボーナスシーズンまでは続くとも予想される。
▲	家電量販店 (店員)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着かなければ、来客数は増えてこない。厳しい状況は2～3か月先も続きそうである。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・物価の上昇により消費意欲が減退する。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・取引先は、仕入価格の上昇分の価格転嫁に苦勞しており、我々への価格設定も厳しくなっている。価格が厳しいのはまだ良い方で、もう仕事も出さなくなっている。

▲	乗用車販売店（経営者）	・まだまだコロナ禍が続くなか、企業間の取引はある程度みられるが、来店客などによる需要は少ない。政治家と宗教団体の問題やウクライナ危機などの影響もあり、消費の回復はまだまだ進まないと予想される。
▲	乗用車販売店（経営者）	・半導体不足の影響で、新車の納期が3か月～半年待ちとなっている。中古車価格が値上がりして車が売れないほか、客の車離れがひどい。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・お盆以降の家計の引締めが予想される。物価は確実に上昇しており、賃金の上げがない場合は、家計は支出を抑制せざるを得ない。
▲	一般レストラン（店主）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えることで、地元の客の動きが悪くなる。
▲	一般レストラン（企画）	・物価の上昇で家計の余裕が少なくなり、外食への支出も減少傾向が続く。新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着くまでは、厳しい状況が続くと予想される。
▲	観光型旅館（団体役員）	・当地域に多くの人々が訪れる、海水浴シーズンが終わるため、入込客は大幅に減少すると予想される。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、10月の予約がキャンセルになっている。県民割も継続されず、9月から始まる当市のプレミアム付商品券もホテルは対象外であり、回復につながる材料が少ない。レストランも予約は入るものの、フリーの客が圧倒的に少ない。宴会は家族客などの少人数での受注はあるが、年配客の同窓会や総会は軒並みキャンセルとなっている。
▲	旅行代理店（従業員）	・従来のコロナ禍対策の方針転換や、感染症法上の分類見直しを進め、経済を優先させる時期にさし掛かっている。このタイミングに移行しなければ手遅れになる。
▲	タクシー運転手	・街の雰囲気が悪くなっているように感じる。
▲	通信会社（社員）	・景気の浮揚する兆しが全くみられない。
▲	通信会社（役員）	・加速するインフレの影響が家計にも出始めており、客の購買意欲の低下が心配される。
▲	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルスの感染拡大による出控えのほか、物価の上昇や相対的な賃金の減少、景気の悪化と悪循環が続いている。現政権による増税への不安も少なからずあり、景気が上向く要素が見当たらない。
▲	その他サービス [学習塾]（スタッフ）	・コロナ禍に加え、値上げの影響も徐々に出てきている。
▲	その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・アロママッサージでは服を脱ぐため、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増える。
▲	住宅販売会社（総務担当）	・契約までに要する時間が延びているほか、資材価格の上昇により、受注は減少傾向にある。
▲	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）	・インフレの影響で、国民の生活は苦しくなっている。
▲	その他住宅 [情報誌]（編集者）	・コロナ禍による住宅市場への追い風がなくなり、今後は需要の前倒し分の反動減が顕在化する可能性も高まっている。
×	一般小売店 [衣服]（経営者）	・現状の来客数や販売数の減少、冬以降の新型コロナウイルスの感染状況を考えると、楽観視はできない。通常であれば、冬は夏よりも衣料品が大きく動くが、今後の物価上昇などを考えると、景気が悪くなるという不安だけが高まる。
×	百貨店（商品担当）	・社会の情勢不安に加え、秋以降の更なる物価上昇に向けて、生活防衛意識が強まる。
×	スーパー（店員）	・秋にはまた商品の値上げが予定されているが、上がったばかりのタイミングは、より一層高く感じるため、買い控えの動きが心配される。
×	衣料品専門店（経営者）	・衣料品は海外から入ってくる物が多く、円安で仕入単価が上がっているため、買い控えが起きる。
×	住関連専門店（店長）	・輸入業では、円安や海外輸送費の高騰による悪影響が止まらない。原価価格の高騰により価格は上げざるを得ないが、消費者の購買は鈍いなど、二重苦、三重苦の状況である。上半期だけで、通常の1年分の仕入れ予算が必要となる状況で、これをばん回することは容易ではない。
×	住関連専門店（店員）	・物価の上昇で良くなる要素が全くなく、国の支援も全く届いていない。
×	その他小売 [インターネット通販]（経営者）	・商店街の企画は消極的な内容で、良くなる要因が全くない。ただ店を開けている状態では、売上が減るしかない。

	×	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇で、当店もついに値上げせざるを得なくなった。10月からの値上げを考えているが、客離れにつながらないか心配している。個人店舗や商店街の店舗は値上げが難しいため、状況は厳しい。
	×	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅資材の値上がり率が激しく、来月くらいから建築単価が上がるとの情報もあり、しばらくは厳しい状況が続くそうである。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	食料品製造業（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も少し減少気味であり、秋冬のイベントの開催で人の流れが変われば、少し良くなる。
	○	木材木製品製造業（経営者）	・円安傾向や国際海上運賃の高騰で、輸入品が極端に値上がりしており、当社の製品も以前と比べて受注が落ちている。海上運賃は少し下がっているが、まだまだ以前の水準には戻っていない。今後は新規受注を増やすことで、業績の回復を目指す。
	○	化学工業（経営者）	・売上は確実に回復基調にあるため、今後は多少強引にでも値上げを強行していくことで、景気は少し良くなると予想される。
	○	金属製品製造業（開発担当）	・繁忙期に入るため、やや良くなる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・当社が重視している半導体関連業界には、少なくとも期待ができる。もちろん自社の努力が大いに必要であり、今後の努力次第である。
	○	広告代理店（営業担当）	・今年に入ってから、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（団体職員）	・新型コロナウイルスの感染防止策が現状のままであれば、新規感染者数の高止まりが続くと予想される。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・月末に近づくと、取引先が在庫調整を行っている。このような状況では、なかなか良くならない。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、今のままの流れでいけば、受注量の増加が続くそうである。
	□	化学工業（企画担当）	・加工度の高い、利益の取れる商材は売れず、利益率の低い安価な商材は売れるが、販売量は伸びない。年末に向けて需要の増加が見込まれるものの、この構造は変わらないと予想される。
	□	化学工業（管理担当）	・自動車の減産が続くほか、化学品の値上げも更に進むと予想され、利益の減少が懸念される。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・引き続きウクライナ情勢も不安定であるほか、原材料費や燃料費など的高騰により、欧米ほどではないが物価も上昇する。その一方、取引先からは値上げを要請されているが、当社も自社製品の値上げを依頼しており、しばらくは状況を静観したい。
	□	金属製品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数のゼロ対策や、猛暑による停電で、中国の工場稼働率が低下している。中国からの部品の出荷が安定するまでは、回復は期待できない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・今は上向き傾向といっても、微々たる動きであり、景気は停滞したままである。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	・先行きが全く読めない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・部品の調達状況が改善されない限り、今の状態が続く。
	□	建設業（経営者）	・悪化の要因は不明であるが、資材の不足や価格の高騰は要因の1つである。ウクライナ危機が収まるまでは、今の状態が続くと予想される。
	□	建設業（経営者）	・来年4月から、コンクリート価格が5割上昇するのを始め、急激な建設資材価格の高騰が予想される。今でも設備投資の予算と実態の乖離が大きくなっているが、先行きは見通せない。
	□	金融業（副支店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は今の水準で推移するため、景気の動向も横ばいとなることが予想される。
□	広告代理店（営業担当）	・コロナ禍が落ち着くまでは、今以上の回復は進まない。	
□	司法書士	・ウクライナ危機が続いているほか、新型コロナウイルスの感染再拡大や円安もあり、難しい状況が続く。	
□	経営コンサルタント	・地元の商店街の空き店舗は、長期的に増えると予想される。	

	□	その他サービス [自動車修理] (経営者)	・物価の上昇で、家計に影響が出ている。
	□	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)	・いろいろな製品が値上げに動いており、当社の製品も値上げの方向となるが、家庭用は価格が上がれば、販売量が必ず減る。
	▲	プラスチック製品製造業 (経営者)	・問合せが減っている。受注が問合せの量に比例する業界であるため、先行きが懸念される。また、問合せの減少により、案件の早期立ち上がりは期待できない。
	▲	電気機械器具製造業 (宣伝担当)	・家電の価格も値上げの方向にある。
	▲	電気機械器具製造業 (営業担当)	・材料が入ってこない。
	▲	建設業 (経営者)	・10月からは、多くの建築資材や住宅設備機器などで値上げが予定されている。新築、リフォームにかかわらず、確実に価格は上昇するため、購買意欲の低下が予想される。
	▲	輸送業 (経営者)	・これまでの半年間で、輸入品の入荷の遅れがほとんど取り戻せており、納品待ちの客への輸送もほぼ完了した。一方、値上げの影響もあり、今後は新規の発注が少なくなるため、今年の後半は大きく落ち込む。
	▲	輸送業 (商品管理担当)	・毎年9～10月は売上が落ちるため、2～3か月先の景気は悪くなる。
	▲	輸送業 (営業担当)	・中小の通販会社が、大手の通販会社を経由して荷物を送り始めている。荷物の量は増えたが、利益は減っている。
	▲	通信業 (管理担当)	・ロシアのウクライナ侵攻による小麦価格の高騰やエネルギー問題で、物価が上昇し、不景気が続く。
	▲	金融業 (営業担当)	・値上げの影響が大きい。
	▲	金融業 [投資運用業] (代表)	・ウクライナ危機の終息も見通せず、コロナ禍の収束時期も不透明である。物価の上昇は今後ますます進み、台湾付近の情勢も不安が大きい。このような状況で、年内の景気回復は期待しにくい。
	▲	経営コンサルタント	・業種や地域、企業の規模などでばらつきは大きいですが、全体としては値上げが相次いでいるなど、悪い材料が多い。政府も有効な対策を打っていないため、今後は悪くなる。
	▲	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の影響もあるが、円安の状態が続いており、輸入品の更なる値上げもあるため、悪くなる。
	▲	その他非製造業 [衣服卸] (経営者)	・基本的に地合いが悪化しつつあるなか、改善に向けた対策やきっかけがないまま、年末に向かう可能性が高く、現在よりも厳しい展開が予想される。
	×	繊維工業 (総務担当)	・新たな為替の予約レートに見合う、値上げ幅が維持できないため、収益の悪化につながる。
	×	金属製品製造業 (営業担当)	・最終ユーザーである自動車メーカーに値上げを認めてもらえず、それに伴い、値上げの受入れを渋る取引先が数件ある。
	×	その他製造業 [履物] (団体職員)	・物価上昇が続きそうであり、新型コロナウイルスの感染拡大も長引いている。
	×	不動産業 (営業担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりが続くため、景気は悪くなっていく。
	×	その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・社会情勢が混とんとしており、経済の見通しが立たない。
雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社 (営業担当)	・引き続き求人環境は好調であり、若年層向けだけではなく、中高年に対する求人も多い。
	◎	人材派遣会社 (支店長)	・下期に向けて、更に求人数が増える予想される。
	○	職業安定所 (職員)	・原油相場の上昇が落ち着くことを期待している。
	○	民間職業紹介機関 (営業担当)	・23年卒の採用では大手企業も内定の辞退が多く、苦戦したところが多かったため、秋冬のインターンシップには力を入れる企業が増えそうである。その分、インターンシップの募集広告が増えることが期待される。
	□	人材派遣会社 (経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数はまだかなり多いが、多くの人は余り神経質にならず、活動を続けている。その影響であらゆる業種から求人が出ており、マッチングにはかなり苦勞を要する。一過性とは考えられるが、企業は出遅れまいと求人にも努力を掛け始めており、その影響でミスマッチが増えている。

□	人材派遣会社（役員）	・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が、政府の規制も緩やかになりつつある。全体として、プラスの動きとマイナスの動きが相殺され、景気は良くもなく悪くもない状態が続く。
□	人材派遣会社（営業担当）	・特に、景気が好転する材料は見当たらない。
□	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推移によって変動すると予想されるが、現状が大幅に改善するとも、悪化するとも思えない。
□	人材派遣会社（営業担当）	・雇用情勢と景気の連動性については不透明である。
□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・コロナ禍に加え、円安や資源相場の高騰による物価の上昇、ウクライナ危機、中国経済の減速、台湾有事への不安など、国内外に懸念材料が山積している。関西は体力の弱い中小企業が多く、各社もこれらの不安材料を意識して、本格的な求人に踏み込んでいない。どの懸念材料も解消される見通しが立っておらず、今後も厳しい状況が続くと予想される。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・今後はコロナ禍の状況次第である。学内での新型コロナウイルスの新規感染者数が減っておらず、前期試験の追試対策で大変である。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・求人数は堅調に持ち直し、底堅く推移している一方、新型コロナウイルス感染症の影響で厳しい状況が続いている。また、世界的な供給制約による部品調達遅れや、原材料や燃料費の高騰、円安などによる収益の圧迫で、先行きへの不安の声は多い。人手不足感も強まるなか、現状は労働市場の活発化がみられず、先行きの不透明感は強い。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・現在の物価の上昇や円安といった環境を変えるべく、何らかの具体的な対策がないままでは、悪くなる一方である。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・コロナ禍の急拡大や物価の上昇などで、関西の地元産業では販売促進などの予算を削減する動きが予想される。
▲	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染拡大で求職活動を控える動きが増え、新規求職者数の減少につながっている。特に、高齢者の動きが鈍化している。コロナ禍が拡大するなか、社会や経済に与える影響を注視する必要がある。
▲	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、原油価格の高騰の影響が出る。さらに、医療・福祉関係では新型コロナウイルスの感染拡大で深刻な人手不足となり、求人募集にまで手が回らないという声もある。
▲	民間職業紹介機関（職員）	・今後も、資材価格の高騰や部品不足による価格の上昇が続き、悪影響が出る。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・世界的なインフレと米国の景気後退が、日本経済にも影響を及ぼすことが予想される。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルスの感染第7波が猛威を振るい、今後の経済への影響が見通せない。飲食業界を中心に景気が悪くなり、採用人数も減少することが懸念される。
×	—	—