

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）	・富裕層を中心に、海外有名ブランドなどの高額品の商談が、かつてないほど活発に動いている。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・クリスマスや年末年始に向けて、新型コロナウイルスの脅威は更に少なくなり、買い控えが続いていた市場はかなり戻る。外国人客の訪日にも期待できることから、売上は増加が予想される。さらに、冬物市場もロングブーツやショートブーツなどの厚底商材がヒットするほか、防寒マーケットも活発化することが予想される。
	◎	高級レストラン（企画）	・全国旅行支援の開始や、インバウンドに対する水際対策の大幅な緩和により、国内外の旅行客の増加が見込まれる。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	・全国旅行支援のほか、入国規制の緩和でインバウンド需要の増加が見込まれるため、売上の増加が期待できる。
	◎	都市型ホテル（販促担当）	・10月11日からの入国規制の緩和や全国旅行支援の開始で、予約の増加が見込まれる。
	◎	都市型ホテル（フロント）	・入国規制が緩和され、既にインバウンドも回復傾向にある。今後は更に全国旅行支援が開始となり、追い風になることが予想される。
	◎	旅行代理店（役員）	・全国旅行支援の開始が10月11日と発表された瞬間から、客が店に殺到している。
	◎	競輪場（職員）	・年末年始を迎えるため、例年は良くなるが、経済情勢の不透明感に大きく左右されるため、楽観はできない。
	○	商店街（代表者）	・人出は増えてきているが、客足の引きが早いため、売上が伸びてこない。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・コロナ禍に伴う移動制限が緩和され、国内及び海外からの旅行客の増加が見込まれる。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・イベントなども数件あるため、今後は来客数が増加傾向となる。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・全国旅行支援もスタートし、このままコロナ禍が落ち着いていけば、景気は少しずつ回復する。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・悪い話ばかりだと、気持ちも落ち込みがちになる。10月以降は、年末に向けた種まきの時期と考え、前に進むだけである。
	○	百貨店（売場主任）	・資産性のある高額品を買う富裕層の動きと、新型コロナウイルスの感染縮小で動き出した観光客の需要で、商売が活発化してきたと感じる。
	○	百貨店（企画担当）	・海外からの観光客の増加や、新型コロナウイルスの感染状況の収束による好影響が出る。
	○	百貨店（マネージャー）	・行動制限の緩和に加え、観光促進策などが強化される傾向にあり、更なる景気の改善が予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・10月11日からスタートする全国旅行支援により、観光需要が更に力強さを増す。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・前年の後半も新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、来客数が12月後半まで回復傾向となった。今年も同じ動きとなれば、景気の回復が予想される。今後は物産展などの集客イベントを強化し、客の呼び込みやインバウンド効果などに期待したい。
	○	百貨店（販売推進担当）	・円安がそのまま続き、海外旅行客が増えれば、インバウンド売上は新型コロナウイルス感染症発生前の水準を大幅に上回る可能性がある。
	○	百貨店（店長）	・年明け頃に、また新型コロナウイルスの新規感染者数が増えることも予想されるが、もう慣れてきたため、以前のような外出意欲の低下はない。来客数が確保できれば、今後は売上の回復が見込まれる。さらに、インバウンドの入国規制の緩和が、都心店舗の活性化につながることは間違いない。
○	百貨店（外商担当）	・海外からの旅行者の入国規制が緩和されることが決まり、新型コロナウイルス感染症の発生前ほどではないものの、インバウンド売上が見込めるため、売上の拡大につながる。	
○	百貨店（マネージャー）	・入国制限の緩和による、インバウンド需要の増加がプラスになると予想される。国内消費は物価上昇の影響を受けるものの、購入する価値や場面、分野などに意味を見いだした消費が伸びると予想される。	
○	スーパー（経営者）	・コロナ禍の収束宣言が出て、観光やイベントで人が動くようになれば、景気の回復が期待できる。	

○	スーパー（企画担当）	・電子通貨やプレミアム付商品券の配布など、自治体によるキャンペーンがあり、年末に向けた消費の後押しに期待している。
○	コンビニ（経営者）	・一定数の在宅勤務はこれからも続くものの、出勤者数も以前の9割程度には戻りそうである。さらに、外国人の入国制限の廃止に伴い、インバウンド需要の増加にもかなり期待できる。
○	コンビニ（経営者）	・インバウンドの水際対策が緩和され、9月には1日当たりの入国者数の上限が2万人から5万人に引き上げられた。全国では月に40～45万人程度訪れることが予想されるため、売上は10から15%増える見込みである。
○	コンビニ（経営者）	・コロナ禍が落ち着いてきたため、景気の回復を期待したいが、物価の上昇による影響が不安である。
○	衣料品専門店（店長）	・約3年間、猛威を振っていた新型コロナウイルス感染症の影響がやっと落ち着き始め、客の流れも良くなってきている。この流れが年末にかけて続くことが予想される。
○	衣料品専門店（店員）	・スマートフォンの専用アプリを導入し、ポイント制度も取り入れるため、上向くことが予想される。
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・コロナ禍の収束に期待している。
○	家電量販店（人事担当）	・コロナ禍が落ち着いてきたこともあり、旅行やアウトドアなどの経済活動が活発になることを期待している。また、今年は厳冬の予想もあり、暖房器具を中心に季節商材の伸びも期待している。
○	乗用車販売店（販売担当）	・現状からすると、新車の供給量は回復すると予想されるため、良くなることを願う。
○	乗用車販売店（販売担当）	・商品の供給量が増えてくると予想している。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・10月からの値上げは仕方がないが、最低賃金も上がるなか、賃金全体の上昇が可能であれば、デフレからの脱却も可能と考えられる。
○	その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・プレミアム付商品券による販売の促進が、少し見込まれる。
○	高級レストラン（スタッフ）	・これから年末にかけて予約人数が制限されなければ、忘年会や食事会での利用が増える。
○	一般レストラン（経営者）	・海外から日本への入国制限が徐々に緩和され、インバウンドの需要が増えることで、消費は増加すると予想される。また、全国旅行支援のキャンペーンにより、旅行者の消費の増加は加速する。ただし、物価の上昇による仕入れの圧迫や、飲食店の従業員不足、広告費などの増加で、利益を出すまでには時間が掛かる。
○	一般レストラン（企画）	・Go To Travelが全国旅行支援となり、海外旅行での水際対策も見直される。今後は人の動きが活発化し、景気は良い方向に向かうが、円安やウクライナ危機によるエネルギー価格の高騰は収まるとは思えないため、引き続き経営環境は厳しい。
○	一般レストラン（店員）	・9月から値上げを行ったが、影響はみられない。
○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・新型コロナウイルス感染症の影響が2年間も続き、家に籠もってばかりでは経済が回らないため、旅行にも行くようになっていく。完全に戻るとは思えないが、徐々に以前の状況に戻っていく。
○	観光型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況の収束が、景気を左右する要素となる。現状は少し収まってきたため、良くなってきている。
○	観光型ホテル（経営者）	・10月11日から全国旅行支援が始まるため、来客数の増加に期待している。ただし、10月1日から10日までの支援策がまだ正式発表されていないため、その間の予約は非常に少ない。
○	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援の情報が流れ、待ちの状態ではあるが、3か月後は需要が見込めそうである。
○	観光型旅館（団体役員）	・10月から開始される全国旅行支援への期待感が大きい。

○	都市型ホテル（スタッフ）	・一時的には、人数を減らしての宴席やレストランでの会合が増えそうだが、年末以降は新型コロナウイルスの感染第8波の発生が懸念される。全国旅行支援については、若干ながら期待が持てる。
○	都市型ホテル（客室担当）	・県民割の効果や、全国旅行支援による観光需要の拡大が期待される。ワクチン接種が進むなど、ウィズコロナの時代への変化も進んでいる。
○	都市型ホテル（総務担当）	・海外からの入国制限も緩和され、宿泊需要は高まるものの、新型コロナウイルス感染症の発生前にホテルを増室した影響で、売上の回復はなかなか進まない。
○	都市型ホテル（管理担当）	・入国者数の上限廃止に伴うインバウンドの増加や、全国旅行支援の効果に期待したい。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	・売上や稼働率も徐々に良くなっており、このまま新型コロナウイルスの感染第8波が来なければ、10～11月の稼働率は80%台を超える可能性も出てきた。レストランはほとんど変化がないが、宴会部門では、ここ数年なかった忘年会の問合せや予約が増えている。
○	旅行代理店（店長）	・全国旅行支援が発表になり、来店や電話による問合せが多いため、一時的に受注が伸びる。また、水際対策の緩和に伴い、インバウンドも増える。
○	旅行代理店（従業員）	・全国旅行支援が開始されるため良くなる。
○	旅行代理店（支店長）	・10月11日から全国旅行支援が始まれば、これまでのリベンジも含めて、客の旅行マインドは高まる。新型コロナウイルスの感染対策を講じながら、ウィズコロナでの新たな交流のスタイルが生まれると感じる。
○	タクシー運転手	・新聞の折込広告をみても、旅行などのキャンペーンがよく出ている。それに伴い、当地を訪れる人も増えているため、今後も改善傾向が期待される。
○	遊園地（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況に敏感に反応する業種であるが、感染第7波の影響は過去の感染拡大期よりも小さかった。現在は感染状況が収束傾向にあるため、更にステップアップした回復がみられると期待している。
○	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	・物価の上昇による消費への影響はあるが、新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いており、年末商戦に向けた動きが活発化すると予想される。
○	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・入国制限の緩和に伴い、インバウンドの来客増加に期待したい。
○	美容室（店員）	・年末に向けた予約は入っているため、景気は戻ると予想される。
○	住宅販売会社（経営者）	・コロナ禍も収束に近づき、全体的に経済活動が活発化する。
○	住宅販売会社（総務担当）	・展示場への来場客のうち、見込み客が増加している。
○	その他住宅 [住宅設備]（営業担当）	・半導体不足による欠品がやや改善され、来月以降の改修工事の予定も埋まってきた。ただし、最盛期の安定供給にはまだまだ至っていない。
□	一般小売店 [時計]（経営者）	・食品関係の値上げが相次いでいるが、時計関係も今年2回目の値上げ情報が入ってきている。生活での優先順位が下がることは目に見えており、景気の良くなる材料がない。
□	一般小売店 [衣服]（経営者）	・冬物衣料が動く時期であるが、今後の新型コロナウイルスの感染状況が予測できない。また、10月以降は多くの商品が値上がりするため、この冬は更に厳しい状態になることが心配である。
□	一般小売店 [呉服]（店員）	・高額の呉服は生活必需品ではなく、ぜいたく品になるため、買い控えの対象になっている。
□	百貨店（売場主任）	・円安の進行や物価の上昇など、経済面での不安が高まっている。内需は厳しく、インバウンド需要に期待したいが、以前のような動きにはならない。企業業績の回復が遅れているほか、コストの上昇もあり、消費者の所得の増加も期待できないなか、景気の改善は当面見込めない。
□	百貨店（サービス担当）	・10月からの食料品を中心とした値上げの影響で、売上の減少が懸念されるが、食料品フロアに関西初出店の新店舗が入るため、集客の増加が期待される。

<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	・今月の動きが続くと予想している。新型コロナウイルスの一定の感染は続いているが、予防策を徹底し、生活を楽しむ動きが期待される。コロナ禍を気にした提案ではなく、そのときを純粋に楽しむための提案を行っていききたい。特に、近場に様々な形で出掛ける提案を続け、消費を促していききたい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	・新型コロナウイルスの感染状況の収束で、外出や旅行の増加はみられるものの、値上げの影響と相殺され、状況は大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（宣伝担当）	・歴史的な円安といった消費者心理への不安要素が多く、大幅な賃金上昇も期待できないなか、売上も厳しい状況が続くと予想している。一部ではインバウンド需要の回復に期待しているが、以前の売上に戻るための起爆剤にはならない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・全体的な経済活動は上向くが、これまで特需を受けていた食品中心の小売は元に戻るため、ここ2年間の実績を維持することが厳しくなる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・コロナ禍に伴う行動制限がなくなり、旅行や行楽、飲食などでの自由な行動が増える一方、各メーカーの値上げラッシュにより、消費に対して慎重になってくる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・来客数の少ない状態が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・全国旅行支援が始まり、日常生活への新型コロナウイルス感染症の影響も薄まるなか、消費者の興味は商品の値上げに完全に移っていく。インターネットでのまとめ買いや外食の節約など、業態の枠を超えた競争が激化し、生き残りを掛けた戦いとなる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	・客の低価格志向が強まっているため、物価が安定するまでは厳しい状況が続くようである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・近隣のホテルや飲食店にもにぎわいが戻りつつあり、しばらくはこのまま順調に進んでいくと予想される。客層の動きでは、若い外国人の来店が増えていると感じる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・地域のイベントなどが再開されれば、少し期待できるが、まだまだ一部にとどまる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・相次ぐ値上げに伴う影響が心配される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・仕入価格が高過ぎる。相場が流動的で価格設定が難しいほか、部品の回転が遅い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備依頼は順調に入ってくるが、新車の納期が以前よりも延びていることが状態化し、販売状況は良くない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・一部の客層に頼って商売をしている印象で、根本原因が解決されなければ、全体の売上は上がってこない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [食品]（経営者）	・年末に向けて売上は増えてくるが、季節的な動きであり、景気は低迷したままとなる。コロナ禍により、外食では客の帰宅時間が以前よりも早いため、閉店時間を早めている店も多い。夜12時まで開けていた店も10時には閉めている。
<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が、客単価、買上点数共に悪化している。食品や日配品の売上は堅調であるが、嗜好品は若干減少傾向にあり、しばらくはこの傾向が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・今の状態がしばらく続く。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いては拡大するという状況で、それを気にする人は出歩かず、外食もしない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・今後はウィズコロナに伴うリスクの軽減も進みそうであり、期待が持てる。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・特別な行事もないため、横ばいの状態が続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・現時点で同業他社の話を聞いても、受注が増えているといった声は少ない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、日常の生活が戻ってくれば、多少の景気の改善は期待できるかもしれない。今後は個人消費の回復に期待したいところであるが、物価上昇も続いているため、全く期待できる状況にはない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・円安が進んでいるが、影響を受けにくい業界であるため、横ばいの推移が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	観光名所（企画担当）	・10月の全国旅行支援に期待しているが、それほど大きな回復にはつながらない。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（支配人）	・予約数や来場者数は若干減少傾向であるが、1人当たりの単価が上昇傾向となっている。今後の仕入価格の上昇もあり、2～3か月の売上には大きな変化はない。

□	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状況が落ち着きをみせている反面、急激な円安やエネルギー価格の上昇によるインフレが消費に悪影響を与えることで、当面は様子見の状況が続く。
□	その他レジヤ施設 [球場] (経理担当)	・新型コロナウイルスの感染第7波はピークを過ぎつつあるが、まだ多くの新規感染者が発生しているなか、プロ野球やコンサートには多くの来場がみられる。なお、3か月後の状況は不透明であるため、現状と大きく変わらないと予想している。
▲	一般小売店 [花] (経営者)	・物価の上昇により景気は悪くなる。
▲	百貨店 (売場主任)	・食料品を含め、世界情勢の変化で大幅なインフレが懸念される。10月以降は食料品でも多くの商品で値上げが予定されており、先行きは非常に不透明である。
▲	百貨店 (売場マネージャー)	・新型コロナウイルスの感染第8波の到来が確実視されるなか、一定の影響が出ると認識している。特に、人流の増える年末年始は新型コロナウイルスの感染状況次第となるため、今のところは不透明である。
▲	スーパー (経営者)	・年末にかけて、値上げが更に幅広く実施される。円安の影響もこれから出てくるため、輸入に頼る生鮮品を含め、食料品価格の上昇は止まらない。客の低価格志向は更に強まるため、オーバーストアの影響も加わり、厳しい状況が続く。
▲	スーパー (店長)	・今後も価格の上昇により、まとめ買いなどが少なくなる。
▲	スーパー (店長)	・コロナ禍による景気への影響は、一時期と比べて減少しているが、食品の値上げ報道が客の消費動向に大きな影響を及ぼすと予想される。一方、小さな動きであるが、旅行関連の商品は好調である。
▲	スーパー (店員)	・10月から更に値上げが進むため、状況はかなり厳しい。
▲	スーパー (販売促進担当)	・10月以降の各種商品の値上げと、その報道状況から、一定期間は財布のひもが固くなることは否めない。一定期間の経過後、節約疲れが見え始めるまでは、販売状況の落ち込みが続くと予想される。
▲	スーパー (開発担当)	・物価の上昇が止まらないが、賃金は上がらない。政府の景気対策も不十分であり、これから景気が良くなる見込みはない。
▲	コンビニ (経営者)	・最低賃金の改定に伴い、雇用者の労働時間や賃金に変化するため、企業側も慎重にならざるを得ない。
▲	コンビニ (店員)	・当店は近所の常連客が多く、高齢の客もよく来店するが、様々な物の値上がりの話が増え、買物の量や金額を節約していると感じる。
▲	コンビニ (店員)	・どんどん寒くなり、客足も少なくなる。
▲	家電量販店 (経営者)	・補助金効果の縮小により、販売量が減少する。
▲	家電量販店 (店員)	・10月以降の値上げが、一番影響が大きい。最小限の買物で済ませ、冬のボーナス支給時期までは静観する動きが増える。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・円安に伴う原材料費の上昇で、物価の上昇につながる。
▲	その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	・日本が金利を上げて、景気が悪くなるとは限らない。まず日米金利差をなくして、円高に誘導し、輸入材料の価格を下げるのが得策である。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	・これから行楽シーズンを迎えるが、物価の上昇による家計への影響が懸念される。
▲	その他小売 [ショッピングセンター] (総括)	・インフレのほか、日本や米国での株価下落の影響が出る。
▲	テーマパーク (職員)	・近隣の国がウクライナに侵攻したり、台湾有事が懸念されたり、近海にミサイルが撃たれるような状況で、防衛力の強化などの具体的な対策を採っているようにみえないなか、景気が回復するとはとても思えない。
▲	その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、寒い時期になると来客数が減少する。
▲	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・日用品や食品などの相次ぐ値上げで、買い控えが増える。
▲	住宅販売会社 (経営者)	・建築関連ではまだまだ原価が上昇している一方、販売価格には反映できない。

	▲	住宅販売会社（従業員）	・株価が下落しており、都心の高額タワーマンションの売行き鈍化が鮮明になる。それに伴い、周辺のファミリーマンションを含めた市況全体の悪化につながる。
	▲	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）	・円安の影響で、消費は減少していく。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場への出展企業の契約件数が減少している。これは、前月頃から各社が建築材料の価格高騰で建築単価を上げた影響であり、今後も購入者による様子見が続きそうである。
	▲	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・更なる価格の上昇が見込まれるため、市場の冷え込みが懸念される。
	×	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・世界の政情不安によって悪くなる。
	×	百貨店（商品担当）	・物価の上昇や、円安、株安、不安定な世界情勢など、生活を直撃する要素や、心理的に悪影響を与える要素が多過ぎる。
	×	コンビニ（店長）	・10月は今まで以上に値上げ商品が増えるため、さすがに家計の負担が大きくなり、買い控えや買上点数の減少につながると心配している。
	×	衣料品専門店（経営者）	・10月からの生活必需品の値上げラッシュにより、全国旅行支援などの景気刺激策も有効に機能しない。新型コロナウイルス感染症の発生前の動きには戻らず、洋服の需要の減少傾向にも変化はない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・今の時期に服を買わなければ、買わない癖がついてしまう。服を買う習慣がなくなれば、売上の伸びる見込みもない。
	×	家電量販店（店員）	・10月から家電が値上げとなり、配送費や工事料金も値上がりするため、前年よりも厳しくなる。
	×	家電量販店（企画担当）	・政府、日本銀行による為替介入はあったが、効果は一時的なものであり長続きしないため、根本的な対策を講じてほしい。
	×	住関連専門店（店長）	・原価の押し上げによる価格の高騰に反して、客の平均予算は減っている。この傾向は顕著であり、長期化が懸念される。
	×	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・物価の上昇やウクライナ危機によるエネルギー価格の高騰は、すぐに解決する見込みがないため、今の状況が続く。
	×	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円安の進行や物価の上昇が続いている影響で、消費がますますシビアになっており、来客数、売上共に増える要因が見当たらない。
	×	一般レストラン（店主）	・全国的には新型コロナウイルスの感染が収まりつつあるが、地方の観光地は、観光客の増加で新規感染者数が増えている。
	×	通信会社（社員）	・目標数値の見直しもあり、今まで以上に他社からの乗換えに注力せざるを得ない。販売数が増えたとしても、費用の持ち出しやインセンティブの減少により、粗利益の確保が更に難しくなる。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・現在の海運のひっ迫や運賃の上昇には改善の兆しがみられるが、円安についてはまだまだ厳しい状況が続きそうで先が読めない。現状の商品以外にも取扱品を増やし、増収増益を目指していく。
	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体の微細化が進んでおり、その影響が当社にとっては大きなプラスとなっている。
	◎	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。
	○	食料品製造業（営業担当）	・人流が少しずつ増えており、イベントなどでも人が増えているため、同時に飲料水も売上が少し伸びる。
	○	化学工業（管理担当）	・車載関連の需要の回復が続くと予想している。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いが増えており、受注も微増となっている。
	○	広告代理店（営業担当）	・インバウンド等の活性化策が増えれば、観光関係の広告も増えるかと予想されるが、現時点では不透明である。
	○	経営コンサルタント	・今後は経営の合理化や販売促進、人材育成などが総動員されるため良くなる。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・経済全体でコロナ禍を脱する動きが進んでいるため、政府がそれを後押しすれば、年末に向けてマイナス材料が減っていく。

□	食料品製造業（従業員）	・多くの商品が値上げになり、当社も利益率が大幅に落ちている。特売品の販売増加で何とかしのいでいるが、長続きはしない。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・大きな増産の情報がない。
□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・以前と比べて新型コロナウイルス感染症の影響が感じられなくなり、客にも攻めの姿勢が感じられるため、今後も好調に推移する。
□	化学工業（経営者）	・売上にはやや持ち直しの兆しがあるが、原材料価格の高騰により、収益率はこれ以上の回復が見込めない。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・従来であれば業績が上がるはずの対応をとっているが、いまだに現状維持である。国内の案件については、しばらく今の状況が続くと予想される。
□	金属製品製造業（経営者）	・半導体などの部品の供給が正常に戻るまでは、期待できない。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・小口の案件は受注できているが、大口案件は低調である。さらに、円安の影響で、受注済み案件の支払が予想以上に増えている。為替の変動で当社のような企業の採算が悪化するとは考えてもいなかった。受注が回復しても採算が悪化するため、業況は改善しない。
□	電気機械器具製造業（経理担当）	・電子部品の供給不足は、まだ中小企業で改善されたとは感じられず、仕入先からは明確な回答もない。このような状況では計画も立てられない。
□	建設業（経営者）	・資源価格の高騰や円安などのマイナス要因もあるため、状況は変わらない。
□	建設業（経営者）	・今後も建設資材価格の高騰や不確定な納期、働き方改革による工期の延長が増えてくれば、建設コストも高騰し、設備投資計画に影響が出る。
□	輸送業（営業担当）	・円安が改善されなければ、良くならない。
□	輸送業（営業担当）	・世界の水準と比べて、今の日本の人件費は安いらしく、最近是他業種の工場で荷物の動きが増えている。
□	金融業（副支店長）	・取引先との会話のなかで、今後3か月先の受注は増えるという声は少ないため、現状から変化はない。
□	金融業 [投資運用業]（代表）	・景気を良い方向に導くべき政府の動きが遅く、先が読めない。企業の戦略という次元ではなく、国のかじ取りの悪さが日本経済を悪化させているように感じる。せっかくコロナ禍が収束しそうな今、せめて上向きの流れに乗って、日本経済を良い方向に引っ張ってほしい。
□	司法書士	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向にあるとはいえ、ロシアのウクライナ侵攻や円安による物価の上昇の影響が大きく、景気の回復は難しい。
□	その他サービス業 [店舗開発]（従業員）	・値上げによる消費マインドの低下は、今後ますます厳しくなる。一方、10月から始まる全国旅行支援や入国規制の緩和により、冷え込んだ消費も多少は回復に向かう。
□	その他非製造業 [機械器具卸]（経営者）	・コロナ禍のなかでも経済は動いているが、以前のイベントや商品開発ができないため、前に進めないのが現状である。
□	その他非製造業 [商社]（営業担当）	・今後3か月では変化がなく、来年度の予算取りのための下準備を始めている。
▲	繊維工業（総務担当）	・付加価値商品以外は、中国やベトナムからの輸入品が中心であるため、急激な円安で利益率に悪影響が出ている。
▲	繊維工業（総務担当）	・催事が変わっても、結局は同じ来店客に販売するため、価格競争や値引きが増えている。
▲	化学工業（企画担当）	・年末年始の食品需要期を迎えるが、原材料価格の高騰が改善する要因が見当たらない。
▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・円安による燃料費の高騰や、諸要因による更なる物価の上昇が続いている。日本の場合は特にデフレ状態が長く続いたこともあり、賃金が上がりにくく、物価上昇による実質賃金の目減りにつながっている。政府は、ガソリン価格の抑制などの対策を実施しているが、景気を下支えするまでには至らず、景気はやや悪くなると予想される。
▲	金属製品製造業（営業担当）	・依然として大手の取引先への価格転嫁が進まず、採算が厳しい。
▲	一般機械器具製造業（設計担当）	・物価の上昇に合わせて収入が増えるわけではない。
▲	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・いろいろなジャンルでの商品の値上げが、消費に影響する。

	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・また10月になれば、材料価格が値上げとなる。
	▲	建設業（経営者）	・10月からの、建築資材や住宅設備機器等の一斉値上げによる影響が懸念される。
	▲	建設業（営業担当）	・資材価格や労務費の上昇により、建築主から価格の見直しへの了承を得なければ、プロジェクトの損益が圧迫されるおそれがある。ただし、建築需要が供給を上回っている状況もあり、柔軟に対応してもらえるケースも多い。
	▲	輸送業（経営者）	・来月からの値上げに向けて、ほとんどの業者が大量に在庫を抱えているため、この先は荷動きが大きく落ち込むことになる。
	▲	輸送業（商品管理担当）	・10～11月は売上が元々低迷する時期であるが、今年は新型コロナウイルス感染症の影響もあるため、更に低迷する。
	▲	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・周囲からも暇という言葉しか聞かれず、実際に動きが全くない。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・世界情勢が不安定であるため、景気後退のリスクが高まる。
	×	通信業（管理担当）	・ロシアによるウクライナ侵攻の影響で、更に悪くなる。
	×	不動産業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いてきても、今後も店舗の空室はなかなか埋まらない。今はネットショッピングが増え、実店舗での購入は減少している。今後も空室率の上昇や賃貸市場の低迷により、景気は悪くなる。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・ウクライナ危機を含めて世界情勢が不安定な上、原油価格の高騰もあり、物価の上昇につながっている。
雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・求人件数が前年の120%台で推移している。
	○	人材派遣会社（支店長）	・11月は一旦悪化するものの、来年1月以降は年度末の駆け込み需要が出てくる。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・訪日外国人観光客の受入れの緩和や、全国旅行支援の開始により、業界に良い影響が出てくる。ただし、不安定な世界情勢や急激な円安など、不安材料も残る。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・求人の時給が右肩上がりで見上がっていることを考えると、新規求職者に対する時給が上がることで、既存社員の給与も上げざるを得ない企業が出てくる。
	○	アウトソーシング企業（社員）	・期末手当の時期となるため、景気はやや上向く。
	○	職業安定所（職員）	・コロナ禍への慣れに加え、新型コロナウイルスの新規感染者数がそれほど増えていないため、景気は回復傾向にある。
	○	職業安定所（職員）	・就職件数は4月まで前年比でマイナスであったが、5～6月はプラス、7月は微減、8月は1割の減少であった。9月は新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着き、企業の採用意欲が高まりつつある。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・10～12月にかけては、秋冬のインターンシップが実質的な会社説明会となるため、その広報に力を入れる企業が増えそうである。特に今年に関しては、対面での業界研究イベントの参加にも、積極的な企業が増えている。
	□	人材派遣会社（経営者）	・今月に入り、年末に向けての慌ただしさが久しぶりに戻ってきたと感じるが、経営者はこれが本物かどうか慎重に見極めている。景気に火がついたときに乗り遅れないように、今までよりも少し多めに人材を確保する動きが出てきている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・円安の影響でインバウンド需要が増えるため、観光関連企業の活気が戻りそうである。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・政府も為替市場への介入などでてこ入れを図っているものの、根本的な解決にはならない。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・政府、日本銀行の為替介入にもかかわらず、円安の進行には歯止めが掛からず、今後もインフレは進行するとみられる。海外でも、ウクライナ問題や台湾を巡る米国と中国の対立が激しくなっている。何か1つでも解決の見通しが立てば、景気が上向く可能性もあるが、解決が見通せない状況では、企業が前向きに求人を増やすことも考えにくい。この先も景気の状態は変わらないと予想される。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・求人数は増加傾向であるが、求職者数が横ばいのため、2～3か月先も現状と大きくは変わらない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・インパクトのある政策を期待したい。

□	その他雇用の動向を把握できる者	・インバウンド需要の回復期待や、先を見据えた人材の確保など、企業の求人意欲は高い状況が続くようである。一方、新型コロナウイルスの感染第7波が収束に向かうなか、人流の回復や行動自粛の緩和はプラス材料であるが、不安材料もある。物価の上昇や最低賃金の引上げ、社会保険の適用拡大などが求人や求職に与える影響次第では、人手不足の更なる深刻化や、勤務時間が週20時間未満の在職求職者の増加などで、労働市場が停滞する可能性は高い。
▲	人材派遣会社（役員）	・派遣依頼の伸びが鈍化しているほか、登録者の確保にも苦戦している。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・インバウンドの入国規制の緩和などで景気の上振れを期待するが、円安などの影響で、関西の地元企業の販売促進費は削減が予想される。
▲	職業安定所（職員）	・新規求職者の動きは、前年度は長引くコロナ禍による将来への不安から、在職者が情報収集をかねて新規求職する動きが増えた。現在は新型コロナウイルスの新規感染者数がまだ多いため、感染を恐れて求職活動を控える動きが見られる。
▲	民間職業紹介機関（職員）	・各事業所の間で、資材価格や物価の上昇による悪影響が徐々に広がっており、今後の採用計画には不安がある。
▲	民間職業紹介機関（支社長）	・いつ景気が腰折れしてもおかしくないと感じる。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・10月からの値上げラッシュに伴い、個人消費が落ち込む。所得が減るなかで、政府の対策は追い付いていない。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・インフレのほか、米国や世界経済の景気後退の影響を受け、日本の景気も後退傾向にある。
×	—	—