

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)	◎	一般小売店〔野菜〕（店長）	・コロナ禍が続いているが、収束に近づいていることを含めて、今後に期待できる。全国旅行支援で人が動き始めており、今後は飲食店も通常の動きに戻ってくる。
	◎	百貨店（企画担当）	・年末年始や1月の春節に向けて、観光客の増加を予想している。ただし、中国本土からの旅行客の増加については、もう少し先になると考えている。
	◎	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスやインフルエンザの感染が想定以上に広がらない限り、インバウンド客の増加を追い風に、冬物衣料や化粧品、時計、宝飾品などで、以前の水準を超える動きが予想される。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・外国人客の来店が更に増えることが見込まれ、新型コロナウイルス感染症の発生前のような、化粧品の動きが復活する。また今後の年末商戦でも、コロナ禍からの解放感から、ラグジュアリー関連を中心に消費が活性化すると予想されるため、クリスマスなどでの売上の伸びが期待される。物価の上昇による消費の停滞も、高額でも良い商品が欲しいというニーズが功を奏し、むしろ売上アップの要因になっていると感じる。
	◎	コンビニ（店員）	・多くの外国人客がみられるが、国内客も増えている。年末年始に向けて多くのイベントが開催され、コンビニでも多くの企画が展開されるとみられ、少しずつ景気が良くなっていくと感じる。
	◎	高級レストラン（企画）	・インバウンド客の回復で宿泊収入が増えている。宿泊稼働率や客単価が上昇しているほか、企業の宴会需要が増え、宴会収入も増加している。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	・全国旅行支援による来客数の増加や、入国規制の緩和によるインバウンド客の増加で、宿泊稼働率が上昇しているため、増収が見込まれる。
	◎	競輪場（職員）	・年末年始の時期であるため、今よりも客単価は伸びる。ただし、前年と比べて客単価が3000円ほど低下しているほか、原油価格の上昇や円安、物価の上昇、社会情勢の変化などで、先行きは見通せない。
	○	商店街（代表者）	・この調子が続けばよいが、まだまだ安心できない。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・インバウンド需要がかなり見込まれる。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・気候が良くなって、人の動きが活発になり、商品も動き出すことを期待している。
	○	百貨店（売場主任）	・高額品の売上が継続的に伸びている。
	○	百貨店（売場主任）	・ウクライナ情勢次第という部分もあるが、このまま緩やかな円安傾向が続けば、好調が維持できると予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・コロナ禍の影響の更なる緩和を期待するとともに、インバウンドの飛躍的な増加も予想されるが、中国からの客はまだまだ少ないため、今後の回復に期待が掛かる。
	○	百貨店（マネージャー）	・今後は国内外の旅行などで人流が更に活発になり、関連する需要が増えると予想される。年始のおせちの事前予約は、数量ベースで前年よりも40%増えるなど、好調な出足となっており、帰省や年末年始の会合の活発さが感じられる。また、海外からのインバウンド需要も期待できるなか、懸念材料としては光熱費を含めた調達コストの上昇である。
	○	百貨店（サービス担当）	・来月からは、新たな高級ブランドショップや新店舗を導入することで、来客数の増加につながる。また、入国制限の緩和により、インバウンド客の増加が予想され、売上の拡大が期待される。
	○	スーパー（店員）	・年末年始に向けた買い出しにより、今月よりも売上の増加が見込めるが、売上目標や前年の水準を上回るためには努力が必要となる。
	○	スーパー（企画担当）	・値上げの影響による、買上点数や客単価の悪化が落ち着いてきたと感じる。エブリデーロープライスの施策がうまく機能しており、年末商戦に向けて徐々に回復が進むと予想される。
○	コンビニ（経営者）	・周辺ホテルへの出張客や観光客、さらには外国人観光客がかなり増えそうで、来客数の大幅な増加が期待できる。値上げによる来客数の変化は余りなく、客単価の上昇による売上の増加も同時に期待される。	

○	衣料品専門店（店長）	・コロナ禍に伴う制限がなくなりつつあるなか、人流や客の行動をみても、日常生活を取り戻しつつある。
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・そろそろ良くなってもらわないと困る。
○	家電量販店（経営者）	・商品の供給が改善すれば、販売量が伸び、景気の回復につながる。
○	家電量販店（人事担当）	・ネガティブな要素が多いなかで、やはり年末年始の需要に期待が高まる。今年は厳冬となる予測もあり、暖房器具などの季節商材や、省エネにつながる商品のほか、リフォームなどの動きに期待している。
○	乗用車販売店（販売担当）	・物価上昇の影響は続くものの、半導体不足の影響自体は徐々に回復すると予想される。少しでも回復することを期待している。
○	乗用車販売店（販売担当）	・メーカーの生産台数が回復すると聞いている。急激な回復は望めないが、ある程度の回復は期待している。
○	その他専門店 [食品]（経営者）	・今年は忘年会などの再開に期待しているが、以前の動きに戻ることはない。当地域については、中国人観光客が戻ってきて、初めて以前のにぎわいが戻ると予想される。
○	高級レストラン（スタッフ）	・人出は増加傾向にあるが、新型コロナウイルスの感染がまた拡大すれば、どうなるか分からない。
○	一般レストラン（企画）	・ウクライナ問題や円安などによる原材料、エネルギー価格の高騰はマイナス要因であるが、販売量の回復が続くと予想している。
○	一般レストラン（店員）	・年末にかけて、飲み会や宴会など、人の集まる機会が増えるため、今まで以上に良くなることを期待している。
○	一般レストラン（店主）	・全国的に人が動き出し、外国人客も増えつつあるため、地元の客も少し動き出すと予想される。
○	その他飲食 [ファーストフード]（店員）	・全国旅行支援が始まったため、旅行に行く動きが増えている。それに伴い、景気全体については、今後2～3か月は安定していく。
○	観光型ホテル（経営者）	・この3年間、観光業は壊滅的な打撃を受けた。コロナ禍の収束とまではいかないが、落ち着きが見られると同時に、観光の動きが出てきている。
○	観光型旅館（経営者）	・年明けも全国旅行支援が続くことを見込んでいる。
○	観光型旅館（経営者）	・以前のGo To Travelほどではないが、これまで旅行を我慢していた反動が出ている。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会や新年会、賀詞交換会の予約が順調に入っているが、立食パーティーを開催できないことが、ホテル、利用客ともに厳しいところである。この業界で問題になっているのが、配膳のアルバイトの人手不足であり、コロナ禍で職を失ったアルバイトが他業種に移ったこともあり、全く人が集まらない。賃金も高騰している。宿泊は全国旅行支援で忙しくなっているが、やはり高級ホテルに需要が偏っている。ホテルごとに予算枠があれば、満遍なく回復できると感じる。一方、レストランは満席の日が続くなど、需要の高さが目立っている。
○	都市型ホテル（販促担当）	・全国旅行支援の効果には限りがあるが、訪日旅行は今後も増え続け、円安の好影響も期待できる。
○	都市型ホテル（客室担当）	・旅行は自粛傾向にあったが、全国旅行支援のお陰で来客数が増えている。秋の観光シーズンの予約も前年の8割ほど受注している。
○	都市型ホテル（総務担当）	・全国旅行支援に加え、海外からの宿泊客も増えることが期待されるが、飲食関係の利用の回復は緩やかなものにとどまる。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	・宿泊部門は全国旅行支援の影響もあり、12月までは好調が続く。レストランや宴会部門が急激に良くなったとは感じられないが、レストランでの20人前後の団体客の問合せなどが増えている。
○	旅行代理店（店長）	・全国旅行支援が終了しても、コロナ禍が落ち着けば、海外需要も徐々に回復すると予想される。
○	旅行代理店（役員）	・海外旅行の復活が期待される。
○	タクシー運転手	・新聞でも全国旅行支援のチラシが多く、百貨店や駅周辺では人のにぎわっている雰囲気を感じる。
○	タクシー運転手	・入国規制の緩和に伴い、少しずつインバウンド効果が出てくる気配がある。今後は、中年層以上が安心して外出できる環境が変わってほしい。
○	タクシー運転手	・駅や街が観光客でにぎわっている。

○	通信会社（社員）	・冬商戦に期待している。今後の新型コロナウイルスの感染拡大状況にもよるが、出張販売でイベント感を醸成して客との接点を増やし、販売の増加につなげていきたい。
○	観光名所（企画担当）	・今の状態が続けば、通常期には届かなくとも、緩やかな回復によって一息つけそうである。新型コロナウイルスの感染第8波が来ないことを祈るばかりである。
○	遊園地（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の推移に反比例して、業績が変動する傾向は変わらず、新規感染者数が落ち着いている今は、業績が回復している。年末年始に向けて、新型コロナウイルスの感染が拡大する懸念は拭えず、楽観視はできないが、客の様子をみる限り、コロナ禍でも極端に消費活動を抑制する傾向は弱まっているように感じる。
○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染第8波が発生するかどうか、それに対してどのような対策が採られるか次第であるが、このまま対策の緩和傾向が続けば、インバウンドも含めた観光客は増加傾向が続くと予想される。
○	住宅販売会社（経営者）	・コロナ禍の収束により、短期的には改善する方向に向かっている。
○	住宅販売会社（総務担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向で収束気味となっており、徐々に来客数も増えてきている。
○	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・当社は8月の決算でまずまずの業績となったため、例年にはない決算ボーナスが出ている。
□	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・国内消費は物価の上昇によって減退すると予想されるが、海外からの観光客による消費には期待できる。
□	一般小売店〔時計〕（経営者）	・全国旅行支援が始まり、観光地がにぎわっていると聞く。時間や財布に余裕のある人は、旅行をしないと損といった話をするが、いくら支援策があっても、お金も時間も無いという現実的な話も聞く。年末に向けて、生活の格差がはっきりと感じられ、景気が安定的に良くなるという実感が持てない。
□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・生活必需品ではなく、高額品を扱っているため、買い控えが発生している。
□	百貨店（売場主任）	・インバウンド需要の増加やコロナ禍の鎮静化による消費の増加など、良くなる要素もあるが、世界情勢の不安定化や、急激な円安による物価の上昇といったマイナス要素もある。所得が増加せず、物価の上昇に歯止めが掛からないようであれば、消費の大きな増加は期待できない。
□	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響はほぼないように感じるが、来客数は減少したままである。もう今の状態が普通と考えざるを得ず、今後は物価の上昇による買い控えが懸念される。
□	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染第7波は収束したものの、冬場に差し掛かり、インフルエンザと新型コロナウイルスの同時流行による外出の敬遠や、物価の上昇による余波で、景気の大規模な回復は見込めない。
□	百貨店（売場マネージャー）	・コロナ禍の沈静化で、来客数や周囲の人流は増加傾向にあるが、円安や原料価格の上昇などで、食料品や雑貨などの日用品の価格は上昇傾向にある。消費者の生活防衛意識が強まっていると感じられ、消費動向は厳しさを増すと予想される。
□	百貨店（販売推進担当）	・物価上昇の問題もあり、必要な物しか買わない状況が続く。
□	百貨店（店長）	・新型コロナウイルスの感染第8波への懸念もあるが、更に根本的な郊外百貨店の存続問題は、以前から解決されていない。業態変換などの対応が進まないうちは、良くなることはない。
□	百貨店（外商担当）	・インバウンド売上の増加や、高額品の堅調な売上が続くが、またもや新型コロナウイルスの感染第8波の発生が予想され、消費マインドが冷え込む可能性がある。
□	百貨店（営業推進担当）	・全国旅行支援によって人の動きが活発化し、それに伴う需要は喚起されるが、物価の上昇による不調も続くため、結果的にやや悪化の動きが続くと予想される。
□	スーパー（経営者）	・経済対策の効果で、どのようになるか不透明である。

<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・ここ1～2か月は、各自治体でプレミアム付商品券の販売といった、消費喚起策が講じられる。その一方、来月以降も値上げの動きが続くほか、年末にかけて、新型コロナウイルスの感染第8波の到来やインフルエンザの流行が心配される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今の状態が続き、厳しくなると予想される。プレミアム付商品券の効果が出るかどうかは不透明である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・人の動きは新型コロナウイルス感染症の発生前に戻りつつあるが、物価の上昇が厳しいため、今以上の回復は厳しい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・この先も値上がりが続くと厳しい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・最大の商戦であるクリスマスや年末年始を控え、物価上昇の影響が広がるのか、それとも徐々に行動制限のない年末で消費が盛り上がるのか、今は判断が難しい。ただし、インバウンドも戻りつつあり、忘年会や新年会の需要も高まることで、盛り上がる可能性が高いと感じる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	・物価の上昇により、当面は客の節約志向が続く。そのなかで、生活必需品である食品の売上は堅調に推移すると予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・様々なイベントが再開され、人出が増えている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・景気が上向き要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（販売担当）	・円安ドル高で様々な物の価格が高騰している。材料の値上がりなど、商品の値段を上げねばならない状況が続くため、販売量が減る。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・コロナ禍が落ち着いてきて外出が増える一方、電気やガスなどの値上げで家計が圧迫されているため、財布のひもは固い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の注文はあるが、納車までに時間が掛かるため、余り売上が増えない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・車両の供給不足が続くため、今後も状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業企画）	・まだ様子見の動きが続くと感じる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石]（経営者）	・政府の経済対策や行動の決定が余りにも遅く、国民全てが苦しい思いをしているため、早く手を打ってほしい。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	・乗客数は増加傾向にあるが、当社は食品や日用品などの生活必需品の売上が中心である。化粧品の売上も堅調であるが、大きなプラス要因はなく、しばらくは現状の動きが続く。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・全国旅行支援などで、週末を中心にガソリンの販売量は前年比で増えている。12月の終了までは堅調に推移する見込みであるが、社会全体の景況感が変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてくるとともに、消毒液やマスク、パルスオキシメーターなどの受注が減り、衣類などの通常注文が増えてくる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・物価上昇の一方、給料の上らない状態が続いているため、消費者の購買意欲が高まらないことは間違いない。割引やキャンペーンが終了した後の不安が高まる一方、今後も物価やエネルギー価格の上昇や円安傾向が続く、仕入面や経営に甚大な影響が出る。販売価格を上げざるを得ないなど、先の見えない不安から、いつまでも悩みが尽きない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・年内は全国旅行支援があるため、新型コロナウイルスの感染が拡大しない限り、今の客の動きが続く。既に11月は、大半の日で予約をストップせざるを得ない状況である。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（支配人）	・予約状況や売上単価は上向きの傾向であり、今後も同様の動きが続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	競艇場（職員）	・SGやG1などの全国発売の競走も、売上はほぼ前年並みであり、高い水準で推移している。特に、電話投票やインターネット投票の売上は安定しているため、しばらくは今の状況が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	・コロナ禍に伴う規制が緩和され、人の動きは活発化している。今後はインバウンド効果が期待できるが、原材料価格や物価の上昇、賃金の低下で消費者の負担感が増しており、当分は景気の回復が見込めない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [複合商業施設]（職員）	・急激な円安や資源相場の上昇によるインフレで、消費マインドが悪化する。

□	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・コロナ禍はまだ収束していないが、プロ野球は今年も人気試合が開催され、来場客は前年以上となった。なお、3か月後の状況は不透明であるため、現状と変わらないと予想している。
□	美容室 (店員)	・年末に向けての予約状況から、客は確保できそうであるが、物価の上昇に伴い、店の商品も少しずつ値上がりしているため、客単価のアップが見込みにくい。
□	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・住宅市場は約3年間の好調からの転換が始まっている。物価の上昇により、経済環境の改善は見込みにくい。
▲	商店街 (経営者)	・生活必需品の値上げが、年末年始にかけて続く。
▲	一般小売店 [衣服] (経営者)	・今後はインフルエンザと新型コロナウイルスが同時に流行する懸念が大きいほか、物価の上昇による買い控えも増えると予想される。先行きが不透明ななか、景気が良くなるとは決して思えない。
▲	一般小売店 [花] (店長)	・電気、ガス料金の値上げで買い控えがみられる。
▲	百貨店 (売場マネージャー)	・円安傾向の継続や、物価やエネルギー価格の高騰により、消費の冷え込みが予想される。
▲	百貨店 (商品担当)	・物価の上昇や世界情勢の変化、円安の動きにより、客の心理的、金銭的な不安が更に高まると予想される。
▲	百貨店 (管理担当)	・新型コロナウイルスの感染再拡大が懸念されるほか、食品を始めとする値上げが続く可能性もあり、厳しい状況が続く。
▲	スーパー (店長)	・原価の高騰による価格上昇の影響で、単価の高い商品の買い控えが起きる。
▲	スーパー (企画担当)	・賃金が上がらないなかで、円安やインフレが続き、消費マインドの冷え込む状況が続くと予想される。
▲	スーパー (開発担当)	・相変わらず賃金が上がらないなかで、物価だけが上昇している。客も激安店に行く動きが増えている。
▲	コンビニ (経営者)	・割引クーポン券の使用期限が迫っているため、これまでの好調の反動で、売上は5%ほど減少すると予想される。
▲	コンビニ (経営者)	・10月から酒類の値段が上がり、ディスカウントストアに行く客が増えたため、小売店は厳しい状況にある。
▲	コンビニ (店長)	・広範囲にわたる値上げは、家計に相当なダメージを与えている。今後は買い控えなどが目立ってくると予想される。
▲	コンビニ (店員)	・客には高齢者が多く、年金生活者は決まった金額を受け取っているため、景気に余り左右されない。ただ、いろいろな物が値上がりして厳しいという話が増えており、買物の量も少し減っている。
▲	衣料品専門店 (店員)	・時給は上がっても、年間の給料に大きな変化はない一方、物価は変わらず上がっているため、悪くなると予想される。
▲	家電量販店 (店員)	・量販店の良さは、客への提案ができるという強みがあることである。今まで買い控えていた客が、ボーナス支給などのタイミングで、必要な物は購入に向かうと考えている。厳しい状況は12月が山場であってほしい。
▲	家電量販店 (店員)	・現在は値上げのニュースが多く、慌てて来店する客が多いが、売上の先食いをしているだけであり、数か月後に苦しくなるだけである。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・円安や物価の上昇で、消費者心理が冷え込んでいる。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・仕入価格の乱高下が始まっており、安心して販売価格が決められない。直近もたった半月で値崩れを起こしている。
▲	その他専門店 [ドラッグストア] (店員)	・全体的な値上げによる影響で、買い控えがみられる。これまで余り感じられなかった値上げが、身近に迫っている危機感がある。
▲	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・日々の生活のなかで、あらゆる物が値上がりしており、ついでの買物に対しても価格への意識が厳しくなる。目的買いの客も徐々に減りつつある。
▲	その他小売 [ショッピングセンター] (総括)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減ってきているが、来客数や販売数は伸びていない。物価や水道、光熱費の上昇を受けて、財布のひもが固くなっている。旅行や外出の機会は増えているが、ファッションテナントに先物買いの動きは見られない。
▲	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	・必ず新型コロナウイルスの感染第8波は到来するほか、値上げの痛みが徐々に積み重なるため、景気は悪化する。

	▲	都市型ホテル（管理担当）	・冬場の新型コロナウイルス変異株の発生や、インフルエンザの感染拡大が懸念されるため、来客数が減少に転じる。
	▲	旅行代理店（支店長）	・全国旅行支援が12月に終了した後も、この需要が続くとは思えず、減退していくと予想される。
	▲	通信会社（経営者）	・円安による原材料価格の変動で、やや悪くなる。
	▲	通信会社（営業担当）	・円安傾向が改善する気配はない。
	▲	テーマパーク（職員）	・効果的な景気対策を打てない政府が、事態を好転させられるとは思えない。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・外部からの体験の問合せがほとんどなく、会員の増加が見込めない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・エネルギー関連の価格上昇により、製品の値上げが予想されるため、利益の圧迫は避けられない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・郊外の中古住宅の取引が鈍ってきており、住宅ローン金利が一部で上昇しているため、好調な新築マンションの販売は先行き不透明な状況にある。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・少しずつではあるが、任意売却案件や破産案件が出始めている。
	▲	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）	・円安傾向はまだ続くため、物価の上昇が続き、消費は減少する。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・インフレによる悪影響が懸念される。
	×	百貨店（宣伝担当）	・入国制限が緩和されたが、当地のインバウンド客は圧倒的に中国人が多いため、ほとんど影響がないのが現状である。原材料価格の高騰など、今のところは好材料がなく、今後は苦戦が予想される。
	×	スーパー（店長）	・円安や原材料価格の上昇で、今後も食品を中心に値上げが続く傾向にあるため、客が日々の買物に対して慎重になっている。個人消費が伸び悩み、景気が後退することも予想される。ただし、全国旅行支援の発表を受けて、旅行関連商品に限っては売れている。
	×	コンビニ（経営者）	・ガス料金の異常な上昇で、業種によっては死活問題となっており、企業努力だけでは対応できない。労働者への手厚い支援は良いが、企業側へのサポートも半端な助成金でなく、しっかりと考えてもらいたい。
	×	衣料品専門店（経営者）	・円安の更なる進行が予想される。1ドル180円といった水準になると、購買力が更に下がり、食べるのに精一杯の発展途上国のようになる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・円安の影響で中国や韓国から商品が余り入ってこず、今後は冬物商材が不足する。
	×	家電量販店（店員）	・円安傾向が続き、景気の悪化が続いている。物価の上昇が続くと購買意欲が下がり、景気は悪化すると予想される。
	×	家電量販店（企画担当）	・過去に例のない円安のほか、半導体不足による家電や設備機器の在庫不足に加え、各商品の値上げが大きく影響し、耐久消費財の買い控えがしばらく続く。
	×	住関連専門店（店長）	・原価や必要経費の上昇が止まらない。月々の支出がウクライナ危機以前の約2割アップとなっている。景気が回復する兆しは全くみられない。
	×	住関連専門店（店員）	・円安の動きが止まらず、いろいろな物が値上がりしているなかで、景気が良くなることはない。
	×	観光型ホテル（客室担当）	・恐らく全国旅行支援が終了している時期であり、反動が出ることを懸念している。
	×	通信会社（社員）	・円安に伴う消費者物価の上昇による影響は、賃金上昇が望めない状態では、すぐには改善されない。
	×	通信会社（役員）	・通信事業者による店舗のリストラ方針が続いているため、先行きの見通しは厳しい。
	×	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場への来場者数は回復傾向にあるが、建築資材価格の高騰に伴う出展各社の値上げにより、様子見の客が増えている。各社の契約件数は減少している状況で、政府の思い切った購入支援策がない限り、今後も減少傾向が続くと予想される。
企業 動向 関連	◎	通信業（管理担当）	・コロナ禍に関する規制の緩和で、若干上向いている。
	◎	広告代理店（営業担当）	・今年に入って、Web媒体、紙媒体共に、広告売上は前年を上回る状態が続いている。

(近畿)	○	木材木製品製造業（経営者）	・今の時点で円ドルレートは150円を上回っている。今年に入って単価を2度値上げしたが、それでも利益の出ない状態になってきた。160円も視野に入れなければならないとなると、基本の計画が全て崩れてしまう。
	○	化学工業（管理担当）	・部品の供給不足の解消により、自動車やガス器具、家電向け関連の生産量が増えると予想される。ただし、化学品原材料の値上がり分を、製品価格に転嫁しきれておらず、利益は厳しい状況が続くと予想される。
	○	化学工業（企画担当）	・油脂価格が高騰し続けていたが、高止まりの状況ではあるものの安定してきている。販売価格への反映が浸透すれば、収益の改善につながると予想される。
	○	金属製品製造業（経営者）	・コロナ禍が落ち着き、不足していた海外からの部品の入荷遅れも徐々に回復している。年末にかけての、組立てメーカーによる部品の発注内示も増加傾向にある。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・リードタイムを長く設定し、受注した案件が軌道に乗ってきている。
	○	輸送業（営業担当）	・通販商品が中国から直接個人宅へ届くようになった。国産よりも安く買えるといわれている。
	□	食料品製造業（従業員）	・全国旅行支援で人の往来は増えているように感じるが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増え、年末商戦に入る前に以前のような状態にならないことを願う。外食関係の売上も少しずつ回復しているが、予断を許さない状況である。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・受注が増えるような情報がない。
	□	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が拡大しても、以前のような自粛ムードにはならないと感ずるため、年度末に向けて受注量が増えると予想している。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・余り良くない状況が続く。新規の間合せが減っているため対応が必要であるが、現在使える手は限られており、対策には1～2か月を要する。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・最悪の状況は変わらず、しばらくは改善が見込めない。当社は輸入部品を多く使い、欧州からの部品はユーロで決済している。注文時よりも20%程度円安になっているため、赤字で完成品を出荷する事態となっている。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・物価の上昇傾向は今後も変わらない。
	□	建設業（経営者）	・今の状況がしばらく続くと予想しており、自社のコスト削減を進めなければ、受注の増加は見込めない。
	□	建設業（経営者）	・建設工事価格の上昇だけではなく、建設資材の納期が不確定であるため、工期が確定できずに苦労している。今後も、建設価格の高騰や建設資材の不確定な納期が問題になる。
	□	輸送業（商品管理担当）	・11月1日から酒類などが値上げとなる。値上げ前に注文が増えた関係で、2～3か月は売上が低迷する。
	□	金融業 [投資運用業]（代表）	・インバウンド頼みの企業は回復に向かい、コロナ禍の影響を受ける企業も徐々に上向くと予想される。それにしても旅行関連ばかりに補助金が出されるのは、余りに不十分であると感じる。それに対して指摘がないことが不思議でならない。
	□	金融業（営業担当）	・円安の継続で厳しい状況が続く。
	□	広告代理店（営業担当）	・年内は今月のような動きが続きそうである。
	□	司法書士	・様々な催しが3年ぶりに開催され、明るい兆しを感じる反面、新型コロナウイルス変異株の発生や、季節的な感染拡大への不安、急激な物価の上昇などで、良くなると判断するのは難しい。
	□	その他サービス業 [店舗開発]（従業員）	・全国旅行支援の効果や、海外からの観光客の増加でにぎわいが期待できる一方、円安や物価の上昇は深刻な問題であり、消費者の財布のひもはますます固くなる。
	□	その他非製造業 [機械器具卸]（経営者）	・円安が進み、輸入商材が値上がりしているが、販売価格には転嫁できていない。来年以降であれば値上げ要請が認められるが、現状は利益がないまま売らざるを得ない状態となっている。
	□	その他非製造業 [商社]（営業担当）	・3か月程度では変化はなく、年度末頃にどう変化するかが注目される。
	▲	繊維工業（団体職員）	・年明けからは閑散期に入るほか、円安やエネルギー価格、原材料価格の上昇により、受注量が減少すると予想される。

	▲	繊維工業（総務担当）	・昨今の急激な円安によって、海外からの輸入に頼っている一般の靴下には、採算割れとなる物もある。値上げ交渉は円安のスピードに全く追いついていない。
	▲	繊維工業（総務担当）	・経費の増加分を販売価格に転嫁できない状況では、利益の減少が避けられない。
	▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・10月からの生活必需品の更なる値上げで、消費者の財布のひもは固くなり、買い控えが進んでいる。ロシアによるウクライナ侵攻もこう着状態が続くなか、景気はやや悪くなる。
	▲	金属製品製造業（営業担当）	・秋以降、年度末に向けた建築関連の出荷の増加が期待されたが、盛り上がりには欠ける。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・為替の変動に対し、日本銀行は余りにも無策過ぎると感じている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・円安の進行やコロナ禍の影響で、材料が入りにくくなっている。
	▲	輸送業（経営者）	・前月の値上げの前に、どの業者も在庫を十分に確保したため、新たな在庫量は限られる。これから先、急に大量に売れるきっかけがあるとは思えないため、荷動きは低迷が続く。
	▲	輸送業（営業担当）	・利益を出すために、商品代金や送料の値上げを行ったため、客が減少する。
	▲	金融業（副支店長）	・このままの円安トレンドが続くようであれば、今後2～3か月も景気の改善は見込めない。
	▲	経営コンサルタント	・良くなる見通しが立たない。新型コロナウイルス感染症や円安の影響で、消費者やメーカーの動きは盛り上がらない。
	▲	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価が上昇する一方、賃金は上がらないため、景気は良くなるらない。
	×	化学工業（経営者）	・原材料価格の高騰が止まらず、値上げが追いつかない。また原価の高騰によって取引先の業況が悪化し始めている。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・海外から原材料を輸入しているため、現在の円安が重荷になっている。急激な円安のため、コスト増加分を全て価格転嫁するのは至難の業である。今後、更にインフレが加速することになれば、消費不況が続くと予想される。
	×	不動産業（営業担当）	・これから年末にかけて、ますます賃貸の解約が増えてくる。年を越せないという事情から、年内に閉店する動きが増えるため、景気は悪くなる。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・ウクライナ危機や円安の進行、物価の上昇などにより、ますます悪くなる。
雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社（支店長）	・年度末に向けて、売手市場の傾向が更に加速しそうである。
	○	人材派遣会社（役員）	・円安は企業業績全体にはプラスであり、採用意欲が衰えるとは思えない。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・秋冬のインターンシップや1Dayセミナーが、実質的に会社説明会を兼ねていることもあり、ここ2～3か月で広報が過熱しそうである。就職情報会社としては、イベントの出展やメディア広告の掲載の増加が見込まれる。
	□	人材派遣会社（経営者）	・一時に比べてコロナ禍の影響は少なくなっており、これから年末にかけて、全業種で人材獲得の動きがかなり出てくる。今までは1か月から3か月の短期のオーダーであったが、年度末までのオーダーが出てきている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・円安の影響で利益がひっ迫している企業の間にも、利益の確保のために求人条件を変える様子はみられない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・全国旅行支援の開始で活気が戻りつつある点は良いが、これから冬場に向けて、コロナ禍の状況が気になる。また、円安の動きがもたらす日常生活への影響も気掛かりである。
	□	職業安定所（職員）	・景気は確実に上向いているが、今後2～3か月は、物価の上昇や円安、原油価格の高騰で様子が変わってくる。
	□	職業安定所（職員）	・全国旅行支援が始まり、先行きには期待できるが、物価の上昇や円安の影響が心配である。
	□	民間職業紹介機関（支社長）	・世界経済の動向は依然として厳しいが、当地では観光需要の復活などもあり、宿泊や飲食業界などでの需要の回復が見込まれる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・観光業は少し回復すると予想される。近隣県の観光客は目に見えて増えている。

□	その他雇用の動向を把握できる者	・原材料費や燃料費といったコスト上昇分の価格転嫁が進まない。供給制約といった以前からの懸念事項に加え、急速に進む円安や最低賃金の引上げによる人件費の増加など、企業からの厳しい声は少なくない。全国旅行支援や入国規制緩和といった明るい材料はあるが、新型コロナウイルスの感染第8波の到来も予想されるなか、雇用市場の活発化が大きく進むとは考えにくい。
▲	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・インバウンドの復活は明るい材料であるが、以前のような迫力は感じられない。一方、少なくとも来春までは円安基調が続くとみられ、大手企業の下請が多い関西では、円安の恩恵よりも悪影響を受ける企業が圧倒的に多い。それに伴い、景気全体はやや悪化すると予想される。
▲	職業安定所（職員）	・円安や物価上昇の影響で経済が低迷するなど、楽観できない状況が続くと予想される。
▲	民間職業紹介機関（職員）	・建設関連では、原油価格や原材料価格の高止まりのほか、円安による輸入材料の価格高騰が影響し、新規建設計画の縮小や見直しが進んでいる。そういったなかで給与、待遇面での改善が遅れ、慢性的な人手不足が続いている。今後も求人と求職のバランスが不安定になると予想される。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・地政学的な課題、日本の国力低下に伴う円安など、将来への不安要素が多いため、景気は後退すると予想される。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・円安とインフレが企業業績に悪影響を及ぼし、景気の悪化が進む。
×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・インバウンドが増える見込みであるが、それ以上に円安傾向や物価の上昇による影響で、企業の業績見込みが悪化している。特に関西企業の収益見込みが悪く、新聞への広告出稿の見通しも良くない。