

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)	◎	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・関西を直撃した台風の影響により、8月は閉店が1日、休業も1日あったが、来客数は24日現在で前年比0.4%増、売上も0.2%増と、前年を上回っている。また、久々にお盆の帰省客も多数来店し、売上を押し上げている。
	◎	百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・8月に入って来客数が大幅に増加し、国内客やインバウンドが一気に増えたことで、売上は全社で前年比20%増となった。特にインバウンド関連の伸びが大きく、アジアからのインバウンドの増加で、ラグジュアリー関連の購買が大きく伸びたほか、希少性のある商材の大量購入なども増えた。コスメ関連も33%以上の増加となったほか、食料品関連も増えるなど、消費の大きな波が生まれている。
	◎	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も売上の拡大傾向に変化はなく、好調に推移している。特に連日の猛暑により、紫外線対策商品の日傘やUV化粧品関連を中心に、カジュアル衣料雑貨が好調となり、プラス要因となっている。外国人観光客の増加傾向にも変化はなく、来客数の増加で売上をけん引している。
	◎	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・猛暑が続き、弁当の売上が前年比で6%減っている一方、冷麺類は8%増えており、売上全体に変化はない。18時から21時頃までは人通りが多く、酒類やおつまみなどの売上が5%増となっている。
	◎	観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・お盆の繁忙期に台風が接近した影響で、3日程度はキャンセルが増えたが、お盆期間全体では前年よりも来客数は増えている。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	来客数の動き	・店舗の立地により異なるが、欧米やアジアからの旅行者の来店が更に増えている。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・一般的にレストランや飲食店関係、ゴルフ場などの注文は増えており、景気は良くなっている。ただし、消費者は物価上昇による影響で、商品の単価を気にしている。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・呉服を販売しており、ここ数年は浴衣が売れていなかったが、今年はかなり売れた。浴衣を着て、花火や祭りに行く人が増えている。
	○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は台風の影響で休業日が1日あったものの、売上目標や前年の水準を上回る見込みである。コロナ禍関連の規制の緩和で、従来苦戦していたファッション関連の需要が増えており、かつての水準に戻りつつある。客の消費に対する慎重さは変わらないものの、従来のライフスタイルに戻ることで消費が増えている。
	○	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・猛暑による影響もあり、総菜や菓子などの持ち帰り商品の売上が大きく伸びている。また、レストランの売上も前年比で70%増と復調しつつある。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・株価の上昇が続き、富裕層の購買意欲も衰える気配がない。海外の高級時計やブランド品については、高額品であるにもかかわらず品薄状態が続いている。インバウンド売上についても、2019年度の水準を上回っている。
	○	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・引き続きインバウンドの入店が好調で、特選ブランドを中心に、予想以上に売上が伸びている。これまではアジアからの客が中心であったが、欧米や中東からの旅行者も目立つようになっている。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・国内客の現金売上は、前年比で約9%増となった。予想どおり、夏休みに入ってお盆を中心に人流が活発となったほか、暑さのおかげで化粧品や婦人用品、バラソル、夏物軽衣料などが好調となっている。また、レストランや総菜、菓子、ベーカリーも好調を維持しているほか、富裕客の動きでは、若年層の間で和洋酒のプレミアム商品が人気である。インバウンドの売上も、一般商品を中心に前年比で200%の増加となっている。

○	百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・コロナ禍が収束して、初めての夏休みということで、家族連れのお客が増えた。来客数は前年比で2けた増となるなど、とてもにぎわっている。
○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・百貨店への来客数が、8月前半から明らかに増加傾向となっている。開店前から複数店舗の前に、連日行列ができています。増加の中心は、主にインバウンドである。
○	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・ラグジュアリー関連の販売好調が続くほか、雑貨やアパレル関連も景気が上向きつつある。インバウンド売上のシェアが高まるなか、国内客の売上に目立った変化はないが、燃料費の増加といった消費のリスク要因には注意が必要である。
○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・8月は新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、初のお盆を迎えたが、手土産需要が回復し、来客数も増えた。8月15日の台風による休業の影響を含めても、来客数は前年比で約4%増えている。
○	百貨店（商品担当）	来客数の動き	・お盆期間中の来客数がかかなり多く、今月は24日現在で前年比11.5%増と、大きく伸びている。
○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・猛暑が続き、特に高齢の客による来店が鈍いものの、中国からの団体客の解禁により、中国人客が増えている。また、購入商品もかつては化粧品が中心であったが、円安の影響で、アパレルや雑貨などに対象が広がっている。
○	スーパー（店長）	お客様の様子	・7月からの傾向で、衣料品では水着や浴衣といったリゾート商材の売上が前年比で200%以上の伸びとなっており、食品でも夏休みやお盆関連の需要で、総菜を中心に高額品の販売が好調となっている。ただし、売上全体はリゾート需要で大きく伸びているが、日用品の買物は、商品の値上げもあって慎重である。
○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・値上げによる単価の上昇により、売上は前年の水準を上回っているが、買上点数は前年割れの状態が続く。プラス1品の購入といった仕掛けを行っているが、必要のない物は買わないなど、節約意識が高まっている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・周辺の通勤客や学生の数はかつての水準を上回っている。値上げによる客単価の上昇もあり、売上は好調に推移している。
○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前月に続き、イベントや祭りの本格的な開催が復活したため、販売量が増えている。
○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・単価の上昇で売上が増えているだけではなく、来客数や販売量もやや好調であり、全体として良い結果が出ている。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・更に暑くなり、冷たい商品がよく売れる。
○	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・今月は来客数が横ばいであったが、販売単価の上昇で売上は伸びている。ただし、石油系のポリエステルの高騰や、円安による輸入素材価格の高騰を受けて、利益はほぼ横ばいとなっている。
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	単価の動き	・低価格帯の商品よりも、高価格帯の商品が売れる傾向にある。
○	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・マスクを着けない生活が定着し、日常が戻ってきた。住宅関連の補助金効果でリフォーム需要が増え、売上の増加につながっている。
○	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・例年になく猛暑により、季節商材の販売量が増えている。一方、電気代の上昇で省エネ製品への関心は高まっているものの、生活必需品ではない理美容商品などの売上は、厳しい状況が続いている。
○	乗用車販売店（支店長）	お客様の様子	・以前と同様に、株価の上昇傾向が続いているほか、中国からの団体客の入国解禁により、インバウンド市場の好調が予想される。
○	その他専門店 〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・来客数、買上点数共に微増となるなか、食品や日配品の売上は増加傾向にあるが、コロナ禍の収束に伴い、衛生・介護用品は大幅に減少している。一方、猛暑日が続くなかで、ドリンク類や感冒薬などの医薬品や化粧品、化粧雑貨などは順調に売れている。

○	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	・注文の受電が増えており、まとめ買いも増えている。
○	その他小売 [ショッピングセンター] (総括)	販売量の動き	・売上が前年比で108%となっている。
○	一般レストラン (店主)	来客数の動き	・コロナ禍に関連する規制の緩和のほか、季節要因によって良くなっている。
○	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているが、客の動きは良い。
○	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊部門は好調に推移しているが、料飲部門は猛暑や台風の影響で高齢者の外出が減っているのか、なかなか回復せず、一定の水準を保った状態となっている。
○	都市型ホテル (管理担当)	販売量の動き	・客室単価は3か月前とほぼ同額だが、客室稼働率が上昇しており、外国人比率も約10%上昇しているため、インバウンド需要で売上が増加傾向にある。
○	旅行代理店 (役員)	販売量の動き	・全国旅行支援の終了後も、国内旅行、海外旅行共に好調に推移している。特に、客の年齢に関係なく、沖縄や北海道旅行が人気である。
○	遊園地 (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べると、来園数が確実に増加している。また、有料のレストスペースの利用など、高額サービスの売行きも好調である。
○	競輪場 (職員)	単価の動き	・今月の客単価は9459円であり、3か月前の8820円よりも上がっているが、前年比では12%下がっている。
○	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	来客数の動き	・遠方からの来場者が増えてきたほか、周辺でのイベントへの来場者も増えている。
○	その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	お客様の様子	・国内需要が堅調なほか、インバウンドも中国からの団体旅行の解禁で、上向きになると予想される。
○	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	来客数の動き	・今年は書き入れ時のお盆に台風7号が直撃し、痛手を受けた。ただし、インバウンドは引き続き増加傾向にある。また、人件費や原材料価格、経費の増加で商品価格を上げているが、国内の観光客にはほぼ受け入れられている。
○	その他レジャー施設 [スポーツ施設] (業務担当)	来客数の動き	・公共のスポーツ施設の運営管理業務に従事しているが、夏休みということもあって利用者が増えている。ただし、天候要因などで利用者の増減には読みにくい部分もあるため、何ともいえない。
○	住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・コロナ禍も一段落し、展示場の来場予約が増えている。
○	その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・不動産価格の高騰が続くなかで、購入検討者の動きが2極化しているものの、高額物件の購入層を中心に堅調な動きがみられる。一方、一般の実需向け商品については、特に郊外の動きが鈍い。
□	商店街 (代表者)	お客様の様子	・例年8月は良くない。また、当地域はインバウンドの恩恵もほとんどない。
□	一般小売店 [事務用品] (経営者)	販売量の動き	・夏も終わりに近づき、商品の動きが活性化すると予想したが、動きが全く変わらない。
□	一般小売店 [衣服] (経営者)	販売量の動き	・夏物衣料のバーゲンセール動きも悪く、販売量が落ちている。猛暑の影響もあり、商店街の日中の人通りも少ない。
□	一般小売店 [菓子] (営業担当)	販売量の動き	・人の動きは活発になっているが、商品の動きは芳しくない。
□	百貨店 (企画担当)	販売量の動き	・免税売上は2019年並みに戻ってきている。ただし、売れているのは高級ブティックの商品が中心で、化粧品の販売は戻っていないほか、外商売上も引き続き苦戦気味である。ただし、前年は新型コロナウイルスの感染第7波の影響があったため、外商を除く売上の前年比は、前月よりもプラス幅が拡大している。

□	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・夏休み期間中、来客数は前年を上回る推移となっている。暑さの影響で地下フロアからの入店が中心であり、来客数の増加とともに食品の売上が好調である。また、物価の上昇による影響で、客単価の上昇にもつながっている。当地域はインバウンドが元々多くないため、格段の伸びはないものの、コスメ関連を中心に購買が増えている。
□	百貨店（店長）	販売量の動き	・以前からの物価の上昇やウクライナ問題に加え、原子力発電所の処理水放出問題といった課題が増え続けており、不安がある。物の所有に対する考え方などの変化で、特に郊外店では、品ぞろえが都心店に比べ貧相になっている。日用品や食料品の買物だけになっており、販売額が増えない。
□	百貨店（売場マネージャー）	単価の動き	・来客数は、前年比で6月が102.0%、7月が104.1%、8月が107.1%と増加傾向にある。ただし、買上客数が伸びていないため、売上は6月が101.0%、7月が102.0%、8月が100.5%と、ほぼ前年並みである。家族層や外国人観光客の来店が増えているが、従来の中心客であるミセスの来店が戻っていない。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・コロナ禍が収束して消費が活発化しようなときに、物価の上昇の影響が出た。現状は低価格品や見切り品に購入が向かいがちで、かつての動きには戻っていない。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・衣料品の販売点数は前年比で93%、食料品も93%と前年の実績を下回っている。一方、衣料品の単価は112%、食料品は105%と上昇している。この傾向は4月から変わらず、食料品の売上は97%から101%で推移している。
□	スーパー（店員）	単価の動き	・お盆期間中は、お供え物や花などがよく売れたが、お盆明けは台風や暑さの影響で花が値上がりし、客の状況が厳しくなっている。ただし、特売品だけはよく売れている。
□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・直近3か月は、特に来客数の変化はない。
□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・台風や豪雨により、売上や来客数は少なからず影響を受けている。猛暑による外出機会の減少もあり、売上は堅調であるが、天候要因に左右されている。
□	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・売上は前年を上回っているが、商品の値上げによる客単価の上昇の側面が強く、景況感が上向いている印象は少ない。想定していたよりも買い控えなどは進んでいないが、ガソリンや光熱費を中心に値上げ傾向は続くため、引き続き注視したい。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣に建物は増えているが、入居する企業や就業者は増えていないと感じる。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・数か月前から旅行客などの来店が増えている。
□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・例年よりも客の入りは多く感じたが、少し落ち着いてきている。それでも客が途切れることなく来店している様子は変わらない。
□	コンビニ（店員）	販売量の動き	・景気に大きな変動はみられないが、前年と比べると売上がやや落ちている。
□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・今年の異常な暑さとエアコンの販売量は、意外にも比例しなかった。前年と比べれば上向きであったが、期待していたほどではない。
□	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・物価の上昇で購買意欲が低下している。
□	乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・中古車販売大手の事件による影響かは分からないが、来客数が増えない。
□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・中古車相場の下落もあり、仕入れに苦慮している状況で、来客数や問合せ件数が減少している。
□	その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇がまだ続いているため、家計の財布の中身は減少する一方である。

□	その他専門店 〔ドラッグストア〕（店員）	お客様の様子	・近隣店でのバーコード決済を利用したキャンペーンにより、売上は大幅に落ち込んだ。コストの上昇で利益も随分減っている。ただし、インバウンド向けの売上は増えているため、何とか日々の売上は保たれている。
□	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・原油価格が高騰するなか、ガソリンの販売量は前年比で微増の推移となっている。ガソリン価格は上昇しているものの、酷暑であるほか、帰省やレジャーに伴う消費意欲も高い。ただし、9月以降の動向は不透明である。
□	その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	来客数の動き	・夏休みに入り、更に人の流れは増えてきたが、来客数は増えていない。エンターテインメントなどの様々なイベントが再開されているため、人や消費がそちらに流れている。
□	一般レストラン （企画）	販売量の動き	・天候不順の影響はあったものの、販売量は堅調に推移している。ただし、ここ3～4か月の販売量は横ばいである。
□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・様々な商品が値上げとなり、生活に影響が出てきているが、自動販売機には余り変化がみられない。
□	観光型ホテル （経営者）	販売量の動き	・お盆は台風で多数のキャンセルが出て、後半も余り動きが良くなかった。今年の夏は前年までの全国旅行支援もなくなったため、宿泊単価などがシビアになっている。
□	都市型ホテル （管理担当）	お客様の様子	・客がそれほど消費を増やしているようにはみられず、これまでと大きな変化はない。
□	都市型ホテル （客室担当）	来客数の動き	・インバウンドの動きは3か月前と同様に好調である。夏休み需要も前年にまして通常に近い状況に戻ったが、インフレの影響で料金に関してはシビアであり、売上目標の達成のために、単価を落とさざるを得ない状況である。
□	旅行代理店（店長）	販売量の動き	・販売量、来客数共に大きな変動はなく、横ばいである。海外旅行の問合せや相談はあるものの、価格の高騰で受注に至らないケースが多い。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・里帰りや夏休みなどで人の移動が増えているほか、暑さの影響もあり、ターミナル駅などでは、人がタクシーを待つ姿がよく見受けられる。
□	テーマパーク （職員）	来客数の動き	・レジャー施設にとっては、景気の変化よりも、今年の暑さが間違いなく出控えを招いており、集客の減少につながっている。
□	住宅販売会社 （経営者）	単価の動き	・建築資材等のコスト上昇に伴う価格転嫁が、徐々に進んでいる。
□	住宅販売会社 （従業員）	競争相手の様子	・各デベロッパーは、マンション事業用地の仕入れに積極的である。工事費が高騰しているにもかかわらず、土地価格は高値を維持した状況が続いている。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・卸売、小売共に、3か月前と比べて売上が10%ダウンしている。
▲	百貨店（営業推進担当）	単価の動き	・これまで好調であった、特選ラグジュアリーブランドの伸びが鈍化している。物価上昇の影響もあり、直近は売上もやや停滞気味である。
▲	スーパー（企画）	競争相手の様子	・外食はコロナ禍の収束後も元に戻っていない。値上げの影響が、その大きな原因の1つである。
▲	衣料品専門店 （店員）	それ以外	・閑散期であることに加え、台風で当施設の映画館や本屋が雨漏りしたため、営業の再開めどが立っていないこともあり、来客数は減少している。
▲	家電量販店（店員）	お客様の様子	・最近の物価の上昇や、ガソリン価格の値上げに伴い、客の消費マインドはかなり低下している。来店はみられるものの、購入には至らず、ひとまず検討するというケースが多発している。
▲	乗用車販売店 （経営者）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク頃から、アフターコロナ関連の需要が景気をけん引すると予想していたが、観光業以外は今一つ回復していない。
▲	乗用車販売店 （販売担当）	販売量の動き	・コロナ禍による影響も徐々に落ち着き、従来のし好品の購入から旅行などに、消費の対象が移る傾向がみられる。

▲	住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・予算への心配が大きく、前向きで明るい商談が大きく減っている。消費者の購買意欲はかなり低下している。
▲	その他専門店 [食品] (経営者)	販売量の動き	・各商品の値上げにより、売上は前年の水準を上回っているが、販売数量は伸び悩んでいる。
▲	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・記録的な猛暑と台風の影響で、お盆の繁忙期に客足が伸びていない。
▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・先日のモニタリング調査によると、今年は夏季休暇を長く取る人が多かった。ビジネス街という場所柄、例年よりも数日多めに休業した分の売上減は想定内であるが、数か月前と比較しても、伸び率は低下している。物価の上昇などによる生活の圧迫に加えて、酷暑による体調不良の増加や台風の影響などで、外食を利用する機会が減っている。
▲	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・予約状況が悪い。全国旅行支援の実施時は、様々な観光地に人が向かったが、今は有名な観光地に偏っている。インバウンドについても、集まる地域とそうでない地域に分かれている。
▲	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・夏休みやお盆も終わり、客室稼働率はやや低下気味であり、80%を下回っている。
▲	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・週末はターミナル駅周辺で観光客が増えているが、新規ホテルの開業などによる客室数の増加で、苦戦している。インバウンド需要も回復傾向にあるが、当ホテルでの利用は予想した水準に達していない。
▲	旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・年間で最も忙しいお盆に台風が接近したほか、ハワイやカナダといった海外での自然災害で予約のキャンセルが発生している。今後の回復のめどについても、現状は客のマインドが追い付いていない。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・各種商品やタクシー料金も値上げとなるなか、給与は上がらないため、負のスパイラルに陥っている。ガソリン価格の高騰や原子力発電所の処理水放出も、問題に拍車を掛けている。
▲	通信会社 (社員)	販売量の動き	・営業の成果が振るわず、他社からの乗換え需要も低下している。
▲	通信会社 (営業担当)	単価の動き	・売上は横ばいであるが、光熱費などの流動費用が増えている。
▲	美容室 (店長)	来客数の動き	・今月は非常に暑く、更に台風の影響もあり、来客数がかつての半分以上に減少している。
▲	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・地価が高止まりしており、消費者の購買力が追い付いていない。
▲	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)	それ以外	・3か月前と比べると、不動産価格は少し下がっている。
▲	その他住宅 [展示場] (従業員)	販売量の動き	・建築資材価格の高騰による消費マインドの低下傾向は、現在も続いている。
▲	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	単価の動き	・ガソリン価格の上昇による影響が厳しい。各社員が車で現場に行くため、男性社員の数だけ自動車がある。各車が月に約250リットルの給油を行うため、ガソリン価格の上昇は本当に厳しい。
×	一般小売店 [時計] (経営者)	来客数の動き	・連日の猛暑で、熱中症警戒アラートが毎日のように出ている。近くの大きな商業施設では、駐車場に入るための渋滞が発生している一方、個人経営の路面店が多い周辺地域では人影がみえない。お盆頃の台風7号の接近もあり、今月は踏んだり蹴ったりという状況である。
×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・暑さや物価上昇の影響で、人が街に出てきていない。電気代や食料品価格の上昇が問題であり、タクシー代も実質値上げとなっている。
×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・8月は来客数が減少している。雨や暑さで客は外に出ず、買物にも行かない。最低限の食料品を買うのみとなっている。

	×	家電量販店（店員）	単価の動き	・商品価格が一般的に値上がりするなか、販売の低迷で以前よりも広告価格の安い商品が出始めており、販売単価が低下している。
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・酷暑により、エアコンや冷蔵庫の買換え需要が増えているが、その他の家電品やリフォーム関連については、昼間の異常な暑さの影響もあり、ほぼ来店客のいない状況が続いている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・猛暑の影響で、特にランチは来客数が激減し、近隣のスーパーも人が少ない。お盆期間も台風で予約がキャンセルになっている。
	×	通信会社（役員）	それ以外	・キャリアによる代理店手数料の締め付けが厳しい。他社からの乗換え客を奪いあう競争がし烈で、過度な値引き販売や販売イベントに必要な費用がかさんでおり、収益が更に厳しくなっている。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	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、広告売上が前年の水準を上回っている。
	○	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・お盆休み中に台風が上陸したが、夏祭りなどの大小の行事が開催されたため、その恩恵があったと感じる。
	○	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・外国人観光客の増加や、猛暑日が続いている影響で、飲食店の飲料の売上が少し良くなっている。
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・電装品や半導体向けを中心に、販売が好調である。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・止まっていた注文が、ここへきて動き出している。規模の大きな注文ではないが、通常の分量はある。取引先で半導体の入荷が始まり、製品の生産が始まったことで、凍結していた案件が動き始めている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は工業用の光源装置を製造しているが、半導体業界向けの製品だけが良い実績を上げており、その影響で何とか活況を呈している。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・販売量は横ばいか減少となっているが、受注量は伸びている。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・今年4月頃からの商品の入替えに際し、円安の進行や原材料費の上昇で、製品の小売価格が約20%上がっている。その影響で販売数量は減っているものの、売上全体は大きく増える状況が続いている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・月末に近づくと、在庫調整を行う取引先が多い。
	□	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	・受注量が前年比で微増となる動きが続くなど、好調を維持している。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・依然として落ち着きがみえない物価の上昇や、円安による燃料価格の上昇は響いているが、ガスの単価は予想以上に落ち着いており、利益の維持につながっている。3か月前と比べても、大きな変化はない。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月は夏休みの関係で工場の稼働率が低下し、売上や生産量は減少するが、例年から大きな変化はなく、秋の需要に期待している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・約1年前には売上が大幅に落ち込んだが、現在は少しずつ回復している。ただし、かつての水準には戻っていない。これからも緩やかなペースでの回復が予想される。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・猛暑の影響でエアコンの販売増が全体を下支えしているが、テレビやBDレコーダーは前年割れの状況である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上が低迷したままであり、大型の受注がない。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・一部の建設資材価格の高騰や品不足のほか、納期の不確定な状態が続いている。技能労務者の不足もあり、工期が決められない工事も出てきている。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注残が残っているため、売上としては良いが、新規案件の引き合いが弱い。	

	□	建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・建築主による投資計画をみると、2024～25年も案件が十分にある。ただし、24年からの時間外労働規制などで、受注対応ができないほか、原価の上昇は利益のひっ迫につながる。また、受注後の案件では、コストの上昇に伴う交渉で価格転嫁ができない場合、利益が大きく落ち込むことになる。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・円安の影響で商品の値引きができず、さほど売れていない。
	□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・客との会話では、受注状況は横ばいという声が多い。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前月と比べて、広告の発注状況に大きな変化はない。
	□	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	・本来、お盆はターミナル駅を中心に、多くの店が売上の最盛期を迎える。その一方、今年台風の影響により、お盆後半の売上が計画の40%前後に落ち込むなど、打撃を受けている。
	□	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	・前年よりも気温の高い状態が続いている割には、季節商材の注文が前年並みにとどまるため、苦慮している。
	▲	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・催事での集客が減少しており、売上が厳しくなっている。
	▲	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここへきて、値上げによる買い控えが出始めている。特に、前年の出生者数が80万人を切り、今年もそれを上回る勢いで少子化が進んでいる影響で、保育関連業界での設備投資意欲が低く、大幅な売上の減少となっている。
	▲	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体不足が解消され、自動車関連の出荷は増えているが、他業種向けの出荷がそれ以上に減少している。
	▲	一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・企業間の取引は横ばいか上向きであるが、消費者向けは厳しい状況である。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・市場の動きに強さがないため、メーカーの受注量が伸びない。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・電気代やガソリン代、食品価格などの値上がりは、家計に直接影響するため、住居に掛ける予算は減らされる。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年よりも仕事の量が2割ほど少なくなっている。また、無理をして仕事を受けようとしても赤字になるため、仕事の受注を狙にくい。
	▲	金融業（営業担当）	それ以外	・仕入価格の上昇に、取引先への価格転嫁が追いつかず、利益率が低下している。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・商店街などの1階店舗がかなり空室となっている。物販とアパレル関係が厳しいため、撤退が相次いでいる。当市の中心的な商店街でも1階の空き店舗が増え、賃料が下がっているなど、景気が悪くなっている。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・ガソリン代がかなり上がっている。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・外国人観光客が増え、観光業界に活気が戻っている。また、企業の宴会もこれまで抑えられていたが、徐々に活発になっている。それに伴い、人材の募集も増えている。
	○	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・第2四半期に入り、徐々に動き出している。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・3か月前と比べると、コロナ禍から脱却し、インバウンドの増加で景気は良くなっていると感じるが、その恩恵を受けられない企業にとっては、円安やウクライナ危機の余波により厳しい状況である。

○	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	それ以外	・新聞の求人数は夏枯れではあるものの、3か月前と大きな変化はない。猛暑にもかかわらず、人気の観光地では、夏休みということもあり国内外の観光客でにぎわっている。飲食店や百貨店、ホテル周辺にも人が多く、少なくともこれらのサービス業の景気は良い。マスク姿もすっかり減り、市民生活はコロナ禍から元の正常な状態に戻ったと感じる。
○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比、前月比共に増加となった。前年比で増えた業種は卸売・小売業であり、ベビー、子供服の小売店や薬局チェーン店から大量の求人があった。また、運輸・郵便業では、貨物運送関連の求人が増加している。
○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・宿泊や飲食、製造業などの幅広い業界で中途採用の応募がないため、高卒求人を初めて出すという事業所が出てきている。
○	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・新卒採用市場では、企業や学生の半数以上が売手市場だと感じており、すっかりかつての水準に戻ったと感じる。一方で内定の辞退も多く、10月の正式内定にこだわらず、長期的に企業を探そうという動きもみられる。求人のメディア掲載や求人の紹介が、例年のピーク時期を過ぎても続く可能性がある。
□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・ゴールデンウィークや夏休みを過ぎても、人気のエリアでは日常的に多くの外国人観光客を目にするなど、インバウンドの動きは活発となっている。一方、円安の進行や物価の上昇により、国内客は思い切った行動が減っている。
□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・派遣スタッフの時給の改定が、予想以上に進んでいない。
□	求人情報誌制作会社（営業担当）	求人数の動き	・求人の発注は継続して増えているが、業界や企業規模によってはやや鈍化傾向にある。
□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・宿泊関係は好調であるが、その他の産業は前月とほぼ変わらない。
□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求人は前年を上回っているが、求職者の動きが鈍く、応募数、就職数は前月と同様に増えていない。
□	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・求人数は右肩上がりの動きが続いている。
□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・人気エリア周辺でのアジア系のインバウンドの増加は目をみはる状況で、日本人観光客を上回っている。中国人旅行者は、団体客は少ないものの、報じられているほど減っていない。
□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・2024年卒の新卒者に対する採用活動はほぼ終了したが、売手市場であり、希望する学生をなかなか採用できなかったと話す企業もある。その一方で内定辞退者も多く、8月以降も採用活動を続けている企業も多い。
□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・新規求人数の原数値は、前年比で25か月連続の増加となり、有効求人数も27か月連続で増えているなど、求人は底堅く推移している。ただし、物価の上昇を苦慮する声が続く引き続き多く、特に建設業や製造業では、物価の上昇で利益が圧迫されている。今後社員の増員で人件費が増えれば、更なる業績悪化につながるとして、求人を控える声も届いている。人手不足が続くなか、物価の上昇が求人の募集を続けるか否かの判断につながっている。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・人手不足の業界は、引き続き採用活動を続けているが、終了する企業も目立ち始めている。
×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・関西の地元企業からの、デジタルを含む広告プロモーションが落ち込んでおり、前年を割り込んでいる。