

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)	◎	一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・少し秋めいて、過ごしやすい日が続いたせいから、出足が良くなって売上が順調に伸びた。また、今月は昔からの付き合いのある客が久しぶりに来店し、思い出話とともに売上にも貢献してくれた。個人営業の路面店として、うれしくやりがいのある月となっている。
	◎	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も新しく導入した食品ショップ等を中心に、来客数や売上の増加がみられる。また、東南アジアからの観光客の増加傾向にも変化はなく、インバウンド売上也好調に推移している。かつての売上に戻る勢いで、好調な推移となっている。
	◎	百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・10月に入り、前月の暑さが少し和らいだことから、秋冬のファッションに切り替わっている。最低気温が12～13度になった週末にはファッション商材が動き、久しぶりにアウターを中心に活発な動きとなった。また、インバウンドの来客数が大きく増加し、売上も4～5月の倍近くに伸びている。さらに、18年ぶりにリーグ優勝を果たした在阪球団の優勝セールで多くの客が来店し、こちらも大きな効果が出た。化粧品や食品関連も2けたの伸びとなるなど、順調に推移している。
	◎	百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・外国人バイヤーの動きは少し落ち着いたが、観光客による買物が増えている。
	◎	コンビニ（店員）	販売量の動き	・来客数の増加に加えて、客単価も上がっている。前年と比べても、かなり売上が伸びている。
	◎	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・10月は団体旅行も好調で、2019年の水準に戻った。人手不足で予約制限を行っている影響で、来客数はまだ戻っていないが、単価の上昇もあって売上は戻っている。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	単価の動き	・直営店の1人当たりの客単価が微増となっている。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・来店時の客の表情が変わり、先行きが見えないという話をする客も少なくなっている。
	○	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・紳士服や婦人靴、ハンドバッグなどの婦人雑貨の商品が、比較的堅調に売れている。ここ最近の冷え込みもプラスに作用している。
	○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・当店や周辺の商店街では、海外からの観光客が増えている。特に、アジアからの観光客の増加が顕著となっている。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・特に30～40代の富裕層が、海外高級ブランドの時計や高額品を購入する傾向が強まっている。インバウンド売上も2019年を上回る水準で推移している。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・当地域はインバウンドの恩恵が比較的少ないが、倍増ペースとなっており、売上全体をけん引している。国内中間層の現金客については、競合の影響や天候要因もあり、ファッション商材がやや苦戦気味で推移している。その反面、値上げの影響に加え、食品関係はレストランやベーカリー、生鮮3品が好調となったことで、売上は約5%増と堅調に推移している。富裕層も特選関係が約9%増と、好調を維持している。
	○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・物価の上昇や世界情勢の不安定化といったマイナス材料が多いと考えていたが、思ったほど販売量には影響が出ていない。
	○	スーパー（企画担当）	競争相手の様子	・競合店のリニューアルに伴う休業で、来客数が増えているほか、自治体のキャッシュレス決済キャンペーンといった外部要因により、売上が伸びている。
	○	スーパー（社員）	来客数の動き	・前年の後半以降、仕入価格の上昇に合わせて、商品単価の引上げを行った。それに伴い、前月まで来客数の減少が続いていたが、前月以降は来客数も増加に転じ、売上は堅調に推移している。
○	スーパー（企画）	単価の動き	・インフレによる単価の上昇に加え、節約志向によって大容量商品の需要が増えている。それに伴い、販売量は減少しているが、来客数は上向いており、食品を中心に堅調な業績が続いている。	

○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・通勤客数や通学の学生数は、ほぼかつての水準に戻っている。また、外国人観光客も急速に増えており、来客数の増加が続いている。
○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前月以降、販売量は増えている。10月からの値上げで心配していたが、今のところは予想したほどの影響はない。
○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて、来客数、客単価共に上向いている。要因としては、朝夕の気温が下がり、秋冬商材の需要が一気に高まったほか、冬季ボーナスへの期待の高さも挙げられる。
○	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・気温の変化に伴い、朝晩の寒暖差も出てきたため、アウターやボトム商材を求める客が増えている。
○	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・2019年比での売上は、今年度で最高水準となり、3か月連続で改善傾向が続いている。来客数も2019年の水準を上回っている。
○	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・客室稼働率が81.7%となるなど、宿泊は軒並み高稼働、高単価で推移している。インバウンド需要は航空便の増加に合わせて、今後も増える見込みである。当ホテルでは外国人客の70%をアジアが占めている。
○	都市型ホテル（管理担当）	販売量の動き	・3か月前よりも稼働率が8ポイント上昇したほか、収入の増加により、販売可能な客室当たりの収益も3300円程度上昇している。
○	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・物価の上昇に伴い、経費は増えているが、販売単価が徐々にかつての水準に戻りつつある。まだ2018年度の水準には届かないが、2019年度には近づいている。
○	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊客は海外旅行も含めて増加を維持しているが、宴会を含む飲食の利用が伸び悩んでいる。特に、飲酒を伴うディナー帯の利用が伸びない。
○	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・国内旅行がかつての水準に戻った一方、海外旅行はまだ40%程度である。ただし、クルーズ需要の回復もあり、全体的には好調である。
○	通信会社（社員）	販売量の動き	・前月よりも販売は増えているが、前年と比べると悪い。
○	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	・クルーズ船の寄港も継続的にあるなど、インバウンドの回復が続いている。国内の観光客も、秋の行楽シーズンで増加傾向にある。
○	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	来客数の動き	・スポーツ施設の管理を行っているが、酷暑も和らぎ、いよいよスポーツシーズンが到来した。世界大会での日本代表の好成績により、スポーツを楽しむ気運が高まり、施設の利用も増加傾向にある。
○	住宅販売会社（総務担当）	単価の動き	・販売件数の増加に加えて、平均価格も以前と比べて上昇するなど、高級志向が進んでいる。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・買い回り品の売上が良くないなど、低価格品を購入する傾向が強まっている。
□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売上全体は10%増えているが、インバウンド需要によるもので、卸売の売上は15%減っている。合計では増えているものの、国内景気は沈滞ムードにある。
□	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・レストラン関係などの客が戻り、にぎやかになっているが、物価の上昇による影響は続いている。
□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・気候が良くなるなか、焼き菓子の動きは余り芳しくない。
□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は売上目標が未達となる見込みである。前月は特需への対策が功を奏したが、今月はその反動が出ている。また、月前半は気温要因もあり、秋物商材の動きも鈍い状況であった。現状は、客の購買が積極的になってきたというよりも、コロナ禍の規制で抑えられてきたものが、ようやく元のライフスタイルに戻りつつある。
□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・外商売上のほか、外商を除く国内売上、免税売上共に、余り変化は見られない。免税売上はラグジュアリーブランドが中心であり、2019年度に中心を占めていた化粧品は、当時の約25%と伸び悩んでいる。

□	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・春以降、継続的に来客数が前年比で2けた増となっており、特に若年層の回復が進んでいる。また、インバウンドの動きも堅調で、2019年の水準を大きく上回る状態が続いている。
□	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・気温の高い日が続き、季節商材の販売は苦戦しているものの、インバウンド売上の好調でカバーできており、全体としては3か月前と同じ水準で推移している。
□	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・ここ数か月と比べて、今月も大きな変化は見受けられない。前年比で来客数は増えており、売上も堅調に推移している。残暑でファッション関連の動きは鈍いが、前年も同様であり、もはや気候が変わったと捉えるべきである。一方、インバウンドも少し見掛けるようになっており、化粧品や海外ブランド品などの売上を底上げしている。
□	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・残暑が厳しく、秋物商材の動きが鈍い。インバウンドの購入で高額商材は相変わらず順調であるが、全体として来客数は微増である割に、買上率は低下している。結果として、直近は横ばいの推移となっている。
□	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に加え、気温が下がり始めたため、外出する機会が増えている。国内客の消費は、アパレル関連や、単価の高い防寒商材を中心に増加がみられる。ただし、来客数はインバウンドが押し上げており、国内客の増加は余り実感できない。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・消費者は、少しでも価格の安い物や、見切り品などに敏感になっている。
□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・売上は堅調に推移している。ただし、諸物価の上昇に野菜価格の上昇も加わり、生活防衛意識が強まっている。客の需要は、プライベートブランド品や特売商品と、ぜいたく品に2極化して久しいが、足元で低価格志向が強まっている。
□	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・商品価格の値上げによる影響で、買い控えを心配していたが、懸念したほど客足は減っていない。また、商品単価の上昇で、売上は微増を維持している。ただし、景況感が上向いている雰囲気はない。
□	スーパー（企画）	販売量の動き	・商品単価は前年比で105%となっているが、買上点数は96%、来客数は101%となっている。前年の売上は上回っており、最低賃金の引上げや、自治体による各種キャンペーンもあるものの、根本的な改善には至っていない。
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・前月と比べて来客数は少ないが、客の様子に変化はないため、気温の微妙な変化による影響と考えている。特に競合先の増加はみられず、季節の変わり目で、し好が変化した影響が大きい。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・物価の上昇で客単価が上がっているだけで、来客数は増えていないため、景気の基調に変化はない。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・寒くなり、冷たい商品や飲料の売行きが落ちている。
□	乗用車販売店（支店長）	販売量の動き	・販売の動きをみると、富裕層も購買意欲が弱いなど、経済の活性化がまだ十分とはいえない。
□	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・数か月前からの生産台数の増加により、販売は高位安定状態が続いている。
□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数、問合せ数共に減少傾向であり、販売も苦戦している。
□	その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇により、生活が苦しくなっている。
□	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	販売量の動き	・気温の低下とともに、感冒薬などの医薬品の売上は順調に推移しているが、マスク等の衛生、介護用品は減少傾向が続いている。一方、食品や日配品、日用雑貨等の生活必需品は堅調に推移しており、来客数、客単価も3か月前比で若干上向いている。
□	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	お客様の様子	・催事での集客に大きな増減はなく、購買率や客単価も前年並みである。来店は購入意欲の強い客が中心となっている。

□	その他小売 [ショッピング センター] (総 括)	来客数の動き	・ 今月の売上前年比は102.3%となり、伸び率が鈍化している。
□	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	・ 受電数は減少気味であるが、高額商品の購入が多くみられる。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ 飲食店の売上は天候に左右されるが、10月は天候も比較的安定していたため、昼の来客数が伸びた。その代わりに、夜の来客数は減少している。一方、当店はまだ登録していないが、10月からインボイス制度が導入されたため、登録していない店は厳しくなるかもしれない。
□	その他飲食 [自 動販売機 (飲 料)] (管理担 当)	販売量の動き	・ 実感としては、とても良い状況には思えないが、商品の動きは悪くない。
□	観光型旅館 (経 営者)	来客数の動き	・ 国内旅行は有名な観光地に人気偏っており、地方への旅行は回復が遅れている。インバウンドの動きも都市部に偏っており、地方に向かう動きが少ない。
□	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・ インバウンドは好調を維持しているが、中国人客の動きは期待を下回っている。一方、国内客の需要は安定しているものの、価格面ではシビアである。
□	旅行代理店 (店 長)	来客数の動き	・ 平日は来客数が減り、閑散期に入った感がある。国内旅行では、かに関連の旅行の相談や問合せが増えてきたが、例年よりも販売単価が上がっているため、価格面でちゅうちょする人が多い。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・ 朝晩が涼しくなり、快適なシーズンとなってきたため、駅などでの乗客が減少している。夏には少しの距離でもタクシーを利用していただ客が、歩くようになっている。
□	通信会社 (役 員)	それ以外	・ 通信キャリアによる運営手数料等の条件が厳しいため、キャリアショップの収益は引き続き厳しい。
□	通信会社 (営業 担当)	お客様の様子	・ 物価の上昇による影響を受けており、利用の少ない設備の解約が発生している。ただし、他社よりも割安な商品を扱っているため、他社からの乗換えもあり、全体としては変わらない。
□	観光名所 (企画 担当)	来客数の動き	・ 前年との比較では良くなっているが、3か月前とはほぼ同じ状況である。
□	遊園地 (経営 者)	来客数の動き	・ 物価の上昇が進むなか、来客数には大きな変化がない。外出を控える動きがあるわけではないが、レジャーへの外出が増える傾向もないため、景気に大きな変化はない。
□	その他レジャー 施設 [複合商業 施設] (職員)	お客様の様子	・ 在阪球団のリーグ優勝や日本シリーズ進出の勢いが消費に影響しており、ニュートラルな景況が判断しにくい。ただし、郊外の施設も堅調に推移している。
□	美容室 (店長)	来客数の動き	・ 来客数は徐々に戻っているものの、コストの上昇で商品の値上げが続いているため、影響が心配である。
□	美容室 (店員)	単価の動き	・ 3か月前と比べて高価なトリートメントが動いている。
□	その他住宅 [情 報誌] (編集 者)	お客様の様子	・ 不動産の販売動向は、堅調な都心部に対し、郊外エリアは厳しく、状況に大きな変化はみられない。価格の上昇は今後も続く見込みであり、中小事業者の経営環境は厳しくなる可能性がある。
▲	百貨店 (売場主 任)	来客数の動き	・ 郊外店である当店では、今月27日までの来客数は前年比で4.2%減と非常に悪い。当店の生鮮売場と競合するスーパーが、周辺で3店舗続けてオープンし、開店セールを実施したことが響いている。
▲	百貨店 (企画担 当)	お客様の様子	・ 気温が例年よりも高かった影響で、主力の衣料品の動きが良くない。
▲	百貨店 (マネー ジャー)	販売量の動き	・ 前年はプロ野球のリーグ優勝セールが行われ、全国旅行支援の買物クーポンの利用も非常に多かった反動で、今年は前年を下回っている。また、野菜関連が品不足となっているほか、物価上昇による高額な牛肉の販売不振も響いている。

▲	百貨店（店長）	来客数の動き	・関西の百貨店は9月に在阪球団の優勝セールを実施し、好調となったが、10月は前年に行った優勝セールの反動が出た。また、9月に需要が前倒しとなった影響で、来客数の減少もみられる。さらに、百貨店の構造上の問題か、デパ地下での買い方の変化が目立つ。生鮮品などを買う年配客が大幅に減っている一方、その日に食べる総菜や菓子を買う、新たな客層が出てきたものの、全体の減少をカバーできない状況が続いている。
▲	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・今月は来客数が減少傾向となっている。8～9月は前年を上回ったが、10月は前年を割り込んでいる。気温が高かったことで、婦人服や紳士服などの秋冬商材の売行きが悪い。ただし、インバウンドの動きは円安の動きもあって好調であり、前年比で15%増となっている。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・売上は店全体では不振となっている。衣料品は気温が高い影響で、例年は売れる秋物商材の動きが悪く、前年の実績を下回っている。食品も商品の値上がりで1人当たりの販売量が前年割れとなっている。ただし、商品の値上がりにより、売上は前年並みである。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・食料品は販売点数の減少が続いているが、単価の上昇により、売上はほぼ前年並みと健闘している。ただし、衣料品は前年との天候の違いもあり、売上は前年を大きく割り込んでいるほか、販売点数も大幅に減少している。
▲	スーパー（店員）	単価の動き	・猛暑の影響で野菜の生育が悪かったため、野菜の価格がかなり上がっている。全体的に価格の高い物が目立ったため、余り売行きは良くない。
▲	スーパー（企画担当）	単価の動き	・野菜価格の高騰や食料品の値上げにより、買い控えの動きが散見される。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・10月からアルバイトの時給が上がっている一方、商品の値上げで売上が3%減ったことで、採算が悪化している。
▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・旅行客による来店が減り、平日はふだんの客が中心となっている。一方、土日は近隣の小学校や幼稚園などの運動会も多く、来客数が増えている。
▲	衣料品専門店（営業・販売担当）	販売量の動き	・例年と比べて動き出しが遅い印象があり、客が来店して購入する量が減っている。
▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・今月に入って価格が上昇する商品もあるなか、家電を購入する動きは少ない。必要不可欠でない限り、予算が家電にまで回らない。来客数も前年を下回る状況であり、減税が急務になっている。
▲	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・物価やエネルギー価格の上昇により、財布のひもが固くなっている。やむを得ない買換え以外は、商品の購入が減少しており、来客数も前年を下回っている。
▲	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・全く来客数が増えず、集客に力を入れているが、成功しないままとなっている。ここ数か月は現状から脱却できておらず、秋物商戦の盛り上がりにもつながらないため、調理家電やリフォームなどの売上も伸び悩んでいる。
▲	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・物価の上昇や円安といった、良くないイメージのニュースが非常に多い。それが原因とは言い切れないものの、販売自体の動きが鈍い。
▲	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	お客様の様子	・今月は来客数が伸び悩んでいる。今秋の化粧品の新商品は予約や売行きが厳しく、売上は前年の水準に届かないなど、値上げ疲れも少し感じる。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	販売量の動き	・酷暑から一転して、冷え込みが進んだほか、物価の上昇による生活費の節約もあり、ガソリン価格の出荷は全国的に前年割れとなっている。
▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンで、コロナ禍明けの旅行が増えたのか、週末の予約が伸び悩んでいる。

	▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・日常的な利用では、少人数による短時間の来店が目立った。急激に気温が下がり、インフルエンザや新型コロナウイルス感染症の流行が報じられると、予防対策などで飲食店の利用者は大幅に減った。国慶節での中国人客の来店も、予想をはるかに下回っている。売上は横ばいであるものの、仕入価格の値上げが続き、経営を圧迫している。
	▲	一般レストラン (店主)	来客数の動き	・当地は観光地のため、観光客の動きに左右される。
	▲	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・低価格帯のホテルから高価格帯のホテルまで運営しているが、高価格帯の動きが鈍い。
	▲	旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・生活必需品の値上げの影響が徐々に家計に出ている。富裕層の客からも、値上げの話題が出始めている。
	▲	通信会社(経営者)	単価の動き	・原材料費の増加で、利益が圧迫されている。
	▲	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・商品の単価が目に見えて上がっているため、いつ買い控えが発生してもおかしくない状況である。
	▲	競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は8838円で、3か月前の9012円よりも下がっている。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・建築原価の上昇傾向がなかなか落ち着いてこない。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・流通在庫が増えている。
	▲	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)	それ以外	・不動産取引の状況は、3か月前と余り変わらない。
	▲	その他住宅〔住宅設備〕(営業担当)	競争相手の様子	・関西や首都圏の同業他社で、大量の離職者が出たと聞いた。待遇や給与は企業によって異なるが、大量の離職が発生するような同業者が出ていることに、暗い気持ちになっている。
	×	一般小売店〔衣服〕(経営者)	販売量の動き	・来客数、販売量共に減っており、消費者も商品をチェックするだけで、なかなか実際の購入までには至らない。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・客はショーウィンドウの商品は見ているが、価格を見て去っていく状態が続いている。月末になって気温が下がり、多少は買いそうな気配があるものの、依然として財布のひもは固い。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・当店は高齢者向けの婦人服店であり、ここ数か月は午後からの来客数がかかり減り、前年比で50%減となっている。ミセス層は、洋服にお金を掛けるゆとりが無くなっている。
	×	家電量販店(店員)	来客数の動き	・前月と同様に、土日の来客数が前年割れとなっている。集客力の低下で、厳しい状況が続いている。
	×	住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・予算不足により、欲しい物の価格と予算のギャップが大きい客が増えている。コストアップによる物価の上昇が顕在化する前と比べて、商談には2倍の時間が掛かっている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・夜間の客の動きが鈍っている。
	×	通信会社(社員)	販売量の動き	・前月と比べて、ネットサービスの新規加入者が大幅に減少した。主に、他社が低価格のキャンペーンを展開している影響が大きいほか、価格を元に、客が利用するサービスを見直す傾向が顕著になっている。
企業動向 関連 (近畿)	◎	*	*	*
	○	食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・この時期にしては気温が高く、インバウンド効果も続いていることで、飲食店向けの飲料の売上も少し良くなっている。
	○	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・需要期に入って動きが出てきたが、かつての水準には戻っていない。何とか前年を上回る程度で推移している。
	○	金属製品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・自動車関連の出荷が増えている。
	○	電気機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・売上は回復基調にあるが、原価も高騰しているため、利益率は低下傾向にある。

○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・良くなりつつあるものの、販売数量の増加などにはつながっていない。
○	輸送用機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・新規設備への見積依頼が増えている。
○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末にかけて、受注量が増えている。ただし、協力企業が見つからない状況であり、受注しても日程を延期する必要があるなど、取引先に迷惑が掛かっている。
○	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、広告売上が前年を超えている。
○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・交通広告の動きが前年を上回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	・前月と同様に、全体的に受注量が少ない。同業他社も同様であり、増産関連の情報もない。
□	出版・印刷・関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量の増加が続いており、イベント等の問合せも多い。
□	化学工業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・車載用電装分野を中心に、やや好調な出荷量が続いている。また、家電や建設資材向けの出荷量も回復しつつある。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず、円安と物価の上昇が続いており、基本的には3か月前から大きな変化はない。燃料費への補助もあって、経費の大幅な増加もなく、横ばいで推移している。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍により景況は極端に悪化したが、現在は徐々に回復している。ただし、コロナ禍によって産業構造が変化し、景気は今までのように、時間的な経過だけでは回復しないと感じる。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・人口の減少や、世界的な紛争の多発により、景気の悪化は免れない。ただし、半導体業界の成長で、10年程度は成長が続くと予想される。米国の関与によって半導体業界にはうねりもあるが、当社が基盤とする半導体製造装置の分野は、間違いなく成長を続けることが期待される。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・エアコンや冷蔵庫、洗濯機といった大型の家電商品を含めて、全体的に前年を割り込む動きとなっている。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が増えず、横ばいのままである。
□	その他製造業 [履物]（団体職員）	受注価格や販売価格の動き	・悪い意味で安定しており、特に大きな変化はない。
□	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上昇や技能労働者の不足で、建設コストが高騰している。取引先には、受注価格への転嫁に一定の理解はあるが、最終的には納得してもらえず、厳しい状況である。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の荷動きにはほとんど変化がない。
□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・物価の上昇により、家具にお金を回す余裕が無くなっている。
□	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・仕入価格が上昇している。
□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先との会話では、受注状況、販売状況共に大きな変化はない。
□	その他非製造業 [衣服卸]（経営者）	受注量や販売量の動き	・良い材料としては、イベントの復活による需要の拡大が挙げられるが、悪い材料としては、9月まで暑い日が続いたため、秋物市場が不振を極めている。プラスとマイナスの両方の材料があり、全体としては前年並みを維持している。
▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・依然として価格の安い商品は売れているが、製品の値上げによる影響もあり、生産全体は徐々に減ってきている。この傾向はしばらく続く予想される。

	▲	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇に伴い、し好品の和装は購入が控えめとなっている。売上の減少は催事での販売状況に現れている。
	▲	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・円安の進行で、輸入品の仕入コストが増えた結果、販売価格が上昇し、販売量の減少が顕著となっている。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2か月前に、同業他社が暇になっていると聞いたが、当社も少し遅れて暇になっている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・中国向けの自動車関連部品の減少が予想以上に大きく、年末に向けての受注内示も減少している。
	▲	一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・円安傾向の進行で、企業だけでなく、個人消費にも影響が出ている。
	▲	建設業（経営者）	競争相手の様子	・住宅のコストアップにより、高額注文住宅を販売してきたハウスメーカーが、建売住宅の販売を始めている。現状は、物価の上昇に賃金の上昇が追いついていない。
	▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・現状に対し、効果的な対策が打てていないことに尽きる。
	▲	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	・駅構内の店舗では、7～8月と比べて国内客の消費は明らかに減っている。一方、円安の影響もあり、インバウンド消費は確実に伸びている。外国人による売上は店舗によって異なるが、平均すると客単価は国内客の1.2～1.5倍となっている。
	▲	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	・値上げの問題が落ち着いてきたと感じていたが、10月から来年にかけて、更なる値上げラッシュが続く。それに伴い、取引先に値上げを依頼する作業が必要であり、なかなか数字の改善にはつながらない。
	×	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	・異常なインフレが続くなか、企業の状況は良いが、個人には利益が還元されていない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・海外からの観光客が増え、観光業に活気があふれている。それに伴って求人数が増え、このところは求人単価も上昇している。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で減少となった。運輸・郵便業は前年比で増えているが、年末年始のアルバイト求人や、運転手の人手不足によるバス会社の求人によるものである。一方、減少している主な業種は製造業であり、原材料費やエネルギー価格の上昇による影響が大きい。
	○	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・求人充足数の前年比は、6～8月はマイナスであったが、9月はほぼ横ばいとなった。9月の最終週からプラスに転じ、10月も前年を順調に上回っている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・2024年卒の新卒採用では、前年よりも採用に苦戦する企業が増えており、当社の10月調査でも、7割の企業がまだ採用継続中である。それに伴い、求人広告メディアへの広告掲載が期待される。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・インバウンドの増加が顕著で、百貨店等では中国を除くアジアからの観光客が多く、行楽地では欧米からの観光客が増えている。土産品等の購入で消費が伸びており、活気がみられる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・インバウンドを多く目にするようになって久しい。彼らの購買力が景気の後押しになっている一方、日常生活では景気の改善が全くみられない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・物価が上昇する一方、求人の時給に変化はない。在籍中の派遣社員や正社員の賃金が上がらない限り、求人の時給は上昇が期待できない。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	それ以外	・国宝などの文化財や観光地の多い関西では、円安効果もあり、インバウンドは引き続き好調に増えている。その一方、食料品やガソリンなど、生活に直結する商品やサービスの価格は上昇が収まりそうにない。景気のプラス材料とマイナス材料が相殺し合っている。

□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・関西での新聞広告の推移をみると、3か月前と同様に、前年比で85%程度となっている。大阪・関西万博などの話題が増えているが、特に企業のプロモーション予算に変化はない。
□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・人手不足は深刻であり、建設や運輸、医療・福祉、警備関連だけでなく、様々な業界から応募者が少ないという声が出ている。
□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・エネルギー価格の高騰といった様々な問題はあるが、ここ数か月はそれほど大きな変化はない。
□	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・雇用面でみると、良くも悪くも変化はない。企業の求人需要は引き続き旺盛であり、不安視された海外情勢の影響も、一部の業界を除けば限定的である。
□	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・10月に入っても人手不足感は強いが、求人数は特に増えていないため、景気の変化はみられない。
□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・9月の有効求人数（季節調整値）は、前月比で1.5%の減少となったが、17か月連続で20万人を超えて推移している。また、原数値では前年比で29か月連続の増加となるなど、求人は底堅く推移している。総じて3か月前と状況の大きな変化はない。ただし、事業所からは、原材料価格や燃料費、光熱費、人件費などの上昇に苦慮する声が続く、一部では求人の提出を控えたり、募集人数を絞り込んだりするといった声もある。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・物価の上昇が止まらず、有効な対策も打ち出せていないなか、少しずつ消費マインドが低下している。通販関係の企業からも、広告を打っても反響が悪いという声が増えている。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・求人数が少し減っており、求職者も減少しているため、求職者の希望条件と求人がマッチングしにくい。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・学生の就職活動が落ち着いてきている。企業が採用活動を継続しているという情報が、学生に届いていない可能性がある。
×	*	*	*