

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〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・客は物価の上昇にも慣れてきて、購買の動きも活発になっている。それに伴い、飲食店でも客が増えている。
	◎	百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・11月に入り、気温の低下で防寒商材が徐々に動き始めたが、例年よりもかなり暖かい日が多く、販売の増加にはつながっていない。ただし、前月に続き、雑貨や宝飾品の売上が好調に推移し、大幅に前年を上回る形となっている。特に、海外客の増加に伴い、都心店舗の来客数は前年比で120%以上の日が続いている。円安の影響で高額品の売行きが順調に伸びたほか、国内消費も来客数の増加により、食品関連が前年を上回る結果となっている。
	◎	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・11月は個人客、団体客共に、順調な推移となっている。スタッフの人手不足がなければ、もっと客を取り込めていた。来客数は2019年よりも少ないが、宿泊単価の上昇もあり、売上は2019年の水準にかなり近づいている。
	◎	都市型ホテル（フロント）	単価の動き	・11月は宿泊業のトップシーズンであるほか、インバウンドも中国以外はかつてに近い水準にまで回復している。ライブイベントの開催も重なり、国内客の動きも活発になっている。
	◎	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・当地域は紅葉の季節を迎え、年間で最も忙しい時期となっている。インバウンドの回復もあり、国内外からの客の増加で、客室稼働率も連日ほぼ満室にまで回復した。特に、週末のターミナル駅近辺の飲食店は、ほぼ満席状態となっている。
	○	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・前月に続き、今月の初旬は来客数の出足が良かったが、中旬以降は急激な気温の変化により、徐々に出足が鈍くなった。インフルエンザの流行に加え、新型コロナウイルス感染症もまだ油断できないという情報の影響か、外出を控える動きが少しみられる。今月の初旬と月末で、来客数が大きく変わっている。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	販売量の動き	・カフェや喫茶、飲食店への販売量が増加している。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・コロナ禍の収束により、結婚式を行う客が増え、足袋が売れるようになっている。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・気候が良くなって、人の動きが活発になり、商品の動きも良い状況である。
	○	百貨店（売場主任）	競争相手の様子	・来客数はかつての水準には戻らないが、売上は伸びている。特に、海外高級ブランド品が売れている。
	○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・当店のような郊外店の売上は、25日までで前年比0.5%減、来客数が2.4%減と苦戦しているが、都心店はインバウンド効果もあって絶好調が続いている。化粧品や雑貨、衣料品の売上が順調に推移しており、客の外出機会の増加がうかがえる。今後、消費者による都心への回帰が一巡すれば、郊外店にも波及してくると予想される。
	○	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・今月後半から冷え込みが厳しくなり、冬物商材が少しずつ動き出している。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上が、かなり好調に推移している。特に、海外の高級ブランド品や時計が、円安の影響もあって売上を伸ばしている。免税売上も2019年の水準を大幅に上回る状況である。国内客についても、特定の海外ブランド品に対して、今までにないような需要がみられる。
	○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・海外からの観光客の増加が顕著であり、景気全体としては上向きである一方、国内需要は厳しい状況にある。現状は、個人の消費意欲が喚起されているとはいえない。

○	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・店舗への来客数はかつてに近い水準となり、店舗の周辺地域を訪れるインバウンドも、ほぼ以前のピークに戻ったと感じる。インバウンドの購買動向については、化粧品といった特定商品だけでなく、海外特選ブランドの衣料品など、多くのブランドに広がっている。直近では、特に海外富裕層の来店が目立つ傾向にある。
○	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・インバウンドに加え、大阪・関西万博関連のイベントや秋の行楽シーズンで来街者数が増えており、来客数が前年を大きく上回っている。
○	スーパー（店長）	販売量の動き	・衣料品の販売点数の前年比は105%と、久しぶりに前年の実績を上回った。ただし、在阪球団の優勝記念セールの恩恵が大きく、数字だけをみるとやや上向きではあるが、クリアランスセールの影響を除くと、余り変わらない。
○	スーパー（企画）	単価の動き	・インフレの動きに見合った昇給が実現していることで、食品小売業では商品単価が上昇し、売上の増加につながっている。
○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・様々なイベントが開催され始めたため、販売量は増えている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・通勤客や通学客の来店は、かつての水準に完全に戻っている。インバウンド需要も回復しており、来客数の増加傾向が続いている。
○	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・来客数は横ばいであるが、平均単価が上昇している。ボーナス支給による影響とみられるが、業界によって支給額に差がある。
○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売台数が、かつての水準に戻ってきた雰囲気強い。乗り換える時期が来れば、しっかりと乗り換える動きがみられ、以前のような延期が散見される状況ではない。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・11月に入り、中型から大型の宴会需要が増えている。単価も低い物に比べて、少し高い方が好まれる。少人数での利用者は横ばいであり、個人店の景気が急激に良くなっているとはいえないが、活気は戻りつつある。繁華街では国内の観光客やインバウンド需要も増えており、街全体では回復に向かっている。
○	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊客の動きは堅調であるが、飲食関係、特にレストランのディナー客の回復が遅々として進まない。
○	都市型ホテル（管理担当）	販売量の動き	・前年比で客室稼働率は約16ポイント上がり、客室単価も約1万円上昇しているなど、好調となっている。
○	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・インバウンドの需要増加が続くなか、国内客の需要も安定している。客室稼働率が上昇するとともに、単価も上昇している。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・宿泊数はかつての水準を下回っているが、今年の流れをみても宿泊者数が多く、安定している。レストランはランチの一部がbuffet形式であるが、インフルエンザの流行もあり、感染を気にする客がみられる。一方、まだかつての来客数には戻っていないが、宴会は上向き傾向にある。
○	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・前年は全国旅行支援で良かったため、今年は反動減を懸念していたが、国内旅行、海外旅行共に単価が上昇している。
○	通信会社（社員）	販売量の動き	・総販売数は3か月前よりも落ちているが、代理店別販売シェアをみると、3か月前よりも改善しており、他社には売り勝っている。
○	通信会社（役員）	それ以外	・今年度の下期に入り、通信事業者のキャリアショップ運営方針について、手数料の条件が一部で変更となっている。
○	その他レジャー [スポーツ施設]（業務担当）	来客数の動き	・スポーツの秋が到来したほか、世界大会での日本人選手による好成績、プロ野球の関西ダービーなど、スポーツを楽しむ気運が高まっているため、施設利用者や関連用品の売上の増加が徐々に進んでいる。
○	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・不動産の販売価格や建築価格は高止まりしているが、客の数は微増となっている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・飲食店の売上が前年を上回っている一方、服飾品などの買い回り品の売上は、かつての水準に戻らない状況が続いている。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・全体的に停滞気味であり、投資もできない慎重な景気状況となっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は売上目標を達成する見込みである。前半は気温の影響もあり、冬物商材の販売に苦戦したものの、中旬からは回復している。客は少し価格が高くても、価値のある商品は購入する傾向が強い反面、価格が安くても魅力のない品は購入を控えている。その傾向は、より一層強くなっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・11月前半は気温が高かった影響もあり、インバウンドを除いた国内売上は厳しい状態が続いた。インバウンドについても、月中旬までは動きが少し低調であった。その後、月後半になって気温が低下し、国内売上は復調傾向となったほか、インバウンドも紅葉シーズンの本格化などで、関連売上が回復している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は在阪球団の優勝セールも一段落し、その反動で来客数が少し減少したため、売上も落ち着いた状況にある。一方、急激な気温の変化により、冬物衣料やマフラー、手袋といった洋品雑貨が好調に推移している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月も来客数が堅調で、日用品や食品を中心に前年を上回る推移となっている。ただし、大きな動きの変化はなく、ファッション関連は気温要因で月前半は苦戦し、後半は好調となった。インバウンドはそれほど増えておらず、以前からも元々多くないため、街全体としての魅力づくりが必要となっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・暖冬の影響で重衣料の動きが鈍く、月前半はニットやコート等の売上が前年比で40%減であったが、後半に盛り返したため、前年比では増加傾向が続く見込みである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・インバウンドは引き続き好調に推移しているが、地方圏では売上、来客数共にほぼ前年並みにとどまり、お歳暮商戦も苦戦気味である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・全体的にはインバウンド需要の増加で良くなっているが、消費の鍵となる国内の現金客は、節約志向のためか、前年並みの推移となっている。好調分野は化粧品や特選品であり、買上数量は減少しているが、商品価格や客単価の上昇が続いている。その一方、生鮮3品や和洋酒、紳士服は苦戦しているなど、分野によって明暗が分かれている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・コロナ禍の収束以降、外商客やインバウンドの増加が売上をけん引している。また、最近の気温低下で冬物商材の売行きが堅調であり、売上の増加が続いている。ただし、富裕層を除いた国内客が増えているとはいえ、客との会話からも、相次ぐ値上げのほか、税負担や社会保障負担の増加に対する懸念から、消費に積極的になり切れない雰囲気がある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・全体的に景気は上向いているが、前年は全国旅行支援のクーポン利用で、県外からも多くの客が来店したため、売上や来客数は前年を下回っている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・11月は在阪球団の優勝セールや、気温の低下による追い風があり、売上は大きく伸びた。ただし、売れている商品はセール対象の商品が中心で、商品単価や客単価は低下している。客の買い方をみると、価格優先の傾向が目立ち、定価販売の商品は苦戦している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・物価の上昇に収入の増加が追い付かず、少し良い物を通常の価格で販売しているつもりでも、高いと受け取られている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・商品単価の上昇により、購買頻度や点数が減少する状況に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	お客様の様子	・野菜の価格は少し下がってきたが、まだ高い。他の商品も値上がりしているため、メニューに悩む客が増えている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・直近は大きな変化もなく、安定している。

<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・ブラックフライデーは年末商戦の前しょう戦として定着してきたが、大きな盛り上げには至らず、年末に向けてやや不安が残る。冬物商材も高めの気温の影響で苦戦していたが、ようやく動き始めた。物価の上昇が続くなか、年末年始商戦が盛り上がるかどうか、今後の鍵となる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・値上げによる購入単価の上昇に対し、予想したほどの来客数の減少はなく、売上は前年の水準を上回る状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	販売量の動き	・インフレによる単価の上昇に伴い、販売量は3か月前から前年割れが続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	来客数の動き	・コロナ禍以降、客は一度に多くの買物を行うものの、来店頻度が少ないなど、来店を控える傾向が続いていた。ようやく今夏以降、来客数が増加する店が増えるなど、堅調な売上が続いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数はほぼ横ばいであり、客単価にも変化がないなど、ここ数月は特に変化がみられない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・近隣の24時間営業のスーパーが閉店し、少し来客数が増えたように感じるが、業績への大きな影響はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	お客様の様子	・特に変化はみられず、客の様子や来客数も安定している。夜間の売上が増え始めたことは、1つの変化と考えられる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・物価が上がっているため、客の購買意欲が低下している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	来客数の動き	・近隣に競合店が増えたほか、在阪球団の優勝セールで客足が他業種に流れ、来客数の減少が進んでいる。また、買い控えの動きも目立つ。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・暖冬の影響で暖房器具の動きが鈍く、例年は秋商戦に動く調理家電の売上も、軒並み前年を下回っている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・先行きの不透明感が強まり、様子見の動きが増えている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（支店長）	販売量の動き	・商品の単価は高くなっているが、販売量が芳しくない。年末に向けて、様子見の動きがある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇が続いているため、下がり始めると雰囲気は変わってくる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	お客様の様子	・売上は好調であったが、粗利益は減少している。来客数も前年の水準には届かず、今月は月2回、全商品が8%割引となるクーポンを発行し、ポイントサービスを2倍に増やしても、売上は減少している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	お客様の様子	・資産価値を重視する宝飾品の購入よりも旅行や飲食、娯楽といった、後に残らない物に消費が向かっている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	販売量の動き	・ガソリンの販売量は前年比で横ばいの推移となっている。今の時期は、夏季の需要と年末年始の需要に挟まれ、元々販売量が伸びない時期であるが、週末を中心としたレジャー需要は根強い。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	販売量の動き	・気温の変化に伴い、感冒薬などの医薬品の売上は順調に伸びているが、マスク等の衛生、介護用品は減少傾向が続いている。その一方で、食品等の生活必需品は堅調に推移している。月全体では、来客数、買上点数は3か月前と比べて微減であり、客単価や商品単価は微増となっている。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	販売量の動き	・売上は前年比で104.8%となっている。物価の上昇や実質賃金の減少で、消費意欲は鈍化傾向にあるが、インバウンドによる消費は好調である。
<input type="checkbox"/>	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	・マスクなどの注文が落ち着き、衣類の受注量にも変化がない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・暑くなったり寒くなったりと、気候が安定しないほか、インフルエンザの早期流行による影響で、客足が伸び悩んでいる。

□	一般レストラン (企画)	販売量の動き	・前月までは販売量の増加がみられたが、今月に入り、3か月前と同じ水準に戻っている。2019年比では110%以上の水準が維持できているものの、前月よりも5%程度減っている。
□	その他飲食〔自動販売機(飲料)〕(管理担当)	販売量の動き	・インバウンドの動きは非常に好調であるが、物価の上昇が生活の圧迫につながっており、景気が上向いているとは思えない。
□	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・コロナ禍による影響が3年間続き、ようやく少し解放されたが、景気にはまだ底力がみられない。
□	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・コロナ禍は収束したが、2019年以前のような、忘年会や新年会の予約は少ない。
□	観光型旅館(経営者)	お客様の様子	・間際予約がよく動いており、かつての水準よりも良くなっている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・朝晩は寒くなってきた影響もあり、タクシーの利用が増えている。
□	テーマパーク (職員)	お客様の様子	・景気は消費者の気分が大きく左右される。世の中の雰囲気として、景気が上向くような話題もないため、良くなる要素がない。
□	遊園地(経営者)	来客数の動き	・前年と比較しても、大きく伸びている実感はない。物価の上昇を含めた現状に、客が良い意味でも悪い意味でも、適応している。
□	その他レジャー施設〔イベントホール〕(職員)	販売量の動き	・イベントの開催はかつての状況に戻り、活況となっている。ただし、各イベントでの固定費の上昇や、経費の削減によるイベントの縮小など、かつてとは少し状況が変わったと感じる。
□	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕(企画担当)	販売量の動き	・インバウンドは引き続き好調で、特に韓国からの団体客が多い。一方、中国からのインバウンドにはまだ大きな動きがみられない。
□	美容室(店長)	単価の動き	・新しく販売された商品が、宣伝効果もありよく売れている。結果として客単価は上がっているが、来客数は減っているため、良くも悪くもない状況である。
□	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)	それ以外	・有効な経済対策は見当たらず、賃金の上昇もみられない。
□	その他住宅〔展示場〕(従業員)	単価の動き	・資材価格の高騰に伴う、建築単価の上昇傾向が現在も続いている。
□	その他住宅〔住宅設備〕(営業担当)	販売量の動き	・仕事はあるが、それをこなす作業員の数が足りていない。人材不足が深刻で、あらゆる面でベテランと新人の差が激しく、ベテランに仕事が集中する構図ができている。Z世代といわれる新人層は、並以下の評価とならざるを得ず、戦力としては期待できない。
□	その他住宅〔情報誌〕(編集者)	お客様の様子	・不動産価格の上昇は継続中で、実需層、特に1次取得者向けの販売現場では動きが停滞している。一部の物件では値引き販売も始まっているが、高価格帯の物件は堅調な販売となっている。
▲	一般小売店〔衣服〕(経営者)	来客数の動き	・寒くなり、冬物衣料に目立った動きが出る時期であるはずが、来客数が減っている。消費者からも物価の上昇に関する声が多く、販売単価も伸び悩んでいる。
▲	百貨店(売場マネージャー)	来客数の動き	・来客数は3か月前までは増加が続いていたが、10月以降は鈍化傾向にある。特に、9月から11月前半は残暑等で高めの気温となったため、衣料品を中心とした秋冬商材の動きが悪く、来客数も減少傾向であった。加えて、食品や衣料品などの価格上昇もあり、消費も厳しい状況となった。一方、インバウンドは円安傾向もあり、地方都市でも好調な動きとなっている。
▲	スーパー(企画担当)	競争相手の様子	・ドラッグストアや大型商業施設のほか、関東系の食品スーパーといった競合店の出店ラッシュによる影響を受けており、売上の減少が避けられない状況になっている。

▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比で2～3%減少しているが、インバウンドを含め、来客数は5%ほど増えている。1人当たりの平均単価が4～5%下がっているため、商品の欠品を減らすために努力していく。
▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・気温の低い日が多くなり、温かい物は売れ始めているが、まだ冷たい商品ほどは売れていない。
▲	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・暖冬の影響か、全体的に販売量が少ない。
▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・物価の上昇が続くなか、消費マインドの低下で、必要最低限の物しか買わない傾向がある。ぜいたく品の購買意欲は低く、来客数の減少につながっている。
▲	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・観光などの行楽が好調なこともあり、買換え以外の家電製品の購入は厳しい状況にある。また、物価の上昇で必要最低限の購入に絞られるほか、来客数も前年を割り込んでいる。
▲	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・販売価格が前年よりも上がっているため、売上は増えているが、販売数量は減っているため、消費は冷え込んでいる。
▲	旅行代理店（店長）	来客数の動き	・例年11月は閑散期に当たり、来客数や販売額が落ちるが、今年は特に悪いと感じる。
▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・コロナ禍収束後の旅行需要の勢いはなくなったと感じる。また、海外旅行の販売量はかつての4割程度にとどまる。
▲	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・物価の上昇により、客の旅行用資金が、生活必需品の購入に充てられるといった話を聞く。これまで年末年始は毎年旅行をしていた客も、今年はやめておくといい声や、宿泊数を減らす動きが出ている。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・物価の上昇や、タクシー料金の値上がりで、年末に向けて財布のひもが固くなっている。
▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料費や人件費の増加により、利益が圧迫されている。
▲	通信会社（営業担当）	競争相手の様子	・競合相手が魅力的なキャンペーンを実施したため、そちらに客が流れている。
▲	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	お客様の様子	・インバウンド関連が好調に推移し、衣料品の動きも堅調であるが、度重なる値上げによる買い控えの影響が広がっている。
▲	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・流通在庫が増えつつある。
▲	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・新築分譲マンションの販売価格は上昇が続いているが、都心部では価格の上昇に消費者が付いてきている一方、郊外の物件は一部で売行きが鈍化し始めている。
▲	住宅販売会社（総務担当）	単価の動き	・建築資材価格や人件費の上昇に伴う価格転嫁の影響が、受注面にははっきりと出始めている。
×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・消費者の購買意欲が低調で、最低限の消費で我慢している。
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・11月は前年比で来客数が1～2割減となり、売上も減少している。
×	家電量販店（店員）	お客様の様子	・契約後でも、他社の価格の方が安ければ、キャンセルを求められる。これまで見積りの段階で競合に負けることはあったが、契約後はなかった。契約後のキャンセルを普通に求められる状況は、客だけでなく、競合他社の営業体制による影響も大きい。なりふり構わず契約を確保する体制には疑問がある。
×	住関連専門店（店長）	それ以外	・インボイス制度の導入によって、企業との取引に悪影響が出ている。納税事業者になると諸経費もかさみ、値上げは10%だけでは済まなくなるため、現状は免税事業者のままである。ただし、取引先が負担を避ける傾向は強く、受注までの商談時間が伸びているほか、免税事業者というだけで、最初から門前払いのケースが多発しており、非常に商売がやりにくい環境となっている。
×	通信会社（社員）	販売量の動き	・契約の新規獲得に対し、解約数の増加が止まらず、純増数は大きく減少している。
×	競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は9383円であったが、今月は8461円に低下している。

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、広告売上が前年を上回っている。
	○	食品品製造業（営業担当）	取引先の様子	・インバウンドの増加による効果もあり、今月も外食企業への飲料水の売上が少し増えている。
	○	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・需要期であるため、受注状況はやや良くなっているが、かつての水準には戻っていない。
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・車載用の電装品や、半導体向けを中心に、出荷量が増えている。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・コンベアの修理部品の売上は、国外向け、国内向け共に少し増えている。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末に向けても、交通広告の受注が増えている。
	□	食品品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は少し増えているが、低額品だけが増えており、利益は少ない状態である。物は動いているが、消費者が安価な商品に流れる傾向が続いている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	競争相手の様子	・競合相手が暇なようで、新規取引先への訪問を繰り返している。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇、円安傾向共に、少し落ち着いたものの、度重なる値上げで家計が圧迫されるなか、業種によって明暗が分かれる形となっている。当社はうまく値上げが浸透しており、受注量や販売量も順調に推移するなど、景況感に変化はない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここまでの景況感は良くなく、上向いている感覚はない。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	受注量や販売量の動き	・為替の変動や物価の上昇が進んでいるが、コストの見直しも進み、市場には少し落ち着きが出てきている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・日本の景気は全体として良くないが、半導体業界に限っては期待が持てる。ただし、これまでの半導体分野を振り返ると、始めは良いが、徐々につまづくことが多く、日本の技術力にも不安を感じざるを得ない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・在阪球団の優勝セールもあり、洗濯機や冷蔵庫、エアコンといった大型商材で、前年を上回る荷動きを示している。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上は微増であるが、受注が増えてこない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末にかけて、新規案件の引き合いが落ち着いてきたと感じる。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は横ばいであるが、技能労働者の不足により、工賃が上昇気味である。工期が長い案件は、業種によっては賃金が増えたとする可能性もある。
	□	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3か月前から大きく変わっていない。
	□	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・仕入価格の高騰が著しく、販売価格への転嫁が追い付いていない状態であるため、回復にはまだ時間が掛かる。
	▲	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・地元の取引先への販売が減少しているため、地方の小売店による販売会に参加している。出張経費が増える一方、集客の減少で販売量は減っている。今後もこの傾向は続くと思われる。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注数が減っている。他社に負けているのではなく、取引先による計画の先送りが原因であり、全体的に動きが鈍い。
▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・下半期での自動車関連部品の発注内示が、欧州、中国向けを中心に大幅な下方修正となっており、荷動きが悪化している。	
▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・インフレ傾向が買い控えの動きにつながっている。	
▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・電気製品の売行きがかなり落ち込んでおり、臨時の配送も非常に少ない。経費は上昇しているが、運賃の値上げ交渉は大変困難である。	
▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・配達件数が約30%落ち込んだまま、上向いていない。	

	▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・物価の上昇で先行きの不安感が増し、とてもではないが購買意欲が高まる雰囲気ではない。最近は安売り店に関する報道をよく見掛けるが、消費者は安かろう悪かろうの商品を選ぶようになっている。このような状況では、ますます商売を続けることが難しくなる。
	▲	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	・駅ナカでは、酒類を提供する飲食店が好調に推移する一方、物販店舗はターミナル駅を除いて下降傾向にある。インバウンド効果もターミナル駅以外には及んでおらず、国内消費が冷え込むなか、苦戦を強いられている。
	▲	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	・電話での問合せや見積依頼の動きが良くない。そのため、受注も減少している。
	×	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	・物価上昇の動きが収まらない。
雇用関連	◎	—	—	—
(近畿)	○	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・街に訪日外国人があふれ、観光産業がますます活気付いている。それに伴い、求人数が増加し、求人単価も上昇している。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・円安傾向は続いているものの、インバウンドの増加によって景気は全体的に良くなっている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増加となった。増加率が高かったのは、卸売・小売業、宿泊・飲食サービス業、運輸・郵便業、建設業の順であり、業況は各業種とも回復傾向となっている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・2024年卒の新卒採用において、当社で大学向けに調査を行ったところ、求人数の増加や来校企業の増加を実感する大学が7割近くに上った。実際に声を聞いても、これまで実績のなかった企業も来校しているようで、新卒採用での景況感の好転がみられる。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・医療系の求人を含む雇用環境は、年明けの国家試験の結果を踏まえ、採用や求職活動が始まるが、今年は前倒しの傾向がみられる。コロナ禍の収束に伴い、人手不足が続くそうであるため、採用の増加を期待している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・レジャー産業はオーバーツーリズムといわれるにぎわいであるが、国内消費が伸びる要因が見当たらない。
	□	人材派遣会社（役員）	周辺企業の様子	・インフレは少し落ち着いたようにみえ、ブラックフライデーなどの消費を喚起するイベントは行われているが、消費者の動きは慎重である。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・業界の中間決算の状況を見ても、増収増益の企業は僅かである。減収減益企業による人材派遣の時給相場は上がっていない。
	□	アウトソーシング企業（社員）	雇用形態の様子	・最低賃金が改正されたが、派遣料金が上がることはなく、仕事内容や雇用条件も変わらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	それ以外	・円安が続いており、秋の観光シーズンを迎えた関西の観光地では、外国人観光客が増えている。これに伴い、飲食店やホテル、百貨店などの売上は引き続き堅調に推移している一方、関西には国内で事業を展開する中小製造業も多く、円安による原材料価格や燃料費の上昇に苦しんでいる。業種ごとの好不調が相殺し合う状況は、今後も続くことが予想される。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・関西では在阪球団等の優勝による盛り上がりや、インバウンドの増加といった好材料はあるが、物価の上昇で消費意欲が低下している。それに伴い、関西の地元企業からの新聞広告や、デジタル広告への出稿状況には変化がみられない。
	□	職業安定所（職員）	それ以外	・前月から大きな変化はないが、新規求職者、新規求人共に、減少傾向にある。
	□	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・求人の充足数の前年比は、8月はマイナスであったが、9～10月は堅調な推移となっている。ただし、11月に入ると求職者の動きが鈍くなり、充足数の伸びも鈍化している。

□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比でやや減少しているが、前年の10～11月に、宿泊・飲食業の求人が大幅に増えた影響である。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・求人数は例年どおりであるが、求職者が少ない。他社との競合もあって、派遣の成約につながりにくい状況である。
□	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・求人数の動きは少し鈍くなっているものの、増加傾向は続いている。景気の悪化を示すような、求人の減少要因は見当たらないため、今後も横ばいでの推移が予想される。
□	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・内定辞退者を補完し、計画どおりの採用ができたという企業が増えているが、景気の回復によって求人数が増えているわけではない。
□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・有効求人数の季節調整値は、前月比で0.8%減と2か月連続で減少しているが、18か月連続で20万人を超えており、依然として底堅い推移がみられる。ただし、特に建設業や製造業では、29人以下の企業からの求人が前年比で大きく減っているなど、物価の上昇による影響を受けやすい小規模企業が厳しい状況にある。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・全ての商品が値上げとなるなか、一部の企業は価格転嫁できているが、中小企業は難しい。また、消費者は生活への不安から、消費を減らしている。
×	—	—	—