

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）	・このまま物価の動きが落ち着き、価格が更に上がらなければ、景気は良くなっていく。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・中国からの客が増えると予想され、特に年末年始での来店が大きく伸びそうである。また、ボーナス支給の増加でボーナス商戦も好調な推移となるため、売上の増加が続く。一方、特定のラグジュアリーブランドは外国人の購入が半分以上を占める状況であり、今後も円安の影響が続くとみられる。国内客も海外旅行ではなく、国内での消費を増やすと予想されるなか、中型サイズのスーツケースが国内客に売れ、大型サイズが外国人に売れる現象が発生している。
	◎	百貨店（マネージャー）	・迎春やバレンタイン関連など、大きなイベントのある月は、需要の増加によって好調な推移が予想される。
	◎	高級レストラン（企画）	・中国からのインバウンドの回復や、継続的な単価上昇の動きにより、収益が拡大すると予想される。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	・購入にはつながらなくても、足を止めてくれる客が増えている。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・商品の製造への依頼も増えるなど、良い傾向にあるため、好調が続くことを期待している。
	○	百貨店（売場主任）	・売上が数か月連続で増えているが、まだ来客数は回復途上にある。
	○	百貨店（売場主任）	・ウクライナや中東情勢の変化による、エネルギー価格の上昇といった不確定要素はあるが、それらが安定するとの前提に立てば、当社には円安基調も追い風となるため、インバウンド、国内客共に消費の増加が期待される。
	○	百貨店（サービス担当）	・年末年始にかけて、インバウンドの増加による売上の拡大が期待できるほか、コロナ禍で中止していた食品イベントや催事も開催されるため、今の好調な状況に大きな変化はない。
	○	百貨店（管理担当）	・ブランド品を中心に、インバウンド需要の拡大に期待したい。
	○	百貨店（マネージャー）	・やはり好調な要因は主にインバウンドであり、今後も来客数は横ばいか、増加が続く見込みである。特に、当地区ではインバウンドの増加が目立つが、ホテルなどの宿泊施設の増加による影響も大きい。とりわけラグジュアリーホテルの開業が続いており、今後2～3年は続く予定されるため、中長期的な増加が見込まれる。
	○	百貨店（外商担当）	・インバウンドの来客数、客単価は、順調な改善が続くと予想される。一方、国内客の来店は伸び悩む見込みであるが、特定の若年富裕層による購買意欲は旺盛で、希少性のある高級輸入時計や、海外特選ブランドの婦人用バッグ等への需要は止まらない。
	○	スーパー（企画）	・冬のボーナスの増加や、来春の春闘での昇給が見込まれることで、食品に対する買い控えや節約志向は限定的となりそうである。今回は、コストプッシュインフレであるが、生産性の改善や販売力の向上が実現できた小売業では、好調な業績が続くと予想される。
	○	コンビニ（経営者）	・各商品の値上げはまだ続いている一方、買い控えも特になく、客単価は上昇している。インバウンド需要もまだ伸びているため、今後も来客数の増加が期待できる。
	○	コンビニ（経営者）	・お歳暮の配達や、忘年会も始まるため、年末の売上に期待したい。
	○	衣料品専門店（店員）	・クリランスセール期間中であるほか、会社が幾つかの値上げ商品の価格を元に戻しているため、やや良くなると予想される。
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・寒くなるのが遅かったため、これまで買物をしていなかった客が来店すると予想される。	
○	家電量販店（経営者）	・住宅省エネ2024キャンペーンが先行して始まるため、省エネ型給湯器などのリフォーム商材の販売が期待できる。	
○	乗用車販売店（支店長）	・年内は株価の上昇が続くほか、来年からは新NISAがスタートし、国民の投資活動が活発化するため、お金が動くことと予想される。	
○	高級レストラン（スタッフ）	・12月の予約は早くから埋まっているため、先行きに期待したい。	

○	一般レストラン（店員）	・前年度と比べて年末年始に向けた問合せが多く、予約も入ってきている。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・今後の予約はかつての単価に戻りつつあり、予約率も高水準である。ただし、慢性的な人手不足が続いており、当地域での旅行支援も始まるなか、先行きへの不安は大きい。食堂は和食、中華、洋食の全てで好調であるが、人手不足の影響で、定休日を設けなければ営業できない。
○	都市型ホテル（フロント）	・12月から2月はオフシーズンとなるため、今月ほど見込みは良くないが、それなりの単価での販売が期待できる。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	・来春などの宴会の受注は増えており、ビュッフェを希望する客も増えている。宿泊の予約は不透明な部分が多く、ふたを開ければ分からないが、これまでの流れをみると、上向き傾向の動きがみられる。
○	旅行代理店（店長）	・年度が替われれば、客が動く時期になるため、少し上向くと期待している。
○	旅行代理店（役員）	・コロナ禍の収束により、我慢していた旅行需要が出てくる。3世代での旅行など、家族旅行の幅にとどまらない動きが予想される。
○	タクシー運転手	・例年どおり、年末年始は人の動きが活発になる。時期的に景気の満潮時に当たるため、状況は良くなる。
○	ゴルフ場（支配人）	・予約が減少傾向となる時期であるが、今年は順調な推移が続いており、景気はやや良くなる。
○	競輪場（職員）	・今から2～3か月先の時期は、例年良くなる傾向となるが、今年はそれほど力強さがみられない。
○	その他レジャー [スポーツ施設]（業務担当）	・今後は気候が安定するほか、マラソンや駅伝などのシーズンに入るため、体育施設の利用者や関連用品の売上が増えると予想される。
□	商店街（代表者）	・コロナ禍でライフスタイルが大きく変化した影響か、業種によっては売上が回復していない。
□	一般小売店 [時計]（経営者）	・現在の諸物価の上昇を考えると、財布のひもが緩むことはまずない。現在の世界の悲惨な状況が続く可能性もあり、そのような環境で人の気持ちが明るくなるとは思えない。今のところ、景気が上向き見込みは薄い。
□	一般小売店 [事務用品]（経営者）	・良くなる材料が見当たらない。
□	百貨店（売場主任）	・かつてのライフスタイルに戻りつつあり、外出や旅行、イベント等の増加で、売上の増加が期待できる。一方、所得税等の減税が予定されているが、消費に回るまでには時間が掛かるなど、効果は全く未知数である。
□	百貨店（企画担当）	・最近の売上動向をみていると、大きな変化はないと予想される。
□	百貨店（外商担当）	・インバウンド売上や、高級ブランド品に対する購買意欲は、当面は大きな変化はないと予想される。
□	百貨店（販促担当）	・大きな変化の要素が乏しく、現状の傾向が続くと予想される。先行きは暖冬傾向の予報が懸念材料の1つであるが、物価の上昇は大きなマイナス要因にはなっていない。コロナ禍も既にニュース性が弱まっていることから、懸念材料とはならない。その一方で、プラス材料も見当たらないことから、モチベーション需要を軸に、きめ細かな商品展開が必要となってくる。
□	百貨店（売場マネージャー）	・経済環境は、年末にかけても改善するとは思えない。特に、円安の進行や物価の上昇により、日常的な消費は厳しくなる。また、今年は前年と比べて、地方都市から都心への客の流出傾向がみられるため、年末商戦も厳しいと予想される。
□	百貨店（営業推進担当）	・コロナ禍の収束で、年末年始やバレンタイン商戦といったカレンダー商戦が正常化するため、前年からの増加傾向の継続が予想される。
□	百貨店（販売推進担当）	・物価上昇の影響で買上単価も上がっているが、来客数や買上点数は増えておらず、結果的に前年並みの売上しか上がっていない。
□	百貨店（売場マネージャー）	・クリスマス商戦や初売りなどを迎えるが、今月よりも良くなる材料は見当たらない。どちらかといえば、物価の上昇といった外的リスクも多いなか、景気が上向かないケースも意識しておくべきである。

□	百貨店（宣伝担当）	・気温が下がらず、季節商材が苦戦しているほか、今後も暖冬予想であることから、苦戦が予想される。来客数は好調なため、今よりも悪化することはないが、更に好調となるのは難しい。
□	百貨店（マネージャー）	・インバウンドの消費は好調であるが、国内中間層は消費シーンごとの2極化が進み、平時は節約志向が強まるという傾向は変わらない。全体的には選択的消費による買上数量の減少や、商品単価の上昇による客単価の上昇傾向が続く。
□	百貨店（マネージャー）	・現状からの変化は見通せず、良くなることも悪くなることもない。ただし、インバウンドの増加による混雑の影響から、国内客の来店が減っており、売上の伸び悩みが懸念される。当店も、時間帯によってはインバウンド客で非常に混雑しており、店舗のある地域も人であふれている。市内中心部に向かうバスなどの公共交通機関は、地域の人に乗れないなど、街が混雑し過ぎて来店しにくくなっている。
□	百貨店（商品担当）	・物価や金利等の経済環境に不透明感が増すなか、全体としては今と大きく変わらないと予想される。
□	スーパー（経営者）	・様々な物価の上昇で、消費者の節約志向は高まるばかりであり、景気の回復は望めない。
□	スーパー（店長）	・収入と物価のバランスが改善されなければ、今後も厳しい状況が続く。
□	スーパー（店長）	・物価の高止まりが続くなか、コロナ禍関連の規制解除後はレジャーや外出、帰省などは増加傾向が続いているため、日用品の買い控えは続くと思える。
□	スーパー（店員）	・原油価格が上がれば、商品価格も高いままとなる。天候の変化もどうなるか分からないため、先行きはまだまだ厳しい。
□	スーパー（店員）	・物価は上昇しているが、収入は増えていない。来客数もさほど増えておらず、今の状況がすぐに変わるとは思えない。
□	スーパー（企画担当）	・競合先の動きを含む外部環境に、大きな変化はない。
□	スーパー（経理担当）	・クリスマスから年末年始という消費のビッグイベントの動向に加え、ボーナス支給や賃上げなどの状況により、消費マインドは大きく変化する。これらがプラス材料となれば、来年の消費は明るい見通しとなるが、現段階では不透明感が強い。
□	スーパー（販売促進担当）	・単価の上昇による売上の増加は、今後も継続が見込まれる一方、景況感が上向いているようには感じない。しばらくは現状維持が続くと予想される。
□	スーパー（企画）	・ウクライナ危機やイスラエル問題が長期化しており、燃料費が抑制されるまでにはまだ時間が掛かる。燃料費が下がったとしても、人件費が年々上昇しているため、値下げに踏み切る企業は少なく、景気は大きく変わらないと予想される。
□	スーパー（社員）	・店頭の様子では、価格を重視する節約型の客が増えている一方、味や健康を意識したこだわり型の客も増えている。当社のように、こだわり食品を中心とするスーパーは、来客数の増加が期待できる。
□	コンビニ（店長）	・物価の上昇が続くなか、客は価格を気にしているが、それほど購買の傾向が変わったようには感じない。今後も特段の変化があるとは思えない。
□	コンビニ（店員）	・大きな変化はみられないため、このまま安定した状態が続く。
□	衣料品専門店（店長）	・ここ数か月は好調が続いているが、来客数が減少しつつある。年末から年明けにかけて、何か仕掛けが必要と感じている。
□	家電量販店（店員）	・年末から年始にかけてクリアランスセールは続くが、客離れによる落ち込みを取り戻すには、少し時間が掛かる。
□	家電量販店（企画担当）	・ボーナス商戦と住宅省エネ2024キャンペーンをフル活用し、住宅設備やリフォーム関連の販売増加につなげたいが、集客がポイントになるため、見通しは不透明である。
□	家電量販店（人事担当）	・エネルギー価格や物価上昇の動きはまだ落ち着く様子がないため、客の財布のひもが緩むことはない。
□	乗用車販売店（経営者）	・全体的に節約ムードが広がっている。
□	乗用車販売店（経営者）	・年末のボーナス支給額次第であるが、今のところ客から前向きな言葉は聞かれない。
□	乗用車販売店（経営者）	・新型車の注文は入っているが、メーカーからの納車に時間が掛かり、販売量が増えない。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・当分の間は現状維持が予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石]（経営者）	・物価が安定し、下がり気味とならなければ、状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	・生活用品の値上げが何度も行われており、売上は増えているが、本当の景気回復には程遠い。まずは賃上げを進めてほしい。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・物価の上昇による景気への影響は不透明であり、今後2～3か月先も大きくは変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	・食品等の生活必需品は順調に推移しているが、インバウンドの売上に大きな変動はなく、今後の大幅な増加も期待できない。一方、気温の低下で医薬品の売上は伸びつつあるが、化粧品や化粧品雑貨の動きは大きく鈍化している。2～3か月後も同様の推移が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	・大阪・関西万博の盛り上がりもなく、クリスマスなどのオケージョン需要も弱含みである。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・良くなる要素もないため、今の状態が続く。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・物価上昇の継続により、個人消費の減速が懸念される。特に外食産業は真っ先にその影響を受けやすい。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当）	・給料が増える職種と、そうでない職種の差が開きそうである。生活は厳しくなり、中間層の家庭では生活水準の低下が予想される。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・コロナ禍が完全に収束したわけではないほか、海外情勢の不安定化や円安の進行もあり、経済が上向くとは思えない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総務担当）	・特に高齢の客は、寒くなると夕食時の外食を控える傾向が強まるため、レストランの回復には悪い材料となる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・好調な動きが続くなか、今後は国内需要が一旦落ち着くものの、インバウンドの取り込みによって売上の維持は可能と予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・宿泊はこのまま好調に推移すると予想されるが、物価の上昇といった不安要素も残る状況が続く。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・所得の圧迫に対し、減税策なども焼け石に水という声が多く、抜本的な解決策には程遠い。じわじわと生活への影響が広がっているため、2～3か月先も厳しい状況に変化はない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・給料が増えたという声を聞くこともあり、一時的には忙しくなっているが、今の状況ではタクシーに乗る人と乗らない人に分かれる。また、運転手不足による影響も広がっている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・キャリアの方針転換により、販売総数の強化に拍車がかかると予想される。ただし、法改正によって値引きが厳しくなるため、それが販売にどう影響するかは分からない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	・来客数、販売量共に、大きな増減はないと予想されるが、春商戦に向けては、来客数の増加を見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・世界情勢は現状のまま推移すると予想される。
<input type="checkbox"/>	観光名所（企画担当）	・前年よりも来場者は増加しているが、増加率はほぼ同じ傾向が続いており、それ以上の増加はみられない。しばらくはこの状態が続くと予想している。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・予定されている経済対策の効果には期待が持てない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	・今後もイベントは順調な開催が続くが、輸送コストの上昇や働き方改革などに伴う、物価上昇の影響が出ると予想される。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [複合商業施設]（職員）	・企業業績は好調であるが、景気対策への失望感などから、個人消費の伸びは期待できない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・雪目当てのインバウンドが増える期待はあるが、暖冬の影響も予想されるため、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球はシーズンオフとなるが、12月から2月にはコンサートが27日間開催されるなど、以前と同等の集客を見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [学習塾]（スタッフ）	・景気の悪化による生徒数の減少を心配していたが、維持できている。

□	住宅販売会社（経営者）	・減税などの効果次第で、今の好循環が維持できるかどうかが決まる。
□	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）	・不動産の取引状況に変化はみられない。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・資材価格の高騰に伴う、建築単価の上昇傾向は当面続くと予想される。
□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・低空飛行の横ばいを脱するような材料が見当たらない。首都圏や九州エリアでは、中途採用の面接機会が何度かある一方、関西エリアでは問合せも数えるほどしかない。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・年度末に向けた販売強化が一部で始まり、値引き販売が増加する可能性がある一方、高額物件では売り急ぎがない状況となるなど、需要の2極化が更に進む見込みである。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今後、景気が良くなる要素は全く見当たらない一方、物価が上がっていくことは間違いない。かといって、給料が以前よりも増えているかといえば、消費者の声からも、増加の動きはない。
▲	スーパー（店長）	・物価の上昇や円安傾向が続き、気候も長期予報では暖冬傾向となるため、客の消費は鈍化が進むと予想される。
▲	スーパー（店長）	・当面、単価の上昇に賃金の増加が追い付かないため、消費には消極的になると予想される。
▲	スーパー（企画担当）	・売上の前年比は堅調な推移となっているが、競合店の出店による影響は続いている。
▲	スーパー（開発担当）	・物価の上昇が止まらず、具体的な景気対策も講じられていないため、景気が良くなるとは思えない。
▲	コンビニ（経営者）	・平均単価が落ちているため、フライドチキンやおでん、サラダチキン、総菜といったプラスワン商材の販売を増やし、売上の減少に歯止めを掛ける。
▲	コンビニ（店員）	・来客数が徐々に減っている。最寄り駅の前にコンビニが出店し、新しいスーパーもオープンしたことで、そちらに客足が流れている。同じ国道沿いにオープンしたショッピングモールも好調となるなど、周りに目新しい店が次々に出店している。
▲	コンビニ（店員）	・寒い時期は来客数が減るため、やや悪くなる。
▲	家電量販店（店員）	・物価の上昇やエネルギー価格の高騰で、購買意欲はなかなか上がらないため、景気は回復しない。国民に対する補助金の支給や、減税の実施が急務である。
▲	その他専門店〔食品〕（経営者）	・徐々にインフレの影響が大きくなると予想される。
▲	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円安傾向の継続で、様々なところで物価の上昇が進んでいる。家計が出費を抑えることを最優先に考えれば、宝飾品の購入にはつながらない。
▲	一般レストラン（経営者）	・まだ海外客による日本への観光需要は強く、物販や体験型観光などは更に伸びそうである。飲食店に関しては、コロナ禍で気軽に外食する習慣が薄れ、以前のように利用客が戻るまでにはまだ時間が掛かる。また、仕入価格の上昇が続くなか、販売価格の検討を続けなければならないのは、正直苦しい。
▲	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・日ごとに物価の上昇が顕著となり、いろいろな物価が上がっているため、余計な出費をする人が少なくなっている。
▲	観光型ホテル（経営者）	・12月は、今月ほど好調にはならない。週末は団体客の予約で埋まっているものの、平日はまだ空室が目立つ。
▲	観光型旅館（経営者）	・物価上昇の影響で、附帯売上は伸び悩んでいる。1月からは消費マインドも下がるため、客の動きは落ちると予想している。
▲	都市型ホテル（客室担当）	・紅葉シーズン後の12月には、旅行の府民割が再開されるため、予約は増加しているが、来年1月以降の予約の動きは緩やかとなっている。
▲	旅行代理店（従業員）	・物価の上昇が当たり前のような状況では、消費マインドは更に低下する。
▲	通信会社（経営者）	・円安傾向の継続が予想される。
▲	テーマパーク（職員）	・増税関連の話が続くと、実際に増税していなくても、その印象が心理的にも強くなるため、先行きには期待できない。
▲	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、暑い時期よりも、寒い時期の方が来客数は減少する。
▲	住宅販売会社（経営者）	・価格調整が進む局面であり、販売量も今以上に減ると予想される。

	▲	住宅販売会社（従業員）	・工事費の高騰により、郊外の新築マンションは、土地の仕入れ時の計画よりも販売価格が高くなっている。今後は、販売がより一層鈍化することが予想される。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・物価が上昇するなか、よほどの必要性がなければ新築案件は出てこず、受注の減少につながると感じる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・賃金や年金等が増えないなか、物価だけが上昇している。収入が増えない限り、景気の回復は見込めない。インバウンドの増加効果は限定的で、景気のプラス材料にはならない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・1～2月は寒くなり、冬物商材の販売が中心となるが、天候が良くならなければ売上の増加にはつながらない。天候頼みのところもあるが、一般的には物価が上がっているため、洋服にまではお金が回らない。
	×	家電量販店（店員）	・インターネット販売の定着で、客の契約や解約が簡単になり、買物に対する意識も変わりつつある。販売側の努力だけでは限界があるため、安易な契約や解約ができないよう、客側にもある程度のペナルティが必要と感じる。
	×	住関連専門店（店長）	・予算の厳しい客がほとんどであり、ほぼ全ての商談で予算やコストの打合せに時間が掛かるようになっている。コストや物価はまだ上がるため、悪循環に陥ることが懸念される。
	×	通信会社（社員）	・ブロードバンドの利用に関して、普及率の面でも飽和状態にある。市場では利用料の低下に加えて、他社への乗り換えが慢性化しつつある。地方では景気が下げ止まらないため、値上げなども実現できない。
企業 動向 関連	◎	化学工業（企画担当）	・コロナ禍による落ち込みを脱し、人流の回復が続いているほか、年末年始の食品需要期に入るため、先行きは良くなる。
(近畿)	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・取りあえず先行きには期待したいが、大きく悪化する懸念もある。
	◎	広告代理店（営業担当）	・今年に入り、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（従業員）	・家庭用商品の受注は値上げの影響で減るものの、業務用商品は少し上向いている。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・この先のイベントやキャンペーンの企画に対し、引き続き問合せも入っているため、受注量は微増で推移する。
	○	化学工業（管理担当）	・住宅設備や、車載用の電装品関連の発注内示が増えている。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	・コンベアの修理部品の受注が、国外向け、国内向け共に増えている。
	○	輸送業（営業担当）	・商品の値引きキャンペーンが始まるため、荷動きの増加に期待している。
	○	通信業（管理担当）	・景気は低調であるが、年末商戦が始まるほか、野菜価格が低下するとの予想に立てば、景気は若干良くなる。
	○	金融業（営業担当）	・販売価格への転嫁ができれば、改善の兆しも出てくる。
	□	食料品製造業（営業担当）	・引き続きインバウンド効果は続くが、売上はやや平行線となる予想であり、大きな変化はない。
	□	繊維工業（総務担当）	・メーカーが販売現場に出向く動きは日常化しているが、対応できる客の数も限られることから、販売数量の増加は困難である。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・状況の変化する要素が見当たらない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・生産調整は落ち着き、緩やかな生産の増加に移行しつつある。納期はかなり先であるが、受注も戻りつつある。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・物価の上昇への懸念は残るが、大手企業の春闘では大幅なベースアップが期待されるなど、賃金の上昇も期待できるため、景気は大きく変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・しばらく業況は良くならない。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・今後の為替や物価変動の度合いにもよるが、市場に落ち着きが出てくる。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・円安傾向は変わらず、年明けには電力大手5社による電気料金の値上げも予定されているため、まだ先行き不透明な状況が続く。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・大型案件が出てきたが、納期はかなり先である。受注残をみる限り、直近は良くならない。
	□	建設業（経営者）	・年度末にかけて期待したいが、現状は良くなる要素が見当たらない。

	<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・大阪・関西万博のパピリオン等の着工遅れにより、監理技術者や技能労務者不足に拍車がかかり、人材の確保が厳しい状況になる。万博の建設費上乗せが承認されれば、技能労務者の工賃や建設資材価格が一時的に上昇する可能性もある。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（商品管理担当）	・例年12月から2月は売上が低迷するため、今年も更に悪くなる。
	<input type="checkbox"/>	金融業（副支店長）	・今後の受注も、大きく増える見込みはない。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（営業担当）	・年度内は、広告需要が比較的好調に推移する見込みである。
	<input type="checkbox"/>	司法書士	・年末年始には消費が少し伸びるが、海外での紛争などの先行きは不透明である。物価の上昇も続くなか、余り良くない状況が2～3か月後も続く。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今月は少し忙しかったが、一時的な変化であり、長続きしない。
	<input type="checkbox"/>	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・設備投資の動きを含めて、引き合いが少ないため、先行きは不安材料ばかりである。
	<input checked="" type="checkbox"/>	繊維工業（総務担当）	・円安に伴い、海外からの仕入コストが高止まりとなり、利益率の低下が続いている。国内での生産品についても、原料価格の高騰で利益が十分に確保できない状況が続いている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・在庫調整による影響で、期末にかけて荷動きが悪くなる傾向となる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、初めての年末年始を迎える。旅行やレジャーへの出費が増えるため、耐久消費財の購入はその後になると予想される。
	<input checked="" type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・物価の上昇に、賃上げの動きが追い付いていない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・物価の上昇による影響は確実に始まっている。年末のイベント消費は盛り上がるものの、その反動で財布のひもは固くなる。
	<input type="checkbox"/>	化学工業（経営者）	・インバウンド消費の動きは順調であるが、消費全体では買い控えが出始めている。さらに、これまで景気をけん引してきた輸出関連が悪化している。取引先からの情報によると、海外の金利上昇を背景に、設備投資意欲が急激に減速しており、年明けからは大幅に落ち込むことが予想されている。
	<input type="checkbox"/>	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・円安やインフレという環境は、靴業界にとっては最悪である。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・取引先では売上がかなり落ち込んでいるため、来年は専属の配送車両を少し減らす話が出てきている。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（営業担当）	・人手不足で職場環境が悪化するなか、更に職場から人が去っている。
	<input type="checkbox"/>	金融業〔投資運用業〕（代表）	・消費者が買物などに臆病になっており、悪循環に陥ることが懸念される。
	<input type="checkbox"/>	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今のところは経済対策が機能していない。
雇用 関連 (近畿)	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（管理担当）	・年度末となるため、やや良くなる。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（管理担当）	・しばらくの間は上昇傾向が続くが、不安要素があることも否めない。ウクライナやイスラエル問題のほか、中国での肺炎の流行が今後どうなるのか、予断が許されない。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（支店長）	・年度末に向けて、駆け込み需要が増えると予想される。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（営業担当）	・企業の利益次第で、人件費が左右されると予想される。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（営業担当）	・まだしばらくは、2024年卒採用の追加募集が見込まれそうである。ただし、次年度の準備も年々早まっているため、年内に決着をつける企業が多いと予想される。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（営業担当）	・周辺企業の様子から、やや良くなると予想される。
	<input type="checkbox"/>	学校〔大学〕（就職担当）	・当地域の人出も、医薬品店はそうでもないが、繁華街はインバウンドを含めて活況である。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（営業担当）	・マスメディアの報道にも、景気が上向くような情報は見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（役員）	・ウクライナ情勢に加え、中東情勢が悪化し、中国経済の悪化リスクも顕在化している。さらに、日本の経済対策の状況から考えれば、今後はますます予断を許さない状況といえる。世界情勢の変化次第では、一気に景気が悪くなる可能性もある。

<input type="checkbox"/>	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・インバウンドが頭打ちになりつつあるなか、それ以外の上向き材料が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	新聞社 [求人広告] (担当者)	・関西企業からの新聞広告や、デジタル広告への出稿見込みをみても、前年とほぼ同じで変化はない。
<input type="checkbox"/>	新聞社 [求人広告] (管理担当)	・食料品等の消費財への価格転嫁が進む一方、やや円高傾向が進んでいることから、年が明けるとインフレも若干落ち着く。新NISA制度も始まり、多少は国内経済が活性化すると予想される。ただし、海外では各地での紛争やインフレに加え、最大の貿易相手である中国経済の不安定化も続いており、これらの状況次第では今後の景気は大きく変化しそうである。
<input type="checkbox"/>	職業安定所 (職員)	・好材料、悪材料共に見当たらないため、今の状態が続く。
<input type="checkbox"/>	職業安定所 (職員)	・新規求職者数は前年比で減少となり、特に若年層の減少が続いている。その一方、50歳以上は増加しており、就職意欲が強いほか、職業安定所に対する期待も高い。
<input type="checkbox"/>	職業安定所 (職員)	・人手不足に対応するために、工場内や現場の環境を整えたり、年収の壁の範囲で働きたい人のために、勤務時間や勤務日数の相談に応じたりする事業所が多い。
<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関 (職員)	・建設業では、年末に向けて仕事が増える時期となるが、求人企業からそのような話は出てこない。原材料費の上昇による工事の発注控えや、人手不足による受注控えの影響が続いている。
<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関 (営業担当)	・時期的にも求人数は横ばいとなるため、状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関 (支社長)	・今年度に入っても、大きなトレンドの変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	学校 [大学] (就職担当)	・企業の来春に向けた採用活動が一段落し、採用担当者との話題も来年度の採用計画などに切り替わってきた。ただし、複数の企業で事業拡大の動きはあるが、求人数の増加の話は聞こえてこない。
<input type="checkbox"/>	その他雇用の動向を把握できる者	・新規求人数の季節調整値は、前月比で2か月連続減少となったものの、減少幅は縮小している。また、業種を問わず人手不足の声が出ている一方、製造業を中心に、原材料価格や燃料費、人件費等の高騰のほか、受注の減少による利益の圧迫が進んでいる。こうした状況から、求人数は横ばいで推移すると予想される。
<input checked="" type="checkbox"/>	職業安定所 (職員)	・求人数は前年を上回るなど、企業の人手不足感は更に高まっている。その一方、求職者の動きは鈍く、応募数、採用数が上向き材料はない。
<input checked="" type="checkbox"/>	—	—