

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)	◎	百貨店（服飾品担当）	・インバウンドの乗客数にはまだ伸び代があり、年末年始の商戦でも大きな貢献が期待できるため、高額品を中心に売上が拡大すると予想される。一方、国内消費はプロ野球の日本シリーズなどの結果にも左右されるが、生活シーンの充実を提案した売場が好調なことから、引き続き成長することが期待される。
	◎	百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、クリスマスのパーティー需要や、年末年始に向けた土産需要、大人数でのごちそう需要などの回復が見込まれる。
	◎	高級レストラン（企画）	・個人客や企業による会食需要が回復してきたほか、今後は中国人客の更なる増加が見込まれる。
	◎	タクシー運転手	・現状が底であり、年末にかけて緩やかに上向くが、例年ほどの動きは期待できない。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・紅葉シーズンに入り、インバウンド需要の増加が見込まれるが、卸売については不透明である。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・年末商戦に向けて、注文が徐々に入り始めている。前年の年末よりも、商品の販売が増えることを期待している。
	○	百貨店（企画担当）	・回復が遅れている、中国からの団体旅行客の増加が期待される。
	○	百貨店（サービス担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、初の年末商戦に向けた企画により、来客数が増加する。さらに、プロ野球の在阪球団応援セール継続による、売上の拡大にも期待している。
	○	百貨店（管理担当）	・コロナ禍も比較的落ち着いており、以前のような年末商戦の盛り上がりを目指したい。円安傾向もプラスとなり、インバウンド需要も好調が見込まれる。
	○	百貨店（外商担当）	・価格の上昇にもかかわらず、高額品、特に海外特選ブランドの衣料品などの需要は好調に推移している。
	○	百貨店（マネージャー）	・インバウンドの順調な増加が続いている。さらに、国内の観光客を中心とした来街者も増えているなど、インバウンド以外も好調である。この状況は当分続くことが予想される。
	○	百貨店（外商担当）	・インバウンドは中国からの増加が見込まれるだけでなく、東南アジアや欧米からも増加が予想されるため、売上は更に上振れる。
	○	百貨店（マネージャー）	・小売については全体的にはインバウンド需要が大きな下支えとなるのは間違いない。一方で、国内客の動向も、クリスマスやおせちといった、季節商材やハレの日商材は好調に推移するとみられる。全体的には、物価の上昇による消費分野の2極化と、消費シーンの2極化がより顕著となる。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・来街者の増加が見込まれる一方、コロナ禍の収束に伴い、消費先が海外に向かう可能性もあるが、全体的な景況感は上向くことが予想される。
	○	スーパー（店員）	・気候がようやく秋めいてきたほか、価格も少しずつ下がりそうなので、今後には期待が持てる。
	○	スーパー（企画担当）	・おせちやクリスマスケーキといった、年末年始の予約の動きが良い。コロナ禍も収束し、かつてのような年末商戦の活気が戻る気配はあるが、少し気になるのが、暖冬の子予想である。鍋物関連などの季節商材の伸びが鈍化傾向となるおそれがあり、先行きが懸念される。
	○	スーパー（社員）	・前月以降、来店回数の増加が始まっている。賃金の上昇や株価の上昇により、積極的な消費動向が定着してきたと感じる。
	○	コンビニ（経営者）	・外国人観光客数はまだ増えると予想されるほか、多くの商品の値上げもまだ続くため、来客数、客単価共に上向くことが期待される。
	○	コンビニ（店員）	・年末年始の休暇もあるため、旅行者による来店が増える。
	○	衣料品専門店（店長）	・過去の固定客が4年ぶりに購入する動きが増えており、コロナ禍の影響が落ち着いてきたことを実感している。また、外国人客も増えており、先行きの来客数の増加が期待できる。
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・これまで落ち込んだ分の戻りが出てくる。	
○	乗用車販売店（支店長）	・所得税減税の効果が、消費者の間に少し出てくる。	

○	高級レストラン（スタッフ）	・年末シーズンに入るため、今よりも良くなると期待しているが、インフルエンザの流行状況に左右される。
○	一般レストラン（店主）	・コロナ禍の意識もやや薄れ、地元のイベントやインバウンドの動きも出てくると予想される。
○	その他飲食 [ファーストフード]（店員）	・コロナ禍が少し落ち着いてきたことで、旅行が増えたり、遠くに買物へ出掛けたりする人が増えている。当店でも、来客数は通常の水準に戻ってきている。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・12月から再開予定の全国旅行支援への問合せがきている。ホテルはまだ人手不足が解消しておらず、今後は人手の確保が必要となる。海外からの団体客は定期的に需要があり、修学旅行も受注できているため、後は高単価の個人客がどの程度伸びるかである。
○	都市型ホテル（管理担当）	・原子力発電所の処理水問題で、インバウンドの回復が停滞していると感じるが、個人客の動きは安定しているため、今後の需要に期待できる。
○	都市型ホテル（客室担当）	・6月末で終了した全国旅行支援が12月に再開される。販売開始は11月中旬であるが、既に問合せが入っている。予約を開始すれば、販売件数が大幅に増えると予想している。
○	通信会社（社員）	・通信キャリアの戦略が、他社からの乗換えよりも総販売数の増加にシフトしたため、乗換えのための費用投入が抑えられる。
○	ゴルフ場（支配人）	・現状の予約の推移をみると、想定よりも動きが速いため、景気は良くなりつつある。
○	競輪場（職員）	・年末年始となるため、業種柄、運任せの部分が出てくる。今月よりも客単価が上がると予想されるが、物価の上昇や円安の動きが続いているため、小幅の上昇にとどまる。
○	競艇場（職員）	・全国発売のSG競走やG1競走の売上は、インターネット投票が依然として好調であるが、前年や前々年ほどの勢いはない。ただし、年末に向かって数多くのビッグレースが控えており、売上の増加が見込めるため、やや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）	・引き続きインバウンドは増加傾向にあり、国内の観光客も紅葉シーズンで増えることを期待している。
○	住宅販売会社（総務担当）	・販売額の上昇に加え、引き合い件数も増加傾向にある。
□	商店街（代表者）	・コロナ禍後の傾向としては、買い回り品の売上が回復していない。
□	一般小売店 [野菜]（店長）	・物価の上昇による影響が徐々に広がっている。このまま落ち着くかどうかにより、3か月後の状況が変わってくる。
□	一般小売店 [呉服]（店員）	・当店の商品は高価であるため、どんどん売れることはないが、卒業式や入学式に着たいという客が増えている。
□	百貨店（売場主任）	・ライフスタイルが元に戻りつつある点は良いとしても、物価の上昇や中国経済の悪化によるインバウンド需要の鈍化といった悪条件もある。中間層の客は財布のひもが固くなっており、一気に景気が良くなる状況とは言い難い。
□	百貨店（企画担当）	・節約志向が高まっているせいか、食品も客単価が少し下がっている。
□	百貨店（販促担当）	・気候の変化や経済対策、コロナ禍の動向を踏まえても、状況に大きな変化はない。物価上昇への対策には期待できないものの、一定の慣れが出ることで、余り悲観的に捉える必要もない。年末年始には、単純に楽しさを訴求することが、消費の喚起につながると予想される。
□	百貨店（販売推進担当）	・食料品の売行き伸びが鈍化し、来店客の購買率が下がり始めているため、先行きが懸念される。
□	百貨店（営業推進担当）	・円安の継続で、インバウンドによる特選高級ブランドの購入増が続くと予想される。さらに、年末年始のにぎわいがかつての水準に戻ると予想され、来客数も2けた増が続く見込みである。
□	百貨店（売場マネージャー）	・円安の進行や物価の上昇により、商品の値上げはまだ続きそうである。特に地方都市は厳しく、都心への客の流出が目立つ。その一方、当店では外商客やインバウンドの動きが、かつての水準を上回っている。
□	百貨店（マネージャー）	・円安等の影響でインバウンドの増加が続くと予想されるが、国内客、特にライトユーザーの消費が活発になる材料は見当たらないため、インバウンドの動向に左右される状況が続く。

<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・不安定な状況が続くため、先の見通しが立たない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・年末が近づき、出費が気になる時期になるため、状況は更に厳しくなる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・2～3か月では給料も上がらないため、状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・インフレの動きや、厳しい競合の状況に大きな変化はないと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・クリスマスから年末商戦、正月と、最も消費が活発化する時期を迎える。食料品の値上げやガソリン価格の上昇による影響は大きいですが、ボーナス増加への期待もあり、消費が一気に盛り上がる可能性もある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・しばらくは現状の動きが続くと予想している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・今後2～3か月では、所得税減税などは実施できないため、現状維持か、更なるインフレによる若干の悪化が見込まれる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・インフレの影響を吸収するだけの個人所得の増加が進んでいる。食品以外では節約志向が強まる可能性はあるが、コロナ禍で大きく伸びた中食需要は足元も伸びているなど、食品はしばらく堅調に推移する。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・冬になれば、例年は売上が5%ほど減るが、今年は暖冬の影響で外出が増えるため、落ち込みが少なくなる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・先行きにはまだ不安な要素が多いため、現状維持の状態が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・客の様子は変わっておらず、今後も余り変化はないと予想される。年末に向けて人が動き出すなか、価格の上昇による影響がコンビニ離れにつながらないことを願っている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・このままの状況が続き、安定的な売上が見込まれる。特にインバウンドの増加による効果が、顕著に出始めている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・物価の上昇で客の購買意欲は減少する一方であり、景気の回復は厳しい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・大型ホームセンターが近くにオープンした影響で、客が減っていたが、再び増えつつある。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店員）	・気温の変化に左右されるが、物価の上昇で購買意欲を抑える客が出てくる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・年末商戦に向けて、暖房機器を中心にチラシを投入し始めているが、まだ昼間は暖かいこともあり、集客や売上の増加につながっていない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（人事担当）	・今後も物価の上昇が続く可能性が高く、最低限必要な物以外は、購入を控えると予想される。また、今年は暖冬の予報もあり、暖房器具などの売上が見込めない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・個人消費は厳しい状況になる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・景気に大きな変化はなく、今後の方向性も見通せないが、今が底である可能性はある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・現状は良くなる材料がなく、景気回復にはまだ時間が掛かりそうである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・大きな改善策がない限り、横ばいの推移が予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石]（経営者）	・今後も物価の上昇はすぐに止まらず、イスラエル問題による石油やガソリン価格の高騰が始まれば、更に状況は悪くなる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	・食品などの生活必需品は順調な売行きであるが、インバウンド関連の売上は前月、前々月と比較しても大きな変化はない。季節商材の売上に変化はみられるものの、大幅な増加は期待できない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・購入客だけでなく小売店側も高齢化が進んでいる。後継者の確保は難しいほか、若い世代の新規客の獲得も難しくなっている。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	・アフターコロナの雰囲気落ち着くほか、気候変動の影響で売上の伸びは鈍化する。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・購入をちゅうちょする人と、高額品を購入する人の2極化が進んでいる。

<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・仕入価格の値上げが続いているほか、例年のない気候となり、時期的には減るはずの光熱費が思ったほど減っていない。当店もそろそろ値上げを視野に入れざるを得なくなるなど、先の見えない経営の圧迫が続いている。一方、今後はコロナ禍が収束後、初めての忘年会シーズンに入るため、どのような動きになるのかは手探りである。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・まだ物価が上がっており、客からも家計が苦しいという声が多い。外食の回数が全体的に減少するなか、今後はインボイス登録店との差が出そうである。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・直近の景気は良いと感じるが、物価の上昇傾向に変化はみられない。また、円安傾向も続いており、このまま景気が良くなるとは考えにくい。景気対策も進んでいないため、先行きには期待できない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・消費者は出費の増加で、物価の上昇をかなり強く感じている。その一方、コロナ禍による行動規制が無くなり、買物が容易な環境になっている。現状は、物価上昇の影響よりも、購入欲求の方が勝っている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・11～12月も団体客の動きは好調である。予約制限を行いながら、いかに高単価の予約を取れるかがポイントとなる。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・忘年会や新年会の予約が、かつてに比べるとまだ少ない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・変動する要素は乏しく、現状のまま推移することが予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総務担当）	・猛暑も終わり、順調に回復が進むと予想されるものの、インフルエンザの流行や物価の上昇により、飲食部門の利用客の回復には期待しにくい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・物価の上昇が続いており、特に光熱費が相変わらず上がり続けている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・インバウンドは好調を維持するものの、中国からの旅行者がかつての動きに戻るには、しばらく時間が掛かりそうである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	・来年の海外旅行への問合せが少し増えてきたが、3月以降の旅行への問合せが多い。3月までの学生旅行の問合せや、受注がまだ少ない状況である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（役員）	・全国旅行支援が終了したほか、1～3月はシーズンオフでもあるため、これまでの反動で横ばいとなる。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・旅行などの人の動きが活発になっているが、日常的な利用は伸びないと予想される。タクシーに関しては、観光地でない限り、今の状態が続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	・通信キャリアによる運営方針が変更されなければ、キャリアショップの収益改善は難しい。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・今後も現状の動きが続く。
<input type="checkbox"/>	観光名所（企画担当）	・ここ数か月は同じような状況が続いている。これからインバウンドが増えれば、今以上に来客数は増加するものの、全体的には現状の動きが続くと予想している。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・物価上昇への対策が検討されているが、効果は不透明である。来年度、賃上げなどの動きが更に広がるか否かに左右される。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・イベントの開催状況は順調であるが、収益が拡大しているとは言えない。イベントでの人手不足や、働き方改革の影響といった課題に関する声が増えている。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・基調としては堅調であるが、ガソリンや食料品価格などの上昇が重しとなる。ウクライナ危機に加えて、イスラエルでも紛争が勃発するなど、世界情勢の更なる不安定化で、消費マインドは悪化に向かう。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・今年も10月はクライマックスシリーズや日本シリーズが開催され、多くの来場がみられた。11月以降も社会人野球やコンサートが中心になるが、前年と同等の来場者を見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・資材価格や人件費の上昇による販売価格の値上げは、当面続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・新築マンション価格の高騰が続くなか、戸建て住宅や中古住宅の価格も上昇が顕在化しているため、引き続き販売量の減少が懸念される。

▲	一般小売店 [時計] (経営者)	・客との会話では、スーパーの買物で2000円ぐらいとを考えていたら、レジで3000円と分かって驚いたといった話が多い。多くの人が大なり小なり同じような経験をしており、毎日節約を考えている。生活必需品と比べて、時計などの購入は後回しにされるため、安定して景気が良くなるとは思えない。
▲	一般小売店 [花] (経営者)	・コロナ禍の影響に続いて、円安傾向が進んだことで、経費の上昇が止まらない。その一方、販売価格が上げられないなど、マイナス材料が一向に無くならない。
▲	百貨店 (売場主任)	・当店の状況だけを考えると、周辺環境が落ち着けば客足は戻ってくるものの、あらゆる商品が値上げとなるなか、やはり買い控えの懸念は残る。特に中東情勢の不安定化で、原油価格の上昇が更に進むことになれば、財布のひもが固くなることが予想される。
▲	百貨店 (店長)	・暖冬のほか、イスラエル問題による社会情勢の不安定化、消費マインドの冷え込み等が売上の減少要因であるが、百貨店の大手取引先が都心に集中していることも、郊外店舗の弱体化につながっている。都心の店舗が高級化するなか、以前は取引のあった中小の催事業者などが、郊外への売場の移転を求めてきたり、あるいは廃業したりと、店舗を維持するのも困難な状況である。
▲	百貨店 (宣伝担当)	・円安に伴う値上げの動きが秋以降も続いており、国内客の買い控えや生活防衛の動きが進む。さらに、原子力発電所の処理水問題で、中国からの訪日客数が予想を大きく下回っており、秋の行楽シーズンやクリスマス商戦に対するマイナス材料となっている。
▲	スーパー (店長)	・食料品の厳しい販売状況が続くなか、前年の実績から大きく増えるとは思えず、前年実績の維持も困難と予想される。また、前年とは違って暖冬傾向のため、衣料品の販売には期待できず、前年実績の確保も非常に厳しい。
▲	スーパー (店長)	・円安の進行や、原料価格の上昇などで食品を中心に価格が上ががり、客の買物動向が慎重になっている。それに伴い、消費が悪化すると予想される。
▲	スーパー (開発担当)	・物価の上昇が止まらず、賃金も上がらないため、景気が良くなる可能性は低い。景気対策にも具体的な動きが見られず、不安が募るばかりである。
▲	コンビニ (経営者)	・賃金上昇の動きと、実際の物価や燃料費、光熱費といった支出の増加とのバランスが不安定であるため、先行きの見通しは厳しい。
▲	家電量販店 (店員)	・本来は年末に向けて来客数が増える時期であるが、今年はそうもいかない。物価が上昇すれば節約志向が強まり、少しでも貯蓄を増やそうとする傾向となる。必要な物以外は動きが鈍くなるため、早期の減税策が望まれる。
▲	家電量販店 (店員)	・競合店が増え、来客数の分散が進むことで、インターネット販売にも影響が出る。
▲	乗用車販売店 (販売担当)	・販売台数がここ数か月は高止まりしている一方、納車待ちの客対応などに時間を多く費やしている。また、受注台数にも陰りがみられる。
▲	その他専門店 [ドラッグストア] (店員)	・生活に必要な商品は売れているが、値上げと賃上げ動向のあい離れを感じるため、生活をより良くするために訴求した商品にまでは、消費者の手が届かない。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	・今後は物価の上昇や金利の上昇による影響が徐々に出てくるため、景気はやや悪くなる。
▲	一般レストラン (店員)	・コロナ禍が収まったことで、年末年始に家族が集まる機会が増える。
▲	観光型旅館 (経営者)	・このままコストや物価の上昇が続けば、徐々に状況は悪化し、低価格志向が強まると予想される。
▲	旅行代理店 (支店長)	・大きなイベントもなく、値上げラッシュの実感が徐々に広がっているなか、年末年始の旅行、特に海外旅行の出足が鈍くなっている。
▲	通信会社 (経営者)	・燃料価格や原材料価格の高騰で、仕入コストが増えている。
▲	テーマパーク (職員)	・物価が上がり続けている一方、賃金が上昇しているわけではない。
▲	その他レジャー [スポーツ施設] (業務担当)	・物価の上昇による所得格差の拡大を実感している。

	▲	美容室（店員）	・来店周期が少し延びている。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・今のところは新規の入会が見込めない。最近は休みがちな生徒が増えており、退会につながるおそれがある。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・必然的に地価は下落傾向が進むと予想される。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・建築関係の価格転嫁がなかなか追いつかない。
	▲	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）	・今後もインフレが進む可能性はあるが、賃金の増加は余り見込めないほか、景気対策も消費者には響かない。
	▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・物価が上昇する一方、給与は現状維持というアンバランスな状況が、いつまで続くのかが気掛かりである。あらゆる買物や外食に、従来の1.2倍から1.5倍の費用が掛かっている。所得減税の話も期限付きであり、来年以降、これでは好景気を実感することは難しい。
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価上昇の影響で、まず予算が回るのは生活必需品になると予想される。生活にどうしても必要ではない衣料品は、消費者の年齢層が上がるにつれて、購入されにくいと感じる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・団塊の世代の購買力が極端に下がっている。日々の生活で精一杯の状態であり、物価の上昇による先行き不安が、消費マインドを下げている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・食料品などの日々の生活費が増えるため、今後3か月間で回復することはない。
	×	家電量販店（店員）	・リフォーム関連商品については、前年度に補助金対応の先取り需要があった分、今年度はその反動が避けられない。商品の買換えは一定の動きが見込まれるが、家計のバランスが崩れている影響か、修理についても一旦検討する動きが増えている。
	×	住関連専門店（店長）	・コストプッシュ型のインフレが止まらないなか、何かと出費が増える年末年始の時期を迎えるため、生活必需品ではない当店の商品は、購入が見送られやすくなる。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価の上昇による悪影響が広がる。
	×	通信会社（社員）	・景気の回復が見込めないなか、他の商品が値上がりする一方、通信サービスの料金は据置きで頑張っている。ただし、家計全体の購買力が低下しているため、固定費の見直しを行うケースが更に増えると予想される。
	×	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、毎年暑い時期よりも、寒い時期の方が来客数は減少する。
企業動向関連	◎	—	—
(近畿)	○	食料品製造業（営業担当）	・日中の気温が高い日が続く予報であるほか、今後もインバウンド効果が続くため、売上も少し良くなる。
	○	化学工業（経営者）	・保育関連の出荷は低調であるが、インバウンド関連の受注が増えており、トータルではやや期待できる。
	○	金属製品製造業（営業担当）	・自動車関連の生産増加に加え、建築関連も年度末に向けて需要期に入り、売上の増加が見込まれる。ただし、取引先の大手企業に対する価格転嫁が依然難航しており、採算面は厳しい状況が続いている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体製造装置部門には活気があり、直近も期待どおりの推移となっている。
	○	建設業（経営者）	・年末や年度末に向けて、案件は増えてくると予想している。ただし、協力企業をいかに確保するかが課題であり、社内の人材の補強も急務である。
	○	輸送業（経営者）	・インボイス制度の導入に伴い、大手企業が個人業者の大幅な切捨てを行う見込みであり、こちらに仕事が回ってくると予想される。
	○	輸送業（営業担当）	・大手の取引先が少しだけ運賃を値上げしたため、適正な利益の荷物が増えてきている。
	○	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動きが続いている。
	○	広告代理店（営業担当）	・年末までは好調な動きが続く見通しである。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・消費動向は堅調であるため、今後は徐々に上向くと予想される。
	□	繊維工業（総務担当）	・円安の進行による、仕入コストの上昇傾向が変わることは期待できない。

□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・回復する材料が全く見当たらない。
□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・年末年始にかけてイベントが増えると予想され、引き続き受注量の増加が期待できる。
□	化学工業（企画担当）	・食品原料の値上げも浸透し、収益構造が正常化している。年末年始に向けて、この傾向に変化はないと予想される。
□	化学工業（管理担当）	・前年と比べて、増産を計画している取引先が多い。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・新規取引先を獲得して売上の維持を図っているが、市場が拡大していない状況では、ゼロサムゲームのようである。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・景気は回復傾向にあるが、今までの経済循環とは何か変化しており、今後の回復はかなり緩やかになりそうである。
□	電気機械器具製造業（経理担当）	・現状が維持できれば、当面は良好と判断せざるを得ない。人件費のほか、コピー用紙まで値上がりしているため、利益の状況については不透明である。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・円安の継続や不安定な世界情勢により、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）	・受注が伸びず、納期の先送りでも売上も減少している。
□	輸送用機械器具製造業（役員）	・見積書が出ている案件の完了時期が、来年度末以降となっている。
□	建設業（経営者）	・大阪・関西万博の工期遅れにより、国家プロジェクトとして技能労働者がかき集められることになれば、工賃上昇や建設資材価格の高騰につながるおそれがある。
□	輸送業（商品管理担当）	・酒屋では例年8月は忙しくなるはずが、今年は暇であった。今後は寒くなるため、売上は更に減る。
□	金融業（営業担当）	・身近な食材から大型の商品まで値上げが進んでいるが、収入面は全く変わっておらず、生活しにくくなっている。
□	金融業（副支店長）	・外国人観光客は増えているが、恩恵を受ける業種は一部である。取引先の受注状況にも大きな変化はない。
□	司法書士	・中東問題による石油価格の上昇や、円安の進行、依頼案件の減少といった状況から、良くなるとは考えにくい。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・仕事はあるが、それほど忙しくはない。
▲	食料品製造業（従業員）	・原材料の値上げが止まらないなか、製品の値上げを進めていることで、徐々に生産量が減少している。
▲	繊維工業（団体職員）	・年末までが需要期のため、年明けの1～2月は厳しくなる。
▲	繊維工業（総務担当）	・催事での集客が30%減少しているほか、購入率が半分以下に落ち込んでいる。それをカバーするために催事の回数を増やすことで、経費の増加につながり、利益が圧迫されている。
▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・このまま円安と物価の上昇が続くようであれば、景気はやや悪くなる。特に、暑い日が長く続いた影響で、生鮮食品の一部が不作となり、価格が高騰している。来年の6月頃をめどに、所得税や住民税の減税の話も出ているが、一時的な効果にとどまる。
▲	金属製品製造業（経営者）	・予想以上に中国経済の状況が悪く、中国向け自動車関連部品の受注内示が減少している。
▲	一般機械器具製造業（設計担当）	・イスラエル問題による中東情勢の不安定化で、原油価格が高騰する懸念がある。また、円安傾向による影響も出そうである。
▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	・気温が下がると、心理的にも活動が控えめになると感じる。そういった傾向を覆すような、景気の良さはみられない。
▲	建設業（経営者）	・一般的な建設会社による注文住宅の価格が高騰している。ハウスメーカーの価格に近づいており、競合するケースが増えてきたと感じる。
▲	輸送業（営業担当）	・家具の値上げが続くなか、客は必要最低限しか買物をしない。
▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	・この期に及んでは物価やガソリン代の上昇を嘆いても仕方がない。ひたすら出費を抑え、経済が正常に向かうのを待つほかない。
▲	不動産業（営業担当）	・賃貸店舗の解約が出てきている。今後は賃貸の需要が更に厳しくなり、賃料が下がる。空室率も上がり、不動産の景気が悪くなるため、今後の見通しは厳しい。

	▲	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・スーパーなどでは、物価上昇の影響が確実に始めている。今後、更に中東情勢が悪化すれば、原油価格の高騰も懸念されるなど、不安は募るばかりである。
	▲	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・値上げが一段落したと考えていたが、今後も値上げラッシュが続きそうである。値上げのたびに対応の時間が掛かり、販売促進に手が回らないため、売上等の改善につながらない。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・円安によるコスト増加の長期化に加え、インフレによる消費者の買い控えや、借入金返済の動きが本格化する。
	×	通信業（管理担当）	・全く良くなる要素がない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・現状の危機を乗り越えるための、経済対策がみえてこない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	・今後もしばらくは現在の傾向が続くと予想されるが、世界情勢の不安定化や物価の上昇など、不安要素が多いことは否めない。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・2024年卒採用の追加募集と、2025年卒採用に向けた広報が重なる時期であり、広告掲載の動きが見込まれる。ただし、インターンシップの定義変更や全体的な早期化の影響もあり、夏季のインターンシップは急増したものの、冬季のインターンシップがやや減少傾向となっている。それに伴い、例年よりもインターンシップ関連の広報は減る可能性がある。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・求人数は徐々に増えるため、現状よりも少し回復すると予想される。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・現在の傾向が続くなか、インバウンドの増加が景気を刺激すると予想される。
	□	人材派遣会社（支店長）	・第3四半期はこのまま低空飛行が続くと予想される。
	□	人材派遣会社（管理担当）	・年末年始も近づいてくるため、年内の動きは余り良くならない。
	□	人材派遣会社（役員）	・長期化しているウクライナ紛争に続き、中東でも軍事衝突が勃発、中国とフィリピンの間でも偶発的の事件が発生するなど、国際情勢はますます不安定化している。国内でも、年度内の効果的なインフレ対策は厳しい見通しであるため、景気が上向き可能性は低いと予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・会社全体での賃金上昇が進まない限り、外部に依頼する派遣求人の時給も上昇が見込めないため、すぐに景気が良くなるとは思えない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・社会保険料の負担が増えているほか、生活の向上につながる良いニュースもない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末年始に向けても、特に現状と変化はない。大阪・関西万博の開催気運が高まっていくことを期待したい。
	□	職業安定所（職員）	・先行きの不透明感はあるが、特に大きな事情がない限りは、現状の動きが続く。
	□	職業安定所（職員）	・事業所の採用意欲は依然として高いものの、求職者の動きはやや鈍く、先行きが見通しにくい。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で減少となった一方、若年層の自己都合離職者は増えている。また、中高年層による相談が増加しており、就職意欲も高い。
	□	職業安定所（職員）	・最低賃金が引き上げられても、年収が106～130万円の範囲で働きたい人は多いため、人手不足は続く。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・求人数は増加傾向にあるが、実際の紹介数は減少が続いている。業界全体で人手不足感は強いが、大手企業を除き、中小零細企業では労働条件の改善が進んでいないため、今後も慢性的な人手不足が続くと予想される。
□	民間職業紹介機関（支社長）	・企業の人材需要は旺盛であるが、必ずしも事業が好調なわけではない。景気は横ばいか、悪化に向かう可能性もあり、見通しは不透明である。	
□	学校〔大学〕（就職担当）	・2025年卒の求人も動き出したが、求人数全体は大きく変わらない。変化の要素も見受けられないため、景気の回復感はない。	

□	その他雇用の動向を把握できる者	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドの回復による需要増加への対応を含め、人材確保を強く望む声が業種を問わず多い。求人意欲は旺盛な状態が続いていることから、求人は堅調に推移すると予想される。ただし、9月の新規求人数が季節調整値でも原数値でも減少となったほか、製造業を中心に、人件費を含む全ての物価の上昇が、利益の圧迫や受注の減少につながっている。求人を抑えるという声も届いていることから、景気は横ばいで推移する予想している。
▲	新聞社 [求人広告] (営業担当)	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍の収束による、景気の回復はある程度進んでいる。今後は、物価上昇などへの即効性のある対策が出てこない限り、消費マインドは低下する一方となる。
▲	新聞社 [求人広告] (管理担当)	<ul style="list-style-type: none"> ・国内外のインフレやウクライナ危機、中国の景気後退など、世界的な課題が山積するなか、新たに中東でもイスラエルで紛争が勃発し、世界情勢が更に不安定化している。高水準の円安についても、グローバル企業の収益やインバウンド関連での恩恵以上に、国民や中小企業への悪影響が大きいことから、景気はやや悪化すると予想される。
▲	学校 [大学] (就職担当)	<ul style="list-style-type: none"> ・増税ラッシュによる家計の圧迫が懸念される。減税の話もあるが、焼け石に水の状態である。
×	-	-