

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（サービス担当）	お客様の様子	・今月は、夏物商材を中心に婦人服が好調に推移したほか、猛暑対策商品の日傘やUVケア商品も売上が伸びている。また、ショップのリニューアルオープン効果や、ファミリーイベントなどの催事の強化により、来客数や売上は前年を上回っている。
	◎	コンビニ（店員）	単価の動き	・来客数が増えると同時に、商品単価が上がっているにもかかわらず、購買力も高まっている。学生や会社員、旅行客のそれぞれのニーズに合わせた品ぞろえや、利便性の高さもあって、売上の増加が続いている。
	○	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	来客数の動き	・8月の初旬は好調に推移したが、台風の影響があった後半はかなり失速した。インバウンド効果のある店は、売上が10%前後増えた一方、観光資源のない地域の店舗は10%近い減少となっている。当社全体では前年の水準を維持したが、店舗間の格差がかなり出た。一方、好調な商材はフレグランス関連であり、ギフト需要もあって売上は40%増となっている。それに対し、メイク商材は気温が高い影響もあり、秋の新作への早期需要がみられない。
	○	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・時計や化粧品を中心としたインバウンド需要は、引き続き好調に推移している。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・食料品フロアの売上は、物価の上昇に伴う買い控えはみられるものの、若干ながら増えている。また、食料品以外では、外商客を中心に高額品の動きが良くなっている。
	○	スーパー（店長）	お客様の様子	・イベントの開催が前年よりも更に増えたほか、マスクの着用も任意になったことで夜の人も活発化し、夜間の来客数が増えている。
	○	スーパー（企画担当）	それ以外	・8月中旬以降は地震の発生や南海トラフ地震への不安もあり、備蓄用での飲用水の販売が一気に増え、一時的に売場が欠品状態となった。月末に向けては、前年の米の不作が影響して入荷が困難な状況となり、1日の販売量が例年の1か月分を上回るという、異常な事態となっている。
	○	スーパー（企画）	来客数の動き	・地震や台風への防災意識が高まり、定番品を中心に売上が伸びている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・イベントや夏祭りの活気で忙しく、外食をする人も増えてきたと感じる。このまま景気が良くなってほしい。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・販売量を5%伸ばすため、フライドチキンや飲料、スナック菓子、調理パンの増量サービスを行い、売上の増加につなげている。
	○	コンビニ（店員）	お客様の様子	・お盆休みもあり、レジヤーに出掛ける前の買物などで、来客数が増えている。月末には、台風に備えて水や食料を多めに購入する客も多くみられる。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・連日の酷暑で冷たい商品が売れている。海外からの旅行者による来店も増えている。
	○	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・補助金の効果で、夏場であるにもかかわらず、省エネ型給湯器の販売量が堅調に推移している。
	○	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・猛暑により、エアコンや冷蔵庫を中心に、故障に伴う販売が増加した。また、給湯省エネ2024事業が追い風となり、省エネ型給湯器の販売が前年比で大幅に増えている。
	○	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・購買意欲が高まっている。
○	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・パリオリンピックの開催による映像関連商品の需要増と、猛暑による季節商材の伸びが重なり、ようやく需要が回復している。	

○	乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・今月の売上は目標を上回る見込みである。人気モデルの発売で販売量が増加しているほか、車両価格の上昇もあり、売上は好調に推移している。また、中古車の販売や車検を含む修理部門も、ほぼ目標達成の見込みである。付加価値の高い車種についても、価格に関係なく、富裕層の購入がみられる。
○	乗用車販売店 (支店長)	販売量の動き	・販売量は前年比で微増であり、売上も前年を上回っている。販売単価も上昇しているが、車両の本体価格が上がっている影響もある。
○	乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・8月は夏季休暇があったにもかかわらず、販売量は好調に推移している。
○	その他専門店 [ドラッグストア] (店員)	単価の動き	・来客数が少ない割に、売上単価が高くなっている。値上げによる影響とみられるが、効率的に売上が伸びている。今月は南海トラフ地震臨時情報による備えにより、売上が特に好調となっている。
○	観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・8月は南海トラフ地震臨時情報が発表されたことで、内陸部の当地区では他地域からの振替予約もあり、お盆期間は予想以上の売上となった。8月の最終週は台風10号の影響で、合計1000万円前後のキャンセルが出たものの、8月全体では好調となっている。
○	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・必要経費の増加で利益が圧迫されているが、週末は高単価での販売が継続できているほか、インバウンドの需要も好調に推移している。
○	通信会社(社員)	販売量の動き	・他社からの乗換え強化など、キャリアに振り回されている感はあるが、店頭と出張会場の両方の頑張りもあって、販売台数は伸びている。
○	競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は9783円であり、3か月前の8314円よりも上がっている。
○	その他レジャー [スポーツ施設] (業務担当)	来客数の動き	・パリオリンピックの開催や夏休みの影響で、利用客が少し増えている。
○	その他住宅[住宅設備] (営業担当)	お客様の様子	・エレベーターのリニューアルの動きが堅調で、安定的に受注が取れている。8月の決算後も売上の落ち込みはなく、好調に推移している。
○	その他住宅[情報誌] (編集者)	お客様の様子	・不動産価格の上昇により、含み益を実感する層が増加傾向にある。それに伴い、買換えや買い増しなどの動きも出てきた。結果として、不動産を購入する体力のある層と、ローンの審査が厳しい層とのギャップがますます拡大している。
□	商店街(代表者)	お客様の様子	・飲食店は徐々に回復基調となっているが、買い回りの多い物販店は2019年比で85%程度の売上にとどまるなど、なかなか回復が進まない。
□	一般小売店[事務用品] (経営者)	お客様の様子	・夏休みの影響や、台風への備えもあり、客の動きが悪く、販売につながるような商談にならない。
□	一般小売店[衣服] (経営者)	販売量の動き	・販売量、来客数共に、目立った動きはみられない。ただし、猛暑の影響か、日中に商店街を歩く人の数は大幅に減っている。
□	一般小売店[呉服] (店員)	単価の動き	・少しだけ景気が良くなってきた矢先に、再び新型コロナウイルス感染症が流行し始めたため、店内での接客を嫌がる客も増えている。
□	一般小売店[菓子] (営業担当)	販売量の動き	・お盆休みが終わって猛暑が続くなか、当社のような贈答品主体の企業は厳しい状況である。今後気候が良くなれば、焼き菓子などの売上は増加が期待できる。
□	百貨店(企画担当)	販売量の動き	・国内客の売上は引き続き堅調であるが、増加傾向にはなく、緩やかな推移となっている。インバウンド売上も前年比では好調に推移しているが、前月と同様にファッション需要の端境期にあるため、需要に一服感がある。
□	百貨店(外商担当)	お客様の様子	・訪日外国人による来店、販売状況は、安定的に好調を維持している。

□	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・今まではインバウンド売上が好調であったが、8月に入って減速した感がある。また、国内消費については、宮崎地震に伴う南海トラフ地震臨時情報の発表や、猛暑の影響もあり、客足が遠のいている。
□	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・お盆の休暇が最大で9連休となり、期間中の来客数が増えたことで、好調が続いている。猛暑対策商品が好調のほか、宮崎地震後の南海トラフ地震への警戒感から、保存食品や防災グッズもよく動いている。
□	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数は前年比で4%から6%の増加率で推移している。7月から猛暑が続いている影響で、午前中の来客数は増えている一方、午後からの客足は減少している。売上の面では、お中元ギフト商戦や衣料品のクリアランスセールが厳しい一方、インバウンド売上はラグジュアリー関連を中心に好調が続き、前年の約2.5倍に増えている。
□	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・傾向的に変化はなく、特選ブランドや化粧品を中心に、インバウンドと富裕層の購買で好調を維持している。また、8月の国内中間層の動きは、暑さの影響もあり、お盆休みの消費が食品、ファッション共にかなり好調となるなど、メリハリ消費の動きが顕著となっている。
□	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・酷暑の影響で、来客数が減少している。日中の街の人出が減少し、特に高齢者のほか、未就学児の子連れ客の動きにも影響が出ている。また、夏物商材はクリアランスセールの実施が早過ぎたこともあり、売行きは中途半端となっている。秋色の夏物商材などに素早く対応しているブランドは好調であるが、それが実行できているブランドは限られている。
□	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・インバウンドが好調に推移し、売上シェアが伸びてきた百貨店であるが、ここへきてインバウンドの来店が鈍化しつつある。これには株価の暴落や酷暑、台風などの影響が考えられる。
□	百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・食料品フロアの売上は堅調であったが、衣料品フロアは苦戦している。来客数は前年を上回ったものの、特に衣料品フロアの買上率が低下し、売上は前年割れとなった。セール最終盤に2点以上での購入割引を仕掛けても、追加の購入はみられない。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・食品については台風や地震で防災意識が高まり、備蓄需要が売上の増加につながっているが、衣料関連は猛暑の影響や、新型コロナウイルスの感染拡大もあり、水着や浴衣といった夏休みのリゾート関連の売上が大きく落ち込んだ。結果として、売上全体は前月並みとなっている。
□	スーパー（店員）	単価の動き	・お盆の時期は、お供え用の果物が高額でもよく売れた。ただし、野菜、果物共に猛暑の影響で価格が全く下がらず、値上がりが続いたため、全体としては非常に厳しい。唯一、特価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	・来客数は横ばいで、特に変化はみられない。
□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・地震や台風の備えとして、米や水の売行きが激増し、品切れ状態となっている。当面はこうした動きが続く見込みで、売上の面ではプラスとなる。ただし、情報の発信に注意しなければ、無用の混乱を招く。
□	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・直近の販売量は増加傾向にあるが、地震の予測や台風の発生に伴う防災意識のほか、水や米不足に伴う買いだめの影響が大きい。
□	スーパー（企画）	販売量の動き	・地震や台風に伴う特需があり、各種の数値は好調であるが、買上点数は減っている。来客数や単価は上向いているものの、節約志向は更に高まっているため、一時的な動きとみられる。
□	スーパー（社員）	お客様の様子	・今年は例年以上に暑い夏が続いている。昼間の暑い時間帯は来客数も少ないが、午前中や夕方以降の来店は多く、活発な買物がみられる。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣ホテルの宿泊稼働率は、相変わらずほぼ上限に近い状況であるため、この数か月は来客数に変化がみられない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	単価の動き	・景気が悪くなっているとは思っていないが、客単価は若干下がっている。価格を抑えた商品の販売を進めており、その販売が伸びているため、結果として単価が下がっている。値上がりによる客離れや買い控えに対抗するには、こうした対応を粘り強く続ける必要がある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	単価の動き	・夏休みということもあって、家族連れが目立ったが、単価は伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて、来客数や単価はほぼ横ばいとなっている。客の動きをみても、ボーナスの支給で余裕のある客と、お盆の出費で家計が厳しくなっている客に分かれる。また、月後半は台風や地震の影響もあって、動きが鈍くなっている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・円安の影響のほか、生鮮食品価格や電気代、ガス代の上昇も続いている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・商品の値上げにより、売上は前年を上回っているが、販売数量がやや減っている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（管理担当）	販売量の動き	・ここ3か月のガソリン販売量は、前年比で横ばいである。本来であれば微減で推移するところであるが、南海トラフ地震に対する備蓄特需もあり、横ばいでの推移となっている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・街で増えているのはインバウンドばかりであり、購買目的の来客は増えていない。売上についても、目標を下回ったままである。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・化粧品や化粧雑貨、特にスキンケアを中心とした商品は順調に動いている。一方、食品や日配品などの生活必需品は横ばいで、医薬品や健康食品、衛生用品は減少が続いている。来客数については、3か月前よりもやや減少しているが、猛暑の影響が大きいとみられる。
<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	・受注の入電数には変化がない。
<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	・天候不順や酷暑の影響で、客足が減少している。売上は前年並みであるが、前年が台風の影響で悪化したことを考えると、実質的にはマイナスである。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・客足は良かったが、地震や台風による直前のキャンセルもあり、売上はそれほど増えていない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・販売量が前月は少し悪化したのが、今月に入って少し回復し、ほぼ3か月前の水準となっている。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	単価の動き	・値上げが順次行われているが、大きな落ち込みはない。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・猛暑の影響で、海水浴場を訪れる客は前年の85%に減り、海辺の宿泊業者には打撃となった。特に8月8日の宮崎県での地震による南海トラフ地震への警戒で、旅行のキャンセルが増えている。各地への旅行が控えられるなか、当ホテルだけでも8月の売上の20%に相当する、800万円の損害となっている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（フロント）	来客数の動き	・8月は過去3か月と比較しても、稼働率、単価共に上昇している。台風の影響で若干悪化したものの、大きな損失はみられない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・客室は高稼働、高単価の状態を維持している。一方、レストラン部門は節約志向により、客足がやや悪くなっている。

□	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊客はインバウンドを中心に好調に推移し、宴会もかつての水準に戻りつつあるが、レストランの利用は以前の7割程度と伸び悩んでいる。
□	都市型ホテル (管理担当)	販売量の動き	・今夏は熱中症警戒アラートなどで外出が控えられたため、国内需要は低迷していたが、直近のインバウンド需要でカバーできている。
□	都市型ホテル (販売促進担当)	来客数の動き	・客室部門では、円安の影響でインバウンドの需要が多く、客室稼働率を押し上げている。一方、国内客の動きはここ数か月変わっておらず、宿泊料金が少し高いという声もある。レストランのランチ利用では、集客が1日平均で42名程度となり、春先に値上げを行ったものの、来客数に変化はない。それに対し、宴会部門は例年開催の宴席がなくなったり、予約人数が減少したりしている。
□	旅行代理店(店 長)	販売量の動き	・前年は、新型コロナウイルスが5類感染症に移行して初めての夏休みであった。今年は前年よりも販売が増えると予想していたが、景気後退の影響で、前年よりも落ち込んでいる。
□	旅行代理店(役 員)	販売量の動き	・下半期の旅行商品の発売により、受注が伸びている。全体的な単価は引き続き上昇傾向にあるが、海外旅行の受注は伸びず、全体での受注件数は例年と比べて落ち込んでいる。
□	旅行代理店(支 店長)	お客様の様子	・夏休みの旅行需要が予想したほど伸びず、パリオリンピックなどの大きなイベントも終了した。客は給料が少し上がっても、物価の上昇で可処分所得が増えないため、旅行に行きたくても、生活費に回す方が優先という声がある。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・暑さのせいもあり、近い距離でも歩くのがつらいという年配客は多いが、レジャーに伴う利用は少なく、全体としてはプラスマイナスゼロの状況が続いている。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・インバウンド市場に関連する企業は、業況がそれなりに上向いている。それに対し、タクシー業界は暑さの影響で短距離の利用は増えている一方、長距離の利用は減少しているなど、業況は芳しくない。
□	通信会社(役 員)	販売量の動き	・運営する携帯電話販売店での販売量は、ほぼ前年並みで推移している。キャリアが求める販売重点項目は、他社からの乗換え客への販売が中心であり、従来と大きな変化はない。
□	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・余りの暑さで、外出自体を控えた方が良さそうな状態が続いている。
□	遊園地(経営 者)	来客数の動き	・酷暑で外出を控える影響はあるものの、屋外型レジャー施設への客足は、ここ数か月はさほど伸びていない。
□	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	・お盆期間は天候に恵まれ、国内客の来場が増えたほか、インバウンドも堅調に推移している。
□	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	・消費動向に余り変化は感じられない。
□	その他住宅〔展 示場〕(従業 員)	単価の動き	・資材価格の高騰による建築単価の高止まり傾向は、現在も続いている。
▲	一般小売店〔珈 琲〕(経営者)	単価の動き	・直営店の客単価が上昇している。欧米からの観光客による来店が増加が要因であり、モーニングのセットメニューにケーキやアイスクリームを追加注文することも多く、1人当たりの客単価の上昇につながっている。
▲	一般小売店〔鮮 魚〕(営業担 当)	お客様の様子	・インバウンドが減っているほか、商品の値上がりによって、国内客の間でも買い控えが発生している。

▲	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・免税対象売上が、前年を下回る日が出始めている。
▲	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・今月29日までの状況は、来客数が前年比で7.7%増、売上は0.1%減となったが、食料品は売上が1.3%増となっている。ただし、前年は台風の影響で営業日数が1日少なかったため、実質的には0.3%の減少である。商品の値上げが続いているため、販売量の減少が顕著である。
▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・前年はお盆期間中に台風が接近し、休業日が1日あったため、今年は僅かながら売上が増えている。ただし、株価の乱高下の影響で、富裕層の消費意欲は減退している。
▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・前月の中旬以降、免税売上が落ちてきており、現在は1日当たりの売上が、5月の3分の2程度である。また、外商を除く国内売上も、好調とはいえない状況にある。
▲	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・円安が緩和した影響もあるのか、インバウンド売上の伸びが鈍化しているほか、猛暑で国内客による秋物衣料の購入が芳しくない。海外ブランドや高級時計も入荷が少なく、需要に答えられていない。
▲	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・今月は急にインバウンドの来店や購買が減っている。原因は定かではないが、恐らく地震が1番の要因に挙げられるほか、台風や円高などの影響も考えられる。
▲	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・今夏はインバウンド売上が停滞気味となった。経費を掛けた催事を多数実施することで、国内客の売上は何とか前年並みとなったが、目標には届いていない。金利の上昇や株価の乱高下で、客の間にも不安が高まり、宝飾品や時計といった高額品の売上に勢いが無い。
▲	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・為替の動きが大きく変化するなか、消費意欲への影響が出ている部分もある。さらに、地震や猛暑の影響などで、外出を控える傾向も強まっている。
▲	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・7月後半から今月にかけて、インバウンドの来客数が減少している。航空運賃が高くなる夏休みは、来客数が例年減少するが、今年は円高傾向となったことで、買上単価が下がっている。特に当県は、観光ではなくショッピング目的での訪問が多いため、影響が大きい。
▲	百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・8月の第2週から3週にかけて、インバウンドが特に減少した。為替の変動に加え、南海トラフ地震関連の報道が中国や韓国で大きく取り上げられ、旅行のキャンセルが増えたほか、国内客も積極的な外出を控えている。
▲	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・天候の影響で来客数が減っている。
▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・来客数は前年を下回っており、物価の上昇によるマインドの悪化から、なかなか抜け出せない状況にある。購入するのは必要最低限の商品であり、高い付加価値を求める客は少ない。
▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・南海トラフ地震臨時情報が発表された頃から、少し予約が増えている。
▲	観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・気象庁による南海トラフ地震臨時情報の発表後、海岸沿いの観光地は敬遠されている。
▲	通信会社（経営者）	単価の動き	・原材料価格が高騰している。
▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・8月の売上は、前年比で90%程度となっている。台風や地震などの影響は否めないが、ブロードバンドサービスの低価格化が更に加速している。
▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・キャンペーンによる販売促進の強化を進めているが、他社も含めた価格競争が激しくなっている。客が価格競争に慣れてきたことで、販売量が落ちている。
▲	その他サービス 〔学習塾〕（スタッフ）	お客様の様子	・短い入会期間での退会者が出始めている。

	▲	住宅販売会社 (経営者)	競争相手の様子	・販売が悪化している影響か、自社物件の販売情報を持ったデベロッパーの来訪が増えている。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・住宅の建築コストが上がって以降、動きがかなり鈍くなっている。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・新築分譲マンションの販売では、郊外物件の売行きが悪化している。特に、広域からの集客が減少している。
	▲	住宅販売会社 (総務担当)	単価の動き	・資材価格や人件費の高騰で価格が上昇し、購買意欲が低下傾向にある。
	×	一般小売店 [時計] (経営者)	お客様の様子	・8月に入って九州で大きな地震があり、その後の南海トラフ地震に関する緊急記者会見により、消費者の心理が買物どころではなくなっている。さらに、台風10号が上陸するなど、今月はまさかの状態が続いている。また、米が手に入らず、買っても価格がふだんの2倍に近い。異常な暑さの影響で来客数も少ないなど、今月は全く良い話がない。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・物価の上昇や暑さの影響で、来客数が激減している。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・気温が高いこともあるが、特に高齢の女性による来店が減少している。
	×	家電量販店 (店員)	お客様の様子	・客の購買行動をみると、故障によって買換えが必要となっても、すぐには購入しない。まずネットで下調べをしてから、店舗で疑問を解消し、再び価格を調査した後、店舗で価格交渉をしてから購入するなど、契約に要する期間が延びる傾向にある。
	×	住関連専門店 (店長)	それ以外	・悪天候や災害の影響で、直接の被災地ではなくとも、建築住宅関連の工期や納期に遅れが出やすくなっている。それに伴い、売上の回収が遅れるケースも増えている。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・悪天候や感染症の流行など、生活に影響する環境の変化が多く、外食機会の減少で来客数は大幅に減っている。また、長引く米不足や仕入価格の大幅な上昇による経営の圧迫で、従来以上に厳しい月となっている。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・食材価格の上昇が厳しく、消費者は外食にまで手が回らない。
	×	一般レストラン (店主)	それ以外	・夏の最盛期に地震や津波の騒動があったため、ホテルや宿泊施設のキャンセルが相次いでいる。また、海水浴場や公共施設が一時閉鎖となったほか、台風などの悪天候もあり、業況は悪化している。
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。
	○	輸送用機械器具製造業 (役員)	受注量や販売量の動き	・厳しい受注価格に変化はないが、受注量は増加している。
	○	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ここへきて受注量が堅調に増えつつある。
	□	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・今年はお盆の長期休みもあり、月前半は製造、受注共に多かったが、後半は在庫が増えるなど、全体的に良い状態とはいえない。
	□	繊維工業 (総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・消費者への販売では、集客が減少しており、1日当たりの販売額が前年比で15%以上減る日もある。また、購入時のローンも通りにくくなっており、購入を断念する客がみられる。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・今月も一部の取引先を除いて、月末に在庫調整が行われる。
	□	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	・販売数などは悪くないが、特に良くなっているわけではない。
	□	プラスチック製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・雰囲気が良いとはいえないが、何とか持ちこたえている。受注量、販売量に変動はなく、現状維持で我慢している。

□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・日本銀行による金利の引上げや、米国の利下げ予想による影響で、一時的に円高が進んだ。輸出企業には想定外の円高となったほか、物価上昇の継続で個人消費も活発ではない。ただし、一時的ながら定額減税による好影響もあるため、全体的には一進一退の状況である。
□	金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・大きな変化もみられないなか、各社が夏休みの時期となり、荷動きは鈍化している。ただし、受注の内示状況は徐々に回復傾向にある。
□	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・出荷量が下げ止まりつつある。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注の動きから判断すると、景気に変化はない。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・ドラム式洗濯機など、一部の商品は前年を上回る荷動きを示しているが、全体的には前年を下回る動きとなっている。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が増えてこない。
□	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や納期について、不確定な状況が続いている。人手不足や様々な要因があるなか、工期の長い作業所では、取引先から値上げへの理解は得られても、納得は得られない状況となっている。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年の夏は危険な暑さであったため、社員に無理をさせないように、仕事の量を抑え気味にしている。
□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・1日当たりの配達量が、前年よりもトラック1台分減っている。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・訪問先の客との会話では、大阪・関西万博の特需などはないという声が多い。
□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今月は大きな動きがなかったが、8月の閑散期であるものの、交通広告の出稿がコロナ禍前の水準にかなり戻っている。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先に線香の製造、卸売の会社があるが、これまではコロナ禍の反動で線香がよく売れていた。ただし、今年8月の繁忙期には、売上が前年比で減少している。これは、コロナ禍収束後の特需の終了と、線香という嗜好品の買い控えによるものとみられる。
□	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	・お盆の前に発表された南海トラフ地震臨時情報により、遠方への旅行のキャンセルが相次ぎ、市内観光に変更する動きがみられる。
□	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	・今年の夏は非常に暑く、夏物商材がよく売れたほか、前年よりも様々な物の売行きが伸びている。
▲	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・オートバイや自動車向けの、電装品関連の出荷量が減少している。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社が得意とする分野は、幸いにも活況であるが、不安定な為替など、よく分からない要因で足を引っ張られている。
▲	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車の生産設備関連の売上が伸びてこない。金利が上昇局面に入り、様子をうかがう動きも始めている。
▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価上昇の影響で、住宅の新築を諦める客が増えてきたと感じる。
▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・台風などの天候要因で農産物の価格が高騰しているほか、地震などの影響で米がスーパーに入っていない。
▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・相変わらず物販店舗の撤退が続いている。ネット通販での購入の増加や、店舗の統廃合などが原因とみられる。
×	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・気温が高過ぎる影響か、販売店への来客数が極端に少ない。

	×	その他製造業 〔履物〕（団体職員）	取引先の様子	・消費者の動きが想定以上に弱い。企業側では借入金の返済負担が重くなり始めたほか、コストの上昇を販売価格に転嫁するのが難しく、経営が大きく圧迫されている。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・倒産の多発している業種が、ラーメン店や焼き肉店に続き、多くの業種に広がりつつある。また、中小企業の賃金が頭打ちである一方、物価上昇の動きは止まることがない。ガソリン価格も高止まりとなるなか、消費マインドは底ばいの状況である。
	×	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	・物価の上昇が止まらない。
雇用 関連 (近畿)	◎	*	*	*
	○	人材派遣会社 （管理担当）	求人数の動き	・求人数は新規求人、既存求人共に増えており、大阪・関西万博の開催に向けて、動きが活発化している。
	○	人材派遣会社 （支店長）	求人数の動き	・3か月前に比べると、求人数が増えている。
	□	人材派遣会社 （営業担当）	採用者数の動き	・企業は一定の賃金での求人募集を続けているが、求職者の希望に合う時給ではないため、マッチングが進まなくなっている。
	□	人材派遣会社 （役員）	求人数の動き	・企業の採用意欲は引き続き高く、求人数も横ばいながら、高水準の動きが続いている。
	□	人材派遣会社 （営業担当）	求職者数の動き	・派遣求人への応募者の年齢層が上昇し、情報媒体によっては50代以上が約9割を占める。
	□	新聞社〔求人広告〕 （営業担当）	それ以外	・円安の沈静化やインバウンドの増加など、景気の良い話もあるが、基本的には物価の上昇に所得が追い付いていない。こうした根本的な問題が解決されない限り、身の回りの景気が良くなったとはいえない。
	□	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	それ以外	・新聞広告やデジタル広告などの推移をみると、3か月前とほぼ同じ状況である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・7月の求人数は増えたものの、8月は前年とほぼ同じ水準である。人手不足感はあるものの、求人を出せる経営状態の中小企業は限られる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・7月の新規求人数は前年比で増加したが、中小企業の一部からは、10月の最低賃金引上げによる経営への影響を懸念する声が出ている。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者が減少しているものの、景気を大きく左右するほどの変化ではない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・秋の観光シーズンに向けて、宿泊業や飲食サービス業の求人は増えているが、製造業などでは減少しており、求人全体はさほど増えていない。
	□	民間職業紹介機関 （営業担当）	周辺企業の様子	・新卒採用を募集する企業は、8月から9月は夏季インターンシップなどの対応で忙しく、その他の動きは停滞気味となる。ただし、秋以降の広報に向けたイベント出展の提案時期でもあるため、例年と同水準の申込みが入ってきている。
	□	学校〔大学〕 （就職担当）	それ以外	・特に景気に大きな変化はみられず、学生は夏季休暇を利用して旅行やライブイベントに出掛けているほか、インターンシップにも積極的に参加している。
	□	学校〔大学〕 （就職担当）	採用者数の動き	・大企業以外では積極的な採用活動が続いており、人手不足の実態が表れている一方、それが景気の押し上げにはつながらっていない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・事業者の間では、物価の上昇や利上げの影響で利益の減少が進んでいる。
	▲	民間職業紹介機関 （営業担当）	求職者数の動き	・求人の動きは例年どおりであるが、求職者が減っており、マッチングに苦戦している。
	×	—	—	—