

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（サービス担当）	・残暑が来月も続く予想であり、秋物衣料などの売上は厳しい状況となるが、イベントなどの催事の強化や、店舗のリニューアルオープン効果により、売上の拡大が期待できる。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・海外からの観光客が増加している。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・9月に入るとインバウンドの予約が増えるため、今後に期待したい。
	○	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・インバウンド需要が今後も伸びる店舗は好調な一方、国内客のみの店舗は、秋の気温が今年は下がりにくい状況から、苦戦が予想される。ただし、ギフト需要が中心のフレグランス関連などは、クリスマス商戦までは大きな増加が続く見込みであり、駅ナカや都心に近い店舗での好調が期待される。
	○	百貨店（企画担当）	・8月は為替の変化や地震の影響など、インバウンドにとってマイナスの要素が多かった。国内客も株価の急変による影響を受けているが、今後は少し影響が落ち着くことを期待している。
	○	百貨店（販促担当）	・11月頃にはようやく気候も変わり、好転することを期待している。年間の最高気温は上昇している一方、最低気温には余り変化がないとの調査結果もあるため、冬物需要の取り込みを狙う。ただし、最低気温となる期間が短くなっているとの情報もあるため、早めに仕掛けて、売り時を見極める必要がある。
	○	百貨店（マネージャー）	・今月のインバウンドの減少要因について、地震の影響が主な要因であると考え、おのずと回復が進む。また、台風の影響も一時的のものであるため、この要因での悪化も長く続かないと予想される。
	○	百貨店（特選品担当）	・地震などの影響は一時的とみられる一方、為替などの変動には今後も注意が必要となる。
	○	スーパー（店長）	・猛暑や台風など、自然災害に対する備えの意識が高まり、備蓄関連の消費が増えると予想される。
	○	スーパー（企画担当）	・米問題に関しては、今年の新米も入荷量が要求水準に届かないほか、台風の影響もあって先行きが不安である。一方、米の代替品として玄米やパスタ、餅などの販売量が増えており、全体の売上増に寄与している。
	○	コンビニ（経営者）	・インバウンドが増える傾向にあり、デザートやアイスクリームの販売増が予想される。それに対応し、デザートの陳列ケースを従来のラウンド型から店舗中央に移すほか、アイスクリームのケースは壁面型から平型に換えて見やすくすることで、売上の更なる増加につなげる。
	○	衣料品専門店（店長）	・為替の問題や価格の上昇といったマイナス材料がありつつも、特に当県ではインバウンドが増えており、活気が高まっている。
	○	衣料品専門店（店員）	・繁忙期に入るため、やや良くなると予想される。
	○	乗用車販売店（支店長）	・政権与党の総裁選挙が行われるほか、米国でも大統領選挙があるため、年末に向けて活況になると予想される。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・生産状況に回復の兆しがみられる。
	○	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・季節が変わるため、受注が増えることを期待している。
	○	高級レストラン（企画）	・猛暑による旅行需要の減少分が、秋の新規受注として見込まれるほか、インバウンドを中心に更なる単価の上昇が予想される。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・海外からの旅行者が増えており、来客数の増加につながっている。
○	観光型ホテル（経営者）	・8月は期待していたが、地震や台風や大雨、交通障害などで、目標を達成することができなかった。少なくとも秋は現状よりも良くなることを期待している。	

○	都市型ホテル（スタッフ）	・紅葉シーズンの予約は予定件数を超過しており、直近の販売分のみとなっている。宴会のイベントも好調に前売り販売ができています。一方、食堂は人手不足が否めず、依然として定休日を設けなければ厳しい状況であるが、集客自体は順調である。
○	都市型ホテル（客室担当）	・ターミナル駅近隣のホテルでは、稼働率を重視するタイプと単価を重視するタイプに分かれる。秋の観光シーズンの先行受注では、当館の単価を重視した商品が好調に推移している。
○	都市型ホテル（管理担当）	・インバウンドの客単価が上昇傾向にあるため、売上が低迷した夏よりも、好調に推移すると予想される。
○	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・賃貸住宅の家賃も上昇し始めており、新築、中古共に分譲マンションの価格を更に押し上げる要因となっている。一方、戸建て住宅には堅調な動きがみられる。
□	商店街（代表者）	・コロナ過収束以降のライフスタイルの変化により、物販店の売上が減少し、すぐに回復する気配はみられない。
□	一般小売店〔時計〕（経営者）	・3か月先に世の中がどうなっているかは、全く期待が持てない。秋から様々な物の値上げが決まっており、支出の優先順位が決まってくる。時計業界でも腕時計、置き時計共に値上げが通達されたが、どこまで上がるのが不安である。
□	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・政治の大きな変化や、経済の将来に希望が出てこなければ、消費マインドは上がらない。
□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・新型コロナウイルス感染症の流行が少し落ち着き、以前のように客が来店することを期待している。
□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・気候次第で、焼き菓子などの乾き物の売上は上向くが、9月も残暑が続けば、売上の増加は期待できない。
□	百貨店（企画担当）	・現在のトレンドが続くと予想される。その一方、円高や株安の基調が強くなると、状況は変わる可能性がある。
□	百貨店（企画担当）	・株価の下落や値上げの継続などで、消費者の節約志向はますます高まっている。
□	百貨店（管理担当）	・インバウンド需要は引き続き堅調に推移するが、近隣の競合店との競争により、婦人服や食品は伸び悩むことが予想される。
□	百貨店（売場マネージャー）	・現状からの大きな変化につながる要素はなく、今後の消費行動も横ばいと予想される。その一方、訪日外国人の動きは、中国の国慶節では盛り上がりが見られる。
□	百貨店（マネージャー）	・悪くなるとは考えにくいですが、決定的に良くなる要因も見当たらない。
□	百貨店（販売推進担当）	・為替や株価の動きが不安定で、先行きは不透明が強い。政権与党の総裁選挙をきっかけに、霧が晴れてほしい。
□	百貨店（外商担当）	・株価の急変といったリスクが意識されるものの、富裕層の購買動向に目立った変化はなく、好調を維持すると予想される。
□	百貨店（商品担当）	・国内外の政情不安の影響を受けるほか、為替相場がどのように動くかも不透明である。
□	百貨店（マネージャー）	・最低賃金が過去最大の上昇率となることで、売上の面にはプラスとなるが、収支面では利益の圧迫につながる。また、前年のように11月前半まで暑さが続けば、秋冬商材の動きが鈍くなり、売上への悪影響が懸念される。
□	百貨店（マネージャー）	・全体的な消費の流れは変わらず、インバウンドや富裕層の好調が続く見込みである。国内中間層も、選択消費や節約志向の動きは顕著であるが、全体的には微増の動きが続く。
□	百貨店（売場マネージャー）	・来客数は増えているが、レジ客数が伸びておらず、買上点数も減少傾向にある。今後も原材料の値上げによる商品価格の高騰により、食品以外の衣料品などの消費は、厳しい状況が続くそうである。
□	百貨店（外商担当）	・米国の金融政策の見直しにより、更に円高傾向が進む。それに伴い、外国人旅行者の間で、日本での買物の割安感が薄れることが予想される。
□	スーパー（店長）	・物価の上昇もあり、客の慎重な買物行動が続くため、今後しばらくは現状維持が続くと予想される。一方、賃金の上昇や円高の進行による効果が出てくれば、景気の回復につながると考えられる。

<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・値下がりする見込みは少なく、ますます大変な状況となる。秋に向けて果物の購入は増えるはずであるが、高額であるため、簡単に買えないのが残念である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・競合店の出店もなく、外部環境に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・買いための反動による需要減や、台風などによる農産物の収穫への悪影響が懸念されるが、天候要因を除けば、消費はしばらく堅調に推移する。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・新米などの買いため傾向が落ち着けば、徐々に通常の需要に戻っていく。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・買い回りしやすい精肉を中心に、価格に対する感度が高まっているなど、節約の意識は強い。当面は所得環境や物価水準も変わらないため、状況に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	・今夏は地震や台風などの災害に備えた買物をする客が多く、店頭の上上を支えている。ただし、備蓄消費は長続きせず、今後はやや落ち着いた販売が続く見込みである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・食品を中心に、また値上げラッシュとなることが予想される。客単価は上がるかもしれないが、余りの物価の高さにそろそろ買い控えムードが出てきそうで、来客数はやや減少するおそれがある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・米不足や水不足の影響が出るため、先行きが懸念される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・客の様子をみる限り、急に何かが変わることはない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・このまましばらくは好調が続く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・物価の上昇が続くなか、状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・どの商品も値段が高いと、客にいわれることがある。9月、10月共に値上げ予定の商品が多数あるため、買い控えがますます増えると思われる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・まだまだ暑い時期が続くため、状況は大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	・補助金による一定の効果が続くと思われる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・当業界では円安の影響で資材価格が上がっているため、その分だけ景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・地震や台風10号による家屋の倒壊や浸水で、家財や家電、家屋の補修需要が増えるなど、被災地域ではやむを得ない形での需要が出てくる。ただし、農作物や米、家畜への影響も大きく、それらの値上げは避けられない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・状況が大きく変わる要素はない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備依頼は多いが、新車の販売は良くない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・予想どおり、お盆明けも動きが悪い。好材料にも欠けるため、今後しばらくは厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・商品数も安定しているため、現在の好調が続くと思われる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・現状は人気モデルの発売で好調となっているが、一過性の動きとみられ、好調が長続きするとは考えにくい。人気モデル以外の商品も余り動きは良くなく、むしろ苦戦している。さらに、円相場や株価も不安定であるなど、先行きは不透明な状況にある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石]（経営者）	・円安の影響による物価の上昇や、電気代やガス代の上昇が落ち着けば、少し回復する。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [食品]（経営者）	・中小零細企業では、給与などの増加がまだ物価の上昇に追い付いていないため、景気が上向くにはもう少し時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	・賃金の増加と物価の上昇は比例していないが、10月には最低賃金が少し上がるため、購入意欲の上昇を期待している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・為替や株価の不安定な動きが続くと予想されるが、基本的には今後3か月の景況感も大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・円安の動きが少し変化したが、販売価格を見直すほどではなく、客の購買意欲にも影響が出るほどではない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	・猛暑が続いたことで夏物商材やスキンケア用品は順調であったが、全体的には横ばいか減少傾向が続いている。これから季節商材は入替えとなるが、食品の値上げも続いているなかで、売上の大きな改善は考えられない。

<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター] (総括)	・インバウンド以外の好材料が見当たらないなか、インバウンドへの規制が強まる傾向もあるため、増加の動きは鈍化に向かう。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (スタッフ)	・今後もしばらくは天候に左右されることが多くなる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・消費者の財布のひもは固く、外食の機会が減少する。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・仕入価格の上昇や人手不足による経営の圧迫に加え、今後は不確定要素も多い。短期的な問題であれば耐えるだけであるが、先の見通しが立たないような問題も多いため、外食産業で加速している閉店や倒産が更に増える。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (店主)	・地震や津波への不安に加え、台風などの天候要因や災害の発生状況などに左右される。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	・値上げの動きに加え、悪い流れが続いているため、3か月ほどで大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (経営者)	・9月から10月は、予想以上に団体客の予約状況が悪い。問合せなどの動きはあるものの、予約は前年よりも少なくなっている。ただし、個人客の動きは好調が続いているため、今後も間際予約で個人客の獲得を進めていきたい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (総務担当)	・宿泊、宴会は現状のまま推移する一方、レストランは近隣に競合施設が増えた影響が避けられない。ただし、一時的な影響とみられ、時間の経過に伴う回復を期待している。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (客室担当)	・物価上昇の影響で、消費者の節約志向はしばらく続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (販売促進担当)	・客室、レストラン共に、ここ数か月はほぼ前年と変わらない。客室は稼働率が上がらないものの、単価が少し上がっている一方、レストランは週1回のビアホールイベントが人気を集めており、近隣の企業からは前年よりも飲み会が増えたという声もある。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (店長)	・秋の旅行相談は増えているが、客が即決するケースは少なく、相談のみで終わることが増えている。かつての状況に比べると、国内旅行、海外旅行共に、年末年始の問合せや申込みが少ない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (役員)	・円安が落ち着くことで、海外旅行の需要が増える可能性はあるが、物価上昇の影響もあり、大幅に景気が改善されることはない。引き続き、現状の動きが続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (支店長)	・株価や円相場が乱高下し、気候不順など先の見えない不安も多いため、客の旅行需要は今後も大きくは変わらない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・利用客は決まった顔ぶれが多いため、観光客も増えるとはいえ、現状維持となる。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (社員)	・スマートフォンの冬モデルの発売といった商戦期となるが、キャリアの施策に左右されて、販売状況の波は大きくなるため、全体としては余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (役員)	・今後もキャリアの営業や手数料の方針に変化はない。携帯電話販売店での販売量が変わらなければ、業界の景気にも大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク (職員)	・政府は景気対策ではなく、社会保険料を含む負担の増加が続いている。今後は新内閣の発足が見込まれるが、景気の回復につながるかは不透明である。
<input type="checkbox"/>	観光名所 (企画担当)	・ここ数か月は、インバウンドが前年比で一定の増加率を維持する形となっている。一方、国内客はやや減少気味となっており、しばらくこの状況に変化はないと考えられる。
<input type="checkbox"/>	遊園地 (経営者)	・秋の行楽シーズンに差し掛かるため、先行きに期待したい一方、消費を大きく刺激する要因は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場 (支配人)	・予約状況には良い月と悪い月で大きな差があるが、全体としては変わらない。
<input type="checkbox"/>	競艇場 (職員)	・コロナ禍の収束後も、全国的にインターネット投票が好調に推移している。日程等による多少の変化はあるものの、安定した売上を維持しており、しばらくは現状のまま推移しそうである。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・催事は安定的に開催されているが、開催コストが前年よりも増えているなど、物価の上昇や人件費の増加による影響が大きい。

□	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・今のところ、物価の上昇によるレジャーマインドの低下はみられず、インバウンドも引き続き堅調に推移すると予想される。
□	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・9月は人気グループのコンサートが開催されるため、集客が期待できる。一方、プロ野球シーズンが終了する10月は企業イベントが中心となるため、集客は減少する。
□	その他レジャー [スポーツ施設] (業務担当)	・台風シーズンの到来で、天候不良によるスポーツ施設やイベントへの影響が出やすいため、何ともいえない。
□	住宅販売会社 (経営者)	・地価の高止まり傾向や、投資家に依存した不動産取引が落ち着かない限り、消費者の需要は伸びず、景気も停滞する。
□	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)	・大幅な金利の変動などがみられないため、状況に大きな変化はない。
□	その他住宅 [展示場] (従業員)	・建築単価の高止まりによる消費マインドの低下傾向は、今後も続く予想される。
▲	一般小売店 [花] (経営者)	・諸経費の増加により、利益が増えない。
▲	一般小売店 [衣服] (経営者)	・気候や社会、経済について不安定な要素が多く、これから社会がどう変化するのか見通しが立たない。そうしたなかで景気が急に良くなるとは思えず、仮に良くなる兆しがあっても特定の業種にとどまる。衣料品業界が上向くとは考えられない。
▲	百貨店 (売場主任)	・地元客の売上は多少伸びているが、国内外からの観光客による売上の低迷については、補うのが難しそうな状況にある。
▲	百貨店 (売場主任)	・現在もインフレが続いている。明確な所得の増加や減税といった景気刺激策がなければ、景気的好循環は生まれない。
▲	百貨店 (商品担当)	・前年のプロ野球優勝セールのような需要喚起策がない。優勝セールでは利益率はマイナスであったが、ふだんは百貨店にこない客を獲得できた。最近では大型の専門店を誘致しても買い回りの動きに乏しいため、館内イベントを強化し、滞在時間の延長を図りたい。
▲	百貨店 (宣伝担当)	・インバウンドについては、当店は中国からの観光客が圧倒的に多いため、中国の景気減速による売上の減少がしばらく続く予想される。国内客も定額減税といった好材料はあるものの、財布のひもが緩むまでには至らない。
▲	スーパー (企画)	・災害や米の価格高騰もあいまって、今後は更に節約意識が高まり、消費は低迷すると予想される。
▲	スーパー (開発担当)	・景気対策が何も行われない場合、賃金が上がらず、景気は冷え込み続ける。
▲	コンビニ (店員)	・長期休暇もないため、平常の動きに戻る。
▲	家電量販店 (店員)	・まだまだ先行きの見通しは悪く、景気は良くなる見込みがない。地震や台風といった自然災害も多いなか、購買意欲が上がることはなく、今後は更に悪くなると予想される。
▲	家電量販店 (人事担当)	・今夏の販売が好調であった分、秋から冬にかけて需要が期待できる商品が少ない。暖冬の予想もあり、余り販売が伸びる気配はない。
▲	一般レストラン (企画)	・円高傾向が進んでいるが、材料価格は下がる気配がなく、特に肉類の価格は上昇が続いているため、業績に大きな影響が出ている。一方、賃金の増加が物価の上昇に追い付いておらず、個人消費の減少が続いているため、外食への支出が減る要素はあっても、増える要素は見当たらない。
▲	観光型旅館 (経営者)	・天候不順や台風、地震、物価の上昇など、それぞれの問題が浮上し、不安定な動きになっている。それに伴い、それでも行きたいと思わせる動機付けが求められているなど、シビアな状況となっている。
▲	観光型旅館 (経営者)	・物価の上昇などで、旅行を控える動きが出てくる。
▲	都市型ホテル (フロント)	・9月から10月にかけての物価の上昇で、少なからず影響が出る。
▲	タクシー運転手	・夏休みが終わって財布のひもが固くなると予想される。物価上昇が長期化するなか、消費者が上昇の動きに付いていけるかどうかで、景気が左右される。
▲	通信会社 (経営者)	・今後も原材料価格の上昇が続くと予想される。

	▲	通信会社（社員）	・年末にかけての販売拡大は望めない。現在は、既加入者の解約阻止に労力を掛けなければ、更に厳しくなる。
	▲	通信会社（営業担当）	・現在のキャンペーンが終了することもあり、更に販売量が落ちる可能性がある。
	▲	その他サービス [学習塾]（スタッフ）	・生活に直結する商品等での値上げが多いため、不要不急の支出から削減の動きが始まる。
	▲	その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・アロマオイルのマッサージのため、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（従業員）	・工事費の高騰により、デベロッパーは新築マンションの販売価格を上げざるを得なくなっている。都心では客も付くが、郊外では集客が落ちてくる。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・新築住宅を必要とする動きが減り、受注が厳しい状況となっている。
	▲	その他住宅 [住宅設備]（営業担当）	・大雨や落雷、台風などの自然災害が発生しやすい時期になり、通常業務がこなせなくなるため、売上が少し鈍化する可能性がある。
	×	一般小売店 [花]（店員）	・来客数が減っている一方、客単価も落ちている。値上げのニュースが多く、節約志向が強まっているため、今後は更に売上が減る。
	×	衣料品専門店（経営者）	・値上げラッシュが止まらない。商店街周辺で新たに開店しているのは、低価格の立ち飲み店ばかりである。デフレを脱却し、インフレに転換したといわれているが、むしろデフレがひどくなっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・8月は洋服が売れなかった。客の話では、地震や天候などの不安材料が多いという声が多い。
	×	家電量販店（店員）	・従来であれば買換え時期に達している商品も、最近では修理での対応が主流となり、メーカーによる部品供給が終了するまで使うようになっている。近年の商品価格の高騰も、買換えが減った要因の1つと考えられる。
	×	住関連専門店（店長）	・国際情勢や経済情勢の変化に加え、災害などで長期的にイレギュラーな対応を強いられることが日常になってきた。緊急かつ特別な業務が増えている状況は、当店だけでなく、取引先や配送業者、客の間でも状況は同じであり、経済基盤自体が弱まっている。
	×	競輪場（職員）	・物価の上昇など、良くなる要素が見当たらず、例年の傾向よりもやや悪くなる傾向にある。
	×	住宅販売会社（経営者）	・来年度から住宅税制などでエコ基準を満たす必要があるため、必然的に大幅なコストアップとなる。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	化学工業（企画担当）	・夏季の食品の低需要期が終わり、最需要期を迎えるため、状況は良くなる。
	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・為替に関しては様々な対策が進んでいるようなので、下半期での景気回復を期待している。
	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・暑さが落ち着き、人事異動に伴う動きも出てくるため、業況は良くなる。
	○	繊維工業（団体職員）	・需要期に入るため、やや良くなる。
	○	繊維工業（総務担当）	・輸入商品の仕入価格が、円高傾向の影響で少し下がってきたため、良い方向に向かうと期待している。
	○	木材木製品製造業（経営者）	・日米の金利差が、今までとは異なる局面を迎えたため、急激に円高傾向が進もうとしている。輸入販売業にとっては良い兆しであり、今後は販売に力点を置きつつ、増収増益を目指す。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・問合せ状況から、年末に向けてイベントも増えていくため、状況は少し良くなると予想される。
	○	金属製品製造業（経営者）	・受注の内示状況が回復傾向にあるため、先行きに期待している。
	○	金属製品製造業（営業担当）	・需要が減る話よりも、増える話の方が増えている。
	○	輸送業（経営者）	・長年交渉してきた運賃の値上げが、全部ではないものの認められたため、これから実際に値上げが始まる。
	○	広告代理店（営業担当）	・We b媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が、前年から続いている。
		□	食料品製造業（従業員）

□	化学工業（経営者）	・先の景況感を示す、月間受注額、週間受注額が大きく減少しており、当分は景気回復が望めない。
□	化学工業（管理担当）	・電装品関連の取引先で、在庫量が増えているとの情報がある。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・新規案件の増加が、従来型製品の落ち込みをカバーしている。新陳代謝は十分に働いており、労働時間や売上に大きな変化はない。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・円高や物価の上昇による悪影響と、定額減税による好影響で、一進一退の動きとなる。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・新規案件の動きも活発さに欠ける。
□	一般機械器具製造業（設計担当）	・景気が良くなる要素は見当たらないが、悪くなる要素もない。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・先行き不透明な状況に変化はない。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数が少なく、大型案件も出てこない。
□	輸送用機械器具製造業（役員）	・受注から売上に繋がるまでの期間がまだ長い。例えば、前月までの受注残が売上に計上されるのは1年先である。
□	建設業（経営者）	・今の状況は、しばらく変わらないと予想される。
□	建設業（経営者）	・監理技術者不足が続いているほか、2024年問題による残業や休日出勤の対応に苦労している。工期の厳しい作業所では、新たに人材を投入しなければ工期を守れない状況となっている。今後は民間工事の発注者側も、完全週休2日を定着させてほしい。
□	建設業（営業担当）	・建設関連の需要が引き続き多い一方、労務費や材料費などの原価の上昇率が不安定で、先が読めない。特に工期が長いプロジェクトでは、利益が圧迫されるケースも多い。
□	輸送業（営業担当）	・秋は配達が増える時期であるが、今年は例年よりも少し減る見込みである。
□	輸送業（商品管理担当）	・毎年9月から11月は売上が減少するため、景気は悪化に向かう。
□	金融業（営業担当）	・特に受注が増えるといった話もない。
□	金融業（営業担当）	・台風通過後の被害状況にもよるが、まだ農産物等の価格は安くない。
□	経営コンサルタント	・大阪の中小企業は大阪・関西万博関連の需要に期待したが、その活用方法が分からないままである。今後は景気が好転する材料が見当たらない。
□	司法書士	・不動産登記や商業登記といった、相続登記以外の案件が少なく、しばらくはこの状態が続くようである。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・何もかもが値上げとなっているが、それに伴う利益の増加がみられない。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・商品の値上げがまだ続くなか、値上げを認めてもらうために取引先と交渉する時間が非常に長い。こうした状況に、今後も余り変化はない。
▲	繊維工業（総務担当）	・暑い日が続き、購入意欲にも影響が出ている。これまで夏物商材の消費が増えていたため、今後は秋冬商材の販売が極端に減ると予想される。
▲	建設業（経営者）	・物価の上昇に収入の増加が追い付かない。
▲	通信業（管理担当）	・実質賃金が増えた実感のないなか、物価の上昇が続いていることで、消費が低迷している。今後、収入が増える兆しもないため、しばらくは景気回復が期待できない。
▲	不動産業（営業担当）	・政策金利が0.25%に引き上げられたため、各種の金利が上昇するのに伴い、負担が増えるため、景気は悪化する。
▲	広告代理店（営業担当）	・10月以降の広告出稿の受注が、前年を下回っている。
▲	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・円安が徐々に落ち着くことで、外国人観光客は減少すると予想される。
×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・借入金の返済余力に乏しい企業が見受けられる。今後も価格転嫁による収益の改善は望めないなど、明るい兆しがみられない。
×	輸送業（営業担当）	・収入が下がったからという理由で、若いドライバーが何人か退社してしまった。今後、新たな人材が入ってくるとは考えられない。

	×	金融業 [投資運用業] (代表)	・このような環境で起業する気にはならない。経済活動は労働者にとってやる気が出るかどうかにか懸かっているが、今後数年間は、起業や労働の意欲が湧き上がる状況とは程遠い。	
	×	その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・ピーマンが58円と聞いてスーパーに行くと、1袋ではなく1個であった。きゅうりも1本80円となる場合があるなど異常な高さである。こうした状況がおかしいという認識を持たなければ、物価の正常化は進まない。そのための施策を早急に講じるべきである。	
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	
	○	人材派遣会社 (管理担当)	・不安要素は多いが、しばらくはこのまま好調な推移が続くと予想される。	
	○	人材派遣会社 (支店長)	・上半期に余り動きがなかった分、下半期は活発化することが予想される。ただし、為替や株価の乱高下に加え、米国大統領選挙や政権与党の総裁選挙による影響が懸念材料となっている。	
	○	人材派遣会社 (役員)	・大阪・関西万博関連の求人も本格的に動き出ししており、求職者の動きも活発化することが予想される。	
	○	職業安定所 (職員)	・製造業で下半期の業績回復を見込む事業所が増えているなど、今後の求人数の増加が期待される。	
	○	民間職業紹介機関 (営業担当)	・2026年卒向けのインターンシップ等の広報は例年どおりとみられ、更に前倒して広報活動が進む見込みである。一方、2025年卒の採用は採用予定数になかなか届かず、内定辞退も後から出てくるため、通年対応の企業が増えている。それに伴い、2025年卒の求人情報の公開やエージェントサービスへの申込みは、今後も出てくることと予想される。	
	○	民間職業紹介機関 (営業担当)	・年末に向けて、例年は求人数が増加する傾向となるほか、大阪・関西万博に関する需要も増えてくると予想される。	
	□	人材派遣会社 (営業担当)	・60代の求職者をいかに採用につなげるか、需要と供給の調整が難しい。	
	□	人材派遣会社 (営業担当)	・企業側の賃金の底上げが進まなければ、景気の好転は期待できない。	
	□	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・円安は少し落ち着いてきたが、インフレの状況に変化はない。世界情勢の現状を踏まえても、景気が良くなるとは考えられない。	
	□	新聞社 [求人広告] (担当者)	・新聞広告やデジタル広告の推移をみると、関西の地元企業のプロモーション費用に大きな変化は見込めない。	
	□	職業安定所 (職員)	・依然として、原材料費や光熱費等の増加などで収益が圧迫され、求人を控えているという声が出ているため、しばらくは現在の傾向が続く。	
	□	職業安定所 (職員)	・7月の新規求職者数は前年比で減少したが、在職者による求職のほか、自営業者の廃業による新規求職は増えている。	
	□	職業安定所 (職員)	・求職者数や求人への動きのほか、景気が大きく変動する兆候はないため、しばらく状況は変わらない。	
	□	民間職業紹介機関 (職員)	・建設下請業者の人手不足が顕著である。求人募集を行っている各事業者は人手不足のため、元請からの受注を断りながら仕事を回している。一方、元請各社は発注額の増額にシビアなため、下請業者の従業員の賃金は、依然として上昇しない状況が続いている。	
	□	学校 [大学] (就職担当)	・学生優位の売手市場を背景に、今後は内定辞退者が更に増えるため、採用活動を終了できない企業が多くなる。	
	□	学校 [大学] (就職担当)	・企業の採用担当者からは、来年度も積極的な採用活動を予定していると聞いている。	
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・不安定な為替を懸念する声が多い。一方、賃上げによる需要の増加はまだ先である。	
		▲	—	—
		×	—	—