

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	・今月は人気の催事やファミリーイベントが好調で、乗客数は前年比で約5%増となった。特に食品の総菜や菓子などに加え、防災備蓄商品が人気を集めたほか、婦人服のTシャツや冷感素材の衣料品を中心に売上が伸びている。
	○	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・売上は前年を上回る状況が続いているが、円高傾向も影響し、けん引役のインバウンド需要には一時の勢いがなくなっている。
	○	スーパー（店長）	お客様の様子	・地震や台風などの自然災害の脅威による特需が、売上に大きく影響している。
	○	スーパー（企画）	来客数の動き	・来客数は増加しており、売上也伸び続けている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数を増やすため、酒やたばこが買えて、現金の取扱もできるセルフレジを導入した。支払をスピードアップさせ、客の待ち時間を減らすことで、来客数の増加を狙う。
	○	乗用車販売店（支店長）	販売量の動き	・やや良くなっているものの、先行きは不透明である。
	○	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、1人当たりの単価が依然として高い。物価の上昇や、災害に備えたまとめ買いの影響であり、売上也前年比で増加している。
	○	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・インバウンド需要の回復に伴い、販売価格が高水準で推移している。
	○	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・宿泊部門の稼働率は85%と、予想をやや上回った。相変わらずインバウンドの宿泊は多いほか、国内のビジネス客も春からの流れで多くなっている。レストランも好調であり、平日のランチでは利用客が40人を超える日も多く、にぎわいをみせている。単価の高い料理の注文も少しずつ増えている。
	○	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・欧米からのインバウンドの需要が高まっている。
	○	遊園地（経営者）	来客数の動き	・来客数に加えて、客単価も上向いている。展開しているコンテンツの人気もあるが、支出に対する意識が第1四半期よりも改善している。
	○	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・物価の上昇には悪い要素が含まれるが、経済環境としては、物価の上昇を前向きに評価する経営者が増えている。
	□	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・9月に入っても猛暑日が続く、店の前を歩いている人が少ないため、来客数も少なくなっている。月末になり、時計のバンドを交換する客の来店が続いたが、夏は皮製のバンドが傷みややすいからであり、今年もバンド交換の動きが目立っている。
	□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・9月に入っても猛暑日が続く、当店は高齢客が多いため、例年と比べて来客数が少ない。
	□	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	単価の動き	・9月は前半に大きく売上が伸び、中旬に少し失速したが、月末に大量購入がみられたため、売上は前年を5%ほど上回る結果となった。特にラグジュアリー系の化粧品ブランドが若年層から幅広い年齢層の支持を集め、売上のけん引役となっている。商材別ではフレグランス関連が好調に推移した一方、ボディケアやヘアケア商材はやや伸び悩んだ。ギフト需要が下降気味となるなかで、フレグランスギフトがその代わりに伸びている。
	□	一般小売店〔野菜〕（店長）	単価の動き	・物価が上昇しているなか、悪天候の影響で葉物野菜の価格も上がっている。乾物類や魚介類も値上がりしているため、客の買い控えが増えている。
□	一般小売店〔呉服〕（店員）	販売量の動き	・高額の着物を扱っているが、先行きへの不安から、客の財布のひもが緩まない。	
□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・ようやく暑さが落ち着いてきたが、販売量も落ち着いている。	

□	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・前年は9月1日から地域の消費振興策が始まったため、売上は月初から好調に推移した。今年は同様の振興策がないため、売上は前年比で落ち込んでいるが、2～3か月の平均でみると回復している。
□	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・猛暑が例年以上に長引くなか、秋冬衣料の商戦は厳しい状況であるが、海外特選ブランドには堅調な動きがみられる。ただし、悪影響を受けるブランドと、動きの順調なブランドの差がより一層顕著となっている。
□	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・インバウンドの動きが落ち着いてきたほか、国内消費もラグジュアリーブランドの値上げに客が付いていけない。
□	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・国内の中間層は、暑さの影響もあってファッション関係では苦戦しているが、食品関係は総菜や菓子を中心に堅調に推移し、全体では微増となっている。富裕層にも同様の動きがみられる。その一方、インバウンドは客単価が低下しているものの、来客数は増えており、売上は2けた増を維持している。
□	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・大きな変化は見受けられず、物価の上昇によるデパ地下の苦戦や、厳しい気候による季節商材の苦戦が続いている。来客数は堅調であり、前年並みを維持しているほか、インバウンドの動きも悪くはないが、エリア全体での大きな動きにはつながっていない。
□	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・残暑の影響もあるが、衣料品の売上は厳しいままで推移している。一方、調理食品や生鮮3品は前年の売上を何とか維持している。
□	百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・インバウンドの来店は少し戻っているが、明らかに低価格品を狙ったバイヤーが中心である。
□	スーパー（経営者）	販売量の動き	・原料価格や資材価格の高騰を受け、やむを得ずに値上げした商品もあるが、販売量は減少気味である。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・食品を中心に値上げ傾向が続いているため、客の買物の動きは慎重である。
□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が一定の推移であるため、売上も横ばいとなっている。
□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・地震や台風への備えとして、米やパックご飯の販売量の急増や品切れにつながり、一時的に売上が増えたが、足元は新米も出回り始めたことで、販売量は少し落ち込んでいる。今のところは、新米価格の高騰もあり、改めて物価の上昇意識が高まっている。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・周辺のホテル稼働率も上限に近く、この数か月は来客数がほぼ横ばいである。値上げラッシュも一旦落ち着き、客単価にも変化はない。
□	コンビニ（店長）	単価の動き	・客の様子はほとんど変わらないが、安心価格ということで、比較的単価の低い商品を購入する客が増えている。それに伴い、いつもと同じような売れ方でも、なかなか売上が伸びなくなっている。
□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・来客数、販売量共に大きな変化はなく、順調に推移している。
□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・常連客がほとんどであり、夏休み前の販売状況に戻っている。
□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・朝晩が涼しくなってきたため、冷たい商品の売行きは少し落ちている。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・売上に大きな変動はないが、来客数が伸び悩んでいる。
□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・客は店のショーウィンドウをよく見ており、新しい洋服に興味はあるものの、物価の上昇で購入にブレーキが掛かっている。ただし、気に入った商品は即決で購入する動きがみられる。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・9月は単価が横ばいとなった一方、来客数は微減となった。様々な要素が考えられるなか、特に今月は残暑が厳しかった。また、客との会話では、政府や日本銀行の政策に市民が余り満足しておらず、物価の上昇率に収入の増加が追い付いていない状況が続いている。

<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・省エネ補助金の効果が年内は続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	お客様の様子	・今月の販売台数は目標を上回りそうである。新車価格の上昇もあり、売上も今月の目標、前年の水準共に上回る見込みである。ただし、人気車種に売上が偏っているほか、輸入車はブランドによる優劣の差が出てきている。客は、価値のある車は納車待ちでも金額に関係なく購入するが、条件を満たさない車は簡単には購入しない傾向にある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・中古車の相場が少しずつ悪くなっており、問合せ件数も減っている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・客の財布のひもが固く、受注を逃すケースが増えている一方、高額注文も増えており、格差社会の実態を肌で感じる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・物価がどんどん上がっている。円安傾向は改善しているが、物価の上昇が消費者の生活を圧迫している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	来客数の動き	・ガソリンの販売量は前年比で微増であるが、景気の影響というよりも、暑さの影響で増加している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	来客数の動き	・夏の休暇シーズンの後も、インバウンドが減ることはないが、来客数全体は低迷したままである。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・9月に入ってから暑い日が続き、特にスキンケアを中心とした化粧品や化粧雑貨は順調に動いた。一方、食品や日用品などの生活必需品は横ばいであり、健康食品や衛生用品は減少が続いている。3か月前と比べて大きな変化はなく、客単価は上昇しているが、買上点数は若干減少している。
<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	・新カタログの発刊前であり、受注数は例年どおりとなっている。
<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	・残暑が厳しいため、季節感がずれており、秋物商材の売行きが悪い。また、今年は地元球団の優勝セール等のイベントがないため、売上は前年比でマイナスとなっている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・夏の間も、新型コロナウイルス感染症や天候不順の影響で、予約が直前に埋まる傾向にあり、動向が読めない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・インバウンドには一定の来店がみられるが、特定の店舗でしっかりと食事をするというよりも、複数の店舗を回って様々な食文化を体験しており、費用対効果が特に良いわけではない。また、物価の上昇などで節約志向が強まるなか、平日の夜は個人客の利用が中心で、宴会需要は減少傾向にある。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食店の業況は天候に左右されやすく、猛暑が和らいだことで、ランチ営業の来客数が増えている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・売上の前年比は上半期の水準を下回ったままであるが、7月を底として改善の動きがみられる。ただし、来客数はまだ前年の水準に届いていない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・9月は2度の連休があり、個人客の動きは好調であったが、団体客のキャンセルなどがあり、販売は思ったほど伸びなかった。団体客の利用が想定以下であったため、飲料関連や売店の売上なども悪い。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・8月の地震に加え、進行の遅い台風により、太平洋側の観光地はキャンセルなどが相次いだ。その分の影響が、9月から10月の予約にまで少しづれ込んでいる。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・消費マインドは相変わらず下がっているが、これという物は購入する印象があり、価値を打ち出せているホテルは集客ができています。

□	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・客室部門は、引き続きインバウンドが単価を押し上げており、収入を確保できている。一方、レストラン部門は物価の上昇により、地元客の客足が遠のいている。
□	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊の利用が堅調に推移するなか、飲食を伴う宴会はかつての水準にあと一步であり、レストランの利用は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	・地震や台風による外出減少の影響が続き、9月は集客が悪化したが、受注件数には回復傾向がみられるため、販売量の変化は少ない。
□	旅行代理店(店長)	販売量の動き	・来客数、販売量共に大幅に増える動きはなく、横ばいが続いている。また、台風に伴う交通機関の長時間の乱れにより、キャンセルが相次いで減収となっただけでなく、その直後は新規申込みも減少している。
□	旅行代理店(役員)	販売量の動き	・9月は夏休みの旅行需要も落ち着く時期であるが、酷暑による外出の減少などもあり、受注件数の減少が続いている。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・今までは、暑さで仕方なく乗る客が多かったが、最近は目的地に行くために利用する客が見受けられる。
□	通信会社(経営者)	お客様の様子	・原材料価格が高騰する一方、価格転嫁は困難となっている。
□	通信会社(社員)	販売量の動き	・販売実績は前年の水準を上回っているが、ここ2～3か月は横ばいとなっている。
□	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・円高が進んでいるものの、販売量に影響は出ていない。
□	その他レジャー [スポーツ施設](業務担当)	それ以外	・夏という季節要因もあって利用状況は良いが、諸経費の増加もあり、実質的には変わらない。
□	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	・天候要因を除けば、景気に大きな変化はない。8月末の台風10号の上陸時は、進路の予想が大きく外れ、約1週間にわたって大きな影響を受けた。9月は3連休が2回あったものの、いずれも天候は良くない。
□	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・建築資材や生コンクリート価格の上昇が緩やかになってきたものの、まだ止まっていない。
□	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上昇傾向が続いている。
▲	一般小売店[鮮魚] (営業担当)	それ以外	・今月の売上が前年比で10%減少している。
▲	一般小売店[衣服] (経営者)	販売量の動き	・残暑が厳しいせいか、昼以降の来客数がめっきり減り、販売量も落ちている。一時に比べて涼しくなったとはいえ、まだ暑いことには変わりはない。この状態で消費者の目が冬物衣料に向かうはずがない。
▲	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・今月に入り、来客数が前年を下回る状況となりつつある。特にインバウンドの減少が顕著となっている。
▲	百貨店(売場主任)	競争相手の様子	・当店から500メートルの場所に競争力のある食品スーパーが開店し、生鮮品が苦戦している。29日までで生鮮品の売上が前年比で4.3%減、売上全体でも1.7%減となった。ただし、競合店を含むエリア全体での客は増えているため、来客数は3.9%増と好調に推移しており、今後の動きを注視している。
▲	百貨店(企画担当)	販売量の動き	・厳しい暑さが続き、秋冬ファッションへの移行が鈍くなっている。また、やや円高基調にあることで、免税売上は前年を上回っているものの、増勢には一服感がある。
▲	百貨店(マネージャー)	来客数の動き	・9月としては記録的な猛暑の影響で衣料品関連が苦戦したほか、生鮮食品や総菜関連も厳しい状況にある。米不足による値上がりの影響で、食品全体で節約傾向が強まっている。

▲	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・セール時期を経て秋物シーズンが立ち上がる時期に、新規商材の動きが鈍いほか、インバウンドの伸びも鈍化しているなど、コロナ禍以降の特需が収束傾向にある。さらに、異常気象や残暑、地震への警戒感なども、消費の悪化要因となっている。
▲	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・今月に入ってから、円高を要因としたインバウンド売上の悪化がみられる。来客数は減少していないが、主な購入商品の内容が、海外の高級ブランド品から化粧品などの低価格品にシフトしている。
▲	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・7月以降の円高傾向により、インバウンドが失速気味である。国内の富裕層の購買意欲が高い金製品は好調であるが、残暑の影響で婦人服や身の回り品など、ボリュームゾーンの秋物商材の売上が不調となっている。秋物衣料を買わず、冬物の実需期まで来店の予定がない客もみられる。
▲	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・3か月前と比較すると、訪日外国人の売上の鈍化が著しい。円安から円高に変化したことで、ラグジュアリーブランドを中心に売上の増加率が縮小している。
▲	百貨店（宣伝担当）	単価の動き	・円高や厳しい残暑の影響で、売上の大きなラグジュアリー関連の客単価が大きく下落したほか、ファッション関連の動き出しが非常に遅い。夏休みが終わって航空券の価格が下がるため、本来はインバウンドが増える時期であるが、売上は落ちている。
▲	スーパー（店員）	単価の動き	・暑さや台風の影響で入荷のない野菜もあり、価格が大きく上がっている。
▲	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・景況感の大きな変化は感じられないが、前月は南海トラフ地震への懸念や台風対策でのまとめ買いがあったため、その反動での販売量の落ち込みがみられる。
▲	スーパー（企画）	お客様の様子	・今月は前月の台風に伴う需要増の反動もあり、売上は芳しくない。店頭には新米が並び始めたものの、価格は以前の1.5倍ほどに上がっており、食品価格の上昇の動きが実感される。
▲	スーパー（企画）	販売量の動き	・売上目標は何とか達成しているが、1人当たりの買上点数が減っている。部門別には、畜産品や日用品での目標達成度が低い。
▲	スーパー（社員）	販売量の動き	・前月は地震や台風といった災害への準備として、食品を中心に大きく売上が伸びた。今月は動きがやや落ち着いたことから、再び買い控えがみられ、販売点数も伸び悩んでいる。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・9月は3連休が2回もあったので、外出するための節約の影響で、飲食店への客足が減少している。
▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・外国人客の来店が減っている。
▲	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・今年は猛暑日が例年よりも長く続いたこともあり、客の購買意欲が落ちている。
▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・物価の上昇で消費マインドが低下しており、それに比例して来客数が減少している。
▲	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・残暑が続き、エアコンの販売は好調であるが、米不足や食料品の値上げの影響で、調理家電の販売は振るわない。一方、豪雨や地震に対する防災意識が高まり、ポータブル電源などは好調に推移している。
▲	乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・為替は円高傾向と円安傾向が繰り返す形となり、貿易取引が混乱している。
▲	一般レストラン（店主）	お客様の様子	・海外からの客が多くなり、状況が読みにくい。現状は、店側の発想や対応の転換が遅れている。
▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	競争相手の様子	・大阪・関西万博による影響が出始めている。
▲	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・株価の乱高下により、年配客の旅行意欲が高まらない。旅行以外の消費に興味に移っているという話もあり、業界の景気は悪くなっている。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・連休中は人の動きは良いものの、最近の傾向として、平日の夜は余り出歩かなくなっている。無線予約の数も減っており、1度帰宅すれば外出しない。

	▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・新規顧客の獲得の難易度が上がっており、現状は月間目標の9割に満たない。
	▲	通信会社（役員）	それ以外	・集客や販売量に大きな増減はない一方、販売代理店に支払われるキャリア手数料などの条件変更により、収益が悪化している。
	▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築マンションの販売状況については、都心物件は販売価格を上げてでも売行きは変わらないが、郊外の物件は販売価格が購入可能な上限に達しており、集客や売行きが鈍っている。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	お客様の様子	・購入者の多くは価格を気にしており、賃金が上がらなければ厳しい状況である。
	▲	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	・不動産の取引は減少している。
	▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	単価の動き	・前月からの米不足については、新米の出荷で小売店に商品が並び始めたが、価格は高いままで例年の2倍となっている。高過ぎて買えないという声もあるなか、米すら好きに買えない状況は不景気の証拠と考えられる。
	×	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・インバウンドの売上は前年を上回っているが、円高の影響もあり、6月の3分の2程度となっている。インバウンドによる化粧品の売上は6月の1割減であり、特に高額品の売上が大きく減少している。また、株安による影響か、国内客の売上も余り良くない。
	×	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・3か月前は、売上、販売量共に改善傾向であったが、8月後半から9月にかけての猛暑や台風で客足が止まり、衣料品を中心に厳しい状況が続いている。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・残暑の影響もあるが、来客数が少ない。
	×	家電量販店（店員）	来客数の動き	・来客数は前年比で10%強の減少となり、販売単価も低下している。
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・政権政党の総裁選挙の結果を踏まえ、投資家の期待値が株価に大きく影響している。また、10月1日からの様々な商品の値上げにより、生活必需品以外の耐久消費財は購買意欲の低下が予想される。
	×	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8167円と、3か月前の9585円よりも低下している。
企業動向関連 (近畿)	◎	*	*	*
	○	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・製品の値上げが遅れていたが、徐々に値上げが進み、利益率が上がっている。買い控えの動きもあるが、生産量も少しずつ増えている。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	取引先の様子	・問合せが順調に入るなど、好調に推移している。
	○	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上の減少傾向に底打ち感が出てきている。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相談案件や受注案件が増えているが、人材不足で仕事を回すのが難しい。今や人材の確保が最重要課題になっている。
	○	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。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の商店街をみると、都心部や観光地に立地している商店街ではインバウンドが増えており、飲食だけでなく小売関連の売上も増えている。
	□	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・10月からの値上げで飲料の価格も上がるが、駆け込みでの注文もなく、売上に大きな変化はない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・食品関連でも販売量が減少している。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・在庫調整を行いつつも、最低限の部品調達を行っているほか、製品の多品種化も進めている。その結果、生産量や売上に変化はなく、インバウンドを狙った商品開発案件が入ってきている。

□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	取引先の様子	・過度な円安は落ち着いたものの、物価の上昇は続いており、消費には節約傾向が目立つ。賃金の引上げが名目ではなく実質的な動きとなり、持続的に行われるかどうか注目したい。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・荷動きに大きな変化はないが、徐々に値上げが認められ、売上が前年の水準に近づいているため、明るさがみられる。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現段階の引き合いをみる限り、景気が上向くとは考えられない。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・テレビや冷蔵庫、洗濯機などの大型白物家電の販売状況は、前年割れとなっている。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上が大幅に減少している。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・契約後の建設資材価格の上昇や、納期の不安定化が続いている。また、技能労務者の不足もあり、厳しい状況に変化はない。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・建築確認件数が減り続ける一方、小規模なりフォームが増えている。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・運賃の値上げがほとんどの取引先に認められたが、その一方で、一部の取引先では運賃の値下げが始まった。これまでの付き合いで仕事を引き受けているものの、赤字になっている。
□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・家具が売れる時期となり、多少の動きはみられるが、そこまで売上は伸びていない。
□	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・台風の上陸といった季節変動に左右され、米や野菜の価格が高騰しているほか、米国での利下げで株価も大きく変化しており、先行きは不透明である。
□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・交通広告の需要は、前月と大きく変わっていない。
□	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	・予想どおりに残暑が続く、秋物商材の販売が進まない。その一方、懸念材料の米不足については、各店舗は年間契約もあり、供給に不安はないと聞いている。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・機械工具業界では2年前から値上げが続いているため、それが落ち着けば需要が安定してくる。
□	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・業者間の卸売取引量が景気を反映するなか、全体的に天井感が出てきている。業者間での価格競争が激しくなっており、販売単価が徐々に下がる傾向もみられる。
▲	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・受注量は前年の水準を下回っている。
▲	繊維工業（総務担当）	それ以外	・加工賃や輸送費、原材料費、宿泊代、こん包材費など、全てにわたって値上げが進み、原価や経費が増えている。その一方で、販売価格は値引き要請などで現状維持であるため、利益が減っている。
▲	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・家電や建設資材向けの動きは堅調であるが、オートバイや自動車向けの電装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	・政治の動きが不安定なほか、半導体企業の業績も不調であるため、先行きが不安である。
▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・秋冬商材の受注状況がかなり悪い。価格に対する消費者の反応が敏感過ぎて、値上げも難しいことから、利益率が厳しくなっている。
▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・金利が上がっており、不動産会社による借入れ負担が少し厳しくなっている。不動産の売り物件も増えているため、これまで上昇傾向にあった価格も、今後は下がり始める。
×	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・ガソリンなどの物価上昇が止まらないほか、様々な増税によって可処分所得が減っていく。また、金利は上がったものの、円安の解消に全く寄与していない。
×	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	・物価がますます上がっている。

雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・事業主都合の離職者が減少傾向にあるなか、自己都合の離職者も減少しつつある。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求職者数の動き	・求人数は増加しているが、求人にもマッチする求職者が減少している。
	□	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・案件自体はあるが、採用の決定までかなりの時間を要する。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・当地域では求人が増えている印象はなく、求職者が希望する事務関係の仕事も、建設業界以外では減少している。
	□	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いが、求人数はおおむね横ばいの推移となっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求人数に大きな変化はない一方、求職者の動きは、欲しい人材というよりも、シニアの動きが中心となっている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・政権政党の総裁選の結果により、今後の景気にも影響が出ると予想されるほか、今後は米国の大統領選挙も控えている。それらの結果が出るまでは、大きな動きはないと予想される。
	□	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に対する企業の出稿意欲は、ほぼ3か月前と変わらない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・8月の新規求人数は前年比で増加となった。増加した業種の比率は、公務、農林漁業、不動産・物品賃貸業、宿泊・飲食サービス業、運輸業・郵便業の順に高くなっている。
	□	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・求人数、求職者数、採用数のいずれも、3か月前と比較して、ほぼ横ばいでの推移となっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加したが、有効求人数はほとんど変わっていない。業種別には、金属製品製造業の求人が増えた一方、宿泊・飲食サービスでの減少が顕著である。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・9月に入っても、採用活動を継続している企業は多い。飲食や観光関連の業界では、インバウンド需要の回復で事業を拡大しているため、求人数も緩やかな増加が続いている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	雇用形態の様子	・企業による新卒の採用意欲は旺盛で、福利厚生に力を入れる企業が増えている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・病院での入院生活により、医療職の人手不足が身近に感じられた。通院の患者にも高齢者が多く、節約を進めている人が多いため、消費は伸びにくい。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・人手不足ではあるが、多くの中小企業は、賃金を引き上げてでも採用したいという経営状況ではない。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・求人数が少し減っているなか、人材不足で人選に苦戦しており、売上が減っている。
×	—	—	—	