

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)	◎	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・11月は団体客、個人客共に、好調に動いている。宿泊単価は上がっているが、それでも高稼働率で推移している。
	◎	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・円安の影響でインバウンドの宿泊費が上昇している。紅葉シーズンも重なって、高単価での販売が続いている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・平日、週末に限らず、人出が増えてきており、売上も少しずつ伸びている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	それ以外	・インバウンド効果の直接的な影響で、売上は3か月前よりも18%増えている。
	○	一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	販売量の動き	・11月後半から進物の動きが良くなっており、このまま良い形で年末商戦を迎えたい。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・3か月前の8月は、急激な円高の進行や株価の大幅な下落などで、非常に厳しい月であった。9月も同じく売上が低迷し、10月に入ってようやく回復傾向となった。この11月はインバウンド売上も順調に回復しているが、外商を除く国内売上は10月に比べると良くない。
	○	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・秋も深まり、衣料品の実需期となっている。客単価の上昇と、購買率の低下傾向は変わらないが、これまでの不振を少しカバーする形となっている。
	○	百貨店（管理担当）	来客数の動き	・化粧品など、多少は好調な商材もみられたが、業績全体をけん引するまでには至っていない。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・物価の上昇という要因もあるが、国内の中間層による消費が活発で、3か月前と比べて売上は5.4%改善している。気温の低下により、付加価値の高いファッション商材や、食に特化した催事、総菜、おせちなどの受注が好調に推移した。また、富裕層の動きでは、特選品や美術品、時計がクリスマス商戦を控えて好調に推移するなど、国内市場が良くなっている。インバウンド消費は3か月前と同様に、客単価は低下しているが、来客数が増えており、売上の前年比は30%増を維持している。
	○	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・気温の変化とともに、婦人服や紳士服のファッション関係の店頭売上が、3か月前よりも5%程度増えている。外商売上も、ラグジュアリー関連や金製品が好調に推移し、3か月前よりも約20%増えている。さらに、来客数も増加傾向にある。
	○	百貨店（売場統括）	お客様の様子	・実需期に入り、ファッションを中心とした消費が大幅に回復した。前年比でも、富裕層による売上が10%増えている。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・店舗の改装効果により、来客数が前年比で116%と伸びている。
	○	スーパー（企画）	来客数の動き	・賃金の上昇で客の購買力は上がっている一方、先行きへの不安から価格には敏感になっているため、値上げへの反応が大きい。
	○	コンビニ（店員）	お客様の様子	・月末に公共料金の支払に来たついでに、買物をする客が多い。
	○	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・11月中旬頃から、それまでの暑さから一気に冬らしくなり、秋冬商材の販売が加速した。前年と比べて単価は少し低いものの、販売数は前年比で130%超と大幅に増えている。
○	衣料品専門店 (店員)	単価の動き	・商品の単価を期間限定で下げたり、セール期間を設けたりして、来客数の増加を図っている。それに伴い、来客数が増えている。	
○	その他専門店 〔ドラッグストア〕 (店員)	お客様の様子	・売上は前年を上回り、買上点数、客単価共に改善している。物価は上昇しているが、客には殺伐とした雰囲気がない。	

○	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・前年と比べて、高単価での販売となっている。客室稼働率はやや前年を下回っているが、売上は上回っている。
○	都市型ホテル (管理担当)	単価の動き	・紅葉のシーズンに入り、3か月前よりも客室単価が約1万円上昇している。
○	都市型ホテル (客室担当)	販売量の動き	・客室単価が上昇しているほか、団体客の受注も多く、11月の稼働率は90%に達する見込みである。夏に低調であったレストラン部門も、年末に向けた冬のプランの受注が増えている。
○	都市型ホテル (販売促進担当)	来客数の動き	・客室部門は前月に続いて好調である。客室稼働率は88%ほどであったが、比較的安価な修学旅行の団体客が多かった一方、ビジネス客や個人の旅行客の単価が高く、10月の売上を上回った。レストラン部門は利用客が1日平均で54人となり、コロナ禍以降では最も多い月となっている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・年末を控え、少し慌ただしくなっている。
○	通信会社(社員)	販売量の動き	・他社からの乗換え客の純増を目指すキャリアの方針により、出張販売の回数や客との接点が増え、販売量が増えている。
○	その他住宅[展示場](従業員)	販売量の動き	・3か月前と比較して、住宅展示場全体の成約数は増加傾向にある。
□	一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・販売量が前年と比べて落ちている。11月に入っても暖かい日が続いたことが要因であるほか、物価の上昇により、必需品ではない衣料品には買い控えもみられる。
□	一般小売店[化粧品](経営者)	単価の動き	・11月は初旬から前年の売上を上回る動きが続くなど、前月からは回復傾向にある。商品としては、クリスマス商戦のコフレが前年比で5%の売上増となった。来客数は前年に及ばないものの、客単価が3%増となり、売上全体は前年比で1%から2%の増加となった。電鉄グループが新たな化粧品ショップをオープンしてから、周辺の店舗はやや苦戦しているが、関西の中心地にある店舗の売上は、軒並み1けた台後半の伸び率となっており、12月の動きが期待される。
□	一般小売店[野菜](店長)	お客様の様子	・野菜の値段が上がっており、売行きが悪い。値下げを行った商品から売れていくため、偏った売れ方となり、売上は芳しくない。
□	百貨店(企画担当)	お客様の様子	・10月は気温が高く、衣料品を中心とした季節商材が苦戦したが、11月に入って一気に気温が下がったため、冬物衣料が動き、売上に貢献している。
□	百貨店(広報担当)	販売量の動き	・8月は厳しい暑さが続き、秋物ファッションへのシフトが遅れた。11月も気温の低下が遅れたことで、秋物ファッションの本格稼働時期が後ろにずれている。
□	百貨店(外商担当)	お客様の様子	・天候不順の影響もあるのか、冬物衣料の購買動向が芳しくない。
□	百貨店(外商担当)	販売量の動き	・インバウンド売上の伸びが鈍化している。気温が下がらないため、冬物商材の売上も芳しくない。海外の高級ブランド品も商品がそろわず、それほど売上は伸びていない。
□	百貨店(商品担当)	販売量の動き	・気温の影響もあり、冬物商材の動きが少し鈍い。気温が低い日は冬物商材の動きも増えるが、気温の高い日も多く、一進一退の動きとなっている。
□	百貨店(販促担当)	販売量の動き	・今月はようやく気温が低下し、秋冬商材も動き出したが、気温が高かった前月の低迷分を補うほどの活発な動きではない。気温も低下してきたとはいえ、高い日もあるなど、防寒意識は十分に高まっていない。一方、インバウンドは順調に動いており、売上全体の底上げに寄与している。

<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	競争相手の様子	・野菜価格の高騰による影響もあるが、食料品は農産物や精肉を扱う道の駅が近隣にオープンしたほか、競合スーパーの食品フロアのリニューアルもあって苦戦している。また、お歳暮ギフト関連も苦戦しているが、急激な冷え込みで衣料品関連が好調に推移しており、全体としてはほぼ想定どおりの売上となっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（宣伝担当）	単価の動き	・9月以降はラグジュアリーブランドを中心に、インバウンドの売上単価が低下し続けている。直近の円安傾向で売上はやや回復傾向にあるものの、上半期の勢いには追いついていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・単価は上がりつつあるが、当店は前年の実績が悪かったこともあり、一概に景気が良くなったとは判断できない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・客の商品購入時の行動が、より慎重になっている。食品広告の目玉商品の購入時も、慎重に選ぶ動きがみられ、無駄な購入をしない客が増えている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・ブラックフライデーは気温の低下もあって比較的好調となるなど、生活にも根付いてきたようである。このままクリスマス、年末商戦にも期待したいが、物価の上昇による節約意識の高まりもあり、メリハリのある消費行動になると予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	来客数の動き	・気温の低下もあり、季節商材が売れるようになっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	販売量の動き	・商品の値上げが続くなか、今年初めて買上点数が前年を上回った。ただし、最低賃金の引上げで人件費が増えた結果、増収減益となりそうである。今後は、各社が店頭価格を上げざるを得ない状況となる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣ホテルの客室稼働率はほぼ上限に達しており、この数か月は来客数も高水準のまま特に変化はない。客単価もこの数か月はほぼ同じ水準となっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・従来のセルフレジは利用率が17%から20%であったが、たばこや酒が買えて、釣銭対応も可能なセルフレジに切り替えてからは、利用率が65%から70%に上がっている。3台を1セットで運用することで回転率が良くなり、待ち時間が少なくなるため、客にも喜ばれている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇や、自転車の酒気帯び運転の罰則新設などで、居酒屋などの来客数がかなり減っている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	単価の動き	・商品価格が上がった効果が出ている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	販売量の動き	・ここ数か月は、販売量、来客数、単価共に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	販売量の動き	・一気に寒くなり、温かい商品が好調に売れ出したが、売上に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は少ないながらも、寒くなったため、冬物商材を求めての来店がみられる。ただし、財布のひもが非常に固い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（支店長）	販売量の動き	・景気は良くなる傾向にあるものの、現在は足踏み状態となっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月は売上目標を下回る見込みである。新車は人気車両の配車が遅れているほか、従来の人気車両の需要も一巡している。その一方で新たな人気車種は出てきていないため、販売台数が減少している。ただし、中古車は売上目標を上回る結果となっている。全体としては、客の高齢化が進んでいることもあり、新規客が増えるか、人気の車両を確保できない限り、販売台数の増加は難しい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・円安が進み、輸出額が増えることを期待している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売量が引き続き低調で、回復の兆しがない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・米の値段が上がり続けており、他の食料品の販売にも影響が出ている。それが落ち着かなければ、今の厳しい状態が続く。

□	その他専門店 〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・値上げによって売上が増えている一方、販売量は落ちている。
□	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・原油価格の低下などで、ガソリンの販売量は前年比で増えているが、特に景況感の変化はない。
□	その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・売上に大きな変化はないが、僅かに増えているのは、価格の値上げが原因としか考えられない。
□	その他専門店 〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・気温の低下に伴い、これまで低調であった医薬品や衛生用品の動きは上向いているほか、化粧品や美容関連も順調に推移している。ただ、食品や日用雑貨などの生活必需品は横ばいとなり、売上全体としても低調な水準となった。3か月前と比べて来客数に大きな変化はなく、客単価は上昇しているが、買上点数が若干減少している。
□	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	・受注量が例年と変わらない。
□	その他小売 〔ショッピングセンター〕（総括）	販売量の動き	・気温の低下で衣料品が動いているが、クリスマス関連やお歳暮、おせちといった季節商材の動きが戻らない。インバウンドの動きもそれほどなく、大きな変化はないため、売上はほぼ前年並みとなっている。
□	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・ここ1年で最も良くなかった3か月前の売上と比べれば、少し良くなっているが、仕入価格や人件費などの経費の増加を考えると良くない。ここ数か月は、売上や来客数が安定しない一方、仕入価格は更に上がっていることから、何とか踏んばって経営している。
□	一般レストラン （企画）	販売量の動き	・前月は少し良くなったが、今月はその改善分が元に戻り、3か月前と同じような販売量となった。前月と比べると、客単価は同じ水準を維持しているが、来客数の伸びは鈍化している。
□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・新しい企画が始まり、単価は上がっているが、その影響はカバーできている。
□	観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・明確な売りがあるかどうかの販売のポイントとなっている。それが打ち出せていない宿は不利であり、客が見極めようとする雰囲気も顕著となっている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・当地域の場所の問題か、インバウンドが増加傾向にある。
□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	販売量の動き	・状況の悪化はみられないが、好転する材料もなく、横ばいの動きが続いている。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・新築分譲市場では、高価格物件は富裕層や高所得層による安定的な市況となっている一方、郊外を中心とした低価格物件の動きには悪化がみられる。
▲	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・商品の売行きや商談の動きに、明るい兆しがみられない。
▲	百貨店（売場主任）	単価の動き	・11月28日までの来客数は、前年比で0.2%減となっているが、売上は1.2%減と、来客数以上に減少している。以前からの傾向であるが、生鮮品では単価の高い牛肉の売上が苦戦しているほか、総菜も高級ブランドが苦戦しており、買い控えによる単価の低下傾向が顕著になっている。
▲	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・新規の催事やポイントアップイベントの積極展開、新ショップのオープンなどで、来客数は前年を上回ったが、売上は約3%減となった。日中の寒暖の差が激しいため、ストールや帽子などの婦人雑貨のほか、婦人服は好調に推移している。

▲	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・気温が高めに推移したため、婦人、紳士、子供の各部門の冬物衣料が不調となり、雑貨だけが少し好調であった。食関連が中心の物産展は前年比で増収となり、その影響で来客数も微増となったが、買い回りが少なく売上の減少を招いている。
▲	スーパー（店員）	単価の動き	・この時期では今までにないほど野菜の値段が上がり、売行きに響いている。その代わりにカット野菜はよく売れた。寒くならず暑い日が続いたため、割と小さめの野菜が多い。
▲	スーパー（企画担当）	競争相手の様子	・11月に競合店が2店舗オープンした影響が大きく、集客、売上共に減少している。また、青果品の相場上昇による値上げの影響で、売上単価は伸びているが、生活に必要な商品以外の買い控えにつながり、買上点数は減っている。
▲	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・全体的な値上がり傾向に対して、来客数は前年並みで推移しているものの、客単価の落ち込みがみられる。買い控えの動きのほか、セール品を求めて買い回りする客が増えている。また、人手が不足している店舗も多く、売場のレベルの維持に苦労している。
▲	スーパー（社員）	お客様の様子	・春の賃上げ効果や商品価格の上昇などにより、これまでは食品を中心に比較的堅調な売上が続いていた。ただし、前月頃から客の節約志向が高まっている。
▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・観光客は以前と変わらず、毎日多数の来店がみられる一方、昼のランチタイムでの、近隣の会社員による来店は減っている。近くに飲食店が増えた影響を受けているほか、おにぎりや弁当類のかなりの値上げが進んでいるため、コンビニの商品も手軽に買える価格帯ではなくなっている。
▲	家電量販店（経営者）	それ以外	・暖冬の影響により、給湯器などの動きが悪い。
▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・物価の上昇もあって、消費マインドは低下し、必要最低限の商品の購入が増えている。消費者に対する補助金の支給など、積極的な消費対策が必要となっている。
▲	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・温暖化の影響で気温が下がらず、暖房機器の販売が伸び悩んでいる。また、食材や日用品価格の上昇により、調理家電の販売も低迷している。
▲	住関連専門店（店長）	販売量の動き	・催事などの販売促進の機会はあるが、売上は変わらない。コストだけがが増えて、利益は減っている。数年前の同じ現場の催事と比べても、来客数、客単価共に悪化している。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・11月は比較的気候が良く、ランチ営業も来客数が伸びている。ただし、11月から自転車の運転の罰則が厳しくなったため、夜の営業は近隣の飲食店を含めて、来客数が少ない。
▲	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・今年の上半期と比較して、外国人の宿泊客数がやや減少している。レストランは近隣の競合施設による影響が続き、現時点では回復の兆しがみえない。
▲	旅行代理店（店長）	来客数の動き	・この時期は需要の閑散期であり、来客数は減少傾向となるが、今年は何年以上に少ない。
▲	旅行代理店（役員）	単価の動き	・海外旅行の需要が増えている一方、客単価は下がっている。国内旅行の受付件数も引き続き減少傾向にあり、客単価も徐々に下がっている。
▲	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・客が物価の上昇を実感することで、景況感が下がっている。生活必需品の購入で精一杯であり、所得に余裕がないという話もよく聞く。所得の2極化が進んでおり、上位層からは旅行の申込みが入っているが、宿泊などの単価も上がっているため、最上位の富裕層以外は年間の旅行回数を減らす傾向にある。
▲	通信会社（経営者）	単価の動き	・原材料費や人件費の高騰で、利益が圧迫されている。
▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・ここ3か月は、売上が目標を下回っている。
▲	通信会社（役員）	お客様の様子	・携帯電話の販売台数が、端末価格の高騰による影響もあり、前年比で減少傾向にある。

	▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・今月の契約数が前月よりも2割減っている。
	▲	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	・温暖化の影響で、紅葉の時期が例年よりも遅く、11月の行楽客の来客数に影響が出ている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・住宅の購入希望者が急激に減少している。
	▲	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状況は、郊外を中心に、集客の減少とともに契約の進捗も悪化している。販売価格が上昇しているため、購入希望者との予算の乖離が広がっている。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	お客様の様子	・案内会や展示場などの来場者には、価格の上昇を気にする傾向がみられるため、安価な品ぞろえが増えている。
	▲	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	・全体的に余り変化はないが、物価が確実に上昇しているため、状況は良くない。
	×	一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・今月の売上は、今年のワースト記録を更新した。その具体的な理由は思い浮かばない。時計の販売はゼロであったが、時計のベルト関係では若干の依頼があった。ただし、交換する皮ベルトをみると、のりづけやホチキス止めがしてあるなど、生活防衛の工夫に節約の切なさを感じた。全体的に、活気のない月となっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比では7割から8割と減少しており、今後も悪くなると予想される。
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・今月中旬から、会員向けに来店記念品を用意して、家電やリフォーム商品のセールを実施しているが、集客の増加にはつながっていない。
	×	一般レストラン（店主）	お客様の様子	・外国人客は増えているが、年末年始を控えて、国内客の動きはやや控えめとなっている。外国人客は、行動の時間帯や金銭感覚が少し違っており、目的の買物以外では無駄遣いしない。
	×	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は速報値で7405円であり、3か月前の9348円よりも下がっている。
企業動向関連 (近畿)	◎	*	*	*
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・オートバイや4輪車の電装品用の出荷や、家電用、電子部品用の出荷がやや好調である。
	○	金属製品製造業（営業担当）	取引先の様子	・売上が増えてきたという取引先が増えている。
	○	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・季節的な変動はあるが、受注の動きがかなり良くなった。ただし、コスト全体が上がっているため、売上が増えれば利益が増えるわけではない。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・観光地を抱える自治体は、オーバーツーリズムになっているケースが多いが、観光客のお陰で地元商店の売上は伸びている。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は大きく減ることもなく、一定の量を確保できている。日常用の製品でもあり、購買意欲が減退した時期もあったが、需要が戻りつつある。
	□	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・加工費や原材料費のほか、営業に係る宿泊費や運賃等の値上がり分を、販売価格に転嫁できないため、利益が減少している。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月も月末には取引先が在庫調整を始めるが、一部の製薬会社は忙しくなっているようである。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・注文の多品種少量化が進んでいる。ある程度の生産を見込んで価格を見積もっているが、極端に生産が少なければ、割増料金をもらっても採算ベースに乗らない。他の試作品などで利益率を高めながら、売上を調整しているのが実情である。

□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	取引先の様子	・円安傾向や物価の上昇が続いている。業種ごとの景況感も様々であり、金利の先高観で金融業などは良いが、輸出入などは今後厳しくなる。全体としては、3か月前と比べて変化はない。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・中国向けの自動車関連部品の動きが減るなど、全体的に自動車関連の荷動きが悪くなっている。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上が低迷している。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量については、3か月前とほぼ変わらない。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末の完成工事の受注は多いが、技能労務者の不足に加え、この時期に工事が集中しそうなため不安である。
□	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・多少の運賃の値上げが実現したが、経費の増加が大きいいため、これ以上の事業の拡大には慎重にならざるを得ない。
□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・売上が前年よりも落ち込んでおり、配達件数も減少している。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・米国の大統領が代わることから、諸外国の動向には注意を要する。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・客との会話のなかで、受注が増えたという声は少ない。
□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙広告、Web広告共に、売上が前年並みで推移している。
□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き、交通関連の広告の引き合いが好調である。
□	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	・冬らしい気候となり、冬物商材の売行きが徐々に伸びている。その一方で、食材価格の高騰による影響か、スーパーの食料品の販売に目立った伸びはなく、衣料品や雑貨の販売が伸びる形となっている。
□	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・実用衣料の販売では季節感がなくなってきたこともあり、財布のひもが固く、販売は低調となっている。業界大手を始め、多くのチェーン店で在庫が増えているため、当面は新規の投入を遅らせている。それに伴い、各メーカーでは売上の不振や、在庫の積み上がり傾向がみられる。
▲	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・物価だけが上昇し、消費者の収入は余り増えていないため、取引先の販売も良くなり、少しバランスが悪くなっている。
▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の引き合いが減少している。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・政府は半導体業界の景気浮揚策を講じているが、ここ数年は成果があがっていないため、心配している。
▲	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・冷蔵庫や洗濯機、エアコンなどの大型白物家電の荷動きが鈍化気味で、前年を下回る販売状況となっている。
▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・国内市場の動きが鈍くなっており、今後も好転するとは考えにくい。
▲	建設業（経営者）	取引先の様子	・建築コストの上昇により、低コストの業者に注文が集まる傾向が高まっている。
▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・1階の貸店舗の撤退が続いている。良い場所であってもアパレル関連の撤退が多く、空室率の上昇や賃料の低下につながり、空き店舗の数も増えている。
▲	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	・定番商品の受注が非常に少ないなど、前年よりも状況は悪化している。
×	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・これだけ景気の停滞と物価の上昇が続けば、先行きを考えると消費を控えようとする動きは避けられない。インバウンド需要に支えられている業者も、今のうちに対応策を準備しておく必要がある。
×	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	・物価が上がり過ぎており、建設資材の価格も上がっている。

雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前と比べて求人数は好調で、前年の水準も上回っている。ただし、採用数はやや減少しているなど、人手が足りないから誰でも採用するわけではなく、慎重に見極めた上で採用している。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人企業数、求人数が共に増えており、前年比での増加幅からも、改善の動きがみられる。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は3か月前と大きく変わらないが、事業所への訪問による感触では、売上は比較的堅調な様子である。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・2026年卒の新卒採用に向けて、本格的に就職活動サイトの掲載やイベント出展の申込みが始まっており、当社への依頼も前年と比べてやや増えている。ただし、学生側の動きは鈍くなっており、11月開催のインターンシップや業界研究のイベントでは、2026年卒の学生よりも27年卒以降の低学年の参加が目立った。需要と供給のバランスが取れていない印象を受ける。
	□	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・採用数が伸び悩んでいる。なかなか取引先の予算が確定しない。
	□	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数が大きく増えるなど、企業の採用意欲は高水準で推移している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・50代から60代のシニア層の求職活動は例年以上に活発であるが、就職にはなかなかつながらない。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求職者数の動き	・引き続き求人数は増加しているが、求人条件にマッチする求職者の応募が伸び悩んでいる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・人手が不足している業界の求人は、時給が高騰しているが、人手不足でも収益の良くない企業は、時給が据置きか、市場価格を下回るケースが多い。時給や就業環境が良く、教育制度が整い、仕事の相談もしやすい企業は社員の定着率もよいため、今後はそういった企業に派遣社員も集まる。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・衆議院選挙や米国の大統領選挙が終わり、今後は変化する部分も予想されるが、今のところ大きな変化はない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・値上げなどの影響で、企業のプロモーション費用などが抑えられているのか、新聞広告やデジタル広告の予算は特に変化していない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・10月の新規求人数は前年比で増加となった。どの業界も人手不足であるが、求人を出しても応募がない。事業所からは、人手がなければ受注を増やせず、現状維持が精一杯という声がある。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・福利厚生の実施など、新卒採用には工夫がみられるが、給与自体はさほど上がっていない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・10月以降も採用活動を継続する企業が多く、人材不足が改善する要因が見当たらない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・歳末の雇用のレイアウトが変化しており、一部のお歳暮コーナーが縮小されている。おせちのコーナーも縮小が目立つなど、販売方法の変化がみられるほか、外国人の購買も高級品の1点買いが目立つ。今までと比べて帰国時の荷物にも変化がみられ、従来のように多くの土産を買う人は減っているようだ。国内も節約志向であるため、歳末商戦の盛り上がりで景気が上向けばよいが、現在は何ともいえない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求職者数の動き	・大企業による人員整理の動きが散見されるが、求職者が急激に増えているわけではないため、今後の動向が注目される。
	▲	—	—	—
	×	アウトソーシング企業（社員）	求職者数の動き	・人手不足のため、新たな人材募集を行っているが、全く応募がない。