

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)	◎	都市型ホテル（フロント）	来客数の動き	・大阪・関西万博の影響が大きく、終盤に向けてかなり予約数が伸びている。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・酷暑のなか、大阪・関西万博の開催や夏休みで、大阪への人出が増えており、タクシーの利用率も上がっている。
	○	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	お客様の様子	・4月から6月まで低調であった売上も、7月にやや回復の兆しがみられ、8月に入って更に回復している。都心店舗の売上は前年比で約5％増え、郊外店舗でも2％増となった。来客数はやや伸び悩んでいるものの、客単価が順調に伸び、インバウンド、国内消費共に微増となった。気温が上昇するなか、紫外線対策商材や初夏からの肌のダメージを回復させる商材に伸びがみられるほか、高機能の高額商材の動きが増えている。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・3月以降、特選ブティックなどの高額品の売上が落ち込み、免税売上の苦戦が続いていたが、8月は高額品の売上にやや回復傾向がみられる。また、株価の上昇もあり、国内売上も高額品が好調となっている。ただし今月の好調は、前年の8月が株価の急落で良くなかったという特殊事情もある。
	○	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・前月には減退が懸念された国内客の購買意欲が回復している。前年の第1四半期がピークであった免税売上の悪化も落ち着き、今年は前年並みに回復した。前年は月末に台風の影響で落ち込んだため、その反動増も加わり、百貨店事業の売上は久しぶりに前年を上回っている。
	○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・インバウンド消費の下げ止まりに加え、国内消費も前月までに比べれば、持ち直した印象を受ける。
	○	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・イベントなどの催事が好調で、レストランの売上が前年比で2けた増となっているほか、食品やファッションフロアへの買い回りも顕著にみられる。
	○	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・例年の夏休みよりも、国内外共に来客数が非常に多く、大阪・関西万博の効果をここへきて実感している。特に、子供連れの家族客が目立ち、雑貨や食料品、レストラン街の売上が好調である。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博も終盤になり、来場するインバウンドが増えているため、夜8時以降は来客数が10％ほど増えている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・夏祭りなどで繁忙期に当たるため、販売量は増えている。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は前年割れとなっている一方、物価の上昇で、客単価は上昇傾向にある。それに伴い、一定の売上はみられるものの、利益は減少している。
	○	コンビニ（店員）	単価の動き	・暑い日が続き、休日の昼間の来客数は減っているが、早朝や夜間の客は多く、何食分も弁当をまとめて購入する客が多くみられた。その一方で、外国人客は相変わらず多い。
	○	乗用車販売店（支店長）	それ以外	・平均株価が4万3000円を超えるなど、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	・ふだんの来客数に、お盆の帰省客や大阪・関西万博を訪れたインバウンドが加わった影響で、客単価が前年比で100円近く上がり、来客数も増えた。また、新型コロナウイルス感染症の流行拡大などで、衛生関連商品の売上も伸びている。
	○	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・最大で9連休となったお盆休みの影響もあり、間際の需要が伸びた。また、猛暑による外出減少の反動もあり、10月以降の予約がテーマパークを中心に動き始めている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・夏休みに入ったほか、暑さの影響もあって、駅では近距離の利用が増え、回転率も良くなっている。走行中も配車アプリからの予約がかなり入っている。

○	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	単価の動き	・前月に続き、貴金属関連の相場が高値を維持している。
○	通信会社（役員）	お客様の様子	・携帯電話やスマートフォンなどの端末販売が、前年比で増加している。
○	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9356円と、3か月前の8640円を上回っている。
○	その他住宅〔展示場〕（従業員）	販売量の動き	・運営している住宅展示場での成約数は全体的に増加傾向にあり、特に資金が潤沢な60代以上のシニア層の成約が大きく増えている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・猛暑で午後からの人出が減っており、単価も上がらない。
□	一般小売店〔時計〕（経営者）	単価の動き	・朝から異常な暑さが続き、人出は予想したとおり、やや少なくなっている。その一方で客単価はやや高めの推移となったため、最終的に売上は落ち着いた動きとなった。今月の動きで目立ったのは、暑さで傷んだ時計のバンドを交換する動きであり、ささやかな猛暑の恩恵となっている。
□	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・安い物しか売れず、野菜の価格も少しでも上がれば買い控えが出る。
□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・夏季休暇が終わり、その反動での受注の増加が期待できるが、猛暑の影響で販売量が伸び悩んでいる。
□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・インバウンド売上が前年の好調の反動で悪化する動きは一段落し、前年並みの動きとなりつつある。その一方、国内客の動きは2極化しており、高額品の購入客は前年並みで推移する一方、一般客の売上は回復しないままとなっている。
□	百貨店（外商担当）	それ以外	・来客数に減少傾向はみられないが、売上は前年を僅かに下回っている。猛暑や残暑の影響で、富裕層の来店頻度も減少傾向にある。
□	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・来客数が増えて販売単価も上昇しているが、買上率は前年を下回り、売上も前年並みにとどまっている。物価の上昇に対して、消費者が商品を厳選して購入する傾向にある。
□	百貨店（営業推進担当）	販売量の動き	・来客数に大きな変化はないが、販売量がやや減少傾向にある。
□	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・景況感を左右する大きな変化はないが、商圏的には他の地域よりも景況感が余り良くない状況にある。夏休み期間で、消費がモノではなくコトにシフトする傾向があったことも響いている。
□	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・猛暑の影響もあって、来客数の前年比は5月に比べて0.8ポイント悪化した。客単価は上がっているものの、特に暑さの厳しい、13時から16時頃の来客数が減っており、売上に少し影響が出ている。
□	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・春先からのインバウンド売上の減少が、売上全体に響いている。ただし、インバウンド売上の減少幅は小さくなっているほか、国内の富裕層による高級品の需要も好調に推移している。
□	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も連日の猛暑で、UV対策商品の帽子やグローブのほか、接触冷感の機能性素材のTシャツやパンツを中心に盛夏商材が好調となり、前年の実績を大きく上回った。ただし、前年にインバウンド消費が活況となった反動減が大きく、売上全体は約8%減となっている。
□	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・全体的な国内中間層の動きに変化はなく、慎重な消費が続いている。夏休みやお盆に伴う需要で、行楽用の夏物衣料や化粧品、レストランへの需要に加え、持ち帰りでの総菜需要が好調に推移している。また、大阪・関西万博のグッズを中心としたキャラクター催事が全体を押し上げ、売上は数%増となっている。さらに、インバウンド消費も空港での国際線就航による影響で、消耗品売上や来客数が70%増となり、売上全体でも40%増に転じている。

☐	スーパー（店長）	販売量の動き	・必要な物を選んで購入しているようにみえるほか、近隣の競合店と使い分けている。
☐	スーパー（店長）	それ以外	・全体的な物価の上昇で、消費は横ばいか増加傾向にある。ただし、販売店の売上は伸びているものの、景気が良いとはいえない。
☐	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・店舗の改装以降、直近の3か月を含めて来客数に変化はない。
☐	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・前年8月は南海トラフ地震臨時情報の発表や、台風の接近に伴う備蓄特需が発生し、売上が急伸した。今年はその翌年に当たるため、前年比での数値は悪化している。実質的な動きは判断しにくいものの、猛暑や物価の上昇による消費マインドの低下や、食費の節約ムードに変わりはない。
☐	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・前年は大型台風の接近に伴う食材のまとめ買い需要があったため、その反動で前年比では販売量が伸び悩んでいるが、2年前と比べればそれほど落ち込んでいない。来客数も横ばいで推移している。
☐	スーパー（企画）	単価の動き	・ガソリン減税の原資がないため、自動車所有者に対して新税が検討されるような状況では、景気は変わらない。
☐	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博の開催効果は続いており、来客数が高水準で推移している。
☐	コンビニ（店長）	来客数の動き	・インバウンド効果が少し出ている。
☐	コンビニ（店員）	販売量の動き	・来客数、売上共に大きな変動はなく、横ばいの動きが続いている。
☐	コンビニ（店員）	来客数の動き	・まだ暑い日が続いており、冷たい物が売れている。
☐	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来客数は3か月前と変わらないが、単価が下がっているため、売上は減少傾向が続いている。前月からの酷暑の影響で、ジャケットを中心にスーツの売上が減少している。
☐	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・連日の猛暑で、昼間の来客数の落ち込みが大きく、売上に大きな影響が出ている。特に、エアコンの販売が目標をかなり下回っている。
☐	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・GX志向型住宅の補助金の受付終了や、申請がうまくいかなかった影響などで、当初の予定が変わった客が出てきている。
☐	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・少なからず自動車に興味のある客が動き始めている。
☐	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・中古車オークションの出品成約率、落札率共に悪く、市場では様子見の動きが続いている。
☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・カウンセリング化粧品を中心に、スキンケア用品やUV関連、制汗剤などの化粧品や化粧雑貨が好調であった。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。3か月前と比較して客単価は上昇しているものの、猛暑の影響で来客数が伸びない状況が続いている。
☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・ガソリンの販売量は前年比で微減となっているが、お盆の前半の天候悪化によるもので、特に景気の動向に影響を受けたものではない。
☐	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	来客数の動き	・夏休み期間となり、大阪・関西万博に向かう国内外の観光客が街にあふれているが、新規の来店客、購入客共に、増える兆しは全くない。
☐	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	・法人による大量注文が減少している。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	来客数の動き	・来客数は前年並みに戻ったものの、高額品の動きは厳しい。

□	一般レストラン (企画)	販売量の動き	・売上の前年比はほぼ横ばいであるが、来客数は微減となっており、客単価の上昇で売上を支えている。当社店舗はロードサイドにあるため、大阪・関西万博の影響はプラスともマイナスともいえない。
□	一般レストラン (店主)	それ以外	・物価の上昇による、原材料価格の上昇に苦慮している。
□	その他飲食〔洋菓子〕(管理担当)	来客数の動き	・猛暑のなかで、駅構内は空調もなく非常に暑いため、通行者は足早に通過している。また、駅周辺の工事による、人の動線の変化も悪影響となっている。
□	その他飲食〔自動販売機(飲料)〕(管理担当)	単価の動き	・値上げは相変わらず続いているが、客の雰囲気に変化はない。
□	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・大阪・関西万博が開催中のため、関西圏内からの個人客の利用が減少したほか、お盆休みの先行予約も鈍かったが、間際予約の急増によって計画を上回る来客数を確保できた。また、当地域では台風や大雨による影響もなかったことが、プラス要因となっている。
□	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・大阪・関西万博による影響が大きいものの、インバウンド需要は減少気味である。
□	都市型ホテル (管理担当)	お客様の様子	・インバウンド需要は好調であるが、国内客の需要には増加がみられない。
□	通信会社(社員)	販売量の動き	・通信会社が事務手数料を値上げしたことで、他社からの乗換え客が純減となっている。
□	通信会社(社員)	販売量の動き	・夏枯れ状態で加入数が伸びておらず、酷暑の影響で消費も低迷している。
□	競艇場(職員)	販売量の動き	・3か月前ほどではないが、ネット投票の売上が前年を上回り、お盆期間の来客数も前年比でプラスとなっている。
□	美容室(店員)	販売量の動き	・トリートメントなどのメニューに関して、客が少し控える傾向が出始めている。
□	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・地価は高水準での推移となっており、今のところは価格調整が入る気配もない。
□	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・販売量に大きな変化はないが、建築コストの緩やかな上昇が続いている。
□	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・新築分譲マンションは、都心の物件は買換え需要もあって売行きは良いが、郊外の1次取得者向けの物件は販売現場への来場者数が少なく、苦戦するケースが増えている。
□	住宅販売会社 (企画担当)	販売量の動き	・高額物件の受注件数は底堅く推移している。
□	その他住宅〔情報誌〕(編集者)	お客様の様子	・大阪・関西万博の盛り上がりや、インバウンド消費の好調により、足元は堅調な経済環境が続いている。不動産の購入の動きも続いており、高額物件を中心に一部では過熱感もみられる。
□	その他住宅〔住宅設備〕(営業担当)	販売量の動き	・8月の決算が固まり、売上目標を無事に達成することができた。ただし、好調であったのは首都圏であり、関西は前年比で95%にとどまるなど、景気が良いのは首都圏だけとなっている。
▲	商店街(経営者)	来客数の動き	・猛暑のため、来客数が減少している。
▲	一般小売店〔鮮魚〕(営業担当)	それ以外	・商品価格を上げたにもかかわらず、売上は5%減少している。
▲	一般小売店〔書籍〕(管理担当)	来客数の動き	・大阪・関西万博が閉幕に向かう雰囲気が徐々に出ており、開幕当初に発売されたガイド本の売上が落ち着いている。
▲	百貨店(商品担当)	お客様の様子	・株価は上がっているが、先行き不透明感は強く、美術工芸品などの高額品需要は低調である。インバウンド消費も不調が続いており、高級ブランドの売上は減少している。一方、大阪・関西万博関連の商品は売上が大幅に増加しており、その影響で来客数も前年を少し上回っている。さらに、物価の上昇でギフトの解体セールなども好調であるが、全体への影響は限定的である。

▲	スーパー（店員）	単価の動き	・猛暑の影響で価格が大幅に上昇したほか、仕入れも余り入ってこないなど、かなり厳しい状況となっている。
▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・前年は南海トラフ地震関連の騒動で、水や米といった保存の利く商品の販売が一気に増え、例年の売上を大きく上回った。今年の売上は前年を大きく下回る予想であったが、今年も米不足で備蓄米の販売もあり、米の売上が大きく伸びたため、売上の減少幅が小さくなっている。
▲	スーパー（社員）	販売量の動き	・競合スーパーやディスカウント店が増えるなか、来客数は減少傾向にある。何とか客単価を高めるための対策を実施しているが、商品価格の上昇が客の買い控えにつながり、販売量や売上が伸び悩んでいる。
▲	スーパー（企画）	販売量の動き	・お盆は曜日並びが良く、好調な結果となった。特に、米の入荷が安定しており、売上を押し上げている。一方、気温が高すぎて客が外出を控えているため、購買行動にも影響がみられる。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・食品や飲料などは、できるだけ安い店で購入する動きがみられる。
▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・今月は少し来客数が減ったようである。暑さや夏季休暇の影響もあるが、特に昼間の時間帯は、少し余裕のある状況となっている。
▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・命の危険を感じるほどの猛暑で、来客数が激減している。1番暑い13時過ぎから16時の時間帯の人出は、今までにないほど悪い。どの店舗も同じ状況のため、仕方ないと捉えている。
▲	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・物価が上がっているため、単価の低いセール品などは動いているが、客からは洋服の購入などを控えているという声もある。
▲	家電量販店（経営者）	来客数の動き	・暑すぎて来客数が減っているため、案件の見込み客が減少している。
▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・物価の上昇やエネルギー価格の高騰で、消費マインドが低下している。必要最低限の商品しか購入が見込めないなか、早急な政策対応が求められる。
▲	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・猛暑日が長引いていることで、外出自体を避ける傾向にあり、来客数が減少している。一方、気温の高い状態が続いているにもかかわらず、エアコンなどの季節商材の売行きは厳しい。
▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・仕事はあるものの、人手不足が深刻で、売上の増加につながらない。
▲	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・中古車の販売は目標台数を上回っているが、新車は下回る見込みである。新車はここ数か月、厳しい状況が続いている。インパクトのある新型車の発売がなく、メーカーによる販売促進策の不足といった要因もあるが、来客数の減少や商談回数の伸び悩みなど、客が購入に消極的である点は否めない。
▲	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・物価上昇の影響か、自動車の購入に当たっての2極化の動きがみられる。富裕層の購入ペースに大きな変化はないが、中間層以下の購入ペースが伸びない。また、乗換えに際して、新車の購入を選ばないケースが散見される。
▲	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・販売量が徐々に落ちている。物価の上昇で全体の消費が減っているほか、米価格の高騰やのり価格の値上げで、量販店では巻きずしなどのメニューも減っており、それによる販売量の減少もみられる。
▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・異常な暑さと大阪・関西万博の影響により、特にランチでの来客数が減少している。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・取引先との契約金額は何とか維持できているが、値上げによって販売単価が上昇していることが要因で、量的には減少傾向にある。
▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・パンダがいなくなったほか、暑すぎて海のレジャーが避けられているため、来客数が減っている。
▲	観光型旅館（経営者）	それ以外	・大阪・関西万博の影響で、周辺のホテルや施設への入込は15%ほど減っている。

	▲	都市型ホテル （客室担当）	単価の動き	・高額での販売に陰りがみられ、価格を下げて販売せざるを得ない。また、客室の狭さがネックとなり、海外の客から選ばれにくい状況である。
	▲	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・余りの猛暑で、計画していた旅行そのものをやめる客が増えている。今後も湿気と暑さが尋常ではない状態が続けば、ますます外出を抑える動きが増える。予約状況は良いようにみえても、キャンセル率が上昇している。
	▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料価格の上昇や人件費の増加で、利益が圧迫されている。
	▲	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・商業施設に入っている店舗の来客数が減少している。また、新規の契約数にも今月は特に停滞感がある。
	▲	テーマパーク （職員）	単価の動き	・ふだんの生活の中で、全ての商品の価格が高騰している。ただし、賃上げがその動きに追い付いておらず、政府による賃上げの要請も効果が薄いため、生活は苦しくなる一方である。
	▲	観光名所（企画担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の開催による影響が出ており、特に日本人客、それも近畿圏内からの客が大きく減少している。
	▲	遊園地（経営者）	来客数の動き	・大阪のレジャー施設は大阪・関西万博と競合関係にあり、その影響を受けている施設もあるため、全体的に勢いが弱い。
	▲	その他レジャー 〔スポーツ施設〕（業務担当）	単価の動き	・施設の運営管理業務では、今夏の異常気象が経費や原価の高騰につながっている。
	▲	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	・今年のお盆は9日から17日までと期間が長く、来場者の増加に期待していた。ただし、9日から11日は天候が悪く、それ以降も猛暑が続いたことで、外出の減少につながっている。また、大阪・関西万博に人が流れる傾向は続いており、その面でも苦戦している。
	▲	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	・標準的な世帯では、物価の上昇で消費が減少している。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	お客様の様子	・食料品価格や、公共料金の上昇ばかりが報じられ、購買意欲が減少している。
	×	一般小売店〔呉服〕（店員）	それ以外	・着物を販売しているが、暑すぎて浴衣すら売れない。
	×	百貨店（売場主任）	単価の動き	・郊外店である当店の来客数は、27日現在で前年比2.2%減と厳しい。特に、生鮮3品の単価下落の傾向が著しく、精肉では低単価の鶏肉や豚肉が好調な一方、特に単価の高い黒毛和牛が苦戦している。消費者の節約志向が顕著であり、今後もこの傾向が続くと予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・暑さの影響もあるが、前年よりも来客数が30～40%減少している。来店に結び付ける方法を考え、安心してお金を使える環境を整えることが重要である。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・暑さの影響もあるが、物価の上昇で消費意欲が低下し、極端に来客数が落ち込んでいる。
	×	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・企業関連の案件が著しく減少しており、客単価も下がっている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・インバウンドは以前よりも少し増えたが、限度を超えるような猛暑の影響か、日常的な宴会の需要が予想以上の大幅な減少となった。また、忙しい日とそうでない日の差が大きいほか、猛暑や天候の影響による仕入価格の変動も大きく、対応が難しくなっている。
企業動向関連	◎	*	*	*
	○	食料品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・大阪・関西万博の影響もあり、好調に推移している。

(近畿)	○	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・猛暑日が続いており、飲料の一部に欠品なども出たが、売上はやや良くなっている。大阪・関西万博の開催により、外国人観光客が増えた影響もある。
	○	電気機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・設備投資意欲が回復してきたが、価格競争はまだ続いている。案件の取り合いに勝てなければ、業績が急激に悪化する可能性がある。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・受注内容が、補給品や修理を中心とした注文から、新規の設備関連に移行しつつある。
	○	建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・建設コストが高止まりしているが、発注者もある程度は受け入れざるを得ない状況が浸透している。
	○	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	・ターミナル駅を中心に、どの店舗も売上はおおむね好調となっている。ただし、外国人観光客が多い割に、利用は飲食店のみで物販店舗の利用は少ない。ここ数年の傾向である、体験型観光の増加による影響が出ている。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・食料品を始めとする多くの商品価格の上昇により、一般的な商品の荷動きは低位で安定しているものの、イベント需要は大きく伸びているため、全体的には数字が伸びている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・月末になると、取引先が在庫調整を行う動きがみられる。
	□	出版・印刷・関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き、問合せは順調にきているが、受注量に変化はない。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇や円安基調が続いている。当社は米国の関税引上げによる影響を受けないため、大きな変化はないと予想される。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月は異常な暑さが続き、夏休みの関係もあって稼働率は悪く、荷動きも極端に悪くなっている。ただし、9月の受注内示は低水準ながら安定している。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月の景況感は良くなく、直近もこの傾向に変化はない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・猛暑の影響もあり、エアコンの店頭実売は堅調に推移しているが、冷蔵庫や洗濯機などの大型家電の荷動きは、前年を下回っている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・お盆休みの前後でも、案件の問合せ状況には大きな変化がない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・猛暑による生産性の低下のほか、働き方改革や人手不足の影響で、工期内のしゅん工が難しい状況にある。来年以降は、夏季の工事について、余裕のある工期の設定を求めたい。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇や光熱費の値上がりの影響とみられるが、リフォームを必要最低限に抑える傾向が顕著である。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事量に大きな変化はないが、暑さによる社員の体調不良により、受注を少し控えている。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・家具の売上が落ちている。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の決算書や試算表によると、売上の状況に大きな変化はない。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・夏の暑さに葉物野菜の生育状態が左右され、価格に影響が出ている。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・交通関連広告が、大阪・関西万博の影響もあって好調に推移している。
	□	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	取引先の様子	・大阪・関西万博による恩恵はないほか、米国の関税による影響も今のところはみられない。
	□	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	・今年は梅雨明けが早く、気温が非常に高いため、夏物商材の販売時期が早まり、6～7月の売上が伸びている。

	▲	食料品製造業 （従業員）	受注量や販売量の動き	・お盆休みの関係もあり、生産量は前月比、前年比共に減少している。値上げも一段落したため、販売量が伸びれば利益は出る形となるが、プライベートブランド商品ばかりが売れており、ナショナルブランドの販売は減っている。
	▲	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇で消費意欲が低下しているほか、値引きが当たり前になっていることで、利益が圧迫されている。催事ごとの販売額が減少しているほか、他社との競争激化による販売員1人当たりの売上減少もあり、経費率の上昇が進んでいる。
	▲	化学工業（管理担当）	取引先の様子	・米国の関税による影響がどう出るかについて、見極めが求められる。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事の流れが悪くなっている。結果的に注文は出ているが、発注が遅いほか、少量で短納期の案件が増えているため、生産計画が立てにくい。
	▲	その他製造業 〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・コストの上昇が続く一方、市場の動きはかなり弱いなど、価格転嫁ができるような状況ではない。
	▲	金融業〔保険〕 （経営者）	取引先の様子	・物価の上昇による客足の悪化を耳にする機会が増えた。また、猛暑による影響も出ている。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・店舗の空き物件が増えている。インターネット販売の増加で実店舗のニーズが少なくなり、賃料の低下や空室率の上昇につながるなど、景気が悪化している。
	▲	経営コンサルタント	取引先の様子	・小売業の取引先は厳しく、特に高齢者を対象とした呉服や線香などの店は、売上がかつてないほど低調であった。暑すぎる気候の影響で、熱中症を恐れて外出が控えられたことが要因である。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・暑すぎて外出の抑制が推奨されているため、当社製品の販売機会が減少している。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・数千品目にわたる値上げが続いているほか、ガソリン税のトリガー条項の凍結解除について実施が遅れている状況では、景気は良くならない。
	×	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	・物価の上昇が止まらない。
雇用 関連 （近畿）	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 （役員）	求人数の動き	・求人数は高止まりしており、派遣社員よりも正社員の求人が増えている。また、求職者の間でも正社員の求人が人気を集めている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・建設業では、熱中症予防の義務化によって交代要員が必要な現場が増え、求人数の増加につながっている。
	□	人材派遣会社 （営業担当）	それ以外	・求人は事務職以外で増えているが、求職者は事務職を希望するケースが多い。事務関連の仕事が増えて、時給が上がっている状況ではないため、なかなかマッチングができない。
	□	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・求人数は例年と比べて大きな変化はない。採用がなかなか決まらないため、複数の人材派遣会社に依頼する動きがみられる。
	□	人材派遣会社 （管理担当）	求職者数の動き	・大阪・関西万博への人材供給は順調であるが、他の観光関連では案件数は増えているものの、それに対する求職者の応募がなく、伸び悩んでいる。
	□	人材派遣会社 （支店長）	採用者数の動き	・米国の関税引上げの影響か、上半期はほとんど変化がなく、様子見の動きが続いている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・株価は上がっているものの、物価上昇を賃金の伸びが下回る問題は解決されておらず、景気が良くなっているとはいえない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・大阪・関西万博といった明るい話題はあるが、マスメディアに対する企業のプロモーション費用の推移に大きな変化はない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・一部で廃業する事業所などの話も出ているが、3か月前と同水準の求人の申込みがあるため、全体的には変わらない。

	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年比で5か月連続の減少となっている。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・物価の上昇に伴い、年金生活や日常生活の維持、生活費補填のための求職者が、依然として目立っている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・4～6月は3か月連続で前年よりも求人数は増加したが、7月は減少となり、8月は再び増加傾向で推移している。一部の求人には持ち直しの動きがみられるが、最低賃金の引上げに備えて、求人の姿勢が慎重になるという声も出てきている。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	それ以外	・8月は大学が夏季休暇に入り、新卒生や3回生との接触がなく、動きは停滞している。お盆の8月中旬以降に、2026年卒の学生で公務員や大学院進学からの進路変更者が出ており、その動向次第では、また動きが出てくると予想される。進路変更者の数自体は前年と大きな変化はなさそうであるが、売手市場であるため、自由に活動している学生が多い。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・初任給などの雇用条件が向上している業界と、停滞している業界に2極化しつつある。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・採用活動の早期化が、採用者数の増加によるものとは一概にいえず、採用予定数は前年並みという医療機関が最も多い。ただし、予定どおりに採用人数が充足できるかどうかは、また別の問題として存在するようである。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・原材料価格やエネルギー価格の高騰で利益が圧迫され、求人の募集人数を精査する動きにつながっている。米国の関税問題の影響で先が読めず、景気の先行きを不安視することで、設備投資や求人の募集を控える声も出ている。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・時期的な動きもあって、求人数や求職者数は減少しており、景気はやや悪い状況にある。大阪・関西万博での就業者が多いせいか、特に求職者は前年比で大きく減少している。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・米国の関税引上げにより、自動車メーカーの業績に悪影響が出ると予想されるほか、物価上昇による消費の冷え込みも顕著になる。
	×	*	*	*