

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)	◎	一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・今月は来客数、販売量共に良かった。今夏の異常な暑さで手首に汗をかくことが増え、腕時計の故障による買換えや修理の増加につながった。スマートフォンが時計代わりになることも多いが、時計の存在感が実感できている。
	◎	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・大阪・関西万博の開幕まであと2週間となり、インバウンドも多いが、それ以上に国内客の家族連れも増えている。それらの客に対し、片手で食べられるサンドウィッチやおにぎり、パンなどの商品を充実させて対応している。
	◎	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・猛暑で来客数が激減していたが、23日以降は涼しくなって来客数が増え、エアコンやリフォーム需要が上向いている。
	◎	都市型ホテル（フロント）	単価の動き	・大阪・関西万博の影響が大きく、駆け込みでの来場も重なって、高単価、高稼働の動きが続いている。万博の閉幕後も、秋のトップシーズンということもあり、需要の陰りは全くみられない。
	○	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の終了に向けて、来客数が増えている。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・売上は、インバウンド、外商、外商以外の国内売上の全てで、前年を上回っている。インバウンドは大阪・関西万博の効果があるほか、国内売上では株価の好調が影響している。前年は8月に株価が急落し、9月の売上が非常に厳しかったため、その反動増による影響もある。
	○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・インバウンド売上は前年を下回っている。ただし、大阪・関西万博の効果もあって国内客の売上は前年を上回り、インバウンド売上の減少を補っている。
	○	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の会場の混雑と平行して、来客数が右肩上がりとなっている。インバウンドだけでなく、国内客の売上も伸びており、季節雑貨や食料品が好調であるほか、苦戦していた高級ブランドの売上も回復傾向にある。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・6月の来客数は前年比で1.8%減であったが、9月はこれまでのところ前年並みと改善がみられる。ただし、県内では国民スポーツ大会の期日前競技もスタートしており、関係者の来店もあるとみられる。こうした特殊要因を除けば、物価上昇の影響などで厳しい状況が続いている。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・大阪・関西万博との相乗効果もあり、来客数は前年を上回っている。また、株価の上昇に伴い、富裕層を中心とした宝飾品などの高額品の売上が伸びている。インバウンド売上も少しずつであるが回復している。
	○	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も人気の恒例催事など、様々なイベントや催事が好調であり、前年の実績を上回る状況となっている。残暑が続くなかで、機能素材を使用した婦人用品が人気を集めたほか、帽子やグローブなどのUV対策商品も好調に動いている。また、大阪・関西万博の関連商品の売場も引き続き好調に推移している。
	○	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・インバウンド売上の減少傾向が縮小し、高級ブランドは前年を上回っている。物産展などは以前から集客が好調であったが、館内の買回率が少し上がっている。ただし、9月は元々売上が小さな月であるため、10月以降は不透明である。
○	スーパー（企画担当）	それ以外	・売上だけをみると増加傾向にあるが、内容としては米の販売の増加が中心であり、特に備蓄米の量販による特需であるため、全体的には厳しい状況が続いている。ただし、新米も価格は下がっていないものの、一定量は売れている。	

○	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・前年は品不足によって米の売上が減少していたが、今年は一定量の供給があるほか、価格も上昇しているため、売上の増加につながっている。
○	スーパー（企画）	単価の動き	・米が安定的に入荷して販売量が増えているほか、価格を意識した販売政策の効果も出ている。特に、加工食品を中心に売上が好調となっている。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・安定的に売上は増えているが、涼しくなれば外出の機会も増えるため、今まで以上に来客数、売上共に増加する。売上が前年を大きく上回る品目もあるなど、店の販売戦略も功を奏している。日中の来店客は8割が海外からの客であり、大阪・関西万博による効果も出ている。
○	乗用車販売店（支店長）	それ以外	・このところは株価が上昇し、過去最高値となる4万5000円まで上がった。年内に5万円を超えるとの見方もあり、その影響で景気も上向くことが予想される。
○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売量は3か月前と比べて増えているが、自動車業界特有の決算月による影響が大きい。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・直営店のカフェでは来客数が増えている。
○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・7～8月は大阪・関西万博関連の団体客は少なかったが、9月は万博関連の団体客が多く、来客数も増えている。
○	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	・今月も大阪・関西万博の影響で来客数の減少がみられるが、一部の施設では回復傾向となっている。
○	住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・高額物件の売行きが好調に推移している。
○	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	販売量の動き	・新たな着工件数が半年前の1.5倍に増えており、作業員の人手が足りなくなるなど、良い傾向にある。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・業種ごとに売上の格差がみられるほか、買回品の動きが悪い。
□	一般小売店〔呉服〕（店員）	販売量の動き	・呉服の販売を行っているが、生活に必要な物ではなく、すぐに購入しなくてもよい商品であるため、動きは良くない。
□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・販売量の動きがまだ鈍い状況にある。
□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・暑さが長引いたことで、秋物商材の動きは鈍かったが、下旬になってから気温も落ち着き、秋物商材が動き始めている。
□	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・国内客の購買動向は、個社の特殊要因を除けば前年並みで推移している。ただし、気温の高さで秋物ファッションの動きが鈍く、想定よりも状況は厳しい。一方、免税売上は前年並みに戻っているなど、3か月前と比べてやや勢いが戻りつつある。
□	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の閉幕に近づくにつれて、近隣エリアへの入込が更に増加し、来客数の増加につながっている。それに伴い、万博閉幕後の反動減が、少なからず懸念される。
□	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・今月上旬は残暑が厳しく、衣料品を中心に苦戦したが、中旬から下旬にかけて秋物衣料の動きが出てきたことで、9月全体ではほぼ前年並みとなっている。
□	百貨店（営業推進担当）	販売量の動き	・来客数は横ばいで、客単価には上昇がみられるが、買上点数は減少傾向にある。
□	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・前月に続き、景況感の大きな変化はない。中旬までは気温の高い日が続いたため、秋冬商材を中心に動きが鈍い状況である。

<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・国内中間層や富裕層の購買姿勢は3か月前と変化はなく、慎重な選択消費や、資産価値消費、ハレの日のこだわり消費といった傾向が続いている。特徴としては、特選品や化粧品、フレグランスのほか、大阪・関西万博、サブカルチャー関連のコンテンツは好調を維持しているが、アパレルや食品は客単価の下落などで、厳しい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・商品ごとの単価が上がり、通常の買物でも支出が増えることから、消費者は余分な物が買えない状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	販売量の動き	・お彼岸用の墓花がよく売れたほか、シャインマスカットが値下がりしており、これもよく売れた。野菜ではキャベツが安かったため、よく売れたが、その他の価格の高い商品は全く売れていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は安定しており、特に変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・来客数はほぼ前年並みである一方、商品単価の上昇によって、売上が上振れしている傾向に変化はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	販売量の動き	・9月の売上も目標を大きく上回っているが、内容をみると、米の売上増がけん引している。他の商品も売上目標は上回っているものの、全体的な販売量は前年を僅かに下回る状況にある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・インバウンドを中心に大阪・関西万博の効果が続いており、来客数が高い水準を維持している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・今月も外国人客が多く来店し、忙しい日が多い。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	お客様の様子	・物価の上昇に伴って客単価は伸びているが、客の間に買い控えの動きがみられる。
<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はやや減少し、単価は横ばいであるため、売上は減少傾向が続いている。その要因としては、9月も残暑の影響で、秋物商戦の来客数が伸び悩んだことが挙げられる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・気温が徐々に下がってきたが、まだ暑さが続いているため、秋冬商材は売れない。現状は、単価が低いセール品の動きで、売上が伸びている状況である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・客の購買行動はシビアであり、故障しない限り、買換えを検討しない傾向がみられる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・依然としてあらゆる物価の上昇が進むなか、様子見の動きが続いている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月は新車の販売台数が目標比、前年比共にマイナスとなっている。車両単価の上昇による影響や、本国の業績悪化で商品や販売施策に目新しさがなかったことが要因である。中古車の販売台数は目標を上回ったものの、相場の低下で利益率が悪化し、利益が確保できていない状況である。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・リピーターによる購入はみられるが、新規客は減少している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・大きな変化はなく、客の動きが鈍い。
<input type="checkbox"/>	その他専門店【ドラッグストア】（店員）	お客様の様子	・当地域でのバーコード決済キャンペーンの対象店から外れているため、来客数が1割減となった。その一方、残暑が厳しいため、クール関連商品の売上は伸びている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店【医薬品】（管理担当）	販売量の動き	・気温が落ち着いてきたことで、これまで好調であったスキンケア用品やUV関連、制汗剤などの化粧品や化粧雑貨の動きが鈍化し始めている。食品や日用品などの生活必需品は好調であったが、医薬品や衛生用品の販売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、来客数や買上点数に変化はない。
<input type="checkbox"/>	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微減となっている。主に気候面の影響が大きく、景気の変化による影響はみられない。

<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・売上が増えないため、仕入れも控えざるを得ないが、目新しい商品がなければ、既存客の購買意欲は高まらない。
<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	・受注量に変化がなく、問合せも少ない。
<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	・前年の実績を上回っているほか、インバウンドも増えている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・残暑が厳しかった影響で、客足の伸びは小幅にとどまっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・6月以降の売上は堅調に推移しているが、ほぼ前年並みで推移している。一方、来客数の前年比は微減傾向にあるなど、客単価の上昇で売上を確保する状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・10月からは再び値上げとなるが、客による値上げへの反応は鈍化している。もう諦めているのか、値上げに気が付いていないような反応がみられる。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・前年比でみると良くなっているが、前年は修繕工事の影響で売上が減っていたため、その点を考慮すると悪くなっている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・稼働率が90%を超えるなど好調である。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・景気が上向いている様子は、客の動きにはみられない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・大阪・関西万博は終盤を迎え、問合せが増えている。ただし、会場が近場であるため、チケットだけの販売が中心となり、大きな売上にはつながっていない。また、11～1月の予約も増えているが、現時点では例年並みとなっている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・大阪・関西万博の問合せもあり、来客数は多いものの、客単価は上がらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・大阪・関西万博が終盤に近づき、駆け込み来場の気運が高まる一方、予約が全く取れないという声が多く、需要の増加にはつながっていない。近場の旅行需要が万博の影響で伸びない状況にも、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・大阪・関西万博による効果は絶大である。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・最近の気温の上昇により、短い距離の移動であっても涼しさを求める客が多い。
<input type="checkbox"/>	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比で130%以上を維持するなど順調であるが、販売の内容は良いとはいえない。ただ単に、貴金属の地金相場が過去最高を更新している恩恵によるものである。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	お客様の様子	・仕入価格の上昇が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	販売量の動き	・猛暑のため、インターネットサービスの需要が少し増えている。外出するよりも、自宅での動画視聴などが増えていることが要因とみられる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	販売量の動き	・今年度の累計販売台数は前年並みで推移しており、今後は新型スマートフォンの売行きに期待している。
<input type="checkbox"/>	観光名所（企画担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の影響が続いており、関西圏内からの客が引き続き減少している。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博の影響で、観光、レジャー施設は苦戦が続いている。特に、直近では万博の1日あたりの来場者が20万人を超えており、なかなか厳しい状況である。
<input type="checkbox"/>	競艇場（職員）	販売量の動き	・インターネット投票の売上が前年を上回っている。
<input type="checkbox"/>	美容室（店長）	来客数の動き	・厳しい暑さが和らぎ、来客数は若干戻ってきているが、売上が良いわけではない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・建築単価の動きが少し落ち着いている。

□	住宅販売会社 (企画担当)	販売量の動き	・高額な物件には底堅い動きがみられる。
□	その他住宅〔展 示場〕(従業員)	販売量の動き	・展示場全体の成約数は、3か月前と比べて、ほぼ横ばいとなっている。
□	その他住宅〔情 報誌〕(編集 者)	お客様の様子	・実需層向けのマンションの販売は2極化が進み、好不調が明確になり始めた。富裕層向けでは、希少性の高い物件は、高額でも好調な動きが続いている。
▲	一般小売店〔鮮 魚〕(営業担 当)	お客様の様子	・インバウンドは増えているが、近隣からの客を含む、国内客の来店が少なく、マイナス材料となっている。
▲	一般小売店〔化 粧品〕(経営 者)	来客数の動き	・9月は前年よりも日曜日が1日少なく、厳しい売上となった。来客数も全店舗で減少し、前年比で92%となるなど、この数か月で最低の水準となっている。商品の値上げによる客離れと、商業施設全体での来客数の減少が主な要因とみられる。客単価は105%と伸びているが、年末商戦に向けた新商材の投入が前年よりも遅れていることもあり、10月も厳しい状況が予想される。
▲	一般小売店〔野 菜〕(店長)	単価の動き	・10月の値上げを控えて、客が価格に敏感になっており、スーパー等との安売り競争に巻き込まれている。
▲	スーパー(社 員)	来客数の動き	・近隣に競合店が出店した店舗だけではなく、多くの店舗で来客数が減っている。客の低価格志向は根強く、特にディスカウントストアに客が流れている。
▲	コンビニ(経営 者)	販売量の動き	・毎年9月は暇になるが、今年も動きは良くない。
▲	コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・繁忙期が終わったほか、値上げの継続や賃上げなど、雇用主にとっては良いことがない。
▲	コンビニ(経営 者)	単価の動き	・消費の内容を絞る傾向が進むと予想される。
▲	家電量販店(店 員)	来客数の動き	・今年はエアコン需要が少ないほか、価格の高騰もあって、これから年末にかけて買い控えが増える。特に、高単価のエアコンや冷蔵庫の需要が減るため、ボーナスの支給時期までは厳しい状況となる。
▲	家電量販店(店 員)	お客様の様子	・物価の上昇で消費マインドが悪化し、最低限必要な物だけを購入する動きが多い。新内閣発足の見通しによる先行き不安もあって、景気はやや悪くなると予想される。
▲	家電量販店(人 事担当)	販売量の動き	・残暑が厳しいため、暖房機器の販売が例年よりも遅れている。その一方で扇風機や冷風機などの夏物家電の需要も既に一巡しており、処分が進んでいない。
▲	乗用車販売店 (経営者)	競争相手の様子	・他社の動きをみると、販売台数が苦戦している。
▲	住関連専門店 (店員)	単価の動き	・以前と比べて、購入価格の平均価格帯が下がった。物価の上昇により、生活に必要な物にはお金を掛けられないという声が増えている。
▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・大阪・関西万博の連日の大盛況で、商店街の人通りが激減し、当店の来客数も激減している。来店客をみても、万博の話題で盛り上がっているような状況である。
▲	観光型旅館(団 体役員)	来客数の動き	・夏休み期間の後は、客の動きが少し閑散とするため、10月以降の動きに期待したいが、見通しは良くない。
▲	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・高単価での販売が困難で、価格を下げての販売にシフトしている。また、経費の高騰で利益が圧迫されている。
▲	通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・物価の上昇で原価が上がっている。予算の動きが想定を上回っており、販売量が落ちている。
▲	テーマパーク (職員)	お客様の様子	・現状は目立った景気対策もなく、特に中小企業には良い影響がみられない。
▲	その他レジャー 〔スポーツ施 設〕(業務担 当)	単価の動き	・行政指定管理施設の運營業務では、政府の補助があっても、今夏の猛暑による水道光熱費の上昇や、人件費の高騰による経費の増加が負担となっている。

	▲	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	・不動産の取引額が少し減っている。
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少しているほか、必要最低限しか買わない客が増えている。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	お客様の様子	・国内客の需要が伸びず、参議院選挙後の政治の停滞による影響が顕著となっている。海外からの観光客は元気であるが、国内客については不安要素が払拭されていない。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・9月に入っても暑く、来客数が極端に減少している。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・店のショーウィンドウをみている客はいるが、店内には入ってこない。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・商談スピードを上げるために、台数を限定して値下げを行っても、全く効果がみられない。壊れて修理や買換えが必要となっても、即決はせず、他社の価格を調べた後で、価格交渉のために改めて来店する。もし価格交渉ができないとなれば、再び来店することはない。こうした状況から、更なる価格の見直しが必要であり、物価の上昇が続くなかでは、やはり価格設定が重要であることは間違いない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチ需要の動きに大きな変化はないが、企業の宴会やグループでの食事会を含む、ディナーの利用者が大幅に減少している。長引く物価上昇による経済的な不安もあって、タイムパフォーマンスやコストパフォーマンスを重視する傾向が高まり、外食が減少している。
	×	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8449円であり、3か月前の9648円よりも下がっている。
企業 動向 関連	◎	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の商店街の店主によると、都市部の商店街は大阪・関西万博の恩恵で来客数や売上が伸びているが、郊外の商店街もコロナ前の水準に戻っている。
(近畿)	○	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・9月も残暑が続いているほか、大阪・関西万博への外国人観光客の来場者数増加に伴い、飲料の売上が少し増えている。
	○	化学工業（製造担当）	それ以外	・大阪・関西万博に来場した際、価格が高い印象を受けたが、土産物などの売行きは順調となっている。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・補修やメンテナンス主体の受注から、新規設備の導入の受注へとシフトしつつある。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍以降は余りみられなかった、9月の決算期での駆け込み需要が今年は増加している。
	○	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	・各駅構内の期間限定ショップでも、大阪・関西万博関連の商材が飛ぶように売れている。一方、外国人客の動きにはやや陰りがみられる。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・小売チェーンでのタオルの販売は低迷しており、従来の状況に変化はないが、大阪・関西万博会場での売上は絶好調なほか、プロ野球関連での別注タオルの販売も好調である。さらに、映画館での入込客の増加により、館内の売店での販売が大きく増え、売上は大きく伸びている。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月は値上げの動きが落ち着き、販売数量に大きな変動はみられない。
	□	食料品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・大阪・関西万博の影響で比較的好調に推移している。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月までと同様に、月末になると受注量が減少する。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事量が増え、勤務時間も長くなっているが、納期の短縮や仕様の変更により、売上に変化はない。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇が続いており、消費者の節約志向は相変わらずであるが、季節要因も少ないため、需要は安定している。

	□	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・米国の自動車関税問題で、米国向けの国内生産を減らし、関税の影響のない車種に変更しているため、安定するまでは時間が掛かる。
	□	電気機械器具製造業 (経理担当)	取引先の様子	・9月は元々動きの悪い時期であるため、特別悪いという認識はない。むしろ先々の案件は増えていることから、景気は上向いていると捉えている。
	□	電気機械器具製造業 (宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・9月に入っても暑い日が続き、エアコンの店頭売上は前年比で2けたの増加となっているが、冷蔵庫や全自動洗濯機などの大型商品は、売上が前年を割り込んでいる。
	□	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ここ数か月は変化がなく、増えもせず、減りもしない状況である。これから年末や年度末にかけて、少しずつ動きが出てくると予想される。
	□	建設業 (経営者)	取引先の様子	・業績が回復している取引先からは、設備投資の計画も出てきているが、技能労務者や監理技術者が不足するなか、工期等の問題で受注できないケースもある。
	□	輸送業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・工事現場への荷物が増えている一方、店舗への荷物は少し減っている。
	□	輸送業 (営業担当)	取引先の様子	・家具の価格や送料の値上げにより、販売量が落ち込んでいる。
	□	金融業 (営業担当)	取引先の様子	・取引先の決算書の内容や、訪問時の会話によると、売上はそれほど増えていない。
	□	金融業 (営業担当)	それ以外	・物価の上昇により、食料品の需要にも影響が出ている。
	□	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	・商品の値上げは少し落ち着いてきたが、値上げ分は売上が増えるはずが、前年とそれほど変わらない。商品の動きが減少しているなど、状況は良くない。
	▲	繊維工業 (団体職員)	受注量や販売量の動き	・値上げの影響が出ている。
	▲	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・数か月前と比べて、引き合いや受注量が減っている。
	▲	その他製造業 [履物] (団体職員)	受注量や販売量の動き	・今期の秋冬商戦はこれまでにない悪状況であり、国内市場が中心の当業界は厳しい情勢が続く。
	▲	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・あらゆる物の価格が高騰し、家計が圧迫されるなか、住宅などの高額な買物を控える傾向が顕著となっている。
	▲	その他サービス業 [受託調査] (調査担当)	それ以外	・米国の関税の動向が少しずつみえてきたが、鉄鋼やアルミニウムには高い関税が課されるなど、予断を許さない状況が続いている。
	×	金融業 [投資運用業] (代表)	それ以外	・10月も3000品目以上の値上げが予定されている。ガソリン価格は相変わらず高く、最近では外国人による犯罪も増えている。経済に限らず、全ての場面の雰囲気が悪いなど、何かを始めるにも気持ちが高まらない。
	×	不動産業 (営業担当)	競争相手の様子	・インターネットでの購入が当たり前になり、実店舗の必要性が低下するなか、大手アパレルなどの店舗は統廃合が進んでいる。他の企業でも動きが進んでいるため、空室率が上がり、賃料は下がるなど、業況は悪化している。
	×	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	・引き続き、大阪・関西万博への人材供給が順調に推移している。その一方、他の観光産業では案件数は増えているものの、条件に合った人材の応募がなく、伸び悩んでいる。
	○	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・完全失業率が低下しているほか、県内の有効求人倍率がやや上昇している。
	○	民間職業紹介機関 (営業担当)	求職者数の動き	・大阪・関西万博の就業者の間では、再就労を希望する声が多い。
	□	人材派遣会社 (役員)	それ以外	・取引先から賃上げの話をよく聞く一方、物価の上昇が続いており、両者は均衡した状態にあるとみられる。

□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人の際の募集時給が上がっていない。
□	人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・大阪・関西万博もあと2週間程度で閉幕する。万博終了後の求職者の増加に関心を持っており、人材をうまく活用できれば、景気の回復が期待できる。
□	人材派遣会社 (支店長)	採用者数の動き	・例年であれば、下期に向けて採用数が増える時期であるが、今年は大きな動きがないため、このままの状況が続くそうである。
□	新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	それ以外	・株価だけをみれば景気が良いとも受け取れるが、平均賃金や物価の動きを考えれば、景気が良いとは判断できない。
□	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への出稿は、前の四半期とほぼ変わらない。
□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・地域の求人数は減少傾向にあるものの、減少幅は小さく、大きな変化はみられない。
□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数自体は微減にとどまっているが、最低賃金の引上げによる賃金の見直しで、求人の申込みを見送る声が出ている。ただし、今のところは求人を出す動きもあるなど、今月は特に変化がないと予想される。
□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人の前年比の動きは、4～6月は3か月連続でプラスとなったが、7月はマイナスとなり、8月は再びプラスとなった。9月も前年を上回っているが、一部で持ち直しの動きがみられるものの、今後は最低賃金の引上げに備えて慎重になるという声もある。
□	民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・人手不足が続いており、事業者からは、仕事を受けたくても受けられないという声が出ている。
□	民間職業紹介機関(営業担当)	周辺企業の様子	・新卒採用市場では、2026年卒の採用での内定式前の追い込みによる求人募集や、2027年卒の採用で秋冬インターンの広報が活発化している。10～11月に開催される、インターシップの合同企業説明会の出展募集は、例年よりも早いペースで申込みが埋まっている。
□	学校〔大学〕 (就職担当)	採用者数の動き	・新卒の採用は好調であるが、全体の雇用条件の改善には至っていない。
□	学校〔大学〕 (就職担当)	それ以外	・採用活動の早期化が進んでいるが、早期に採用活動を開始する医療機関が増える以上に、学生が早期に就職活動を開始する動きが増えている。ただし、内定を得る人数は特に増えておらず、売手市場の傾向が高まっているとはいえない。
□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・製造業を中心に、原材料価格の上昇や猛暑による電気代の負担が大きく、収益の悪化につながっている。また、卸売・小売業からは、物価の上昇による節約志向により、利益の増加につながらないという声もある。
▲	学校〔大学〕 (就職担当)	それ以外	・10月からの値上げも多く、物価の上昇が更に顕著となるため、先行きは不透明である。
×	—	—	—