

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	・ 今月も恒例の物産や新規の催事が好調で、集客効果がみられたほか、大阪・関西万博の関連売場が好調で、売上は前年を上回る推移となっている。
	◎	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ 大阪・関西万博が閉幕し、大阪からの客の予約が入り始めている。
	◎	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・ 大阪・関西万博の影響は大きく、3か月前とは比べられないが、万博閉幕後の10月13日以降も、稼働率、客室料金共に以前と比べて少し良くなっている。11月以降もまずまずの動きであり、少し良い状況となっている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・ 今月に入り、インバウンドが増加している。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・ 大阪・関西万博の開催期間中は、当エリアは来客数の増加による恩恵は少なかったが、ようやく来客数が回復しつつある。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・ 免税売上が好調に推移している。月前半の国慶節の期間中は高額品の販売が増え、国慶節や大阪・関西万博が閉幕し、航空運賃や宿泊料金が下がってからは、化粧品の売上が前年を大きく上回っている。外商売上、外商以外の国内売上共に前年並みの状況であり、来客数は万博閉幕後も前年を上回るなど、減少している様子はない。
	○	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・ 国内客の売上は、前年を上回る堅調な推移となっている。残暑が長引いて秋物衣類は苦戦しているが、宝飾品などの高額品需要が好調なほか、円安傾向を受けて免税売上も前年を上回っている。
	○	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・ 大阪・関西万博の盛り上がりに合わせて、10月は来客数が前年よりも大きく伸びた。閉幕後の落ち込みを懸念していたが、前年比での伸び率は低下したものの、プラスの動きは維持しており、国内客、インバウンド共に売上は堅調である。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・ 3月以降、前年の実績を下回っていたインバウンド売上が、前年を上回る推移となっている。少し円安傾向に戻ったことが要因とみられる。その一方、気温の高い日が続いたことで、婦人服や紳士服は冬物商材が売れていない。
	○	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・ 中旬以降は気温が大きく下がり、衣料品の販売が前年比で2けた以上の増加となった。当店は郊外型の店舗であるが、インバウンド需要も高まっており、売上は久しぶりに前年を上回っている。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・ 当地域では国際線就航の影響もあり、インバウンドが前年比で70.6%増え、売上も697%増と全体を引っ張っている。国内客の消費も、気温の低下とともに冬物衣料が堅調に動いているほか、富裕層を中心に宝飾品や時計、特選品の動きが好調を維持している。さらに、キャラクター関連の催事などで、来客数も増えている。
	○	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・ 大阪・関西万博の閉幕後も、関連グッズの販売を継続しており、好調が続いている。
	○	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・ 気温の低下を受けて、アパレル関連が好調に推移している。また、インバウンド需要の好調もあり、個人消費が活性化する傾向がみられる。
	○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・ 大阪・関西万博は閉幕したが、店舗周辺の人出は明らかに増加傾向にある。当店は通常の営業体制に戻っているが、当店の売上や店舗内の各ショップの売上には増加の兆しがみられる。

○	百貨店（マネージャー）	単価の動き	・ 3 か月前の 7 月が、猛暑や物価上昇の影響で苦戦していたため、今月はやや改善傾向にある。一方、前年の10月はまだ暑さが続いていたが、今年は秋らしい気候となっており、婦人向けの秋冬衣料の動きも早まっている。一方、食品は苦戦が続いているが、3 か月前よりも売上の増加率は改善している。
○	百貨店（売場統括）	お客様の様子	・ 新政権への期待感による株価の上昇を受け、外商売上は好調を維持しているほか、現金客の売上も前年並みとなるなど、免税売上を除く国内売上が増加傾向にある。
○	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・ 猛暑の影響で入店客数は減少していたが、10月に入って気温が低下したことで、入店客数が増加傾向にある。
○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・ 大阪・関西万博の閉幕以降は、客の間で購買の動きが増えている。
○	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・ インバウンド売上が回復気味で、大阪・関西万博の閉幕後も関連売上は好調であった。副首都構想などによる株高効果もあり、宝飾品や時計の動きも好調となるなど、明るいムードとなっている。
○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ 3 か月前と比べて、来客数や単価がやや改善した。7 月の猛暑から一変し、10月には秋風が吹いて秋物商戦が動くなど、気候面の変化による影響が大きい。一方、大阪・関西万博の閉幕前は、大阪市内でも国内客、インバウンド共に来店客が多くみられ、業績へのプラス材料となっている。
○	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・ 来客数の増加による影響や、期間限定で単価を下げた販売強化を行った効果が出ている。
○	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・ 客の予算が以前よりも増えているが、単純に物価上昇の影響している部分もある。
○	乗用車販売店（支店長）	販売量の動き	・ 株価が史上初めて 5 万円台となり、特に富裕層は利益が出ている様子であるため、今後は消費に好影響が出ると予想される。
○	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、欧米からの外国人観光客を中心に、来客数が増加した。卸売関連でも、地域差はあるものの、順調に注文が入ってきている。
○	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	来客数の動き	・ 前年は駅の工事で人の動線が変わり、店舗前の動きが増えたことで好調となったため、今年は前年比で90%と厳しい状況であるが、2 年前よりも増えている。
○	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・ 首相の交代による高揚感が広がっており、何となく期待感が高まっている。
○	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・ 秋の観光シーズンに入り、高単価での販売は難しいが、直近の予約状況は回復傾向にある。
○	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	単価の動き	・ 金相場の上昇が一気に加速する傾向にあり、一時的には下落しても、更なる上昇を見込んだ動きが目立っている。
○	競輪場（職員）	単価の動き	・ 今月の客単価は9185円と、3 か月前の9075円よりも上がっている。
○	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	・ 大阪・関西万博の開催期間中に比べて、団体客の動きが回復傾向にある。また、暑さがかなり和らぎ、外出する意欲が高まっている。国慶節期間中の中国からの来訪も、例年と比べて多い印象を受ける。
○	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・ 建材価格や資材価格の上昇の動きが、かなり落ち着いてきている。
○	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	販売量の動き	・ 8 月決算の結果をみると、想定を上回る売上が達成できた。首都圏での売上増に加え、改修工事の売上増加が全体の改善につながっている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・ 商店街での店の状況は、業種ごとのばらつきはあるが、低価格の商品が売れている。

☐	一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・最近になって新しい客が増えたようである。住宅街の路面店としては余り良くない立地であるが、量販店でない点に興味を持ち、インターネットで知ったという客や、以前から関心のあった客の来店がみられる。その結果、売上の増加につながっただけでなく、時計に興味のある人が多いことを知った。こうした客を、従来の客とともに大事にしていきたい。
☐	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	来客数の動き	・10月に入り、気温の低下で月前半は好調に推移したが、後半の失速により売上は前年比で97%となった。客単価は104%と上昇したが、来客数が前年を下回った。直近の数期で商品単価が10～20%上昇したため、客離れが続き、メイク商材などにその影響が出ている。一方、フレグランス関連は男性客の新たな動きで好調に推移するなど、今後のギフト市場は好調な動きが期待される。
☐	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・冬物衣料の動きが少し出てきたものの、気候要因によるものであり、景気の変化は余りみられない。
☐	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・価格の高い物は売れにくく、卵なども値段が上がると売れないが、少しセールをするとよく売れる。
☐	一般小売店〔呉服〕（店員）	販売量の動き	・着物については、客の購入機会が減少している。
☐	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・贈答品の売上の低迷が続いており、11月も横ばいとなることが予想される。
☐	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・近隣でのスーパーの出店ラッシュから1年が経過し、入店客数は27日現在で前年比1.2%減、売上は横ばいと、前年並みの動きがみられるようになった。大阪・関西万博の閉幕前の1週間は、人出が都心部に集まり、郊外店の当店は入店数が非常に悪くなった。その影響を勘案しても、前年並みの数字は確保できている。
☐	百貨店（企画担当）	単価の動き	・購入の動きが高額商品と低額商品に2極化しており、中間価格帯の商品の不振が続いている。
☐	スーパー（経営者）	お客様の様子	・来客数の落ち込みよりも売上の落ち込みが大きく、ディスカウント商品を求めて、客が競合他社を買い回っている。
☐	スーパー（店長）	お客様の様子	・値上げの影響で客単価は上がっているが、購入量は減っている。家計の収入と支出のバランスも悪い。
☐	スーパー（店長）	販売量の動き	・必要な物を厳選して購入する動きがみられる。
☐	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は横ばいで安定している。
☐	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・残暑から一転して気温が低下し、鍋物食材や冬物衣料といった冬物商材の動きが活発化しているが、天候不順や激しい気温変動の悪影響もある。一方、大阪・関西万博の閉幕や大手飲料メーカーの出荷制限といったマイナス材料はあるが、影響は限定的である。
☐	スーパー（企画）	販売量の動き	・売上は4月から好調を維持しており、買上点数以外の来客数や客単価といった数値は伸びている。部門としては、水産関連以外は目標を達成しており、特に米の売上が大きく伸びている。
☐	スーパー（企画）	来客数の動き	・3か月前と比べて来客数の増加が続いており、売上の伸びも継続している。
☐	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・月前半は大阪・関西万博の効果で来客数がかかなり多かったが、万博閉幕後は、特に夕方以降の来客数が明らかに減少している。
☐	コンビニ（店員）	来客数の動き	・大阪・関西万博が閉幕し、日中はインバウンドが少し減ったようであるが、それでも来客数は多く、毎日忙しい。
☐	コンビニ（店員）	来客数の動き	・大阪・関西万博が閉幕して外国人観光客が減ると予想されたが、特に変化はなく、多くの観光客の来店がみられる。
☐	コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数の伸び悩む状況が続いており、大きな変動はない。

☐	コンビニ（店員）	来客数の動き	・一気に寒くなり、冷たい物は余り売れなくなった。年末にかけて旅行客が増えることを期待している。
☐	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・客にダイレクトメールを送付しても反応が極めて悪い。修理業者も暇なようで、連絡をすれば商品をすぐに受け取りに来る。
☐	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・補助金の締切り間際で、問合せが増加している。
☐	家電量販店（店員）	単価の動き	・商品単価は前年比で低下している。物価の上昇で必要最低限だけを購入する動きが目立ち、特に高付加価値品が厳しく、単価の下落がみられる。今後は新内閣発足や米国の関税による影響に左右されるが、良い方向に進むことを期待している。
☐	乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・様々な要因で状況の把握が困難となるなか、他のメーカーも苦勞している。
☐	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売台数は横ばいの動きが続いている。
☐	乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・来客数が減少している。
☐	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・来客数に変化はなく、景気が上向く動きはみられない。
☐	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月も新車の販売台数は目標を達成できず、ここ数か月は苦戦が続いているが、中古車の販売台数や修理関連の売上は好調を維持している。新車販売の苦戦は、車両単価の高騰に加え、電気自動車政策の見直しによる新型車種の不足、話題性のある車種の不足により、新規客への販売が減少したことが要因とみられる。
☐	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・新規客が減っている。
☐	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・5月以降は販売量が低迷しており、景気が上向いている感覚はない。さらに、今回の最低賃金引上げにより、利益は圧迫される一方である。
☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	単価の動き	・商品の単価が上がり続けるなか、連動して値上げを行っている店もあるとみられる。売上や客単価は値上げの影響で上向いているが、来客数はそれほど増えておらず、景気が良くなっているわけではない。
☐	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増となっている。原油価格はやや低位で推移しており、景気判断に大きな変化はない。
☐	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・恒例の催事では、客単価が前年よりも上がっている。これは材料相場の高騰による商品価格の上昇に加え、今後は更に値上がりするという消費者の意識が働き、客単価の上昇につながっている。
☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・気温の低下に伴う、季節商材の大きな動きはみられない。10月も化粧品や美容関連用品は順調に動いている一方、食品や日用雑貨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が、来客数や買上点数に大きな変化はない。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	来客数の動き	・大阪・関西万博の関連売上の好調を除けば、ややプラスではあるものの、今後大きく伸びる様子はない。
☐	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・急激な気温の変化に左右されている。
☐	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博が閉幕し、近隣の商店街の人通りも徐々に戻ってきたが、依然として客単価は低い。
☐	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・売上の前年比は105%前後で継続的に増えているが、来客数はまだ前年の水準に届かず、横ばいの状況が続いている。
☐	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・新たな首相となり、何となく景気が上向く期待はあるが、実際にはまだ何も変わっていない。

□	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・大阪・関西万博の閉幕後も引き続き団体客が多く、販売量も前年を上回っている。
□	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・大阪・関西万博の閉幕に伴い、国内需要は減少傾向にあるものの、欧州からのインバウンドの動きが出てきている。
□	都市型ホテル (フロント)	単価の動き	・大阪・関西万博の閉幕間際の駆け込み需要により、宿泊は高単価、高稼働となり、コロナ禍以降で最高収益となっている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・大阪・関西万博は閉幕したが、アプリ経由での利用や、駅などでの利用状況は横ばいとなっている。
□	通信会社 (経営者)	お客様の様子	・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	・前年比では販売件数が増えているが、他の代理店と比べると負けている。
□	通信会社 (社員)	販売量の動き	・9月頃から加入件数の伸びが少し鈍化している。全体的にインターネットサービスの利用はやや好調であるが、テレビ関連のサービスは芳しくない。
□	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・女性初の首相が誕生し、株価は上昇傾向となっているが、販売量が増えるまでには至っていない。
□	テーマパーク (職員)	お客様の様子	・政権が交代し、これまでの緊縮財政から積極財政へと転換するとみられるが、具体的な政策の実施はこれからである。
□	競艇場 (職員)	販売量の動き	・引き続きインターネット投票が前年比でプラスとなっており、客単価も上昇している。
□	その他レジャー [スポーツ施設] (業務担当)	単価の動き	・相変わらず原価や経費が高騰しており、売上も前年比で約2%減っている。
□	美容室 (店長)	来客数の動き	・来客数は徐々に戻ってきているが、新しい客が増えない分、水準としてはまだ低い。
□	美容室 (店員)	単価の動き	・ハイライトカラーやパーマなどをオーダーする場合は、トリートメントなどを控える客が多い。
□	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・活発な取引が見受けられない。
□	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、都心部の好立地は価格が上昇しても売行きは良いが、郊外になると、一部の駅前立地以外は鈍い動きがみられる。しゅん工時点でも完売しないどころか、しゅん工後1年以上も販売を続けているマンションが多い。
□	住宅販売会社 (企画担当)	販売量の動き	・受注量は順調に推移しており、景気の悪化傾向はみられない。
□	その他住宅[展示場] (従業員)	販売量の動き	・運営する住宅展示場全体の成約数は、3か月前と比べて、ほぼ横ばいで推移している。
□	その他住宅[情報誌] (編集者)	お客様の様子	・不動産価格の上昇により、物件によっては販売に陰りがみられるなか、建築費の上昇は続いている。さらに、新築価格の上昇も続いているが、富裕層向けの物件は引き続き好調であるため、高額物件は強気の販売姿勢が続いている。
▲	スーパー (店員)	単価の動き	・北海道で雨が多かった影響で、土物野菜が値上がりしたほか、果物の価格も今年は高いままであるため、客の様子も厳しくなっている。
▲	スーパー (企画担当)	単価の動き	・食料品の値上げが続き、米の価格も下がらないなか、手作り弁当を値上げせざるを得ず、販売量が減少している。単価の上昇で売上は維持できているが、今後も厳しい状況が続くそうである。
▲	スーパー (販売促進担当)	来客数の動き	・大きな変化はないが、関西では大阪・関西万博の閉幕に伴い、外国人を含む観光客が前年比で2～3%の減少となっている。万博開催中は都市部やホテル周辺店舗で、夜の時間帯に夜食や翌日の朝食のための買物があったため、その分が減少したとみられる。
▲	スーパー (社員)	単価の動き	・卵を始めとする商品価格の上昇が続いており、店頭では客が購入をためらう動きがみられる。価格の安い商品の販売が増え、結果的に客単価の低下につながっている。

	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・秋祭りが終わり、買い控えの動きがみられる。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・10月に入り、大手飲料メーカーのサイバー攻撃問題などで物流が止まり、飲食店にかなり影響が出ている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博が閉幕して約10日が経過し、インバウンドの団体客は増えつつあるが、夜9時から11時半までの売上が5%ほど減少している。
	▲	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・家電や水回りのリフォーム商品の値上げが響き、販売量が左右されている。
	▲	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・夏の暑さが一段落した一方、週末ごとに雨が降り、気温の乱高下も続いている。朝と昼の寒暖差が大きいため、暖房器具も今一つ販売量が伸びていない。
	▲	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	・例年と比べて、新カタログ発刊後の受注量が伸びていない。
	▲	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・食品や日用品価格の更なる引上げや、円安の進行も影響し、国内旅行、海外旅行共に、予約額の前年比は3か月前よりも悪化している。
	▲	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・大阪・関西万博が閉幕し、客の心理が万博ロス状態になっている。何か別のことに向かう準備段階といった客も多く、万博に取られていた周辺観光地への旅行の戻りもまだまだである。このまま年末に向かえば、景況感は良くならない。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・大阪・関西万博も閉幕し、客の消費が減っている。
	▲	通信会社（役員）	お客様の様子	・上半期の総販売台数は、前年比で少し増加する傾向が続いているが、やや減速感もある。
	▲	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	・円安傾向が続くなかで、物価の上昇で消費が低迷している。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	販売量の動き	・客足の減少により、販売量が減少している。
	×	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の閉幕後、来客数の減少が顕著である。
	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・販売量が前年比で80%と右肩下がりの動きが続いている。故障による買換えが見込める商品でも、最近では修理が優先される傾向が強い。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・企業の大人数の宴会など、一定の予約客による来店はみられるが、9～10月中旬頃までは個人客や少人数での利用が激減した。特に中年層の利用が減ったほか、商品価格を上げざるを得ない状況となり、10月中旬に一部の値上げを行ったため、来客数の不安定な状況が続いている。
	×	一般レストラン（店主）	来客数の動き	・インバウンドの減少がみられるほか、物価の上昇で地元の客も全く動いていない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・業界の需要期に入ってきている。
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・出荷量がやや増加傾向にある。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・偶然の動きによるものか、受注の増加が続いている。傾向としては、過去のリピート客と久しぶりの取引が増えている。
	○	金属製品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・取引先が製造をやめ、その分の注文が回ってきたため、生産量が増えている。
	○	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連業界の動きは依然として悪いが、今期に入ってから受注状況はかなり好転している。

○	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・状況は少し良くなっているものの、取扱製品や他の消費財の価格上昇により、新たな製品の購入が減っている。基本的には、現在使用している製品を修理して使い続ける傾向にある。
○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末に向けた動きが出てきたのか、問合せや受注が増えている。
○	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・この時期は引っ越しなどで需要が増えることから、売上は増加傾向となる。
○	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	取引先の様子	・数社の取引先に業況を聞くと、米国の関税による影響は予想したほどではなく、順調に推移しているとの声がある。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一部の取引先を除いて、月末に近づくとも全体的に受注量が減少する。
□	化学工業（製造担当）	それ以外	・受注量は大幅に増えているが、中国による米国向けの関税対策であり、各国での製造コストの比較による増産であるため、景気が良くなっているわけではない。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大きな変化はないが、新政権には期待している。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・この数か月は景況感に変化はない。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注価格や販売価格の動き	・10月に入っても気温の高い日があったためか、店頭の実売はエアコンが前年を上回る荷動きとなったが、冷蔵庫や洗濯機の動きは総じて前年を下回っている。
□	輸送用機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・案件の受注に際し、一旦様子見する動きが増えている。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・技能労務者不足や監理技術者不足に苦慮している。案件は出てきているが、人手不足で積極的な受注活動ができない。
□	金融業〔保険〕（経営者）	取引先の様子	・特段良くなっているわけではなく、取引量も例年と比べて変化はない。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・いよいよ大阪・関西万博が開幕し、首相も交代したが、具体的な経済対策はこれからであり、今のところは変化がない。
□	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・インバウンドや大阪・関西万博の開催といった個別の材料ではなく、期待できるリーダーが現れたことは朗報であり、経済の復活に向けた動きに期待したい。
□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今月までは大阪・関西万博関連の広告出稿があったため、引き続き好調である。
□	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	・大阪・関西万博の開幕前には、駆け込みで大阪を訪れる観光客が急増した。その結果、ターミナル駅を中心に大いににぎわったが、その他の駅は何とか前年並みの推移となっている。
□	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・スポーツイベントに伴う需要などが伸びているが、店頭での日用品の販売はばらつきが大きく、全体としては減少している。衣料品の量販チェーンでも、来客数、客単価共に前年を上回る企業がある一方、店頭売上が2割減となった企業もみられる。また、GMS大手も売上が1割減と低迷しており、特に中高年の主婦層をターゲットにしている小売チェーンは不調である。一方、30代以下の実需層をターゲットとするチェーンは堅調な動きが続いている。
□	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	・物価の上昇が落ち着けば良くなる。
▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・家庭用商品も良くないが、業務用商品の落ち込みも大きい。気候の急激な変化が影響しているのか、外食関係が特に苦戦している。
▲	食料品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・大阪・関西万博の効果がなくなってきた店舗がある。
▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・中旬以降、急な気温の低下で飲料の売上が少し減っているほか、価格改定の影響も少し出ている。

	▲	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・大阪・関西万博への人の動きが、催事の集客力の減少につながっている。減少した販売が回復せず、ここ3か月は売上が前年比で10%減少している。
	▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・業界全体のトレンドとして、需要は減少傾向にある。当社の受注量も少し減少傾向にあり、売上も微減となっている。この傾向は今後も続く予想されるため、受注状況を注視していく必要がある。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・あらゆる商品の価格が高騰し、賃上げが追い付いていないため、住宅などの高額な消費は抑制される傾向にある。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・荷動きは少し減っているが、他の運送会社が人員を減らしているため、極端に運賃の安い仕事の依頼が回ってくる。長年の取引先であり、赤字でも引き受けざるを得ない。
	▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・送料の値上げで商品が売れなくなっている。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・都心部の有名な商店街でも、物販店の撤退が続いている。賃料が下がり、空室率が上がるなど、景気は悪くなっている。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・円安によるコストの増加や物価の上昇で、消費者の買い控え傾向が更に強まっている。景気が良くなる材料が見当たらない。
	×	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)	◎	—	—	—
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・新卒採用市場では、2026年卒と2027年卒が対象となっている。2026年卒の求人では、内定式の後もまだ優良な求人が残っており、求人紹介も続いているなど、求職者にとってはチャンスが多い。企業の間でも、2026年卒の採用活動を年内は続けるところが増えている。
	□	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、条件に合った求職者の応募が増えない状況が続いている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・60～70代の派遣求人への応募は鈍化していない。大阪・関西万博での勤務経験者が派遣市場に流れているが、当社の扱う求人は、特に語学力の必要がないオフィスワークが多いため、活用が難しい。
	□	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・今期に入ってから状況の変化はないが、首相の交代や円安などの影響で、投資を控える動きがみられる。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・新首相の就任で株価は上向いているが、物価上昇などの状況は変わらず、景気に大きな変化はない。
	□	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の出稿状況をみると、四半期ベースではほぼ変わらない。ただし、大阪・関西万博などの影響もあり、前年を上回る状態が続いている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月と比較して、7か月連続で減少している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人は減少傾向が続いている。多くの産業で人手不足や後継者不足の声はあるが、物価の上昇や人件費の引上げなどで、求人票の提出を控える動きが続いている。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・失業率全体は低下傾向であるものの、県内の有効求人倍率は依然として低いほか、米国による関税の影響も不透明である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・8～9月は前年よりも求人数が増えたものの、10月は前年を下回る推移となっている。一部の求人は持ち直しの動きがみられるものの、10月に入って最低賃金引上げによる影響がみられる。景気が上向きとはいえないが、下向きかといえれば、求人を増やす動きもあるため、全体としては変わらない。

☐	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数自体は減少傾向にあるものの、減少の理由は人手不足の充足ではない。一部の業種では、最低賃金引上げを理由とした求人申込の見直しが始まっていることから、今後の推移には注意が求められる。
☐	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・例年、年末に向けて求人が増える時期であるが、今年はまだ動きが少ない。
☐	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・大阪・関西万博の就労スタッフによる求職を期待していたが、すぐに就職活動を行う人は意外と少なく、求職者は例年よりも減っている。
☐	学校〔大学〕（就職担当）	雇用形態の様子	・求人条件の動きには、特に変化がみられない。
☐	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・採用活動の早期化が、採用人数の増加につながっているわけではない。学生の内定獲得状況は前年よりもやや早く進んでいるが、採用人数を増やす動きだけでなく、減らす動きも幾つかみられる。
☐	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・米国の関税による大きな影響はみられないが、事業者は為替相場の動向を注視している。また、最低賃金引上げによる人件費の負担増を危惧する声がある一方、求職者からは最低賃金の引上げ効果を期待する声もある。
▲	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・事務関係で就職したい人材は多い一方、求人数は減少傾向にあるほか、賃金の上昇もみられない。
×	—	—	—