

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な状況の説明
家計動向関連 (近畿)	◎	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も恒例の催事が好調であったほか、大阪・関西万博の閉幕後も関連店舗が好調で、来客数の増加などで売上も前年の実績を上回っている。また、気温の低下とともに、婦人服の秋冬商材も本格的に動き出している。
	◎	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博がようやく終わり、大阪に集中していた客が、それ以外の地域に旅行するようになっている。
	○	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・3か月前とは季節が変わって、外出しやすくなったのか、来客数が増えている。今月も時計自身の動きはほとんどなかったが、腕時計、置き時計共に、修理の依頼が目立った。電池ではなく、分銅の重みで動くはと時計なども複数あり、職人の腕に頼る仕事が多く、修理に日数は掛かるものの、来客数、売上共にまざまざの動きとなっている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・当店独自の事情であるが、近隣に大病院が開設され、来客数が以前よりも増えた。特に、14時から16時の売上が伸びている。28日までの店頭売上は前年比で1.3%増と好調であり、今後もこの傾向が続くと予想される。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・円安の進行を背景に、インバウンド売上が伸びている。外商客による高額品の需要も継続しており、外商客向けのホテル催事も大きな売上を記録している。
	○	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・価格改定の動きが一段落した印象があり、一定期間は停滞気味であった富裕層の購買意欲が回復しつつある。来客数も増加傾向に転じている。
	○	百貨店（売場統括）	販売量の動き	・店全体の売上は前年比で増えている。外商売上や国内客の現金売上は前年比で微減となったものの、免税売上は2けた増となった。為替の円安基調や紅葉などで、インバウンドの来店が増えている。
	○	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・物産展などの集客が増えるなど、イベントの実施に伴う来客数の増加がみられる。
	○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・大阪・関西万博の閉幕後は、国内客による来店の増加により、販売量も好調に推移している。
	○	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・新首相選出後の株高効果により、時計や宝飾品などの高額品の売上が好調である。当地区は大阪・関西万博の閉幕後も、予想以上に万博関連商品の売上が好調となり、直近も勢いは衰えず、増収に寄与している。秋口に不振であった婦人服関連も、早期のクリアランスセールが好調となっている。
小売業 (近畿)	○	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・前年よりも気温が低く、鍋物関連の売行きが堅調に推移している。米についても、少し安価なブレンド米、新米共に動きが良い。クリスマスケーキやおせちの予約も、受付の開始を例年よりも早めたことで、獲得件数が伸びている。
	○	スーパー（企画）	来客数の動き	・3か月前と客単価は変わらないが、来客数は前年よりも増えており、やや好調である。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来月はお歳暮の注文のほか、各種イベントが続くため期待している。
	○	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・今年は例年と比べて気温が高く、秋らしい期間が非常に短かったため、秋物商材を購入する客が少なかった。その影響で、11月に入って気温が下がると、コートやダウンベストなどの羽織物の購入が非常に多かった。また、秋物を購入していなかった影響か、まとめ買いの動きも多く、前年と比べて来客数は減っているものの、売上は約10%増えている。

○	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が増え、単価もやや上昇した。春夏秋冬の四季ではなく、二季に変わったといわれており、1年で最高の売上が見込まれる秋が短くなった分、10月中旬から11月に来客が集中している。客との会話でも、冬のボーナスが少し増えるという企業が増えている。
○	衣料品専門店 (店員)	お客様の様子	・朝晩と日中の寒暖差がみられるなか、アウターや暖かいトップス、ボトムスの動きがみられる。
○	家電量販店 (経営者)	お客様の様子	・省エネ関連の補助金申請の締切りを控え、販売量が増えている。
○	乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・販売量は増えているなど、良くなっている。その反面、客の購入動向をみると、新規客が非常に少ない。既存客だけでは、今後は売上の減少が懸念される。
○	乗用車販売店 (支店長)	お客様の様子	・単価の上昇傾向により、富裕層の財布は膨らんでおり、消費は増える傾向にあるため、景気が良くなりつつある。
○	その他専門店 [ドラッグストア] (店員)	単価の動き	・来客数は減りつつあるが、1人当たりの購入額は上がっている。今月は年末に向けたまとめ買いや、季節商材の購入が増えている。
○	一般レストラン (企画)	販売量の動き	・メニュー改定以降も来客数が減ることなく、客単価の上昇分が売上の増加につながっている。ただし、来客数は前年の水準にまだ届いていない。
○	観光型旅館 (経営者)	単価の動き	・物価や料金の上昇が続いているなかで、引き続き利用がみられ、先行予約も入っている。
○	都市型ホテル (管理担当)	お客様の様子	・新政権への期待もあり、購買意欲が増している。
○	都市型ホテル (販売促進担当)	来客数の動き	・今月の客室利用をみると、例年と比べて稼働率が上向いたほか、単価も1万4800円程度で例年よりも1000円以上高い。年々稼働率が上向いている上での、単価の上昇であるため、景気も良くなっているとみられる。一方、レストランはいつもどおりの動きであり、来客数は横ばいである。近隣のランチ需要をみると、入店待ちが出る店もみられるなど、決してこの地域の動きは悪くなく、むしろ良くなっている。
○	都市型ホテル (客室担当)	販売量の動き	・秋の観光シーズンの最繁忙期となり、宿泊実績は前年を上回っている。ただし、オーバーツーリズムの影響で国内客が離れ始めており、特に来年以降は宿泊税が上がるため、秋に当地を訪れるのは今年が最後で、来年以降は時期をずらして宿泊するとの声もある。
○	旅行代理店 (支店長)	販売量の動き	・大阪・関西万博が閉幕し、旅行需要が少し動いている。
○	通信会社 [貴金属オークション] (経営者)	単価の動き	・前月と同様の動きが続いており、貴金属相場の上昇が見受けられる。前年比では販売量が105%、単価が120%となっている。
○	通信会社 (営業担当)	来客数の動き	・商業施設に入店している営業所が移転のため休業していたが、前月のリニューアルオープン後は、来客数が前年比で120%になっている。
○	観光名所 (経理担当)	販売量の動き	・今月は自治体による景気対策が行われており、来街者が増加している。
○	遊園地 (経営者)	来客数の動き	・大阪・関西万博の閉幕以降、客の動きが変わった。万博によって関西のレジャー施設が悪影響を受けていたことを、改めて実感している。
○	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	・今年は週末の天候が良く、紅葉もきれいに色づいたことから、国内の観光客による来場が増えている。
○	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	販売量の動き	・リニューアル工事の受注が好調で、さばき切れない状態である。仕事が途切れる心配がないのは有り難いが、人手不足が全く改善されない状況で、社員の疲労はたまっている。
□	商店街 (代表者)	お客様の様子	・客足の引きが早くなっている。
□	一般小売店 [衣服] (経営者)	来客数の動き	・寒くなって冬物衣料の動きが増えているが、季節変動によるものであり、景気の変化の影響ではない。

□	一般小売店〔野菜〕(店長)	単価の動き	・物価の上昇が続くなか、客が価格に敏感になっており、今後の動きが見通せない。収入が増えるかどうかで、今後の景気の流れは変わってくる。
□	一般小売店〔呉服〕(店員)	お客様の様子	・着なくなった着物について、今までは捨てる客や、買取りを依頼する客が多かったが、作り直して着るケースが増えている。
□	一般小売店〔菓子〕(営業担当)	販売量の動き	・ようやく11月後半になり、販売量の動きが良くなっている。
□	百貨店(広報担当)	販売量の動き	・国内売上は堅調に推移しているほか、インバウンド売上も前年並みの水準となるなど、良くも悪くも大きな変化はみられない。上旬に一旦気温が下がり、婦人向けの重衣料は比較的動きが良かったが、それ以降は気温が横ばいで推移し、冬物衣料の販売の追い込みは12月に持ち越されている。
□	百貨店(販売推進担当)	販売量の動き	・ビールの出荷状況が心配されたお歳暮ギフトも、全体ではほぼ前年並みとなった。クリスマスケーキやおせちの予約も、前年を上回る受注を獲得できているほか、食料品も好調な動きとなっている。金製品などの高額品のほか、衣料品の売上も前年並みを維持している。
□	百貨店(マネージャー)	お客様の様子	・地域全体の動きは大きく変わらず、空港での国外線特需が続き、免税売上が約60%増となるなど売上全体を底上げしている。国内の中間層も堅実な選択消費が続き、希少性のある商品は並んでも購入する動きがみられる。一方、従来の商品は割安感が重視され、抑え気味の消費となっている。全体的に化粧品や防寒商材は良いが、食品分野では苦戦している。
□	百貨店(売場マネージャー)	来客数の動き	・国内消費の動きに大きな変化はみられない。インバウンドの消費にも現状は大きな変化はないものの、日中関係の状況によっては、今後は影響が出てくると予想される。
□	スーパー(店長)	お客様の様子	・商品ごとの価格が高いため、客は購入量を減らすか、購入商品のグレードを下げるなどの工夫をしており、景気が良い状況とはいえない。
□	スーパー(企画担当)	来客数の動き	・来客数は横ばいが続いている。
□	スーパー(販売促進担当)	来客数の動き	・客足の傾向に大きな変化はみられない。近畿では大阪・関西万博の閉幕による客足の減少が懸念されたが、予想を上回るような影響はない。
□	スーパー(企画)	販売量の動き	・商品価格の上昇で販売点数が減少する傾向に変化はない。今後も人件費などの上昇で物価が上がるため、同様の傾向が続くと予想される。
□	スーパー(社員)	お客様の様子	・今秋は多くの店舗で、競合店の出店や閉鎖、休業の動きが増えている。それに伴い、客が価格を比べるため、複数の店舗を買い回りする様子がみられる。新たな客が増えている反面、従来の客の来店が減ったようである。
□	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・大阪・関西万博の閉幕後、明らかに来客数は減少したが、客単価が上昇しているため、売上は何とか維持できている。
□	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・物価の上昇は続いているが、売上などの内容に大きな変化はみられない。
□	コンビニ(店員)	お客様の様子	・急に中国からの客が減ったものの、他の国からの客は依然として多い。休日などは、近隣の家族連れの客が増えており、近くの公園などで過ごしているのか、何度も来店するなど忙しい日が続いている。
□	コンビニ(店員)	お客様の様子	・物価の上昇が続くなか、消費者が価格の変動に敏感になっている。節約志向により、財布のひもは固い。
□	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・来客数が低調であり、ショーウィンドウはよく見られているものの、購入につながっていない。
□	家電量販店(企画担当)	来客数の動き	・様々な商品の価格が上がるなか、家電製品や住宅設備機器、水回り商品などの価格も上昇し、店舗への来客数が激減している。

□	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・来客数や販売台数に大きな変化はないが、どちらかといえば減少傾向にある。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	それ以外	・ガソリン価格の暫定税率廃止に伴う影響は軽微であり、引下げ前の買い控えとその後の回復で、月全体の販売量は前年比で横ばいとなっている。
□	その他専門店 [医薬品] (管理担当)	販売量の動き	・気温の低下に伴い、これまで低調であった医薬品や衛生用品の販売は上向いており、化粧品や美容関連も11月は順調に動いている。食品や日用雑貨などの生活必需品も順調な動きとなっている。全体的に大きな変化はみられず、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大きな変化はない。
□	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	・受電数や注文数量、購入金額には変化がない。
□	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・順調に予約が増えていたが、インフルエンザの大流行で、キャンセルも少なからず出ている。
□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・宴会シーズンが始まり、来客数はある程度増えたものの、立ち寄りなどの一般客の来店は余り増えていない。他の飲食店の話では、気軽に利用できる立ち飲みや焼き鳥店などに会社帰りの客が集まり、売上は伸びていないが、来客数は伸びている。結果として、ゆっくりと座って過ごす当店のような店舗は、来客数が減少している。
□	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	販売量の動き	・前月と比べて大きな変化はない。
□	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・大阪・関西万博の閉幕後も、秋の行楽シーズンで団体客、個人客共に好調である。特に、万博期間中は少し弱かった個人客の動きが戻ったことも、好調の要因となっている。
□	都市型ホテル (フロント)	単価の動き	・大阪・関西万博の閉幕後も悪化はみられない。紅葉シーズンでもあり、稼働率、単価共に高水準で推移している。
□	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・円安の影響でアウトバウンドに勢いがない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・ホテルなどでは大阪・関西万博の閉幕の影響もあり、インバウンドが減りつつある。一方、駅周辺の乗り場では、人の動きに変化はない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・大阪・関西万博の開催時と比べれば、利用客が減っても仕方ない。これから年末に向けて忙しくなるまでの、谷間の期間でもあり、全体的に暇である。
□	通信会社 (経営者)	お客様の様子	・ガソリン価格はやや下がったが、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	・年末に向けた契約数の増加の動きが、まだ顕在化していない。
□	通信会社 (役員)	販売量の動き	・携帯電話のキャリアショップの事業環境は、3か月前から大きな変化はなく、販売手数料などの条件にも大きな変更はない。
□	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・新政権への期待は高いが、まだ発足して2か月足らずである。外交での評価は高いものの、国内向けの経済対策にはまだ本腰を入れていない。
□	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増えており、購買単価も上昇している。
□	美容室 (店長)	来客数の動き	・来客数の実態に合わせて仕入れを抑えたことで在庫が減り、ある程度は利益が出ている。ただし、客の動きが増えているわけではなく、景気が良いとはいえない。
□	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・建材費の上昇傾向が少し落ち着いてきている。

□	住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・分譲マンションや賃貸マンション、ホテル、オフィスなどの開発用地の取得競争が激しくなり、価格の高騰が続いている。工事費の上昇もあり、完成時の販売価格や賃料の設定を引き上げる傾向にある。
□	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)	お客様の様子	・特段の大きな変化はみられない。
▲	商店街(経営者)	販売量の動き	・商店街では閉店の動きが増えている。
▲	一般小売店〔鮮魚〕(営業担当)	それ以外	・商品価格を引き上げたにもかかわらず、売上は3か月前よりも5%減っている。国内客などの購買が低調である。
▲	一般小売店〔書籍〕(管理担当)	販売量の動き	・大阪・関西万博が閉幕し、客の動きが明らかに減っている。
▲	百貨店(マネージャー)	来客数の動き	・3か月前の8月は、前年が天候不良の日が多かったこともあり、来客数は3.7%増となったが、今月は前年並みとなつた。寒くなって衣料品関連は好調であるものの、お歳暮ギフトは購入者が年々減少し、売上の悪化が続いている。
▲	百貨店(宣伝担当)	来客数の動き	・大阪・関西万博の閉幕後、しばらくはインバウンドによる来店や売上は堅調であったが、11月に入って急減している。以前は、閉店と一緒に個人客やインバウンドの団体客の入店がみられたが、最近はそうした動きが目立たない。
▲	スーパー(店員)	単価の動き	・産地の天候による影響で、価格が大きく上がった商品もあれば、変わらない商品もあるが、全体的に値上がりしているため、客の様子も非常に厳しい。
▲	スーパー(経理担当)	販売量の動き	・大阪・関西万博の閉幕後、中国の渡航自粛などでインバウンドの動きに悪影響がみられる。ブラックフライデーも定着してきた感はあるものの、効果は限定的であり、物価の上昇による節約志向の方が根強く浸透している。
▲	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1か月半が経過したほか、気温が下がり、インバウンドも減少しているため、来客数が前年比で8%ほど減っている。人工知能を導入して仕入れに要する時間を短縮し、店長ができるだけ接客できるように力を入れている。
▲	コンビニ(店員)	来客数の動き	・中国の渡航自粛後も、中国以外の国からは引き続き多くの来店があるため、売上に大きな影響は出ておらず、全体的には前年よりも増えている。ただし、中国からのインバウンドがかなり減っているため、増勢は鈍化している。
▲	家電量販店(店員)	来客数の動き	・ガソリン価格が少し低下し、客の行動範囲が広がることで、商品の購入意欲の向上や来客数の増加につながることを期待したが、来客数に伸びはなく、厳しい状況である。
▲	乗用車販売店(経営者)	競争相手の様子	・業界全体に活気がない。
▲	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。新車の販売が引き続き苦戦しているほか、従来は好調であった中古車の販売も低迷している。修理や部品のサービス部門だけが好調であり、車の買換えに伴う購買意欲が衰え、車検を通して車を乗り続ける傾向がみられるほか、修理による対応を続ける客が増えている。
▲	乗用車販売店(販売担当)	販売量の動き	・人気車種は納品待ちになるほど受注はあるが、それ以外の車種は苦戦している。
▲	その他専門店〔食品〕(経営者)	販売量の動き	・徐々に販売量が減少している。売上は値上げの影響もあって少し増えているが、利益率などが低下し、増収減益となっている。
▲	その他専門店〔宝飾品〕(販売担当)	お客様の様子	・売上は横ばいから減少傾向となっている。新しく商品を仕入れても、客は在庫品や処分品に注目しており、購入はスマーズとはいえない。

▲	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減少している。
▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・11月に入っても物価の上昇が続き、高くて買えないという話をよく聞く。また、インフルエンザの流行による学年閉鎖や学級閉鎖で、商店街の人通りも減っている。
▲	その他飲食〔洋菓子〕 (管理担当)	来客数の動き	・中国の渡航自粛による影響のほか、駅周辺の地下通路の利便性向上により、店舗前の通行量も減少している。
▲	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・大阪・関西万博の閉幕に伴う影響はほぼなく、高単価での販売による満室稼働を維持できている。一方、中国の渡航自粛について、個人客からはキャンセル料の免除を求められているが、キャンセル不可のプランが多いため、キャンセル料を徴収できている。直近では団体客のキャンセルも数件あるが、人数が少ないので数百万円の損失で済んでいる。
▲	都市型ホテル (客室担当)	お客様の様子	・中国からの渡航自粛に加えて、大阪・関西万博の閉幕による影響もあり、動きが停滞している。
▲	旅行代理店 (役員)	販売量の動き	・団体旅行は堅調である一方、個人旅行は悪化している。特に、国内旅行が販売件数、販売額共に3か月前よりも大きく悪化している。年末年始は前年と同様に長期休暇となるものの、現時点での受注額は前年の8割程度にとどまっている。
▲	旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・インバウンド関連では、中国からの客の先行受注が止まってきた。国内客による中国旅行は元々ボリュームがそれほど大きくはないため、影響は少ないが、インバウンドに占める中国人の比率は20%を超えるため、市場全体として悪化していく。
▲	住宅販売会社 (企画担当)	来客数の動き	・集客状況が厳しくなっている。
▲	その他住宅〔展示場〕 (従業員)	販売量の動き	・運営する展示場全体の成約数は、3か月前と比べてやや減少している。
▲	その他住宅〔情報誌〕 (編集者)	お客様の様子	・不動産価格の急激な高騰により、割高感が広がっており、購入をためらう動きが一部でみられる。特に、一般の実需向けマンションや戸建て住宅の販売状況は、一部で鈍化傾向にある。
×	一般小売店〔化粧品〕 (経営者)	来客数の動き	・11月に入り、初旬から来客数が前年比で7～10%減少し、月全体でも苦戦した。最終的な来客数は前年比で90%となり、客単価の上昇で売上は94%となったが、インバウンドの減少やマイクブランドを中心にクリスマスコフレが苦戦するなど、お買い得感だけでは客を捉えられなかつた。一方、客単価が上昇した割にスキンケア商材が低単価化するなど、消費者の間で基礎化粧品の低単価化が進んでいる。
×	百貨店 (企画担当)	販売量の動き	・免税売上に占める中国人客の割合は、渡航自粛要請が出た15日以降も変化がなく、全体の70～75%となっている。ただし、月末の金曜日以降の3日間は、急激に来客数、売上共に悪化し、全体に占める割合は60%程度に下がっている。1日当たりの売上や購入件数は、11月1日から27日の平均よりも30%減った。一方、国内売上は外商、外商以外ともに前年を上回り、状況としては悪くない。
×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・来客数が少ない。
×	家電量販店 (店員)	競争相手の様子	・市場としては、リフォーム関連や給湯器などの需要はあるものの、商圏内に販売店が増え、広告も増えている。広告をみると、集客目的での低価格戦略が目立ち、販売の分散化が避けられないなど、悪い状況が続いている。
×	家電量販店 (店員)	お客様の様子	・10月の値上げラッシュで、客の財布のひもが更に固くなっている。
×	住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・メインターゲットである富裕層の案件が減っており、単価が下がっている。
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	・台湾問題による中国の動きが気掛かりであるが、受注環境は悪くない。
	○	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現時点で大きな変化はないが、受注の内示状況からみて、先行きに明るさが出てきている。
	○	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・9月、10月はそれほどでもなかったが、11月以降は業界の繁忙期に当たるため、見積依頼などがかなり増えている。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・新規設備の引き合いが増えている。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・問合せや見積依頼が増えているが、対応能力に限りがあるため、どう対応していくかが重要になる。
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先から来年1月から専属車の台数を減らすという話があつたが、今後も仕事が残ることになり、状況は改善している。
	○	金融業（営業担当）	それ以外	・新政権が発足し、景気は回復傾向にある。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・僅かに上向いているものの、変化しているとまではいえない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・最近は取引先から料金の引上げ要請がきており、先が見通せない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・エアコンなど、店頭の荷動きが前年を上回っている商品もあるが、前年を割り込む商品もあり、全体的には大きな変化がみられない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の状況は上向きであり、設備投資意欲も回復傾向にあるが、米国の関税による影響や中国の動向を注視している。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・市場の閑散期でもあり、売上が落ち込んでいる。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の決算書をみると、受注状況は堅調に推移している。
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・新政権の発足からまだ1か月であり、今後は積極的に様々な施策が打ち出されると期待している。今後は徐々に経済対策の効果が出てくるものの、顕在化するまでは1年ぐらい掛かると予想される。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・交通広告の受注が、11月も引き続き堅調である。
	□	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の商店街からは、来客数は減っていないが、物価の上昇で高齢者の節約傾向が強まったという声が増えている。
	□	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	・国内市場では、輸入された商品が加工されて、日本製として販売されている。円安ドル高で輸入商材が値上がりし、買い控えが増えているため、受注量が減少している。
	▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・中国向け製品の動きが止まっている。全体量は少ないが、影響は少し長引きそうな気配がある。また、製品の値上げ以降は出荷が減っており、まだ回復には至っていない。
	▲	食料品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・大阪・関西万博の閉幕により、その効果がなくなっている。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・大阪・関西万博の閉幕による影響か、飲料関連の売上も少し悪くなっている。ハロウィーンイベントも今年は盛り上がりがないなど、売上は余り良くない。
	▲	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・催事での販売では、問屋経由での消費者への販売が増えている。出張費が増えている割に売上が伸びていないほか、メーカーから問屋に販売する際の値引きにより、利益が減少している。
	▲	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	取引先の様子	・大阪・関西万博が閉幕し、出費をやや抑える動きがみられるため、受注量が減少している。
	▲	化学工業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・米国政府による基礎研究分野への研究費の大幅削減により、海外への製品出荷量が減少している。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・注文数量が減少し、発注の間隔も長くなっている。また、生産は行っているものの、売行きが良くない。

	▲	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いるところに円安が加速している。また、日中問題に端を発し、インバウンドの動きにも影響が避けられないため、需要の減少が予想される。
	▲	輸送用機械器具 製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・大きな要因は見当たらないが、販売状況には活発さがない。
	▲	その他製造業 〔履物〕（団体 職員）	受注量や販売量 の動き	・現在の経済環境では、国内市場にしか販路を持たない業界は厳しい。
	▲	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・住宅の新築価格が高騰しているため、明らかに新築の需要が減っている。
	▲	不動産業（営業 担当）	取引先の様子	・都心部の有名な商店街などで、物販店舗が退出することで空き店舗が増えてきている。インターネット経由での販売が中心になっていることが主な要因である。
	▲	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・関西万博の閉幕直後は影響がみられなかつたが、11月に入り徐々に始めている。物価上昇の影響もあり、生活防衛意識の高まりからか、駅ナカ店舗に限れば、万博の閉幕直前よりも売上が落ちている。
	▲	その他サービス 業〔受託調査〕 (調査担当)	受注量や販売量 の動き	・物価が上昇するなか、今のところは販売商品への価格転嫁が進んでいる。ただし、買い控えによる影響か、これまで売れていた商品は販売量が徐々に減少している。
	×	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	・物価の上昇が全く止まらない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (支店長)	採用者数の動き	・徐々にではあるが、採用人数が増えている。
	○	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・ここ数か月は、管轄地域での求人数が前年比で大幅に減少している。現状も前年比の動きは余り良くないものの、10～11月は求人数が増加しており、減少率も縮小しているため、やや良くなっている。
	○	職業安定所（職 員）	周辺企業の様子	・主に卸売・小売業では、比較的景気が良くなっている。
	□	人材派遣会社 (管理担当)	求職者数の動き	・求人数は増えているが、ここ数か月は求人条件にマッチする応募が少なく、実際の採用数は増えていない。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数には変化がみられず、どちらかといえば減少している。
	□	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、実質賃金が減少し続けている状況に変化はない。
	□	新聞社〔求人広 告〕（担当者）	それ以外	・景気判断の目安となる、企業のプロモーション費の推移をみると、特に新聞広告やデジタル広告の出稿実績は3か月前とほぼ変わっていない。
	□	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・9月の求人数は前年比で増えたものの、10月は減少に転じた。11月も前年をやや下回る状況であり、大きな変化はみられない。
	□	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人数は横ばいで推移しているほか、有効求人数も充足などに伴う減少はみられるものの、景気要因での減少はみられない。
	□	民間職業紹介機 関（職員）	求人数の動き	・夏の暑い時期と比べて、求人数に余り変化はない。
	□	民間職業紹介機 関（営業担当）	周辺企業の様子	・2027年卒の採用市場では、3月の広報解禁に向けて、2月の合同企業説明会の出展企業を募集している。採用活動の早期化による影響か、2月では遅いとみる企業もあり、予想よりも出展企業の集まりが悪い。まだ3か月あるため、ここからどう増えていくかを見守っている状況である。
	□	学校〔大学〕 (就職担当)	採用者数の動き	・企業の採用意欲は旺盛な状態が続いている。
	□	学校〔大学〕 (就職担当)	それ以外	・日本と中国の関係により、経済的な問題につながる可能性がある。

<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input style="color: red;" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	学校〔大学〕 (就職担当)	採用者数の動き	・採用活動の早期化が進んでいる一方、採用人数にはばらつきがみられる。また、他業界への転職の話題もよく聞く。離職者の補充のため、医療機関はある程度の採用人数を維持しているのが現状で、需要の増加に伴う雇用の増加ではない。
	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・宿泊業や飲食業は、インバウンド需要の増加で好調となっている。求職者は前年比で増加傾向にあるが、会社都合離職者は減少傾向にあるなど、雇用情勢は安定している。
	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求職者の希望は引き続き事務関係が中心であるが、一部の業界では事務関係の求人が減っており、希望の職種での就業が決まらないケースがみられる。
	—	—	—