

8. 近畿（地域別調査機関：リ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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	◎	百貨店（サービス担当）	・今後も集客のための催事やイベントの強化のほか、インバウンド売上の回復で売上は増える見通しである。また、外商売上も高級ブランドを中心に好調な推移が予想される。
(近畿)	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・ツアーコンダクターからの予約が入っているため、少しは期待できそうである。
	○	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・外的要因を除けば前年の売上を超えていることから、年末に向けての商戦は期待がもたれるほか、フレグランス関連商品の売行きも良く、ギフト商戦の活発化が予想される。一方、基礎化粧品は韓国系ブランドが伸び、客の流出が起こっていることから、苦戦が続くと予想している。ただし、年末に向けたギフト市場の拡大の方がボリュームは大きいと、トータルでは前年を上回ると予想される。
	○	百貨店（外商担当）	・当店の周辺で特選ブランドの新規開店が相次ぐ予定であり、エリア全体への波及効果が見込まれる。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数が少し戻りつつあるほか、値上げが今後も続き、単価の上昇により売上も微増となりそうである。
	○	衣料品専門店（店員）	・気温が下がり、外出が増える見込みであるほか、購買意欲も高まることが予想される。
	○	家電量販店（企画担当）	・10月からの水回りリフォーム商品の値上げに伴う、駆け込み需要が見込まれる。
	○	乗用車販売店（役員）	・新車の販売台数は現状が底であり、今後は新型モデルの発表が相次ぐため、商談の増加が期待される。ただし、輸入車であるため、中東情勢の変化による納期の遅れや、オプション選択ができないといった状況もあり得る。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・季節の変化による新商品の購入期待や、10月の最低賃金引上げなどにより、購買意欲も高まる。
	○	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	・ここ1か月の金相場や貴金属相場の持ち直しが、プラスの動きとなる可能性がある。
	○	通信会社（社員）	・AI関連の需要の伸びが顕著であり、それに伴ってブロードバンド接続の高速化の需要も増えている。この傾向は今後も続く予想される。
	○	ゴルフ場（支配人）	・予約価格を若干高めに設定しても、予約状況はますます順調に推移しているため、現状よりもやや良くなる。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・夏の猛暑が落ち着き、秋の行楽シーズンとなれば、外出意欲が高まってくる。
	□	商店街（代表者）	・状況に大きな変化はない。
	□	一般小売店〔時計〕（経営者）	・来月から今まで以上に値上げの動きが出てくる。時計もウォッチ、クロック共に、価格改定の通知があり、前年に続いての値上げとなる。先行きがどうなるのか見通せないなか、良くはならないという認識が求められる。
	□	一般小売店〔手ぬぐい〕（経営者）	・売上は少し伸びているが、相変わらず値上げの動きは多く、経費の負担が増えている。
	□	一般小売店〔雑貨〕（店長）	・消費者が値上げに慣れて、鈍感になっている。
	□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・呉服はどうしても必要な物ではないため、ほかに必要な旅行や学費の方に、家計の予算が回っている。
	□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・次は9月の大型連休に期待している。
	□	百貨店（売場主任）	・物価の上昇による節約志向が広がっており、駆け込みで安く買うというよりも、そもそも大きな買物を見送るという声が多い。
	□	百貨店（企画担当）	・免税売上のなかで大きな割合を占める、中国からの客の動きが不安定であり、予測が難しい。一方、2～3か月先の国内売上については、大きな変化はなさそうである。
	□	百貨店（広報担当）	・国内客、インバウンド共に、今の傾向に大きな変化はないと予想される。
	□	百貨店（営業推進担当）	・来客数は増加傾向が続いており、食料品などのデイリー商材の動きは良いが、衣料品の動きはそれほど良くないため、全体的に大きな変化はない。
	□	百貨店（売場マネージャー）	・直近の状況が続くと予想され、目立った上振れ材料や下振れ材料は見当たらない。

☐	百貨店（マネージャー）	・大きく変化する要因が特に見当たらない。ただし、中国からのインバウンドが直近は前年比で約30%減と悪化しているが、今後は若干の回復が期待される。特に、現状は関西での減少が顕著である一方、東京や札幌では約20%の増加となっているため、関西でも回復の可能性はある。
☐	百貨店（マネージャー）	・国内外の外的要因による多少の影響はあるが、全体的な構図は変わらない。国内の中間層は節約消費が続くため、好評な集客コンテンツによる動員を図る。また、資産価値を重視した消費がみられる富裕層には、効果的な大型催事や個別対応のアプローチを行う。唯一の不確定要素がインバウンドであるが、中国人客は減少しているものの、タイアップ企画による韓国、台湾人客などの増加でカバーできている。
☐	百貨店（販売推進担当）	・世界情勢、株式市場共に、先行き不透明な部分が多く、今後の景気動向を判断しにくい。
☐	百貨店（外商担当）	・株価は一進一退の状態であり、富裕層の消費マインドが高まることは期待できない。インバウンド売上も、従来は中心を担っていた中国人客が増える見込みはない。
☐	百貨店（マネージャー）	・国際情勢もいまだ不安定であり、実感としても景気の回復感はない。
☐	百貨店（商品担当）	・中東情勢が不透明な状況で、物価や株価は踊り場となっている。ファッション関連では残暑の影響が予想され、9月、10月の動きは年々鈍くなっている。売れ筋は汎用性が高いデザインカラーで、春夏秋の3シーズンウェアが多く、秋物需要がなくなっている。今年は特にその傾向が強い。
☐	百貨店（宣伝担当）	・インバウンドは外的要因による変動が大きいいため、売上の基盤となる国内客への対策を強化している。特に外商客に対するアプローチで客単価が上昇しているため、しばらくは現在の動きを維持できそうである。
☐	百貨店（販促担当）	・ここ数年は10月も高い気温が続いており、衣食住の全てで難しい季節となっている。今年も、高い気温が続く前提で計画を立てているが、少し涼しくなれば商機につながる。いずれにしても、気温の変化に敏感に対応した提案を行い、丁寧に取り組む必要がある。
☐	百貨店（管理担当）	・物価上昇の影響もあり、売上の大幅な拡大が望めないなか、他社との競合で市場の奪い合いが続く。
☐	百貨店（売場統括）	・中東情勢の先行きが不透明ななか、生活防衛意識が払拭される見通しは立っていないため、現時点では改善が見込めない。
☐	スーパー（店長）	・収入が大きく増えていない一方、物価の上昇が続いている。
☐	スーパー（店長）	・競合店が減ることはなく、物価も高止まりとなるなど、回復する要素が見当たらない。
☐	スーパー（店長）	・良くなる兆しがない。
☐	スーパー（店員）	・これから天候の影響で価格が変化するものの、高くても仕方なく購入している人がほとんどであり、大きな影響はない。
☐	スーパー（企画担当）	・食料品の値上げが続くなか、客も必要な物だけを求めており、プラス1品を購入する心理にはならない。残暑もあり、需要に合った売場づくりが重要となる。
☐	スーパー（企画担当）	・競合の出店予定もなく、現状の動きが続くと予想される。
☐	スーパー（社員）	・物価上昇による客の節約志向や低価格志向は、特に食品分野で強まっている。また、気温の高い日が続いており、秋物商材の動きも弱いため、当面は売上の確保が難しい。
☐	スーパー（企画）	・物価の上昇で1品単価や客単価が上がっている一方、販売点数は減少し、売上全体としては目標比、前年比共にプラスとなっている。当地域の最低賃金は10月に大幅に上昇し、商品原価の値上げが続くことから、足元の動きも継続することが予想される。
☐	スーパー（企画）	・物価が高止まりするなか、今後もまだ上がると予想されるため、生活防衛意識は高いままとなる。
☐	コンビニ（経営者）	・客に節約の動きがみられるが、商品の値上げが落ち着いてきたため、販売量に変化はない。
☐	コンビニ（店長）	・前年は大阪・関西万博の影響でインバウンドが多数来店していたが、今年はその動きがないなど、反動が出ている。
☐	コンビニ（店員）	・平均的に来客数が多い状態が続くと予想され、販売量も好調な推移が続くため、売上は伸びる。

☐	コンビニ（店員）	・物価上昇の影響で、消費者の節約志向は今後も続く。
☐	コンビニ（店員）	・物価上昇による影響が大きい。
☐	衣料品専門店（店長）	・ここへきて原材料価格の上昇や為替の問題により、売上が圧迫されつつある。来客に関しては、インバウンドは高水準で推移しているが、国内客の動きは鈍化している。
☐	家電量販店（経営者）	・現在のエアコンやLED関連の案件の増加傾向は、今後も続く。
☐	家電量販店（店員）	・景気が少しでも回復すれば、客の動きも出てくるものの、まだ先行きが不透明であるため、厳しい状況が続く。
☐	家電量販店（店員）	・材料価格の高騰や物価の上昇、値上げの動きなどが続くため、エアコンや冷蔵庫、洗濯機の価格が上がり、客は購入に慎重となる。9月は決算もあって一時的に良くなるものの、10月には再び落ち込む。
☐	乗用車販売店（経営者）	・消費者心理が冷え込むなか、消費税率の引下げの発表がどう作用するか注目している。
☐	乗用車販売店（経営者）	・中東情勢の変化による影響で、オイルなどの入荷がないため、整備関連の売上が増えない。
☐	乗用車販売店（経営者）	・商品価格の上昇が一服し、客にも一定の納得感が広がりつつある。ある程度の期間をおけば、更に価格が受け入れられそうである。
☐	乗用車販売店（販売担当）	・抜本的な変化がなければ、景気が良くなったという実感は得られない。企業の収益が増えて社員に還元されて初めて、実感が出てくる。
☐	乗用車販売店（営業担当）	・物価の上昇に対して何らかの安心材料がない限り、節約志向は変わらず、消費に影響が出る。
☐	乗用車販売店（販売担当）	・部品や油脂価格の高騰など、自動車を取り巻く環境が改善されない限り、景気の回復感は見られない。
☐	乗用車販売店（マネージャー）	・大きな影響をもたらす外部要因がない限り、大きな変化はない。
☐	その他専門店〔食品〕（経営者）	・所得が今の物価上昇に追いつくまでは、変化はないと予想される。
☐	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・プチプライスで分類されていた商品も、何度も値上げが行われた結果、気軽に購入できなくなっている。新たな客層をつかむにも、提案できるような価格帯の商品がない。
☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・暑い日が続き、夏物商材やスキンケア用品は順調であったが、気温が落ち着き、秋冬商材へシフトしていくなかで、全体としては減少傾向となっている。食品の値上げも続くなか、大きな上昇要因が見当たらない。
☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・中東情勢の先行きやガソリン補助金の財源問題など、不透明な部分が多いものの、現在の景況感は大きく変わらない。
☐	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・商品価格が少しずつ値上がりしているため、送料を気にする客が増えている。
☐	その他小売〔ネット通販〕（管理担当）	・敬老の日や秋の行楽シーズンに向けた、ギフトや新商品の早期予約への反応が、ECサイト上でも例年と比べて鈍い。
☐	高級レストラン（スタッフ）	・ここから年末までは、大きな変化はないと予想される。
☐	高級レストラン（企画）	・引き続きインバウンド需要が低迷しており、国内需要の増加ではカバーし切れない。客単価も前年や前々年を下回るケースがみられる。
☐	一般レストラン（経営者）	・物価上昇の継続に対し、賃金はなかなか増えないため、節約志向による外食利用の低迷は今後も続く。また、来年4月からの消費税率引下げが決まり、関連の補助金が検討されているものの、最終的に閉店となる店舗が増えそうである。
☐	一般レストラン（企画）	・食料品や公共料金の値上げなど、家計を圧迫する要因がある一方、中東情勢は混とんとしており、上向きになることはない。
☐	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・自動販売機で商品を購入する人は、それほど家計がひっ迫していないため、今後も変化は少ないと予想される。
☐	観光型ホテル（経営者）	・9月も前年と比べて団体の予約は少ないが、9月の大型連休を中心に個人客の増加が期待できる。

☐	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊需要は10月に年間のピークを迎えるが、現時点では前年並みのため、直近での単価調整による売上の増加が見込まれる。一方、レストランはバスツアーのランチ需要などで、好調を維持している。
☐	都市型ホテル（客室担当）	・直近は国内客の動きが多様化している。
☐	都市型ホテル（管理担当）	・景気が上向くための要因が特に見当たらない。
☐	都市型ホテル（フロント）	・テーマパーク周辺や都市部の客室稼働率や単価の低下が、周辺エリアにも波及しており、今後3か月も価格競争の激化が予想される。宿泊需要を押し上げる大きな要素に乏しいため、宿泊業界全体の景気は弱含みで推移しそうである。
☐	都市型ホテル（販売促進担当）	・実質賃金が上がっている影響か、レストランでは料金が高いメニューの注文が徐々に増えている。また、グループ客による予約もいきなり入ることが多く、秋の宴会の問合せも少し入っている。一方、客室の利用は9月や10月の予約が伸びてこないため、心配している。近隣のビジネスホテルも同じように苦労しているとの情報がある。
☐	旅行代理店（役員）	・海外情勢をみる限り、景況感が良くなる要素は見当たらない。身近な商品が値上がりしている状況であるため、生活の防衛を優先する客が多く、先行きの環境が良くなることはない。
☐	旅行代理店（役員）	・物価の上昇や円安の影響もあり、大きな改善は期待できない。一方、涼しくなる時期に向けた旅行の予約や問合せは増えているほか、暑さで旅行を控えていた客の動きも、今後は出てくると予想される。
☐	通信会社（社員）	・若年層や家族向けのプランが発表されても、端末の販売は伸びない一方、乗換え件数など、キャリアからの要求は強く悪循環となっている。値上げの結果として、端末価格が高くなり過ぎている。
☐	通信会社（役員）	・販売量が伸びないほか、携帯電話のキャリアショップに対する手数料の支払条件も厳しくなっていることから、先行きは厳しい。
☐	観光名所（企画担当）	・前年に開催された大阪・関西万博の反動を注視しているが、前年比で大きな変化はなく、少し上回っている程度である。
☐	競艇場（職員）	・賃上げや物価上昇のほか、海外情勢や政治情勢の変化といった様々な要因が、どのように作用するのかを見極めるのは難しい。
☐	その他レジャー〔スポーツ施設〕（経理担当）	・日本銀行による金融政策に大きく左右される。
☐	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、暑い時期の方が来客数が多い。2～3か月後もまだ暖かいため、来客数は変わらない。
☐	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・物価の上昇が頭打ちとなるまで、今の状況が続く。そのなかで、どこまで子供の教育費に予算を割けるかが不安視される。
☐	住宅販売会社（従業員）	・現在販売中の新築マンションは、商談の動きは遅いものの、止まるまでには至っていない。今後も販売価格が大幅に下がることは想定できないため、現状の動きが続くと予想される。
☐	住宅販売会社（企画担当）	・地価や建築費の高騰により、顧客の購買マインドが盛り上がりにくいため、厳しい状況が続く。
☐	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・50代以上のシニア層を中心に、高額物件の成約が増加傾向にある。今後の景気も、総じて現状並みの水準で推移すると予想される。
☐	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・引き続き底堅い動きとなる見込みである。ただし、実需層向けの物件は、支払への不安や金利の上昇傾向の影響で、動きが鈍化傾向となっている。
☒	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	・社会全体では現状維持の流れが予想されるが、当社は書店業界の下向き傾向による影響を受ける。

▲	百貨店（売場主任）	・中東情勢の不安定感が強まり、ガソリン価格が高騰している。百貨店業界では、配送費を含めた物流コストの上昇や、包材などのナフサ由来製品の価格上昇に対する懸念が高まっている。かなりの品目で毎月のように値上げが進んでいるため、早期の解決がなければ、景気の後退が避けられない。
▲	百貨店（商品担当）	・収入は変わらないが、物価上昇の継続や世界情勢の不安定化を勘案すると、良くなることはない。良くて現状維持であり、今の流れではやや悪くなると予想している。
▲	スーパー（経営者）	・消費者の格差がより一層明確になっている。
▲	スーパー（経理担当）	・スポーツイベントも多いなか、消費の盛り上がりにつなげたいが、値上げ品目数は増加するなど、消費マインドの向上にはマイナス材料が多い。
▲	スーパー（販売促進担当）	・現時点で回復につながりそうな要素はなく、現状の苦戦が続く。
▲	コンビニ（経営者）	・最低賃金が上がリ、物価も毎月上がるという、中小企業には厳しい状況となっている。
▲	コンビニ（経営者）	・人件費の増加による影響が、どこまで出てくるかは分からない。
▲	コンビニ（経営者）	・販売量が減る月であるが、いろいろなアイデアを出して対応していく。
▲	コンビニ（店員）	・夏休みシーズンが終わるため、来客数は減ると予想している。
▲	衣料品専門店（経営者）	・米の価格の低下が、多少の安心材料となっている。ただし、物価の上昇は収まらず、あらゆる商品の価格が上昇している。原油の供給状況や為替が安定し、安心して暮らせる状態にならない限り、本当の意味での景気回復にはならない。
▲	家電量販店（人事担当）	・ここ数年は残暑が厳しく、例年は秋物商材とされているような炊飯器やオーブンレンジなどの調理器具の売行きが芳しくない。
▲	一般レストラン（経営者）	・9月もまた物価が上昇するため、消費者の財布のひもはますます固くなる。
▲	その他飲食「洋菓子」（管理担当）	・駅ビル工事による仮囲いの設置で、店舗前の通路が狭くなり、通行客が店舗を利用しにくくなっている。
▲	観光型旅館（経営者）	・予約の動きが前年比で遅く、高額な施設ほど顕著に遅れがみられる。
▲	都市型ホテル（客室担当）	・ハロウィーン期間は高額での販売が期待され、Web経由の予約も前年を少し上回っているが、旅行会社経由の予約は伸び悩み、前年を大きく下回っているため、単価を上げての販売は難しい。エリア全体でも、前年は大阪・関西万博の需要で高額での販売が可能であったが、今年は困難な状況である。
▲	都市型ホテル（客室担当）	・長引く中国の渡航自粛や、先のみえない中東情勢、ウクライナ情勢に加え、国内では度重なる地震や異常な豪雨などが続いており、先行きには不安ばかりが募る。
▲	タクシー運転手	・秋になれば、昼間のタクシー利用率の低下が予想される。一方、夜間の利用の悪化については、外出が減少しているのか、タクシーに乗らなくなったのかが分からず、今後の不安要素となっている。
▲	通信会社（営業担当）	・販売量は今後も変わらないが、貸し出している通信機器の購入費が値上がりするため、利益は減る見込みである。
▲	遊園地（経営者）	・燃料価格の高騰による影響が電気代に出始めている。金額的には目を引くような大きな影響がないとしても、レジャーや余暇消費を中心に、消費意欲の冷え込みが予想される。
▲	その他レジャー施設「イベントホール」（職員）	・物価上昇の影響を受けているが、すぐには価格転嫁ができない。設備投資に係る費用も増加しており、利益が減少する見込みである。
▲	その他レジャー施設「球場」（経理担当）	・9月はコンサートが開催されるため集客が期待されるが、プロ野球シーズンが終了する10月以降は企業イベント等が主となるため、集客は減少する。
▲	住宅販売会社（経営者）	・現実的に消費者の需要が回復する水準まで、地価の調整が進むと予想され、それに伴って一時的に流通が鈍くなる。
▲	住宅販売会社（経営者）	・客は様子見の状態で、動きが鈍い。
▲	住宅販売会社（経営者）	・先行きの見通しは芳しくなく、街の魅力の創出が急がれる。

	▲	住宅販売会社（従業員）	・金利の上昇や建築費の高騰による影響で、住宅や投資物件の売行きが鈍くなっている。
	▲	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）	・今後も金利の上昇が見込まれるため、不動産市況は悪化する。
	▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・繁忙期が過ぎた反動で、若干のペースダウンとなる見通しである。特に、部品価格の上昇で需要が減り、部品交換の売上が減少すると予想される。
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価の上昇や気候変動、中東情勢など、先行きが読めない不安要素ばかりである。それは世界全体でも同様であり、この先景気が良くなることはない。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	・全く先が見通せなくなっている。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価の上昇で、食料品や日用品が値上げとなるため、花の購買意欲は低下する。
	×	スーパー（開発担当）	・食品の値上げが止まらず、毎月値上がりしているが、賃上げは見込めないため、景気が良くなることはない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・夏が終わって秋冬商材が中心になると、商品単価が上がり、更に売れにくくなるため、景気が落ち込む。
	×	家電量販店（店員）	・夏の需要が一段落したのに加え、前年によく売れたゲーム機やパソコンに代わる需要が、今年はみられない。
	×	家電量販店（店員）	・商品単価が上がっているため、売上は維持できているが、契約件数は明らかに減少している。今購入を控えている客からみれば、値上げは更に進むことから、購買力はますます低下する。
	×	住関連専門店（店長）	・今後も円安が進行し、販売価格を更に上げざるを得ないため、ますます受注しにくくなる。
	×	一般レストラン（店員）	・今年に入って来客数が減少しているが、客単価もかなり下がっており、今後も低下が続くと予想される。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・客離れが続いている。
	×	競輪場（職員）	・物価が更に上昇しているのに対して、一般家庭の収入が大きく増えることはないため、景気は悪くなる。
	◎	木材木製品製造業（経営者）	・中東情勢の問題はまだ続きそうで、仕入れに伴う船の運賃や航海日数にも影響が出るなど、先行きが見通せず、売上、利益共に減少している。ただし、今までの木材関連の取扱商品に加えて、全く異なる品目の引き合いが始めている。情報収集を進め、見直しに積極的に対応しているが、伸びる可能性が高いと予想される。
企業動向関連 (近畿)	◎	化学工業（企画担当）	・例年、夏は食品の需要が低迷するが、今年は猛暑の影響が大きく、消費マインドが大きく低迷している。一方、秋から冬にかけては需要が年間で最も増える。
	○	食料品製造業（従業員）	・秋口に入ると夏物商材から秋冬商材に入れ替わり、食品全般の売上が持ち直す。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・気温の落ち着きで、当社の取扱製品を求める消費者の動きが出てくる。また、9月の人事異動による地域間の移動も増えることで、需要の増加につながる。
	○	輸送業（営業担当）	・全体的に新たな冷房機器の費用がかなり増えたが、労働環境の改善により、仕事の効率アップや利益の拡大につながっている。
	□	食料品製造業（管理担当）	・大きな増減の要因は見当たらない。
	□	繊維工業（総務担当）	・商品だけではなく、サービスの面でも付加価値を考えて、消費者にとっての魅力を高める必要がある。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・現時点で増産の情報はない。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・年末に向けて各種イベントの問合せは入っているが、例年と変わらない動きであり、景気が好調とまではいえない。
	□	化学工業（管理担当）	・中東情勢の変化が長引く懸念がある。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・注文自体は通常の数値で入っているが、新規の案件が少ない。3か月先は変わらないものの、その後は不安である。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・物価の上昇や円安基調が続いており、その傾向に今後も変化はないとみられる。ただし、米の価格は低下傾向にあり、円安基調にも歯止めがかかりつつあるため、一進一退の状況となりそうである。

□	金属製品製造業（経営者）	・特に明るいニュースは見当たらない。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・客の設備投資は生産設備が対象ではなく、IT分野へと変化する傾向が今後も続く。
□	一般機械器具製造業（設計担当）	・原油価格の上昇などによる不安要素はあるが、国から補助金が出ている間は現状を維持できそうである。物価の上昇で生活必需品関連の販売に不安はあるが、今までの無駄を省くなど、業務の見直しを行うことで対応していく。
□	電気機械器具製造業（経理担当）	・本来は冬に向けて活況となるべき時期であるが、先行きが不透明なため、様子見の動きとなっている。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・物価の上昇や不安定な世界情勢については、今後も変化はない。
□	輸送用機械器具製造業（役員）	・仕入価格の上昇に伴う価格転嫁については、特に自動車関係のメーカーに対する要請が困難である。
□	建設業（経営者）	・競合が増える状況は今後も続くと言われる。
□	建設業（経営者）	・仕事量が増加しても、監理技術者や技能労務者の確保に苦慮しているほか、建設資材の不安定な納期で工期内のしゅん工が厳しい案件もある。また、建設資材価格の高騰で予算とのかい離が広がり、新たな契約も厳しい状況である。
□	輸送業（商品管理担当）	・例年10～12月は売上が少し低迷するため、現状のままか、少し悪化することが予想される。
□	輸送業（サービス担当）	・自然災害が続いており、景気の回復気運は高まらない。円安や物価の上昇など良い材料も少なく、悪い材料が増えている。世界各地の混乱も落ち着くことはなく、先行きは不透明である。
□	金融業（営業担当）	・状況はなかなか厳しく、繁忙期を迎える時期も、人件費などの増加で利益率は低い。今後も取引先への値上げ交渉を続ける予定である。
□	広告代理店（営業担当）	・下期に向けても良い話はないため、現状の動きが続くと予想される。
□	経営コンサルタント	・インバウンド売上が景気の回復に貢献しているとの見方があるが、外国人が多く住む地域では、外国人の買物による売上の増加はみられる一方、日本人客が店の利用を避けるようになっている。
□	司法書士	・今月も国内外で大きな災害が発生し、景気が良くなる要素も見当たらないため、芳しくない状況が続く。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・お盆休み明けも在庫台数が増えないため、大きな利益が上らない。
□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・9月以降も食品を中心に値上げが行われる見込みであり、消費マインドの更なる低下が懸念される一方、本当に必要な商材は惜しみなく購入する傾向が続く。
□	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	・原材料価格の高騰や円安に歯止めがかからない限り、食品価格は下がらない。価格が下がらない以上、今の状況は当分続くことになる。賃金の増加が物価の上昇を上回っているという見方もあるが、客の動きをみる限り、全体的な波及効果はみられない。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・いまだに値上げが続いており、3か月後に止まることはないため、現状を開示することはできない。
▲	食料品製造業（営業担当）	・10月以降に価格改定があり、販売価格が上がるため、需要の減少で売上は少し悪くなりそうである。
▲	繊維工業（管理担当）	・原価の高騰による、価格の改定が多い。
▲	化学工業（経営者）	・現在の販売量は好調であるが、受注ベースでは悪化し始めているため、今後は景気が後退する。
▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・円安によるコストの増加と、中東情勢の変化による影響などで、やや悪くなる。
▲	建設業（経営者）	・今後も物価や金利の上昇が予想される。
▲	輸送業（経営者）	・電気設備の資材関連の取引先から、専属の配送車の減車に関する連絡があった。配送量が落ち込み、経費が出ないとのことで、現状は運賃の値上げ交渉どころではない。
▲	金融業〔保険〕（経営者）	・原材料価格や人件費の高騰で、中小企業の存続が危ぶまれる状態が続く。金利上昇も重なり、今後の悪材料となっている。
▲	金融業（営業担当）	・中東情勢の変化による仕入れ面の問題は続いており、価格の上昇による利益の減少や、仕入れが困難なことによる売上の減少などが予想される。

雇用 関連 (近畿)	▲	不動産業（営業担当）	・今後も、中国人の入居の動きは厳しいと予想され、日本の不動産が売られることで、価格が下がってくる。タワーマンションなどの数億円の物件を売却する動きも増えている。
	×	通信業（管理担当）	・日ごとに物価が上昇する傾向にあるため、消費を控える動きが加速すると予想される。
	◎	—	—
	○	人材派遣会社（支店長）	・投資が抑えられていた上半期の反動が、そろそろ出てくると予想される。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・年末に向けて、企業では年末調整や各種事務などの業務が増加するため、事務関係を中心とした求人が増える。また、年度末に向けた体制強化や欠員補充の動きも見込まれることから、現在よりもやや良くなる。
	□	人材派遣会社（役員）	・DX対応の求人が増えてきた印象を受ける一方、全体としては高止まり傾向であり、今後も大きな変化はない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・賃上げはみられるが、企業物価の上昇に伴い、消費者物価も数か月後に上昇することが懸念される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・全ての業界でAIの導入や業務効率化が急速に進むなか、事務職求人はより高度なスキルや優れたコミュニケーション能力を要する形にシフトしている。ただし、求職者側のスキルが追いつくには時間を要するため、人選の難航やマッチング率の低迷という構造的課題が今後も続く。当面は需要の変化に対する人材のミスマッチが解消されないため、事業環境としては、良くなる要素と悪くなる要素が相殺される。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西企業のプロモーションなどの費用は特に変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・中東情勢の変化による影響を含めて、物価の上昇や資材不足に関する声が続いている。値上げによって販売量が減少したという声や、他社との競合のため、取引先への価格転嫁が難しく、利益が圧迫されているとの声もある。その一方、取引先にコスト上昇分を価格転嫁しても、業況への影響はないという声もある。今後、最低賃金の引上げを控えているが、どこまで景気に影響が出るかは不透明である。
	□	職業安定所（職員）	・倒産や廃業の話聞いたが、内容としては黒字倒産であり、特に業績悪化の話聞くことはなかったため、景気が大きく変化することはない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・工事現場の数や規模は変わらないと予想される。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・2027年3月卒業予定者の採用活動は、今年度も長期化しそうな見込みであるが、学生はまだ焦っておらず苦戦している。それに伴い、企業も良い学生がいれば採用する意欲をみせている。一方、2028年3月卒業予定者向けのインターンシップ広報は、夏ほどではないものの、秋以降も続く見通しである。ただし、学生の集客が良くないため、夏に接触した学生のフォローや早期選考に動く企業が増える見込みである。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・中東情勢の変化や消費税減税に関する停滞感はあるが、若年層の人手不足という傾向があるため、求人は堅調に推移すると予想される。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・電子部品関連の事業所を中心に、半導体やデータセンターの需要は続くという声があり、今後も製造業の求人は増加するとみられる。一方、卸売・小売、宿泊・飲食の求人には下げ止まる兆しが見られず、全体として求人数が増加傾向に転じるかは見通せない。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	・中国の渡航自粛の動きや、中東情勢の変化が長期化すればするほど、更に悪化が進む。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・円安の進行と物価の上昇に加え、金利も上昇しているため、景気は悪くなる一方である。
	▲	職業安定所（職員）	・物価の上昇が続くなか、10～11月の最低賃金の引上げによる人件費の増加で、求人の依頼を控える動きが出てくる。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・前年度に比べ、新卒求人の締切り時期を早める企業が増えている。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・9月から食料品などの値上げが発表されており、消費マインドの冷え込みが予想される。また、中東情勢の変化が落ち着く見込みは立っておらず、原油に関わる諸問題の解決の道筋も不透明である。
	×	—	—