

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 (近畿)	◎	コンビニ（経営者）	・年末に向けて、メーカーなどが販売促進策を仕掛けてくるなか、少しでも値引きしている物は売れる。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・10月に入って予約などが増えてきたため、少し期待している。
	○	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・天候要因を除けば、前年の売上を上回る日もあるなど、客の購買意欲が完全になくなったとはいえない。12月のクリスマス商戦は前年もフレグランス関連が大きく伸びたが、今年は前年を上回る推移が続いていることから、年末のギフト商戦は好調となる可能性が高い。また、ボーナス商戦も賃金環境の好転に伴い、現状を上回る増加が見込まれる。
	○	百貨店（マネージャー）	・前年比で30%減と大きく減っていた中国からのインバウンドの来店が、2か月ほど前から徐々に戻りつつある。
	○	百貨店（マネージャー）	・8月以外はコンスタントに来客数が増えており、売上も毎月増加している。ただし、金利の引上げによる影響や、中東情勢の先行きも不透明なため、全体的な景気の大幅な改善は見込めず、今後も富裕層の消費がけん引する形となる。
	○	スーパー（企画担当）	・前年は米の売上が異常に伸びた一方、今年は新米が安価となり、古米に対しても一定の価格訴求ができるため、販売量は増加傾向にある。雨天続きで野菜の相場が高騰しているが、必要な商品は購入せざるを得ないため、青果売上も増加傾向となっている。冷凍野菜の需要も高まっており、野菜相場の高騰にうまく対応できれば、他部門も含めた売上全体の増加につながる。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数に大きな変化はなさそうであるが、まだ商品の値上げが続いているため、客単価の上昇が期待できる。
	○	コンビニ（経営者）	・秋祭りや運動会をきっかけに、一気に景気が回復してほしい。
	○	コンビニ（店員）	・気候が良くなり、行楽地に出掛ける機会が増えるため、売上は少し伸びる。近隣のホテルも9月の大型連休はにぎわっていた。一方、平日の昼間の弁当類は、少し売上が伸び悩んでいる。
	○	コンビニ（店員）	・先行きには少し期待できるが、物価の上昇が続く限り、現状よりも大幅に良くなることはない。
	○	家電量販店（店員）	・年末にかけてエアコンの駆け込み需要が出てくる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新車の売行きが少し良くなり、修理の予約も増えている。部品やオイル類も入荷するようになりつつある。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・月後半は少し回復してきたため、来月以降に期待できる。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・紅葉シーズンが始まり、客室は高い稼働率となる見込みである。
	○	テーマパーク（職員）	・消費税減税の動きが具体化していくなか、減税は消費拡大につながる大きな要素となるため、先行きへの期待は大きい。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・秋雨前線が通り過ぎれば、10～11月は秋の行楽客の集客に期待できる。
	□	商店街（代表者）	・客の購買マインドが慎重となっている。
	□	一般小売店〔手ぬぐい〕（経営者）	・値上がりによる買い控えが続くと予想される。
	□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・今月の客単価をみると、現状維持が精一杯である。
	□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・気候が良くなり、少しでも販売量が増えることが期待される。
	□	百貨店（売場主任）	・不安定な経済状況などもあり、先が見通せないため、積極的な消費というよりも、資産性や投資という部分でお金が動いている。
	□	百貨店（売場主任）	・関西全店の売上をみると、インバウンド消費がやや落ち着き、富裕層の高額消費も伸び悩んでいることから、今後は一進一退の状況が続くそうである。中東情勢の推移次第では、原油価格の高騰も不安視されるなど、先行きは不透明感が強い。

☐	百貨店（企画担当）	・国内売上については、外商、それ以外共に、大きな変化はない。インバウンドは中国の動きが読みにくいものの、前年は大きく落ち込んだことから、前年の実績は上回ると予想される。
☐	百貨店（広報担当）	・国内客は好調な動きが続くと予想される。インバウンドについては為替に左右される部分もあるが、ここ数か月の動きをみると、極端な円高が進まない限り、ある程度は現状が維持されそうである。
☐	百貨店（サービス担当）	・今後も催事や店舗のリニューアル効果により、来客数の増加や売上の確保が見込まれる。
☐	百貨店（外商担当）	・富裕客のイベントや催事への来場予定は増加傾向にあり、直近の好調の継続が見込まれる。
☐	百貨店（営業推進担当）	・物価上昇や燃料費の高騰による影響で、今後は景気が冷え込む可能性もある。
☐	百貨店（マネージャー）	・中間層のこだわり消費や押し消費ともいわれる選択消費と、富裕層による資産価値消費の傾向は変わらない。インバウンド向けの消費税の免税制度は、11月からリファンド方式に変更されるため、一部の転売目的の購入には影響が予想されるが、全体的には急激な為替変動などの大きな外的要因がない限り、今後も好調が続くとみられる。
☐	百貨店（販売推進担当）	・来客数と客単価は上向いているが、買上率は低下しているなど、必要な物以外は購入しないという生活防衛意識は依然として高い。
☐	百貨店（外商担当）	・株価も変動が少なく、為替の動きも鈍いことから、変化は少ないと予想される。
☐	百貨店（マネージャー）	・海外情勢が不安定であるなど、明確に良くなるとはいえない。
☐	百貨店（商品担当）	・円高の進行により、インバウンド売上に影響が出ると予想される。ただし、他の百貨店と比べてインバウンド売上の比率が低いため、国内客でカバーできる範囲でもある。一方、10月以降は物価上昇の影響も出てくるため、気温の変化に対応できるような、汎用性の高いファッションを提案するほか、催事やイベントで集客力を高め、今しか買えないような鮮度の高い商品を提案していく。
☐	百貨店（管理担当）	・全体としては、物価上昇の影響や先行きの不安感から、目立った需要の盛り上がりは期待できない。
☐	百貨店（商品担当）	・インバウンド、国内客共に変化の波が大きいため、先行きは不透明である。インバウンドは好不調の波が大きく、特に週単位での変動が激しい。一方、国内客のファッション関連の購買動向は、季節要因から実需対応に変化しており、特に気温による変化が大きくなっている。
☐	スーパー（店長）	・競合の激化が続き、更に消費税減税前の買い控えが起きると予想されるため、減税が始まるまでは厳しい状況となる。
☐	スーパー（店長）	・良くなる兆しが見当たらない。
☐	スーパー（店員）	・台風や雨の影響がまだ続くため、今後も価格は落ち着かず、厳しい状況が続く。
☐	スーパー（企画担当）	・金利が上がっても、コスト要因による物価上昇は抑えられない。食料品は売上点数が減るものの、単価の上昇で売上全体は変わらないと予想される。
☐	スーパー（経理担当）	・直近の天候要因はなくなるが、新たに台風が接近してくる懸念は残る。また、店頭では低額品の動きが良いなど、消費者の節約志向は依然として強いいため、売上の伸びは予測しにくい。
☐	スーパー（販売促進担当）	・人口の増加や維持が見込める商圈では、他地域からの競合店の進出が続くため、商圈内の競争は更に激しくなる。
☐	スーパー（社員）	・長期にわたる商品価格の上昇は、買い控えによる買上点数の減少につながっているが、価格の上昇は確実に売上の押し上げにつながっている。
☐	スーパー（企画）	・酒税が改正となるなか、ビールは税率が下がり、第3のビールは上がるため、改定後も全体としては一定の動きとなり、売上への大きな寄与はない。店全体としても、単価が上昇し、販売点数が減少することで、売上は前年並みとなる傾向に変化はない。

☐	スーパー（企画）	・先行きも、やや悪い状態が続くそうである。商品の値上げで客単価は上がるものの、来客数や買上点数の回復は期待できない。客の価格をみる目は以前よりも厳しく、ディスカウント店との使い分けも進んでいる。価格の安い商品や特売品を選んで購入する傾向は今後も続く。
☐	コンビニ（店員）	・今後も値上げとなる商品が多いなか、たばこの値上げは客にとってかなりの痛手となる。酒類の値上げも重なるため、客足が遠のく可能性もある。
☐	コンビニ（店員）	・物価の上昇が続く限り、来客数は増えない。
☐	衣料品専門店（店員）	・物価上昇は続くが、期間限定セールなどの開催により、需要の回復を見込む。
☐	家電量販店（店員）	・物価の上昇にめどが立たない限り、景気の回復には期待できない。
☐	家電量販店（営業担当）	・10月1日から様々な商品が値上げとなるなど、前向きな話がない。
☐	家電量販店（人事担当）	・今年も残暑が長引き、冬の訪れは遅くなると予想される。秋はスポーツイベントも多いため、テレビやプロジェクターなどの映像関連商品の販売が増えるほか、秋の調理家電などの売行きにも期待している。
☐	乗用車販売店（経営者）	・法人所有の新車への部品取付けが、かなり減り始めている。今後についても、余り手応えのある情報がない。
☐	乗用車販売店（役員）	・物価上昇が続くなかで車両価格の高騰が進み、特に輸入車の販売は大幅な改善の見込みが薄い。ただし、取扱ブランドで新型モデルが発売されるため、従来と比べると期待できる。
☐	乗用車販売店（マネージャー）	・今後の見通しが良くなる材料が少ない。
☐	その他専門店〔食品〕（経営者）	・時間は掛かるが、物価の上昇に所得が追いつくまで我慢するしかない。大型小売店などは依然として低価格戦略を続けているが、安売りには弊害が大きい。大手企業が安売りを進めれば進めるほど、全体が上向くには時間が掛かる。
☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・10月以降は最低賃金も改定されるが、それ以上に物価上昇の影響が大きく、手取り収入の増加が追いつかないため、景気が良くなることはない。
☐	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・通常の販売による売上が少ない。催事などで客単価が上がるような商品展開や集客を図らなければ、先行きは厳しくなる。
☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・気温が落ち着き、順調であった夏物商材やスキンケア用品の販売が減少に転じた。秋冬商材へとシフトするなかで、売上全体は減少傾向となっている。食品の値上げも依然として続いているなど、大きな上昇要因が見当たらない。
☐	その他小売〔ネット通販〕（管理担当）	・お歳暮商戦が控えているが、前年よりも値上げしている商品が多いため、早期予約も動きが鈍くなる見込みである。
☐	高級レストラン（企画）	・中国からのインバウンドの動きは依然として鈍いものの、国内客の旅行需要の増加がカバーする形となっている。
☐	一般レストラン（経営者）	・宴会シーズンに入るため、企業による宴会需要が見込まれるが、災害の影響に加え、長引く仕入価格の高騰や光熱費の上昇により、利益が増える見込みは薄い。
☐	一般レストラン（企画）	・販売状況は堅調であるが、材料費や人件費、エネルギー価格、石油由来の消耗品費などの上昇が続いており、利益の確保が厳しくなっている。
☐	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・物価の上昇に賃金の増加が追いついておらず、ここ数か月は財布のひもが固くなっている。
☐	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・商品価格が確実に上がっているなか、値上げに対する消費者の感覚が鈍くなっている。
☐	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	・駅構内の工事による影響もあり、当面は厳しい状況が続く見込みである。
☐	観光型ホテル（経営者）	・10月は団体予約が好調であり、11月もまだこれからではあるが、団体客が好調に動いている。自然災害さえなければ良い結果を期待できそうである。
☐	観光型旅館（経営者）	・12月までの予約状況を見ると、前年の水準に達していない。

□	都市型ホテル（管理担当）	・今後に向けたプラス材料が今のところは少ない。食料品に対する消費税率の引下げも、レストランにとっては逆風である。
□	都市型ホテル（客室担当）	・10月のハロウィーン以降は、前年よりも予約のペースは遅く、高単価プランの先行販売が難しい状況にある。地域全体で販売価格が上げにくくなっている。
□	旅行代理店（支店長）	・九州ふっこう応援割の報道はあるが、大きな効果はなく、逆に営業面ではマイナスとなる。
□	旅行代理店（役員）	・今年の年末年始は休みが少ないため、余り期待ができない。今後のイベントも客の大規模な動員が期待できるものは控えておらず、何か起爆剤がなければ、現状は変わらない。一方、関西では在阪球団が優勝すれば、小売や外食の需要が伸び、来年のキャンプツアーなどの受注も増えると期待している。
□	旅行代理店（役員）	・今年は猛暑の影響で、夏の旅行需要は低調となったが、今後は暑さが和らぎ、旅行需要の増加が見込まれる。イベントシーズンを迎えるため、大型レジャー施設関連の需要拡大にも期待している。一方、九州各県では九州ふっこう応援割が予定されているが、実店舗で取扱可能な旅行会社は限られており、その影響は限定的とみられる。
□	タクシー運転手	・前年は大阪・関西万博の開催によって景気が良かったが、今はタクシーの台数と乗客数のバランスが取れていない。
□	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	・全体的には、市場の動向に対して様子見の部分がある。
□	通信会社（役員）	・キャリアショップでの携帯端末の販売台数が、端末価格の高騰や市場環境の変化により、前年比で10%程度の落ち込みが続いている。
□	観光名所（企画担当）	・国内客は前年と同水準であるが、インバウンドは中国が全く回復せず、他国からの増加で何とかしのいでいる。今後もしばらくは、現状が続くと予想している。
□	ゴルフ場（支配人）	・予約状況や客単価のほか、仕入価格や水道光熱費、燃料費などに大きな変化がないため、良くなることも、悪くなることもない。
□	競艇場（職員）	・賃上げや物価の上昇、海外情勢の変化に加え、政治関連による影響など、様々な要因がどう作用するかを見極めるのは難しい。
□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球シーズンは終了するが、10～12月には多くのコンサートが開催されるため、例年どおりの集客が期待できる。
□	住宅販売会社（企画担当）	・建築費や地価の上昇で、購入層が限定されており、今後も大きく変わることはない。
▲	一般小売店〔花〕（経営者）	・天候不良による生鮮食品の値上がりや、輸入品価格の高騰の継続などによる影響が、今後は様々な面で出てくる。
▲	一般小売店〔野菜〕（店長）	・今の物価の動きをみると、景気が良くなることはない。今後、ガス代や水道代、電気代などが上がってくれば、厳しい年末になる。
▲	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	・長期的な観点でも、業界全体で来客数の減少がみられる。
▲	百貨店（売場マネージャー）	・現時点では、景況感が改善する明確な要因は見当たらない。
▲	百貨店（宣伝担当）	・9月中旬以降、中国の渡航自粛による影響が大きく、インバウンド売上が大きく減少している。これまで売上をけん引していた高級ブランドも、度重なる価格改定で国内の中間層の離反が進んでいる。優待などの販売促進策がある期間に売上が集中する傾向となっており、消費の基調の悪化を懸念している。
▲	百貨店（販促担当）	・今冬は、スーパーエルニーニョ現象による冬物商材への影響が懸念される。気温の動きに合わせた提案の工夫が重要となるほか、高額品に関しても大きな材料がないなか、資産価値のある商品の提案を強化していく。最繁忙期での来客数の確保に向けて、期間限定での企画による変化が必要となる。
▲	スーパー（開発担当）	・物価上昇がいつまでも落ち着かない一方、賃金は上昇していない。
▲	コンビニ（経営者）	・今よりもインバウンドが減少し、値上がりする商品も増えるため、売上が3～5%減少する傾向となる。

▲	乗用車販売店（経営者）	・金利の上昇により、少しずつ消費者心理に悪影響が出始めている。
▲	乗用車販売店（経営者）	・食料品を対象とした消費税減税など、政府が物価対策を検討しているが、為替の円安傾向は続くほか、ウクライナ情勢や中東情勢も落ち着きそうにない。輸入品の価格高騰も消費マインドを低下させていることから、しばらく景気は悪くなっていく。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・ガソリン補助金の財源問題などは、これから年末にかけて議論が進むと予想されるが、仮に補助金の基準価格が引上げとなれば、社会全体に影響が出る。
▲	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・商品の値上げや送料の負担増などがあり、企業負担でなければ買い控える傾向にある。
▲	一般レストラン（経営者）	・円高の影響による、インバウンドの減少が予想される。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・販売量は来年と大きく変わっていないが、個人客の動きが低調で料金の調整を余儀なくされており、単価に影響している。
▲	都市型ホテル（フロント）	・宿泊が減少傾向にあり、客室単価が下がってきている。ライブやイベントの開催がなければ、人気のテーマパークだけでは厳しい。
▲	都市型ホテル（客室担当）	・10月からのあらゆる物品や食料品の値上げが、景気の懸念材料となる。
▲	都市型ホテル（営業担当）	・10月から物価の大幅な上昇が進むため、国民の生活が苦しくなる。旅行の見送りや値上がり品の買い控えにより、単価が下がる可能性がある一方、観光業界としてはインバウンドの動きに期待している。
▲	通信会社（経営者）	・原油価格が高止まりしている。
▲	通信会社（社員）	・乗換え需要がなくなり、月を追うごとに販売は厳しくなっている。
▲	通信会社（営業担当）	・半導体メモリ価格の高騰が落ち着かないため、通信機器の仕入価格の高騰も続くと予想される。
▲	遊園地（経営者）	・10月以降、電気代や食品価格が上昇することもあり、特にレジャー業界にとっては逆風となる。
▲	競輪場（職員）	・物価も天井知らずの上昇となっているなど、遊興費は減ることが予想される。
▲	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルを使ったマッサージで服を脱ぐため、暑い時期よりも寒い時期の方が来客数は減る。
▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・現時点で生徒数は維持できているが、10月からの値上げラッシュによる影響が懸念される。
▲	住宅販売会社（経営者）	・市内中心部を始め、ここ数年で地価が上昇した地域の相場が下落基調である。投資家の意欲が低下しているほか、流通在庫も増加気味であり、今後は価格調整が進むと予想される。
▲	住宅販売会社（経営者）	・住宅の購入意欲の低下が予想される。
▲	住宅販売会社（従業員）	・先行きの金利上昇が予想されるなか、借入れは契約時点ではなくしゅん工時点の金利となるため、今後が不安である。しゅん工が1年以上先の物件については、現時点での契約にはリスクを伴うことから、契約をためらう客が増える。
▲	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）	・今後も金利の上昇や円安の動きは続くため、消費は下降気味となる。
▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・今後も住宅ローン金利の上昇や、建築費、住宅価格の高止まりなどで、住宅取得に対する消費者の姿勢は更に慎重となる。
▲	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・このまま住宅ローン金利の上昇が進めば、購入をためらう動きが顕在化する。それに伴う全体的な販売不調により、価格の低下につながる可能性がある。
▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・水害による冠水被害の復旧には3か月程度掛かるため、正常化がいつ頃になるのか、現段階では読めない。
×	一般小売店〔時計〕（経営者）	・災害等に対する不安が落ち着かないなか、物価の上昇速度が普通ではないなど、先行きに安心感が持てない。一旦値上がりした商品は下がることはないため、今後も生活が圧迫されることは避けられず、明るい材料が見当たらない。

企業 動向 関連 (近畿)	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・10月は更に様々な商品の値上げが予定されており、これから景気が上向いていく要素は全く見当たらない。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	・相次ぐ値上げのなかでの酒税の改正や、様々な補助の打ち切りなど、タイミングが悪すぎる。年末までの動きが全く読めず、不安である。
	×	衣料品専門店（経営者）	・円安の進行による物価の上昇が、落ち着く気配はみられない。また、金利の上昇で景気にも陰りが出始めている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・女性が服を買うゆとりがない。
	×	家電量販店（店員）	・補助金による後押しはあるが、他店との競合時の割引は困難となっている。今後の価格改定後も、更なる買い控えが予想される。
	×	家電量販店（企画担当）	・水回りのリフォーム商品であるキッチンやバスが、10月から1～2割の値上げとなるため、不具合や緊急性がない限り、需要の見込みが立たない。
	×	住関連専門店（店長）	・物価や原材料価格の上昇に歯止めがかからない。輸入業では海外の物価変動の影響を大きく受けるため、輸送費などの高騰によって利益が大幅に減少している。
	×	一般レストラン（経営者）	・10月からの物価上昇を前に、客の財布のひもは既に固い。取引先のおしぼり業者によると、どの店も暇であるため、先行きの見通しは暗い。
	×	一般レストラン（店員）	・来客数、客単価共に悪化しており、このまま物価の上昇が続けば、状況は更に悪くなる。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・時代の流れとして、消費者の意識が変わってきている。
	◎	木材木製品製造業（経営者）	・中東情勢の変化により、船の運航の遅れや、運賃の高騰につながっており、すぐに製品の価格などに影響が出るため、いつも気が気ではない。既存の商材は、売上、利益共に何とかやりくりしているため、新たな商材を1～2種類開発し、売上や利益の増加を目指す。今までの木材、木製品とは違う分野での開発を進めており、2～3か月後にはある程度のめどが立つ可能性がある。
	◎	化学工業（企画担当）	・猛暑や地震などが影響し、夏季の食品需要は予想以上に悪かったが、今後は最も需要が増える季節となるため、回復に向かうことが予想される。
	○	化学工業（管理担当）	・日本と米国の良好な関係を背景に、先行きはやや良くなる。
	○	金属製品製造業（製造担当）	・他社で製造中止となった物を生産することになり、その部分は売上に上乗せとなるが、全体的には以前よりも注文が減っている。
	○	電気機械器具製造業（経理担当）	・冬から春にかけて業界は繁忙期となるほか、価格転嫁についても、取引先には以前と比べてかなり柔軟に対応してもらえる。ただし、現状のような度重なる価格交渉は労力を要するほか、心証も良くないため、社員が疲弊してきている。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今月は天候による影響が出たため、それが落ち着く12月頃は、消費者の動きが例年並みに戻る。
	○	輸送業（営業担当）	・今月はスーツケースなどの旅行用の荷物がかなり増えている。帰省や旅行の増加から、景気は良いと判断できる。
	□	食料品製造業（従業員）	・原材料や資材価格の改定が止まらないなど、原価は上がる一方であるが、製品の値上げは何度もできないため、良くなることはない。
	□	食料品製造業（管理担当）	・好転する材料がない。
	□	繊維工業（総務担当）	・金利の上昇は、経費の増加や価格の上昇を助長しかねない。経費の増加分を販売価格に転嫁することが困難ななか、ますます利益の確保が難しい状況が続く。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・一部の取引先を除いて、増産の情報がない。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・特に大きなイベントもないため、例年どおりの年末商戦となる。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・円安基調や物価の上昇が続いているが、受注量に大きな影響はない。今後2～3か月先の景気動向にも変化はなく、横ばいでの推移が予想される。
	□	金属製品製造業（経営者）	・大きな市場の変化もなく、低水準のまま推移すると予想される。

	□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先による投資の動きが弱い。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・消費者をめぐる景気の悪化が報じられているが、実際は横ばいの動きが続いている。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・少し円高の動きが進んでいるとの報道もあるが、まだまだ円安傾向であることに変化はなく、市況全体の変化も見込めない。
	□	建設業（経営者）	・今の状況がしばらく続くと予想される。
	□	建設業（経営者）	・建設資材の高騰や品不足、納期の不安定化に加え、監理技術者や技能労務者の不足により、工期内でのしゅん工が難しいケースも出てきている。
	□	輸送業（商品管理担当）	・例年9～11月は酒の売上が落ちるため、今後も例年の動きとなる。
	□	輸送業（サービス担当）	・気候が悪く、良い材料が少ない。猛暑の後の長雨や台風という気候の下では、消費に対して前向きにならない。
	□	輸送業（営業担当）	・客が興味を持つようなイベントもないため、今後も状況に変化はない。
	□	金融業（営業担当）	・今後も現状の動きと大きな変化はない。
	□	金融業（営業担当）	・今後の受注についても、大幅な増加が見込めない取引先が多い。
	□	広告代理店（営業担当）	・11月頃までは、比較的広告出稿が好調なため、しばらくは8月以前よりも良い状態が続く。
	□	経営コンサルタント	・経費はダイナミックプライシングで変動するが、売上は固定されている。この構造が改善される見込みはないため、今後も厳しい状況が続く。
	□	司法書士	・今月は案件や事件が少ないほか、国内外での未解決の問題や災害も多いため、景気が上向くことは難しい。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価上昇の影響で材料費の負担が増えており、かなり苦しい。
	□	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	・来年4月からの食料品を対象とした消費税減税は、消費者にとってプラス材料となるが、取引先の食品メーカーや卸売業者の間では、減税前に販売単価を引き上げる動きも出てくるため、実質的な負担軽減効果は限定的となる。また、減税を控えた来年2～3月には消費者の買い控えも予想され、需要減少への対応に迫られる取引先も既に出始めている。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・値上げが続く限り、それに伴う仕事が増えて、通常の営業が難しくなる。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・10～11月には飲料の価格も上がるため、景気はやや悪くなる。
	▲	化学工業（経営者）	・今は、春のナフサ不足による値上げで、売上は良い状態にあるが、消費者物価が上がる今秋以降は需要の冷え込みが予想されるため、景気は悪くなる。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・現状維持で精一杯であり、先行きの不透明感も強いいため、腰を落ち着けて先を見据えられる状況ではない。
	▲	建設業（経営者）	・新築住宅の需要は、一部のパワーカップルに限られている。
	▲	輸送業（経営者）	・取引先が優秀な社員を赤字部門に集め、対応を進める方針であるため、新規の有望な仕事が入ってくる可能性がある。ただし、全体としては厳しい環境が続く。
	▲	金融業〔保険〕（経営者）	・中小企業や飲食店などでは、原材料価格の高騰や更なる最低賃金の引上げにより、収益の圧迫が進む。価格転嫁は難しいため、厳しい状況が続くと予想される。
	▲	不動産業（営業担当）	・中国人などの就労が厳しくなっており、タワーマンションを含む高額マンションの投げ売りが続くため、不動産価格が下がり、景気の悪化を招く。
	▲	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・10月以降も、食品を中心に値上げが相次ぐことから、駅ナカでもドラッグストアや100円ショップ、スーパーを除いて、当面は来客数の減少による売上減少が続く。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・世界的な供給不足に陥れば、自然とコストの増加につながる。
	×	通信業（管理担当）	・毎月のように値上げが行われるなか、経済全体は回るのかもしれないが、買い控えなどで大きな買物はない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・円安の動きが止まらない。
雇用	◎	—	—

関連 (近畿)	○	人材派遣会社（支店長）	・上半期が芳しくなかったため、下半期にまとまった動きが出てくると予想される。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・今月は台風の影響で現場が止まっていた部分もあったが、年末に向けて駆け込み受注が増える見込みである。
	□	人材派遣会社（役員）	・冬のボーナス支給以降、求職者の動きが活発化すると予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・来年4月以降の消費税減税による、日本経済や景気への影響も、現時点では見通しにくい。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・AIの台頭で、現状の変化は更に加速するとみられる。今後3か月の身の回りの景気も、現状維持か、やや悪くなることが予想される。今後、事務職として働き続けるには、高いヒューマンスキルや関係者間の調整といった、人が介在する価値のある業務へのシフトが不可欠となる。企業側の劇的な変化は期待できないため、求職者自身が強い危機感を持ち、自らのスキル向上や意識改革にどう取り組むかで今後の明暗が分かれる。
	□	人材派遣会社（管理担当）	・現状の世界情勢が良くならない限り、改善されることはない。
	□	アウトソーシング企業（社員）	・冬のボーナスが支給されるものの、当社の雇用形態については変化がない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・中東情勢が落ち着くなどの大きな材料がない限り、数か月間で景気が上向くことはない。
	□	職業安定所（職員）	・中東情勢の影響も含め、物価の上昇が続いている一方、コストを十分に価格転嫁できず、利益が圧迫されている。また、最低賃金の引上げによる人件費の負担増加への懸念も高まっている。現時点では、最低賃金の引上げを理由とした求人への削減は特にみられないものの、今後の景気や求人動向への影響については楽観できない。
	□	職業安定所（職員）	・年末年始に向けた消費の拡大に期待しているが、10月以降の値上げもあり、景気全体が良くなるほどの影響はない。
	□	職業安定所（職員）	・求人数は増加しているものの、中東情勢の変化による物品価格の上昇が進んでいるなど、景気が良くなるとは一概にはいえない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・今後2～3か月では、大きな変化はみられない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・医療福祉業界は労働集約的であり、人材の獲得競争が続いているため、今後も求人は堅調に推移すると予想される。一方、他業界と同様に初任給が上昇する事業所が出始めており、これが業界全体の賃金上昇につながるのか、格差の拡大につながるのかは見通せない。若年層の雇用に影響を及ぼすため、今後の推移に注目したい。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・大企業による希望退職の募集に加え、小規模事業所を中心とした後継者難や業績不振による事業の廃止や縮小、シニア層などの事務職等の契約終了や派遣期間の満了など、事業主都合による離職者が増えている。突然の退職を余儀なくされた人は、再就職への意欲が高くなりやすく、すぐに再就職が決まるケースもあるが、前職と同程度の労働条件にこだわり、求職期間が長引くケースもあるため、今後も求職者数は高止まり傾向が続くと予想される。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末商戦に向けた、地元企業からの新聞やデジタルメディアへの広告出稿は、物価上昇などでプロモーション費の削減が見込まれるため、前年比や前四半期比でも若干の減少が予想される。
	▲	職業安定所（職員）	・長引く物価上昇に加えて、最低賃金の引上げによる人件費の上昇で、求人票の提出を抑える動きがみられる。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・夏のインターンシップに力を入れる企業が増える一方、秋、冬は動きがやや減少する見込みである。ここ2年は求人倍率も低下しているなど、2028年卒の新卒採用は売手市場も高止まりとなり、やや鈍化傾向が出てくる。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・物価が上昇する一方、雇用条件の改善は余りみられない。

	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・現在のところは中東情勢が落ち着く兆しがないため、原油の安定供給が見込めず、石油の派生製品が不足している。ガソリン補助金も長引いており、財源がいつまで続くかは見通せない。仮に打ち切りとなった場合は、物流面を含む多くの分野で甚大な影響が出る。
	×	—	—