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	・今月も物産展や新規の催事などが盛況で、来客数やインバウンド売上、総売上が好調となり、前年の実績を上回った。また、新たにオープンしたブランドショップも好調に推移している。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・近隣に大きな公園があり、前年に続いてスポーツの国際大会が開催されるなど、利用客による来店が増えたため、売上が前年比で５％増えている。
	○	一般小売店［時計］（経営者）	来客数の動き	・月初めは天候が不安定で、全く来客数が伸びず心配したが、結果的にはまずまずの実績となった。時計の販売は低調なままであり、売上は伸び悩んでいるものの、来客数は増えている。
	○	一般小売店［鮮魚］（営業担当）	お客様の様子	・10月の紅葉の季節に入り、インバウンドが売上の増加にかなり貢献している。
	○	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月も気候の大きな変化はなく、来客数も堅調に推移している。朝晩の気温が秋らしい日もあり、衣食住での秋物商材の動きが総じて順調となっている。株価の変動は大きいものの、高額品の動きも例年並みであり、全体的に好調な推移となっている。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・今月の入店客数は前年比で12.9%増と大幅に増え、３か月前の1.6%増と比べても大きく伸びた。レジ客数も7.1%増と堅調に推移している。これに伴い、３か月前に4.0%減と落ち込んでいた売上も、今月は7.1%増と増加し、さらにテナントを含む総売上では9.7%増と好転するなど、来客数の伸びが全体の業績回復を力強くけん引している。
	○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・国内客は横ばいであるが、インバウンドは11月からの免税制度の変更による影響か、比較的好調となっている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・カウンター商材のおでんや揚げ物、コーヒーの販売が伸びている。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数はほぼ横ばいが続いているが、値上げの効果で客単価は少し上がっている。
	○	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・朝晩と昼間の気温差が大きく、秋冬商材のまとめ買いや、羽織物の購入が増えるなど、購買意欲が少し上向いている。
	○	その他専門店［ドラッグストア］（店員）	販売量の動き	・来店客の平均購入額が100円程度上がっており、防災意識の高まりなどで、関連商品がよく売れている。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・今月の予約状況や予約の進捗、同業者の利用状況をみると、比較的好調となっている。
	○	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・秋口になって、欧米からのインバウンドが活発に動いている。
	○	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・修学旅行の受入れが順調に推移し、前年を上回る集客となっている。販売単価は前年を下回っているが、客室数の動きは順調である。
	○	通信会社（社員）	販売量の動き	・秋になって申込件数は持ち直しており、新たなプランを導入した効果が出ている。
	○	その他住宅［住宅設備］（営業担当）	販売量の動き	・首都圏での全体的な需要の好調や、リフォーム需要の好調が決め手となり、決算は過去最高益となっている。
	□	一般小売店［化粧品］（経営者）	来客数の動き	・10月に入り、降雨の影響もあって、来客数の減少する店舗や施設が増えている。買上客数も同様に減少し前年比95%となった一方、値上げの影響で客単価は105%と上昇し、売上は前年並みとなっている。自分自身をケアする需要が活発化し、スキンケアが105%と好調に推移したほか、フレグランスもこの数か月は好調に推移し、ギフト需要と自家需要の両方が支持されるなど、クリスマス商戦に期待が持てる内容となっている。

□	一般小売店［衣服］（経営者）	来客数の動き	・悪い状態が続いており、来客数が減っているほか、客の平均購入額も減少している。
□	一般小売店［雑貨］（店長）	お客様の様子	・固定客数には変化がみられない。
□	一般小売店［呉服］（店員）	それ以外	・着物の販売は少し良くなってきたものの、インフルエンザの流行により、店員と接する着装が敬遠され、来客数が減少している。
□	一般小売店［菓子］（営業担当）	販売量の動き	・現状は可もなく不可もないが、今後は気候も良くなるため、購買意欲の上昇が進む。
□	一般小売店［書籍］（管理担当）	お客様の様子	・この１か月で大きな変化はなく、大阪・関西万博の閉幕から１年が過ぎたことで、前年比の数値も落ち着いてきている。
□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・富裕層の購買が中心となって、売上を支える構図が続いている。中間層には消費に対する前向きな反応がみられないため、販売量の増加によって利益を稼いでいる食品フロアは厳しい状況にある。
□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・免税売上や外商売上、外商を除く国内売上共に、前年比で約10%の増加となっている。免税売上は、中国人インバウンドの売上が非常に不安定な状況が続いており、10月１～７日の国慶節期間中は30%減少したものの、その後は再び増加に転じ、２けた増となっている。
□	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・国内客の購買動向は引き続き好調に推移している。気温の低下により秋物衣料の需要が増えているほか、免税売上も前年の好調な実績を上回っている。国慶節の月であるにもかかわらず、中国からのインバウンドは依然として厳しい状況であったが、富裕層は全体的に多く来店し、特に高額商品が人気となっている。
□	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・来客数は前年比で0.8%増と微増であり、売上も前年並みとなったが、富裕層がけん引する構造は変わらず、インバウンド消費の鈍化も続いている。
□	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・直近の景況感に目立った変化はみられない。先行き不透明な情勢が続くなか、今後の個人消費も不安定となる。
□	百貨店（管理担当）	それ以外	・改装によって売場の一部を閉鎖しているため、来客数が減少している。
□	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・今月の中旬は天候も悪く苦戦したものの、下旬から衣料品、食料品共に好調となり、前年の売上を上回っている。物価上昇による買上率の低下も、ほぼ前年並みにとどまっている。
□	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・夏から好調が続いている、当店や近隣商業施設への来客数は高水準を保っており、特にインバウンドは近年で最高水準となっている。
□	百貨店（営業推進担当）	販売量の動き	・来客数は横ばいであり、客単価は少し上がっているものの、販売量が減少傾向にある。
□	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・全体的に大きな変化はなく、富裕層による資産価値の高い商品の購入は引き続き好調である。特に美術品や宝飾品、時計の人気が高く、売上は前年比２けた増となっている。一方、国内の中間層は選択消費の傾向が顕著で、ファッション関連商品や冬物寝具は好調であるものの、食品は価格上昇の影響で販売量が減少している。インバウンド売上は２けた増を維持しており、消耗品の販売や客単価が好調である。
□	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・改装などで新しくなった売場の数字は上向くが、効果は長続きしない。また、来客数の増加ほどは売上が増えないため、資材価格の高騰で施工費が上がり、償却が長引いている一方、増収幅は限られる。株価の先行きも不透明ななか、９月は気温の低下でファッション関連は良かったものの、気温に左右される分、先行きの見通しは立てにくい状況にある。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・客は複数店舗を買い回りしているようで、売上の前年比が来客数以上に悪化する状況が続いている。また、夕方以降の値引きのタイミングで、来客数が集中的に増える傾向がある。

□	スーパー（店長）	お客様の様子	・関西の人気球団による優勝セールが行われるが、他の日は売れないため、トータルではそれほど変わらない。
□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数の前年比に変化はなく、売上も安定している。
□	スーパー（企画担当）	それ以外	・台風の影響や、雨の日の多さ、気温の低下の遅れといった要因が重なり、本来売れるべき商品の動きが良くないほか、前年に米の販売が急増した反動が出ている。米については、新米と古米の価格のバランスもおかしくなり、利益の確保が厳しい状況となっている。
□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・９月と比べて、天候要因による影響は減少したが、大雨の被害や農作物価格の高騰などによる影響は少し残っている。さらに、節約ムードもあるため、売上に大きな伸びはみられない。
□	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・来客数と販売量の伸び悩みが続いており、悪い状態に変化はない。特に、近畿圏では他エリアからの競合店の参入で、客の奪い合いが激しくなっている。
□	スーパー（企画）	来客数の動き	・来客数は前年割れが続いており、なかなか回復がみられない。食品価格の上昇が続くなか、特売品や低額品への反応は大きい。また、ディスカウントスーパーの出店などで来客数が減少する店舗もあるなど、客の価格に対する意識は引き続き強い。
□	コンビニ（店員）	販売量の動き	・商品の廃棄が目立つ日もあったが、来客数や売上に大きな変動はない。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・３か月前と比べて、来客数や客単価に大きな変化はないが、例年の10月と比べて来客数には減少がみられる一方、客単価は横ばいとなっている。
□	家電量販店（店員）	来客数の動き	・物価上昇の動きに変化はなく、客の消費マインドも厳しいままであるが、年末に向けて少し変化が出てくる。
□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月は新車の目標販売台数を下回りそうである。新型モデルが久々に発売されたものの、発売当初の勢いがなくなっている。高級輸入車は円安の影響や装備のグレードアップで車両単価が上がっており、客層が更に絞られている。その一方、価格面で訴求力のある中古車の動きは堅調であるほか、乗り換えずに車検を受ける客の増加で、部品需要や修理サービスについても堅調となっている。
□	乗用車販売店（マネージャー）	販売量の動き	・月ごとの変動はあるものの、前向きな変化はみられない。
□	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・富裕層による極端に高額な商談が徐々に増えている一方、日々の売上を支えている中間層の案件は減っているため、売上全体に大きな変化はない。
□	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横ばいである。原油価格は高騰しているものの、政府による補助金で価格が維持されているため、大きな影響はない。
□	その他専門店［宝飾品］（販売担当）	競争相手の様子	・後継者がおらず、客も高齢化している店舗では、新規客を獲得する見通しも立たず、閉店を考える動きがみられる。
□	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動きが上向いているほか、化粧品や美容関連も順調に推移している。一方、食品や日用雑貨などの生活必需品は、値上げの影響もあり低調となった。全体的に大きな変動はみられず、３か月前と比べ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。
□	その他飲食［自動販売機（飲料）］（管理担当）	販売量の動き	・値上げの動き自体は続いているが、交渉しなければ値上げは困難であるなど、なかなか進まないのが実情である。

□	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博が開催された前年と比べて、今月は大型の団体客が少なかったものの、個人客やグループでの集客が増えている。ただし、大型の団体客が少なかったため、飲料などの附帯売上は減少している。
□	都市型ホテル（管理担当）	お客様の様子	・客の購入金額などに、良くなっている様子はみられない。
□	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・前年と比べて、客室部門では売上、利用人数共に大きく減少した。前年が大阪・関西万博の開催で好調となったため、今年の売上は前年比で15%減少し、目標も下回る形となった。客層別にみても、全体の４%減に対し、インバウンドは４割減と大きく減少している。料飲部門でも、朝食は宿泊客による利用が激減した一方、ランチは利用が増加し、特に一般客の利用が少し増えている。また、宴会も売上が19%増えるなど、春先から好調が続いている。その一方、インバウンドは料金などの条件は前年と同じであったが、増加はみられない。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・海外旅行の予約は相変わらず低調である。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・大阪・関西万博が開催された前年との比較はできないが、最近の客の様子をみると、週末や休日以外は余裕のある客が減っている。
□	通信会社（社員）	販売量の動き	・通信大手の値上げによって他のキャリアが攻勢を強めており、乗換え需要が純減となるなど、客の取り込みに影響が出ている。
□	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・インバウンドを中心に来場客は増加傾向にあるものの、国内客の伸びが今一つである。
□	競艇場（職員）	販売量の動き	・インターネット投票は前年比で約７%伸びているが、単価は大きく変わっていない。一方、拠点のレース場や場外発売の売上は、前年を下回る見込みである。
□	美容室（店長）	来客数の動き	・一定の来客数はみられるが、コストの増加に苦しんでおり、利益は増えていない。
□	その他サービス［マッサージ］（スタッフ）	お客様の様子	・夏から秋にかけては、まだ暖かい日が続くため、来客数に変化はない。
□	住宅販売会社（企画担当）	販売量の動き	・材料価格や地価の高騰により、客の動きが鈍くなっている。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・購入の決定に慎重になっている。
▲	一般小売店［手ぬぐい］（経営者）	販売量の動き	・取扱品は季節商材であるが、前年比でみると悪化している。
▲	百貨店（売場主任）	単価の動き	・10月28日までの売上は、前年比で9.3%増、来客数も6.8%増と好調を維持しているものの、周辺環境の変化や商品の値上げによる影響が大きい。販売数量の鈍化が懸念材料であり、高額な牛肉は苦戦する一方、割安な鶏肉や豚肉は値上がりが進んでいるが好調である。また、共働き世帯の増加に伴い、販売の中心が総菜にシフトしている。全体としては、消費者が生活防衛姿勢を強めているほか、今後のガソリン料金の動向を含めて、不透明性が高まっている。
▲	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・これまで非常に好調であった富裕層の高額消費に陰りが出始めている。購買自体は依然として堅調であるが、1000万円以上の受注が前年よりもかなり減少し、商品単価が全体的に低下している。
▲	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・売上全体の３割を占める、インバウンド売上の基調が悪化している。免税制度にかかる11月の税制改正を前に、一部では単価が低い化粧品等で駆け込み購入がみられるが、円安効果の一巡や、関西国際空港での中国の団体客減少など、複数の要因で高級ブランドや宝飾品、時計の売上が落ちている。国内客についても、前年が大阪・関西万博の開催効果で来客数が大きく増えたため、今年はその反動で減少している。

▲	スーパー（店員）	単価の動き	・葉物野菜の産地が関東地方のため、雨の影響で農作物価格が高騰しており、余り売行きが伸びていない。
▲	スーパー（社員）	お客様の様子	・商品価格の上昇が続いているため、客の節約志向の高まりによる買い控えも、長期にわたって続いている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ビールの値下げと発泡酒の値上げなどで、まとめ買いや節約の動きが増え、販売量が不安定になっている。
▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・雨の日が多く、現場作業員などの来店が減っている。
▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は少し増えているが、購入までには至らない。売上のほとんどがサービス品であるほか、コロナ禍で廃業したメーカーの商品など、市場にない商品への問合せが多い。
▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・決算月が終わって閑散期に入ったため、売上は厳しくなっている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数や商談数の減少で、仕入量も減っているほか、試乗用の車も減少している。
▲	乗用車販売店（営業企画）	競争相手の様子	・関係各所のシステム障害による影響が出ている。
▲	その他専門店［食品］（経営者）	販売量の動き	・販売量が徐々に減少しており、家庭用の商材は業務用よりも更に減少が目立つ。業務用を購入する取引先は減っていないが、使用量が明らかに減少している。
▲	その他小売［ネット通販］（管理担当）	単価の動き	・10月の食品や日用品の大規模な値上げが、売上に大きな影響を及ぼしている。３か月前と比べても、商品の勢いが戻った印象は受けない。
▲	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	・注文の際に送料を気にする客が増えており、送料が掛かることが分かると、注文をやめる客もいる。
▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・気候の不安定な日が多かった影響で、全体的に低調である。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・全体的に来客数は減少しており、ディナーの団体予約で売上は維持できたものの、中旬からは特に減少が目立ち、ランチの客は15%以上減っている。急に気温が下がったことも原因の１つとみられるが、社会全体の悩みである物価上昇の影響もある。
▲	一般レストラン（企画）	来客数の動き	・売上は前年の実績を上回るものの、やや下降気味であり、来客数はそれ以上の落ち込みとなっている。特に、日曜日や祝日における減少が大きい。
▲	都市型ホテル（客室担当）	お客様の様子	・中国の渡航自粛や中東情勢、ウクライナ情勢の変化、10月からの値上げによる物価の上昇、サイバー攻撃などによる情報漏えい、台風などの自然災害等、連日不安なニュースが流れている状況では、明るい見通しは持てない。
▲	都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・様々な物価の上昇が更に進むなか、会社では全てのコストが上昇し、利益の出にくさが課題となっている。事業を継続させるには、売上の増加のために単価を上げざるを得ない。
▲	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・秋の行楽シーズンを迎えているものの、相次ぐ台風の影響に加え、物価や宿泊料金の上昇などで旅行費用の負担が増え、旅行需要は伸び悩んでいる。また、九州ふっこう応援割が始まっているが、当社での取扱は限られており、需要が大手旅行会社や旅行予約サイトに集中していることから、九州方面の販売は前年を下回っている。
▲	旅行代理店（役員）	お客様の様子	・長雨や台風の影響については、ＳＮＳを含めた情報面からの旅行意欲の低下と、身の回りでの天候悪化による直接的な影響がみられる。さらに、身近な商品の値上がりなどで、娯楽に対する消費が明らかに減っている。
▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料費や人件費の増加によって、利益が圧迫されている。

	▲	通信会社［貴金属オークション］（経営者）	お客様の様子	・客は予算を節約しており、必要な物以外は買わない傾向が目立っている。
	▲	通信会社（役員）	販売量の動き	・前年との比較では、携帯端末価格の高騰やオンライン販売の増加で、当店での販売が１割程度減少している。前年比での減少幅も、月を追うごとに大きくなっている。
	▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・通信機器価格の上昇が止まらない。半導体メモリ価格が一時期と比べて10倍となっていることが要因であるが、それに対応して販売価格を上げざるを得ない一方、競合他社が価格を据え置いているため、値上げができずに減益となっている。
	▲	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8707円と、３か月前の9126円よりも低下している。
	▲	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	・９月、10月は秋雨前線の停滞で雨の日が多く、屋外施設の多い当社は大きな影響を受けている。９月は大型連休があったため、10月の外出予定が９月に前倒しとなった可能性もある。
	▲	美容室（店員）	来客数の動き	・気候の変化により、例年の予定を元に計画を立てても実行が難しくなっている。今月は特に、客の動きに変化がみられる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・具体的な問合せや資料請求、現地案内などの動きが減少している。
	▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・客が住宅ローン金利の上昇に対してかなり敏感になっている。
	▲	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）	単価の動き	・金利が上昇するなか、金融機関の融資姿勢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	・運営する住宅展示場全体の成約件数は、３か月前と比べて減少している。
	▲	その他住宅［情報誌］（編集者）	お客様の様子	・不動産価格の高騰や金利の先高観、情報漏えい事件の増加をきっかけに、消費に対する心理的な悪影響が広がっている。
	×	一般小売店［ガラス細工］（店長）	お客様の様子	・客の行動力が落ちており、外出への意欲が低下している。
	×	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上が前年比で７～８％減少し、客の平均購入量も、値上げの影響で減少している。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少しているほか、客単価も前年と比べて低下している。
	×	家電量販店（店員）	それ以外	・商品価格の改定が続くなか、競合他社との価格の差が広がっている。量販店と専門店の違いによる価格差も大きく、商品によっては考えられない価格が広告に掲載されている。最近は来店による商談に至らないまま、電話対応で終了するなど、スタートラインにすら立てなくなっている。
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・今月に入り、中東情勢やナフサ由来での水回り商品の大幅な値上げが進み、来客数の伸びが一段と厳しくなっている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチの時間帯の来客数は横ばいであるが、平日の夜は特に壊滅的であり、近隣のスーパーも人がまばらである。
	×	その他飲食［洋菓子］（管理担当）	来客数の動き	・駅構内の工事による通行量の減少や、９月の大型連休の反動と物価上昇による消費の低迷で、買い控えの傾向が高まり、客単価が低下している。結果として、売上は前年を下回って推移している。
企業動向関連	◎	＊	＊	＊
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・今までの営業努力の結果が出ている。

（近畿）	○	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・リピート品に対して定期的に注文が入っている。納期は短めであるが、残業が必要なレベルではなく、在庫調整がようやく終わり、生産が再び始まっている。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・新規設備の見積依頼が増加している。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社への引き合いのほか、取引先の受注状況も良くなっている。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・下半期に入り、交通広告の需要が増えている。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・生産量や販売量に少し増減はみられるものの、全体的には前月や前年と比べても変化がない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は、25日以降の受注量が極端に減少している。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず物価の上昇が続いている。景気回復の実感はないが、引き続き製品価格の改定を検討しており、売上や利益は堅調な推移が続く。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料や資材価格、人件費などの値上げが進むなか、受注量は減少気味であるが、価格転嫁によって製品価格は上昇しているため、売上は微増となっている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先による設備投資が停滞している。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	受注価格や販売価格の動き	・コストの増加に対する理解は得られるものの、価格の細かな調整で苦戦している。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・エアコンは前年を上回る店頭の荷動きをみせているが、洗濯機や冷蔵庫などの大型商品の動きは前年を下回っている。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・売上が増えても、原材料費や人件費が上がっているため、利益はそれほど増えていない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・６月以降、景気の回復感はなく、雨の多さや気温要因で来客数が減少したほか、生活必需品の価格上昇による耐久消費財の買い控えもみられる。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・取引先の業績好調により、年度末までのしゅん工を条件とする改修工事の引き合いが増えている。業績が好調な企業と、そうでない企業との２極化が進んでいる。
	□	輸送業（サービス担当）	受注量や販売量の動き	・荷物量の動きは横ばいであり、催事などのイベント関連の荷物は増えているものの、通常の荷物が微減となっている。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・商品の値上げにより、今までの安価なイメージがなくなったため、売上が落ちている。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・協力会社との取引価格に変動はない一方、人件費の高騰で利益が圧迫されている。
	□	経営コンサルタント	受注価格や販売価格の動き	・行政の発注でイベントなどを実施しているが、以前と比べて来場者が増加しており、販売額も増えている。ただし、行政の発注額は景気や物価上昇に連動しておらず、当社の業況に改善はみられない。
	□	その他サービス業［受託調査］（調査担当）	取引先の様子	・取引先によると、食料品価格の上昇に対する客の理解があるうちは、売上は何とかなる。
	□	その他非製造業［衣服卸］（経営者）	受注量や販売量の動き	・食料品の値上げが激しいため、不要不急の消費が減り、家庭用品は店頭での販売点数の減少につながっている。一方、期間限定の売場では推し活需要などが好調で、駅前施設や百貨店では期間限定の店舗が増え、景気を下支えしている。全体としては販売価格が上昇しているものの、販売先の店舗が減っているため、売上も減少傾向となっている。
	▲	食料品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・商品選定のミスも重なり、10月の限定商品の売上が芳しくない。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・11月から飲料価格も値上げの方向であるが、値上げ前の購入が増えるはずの10月の売上は、予想に反して少し悪化がみられる。

	▲	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・イベントでも集客の減少に伴い、１日当たりの売上が減っている。さらに、来場客も約６割が同じ顔ぶれであるため、値崩れする商品が増えている。その影響で利益が圧迫されており、採算割れとなるケースもある。
	▲	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・これまでは春の値上げ効果で景気は良かったが、市場全体での価格上昇に伴い、少しずつ陰りが出始めている。
	▲	その他製造業［履物］（団体職員）	受注量や販売量の動き	・市場の動きが鈍く、コストの増加を価格転嫁でカバーできない状態が続いている。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価上昇により、消費マインドが低下している。
	▲	輸送業（経営者）	それ以外	・全ての経費が増えている一方、運賃の値上げ交渉については、取引先も経費がかさんでいるため難しい状況である。採算割れとなる仕事が多いものの、長い付き合いの取引先は断りにくい。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先は仕入価格の上昇に直面しており、販売価格に転嫁するまでには時間が掛かるため、しばらくは辛抱となる。
	▲	金融業［投資運用業］（代表）	それ以外	・物価の上昇や、中東情勢の変化など、マインドが上向くようなトピックがほとんどない。少なくともあと２～３年はこのような状況が続くと予想される。
	▲	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	・駅ナカでは、消耗品や食品を扱う店舗はおおむね好調に推移している一方、スイーツや雑貨などのし好品を扱う店舗では、節約志向の影響か、やや苦戦を強いられている。
	×	繊維工業（管理担当）	それ以外	・原材料価格の高騰を始め、資材価格が軒並み引上げとなっている。
	×	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	・食料品などの物価の上昇が止まらない。
雇用関連 （近畿）	◎	－	－	－
	○	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・案件の確度が増し、成約が続いている。
	□	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣社員の処遇改善につき、企業の理解が得られるケースが増えつつある。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・電話応対のないデータ入力や、単純な事務職の求人は減少が続いている一方、関係各所との折衝や調整が必要な事務と、労務や経理などの専門技術を兼ね備えた、事務プラスアルファの求人が主流になっている。単なるルーティンワークにとどまらず、状況に応じた調整力や実務の専門性が不可欠となっており、事務職に求められる役割のハードルが日を追うごとに高まっている。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・世界情勢や物価上昇などの影響により、求人数は伸び悩んでいる。
	□	新聞社［求人広告］（担当者）	それ以外	・新聞広告の推移をみても、大きな変動がない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は足踏み状態が続いている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数はおおむね横ばいで推移している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・９月の求人数は前年よりも減少したが、求人事業所数は大きく変わっておらず、10月の求人数にも大きな変化はない。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・ＡＩの導入や設備の整備などで業績が良くなった企業がある一方、最低賃金の引上げや物価上昇による経費の圧迫を訴える企業もみられる。

	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・新卒採用では2027年卒業予定者と、2028年卒業予定者の両方が対象となっている。2027年卒の求人については、年内で締め切る企業が出てきており、特に知名度のある企業や条件の良い求人は年内で終了となる見込みである。その一方、施工管理職やＩＴ関連など、学生が簡単に応募できない求人はまだ残っている。2028年卒の求人については、採用の開始を前年よりも１～２か月早める企業も出ており、早期選考の動きが進んでいる。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・求人の依頼は継続的にあるが、人材不足が続いている。派遣スタッフの就業状況や、企業の採用意欲に大きな変化はなく、３か月前と比べて景気は横ばいである。
	□	学校［大学］（就職担当）	求人数の動き	・医療機関も採用活動の早期化が進んでいるため、医療系の学生の就職活動に変化が起きている。臨床実習期間中に就職活動をする学生や、それを認める医療機関が増え始めた。ただし、通年での求人事業所数に際立った変化はみられないため、求人活動が過熱しているというよりも、人手不足の影響で早めに人材を確保する動きが増えている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求職者数の動き	・近畿の有効求人倍率は、求職者数の減少で18か月ぶりに上昇したが、傾向が変わったのではなく、天候不順でハローワークへの来所が減った影響が大きい。引き続き希望退職の募集がみられるほか、小規模事業所を中心とした後継者不足の影響もみられる。また、業績不振による事業の廃止や縮小、シニアを中心とした事務職の契約満了を含む、事業主都合の離職者の動きも続いているほか、来年４月の保育所入所を見越した育児中の求職者や、年金だけでは生活が苦しいシニア層の動きもみられる。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・米価格の低下や、政府のエネルギー補助による物価抑制効果も薄れるほど、原油価格の上昇による影響が出ている。特に日用品の多くで値上がりが続いており、家計が圧迫されている。
	▲	新聞社［求人広告］（営業担当）	それ以外	・状況はほとんど変わっていないが、物価が継続して上がっている点や実質賃金の上昇度合いをみると、景気は悪くなっている。
	▲	学校［大学］（就職担当）	それ以外	・物価の上昇に伴い、業界ごとの求人条件の格差が広がっている。
	▲	学校［大学］（就職担当）	それ以外	・物価上昇による買い控えが顕著であるほか、天候不順の影響で食料品価格が上昇し、一般家庭や飲食店などに影響が出ている。
	×	－	－	－