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）	◎	百貨店（サービス担当）	・今後も、地下の食料品フロアでブランドショップがオープンするほか、子供向けフロアの改装などで来客数が増えるため、売上の確保につながる。
	◎	家電量販店（店員）	・新たな省エネ基準の導入による駆け込み需要が、年末年始には顕著となる。
	◎	その他レジャー施設［球場］（経理担当）	・10月はプロ野球の公式戦が開催されず、来場者数は減少するが、11月から１月には多くのコンサートが開催されるため、集客の増加が予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・２～３か月先は、お歳暮や年末年始商戦を迎え、例年は消費意欲が高まる時期となる。今月の実績も、食品部門が前年比で8.6%の増加、催事会場等での売上が90.5%の増加など、進物需要の動きは良好である。足元で来客数の増加傾向も定着しているため、年末商戦の本格化に伴い、高単価ギフトの更なる取り込みが見込めるため、景況感は今月よりも上向きそうである。
	○	百貨店（管理担当）	・11月下旬から一部店舗のオープンも控えているため、年末商戦での集客が期待できる。
	○	スーパー（店員）	・急に寒くなって鍋物野菜が売れ出したため、前月よりも良くなっている。
	○	スーパー（企画担当）	・気温もようやく低下傾向となり、高騰していた葉物関連の農作物価格も落ち着き、鍋物関連や煮込み料理といった冬物商材の販売量が一気に増えている。ビール関連の価格変動で新商品が売れ出すなど、年末商戦に向けた売場作りが必要となっている。
	○	コンビニ（経営者）	・今後もまだ値上げ予定の商品が多く、客単価の更なる上昇が期待できる。
	○	コンビニ（経営者）	・外食価格の上昇に伴い、自宅での食事の需要が高まっている。
	○	コンビニ（店員）	・例年、年末は忙しくなる。
	○	家電量販店（店員）	・新たな省エネ基準の導入で、エアコンの需要は来月以降も更に増える見込みである。その動きに、年末年始商戦による需要も加わる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・11月、12月は最も忙しくなる時期であり、より一層気を引き締める必要がある。
	○	都市型ホテル（販売促進担当）	・宿泊部門の先行予約は、11月、12月共に一定の予約が入っている。先行予約だけをみると、景気は緩やかな右肩上がりが予想され、今後は競合ホテルとの兼ね合いもあるが、稼働率は90%程度となることが予想される。需要が増えてきたとの見方もあるなか、11月からは当ホテルも単価をアップして販売を行う。稼働率が落ちる可能性はあるが、まずは動向を見守りたい。
	○	テーマパーク（職員）	・消費税減税が実現すれば、一旦は消費動向が改善するため、その効果に期待したい。
	○	その他レジャー施設［飲食・物販系滞在型施設］（企画担当）	・11月の秋の行楽や、12月以降のウィンタースポーツに伴う、需要の拡大に期待している。
	○	その他住宅［住宅設備］（営業担当）	・年末の繁忙期に向けて、仕事が途切れなく続くと予想される。年末ボーナスの増額にも期待が持てるなど、先行きはやや良くなると予想される。
	□	商店街（代表者）	・足元の厳しい状況が長らく続いており、今後も変化はないとみられる。
	□	一般小売店［時計］（経営者）	・物価の上昇が、来店客の挨拶代わりとなっている。食料品はもちろん、習い事や子供の塾代など、生活関連の費用も高くなり、長く続けてきた趣味を断念せざるを得ないなど、生活の潤いを失っている客が増えている。
	□	一般小売店［鮮魚］（営業担当）	・インバウンドの動きは引き続き好調であるが、国内客の消費は悪く、財布のひもが固い。

□	一般小売店［化粧品］（経営者）	・クリスマス用の化粧品セットの早期販売が10月後半から始まったが、売行きはほぼ前年並みであり、サイズが大きく価格が1000円前後のリーズナブルな商品が好調となっている。値上げとなる商品が多いなか、価格帯に変更のない商品はサイズダウンしているため、ギフト市場の大幅な回復は見込みにくいが、フレグランス商材は好調な推移が予想される。
□	一般小売店［雑貨］（店長）	・値上げの動きが一巡している。
□	一般小売店［菓子］（営業担当）	・年末に向けて、忙しくなることが期待される。
□	百貨店（企画担当）	・11月からの免税制度の改定による影響は不透明であるが、前年の12月は免税売上が大きく減ったこともあり、その反動が出てくる。
□	百貨店（広報担当）	・国内客、海外客共に、現在の良い傾向が続くと予想される。
□	百貨店（マネージャー）	・今後２～３か月で景気を左右する大きなイベントはないため、現状維持が予想される。
□	百貨店（売場マネージャー）	・今年は暖冬の予報もあるため、アパレルを中心とした冬物商戦の苦戦が予想されるが、景気自体に大きな変化はないとみられる。
□	百貨店（マネージャー）	・10月は景気の悪化というよりも、台風などによる降雨の影響で状況は厳しい。景気自体は数か月前から大きな変化はなく、国内客の動きは富裕層を中心に堅調となっている。インバウンドも今月上旬の中国の大型連休中は前年比で20%減と厳しかったものの、連休明け以降は上旬のマイナスを補う増加となり、結果的に直近の数か月と変わらない傾向に落ち着いている。
□	百貨店（販売推進担当）	・株価の推移などが不安定であり、高額品の動きはやや鈍くなっている。一方、生活必需品は今後も物価の上昇と連動し、売上の増加が予想される。
□	百貨店（外商担当）	・特選ファッションブランドによる価格改定の頻度も落ち着き、従来の購買動向に戻りつつあるため、安定した消費が見込まれる。
□	百貨店（営業推進担当）	・今後も物価や燃料費の高騰が予想されるため、状況は変わらない。
□	百貨店（商品担当）	・インバウンドは11月からの免税制度の変更による影響が見通せないものの、国内客は横ばいとみられ、全体的にも変わらないと予想される。
□	百貨店（商品担当）	・11月からの免税制度の変更で、インバウンド売上の先行きは不透明となっている。国内滞在中のインバウンドによる転売需要の減少は、９月、10月の駆け込み需要をみると影響は大きいと予想される。今後は物産展の開催件数を増やすことで、インバウンド売上の減少をカバーする方針である。
□	百貨店（マネージャー）	・全体的には変わらないと予想されるが、富裕層向けにどれだけ良い商品を提案できるかが重要となる。また、中間層も話題の商材による集客がポイントとなるなか、おせちやクリスマスケーキなどは好調に動いており、季節商材でどれだけ鮮度の高い提案ができるかがポイントとなる。一方、インバウンドは消費税の取扱がリファンド方式となるものの、大きな変化はないと予想される。
□	スーパー（店長）	・物価上昇や天候不良に伴う農作物価格の上昇が続くなど、景気のプラス材料が見当たらない。
□	スーパー（店長）	・変わる要素が見当たらない。
□	スーパー（企画担当）	・商品の値上げを行っても、来客数に変化はない。競合店の出店予定もないため、売上も含めて安定した推移となる。
□	スーパー（経理担当）	・ハロウィーンが終わり、いよいよ年間最大のクリスマス、年末商戦を迎える。前年と違って気温の変化は平年に近いため、天候要因などによる影響は小さいものの、中東情勢の変化やサイバー攻撃による個人情報漏えいで世の中のムードは明るくないため、商戦の行方に影響を与えることが心配される。
□	スーパー（社員）	・客の節約志向は当面続くと予想される。当社の中心商品である食品の消費は堅調であるが、上向くことは難しい。

□	スーパー（企画）	・今後も食品の値上げが予定されており、客の節約志向は続くとみられる。米など一部の価格は下がってきたものの、全体としては来客数が増える材料は少ない。また、競合店との価格競争も厳しく、当面はこの状況が続くと予想される。
□	スーパー（企画）	・10月は来客数が前年比で101%、買上点数は99%、売上は100%となり、客単価が今年初めて100%となった。今後の変化は、来年４月の消費税減税のタイミングとなるため、それまではトレンドに変化はないと予想される。
□	コンビニ（経営者）	・まだ不安定な状況が続いているが、早く安定すれば、活気が出てくると予想される。
□	コンビニ（店員）	・物価の上昇による消費者の節約志向が、今後も続くと予想される。
□	コンビニ（店員）	・消費税減税の話題もそれほど大きく捉えられず、客や周囲の雰囲気も諦めムードであり、大きな変化はない。
□	コンビニ（店員）	・大きな変化はないが、商品単価が軒並み値上がりしているほか、客からの不満の声も多い。
□	衣料品専門店（店長）	・いまだ商品の原価や材料費、配送費の高騰が続くなか、販売価格の上昇につながって販売が難しくなっている。
□	衣料品専門店（店員）	・年末年始を迎えるが、それほど大きな変化はない。
□	衣料品専門店（販売担当）	・食品に対する消費税率は下がる予定であるが、アパレル関連には効果がない。
□	家電量販店（店員）	・先行きは不透明であり、現状と大きく変わらないと予想されるが、年末に向けた消費マインドの変化で、少し動きが出てくる。
□	家電量販店（営業担当）	・大手ハウスメーカーによる全国展開の終了など、特に個人向けの新築件数が減っている。それに伴い、新築の相談件数も減っている。
□	乗用車販売店（経営者）	・株価上昇の恩恵に浴する層と、それ以外の層による２極化が進んでいる。
□	乗用車販売店（経営者）	・車検の予約や新車販売の申込みが少ないほか、オイルや部品の値上がりに伴い、整備も難しくなっている。
□	乗用車販売店（経営者）	・企業による車両の架装が極端に減っているため、今後の予定が組めない。
□	乗用車販売店（販売担当）	・景気回復の起爆剤が見当たらないまま、淡々と１年が過ぎているようで、市場の活性化は余り期待できない。
□	乗用車販売店（営業担当）	・新型車の発売や、購入補助金などの大型施策がなければ、好転するのは難しい。
□	乗用車販売店（役員）	・世界経済が不安定で物価の上昇が続くなか、自動車などの高額な耐久消費財の需要は厳しく、劇的に良くなることはない。今後は電気自動車に関する戦略の再構築や、自動運転技術の導入が業界活性化のキーワードとなるが、日本は決して進んでいるとは言い難く、先が見通せない。
□	その他専門店［ドラッグストア］（店員）	・最低賃金が引き上げられたが、それを上回る物価の上昇が続いているため、付加価値を高めなければ、商品の売上は改善しない。
□	その他専門店［宝飾品］（販売担当）	・催事場でも購入者の高齢化が顕著である。住宅ローンを組むほど購買意欲が旺盛で、宝飾品にも興味のある若年客がそもそも減っている。
□	その他専門店［医薬品］（管理担当）	・気温の低下により、風邪薬や衛生用品の動きが緩やかに上向いており、今後はカイロなどの冬物商材も動き出す。食品や生活必需品は、値上げの影響もあって客単価が上がっているものの、全体としては低調となっている。化粧品やスキンケア用品にも大きな変動はみられないなど、季節商材を除いて大きな上昇要因は見当たらない。
□	その他小売［インターネット通販］（オペレーター）	・物価上昇の影響で、会社負担の制服以外の注文は減少している。
□	一般レストラン（経営者）	・年末に向けて利用機会が増えるため、今後が期待されるものの、10月からの来店を増やしていくための広告費や、来年の消費税率引下げに伴うシステム変更の費用が必要となる。さらに、仕入価格の高騰などで支出がかさむため、景気が良くなる兆しは乏しい。
□	その他飲食［自動販売機（飲料）］（管理担当）	・特に大きな変化はなく、値上げの動きは続くとみられる。客も次第にその状況に慣れてきている。

□	その他飲食［洋菓子］（管理担当）	・駅構内では今後も工事が続くため、通行量の増加は見込めない。また、原材料価格の高騰で価格改定が必要となった場合は、買い控え傾向がより一層強まるため、厳しい状況が予想される。
□	観光型ホテル（経営者）	・11月は団体客、個人客共に好調である。12月以降はまだ予測できないが、特に悪い材料も良い材料もないため、秋の好調がそのまま維持できればよい。
□	観光型旅館（経営者）	・予約や集客の状況をみると、少し減少気味であるが、大きな変化はみられない。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・販売量は前年並みであるが、単価が上がらない。海外からの団体客の動きも例年並みであるものの、一般客の取り込みは苦戦している。食堂のイベントは問題なく集客できているため、客室の予約単価の底上げで売上を伸ばさざるを得ない。
□	都市型ホテル（客室担当）	・団体客の動きが活発化する。
□	旅行代理店（従業員）	・為替相場の更なる円高進行に期待している。
□	旅行代理店（役員）	・今後も物価や旅行費用の増加が旅行需要に影響を及ぼすため、大幅な改善は見込みにくい。当面は現状維持か弱含みで推移すると予想される。
□	旅行代理店（役員）	・年末年始の休日は、12月28日を休めば９連休になる。既に長距離の旅行の申込みはピークを過ぎたものの、今一つ伸びが悪い。
□	タクシー運転手	・今後はしのぎやすい気候になると同時に、景気の改善も進むことで、タクシーの利用を控える人よりも、必要に応じて利用する人が上回ることが期待できる。
□	通信会社［貴金属オークション］（経営者）	・国際情勢の好転が見込めないなか、年内は現状からの改善は難しい。
□	通信会社（社員）	・良くなる要素が、冬のボーナス商戦といった季節的な材料しか見当たらない。
□	通信会社（社員）	・ブロードバンドサービスはかなりの世帯に普及しているため、新規の獲得は他社からの移行が中心となっている。恐らく他社も同様の状況とみられるため、大きな変化は起きにくい。
□	通信会社（役員）	・悪くなる方向で景気の影響を受けつつあるが、数か月単位では市場環境に大きな変化はないと予想される。
□	ゴルフ場（支配人）	・予約状況を考慮すると、日によって好不調はあるものの、おおむね今月と同じ推移となっている。仕入価格や水道光熱費の推移にも大きな変化はないため、景気は横ばいと予想される。
□	競輪場（職員）	・年末年始となり、消費が伸びる可能性はあるが、最近の物価上昇や世界情勢の混迷といった様々な要因により、余り期待はできない。
□	競艇場（職員）	・賃上げや物価の上昇、海外情勢の変化に加え、政治的な影響など、様々な要因がどのように作用するかを見極めるのは難しい。
□	その他レジャー施設［イベントホール］（職員）	・催事が安定的に開催され、観客の動員数も安定しているなど、一見すると堅調な状況であるが、維持管理費が物価上昇の影響で上がっており、原価管理における工夫が求められる。
□	その他サービス［学習塾］（スタッフ）	・退会者が少し出ているが、一定の入会者もみられるなど、全体としては生徒数が維持できている。
□	住宅販売会社（経営者）	・建材や資材価格の上昇は少し落ち着いてきたため、安定した住宅の供給が可能となる。
□	住宅販売会社（企画担当）	・材料費や地価が高騰したまま、高止まりの状態であるなど、好転する材料が見当たらない。
▲	一般小売店［手ぬぐい］（経営者）	・取扱商品は季節商材が中心であり、需要は既にピークを過ぎている。
▲	一般小売店［呉服］（店員）	・インフルエンザが猛威を振るえば、更に景気は悪くなる。
▲	一般小売店［書籍］（管理担当）	・売上は安定してきたものの、来客数の減少が目立つなど、先行きが懸念される。
▲	百貨店（売場主任）	・富裕層にも先の見通しが立たない経済状況となり、資産として残る宝飾品などに消費が偏っている。景気の良い時期は、ファッションなどの消費が活発化してくるが、守りの消費が中心となっている。

▲	百貨店（売場主任）	・中東情勢の影響による原油価格の上昇が、最大の懸念材料である。原油価格が下がってインフレが落ち着けば、景気は基本的に上向くと予想されるが、現時点では不透明感が強い。
▲	百貨店（外商担当）	・政情不安や株価の低下により、富裕層の資産額が以前よりも減りつつあるため、高額品の購買も減ることが予想される。
▲	百貨店（マネージャー）	・長引く物価の上昇に加え、度重なるサイバー攻撃や災害に対する備えの意識が消費者の間で高まるなど、生活防衛意識が更に強まると予想される。
▲	百貨店（販促担当）	・今冬はスーパーエルニーニョ現象の影響で、暖冬予測が大勢を占めるなか、冬物商戦の動きが懸念される。商品単価の高い冬物商材の動きが鈍くなれば、来客数や消費意欲が変わらなくても、客単価の低下が懸念される。今後は気温の推移を常にチェックし、ライトダウンなどの着回し提案を行うなど、柔軟な対応が求められる。
▲	百貨店（宣伝担当）	・インバウンドに対する、11月からの消費税免税制度の変更により、売上に下押し懸念がある。国内客も物価上昇による節約志向で、不要不急の消費を控える傾向があるため、下半期で最大となる年末商戦の売行きが懸念される。
▲	スーパー（店長）	・物価の上昇が続いている一方、給与や年金は大きく増えていないため、先行き不安により、不要な商品の買い控えが増える。
▲	スーパー（販売促進担当）	・来年度に予定される消費税減税は追い風となるが、減税を見据え、直近の数か月は買い控えの発生が懸念されるため、消費を促す取組を実施していく。
▲	スーパー（開発担当）	・原油価格の高騰や物品価格の改定が相次いでいる。中小企業の多い大阪では賃金が上がらず、家計がひっ迫しているため、このままでは景気は良くならない。
▲	コンビニ（経営者）	・先行きは厳しい状況が予想される。それに対応し、セルフレジで買物のスピードアップを図るほか、付加価値の高い高価な果物や、クレーンゲーム、カプセルトイなどのアミューズメント関連の品ぞろえを増やすことで、集客の増加を目指す。
▲	乗用車販売店（マネージャー）	・明るい材料が見当たらない。
▲	住関連専門店（店長）	・終わりのみえない物価の上昇のほか、流通やコストの問題により、受注、納品共に時間の掛かるケースが増えている。それに伴い、売上の入金時期も延びる傾向にあり、資金繰りに注意が必要となっている。
▲	その他専門店［食品］（経営者）	・状況の改善につながる対策が特に見当たらない。
▲	その他専門店［ガソリンスタンド］（経理担当）	・政府のガソリン補助金について、基準価格の見直しが見込まれており、社会や経済への影響は間違いなく出てくる。
▲	その他小売［ネット通販］（管理担当）	・冬場に向けた光熱費の上昇が家計にのしかかり、節約志向が続くため、２～３か月先も厳しい消費環境が続く。
▲	高級レストラン（企画）	・季節要因を除いても、国内旅行の需要がインバウンドの減少をカバーし切れない状況が続くと予想される。
▲	一般レストラン（経営者）	・年末年始も消費者の財布のひもは固いと予想される。
▲	一般レストラン（企画）	・物価上昇による食品価格の高騰に加え、葉物野菜等の農作物の価格高騰で家庭の食費負担が増えており、外食に出掛ける余裕がなくなっている。また、中東情勢の影響で、エネルギー価格、ガソリン料金等の不安定な状況が続いており、景気は先行き不透明な状態にある。
▲	都市型ホテル（客室担当）	・中国の渡航自粛のほか、中東情勢やウクライナ情勢の変化、10月からの値上げによる物価上昇、サイバー攻撃による情報漏えい、台風などの自然災害等、連日不安なニュースばかりで明るい見通しが立てられない。
▲	都市型ホテル（営業担当）	・物価の上昇に伴い、ふだんの消費を節約せざるを得ず、これから良くなっていくことはない。２～３か月後の１～３月頃は寒い時期であり、消費やレジャーの盛り上がりは余り期待できないものの、インバウンドの入込状況で変わる。
▲	都市型ホテル（客室担当）	・販売単価が上がらずに苦戦しており、旅行会社からの予約の受注も低迷している。

	▲	通信会社（経営者）	・今後も材料価格の高騰が予想される。
	▲	通信会社（営業担当）	・通信機器価格の上昇が止まらないため、将来的にも景気の回復は見込めない。
	▲	観光名所（企画担当）	・10月に入り、若干ながら来場者数が減少している。これから増加する要素が見当たらないため、減少傾向が続くと予想される。
	▲	遊園地（経営者）	・電気料金やガソリン料金を始め、各種の料金が10月以降は上昇しており、レジャーや余暇関連の消費は抑えられる。
	▲	その他サービス［マッサージ］（スタッフ）	・これからクリスマスや正月を迎え、お金を使う時期となるため、マッサージに予算を割く余裕がなくなる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・流通が滞っており、その原因の解消も見込めないため、しばらくは厳しい状況が予想される。
	▲	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）	・経済全体が悪化傾向にある。
	▲	その他住宅［展示場］（従業員）	・建築資材価格の高騰に伴う、住宅価格の高止まりに加え、最近の金利上昇により、住宅の購入意欲は更なる低下が予想される。
	▲	その他住宅［情報誌］（編集者）	・ＡＩの進化により、サイバー攻撃などのリスクが急速に表面化し、経済全体で防御的な思考に陥る可能性が高いため、消費への悪影響が心配される。
	×	一般小売店［衣服］（経営者）	・世界情勢が不安定ななか、景気の上向く要素が全く見当たらない。世界は変化しているものの、それがどの方向に向かっているかが全く読めず、判断が難しい。
	×	一般小売店［ガラス細工］（店長）	・不安材料ばかりが報道され、明るい見通しが立てられない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・買回品に対する購買行動の変化について、その要因は定かではないが、食べることに精一杯で、洋服にまで予算が回っていない。円高にならない限り、物価の上昇は落ち着かず、厳しい状況が続くと予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・以前と比べて、高齢者も若年層も実店舗での買物が少なくなっている。
	×	家電量販店（店員）	・リフォーム関連では、今年度も補助金による購買の活性化につながっているが、10月以降の価格改定もあり、更なる買い控えは避けられない。限られた客の取り合いになるため、価格競争の激化が予想される。
	×	家電量販店（企画担当）	・食料品が耐久消費財以上に値上がりしているほか、台風や大雨の被害で、野菜や果物などの農作物の大幅な値上がりが予想される。それに伴い、しばらくは厳しい消費環境が続く。
	×	その他飲食［ジャズバー］（店員）	・更なる物価の上昇で厳しくなる。
企業動向関連 （近畿）	◎	木材木製品製造業（経営者）	・中東情勢の変化による、船舶の運賃の高騰やスケジュールの大幅な遅れなどで、通常の営業に様々な影響が出ている。ただし、従来の木質系の事業に加え、化学系の事業を立ち上げているため、正常な状況に戻れば、新事業も早く前に進めることができる。
	◎	電気機械器具製造業（経理担当）	・景気自体が良くなるわけではないものの、季節要因もあって上向くことが予想される。
	○	化学工業（企画担当）	・猛暑の上に悪天候が続いた影響で、例年は販売量の好転する９月になっても需要が回復しなかったが、年末が近付けば、さすがに好転することが予想される。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・新規案件が徐々に入ってきており、来年以降は立ち上がってくるなど、傾向としては悪くない。
	○	金属製品製造業（製造担当）	・他社が撤退し、生産が自社のみとなった製品が増えたため、今後は売上アップにつながる。建設、土木関連では、今後ＩＲ関連の建設が進めば更に売上が増加する。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	・新規設備に関する技術相談が増加している。
	○	建設業（経営者）	・今の状況がしばらく続くと予想している。
	○	輸送業（営業担当）	・前年の値上げで減少した、個人間や企業間の荷物が増えている。単価が上昇した影響で、利益も増えている。
	○	金融業（営業担当）	・繁忙期も近いことから、協力会社からの受注が増加する。
	□	食料品製造業（管理担当）	・回復の目途が立たない。

□	繊維工業（総務担当）	・新商品も、次の催事では値引きの対象となっているため、目新しさや付加価値に対する見直しが必要となっている。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・一部の客を除いて、月末が近づくと在庫調整の動きが始まる。
□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・年末年始のイベントに対する問合せはあるが、例年どおりの動きであり、景気が良いとは言い難い。
□	化学工業（管理担当）	・今後は海外営業の展開を加速させる。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・円安や物価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か月の景気にも変化はなく、横ばいでの推移が予想される。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先による投資活動が停滞している。
□	一般機械器具製造業（設計担当）	・世界情勢、国内情勢共に大きな変化が予想されるが、まだ現状維持は可能とみられる。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・材料費が高騰している。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・不安定な世界情勢や物価の上昇が続くなか、短期的な改善は見込みにくい。
□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後は気温が下がるため、元々業況は良くならないが、10月までに購入できなかった分の代替需要が存在するため、全体としては変わらないと予想される。
□	建設業（経営者）	・監理技術者不足や技能労務者不足のため、残念ながら受注できないケースもある。建設資材や人件費の高騰もあり、案件はあっても受注できないという、厳しい状況にある。
□	輸送業（商品管理担当）	・例年11月から１月にかけては、家具や酒類の売上が減る。
□	輸送業（営業担当）	・低価格のイメージを取り戻さなければ、客は増えない。
□	広告代理店（営業担当）	・12月頃までは、比較的好調な状態が続きそうである。
□	司法書士	・長年続いた会社の解散登記の依頼が続くなど、景気が良くなる材料がない。
□	その他サービス［自動車修理］（経営者）	・材料費が値上がりしても、それに合わせた工賃の値上げが進まない。
□	その他サービス業［受託調査］（調査担当）	・食料品を対象とした消費税率が、来年４月に１％となる予定であるが、それまでは余り変わらない。一方、２月の終わりから３月末にかけて、買い控えが増えると予想している取引先が多い。
▲	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一方、すぐには価格転嫁できない。年末需要はあるものの、先行きは一時的に悪くなる可能性がある。
▲	食料品製造業（営業担当）	・11月から飲料価格が上がるため、消費税率が１％に下がる、来年４月まではやや悪くなる。
▲	繊維工業（管理担当）	・原価の高騰のため、粗利益は当初の見込みと比べて１割減となる。
▲	化学工業（経営者）	・飲食店向けの業界など、消費者に近い業界を中心に、売上が落ち始めている。
▲	金属製品製造業（経営者）	・原材料や資材価格のほか、人件費などの上昇でコスト高が先行し、製品価格の引上げは遅れるため、採算が悪化している。
▲	その他製造業［履物］（団体職員）	・原油価格の上昇によるコストアップに加え、消費者の買い控えが進んでいる。
▲	建設業（経営者）	・働き方改革や賃上げを進めた結果、コスト増加分を価格転嫁しても利益が出なくなっている。価格についても、これ以上値上げすれば売れなくなる水準にある。
▲	輸送業（サービス担当）	・最大の取引先からの荷物量が減少しており、前年比で95%程度となっている。今後は天候が良くなるものの、景気の先行きに好材料はないため、需要が増える見込みは立たない。
▲	金融業（営業担当）	・原油価格の上昇による、仕入価格の高騰が続きそうであり、景気の先行きにも停滞感がある。
▲	不動産業（営業担当）	・タワーマンションを始め、東京の高額物件の価格が低下し始めている。この状況は今後も続くと予想され、当地域の市況も悪くなる。
▲	その他サービス業［店舗開発］（従業員）	・食品を中心とする物価の上昇で、更なる節約志向の高まりが懸念される。一方、過去２年間と同様にイベント消費は増える見込みであり、抑えるところは抑えつつ、メリハリのある消費となる。

	×	輸送業（経営者）	・経費が更に増加する見込みである。そろそろトラックを買い換える時期となるが、採算が合わないため、買い換えずに台数を減らす予定である。
	×	通信業（管理担当）	・物価上昇に合わせた給与の増加もないなか、更に物価が上昇すれば厳しい状況となる。
	×	その他非製造業［衣服卸］（経営者）	・11月よりも、食品の値上げが更に多くの品目で進むとの報道もあり、消費者の財布のひもが固くなることは避けられない。
	×	その他非製造業［電気業］（営業担当）	・円安の動きや物価の上昇が止まらない。
雇用関連 （近畿）	◎	＊	＊
	○	人材派遣会社（役員）	・冬のボーナス時期を過ぎると、求職者の動きが活発になる。
	○	人材派遣会社（支店長）	・システム障害などによる特需も見込まれ、今後は少し上向き傾向となる。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・年度末に向けて、営業事務や経理事務を中心に企業の採用ニーズが高まるものの、人材不足の影響でマッチングには苦戦する。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・求職者が簡単で時給が高く、在宅での仕事を希望する一方、企業側は専門スキルを持つ若手人材を求めているなど、需給ギャップが存在するため、最適な仕事を紹介できていない。この問題の解消には双方の歩み寄りが不可欠であり、企業側の要件緩和はもちろん、求職者側はリスキリングやヒューマンスキルの向上に努めなければ、市場から淘汰されかねない。幅広い層に雇用が行き渡らなければ、消費も活性化しないため、結果として景気の好循環も生まれにくい。
	□	人材派遣会社（管理担当）	・世界情勢が好転しない限り、現状の維持が精一杯である。
	□	新聞社［求人広告］（担当者）	・関西企業によるプロモーション予算の見込みは、今月と大きく変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・10月の求人数は例年と変わらない水準で推移しているが、就職件数はやや伸び悩んでいる。一方、中東情勢の影響は少し緩和傾向にあり、大きな変化はみられない。
	□	職業安定所（職員）	・物価の上昇や、最低賃金の引上げに伴う人件費の増加に対し、価格転嫁が十分に進んでいない事業所からは、利益が圧迫されているという声がある。現時点では、最低賃金の引上げを理由とした求人の減少は見受けられないものの、今後の景気や求人への影響は不透明な状況である。なお、医療介護分野では人手不足感がより一層強まっているという声が多い。
	□	職業安定所（職員）	・最低賃金の引上げや物価の上昇による経費の増加は続いているが、クリスマスや年末年始などのイベントが続くため、消費の拡大が期待される。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・年末年始の休暇の時期となり、特に建設現場の特需も見込めない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・2027年卒業予定の求人の打切りと、2028年卒業予定の求人の開始で、新卒求人全体としてはプラスマイナスゼロと予想される。一方、学生の内定率は前年よりも少し下がってきたため、選考のハードルは余り変わらないか、やや厳しくなっている。
	□	学校［大学］（就職担当）	・医療業界でも、物価の上昇以上の賃上げが進むかどうかは不透明である。現状は初任給の上昇がみられるものの、他の業界ほどではないため、今後の動向に注目したい。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・近畿の産業別にみた新規求人数は、卸売・小売業が35か月連続の減少、宿泊・飲食サービス業が15か月連続の減少と、長期にわたる減少が続いているが、物価上昇による消費の抑制や、原材料価格の上昇に対する価格転嫁の遅れ、人件費の高騰、大阪･関西万博の開催効果の反動、インバウンド消費の鈍化などが原因とみられる。最近ではセルフレジのほか、スマートフォンやタブレット端末からの注文も導入されるなど省人化が進んでおり、求人が増加に転じる兆しはみられない。一方、ＡＩやデータセンター関連の求人が好調な、製造業の求人は増加傾向にあるため、新規求人全体はしばらく横ばいが続く。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・実質賃金は年明けに前年割れとなる可能性が高く、消費の落ち込みが懸念される。

	▲	新聞社［求人広告］（営業担当）	・海外からの輸入価格を考えると、物価が今よりも下がる可能性は低いため、急激な実質賃金の上昇がない限り、景気は悪くなる一方となる。
	▲	職業安定所（職員）	・以前からの物価上昇に加えて、最低賃金の引上げによる人件費の上昇で、求人票の提出を控える可能性がある。
	▲	学校［大学］（就職担当）	・物価の上昇に歯止めがかからないなか、雇用条件の改善が伴っていない業界が多い。
	▲	学校［大学］（就職担当）	・米国の中間選挙の結果による影響が出る。また、ガソリンなどのエネルギー関連の補助も徐々に縮小され、物流コストが上昇する。
	×	－	－