

(8) 近畿



近畿地域では、景気は緩やかに回復している。

- ・ 鉱工業生産は持ち直しの動きに足踏みがみられる。
- ・ 個人消費は持ち直している。
- ・ 雇用情勢は改善の動きがみられる。

(注) 下線を付した箇所は、前回からの変更のあった箇所を表す（ は上方に変更、 は下方に変更）。

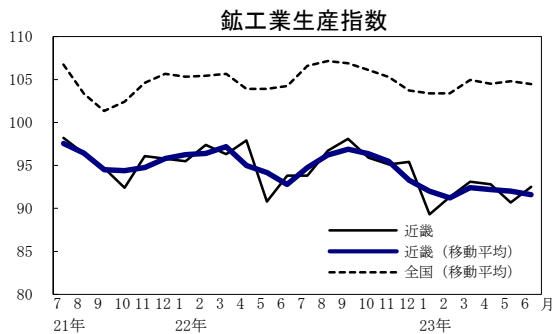
前回からの主要変更点

	前回（令和5年5月）	今回（令和5年9月）	
鉱工業生産	持ち直しの動きがみられる	持ち直しの動きに足踏みがみられる	↓
雇用情勢	持ち直している	改善の動きがみられる	↑

1. 鉱工業生産の動向

鉱工業生産は持ち直しの動きに足踏みがみられる。

4－6月期の鉱工業生産は、前期比0.9%増となった。月別にみると、4月は汎用・業務用機械が減少したこと等により前月比0.3%減、5月は電気・情報通信機械が減少したこと等により同2.3%減、6月は生産用機械が増加したこと等により同2.0%増となった。



- (備考) 1. 2015年=100（全国は2020年=100）、季節調整値。近畿の最新月は速報値。
2. 全国及び近畿の太線は中心3か月移動平均。直近月は2か月平均。

域内主要業種の動向(季節調整値、前期(月)比) (%)

	付加価値 ウェイト	生産				
		1－3 月期	4－6 月期	4月	5月	6月
化学	12.4	4.3	1.6	0.6	▲1.0	▲6.0
電気・情報通信機械	11.7	0.2	▲6.3	▲3.8	▲11.4	▲2.0
汎用・業務用機械	10.4	▲4.3	3.2	▲5.4	9.3	9.4
生産用機械	10.1	▲19.5	9.3	▲2.7	1.0	14.5
輸送機械	8.7	▲13.4	▲0.3	6.1	▲9.6	▲10.5
鉱工業	100.0	▲4.5	0.9	▲0.3	▲2.3	2.0

- (備考) 1. 地域における付加価値ウェイトの高い5業種。
2. 4－6月期、6月は速報値。

2. 個人消費の動向

個人消費は持ち直している。

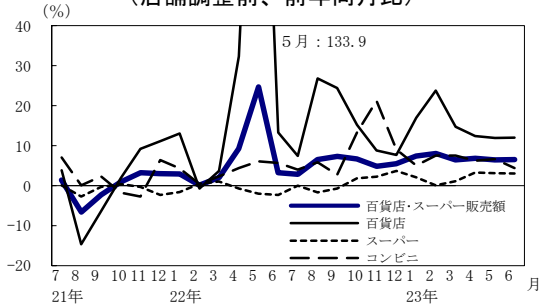
(1) 地域別消費総合指数 (RDEI (消費))

4-6月期は前期比0.3%減となった。月別にみると、4月は前月比0.4%減、5月は同0.3%増、6月は同0.2%増となった。

(2) 百貨店・スーパー販売額

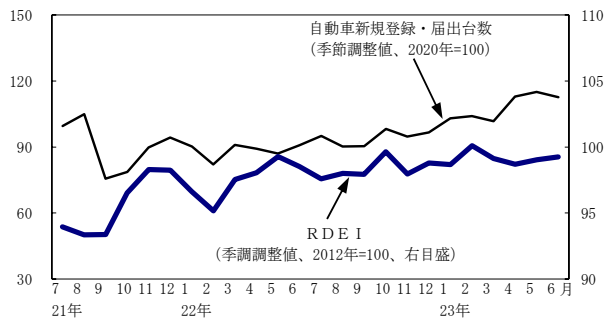
百貨店・スーパーは、4-6月期は前年同期比6.6%増となった。月別にみると、4月は前年同月比6.8%増、5月は同6.4%増、6月は同6.5%増となった。

百貨店・スーパー販売額等
(店舗調整前、前年同月比)



	2023年4-6月	2023年4月	5月	6月
RDEI (消費*1)	▲0.3	▲0.4	0.3	0.2
百貨店・スーパー(*2)	6.6	6.8	6.4	6.5
百貨店(*3)	12.1	12.4	11.9	12.0
スーパー(*3)	3.1	3.3	3.1	3.0
コンビニ(*3)	5.7	6.2	6.6	4.4
乗用車(*4)	27.2	21.9	33.9	26.7
(季節調整値) (*4)	10.3	11.0	2.0	▲2.2

RDEI (消費) と自動車新規登録・届出台数の推移



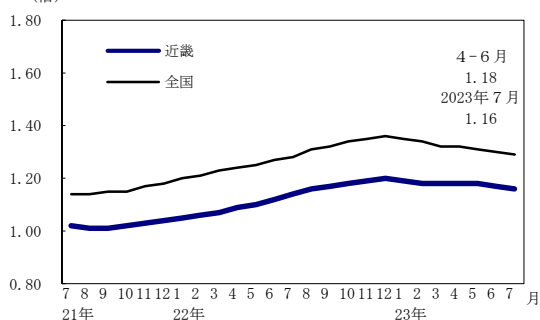
- (備考) 1. 季節調整済前期(月)比 (%)
 2. 店舗調整前、前年同期(月)比 (%)
 百貨店・スーパーは内閣府にて算出。
 3. 店舗調整前、前年同期(月)比 (%)
 百貨店、スーパー及びコンビニは、経済産業省の近畿(福井、滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山)の値。
 4. 乗用車は、新規登録・届出台数(上段)前年同期(月)比(%)

3. 雇用情勢

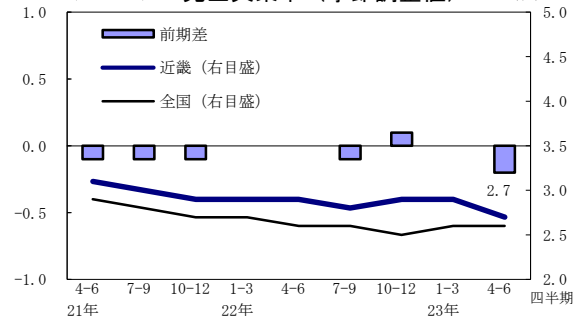
雇用情勢は改善の動きがみられる。

有効求人倍率はおおむね横ばいとなっているものの、前回の景気循環の平均的な水準にある(P10参照)。一般労働者の定期給与は上昇している(P10参照)。完全失業率は前期を下回っている。

有効求人倍率 (季節調整値、就業地別)



完全失業率 (季節調整値)



(13) 景気ウォッチャー調査（令和5年7月調査）景気判断理由の概要

8. 近畿

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由
	現状	家計 動向 関連	□
○			・今月は猛暑日が続き、夏物商材の動きが活発になっている。衣料品では水着や浴衣、キャリーケースといったリゾート商材のほか、UV関連商材が売れている。また、食品では飲料やビール、アイス類などの販売が、前年比で10%以上増えている（スーパー）。
▲			・今月は非常に暑かったため、高齢の客が外出を控え、予約がかなりキャンセルとなっている（美容室）。
企業 動向 関連		□	・猛暑の影響で、エアコンや扇風機などの夏物商材の売上は、前年比で2けたの増加となっているが、冷蔵庫や洗濯機は前年並み、テレビは前年を割り込む推移となっている（電気機械器具製造業）。
		○	・半導体不足が徐々に解消されており、自動車向けの出荷が少しずつ増えている（金属製品製造業）。
		▲	・コストの上昇分が販売価格に転嫁できず、利益が圧迫されている。消費者への催事での売り方が変わり、経費を意識すれば販売価格を上げる必要がある一方、販売を優先すれば、価格を下げる必要がある（繊維工業）。
雇用 関連		○	・海外からの旅行客も増え、観光産業は活気が戻ってきた。また、企業の間でも宴会需要が高まり、ホテル全体の人材の募集が増えている（人材派遣会社）。
		□	・物価は上昇しているが、依然として求人数は横ばいである。大企業は採用活動を早期に終了している一方、それ以外の企業は苦戦している（学校 [大学]）。
		▲	・求人については、観光サービス業などの業種で需要が増えている。ただし、求職者の動きが鈍く、求人への応募数や就職数が、前年比でも前月比でも減少している（職業安定所）。
その他の特徴 コメント			○：7月は売上が堅調に推移しており、客足に猛暑の影響はみられない。物価の上昇で販売価格も上がるなか、節約意識は高いものの、ボーナスの増加などで所得も増えているため、全体的には売上の好調につながっている（スーパー）。 □：販売量はそれほど変わらず、来客数も目立って増えたわけではないが、相次ぐ値上げで客単価が伸び、売上は好調となっている。ただし、仕入コストやその他の経費も増えており、利益が増えるほどの景気の良さはみられない（コンビニ）。
先行き	家計 動向 関連	□	・売上は良好であるが、原材料の値上げや人件費の上昇、人手不足など、経営を圧迫する要素は解消されておらず、先行きは不透明である（一般レストラン）。
		○	・前年は7月後半～9月にかけて、新型コロナウイルスの感染第7波に見舞われ、来客数は減少した。今年は夏休みやお盆商戦の人流の増加が予想されるほか、インバウンドの増加もあるため、今後2～3か月は期待できる（百貨店）。
	企業 動向 関連	□	・製品価格が上がると買い控えが始まり、安い製品に需要が移るため、状況は変わらない（食料品製造業）。
		○	・続々とイベントが開催されているため、問合せや受注量は増加する（出版・印刷・同関連産業）。
	雇用 関連	□	・インバウンドの増加といった良い材料も出てきているが、世界情勢は安定しておらず、今後も安定した見通しは立てられない（新聞社 [求人広告]）。
その他の特徴 コメント		□：夏休みが始まったほか、暑さのせいで移動に使う人が増えているが、今後は節約志向が強まると予想される（タクシー運転手）。 □：食料品を中心とした相次ぐ値上げが、消費マインドに悪影響を及ぼすことが懸念される（その他レジャー施設 [複合商業施設]）。	

(D I) 現状・先行き判断D Iの(近畿)推移(季節調整値)

