

(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）。

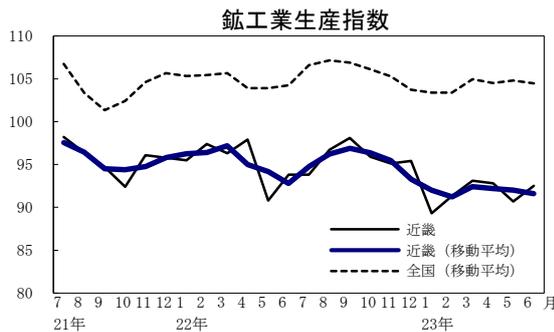
前回からの主要変更点

	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。

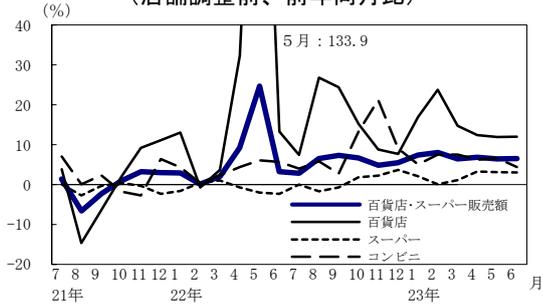
(1) 地域別消費総合指数 (RDEI (消費))

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

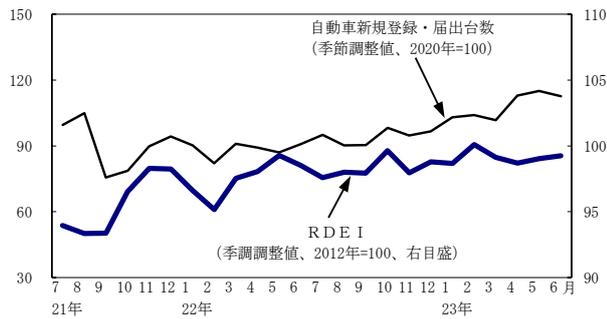
百貨店・スーパーは、4-6月期は前年同期比6.6%増となった。月別にみると、4月は前年同月比6.8%増、5月は同6.4%増、6月は同6.5%増となった。

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



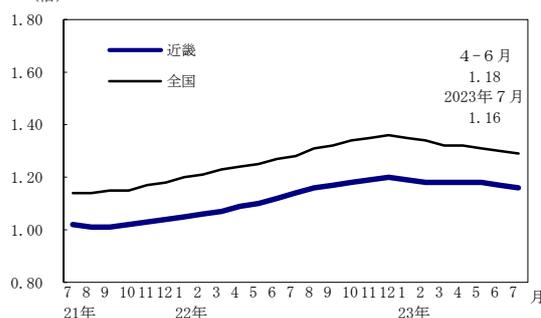
- (備考)
1. 季節調整済前期(月)比 (%)
 2. 店舗調整前、前年同期(月)比 (%)
百貨店・スーパーは内閣府にて算出。
 3. 店舗調整前、前年同期(月)比 (%)
百貨店、スーパー及びコンビニは、経済産業省の近畿(福井、滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山)の値。
 4. 乗用車は、新規登録・届出台数(上段)前年同期(月)比(%)

3. 雇用情勢

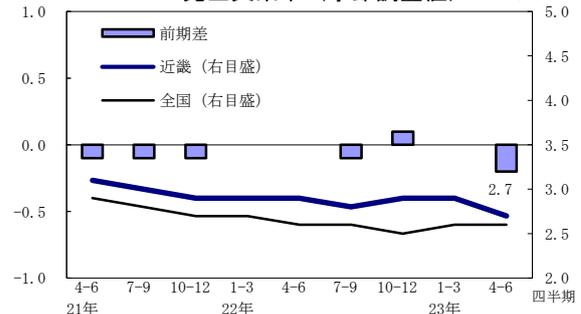
雇用情勢は改善の動きがみられる。

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)

	判断		判断の理由
	分野	判断	
現状	家計 動向 関連	□	・酷暑に伴い、エアコンを中心とした季節商材の販売が好調である。特に、電気代の上昇を意識した高額な省エネ冷蔵庫の販売が好調であるが、それ以外の家電やリフォーム商材は厳しい状況である（家電量販店）。
		○	・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)

