

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（企画担当）	・インバウンド客の増加に期待している。
	◎	百貨店（外商担当）	・パーティーなどのイベントの復活で、高級婦人服やバッグなどを買い控えていた客による、購買意欲の高まりを感じる。
	◎	百貨店（マネージャー）	・人流が活発となるなか、国内消費は旅行やビジネス、遊び、趣味関連の購買が活発になる。全体的には生鮮食品以外は好調を維持すると予想されるほか、インバウンド需要もまだ緩やかであるものの、今後は復活が期待できる。
	◎	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響はまだ続くかもしれないが、医学によって抑えられているため、徐々に安定してくる。また、人の流れも出てくるため、経済も活発になってくる。
	◎	コンビニ（店員）	・人の流れや様子を見てみると、通常の生活に戻りつつあると感じるため、これからは更に活気が出てくる。観光客も多く、近隣の施設やホテルへの道順を聞かれることも増えている。
	◎	家電量販店（店員）	・エアコンの動きが良くなるため、売上は好調になる。ただし、2～3か月後はこの動きが止まり、例年並みに戻る。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	・外国人観光客の入国が再開されたため、今後のインバウンド需要に期待できそうである。
	◎	タクシー運転手	・まだまだコロナ禍の厳しい時期と比べれば、上向き傾向にある。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・海外からの入国者数が増加している。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・前年と比べると販売の動きは活発であり、このままの勢いでお中元商戦を乗り切りたい。
	○	百貨店（サービス担当）	・来月からは、北海道の物産催事やサマーセール開催で来客数の増加が期待できるため、前年の実績は確保できそうである。また、海外からの観光客の規制緩和によるインバウンド効果の復活に期待している。
	○	百貨店（販促担当）	・非常に見通しが不透明な世界情勢のなか、コロナ禍は落ち着く一方、物価の上昇は進む見込みである。夏から秋にかけて、外出に関する需要は期待できるが、食品を中心とした日用品の需要は減少が懸念される。販売量の増加が期待しにくいなか、良い商品を一定以上の価格帯で販売することが重要となる。
	○	百貨店（外商担当）	・インバウンドの入国緩和により、今後の売上増加が見込まれる。さらに、外商客を中心とした、富裕層の高額品の購入も続く。
	○	百貨店（販売推進担当）	・夏休みに消費喚起のキャンペーンが実施されれば、物価上昇で抑制気味であった消費も活発化する。ただし、商品供給面での不安もあり、V字回復まではなかなか望めない。
	○	百貨店（特選品担当）	・円安が進むなかで、今後はインバウンドの免税売上が予想以上に増えそうである。富裕層の消費も、価格の上昇による影響がさほど感じられないため、好調が続くと予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・国内外からの観光客の増加が期待できる。また、ウクライナ危機やコロナ禍のほか、上海のロックダウンによる影響が和らぎ、生産や物流の機能が回復に向かう。
	○	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染再拡大や、物価の上昇といったマイナス材料はあるが、政府の景気対策や過去2年間の我慢の反動で、人の動きは更に活発になってくる。
	○	コンビニ（経営者）	・各地でイベントが活発になってきたため、期待できそうである。
	○	コンビニ（経営者）	・大企業では今後も在宅勤務が一部定着するようであるが、中小企業では社員の出社が再開すると予想される。また、旅行や出張が増えてくれば、近隣のホテルの客室稼働率も上昇するため、来客数の増加が期待できる。
	○	コンビニ（店員）	・観光客が少し増えてきたように感じるため、夏期休暇などの売上増加が期待できる。
○	衣料品専門店（店長）	・コロナ禍の影響が少し落ち着き、人も回復しており、3か月後もこの動きは続きそうである。ウクライナ危機などによる物価の上昇もあり、来客数は増加していないが、全体的には少し上向くと期待している。	

○	衣料品専門店（販売担当）	・円安などの影響で物価が上がり、購入意欲がますます低下したとを感じる。ただし、外国人観光客が旅行に来てくれれば、少しは向上していく。
○	家電量販店（店員）	・家電の販売は夏が繁忙期であるほか、今年は梅雨明けも早いいため、エアコンの需要が増える。半導体不足のニュースもあり、例年よりも早めの買換えを検討する客が増えるなど、先行きには期待できる。
○	家電量販店（人事担当）	・梅雨明けが早まって猛暑が続くと予想されており、これまで販売が振るわなかったエアコンの販売が増えそうである。ただし、半導体不足の影響で、十分な商品在庫が確保できるかどうか不安である。
○	乗用車販売店（経営者）	・ウクライナ危機や中国のロックダウンによる影響は大きいですが、国内消費は戻ってきていると感じる。インバウンド需要も入国基準の緩和で活気が出てきた。参議院選挙の結果がどうなるかは不透明であるが、景気はコロナ禍の収束を見据えて回復が進むと予想される。
○	乗用車販売店（販売担当）	・7月以降は新車の入荷が見込まれる。入荷台数がある程度伸びれば、販売台数、利益共に増加が期待される。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・日常生活に戻りつつある傾向がみられる。これまでお金を余り使えなかった反動で、購買意欲も高まっている。マスク生活を脱するための準備として、化粧品の売行きも期待できそうである。
○	高級レストラン（企画）	・Go To Travelに代わる県民割を全国に拡大した全国旅行支援の開始や、企業による宴会の回復が予想される。
○	一般レストラン（企画）	・コロナ禍やウクライナ危機、インフレといったマイナス材料はあるが、行動規制の緩和によって外食需要は増加傾向が続く。ただし、円安によるエネルギー価格や原材料価格の高騰は懸念材料である。
○	一般レストラン（店員）	・夏休みや帰省など、外食する機会が増える。
○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・海外からの観光客がそろそろ入国してくるため、良くなる。
○	観光型ホテル（経営者）	・Go To Travelのようなインパクトはないが、全国旅行支援が開始されるため、客の動きは更に活発になると期待している。
○	観光型旅館（経営者）	・良くなるとは予想されるが、見込みが立たない。
○	都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況は収束には至らないものの、横ばいが続いている。購買意欲も下向きではないため、先行きはやや良くなると予想している。ただし、物価上昇の影響も否めないことから、やや楽観的な見通しと言わざるを得ない。
○	都市型ホテル（客室担当）	・府民割の延長などで、観光需要が回復傾向にある。リモートワークが定着しているが、平日のビジネス出張の利用も復活している。3年ぶりの祭りの開催も好材料である。
○	旅行代理店（店長）	・全国旅行支援が始まれば、一時的には予約が増える。ただし、海外への渡航規制がもっと緩和され、海外旅行の需要が戻らなければ、大幅な回復にはつながらない。
○	旅行代理店（役員）	・全国旅行支援の実施が予想され、更なる需要の拡大が期待できる。
○	タクシー運転手	・時期的な要素もあるが、暑くなってきた影響で客の動きが増え、これから徐々に伸びてくると感じる。全国旅行支援も開始予定で、いろいろな所に行きたい人が増えてくる。今まで我慢してきた分、人の動きが増えることを期待している。
○	観光名所（経理担当）	・今もコロナ禍の影響が少し残っているが、徐々に小さくなっている。
○	観光名所（企画担当）	・まだまだ通常の状態には程遠いが、このまま夏休み期間も増加が続くことを期待している。
○	遊園地（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いた状態で夏休みを迎えることができそうで、安どしている。ただし、マスク着用などの感染対策による心理的な影響は大きく、安全意識が高いファミリー層は、他の客よりも回復が鈍いように感じる。バランスが難しいところではあるが、感染予防策の緩和が、人の動きを更に活発化させる重要な要素になる。
○	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・物価の上昇が懸念されるが、しばらくはコロナ禍による外出自粛からの解放で、経済活動が活発化すると予想される。

○	その他レジヤ施設〔飲食・物販系滞在型施設〕 (企画担当)	・このまま新型コロナウイルスの感染対策の緩和が続けば、リベンジ消費が出てくると期待している。
○	美容室(店員)	・コロナ禍で減っていた結婚式の予約が増え始め、披露宴の列席者への制限もなくなりつつある。
○	住宅販売会社(経営者)	・コロナ禍からの回復の動きが、そろそろ顕著になってくる。
□	商店街(代表者)	・良くなったり悪くなったりという動きが続くと予想される。
□	一般小売店〔花〕(経営者)	・光熱費などの値上げがあり、経費の面でも負担が大きくなっていく。まだまだ販売量も伸び悩み、回復するまでには時間が掛かる。今年の猛暑が販売商品にどう影響するかも分からず、先行きが不安である。
□	一般小売店〔時計〕(経営者)	・コロナ禍による外出の自粛が少し緩和されたかと思えば、次は熱中症予防のために外出の自粛が求められるという、厳しいニュースが増えている。現実的にも異例な梅雨明けの早さで、人出は更に厳しくなる。今夏に関しては、路面店は大きなハンデを背負うことになる。
□	一般小売店〔事務用品〕 (経営者)	・飲食や観光など、コロナ禍で最も影響を受けた部分は、以前のような動きに戻ると予想される。ただし、ビジネス関連での支出や、ガソリンや材料価格の値上げで影響を受ける部分は、厳しい状況が続く。
□	一般小売店〔鮮魚〕(営業担当)	・受注予約の状況は、今のところほとんどない。
□	一般小売店〔野菜〕(店長)	・物価が上がってきている。このまま物価の上昇が続けば、個人消費は冷え込む。
□	一般小売店〔呉服〕(店員)	・コロナ禍で買物を控えている客が多かったが、必要な物は徐々に購入するようになってきた。ただし、呉服はそのなかに含まれていないと感じる。
□	百貨店(売場主任)	・コロナ禍による売上の減少は緩和が進むが、物価の上昇や円安等による客の購買意欲の減退が懸念される。一部の高額所得者を除き、支出を抑える傾向は強まると予想され、景気が回復するとは考えにくい。
□	百貨店(売場マネージャー)	・人流は増加傾向にある一方、原油価格や原料価格の上昇は今後も続きそうである。さらに、百貨店では売上に占める比率の高い60代以上の客が減少しており、消費動向は更に厳しくなると予想される。
□	百貨店(宣伝担当)	・入国制限の緩和で、インバウンド需要に多少期待しているが、秋冬商戦の中心素材となる革やカシミヤ、ウールの価格上昇の悪影響が懸念される。新型コロナウイルス発生前の水準への回復は、まだ先となりそうである。
□	百貨店(営業推進担当)	・原材料価格の高騰に加えて、水不足の影響から、悪化傾向は今後も続く。
□	スーパー(経営者)	・当店が扱う生活必需品の価格上昇は、これから先も続く。これに所得の上昇が追い付きそうになく、客の節約志向はますます強まると予想される。それと同時に、輸送費や燃料費、光熱費の上昇が利益を圧迫する。
□	スーパー(店長)	・物価が上がるという意識が強く、値上げ前の一時的な買物の増加とその後の減少など、予測が難しい状況が続く。また、今年は梅雨が短かったことで、農作物などへの影響も懸念される。
□	スーパー(店長)	・外出関連の需要の増加は実感しているが、生活必需品の値上げがあり、景気にどの程度の影響が出るのかが問題になってくる。日々の買物で節約志向が強くなれば、短期的に景気が上向くことはない。
□	スーパー(社員)	・客の節約志向が強まっている影響で、これまで店頭で多かったまとめ買いが減っている。必要な物だけを買う少量買いが増えており、この傾向は値上げの動きが一段落するまで続きそうである。
□	コンビニ(店長)	・夏場に向けて、人の動きは活発になっていくが、物価の上昇で財布のひもが固くなると予想される。
□	コンビニ(店員)	・店の近くにある高速道路の入口が工事で閉鎖され、車の流れが変わったため、来客数が減っている。工事は3年間続くため、先行きが不安である。
□	コンビニ(店員)	・商品の値上げが続く、買い控えや客離れなどの影響が出ないか心配である。

<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の下げ止まりが顕著である。治療薬の開発も遅れている。強毒性の新型コロナウイルス変異株が発生した場合は、景気は一気に冷え込むと予想される。一方、世界保健機関がサル痘への警戒も強めており、参議院選挙以降の秋物商戦が消えてしまう可能性も出てきている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	・まだ納期や物流面の改善が進む要素はないと聞いており、年内は厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・コロナ禍が続くなかでも、経済は動き出したが、上向くまでは期待できない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・リフォーム関連商品は、こどもみらい住宅支援の影響で水まわり商品を中心に好調となっている。また、電気自動車にためた電気を住宅で使う、V2Hへの問合せが補助金の影響で急増している。ただし、半導体不足や中国のロックダウンによる影響が懸念されるため、先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・ロシアのウクライナ侵攻による半導体不足や原材料価格の上昇で、生産が遅れ、売上の増加につながらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石]（経営者）	・物価の上昇がこのまま続けば、家庭には大きな負担になるため、どこまで続くのかが心配である。ウクライナ危機の行方も気掛かりであり、その影響も含めて、家庭にはダブルパンチとなっている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・これからの夏商戦は、全国旅行支援もあり、景気は上向きになりそうである。ただし、今後の物価上昇による家計への影響は不透明な部分も多く、景気は横ばいとなる可能性もある。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	・食料品を始めとする物価の上昇が続き、景気の回復に大きな重しとなる。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・中国からの商品が入ってこないと販売ができない。例年の状態に戻るまでには時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・今の時点で、ある程度は以前の水準に戻りつつあるため、今後も改善傾向が続く。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当）	・販売の増加傾向が再び進んでいるが、以前のような増減の変化というよりも、消費者の考え方が変わったように感じる。また、食品価格や電気代の値上げといった購買意欲の低下要素が、いろいろな方向から出てきている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（客室担当）	・宴会の動きが戻っておらず、大きな宴会場を持っているホテルはまだ厳しい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・インバウンド向けの規制緩和が限定的であるため、国内旅行の需要への対応が中心となるが、予約は間際化が進んでおり、単価も低下気味である。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（販売促進担当）	・客室稼働率や料飲売上は今年の3月からほとんど変わらない。府民割の効果は期待ほどではなく、7月14日まで延長されたものの、予約は入り切っていない。今後は夏休みもあり、ふだんは稼働率が上がる時期だけに、施策の効果が出ることを期待したい。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスやインフルエンザなどの感染症のほか、地政学リスクを客が敏感に受け止める傾向がみられる。需要は良くなったり、悪くなったりを繰り返しつつ、底上げが進むように感じる。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・コロナ禍に対する慣れがやや定着したと感じる。ただし、人の流れは増えているものの、営業収入の大幅な増加にはつながっていない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・桜の季節は終わったが、修学旅行生が全国から来るため、忙しくなる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・割引制度が変わらない限り、状況は難しい。端末のみの販売で、利益提供額が規制の上限を超えるケースもあるが、その分は代理店の持ち出しとなる。販売台数は増えても利益は上がらない一方、割引をしなければ他の代理店に負ける。なかなか対策が難しい。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [複合商業施設]（職員）	・参議院選挙の結果やウクライナ危機、資源相場の上昇など、問題が山積している。

□	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・まだ多くの新型コロナウイルスの新規感染者数が発生しているが、プロ野球の試合には多くの客が来場し、コンサートの開催日数も増えつつあるなど、以前のにぎわいが戻ってきている。なお、3か月後の状況は不透明なため、現状と変わらないと考えている。
□	その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	・アロマオイルマッサージで服を脱ぐため、冬よりも夏の方が来客数は多いが、今年は暑過ぎるため、来客数が減少する可能性もある。
□	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・通常は3か月待ちであった部品の入荷が、半年待ち以上となり、機会損失はかなりの額に上ると考えられる。
▲	一般小売店 [衣服] (経営者)	・物価の上昇を口にする消費者が多く、買い控えの傾向が感じられる。今の世界や社会の情勢を考えると、景気が上がる要素は見当たらない。むしろ、更に景気が悪化することへの不安がある。
▲	百貨店 (売場主任)	・基本的には、新型コロナウイルス発生前の2019年に近い動きが予想されるが、燃料費や食材価格などの値上げによる買い控えが懸念される。
▲	百貨店 (売場マネージャー)	・世界情勢の変化による物価の上昇が、家計に与える影響は大きい。
▲	百貨店 (マネージャー)	・夏休み期間中の国内観光客やインバウンドの来店は期待できるが、酷暑の影響で全体的な客足は鈍くなる。また、値上げが続くことで、中間層は財布のひもが固くなることが予想される。
▲	スーパー (店長)	・原材料価格の高騰による商品価格の上昇と、それに伴う買い控えや節約の増加が予想される。
▲	スーパー (店員)	・まだまだ値上がりが続けば、かなり厳しい。野菜は天候の影響ですぐに値上がりするため、暑い日が続くと影響が心配される。
▲	スーパー (企画担当)	・来客数の減少に加え、それ以上の売上の減少傾向が続くと予想される。
▲	スーパー (経理担当)	・新型コロナウイルスではなく、物価の上昇がワイドショーでトップニュースになるなど、消費者の物価に対する感度が高まっている。高品質な商品への需要が定着する一方、低価格品を中心とした価格競争の激化が懸念される。価格据置き一辺倒ではなく、消費者の理解を得られる方法で価格転嫁を進めなければ、適正利益の確保が厳しくなる。
▲	スーパー (販売促進担当)	・コロナ禍の影響が薄れつつあり、肉食から外食への戻りもみられる。ウクライナ危機も終息が見通せないなか、しばらくは今の傾向が続くと予想される。
▲	スーパー (開発担当)	・ウクライナ危機による原油高や、中国のロックダウンもあり、景気が良くなることはない。新車の納車や電子部品の入荷も遅れており、購入意欲があっても購入ができない。これでは経済が回らない。
▲	コンビニ (経営者)	・生活に直結する部分では、物価の変化は余り大きくならない可能性はある。ただし、所得が上がらないため、コロナ禍で抑えられていた消費の反動があったとしても、景気が良くなる見込みは薄い。
▲	家電量販店 (店員)	・まずはメーカーからの適正な供給が求められる。需要と供給のバランスが安定しない状況では、ふだんでは考えられないような価格競争が発生する。特に、給湯器といった代替の効かない商品については、早く供給が回復してほしい。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・物価の上昇によるマイナス面が出てくると予想される。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・油脂類を中心に、仕入価格が徐々に上がっている。今は価格に転嫁していないが、苦しくなるのは目に見えている。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・半導体不足で新車の納期が遅れ、受注はできても登録ができない状況が続いている。
▲	その他小売 [インターネット通販] (経営者)	・客の購入の仕方が変わったことで、従来の方法では商店街に未来はない。
▲	一般レストラン (経営者)	・物価の上昇が止まるめどが立たないため、消費者の給与が上がらなければ、消費は上向かない。外食は生活の一部ではあるものの、後回しにされる部分もあるため、まだまだ厳しい経営が続きそうである。
▲	旅行代理店 (従業員)	・何もしない政府を、マスコミが批判しない理由が分からない。
▲	通信会社 (経営者)	・円安の進行による原料価格への影響が懸念される。

	▲	通信会社（社員）	・ケーブルテレビの多チャンネルサービスの商品力が落ちてきている。また、インターネットサービスも他社との競合が激化し、非常に厳しい状況にある。社会全体でインターネットサービスの加入率がかなり上がっており、未加入の客は存在しないに等しい。
	▲	テーマパーク（職員）	・参議院選挙後には増税の話が出てくると予想されるなど、景気の回復を目指すつもりがない政権という見方が先に立つ。劇的に動いている世界情勢に対応するでもなく、何の期待もできそうにない。
	▲	ゴルフ場（支配人）	・屋外のスポーツ施設のため、猛暑による影響は大きい。既に来客数は減少気味で、今後もやや悪くなりそうである。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・コロナ禍は少し落ち着いたが、今度は相次ぐ生活品の値上げが、家計に打撃を与え始めている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・原価が高騰している一方、販売価格には転嫁できない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・この半年で工事費が10%程度増えており、販売価格を上げざるを得ないマンションが増える。既に住宅価格は上昇しており、これ以上の上昇は契約率の低下につながると予想される。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・資材価格の上昇に伴う、販売価格への転嫁を考えると、受注の悪化が心配される。
	▲	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）	・ウクライナ危機により、今まで以上に物価の上昇が進む。実質賃金下がること、景気は悪くなる。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・ウクライナ危機などによる建築資材価格の上昇は顕著で、ハウスメーカー各社は今後値上げを余儀なくされ、販売も減少傾向となる。
	▲	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・不動産価格の高騰が続く見込みであり、市場が悪化する懸念が高まっている。
	×	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・価格の上昇がひどく、悪影響が懸念される。
	×	スーパー（店長）	・原油価格の高騰に伴い、電気や燃料、食品、日用品に至るまで値上がりしており、消費は下向きとなっている。インバウンド需要もまだ限定的である。
	×	スーパー（店員）	・毎月売上が落ちているほか、値上げ商品が一気に増えたことで、買い控えを行っている客が多い。猛烈な暑さが続いていることで、来店を控える客が増えることも考えられる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・買物へ出掛ける楽しさや、お金を使う楽しさを、消費者がもう一度思い出すような起爆剤が必要になってくる。
	×	住関連専門店（店長）	・全ての仕入原価の高騰や、多くの経費の上昇に歯止めが掛からない。
	×	住関連専門店（店員）	・良くなる理由が見当たらない。
	×	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・ウクライナ危機や円安の影響によるコストアップが激しく、値上げの幅も大きくせざるを得ない。円安になる前に注文した商品も、納品時には当初の販売予定価格が跳ね上がっており、売れるかどうか分からない。
	×	一般レストラン（経営者）	・秋には更なる物価の上昇で来客が減少し、ますます悪くなる。
	×	競輪場（職員）	・様々な商品の価格が値上がりし、今後も値上げが予定されている。物価の上昇に賃金や年金がついていけないほか、かなり下火になりつつあるが、コロナ禍の動きも油断できず、先が見通せない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・緊急事態宣言が出ていた前年7～8月を考えると、今年は正常に近い状態で動くため、前年と比べると大きく販売が伸びると予想される。
	○	繊維工業（団体職員）	・コロナ禍の状況次第であるが、新型コロナウイルスの新規感染人数が急激に増えなければ、景気は回復していくと予想される。
	○	化学工業（経営者）	・問合せも増えており、徐々に良くなると予想される。
	○	金属製品製造業（開発担当）	・繁忙期に差し掛かってくる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・大型案件が受注できたため、今後は景気が上向くことを期待している。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数が増えており、納期は先であるが、受注も増えている。
	○	建設業（経営者）	・今後も引き合いの増加が予想されるが、材料価格の上昇もあり、増加ペースは緩やかなものとなる。

○	輸送業（経営者）	・資材の入荷遅れで工事が延期になっているが、入荷が12か月遅れの予定であったのが、9か月遅れに改善してきた。特に、今月からは輸入資材が少し入り始めるなど、これ以上の悪化はないことから、3か月先には多少の改善が予想される。
○	広告代理店（営業担当）	・今年になって、We b媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が続いている。
□	木材木製品製造業（経営者）	・昨今の円安の進行や海上運賃の急上昇は、収益の悪化に直結するため、非常に厳しい状況にある。利益が圧迫され、当初の目標には届いていない。為替も海上運賃もこちらの努力では対応できず、様子を見ることしかできない。この先も、当分は不安定な状況が続くと予想される。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・今後良くなる情報がない。
□	化学工業（管理担当）	・自動車部品向けの出荷量の減少が続くと予想される。また、化学品の原材料の大幅な値上げが続いており、製品価格への転嫁が追い付かないため、利益が大幅に減少する。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・例年のない早期の梅雨明けで、来月はエアコンを中心に販売の増加が見込まれるが、2～3か月先は例年と大差ない動きとなりそうである。ただし、政府の節電ポイントが8月から導入されれば、これに伴う需要の増加が少なからず期待できる。
□	建設業（経営者）	・ウクライナ危機やロシアへの経済制裁、中国のロックダウンによる影響のほか、円安などによる建設資材の高騰、納期の遅延などが今後も続き、先行きは不透明である。
□	輸送業（営業担当）	・商品が通常どおり入荷しなければ、売上は上がらない。
□	金融業 [投資運用業]（代表）	・コロナ禍が完全に収束し、円安が一段落し、ウクライナ危機が終息するという3つの条件がそろわない限り、景気の回復はない。
□	広告代理店（営業担当）	・しばらくは大きな変化がなさそうである。
□	司法書士	・各種の制限が解除されて、人の心も明るさを取り戻しつつあると感じるが、様々な値上げにより、消費の大幅な増加は難しい。
□	経営コンサルタント	・商店街の取引先と話していると、具体的な売上回復策が出てきたように感じる。その効果に期待したいが、原材料の値上げや新電力の契約解除など、売上悪化につながる話も多い。
□	その他サービス [自動車修理]（経営者）	・これまでと同様に、余り変わる要素はない。
□	その他非製造業 [商社]（営業担当）	・製品の納期が半年と長いため、ここ2～3か月では変わらない。
▲	繊維工業（総務担当）	・コストの上昇分を販売価格に転嫁できる状況ではなく、商品不足が価格の上昇につながることを期待している。今のところ、売上の前年比は一定の水準で推移している。
▲	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・コロナ禍が収束したわけではなく、感染者の自宅待機などの対応策も変わっていない。今後、新規感染者数が増えれば、また以前のような自粛の動きに戻る事が予想される。
▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・現状を維持しながら代替案件を立ち上げるまでには、少し時間が掛かる。
▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・円安基調はしばらく続くと予想される。また、ウクライナ危機も長引くことから、秋頃には一層の物価上昇も否定できない。明るい話題に乏しいため、身の回りの景気はやや悪くなる。
▲	一般機械器具製造業（設計担当）	・物価の上昇に、収入の増加が追い付かない。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・売上の30%以上は海外企業向けが占めているが、We b経由の通信だけでは意思疎通が十分に図れず、効率が悪い。しばらくは業績が悪化せざるを得ない。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・売る物がないため、どうしようもない。
▲	建設業（経営者）	・物価の上昇や円安のニュースがあふれ、投資を先送りする客が増えると予想される。
▲	輸送業（営業担当）	・インターネットオークション関連の荷物がかかなり増えている。新たに物が生産されているわけではなく、運賃も安い。

	▲	金融業（営業担当）	・ウクライナ危機や円安傾向の終息で、生活の改善につながるかどうかは不透明である。何かにつけて、輸入に頼る我が国にとって、資源相場や為替の動向は切実な問題である。
	▲	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は下げ止まったとはいえ、依然として1日に1000人超と決して収まっておらず、人流の増加による感染拡大が懸念される。さらに、猛暑による熱中症への警戒から、日中の出控えなどの影響も出ると予想される。
	×	食料品製造業（従業員）	・今後は製品の値上げ交渉に臨む予定であり、受注は冷え込んでくると予想される。一方、原料価格や資材価格については、今までなかったような高値での交渉となっている。
	×	繊維工業（総務担当）	・原材料や輸入商品、エネルギー価格などの高騰が今後も続くと予想される。
	×	化学工業（企画担当）	・原材料価格の高騰に終わりがみられない。
	×	金属製品製造業（経営者）	・自動車関連業界の工場稼働率が急激に低下している。荷動きが悪く、回復までには時間が掛かる。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・原材料の鉄鋼を始めとして、あらゆる仕入品の価格が値上がりするなか、大手取引先ではいまだに価格転嫁を認めようとするケースが大多数である。このままでは中小企業は倒産してしまい、ものづくりは崩壊する。購買担当者は価格転嫁を理解してくれるが、経営トップの決断が遅れている。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・資源価格の上昇や、円安の影響でコストが増えている。靴は最終消費財であり、個人の可処分所得や消費マインドに大きく左右されるため、現在よりも状況が良くなる可能性は低い。
	×	通信業（管理担当）	・円安による影響で更に悪化が進む。
	×	不動産業（営業担当）	・まん延防止等重点措置が解除され、人が街に戻ってきているが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきたことが気掛かりである。また、円安の影響で消費者物価もかなり上がっている。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・コロナ禍やウクライナ危機により、身動きがとれない。特に、今後のインフレや金融政策の見通しが不透明である。
雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社（営業担当）	・引き続き、若年層向けの求人は活発である。派遣で契約する年齢層も幅広くなっており、働く人が増えている。
	○	人材派遣会社（役員）	・参議院選挙後のコロナ禍対応の正常化といった、政策の実施に期待している。
	○	人材派遣会社（支店長）	・下期に向けて、求人数が増えると予想される。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・観光業が活気を取り戻しつつある。円安により国内客の海外旅行は抑制されるが、インバウンドの観光需要は増えるため、景気全体への好影響を期待したい。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況は心配されるが、ウイルス慣れしてきた部分もあるため、景気はこれ以上悪くならない。
	□	人材派遣会社（経営者）	・今月に入って、企業からのオーダーはかなり増えており、マッチングにつながるケースも多い。景気は良い方向に向かっているが、関西の企業はかなり慎重で3か月単位のオーダーが多い。コロナ禍やウクライナ危機にいつでも対応できるように、6か月や1年といった長期の依頼はほとんどない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・米国で急増する大規模離職の影響が、どの程度出てくるかが気になる。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・ウクライナ危機や円安によるインフレ懸念、中国の新型コロナウイルス新規感染者数のゼロ政策など、国内外に不安材料が山積している。どの問題も互いに関連しており、景気がどちらに向かうのかを判断するのは難しい。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・コロナ禍の収束傾向といった良いニュースもあり、このままの推移が続けば、新聞広告は直近3か月並みの売上が予想される。
	□	職業安定所（職員）	・コロナ禍の拡大が一旦落ち着き、社会経済活動の回復に向けた期待が大きいこともあり、求職者数の増加につながっている。ただし、求人数は持ち直しの傾向にあるが、コロナ禍による雇用への影響は引き続き注視する必要がある。

□	職業安定所（職員）	・高校の卒業予定者に対する新規の求人受付が6月1日から始まったが、1～13日の状況では、京都府全体で前年よりも1割程度増えている。ただし、40%近く増えているハローワークもあれば、小規模なハローワークではマイナスとなるケースもある。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	・2023年卒の新卒採用の追加募集では、夏と秋の採用が想定されるが、大幅に増えるとは考えにくい。その一方、3か月後の秋以降は、2024年卒向けのインターンシップや説明会の動きが活性化すると予想される。これらの動きは、今夏のインターンシップの参加状況などで変動するため、まだ予測が難しい。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・コロナ禍が収束することを願うばかりである。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・依然として企業の人手不足感は強く、採用意欲も落ち込んでいない。ただし、コロナ禍の影響が薄まりつつある一方、原材料価格や物価の上昇による悪影響のほか、部品不足や円安などの懸念材料を不安視する声が多いことから、当面は急激な回復が考えにくい。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ロシアのウクライナ侵攻や円安などの不安要素が多い状況で、今の政府が有効な対策を打っているとは思えない。
▲	職業安定所（職員）	・ウクライナ危機の長期化による材料価格の高止まりと、コロナ禍による半導体不足で値上げが進み、状況は悪くなる。
▲	民間職業紹介機関（職員）	・原材料費や輸送費などのコストアップに歯止めが掛からない状況では、人件費をなるべく増やしたくないという企業の意識が強くなるため、求人数は増えないと予想される。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・一旦、コロナ禍による特需案件は落ち着きそうである。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・物価の上昇が景気に悪影響を及ぼす。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・物価は上昇しているが、給料が据置きか減少となるスタグフレーションの下では、景気は良くなりにくい。
×	民間職業紹介機関（支社長）	・世界情勢や日本の金融政策などからは、上向き要素が見いだせない。