

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（服飾品担当）	来客数の動き	・6月に入って来客数がかなり増え、前年比で20%の増加となっている。また海外からの客が増加し、雑貨やジュエリーなどの商品によっては、インバウンド売上が前年の4倍以上と、かつての水準も上回る形となった。国内需要も増えるなか、来客数と客単価の両方が好調なバッグやアクセサリーがけん引し、コスメや食品などの商材も順調に動いている。一方、気温に左右される商材は、例年よりも動きが遅い。気温に適した商材を買うという、購入スタイルが増えている。
	◎	乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・新型車の効果で、来客数が増加している。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	販売量の動き	・全国旅行支援と新型コロナウイルスの5類感染症への移行による、イベント開催の増加が追い風となり、増収となっている。
	◎	都市型ホテル（フロント）	販売量の動き	・対面型での研修や出張の動きも戻っており、国内客、インバウンド共に好調であったが、単価は4～5月と比べて低い。
	◎	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・国内旅行だけでなく、インバウンドの増加にけん引されるように、海外旅行が増えている。
	◎	タクシー運転手	販売量の動き	・5月31日からタクシー料金が値上げとなり、5000円以上の料金の半額割引も25年ぶりに撤廃されたため、営業収入の約2～3割のアップにつながっている。
	◎	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は10811円で、3か月前の8947円よりも上昇している。グレードの高い競走を開催したため、単価の上昇につながっている。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・ゴルフ場や飲食関係の取引先では、顕著な回復がみられる。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・着物の販売では、前年まではいろいろな規制やイベントの中止もあり、浴衣も売れなかったが、今年は徐々にイベントが増えてきたため、少し良くなる。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・今月は売上目標を達成する見込みであり、国内客の来店は前年比で増加している。ただし、外出の増加で関連商品の動きは良いが、かつての水準には達していない。一方、インバウンドの来店も増えており、特選洋品や化粧品を中心に売上が増加している。
	○	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、消費者が外出や買物を楽しむことへの抵抗感が次第に薄らいでいる。インバウンド需要もかつての状況にかなり戻っている。
	○	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月もこれまでの傾向に変化はなく、好調に推移している。特に、高級ブランド品や化粧品、婦人雑貨の需要が好調で、売上は前年比で約10%増えている。来客数も好調で、特にインバウンドが東南アジアを中心に増えており、売上の確保に貢献している。
	○	百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、以前のライフスタイルに戻りつつある。訪日観光客の増加も後押しとなり、景気は回復傾向にある。
	○	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・現状の環境に対する慣れが、少し良い方向にはたらいている。新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているとのニュースも関心を呼ばず、街ではマスクを着けない人の割合が日に日に増え、インバウンドも増加傾向にある。物価の上昇は様々な品目で続いているが、人出が止まるほどではなくなっている。来客数の順調な増加に比例し、売上も堅調に推移している。
	○	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・東南アジアからの来訪の増加によるインバウンド需要の高まりで、以前から好調であった高級輸入商材に加え、化粧品もメイクアップ商品を中心に回復傾向にある。国内客についても、化粧品や婦人用品などが回復している。
	○	百貨店（外商担当）	単価の動き	・海外特選ブランドを中心とした、相次ぐ値上げにもかかわらず、客が競って買い求める光景を目にする。

○	百貨店（営業推進担当）	販売量の動き	・相次ぐ値上げの影響もあり、ゴールデンウィーク前後は特選ブランドを中心とする高額品の売行きがやや鈍化していたが、徐々に回復し、2019年比でも大きく伸びている。一方、インバウンドも想定以上の回復をみせており、売上は好調に推移している。
○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・時計や海外ブランドの高額品を中心に、好調な売上が続いている。売上は2019年を上回る状況で推移しており、インバウンド関連も過去最大の売上となっている。
○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・インバウンド向けの商材を中心に、3か月前と比べて売上が増えている。
○	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・インバウンドがかなり増えており、円安効果も加わって、特選ブランドや時計、化粧品を中心に、予想を上回る売上となっている。梅雨入りが早く、季節商材が苦戦すると予想されたが、これもインバウンドの増加で堅調な動きがみられる。
○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・全体的には、インバウンド需要の好調に支えられている。国内客の売上は前年比で数%前後の増加に落ち着いてきたが、ハレの日需要や外出の動きは活発で、化粧品や特選アイテムは好調に推移している。また、衣料品や食品関連については、全体的に来客数の減少を、商品単価の上昇で何とかカバーしている。
○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・商品の原材料価格などが上昇するなか、販売価格に転嫁できているかどうかは別として、全体的な値上げの影響で、客単価がアップしている。来客数は少し減少しているが、売上は前年の水準をクリアしている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・欧米からのインバウンドが増え、特に20時から22時頃の来客数が増加している。一方、東南アジアからの客は余り増えていない。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣オフィスの出社人数や、近隣ホテルの宿泊者数はかつての水準に完全に戻ったようで、来客数は回復している。また、多くの商品の値上げにより、客単価も上昇し、売上はかつての水準を超えている。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・徐々に気温が高くなり、冷たい商品が売れている。
○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が少し上向いている。
○	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・3～4か月前と比べて、来客数や単価が少しずつ上向いている。
○	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・セール商品を期間限定で販売しているほか、晴れている日は売上がやや良いと感じる。
○	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、客の心理が少し明るくなり、消費マインドが喚起されている。
○	乗用車販売店（支店長）	販売量の動き	・株価が上昇している影響か、販売量も増えている。
○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・半導体不足の影響もかなり緩和され、部品が作られることで在庫量が徐々に増えつつある。客の購買意欲は高いため、希望の商品の在庫があれば、購入につながることから、販売量も増えている。
○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・中古車相場が少し戻り、購買意欲も高まっている印象を受ける。
○	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、顔用のスキンケア化粧品の購入が増えている。女性はもちろんであるが、若い男性による購入も増えている。単価は高い商品ばかりであるが、買上点数などは前年比でプラスとなっている。
○	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	販売量の動き	・UVや汗汗関連、殺虫剤といった夏物商材に加え、ドリンクや感冒薬などの医薬品、制度化化粧品やカウンセリング化粧品、化粧雑貨なども順調に推移している。
○	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	・夏物のユニフォームの購入が増えていることもあり、3か月前と比べると販売量が増加している。

○	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・トータルでは来客数は横ばいであるが、来店が集中する日とそうでない日の差が大きい。一方、商品価格の値上げの影響もあるが、それを除いても客単価は少し上がっている。新型コロナウイルス感染症発生前のように、複数の店を利用するよりも、1軒で済ますケースが増え、滞在時間が伸びている。回転率は下がったが、リピート率は上がるなど、緩やかな回復がみられる。
○	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・観光業界は、インバウンド需要の安定や、新型コロナウイルスの5類感染症への移行による効果で、好調に推移している。
○	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊は好調に推移し、宴会も予約状況を見ると回復傾向にあるが、レストランは特にディナーの時間帯の集客が厳しい。ランチも、平日は予想以上に苦戦する状態が続いている。
○	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・全国旅行支援の効果で旅行需要が回復し、高額商品が売れているほか、2人以上での利用も増えている。
○	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・6月の稼働率は85%前後の予定である。ゴールデンウィーク明けも、コンサートや研修の団体客、インバウンドの需要が多い。
○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・団体旅行の受注が増えている。
○	旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・夏休みに向けて、本格的な旅行への申込みの検討が増えている。4年ぶりの家族旅行や、断念した卒業旅行に行きたいという要望もみられる。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・ホテルでは観光客の利用が多く、客の財布のひもも緩くなっている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・街の出入が多くなるなど、良くなっている。
○	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	来客数の動き	・3か月前と比較して、イベントの開催状況に大きな変化はない。集客も順調で、それに伴う物販の販売量も伸びている。
○	その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	お客様の様子	・日常の生活への回復傾向が鮮明になっている。食品などの日用品を中心とした消費から、他の商品へとシフトしている感覚がある。
○	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	・インバウンドは引き続き増加傾向にあり、中国からの団体客も少しずつ戻ってきている。一方、今年のゴールデンウィークは、国内客は遠方に旅行する傾向がみられ、近隣の旅行が主体の当社は、前年よりも来客数が減少している。
○	美容室(経営者)	来客数の動き	・新規の客が増えている。
○	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・コロナ禍も一段落して、客の動きや要望が増えており、契約金額も上昇傾向にある。
○	その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・株価の上昇とインバウンド需要の拡大による活性化で、不動産価格の上昇期待が強くなっている。関西はマンション、戸建て住宅共に、高額物件への引き合いは一定レベルでみられる。ただし、低価格帯を中心とした実需物件の動きは鈍く、コロナ禍による反動とみられる影響が出ている。
□	一般小売店 [衣服] (経営者)	来客数の動き	・商店街への人出は増えており、以前と比べて来客数も増えているが、販売量が増えていない。
□	一般小売店 [菓子] (営業担当)	販売量の動き	・前月と比べても、販売量が伸び悩んでいる。仕入価格の値上げが続く一方、すぐには販売価格に上乗せできず、利益率も下がる一方である。
□	百貨店 (企画担当)	お客様の様子	・外商を中心に、高額品は堅調な動きを示しているが、店頭への来客数はかつての水準に戻っていない。
□	百貨店 (企画担当)	販売量の動き	・前月にみられた傾向が更に拡大している。外国人観光客が大幅に増えた一方、好調が続いていた外商売上が減速している。インバウンドは中国本土からの観光客の増加で、化粧品の上が増え、特定の人気商品は店頭販売を中止するほどである。外商売上の減少は、人気の高級時計の入荷が厳しいことも影響している。

□	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・3～4月は来客数が増加傾向にあったが、5月のゴールデンウィーク頃から減少傾向となっている。理由として、新型コロナウイルスの5類感染症への移行後は、都心部への外出が増える傾向にある一方、郊外店は厳しくなっている。また、6月前半からは天候不順や大雨の影響もあり、苦戦している。
□	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・インバウンドは増えているが、国内客の数はかつての水準になかなか戻らない。ただし、客との会話では、コロナ禍の影響が薄まり、お金を使う場面の選択肢が増えているとの声が多いなど、出費は抑えているものの、消費自体は続けている。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・競合店も厳しい状況である。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・観光客の回復によるメリットのある地域と、メリットのない地域がある。当店は後者であるため、ほとんど変化がない。
□	スーパー（店員）	お客様の様子	・値上がり相次ぐなか、悩みながら買物する客が多いと感じる。特価品はすぐ売れてしまう。
□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・ここ数か月は前年と同じ売上であり、良くも悪くもない状態である。
□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、消費者の動きにも、日常化に伴う落ち着きが出てきた。今の景気の変動要因は、完全に物価の上昇に変わっており、特売商品やプライベートブランド品に対する反応が敏感になっている。
□	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・売上は多少上向いているが、来客数はそこまで伸びていない。新型コロナウイルスの5類感染症への移行に伴い、行楽需要が復活しつつあるほか、商品の値上げによる客単価への影響もみられる。
□	スーパー（企画）	来客数の動き	・来客数が回復し、値上げの影響で単価も上がっているため、売上は伸びている。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの後は世間が動き出したようにみえたが、一時的な動きにとどまっている。
□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・日常的な物価の上昇により、昼ご飯を購入せずに、弁当を持参するなど、客の行動に変化がみられる。近隣企業の出勤者の大きな変動なども、今のところはみられない。
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・値上げによって客単価が上がっているほか、来客数も増えており、結果としては好調となっている。最初はコロナ禍の収束で観光客が増えていると考えていたが、普通に客の動きが活発になってきたと感じる。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・特に目立った変化はなく、来客数も安定して落ち着いている。単価が高いにもかかわらず、菓子や飲料水、日用品の動きも安定しており、販売量にも変化はみられない。
□	コンビニ（店員）	販売量の動き	・異常な暑さのせいで、揚げ物やパンの廃棄が目立ったが、ビールやアイスなど冷たい商品の売上が伸びたため、全体的に大きな変化はない。
□	衣料品専門店（営業・販売担当）	単価の動き	・安い商品というよりも、良い物が売れている。
□	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・巣籠り需要から、飲食や観光、レジャー、運輸関連へと消費の流れが変わっている。家電、リフォームの売上は前年比80%前後で推移しており、来客数も70%台にまで落ち込んでいる。
□	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・インバウンド需要は戻りつつあるが、当社の業務内容には余り関係がない。物価の上昇が厳しく、購買意欲の低下がみられる。
□	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・予算が厳しく、値下げの相談を持ち掛ける客が増えている。その交渉に時間や日数を掛ける熱心な客も珍しくなく、当店は営業コストの増加で痛手となっている。
□	その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べても物価の上昇は収まらず、2回目、3回目の値上げが続いている。客の心理は依然として不安定であり、景気の良くなる兆候はみえない。

□	その他専門店 [食品] (経営者)	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けから、徐々に販売数量が減少している。大きく落ち込んでいるわけではないが、値上げの影響などが少しずつ出てきている。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	販売量の動き	・ガソリンの出荷は前年比でほぼ横ばいの推移であり、特に大きな変動はない。
□	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	お客様の様子	・商品の材料である地金の相場が高止まりしており、来客数が少し増えても、売上の増加にはつながらない。ただし、宝飾品や宝石の収集を趣味としている客には、一定の購入がみられる。
□	その他小売 [ショッピングセンター] (総括)	来客数の動き	・通行客数は前年比で3.2%減少しているが、売上は7.7%増加している。
□	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・景気が一気に回復することではなく、緩やかな改善となっている。
□	一般レストラン (店主)	来客数の動き	・様々な面で動きが出てきたが、全体の状況は天候にも左右される。これから天候が良くなれば、また多くの客が動き出すと予想される。
□	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	販売量の動き	・雰囲気は上向いていると感じるが、値上げの波が止まらないため厳しい。
□	観光型ホテル (経営者)	単価の動き	・団体客の申込みや問合せも増えてきたが、宿泊費や予算がシビアな案件も増えてきた。個人客の宿泊単価も、ここへきて少し伸び悩んでいる。
□	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・全国旅行支援が終了し、コロナ禍で旅行に行けなかった人の需要も一巡したと考えられる。夏休みの旅行の予約も出足が悪い。
□	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・状況は厳しいままであるが、きちんと商品の価値を伝えれば、値上げなども可能になる。
□	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・客室の平均単価の上昇はみられないが、稼働率が上昇傾向にあるため、全体的な状況は変わらない。
□	旅行代理店 (店長)	来客数の動き	・かつてであれば、夏休みの家族旅行等の予約で、国内旅行の申込みがピークを迎えるはずが、来客数はそこまで増えておらず、受注が伸び悩んでいる。
□	通信会社 (社員)	販売量の動き	・販売件数は年々減少しており、月次でみても、増えているとはいえない。
□	通信会社 (役員)	お客様の様子	・携帯電話の販売店を運営しているが、店舗での販売台数の減少傾向が顕著である。キャリアの販売方針が、他社からの乗換え販売に傾注しており、他の販売活動に手が回っていないため、販売は低調となっている。
□	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・営業計画の予想どおりに、契約が落ち着いてきている。
□	その他レジャー [スポーツ施設] (業務担当)	来客数の動き	・人の動きは徐々に上向いているが、水道光熱費の増加や物価の上昇で経費がかさんでおり、景気が上向いているのかどうかの判断は難しい。
□	美容室 (店長)	来客数の動き	・来客数などに大きな変化はないが、今月出た新商品に対する反応が良い。
□	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・建築資材や設備価格の高騰は少し落ち着いたが、なかなか販売価格には転嫁できない。
□	住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・新築分譲マンションの販売価格の上昇が止まらない。賃貸マンションにも波及しており、賃料が上昇している。
□	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)	お客様の様子	・前月は悪化傾向にあったが、今月は不安定ながら、取引環境などに変化はみられない。
▲	商店街 (経営者)	お客様の様子	・物価の上昇による買い控えで、衝動買いがなくなっている。
▲	商店街 (代表者)	販売量の動き	・業種に関係なく、前年比で売上が悪化している。

▲	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	お客様の様子	・郊外の喫茶やカフェからの仕入れ注文が減少し、ゴールデンウィーク以降は来客数の落ち込みの相談も受けている。直営店でも、3月と比べて売上は低迷している。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	お客様の様子	・現時点で商売の大半はインバウンドに左右されている。3～4月は花見のシーズンと重なって活況であったが、今は少し落ち着き、売上もやや下降気味である。
▲	百貨店（売場主任）	単価の動き	・来客数は前年比で10.8%の増加と好調であるが、食料品にも値上げの影響が出てきている。単価が上がっている一方、販売数量が落ち込み、前年の水準を下回るブランドが増えているため、今後の動向を注視している。
▲	百貨店（店長）	販売量の動き	・都心回帰の動きか、郊外店舗の来客数は前年比で3～4%の減少であるが、売上はそれ以上に悪化している。欲しい物は都心で買い、郊外は日常の買物だけという傾向が顕著であり、客単価も下がっている。客が自由に動けることで、商業の分野では売上の2極化につながっている。郊外の百貨店が抱えていた問題は、コロナ禍で先送りされる形となっていたが、再び直面する形となっている。
▲	百貨店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、旅行や外食にお金を掛けるようになった反動で、生鮮食品は不調が続いている。さらに、物価の上昇で価格の高い牛肉が売れず、苦戦している。ファッション関連も、4～5月は外出需要を取り込んで好調であったが、6月に入って苦戦している。前年が新型コロナウイルスの感染流行の谷間であり、好調に売れていた反動も考えられる。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・物価の上昇で客単価は上がっているが、来客数が減少している。特に、天候不順の影響もあり、衣料品の販売は2か月連続で3%減っている。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・天候の影響もあるが、衣料品の販売点数は前年比で83%と、3か月前よりも13%程度下がっている。食品の販売点数は前年の97%と健闘しているが、物価の上昇により、衣料品の買い控えにつながっている可能性がある。
▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・雨が多く、近隣の工事がストップしたこともあり、来客数が減っている。
▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・物価の上昇や、エネルギー価格の高騰など、国民にとって厳しい状況となっている。故障による買換え需要はあるが、わざわざ新しい物を購入する動きは減少している。一方、省エネ家電は手に入れたいが、食品価格も高騰が報じられるなか、資金の余裕はなく、購入には至らないのが現状である。省エネ家電の購入にも国からの補助が必要である。
▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・今年は梅雨入りが早かったほか、天候も悪く、気温がそれほど上がっていない。それに伴い、この時期の売上をけん引するエアコンの販売は、前年と比べて台数が少ない。
▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・生活用品の価格が上昇しているが、給与は余り変わらないため、消費が落ち込み、景気が悪化している。客の間では、買い控えの動きがみられる。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、6月に入っても暇な状態である。新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、客から旅行などに行った話をよく聞く。まだ来客数は元のように戻らない。
▲	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・売上は2019年比で高水準を維持しているが、ここ3か月で比較すると減少している。客単価に変化はないが、来客数の減少がみられる。
▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料費の増加により、利益が圧迫されている。
▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・前年比で申込件数が減少している。
▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・コロナ禍の影響で一度離れてしまった客は、なかなか戻らない。

	▲	住宅販売会社 (経営者)	それ以外	・金融機関の融資が少し厳しくなってきたと感じる。
	▲	その他住宅〔住宅設備〕 (営業担当)	それ以外	・当社の社長から一部の社員に対し、残業時間の抑制指示が出た。具体的には1か月で60時間を超えないようにとのことであったが、残業が常態化していたなかでの指示であり、困惑が広がっている。
	×	一般小売店〔時計〕 (経営者)	来客数の動き	・梅雨時期に入り、毎日の不安定な天候の影響で、来客数は減少する一方であった。加えて、コロナ禍関連の話題が再び増え、人の出足をくじいている。また、6月からはあらゆる物価が上がり、外出してお金を使おうという気分にはならない。
	×	スーパー (経営者)	お客様の様子	・食品業界に限らず、相次ぐ値上げで家計が圧迫され、消費が落ち込んでいる。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・5月の母の日以降、6月末まで来客数がかかなり減少した。売上も減少しており、70~80代が買物に出てこなくなっている。
	×	家電量販店 (店員)	来客数の動き	・平日の来客数が激減している。消耗品を定期的に購入していた客も、来店頻度が減っている。
	×	家電量販店 (人事担当)	販売量の動き	・例年のように気温が上がらず、本来は夏のピークに向けて販売台数が増える、エアコンの売行きが振るわない。梅雨明けまでは、この状況が続きそうで心配している。電気料金が上がっているため、省エネ性能の高い、高性能のエアコンが売れていることが、唯一の救いである。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回っている。
	○	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・外国人観光客の増加で、飲食店の客足が増え、飲料水の売上が少し良くなっている。
	○	化学工業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・家電向け、車載関連向けの出荷量が増えている。
	○	プラスチック製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・4~5月とは明らかに空気が変わり、社内の雰囲気も良くなっている。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・僅かな感触であるが、引き合いや受注量が上向いている。
	○	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・景気全体は良くないが、当社と関係の深い半導体業界に限っては活気がある。今は半導体業界に助けられて、景気は良いと判断している。
	○	電気機械器具製造業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・電子部品の供給がかかなり改善され、当社の出荷状況も改善している。価格転嫁の問題はあるが、とにかく流通が動き始めればスケールメリットも出てくるため、希望が持てる。
	○	輸送用機械器具製造業 (役員)	受注量や販売量の動き	・新規設備案件の仕様書の受領が増えている。
	○	金融業 (副支店長)	取引先の様子	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、日常生活も平常に戻りつつある。それに伴い、消費が活発化している。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・観光地で宿泊業を営んでいる取引先は、インバウンドはかつての8割にまで回復しているという。ただし、今はまだ欧米からの観光客が多く、中国や韓国、台湾からは少ない。
	○	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	・今月に入り、特に業種間で格差が生じ始めている。土産品や旅行関連は好調で、飲食店はやや好調であるが、雑貨店やスーパーは、やや不調となっている。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・タオル製品の原価が前年比で2割ほど上昇するなか、価格転嫁も進んでいるため、最終の需要が減少しつつある。ただし、消費者や企業の需要の減少は、全体の1割強にとどまっているため、売上は伸びる傾向にある。
	□	繊維工業 (団体職員)	受注量や販売量の動き	・見積りなどは増えているが、受注につながっていない。
	□	出版・印刷・同関連産業 (企画営業担当)	受注量や販売量の動き	・数か月前と同じく、受注量は微増となっている。

	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・値上げ交渉が順調に進んでいるほか、コロナ禍が収束傾向にあることなどで、売上は順調に推移している。一方、物価の上昇やウクライナ危機などにより、原材料価格やエネルギー価格が高騰しており、利益を圧迫している。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大きな変化もなく、期待外れ感が強い。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・テレビや冷蔵庫、洗濯機といった主力商品の実売が、総じて前年割りで推移している。特に、エアコンの販売は前年を大きく下回っている。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注、売上共に横ばいである。
	□	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注価格や販売価格の動き	・インフレが続くなか、実質的な可処分所得が増えていないため、衣料雑貨などに消費が回ってこない。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・官庁関係の工事では、週休2日制の現場も増えている。民間工事でもこの流れを引き継ぎ、工期や経費に対する理解を求めたい。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年の上半期は受注が好調であったが、下半期は余り変化がみられず、受注の積み増しができていない。
	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・株価が幾ら上がっても、物価の上昇が抑えられるわけではなく、一般の消費者に直接的な影響はない。それよりも、また進みつつある円安の抑制が求められる。景気はいつも良いときばかりではないが、このところ消費者が感じている景気の後退感は、主に政策要因と感じる。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年であれば、夏に売れる製品が活発に動き出す時期であるが、天候要因もあって良くない状況が続いている。
	▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・製品価格の値上げを実施したが、値上げ前の購入があった影響か、出荷ペースが少し落ちている。店頭価格も上がってきたため、買い控えも予想される。
	▲	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・催事での販売が中心で、出張経費などが掛かる割に販売金額が伸びない。生産調整を行っているが、生産が途切れると再び稼働するのが難しいため、在庫の増加もリスクとなっている。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大企業からの受注を除き、中小企業からの受注量はかなり減少している。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・1年ぶりに大規模な集客イベントを開催したが、来場者が少ない。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前よりも受注量が減少しており、特に新製品の売上が芳しくない。取引先も急な人員の減少で動きが鈍っている。
	▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、家具を購入するよりも、旅行への支出が増えている。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・ビルの1階店舗の撤退が止まらない。アパレルや貴金属などの物販店が入っていたが、撤退後のテナントがなかなか決まらない。賃料が下がり、空室率は上がるなど、景気が悪くなっている。
	▲	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・期初に比べて、今月は交通広告の受注が減少している。
	×	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上、利益共に、前年を大きく下回っている。
	×	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	・物価が安定しない。
雇用関連	◎	—	—	—
(近畿)	○	人材派遣会社（役員）	雇用形態の様子	・募集時給や給与の上昇傾向がみられるほか、正社員の求人も依然として増加傾向にある。
	○	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・街に外国人旅行者が戻ってきており、それに伴い、観光業にも活気が戻っている。

○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行したことで、インバウンドの回復や外食の増加など、業界によってはかつての水準に戻ってきたと感じる。ただし、円安の進行や物価の上昇など、消費者の視点では景気が良くなっているとはいえない。
○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・2025年の卒業予定者を対象とした、インターンシップの募集が好調であり、メディアへの掲載やインターンシップフェアへの出展数も前年を上回っている。2024年卒の採用も、学生の売手市場となるなど、かつての動きに戻っている。
○	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・休日にどの観光地に出掛けても、国内客だけでなく、外国人客が多くみられる。行列のできている飲食店も増えており、コロナ禍の期間中とは様変わりしている。
□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・コロナ禍関連の仕事がなくなったとみられる、50代後半や60代、更にそれ以上の年齢層からの応募が続いている。
□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・時給を改訂してくれる企業もあれば、DX化によって雇用が打ち止めとなるケースもある。
□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	周辺企業の様子	・新聞の求人に目立った変化はみられない。ただし、有名な観光地では、インバウンドを含む観光客が確実に増えるなど、飲食や観光関連の景気は上向いている。一方、円安や物価の上昇で原材料価格が高騰するなど、関西経済を支える下請の中小零細企業は、苦しい状況が続いている。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の出稿状況を見ると、前年とほぼ変わらない。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増えている。増加した医療・福祉では、福祉や介護事業が慢性的な人手不足の状況にある。また、新型コロナウイルスの5類感染症への移行を受け、数年ぶりにエステや美容業の求人にも増加がみられる。
□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業以外については、景気がかなり回復しつつある。
□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者が前年と比べて増えている。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年との比較で、月中旬までは新規求人数は増加傾向にあったが、第4週の途中から新規求人数が減少している。求職者の応募件数や就職件数も、前年比で減少している。
□	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・求人数は右肩上がりが続いている。ただし、求職者数が増えているわけではなく、特に中途採用の市況は厳しくなっている。
□	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・依然として採用活動は継続中であるが、活動の早期化の影響で、既に終了した企業もあるなど、全体的には一進一退となっている。
□	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・2024年3月卒の採用が進んでおり、今月になって内定報告を行う学生が更に増えている。その一方、求人のために訪問してくる採用担当者も多いなど、人手不足が続いている。
□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・新規求人数は主要産業のほぼ全てで前年を上回り、全体でも23か月連続の増加となるなど、堅調に推移している。ただし、事業所からは人手不足による受注への悪影響や、価格の転嫁の遅れによる減益、半導体や資材の品薄状態など、厳しい声が上がっている。
▲	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・例年のことであるが、第1四半期の求人数が落ちており、なかなか採用が決まらない。
×	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・コロナ禍の特需が終わり、求人数が減っている上に、求職者も少なくなっている。