

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)	◎	一般小売店〔野菜〕（店長）	・全体的にインバウンドも回復し、人の流れが活発になっている。後は戦争の勃発やロシアの新たな侵攻などがなければ、景気は良くなる。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・外国人客の来店がかなり増えると予想され、今後の売上の増加が期待できる。また、国内客の買上も、ラグジュアリー商材や秋冬の新作などの予約状況が大きく伸びており、今後に期待が持てる。大阪・関西万博の開催に向けて、ブランドショップからの改装強化の話も増えていることから、企業側の期待も大きくなっている。マスクの着用の減少で、化粧品の伸びも期待できそうである。
	◎	百貨店（サービス担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行したことで、夏商戦に向けた各種イベントや催事での来客数の増加が期待される。また、海外からの観光客が更に増加するなか、インバウンド効果にも期待している。
	◎	百貨店（マネージャー）	・消費者の意識の変化や、低価格志向の継続による影響がみられる。分野や場面ごとの消費の2極化や、いわゆるエンカル消費の傾向も更に強まると予想される。そういった背景のもと、人流の更なる増加に関連した商材は大きく伸びる。それに伴い、小売市場も動きが良くなると予想される。
	◎	コンビニ（店員）	・客の間に活気が戻り、購買量も増えている。駅前のホテルなども稼働率がかかなり上がっているため、ファミリー客、個人客共に、更に増えていくと感じる。
	◎	高級レストラン（企画）	・インバウンドによる宿泊が、中国人客を中心に回復し、企業の宴会も受注が増える見込みである。
	◎	一般レストラン（店主）	・各種の行動規制が緩和され、コロナ禍への意識も薄れている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・9月以降の客室稼働率は、週末を中心に高まっている。インバウンドの需要もみられ、稼働の底上げとなっている。食堂は、バスツアーによるランチの受注で満席となる日もあり、好調を維持している。宴会についても、同窓会や定例宴会がほぼ戻ってきており、好調の要因となっている。
	◎	旅行代理店（役員）	・旅行シーズンを控え、今後は更なる海外旅行の増加が見込まれる。
	◎	観光名所（企画担当）	・前年のコロナ禍での落ち込みによる反動で、連日多くの客が来場している。月全体の来場も、かつてに近い水準となりつつある。
	○	一般小売店〔時計〕（経営者）	・長期の気象予報では、9～10月までは残暑が厳しいといわれており、今後が気掛かりである。年配客が、マスクを外して普通に外出できる日を待ちたい。良い材料は今のところないが、店が活性化すれば、人が外出するきっかけにもなる。
	○	百貨店（売場主任）	・都心部を中心に、国内の需要はかつてのスタイルに戻つつあるなど、緩やかに増加している。また、インバウンド需要も更に増加すると予想される。ただし、物価の上昇や世界情勢に対する不安のほか、地方都市では人口減少に歯止めが掛からないなど、消費の減少材料も多く、先行きは決して楽観できない。
	○	百貨店（企画担当）	・中国本土からの観光客の増加に期待している。
	○	百貨店（外商担当）	・株高がまだしばらく続くと予想されるため、高額品は今後も売れると予想される。中国からの観光客がかつての水準に戻っていないものの、インバウンド売上も徐々に増えることから、売上の好調が続く。
	○	百貨店（管理担当）	・アフターコロナの動きが更に活発化することを期待したい。
	○	百貨店（店長）	・お盆は大人数での集まりが増え、需要が高まる。また、秋に向けては本格的な行楽シーズンを見据え、衣料品の動きが回復すると予想される。
○	百貨店（販売推進担当）	・年配客の動きの活発化や、中国人客の回復などで、コロナ禍による落ち込みからの回復が徐々に進む。	
○	百貨店（マネージャー）	・インバウンドを中心に来街者が増え、かつての状況に戻つつある。後はインバウンドの大半を占めていた中国人客の戻りが唯一の課題である。足元は、中国人客の売上は順調に回復しており、今後は更なる回復が期待できる。	

○	百貨店（売場マネージャー）	・コロナ禍の影響はおおむね収束し、消費意欲の向上が予想される。今後はコロナ禍の収束後、初めての秋冬商戦となることから期待は大きい。ただし、物価の上昇や燃料費の高騰などによる、消費意欲の低下への対応が必要となる。
○	百貨店（売場マネージャー）	・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。
○	スーパー（企画担当）	・例年以上に気温が高く、連日猛暑となっている。真夏商材やアイス類、飲料、冷麺、ビール、チューハイなどの販売が一気に伸び、既に例年のピークを越えている。今後も伸び続ける予想であるが、水などは欠品となるような情報もある。
○	スーパー（企画）	・値上げの動きが続くが、賃金のベースアップや最低賃金の引き上げもあるため、やや良くなる。
○	スーパー（社員）	・年始以降の株価の上昇や、今春の賃上げ、ボーナスの増加などの影響で、スーパーにとって良い状況が続くと予想される。
○	コンビニ（経営者）	・このまま勢いに乗ってほしいが、物価の上昇が心配である。
○	コンビニ（経営者）	・現状に加えて、中国人観光客がかつての水準近くまで戻ってくると予想される。また、各種商品の値上げによる客単価の上昇も続くため、売上はまだ増えると予想される。
○	コンビニ（店員）	・猛暑でこれからますます暑くなるため、来客数が増加傾向となる。
○	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で人流が活発となり、店の前の人通りが増えている。また、外国人観光客も顕著に増加している。その一方、原価の上昇に伴い、売価を上げざるを得ない状況が続いているほか、マスクをする人が徐々に増えているなど、今後は予断を許さない。
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・外国人観光客の増加に期待したい。
○	家電量販店（経営者）	・アフターコロナの消費が加速することを期待している。
○	乗用車販売店（経営者）	・クーラーの修理が多いため、9月頃までは受注が増える。
○	乗用車販売店（販売担当）	・客の動きをみても、かつての動きに戻ってきたという感覚が強い。
○	乗用車販売店（支店長）	・年内は更に良くなると予想されるが、来年以降は不透明である。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・外出する機会が増えているなか、今年は残暑が厳しくなるため、近年は動きの悪かった商材の売上が伸びる。
○	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・インバウンドによる売上の増加傾向が、若干ではあるがみられる。今後も化粧品やし好品の販売が増えるほか、インバウンドの増加も予想されることから、大幅な伸びは期待できないが、徐々に好転していく。
○	高級レストラン（スタッフ）	・今月はかなり暇であったため、それと比べれば回復する。
○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・コロナ禍の収束がみられ、ウィズコロナに向けた気持ちの切替えが進んでいる。また、インバウンドの増加も続くため、景気は以前よりも良くなっていく。
○	都市型ホテル（総務担当）	・季節も変わり、宿泊ではインバウンド、国内の旅行客共に、集客が見込まれるほか、宴会需要も高まる。今後はコロナ禍が落ち着く前提で、レストランの集客も徐々に増えると予想される。
○	都市型ホテル（客室担当）	・先行きには明るい印象を持っている。光熱費などの値上げはあるが、販売価格の引き上げなどで収益が伸びる見込みである。
○	都市型ホテル（管理担当）	・インバウンド需要が増えているため、中国人客等の取り込みで増収が期待できる。
○	タクシー運転手	・当分は、暑さしのぎやインバウンド効果が期待されるが、タクシーの台数が増えればバランスが悪くなるため、規制が必要かもしれない。過去の失敗で経験したように、タクシー料金にも規制が求められる。
○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・引き続きインバウンドが増加傾向となるほか、夏休みの旅行を中心に、外出意欲は前年度よりも期待できる。

○	その他レジャー [スポーツ施設] (業務担当)	・スポーツ施設の運営では、天候に左右される部分も大きいですが、コロナ禍の収束で各種スポーツの国際大会が再開され、競技意欲も高まりつつあるため、利用者の増加が期待される。
○	住宅販売会社 (総務担当)	・客の要望で契約金額が増加するケースが増えているほか、交渉の進捗も早く、契約までの日数も短くなっている。
□	商店街 (代表者)	・来客数にもなかなか回復がみられない。
□	一般小売店 [事務用品] (経営者)	・景気が良くなる要素のないまま、また新型コロナウイルスの新規感染者数が増えている。
□	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・団体客の事前予約もなく、このままの状態を推移する。
□	一般小売店 [呉服] (店員)	・浴衣は売れているが、振り袖の動きはまだみられない状況であり、現状よりも良くなることはない。
□	一般小売店 [菓子] (営業担当)	・取引先に価格の見直しを依頼しても、実現するのは2～3か月先になるため、当面は厳しい状況が続く。
□	百貨店 (販促担当)	・前年比での来客数の増加傾向は、今後1年間は続くと思われる。その一方、物価の上昇による食品のシビアな購買動向も続くため、ここ2～3か月は大きな変化はない。
□	百貨店 (営業推進担当)	・富裕層向けの売上の伸びは鈍化しているが、インバウンドは2019年の水準を超えており、今後も増加すると予想される。
□	百貨店 (店長)	・所得が増えることで、景気の上振れも期待できるが、日本人は物価の上昇に慣れていないため、うまく消費に回るかどうかは不安である。消費に回ったとしても、特定の高額品やプレミアム商材に限られる傾向がある。
□	百貨店 (外商担当)	・中国からの旅行者の更なる増加が予想され、インバウンド関連の売上は増加が期待できるが、国内客の来店が頭打ちとなる。特に、富裕層の来店頻度の減少がみられ、今後の不安材料となりつつある。
□	百貨店 (宣伝担当)	・物価の上昇は懸念されるが、ボーナス支給後の購買意欲の上昇や観光客の増加が見込まれるため、現状の好調を維持できそうである。
□	百貨店 (マネージャー)	・現状、売上の回復は富裕層とインバウンドがけん引している一方、中間層の購買行動は活発になっていない。今後も売上は富裕層とインバウンド次第となるなか、インバウンドはオーバーツーリズムの問題もあり、不透明感は拭えない。
□	百貨店 (商品担当)	・今後の見通しとしては、物価の上昇やエネルギー価格の上昇が控えていることもあり、しばらく現状維持となる。
□	スーパー (店長)	・商品の値上げや光熱費の高騰など、景気のマイナス材料もあるが、社会的な行事や学校行事、行楽などの動きが本来の姿に戻りつつあるため、現状の景気の維持は可能と予想される。
□	スーパー (店長)	・物価の上昇で商品単価が上がっているが、それ以上に販売点数が減少し、売上は前年を下回っている。この傾向は今後も続くと思われる。
□	スーパー (店長)	・今月の良くない状況が今年一杯続く。コロナ禍が収束し、競合店による悪影響が落ち着くまでは、それぐらい掛かると予想される。
□	スーパー (店長)	・外出需要も見込まれるため、全体としては変わらない。
□	スーパー (店員)	・暑過ぎて野菜の収穫量が減れば、更に値上がりすることが懸念される。お盆はお供え物の果物がよく売れるが、今年は帰省などで人が集まるため、販売は伸びると予想される。
□	スーパー (企画担当)	・競合他社の出店や閉店の予定もなく、来客数は今後も安定的な推移となる。
□	スーパー (経理担当)	・夏のレジャー消費は好調であるが、夏休みが終わって外出や旅行の動きが一段落すれば、生活コストの一定の見直しが進みそうである。節約意識が更に強まると予想されるが、大きな落ち込み要因とはならず、売上は底堅く推移する。
□	コンビニ (経営者)	・身の回りの動きは、コロナ禍の収束やインバウンド消費の増加には関係がないため、大きな影響はないと予想される。
□	コンビニ (店長)	・卵や小麦の更なる値上げが避けられないとのニュースもあり、利益が増えない一方、売上の好調だけが目立つという状況が続くそうである。
□	コンビニ (店員)	・厳しい残暑が予想されるなか、しばらくは現状のまま変わらない。
□	衣料品専門店 (店員)	・今後も余り変わらないが、気温の変化があれば、秋物商材の新作の動きが期待できる。

<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・物価の上昇が続く状況では、客の消費マインドは上がりず、今後も変わらないと予想される。自治体には各種の補助金制度もあるが、一部の地域にとどまる。国全体で何らかの補助金制度があれば、少し良くなると予想される。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・物価が高くなり過ぎている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・中古車も少なからず動き始めてきたが、まだ動きは鈍く、過度な期待はしていない。業界の大手企業による不祥事も今後の懸念材料の1つである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・生産台数が限られているため、販売量の大幅な増加はないが、丁寧に販売しているため、しばらくは売上の高位安定状態が続く。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店長）	・当店は観光地にあるため、観光のついでに来客は増えるが、物価の上昇や長引く不況で、予算の厳しい客が増えている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石]（経営者）	・物価の上昇が止まらない限り、景気全体が元に戻ることはない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [食品]（経営者）	・特に悪くなるとは思わないが、買い控えなどは今後も続く。状況によっては、悪くなる可能性もある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・国内外の人の流れは、かつてと同様になり、街にもぎやかになっている。ただし、インバウンドの向かう先は、ドラッグストアや飲食店、観光施設、海外ブランド店である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・今夏はコロナ禍の影響はそれほどない。猛暑が予想されているが、夏休みやお盆にかけての消費者のレジャー志向は強いため、ガソリンの需要は前年比で増える。ただし、原油価格が再び上昇傾向にあり、店頭価格が上昇しているほか、9月末の補助金の打切りもあり、今後2～3か月の動向は不透明である。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	・物価の上昇や増税に向けた動き、エネルギーコストの上昇などの影響が顕在化してくる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇が家計に影響を与えているため、外食の回数がやや少なくなっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・個人的な利用では、客単価が上がりつつある一方、会社利用などの宴会ではかつての単価を上回るケースは少ない。まだ仕入価格の高騰が続くなか、宴会が増えれば売上は伸びるものの、利益は少ない。ただし、単価を容易に上げることもできず、厳しい経営状態が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・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。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当）	・夏になれば物流がかなり滞り、事業のネックとなる。今後は運送会社の人手不足が露呈する。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・8月の来客数は間際まで予想できないが、現在の予約状況は、極端に良くも悪くもない。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・先行きの動きは良いが、予約はまだ間際傾向が強い。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・リベンジ消費が落ち着き始め、予約の動きが悪い。特に、予約の間際化が進んでいる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・観光業界にとっては、中国の状況が肝となるが、中国からのインバウンドは徐々に回復すると予想される。ただし、かつての状況に戻るには、まだまだもう少し時間が掛かる見通しである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	・国内旅行は秋の相談が増えてきたが、旅行価格の高騰もあり、年末年始の海外旅行などの先行予約が思うように入っていない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・夏休みに入っても間際予約がまだ続いているほか、旅行の動きも近距離にとどまるなど、なかなか状況は好転しない。物価の上昇がこれだけ身近で進むと、客の間では生活防衛意識が強まり、予算も生活必需品に回っている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・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。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・現状は今月以上に良くなる要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	・2025年度までに、全国で約700店舗のキャリアショップの閉店が目標となっている。閉店目標が完了するまでは、キャリア手数料の改善が見込めず、厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・物価上昇の傾向は今後も変わらない。

□	遊園地（経営者）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後は、レジャーや外出先の選択肢が拡大している。ゴールデンウィークを中心に、遊園地への来園は厳しい状況となったが、7月に入ってもその影響が残っている。この先も季節特有のレジャーや外出先、イベントがあるため、当面は現状が続くと予想している。
□	ゴルフ場（支配人）	・景気の変動要因は見当たらず、予約状況にも変化がないため、今後も大きな変化はない。
□	競輪場（職員）	・例年、この時期はやや良くなるが、今年は物価の上昇が止まらないなか、消費が伸びると思えない。
□	競艇場（職員）	・全国的な売上はやや停滞気味であるが、原因がコロナ禍の収束による消費の多様化か、猛暑の影響かは見極める必要がある。ただし、急激に落ち込んでいることから、ここ2～3か月でかつての水準に戻ることはない。
□	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているが、インフルエンザと同等という認識が広がり、経済活動が活発化している。ただし、物価の上昇がマイナス要因となり、景気の回復を実感するまでには至らない。
□	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・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〔球場〕（経理担当）	・夏休み期間となり、8月にはプロ野球の人気球団の試合が開催されるほか、9月には人気グループのコンサートもあるため、好調な来場者数を見込んでいる。
□	美容室（店員）	・イベントに伴う動きは一時的なものであり、一巡後は通常の雰囲気に戻る。
□	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、暖かい時期になると来客数が増加する。
□	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・体験の申込みは増えているが、増加の動きは夏休み限定の可能性はある。
□	住宅販売会社（経営者）	・住宅建材価格などの値上がりは止まらないが、少しずつ価格転嫁できている。
□	住宅販売会社（経営者）	・地価が高止まりしている。購入者の購買意欲が高まるには、もう少し価格調整が進む必要がある。建築費も高騰しているため、しばらくは現状維持となる。
□	住宅販売会社（従業員）	・デベロッパー各社は事業用地の確保が目標どおりに進んでいないため、事業用地の需要は旺盛な状況が続く。
□	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）	・金融政策にも変化はみられないため、為替環境なども現状のままとなり、景気動向は余り変わらないと予想される。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・全体的には、好不調の2極化が更に拡大する見込みであり、市場全体は予断が許されない状況である。全体としては上向く兆しがみられないことから、横ばいの動きが予想される。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・衣料品の売れる秋以降に期待したいが、物価の上昇や消費者の様子をみていると、余り期待できそうにない。せっかく新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、街に人が戻ってきたものの、景気に関しては期待できる要素がない。
▲	百貨店（売場主任）	・ロシアのウクライナ侵攻などの外的要因による、物価の上昇が懸念材料である。現状でも、日々の買物では和牛の売上が苦戦するなど、高額商材を買い控える傾向がみられる。
▲	スーパー（開発担当）	・小売価格の上昇が止まらず、9月からはガソリンの補助金も無くなる。物価が上がり続ける一方、賃金は上がらず、特に中小企業の賃金は上がっていない。このような状況のままでは、景気が良くなると思えない。
▲	コンビニ（経営者）	・売上の中心となる弁当の値上げの影響で、売上が10%落ちている。夏は冷たい麺類の販売でカバーできたが、秋以降は代わりとなる商品がなければ、売上の減少につながる。
▲	コンビニ（店員）	・長期休暇が終われば、通常の客の動きに戻る。
▲	コンビニ（店員）	・近隣に建設中の大型商業施設が9月頃に開店予定となっている。客足がそちらに向かう可能性があり、当店も影響を受けそうである。
▲	家電量販店（人事担当）	・秋の行楽や旅行に消費が向かうと予想され、家電の購入の増加は期待できない。今後は、デジタルカメラといった屋外で使用する家電のPRを進めたい。
▲	乗用車販売店（経営者）	・客の動きが2極化している。

	▲	乗用車販売店（営業担当）	・業界大手の不祥事で中古車相場に影響が出る可能性もあり、在庫の含み損の拡大が懸念される。
	▲	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・暑さも落ち着いてくるため、売上は減少する。
	▲	一般レストラン（店員）	・前年と比べると、来客数が急激に減っている。単価も上がったため、今後上向き要素が全く見当たらない。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・夏休みの家族連れの前予約が伸び悩んでいる。当地域で最も忙しい季節である、秋の観光シーズンの予約もスローペースである。
	▲	タクシー運転手	・良い方向に変化する要素がない。
	▲	通信会社（経営者）	・原材料費や人件費の上昇で、利益が圧迫される。
	▲	通信会社（社員）	・通信サービスなどの業界では、値上げなどの対応も難しい。現在のままでは、利用者の減少を食い止められないため、かつての業績への回復は困難な状況である。
	▲	テーマパーク（職員）	・増税を財源とした対策ではなく、消費の喚起といった、今必要な景気対策の実施が求められる。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・建設資材価格の高騰により、消費マインドの低下は当面続くと予想される。
	▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・新型コロナウイルスは5類感染症に移行したが、当社では2人の感染者が出た。業務は当然滞り、周囲にしわ寄せが出た。
	×	商店街（経営者）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行したが、商店街の関係者は、いまだにコロナ禍を理由に消極的な商売を続けており、客を逃している。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価の上昇で値上げが続いており、売上が落ちている。今後も物価の上昇傾向は続くため、売上の増加は期待できない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価が上昇する一方、年金などは減額の傾向にある。給与や所得の動きも、物価の上昇に追いついていない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・コロナ禍は収束したが、消費者が洋服を買う習慣がなくなっており、出掛ける際にも新しい服は購入しない。高齢者の来店もかなり減少している。
	×	家電量販店（企画担当）	・夏期休暇での帰省や旅行が増えるほか、連日の猛暑で来客数が減少している。コロナ禍の収束で消費の対象も変化しているため、厳しい状況が続くと予想される。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・今月は、取引先の都合で事業がキャンセルとなったり、取引していた海外の企業が事業を継続できなくなるなど、事業面、資金面共に大きな影響を被った。来月末には何とか状況が落ち着き、事業に集中できるように立て直していきたい。
	○	繊維工業（団体職員）	・今後、市場は需要の増える時期となる。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・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。
	○	化学工業（管理担当）	・自動車向け電装品で、受注の見込みが増えている。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・量産を前提とした試作関連の動きがみられる。2～3か月後の売上に反映されるかは不透明であるが、徐々に動きが出てくる。
	○	輸送業（営業担当）	・燃料価格の上昇を受け、自社配送をやめて、運送会社に委託する企業が増えている。
	○	広告代理店（営業担当）	・前年以降、売上が前年を上回る月が続いている。
	○	広告代理店（営業担当）	・8月以降は、業況に回復の兆しがみられる。
	○	経営コンサルタント	・有名な観光地を抱える地域では、観光客は8割ほど回復しているが、知名度の劣る地域では4割程度にとどまる。全体としては回復に向かっているが、そのスピードには差がある。
	○	経営コンサルタント	・IT関連などの機械化、人材の販売能力の強化など、他社よりも魅力的なスキルを獲得できれば、成長するチャンスとなる。
	○	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・取引先の省エネや脱炭素関連の取組が増え、当社からの提案や引き合いも増えている。
	□	食料品製造業（従業員）	・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。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・先行きは見通せないが、良くなるとは思えない。

<input type="checkbox"/>	化学工業（経営者）	・取引先によっては、原材料価格の上昇や人手不足で厳しい状況がみられるが、インバウンドの回復で好調な企業もあり、全体としては現状が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	化学工業（企画担当）	・インバウンドや国内消費の動きが、かつての状況に戻りつつある。
<input type="checkbox"/>	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・今後2～3か月先の景気は、現状と変わらない。当面は売上も順調に推移すると予想されるが、現状よりも更に売上が増えるとは考えにくい。しばらくは売上、利益共に、今の水準が続く。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・取引先からの発注内示をみても、秋口までは大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経営者）	・今後の景気の後退はなく、横ばいとなることが予想される。
<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（設計担当）	・物価の上昇に収入がついてこない状況であるが、客はそれなりに順応している。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体業界が支えているとはいえ、ライバルの中国が力を付けてきたほか、米国と中国の関係が悪化しているため、今後が懸念される。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・現状は1ドル140円という円安傾向が続いており、先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（営業担当）	・また新型コロナウイルスの新規感染者数が増え始めたことから、先行きが見通せない。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いが増えず、大型案件もないなど、今後も悪い状態が続くそうである。
<input type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（役員）	・見積依頼案件は増えているが、2024年4月以降の売上となる案件が多く、目先の売上の増加にはつながらない。
<input type="checkbox"/>	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・現状から判断して、更なる上振れがあるとは思えない。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・技能労務者不足の状況が、大阪・関西万博関連の工事で更に加速する可能性がある。関西の建設資材の納期や、技能労務者の需給は、大阪・関西万博を中心に回りそうである。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・価格の値上げと、取引先からの引き合いのせめぎ合いとなっている。この状況を脱することは難しいため、しばらくは変わらない。
<input type="checkbox"/>	建設業（営業担当）	・新築、改修共に、取引先の設備投資需要は引き続き多い。ただし、人手不足が来年や再来年も続きそうであり、受注を増やせない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・売行きが良くないため、人材の募集を行う企業が減り、人手不足の解消につながると予想される。また、今年の夏の暑さで、家電の故障などによる買換えも増えると考えられる。
<input type="checkbox"/>	輸送業（商品管理担当）	・例年9～11月は売上が落ちる時期であり、今年も大きくは変わらない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（営業担当）	・家具の価格が上がっているため、客の購買意欲が落ち込んでいる。
<input type="checkbox"/>	金融業（副支店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に増えており、大阪・関西万博の準備もうまく進んでいないため、今後も厳しい状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	司法書士	・円安傾向や物価の上昇、解決の難しいウクライナ危機といった不安材料を抱えて、今後良くなるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・連休の前でも忙しくなる心配がなく、このまま停滞が続く。
<input type="checkbox"/>	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・梅雨が明けて暑くなっているが、商品の動きが悪く、今後も期待はもてない。
<input checked="" type="checkbox"/>	繊維工業（総務担当）	・為替が円高に少し戻ってきたが、再び円安方向への動きが進んでおり、収益面では厳しい状況が続く。
<input checked="" type="checkbox"/>	繊維工業（総務担当）	・生産コストの上昇分が、販売価格に転嫁できない。10月からのインボイス制度では、下請業者が適格請求書発行事業者とならなければ、税負担が増す可能性があり、厳しい経営状態となる。
<input checked="" type="checkbox"/>	金属製品製造業（営業担当）	・エネルギーコストや人件費のほか、資材価格の上昇により、採算がかなり厳しくなっている。その一方、値上げを受け入れようとする大手企業が相変わらず多い。
<input checked="" type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・今後の光熱費や燃料費などの値上がりで、ますます住宅に掛ける予算は削られる。
<input checked="" type="checkbox"/>	通信業（管理担当）	・食品類の価格高騰や、エネルギー価格の値上げにより、更に悪くなると予想される。
<input checked="" type="checkbox"/>	金融業（営業担当）	・今後の物価動向に注目する必要がある。

	▲	不動産業（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者への給付金がなくなったほか、長期金利も上がる傾向となっている。また、今後は銀行の融資姿勢も厳しくなることで、景気は悪くなる。
	▲	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の増加に加え、子供を中心に、ヘルパンギーナなどの感染が拡大している。家族旅行などを控える影響で、夏の繁忙期にダメージが出ると予想される。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・景気や経済の動きは、政策が主導する部分もあるが、大きな変更はないため、景気の回復は期待できない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・物価の上昇も落ち着かず、将来の見通しが立たない。
雇用 関連 (近畿)	◎	*	*
	○	人材派遣会社（管理担当）	・海外からの旅行者が増えているほか、コロナ禍の収束後の夏休みとなり、国内旅行も盛況となるため、しばらくは今の状況が続くそうである。
	○	人材派遣会社（役員）	・しばらくは、外国人を含む人流の増加が予想される。ただし、極端な円安の進行や、増税懸念による消費マインドの低下といった環境の変化に加え、ウクライナ情勢の悪化懸念もあり、予断を許さない状況である。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・コロナ禍が落ち着き、今後ますます経済活動に活気が出てくる。ただし、世界情勢の不安定化や物価の上昇など、不安要素があることも否めない。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・夏休みから9月の大型連休にかけて、ホテルや旅行、外食といった観光産業での売上が大幅に伸びそうである。
	○	人材派遣会社（支店長）	・下期になれば求人案件も増えてくるが、人材不足は今後も続きそうである。
	○	職業安定所（職員）	・業種転換を図る事業所も目立っている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・新卒採用に意欲的な企業が増えている一方、採用に苦戦している企業が多く、今年も早期にインターンシップやオープンカンパニーを通じて広報する企業が増えそうである。ちょうど3か月後は、インターンシップやオープンカンパニーの広報で、メディアの掲載やセミナーへの参加が増えると予想される。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・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〕（管理担当）	・原材料価格の上昇による、食料品の値上げのピークは過ぎたとみられ、インフレの動きは落ち着いている。株価も高値圏で推移するなど、諸外国と比べて日本の経済は悪くないが、中国景気の減速懸念やウクライナ紛争、欧米のインフレなど、国内景気に関する不安材料は多い。今後はこうした海外情勢の動きにより、景気の方向性が決まると予想される。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西企業からの新聞広告の出稿見込みは、大幅に上振れすることではなく、この3か月とほぼ変わらないと予想される。
	□	職業安定所（職員）	・観光関係は好調であるが、製造業などには余り変化がない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者は前年比で減少となり、主に女性が減少している。物価の上昇で家計が厳しくなるなか、転職を控える傾向がみられる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・公表されている以上に、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えており、また大変なことになるか心配である。暑さの影響もあるが、電車等でもマスクをしている人が減っている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・求人数そのものに変化はないため、新卒者を取り巻く環境は変わらない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・新規求人が減少した建設業や製造業でも、人手不足の声は引き続き多いなど、求人は全体として底堅く推移する見込みである。一方、事業所からは価格転嫁が追い付かないといった、物価上昇による企業収益のひっ迫に加え、最低賃金の大幅な上昇への懸念の声もあるなど、先行きは不透明である。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・ロボットとの共存ができなければ、今後の雇用が難しくなる求職者が増えると感じている。	
▲	職業安定所（職員）	・観光サービス関連の需要は増えているが、求職者の動きは前月以上に鈍化している。コロナ禍の影響はほとんど聞かなくなったが、原材料価格の高騰の話はよく聞く。	
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・現状維持が難しく、他社との競合も激化している。	

	▲	民間職業紹介機関（支社長）	・米国や欧州の景気動向の悪化など、反転する材料に欠ける。
	▲	学校 [大学]（就職担当）	・人口の減少や税負担の増加が重く申し掛かってくる。
	×	—	—