

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（サービス担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークも好調に推移し、外国人観光客の増加や新型コロナウイルス感染症への対応策の緩和、マスク着用ルールの見直し、アクリル板の撤去などで、日常生活が戻りつつある。来客数の増加により、売上も好調に推移している。
	◎	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・外国人観光客の人数が明らかに増え、観光バスが幹線道路沿いに駐車する光景が復活している。
	◎	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・国内市場はビジネス関連や旅行、行楽、イベントなどで人流が活発となり、化粧品や趣味関連、スポーツ商材の好調が目立つ。ハレの日や記念日での予約の動きも良い。また、インバウンド需要も一般商材を中心に、売上が大幅に増えている。
	◎	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・ゴールデンウィークは外出が増え、旅行などへの出費が増えたことで、店頭の販売は苦戦している。ただし、新型コロナウイルスが5類感染症に移行してからは、その影響で消費が活性化し、景気回復の兆しが出てきている。
	◎	コンビニ（店長）	来客数の動き	・コロナ禍も落ち着いて、外国人客や学生の来店が増えている。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・インバウンドが増えたことで増収となっているほか、新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、来客数が伸びている。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	お客様の様子	・卸売先のカフェや喫茶店の1店舗当たり受注量が、一部の店舗で増加している。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・コロナ禍の影響が落ち着き、全体的に良くなっている。物価の上昇が止まれば、更に良くなる。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・コロナ禍が落ち着き、贈答品や土産用の菓子の動きが良くなっている。
	○	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月の売上は目標を上回る見込みである。コロナ禍に関する各種規制が緩和され、外出の機会が増えたことで、全体的に売上が伸びている。ただし、以前の売上には戻っておらず、好調な商材も限られている。客による購入の傾向は、必要な物は少々負担が増えても購入するが、 unnecessary物は全く見向きもしない動きが顕著である。
	○	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の水準を下回っているが、来店客の購入率が高まっており、売上は上回っている。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク期間中の人出は、かつての水準に戻った。街での国内客、外国人観光客の動きも、前年までとは違ってかなり多い。
	○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・今年のゴールデンウィークは来客数が多い。5月8日に新型コロナウイルスが5類感染症に移行した後は、化粧品を中心に売上が伸びている。
	○	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・5月に入って中国からの旅行者が急激に増え、インバウンドの売上が大きく伸びている。国内客も、母の日のギフト需要やパラソルなどの季節商材の需要が高まっているほか、会合や外出の動きが増えている。
	○	百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは、終盤に悪天候が重なって失速したが、翌週の母の日以降は持ち直し、前年の売上を上回っている。インバウンドも観光客が中旬以降急増しており、化粧品などに動きが出てきている。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・海外のブランド品や高級時計の需要が依然として強い。インバウンドについても、中国からの観光客の動きはまだ低調であるものの、韓国や東南アジアからはかなり増えており、売上も予想以上の増加となっている。
○	スーパー（店長）	お客様の様子	・外食に人の流れは移っているものの、当店の客単価は上がりつつある。	
○	スーパー（店員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークもあって、家族連れの客が非常に多く、バーベキュー食材を買い求める人などでにぎわった。平日も値上げが進んでいるとはいえ、果物などもそれなりに売れている。	

○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行もあり、外食への需要のシフトが予想されたが、行楽やバーベキュー、家庭での内食需要もあいまって、売上は増加傾向となっている。特に、総菜やペーカリーの売上は堅調に推移している。
○	スーパー（社員）	単価の動き	・前年の後半以降、商品価格の上昇を客が受入れつつある。客の来店頻度や1回当たりの買上数量は、多くの店舗で減少がみられるが、商品単価の上昇で前年よりも売上の増えた店舗が多い。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・冷たい麺類が売れ出し、前月よりも売上が10%ほど伸びているほか、来客数も増加している。
○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・野外イベントが増えてきたため、様々な注文が増えてきたと感じる。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・通勤客の動きは完全に戻りつつあるほか、近隣に専門学校が開校したこともあり、来客数が増え続けている。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・徐々に暑くなることで、冷たい商品が売れる。
○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて、来客数と客単価が上向いている。
○	衣料品専門店（店員）	販売量の動き	・気温が上がり、春夏商材の販売も増えたため、まとめ買いの客が増えている。
○	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・住宅省エネ2023キャンペーンの効果で、リフォームへの関心が高く、関連設備の動きが良い。
○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・気温が例年よりも高い傾向にある。気温に売上が左右される季節商材の需要が強まり、単価の高いエアコンの販売台数も増えそうである。
○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・在庫量は一部を除いて戻りつつあり、紹介できる製品が増えてきている。
○	乗用車販売店（支店長）	単価の動き	・価格が非常に高い商品が売れている。
○	その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍に係る各種規制が解除されたほか、海外からの観光客の増加に伴い、外食などは売上の回復傾向が進んでいる。
○	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	それ以外	・今月はコロナ禍の収束に伴い、インバウンドや修学旅行生が多く来店し、客単価が上昇した。コロナ禍の関連商品も動きが止まることはなく、以前と変わらず売れている。
○	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	販売量の動き	・売上は前年比で115%となっている。
○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前と比べれば良くなっているが、期待したほどの伸びはない。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・他府県や外国からの観光客は、予想以上の回復であり、観光地や繁華街は大いににぎわっている。また、外食産業でも需要が高まっており、企業の大人数での宴会やウェディング関連は急激に回復している。
○	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・前年の12月以降、売上は2019年比で110%以上を維持しており、月ごとに増えている。各曜日や時間帯によるばらつきもなく、好調を維持している。
○	一般レストラン（店主）	来客数の動き	・コロナ禍に関する各種規制の緩和で、イベントなどがいろいろと動き出している。
○	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・全国旅行支援の対象外であったが、ゴールデンウィークは高単価での販売が続いた。全国旅行支援の再開後も、販売価格は比較的高水準で推移している。海外からの客も増加傾向にある。
○	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊は以前の水準に近づきつつあり、宴会関連でも会食が増えているが、レストラン関連はディナー利用が伸び悩んでいる。
○	都市型ホテル（管理担当）	単価の動き	・稼働率の改善に加え、1室の平均単価も3か月前と比べて上昇しており、消費の増加がみられる。
○	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・宿泊客は、インバウンドを含めて好調な推移が続いている。それに加えて、企業の宴会関係も、徐々に戻ってきている。

○	都市型ホテル (販売促進担当)	来客数の動き	・料飲部門では、朝食が弁当の提供から、新型コロナウイルスの感染対策を採りながらのバイキングに戻り、順調に集客できている。宴会部門でも夏以降の予約が多くなり、今月の宴席も参加人数が増えている。客室部門も前月から稼働率が5ポイントアップの85%となり、販売単価も上昇するなど、上向いている。
○	旅行代理店(役員)	販売量の動き	・全国旅行支援が終了している府県が多いものの、それでも国内旅行に出掛ける客が増えている。5月8日を境に、動きが変わったと実感している。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・今月は新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、外出の気分が高まり、天候にも恵まれたことで、駅や街中の人の動きが増えている。
○	通信会社(営業担当)	来客数の動き	・新商品の販売開始に伴い、客からの受電件数や工事の依頼が増えている。
○	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	お客様の様子	・順調にイベントが開催され、それに伴う物販の動きも活況である。新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、各種の規制がなくなったことで、外出の増加や施設周辺でのイベントの開催、外国人の増加などによるにぎわいがみられる。
○	その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	お客様の様子	・5月8日の新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、以前の日常に戻りつつある一方、原材料やエネルギー価格の上昇による買い控えの動きも見られる。両者がきつ抗するなか、各施設での買上率の低下がみられる。
○	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、国内の観光客やインバウンドが引き続き増加傾向にある。ただし、ゴールデンウィークは遠方に旅行する人が増えたことで、遠方への旅行が避けられていた前年と比べて、来客数は減っている。
○	その他レジャー施設 [スポーツ施設] (業務担当)	来客数の動き	・公共のスポーツ施設や公園の指定管理施設を運営、管理しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の利用数には戻っていないものの、徐々に回復している。ただし、昨今の経費の上昇により、トータルとしては回復傾向とはいえない。
○	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・コロナ禍の収束により、客が動き出したと感じる。
○	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・投資物件の購入に積極的な姿勢がみられる。
○	住宅販売会社 (総務担当)	単価の動き	・徐々にではあるが、住宅の面積、金額共に改善傾向である。
□	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	お客様の様子	・インバウンド頼みの傾向が強まり、4月は花見の時期でインバウンドが多数来店したが、5月のゴールデンウィーク終了後は客足が止まっている。
□	一般小売店 [衣服] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症への政府の対応が変化したせいか、商店街には人が増え、来客数も増えた。ただし、販売量は前年と変わらず、むしろ減少気味であり、景気が良くなっているとは思えない。
□	一般小売店 [自転車] (店長)	お客様の様子	・全ての商品が値上がりしており、自転車にお金を掛けてもらえないため、新車が売れない。
□	一般小売店 [呉服] (店員)	販売量の動き	・着物を販売しているが、以前の購入客も、必要な物と必要でない物の見極めを行っている。
□	百貨店 (売場主任)	来客数の動き	・本格的にコロナ禍が収束したが、郊外店である当店の来客数は、26日までで前年比マイナス4.8%と非常に厳しい。一方、都心店はインバウンド効果も大きく、来客数はプラス22.7%と大きく前年を上回っている。売上も、当店はプラス0.3%と、食品以外の健闘で減少は免れたが、当面はこのような傾向が続くと予想される。
□	百貨店 (企画担当)	販売量の動き	・3か月前と比べると、インバウンド売上は大きく増えている。インバウンド売上に占める化粧品シェアは、3か月前の10%から30%まで拡大し、中国本土からの観光客の増加もみられる。一方、ゴールデンウィーク期間の旅行需要の増加が影響しているのか、今まで好調であった外商売上に少し陰りがみられる。

□	百貨店（店長）	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、消費行動がもう少し活発化すると期待したが、期待外れに終わった。ゴールデンウィークも人の移動はみられたが、物の購入にはお金を使わず、百貨店にも来店しない。物価の上昇もあって我慢しているのか、売上がコロナ禍の期間中と比べても変わらない。売れるのは特選洋品といわれるブランド品だけで、売上が良いのは都心店のみという状況である。
□	百貨店（管理担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症への対策の緩和により、インバウンド需要の拡大を期待したが、予想していたほどの力強さはみられない。
□	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数は前年比で増加傾向にあるが、売上は客単価の低下などで前年並みである。前年は、新型コロナウイルスの感染拡大で消費者は外出を控えていたが、5月前半のゴールデンウィークは外出する人が増え、特に都心に出掛ける人が多かった。その影響で、今年の地方店舗は、売上が厳しい状況にある。
□	百貨店（営業推進担当）	単価の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、富裕層の外出関連の消費が増えた。それに伴い、これまで好調であった特選ラグジュアリーブランドの売行きは、相次ぐ値上げもあって伸びが鈍化している。
□	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月は変化が少なく、安定的に前年を上回る推移となった。外出関連の商材の動きが良い一方、イェナカやインテリア関連がやや苦戦しているが、客単価に大きな変化はなく、食品売場での値上げに対する客の反応も限定的である。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・客単価が上がっているが、商品価格の上昇が要因である。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・食品関連の来客数は前年比で98%、販売点数が94%と傾向に変化はない。一方、衣料品は来客数が93%、販売点数が89%と、気温の影響もあって悪化傾向にある。
□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は前年比でほぼ横ばいであり、売上は2%増えているが、食料品の値上げによるものであり、景気が上向いているとは判断できない。
□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・プライベートブランド商品の販売が増えるなど、物価の上昇に対する生活防衛意識は強まる一方である。一方、品質の良い商品も根強い人気があるが、うまくバランスを取らなければ、支持を失う可能性も高まっている。
□	スーパー（企画）	来客数の動き	・企業業績は回復しているものの、大企業に限られる。大部分を占める中小企業にとっては、あらゆる費用や管理費がアップしているため、従業員の所得の改善は進まない。
□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・業種や地域により、良くなっている部分と変わらない部分が混在している。
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、客の動きが良くなっている。特に、外国からの観光客が増えている。
□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・物価の上昇が続き、客は節約ムードであるが、売上に大きな変化はない。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数は余り変わらないが、時間帯によっては少し減少している。
□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・前月と同程度の来客数であるが、海外からの旅行者が増えている。
□	家電量販店（店員）	来客数の動き	・前月と同様に、来客数に変化はない。季節商材もそろそろ動き出す時期であるが、まだ動きが見られない。6月も物価の上昇やエネルギー価格の上昇のニュースがあるなか、少し様子をみているのか、よく分からない状況である。
□	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・コロナ禍での各種制限がなくなり、外出する人が増えているが、来客数は前年を下回っており、全体の売上は伸びていない。気温が上がり、扇風機やエアコンの売上が伸びたことで、何とか全体の売上を維持している。
□	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・来客数、問合せ数共に、減少傾向にある。

□	その他専門店 〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇が止まらない。株価の上昇は良い傾向であるが、物価の上昇が止まらなければ、客の購買意欲は高まらない。
□	その他専門店 〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・気温の上昇に伴い、UV関連や制汗剤、殺虫剤といった夏物商材の販売が増えており、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な推移となっている。その一方、食品の動きは横ばいで、医薬品は低調となっている。
□	その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・街の人の流れは更に増えてきたが、来客数や売上には目立った増加はない。その一方、客の間では、旅行などの娯楽の話題が増えている。
□	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・コロナ禍も一時的に落ち着きを見せるなか、この3か月間のガソリン等の販売量に大きな変動はない。
□	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	・物価の上昇や、新型コロナウイルスの5類感染症への移行の影響か、制服類だけでなく、マスク等の売上也減少している。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今年のゴールデンウィークは、久しぶりに帰省した家族が多く、来客数が増加したが、それ以降は各種税金の納付月に当たるせいか、さっぱり来客数は伸びていない。
□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・人の流れは通常の動きとなっているが、値上げが売上の歯止めとなっている。
□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援が終了し、コロナ禍明けの旅行需要が一段落した。6～7月は国内の旅行客の予約が悪い一方、インバウンドは増えているが、大阪、京都、東京などのゴールデンルートが中心で、地方はまだ少ない。
□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・高級ホテルの動きの悪い状況が続いている。
□	旅行代理店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行したが、予想したほど来客数は増えていない。夏休みの高額商品の受注もまだ少なく、販売単価が低い。
□	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・ゴールデンウィークを終え、夏休みの旅行申込みがピークを迎える時期となるが、まだ先行受注は多くない。物価の上昇による可処分所得の減少や、旅行価格の上昇が原因であり、まだ解決が見込めない。
□	通信会社（役員）	それ以外	・大手通信事業者による代理店の運営方針は、キャリアショップの削減となっている。代理店手数料が減少傾向にあるなかで、販売促進費の負担が重くなっている。
□	美容室（店員）	販売量の動き	・客単価に変化はない。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新築分譲マンションの価格は、都心のタワー物件を中心に高騰しているが、販売は停滞することなく、順調に進んでいる。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・コロナ禍が収束するなか、住宅の販売市場ではこれまでの順調な動きの反動が予想されたが、価格の先高感もあり、客の動きの悪化は軽微である。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けから、売上が前年比で悪くなっている。特に、衣料品などの買回り品の店が苦戦している。
▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・今月は、ゴールデンウィーク中は開店休業状態となり、1日に客が1人という日もあった。中旬～下旬もその状態は大きく変わらず、来客数が極端に落ち込んだ。一方、商品は売れなかったが、高額の時計の修理が重なり、一定の売上は計上できた。ただし、これは安定した売上ではないため、今月の状況には不安を感じる。

	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、行動制限のないゴールデンウィークとなり、国内客は一時増加したものの、ゴールデンウィーク明けからは伸び悩んでいる。その一方、インバウンドは継続的に増加しており、国内客の伸び悩みによる悪化を補っている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の前年比は、店全体で97%、衣料品は93%、食品は99%と、衣料品の来客数が落ち込んでいる。食品は広告やSNSにより、給料日前には価格で訴求し、給料日後は産地などの付加価値を訴求することで、前年の売上を維持している。一方、衣料品は天候不順の影響もあり、UV関連や季節商材が不調となり、来客数も減少している。
	住関連専門店（店長）	単価の動き	・とにかく客単価が顕著に下がっている。
	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・当地域では、4月上旬で全国旅行支援が打ち切られたこともあり、4～5月は3月ほどの勢いが無い。ゴールデンウィークも、5月3～5日の3日間だけはほぼ満室になったが、それ以外は報道されたようなにぎわいはみられない。
	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは国内客の利用で高稼働となったが、連休前後で落ち込みが目立った結果、5月全体では80%超の稼働率となった。一方、海外からの団体客は、欧米を中心に利用がみられる。
	タクシー運転手	お客様の様子	・ゴールデンウィーク明けは財布の中身が乏しくなっている。コロナ禍での各種規制の解除に伴う、人の憂さ晴らしの動きも落ち着き、一般客の外飲みも少し減っている。
	通信会社（社員）	販売量の動き	・新規契約の獲得数の減少と、解約率の上昇が顕著である。地方経済については、コロナ禍からの景気回復が望めない状態である。
	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8919円で、3か月前の9265円よりも下がっている。
	美容室（店長）	来客数の動き	・来客数の改善等がなかなか進まず、厳しい状況が続いている。
	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）	それ以外	・株価は上昇しているが、肌感覚では余り景気は良くない。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	販売量の動き	・住宅展示場の出展各社の契約者数は、低迷が続いている。
	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	販売量の動き	・仕事量は変わらず順調であるが、それを担う作業員の数が慢性的に不足している。他社に応援を要請している状況で、自社で実行できていれば利益率は上がっていたと感じる。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今年に入り、80歳以上の客の外出が減っているため、高齢者向けの洋服が売れにくくなっている。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・物価の上昇による影響が深刻である。
	家電量販店（店員）	それ以外	・リフォーム関連の補助金対応が続いているため、客がどうしても一定期間に集中する傾向がある。前年は補助金が即終了となった後、すぐに新たな補助金が始まった上に、給湯器や二重窓だけといった補助金も増えたため、業務が停滞するなど悪循環となった。業務量は増えたが、実質的な売上の改善には至らなかったと感じる。
	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数の前年比での落ち込みが止まらず、コロナ禍による悪化時と比べても、厳しい状況が続いている。5月8日以降は、イエナカ消費から外食や観光、ホテル、運輸などに、需要がシフトしたと感じる。
企業動向関連 (近畿)	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先である商店街の人通りは、新型コロナウイルス感染症発生前よりも明らかに増えている。ただし、各店舗の売上が比例して回復しているわけではなく、店主たちは新たな対策や事業の必要性から、投資意欲が高まっている。

○	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・原材料関係の値上がりが止まることはないが、製品価格の値上げも徐々に浸透し、赤字から脱却できた。以前のようにはいかないが、製造量も増え、状況は良くなっている。
○	食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・ゴールデンウィークの休みが長かったこともあり、インバウンド効果で飲食店への客足が増え、飲料水の売上もやや良くなっている。
○	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・4月は産地の生産量が前年を上回ったが、今後の動向は読みにくい状況である。
○	プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・年度初めで仕事之余り動かず、今月が底と予想している。
○	窯業・土石製品製造業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・コロナ禍が収束に向かいつつあり、インバウンド効果も戻りつつあるなど、受注量が回復している。製品の値上げも順調に進んでいることから、3か月前と比べるとやや良くなっている。
○	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・景気が上向いているとまではいえないが、僅かに引き合いなどが増えている。
○	電気機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・電子部品の在庫状況もかなり改善されたが、まだ新型コロナウイルス感染症発生前の水準には戻っていない。当業界では、いかに受注案件が増えても、それに応えるだけの部品がそろわなければ対応ができない。また、人材の採用難もこれから顕著になることを懸念している。
○	その他製造業 [履物](団体職員)	取引先の様子	・状況は芳しくないが、最悪期は脱しつつある。
○	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。
○	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	・今月はゴールデンウィーク後の悪化が気掛かりであったが、結果的に大きな影響はなく、駅構内の人流は前年比で110%程度の推移となっている。
○	その他非製造業 [機械器具卸](経営者)	受注価格や販売価格の動き	・コロナ禍の影響も収束に向かい、値上げ問題も落ち着いてきたため、販売に力を入れ始めている。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・一部の客を除いて、全体的に低調な動きが続いているほか、好不調の格差が大きくなっている。
□	化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・車載用や家電用、建設資材用共に、取引先からの出荷の動きがまだら模様となっている。
□	金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車関連部品の受注が徐々に回復してきたが、完全に回復するまでは時間が掛かりそうである。
□	一般機械器具製造業(設計担当)	受注価格や販売価格の動き	・コスト面では厳しい状況が続いているが、全体としては落ち着きつつある。
□	電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注が伸び悩んでいる。
□	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・少し上向き始めたが、建設資材価格や労務費の上昇のほか、建設資材の納期の不安定な状況が続いている。取引先にも、設備投資の予算や工期に対する柔軟な姿勢を求めたい。
□	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注状況に変化はなく、堅調に推移している。ただし、材料の入手に時間が掛かるほか、協力企業が忙しくて連絡が付かないなど、受注してもすぐに着手ができない状況である。
□	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・旅行などでお金を使っているようで、家具の購入などは後回しになっている。
□	金融業(副支店長)	取引先の様子	・売上の動向などをヒアリングすると、変わらないと答える取引先が多い。
□	金融業(営業担当)	取引先の様子	・仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁できず、改善の兆しがみえない零細企業が多いため、景気の回復には時間が掛かる。

	□	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・本来は景気が上向く状況ではないが、このところの株高の恩恵を受けている人もいるため、プラスマイナスゼロの状況である。ただし、この株高もバブルの要素が少しあるため、株価の揺り返しに注意が必要である。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍の下で、前年度は広告出稿が回復した部分もあったが、今年度に入ってから、更なる回復には至っていない。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業種ごとに景気の良しあしがみられるなか、半導体業界では海外の追い上げが厳しくなっている。
	▲	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、エアコン、洗濯機といった主力の家電製品の売上が、軒並み前年を下回る推移となっている。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価の上昇や、それに関する報道の影響で、消費者が何事にも慎重になり、財布のひもが固い。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月よりも荷動きが非常に悪くなっている。値上げ前の駆け込み需要の反動もあるが、景気が全般的に悪い。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・当地では新しい事務所ビルの新築が進んでいるが、なかなかテナントが埋まらないため、事務所の賃料が下がり、景気が悪くなりつつある。
	▲	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・コロナ禍の影響が収束傾向にあるほか、春先ということもあって受注量が増えており、今後も伸びると予想される。
	×	金属製品製造業（営業担当）	競争相手の様子	・同業他社からは、出荷量が前年比で15～20%減少しているという声が多い。
	×	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	・食料品など、全ての物価が上昇している。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・個人客では国内外からの観光客が増え、法人客では自粛が続いていた宴会等が回復するなど、観光産業に活気が戻りつつあり、それに伴う求人が増えている。
	○	人材派遣会社（役員）	周辺企業の様子	・3か月前と比べて、取引先の売上状況が着実に回復している。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行してから、インバウンドもどんどん戻っており、観光や飲食業に活気が出てきている。ウクライナ危機による物価の上昇や円安の進行といった不安要素は残るものの、以前と比べると景気は良くなっている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年比で増加している。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・人手不足であるが、人材募集への応募がない。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・当社のアンケート調査によれば、2024年卒の新卒採用は、前年よりも採用数を増やす企業が40%程度あり、採用数を減らす企業の約5%と比較しても多い。今後は求人関連メディアへの掲載の追加が見込まれる。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・医療機関を中心に、求人の依頼や、医療機関が貸与する奨学金の募集を行ったところ、前年度に比べて2割弱ほど増えた。コロナ禍を経て、採用意欲が旺盛になったと感じる。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・2024年3月卒の新卒採用に向けて、企業の採用担当者による来訪が活発化している。採用の募集を続けるという声も多く、求人数そのものが増えている。
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・ゴールデンウィーク明けも景気の基調には力強さがある。ここへきて、多くの企業が優秀なIT技術者や派遣スタッフを、1～3年間の派遣期間の終了後、直接雇用に切り替える動きがみられる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は落ち着いている一方、求職者の動きは、6月のボーナス支給以降に再び活発になる可能性がある。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・情報サービス業の決算発表では、ほとんどが増収増益であったが、一部で目標に届かない企業や赤字の企業もみられ、派遣社員の雇用を終了する企業が出始めている。

□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・関西企業からの新聞広告の出稿状況を見ると、3か月前と比べてほぼ同じ水準となっている。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増加している。卸売・小売業では、子供用衣料の販売企業から全国の販売店向けの大量求人があった。一方、製造業では半導体の供給不足で長期の受注が見込めず、先行きの不透明感から、求人を控える動きとなっている。
□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行したことで、観光関係では動きが見られるが、製造業は半導体不足や物価、エネルギー価格の上昇などで、全体的には落ち込んでいる。
□	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・国内での雇用の需給は、半導体業界などでひっ迫しているが、全体的には変化がない。一方、米国では労働市場の悪化が顕著であり、不安材料となっている。
□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・内定は順調に出ているが、まだ採用活動は続いている。
□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・インバウンド需要の回復や利用客の増加により、非製造業の事業所では採用意欲の高い状況が続き、求人は堅調に推移している。ただし、建設業や製造業では、原材料や燃料、光熱費などの上昇、賃上げによる利益の圧迫が響き、求人を控えたり、募集人数を絞る動きが見られる。
▲	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・新年度に入り、動きが止まっている。
×	—	—	—