

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（サービス担当）	・今後も外国人観光客の増加に変化はなく、好調が続くと予想される。来店促進策として、イベントや催事の開催、新ショップの導入などを進めることで、売上の確保が期待できる。
	◎	百貨店（マネージャー）	・国内市場は価格の上昇傾向が続くなか、人流は更に拡大すると予想される。そのなかで、優先順位を決めた選択消費の傾向が顕著となる。さらに、インバウンド需要が大都市から地方都市にも広がる。
	◎	百貨店（売場マネージャー）	・社会活動が通常の状態に戻りつつあり、インバウンド消費も回復している。中国からの訪日客の動きが戻れば、景気は活性化すると予想される。
	◎	家電量販店（店員）	・夏商戦やボーナス商戦に向けて需要が高まり、来客数の増加が見込まれる。特に、エアコンや冷蔵庫の需要が高まることで、客単価の上昇につながり、売上の増加が見込まれる。
	◎	乗用車販売店（支店長）	・株価の上昇による影響が出る。
	◎	高級レストラン（企画）	・宿泊、レストラン、宴会の全てで、2019年の水準に戻りつつある。今後のインバウンドの増加や飲食需要の増加により、引き続き業績の回復が見込まれる。
	◎	一般レストラン（店主）	・夏に向けて、いろいろな行事やイベントなどが行われるため、多くの客が動く。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	・今後もインバウンド需要が見込まれる。
	◎	観光名所（企画担当）	・前月と同様に、来場者数の回復が進んでいる。コロナ禍による悪化の反動かもしれないが、前月、今月は新型コロナウイルス感染症発生前の水準を少し上回っている。さらに、海外からの観光客が増えれば、先行きは現状よりも良くなる。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、人の動きが活発になり始めた。高速道路のサービスエリアにある店舗の売上も、土日はかつての数字に戻りつつある。夏休みの時期については、かなりの期待を持っている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・中国の観光客に係る規制が解除され、団体客の来訪が始まれば、状況は良くなる。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・景気は良くなると予想されるが、買物や娯楽関係の意欲が高まっているため、物価の上昇がどの程度で収まるかに左右される。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・お中元商品が多少なりとも動くため、先行きに期待している。
	○	百貨店（売場主任）	・今後も大きくは変わらない。ただし、企業業績の改善や株価の上昇など、好転する材料も出てきている。恩恵を受けるのは一部の人かもしれないが、プラスに働くことが期待される。国内需要に大きな期待が持てない分、今後はインバウンド需要をいかに取り込むかが重要になってくる。
	○	百貨店（売場主任）	・徐々にマスクの着用者も減っており、コロナ禍の影響が小さくなってきたと感じる。また、外国人客による売上比率も高まっており、今後もこの傾向が続くと予想される。
	○	百貨店（企画担当）	・中国本土からの観光客の需要が更に増えると予想している。その一方、外商を中心とした国内の富裕層の動きは、注視していく必要がある。
○	百貨店（マネージャー）	・インバウンドを含む観光客が引き続き多いため、販売数や来客数が増加している。また、地元客を中心とした商圏内の客も、外出頻度が増えているため、ファッションを中心とした雑貨関連も好調な動きが続いている。	
○	百貨店（外商担当）	・国内の富裕層の動きは横ばいであるが、インバウンドは増加が期待できる。	
○	百貨店（宣伝担当）	・原料価格の上昇による価格改定は続いているものの、今後も人の流れは活発になると予想される。都心店舗を中心に、来客数が増えるとの見込みから、商材の発注額を増やしている。	
○	百貨店（販売推進担当）	・国内客については、コロナ禍の影響が薄まるものの、物価の上昇による影響もあり、全体では前年並みとなる。一方、インバウンドについては、中国人客の動き次第で急回復する可能性がある。	

○	百貨店（外商担当）	・中国からの観光客がかなり増えると予想され、それに伴って売上も増えると予想される。
○	スーパー（店長）	・食料品は、現状の集客方法を継続すれば、売上の増加が見込める。一方、衣料品はコロナ禍の収束で、夏休みや盆休みのリゾート需要が高まるため、キャンプ関連や水着、キャリーバッグなどを中心に売上が増える。
○	スーパー（店長）	・コロナ禍の収束により、アウトドア関連のほか、家飲み目当ての若者の消費が増える。
○	スーパー（店員）	・マスクを着用していない客も増え、通常の動きに戻ってきている。週末は人が集まる機会が増えた様子で、商品をたくさん買う客が多い。単価の高い果物もよく売れている。
○	スーパー（企画担当）	・各自治体でのキャッシュレス支払いキャンペーンや、専用電子通貨などの取扱が予想される。伸びている総菜部門の強化や、インスタペーカリーの新たな導入などもあり、売上への寄与が期待される。
○	スーパー（社員）	・当社の店舗だけでなく、競合店の店頭を見ても、前年よりも活気がある。今春の賃上げや最近の株価上昇の効果が、徐々に客の購買の増加につながっている。
○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行してインバウンドが増えるほか、夏に向かうことで景気が良くなる。
○	コンビニ（経営者）	・このままの勢いに乗って、景気が回復してほしい。
○	コンビニ（経営者）	・季節要因もあり、活発な動きが出てくる。
○	コンビニ（経営者）	・インバウンドもまだ増えそうで、来客数はかつての水準に戻りそうである。また、様々な商品の値上げ効果により、客単価も上昇傾向が続いており、売上の増加が期待できる。
○	コンビニ（店員）	・長期休暇もあるため、旅行客が更に増える。
○	衣料品専門店（店長）	・各種制限の解除で人流が活発になり、来客数は増えているが、原価の上昇や円安の影響もあり、先行きは予断が許されない。
○	衣料品専門店（店員）	・クリアランスセールの売出しも来月以降に始まるため、状況は良くなる。
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・出社する人が増え、街で人を見掛ける機会も増えている。
○	家電量販店（経営者）	・補助金の効果やコロナ禍の収束で消費が喚起され、販売量の増加が期待される。
○	家電量販店（人事担当）	・相変わらず来客数には期待できないが、猛暑によるエアコンの販売量の増加には期待できる。また、エネルギー価格の高騰が続くことで、高単価の省エネ製品の販売増加にも期待できる。
○	乗用車販売店（経営者）	・生産台数の回復により、新車が短い期間で届くようになっている。
○	乗用車販売店（販売担当）	・世間の雰囲気は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。旅行や高級品の購入を含め、し好品の購買意欲も高まる。
○	その他専門店 [宝石]（経営者）	・物価の上昇が少し落ち着いてくるため、株価の高い状態が続いた場合は、全般的に明るい方向に向かう。
○	その他専門店 [食品]（経営者）	・コロナ禍の習慣で帰宅時間が早くなっており、夜の繁華街では客足の引きが早い。飲食店などは客の回転数が減っている。ただし、回復に時間は掛かるものの、全体の活気は高まっている。
○	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	・生活用品の値上げに歯止めが掛かるどころか、更に上がる一方である。生活必需品であり、客は受け入れざるを得ないため、買い控えの動きは見られない。また、女性のメイク関連商品が少し動き出しており、以前のように化粧品関連の売上も増えている。
○	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	・来客数は前年比で105%となっている。
○	一般レストラン（企画）	・5月8日以降、コロナ禍での各種規制が全面解除されたことで、人流に変化が出てくる。テレワークから会社での勤務に変わった影響か、ランチタイムの販売量が伸びており、全体としても好調を維持している。
○	その他飲食 [ファーストフード]（店員）	・物価は上がっているが、コロナ禍の影響がかなり落ち着いたなか、ウィズコロナに向けた日本人の考え方が根付きつつある。このままではいけないと考え、外に出る人が増えたほか、インバウンドも増えているため、景気は上向きになる。

○	観光型ホテル（経営者）	・コロナ禍がどの程度収束するかに懸かっているが、今のところは徐々に良くなっている。
○	都市型ホテル（総務担当）	・宴会の利用は徐々に回復が進んでいるが、レストランの利用は回復が遅れている。
○	都市型ホテル（客室担当）	・企業や個人のマインドはほぼ元に戻っている。コロナ禍で我慢していた人の動きが活発化し、夏休み需要にも期待できる。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	・客室部門では直近の予約が多く、稼働率が上昇している。新型コロナウイルスが5類感染症に移行した影響もあり、レストランは小規模なグループによる予約が増えている。例年開催されている、懇親会や同窓会などの宴席も、以前と同じではないが、参加人数が戻りつつある。
○	旅行代理店（支店長）	・コロナ禍による各種制限が取り払われ、消費マインドがようやく上向いてきたなか、旅行マインドも旺盛になりつつある。物価の上昇による影響は残るものの、夏休みに向けて旅行に関する動きは上向くと予想される。
○	旅行代理店（役員）	・海外旅行の需要も戻りつつあり、国内旅行と合わせると、新型コロナウイルス感染症発生前の8割程度の回復が見込まれる。
○	タクシー運転手	・全国旅行支援などの施策の効果は大きく、出かける人が増えた。外国人観光客の動きもあり、ホテルの動きもふだんより良くなっている。
○	通信会社（営業担当）	・協業相手とのコラボレーションを実施する予定であり、引き続き客の関心が集まる。
○	遊園地（経営者）	・消費行動は確実に活発になっているが、人手不足により受入体制が整わず、チャンスロスが生まれている。コロナ禍の長期化で経験不足の人材も増え、需給バランスが整うまでには時間が掛かる見込みである。
○	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	・夏に向けて、ますます大小のイベントの開催が増え、外出の機会が増えると予想される。物価の上昇が、趣味や娯楽面への程度の影響を及ぼすかは不透明であるが、趣味や娯楽に対する消費意欲は高まっている。
○	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・中国からの観光客を中心に、インバウンドの回復が期待される。
○	その他レジャー [スポーツ施設]（業務担当）	・人が動くことで、何らかの上向きの傾向はみられる。
○	住宅販売会社（経営者）	・建材価格の上昇の価格転嫁も進んできて、全体的に落ち着いている。
○	住宅販売会社（経営者）	・徐々にインバウンドも戻りつつあり、市場が刺激されている様子がみられる。
○	住宅販売会社（総務担当）	・客との面談回数が増え、それに伴って仕様も高額化の傾向にある。
□	商店街（代表者）	・多くの店が苦戦しており、急に良くなるとは思えない。
□	一般小売店 [花]（経営者）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、経済面でも多少は動きが出てきたが、全てが動き出したわけではない。光熱費などの値上がりで利益率も上がらず、景気の回復には至らない。
□	一般小売店 [衣服]（経営者）	・数か月後に景気が良くなる要素は全くなく、物価の上昇などを考えると、今よりも悪くなる可能性の方が高い。新型コロナウイルス感染症への対応の緩和で、社会の変化に対する期待と不安が入り混じっている。
□	一般小売店 [自転車]（店長）	・価格が上がることはあっても、下がることはない。
□	一般小売店 [呉服]（店員）	・以前は、ふだん着のつむぎといった高額品も動いていたが、今は購入があっても、振り袖や仕事で使う色無地などの商品に変わってきている。
□	百貨店（売場主任）	・今後も、都心店の好調に対し、郊外店がやや苦戦するという構図が続く。ただし、百貨店全体としては好調が続くと予想される。
□	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症への意識は低下しているが、食料品などの多岐にわたる商品の値上げにより、消費マインドは低下している。
□	百貨店（商品担当）	・株高などによる富裕層の購買意欲の向上や、インバウンドの回復が好材料となるが、物価の上昇による節約志向の強化で相殺される。

<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・百貨店が強みをもつ、母の日などの季節商戦は盛り上がるが、ふだんの生活は節約ムードが続き、お金を使う客は富裕層に限られる。百貨店で買物をしなくても生活ができることを、コロナ禍で認識されてしまったと感じる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・インバウンド需要の回復を期待したいが、中国での新型コロナウイルスの感染拡大やウクライナ危機といった不安要素の解消には、しばらく時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	・5月のグループ店舗の売上や来客数をみると、都市部の本店が好調な一方、郊外店は厳しい状況が続いている。売上の前年比は、本店がプラス3.0%で、3つの郊外店がマイナス6.2%、マイナス3.2%、マイナス2.3%となっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	・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は、相次ぐ値上げもあって伸びが鈍化しており、この傾向は継続することが予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	・現状は堅調な推移であり、先行きも同様の動きが予想される。外出関連の需要が高まり、イエナカ需要はやや下降する形となる。今夏は気温が高めとなる予想のため、紫外線や暑さ対策関連の商材をしっかりとそろえる予定である。また、コロナ禍の収束後の、夏の買換え促進もキーワードとなる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・ポイントの付与施策により、現状維持が予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価が引き続き上昇するか、高止まりの状況となる。店頭価格の上昇で1品単価はアップしているが、販売点数のダウンが続き、結果として売上の減少傾向が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・来客数や購入点数に変化はないと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・例年よりも梅雨入りが早く、強い台風が発生するなど、異常気象の影響が懸念される。以前は雨天の翌日は販売が伸びたが、コンビニやネット通販などの選択肢も増え、それほど期待はできない。今後は天候の影響を大きく受ける可能性がある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・当面は状況に変化はない。食費や電気料金などの生活費の上昇で可処分所得の減少が続くことから、低価格志向が強まり、プライベートブランド商品の販売が伸びる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・今の来客数はこのまま維持できそうであるが、単価が結構上がってきたほか、ブラジルの鳥インフルエンザによる影響で、日配品の更なる値上げが懸念される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・店の立地から、来店客には高齢者が多い。いろいろな物が値上がりしても受け入れており、今までと変わらない動きを続けている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・消費の拡大につながる要因が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・余り変化は感じないため、現状の来客数が見込まれる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・しばらくはこの状況が続き、夏のボーナス商戦にも期待できそうにない。猛暑となればエアコンの販売が期待できるが、省エネのリフォーム補助金も早々と予算が尽きる予想から、既に販売促進活動もストップしており、厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・変わらないというよりも、先のことは分からない。現状は、近年まれにみる不景気が続いている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・中古車相場も下がったまま回復していないため、今後も状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	・夏物商材を中心に順調に推移しているが、インバウンド需要は現時点で大きな変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・人の流れは戻りつつあるが、既存の客層以外の、若い世代へのセールスポイントが求められる。若い世代は、高級ブランドのアクセサリーなどは購入するため、商品の質やコストを見直す必要がある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・コロナ禍に伴う貯蓄の増加、リベンジ消費、賃上げによる好影響と、今後の消費者物価の上昇による悪影響に、景気が左右される。その結果、向こう3か月間の景気は現状の推移が続く。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・今の状況に変化はないため、売上も変わらない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・インフルエンザの流行もあり、まだ先行きの回復を安易に考えることはできない。

□	一般レストラン（経営者）	・コロナ禍で失った信用や支持を取り戻せない飲食店は、経営の継続が難しくなっている。今後は店ごとの明暗が分かれるなかで、閉店を余儀なくされる店舗が増える。また、仕入コストの上昇が続くため、利益を上げるにはまだ時間が掛かる。
□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・消費者はかつての生活に戻っているが、物価が上がっており、生活は厳しい。電気料金の値下げの報道はあったが、以前の生活レベルには戻れない。
□	観光型旅館（経営者）	・3年間にわたって旅行に行けなかった分の需要が、全国旅行支援の後押しもあって増えた後、直近では一巡したと感じる。旅行に回せる予算の余裕は景気に左右されるため、全体の給料が上がって旅行を楽しもうという雰囲気になるかどうか、業界の活性化のポイントである。
□	観光型旅館（経営者）	・単価の高いホテルの動きが悪い状況であり、先行きも大きな変化はないと予想される。
□	都市型ホテル（管理担当）	・利用に占めるインバウンド比率は高まるものの、全体の売上は現状維持で推移する。
□	旅行代理店（店長）	・前月と余り動向は変わらず、海外旅行の相談はあるが、なかなか受注につながらない。国内旅行の受注も、以前の40%程度にとどまっている。
□	通信会社（役員）	・大手通信事業者による代理店の運営方針が変更されるか、計画されているキャリアショップの削減が完了するまでは、状況の改善が見込みにくい。
□	競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走の売上は、ここ数か月は前年比でやや低調であるが、依然として高い水準で推移している。今後はコロナ禍の収束後の動きを見極める必要があるが、しばらくは現状が維持できそうである。
□	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・企業業績の好調や株式市場の活況、給与所得の上昇といったプラス材料と、原材料やエネルギー価格の上昇による消費の冷え込みが、当面はきつ抗すると予想される。
□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の交流戦や人気球団の試合があるほか、人気グループのコンサートなども予定されている。また、夏休み期間となるため、多数の来場者を見込んでいる。
□	美容室（店員）	・人が動き出しているため、客単価が上がってくる。
□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・現状の人員体制では仕事がこなせないが、今春に新入社員が入ったわけではなく、現状の人手でやっていくしかない。本当に即戦力の良い人材が入ってこないため、数か月先も好転しないと予想される。
▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・電気代やガソリン代を始め、あらゆる物が値上がりしており、生活のやりくりが厳しくなる。節約生活を強いられるなかで、生活必需品以外に目を向ける余裕はなく、今後は厳しい状態となる。
▲	百貨店（マネージャー）	・富裕層とその他の国内客による2極化が顕在している。富裕層は比較的来店が多く、購入もみられるが、その他の層の来店が伸びていない。今後も様々な負担増が予想されるなか、富裕層以外の伸びは見込めず、それをインバウンドが補う構図が続くと予想される。ただし、インバウンドの消費は予測やコントロールが難しい。
▲	スーパー（開発担当）	・賃金の上昇や目立った景気対策もなく、少子化対策のみが発表されている状況で、景気が良くなるとは思えない。
▲	家電量販店（店員）	・6月以降は世の中の物価の上昇に左右され、景気は悪くなると予想される。
▲	乗用車販売店（経営者）	・明確な要因は分からないが、注文の減少が顕著となっている。
▲	観光型ホテル（経営者）	・団体客の問合せは増えてきたが、宿泊単価などの予算は少しシビアになっている。当地域や近隣の観光地でも、団体料金の値下げが目立ってきている。
▲	都市型ホテル（客室担当）	・全国旅行支援の終了後は、予約の伸びは緩やかである。徐々にペースは上がり始めているが、想定よりも遅い。
▲	都市型ホテル（客室担当）	・光熱費や物価の上昇による影響が広がる。
▲	タクシー運転手	・5月31日からのタクシー料金の値上げにより、利用率は少し低下する。5000円を超えた分の料金が半額となる、遠距離割引が廃止されるが、ドライバーの生活水準のアップにつながるのかは不透明である。

	▲	通信会社（社員）	・回復要因が見当たらない。物価の上昇と、賃金の増加が見合っていない。生活費の増加が顕著であるため、家庭では生活防衛のために固定費の見直しが進む。
	▲	通信会社（社員）	・社内決定により、今後は値引きの制限が厳しくなるため、販売台数は一時的に落ち込む。
	▲	ゴルフ場（支配人）	・円安傾向の影響が再び出てくる。一旦落ち着いていた仕入価格も上がってきたため、景気はやや悪くなる。
	▲	競輪場（職員）	・6月に値上げが予定されているため、消費マインドが下がると予想される。
	▲	その他サービス [学習塾]（スタッフ）	・依然として値上げの動きが続くなかで、教育に掛ける予算が削られると予想される。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・新築分譲マンションの販売価格は、都心のみでなく、郊外も上昇している。今後の販売予定価格では、消費者がついてこれられないため、販売が苦戦する物件が増える。
	▲	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）	・外国人観光客はかなり増加しており、観光業や飲食業は良くなっているが、今後の米国経済の状況によっては、国内景気は悪くなる。
	▲	その他住宅 [展示場]（従業員）	・建築資材価格の高騰で、各社が建築単価を上げたほか、電気代やガス代等の上昇もあり、このタイミングで新しく家を取得しようという気持ちにはなりにくい。政府による新たな住宅取得策に期待したい。
	▲	その他住宅 [情報誌]（編集者）	・コスト上昇の動きは続くため、住宅価格の上昇も続くほか、その上昇幅は更に拡大することから、市場の先行きは厳しくなる見通しである。
	×	一般小売店 [貴金属製品]（従業員）	・増税に向けた動きにより、悪影響が出る。
	×	衣料品専門店（経営者）	・コロナ禍の影響は収束したといわれているが、客が買物に出ないため、今後も悪くなる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・賃金の上昇は限定的であり、多くの人は収入が減少している。
	×	家電量販店（店員）	・補助金施策のインパクトが強いため、補助金が終わると、次回まで待つという客が発生している。そもそもメーカーの出荷が間に合っていないなかで、補助金の受付が終了するほど売れるという状況は珍しい。その陰には、販売現場での企業努力があることを理解してほしい。
	×	住関連専門店（店長）	・燃料費の上昇による原価の高騰が深刻で、円安が続いていることも打撃である。客の買い控えと客単価の低さは、もはや通常の動きとなっている。
	×	一般レストラン（経営者）	・食品の相次ぐ値上げで、消費者の財布のひもが固くなり、家族での外食回数は減少する。
	×	一般レストラン（店員）	・物価の上昇により、今後は悪くなる一方である。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	食料品製造業（従業員）	・コロナ禍も収束し、今年は夏祭りなどのイベントも開催されると聞いている。今までの開催されなかった分の上乗せも予想されるため、状況は良くなる。
	◎	木材木製品製造業（経営者）	・輸入販売業は、為替や船の運賃といった外的要因に大きな影響を受ける。直近は以前のような円安傾向や運賃の高騰が落ち着いてきたため、一定の商品の売上や利益が見込まれる。
	◎	経営コンサルタント	・コロナ禍の影響や景気の動き、人流や商売の傾向をみても、上り調子になることが予想される。
	○	繊維工業（団体職員）	・今後は需要期となるため、受注量が増えることを期待している。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・年度初めの立ち上がりの悪さは、例年の動きであり、今後は通常の回復を見込んでいる。
	○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・物価の上昇は懸念材料であるが、大手企業を中心に賃上げが進んでいるほか、コロナ禍も収束に向かいつつある。企業業績も増益の取引先が多く、インバウンド効果も期待できるため、先行きはやや良くなる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・期待も込めて、景気には上向き気配がみられる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体業界での海外からの追い上げは厳しいが、まだ数年間は日本企業も頑張れそうである。
	○	電気機械器具製造業（経理担当）	・不確定要素がまだ多いため、先行きは楽観できない。
	○	輸送業（商品管理担当）	・夏に向けて酒類の販売が伸びてくるため、少し良くなる。

○	金融業（副支店長）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行したことで、人の動きはインバウンドを含めて良くなる。大手企業が主体であるが、賃金のベースアップも行われたため、消費は良くなると予想される。
○	広告代理店（営業担当）	・前年以降、We b媒体、紙媒体共に、広告売上が前年の水準を上回る状態が続いている。
○	経営コンサルタント	・商店街の各店舗は、店の前の人通りが増えてくれば、それを取り込もうと考える。そのための行動が、取引先の購買意欲の刺激につながる。
□	食料品製造業（営業担当）	・人流はこれからも増えるが、物価の上昇や電気代、ガス代の値上げで、消費者の財布のひもは固くなるため、景気は余り変わらない。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・販売量や受注量の増加についての情報が無い。
□	化学工業（経営者）	・問合せや引き合いなど、新たな案件の動きは緩やかな回復傾向が続いている。
□	化学工業（企画担当）	・インバウンドの回復により、土産の菓子などの需要が急激に増えている。今後のコロナ禍の推移次第ではあるが、これらの需要は今後も安定的に増える予想される。
□	化学工業（管理担当）	・取引先からは、購入量が増えるといった情報が少ない。
□	金属製品製造業（経営者）	・自動車関連の受注内示をみると、電気自動車の関連部品は動き出す気配があるものの、一般の部品は在庫調整もあり、足踏み状態である。
□	一般機械器具製造業（設計担当）	・値上げで買い控えていた状況と比べて、徐々に良い方向となりそうである。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・円安基調による物価の上昇や、電力各社による電気代の値上げなど、家計にとって厳しい状況がしばらく続く。
□	建設業（経営者）	・2024年問題といわれる働き方改革が迫るなか、公共工事はそれなりに対応が進んでいるが、民間の工事でも週休2日に対する意識の強化や、経費と工期面での理解をお願いしたい。
□	建設業（経営者）	・材料の入手状況や、協力企業の繁忙状況が変わらない限り、良くなるとはいえず、現状維持が予想される。
□	建設業（営業担当）	・コストの増加分が受注額に転嫁できていないケースが散見されるため、当面は収益が圧迫される。
□	輸送業（営業担当）	・家計の間では、家具を購入する優先順位が低いいため、今後も売上が増えない。
□	金融業（営業担当）	・まだ景気の改善には時間が相当掛かる。
□	金融業 [投資運用業]（代表）	・最近の株高の動きが一過性ではなく、円高傾向も進んで物価の上昇にも歯止めが掛かれれば、一定の景気浮揚の材料にはなる。ただし、政府の政策動向や中国、ロシアの動向次第では、生活に大きな影響が出そうで不安である。
□	広告代理店（営業担当）	・しばらくは今のような状況が続くと予想される。
□	司法書士	・新型コロナウイルスの新規感染者数は落ち着いてきたが、不安感はまだ消えていない。物価上昇の問題もあるため、しばらくはこのままの状態が続く。
□	その他サービス [自動車修理]（経営者）	・物価が上がっている一方、賃金は変わらないため、財布のひもが締まった状態であり、景気は上向かない。
□	その他サービス業 [店舗開発]（従業員）	・7月からは、いよいよ中国人観光客の本格的な来日が予想され、インバウンド需要の拡大が期待できる。ただし、電気料金や物価の上昇による影響で、消費マインドが徐々に低下することから、現状維持が予想される。
▲	繊維工業（総務担当）	・再び円安に振れている分、価格転嫁が難しいため、利益の確保が困難になっている。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が増えず、引き合い件数も少ない。
▲	その他製造業 [履物]（団体職員）	・物価の上昇や円安の状況は変わらない。
▲	建設業（経営者）	・住宅に関する優遇税制が縮小傾向にある。また、物価の上昇で建築価格も高止まりとなり、住宅ローンの借入れが厳しい客も出てくると予想される。
▲	輸送業（経営者）	・とにかく売行きが悪い。今年の新商品は以前の商品とほぼ同じであるが、価格が大幅に上昇しているため、売れるとは思えない。
▲	通信業（管理担当）	・エネルギー価格の高騰による食料品価格の値上げで、家計は更に悪化傾向となる。

	▲	不動産業（営業担当）	・これからますますコロナ禍関連の補助金も減少し、銀行融資も厳しくなるため、景気は悪化が進む。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・出荷量が減るなかで、人件費や外注加工費、エネルギーコストが上昇し、採算が悪化している。その一方、大手の取引先では、購買担当部署が価格転嫁の受入れにかなり消極的となっている。
	×	輸送業（営業担当）	・運送業界では、運賃の値上げをして荷物量が減った会社と、値上げをせずに荷物が増えたものの、それをさばけなくなっている会社の2極化が発生している。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・産業や経済の動きが低迷し、先行き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）	・世界情勢に一抹の不安はあるが、しばらくは回復基調が続く。
	○	人材派遣会社（役員）	・先行きは依然として不透明ながらも、米国の債務不履行の回避や、日本の株式市場への海外からのマネー流入、国内の旅行者やインバウンドの増加により、売上の伸びがしばらく続くと予想される。
	○	人材派遣会社（支店長）	・第2四半期になれば、少し回復することが予想される。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・中国からのインバウンドの回復はまだ本格化しておらず、その部分の上積みはあるものの、国の政策方針として、企業や消費者の負担が増えることは間違いないため、景気が目に見えて良くなることはない。
	○	職業安定所（職員）	・求職者による就職件数は前年比で僅かに減少している。ただ、応募数は横ばいであるが、就職面接会への参加状況などをみると、求職者の就職意欲は高まっている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・コロナ禍の影響が変化する。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・新卒採用は夏に追加募集の掛かるケースが多いため、2024年卒の採用も、求人関連の広告増加や、合同企業説明会への出展増加が見込まれる。また、2025年卒を対象としたインターンシップなどの広報も例年以上に多く、かつ動きが早期化しているため、夏に向けて増える見込みである。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルス感染症に罹患した学生が、今月は2名と大幅に減少した。まだマスクの着用は解除していないが、そろそろ解除を検討したい。これらの事情から、先行きの見通しは明るい。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・2024年3月卒の新卒採用が始まり、内定や内々定を得る学生が増えてきた。企業の担当者との会話では人材不足の話題も多いため、現時点では求人が急減するような動きはない。
	○	その他雇用の動向を把握できる者	・物価の上昇や価格転嫁の不調などが、雇用に及ぼす影響が懸念されるものの、深刻な人手不足から、求人は堅調に推移する見込みである。一方、求職者はゴールデンウィーク明けから、賃金増を見込んで積極的な応募を開始している。全体的に就職活動の動きが増えており、就職活動の活発化が期待される。
	□	人材派遣会社（経営者）	・今年度の第1四半期はまずまずの景気であり、7月からの第2四半期にも期待できる。派遣先によっては、優秀なスタッフをじっくりと見極めた上で直接雇用へ切り替える動きと、派遣社員のままで活用する動きの2極化がみられる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・夏場に向けて、観光や宿泊、飲食業での需要が伸び、一時的な人材争奪戦となることが予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・当面は企業側で不安定な状況が続くと予想される一方、求職者の動きに変化はない。世代によっては、売手市場になることが予想される。
□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・半導体関連やインバウンドなど、業績が回復しつつある企業も多く、国内の株価は上昇している。ただし、インフレは続いており、米国政府の債務上限問題やウクライナ危機など、国内経済に大きなダメージを与える不安定要素も多い。今後の景気は上下のどちらにも向かう可能性がある。	
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西企業のプロモーション費用は、現状と同じ水準で推移すると予想している。	
□	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で減少し、特に55歳以上の登録者の減少率が高くなっている。一方、雇用保険受給者は増加しており、物価の上昇の影響もあって、より良い条件への転職を狙った離職がみられる。	

□	職業安定所（職員）	・物価やエネルギー価格の高騰により、先行きが不透明な状況にある。
□	民間職業紹介機関（職員）	・大阪・関西万博の関連工事が増える見込みであるが、それを請け負う大手ゼネコンを中心に、下請企業の社員に対する現場への入場条件が厳しくなっている。それに伴い、下請の中小建設業者による求人動向に制限が掛かっている。
□	民間職業紹介機関（支社長）	・当地域における慢性的な人手不足感は依然として強い。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・値上げも一段落してきたが、落ち着きどころがみえないため、不安定な状況が続くと予想される。
▲	—	—
×	—	—