

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（服飾品担当）	・中国からの観光客の来店はまだ少なく、今後7～8月以降は増加が予想されるため、売上の増加が見込まれる。また、マスクの着用が徐々に減っていくなか、女性のメイク需要の回復が予測される。コスメなどの売行きが良く、サングラスの販売も前年の2倍以上に伸びているため、関連市場の成長が予想され、今後の売上に期待が持てる。
	◎	百貨店（売場マネージャー）	・今後は長期休暇などで人流が活発化し、更なる回復が期待される。ただし、消費がモノからコトにシフトすることも考えられるため、小売業には大きな追い風とされない可能性もある。
	◎	乗用車販売店（支店長）	・コロナ禍の収束やインバウンドの回復、株価の更なる上昇により、経済の回復余地はまだあると予想される。
	◎	高級レストラン（企画）	・中国からのインバウンドの回復が予想されるほか、夜間を中心とした外食需要の回復が見込まれる。
	◎	一般レストラン（店主）	・季節的にもイベントや行事などが増えるため、客も多くなると予想される。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの需要が大きく、外国人観光客の比率は7割と、国内客を大きく上回っている。全国旅行支援は終了となるが、手続きでスタッフが時間を取られることも無くなることで、シフト面での余裕が出てくる。一方、バーなどの食堂部門の人手が足りず、やむなく定休日を設けている状況であり、なかなか戻らないサービス要員の補充が急務となっている。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	・インバウンドの増加により、増収が見込まれる。
	◎	旅行代理店（役員）	・クルーズ需要の回復や海外旅行の増加に加え、国内旅行の需要は更なる加速が見込まれる。
	◎	観光名所（企画担当）	・今年度のこれまでの状況に加え、今後も良い傾向が続くとすれば、以前の年間来場者数にまで回復すると予想している。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・飲食関係は客が戻ってきており、旅行関係もかなりにぎわっている。後は、一般消費者が物価の上昇にどう反応していくか、物価の上昇がいつ止まるかによって変わってくる。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	・浴衣が動き始めたほか、客の間で着物を着て出掛けようという動きが増えてきた。気分転換に、着物を着て食事に行こうという客も増えている。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・お中元商戦もあり、前月よりも多少の販売量の増加が期待される。
	○	百貨店（企画担当）	・中国本土からの観光客が更に増える予想される。かつては、中国本土からの観光客の売上がほとんどであったが、現在はそれ以外の地域のシェアも上がっている。
	○	百貨店（サービス担当）	・今後も物価の上昇が懸念されるが、来客数や売上の増加傾向に変化はなく、好調な推移となる。また、イベントや催事を中心とした来店促進策を強化することで、夏商戦にも期待できそうである。
	○	百貨店（販売推進担当）	・インバウンドについては中国の動向次第であるが、増加する見通しである。国内客も、コロナ禍の収束で回復が見込まれる。
	○	百貨店（マネージャー）	・地元の商圈を中心に、国内客の消費が堅調であるほか、インバウンドの増加が売上の改善に大きく貢献している。直近は、中国人客による売上の増加が顕著である。
	○	百貨店（外商担当）	・現状に加えて、インバウンドの更なる増加が見込まれる。円安傾向が続くならば、インバウンドへの販売数量と販売価格の両方の改善が期待される。
	○	百貨店（外商担当）	・インバウンドについては、中国からの旅行者がまだ増えると予想される。国内では、富裕層が求める商品の供給がまだ十分ではないため、今後の供給の増加に伴い、売上の増加が見込まれる。
○	百貨店（商品担当）	・インバウンド向けの商材が好調であり、今後はインバウンド関連の好調が、全体的な景気に波及すると予想される。	
○	百貨店（店長）	・6月末で店舗の改装が完成したため、来客数の回復が見込まれる。	

○	百貨店（マネージャー）	・業界はインバウンド需要に支えられ、一定の好調な動きが続く。一方、国内客は夏休みなどで人流がより活発となり、関連消費は期待できるが、生活必需品は選択消費の動きがより顕著となる。
○	スーパー（企画担当）	・総菜やベーカリーの販売が堅調に伸びている。やはり、外食の値上げ幅が大きいため、需要が流れてきている。コロナ禍の収束後も、家庭での内食需要は減っておらず、価格が相対的に安いスーパーへの需要がみられる。
○	スーパー（社員）	・この2～3年間は、コロナ禍の拡大による内食需要の増加と、その後の反動減により、スーパーの売上は大きく増減した。今年に入ってからの変動が落ち着いており、販売促進策によって需要が喚起できる状況になったと考えている。
○	コンビニ（経営者）	・観光シーズンに入り、外国人観光客も増えているため、景気は良くなる。
○	コンビニ（経営者）	・インバウンド需要が今よりも増えることが予想されるほか、値上げによる買い控えもほとんどみられない。来客数、客単価共に、現在よりもまだ上向きそうである。
○	コンビニ（店員）	・天候が良い日が多くなる。
○	コンビニ（店員）	・気温の上昇や外出の自粛傾向の終了で、来客数が増える。
○	衣料品専門店（店長）	・マスクの着用が自由化され、人の動きも増えたことで、売上は増加している。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているため、不安は残る。
○	衣料品専門店（店員）	・夏のクリアランスセールも7月に行われる予定であり、今後は良くなる見込みである。
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・良くなってもらわなければ困る。
○	家電量販店（経営者）	・2023年の住宅関連の補助金により、給湯器や水回りの商品の販売増加が期待できる。
○	家電量販店（店員）	・今年の夏は暑くなる予想であり、梅雨が明けるとかなり気温が上がるため、主力のエアコン需要は増える見込みである。ただし、競合他社による出店もあり、需要が分散されることで厳しい状況も予想される。
○	家電量販店（人事担当）	・梅雨明け以降、猛暑になると予想されているため、エアコンや冷蔵庫、洗濯機の販売量が伸びる。
○	乗用車販売店（経営者）	・半導体の供給の遅れはいまだに解消されていないが、以前よりも納車までの期間が短くなっている。それに伴い、新車の予約が少しずつ増えている。
○	乗用車販売店（販売担当）	・在庫量が回復しているため、今後は良くなると予想される。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・ようやく行動制限が解除され、観光客も増えつつある。来月はボーナス商戦もあり、客の財布のひもも緩むと期待している。
○	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・各種の制限もなくなり、海外旅行者も増加するなか、化粧品や嗜好品の販売が増えている。全体としても、生活必需品の値上げの影響を上回る伸びが期待できる。現時点ではインバウンドの増加による影響はほとんどないが、減少要因もみられないため、今後の伸びに期待したい。
○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・コロナ禍が少し落ち着いたと同時に、共存していかなければならないとの意識が高まっている。海外からの旅行者が増え、来客数もかなり増加しているため、今後は良くなる。
○	観光型旅館（団体役員）	・例年は7～8月の夏休み期間で海水浴に来る客が多く、今後は繁忙期となるため、先行きが期待される。
○	都市型ホテル（総務担当）	・宿泊・宴会は以前の水準に戻るが、レストランはコロナ禍での3年間の自粛による影響か、飲酒を伴うディナーの回復に時間が掛かっている。
○	都市型ホテル（客室担当）	・夏のボーナスが軒並み支給されると聞いているため、夏休み前後の需要に期待している。
○	都市型ホテル（フロント）	・全国旅行支援は終了したものの、夏休みに入るため、レジャー需要に期待したい。ただし、4～5月と比べて単価が1000円近く下がっているため、いかに単価を上げて販売するかが、今後の課題である。
○	タクシー運転手	・全体の各種値上げが浸透してくれば、消費は安定してくると予想される。また、インバウンド効果もあり、少しずつ経済も上向きに転じる。

○	遊園地（経営者）	・5月以降、消費活動は確実に活発化している実感はあるものの、消費の対象となる選択肢の拡大もあり、人気の観光地のような回復には至っていない。人手不足も引き続き課題であり、夏休みの需要を取り込むべく、体制の整備や集客施策の打ち出しに努めている。
○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・引き続き、インバウンドの増加が期待される。施設によっては、中国からのインバウンドの回復により、かつての水準を上回る可能性もある。
○	美容室（店員）	・マスクの着用が緩和され、外出の動きが増えているため、来店のパースがかつての水準に戻りつつある。6月末からの暑さによる予約の増加も、今後の売上の期待材料である。
○	住宅販売会社（総務担当）	・来客数の増加や、契約までの日数の短縮などで、全体的に契約量が増えている。
□	商店街（代表者）	・買物が慎重になっている。単価の低い商品でも、購買の決定に時間が掛かっている。
□	一般小売店〔時計〕（経営者）	・全く先が見通せないため、期待もできず、悲観することもできない。先日、新型コロナウイルスの感染第9波関連の報道があったが、5類感染症に分類されたことで、更に自己責任の度合いが強くなり、年配客は自ら行動制限を行うと予想される。ちょうど熱中症リスクも高まるため、人出は更に悪くなる。
□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・秋のシーズンが到来するまでは、しばらくはインバウンドも落ち着いた状況で推移する。
□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、商店街の人通りは増えたが、販売量は伸びていない。夏以降、コロナ禍がどう推移するのか全く予想できず、見通しが立たない。
□	百貨店（売場主任）	・都心部では、一部の富裕層向け商品を除き、国内客の需要が大きく伸びない一方、インバウンド需要は増加傾向が続くと予想される。それに対し、地方は人口の減少や都市部への流出に加え、インバウンドの恩恵も少なく、苦戦が続く。また、所得が増えないなか、中間層の消費にも期待できない。
□	百貨店（企画担当）	・売上は前年を上回っているものの、各品目の値上げの影響で、購買客数の伸びは小さい。
□	百貨店（売場マネージャー）	・来客数が減少傾向にあるほか、食料品価格の高騰や水道光熱費の値上げなど、生活必需品の価格の上昇で、生活防衛意識が強まっている。
□	百貨店（管理担当）	・コロナ禍の影響は更に収まることを期待したいが、資源価格や物価の上昇には落ち着きがなく、全体の景気は一進一退の状況が続く。
□	百貨店（販促担当）	・大きく変化する要素が見当たらないなか、現状の良い動きが続く。インバウンドを含む人出に支えられ、各種の消費の増加につながると予想される。ただし、大規模な回復には至らず、生活防衛を意識した動きになりそうである。全体的には、販売量の拡大と単価の上昇を狙う展開となる。
□	百貨店（マネージャー）	・株価の続伸といった好材料はあるものの、その影響は一部の富裕層にしか波及していない。全体的には、相次ぐ値上げや社会保障負担の増加予想などで、消費マインドは回復しておらず、身の回りの景気が良くなる見込みは薄い。
□	百貨店（営業推進担当）	・現状の売行きは回復傾向は今後も続き、インバウンドの動きも回復が続くことから、景況に大きな変化はない。
□	百貨店（店長）	・ショッピングモールでさえ、最近は交通の便の良い立地に出店している。今後、郊外の店舗については、百貨店に限らず存続が難しくなってくる。
□	百貨店（宣伝担当）	・夏休みに向けて、旅行や観光に関連した消費が続くと予想されるが、あらゆる商品の値上げで販売点数は減少するため、景気には変化はないと予想している。
□	スーパー（店長）	・物価の上昇や円安の進行など、消費意欲を低下させる動きが続いており、景気の上昇を妨げる原因となっている。
□	スーパー（店長）	・景気の変動材料が見当たらない。
□	スーパー（店員）	・雨が続けば、野菜の価格が変わるほか、果物の生育状況も変わるため、今後の更なる値上げにつながれば、ますます厳しくなる。また、暑くなり過ぎても、同じように厳しい状況となる。
□	スーパー（企画担当）	・競合先による出店もないため、現状維持が続く。

<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・日常生活に落ち着きが見られ、旅行や外食はかつての動きに戻っている。インバウンドの売上も回復が進んでおり、今後は物価の上昇と、夏休みを中心とした消費の活性化のせめぎ合いになる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・値上げによる買い控えの動きは、予想したほど目立っていない。ただし、商品の値上げ傾向に収束の見込みはないため、今後の販売量の動きを注視する必要がある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（開発担当）	・7月になっても値上げラッシュが止まらず、収入も増える様子がない。政府は少子化対策を検討しているが、景気対策への関心は低い。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・一部では盛り上がりが見られるが、忙しい店と暇な店が大きく分かれており、酒の販売は売上が伸びていない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・いかに近隣に施設が増えても、入居の状況は企業の動き次第であり、緩やかな変化にとどまる可能性もある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスへの恐怖は早くも薄れそうであるが、新規感染者数がまた増え始めたというニュースもあり、今後も急に何が起きるか分からない。安定的に良い動きが続くとはなかなか思えないが、大阪・関西万博の盛り上がりには期待している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・特に目立った変化は感じられないため、しばらくはこのまま安定的に推移する。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・この先も物価の上昇が続くことで、客の買い控えが心配される。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・円安の進行による物価の上昇が予想される。その一方、賃金や年金は頭打ちであるため、個人消費は冷え込む可能性が高い。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・今の状況では何も変わらず、来客数が増えるとも思えない。政府による生活への支援により、少しでも楽な生活ができるようになれば、家電量販店に足を運ぶ人が増える。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・電気代を中心とした光熱費の値上げと、夏の猛暑が重なり、エアコンの利用の増加による家計への影響はかなり大きくなる。それに伴い、耐久消費財への消費はかなり落ち込むと予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・過去の契約分の納車にまだ追われており、業況は高位安定の状態が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業企画）	・しばらくは様子見の状態が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・これ以上は良くなる要素がないため、横ばいと予想している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石]（経営者）	・今の厳しい状態や、物価の上昇が改善する見通しのほか、景気が良くなる兆候は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [食品]（経営者）	・しばらくは、消費が低迷すると予測している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・夏に向けて、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が予想されているが、5類感染症への移行で、経済活動への影響は限定的となる。また、各種の値上げで物価は確実に上昇しているものの、しばらくは現在の景況感が続くと思われ。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・コロナ禍の収束で旅行などの動きが増えている。円安の影響で海外旅行ではなく、国内での旅行や行楽に需要が向かっているため、業況の改善は難しい。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	・インバウンドによる消費は増えているが、国内客の消費が減少気味である。物価の上昇関連の報道も多く、消費を抑える雰囲気がある。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・値上げの影響で一時は売上が減少していたが、それも落ち着いてきた感があり、今後も現在の動きが続く。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・前年と比べると回復傾向にあるが、ここ数か月は変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えたと報じられると、高齢者が出歩かなくなるなど、一進一退の状態である。大きな宴会はなくなり、家族での会食が少しみられる程度である。物価が上がるなか、消費者の財布のひもは緩まない。

<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・人件費や光熱費の上昇、7月からの仕入価格の更なる上昇など、利益を左右する問題に対応していかなければならない。まだそれほど売上は伸びていないため、見た目は景気が回復しているようでも、まだリスクや問題は山積みであり、実際の回復には時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店員）	・価格の上昇が原因か、ほかに要因があるのかは分からないが、上向き要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・一部の人は給料も上がっているほか、非課税世帯への手当も増えているが、平均的なサラリーマン家庭は給料も上がらないなか、育児や生活費の負担は増えている。物価が上がるなか、生活は厳しくなっている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・コロナ禍が完全に終息していないため、世の中全体の動きが鈍い。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・7月以降も動きはそれほど活発ではなく、単価の安い商品を出さなければ、なかなか予約に結び付かない。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・大きな出来事がなければ、現状維持が予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・インバウンドの回復は顕著であるが、単価の伸び悩みが懸念されるため、現状維持と予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・インバウンドの増加を含む、新型コロナウイルスの5類感染症への移行効果はあるが、その他に大きなプラス材料は見当たらない。物価の上昇による節約傾向もしばらく続くなか、本格的な消費の回復にはまだ時間が掛かると予想される。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	・週末などは、ハネムーンの客などで海外旅行の相談が増えてきた。ただし、旅行価格の高騰もあって、当店だけではなく、様々な旅行代理店を訪れる客が多く、なかなか受注につながらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・円安傾向の進行で、海外旅行を控えている人が多い。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・一定の需要の回復はみられるものの、その継続性には少し疑問が残る。物価が上がり、可処分所得が減るなかで、現状よりも良くなる可能性は低い。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・タクシー料金も含め、様々な物の価格が値上がりしているが、暑くなるとタクシーの利用は増えると期待している。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・特に良くなることもなく、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・キャリアの料金プランが予想以上にインパクトに欠けるほか、客には分かりづらく、基本料金が実質値上げとなるケースも少なくない。他社からの乗換えでの最安プランが実質値上げとなったにもかかわらず、乗換えの目標値は上がるなど、異常な状態となっている。さらに、目標達成のために費用を投入することで、粗利も確保できない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	・キャリアの方針に変更はなく、キャリアショップの運営手数料は削減傾向が続く。端末販売台数の減少に加え、キャリアが注力している、他社からの乗換え販売を狙った販売促進費の負担が重い。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（支配人）	・予約状況や来場者数を考慮すると、現状のような動きが続く。
<input type="checkbox"/>	競艇場（職員）	・コロナ禍で増加した売上は、全国的にやや減少傾向となっているが、高水準での推移は変わらない。新型コロナウイルスの5類感染症への移行による、客の動きの変化を注視する必要はあるが、しばらくは現状が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・イベント開催予定が順調に入っているが、かつての状況に比べると、1件のイベントの価格は下がっている。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・株価の上昇や、堅調な企業業績といった好材料も多いが、新型コロナウイルスの感染第9波への不安もあり、今後の予測が難しい。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の交流戦は終わったが、人気球団の主催試合が7試合あり、ほかにも多くのコンサートが開催されるため、多数の来場者を予想している。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・現状は経費の負担が増せば、景気の下降につながる。
<input type="checkbox"/>	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える。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・建設資材価格等は、しばらく高値での水準が続くと予想される。

□	住宅販売会社（従業員）	・新築マンションの供給が抑えられており、需給バランスが悪化する状況にはない。事業主であるデベロッパーも、販売が不振でも在庫処分による大幅な値引きはしないと予想される。
□	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）	・先行きは見通せないが、観光客の戻りなどを考えると、少し良くなると予想される。ただし、賃金の上昇がみられない一方、物価の上昇は続くことから、景気全体は変わらない。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・短期的な変動要素は見当たらないが、不動産価格の全体的な上昇は継続しており、高価格帯の商品以外は、厳しい状況になる可能性が高い。
▲	商店街（経営者）	・10月からのインボイス制度の開始を前に、個人店舗が事前に値上げをする動きがある。
▲	百貨店（売場主任）	・値上げの動きに対して、収入の増加が追い付いていない。特に、年金世代の客が多い郊外店は、まともにその影響を受けている。
▲	スーパー（店長）	・単価が上がっているだけで、来客数は戻っていない。
▲	スーパー（店長）	・食料品は単価がやや上昇している一方、販売点数は若干減っている。売上全体の大きな落ち込みはないものの、衣料品の売上への影響はかなり出てくると予想される。
▲	スーパー（企画）	・ガソリン代への補助が無くなるほか、物価の上昇が続くため、見通しは厳しい。
▲	コンビニ（店員）	・秋頃、近隣に小さめのショッピングモールが開店予定である。スーパーやホームセンターが入っており、人の流れが変わることで、当店にも影響の出る可能性がある。
▲	乗用車販売店（経営者）	・極端に来客数と販売台数が落ちており、中間層による消費は厳しいと感じる。
▲	乗用車販売店（経営者）	・好材料はないが、新たな案件が入り始めた。このまま増えるかどうかは分からないが、案件が入ることすらなかった状況と比べると、良くなっている。
▲	乗用車販売店（経営者）	・国内では株価が好調であるが、生活面では物価の上昇に直面している。原材料価格も高騰しているが、価格転嫁できない中小企業も多く、景気の先行きが見通せない。海外では、依然としてウクライナとロシアによる戦争が終結せず、メーカーは半導体不足も解消できていない。今後もこの状態がしばらく続く予想される。
▲	住関連専門店（店長）	・接客した感覚では、消費者の節約ムードが強まっている。レジャーやグルメ、イベントといった体験にはお金を使っても、当店が扱うような必需品以外の商品は買い控えるという傾向は、変わることのない消費トレンドである。
▲	一般レストラン（企画）	・賃金は増加したものの、それ以上に物価が上昇している。また、円安の影響もあり、更に物価は上昇すると予想される。それに伴い、外食に割ける費用も減少し、販売量は減少に転じることが懸念される。
▲	観光型旅館（経営者）	・夏休み期間中は旅行が増えるが、直近の予約状況は悪い。大都市ではインバウンドの増加で景気は良いが、地方の状況は悪い。
▲	都市型ホテル（客室担当）	・全国旅行支援が終了する7月以降は、予約の受注ペースが鈍化している。コストが上昇するなか、予約の間際化傾向に対応し、価格を下げて販売せざるを得ず、利益の確保が難しくなっている。
▲	通信会社（経営者）	・円安の進行で、更なる原材料費の増加につながる。
▲	通信会社（社員）	・景気の先行きが見通せない。
▲	通信会社（営業担当）	・物価の上昇による買い渋りがまだ続く。
▲	テーマパーク（職員）	・物価の上昇に昇給が追い付いていない。政権運営をみていると、社会保険料の増加は実質的な増税とも判断できるため、景気の回復は期待できない。
▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・教科数の削減や退会を検討する生徒が、徐々に始めている。
▲	住宅販売会社（経営者）	・活発であった不動産の流通に、陰りが出てきたと感じる。
▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・原材料価格の高騰に伴う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）	・残業代ありきの月給で計算していた社員にとって、残業の抑制は収入の減少につながる。根本的には、残業しなくても高給が得られれば問題はないが、当社の給与体系を根本から見直さない限り、不満の解消は難しい。

	×	スーパー（経営者）	・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くとを感じる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・6月末の時点で、仕入先に夏物の在庫がない状態となっている。
	×	家電量販店（店員）	・国の補助金に加えて、一部の家電に対する自治体の買換え補助金の発表もあり、一時的に購買は伸びたが、発表から1週間程度で動きが落ち着いてきた。買換えは購入のきっかけにはなるが、一部の客に限られてしまう。また、今回先取りした需要の分だけ、7月以降の買換えの減少は避けられない。
	×	競輪場（職員）	・前年と同じような動きが続いており、これを覆して好転する兆しがみられない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・再び円安が進み、コストが上がって利益を圧迫しているほか、製品価格の上昇で注文が減る可能性もある。現地での原料調達事情も不安定であり、別の仕入先も早急に調査しなければならない。
	○	化学工業（経営者）	・まだ力強さはないが、少しずつ問合せなども増えている。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・多品種少量生産の商品の注文が増え、忙しい割に収益の増加にはつながらない。今は種まきの時期と捉え、今後の収穫を楽しみにしたい。
	○	金属製品製造業（経営者）	・各社の受注内示から判断して、今後は上向くことが期待される。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・一にも二にも、半導体業界の景況に依存している。好調な期間は5年程度続くと予想しているが、日本が技術力で負ける懸念もある。
	○	電気機械器具製造業（経理担当）	・部品に関しては問題がなくなってくる。今後の市場環境にはまだ不透明な部分があるものの、関係の業界には明るい兆しがみられる。
	○	金融業（副支店長）	・サービス業を主体に売上が増加傾向にあり、今後の景気の回復が見込まれる。
	○	広告代理店（営業担当）	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が前年から続いている。
	○	広告代理店（営業担当）	・今後は受注が少し戻りそうな兆しがある。
	○	経営コンサルタント	・取引先の宿泊業では、更にアジアからのインバウンドが加われば、かつてのような業況への回復が期待できる。
	○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・インバウンドの需要拡大が期待され、全体の景気を押し上げると予想される。
	□	食料品製造業（従業員）	・為替やエネルギー相場の推移が良くないため、再び原材料価格の値上げが予定されている。夏休みの需要といったプラス材料と相殺されたとしても、今後は良くならない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・先行きが見通せない。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・今後も受注量は微増が続くと予想される。問合せ段階ではあるが、夏のイベント等で使用するうちの制作依頼が久しぶりに入っており、コロナ禍の収束によるイベントの更なる増加に期待している。
	□	化学工業（企画担当）	・当面、新型コロナウイルスの5類感染症への移行による、インバウンドや内需の変化はないと予想される。
	□	化学工業（管理担当）	・現在のやや好調な出荷量が維持できそうである。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・今後も売上はしばらく順調に推移すると予想されるが、経費の増加も続くため、2～3か月後の景気も大きくは変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・景況は上向きつつあるが、やや良くなるとまではいえない。僅かな上向き傾向が続くと予想される。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・生活面では収支のバランスの悪い状況が続いており、客は買い控えによって対応している。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・円安の進行など、先行き不透明な状況が続いている。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・目立った受注案件がなく、売上の増加にはつながらない。
	□	輸送用機械器具製造業（役員）	・年度内の納入が予定されている案件が少ない。
	□	建設業（経営者）	・コロナ禍や、ロシアのウクライナ侵攻による原材料価格やエネルギー価格の高騰で、取引先の決算報告も芳しくない。工事の凍結や延期、縮小の話も増えている。

	□	建設業（経営者）	・物価の上昇や電気・ガス代の高騰で、高額な出費には慎重にならざるを得ない。
	□	建設業（経営者）	・資材価格の上昇による影響が出てきている。取引先の予算と実際のコストとのかい離も出始めており、対策が必要となっている。
	□	輸送業（経営者）	・工事現場では順調に作業が続いている。また、夏物商材もクリアランスセールで売れると予想される。急に仕事量が増えるとは思えないが、これ以上減少するとも思えない。
	□	輸送業（商品管理担当）	・毎年7～8月は酒類の需要は増えるが、家具の動きは落ちるため、全体的には変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	・消費者が、家具の購入にお金を使おうとするまで、現状維持が予想される。
	□	通信業（管理担当）	・ボーナス商戦の開始や、コロナ禍からの解放感で消費は活発化するが、物価の上昇が影響し、全体としては大きな変化はない。
	□	金融業 [投資運用業]（代表）	・現在の政策では、景気が大きく変化する期待は乏しい。
	□	司法書士	・外国からの観光客が増えつつあるが、更なる物価の上昇が予想されるため、良くなるとは思えない。
	□	その他サービス [自動車修理]（経営者）	・材料費が上がっている一方、大幅な値上げはできないため、経費がかさんでいる。
	□	その他サービス業 [店舗開発]（従業員）	・3年間のコロナ禍を経て、本来はもう少しリベンジ消費が出てきてもおかしくないが、インフレがそれにふたをしている。外食や旅行といった外出意欲はあるものの、消耗品等の購入には節約志向が働いている。
	□	その他非製造業 [機械器具卸]（経営者）	・今年の夏は非常に暑くなるとの予想であり、今後は動きが活発になると期待される。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・物価や光熱費などが上昇し、消費者の購買意欲が少し下がるため、今後はやや悪くなる。
	▲	繊維工業（総務担当）	・円安の影響で、再び原料や輸入品の仕入コストの上昇が目立ってきた。それに伴い、利益率の低下が進んでいる。
	▲	繊維工業（総務担当）	・販売の増加を求める影響で、単価が上げられず、薄利となっている。コロナ禍の収束後は購買意欲が鈍化し、各種商品の値上げもあって、販売が徐々に減っている。
	▲	その他製造業 [履物]（団体職員）	・今夏以降、地域によっては電気代などが値上げされる。また、食料などを中心に今後も値上げ傾向が続けば、自然と個人消費は弱くなる。
	▲	輸送業（営業担当）	・お中元の予約が大幅に減っている。この数月間は、通販以外の荷物も全国的に減り続けている。
	▲	不動産業（営業担当）	・服飾やアパレル関係、小物類などがインターネット経由で購入できるようになって久しい。それに伴って実店舗の減少が続いており、今後も減少することが予想される。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・自動車業界では、エネルギーコストの上昇分は支払うが、人件費やその他のコスト上昇分の価格転嫁は一切認めないという風潮になっている。このままでは、行き詰まる下請企業が出てきて、サプライチェーンの崩壊につながってしまう。
	×	その他非製造業 [電気業]（営業担当）	・経済政策が不安定で、物価の調整もできないため、経済の発展が期待できない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（支店長）	・求人数の減少は一時的な動きであり、下期以降は回復すると予想される。
	○	人材派遣会社（役員）	・向こう3か月であれば、人流の回復傾向が続くと予想される。株価の上昇もあるため、個人消費も増加傾向となる。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・今後は更に外国人旅行客が増えると予想される。
	○	職業安定所（職員）	・景気が後退することはないが、上昇するかどうかは今後の動向次第である。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・2024年卒の採用では、今年も内定辞退などで採用予定数に達しない企業が多くなると予想している。そのため、夏に追加募集の広告掲載が期待されるほか、2025年の卒業予定者が対象のインターンシップや、それに属する業界研究セミナー、オープンカンパニーなどの取組も増えると予想される。
	○	学校 [大学]（就職担当）	・人の流れが変わってきている。

○	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、部品等の供給不足などが、景況感や雇用に影響を及ぼすことが懸念される。ただし、人手不足に関する声は産業を問わず多く聞かれるなど、今後も求人は堅調に推移する見込みである。また、就職件数が4か月連続で前年を上回っているほか、新型コロナウイルスの5類感染症への移行による求人の増加や、求人の質の充実を期待した求職活動の増加の声もあるなど、求職活動が活発化していることから、人手不足の解消につながる事が期待される。
□	人材派遣会社（営業担当）	・夏休みもあり、大きな変化はないと予想される。
□	人材派遣会社（営業担当）	・一部の企業は景気が良く、一部では雇用の継続すら難しい状況を見ると、雇用の移動を自ら行わなければ、賃金の向上が見込めない可能性がある。
□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・インバウンドの回復の本格化や円安効果もあり、特に高級、高額なサービスや商品を扱う飲食店や百貨店、貴金属などの業種は、今後も好調な動きとなる。株価も上がっているが、過度な円安や物価の上昇は続いており、好調な動きは一部の大企業や個人に偏っている。全体的にみると、今後の景気は現状維持となることが予想される。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元企業からの新聞広告の出稿見込みは、上期末までは現在と同じ水準を見込んでいる。
□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・現段階では、景気はある程度水準まで回復したと感じる。ただし、ウクライナとロシアの戦争は相変わらず続いており、物価の上昇が今後も続くという想定に立てば、更なる好転は望めない。
□	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で増えているが、45歳未満の求職者数は減少している。民間の転職メディアの利用が増えている影響で、ハローワークの利用が減少している。
□	職業安定所（職員）	・宿泊業などの観光サービス需要が増えると予想されるが、求職者の動きが鈍いため、先行きは不透明である。
□	職業安定所（職員）	・各種の制約がなくなり、営業活動が活発になった事業所もあるが、コロナ禍で落ち込んだ業績の回復が遅れている事業所もある。
□	民間職業紹介機関（職員）	・物価の上昇による仕入コストなどの上昇もあり、中小零細企業にまで賃上げの動きは及んでいない。また、中小の建設業では慢性的な人手不足が続いている。求人を募集しても、新たな人材の見通しが立たないため、今後も受注を減らさざるを得ない。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・各種規制の緩和で、旅行や宿泊のほか、飲食業界などに活気が戻ってきている。ただし、それ以外の業種の採用担当者に聞く限り、景気が上向いているとは判断できない。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・4月に入社した新入社員が、ボーナスの支給後に離職する動きは、毎年一定数みられる。一方、コロナ禍の特需による仕事を失った、高齢者層の求職の動きもみられるが、再就職は厳しそうである。
▲	民間職業紹介機関（支社長）	・米国の景気後退による影響が、日本経済に波及することが予想される。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・物価の上昇に対し、所得の増加が追い付いていない。
×	民間職業紹介機関（営業担当）	・これから夏に向けて求人数が減る。