

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)	◎	一般小売店〔野菜〕（店長）	それ以外	・インバウンドの動きで百貨店などの来客数はかなり増えているが、小さな小売店では余り恩恵はない。ただし、景気全体としてはかなり上向いてきている。
	◎	百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・コロナ禍が落ち着いて、初めての夏のセール時期を迎えたこともあり、来客数が大きく増え、都心店舗では前年比130%と大きく増えた。訪日外国人の来店も多く、主要品目ではラグジュアリー関連が10%増、コスメ関連が25%増、婦人衣料が20%増、フード関連が10%増となっている。気温の上昇とともに、盛夏商材が定価でも大きく動き、サングラスなどの商材が好調に売れている。
	◎	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月もインバウンド効果が好調で、化粧品や海外特選ブランド品の需要が多い。一方、猛暑による熱中症対策の商品が好調で、日傘やネックウォーマーなどの婦人用品がよく売れており、売上をけん引している。
	◎	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・気温が35度を超えるような暑い日が続いているため、水やスポーツドリンク、ジュース、お茶などの冷たい飲料水が売れている。また、冷やしうどんや冷麺なども、弁当に代わって売れており、来客数が前年比で8%ほど増えている。
	◎	コンビニ（店員）	来客数の動き	・夏は例年、売上や来客数が増えるが、今年はかなり早い段階から増えている。夏休みに入り、祭りや各種の行事、部活動なども普通に行われるようになり、人もかなり動いている。
	◎	都市型ホテル（フロント）	単価の動き	・宿泊、宴会共に完全に回復しているほか、単価を上げたにもかかわらず、客室稼働率も上昇している。
	◎	旅行代理店（役員）	来客数の動き	・燃油サーチャージの高騰で、海外旅行は単価が上がっているにもかかわらず、需要は急増している。国内旅行も、全国旅行支援が終了となった地域が多い一方、間際の申込みが増えている。
	◎	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・7月の3連休や梅雨明け後の週末は、天候にもおおむね恵まれ、多くの施設で来客数が増加傾向にある。インバウンドについても、中国からの旅行者が徐々に戻っている。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・ここ2～3年は着物が売れなかったが、今年は夏祭りや花火大会が開催されるため、浴衣が売れるようになっている。
	○	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。ゴールデンウィーク後の新型コロナウイルスの5類感染症への移行もあり、完全ではないものの、かつてのライフスタイルに戻りつつある。それに伴い、衣料品や雑貨などの売上が良くなっている。ただし、客の財布のひもが緩くなったとはいえない。
	○	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・インバウンド効果に支えられ、当社の都市部の店舗は絶好調である。郊外店でも、今月の来客数は前年比で3.2%の増加となり、店頭売上も29日までで1.4%の増加となるなど、底堅さがみられる。
	○	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症への不安が収まりつつあり、消費者の外出意欲や購買意欲が高まっている。特に、店頭ではレストランを含めた食品のほか、化粧品や靴、アクセサリといった夏物商材の販売が好調に推移している。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・依然として、富裕層による高額品の需要増加が続いている。また、新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、客のイベント参加や旅行が増えたのに伴い、婦人服や紳士服の売上も増えている。さらに、インバウンド売上は2019年の水準を上回っている。
	○	百貨店（店長）	来客数の動き	・6月末で今期の改装が完了し、来客数、売上共に、回復傾向にある。前年がコロナ禍の影響で不振となったこともあり、前年比では好調に推移している。
○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・当店や周辺の店舗への来客数が更に増えている。特に、中国からの旅行者の増加が目立っている。	

○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・国内客の動きも前年を上回るなど、来客数は改善傾向が続いている。訪日外国人も増えており、景気の改善を後押ししている。
○	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・インバウンド効果もあり、来客数は前年よりも大きく増えている。夏休みに向けて、外出や旅行の機会が増えており、帽子やパラソルなどの需要が増えている。また、マスクの着用率がかなり低下しており、メイク関連商材の売上が急増している。
○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・7月に入り、気温の高さと人流の増加で、国内の中間層向けの衣料品やアクセサリといった、ファッション商材が好調に推移している。特に、化粧品の売上は前年比で30%増となっている。また、物価の上昇もあり、食品ベーカーリーや総菜、加工食品を中心に、2けたの増加となっている。富裕層やインバウンドも好調を維持し、来客数は全体で2けた増となっている。
○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、販売量の増加に加え、来客数も大きく増えている。特に、土日、祝日の来客数が増えている。
○	スーパー（店長）	販売量の動き	・今月は猛暑日が続く、夏物商材の動きが活発になっている。衣料品では水着や浴衣、キャリーケースといったリゾート商材のほか、UV関連商材が売れている。また、食品では飲料やビール、アイス類などの販売が、前年比で10%以上増えている。
○	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、日々の来客数も少し増加傾向にある。特に、総菜やインスタベーカーリーの売上が堅調なほか、気温の上昇に伴い、フライや天ぷらなどの揚げ物がよく売れているなど、家庭での調理を控える様子がみられる。
○	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・7月は売上が堅調に推移しており、客足に猛暑の影響はみられない。物価の上昇で販売価格も上がるなか、節約意識は高いものの、ボーナスの増加などで所得も増えているため、全体的には売上の好調につながっている。
○	スーパー（企画）	来客数の動き	・来客数が2019年と比べて増えている。値上げによる単価の上昇もあり、売上は増加している。
○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・祭りやイベントが規制なく開催され始めたので、いろいろと盛り上がり始めている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・周辺企業への通勤客はかつての水準に完全に戻ったようである。また、観光客や出張による周辺ホテルへの宿泊も増えているため、来客数の増加傾向が続いている。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・レジヤーに出掛ける前の早朝の時間帯に、買物客や旅行者による来店が増えている。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・猛暑やインバウンドの増加で来客数が増え、冷たい商品の購入がみられる。
○	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、単価、販売量共に上向いている。
○	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・マスク着用の生活から解放されたほか、今夏が猛暑となったこともあり、エアコンなどの夏商戦が活気付いている。
○	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・梅雨が明けて、夏の暑さが本番を迎えたことで、ようやくエアコンの販売が伸びてきた。ただし、行楽や旅行などに客が流れているのか、来客数は前年を下回っている。今年は例年以上に気温が高いことから、外向きの消費からイエナカ消費にシフトすることを期待している。
○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売量が徐々に増加傾向にある。在庫車種もある程度増えており、このまま増えることを期待している。
○	乗用車販売店（支店長）	販売量の動き	・株価の上昇が続いているが、客は様子見をしており、どうも販売量が芳しくない。
○	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	販売量の動き	・来客数に変化はないが、買上点数と客単価が上向いている。全体的には、クーポンやキャンペーンの影響で売上が増えており、特に熱中症対策や日焼け止め、虫除け対策といった、外出時に必要な商品の売上が増えている。

○	その他専門店 〔医薬品〕（管 理担当）	販売量の動き	・UV関連や制汗関連、殺虫剤といった夏用の商材に加えて、気温の上昇による飲料の販売が大幅に増えた。また、ドリンク類や感冒薬などの医薬品、化粧品や化粧品雑貨なども順調に売れている。
○	その他小売 〔ショッピング センター〕（総 括）	販売量の動き	・当施設では、売上が前年比で115.7%となっている。
○	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	・暑い日が続いていることもあり、冷たい商品を含めて、大量にまとめ買いする客が増えている。
○	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・来客数は依然として日ごとのばらつきがみられ、客が多い日と少ない日の差が非常に大きい。トータルではかつての水準には届かないものの、ほぼ戻りつつある。ただし、来客数の落差により、従業員のモチベーションの維持が非常に難しく、何らかの対策が必要となっている。
○	一般レストラン （店主）	来客数の動き	・観光客の来店が増えている。特に、家族客を中心とした外国人観光客の動きが良い。
○	観光型旅館（経 営者）	来客数の動き	・観光地ごとの入込状況の差が激しい。有名な観光地はコロナ禍による落ち込みの反動で人気がある一方、それ以外の観光地は、インバウンドも含めて状況は悪い。
○	観光型旅館（団 体役員）	来客数の動き	・夏休み期間に入り、大きな天候の崩れもなく、海水浴を楽しむ観光客が増えている。
○	都市型ホテル （総務担当）	来客数の動き	・宿泊客は順調に増加が進み、宴会需要も増えているものの、レストランは猛暑の影響もあり、依然として集客が伸び悩んでいる。
○	都市型ホテル （管理担当）	来客数の動き	・4～5月と比べると、単価は下落傾向にあるが、稼働率は上昇しており、利用客に占める外国人比率も上昇傾向となっている。
○	タクシー運転手	単価の動き	・タクシー料金の値上げや、インバウンドの増加効果、夏の暑さによる追い風で、ドライバーの給料は久しぶりに上向いている。
○	通信会社（社 員）	来客数の動き	・新料金への問合せや、店舗の来客数が増えている。さらに、総販売台数も前月と比べて増えているが、前年比では少しプラスとなる程度である。
○	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9141円となり、3か月前の8656円よりも上がっている。
○	その他レジヤ ー施設〔複合商 業施設〕（職員）	来客数の動き	・来店客の様子をみると、アフターコロナの段階に移っており、マスクの着用率も低下している。
○	住宅販売会社 （総務担当）	販売量の動き	・契約予定客が増加傾向にあり、交渉の進捗状況も良い。
□	商店街（代表 者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後も、買回り品の売上が前年よりも悪い。インバウンドの増加の恩恵も受けていない。
□	一般小売店〔事 務用品〕（経 営者）	販売量の動き	・大阪・関西万博のパビリオンの建設問題にみられるように、材料不足のなかで価格が上がっている。思ったとおりに物事が進まず、この先が思いやられる。
□	一般小売店〔家 具〕（経営者）	来客数の動き	・暑さのせいで人が外出しない。
□	一般小売店〔衣 服〕（経営者）	販売量の動き	・バーゲンセールのみであるが、来客数、販売量共に増えていない。
□	一般小売店〔菓 子〕（営業担 当）	販売量の動き	・各社の相次ぐ値上げに対し、すぐには販売価格に転嫁できず、利益の確保が困難な状況が続いている。
□	百貨店（企画担 当）	販売量の動き	・免税売上は前月と変わっておらず、中国本土からの客の購入が60%程度を占めている。前月までと比べて、化粧品の購入が減少した一方、特選ブティックの販売が伸びている。外商客は少し厳しい状況が続いているが、外商を除く国内売上は、横ばいから少しプラスとなっている。

□	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・ここ数か月の来客数は堅調で、コロナ禍関連のニュースに左右されることもほぼない。マスクについても、着用している人の方が少ない印象を受ける。前年以上の来客数や暑さなどの影響で、夏物商材の動きは良いが、食品には値上げの影響が徐々に出ており、販売点数の減少につながっている。
□	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・今月の初旬は天候不順で、日傘や帽子といった季節商材が不振であったが、中旬以降は猛暑日が続き、回復してきた。一方、高級輸入ブランドの一部では、値上げ後に売上不振となるなど、高額輸入品全体では売上の伸びが鈍化している。
□	百貨店（店長）	来客数の動き	・人流が活発になり、来客数は増えているが、コロナ禍で生活の嗜好が変わり、買物の仕方にも変化がみられる。高額商材の購入層も、年配客から若い高所得層に変わりつつあるため、郊外店の売上が回復する可能性は低い。一般消費者は、物価の上昇による影響が厳しいのか、食料品関連への消費はあるが、全体としては余り増えていない。
□	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数は5月が前年比で6.1%増、6月が2.0%増、7月が6.1%増と増加傾向にあり、前年を上回っている。一方で、買上客数は伸びておらず、国内客の売上は横ばいとなっている。ただし、外国人観光客は増加傾向にあり、インバウンド売上は前年の約5倍に増えている。
□	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・コロナ禍の収束で、富裕層の消費意欲は引き続き活発であり、インバウンドも増加傾向が続いている。ただし、売上は前年比でプラスを確保しているものの、来客数や売上の規模はまだかつての水準に戻っていない。一方、インバウンドの増加が続くなか、社内では対応に向けた課題が出ているほか、客との会話ではオーバーツーリズムの話題が出始めている。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・衣料品は4～6月にかけて夏物商材が不振であった反動もあり、梅雨明け前から夏物が好調に動き、販売点数は前年比で95%まで回復した。その一方、食料品は販売点数が92%と伸び悩んでいる。また、衣料品、食料品共に、来客数は97%と伸びていない。
□	スーパー（店長）	単価の動き	・単価は上がったままであるが、来店回数が減っている。
□	スーパー（店員）	来客数の動き	・梅雨明け以降は、猛暑続きで朝と昼の客が減っているが、夕方から夜の客が増えている。果物、野菜共に値上がりが進んでいるため、客の買物の様子は厳しくなっている。
□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数の変化はなく、安定している。
□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・特に目立った動きはなく、暑さの影響でドリンク類の販売が多い程度である。
□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・販売量はそれほど変わらず、来客数も目立って増えたわけではないが、相次ぐ値上げで客単価が伸び、売上は好調となっている。ただし、仕入コストやその他の経費も増えており、利益が増えるほどの景気の良さはみられない。
□	コンビニ（店員）	販売量の動き	・今月も異常な暑さが続いており、アイス類や冷たい商品の売上は好調であるが、手作り弁当や揚げ物は廃棄が多いため、品ぞろえを減らしている。
□	家電量販店（店員）	来客数の動き	・物価の上昇で、客の消費マインドが悪化傾向となり、必要最低限の商品だけを購入している。来客数も前年比で8割程度にとどまるなど、新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、外出の動きは増えているが、状況は厳しい。
□	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・酷暑に伴い、エアコンを中心とした季節商材の販売が好調である。特に、電気代の上昇を意識した高価な省エネ冷蔵庫の販売が好調であるが、それ以外の家電やリフォーム商材は厳しい状況である。
□	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・新型車の生産台数に限りがあるため、販売量は落ち着いている。
□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・特に悪くはないが、良くもない。来客数は減っている一方、販売量は横ばいである。

<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石] (経営者)	お客様の様子	・食料品の値上げがまだ続いている。この傾向は以前と変わっていない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [食品] (経営者)	販売量の動き	・様々な商品を値上げして販売しているが、売上は前年と余り差がない。取引先が特に減ったわけでもないため、取引先の販売量が減っていると考えられる。徐々に物価の上昇による影響が広がっている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の発生前に、一定の消費活動を行っていた年齢層が、コロナ禍の3年分を取り戻すかのように、旅行や会食の計画を立てている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	販売量の動き	・ガソリンの出荷量は、前月は梅雨や天候不順の影響もあり、前年の実績を下回った。今月は、中旬から梅雨が明けて猛暑となったため、週末には前年の実績を上回る出荷量となっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (企画)	販売量の動き	・2019年との比較では、前月は少し悪化したが、今年の1月から115%以上を維持しており、大きな変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	販売量の動き	・気温の上昇により、売上は好調である。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・都市近郊の観光地である当地域は、7月はオフシーズンであるが、今年は猛暑の影響もあり、予想を下回る人出となっている。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・夏の繁忙期ということもあり、販売は好調である。コロナ禍で止まっていたイベントの再開による影響もある。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数がやや増えてきたほか、全国旅行支援も終了し、営業状況はやや落ち着いている。夏休みに入り、花火大会やイベントなどが開催されているが、稼働率は落ち込んでいる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行や、インバウンドの増加といったプラス要素と、物価の上昇などのマイナス要素が混在する状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (店長)	お客様の様子	・平日と週末の来客数に差があり、平日は予想以上に少ない。夏休みの旅行について、駆け込みの相談や問合せは多いが、特に海外旅行は高額であるため、諦める人が多い。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・夏休みの旅行の申込みでは、国内旅行は回復しているものの、海外旅行はまだ回復途上である。かつては海外旅行に毎年行っていた客が、今年も国内旅行にするなど、状況は好転していない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・タクシー料金が値上げとなり、従来よりも客単価は上がっている。その一方、料金メーターをみながら、料金が加算される前に降りる乗客も多い。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (経営者)	お客様の様子	・受注状況は悪くないが、原材料価格の高騰による影響が出ている。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー [スポーツ施設] (業務担当)	来客数の動き	・天候不良により施設が運営できず、客足が減少している。
<input type="checkbox"/>	美容室 (店員)	お客様の様子	・イベントが多いため、浴衣のレンタルやヘアセットの注文が増えている。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・客の動きは余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・新築マンションの開発用地の取得競争が激化している。建設費が高騰しているにもかかわらず、地価は上昇している。
<input type="checkbox"/>	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	・全体としては、景気に変化はみられない。

□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・新築分譲住宅は、土地価格と資材価格の高騰や、人件費の上昇による悪影響を受けている。販売面では、高額物件には一定のニーズが存在し、堅調な動きが続いている一方、それ以外の物件は徐々に厳しい環境になりつつある。
▲	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	販売量の動き	・卸売での販売量が減少している。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・インバウンドによる来店減少で、売上も前月比で10%減っている。
▲	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・外商を中心とした、富裕層による売上の伸びが鈍化している。これまでは高額品を中心に大きく売上が伸びていたが、コロナ禍からの回復に伴い、消費の対象が増えている。
▲	スーパー（店長）	単価の動き	・客が外食に移った影響か、客単価が良くない。また、前年にオープンした競合先による影響も残っている。
▲	衣料品専門店（店員）	それ以外	・需要の閑散期であり、景気は悪いものの、売上目標は達成している。
▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・梅雨時期から続く異常な暑さのせい、客足が伸びない。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・7月中旬以降は暑さが厳しく、特にランチ営業の来客数が減少している。
▲	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・全国旅行支援の終了後は予約が減少している。インバウンドの需要は増加傾向にあるが、満室稼働には遠く及ばない。有名な祭りの開催中は高稼働で推移したが、7月全体では6割程度の稼働率である。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・2～3か月前と比べると落ち込んできている。
▲	通信会社（役員）	それ以外	・キャリアショップを運営しているが、基盤となるキャリア手数料の条件の悪化や、端末購入のオンライン対応、端末利用期間の長期化など、購入需要の減少と併せて、事業環境が厳しくなっている。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価上昇の影響もあり、客からの問合せが減っている。
▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・税収は過去最高額となったが、増税を財源とした景気対策の検討で消費マインドが低下し、景気回復の鈍化につながっている。
▲	美容室（店長）	来客数の動き	・今月は非常に暑かったため、高齢の客が外出を控え、予約がかなりキャンセルとなっている。
▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	単価の動き	・3か月前と比較しても、建設資材価格の上昇傾向が続いている。
▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	それ以外	・夏期ボーナスが支給されたが、報じられているような額ではなかった。物価の上昇をカバーできるほどの収入にはまだ程遠い。
×	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・連日の猛暑が続くなか、先日は当地域が日本で最も気温の高い地域になった。自治体からは不要不急の外出の自粛要請があり、人の姿をみることも体が減っている。また、年配客の間では、新型コロナウイルスへの感染が怖いという理由で、マスクを外さない人も多い。暑さと息苦しさと、買物に出る気持ちの余裕もなく、来客数は減る一方である。時計の受取での来店を延期したいという電話も複数入っている。
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・バーゲンセールでの客の反応が悪い。飲食費や旅行費用が軒並み20～30%上昇するなか、洋服以外への支出で精一杯のようである。
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・梅雨明け以降は猛暑となり、来客数がかなり減少している。
×	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・在庫処分の特価品ばかり売れて、本来の主力商品については、客の数が少ないままである。
◎	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。
○	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	・極端な増加ではないが、数か月前と比べて、受注量は増加している。
○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車やオートバイ向けの電装品を中心に、出荷量が増加している。
企業動向関連 (近畿)			

○	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前が悪かったため、現状は元に戻った程度である。売上の大きな目玉はなく、コツコツと積み上げる動きを続けている。
○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍が収束したわけではないが、5月8日以降はかつての状況に戻りつつある。インバウンドの増加による効果が出ているほか、各種イベントも通常開催となっており、当社も毎月の売上が増加している。3か月前と比較しても、売上、利益共に増加傾向にある。
○	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体不足が徐々に解消されており、自動車向けの出荷が少しずつ増えている。
○	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・全体的な景気は良いとはいえないが、売上の中心を占める半導体業界向けが伸びている影響で、将来への期待につながっている。
○	輸送用機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・新規の設備納入案件の見積依頼が増加している。
○	経営コンサルタント	取引先の様子	・業務の関係で、全国各地の中心市街地によく行くが、観光客の増加が顕著である。
○	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行など、コロナ禍が一段落し、気持ちが明るくなる情報が増えている。売上や利益の増加を目指す、積極的なマーケティングの支援が増えている。
○	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	それ以外	・大きな変化はないが、商談する機会が増えてきたので、良くなることを願いたい。
□	食料品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・一部の企業では値上げを受け入れてもらったが、原料や資材価格の上昇分との差は大きい。生産量は少し増えているとはいえ、売れても利益の出ない製品が多く、苦戦している。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月と同じく、月末に近づくに在庫調整が始まる。好調な取引先と不調な取引先の差が広がっている。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・荷動きは一進一退となっており、余り大きな変化はない。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業況は上向いているが、実際の受注はわずかな増加にとどまる。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・猛暑の影響で、エアコンや扇風機などの夏物商材の売上は、前年比で2けたの増加となっているが、冷蔵庫や洗濯機は前年並み、テレビは前年を割り込む推移となっている。
□	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、予定額を下回っている。
□	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍の収束に伴う、これまでの自粛の反動は特に目立たない。想定よりも需要の動きは弱い。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・一部の建設資材価格の高騰や、納期の不安定化が続いている。技能労務者不足も加わり、工期が確定できない状況が続いている。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き合いはあるが、材料費の上昇を見積価格に転嫁せざるを得ない。直近では、取引先と交渉中という案件が複数ある。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価上昇の影響で、商談中の客が、立て続けに低価格の建設業者に流れている。
□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・家具の売上が、前年比で75%程度になっている。
□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先からは、大阪・関西万博が近づいているといっても、受注は増えていないという声が多い。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・大手企業は給与も上向いているが、零細企業は物価の上昇に付いていけない。
□	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	・梅雨が明けて、非常に暑くなっているが、夏物商材の動きは前年よりも悪い。

	▲	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・コストの上昇分が販売価格に転嫁できず、利益が圧迫されている。消費者への催事での売り方が変わり、経費を意識すれば販売価格を上げる必要がある一方、販売を優先すれば、価格を下げる必要がある。
	▲	輸送業（経営者）	取引先の様子	・今年の初めに、商品の大幅値上げの前に販売店が大量に仕入れたため、メーカーの出庫が例年よりも減っている。足元は商品の売行きが良くないため、販売店からの追加注文もほとんどない。また、当社や取引先で社員の突然死や体調不良が相次ぎ、人手不足で新規の仕事を獲得しにくい状況である。
	▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・物価の上昇や、ガソリンなどの燃料価格の高騰に加え、今後は国民の税負担が増えるという不安がある。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・インターネット経由での購入の増加で、アパレル店舗の解約が続いている。それに伴い、1階部分の賃料が下がるなど、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	・7月は交通広告の発注が、前月や前年と比べて減少している。
	▲	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	・4～5月初旬に比べれば、明らかに鉄道の利用客が減少しており、その影響で駅ナカ店舗も実績が落ちている。特に物販店舗が影響を受けている。
	×	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	・食料品の価格がかなり高騰している。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	周辺企業の様子	・全体的な改善傾向が、ボーナスの金額に反映されている。
	○	人材派遣会社（役員）	周辺企業の様子	・街で見掛ける外国人の数が増え、百貨店や繁華街の人流も増えている。各社の売上の増大に伴い、人員拡大の動きも正社員を中心に増えている。
	○	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・海外からの旅行者も増え、観光産業は活気が戻ってきた。また、企業の間でも宴会需要が高まり、ホテル全体の人材の募集が増えている。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、景気に大きな影響が出ている。インバウンドの増加や観光、飲食業界の復活など、状況は目に見えて良くなっている。ただし、依然としてロシアのウクライナ侵攻は終わりがみえず、原材料価格の高騰なども続くなど、まだまだ先が見えない状況である。
	○	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	それ以外	・新聞の求人広告に、景気動向の判断につながるような動きはみられない。ただし、新型コロナウイルスの感染拡大の報道があっても、電車内や商業施設ではマスクを着用しない人が増えるなど、コロナ禍による景気への悪影響はほとんどなくなったと感じる。また、人気のある観光地ではインバウンドが増えたほか、夏休みやボーナスの支給などで国内の旅行者も増えている。季節要因ともみられるが、一時的にせよ景気が少し良くなっている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で減少し、前月比では増加となった。前年比で増えた運輸・郵便業は、主にバス運転手の求人が増えている。また、宿泊・飲食サービス業では、夏の行楽シーズンで国内外からの旅行者が増えると見込んでおり、今後も増加傾向で推移すると予想される。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・人手不足感が強い。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・7月の採用募集企業への調査では、採用予算の増加を見込む企業の数が、減少を見込む企業を大幅に上回るなど、採用に意欲的な企業が増えている。特に、早くから活動している学生を取り込むため、インターンシップやオープンカンパニーへの予算の増加が見込まれる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・7月の3連休は天候にも恵まれたこともあるが、観光地でのにぎわいは、かつての状況に戻った感覚がある。インバウンドの消費行動が活発な点は好材料である。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の動きをみると、3か月前とほぼ同じ水準で推移している。	

□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・今月は、特に前月と変わった点はないが、景気の先行きは不透明である。
□	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・景況感の悪化の際にみられる、企業の内定率の低下が一部の地域で散見されるが、全国的な動きにはなっていない。景気が悪化するのか、横ばいで推移するのか、見通しが困難な状況である。
□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・物価は上昇しているが、依然として求人数は横ばいである。大企業は採用活動を早期に終了している一方、それ以外の企業は苦戦している。
□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・酷暑で人出が減っており、百貨店でも早々とお中元コーナーが縮小されている。また、新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、周囲では新規感染者数が増えており、買物客が一度に購入する量も減っている。
□	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・採用活動を既に終えた企業がある一方、職種にもよるが、文系、理系を問わず、企業への訪問を続けている採用担当者も少なくない。人手不足の状況が引き続きみられる。
□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・新規求人数の原数値は24か月連続で前年を上回っている。業種を問わず人手不足であり、求人動向は堅調に推移している。その一方、原材料や燃料、人件費などの上昇による企業収益の圧迫や、資材の供給不足による受注への悪影響が、採用活動の縮小につながっているとの声もある。
▲	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・生成A I やD X 関連の取組が進み、事務系の仕事が減っているため、仕事が見つかる人と見つからない人が出始めている。
▲	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・例年のように、第1四半期は少し落ち着いており、入職者数は余り増えていない。
▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求人については、観光サービス業などの業種で需要が増えている。ただし、求職者の動きが鈍く、求人への応募数や就職数が、前年比でも前月比でも減少している。
×	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・求人、求職者共に減っており、マッチングが難しい状況である。