

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〔雑貨〕（経営者）	・世界が東西で冷戦状態になればなるほど、西側の資本主義諸国の景気は良くなる。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・中国からの団体客の入国解禁で、来客数が更に増加する。今後は大阪・関西万博関連の動きも徐々に出てくるなかで、ラグジュアリーブランドからの改装要請があるなど、先行きには期待が持てる。今後も客単価が上がるほか、マスクを着用している来店客もかなり減っていることから、年末にかけて売上が拡大する。
	◎	百貨店（サービス担当）	・中国からの団体客の規制緩和により、観光客の増加が更に期待できるほか、食品企業との連携による新ショップのオープンや、新たなレストラン導入で集客力がアップし、売上の拡大が期待できる。
	◎	コンビニ（経営者）	・中国からの団体客が入国解禁となり、当地域は大きな影響を受けるため、夜間の来客数が増加する。
	◎	高級レストラン（企画）	・宿泊における客室単価は、2019年比で約2割アップしている。インバウンドの増加に伴い、今後は更なるアップが見込まれる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・海外客の利用も好調で、高稼働率を維持している。国内客は団体利用が伸びていないが、個人客は高単価プランの利用もあり、売上の底上げ要因となっている。一方、ホテル業界の人手不足は深刻で、レストランの休業日を設けたり、社内での協力体制で乗り切っている状況である。
	◎	旅行代理店（役員）	・海外旅行の単価は、燃油サーチャージの高騰もあってかなり高額となっている。それでもコロナ禍で長らく行けなかった、海外旅行への要望は多い。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・インバウンドが増加し、都市部や観光地はにぎわう一方、一般消費者が物価上昇をどう乗り切るのかは不透明である。これ以上物価が上がらなければ、全体的な景気の改善が期待できる。
	○	百貨店（売場主任）	・円安や物価の上昇といった不安要素はあるものの、国内需要は増加傾向にある。さらに、中国からの団体旅行の解禁に伴い、インバウンド需要の増加も見込まれる。国内の中間層による消費拡大には大きな期待は持てないものの、国内の富裕層やインバウンド需要は拡大が期待されるため、現状よりも良くなると予想される。
	○	百貨店（売場主任）	・ようやく郊外店でも、客の動きがかつての水準に戻ってきたことが実感できている。今後は水道、光熱費の値上げによるインフレが懸念されるが、今のところは影響がみられない。
	○	百貨店（企画担当）	・中国本土からの観光客が増えると予想している。
	○	百貨店（マネージャー）	・国内客の中間層の動きは全体的に大きく変わらず、個々の消費者の価値判断による選択消費は続くが、秋の行楽やイベントで人流は安定的に増えるため、それに関連する市場は好調が続く。また、インバウンド需要も中国人による購買の増加が大きく寄与し、今後も増加が続くと予想される。
	○	百貨店（外商担当）	・中国からの団体旅行客の急増が見込まれるため、インバウンド売上の更なる増加は間違いない。さらに、円安の影響で、インバウンドによる高額品の購買の増加にも拍車が掛かる。
	○	百貨店（管理担当）	・取引先などの間では、日常を取り戻す動きが目立ってきている。年末商戦もかつての盛り上がり近くに近づくことを期待したい。
	○	百貨店（宣伝担当）	・インバウンドの増加に伴い、取引先も下期に向けて増産体制に入っている。これまではコロナ禍の影響で在庫を絞る傾向にあったが、品切れが解消されることで、売上の増加が期待できる。
○	百貨店（営業推進担当）	・物価の上昇とともに、円安の動きも続く見込みである。インバウンドは既にかつての水準にまで回復しており、今後は更に増えると予想される。	
○	百貨店（外商担当）	・インバウンド関連の販売は増加が続くほか、国内の富裕層の客単価も、更に上昇する期待が大きい。海外特選ブランドの相次ぐ値上げに対しても、消費は当面、上向き傾向が続くと予想される。	

○	百貨店（マネージャー）	・やはりインバウンドの増加への期待が大きい。特に、足元では中国人客の来店や購買が増加している。直近の出国規制の緩和による影響が大きく、多くの商品で中国人客による購入がみられ、売上の底上げにつながっている。
○	百貨店（マネージャー）	・コロナ禍に関する規制がなくなったとはいえ、まだ新型コロナウイルスの新規感染者数が多い。これが落ち着けば、クリスマス、年末商戦は更に上向くと予想される。経費についても、原子力発電所の再稼働などで電気料金が下がれば、更に景気が良くなると期待している。
○	百貨店（商品担当）	・中国人団体客の規制緩和に伴って、インバウンド需要が伸びるのに伴い、良くなることが予想される。
○	百貨店（マネージャー）	・中間層を中心とした国内客の消費が上向いている感覚は、依然として乏しい。インバウンドについては、購入商品の変化により、かつての爆買いは期待できないかもしれないが、中国からの団体客の入国解禁で訪日客数自体は増える。
○	スーパー（社員）	・多くの企業でみられた今春の大幅な賃上げや、最低賃金の大幅改定などにより、一般家庭の消費はしばらく増加が続くと予想される。当社の売上も増加傾向の継続が期待できそうである。
○	コンビニ（経営者）	・現在の好調に加えて、インバウンド需要も上乘せされるため、更なる売上の増加が期待される。
○	コンビニ（経営者）	・このまま景気が活発に動き出すと予想しているが、10月の値上げによる影響が心配である。
○	コンビニ（店員）	・暑さが落ち着いて外出する機会が増えるほか、学校が近いため、秋の行事の際に活用する人も多く、ふだん以上に来客数が増える。
○	衣料品専門店（店長）	・マイナス材料もあるが、海外旅行者の増加や国内客の単価の上昇は、しばらく続く予想される。
○	衣料品専門店（店員）	・2～3か月先は繁忙期に入るため、やや良くなる見込みである。
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・外国人観光客の増加に伴う来客数の増加や、季節商材の販売の増加が予想される。
○	家電量販店（経営者）	・補助金効果で住宅のリフォームや給湯器の需要が増えるため、販売量の増加が期待される。
○	家電量販店（企画担当）	・インバウンド需要の回復が期待できる。特に中国からの団体客が解禁となったことは大きい。その一方、国内需要は期待できる要素が見当たらない。
○	乗用車販売店（経営者）	・マスクを着けない人が増え、週末に多くの客が来店するようになった。新車がスムーズに供給できるようになり、予約も増えている。
○	その他専門店 [食品]（経営者）	・今後はインバウンドの増加で、少しずつ飲食店が良くなっていく一方、国内客の消費は横ばいの推移が予想される。
○	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	・食品や日配品は、値上げの影響も落ち着き、順調に売れている。一方、コロナ禍の収束で、需要はマスクなどの衛生用品から化粧品や化粧品雑貨に移行するなか、今後はインバウンドによる販売増もあり、上向くことが期待される。
○	一般レストラン（店主）	・コロナ禍の収束により、ふだんの生活に戻りつつある。
○	観光型ホテル（経営者）	・秋の団体客の予約はかなり戻りつつあるが、スタッフが人手不足にあるなか、単価の高い団体客をどれだけ効率良く受け入れられるかが課題である。
○	都市型ホテル（総務担当）	・中国からの団体客の増加で、宿泊需要が期待できるほか、気候も良くなることで外出が増える。また、4年ぶりとなる忘年会や新年会での利用も期待できる。
○	都市型ホテル（客室担当）	・予約や問合せの動きが増えている。下半期は高稼働や高水準の売上が見込まれるほか、中国からの直行便の運航も増えている。
○	都市型ホテル（管理担当）	・外国人比率が上昇するなか、アジアからのインバウンドの増加による売上増が期待できる。
○	都市型ホテル（客室担当）	・インバウンド需要の増加に伴い、団体客等の宿泊の問合せが増えているため、予約の確定を目指す。当地域は秋の観光シーズンに向けて、予約の動きが全体的に活発になっている。
○	観光名所（企画担当）	・インバウンドの増加で来場者数の回復率がアップしてきたが、ここへきて一定の水準で止まりつつある。ただし、中国からの客が増えるなか、どの程度の動きになるかは分からないが、全体の増加につながると予想している。

○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・中国からの団体客の増加に期待しているが、原子力発電所の処理水放出に伴う、日中関係の悪化による影響が心配される。
○	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・季節的に利用者数の増加を期待している。
○	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・最近では入会者が徐々に増えている。口コミなどで、今後も増える可能性がある。
○	住宅販売会社（総務担当）	・展示場への来場客の増加に伴い、成約数も増えている。
□	商店街（代表者）	・人出に大きな変化はなく、インバウンドの恩恵も余り期待できない。
□	一般小売店〔時計〕（経営者）	・現状から考えると、ガソリン代などの物価が上がり過ぎており、お金を使う余裕があるとは考えられない。特に年配客の話を聞いていると、まずは医療費に回すという声が多く、景気が良くなるとは考えにくい。
□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・日本への中国人団体旅行が解禁されたとはいえ、原子力発電所の処理水放出問題もあり、先行きは不透明である。
□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今後、景気がひどくなることはないが、良くなるとも到底思えない。先行きは全く見通せないが、明るい兆しは感じられない。
□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・各社による値上げの動きはまだ落ち着かない。先を見越して当社も値上げを行いたい、商品の動きが悪化する恐れもあり、タイミングが難しい。
□	百貨店（販売推進担当）	・円安によるインバウンド需要の増加は続いているが、度重なる値上げで効果は薄まっているため、今までのような大幅な売上増は期待できない。
□	百貨店（販促担当）	・大きな変化の要因は見当たらず、物価の上昇による影響も、今のよう動きが続くと予想される。コロナ禍明けの消費機運が落ち着きそうであるが、まだ一巡はしておらず、秋の行楽等の動きには期待できそうである。今後は体験型などの仕掛けを増やし、外出機会を生み出すことが重要となる。
□	百貨店（店長）	・物価の上昇に対する、ガソリン代などへの補助が続くなか、それが税金で賄われていると考えれば、自然と消費意欲が減退するのは仕方がない。
□	百貨店（売場マネージャー）	・季節の変化に伴って秋冬商戦がスタートするが、インバウンドに下支えされる状況は続く。一方、暖冬も予想されるなか、国内客の消費が大きく上向くことはない。
□	百貨店（売場マネージャー）	・コロナ禍による落ち込み時に比べれば、売上、来客数共に増えてきたが、ゴールデンウィーク明けから新型コロナウイルスが5類感染症に移行となり、都心へ買物に行く客が増えたことで、地方店は厳しくなっている。特に、ラグジュアリーブランドなどの衣料品が厳しい。
□	スーパー（店長）	・値上げの影響もあり、日用品の買い方が慎重になっている印象が強い。今後も商品全体の値上げが続くと、景気の減退につながると予想される。
□	スーパー（店長）	・旅行や外出の動きのほか、インバウンド需要も戻りつつある。
□	スーパー（店長）	・物価上昇に収入が追い付かなければ、回復は厳しい。
□	スーパー（店長）	・食料品は9～10月も値上げが実施されるため、販売点数の減少が予想される。それに伴い、今後もいかに単価の上昇でカバーするかがポイントになる。
□	スーパー（企画担当）	・残暑が続くととの予報により、夏物商材の在庫調整や秋物商材の展開など、季節商材の売場管理が難しくなる。また、ある程度気温が下がってこなければ、生鮮品の売上構成比が上がってこない。
□	スーパー（企画担当）	・競合他社の出店もなく、今月と同様の外部環境が続くと予想される。
□	スーパー（経理担当）	・夏物から秋冬物商材に売場が移行するタイミングであるが、残暑が長引く予想であり、売上の伸びが抑えられる可能性がある。基調としては単価の上昇が続いており、売上は底堅い動きが予想される。
□	スーパー（販売促進担当）	・しばらくは現状の傾向が続くと予想している。
□	スーパー（企画）	・悪くなると懸念していたが、ガソリン補助金の延長策や、電気料金の補助金延長の見込みから、大きな変化はないと予想している。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・10月に賃金が改定となるが、急激な変化はないと予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・まだ値上げは続くが、しばらくは現状が続くと期待している。今後は最低賃金などが上がるため、利益が維持できる程度の景気が続いてほしい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・今後も残暑が厳しいため、引き続き冷たい商品がよく売れる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・物価の上昇や燃料費の高騰など、家計の苦しい状況が続くなかで、景気の回復はあり得ない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・様々な制限もなくなり、外国からの旅行も増えているため、しばらくは今の状況が続く。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・家電価格の上昇や、電気代やガソリンなどの高騰もあり、9月の決算期にも期待がもてない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・特別なプラス要因が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・少しずつであるが、見積依頼が出ている。以前は依頼すらなかったことを考えると、好転しているが、実際の受注に至るまでには時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・現状が続くと予想されるが、消費の対象が旅行などに移行する傾向が強い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・中古車販売大手の事件を受け、中古車相場の下落が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石]（経営者）	・食料品やガソリン価格の値上がりだが、家計には響いている。この2つが落ち着かない限り、今の厳しい状況は続く。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・ガソリン補助金の延長はほぼ確実な見通しであるが、原油価格の上昇も続く見込みである。夏の反動で秋口からはガソリン需要の減退が予想されるなか、ここ数か月は全体的な景況感に変化はない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・物価の上昇を余り意識せず、高級ブランド品に目を向ける若年層よりも、物価の上昇への意識が強い中高年層の購買意欲が上がらなければ、状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	・物価の上昇がメディアで多く報じられることで、購買意欲の低下につながる懸念がある。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・様々な商品の値上げが続いているため、今以上に注文が増えることは期待できない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまだ増えているほか、外国人客の動きにもまだ期待できないため、景気回復にはまだ時間が掛かりそうである。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・燃料費への補助の延長など、明るい兆しが少しみられるため、徐々に上向きの動きが出てくる。ただし、消費者の動きがすぐ変わるわけではないため、少し時間が掛かるかもしれない。また、原子力発電所の処理水放出により、中国からの団体客の訪日が先延ばしになるため、全体では少し良くなるか、現状と余り変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・販売量は堅調に推移しているが、原材料価格の上昇に加え、ガソリン価格の高騰による運送費の負担増のほか、人件費の負担も増えている。販売量のアップ以上に費用の増加による影響が大きく、利益が圧迫されている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店員）	・物価の上昇が止まらず、2度目の値上げをすることになったが、今後の客の動きは見通せない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [ファーストフード]（店員）	・コロナ禍も落ち着き、ウィズコロナの考え方がかなり広がったこともあり、来客数が増加している。今後もこの状況は続く。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・コロナ禍が収束したものの、まだ後遺症が残っている。特に、8月は猛暑や台風による打撃を受けたため、まだ回復していない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・良くなる要因が特にない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・インバウンド需要は好調が続くものの、電気・ガス代の補助終了などで、国内消費は更に悪化していくことが予想される。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	・販売単価の上がる年末年始の旅行も、かつてに比べるとまだ受注が少ない。海外旅行については、来年の旅行の相談にとどまる客が多い。

□	旅行代理店（支店長）	・大型スポーツイベントなどの開催が予定されているが、コロナ禍以降に高まっていた客の旅行マインドが、酷暑や自然災害の影響で縮小している。
□	タクシー運転手	・暑さも少しずつ和らいでくる時期であるが、インバウンドなどの動きが増えている。今後は暑さのために近距離の移動で利用する客が減る一方、必要な移動手段としての利用が増えてくる。
□	通信会社（社員）	・これからスマートフォンの新製品が発売となるが、ここ数年はかつての盛り上がりが見られない。生活用品や食材価格の上昇もあるため、高額な端末本体を購入する人は減ると予想される。
□	通信会社（役員）	・市況やキャリアの営業方針に大きな変化はない。特に、あるキャリア大手は全国的に販売店を閉店する方針であるため、状況の改善は見込めない。
□	通信会社（営業担当）	・厳しい状況に変化はないと予想される。
□	遊園地（経営者）	・物価の上昇が落ち着く気配がない。今後はレジャー施設への外出の減少など、支出先の選択が進むと予想される。
□	ゴルフ場（支配人）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、レジャーの選択肢が多様化している。秋のシーズンに入るが、予約状況を考慮すると良くも悪くもない。
□	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、感染への危機感は低下しており、日常を取り戻してきたと感じる。ただし、イベントが順調に開催され、チケットの販売も好調であるが、収益は物価上昇の大きな影響を受けている。
□	その他レジャー施設 [複合商業施設]（職員）	・エネルギーや資材、食品価格などの高騰による買い控えが懸念される。
□	その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・9月は人気グループのコンサートが開催されるため、集客に期待できる。プロ野球シーズンが終了となる10月は、企業のイベントなどが中心となるため、集客は減少するものの、今年もプロ野球のポストシーズンの試合開催に期待している。
□	住宅販売会社（経営者）	・地価の調整が進み、消費者の希望価格に近づくまでは、今の状態が続く。
□	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）	・今後は株価の推移や金融情勢次第である。
□	その他住宅 [展示場]（従業員）	・円安などにより、建築資材価格の高騰は当面続くと予想される。
□	その他住宅 [情報誌]（編集者）	・不動産市況については、横ばいの動きが続くそうであるが、住宅ローン金利の動向次第では、影響を受ける可能性がある。
▲	一般小売店 [事務用品]（経営者）	・ガソリン価格などの不安要素があり、先のコストアップに備えた買い控えの動きがみられる。このまま少しずつ景気が悪い方に向かうことを懸念している。
▲	一般小売店 [呉服]（店員）	・今月は浴衣が動いていたが、夏が終わって絹布の素材に変わると、値段が上がって動かなくなる。
▲	スーパー（経営者）	・様々な分野で値上げが続いており、買い控えの傾向が強まると感じる。
▲	スーパー（店員）	・天候によって価格が大きく変わるが、上がる一方であり、下がることはほばないため、客の様子がますます厳しくなっている。
▲	スーパー（開発担当）	・相変わらず物価の上昇は止まらず、値上げラッシュの日々が続いている。パート、正社員共に賃金が上がらず、これでは景気が良くなるとは思えない。
▲	コンビニ（店員）	・近隣で開業予定の商業施設の工事が終わりに近づき、工事関係者の来店が減ってきたほか、商業施設の開業で人の流れが変わり、今後は来客数が減る可能性がある。
▲	家電量販店（店員）	・世間の物価上昇が落ち着くまでは、良くなる見込みはない。少しでも安い商品を探し、無駄のないように生活を切り詰めて、資金はなるべく貯蓄するという流れになっている。消費者への具体的な支援策が求められる。
▲	家電量販店（人事担当）	・夏休みの行楽による出費の反動が出ると心配している。特に、買換え需要以外の消費の伸び悩みが予想される。

	▲	乗用車販売店（経営者）	・原子力発電所の処理水放出問題で、中国人観光客を中心としたインバウンド需要の減少が懸念される。また、原油価格の上昇や円安が、アフターコロナの景気回復の足を引っ張っており、しばらくは現状が続くそうである。
	▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・手取りの給料が増えないなか、介護おむつや子供おむつの値上がりが顕著で、かなり負担を感じる客が増えている。インフレ傾向の定着にはまだ程遠い。
	▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・やや悪くなることが懸念されるが、余り変化はない可能性もある。
	▲	観光型旅館（経営者）	・旅行関連のリベンジ需要が落ち着き、かつての景気に戻ったと感じる。旅行需要は景気に左右されるため、今後は厳しい状況となる。
	▲	タクシー運転手	・将来への不安なく消費ができるようなバックアップが、今後の消費や経済が上向く要素となる。
	▲	テーマパーク（職員）	・課題としてやらなければならない対策と、さほど重要ではないが取り組みたい対策のバランスが取れていない。税収が増えても増税の議論が続いている状況では、景気の回復が期待しにくい。
	▲	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、暑い時期よりも寒い時期の方が来客数は減少する。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・中国経済の悪化による影響が出てくる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・開発事業用地を仕入れ済みのデベロッパーが、建設費の高騰に伴って事業を中断するケースが出始めている。一部で用地の売却を行っているが、希望価格は下げていない。ただし、いつまでも開発事業用地を保有し続けることは困難なため、価格を下げて売却する動きが増える可能性が高い。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・増税への懸念による悪影響が出る。
	×	衣料品専門店（経営者）	・ガソリン価格の高騰など、石油製品の値上げラッシュで消費が冷え込むと予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・買物に行かない癖がつくと、外出しなくなるため、買物に出なくなるような仕掛けを行う必要がある。
	×	家電量販店（店員）	・国の補助金等によって先行的に販売が進むなか、10月頃にはまた値上げの予定があるため、今後は買い控えが避けられない。
	×	住関連専門店（店長）	・元々高額な商品が多いため、小規模な消費税免税業者の利点をいかし、販売価格を抑えてきた。インボイス制度を導入すると、大幅に値上げせざるを得ないため、苦渋の決断で導入は見送った。ただし、企業からの注文の減少は必至である。
	×	一般レストラン（経営者）	・商品の値上がりで、外食の機会は更に少なくなる。
	×	通信会社（社員）	・生活必需品の値上げに伴い、固定費を削減する流れが強まる。
	×	競輪場（職員）	・回復する要素に乏しく、前年と同じような状況が予想される。様々な物が値上がりしているため、先行きの見通しは厳しい。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・台風の接近や船便の遅れなどで、業績は計画を下回っているが、輸入業者の業績は円安が最大の変動要因となる。円安による悪影響への補助金よりも、根本的に円を強くする対策が求められる。
	◎	広告代理店（営業担当）	・前年からWeb媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が続いている。
	○	食料品製造業（営業担当）	・物価の上昇は少し気になるが、今後も外国人観光客は増加が続くため、景気は少し良くなる。
	○	繊維工業（団体職員）	・今後は需要期に入るため、やや良くなる。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・年末に向けて各種イベントの増加が予想されるため、受注量の増加を見込んでいる。
	○	化学工業（企画担当）	・インバウンドの増加や国内旅行の本格化により、食品の需要が劇的に改善した。年末に向けて、需要は更に活発化すると予想される。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・最近では日本の半導体業界の実力も落ちてきているが、まだしばらくは競争力を維持できる。その影響で当社の業況も当面は安泰であるが、安心はできない。

○	広告代理店（営業担当）	・下期の広告受注は、前年よりも動きが出そうである。
○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・食料品だけでなく、サービスや消費財の価格もインフレが大きく進んでいる。いわゆるステルス値上げも含めると、肌感覚では前年比で10%以上と考えられる。一方、最低賃金の引上げで契約社員の給与も5%から10%以上上がるなど、今やインフレサイクルに入ったことは明らかである。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先の業績の好不調が、業種によってははっきりと分かれている。当業界では前年末以来、生産量の減少が続いているが、業績の良い取引先がもう少し増えなければ、状況は良くならない。
□	化学工業（経営者）	・現在の景気低迷は、原材料価格の上昇に伴う値上げの影響であり、将来的には元に戻ると予想されるが、2～3か月では変わらない。
□	化学工業（管理担当）	・受注見込みの内示によると、現在のやや好調な状況が続くそうである。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・雰囲気は悪くないが、継続性についての裏付けがなく、現状維持が続くと予想される。全体的に消費者向けの製品は余り伸びないが、業務用の製品は堅調である。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・ゼロゼロ融資の返済が本格化し、中小企業の業種によっては倒産件数が増加傾向にある一方、コロナ禍の収束による明るい兆しもあるなど、一進一退の状況である。2～3か月後の景気についても、大幅な変化はないと予想される。
□	金属製品製造業（経営者）	・今後も大きな変化はないと予想されるが、原子力発電所の処理水放出や、ウクライナ危機による経済への影響が気になる。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・落ち込むことはないが、急速に改善することもない。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・円安が更に進む可能性があるなど、先行きは不透明である。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・物価の上昇で材料価格が上がっているため、売上が増えない。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が増えず、引き合い案件も少ない。
□	輸送用機械器具製造業（役員）	・受注の納期が来年度という案件が多く、3か月後の売上対象にならない。また、客が工賃単価の値上げになかなか応じず、鋼材価格や生産用の電力料金などの上昇分を、販売価格に転嫁しにくい。
□	建設業（経営者）	・大阪・関西万博では、パビリオンの工期がひっ迫している。国家プロジェクトとして、優先的に建設資材や技能労働者を集中させ、開幕に間に合わせる動きになれば、その悪影響が出ることになる。
□	輸送業（営業担当）	・商品の値段を下げられず、低価格のイメージが失われつつある。
□	金融業（副支店長）	・今後の受注についても、増加する見込みはないという取引先が多い。
□	金融業（営業担当）	・燃料費の上昇などが、どの程度緩和されるかが課題である。
□	司法書士	・景気の良くなる要因が見当たらず、現状維持が続く。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価は上がっているが、売上は増えていない。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・コロナ禍に関する規制がなくなり、イベントや展示会も開催されているが、上向き要素は余り見当たらない。
▲	食料品製造業（従業員）	・製品価格の2度目の値上げ要請を行っているため、荷動きが少し悪くなると予想される。
▲	繊維工業（総務担当）	・原材料や輸入商品の仕入価格が上昇する一方、販売価格に転嫁できない状況が続いている。また、過去の価格転嫁による販売数量の減少も、厳しい状況に追い打ちを掛けている。
▲	繊維工業（総務担当）	・催事の回数が減っている。
▲	金属製品製造業（営業担当）	・鋼材価格や人件費の上昇で住宅価格が上がり、新規物件の成約が減少している。建築や住宅関連向けの出荷は、先行きが見通せない。
▲	一般機械器具製造業（設計担当）	・食品やガソリン価格の値上がりで、厳しい状況が続くと予想される。
▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・かつてとは市場の構造が大きく変化している。円安や全体的な物価上昇の影響で、消費者の財布のひもが固くなりつつある。

	▲	建設業（経営者）	・受注残はいずれなくなるため、新規案件の獲得が必要になるが、営業活動にマンパワーを割けていない。
	▲	建設業（経営者）	・人件費の増加や働き方改革への対応もあり、取引先は投資に慎重にならざるを得ない。
	▲	輸送業（経営者）	・今年に入ってから、取引先の販売量が減少したまま増える見込みがない。取引先も赤字価格でしか売れないため、無理に売ろうとしていない。
	▲	輸送業（商品管理担当）	・例年9～10月は販売量が減るため、売上は減少する。
	▲	通信業（管理担当）	・燃料価格の高騰による物価の上昇に加えて、異常気象による野菜価格の上昇で、更に景気は悪化する。
	▲	不動産業（営業担当）	・今後もアパレルなどの物販店の撤退が相次ぐと予想される。店舗の賃料が下がり、空室率も上がるなど、景気は悪くなる。
	▲	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・全国旅行支援の段階的終了に加え、電気・ガス代への補助が9月で終了する予定である。これまではコロナ禍の収束によるリベンジ消費で実感がなかったが、今後はインフレの影響を肌で感じることになる。
	×	輸送業（営業担当）	・ドライバー不足が解消されないため、取扱い荷物を減らしたり、サービスレベルを落とすといった対応が計画されている。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・コロナ禍の収束後は、中小企業は立ち行かなくなると予想していたが、そのとおりになっている。景気は作られるものであるため、1日も早く必要な対策が求められる。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・物価上昇が沈静化せず、経済対策の効果も浸透していない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	・今後も良くなっていくが、世界情勢の不安定化や物価の上昇といった不安要素があることも否めない。
	○	人材派遣会社（支店長）	・下半期に入れば、更に求人が増えると予想される。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・良くも悪くも、正式内定日の取決めが形骸化しており、長期的な視点で企業を選択する学生が増えている。当社の調査では、就職活動を終了したい時期を、卒業までと回答する割合が前年を上回った。こうした動きが広まると、実質的に通年採用をする企業も出てくることで、継続的なメディア掲載も期待できる。
	□	人材派遣会社（役員）	・ウクライナ情勢や中国経済の状況、国内の光熱費を含む消費者物価の上昇といった懸念材料が多く、3か月先といえども不透明である。ただし、賃上げ効果やガソリン価格への補助、訪日客を含む人流の回復のほか、企業の求人数も減少傾向にはないため、現状とさほど変わらない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・国内客は期待薄であるが、インバウンドを取り込むことで、まずは関連業種の景気が上向いてほしい。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・業界によって好不調の差が出てくると感じる。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・中国からの団体客の増加で、インバウンドの消費の更なる増加が見込まれていたが、原子力発電所の処理水放出問題で見通しは厳しくなっている。また、中国による不買運動や、日本からの水産物の輸入禁止が経済に与える影響は大きく、景気回復の足止めにつながる。
	□	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・今後の景気は、国内情勢よりも国際情勢に左右されそうである。中国が日本への団体旅行を解禁したことで、インバウンドがかつての水準に戻れば、関連するホテルや小売店などは、今よりも勢いを増す。一方、中国からは原子力発電所の処理水放出に伴い、水産物の全面的な禁輸が発表されている。ウクライナ紛争も続いており、米国や欧州のインフレも収まったわけではないなど、景気の先行きは流動的な状況である。
	□	職業安定所（職員）	・大きく落ち込むことはないが、円安の進行やガソリン価格の高騰で、先行きの不透明な状態が続く。
	□	職業安定所（職員）	・現時点で景気が上向くような要素がない一方、悪くなるような要素も見当たらない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で増加となった一方、前月比では減少となった。前年比ではフルタイムの男性の新規求職が増えているほか、窓口を訪れる高齢者の割合が高まっている。
	□	職業安定所（職員）	・求人数の伸びが少ない。

□	民間職業紹介機関（職員）	・かなり踏み込んだ労働環境の改善を図らなければ、中小の建設業者が求人募集を行っても人材は集まらないが、中小の建設業者に労働環境の改善を図る体力はない。
□	民間職業紹介機関（支社長）	・北米や欧州の景気動向から、国内景気も悪化する懸念があるが、雇用の側面からみると、そこまでの減退はみられない。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・食料品価格の高騰が気になる。消費者は割引販売に殺到しているほか、その日に必要な分だけ購入している。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・コロナ禍に伴う規制が緩和された夏期休暇となり、学生は課外活動の合宿やゼミ旅行などに出掛け、旅行や宿泊関連の業界には活気が戻っている。ただし、求人数自体は変わらず、景気の変化はみられない。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・人手不足に関する声が多いなか、中国からの団体旅行の解禁でインバウンドが更に増えることから、求人は引き続き堅調に推移する見込みである。ただし、物価上昇の影響が続いているほか、製造業からは中国経済の成長鈍化による受注減の話も出始めており、今後は物価上昇の影響だけでなく、中国経済の悪化による雇用への影響も注視する必要がある。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西の地元企業によるプロモーション費の回復が見込めず、新聞広告、デジタル広告予算共に、前年比で減少の予想となっている。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・国内景気の見通しは良くないほか、将来的な増税への懸念など、明るい話題が見当たらない。
×	—	—