

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）	・今の状態は、東西冷戦や高度経済成長期の状況に似ている。
	◎	スーパー（企画）	・賃金の上昇を伴うインフレの進行により、景況感は底堅い推移となる。
	◎	コンビニ（経営者）	・季節的に飲料がよく売れ、インバウンドも前年比で10%から15%増えている。一方、これから固定客を取り戻すためには、新商品を増やし、内装や陳列を工夫する必要がある。
	◎	コンビニ（店員）	・現状をみると、売上が減る状況はしばらく考えられない。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・欧米からの観光客による来客数が増えているなど、円安の恩恵を受けている。
	○	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・4月末頃から賃上げ効果が出始めるため、しばらくは消費が上向くと予想される。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・マイナス金利政策の解除による影響は不透明であるが、株価が暴落せず、インバウンドも減らないようであれば悪くない。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・気候や人の動きが良くなれば、購買意欲も上がってくることが期待される。
	○	百貨店（服飾品担当）	・この半年間で、フレグランスアイテムが全店で伸び、ギフトと自家需要の両方でラグジュアリーブランドが支持されている。今後もこの動きは続くことが予想される。来月以降は、コロナ禍収束後の回復実績との対比となるが、本格的な回復が7月以降であったことから、直近の3か月は前年比での増加が予想される。
	○	百貨店（サービス担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行してから1年が経過し、前年と比較しやすい状況となるが、ゴールデンウィークを中心とした訪日観光客の増加で、全体的にはまだ伸び代があると予想される。
	○	百貨店（外商担当）	・インバウンド売上は、今後もまだ増える見込みであるほか、高級時計や海外ブランド品の需要は依然として旺盛であり、今後更に増えると予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・現在は物価の上昇が先行しているが、今年度の賃上げ効果が出てくると、売上にも好影響が出ると予想している。
	○	百貨店（マネージャー）	・海外からの大型船舶の寄港が、船数、客数共に増えている。まだまだインバウンドを始めとした来街者の増加が見込まれるため、来客数や売上の増加につながる。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・前年は新型コロナウイルスの5類感染症への移行があり、今年はその翌年となる。ただし、前年は緩やかな回復傾向にとどまったため、現状の好調が続くと予想される。
	○	百貨店（外商担当）	・インバウンドの動向は、売上、来客数共に過去最高を上回る傾向が続く見込みであり、目立ったマイナス要因が見当たらない。
	○	百貨店（宣伝担当）	・駅前広場の完成で確実に人の流れが変わった。今後は大阪・関西万博に向けての来街者の増加を期待しており、商品の確保を進めることで売上の増加を見込んでいる。
	○	スーパー（企画担当）	・4月でも夏日の気温となるなか、冷たい飲料やアイス類などの売上が一気に伸びており、前年比でも堅調に推移している。自治体によるキャンペーンなどの追い風もあり、全体の売上に寄与している。
	○	衣料品専門店（店長）	・現状の悪化は一過性のもので、ゴールデンウィーク明けから5月末にかけて、前年並みに回復すると予想される。また、インバウンドは高い水準で推移しており、景気の回復に寄与する。
	○	衣料品専門店（店員）	・セール期間に入るため、良くなることを期待したい。
	○	家電量販店（店員）	・今年の夏はかなり暑くなるとの予想から、4月のエアコン販売も好調であった。今後、気温が上がるにつれて、エアコンや冷蔵庫といった高額商品の販売が増えるほか、ボーナス商戦の好調も加わることで、先行きには期待を持てる。
○	家電量販店（人事担当）	・外出関連の消費が好調であり、ゴールデンウィークの旅行やキャンプに使用する、カメラなどの需要が期待される。	
○	乗用車販売店（販売担当）	・コロナ禍が収束し、インバウンドの動きも好調ななか、自動車の需要が少しずつ伸びている。	

○	乗用車販売店（支店長）	・金利の上昇やインフレの動きが進むなか、賃金も増加する。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・季節の変わり目であり、夏向けの化粧品などの需要が増える。
○	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・化粧品や化粧雑貨などの動きは上向いている。気温の上昇により、外出機会が増えた影響と考えられる。一方、花粉症関連は低調となり、インバウンド需要も現時点で大きな変化はないが、飲料などを含む夏物商材への切替えて、売上は増加していく。
○	高級レストラン（企画）	・今月に実施した値上げの効果が期待できるほか、インバウンドや企業による宴会の増加も見込んでいる。
○	都市型ホテル（客室担当）	・インバウンド需要は、引き続き好調な推移が予想される。単価の上昇に対しても、国内の賃上げ効果が出ることを期待している。
○	都市型ホテル（総務担当）	・レストランの予約が間際化しているため、3か月先は読みにくいが、宴席の利用は確実に回復していく。
○	タクシー運転手	・しっかりとした経済となるためには、健全な要素を少しずつでも増やさなければならない。
○	タクシー運転手	・ホテルなどではインバウンドの動きがあるほか、駅では移動目的の人が増えることから、タクシーの利用率も高くなる。
○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンドが引き続き堅調に推移するため、今後も良くなる。一方、国内客の動きには注意が必要である。
○	住宅販売会社（経営者）	・地価に下落の動きはみられず、根強く下支えされている感がある。しばらくは今の状況が続く。
○	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・不動産価格や金利の先高感から、引き続き市場は活性化する見通しである。ただし、郊外では需要の冷え込みが強まる可能性もあり、市況はまだら模様となる。
□	商店街（代表者）	・飲食関連は結構良くなっているが、服飾関連は相変わらず厳しい。
□	一般小売店〔花〕（経営者）	・円安の影響で、インバウンド需要に関係のない業種には景気上昇の兆しは見当たらない。
□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・ある程度の前受けの予約はあるものの、全体的な売上に大きな変化はない。
□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・消費者の様子をみると、数か月後に大きく変化する気配はない。物価の上昇に関する声をよく聞く程度であり、数か月後の景気が大きく変化するとは考えられない。
□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・少しずつ着物もレンタルから販売に変わっている。
□	百貨店（売場主任）	・富裕層やインバウンドなど、購買力の高い層による買い支えで、売上は前年を上回っている。ただし、客の大半を占める中間層は節約志向が強まっているのか、低価格品が多い商品では苦戦している。この先も消費の2極化により、トータルでは横ばいとなりそうである。
□	百貨店（売場主任）	・円安の進行で、更にインバウンド需要が増加する可能性はあるが、いつまで続くかは不透明である。一方、物価が上昇する可能性が高いため、生活防衛意識が更に高まると予想される。国内客の消費が上向き要素は余りなく、現状と大きく変わらない。
□	百貨店（企画担当）	・桜のシーズンが過ぎた4月後半になっても、インバウンドの売上は好調を維持している。円安が続くようであれば、インバウンドの動きに大きな変化はないと予想される。一方、国内売上がどうなるかが少し不安である。
□	百貨店（商品担当）	・先行きが不透明な外的要因が多いため、今年度中は見通しが立ちにくいとみられる。
□	百貨店（管理担当）	・インバウンド需要などのプラス材料はあるものの、他社との競合によるマイナスもあり、一進一退の状況が続く。
□	百貨店（販促担当）	・変化する材料が見当たらず、現状の推移が続くと予想される。マイナス材料は夏の暑さであり、気温が年々高くなるなか、外出の動きや来客数への影響が懸念される。機能性衣料や自宅での調理を助けてほしい客層向けに揚げ物などを充実させるほか、電話での注文を増やすための準備も必要と考えている。

<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	・来客数は増えているが、購買率は前年をやや下回っている。これ以上円安が進めば、更なる価格改定などで購買意欲の低下が予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・コロナ禍による行動制限の緩和効果が一巡するなか、インバウンド需要は一定の拡大が予想される。夏場を迎え、国内の富裕層や中間層は物価上昇の影響で、モノよりコトへの消費に興味に移り、消費シーンの2極化が進む。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	・円安やインフレの環境が続いており、今後も原材料価格の上昇による商品の値上げが懸念される。特に、婦人服を中心とした衣料品や婦人用品の売上が減少傾向となる見込みである。食料品は比較的好調であるが、利益率の面で更に厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・行動の制限がない状況が変わることはない。また、投資によって所得が増える層は、百貨店が得意とする高齢者ではなく、もっと若い層が多いため、その消費スタイルに合わせられない商業施設、特に地方の古い店舗は厳しくなる一方である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・客層の2極化で、企業による好不調の格差も顕著になってくるが、景気全体に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・ゴールデンウィークではしっかりと消費する一方、その後は節約志向が強まると予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今後も円安や物価の上昇傾向が続けば、消費が上向く可能性は低い。ただし、レジャーやリゾート需要はかつての水準に回復しているため、客に関連商品をアピールできれば、売上のけん引役になる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・野菜の価格が下がっても、他の商品が値上がりしたままであるため、今後も客の様子は厳しいと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・競合先が増える予定もなく、外部環境の変化はないため、今と同じような状況が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・賃金のベースアップや、ボーナス、実質所得の増加が好材料となる。一方、円安によるエネルギー価格や物価の上昇がマイナス材料となるなど、プラスとマイナスが交錯する。バーゲンセールへの反応が良いところを見ると、消費者の節約志向は強まっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・円安が続く状況が予測されるなか、更なる商品単価の上昇が懸念されるため、楽観視はできない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	・賃金の上昇による、客の買物意欲の高まりが期待されるが、今のところ余り変化はみられない。夏に向けて消費が活発になることを期待している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・景気の改善につながる対策がみられない。物価の上昇は一時期と比べると落ち着いたが、まだ若干の値上げ予定があり、買上点数の回復は見込めない。また、今年も酷暑になる予想から、好んでスーパーに来店する動機は少ない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・インバウンドはこれ以上増えそうになく、値上げも少し落ち着くなど、客単価は変わらないことから、売上も現状のまま推移しそうである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・物価の上昇が続く予想であり、消費者の節約傾向が続くため、売上に影響が出る。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・円安が続いている間は、外国人客が減ることはない。大阪・関西万博の頃までは、今の状態が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・物価の上昇で、客の購買意欲が落ち込まないことを期待している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・近隣にショッピングモールができた影響で、半年前から売上が落ち始め、そのまま横ばいとなっている。今後も人の流れが回復する兆しはみられない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・円安で海外客の動きに追い風が吹き、インバウンド相手の職種もまだにぎわっているが、国内客相手の仕事では、円安による値上げの動きが目立っている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・先行きは不透明で、客も購入をためらっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・受注残があるため、しばらく安定しているとはいえ、受注自体は減少傾向にある。年後半から来年にかけて、厳しい状況がくると予想している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・仕入価格と販売価格のバランスが崩れており、改善されなければ好転は見込めない。

<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石] (経営者)	・円安による物価の上昇が、消費者には響いている。物価面が改善されない限り、消費に対する意欲は変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・株価が上昇しても、地金の相場はコストに影響される部分が多く、大きくは変わらない。在庫処分を考えて薄利で販売しても、消費の対象が宝飾品に向かう動きは少ない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	・賃上げに支えられた価格転嫁の広がりや人手不足の影響で、社会全体で物価の上昇が進み、消費対象の選別は一段と進む見込みであるが、今後2～3か月の景気への影響はそれほど大きくない。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販] (オペレーター)	・新商品が出てこない限り、売上は上がらない。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター] (総括)	・円安によるエネルギーコストの上昇などで、物価の上昇に拍車がかかることが懸念される。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (スタッフ)	・ここから夏休みまでの期間は、状況に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (店員)	・来客数がかなり減少しており、今後回復する見込みは全くない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (経営者)	・いまだに世界中で紛争が発生しており、一向にやむ気配がない。また、国内でも政情不安が改善されないなど、社会全体で良くなる動きがみられない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (スタッフ)	・当地域ではインバウンド客が中心になりつつあり、宿泊者に占める比率が7割から8割に迫る勢いである。また、宿泊に伴うレストランやバーの利用もあり、売上は伸びている。ただし、人手に余裕がなく、休業日を設けていることもあり、早急な人材の確保が課題となっている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (管理担当)	・販売量は増加傾向にあるが、単価は低調のため、売上は横ばいである。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (客室担当)	・欧米からの客が減る時期となるため、落ち込みが予想される。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (店長)	・海外旅行の問合せは週末を中心にみられるが、円安の影響もあり、相談だけで終わるケースが多い。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (支店長)	・ゴールデンウィークが終わり、夏休みの旅行を本格的に検討する時期となるが、過度な円安に直面している。旅行自体をやめなくても、行き先を近場にする客や、期間を短くする客が増加している。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (役員)	・通信事業者による代理店手数料が大幅に変更され、その影響が7月以降の実績に反映されるため、現時点での判断は難しい。足元の売上や販売量については、前年度並みで推移している。
<input type="checkbox"/>	観光名所 (企画担当)	・インバウンドに一定の増加がみられたほかは、来客数の動きに大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	遊園地 (経営者)	・4月以降の賃上げや減税効果で消費意欲が高まると期待しているが、レジャー消費にまでお金が回ってくるかは、まだ半信半疑である。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場 (支配人)	・予約の入込状況を見る限り、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	競輪場 (職員)	・前年はコロナ禍の収束でほぼ全ての制限がなくなり、消費が伸びた。今年は円安が進み、株価などが上昇しているが、商品の値上げラッシュが続いているため、世間一般には景気が良いという実感はない。
<input type="checkbox"/>	競艇場 (職員)	・全国発売のSG、G1競走のほか、人気のある女子レースの売上に目立った変化はなく、横ばいが続いている。コロナ禍の収束以降、やや失速傾向はみられるが、高い水準の売上が続いているため、今後も現状の動きがしばらく続く。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・催事は順調に開催される見込みであるが、経費が増えているため、収益が増えるとは限らない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	・4月も食料品の値上げが実施され、節約志向が相当強くなっている。為替も更なる円安の進行で、先行きへの警戒感が強まる。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・プロ野球は交流戦の開催などが予定されているほか、人気アイドルなどのコンサートも開催されるため、多くの来場者を予想している。
<input type="checkbox"/>	美容室 (店員)	・高単価メニューの利用が続く。

□	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・前月までと比べて、退会者が徐々に増えている。
□	その他住宅 [展示場] (従業員)	・建築費の増加による消費マインドの低下傾向は、当面続くと予想される。
□	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・大型連休を控えて、稼働日数の減少が売上の減少に直結する。分散型のシフトを組めればよいが、そううまくはいかない。
▲	一般小売店 [時計] (経営者)	・近隣の大型商業施設が、飲食スペースを含めて大きくリニューアルした。夏に向けて大型イベントの開催が予想され、各種のポイントサービスを含めて太刀打ちできない。暇な日が続くと予想から、今後しばらくは厳しくなる。
▲	百貨店 (売場主任)	・賃金の増加がインフレに追い付いていない。年金世帯もインフレには非常に弱いため、今後も消費者の節約志向が続くと予想される。
▲	百貨店 (企画担当)	・今後も値上げが続くと予想されるなか、消費者の生活防衛意識はますます強くなる。
▲	スーパー (店長)	・物価の上昇や光熱費補助の終了により、やや悪くなる。
▲	スーパー (開発担当)	・円安が進み、株価は上がっているが、賃金はそれほど上がらない。
▲	スーパー (企画)	・当地域でのプレミアム付商品券の利用期間が5月末で終了するため、売上に影響が出る。
▲	コンビニ (店員)	・雨が多くなる時期は工事が中止になるため、来客数が少し減る。
▲	衣料品専門店 (販売担当)	・円安ドル高で、様々な商品価格や物流コストが上昇するため、店頭価格を値上げしていく方向となる。今後はますます売行きが悪くなると予想される。
▲	家電量販店 (店員)	・このまま物価の上昇が続けば、消費マインドが極端に低下し、厳しさが増す。景気の回復見通しが立たず、不安しかないなか、悪化傾向は今後も続く。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・新車販売台数は少しずつ増えているが、車検や一般修理等の台数が少なくなっている。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・国内的には政権与党の政治資金問題がまだ解決しておらず、円安も進んでいる。また、ウクライナやガザ地区での紛争も解決していない。物価の上昇が続く、社会情勢も安定していない状況から、しばらくは景気が良くなるとは考えられない。
▲	その他専門店 [食品] (経営者)	・大手企業などへの納入業者は、絶えず仕入れを抑える傾向にあり、今後は利益の圧迫につながる。マスコミなども、少しでも安く買う節約術を番組で紹介している。まだまだデフレを好む体質が消費者に残っている以上、好循環は生まれてこない。
▲	一般レストラン (経営者)	・一時的な集客の増加が一旦落ち着くため、大規模や中規模的な団体利用は減少すると予想される。さらに、来月からの値上げで打撃を受ける商品も多く、利益的には非常に厳しい。値上げは徐々に進めている状況で、思い切った値上げは、客の収入がまだ上がっていないため困難である。やはり全体的に景気が回復するには、給料のアップと円安の是正による経済の安定が必要である。
▲	一般レストラン (企画)	・売上は一時的に良くなったが、円安による原材料価格や光熱費の高騰、補助金の減少による影響が経営を圧迫しており、この傾向は当分続くと予想される。また、人手の確保が更に厳しくなるなか、人件費の上昇はもちろん、営業活動にも支障が生じる可能性がある。
▲	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	・円安の進行や国内での値上げ、電気代の上昇などが、賃上げ以上に支出へのダメージとなる。賃上げがあればまだよいが、パートで働いている場合は恩恵が少ない。
▲	都市型ホテル (客室担当)	・6月以降の予約の進捗状況は悪化している。国内旅行、海外旅行共にWeb予約は好調であるが、国内の代理店経由の予約は、店舗の閉鎖の影響で想定を下回っている。
▲	旅行代理店 (役員)	・物価の上昇により、各種の運賃や宿泊料金が上がり、旅行代金が高騰している。今後の予約の中心となる夏の旅行は、家族での需要が多いため、家計の圧迫による旅行の見送りが懸念される。円安もしばらく続く見通しのため、海外旅行の需要が大幅に増えることはない。
▲	通信会社 (経営者)	・現在の円安傾向は長期に及ぶことが予想される。

	▲	通信会社（社員）	・現状が続くと予想される。サービスの付加価値向上による商品の魅力アップについても、コスト増につながるため難しく、景気全体の底上げが求められる。
	▲	通信会社（社員）	・例年、閑散期となるため、販売量は落ち込む。
	▲	通信会社（営業担当）	・円安の進行により、食料品や生活必需品の価格上昇が予想されるため、客がより安価な商品を選択する可能性がある。
	▲	テーマパーク（職員）	・効果的な景気対策は期待しにくいいため、先行きへの期待は乏しい。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・コストプッシュ型のインフレが続いており、利益の改善には全くつながらない。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・全ての製品価格が上がっており、購入希望者が様子見となる傾向が高まっている。
	▲	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）	・円安傾向で物価はまだ上昇が続くため、少しずつ消費が下降気味になる。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・紛争の影響が懸念される。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価の上昇で、花にお金を使う余裕がなくなっており、今後もその傾向が強くなる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・経営者からすると、最低賃金の上昇分をカバーするための経営の効率化が進まず、利益を削って賃上げに対応している。一方、雇用者からすると、物価の上昇に賃上げが追い付いていないため、消費を絞るしかない。景気はインバウンド頼みであるが、インバウンドで需要が増えている業種は限られており、国内客の消費は減る一方である。
	×	衣料品専門店（経営者）	・40年前の商売のやり方を続けているようでは、今後も景気が悪いというよりも、商売が廃れていくと感じる。時代の変化に応じて、新しい商売の方法に変えていく必要がある。
	×	家電量販店（店員）	・商品価格、工事費用共に上昇が目立ち、購買意欲の低下に直結している。取扱品には国の補助金対象の商品もあり、一定の購買層には影響が小さいものの、一般的な商品の購買意欲の促進にはつながらない。
	×	家電量販店（企画担当）	・円安の動きに伴い、インバウンド消費が観光や飲食関連の売上を押し上げる一方、家電やリフォーム関連は価格の上昇に伴い、購買意欲がダウンしている。住宅省エネ2024キャンペーンによる、エアコンや内窓関連の需要増加に期待したい。
	×	住関連専門店（店長）	・輸入では円安の大きな影響を受けているほか、インテリア業界であるため、仮に金利の引上げがあれば、業界自体で受注減となり、打撃を受けることが懸念される。
	×	一般レストラン（経営者）	・相次ぐ値上げの影響で、外食の機会はますます少なくなる。消費者の間では節約傾向が進んでいる。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価の上昇で来客数が減っている。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	木材木製品製造業（経営者）	・先の見えない急激な円安が、輸入業者にとっては利益の圧迫につながるため、値上げを考えなければならない時期に来ている。現在は注文も入っているが、値上げによって注文が減れば、売上、利益共に減少することになるものの、先行きへの希望を持って進めたい。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体業界への資金投入が続いており、これで景気が良くなるようでは、先行きが思いやられる。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	・期末の受注残が増えている。
	○	建設業（経営者）	・4月の人事異動による影響が落ち着けば、止まっている案件なども動き出す。それに伴い、受注量も増えてくる。
	○	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続いている。
	○	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・国内客の消費マインドは依然として低調な見込みであるが、外国人観光客は円安の影響で更に増えると予想される。
	□	食料品製造業（従業員）	・連休前で受注は増えているが、連休明けの状況が読めない。その先にはお盆休みも控えているなか、先が読めない状況である。

□	食料品製造業（営業担当）	・現在は円安の影響で外国人観光客がかなり増え、それによる波及効果が出ているが、ゴールデンウィークを過ぎれば少し落ち着くため、景気はそれほど変わらない。
□	繊維工業（総務担当）	・販売額の確保のために単価を減額しているため、一定の販売金額を超えなければ、利益は格段に減る形となる。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・ダンボール業界全体が悪いと聞いており、なかなか先が見えない。
□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・イベント等の開催に対する問合せも続いているため、受注量の安定的な推移が予想される。
□	化学工業（管理担当）	・取引先からの発注見込みによると、現在のやや好調な状態が続くそうである。
□	化学工業（企画担当）	・食品の原料価格の高騰が広く認知され、販売価格への転嫁も広がっているが、消費マインドへの影響が出始める水準に達しつつあり、値上げも限界に近づいている。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・やや忙しい状態が続いている。案件の内容がその都度変わり、取引先の業種も固定化されないことが、良い影響につながっている。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・企業全体に賃上げ気運が広がり、大企業のみならず中小企業でも賃上げが実現したが、物価の上昇と円安基調は続いているため、景気の判断は変わらない。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・現在の景気は下火の状況であるが、数か月先も同様の推移となる。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・売上は横ばいで、受注も増えていない。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・円安による物価の上昇が続いており、先行きは不透明である。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・大阪・関西万博の開催準備の影響で、材料価格が高騰している。
□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・消費者は必要に応じて製品を購入しており、必要以上には購入しない。
□	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・明るい材料はないが、これ以上の悪い材料も現在のところは見当たらない。
□	建設業（経営者）	・4月からの働き方改革の厳格化により、民間関係の工期がより厳しくなる。国家プロジェクトである大阪・関西万博ではいまだに着工していないパビリオンもあり、一時的ではあるが技能労働者の争奪戦が予想される。
□	輸送業（商品管理担当）	・例年、4月の繁忙期が終われば販売量は減少するが、今年は忙しくなかったため、2～3か月後も変わらない。
□	輸送業（営業担当）	・2024年問題の影響がかなり懸念されたが、見聞きする限り、特に変化はない。
□	金融業（営業担当）	・今後の受注状況を確認しても、増加している企業は少ない。
□	金融業（営業担当）	・材料価格の高騰により、経費が増加する。
□	司法書士	・円安や物価の上昇などで節約に向かわざるを得ないなか、今後は好材料も見当たらないため、現状維持となる。
□	経営コンサルタント	・ゴールデンウィークが始まり、予想以上にインバウンドの来店が多いという店舗も多い。ただし、地元の国内客の来店が少ないとも感じているため、景気が良くなるとは考えられない。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・大型連休前でも忙しくならず、逆に暇になっている。
▲	繊維工業（総務担当）	・円安の更なる進行に対して、原料価格の上昇に伴う価格転嫁ができていない。また、転嫁しようとしても、取引先が受け付けられないケースが見受けられる。
▲	建設業（経営者）	・新築よりもリフォームを選択する客が増えており、明らかに住宅価格の高騰に家計の収入が追いついていないと感じる。
▲	輸送業（経営者）	・工事現場への納品は安定した動きとなるが、新規の現場が少ないため、今後2年程度は仕事が少なくなる。
▲	輸送業（営業担当）	・円安が続くと商品の値上げが予想されるため、今後はやや悪くなる。
▲	通信業（管理担当）	・円安の影響で生活が更に圧迫されている。春闘による景気の活性化に期待したが、物価の上昇による買い控えなどで、景気は横ばいか鈍化傾向となる。

	▲	不動産業（営業担当）	・今後もアパレル店舗の退店が続くなか、新たなアパレル店舗の入居は少ない。空室率が上昇して賃料が下がるなど、景気が悪くなる。
	▲	広告代理店（営業担当）	・6月以降の受注ペースが前年よりも遅い。
	▲	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・価格の変動が収まるのは秋頃と予想され、その後は前向きな動きが可能となる。
	×	化学工業（経営者）	・今年に入って、受注量が例年よりも減っているほか、値上げの動きが活発化している。値上げによる受注の減少で、今後は更に景気が悪くなると予想される。
	×	金属製品製造業（経営者）	・鉄鋼製品全体に、価格の上昇や人手不足、2024年問題などの影響が出ており、荷動きが急激に悪くなっている。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・販売が低迷するなか、主原材料の鉄鋼で強引な値上げが進んでいるため、採算の更なる悪化が予想される。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・過度な円安の継続が、日本経済には致命的な影響になると予想される。変動相場制においては、中途半端に為替介入を行っても効果はなく、今後は不安である。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・円安が進んでおり、企業活動が上向かない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（営業担当）	・人材が枯渇している企業ほど、時給の改定が実施される可能性は高い。その一方、まだ余裕のある企業は据置きとなっている。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・求人数の増加に比べて、求職者数の伸びが少ない点は気掛かりであるが、求人数に関しては今後も増加傾向が予想される。
	○	人材派遣会社（支店長）	・第2四半期になれば、少し変わると予想される。
	○	職業安定所（職員）	・事業所を訪問すると、不況の業界は一部でみられるものの、中小企業も厳しい状況で賃上げを行うなど、求人条件の変更に比較的応じてくれている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・大阪・関西万博関連の仕事が増えることから、景気は今よりも良くなる。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・物価の上昇や円安の進行など、給与所得者ではない学生の家計状況が良くなる材料が見当たらない。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・求人数の増加や初任給の引上げなど、今後の事業を見据えて採用計画を高く設定する企業が増えている。
	○	その他雇用の動向を把握できる者	・賃上げによる消費マインドの改善や、一部の自動車メーカーの生産再開により、景気の先行きに楽観的な声が増えている。
	□	人材派遣会社（役員）	・賃金のベースアップを実施する企業が増えたようであるが、企業規模を問わず、必要な人材の確保が厳しい状況が続いている。また、インフレ懸念や不安定な世界情勢が続いている状況から、当分は景気の押し上げが進まない可能性が高い。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・オフィス勤務での派遣依頼については、この数か月で求人数が動く要素はない。
	□	アウトソーシング企業（管理担当）	・今後も大きく変わる見込みはなく、現状維持の状況が続く。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・株価は急速に上昇したが、円安ドル高の状況はますます進んでおり、物価の上昇も重なって、生活水準の維持が困難になっている。物価の上昇に合わせて、給与の水準も上がらない限り、景気が良くなることはない。
	□	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予算の費消状況に、特に大きな動きは見受けられない。
	□	職業安定所（職員）	・雇用保険の受給決定件数の減少に伴い、若年者の新規求職申込みが減少している。一方、働ける間は働き、いつまでも社会と関わりを持ちたいという高齢者が増えている。
	□	職業安定所（職員）	・宿泊業で求人数が増加傾向にあるなか、人手不足によって客室の稼働率が下がっている事業所もある。すぐには人手不足の解消による稼働率のアップは見込めないため、現状は変わらないと予想される。また、円安による今後の影響にも注目している。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	・夏のインターンシップ関連の広報は6月頃まで続くため、当面は広報が盛況な状態が続く見込みである。	

□	学校 [大学] (就職担当)	・物価の安定を期待したい。
▲	職業安定所 (職員)	・企業の人手不足感は強いが、求職者は前年と同様の動きにとどまる。応募数、採用数が増える材料は、今のところ見当たらない。
×	—	—