

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)	◎	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・インバウンド売上が非常に好調であり、特選ショップでの値上げ前の駆け込みが目立つが、値上げ後の反動減は余りみられない。一方、インバウンドが特に多い店舗では、外商客を中心とした国内客の売上に悪化がみられる。
	◎	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・来客数の増加に加え、今月はチラシを2回掲載した効果が出ている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・今月は久しぶりに人出が増えたため、売上も少し上がっている。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・円安の継続によるインバウンドへの好影響が大きい。一方、国内客による消費も堅調となっている。
	○	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・依然としてインバウンド売上が好調である。海外の高級ブランド品や、婦人用品のまとめ買いの動きにも変化はなく、売上の拡大につながっている。また、リニューアルしたレストランを中心に好調な推移となるなど、前年の実績を確保できている。
	○	百貨店（管理担当）	来客数の動き	・インバウンド需要の増加により、海外ブランド雑貨や化粧品の上は前年比で2けた増が続いている。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上は過去最高の動きが続いている。海外ブランドのブティックの前には、連日行列ができるほどであり、国内の富裕層も海外ブランド品や高級時計を中心に、購買を増やしている。
	○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・5月以降は、近隣エリアへの外国人旅行者による流入が増えている。百貨店の閉店後の時間帯も、昼間と変わらない混雑状況が続いている。
	○	百貨店（売場統括）	お客様の様子	・このところはインバウンド消費が前年の約4倍に増えるなど、好調に推移している。
	○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・インバウンドの動きが非常に良く、今後も減速することはないと考えられる。
	○	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・インバウンドを含めた来街者の増加で、来客数が大きく増えている。インバウンドは円安の影響もあり、高級ブランドを中心に購買意欲も旺盛であり、客単価が上昇している。
	○	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・商品の値上げにより、買い控えが強まることを懸念していたが、販売量、来客数共に思ったほどは落ち込んでいない。買上単価の上昇による売上増に伴い、景況はやや上向いている。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・暑くなってきたため、冷たい商品が売れている。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・コロナ禍の収束後、初のゴールデンウィークとなり、にぎわいが予想されるなか、当社はちょうど休業していた。休み明けはその反動が出ることを危惧していたが、順調な客足となっている。3か月前と比べても、来客数、客単価共に、緩やかに上向いている。
	○	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・住宅省エネ2024キャンペーンの効果で、水回り関連やリフォームの問合せが増えている。
	○	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・気温の上昇に伴い、エアコンの販売量が増加している。特に電気料金の高騰により、省エネエアコンなどの高額商品の動きが活発になっている。
	○	乗用車販売店（支店長）	販売量の動き	・最近では客単価が特に高く、高額商品が売れている。
	○	その他専門店 【ドラッグストア】（店員）	それ以外	・商業施設での新店舗の開業に伴い、新規顧客が増えたため、売上が大幅にアップした。来客数はそこまで伸びなかったが、客単価が上がるなど、足元の景気は良くなりつつある。
○	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	・開業するクリニックが増えているのか、関連商品にまとまった注文が増えており、客単価も上昇している。	
○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降も、満席の日が増えている。	

○	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊需要はインバウンドを中心に堅調な推移となり、宴会需要も徐々に回復傾向となっている。一方、レストランではディナー帯の集客が横ばいとなっている。
○	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・旅行会社経由での個人旅行の予約は停滞し、前年を下回っているが、国内、海外共にオンラインでの予約は順調に入ってきており、販売価格も安定しつつある。
○	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・購買意欲が高くなっている。
□	一般小売店 [時計] (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べると、今月は営業日数が多いはずなのに、来客数はほとんど変わっていない。ゴールデンウィークを挟んで人の流れが変わり、今月は時計の修理が中心となっている。バンドの交換依頼はほとんどないなど、今月は達成感の乏しい月となっている。
□	一般小売店 [花] (経営者)	販売量の動き	・国内客が中心のサービス業では、物価の上昇により、客の買い控えや注文単価の低下が進み、売上は減少傾向にある。
□	一般小売店 [衣服] (経営者)	販売量の動き	・来客数、販売量共に低調なまま、大きな変化がない。どの客も必要な物だけを購入して帰る。
□	一般小売店 [野菜] (店長)	お客様の様子	・一時的に飲食関係の客が増えたが、物価の上昇を気にして、食事やゴルフなどに落とすお金が減っている。
□	一般小売店 [呉服] (店員)	販売量の動き	・着物はぜいたく品のため、コロナ禍の際よりも動きは良いが、以前と比べると悪い。
□	一般小売店 [菓子] (営業担当)	販売量の動き	・可もなく不可もない状態である。
□	百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・今月は売上目標を上回る見込みであり、都心店舗が好調な一方、郊外店舗は伸び悩んでいる。ただし、インバウンド売上や特選用品、高額品の販売は好調であるが、国内の中間層による購買は依然として慎重なため、全ての店舗や商品が好調というわけではない。
□	百貨店 (売場マネージャー)	来客数の動き	・2月から5月にかけての来客数の前年比は、マイナス2%からマイナス3%で推移している。ファッション関係の売上は、婦人服、紳士服共に厳しい。一方、インバウンド売上はここ3か月でラグジュアリー系を中心に3倍から4倍に増えているが、国内客は相変わらず厳しい状況である。
□	百貨店 (マネージャー)	販売量の動き	・3か月前から売上が前年を上回る動きが続いているが、内容は食品などの日配品やレストランの新店舗などが好調な一方で、呉服や宝石類などの高額品の売上が減少している。
□	百貨店 (販売推進担当)	来客数の動き	・円安の影響で、インバウンドによる海外高級ブティックの売上が非常に好調である。一方、国内客の売上は微増にとどまり、来客数や買上単価は上がっているが、購買率は下がり気味である。
□	百貨店 (売場マネージャー)	来客数の動き	・訪日外国人が売上を支えている一方、国内客は売上の回復が進んでいない。この傾向は一定の間続くことから、国内の景況感の回復はまだ道半ばである。
□	百貨店 (マネージャー)	お客様の様子	・インバウンド需要に支えられている状況に変化はない。世界パラ陸上の影響もあり、インバウンド売上は前年比で5.3倍となっている。一方、国内客の消費はコロナ禍での行動制限の緩和から1年が経過し、その反動が出たのか、衣料品やファッション雑貨が苦戦している。また、食品関係も販売量、客単価が悪化している。今月は現金売上が前年比で0.9%増であるのに対し、特選需要の掛売上は2けた増となるなど、中間層の慎重な姿勢が継続している。
□	スーパー (経営者)	お客様の様子	・一部の客層では、以前よりも消費が持ち直しているが、大半の客の間では節約志向が強く、価格次第で動く傾向がみられる。

<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・円安や原油相場の上昇などで、生活必需品の価格が継続的に上がり、客の買物の様子が慎重になっている。特に食品では、広告のお買い得商品であっても、1点ずつ吟味して購入する客が増えている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・買上単価は安定しつつあるが、値上げによって平均単価が上がったことで、1人当たりの買上点数に影響が出ている。それに伴い、買物額は変わらないが、買物の中身は減っている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・ここ3か月は来客数に大きな変化はなく、前年比での動きもほぼ横ばいとなっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	それ以外	・自治体によるキャンペーン特需や、プレミアム付商品券の利用があり、対象の12店舗では売上が増えている。全体的にも前年の水準を上回っているが、一連の効果を差し引けば、前年を下回るのが実態である。生鮮品の動きでも、牛肉の値上げもあって精肉部門の売上は鈍化しており、これから梅雨時期に入ると、売上は更に厳しい状況となる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・足元は天候の影響を大きく受けている。基本的に節約志向が強まっているため、雨が降ると買物をやめたり、買う量を減らしたりする。翌日以降に、この分を補うような動きは出てこないケースもあるなど、売上が見込みを下回る傾向にある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	販売量の動き	・売上目標は達成しているが、客単価が上昇する一方、購入点数が減る傾向に変化はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	販売量の動き	・来客数や販売量に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	お客様の様子	・来客数は堅調に推移しているが、新たな競合店がオープンした地域の店舗を中心に、客の買い回りが増えるケースがみられ、買上点数や売上が伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・インバウンド需要はかつての水準を上回っているが、周辺ホテルの宿泊者数はほぼ上限に達しているようで、この数か月は横ばいである。商品の値上げラッシュも落ち着いてきており、客単価も安定している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク後は客が節約していると感じ、飲食店では来客数が減っている。今後、お中元商戦の繁忙期に期待したい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行から1年が経過し、ほぼ以前の売上に戻ってきた。ここ数年はコロナ禍からの回復により、前年を上回る動きが続いていたが、今後もプラス傾向を維持するのは大変である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの合間はずっと暇になるが、今年は連日、来客数が多かった。ただし、連休が終わってからは常連客が大半となり、来客数は減っている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・前月と同様に、来客数や売上に余り変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	お客様の様子	・観光で日本を訪れる外国人は増えているが、近隣の住民による来店は余り増えていないと感じる。ただし、当店は24時間常に来客があり、途絶えることはない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・円安の影響で中古車価格が上がっている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・円安の影響が最も大きいが、あらゆる商品の物価が上がっている。この物価の上昇が、景気の最大のマイナス要因となっている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・販売単価が上がっているため、全体の売上は確保できているが、一般の商品に関してはそうともいえない。のりは好品に含まれることもあり、販売量や売上が減少している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店【宝飾品】（販売担当）	販売量の動き	・生活必需品の値上げによる節約が顕著であり、ふだん使いの商品だけでなく、特別な物や何かの記念のための購入すら、購買意欲が低い。

<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	・この3か月間、ガソリンの販売量は前年比で微減となっている。ただし、自動車の電動化によるガソリン需要の減少を考慮すると、ほぼ横ばいとなるため、特に景気による影響はみられない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・食品や日配品などの生活必需品に加え、UV関連や制汗剤、殺虫剤といった夏物商材のほか、制度化粧品やカウンセリング化粧品、化粧雑貨なども順調に動いた。その一方、医薬品や健康食品の動きは減少となったほか、衛生用品も減少が続いている。3か月前と比較して、来客数や商品単価は上向いているものの、買上点数が減少となった結果、客単価は横ばいとなっている。
<input type="checkbox"/>	その他小売 〔ショッピングセンター〕（総括）	販売量の動き	・売上の前年比は実質的に横ばいとなっており、伸びは鈍化傾向にある。若年層の消費はみられるものの、購買力が弱いいため、単価がダウンしている。日常の消費以外は悪化傾向となっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・売上は減少傾向にあり、特にゴールデンウィーク後は来客数のばらつきが大きく、閑散とする日もあれば、客が店に入り切れない日もある。特に目立ったのは、中高価格帯の利用で、領収書を請求するケースの増加である。会社の経費による宴会や食事会の増加で、景気の改善が実感されるが、宴会の利用がなければ、売上の維持は難しいのが実情である。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン （企画）	販売量の動き	・売上の前年比は前月よりもやや悪化したが、ここ3か月はほぼ横ばいであり、来客数も引き続き前年を上回っている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル （経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク後の1週間は空室が目立ったが、中旬からは再び来客数が増えた。スタッフの人手不足により、かつてに比べると来客数は少ないが、宿泊単価の上昇もあり、売上は好調な推移となっている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル （客室担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以外は非常に動きが悪かった。その一方で、当日の予約が好調な状況は続いている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル （管理担当）	販売量の動き	・インバウンドの集客が順調である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・ゴールデンウィークが終わると、夏休みの旅行の申込み時期となるが、進捗は思わしくない。6月の定額減税による可処分所得の増加に期待しているが、客との会話では、物価上昇の影響で、夏休みの旅行にお金を回せないといった声が多い。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	販売量の動き	・携帯端末の価格上昇で、客の買換えサイクルが長期化している。MNPによる通信事業者の変更で、端末を低価格で購入する客も増えるなか、オンラインでの購入が徐々に増加する一方、キャリアショップでの販売量は減少傾向にある。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	来客数の動き	・今年のゴールデンウィークでの来場が、新型コロナウイルスが5類感染症に移行前であった前年と、大きく変わらなかった。メディア等での各種アンケート結果をみても、物価上昇の影響で連休は家で過ごすという回答も多く、賃上げの恩恵は一部に限られると感じる。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 〔複合商業施設〕（職員）	来客数の動き	・都心店のインバウンド売上は好調な一方、郊外店では食品の値上げによる買い控えが顕在化している。
<input type="checkbox"/>	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	・ゴールデンウィークの来場者は前年を超える水準であったが、それ以降は週末ごとに雨が降り、減少傾向となっている。天候要因以外での景気動向については、特に変化はない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 （従業員）	競争相手の様子	・市内を中心に、分譲マンション価格だけでなく、新築賃貸マンションの賃料も上昇している。開発事業用地は分譲や賃貸マンション、ホテル、商業施設向け共に、取得競争が激化しており、土地価格も上昇している。

□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	それ以外	・春の昇給やベースアップは例年以上となったが、それ以上に物価上昇の方が厳しいため、給与のアップでカバーするのは無理である。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・物価やコストの上昇が顕著ななかで、新築マンション、戸建て住宅共に、価格の上昇が続いている。価格帯の安い物件の動きは厳しい一方、高価格帯の物件の動きは堅調な状況が続くといった2極化については、今後更に加速すると予想される。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	お客様の様子	・相次ぐ食料品の値上げの影響で来客数が減っており、売上が5%減少している。
▲	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行から1年が経過し、今年のゴールデンウィーク商戦は、都心では集客が増えて好調となった一方、郊外店舗は来店が少なく、苦戦を強いられた。中旬は母の日ギフトで盛り返したが、中旬以降は前年比でプラスとマイナスが交互に続き、不安定な売上となっている。来客数が減少傾向にあり、前年比で90%後半となるなど、客単価が上がらない店舗は前年割れとなっている。ボディケアなどの家ナカ商材の不調が目立つなか、フレグランズなどのラグジュアリー商材はギフト関連で好調となっている。
▲	百貨店（売場主任）	単価の動き	・4月、5月は様々な商品の値上げの影響が出て、インバウンド需要の見込めない郊外店は節約志向が強まった。総菜関連では高級総菜が苦戦したほか、生鮮品では和牛の売上の苦戦が顕著であった。当面はこのような環境が続くと予想される。
▲	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・来客数がやや減少傾向にあるほか、客単価も下がってきている。
▲	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月も消費動向に大きな変化はみられないが、最も身近な野菜であるキャベツの価格高騰で、価格への意識が再び高まり、節約志向が強まっている。インバウンドはエリア全体として弱いため、大きな伸びはみられない。
▲	百貨店（店長）	来客数の動き	・物価の上昇に伴い、食品フロアの売上が直近3か月は減少傾向が続いている。価格帯の低い、近隣のスーパーなどに客足が流れている。
▲	スーパー（店員）	単価の動き	・天候要因で野菜の価格が大きく上がっている。天候が安定してもすぐには戻らず、戻ったと思えば、次は土物野菜の価格が上がるなど、何かの価格が常に高いままとなっている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・商品価格が10%ほど上がっているため、買い控えが増えてきている。インバウンドも欧米からの観光客が多く、商品を少ししか購入しない傾向がある。
▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・最近のエネルギー価格や食品価格の高騰により、客の消費マインドが低下している。生活必需品は購入しなければならないが、家電製品はそうではない。故障すれば購入につながるが、必要でなければ来店の動きも減っている。
▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・引き続き仕事はあるが、人手が足りていない。
▲	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・来客数、問合せ数共に、減少している。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・物価の上昇が止まらず、外食の機会が減りつつあるため、来客数が伸びない。
▲	一般レストラン（店主）	単価の動き	・物価の上昇により、原材料費がかなり上がっている。単価を上げにくいこともあって、客単価は低下傾向にあることから、収支のバランスを取るのが難しい。
▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	単価の動き	・相変わらず値上げが続くなか、給料が上がっているのは大企業の正社員だけであるため、全く景気の回復にはつながらない。
▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・予約が動かなくなっている。当地ではインバウンドが少ないため、どの価格帯の宿も苦戦している。

	▲	都市型ホテル (フロント)	来客数の動き	・4月までは稼働率、客単価共に好調であったが、5月はゴールデンウィークの動きも鈍く、インバウンドの動きも低調となっている。
	▲	旅行代理店(店 長)	来客数の動き	・前月に続き、平日の来客数が特に少なく、閑散とした時間帯も多いほか、夏の旅行の申込みもまだまだ少ない。特に、海外旅行は旅行費用の高騰と円安の影響で、相談が入る割には受注につながるケースが少ない。
	▲	旅行代理店(役 員)	販売量の動き	・旅行代金の単価は上がっているが、前年と比べて予約件数が減っている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・食品や身の回り品の値上げが進んでいる一方、収入に変化はないため、タクシーは必要最低限の利用となっている。ホテルでもバスの利用が増え、出張に伴う利用も、経費で落とせる以外の利用は減少している。
	▲	通信会社(社 員)	販売量の動き	・ゴールデンウィーク以降は閑散期となり、集客や販売も厳しく、売上が伸びない。
	▲	通信会社(営業 担当)	単価の動き	・契約後数か月の利用料を大幅に減額するというスタート割キャンペーンを、3月まで競合他社が実施したため、当社への問合せが減っていた。その後、当社でも同様のキャンペーンを実施したところ、問合せが増えた一方で、客単価も下がる傾向となっている。
	▲	その他サービス [学習塾](ス タッフ)	お客様の様子	・無料体験に参加しても、入会するまでには至らないなど、入会に慎重な印象を受ける。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・やはりコストアップの影響と、住宅ローン金利の上昇から、買い控えが目立っている。
	▲	住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・賃金の増加よりも物価の上昇の方が大きく、客は様子見の動きとなっている。
	▲	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)	それ以外	・物価が上がっているため、消費マインドは良くない。
	▲	その他住宅[展 示場](従業 員)	単価の動き	・資材価格や人件費の高騰による、販売価格の上昇傾向が加速している。
	×	一般小売店 [花](店員)	お客様の様子	・客との会話では、物価の上昇や節約の話が多くなるなど、節約志向がみられる。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・物価上昇の影響で、繊維製品の買い控えが顕著である。アパレル関連では、更にデフレが進行している。
	×	衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・最近は単価の低い商品が売れるようになっている。その結果、全体として来客数は同じでも、売上は減少気味である。
	×	家電量販店(店 員)	販売量の動き	・客の購買意欲はあるものの、以前よりも検討期間が長くなっている。見積期間が過ぎてからの再商談もあるなど、何店舗かで情報収集をした上での購入となっている。
	×	家電量販店(企 画担当)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク中の来客に期待したが、来客数は前年と比べて激減しており、売上も前年を割り込んでいる。家電の夏物商材も朝晩が冷え込み、まだ暑さを感じられないため、エアコンなどは動いていない。
	×	観光型旅館(経 営者)	来客数の動き	・今月は前月よりも悪くなっており、来客数が前年比で80%、2019年比でも95%となっている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・ゴールデンウィークも終わり、人の動きは少し静かになっている。夜の会食などに出掛ける人も、夜の早いうちに帰宅する傾向にある。
	×	競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は8357円であり、3か月前の9570円よりも低下している。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	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。
	○	食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・ゴールデンウィーク中はインバウンド効果もあり、飲料の売上も良かった。後半は天候が余り良くなかったこともあり、少し飲料の売上は減ったが、トータルでは少し良くなっている。

○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・オートバイ、自動車用の電装品向けの出荷が好調な一方、一般家電向けは通常の出荷量である。
○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商品や業界ごとに景気のばらつきが大きく、評価が難しい。また、戦争や自然災害も多いなど、判断が難しい時代となっている。
○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・案件の依頼や引き合いが少しずつ増えている。
□	食料品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・依然として原料価格の上昇が続くなか、製品価格の値上げを進めているため、販売店の店頭価格も上昇している。それに伴い、利益は増加しているが、予想以上に販売量が落ち込んでいる。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業界全体の動きが総じて悪い。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規案件の価格が下がっている。少し無理をすれば受注は可能であるが、この価格が基準となることが懸念される。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	取引先の様子	・大企業だけでなく、中小企業にも一定の賃上げ効果がみられるが、過度な円安や原材料価格の高騰は続いている。製品の値上げによって売上は増えているが、経費も増加傾向にあるため、一進一退の状況である。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造業に関しては、円安による材料価格などのコストアップに加え、半導体不足による減産が受注量の減少につながり、稼働率の低下を招いている。それに伴い、荷動きが非常に悪くなっている。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在の景況は数か月前と変化はなく、コロナ禍の収束後も製造業の業況は改善していないと感じる。
□	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、売上共に横ばいである。
□	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・理由が明確に分からない状況で、売上が増減を繰り返しており、先行きが読みにくい。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・主要商品を中心に、実売が前年割れとなる傾向が続いている。
□	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注価格や販売価格の動き	・販売面では底打ちしたと考えられるが、原価率の大幅な上昇に対して価格転嫁が進んでいないため、利益が圧迫されている。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・4月から始まった働き方改革で、技能労務者不足や監理技術者不足が更に深刻化している。一部の建設資材の納期が不確定なほか、価格の高騰もあるなど、厳しい状況にある。
□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・客との会話では、3か月前の受注状況と変化はなく、景気が良くなっているとは判断できない。
□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・4月までは交通広告の出稿は好調であったが、5月からは受注が若干少なくなっている。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先には府内の商店街が多いが、市内中心部の商店街に比べると、客足が戻らないという声が多い。一方、小売店の減少で空き店舗が増えているなか、飲食店は増えている。
□	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	・同じターミナル駅でも、外国人観光客が集まる店舗と、そうでない店舗で売上に格差が生じている。有名な店はそれなりに実績を伸ばしているが、土産物が中心の店は外国人受けしない。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・全体的に注文が少ない。見積も少なく、全体的に悪い状況が続いている。
▲	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・問屋経由での販売は単価が上がらないため、中間マージンの減少が利益を圧迫している。一方、消費者向けの販売会では他社との値下げ競争が続いているため、こちらの利幅も小さい。売上の損益分岐点が以前よりも上がっているため、厳しい状況にあるなか、販売は前月比で2割のダウンとなる見込みである。

	▲	一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・円安の影響で輸入部品等の調達額が増えるなか、製品の輸出分の差益は見込めるが、国内販売では差益が見込めない。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・材料価格の上昇が打撃となっている。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅関連のイベント来場者が、明らかに減っている。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月に入ってから荷動きが悪い。4月も良くなかったが、5月に入ってから荷物が極端に減っている。
	▲	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・円安の影響で燃料価格などが高騰しており、利益が圧迫されている。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・相変わらず1階のテナントによる解約が続いている。アパレルや飲食関連の解約が増えており、賃料の低下や空室率の上昇につながるなど、景気は悪くなっている。
	▲	その他非製造業 〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・不安定な気候の影響もあり、4月からのチェーンストアでのアパレルや服飾雑貨の売上は落ち込んでいる。買上点数も落ちているが、来客数も減少している。輸入物価の上昇などで、消費者物価も上がり気味となり、購買意欲の低下につながっている。
	×	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・出荷量と売上が、ここ数年で最も悪い水準である。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の取扱製品に対し、消費者は新規購買ではなく、修理することで利用を続けている。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・物価の上昇が止まらないほか、税負担の増加も止まらない。白菜の価格が1玉800円まで上がれば買えるはずがない。コロナ禍での無利子無担保融資の返済に伴う、倒産の動きも止まらない。景気の改善や購買意欲が高まる要素は皆無であり、諦めムードが広がっている。
	×	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	・物価が上がり続けており、実質賃金はますます低下する一方である。
雇用 関連 (近畿)	◎	*	*	*
	○	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・第2四半期になって年度予算がようやく決まり、採用数が増え始めている。
	○	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・観光業界の活況により、既存、新規共に取引先からの求人は増えている。ただし、求人内容にマッチする求職者数はなかなか増えない。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・人手不足が厳しい建設業界などでは、特殊なスキルの人材に対し、賃金を引き上げて採用する傾向が続いている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・25年卒の新卒採用においては、採用企業が前年以上に苦戦しており、追加募集のための広告掲載が増えそうである。一方、26年卒の採用では、夏季インターンシップに向けたイベント出展などが前年よりも多く、これまで当社のイベントに参加していなかった企業の動きもみられる。来場する学生も、前年比で20%ほど増えている。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	雇用形態の様子	・初任給を増額した企業が増えるなど、新卒採用への意欲がみられる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・毎年5月は求職者の動きが減る、夏枯れの時期となる。少なくとも当社での求人数は、例年と余り変わらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・定額減税や賃上げなど、景気の上向き要素は出てきたものの、過度な円安や物価の上昇といったマイナス要素を打ち消すまでには至っていない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・関西の新聞広告やデジタル広告の出稿状況を見ると、3か月前とほぼ変わらない推移となっている。
	□	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・採用数は3か月前よりも減少しているが、前年比では横ばいである。ただし、いつも年度末には採用数が増加するため、例年と大きな違いはない。

□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月の新規求人数は前年比で増加となった。前年比で増加率の高かった運輸業・郵便業は、道路貨物運送業や郵便業で求人が増えたほか、バス運転手の求人も増えているなど、インバウンドの増加による影響がみられる。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年と比べてやや少ない。
□	学校〔大学〕 （就職担当）	それ以外	・スーパーと百貨店の購買層の格差が大きくなっている。百貨店では高級品コーナーの活況に驚かされるが、スーパーでは値引き商品を買う人が増え、買物かごの中も値引き商品であふれている。
□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・物価の上昇によるコスト面での悪化により、多くの業種で求人の募集を控える動きがみられる。一方、インバウンド需要の増加で、景気が良いという声もある。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が3か月前と比べて減少している。製造業では、取引先の余剰在庫の影響で受注が減少しているほか、飲食店では円安の影響で仕入価格の高騰などがみられる。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・今年も例年どおり、求人が落ち着いている。
▲	学校〔大学〕 （就職担当）	それ以外	・学生の就職では、1人暮らしのコストを避けて、地元志向が強まっている。
×	—	—	—