

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）	・世界情勢では、今後も東西冷戦状態が続く。
	◎	百貨店（宣伝担当）	・当地区では今後も観光客が増えると予想されるほか、季節商材の実売期も到来することから、商材の確保を中心とした施策を進めることで、売上の伸びが期待される。
	○	商店街（代表者）	・人出が多くなるなど、活気が戻ってきたと感じる。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・販売価格の上昇に対し、販売個数の減少は生じておらず、順調に推移している。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・お中元商戦に向けて、販売量の増加を見込んでいる。
	○	百貨店（企画担当）	・賃上げの動きに加えて、各企業の業績向上に伴い、ボーナスの支給額も増えると予想される。
	○	百貨店（サービス担当）	・今後も全体的な傾向に変化はなく、前年の実績が確保できるほか、今年も猛暑を快適に過ごせる商材の展開や、お中元商戦もオリジナルギフトを中心に展開することで、売上の拡大が期待される。
	○	百貨店（マネージャー）	・インバウンドを中心とした来街者の増加が、販売の増加につながっており、売上は過去最高を毎月更新している。インバウンドでは、かつて来街者数や販売が最も大きかった中国がまだ回復途上であるため、今後は更なる増加余地がある。
	○	百貨店（外商担当）	・円安が続く限り、日本で購入するのが最も安いいため、インバウンド売上の勢いが衰えることはない。ただし、ブランド品の値上げが続いているため、国内客の購買意欲は若干低下する可能性がある。
	○	百貨店（外商担当）	・海外有名ブランドの価格改定は相次いでいるが、富裕層の購買動向の勢いは、今後もしばらくは変わらない。
	○	百貨店（売場統括）	・インバウンド消費が好調なほか、賃金のベースアップに加えてボーナスの支給も行われるため、国内消費の活性化につながる。
	○	コンビニ（経営者）	・セルフレジ化が進み、客の購入するスピードが速くなっている。買物の時間を短縮できるため、何度も来店してくれる確率が上がることで、売上が伸びる。
	○	コンビニ（経営者）	・夏に向けてアルコール類や飲料の販売量が増えるよう、頑張っていきたい。
	○	コンビニ（店員）	・景気が良くなるとまではいえないが、定額減税で余裕ができるため、コンビニでプチゼイタクをする客は、少なからず出てくる。
	○	コンビニ（店員）	・これからどんどん暑くなるため、飲料やアイス類が売れる。
	○	衣料品専門店（店長）	・今後は夏のボーナス商戦が始まる。客との会話では、業種次第ではあるものの、企業の業況は良い流れとなっている。また、海外からの観光客の増加により、街全体に活気が出ている。
	○	家電量販店（店員）	・定額減税やボーナスの支給による影響のほか、気温の上昇によるエアコンの需要増加で、前年の売上は上回る見込みである。ただし、商品単価の上昇による影響がどう出るかは見通せない。
○	家電量販店（企画担当）	・夏のボーナス商戦に期待したい。今期は大企業を中心に賃金のベースアップがあるため、耐久消費財の購買意欲が高まることを期待している。特に住宅省エネ2024キャンペーンにより、給湯機や省エネ関連の動きが増え、売上のプラス要因となっている。来月から電気代が高騰するため、省エネ家電やLED、省エネ給湯器の購入が見込まれ、客単価の上昇が期待できる。	
○	家電量販店（人事担当）	・今年も猛暑となる予想であり、エアコンはもちろん、効率的に体を冷やすためのスポット冷房などの販売も期待される。	
○	乗用車販売店（支店長）	・株価の上昇効果で良くなる。	

<input type="radio"/>	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・一時的ではあるが、定額減税によって客の購入意欲が高まると期待している。さらに、今年の夏は猛暑の予想であるため、冷却関連の商品の売行きも見込める。
<input type="radio"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・化粧品や化粧雑貨などは順調に動いている。今後、更なる上昇要因は見当たらないが、気温の上昇に伴い、飲料などを含む夏物商材の売上は増加が予想される。
<input type="radio"/>	高級レストラン（企画）	・商品単価が2019年の1.4倍に達しつつある。今後のインバウンドの増加もあり、収益は更に上向く見通しである。
<input type="radio"/>	都市型ホテル（総務担当）	・宿泊需要は堅調な推移が予想され、宴会需要も回復傾向が続く見込みである。
<input type="radio"/>	旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行から1年以上が経過し、客からは、今年の夏こそ旅行に行きたいという声がよく聞かれる。円安の影響はあるものの、節約疲れもあり、現状よりも良くなる感覚がある。
<input type="radio"/>	通信会社（社員）	・通信キャリアによる施策の内容にもよるが、夏の商戦での盛り返しを期待している。
<input type="radio"/>	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンドの来場が増加傾向にあるほか、国内客にも物価上昇による悪影響はみられない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔花〕（経営者）	・仕入価格の上昇などが続くなか、売上は減少しており、景気回復の兆しはみられない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・相次ぐ食料品の値上げで、先行きは不安定である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔野菜〕（店長）	・コロナ禍収束後の消費者の動きが良いため、継続的に盛り上がると予想したが、お金を使わない傾向になりつつある。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔呉服〕（店員）	・着物はぜいたく品のため、動きは良くない。一時的に留袖が動いたが、振り袖が動かない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・減税や賃金のベースアップによる効果が消費を押し上げるとは考えられない。今後は今よりも大きく改善される要素はないが、インバウンド需要が増えているため、引き続き特選用品、高額品の販売は好調に推移する。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・円安傾向が続く限り、インバウンドの売上好調はしばらく続く予想している。ただし、円相場次第で、急激な変化が生じる可能性もある。また、インバウンドの増加による国内売上への影響も、少し心配される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・業績をけん引しているインバウンド需要は、堅調な動きが続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	・インフレや円安の影響で商品価格が高騰しており、生活防衛の傾向が強まっている。一方、個人所得は増えず、賃上げの影響もまだみられない。特に、地方の郊外店は厳しさを感じるなど、今後も外売上やインバウンド売上が全体の下支えとなる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・今後も電気料金の値上げや、商品価格の改定など、様々な商品の値上げが続くため、節約志向は更に強まる。その一方、定額減税などの効果もあり、しばらくは消費が大きく落ち込むことはないと予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	・インバウンド売上の増加は当面続く見込みである。一方、物価の上昇で食品のナショナルブランドを中心に、路面店との価格差が生じているため、徐々に厳しくなってくる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	・景気の回復を後押しする要素はなく、売上の浮沈はインバウンドが握っている。先行きの見通しは非常に不透明であるが、盛夏商材の動きは活発であるなど、一定の期待感はある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・インバウンドの売上は現状の好調が続く一方、国内消費は現状維持か、減速が予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・一時的な減税や賃上げ効果も、物価の上昇による心理的な悪化が上回ることで、全体的な購買動向は変わらない。行動が活発になる夏を前に、自分の価値観に基づく、消費の選択と集中が顕著になると予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・定額減税が実施されるが、消費を刺激するほどの効果は期待できない。

□	スーパー（店長）	・生活必需品の価格は上昇が続くため、景気が良くなる可能性は低い。ただし、ゴールデンウィークの前には、キャリーケースといった旅行商品の売上が前年比で150%増となるなど、外出関連の動きは良い。今後も夏休みなどで、売れる商品が出てくる可能性がある。
□	スーパー（店長）	・値上げ対応としての減税も、消費の増加につながるわけではないなど、景気の回復につながるニュースはない。
□	スーパー（店員）	・ますます天候要因による影響が大きくなるほか、燃料価格が高い限り、商品価格も高くなるため、今後も厳しい状況が続く。
□	スーパー（企画担当）	・天候不良による野菜や果物価格への影響が緩和するほか、競合先を含む外部環境にも変化はない。一方、所得税や住民税の減税による影響は、食料品に関しては少ないと予想される。
□	スーパー（企画担当）	・自治体によるキャンペーンが終了するほか、今後は台風や梅雨の時期に入って天候が不安定になるため、売上の増加が余り期待できない状況が続く。
□	スーパー（経理担当）	・今後の期待要素には、賃金のベースアップやボーナスの増加による所得増加のほか、定額減税などが挙げられる。ただし、加工品などの値上げや異常気象による生鮮品価格の高騰が続き、節約志向の更なる高まりもみられるなど、ストレートに減税効果が出るとは楽観できない。
□	スーパー（販売促進担当）	・しばらくは現状の傾向が続く。
□	スーパー（開発担当）	・依然として消費者に厳しい時期が続いている。定額減税が6月から始まるが、余り効果は期待できない。物価はどんどん上がるため、景気が良くなることはない。
□	スーパー（企画）	・前年5月の時点で、既に値上げによる単価の上昇が進み、購入点数の前年割れが始まっていた。今年は更に購入点数が減っているなど、増加に転じる見通しが立たない。
□	スーパー（社員）	・今春の賃上げや減税の恩恵は期待できそうであるが、消費喚起の効果は一過性であり、長続きしないとみられる。
□	コンビニ（経営者）	・ここ数か月は、来客数、客単価共に余り変化がない。今後の数か月も変化の要因が見当たらないため、売上は現状のまま推移すると予想される。
□	コンビニ（店長）	・客の様子は安定しているため、このまま変わらず推移すると予想される。
□	コンビニ（店員）	・まだしばらくは、売上、来客数共に安定し、順調に推移すると予想される。
□	コンビニ（店員）	・来客数が伸び悩んでいるため、景気の改善はあり得ない。
□	コンビニ（店員）	・地元の来客が多い立地であるため、大きな変化はないが、少し離れた場所に激安スーパーが開店予定であり、オープン後は人の流れが変わる。また何らかの新たな動きが出てくることで、良い流れが生まれることを期待している。
□	家電量販店（経営者）	・リフォーム関連の補助金効果がしばらく続くと期待している。
□	乗用車販売店（販売担当）	・生産台数に応じた販売量となっており、当面は安定した動きが続く。
□	乗用車販売店（営業担当）	・物価の上昇が続き、し好品の購入に慎重となる傾向がみられる。
□	その他専門店 [宝石]（経営者）	・円安による物価の上昇が止まらない限り、景気は良くならない。
□	その他専門店 [食品]（経営者）	・所得全体が上がらないため、当面は今の状況が続くか、更に悪くなる可能性がある。大企業からの締め付けにより、中小企業には増収減益となる傾向がみられるため、一般社員の所得は増えにくい傾向にある。いまだ安売りを続ける、業界トップの小売大手などが考えるべき問題だと考えられる。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・消費者物価の上昇は実感として続いているが、影響は小さい。今後2～3か月先も、状況に大きな変化はない。
□	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	・円安や物価上昇関連の報道が多く、消費マインドは低下している。一方、インバウンドの消費は健全な内容となっており、以前の中国人客によくみられた、バイヤー消費ではない。

<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販] (オペレーター)	・しばらくは今の状態が続くと期待している。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (スタッフ)	・夏休みまでは、客の流れに変化はなさそうである。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (店主)	・客は戻りつつあるが、売上が上がらない。上がったとしても、物価全体も上がっているのが実情である。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (経営者)	・6月の先行予約も好調であり、前年の実績を上回るのは確実である。大型の団体客はかつてに比べると明らかに減っているが、個人客や小規模の団体客の動きが好調である。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (スタッフ)	・宿泊部門は、インバウンドや修学旅行等の利用で稼働を維持している。食堂部門も宿泊客の需要で好調なほか、宴会では来年開催の案件や、団体の宿泊客によるディナー利用もあるため、増収が見込まれる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (フロント)	・6月は年間のオフシーズンであり、客の動きは非常に鈍い。また、電気代が高騰することで、支出の増加も重なる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (客室担当)	・空港での入国者数が目減りしている印象であり、今後はインバウンドの動きがやや落ち着くと予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (管理担当)	・夏にかけての落ち込みが予想されるが、近隣からの集客でカバーできると考えている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (店長)	・今後も円安が続くため、海外旅行の需要が大幅に増えることは期待できない。また、国内旅行も単価の低い近場が多い。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・株主総会の頃までは、余り変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・駅などでも乗客が減少している。交通費関連の予算は縮小が進んでいるため、しばらくはこの状態が続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (役員)	・競争環境、市場環境共に、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	観光名所 (企画担当)	・2年前から前年にかけて、国内客、インバウンド共に増加し、今年度の来客数も前年とほぼ同じ水準である。
<input type="checkbox"/>	遊園地 (経営者)	・6月からの定額減税による消費意欲の向上に期待したいが、そこまでの効果はないと予想している。
<input type="checkbox"/>	競輪場 (職員)	・お盆休みなどの行楽需要を考えると、売上が伸びる期待はあるが、ゴールデンウィークがあった今月も、円安や物価上昇の影響で消費マインドが下がったままであったため、見通しとしては余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	競艇場 (職員)	・全国発売のSG、G1競走の売上はしばらく安定しており、大きな変化はみられない。コロナ禍を経た今も、依然として高水準の売上を維持しているため、しばらくは現状が続くようである。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・イベントの開催は順調に行われているものの、コストが従来に比べて高くなっており、実質的な収益は目減りしている。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・プロ野球の交流戦や人気球団の試合が予定されているほか、人気グループのコンサートも開催される。夏休み期間でもあるため、多数の来場が見込まれる。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー [スポーツ施設] (業務担当)	・パリオリンピックの開催年でもあり、スポーツを楽しむ気運が高まればよいが、運営コストの上昇を考えれば、楽観はできない。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・現段階で急に生徒数が回復するとは思えず、良くて現状維持と予想される。
<input type="checkbox"/>	その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	・アロママッサージで服を脱ぐため、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増える。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (経営者)	・地価が高止まりし、新築住宅といった売買物件の流通が停滞している。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (従業員)	・郊外の新築分譲マンションは売行きが鈍化している。これらの完成在庫が増加するなか、市場での新規供給は少ないため、値下げしての販売は進んでいない。現状は体力のある事業主が多いため、売り急ぐ状況にはならず、現状が続く見込みである。
<input type="checkbox"/>	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・定額減税による所得の増加は一時的であり、恒久的な対策ではない。ちょっとした臨時ボーナスにしかならないため、大きな変化はない。

□	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・所得水準や雇用環境の更なる改善が実感され、消費意欲の向上につながるまでには、まだ時間が必要である。特に、不動産価格の高騰が進むなか、一般実需層では希望価格とのかい離が広がる傾向が続きそうである。
▲	一般小売店 [時計] (経営者)	・今月以降、夏に向かって気温が非常に高くなるとの予報が出ている。年配客ほど熱中症への警戒心が強いいため、来客数が少なくなる。一方、時計メーカーから出ていた歩数計が最近廃盤となった。当店の定番の人気商品が1つなくなり、寂しく感じている。
▲	一般小売店 [化粧品] (経営者)	・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、インバウンドの増加が期待できる店舗は成長のチャンスがある一方、国内客は不安定である。減税や賃金のベースアップなどの好調要因はあるが、客の買物は2極化していくと予想され、高額品と高機能の低額品の両方を使い分ける動きが続く。ラグジュアリーブランドでも、好調なフレグランスはギフトとして男女共に利用が増えるものの、ボディケアやヘアケアといった家ナカ商材は低価格品の人気が高まる傾向にある。低価格であっても高機能な商材を選ぶといった節約傾向は、今後も続く予想される。
▲	一般小売店 [衣服] (経営者)	・6月から電気代やガス代が大きく上がることを考えると、これまで以上に客の買物はシビアになると予想される。売上が減ったままの現状よりも、更に厳しくなるという不安がある。
▲	百貨店 (売場主任)	・商品のインフレ傾向に賃金の伸びが追いついていない。郊外店では客の高齢化が進み、年金世帯も多いため、節約志向が更に強まる可能性が高い。
▲	百貨店 (販促担当)	・今夏も前年以上に猛暑となる予想であり、レジャーはある程度の活況が期待されるが、外出の減少が懸念される。家での調理が減る揚げ物メニューを強化するなど、暑さをいかに工夫が必要になりそうである。一方、9月の気温も真夏並みとなっているため、秋物ファッションの動向も懸念される。
▲	百貨店 (店長)	・近隣の格安スーパーのオープン予定や、大型商業施設の増床オープンが秋頃に予定されており、各オープン時には影響が出ると予想される。
▲	スーパー (店長)	・電気代などの政府補助が終了する一方、賃金の伸びは追いついていない。
▲	スーパー (企画)	・地域のプレミアム付商品券の利用期間が終了し、景気の押し上げ効果がなくなる。
▲	衣料品専門店 (店員)	・閑散期に入るため、やや悪くなる。
▲	家電量販店 (店員)	・今の状況が続けば厳しくなる。現時点で先行きが良くなる兆しはなく、更に景気が悪くなることは間違いない。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・予想したほど賃上げのプラス効果がないと感じる。むしろデフレ傾向に戻りつつあるような気がする。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・少し客の購買意欲が高まったような気がするが、今後も続くかはよく分からない。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・一定数の新車の販売がみられるものの、納期が長い一方、予約は少ない。新車や中古車の販売が伸び悩んでいるほか、整備の予約も今一つである。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・ウクライナやイスラエルでの紛争が終結せず、米中関係の悪化も世界経済の安定という点で懸念される。国内では政権政党の裏金問題も解決しておらず、今後もしばらくは景気が良くならない。
▲	乗用車販売店 (販売担当)	・今月はひょうによる被害などで販売量が増えたが、今後は落ち着く傾向となる。
▲	一般レストラン (経営者)	・光熱費の上昇で家計が圧迫される。特に、年金生活者は物価の上昇で外出を控える傾向にある。
▲	一般レストラン (経営者)	・物価上昇の継続で家計が圧迫され、客の節約傾向が強まっている。飲食店もやむを得ない事情で値上げを行っており、今後は双方の距離感がますます遠くなる。メディアで賃上げのニュースが流れているが、利益を出すのが難しいなか、飲食店の景気の回復にはまだ時間が掛かる。
▲	一般レストラン (企画)	・原材料費の高止まりが続いており、今後は一旦下がった公共料金が上昇すると予測されるほか、人件費も上昇傾向が続いていることから、経営が圧迫される。個人消費も更に冷え込むことが予想される。

	▲	一般レストラン（店員）	・近くに当店と同じような店ができるため、来客数が減少する。
	▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・電気代やガス代といった固定費の上昇はどうすることもできず、中間所得層には何の恩恵もない。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・インバウンドの増加による恩恵はあるが、閑散期に入って予約のペースが鈍化している。また、予約の間際化もあり、全体的な予約のペースが伸び悩んでいる。
	▲	旅行代理店（役員）	・円安の継続により、海外旅行の申込みが今一つである。また、国内旅行は夏休み期間中の予約の動きが鈍い。運賃や宿泊料金、入場料などの値上げに伴う、家族旅行の日数変更や近場への行き先変更のほか、中止なども考えられる。定額減税による効果も、旅行需要にはそれほど期待できない。
	▲	通信会社（営業担当）	・電気代などの光熱費の負担が増えるため、平均客単価の上昇は見込みにくい。
	▲	テーマパーク（職員）	・効果的な政策の実施には期待できない。
	▲	ゴルフ場（支配人）	・現状の予約状況を見ると、2～3か月先の予約の勢いが落ちているため、今月よりもやや悪くなる。
	▲	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・円安傾向の継続による、原材料や輸入食品などの値上げで、個人消費が更に冷え込む。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・消費者の様々な負担が増えてきたことで、節約志向が強まっている。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・来客数、成約数共に、現状よりも悪くなると予想される。
	▲	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）	・今後も食料品などの値上げが続くため、やや悪くなる。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・資材価格や人件費の高騰により、販売価格の上昇が加速する傾向が、当面続くと予想される。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価の上昇に加え、光熱費の値上がりなどもあり、ますます生活は厳しくなるため、売上が悪化する。
	×	百貨店（企画担当）	・物価が上昇しており、消費者の生活防衛意識が高まっている。それに加えて電気料金の値上がりもあるため、更に財布のひもは固くなる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・繊維製品については、品質の良い製品を作れなくなっている。次のシーズンを含めて、不安で一杯である。
	×	衣料品専門店（経営者）	・仕入先が徐々に減っているのが現状であり、良い商品が入ってこない。
	×	家電量販店（店員）	・リフォーム関連の製品を扱っているが、他の家電製品よりも耐久性が高く、購入の周期が長いので、補助金があっても思うようには動かない。
	×	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・家に眠っている商品は、下取りに出して換金され、それ以上に新しい商品を買うことはない。若年層の宝飾品への興味はますます低下しているため、今後は収集目的や資産として購入する層への提案が必要となる。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価が上がり過ぎている。
	×	観光型旅館（経営者）	・物価上昇の影響で、明らかに消費が冷え込んでいる。特に、旅行業はインバウンドが来ている地域は良いが、地方の大半の観光地は苦しんでいる。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・当社のように輸入や卸売が主体の場合、昨今の円安によって著しく業績が圧迫されているが、受注量は今のところ少し増えており、新規受注も出てきた。何とかこの苦境を乗り切り、増収増益を目指したい。
	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・幸い、半導体業界は更なる発展が見込まれる。ただし、日本の技術力は高いにもかかわらず、政策の面では後れを取ることが多く、先行きが不安である。
	○	食料品製造業（営業担当）	・今年の夏は前年よりも猛暑日が増えるため、飲料的売上は少し良くなる。
	○	建設業（経営者）	・年度末の案件が一段落し、今年度の新しい案件が増えてくる。
	○	輸送業（経営者）	・荷主との運賃交渉が少し前進しているため、収益が若干改善する。

○	広告代理店（営業担当）	・We b媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状況が2年間続いている。
□	食料品製造業（従業員）	・今後実施される定額減税による景気への効果を期待したいが、全ての商品が値上げとなるなか、当社の製品に効果があるとは考えられない。
□	繊維工業（総務担当）	・商品の流通方法を変えなければ、利益を確保するのが難しい状態である。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・先行きが全く見通せない状況である。
□	化学工業（経営者）	・過去5年間と比べて、日々の受注量が落ち込んでいる。5月の落ち込みは前月以上に厳しいため、2～3か月先の景気には引き続き期待できない。
□	化学工業（企画担当）	・食品の原材料価格の上昇に伴う、販売価格への転嫁が認められ、適正利益が確保できる状況が続くと予想される。
□	化学工業（管理担当）	・取引先による今後の発注見込みは、現状と変わらない。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・受注量を増やして、売上を維持することを考えている。作業効率を下げない工夫や、新たな設備投資が必要となるなか、景気は現状維持での推移が予想される。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・春闘による賃上げ効果は一定程度みられるが、円安の動きや物価の上昇で実質賃金の減少が続いており、景気が良くなっている実感はほとんどない。世界情勢も引き続き不安な要素があるなど、2～3か月先の景気は変わらないと予想される。
□	金属製品製造業（経営者）	・為替の影響などによるコストアップが続いており、製造コストが正常化するまでには、まだ時間が掛かる。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・足元の引き合い状況をみると、大きな改善はなさそうである。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・不安定な海外情勢や円安傾向の継続など、不透明な状況には変化がない。
□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・消費者の購買意欲が現状のまま続くと予想される。
□	輸送用機械器具製造業（役員）	・当社は受注から売上を計上するまでの期間が、平均で15か月と長い。鉄や銅の原材料価格の上昇で、受注済み案件の採算に悪影響が出ている。
□	建設業（経営者）	・今後も働き方改革による人手不足に拍車が掛かり、受注できない仕事が出てくる可能性がある。ITの活用による作業の効率化で、働き方改革への対応を進めるなど、新たな発想で仕事を進めることが必要である。
□	金融業（営業担当）	・円安や今後の長期金利の動向には注意が必要であり、現状維持はかなり難しい。
□	金融業（営業担当）	・客との会話では、今後3か月の受注状況も、大きな改善は見込めそうにない。
□	広告代理店（営業担当）	・受注状況から判断すると、上半期中は今の状態が続きそうである。
□	司法書士	・物価が上昇するなか、公共料金の値上げが予定されているため、景気の回復は厳しい。
□	経営コンサルタント	・府内の商店街では、大阪・関西万博への期待が大きいですが、開催まで1年となっても、その効果や恩恵が全くない。大阪・関西万博への支援要請はあるが、開催を契機とした企業支援策が見当たらないため、このままの状況が続くと予想される。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価の上昇で材料費が高騰している一方、工賃は上がらないため、厳しい状況である。
□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・外国人観光客の増加はある程度期待できるものの、猛暑による電力不足のおそれや、電気料金の高騰、食品を中心とした物価の上昇などが追い打ちとなり、ますます国内消費は冷え込む。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・従来は設備投資や注文につながる可能性があれば、見積依頼が増えたが、直近は見積が少ないため、業況は良くない。
▲	繊維工業（総務担当）	・市場への介入により、円安の動きが落ち着くことを期待していたが、再び円安方向に動いている印象を受ける。当社の取扱商品では、輸入コストの上昇に対して、販売価格に転嫁できていない状態が続いている。
▲	一般機械器具製造業（設計担当）	・物価の上昇に消費者がついていけない状況で、消費意欲が上向かない。

	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・6月から8月の受注が少ないため、売上の減少が予想される。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・給料が上がらない一方、物価は上がり続けている。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・インフレの動きに賃金の上昇が追い付かないことで、消費者の買い控えが予想される。
	▲	建設業（経営者）	・これまでの新築住宅の購買層である、30代から40代による問合せが減少している。物価の上昇で、住宅価格も上がっていることが影響している。
	▲	輸送業（商品管理担当）	・例年6月から8月は、販売数が減少する傾向となるため、今年もやや悪化する。
	▲	通信業（管理担当）	・所得税減税などが予定されているが、これを上回る物価の上昇による打撃が大きいと、消費は更に鈍化し、景気は悪化する。
	▲	不動産業（営業担当）	・今後も1階の店舗による退出が続くことから、景気が悪くなる。
	▲	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・6月には定額減税が実施されるため、少し期待しているが、円相場の高止まりから先行きは更なる物価の上昇が懸念される。それに伴い、消費者の財布のひもは固いまま推移する。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・売上が低迷するなか、鋼材価格の上昇により、採算が更に悪化する見込みである。
	×	輸送業（営業担当）	・設備投資や協力会社の賃上げ費用など、今後必要となるコストは決まっているが、運賃の値上げは進んでいない。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・昨今の景気後退は、構造的な要因で進んでいるものではないため、1日も早く効果的な景気対策の実施を期待したい。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・物価が非常に上がっている。
雇用 関連 (近畿)	◎	*	*
	○	人材派遣会社（営業担当）	・大阪・関西万博に関連した求人は限定的かもしれないが、雇用市場が活性化するきっかけとなる。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・観光業界の活況はしばらく続くため、人材不足はまだ続くと思われられる。それに伴い、求人数の増加が見込まれる。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・円安傾向が続くため、やや良くなる。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・大阪・関西万博関連の求人が、増える可能性がある。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・学生は積極的に、学外での会社説明会に足を運んでいる。
	□	人材派遣会社（支店長）	・しばらくは現状のような景気の動きが続く。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・一般事務などでは、特に当地域は求人が十分にあるわけでもないため、賃金の上昇はまだ進んでいない。
	□	職業安定所（職員）	・製造業への訪問では、取引先での余剰在庫の解消は、秋頃になるとの声がある。
	□	職業安定所（職員）	・以前にも増して、高齢者の求職者が増加しているが、応募可能な求人数は依然として増えず、雇用のミスマッチが続いている。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で増加となった。有効求職者数を常用年齢別にみると、19歳以下が9か月連続で減少している。一方、経済的な要因や社会とのつながりを求めて来所する、70歳以上の新規求職者が増えている。
	□	職業安定所（職員）	・人材は不足しているが、物価の上昇や光熱費の増加が影響し、新規求人が抑制されている。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・これから夏季インターンシップの選考や実施が始まるため、一旦動きが停滞することになる。一方、25年卒の採用はまだ続く見込みであり、その動き次第では景気動向にも変化がみられそうである。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・収入の格差が拡大している。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・賃上げの動きは緩やかであり、大企業から中小企業に浸透するまでには時間が掛かる。

▲	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・円安や物価の上昇により、人々の生活はどんどん苦しくなっている。インバウンドの増加で景気が上向いているようであるが、効果的な対策を打ち出せない以上、国内消費が減り、長期的には景気が落ち込むと予想される。
▲	新聞社 [求人広告] (担当者)	・物価上昇の悪影響が大きいのしかかり、関西企業の間でプロモーションの抑制がみられる。
▲	民間職業紹介機関 (職員)	・大阪・関西万博関連の大型施設工事に資源が集中しており、その他の建設現場の動きが鈍くなっている。大型施設工事に入り込めない企業からの求人が、前年比で約1割減少している。
▲	学校 [大学] (就職担当)	・一部の大手企業以外は給与が増えていないなかで、物価の上昇が進行し続けている。
×	—	—