

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（サービス担当）	お客様の様子	・今月も大きな傾向に変化はなく、インバウンドや外商売上は好調が続いている。特に海外ブランドや化粧品が好調で、前年の実績を大幅に上回っている。
	◎	百貨店（売場統括）	お客様の様子	・インバウンド売上が前年比で約5倍となっている。ラグジュアリーブランドの購入が70%増えたほか、高級時計の購入も30%増え、売上全体の底上げにつながっている。
	◎	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・6月に入って気温が急上昇したことで、エアコンやサーキュレーターなどの季節商材の販売が伸びている。さらに、エネルギー価格の高騰に伴い、省エネ性能の高い製品が人気となり、単価の高い商品の販売が伸びている。
	◎	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9550円で、3か月前の8171円よりも上昇した。ただし、今月の客単価が上昇したのは、大きなレースの開催による一時的な上昇である。
	○	百貨店（管理担当）	来客数の動き	・インバウンド需要が好調で、前年比で倍増となっている。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上が過去最高を記録している。幾つかの海外高級ブランドの店には、連日インバウンドが入場待ちの行列をつくっている。国内客の売上も、外商客の高額品需要は非常に旺盛である。
	○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・インバウンド売上は好調が続いているほか、国内客の消費も3か月前と比べてやや上向いている。一方、お中元のギフト商戦は悪化傾向にあり、来客数だけでなく、客単価も低下傾向となっている。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・コロナ禍で閉鎖となったレストラン区画に、新規オープンした店舗が好調であり、来客数が増えている。レストランフロア全体も好調となっており、それに伴って食品関連の売上も伸びている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・気温が上がり、ビールやアルコール類、飲料の販売量が増えている。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・暑くなり、冷たい商品の売上が伸びている。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・最近特に、インバウンドの個人客に加えて、家族連れの来客がかなり増えており、朝から夜まで多くの客が来店している。
	○	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・補助金の活用による給湯器の交換や、水回りのリフォーム案件が増えている。
	○	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・B to Cは厳しいが、B to Bの分野では問合せが増えている。
	○	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	販売量の動き	・近隣の店舗の充実により、売上が前年比で30%増え、粗利益も28%の増加となっている。来客数が少し伸び悩むなか、1人当たりの客単価が上がっているほか、購入量も増えるなど、購入意欲が高まっている。
	○	一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・飲食店の経営者に話を聞くと、一見客やインバウンドが増えているほか、グループでの宴会利用や客単価も改善している。前年比だけでなく、新型コロナウイルス感染症発生前と比べても増加傾向にある。一方、原材料費や光熱費の上昇に加え、解消されない人手不足に伴う広告や設備投資の増加で費用も増えているため、利益は増えにくい。
	○	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊部門は好調が続き、宴会部門も順調に回復しているものの、レストラン部門は特にディナー帯の集客が伸びない。
○	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・旅行需要が回復しており、ターミナル駅の周辺施設も含め、高単価での販売が続いている。	
○	タクシー運転手	お客様の様子	・多少は企業関係の動きが活発になっている。また、インバウンド効果のほか、大阪・関西万博に向けた慌ただしい動きが、タクシーの需要を押し上げている。	

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	販売量の動き	・人出は増えているが、売上は業種による格差が広がっている。買い回り品は2019年の動きには及ばない状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行から1年が経過し、都心店舗ではインバウンドの増加による影響で、化粧品の販売は前年比130%で推移した。国内客も前年はまだ全ての方がマスクを外せない状況であったため、今年は売上が5%から6%増加している。ただし、郊外店舗ではインバウンドの恩恵が少なく、特に観光資源に乏しい街の店舗では、僅かな伸びしかみられない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔野菜〕（店長）	単価の動き	・予想したほどは景気が良くなっておらず、価格の高い商品は売れにくくなっている。客は安い商品には飛びつくが、少しでも高いと感じる物は売行きが良くない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔呉服〕（店員）	販売量の動き	・呉服を販売しているが、浴衣が少し売れる時期であるにもかかわらず、まだ動いていない。現状は良くないものの、これから動きが出てくると期待している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・前年と比べてまだ販売数量が伸び悩んでいるが、今後後半から徐々に動き始めたため、先行きに期待している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月27日までの来客数は、前年比で2.7%減とやや減少となった一方、全店の売上は0.7%増と少し増えている。食料品売場の売上は2.0%増とまずまずであり、特に催事での菓子関連が好調で、売上を押し上げた。その反面、生鮮品は0.7%減とやや苦戦しており、特に高単価の牛肉の苦戦が続くなど、客の節約志向が続いている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・催事の時期のずれなどで、5月に落ち込んだ売上が戻っており、6月は好調となったが、トータルで見ると決して上向きとは判断できない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・インバウンド需要が好調な一方、外商売上はやや厳しいという構図は、ここしばらく変わっていない。インバウンド売上も、一般品が消耗品を大きく上回る状況に変化はない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・国内客の売上は堅調であるが、上昇トレンドというわけでもなく、緩やかな推移となっている。一方、インバウンド売上は好調であるが、やや一服感がある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・訪日外国人を中心に、来客数が前年比で高水準の推移となっている。円安の影響もあり、百貨店での買物が旅行プランの1つに定着している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・精肉価格などの高騰や、スーパーの出店攻勢によって生鮮3品の動きが悪く、食品フロアのにぎわいがなくなっている。一方、衣料品は夏物のパーゲンセールを前倒ししたため、好調な推移となり、店全体としてほぼ前年並みの売上となっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・全体的な傾向は変わらず、円安の影響もあり、インバウンド消費が特選ブランドを中心に前年比で178%と大きく伸びている。国内客も、富裕層は若年層から高齢者層まで堅調であり、消費は約10%増えている。一方、小型店を含む中間層の動きは、暑さの影響か夏物衣料の売行きは堅調であるが、日常の食品の買物には慎重な動きが目立つ。全体的には前年比で1.3%増と微増となっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・来客数は前年比で30%の増加となっているが、売上の増加は特選部門がけん引し、インバウンドを除く国内売上の伸び率は、1けた以下という低水準にある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・物価上昇の継続による影響は、食品よりも衣料品で目立っている。値上げに対する消費の調整は、生活必需品以外で行うという意識がある。ただし、食品でも値上げ分以上に消費が調整されており、来客数の伸びよりも食品の売上の伸びが低くなっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・富裕客の購買は安定的で、相次ぐ価格改定にもかかわらず、購買意欲の低下はみられない。

□	百貨店（特選品担当）	お客様の様子	・インバウンド売上は前年比で好調が続いているが、3か月前からはほぼ横ばいであり、中国人客の来店が相変わらず伸びない。また、インバウンドの主な購買商品が、化粧品からラグジュアリー商品に変化している。それに伴い、高級ブランドの品ぞろえの違いが百貨店間の優劣につながるなか、当社は競合先よりも弱さがみられる。
□	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・店頭の上は、食料品関係では前年を少し上回っているが、ファッション関連が相変わらず低迷している。特に、婦人服のシニア、ミセス向けや、紳士服、子供服関係が前年比で4%から5%の減少となっている。6月のプレセールや、7月のクリアランスセールも同様の傾向になると予想される。その一方、インバウンド売上は好調に推移している。
□	スーパー（経営者）	お客様の様子	・価格で動く客がほとんどで、グレードの高い商品を求める客は少ないなど、景気の回復がみられない。
□	スーパー（店長）	単価の動き	・客の買上単価は戻ってきているが、値上げによる商品単価の上昇により、1人当たりの買上点数は減っている。それに伴い、全体の売上アップにはつながっていない。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・物価の上昇もあり、広告の目玉商品の購入率は高いが、他の定番商品を一緒に購入する客が減っている。特に、食品でこの傾向が目立っている。
□	スーパー（店員）	販売量の動き	・野菜の価格が少し下がると、販売量が増えた。一方、果物の価格は前年よりも高く、梅の販売量は前年よりもかなり少なくなっている。
□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・直近3か月の来客数に大きな変化はなく、横ばいで推移している。
□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・今年は梅雨入りが遅れたが、集中豪雨にみられるように雨量が非常に多いため、売上への影響は大きい。スーパーの代わりにコンビニや宅配などを利用する動きが増えており、雨による悪影響を取り戻すことが難しい。
□	スーパー（開発担当）	お客様の様子	・円安の進行で物価が上昇する一方、賃金は増えない。このような状況では、景気が良くなるはずがない。
□	スーパー（企画）	販売量の動き	・3か月前と比較して、売上の水準に大きな変化はみられない。
□	スーパー（企画）	販売量の動き	・今月の売上前年比は、25日時点で104.7%と好調であるが、前年よりも梅雨入りが3週間遅く、天候要因による部分も大きい。販売点数の動きは前月までと大きく変わらず、前年割れが続いている。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数はかつての水準を上回っているが、この数か月は変化がなく、上げ止まり感がある。
□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・ここ数か月は、販売量、来客数共に安定している。高い気温が続き、新製品のスムージーの販売が伸びていることが、売上の下支えとなっている。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・月末は支払のための来客が多かったが、常連客を中心に、いつもと同じような来客数となっている。
□	コンビニ（店員）	販売量の動き	・日によって客足の差はあるが、売上が極端に増減することはない。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来客数や売上、平均単価は3か月前とほぼ同じ水準であるが、前年比では平均単価以外はやや減少している。客との会話から、ボーナス時期で財布のひもが少し緩んでいる感もあるが、あらゆる価格の上昇を受けて、購買を控える部分もみられる。
□	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・今年は梅雨入りが遅かった影響もあり、来客数の割に売上目標の達成が難しそうである。
□	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売台数は3か月前から横ばいで、大きな変化はない。今後はこの状態が続くかどうか気がかりである。

□	乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・今月は新車や中古車の購入、各種サービス依頼共に、目標を下回る見込みである。自動車業界は不正問題で業界自体が不信感をもたれている。また、当社の取り扱っているブランドは、リコール問題もあって客へのセールス活動が制限され、販売数が伸びていない状況にある。
□	乗用車販売店 (支店長)	販売量の動き	・徐々に景気は良くなりつつあるが、3か月周期でみると変わらない。
□	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・来客数は少し増えたが、販売数は変わらない。
□	住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・企業経営者や富裕層からの受注が大きく増えた一方、全体の客は減っている。財布のひもが固くなったと感じる客が増えるなど、経済格差の拡大を実感している。
□	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か月のガソリン出荷量は前年比で微減の推移であり、特に景気変動による影響はみられない。
□	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	販売量の動き	・人の動きは多いが、来客数や売上の増加につながらない。街を歩く人の買物は生活必需品が中心であるほか、インバウンドの手にはハイブランドかドラッグストアの袋が下がっている。
□	その他専門店 [医薬品] (管理担当)	販売量の動き	・UV関連や制汗剤、殺虫剤などの夏物商材や、化粧品、化粧雑貨などのボディケアを中心とした商品は順調に動いている。一方、食品や日配品などの生活必需品は横ばいで、医薬品や健康食品は減少がみられるほか、衛生用品も減少が続いている。3か月前と比べて来客数や商品単価は上向いているものの、買上点数が減少した結果、客単価は横ばいとなっている。
□	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	・受電数や受注量には変化がない。
□	その他小売 [ショッピングセンター] (総括)	販売量の動き	・既存施設の売上は前年比で100%から105%で推移しており、人気のコンテンツは好調であるが、通常の売上は厳しい。
□	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・ランチの客が多いほか、ディナーの客も少ない日はあるものの、ほぼコンスタントに入っている。
□	一般レストラン (企画)	販売量の動き	・メニューの改定で価格の見直しを実施したが、来客数はほぼ横ばいを維持しており、客単価の上昇で売上は上向いている。また、今年は梅雨入りが遅かったことも、プラスに働いている。
□	観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・6月も予想以上に、小さな団体やグループによる宿泊利用や宴会利用が多かった。宿泊単価の上昇もあり、6月としては順調な売上を確保できている。
□	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・インバウンドの利用が好調で単価が上昇している一方、国内客への悪影響が拡大するという2極化の動きに、ここ数か月は変化がみられない。今年度の賃上げの効果もまだ実感はなく、直近で単価を下げざるを得ない状況が続いている。
□	都市型ホテル (販売促進担当)	来客数の動き	・客室の稼働率は85%と前年の83%よりも上昇したほか、この数か月をみても安定している。また、近隣のホテルも同じような状況が続いているなど、余り状況は変わっていない。レストランのランチの集客状況は、前年比で毎月少しずつ上向いている。
□	都市型ホテル (客室担当)	販売量の動き	・夏に向けて、動きが落ち着いている印象を受ける。アジアからの個人客が非常に活発に動いているが、稼働率は80%を下回る見込みである。
□	旅行代理店 (店長)	来客数の動き	・例年、ボーナスの支給後は夏の旅行等で来客数が増えるなど、繁忙期に突入するが、今年は物価の上昇で実質賃金が減少するなど、全体的に消費マインドが低下している。

□	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・物価の上昇により、国内旅行の販売件数は減少しているが、夏休み期間中の7月、8月の旅行では、北海道や九州、沖縄といった遠距離方面の受注が多く、客単価の上昇につながっている。一方、海外旅行は円安の影響で需要が少なく、予約は伸び悩んでいる。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・駅やホテルなどで待機しているが、今まではタクシーの数よりも客の方が多かった。最近はタクシーの方が多い状態が続いている。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・携帯電話の端末販売数は前年並みであるが、端末価格の高騰で売上は増収傾向で推移している。
□	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・取引先を回っても、景気の悪い話ばかりである。
□	遊園地（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降も、前年と大きな変化はない。家計の余剰資金が予算となる、レジャーにまでお金が回らない環境にあると考えられる。
□	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	お客様の様子	・消費は堅調に推移しているが、力強さには欠ける。食品やエネルギー、各種原材料価格の上昇に、消費者は相当な警戒感をもっている。
□	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	・国内客やインバウンドの団体客の来場は堅調であるものの、バス料金の高騰やバス運転士の不足により、バスがチャーターできない団体客が出始めている。
□	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	それ以外	・水道や光熱費などの経費の増加が見込まれる。
□	美容室（店員）	単価の動き	・家賃の上昇や材料価格の高騰で、技術料金を値上げした。それに伴い、単価は上昇しているが、来客数に変化はない。
□	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	・3か月前と比べて、大きな変化はみられない。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	単価の動き	・3か月前と比べても、資材価格や建築単価が高騰している状況に変化はない。
□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	それ以外	・今月は定額減税の適用で、手取りの給料が増えた。素直に有り難いが、ふだんの税金がいかにかと感じる。やはり手取り額が増えなければ、給与が増えた実感がない。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・原材料価格の高騰により、新築住宅の販売価格も上昇の一途である。収入が安定している層や富裕層の動きは堅調であるが、低価格物件の販売状況は厳しい局面が続いている。
▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・今月は金額の大きな修理が少しあったため、何とか売上が維持できた。ただし、来客数が特に少ないわけではない割に、販売量が少なかったことが残念であった。中旬からの梅雨入り宣言で、天候の不安定さとともに、重苦しい雰囲気広がっている。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・インバウンドの集客が悪化し、卸売の飲食関係の売上が10%減少している。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・この時期はバーゲンセール待ちの客が多く、販売量が伸びない。さらに、比較的高額な商品の動きが悪化している。
▲	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・インバウンドの動きが鈍くなっていると感じるほか、国内客の購買意欲も少し減退している。
▲	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・値上げの動きが始まった年明けから春頃は、そこまで販売量の落ち込みはみられなかった。その後の円安などもあり、値上げ価格が定着してくるにつれて、買い控えによる販売量の減少が進んでいる。

	▲	スーパー（社員）	来客数の動き	・一時期と比べて商品価格の上昇は一段落したものの、前年と比べると上昇しており、客単価は前年並みを確保している。ただし、今年は雨の日を中心に来客数が減少し、やや厳しい売上になっている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・欧米からのインバウンドが増えており、欧米の客からは、本当にここは日本かというジョークが飛び出すほど、国内客の来店が減っている。ただし、インバウンドの購入額は少ない。
	▲	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・全体的な集客が少なく、エアコンや冷蔵庫などの季節商材でさえも動いていない。
	▲	その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・売上は前年並みであるが、値上げの影響が大きく、販売量が落ちている。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・物価の上昇につき、昼のランチも1人で来店する客が増え、客単価が下がっている。夜の営業も、コース料理ではなく単品で注文する客が多く、アルコール類も余り出ないため、売上が伸びない。
	▲	一般レストラン（店主）	お客様の様子	・国内客や訪日客といった客層の多様化により、地方の個人店舗では対応が追い付かず、様々な面でターゲットも絞りにくい。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・今月の売上は、2019年度比で90%となっている。前年、前々年は全国旅行支援の影響で良かったが、今年度は良くなく、リベンジ消費はもうみられなくなっている。
	▲	都市型ホテル（管理担当）	販売量の動き	・3か月前と比べると販売の勢いが鈍化しており、宿泊の予約キャンセルが増えている。
	▲	都市型ホテル（フロント）	単価の動き	・6月は年間で1番の閑散期であるが、4月から5月が好調であったため、今年は特に落差が大きくなっている。単価を下げれば予約数は伸びる一方、収入は大きく減少する。
	▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・円安による物価の上昇ムードで、個人消費は抑えられている。
	▲	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・長引く円安や物価の上昇により、客の可処分所得が減少している。いよいよ余暇に使うお金を節約しなければ、生活に支障が出るといった話も増えている。
	▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料費や燃料費の増加により、利益が圧迫されている。
	▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・既存客による解約が増加している。新規客よりも解約の方が増える傾向にあるため、利用客数は純減となっている。
	▲	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・円安の進行や光熱費の高騰の影響で、買い控えの動きが広がっており、問合せが減っている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・建築資材価格などの高騰で、新築、リフォーム価格が上がっており、徐々に客がついていけない雰囲気になっている。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・物価の上昇に賃金が追い付いていない。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・ショーウィンドウをのぞく客はみられるが、店には入ってこない。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比で10%から30%の減少となっており、高額な商品は売上が増えない状況が続いている。
	×	家電量販店（店員）	それ以外	・他社の見積りと比較する際、明らかに費用を上乗せした金額と判断される内容が増えている。商品価格と工事費用が区別しやすくなったため、経費項目で調整を図っていると考えられる。
	×	家電量販店（店員）	来客数の動き	・6月からの電気代や水道代、食品価格など的高騰により、不必要な商品の購買意欲が低下している。4万円の定額減税くらいではなかなか厳しい。
	×	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・一般客向けのホテル、高級ホテル共に、本当に動きが悪い。
企業動向関連	◎	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体の微細化が進めば進むほど、当社の加工技術の高さが活かされる。市場からの需要が高まり、当社製品の市場性も上がる。
(近畿)	○	輸送業（経営者）	取引先の様子	・交渉が長引いていた新規案件が具体化してきたほか、運賃の値上げも確約できている。

○	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引のある商店街は全国にあり、特に観光地にある商店街には、大勢のインバウンドが押し寄せている。
□	繊維工業（総務担当）	競争相手の様子	・催事での値引きが目立つなど、業者間での価格競争が利益の減少要因となっている。利益の出ない商売は断っているため、売上の減少が進むなか、オリジナル商品については利益を確保している。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量がなかなか戻ってこない。月末に近づくに在庫調整が行われ、食品メーカーでも今月から在庫を調整する動きが出てきている。
□	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・車載用電装分野はやや受注が減少した一方、民生用基板関連は若干増えるなど、産業用途は好調となった。分野によって景気はまだら模様となっている。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・安定した受注はみられるが、納期は短いため、やり繰りが大変である。今後も現状のまま推移しそうだ。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	取引先の様子	・歴史的な円安と相変わらずの物価上昇が続いている。6月の定額減税で一時的に給与は増加するものの、効果は限定的であり、大きな変化はない。
□	金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・建築、土木関連の荷動きが悪く、回復基調にあった自動車部品関連も、大手メーカーの不正問題によって回復期待が薄れている。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景況は余り変わらない。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・エアコンの販売は前年を上回る状況であるが、冷蔵庫や洗濯機などの大型家電の荷動きは鈍化気味である。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度初めから比べると、動きは落ち着いており、問合せも一段落している。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・計画段階での予算と実態の価格がかい離している。一部の建設資材や工賃の上昇に加え、技能労働者不足などにより、受注できない案件もある。
□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・家具の売行きが悪いため、配達件数が減少している。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・大阪・関西万博の開催まで1年を切ったが、景気が良くなっているとの話は少ない。為替も円安傾向が続いており、仕入コストが上昇しているといった話が多い。
□	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	・前年から続いている商品の値上げが、いまだに続いている。値上げを要請し、取引先の下承を得てからの値上げとなる。一連の動きが落ち着くまでは販売に集中できないため、難しい部分が多い。
□	その他非製造業 [衣服卸]（経営者）	受注量や販売量の動き	・春物商材の荷動きが悪いため、チェーンストアでは店頭在庫が増加するなか、盛夏商材の投入時期が後倒しになっている。それに伴い、全体的な荷動きが停滞気味となっている。
▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・値上げの影響で、家庭用製品の買い控えが増え、出荷が大幅に落ち込んでいる。業務用製品は何とか販売を維持しているが、全体にはマイナスとなっている。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上が低迷している。
▲	その他製造業 [履物]（団体職員）	取引先の様子	・秋冬商材の受注状況が低迷している。
▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅の建築確認申請が減っている。見学会の予約や問合せも、目に見えて減少傾向にある。
▲	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・円安による仕入価格の上昇が続くなかで、販売価格の上昇が追い付かないため、景気の回復が遅れている。
▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・都市部の主要な通り沿いといった、立地の良い場所でも、1階のアパレル店舗の撤退が続いている。
▲	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、広告売上が前年を少し下回っている。
▲	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末の前後は、交通広告の発注は好調であったが、このところは足踏み状態である。

	×	金属製品製造業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・住宅向けの出荷や売上は、かなり厳しい状態が続いている。	
	×	輸送用機械器具 製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・製品単価の上昇によって消費者の購入意欲が低下し、販売 数量が伸びていない。	
	×	金融業[投資運 用業](代表)	それ以外	・様々な業種において、倒産件数は過去最高を更新中である。 コロナ禍の余波に加え、無利子無担保融資の返済、中小 零細企業の厳しい税負担など、商売をする上で悪い材料が増 えている。特に、低所得者や小規模事業者にとって、景気の 良さが感じられる状況ではない。	
	×	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	・物価の上昇が落ち着かず、工事費や人件費が増加してい る。	
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—	
	○	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・例年ほどではないものの、3か月前よりも上向いている。	
	○	人材派遣会社 (管理担当)	求人数の動き	・各観光地が人であふれるなか、対応する人材が不足してい る。それに伴い、求人数が増加している。	
	○	民間職業紹介機 関(営業担当)	求人数の動き	・新卒の採用活動が長期化、通年化しているため、途切れる 時期がない一方、ピークの時期もなく、求人の掲載や紹介依 頼が続いている。	
	□	人材派遣会社 (役員)	求職者数の動き	・求職者の動きは依然として活発であるが、前月までとほぼ 同じ水準である。	
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・求職者の動きは鈍化傾向にある一方、高齢化が進んでい る。派遣求人への60代の応募が日常化するなか、70代の動き も散見される。	
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・新規募集時の時給が、以前と変わらないケースが多い。既 に就業している社員とのバランスもあり、新規募集だけ時給 を改定することができないようである。	
	□	新聞社[求人広 告](営業担 当)	それ以外	・インバウンドの増加といったプラス材料はあるものの、円 安や物価の上昇といったマイナス材料も多く、どちらに振れ るか微妙な状況である。	
	□	新聞社[求人広 告](担当者)	それ以外	・新聞広告への出稿状況を見ると、ほぼ3か月前と同水準で あり、大きな変化がない。	
	□	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・5月の新規求人数は前年比で増加となった。特に増加した 業種は、不動産・物品賃貸業、サービス業、運輸業・郵便業 などである。有効求人倍率も前年比で27か月連続の上昇と なっている。	
	□	職業安定所(職 員)	周辺企業の様子	・中小企業には人手不足感があるものの、賃上げや原材料価 格の高騰によるコストの増加で、求人が出せないといった声 もあり、全体的な景気の上昇がみられない。	
	□	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数はやや減少したものの、有効求人数は微減にと どまるなど、変化が余りみられない。	
	□	学校[大学] (就職担当)	それ以外	・初任給の引上げや各種手当の付与など、雇用条件を見直す 動きが出てきたものの、これが少数派である限り、景気が上 向くとまではいえない。	
	□	学校[大学] (就職担当)	それ以外	・企業の採用の早期化に対応するため、低学年次から就職活 動を進める学生が増え、会社説明会にも積極的な参加がみら れる。	
	□	学校[大学] (就職担当)	採用者数の動き	・医療業界での人手不足が続いている。就職希望者はほぼ全 員が内定を得て卒業したが、この世代はコロナ禍で現場での 臨床実習ができていないため、離職しないか心配である。	
	□	その他雇用の動 向を把握できる 者	周辺企業の様子	・前月と同様、物価上昇の影響で厳しいという企業の声が多 い。	
	▲	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・3か月前や前年の求人数と比べると、いずれも減少してい る。	
	▲	民間職業紹介機 関(営業担当)	求人数の動き	・例年どおりの動きであるが、求人がやや減少しており、そ れに伴って求職者も減少している。	
		×	—	—	—