

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)	◎	百貨店（サービス担当）	・今年度は猛暑の予想であるが、夏休み期間のイベント催事の強化やインバウンド効果によって好調な推移が予想され、来客数も増加が見込まれる。
	◎	百貨店（売場統括）	・6月は直近の3月から5月と比べると、1日当たりのインバウンド売上はやや落ちている。これは、各国の祝日の状況などが影響したと考えている。2～3か月後には中国の中秋節や国慶節が控えているため、今後は更に多くのインバウンドの来店を見込んでいる。
	◎	タクシー運転手	・大阪・関西万博に向けた動きやインバウンドの増加、今年の酷暑により、需要は高まる見通しである。
	○	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・都心店舗には、まだ中国からの来客数に増加余地があるため、今後も成長が期待できる。一方、郊外店舗では今後は少し厳しい状況が予想される。また、7月以降の盛夏については、前年もマスクを外す動きがこの時期から増えたため、化粧品への回帰が進んだ実績を今年も維持することが予想される。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・6月中旬から7月中旬にかけて、販売量の増加を見込んでいる。
	○	百貨店（企画担当）	・各社による賃上げや、各種政策の効果に期待したい。
	○	百貨店（外商担当）	・円安基調や株価の上昇がしばらく続くため、インバウンドや国内の富裕層による高額消費は落ちることなく、上向きの動きが続くと予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・販売量や来客数が上向いている要因は、やはりインバウンドである。インバウンドを除けばほぼ前年並みであり、インバウンドが全体を押し上げる要因となっている。今後も良くなる要素は、インバウンドの更なる増加である。現在は中国人客が2019年比で70%にとどまるため、更なる増加が見込まれる。
	○	スーパー（企画）	・定額減税や各種補助金の効果により、当面は景気が大きく悪化することはない。
	○	コンビニ（経営者）	・お中元や夏祭り関連のイベントが続くため、忙しくなりそうである。
	○	コンビニ（店員）	・暑くなれば、飲料などを求めて来店する客が少し増える。
	○	家電量販店（営業担当）	・定額減税が始まったため、その効果に少し期待している。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新車の受注が増えているほか、これから暑くなってクーラーの修理が増えるため、販売量の増加につながる。
	○	乗用車販売店（支店長）	・株価の動きや賃金の増加によって消費の回復が進み、景気は良くなることが予想される。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・定額減税の効果やボーナス商戦の開始で、客の財布のひもが更に緩むことが期待される。
	○	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・Web限定セールやキャンペーンが予定されているため、少し良くなると期待している。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・来月中旬から梅雨明けとなり、夏休みに入るため、家族連れの予約が増える。
	○	高級レストラン（企画）	・中国からのインバウンドを中心に宿泊客数が伸びるほか、客室の販売単価も継続的な上昇が見込まれる。
	○	一般レストラン（店主）	・季節的に、イベントや行事などによって客が動く。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの需要が続いているほか、修学旅行やお寺参りの団体客の予約がうまく取れている。海外のオンラインサイトでの料金低下が気になるが、品質を保ちつつ、販売していきたい。
○	都市型ホテル（客室担当）	・予約のペースは、国内の旅行会社からの受注は想定以下であるが、国内、海外のオンライン代理店経由の受注は、想定を上回っている。特に、週末は高単価での販売が続いている。	
○	タクシー運転手	・梅雨の影響もあって蒸し暑くなるため、乗車距離よりも、乗車する回数が増えてくる。	

○	通信会社（社員）	・キャリア施策による最新機種への買換え促進ダイレクトメールの投入や、ボーナス商戦、9月の敬老の日に伴うシルバー需要の拡大に期待している。
○	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・来月から夏休みとなり、パリオリンピックも開催されるため、スポーツの気運が高まれば施設の利用頻度も増える。
□	商店街（代表者）	・今後も状況は余り変わらない。
□	一般小売店〔時計〕（経営者）	・最近の客との会話で特に感じるのは、収入の話題だけでなく、身内の介護に追われる客の増加である。路面店の当店に認知症とみられる客が来店することも、以前よりも目立ってきた。所得に余裕があるかないかではなく、買物に出掛ける気持ちの余裕の有無が景気を左右するなか、なかなか良い方向に向かうのは厳しい。
□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・国内客の消費が乏しく、予約も少ない。仮に予約が入っても少人数であるなど、飲食関係の売上増加が見込めない。
□	一般小売店〔野菜〕（店長）	・コロナ禍の収束後、飲食店やゴルフ場などの人出は良くなっているが、ここへきて景気の回復に陰りがみられる。インバウンドも都心部では多くみられるが、地方では少ないなど、全ての面で陰りがみられる。
□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・呉服の販売では、小物ではなく着物が動かないと景気が良いとはいえないなか、現在は着物が全く売れていない。もう少しすれば売れ始めると期待しているが、今のところ大きな動きはみられない。
□	百貨店（企画担当）	・6月から定額減税が行われるが、物価上昇の影響は吸収し切れず、消費が上向くとは考えられない。一方、ラグジュアリーブランドや高額美術品などの動きは堅調である。
□	百貨店（企画担当）	・夏休みシーズンに入ること、インバウンドが落ち込むことはないが、外商客を始めとする国内客の動きが気になる。
□	百貨店（宣伝担当）	・前年までは航空券の価格変動により、インバウンドの来客数にも影響がみられたが、今年は地域全体の集客力が高まっている。国内客だけでなく海外からの客の獲得を目指して、情報発信の活発化やリピーターの獲得に取り組んでおり、その効果に期待している。
□	百貨店（売場マネージャー）	・円安傾向はこのまま続くと予想されているため、小売業を中心にインバウンド効果が続きそうである。
□	百貨店（管理担当）	・インバウンド需要の動きに業績が左右されるなか、これ以上の伸びはなかなか期待しにくい。
□	百貨店（販売推進担当）	・一般の来客数は減っているものの、外商客などの動きは底堅く、全体としては前年並みを確保できそうである。
□	百貨店（マネージャー）	・どの業態でもコストの増加による価格転嫁が進むなか、国内の中間層によるモノの消費は優先順位が低い。夏場を迎えて、レジャー関連商材の動きは期待できるものの、それ以外は選択消費の動きが続くと予想される。それに伴い、売上がインバウンドに支えられる構造は今後も変わらない。
□	百貨店（販促担当）	・物価の上昇は今後も続くと予想される。今年は猛暑の予想であるほか、長い夏となることが予想されるなか、生活必需品には厳しい影響が出そうである。一方、インバウンドの効果は大きくないものの、堅調な推移が予想される。有名ブランドの販売も、株高効果もあって良好な動きが予想される。
□	百貨店（マネージャー）	・金銭に余裕のある富裕層やインバウンドと、食料価格の高騰などで生活防衛色が強まる中間層の格差は広がりつつあるが、景気全体として2～3か月では大きな変化はない。
□	百貨店（外商担当）	・富裕客の安定的な動きに加え、インバウンドの来店状況は飽和状態に近いレベルで、これ以上の増加は見込めないため、このままの好調な状態の継続が予想される。
□	百貨店（商品担当）	・政治や世界情勢のほか、為替動向にも方向感がみえない。これらが安定するまでは、良くなることも悪くなることも判断できない。
□	百貨店（マネージャー）	・物価上昇の影響は今後も懸念材料であるが、定額減税の効果が期待される。また、円安で海外旅行が伸びない分、8月のお盆や秋の連休などは、帰省の土産やごちそう関連が堅調に動くと予想される。

<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	・円安や物価上昇のほか、水道・光熱費などの値上げによって消費者の生活防衛が続くため、消費の低迷は更に続くことが予想される。食料品や化粧品などの消耗品に対する購買意欲はみられるが、衣料品などの高額商品の売上は厳しさが増す。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・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ため、景気の回復は期待できない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今後も現状の動きが続くなど、景気の回復には時間が掛かると予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・定額減税や給与のベースアップはあるが、物価上昇の影響が大きいいため、今後も客の買物動向は上向かないと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・暑さの影響で収量の減る野菜は、また価格が上がる一方、夏野菜の価格は下がる見込みであるなど、まだまだ厳しい状況が続く。果物の価格も下がらないと予想されるため、今後は余り期待できない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・競合店の出店もなく、食料品、日用品の取扱が中心であるため、大きな変化はないと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・梅雨明け後は猛暑が予測され、暑さによる外出機会の減少や、節約による買い控えが懸念される。一部では生活支援を名目に値下げをする企業も出てきており、価格競争が激化する恐れもあるなど、企業業績への影響が懸念される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・電気料金やガソリン価格への補助が続くことで、大きな変化はないと予想される。ただし、当社は前年の9月以降、売上が好調に推移した反動で、目標対比では苦しくなる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・飲料などの消費が増える季節となるが、フライドチキンや新製品を出さなければ、前年の実績を維持することはできない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・インバウンド需要が落ち着き始めているほか、値上げラッシュも落ち着いてきたため、来客数、客単価共に、現状のまま推移すると予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・コロナ禍の収束以降、徐々に売上が戻り、ほぼ以前の水準に戻っている。夏物商材の販売の増加で、更に売上が増えることを期待している。景気は横ばいであるが、頑張って売上の増加を目指したい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・周辺の状況に、大きな変化はないと予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・今年は暑さが長く続くため、今後も冷たい商品の売上が増えると予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・このまましばらくは、来客数が安定して増えていく。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・良くも悪くもなく、今の状態が続く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・余り聞いたことのないスーパーが、市内に店舗を建設中との情報があり、また人の流れが変わると心配している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・インバウンドによる後押しなどの良い動きもあるが、景気全体としては良い部分と悪い部分が両方あり、この状況は当分続くと感じる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	・補助金効果がしばらく続くものの、その後が少し心配である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・ボーナス商戦に期待したいが、リフォーム補助金があっても契約件数が落ち込んでいる。値上げによる影響が大きく出ている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・徐々に財布のひもが固くなってきたと感じる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・リコールへの対応は落ち着くが、新車の販売が劇的に良くなる要素はない。自動車の単価の大幅な上昇で、販売台数の減少は避けられない。電気自動車の強化を進めているが、期待しているほど需要は見込めない。
<input type="checkbox"/>	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。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業企画）	・客の間で様子見の動きが続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・物価の上昇が続くなか、景気の改善は実感できず、今後も改善は見込めない。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店長）	・春頃から続いていた高額な商談が、コンスタントに決まり始めている。一方、全体の来客数が減った分、売上や利益が大幅に改善するまでには至らない。

<input type="checkbox"/>	その他専門店 [食品] (経営者)	・今のインフレの状況に所得の増加が追い付き、客が慣れてくるまでは今の動きが続く。ただし、現状は所得水準が物価に追いつくための対策が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	・生活必需品や飲食関連の値上げにより、物価の上昇を実感している。電気料金やガソリン代関連の補助延長が政府から発表されるなど、今後のインフレ対策が注目されるが、しばらく景況感に変化はないと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・現状が続くどころか、更に悪化しそうである。円安の影響で仕入価格は上がり、販売価格を上げざるを得ない状況のなか、売上は前年以上に厳しい見通しである。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品] (管理担当)	・夏物商材やボディケア用品は順調に推移しているが、ヘルスケア用品や化粧品等は横ばいか、減少傾向となっている。今後の本格的な気温の上昇に伴い、飲料などを含む夏物商材の売上は増加が予想されるが、全体的には大きな上昇要因が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター] (総括)	・景気が上向き好材料はなく、消費者の盛り上がりには欠ける。通常の消費はみられるものの、高額品等のぜいたくな消費はインバウンド頼みである。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・単価が上がっているとはいえ、値上げによって単価が上がっているだけの部分もある。全体として、安い客単価の店では注文数が減り、高単価の店では来客数が減る動きがみられる。外食には行きたいが、できるだけ出費を抑えたいという動きに、先行きへの不安が感じられる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (企画)	・定額減税の実施やガソリン代などへの補助もあるが、タイミングのずれなどもあって、効果は余り期待できない。今後は良くても現状維持であり、円安の影響が出てくるのが懸念される。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館 (経営者)	・打開策を講じなければ、今後も厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (管理担当)	・国内需要は鈍化しているが、インバウンド需要の増加で、販売量が安定すると予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (総務担当)	・宿泊部門と宴会部門の集客は続いているが、今夏も厳しい暑さが予想されていることもあり、レストランの集客は苦戦が強いられる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (フロント)	・当地域への旅行者が減少しているのか、間際予約が増えているのか、夏休みの動きが非常に鈍い。周辺ホテルの販売価格も大きく下がっている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (客室担当)	・各方面の値上げの影響から、宿泊費などへの出費が抑えられる傾向が続く。今後は徐々に上向いているように見える中国の動きに期待している。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (販売促進担当)	・現在は円安の状況から、インバウンドの宿泊需要が多い。地域的にはベトナムやタイといったアジアに加え、最近では米国からの団体客も多いなか、今後の予約状況も同様の動きが予想される。一方、国内客の動きは変わらないか、あるいは若干の減少となっている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (客室担当)	・8月の予約が非常に落ち込んでいるほか、7月の稼働率の見込みは80%超となっている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (店長)	・円安や物価上昇の動きが急激に正常化するとは考えられず、しばらくは今の状況が続く。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (役員)	・今後2か月は夏休みに伴う需要により、国内旅行は現状の動きがしばらく続く。海外旅行は、円安の影響が少ないアジア方面の予約や問合せが徐々に増えているが、単価が上がらない。当面は、海外旅行の停滞を国内旅行でカバーしていく状態が続きそうである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (支店長)	・パリオリンピックなどの大型イベントで巣籠り需要が高まるなか、夏休みの旅行については、間際予約にも期待できない。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (役員)	・人口の減少やオンライン販売の増加に加え、携帯電話の買換えサイクルの長期化や端末価格の高騰により、キャリアショップ全体の端末販売数は右肩下がりとなる。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	・このまま景気が良くなるとは考えられない。
<input type="checkbox"/>	観光名所 (企画担当)	・インバウンド客の比率が若干上がりつつあるが、全体としては前年度並みであるため、2～3か月先も大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	遊園地 (経営者)	・賃上げや定額減税の効果が出ることを期待している。

□	競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走の売上は、コロナ禍の収束後はほぼ横ばいで推移している。特にインターネット投票が安定しており、高水準を維持しているため、しばらくは大きな変化はない。
□	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・イベントは順調に開催される予定であるが、以前よりも経費の削減意識が高くなっている。
□	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・賃上げによる一定の効果には期待できるが、急激な円安に歯止めがかからなければ、輸入コストの上昇による生活の圧迫が続く。一方、秋の米国大統領選挙の結果次第で、日本経済にも大きな影響が出てくる。
□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の交流戦は終わったが、人気球団の主催試合が8試合予定されているほか、人気アイドルグループのコンサートが複数開催されるため、多くの来場を予想している。
□	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンドは今後も堅調に推移する一方、観光バスの不足や夏の猛暑で国内の団体客の動きは鈍化するため、全体的には変わらないと予想される。
□	美容室（店員）	・トリートメントなどの付加価値の高いオーダーは、見合わせる客も出てきている。
□	住宅販売会社（経営者）	・地価は高止まりしており、低下の動きがみられない。
□	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）	・特別な金融政策もないため、大きな変化はない。ただし、今後も円安が進めば、景気は悪くなると予想される。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・資材価格や建築単価の高騰による消費者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）	・定額減税は一時的な所得の増加であり、浮かれている場合ではない。物価の上昇は相変わらずであり、家計の財布のひもが緩むわけではない。ただし、今春の賃金のベースアップがまずまずの額であったため、来月の夏季ボーナスの増加に期待したい。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・円安の影響も含めて、新築物件価格の上昇は続くと予想されるため、現在の景況感が続く。
▲	一般小売店〔花〕（経営者）	・光熱費やガソリン代などの経費の増加で利益が減少するほか、今年の猛暑により、仕入価格にも影響が出そうである。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今後も物価の上昇が続くなか、生活必需品ではない衣料品の購入は後回しになると予想される。足元も販売量が伸び悩み、1人当たりの購入金額も減少するなか、数か月先に景気が少しでも良くなるとは考えられない。
▲	百貨店（売場主任）	・今後も商品価格の上昇が当面続くと予想される。郊外店である当店は、高齢者の年金世帯が主要な客であり、収入が変わらないなかでの物価上昇となる。客の節約志向が続くことから、当面は苦戦が予想される。
▲	百貨店（マネージャー）	・今秋には、近隣の商業施設で増床オープンが計画されているため、厳しい状況が予想される。
▲	百貨店（特選品担当）	・夏休みの海外旅行は円安で低調となるなか、国内旅行もオーバーツーリズムによる値上がりや混雑で、低調な動きとなりそうである。それに伴い、衣料品を中心とした外出関連需要が減少するほか、猛暑関連やパリオリンピック関連の需要も食品が中心であり、規模も小さなものとなりそうである。前年の8月から10月は阪球団の応援フィーバーがみられたが、今期は不調であるため、盛り上がりには欠けそうである。
▲	スーパー（販売促進担当）	・円安傾向による、海外との調達競争での競り負けや、国産原材料の争奪戦の激化により、仕入価格の上昇が止まらず、燃料や資材にまで広がっている。値上がり構造が改善する材料が見当たらないため、今後も厳しい傾向が続くと予想される。
▲	スーパー（開発担当）	・円安によって物価が上昇する一方、賃金は増えない。これでは景気は良くなる見込みはない。
▲	スーパー（社員）	・競合店が増えるなか、イベントやチラシを増やして来客数の確保を進めているが、他社との客の奪い合いが多く、なかなか来客数は増えない。当面は現状の動きが続きそうである。
▲	衣料品専門店（店員）	・需要の閑散期に入るため、今後は悪くなると予想される。

	▲	家電量販店（店員）	・この先も物価の上昇に歯止めがかからない。消費者による節約傾向も強く、景気の回復は厳しいと感じる。
	▲	家電量販店（人事担当）	・今年も酷暑となる見込みであり、屋外での活動よりも屋内での活動が多くなる。それに伴い、実店舗への来客数の減少が見込まれる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・客の購買意欲は低いままであり、自動車に対するイメージも悪いなど、先行きの見通しは暗い。
	▲	乗用車販売店（販売担当）	・予約注文数が前年比でかなり減少している。結果的に同じ販売量となっても、予約注文数の差は、販売の減少につながりやすい。
	▲	一般レストラン（経営者）	・今年の夏は猛暑の予想であり、特に高齢者は気象予報をよくみているため、外食の機会が減少する。
	▲	一般レストラン（店員）	・当店の前に、同じような業態の店がオープンしたため、客が減少している。
	▲	観光型ホテル（経営者）	・7月以降は間際の予約が多いため、まだ見通しは不透明であるが、先行予約の状況は今一つである。当地区のほかのホテルからも、余り良い話は聞こえてこない。
	▲	観光型旅館（経営者）	・景気が悪くなっており、旅行需要も減っている。
	▲	旅行代理店（従業員）	・これ以上の円安の進行は、海外旅行の需要の更なる減少につながる。
	▲	通信会社（経営者）	・今後も円安による悪影響が懸念される。
	▲	通信会社（社員）	・競合他社がより安価なサービスを販売しているため、客の減少傾向は続くと予想される。
	▲	ゴルフ場（支配人）	・予約状況から判断すると、状況は今一つ良くない。対策を講じていても、目標に届くかどうかは不透明である。今までの勢いは薄れているため、今後はやや悪くなると予想される。
	▲	その他サービス [学習塾]（スタッフ）	・退会者の数が入会者を上回りつつある。入会した幼児の退会が予想以上に増えるなか、今後は中学生による塾へのシフトも予想される。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・賃金の上昇よりも、食品や電気、ガソリンなどの価格の上昇が目立っており、買い控えの傾向が高まる。
	×	一般小売店 [貴金属製品]（従業員）	・電気代やガソリン代の高騰による影響が懸念される。
	×	一般小売店 [花]（店員）	・来客数が減っているほか、物価の上昇による買い控えも想定されるため、売上は今後も減少すると予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇で消費が減っており、客は最低限必要の物しか購入しない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・消費者は衣料品の購入に不安になっているため、販売が増えない。税金や社会保険料の負担が増え、物価も上がっているため、衣料品を購入している場合ではない。
	×	家電量販店（店員）	・リフォーム商材を扱っているが、関連の補助金はそれなりに余裕のある客向けである。検討客は増えているが、補助金額を伝えると、期待していた金額ではないといった理由で保留になるケースも増えている。
	×	その他飲食 [ジャズバー]（店員）	・物価の上昇で需要が伸びない。
	×	競輪場（職員）	・インバウンドの増加で経済が活性化している一方、物価の上昇は続いており、実質的な収入に変化はないか、減少している人が大半であるため、今後良くなるとは考えられない。
	×	住宅販売会社（経営者）	・コストアップが続くなかで、短期金利が上がる雰囲気もあるなど、徐々に良くなる要素がなくなっている。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	木材木製品製造業（経営者）	・ここへきて円安ドル高傾向が更に強まり、1ドル160円も目前である。輸入販売業にとっては為替の影響が1番大きく、今後いつ販売価格を上げるかが焦点となる。販売数量は安定しているが、円安で利益が抑えられる分、更に販売量を増やす必要がある。
	○	化学工業（経営者）	・受注額が前年並みには戻っていないが、ようやく2年前のレベルに戻ってきたため、多少は良くなる。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・小口の案件が増えている。すぐに大きな利益にはつながらないが、将来への種まきができていく。
	○	金属製品製造業（営業担当）	・新規案件の引き合いが、少しずつ増えている。
	○	建設業（経営者）	・東京都知事選挙などの外部要因もあるが、少し良くなっていくと予想している。

○	輸送業（経営者）	・運賃の値上げが認められることになり、新規採用での給与を増やすことができる。これで採用の応募者が増えるため、これまで受けられなかった仕事も受注できるようになる。
○	輸送業（商品管理担当）	・これから暖かくなるにつれて、酒類の販売が多くなる。
○	広告代理店（営業担当）	・前月はWe b媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を下回ったが、今年になって前年を上回る状態が続いているため、先行きには期待している。
○	経営コンサルタント	・商店街ではまだまだ観光客は増えると予想され、自治体とともにオーバーツーリズム対策を検討し、試行している状態である。
○	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・定額減税の効果がこれから出てくると期待している。4人家族であれば16万円の臨時収入となるため、ある程度は外食などに回ってくる。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・増産に関する情報が全くない。
□	化学工業（管理担当）	・取引先の分野次第で出荷量の予測にばらつきがあり、先が読めない。
□	化学工業（企画担当）	・食品原材料では販売価格への転嫁が進み、適正な利益が確保できている。酷暑による食品の需要減少が予想されるものの、インバウンド需要の増加によって相殺される。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・米国との金利差が縮まらない限り、円安基調は変わらない。大企業だけでなく、中小企業にも賃上げムードが波及しているものの、物価の上昇で実質賃金は減少しており、まだ十分とはいえない。定額減税の効果も一時的であるため、景気の実感は変わらない。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月の受注見通しは、従来と変わらない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・世界市場に対する日本の貢献度が低いいため、先行きは読みにくい。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・更なる円安の進行など、先行きが不透明な状況に変化はない。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・今後も材料価格の高騰が続く。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量は増えず、引き合い件数も少ないなど、改善する兆しが無い。
□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・3か月程度では変化はないが、足元の円安による販売価格の変化がどう影響するかは不透明である。
□	建設業（経営者）	・官庁関係の工事では、週休2日が工期に反映されつつある。民間関係の工事でも理解されつつあるが、まだまだ実情は厳しい。国が最初で、次に県、市、民間工事という順で対応が進むため、早く世間一般での理解を求めたい。
□	輸送業（営業担当）	・家具が売れにくい時期に入るが、イベントの予定もないため期待できない。
□	輸送業（営業担当）	・ドライバーの労働時間や賃金が減るなど、労働条件には悪化がみられるが、我慢できる範囲である。
□	通信業（管理担当）	・減税効果が余り出ないなど、景気の上向き要素が見当たらない。
□	金融業（営業担当）	・今後も円安トレンドに変化はないため、2～3か月先の景気にも好転する気配はない。
□	金融業（営業担当）	・まだまだ円安に歯止めがかからないため、景気の改善には時間を要する。
□	広告代理店（営業担当）	・秋口までは回復の兆しはみられない。
□	司法書士	・相続登記の増加以外は余り変化がなく、現状維持となっている。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価が上昇している割に、売上の全体的な押し上げがないため、状況は厳しい。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・値上げの了承を得てからの販売となるため、それから会社の売上を増やす努力を進めて、実績を上げていきたい。
▲	食料品製造業（従業員）	・輸入原材料が多いせいもあり、円安による原材料価格の上昇が止まらない。国産の原材料も、産地での不作や利益率の高い海外取引に回っている影響で、手に入りにくくなっている。

	▲	繊維工業（総務担当）	・夏場に向けて販売が減少する傾向となる。物価や光熱費の上昇が、購入意欲の足かせとなる。
	▲	繊維工業（総務担当）	・円安による利益率の低下に歯止めがかかっていないほか、更なる円安が追い打ちを掛ける状況が続いている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・鉄鋼各社による材料価格の値上げに伴い、土木、建材部品やその他の材料で輸入品の利用が増え、市場に悪影響が出ている。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・円安に伴うインフレが続く状況では、個人消費が伸びるわけがない。
	▲	建設業（経営者）	・公共工事には小規模な物件が多いほか、予算も物価の上昇や人件費の増加に追い付いていないため、魅力に欠ける。このままでは入札への参加を見合わせざるを得ない。
	▲	不動産業（営業担当）	・1階の店舗からアパレル関係の撤退が続いている。こうした動きは今後も続く予想され、景気は悪くなる。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・ガソリン価格や物価の上昇、円安の継続に加え、インバウンド効果も期待したほどではない。電気やガス、水道料金は高いほか、ありえないほどのステルス増税も進んでいる。年金給付年齢の先延ばし案をみても、残念ながら先行きに明るい兆しはみられない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・効果的な経済対策が見当たらず、今後の成長が見込めない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	・現状の動きがしばらく続くと予想される。
	○	人材派遣会社（支店長）	・下半期に向けて、需要が高まると予想される。
	○	職業安定所（職員）	・受注の増加などで、製造業では今期の後半から来期に向けて利益の増加を見込む事業所があるため、夏頃からの求人提出の動きがみられる。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・大阪・関西万博関連の求人が出てくると予想される。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・雇用情勢やインバウンドの動きから、先行きはやや良くなると感じる。
	□	人材派遣会社（管理担当）	・夏休み期間となるため、動きは一旦止まると予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・60代、70代の求職者による応募は増加傾向にある。その一方、働き方の多様化の動きに、企業が追い付いていない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・関西全体の時給の底上げには、企業業績の改善が求められる。社員全体の賃上げを行わない限り、新規求人の時給が改定されることはない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・賃上げや定額減税などが、現状の物価上昇に対して効果的であるとは考えにくい、円安やインバウンド関連で潤っている企業も多いため、全体として大きな変化はない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西の地元企業のプロモーション予算に大きなものはなく、今後2～3か月も同様の動きと予想している。
	□	職業安定所（職員）	・5月の新規求職者数は前年比で減少となった。45歳未満は増加したが、45歳から54歳までが減少し、55歳以上も減少となった。雇用保険受給者も1割強の減少となっている。
	□	職業安定所（職員）	・景気が好転する材料に乏しい。
	□	職業安定所（職員）	・業績の良い企業はあるものの、横ばいの企業も多く、肌感覚として1～2か月で良くなるとは考えられない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・今後も求人の掲載や求人紹介の依頼は、途切れることなく続くことが予想される。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・学生は積極的に就職活動を進めており、企業の採用意欲も高いが、新卒採用に苦慮している企業が多い。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・慢性的な人手不足は変わらないが、離職率の上昇が気掛かりである。うまく転職できればよいが、収入の増加につながらないケースもある。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・円安の状況が変わらないなか、円安の進行をマイナスと捉える企業が増えている。

▲		人材派遣会社（役員）	<ul style="list-style-type: none"> ・人手不足が解消できないほか、物価の上昇に加えて、日本銀行による利上げの可能性もある。その一方、所得水準の上昇は限定的であり、経済活動は力強さに欠けている。さらに、ウクライナや中東情勢の悪化に加え、米国大統領選挙の結果にも大きな影響を受ける可能性があり、先行きは楽観できない。
▲		学校 [大学]（就職担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・円安傾向や物価の上昇が進むなか、景気回復の恩恵を受けていない学生や保護者が多数を占めている。
×		—	—