

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）	・夏季のイベントや催事が予定されているほか、猛暑対策商材を強化する。さらに、店舗のリニューアルオープン効果やインバウンドの増加傾向も続くため、前年実績を上回る状況が続くと予想される。
	◎	スーパー（企画）	・所得の増加や堅調な企業業績により、株式市況の大幅な悪化は考えにくい。
	◎	コンビニ（店員）	・暑いなかでも、引き続き多くの客が来店しているため、天候や季節に左右されず、年間を通して来客数の増加が続く。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・直営店では、欧米からの旅行客の来店が増えている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・9月の大型連休頃の受注について、予約が徐々に入り始めている。
	○	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・インバウンドの需要が、関西の観光拠点に徐々に広がりつつあり、来客数の増加が期待される。一方、現在好調のフレグランス商材の需要が更に増えるほか、ヘアケアやボディケアといったカウンセリング化粧品以外の商材で新たな開発が進んでいるため、市場の更なる拡大につながる。
	○	一般小売店〔家具〕（経営者）	・季節的に良くなっていくため、客の動きも良くなる。
	○	百貨店（販促担当）	・真夏は来客数の動きなどが懸念される。2～3か月先は気候にもよるが、少し暑さも落ち着き、消費意欲も旺盛になることが期待される。夏に少し控えた分、秋の味覚や旅行を楽しむ傾向が高まるなか、気候の予報にも敏感になるため、消費の場面を具体的に提案していくことが必要となる。
	○	百貨店（マネージャー）	・インバウンドの増加が主な好調要因であり、特に中国人観光客が徐々に増えている。今後もこの動きはしばらく続くことから、景気は少しずつ良くなると予想している。
	○	コンビニ（経営者）	・国内客、インバウンド共に、観光シーズンに入って来客数が10%ほど増えているため、売上も5%ほど増える見込みである。
	○	衣料品専門店（店長）	・価格の上昇による購入の停滞が続いている。月単位で上昇と下降が変化しているが、3か月などの周期で見ると、若干の上昇が続くそうである。
	○	家電量販店（経営者）	・住宅省エネ2024キャンペーンの効果がしばらく続くと予想される。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・夏物商戦もさる事ながら、9月の繁忙月に向けて商談が増えている。客の買い控えも目立たないため、提案活動をしっかりと行い、販売台数を伸ばしていく。
	○	乗用車販売店（支店長）	・物価の上昇は続くが、景気は良くなると予想される。ただし、来年の動向は不透明である。
	○	一般レストラン（経営者）	・暑さが和らげば人の動きが出てくるほか、働く人の時給が増えることで、外食の機会も増える。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの予約が好調である一方、国内客が伸び悩んでいる。一方、レストランや宴会場でイベントを行うと、ほぼ満席の状態となる。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・海外からの個人客の動きが多く、高額での販売につながっている。
	○	都市型ホテル（フロント）	・円高の進行によるインバウンドへの影響が懸念されるものの、8月以降も国内のイベントは充実しているほか、ビジネス客も活発に動いているため、秋の行楽シーズンまでは好調が続く。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・国内の旅行会社経由の予約は、店舗数の減少で想定を下回っているが、海外の代理店を含むWeb経由の予約は、想定を上回る動きである。
	○	通信会社（社員）	・例年どおりであれば、恐らく新型スマートフォンが発売されるため、販売数の増加に期待している。
○	通信会社（営業担当）	・米国のハイテク関連株の下落や、円高の進行といったトピックがあるなか、日用品や光熱費の価格が下がれば、購買は増えると予想される。	

<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)	・暑さが和らげば、国内のレジャー客や観光客は戻ってくるほか、インバウンドの動きは引き続き堅調に推移すると予想される。
<input type="checkbox"/>	商店街 (代表者)	・特に目立った変化がなく、売上も横ばいが続いている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [時計] (経営者)	・食料品を含めて、様々な物の値上げが止まらない。生活をするための優先順位を考えると、時計の需要が良くなるとは考えられない。また、今年に入って頻発する自然災害も、購買意欲を大きく下げていると感じるため、なかなか良い方向にはいかない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [衣服] (経営者)	・ここ数年は、9月、10月になっても残暑が厳しい。本来であれば秋物商材を売るべき時期であるが、残暑の影響で秋物商材を販売する時期が短くなっているため、売上がなかなか伸びない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [貴金属製品] (従業員)	・気候要因で外出の減少が予想される。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [衣服] (経営者)	・物価が上昇するなか、消費者の購買意欲が高まっているとは思えない。来店客からも、今後の生活に対する不安の声がよく聞かれているため、数か月後に景気が良くなるとはとても思えない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [野菜] (店長)	・インバウンドでにぎわっている地域は高額商品も売れるが、郊外では飲食関係も高額な商品は売れない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [呉服] (店員)	・呉服の需要は急に増えない。コロナ禍の収束後は少し良くなってきたが、新型コロナウイルスの新規感染者数がまた増えてきたため、低迷している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [菓子] (営業担当)	・夏季休暇の前に、手土産の販売量が伸びることを期待している。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (企画担当)	・免税品取扱額の状況次第で大きく変化するが、為替の変動などの影響も受けると予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (企画担当)	・仮に円高や株安の動きが進めば、状況が変わってくる可能性がある。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (管理担当)	・インバウンド向けの売上が好調な一方、平場品が苦戦する状況が当分続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (売場マネージャー)	・為替の動きなどが見通せないなか、個人消費への影響がどう出るかは予想が難しい。一方、酷暑が続く中で、今後は店頭の動きも変わってくる。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売推進担当)	・夏のボーナス支給後の景気回復を期待したが、それほど盛り上がりはない。当面は、物価の上昇による買い控えが続くそうである。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (外商担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が伝えられるなか、若干の行動制限につながる可能性もあるが、景気に悪影響が出る要素は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (商品担当)	・為替の動きのほか、諸外国の政治情勢は不透明である。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (マネージャー)	・当面は、今春の改装効果で好調を維持できそうである。ただし、今年は残暑が厳しくなるとの予想であり、特にファッション関連は秋冬商材の売行きが懸念される。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (マネージャー)	・インバウンドや富裕層は好調を維持すると予想されるが、国内の中間層の消費マインドが大きく改善することはない。物価や原料価格の上昇が進むなか、消費者にとっての価値に基づくシビアな消費が続くそうである。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (売場マネージャー)	・食品を除く衣料品関係の売上は、厳しい状況が続くそうである。まず天候面では猛暑が続き、来客数は減少するほか、商品の値上げや水道・光熱費の上昇の影響で、消費者の生活防衛意識は更に強まる。インバウンドの動きも為替の関係で不透明な部分があり、予測が難しい状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー (経営者)	・今年はプレミアム付商品券の発行もないため、消費の増加が見込めない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・1日トータルの来客数や単価が改善しなければ、全体の実績の改善にはつながらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・短期的に景気が良くなるとは考えられない。商品単価の上昇傾向が今後も続けば、現状並みの推移となる。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・好転する要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店員)	・毎日猛暑が続くことで、野菜への影響は更に出てくることから、非常に厳しい状況となる。
<input type="checkbox"/>	スーパー (企画担当)	・競合先による影響もなく、今のままの推移が続くと予想される。

<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・スーパー以外のドラッグストアやディスカウントストアといった、競合先の出店が予定されており、影響は避けられない。一定の価格競争につながるため、売上、利益共に悪影響が予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・米不足や猛暑による野菜価格の高騰など、今後の食費への影響が懸念される事象が続いている。消費マインドの低下や節約志向の高まりによる、景気への影響が懸念される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・少なくとも8月から9月にかけて、今月と同じ傾向が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・商品単価の上昇や来客数の増加傾向は、定額減税や夏季ボーナスの支給増により、当面続くことが予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・食品の値上げが9月に再度実施される。10月からは最低賃金が5%程度の引上げとなるが、消費者が値上げに付いていけない状況から、景気は大きく変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・値上げラッシュが収まり、来客数も上限に近い状態が続いているため、売上はしばらく現在の高い水準で推移しそうである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・コロナ禍が落ち着き、比較的安定した売上を維持している。今後更に右上がりとなるためには、夏の暑さで、ソフトドリンクや冷たい調理麺といった商品が伸びる必要がある。暑過ぎて来客数が減るほど、気温が上がらないことを願っている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・生活への不安要素が多く、景気が上向き期待は持てない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・高齢の客が多く来店する店舗であるため、常連客との会話では、年金が減ることへの不安の声が多い。また、1人暮らしで物をたくさん買う必要がないため、買物の意欲が減るという客も多い。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店員）	・気温の変動にもよるが、大きな変化はないと予想される。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・9月は決算セール関連の需要もあるが、エアコンの動きは落ち着くため、景気の改善は見込めない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備依頼は順調であるが、新車の販売は良くない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・物価の上昇による影響か、客の手がなかなか高額商品に伸びない。当社の仕入価格も上がる一方であり、より一層販売が困難になっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・当社が扱っている輸入車の人気車種の供給が安定すれば、売上に大きな変動はない。単価が上昇しているため、販売台数の減少を単価の上昇で補う形になると予想される。一方、当社が対象とする富裕客は、景気に大きく左右されないものの、自動車以外の高額商品の購入を増やす傾向があるため、大きな伸びは期待できない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・抜本的な対策や支援がない限り、物価上昇の影響で消費の減少が予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石]（経営者）	・円安の影響で物価が上がり、電気代やガス代も上がるため、景気にはマイナス材料となる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [食品]（経営者）	・パリオリンピックなどの影響で、消費が鈍化する可能性はあるが、大きくは変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	・秋の最低賃金の引上げにも期待されるが、物価の上昇も懸念されるため、何ともいえない。依然としてコロナ禍にも落ち着きが見られないなか、それも景気の不安材料となる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・物価上昇の影響がどこまで出るかを考えると、今後2～3か月で大きな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）	・実用的な商品ではないほか、コストアップで価格も上がるなか、厳しい状況にある。当面、消費者は付加価値の高い商品に目を向ける余裕がないと予想される。
<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商品は順調に動いているが、季節商材を除き、全体的には横ばいか、減少傾向となっている。本格的な真夏が続く、飲料等を含む夏物商材の売上は順調に推移するものの、全体として大きな上昇要因は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	・パリオリンピックの開催で、需要の減少につながる。

<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販] (オペレーター)	・変動する要素がないため、変わらない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (スタッフ)	・お盆期間は家族連れの大人数での予約が増えるが、それを過ぎると大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (企画)	・円安の影響で、インバウンドを中心に、客室単価は引き続き高い状態が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・コロナ禍を原因とした来客数の減少については、来客数が戻るまでにはもう少し時間が掛かる。また、人材不足や人件費、材料費、光熱費の上昇で、更に客の獲得競争が続いているなど、今後も不安な状態が続く。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (店主)	・物価上昇の影響や、世の中の傾向もあり、大きくは変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (企画)	・景気の良くなる要因が見当たらない。円安による公共料金、原材料費の増加が落ち着く気配はみられず、定額減税の効果にも期待できないため、現状が続くと予想している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (店員)	・今後は売上が増加する要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	・大阪・関西万博に向けて人が集まってくるなど、プラス材料はあるが、厳しい暑さが売上に悪影響となる。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (経営者)	・経済情勢に変化はないため、好転する見込みはない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (経営者)	・8月から9月の先行予約状況は余り良くないが、間近予約の動きには期待できる。大きなマイナス材料もないため、例年以上の来客数を期待できそうである。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (管理担当)	・円安の影響で、インバウンド需要は今後も現状と変わらない動きを見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (総務担当)	・インバウンドの宿泊利用は続くと予想されるが、物価の上昇が続いていることもあり、国内客によるレストランの利用も鈍化が続きそうである。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (店長)	・物価の上昇による実質賃金の減少が影を落とし、節約志向が高まっている。海外旅行も円高の影響で伸び悩み、行き先も近場のアジアが中心となっている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (役員)	・海外旅行では、円安の影響が少なく、価格も手頃であるアジア方面の人气がしばらく続く。ハワイや欧州といった高額な行き先の販売量が増えるのは、円安が落ち着いてからであり、まだしばらく先になると予想される。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (支店長)	・株価の暴落や、円相場の不安定感から、可処分所得が増えても貯蓄に回す客が多く、消費になかなか回らない。パリオリンピックの開催で欧州方面に注目が集まることを期待しているが、客からはそのような動きはみられず、景気に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・週末の繁華街では多くの客が見受けられる。夏休みや猛暑の影響もあり、今後も現状が続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (社員)	・地域経済の回復状況は以前と変わらず、今後改善される兆しもない。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク (職員)	・景気が良くなるような対策が見当たらないため、好転する期待を持ってない。
<input type="checkbox"/>	観光名所 (企画担当)	・コロナ禍からの回復による、来場者数の増加も落ち着いてきた。内容としては、外国人客は若干増えているが、国内客が若干減っている。
<input type="checkbox"/>	遊園地 (経営者)	・現在の行動パターンが変化するような要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	競輪場 (職員)	・大きく回復する要素はないものの、大きく落ち込むこともない。
<input type="checkbox"/>	競艇場 (職員)	・全国発売のSG、G1競走の売上は、3か月前とほぼ同水準となっている。コロナ禍の収束後、売上は少し減少傾向にあるが、高水準であることは変わらない。この先、しばらくは現状維持が続くとみられる。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・イベントは順調に開催されているが、それに伴う経費が全般的に高くなっており、実質的には利益が減少している。物価の上昇や人手不足による人件費の高騰など、厳しい環境が今後も続くことから、簡単に景気は回復しないと予想される。

□	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・夏休み期間となり、8月にはプロ野球の人気球団の試合が6試合開催されるほか、人気グループのコンサートもあるため、前年並みの来場者数を期待している。
□	その他レジャー [スポーツ施設] (業務担当)	・金利が0.25%に引き上げられたことで、どのような影響が出るかを注視したい。
□	美容室 (店員)	・更なる単価の上昇や、高額商材の販売が見込めるわけではないため、状況は大きく変わらない。
□	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)	・金利の上昇で景気がどの程度減速するかにもよるが、大きな変動要因はないため、景気の変化はないと予想される。
□	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・今月の給与明細には定額減税として1万円が記載されていたが、手取額の増加はそれほど実感できず、生活が楽になることはない。
□	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・新築住宅におけるコストの上昇や、土地価格の高騰の動きは続く見込みであるが、海外からの需要や富裕層の動きなどで、現状からの大きな落ち込みはないと予想される。
▲	一般小売店 [事務用品] (経営者)	・各地での災害級の豪雨で、交通機関にも影響が出るなど、全国的に問題が増えている。さらに、お盆や夏休みの関係で、余計に商品の動きは悪くなる。
▲	一般小売店 [花] (店長)	・暑さで外出を控える動きが増える。
▲	百貨店 (企画担当)	・8月も値上げが続く見込みである。一部の製造業などでは大幅な賃上げもあるが、大多数の企業では、物価の上昇を上回るような賃上げはできていない。消費者が生活防衛に動くのは当然であり、今後も小売業の苦境は続く。
▲	百貨店 (外商担当)	・日米間の金利差が縮小する見込みであるため、円高の進行につながる。それに伴い、インバウンド売上もかなり落ち着くことが予想される。
▲	百貨店 (売場統括)	・免税売上の前年比伸び率が鈍化するなか、日本の金利上昇や米国での前大統領の再登板などで、更に円高が進むことが予想されるため、更なる免税売上の減少が懸念される。
▲	百貨店 (商品担当)	・平均気温の上昇で、9月、10月の秋物衣料の販売が年々厳しくなっている。今年の猛暑では、その傾向が一段と進んでいる。さらに、メーカー各社が在庫を持たなくなっていることで、数少ない売れ筋商品の欠品が予想されるほか、需要喚起策の効果も薄い。ひとまずは食品イベントを強化し、売場の鮮度を維持したい。
▲	百貨店 (宣伝担当)	・これまで当県に集中していたインバウンド需要が、オーバーツーリズムの影響で周辺地域に分散することが予想される。それに伴い、広域での集客に取り組んでいるが、すぐに効果は出ることはない。また、国内客の獲得も課題であるが、市場の縮小が続くなかで厳しい状況が続く。
▲	スーパー (開発担当)	・中小企業の多い当地域は賃金の上昇が見込めず、景気が良いとはいえない。
▲	スーパー (社員)	・生鮮品価格の上昇もあり、1人当たりの買上額は何とか前年並みを維持しているが、今後は買い控えが進み、買上額の減少が予想される。
▲	コンビニ (経営者)	・例年7月、8月は忙しいが、9月になると一気に売上が減るため心配である。現状の好調が続くことを祈っている。
▲	コンビニ (店員)	・夏休みのシーズンが終わるため、旅行者が減る。
▲	家電量販店 (店員)	・今後も良くなることはないが、円安がどこで止まるかによって、景気の回復が望める可能性はある。ただ、先行きの見通しが立たないのが現状である。
▲	家電量販店 (企画担当)	・旅行や帰省に関する消費が増えるため、猛暑は続くとの予報であるが、家電の消費は止まると予想される。
▲	家電量販店 (人事担当)	・酷暑に伴う気温の上昇で、外出を避ける動きが出始めたため、来客数の減少が懸念される。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・賃上げ効果は予想したほど出ておらず、むしろ物価上昇の影響で、個人消費が減退傾向にある。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・米国大統領選挙の行方や、長引くウクライナやロシアの紛争、イスラエルのガザ地区での紛争など、世界的な不安要素が解決しなければ消費の気運は高まらない。米国や日本の株価は高いが、経済の実態とはかけ離れている。

	▲	乗用車販売店（販売担当）	・生産台数が減少している。
	▲	住関連専門店（店長）	・当社の事業は、経済政策や為替相場の変化の影響をダイレクトに受けるため、日本銀行による金利の引上げという大きな変化が、消費者にどのような影響を及ぼすのかを注視している。特に、増えつつあった富裕客の消費に水をささないか心配している。
	▲	観光型旅館（団体役員）	・需要の最盛期である夏が終わると、かなり閑散とする傾向となる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・物価の上昇により、国内旅行を控える傾向にある。
	▲	タクシー運転手	・政府が経済対策を打ち出しているが、個人の所得が増えるようなアイデアが求められる。
	▲	通信会社（経営者）	・今後も原価の上昇が予想される。
	▲	通信会社（役員）	・キャリアショップの運営は、通信キャリアの設定する代理店手数料で状況が大きく変わる。直近は第2四半期以降の手数料施策が厳しく、客の購買動向よりも大きな影響を受けている。
	▲	ゴルフ場（支配人）	・現状の入込客数は徐々に減少しており、今後も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）	・今は中学生の受講が多いが、次のテストの結果次第では塾に移行する家庭が増えそうである。現状は掛け持ちの生徒も多く、3教科だけの受講で、割高感のある当サービスが削られると予想される。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・地価の上昇に調整が入るなど、市場の動きが少し冷めてくると予想される。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・金利の引上げによる住宅ローン金利の上昇で、返済負担の増加につながるため、消費マインドの低下が懸念される。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・所得の増加が、予想したほど進んでいない。
	▲	その他住宅 [展示場]（従業員）	・建築単価の上昇傾向により、消費マインドの低下が更に加速する。
	×	百貨店（売場主任）	・急激な円安に歯止めがかかり、インフレもやや後退しそうであるが、一旦値上げた商品が値下がりするとは考えにくい。年金受給層の客が多い、郊外店である当店では、当面は厳しい局面が続くと予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・実質賃金が減っているため、購買意欲が低下している。
	×	衣料品専門店（経営者）	・旅行や食事会のために、服を買うゆとりがなくなっている。
	×	家電量販店（店員）	・全体的に商品の価格が高騰するなか、やはり購入の検討期間が長期化している。
	×	その他飲食 [ジャズバー]（店員）	・暑さの影響で外出が減っているほか、物価の上昇もあって悪くなる。
	×	住宅販売会社（経営者）	・売上の減少とコストアップの二重苦となり、先行きの見通しは明るくない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取扱商品の季節特性で、人の移動が増える9月頃には需要が増える。
	○	繊維工業（総務担当）	・日本銀行が金利を上げる方向に政策転換する期待感から、円高方向に徐々に動くことが期待される。
	○	木材木製品製造業（経営者）	・今まで木質チップとともに、木質燃料の輸入販売も10年前から続けてきた。ただし、いつも製造業者が途中で事業を継続できなくなるなど、供給が非常に不安定で困っていたが、最近真面目な業者が出てきた。量的にも当社が希望する数量の供給が可能であるなど、事業が安定に向かうことを期待している。後は為替の動向が大きな問題となっている。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・イベント関連の問合せが引き続き入っているため、受注は増加が続くと予想される。
	○	化学工業（経営者）	・業況の厳しい取引先が多いことには変わりはないが、一部の取引先では持ち直しの兆しがみられる。
	○	化学工業（企画担当）	・食品の需要が減る時期であり、今年は特に酷暑の状況であるが、販売量は減少していない。秋の需要期には、更に販売が活発になると予想される。
	○	広告代理店（営業担当）	・Web広告、紙広告共に、売上が前年を上回る状態が続いている。

○	広告代理店（営業担当）	・10月以降は良い話も出てきているなど、少し改善が進むことが予想される。
○	経営コンサルタント	・オーバーツーリズムによる弊害をいかに防ぐかが課題であるが、観光客の消費やそれを狙う企業の投資は更に活発化している。
○	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・猛暑は例年のことであり、消費者には慣れがみられる。それに伴い、駅ナカ店舗も客足は落ちておらず、夏物商材が10月初旬までは売れると予想される。
□	食料品製造業（従業員）	・今後は再値上げを予定しているが、値上げが浸透しているなかで、影響は少し出ると予想されるが、現状維持は可能である。
□	食料品製造業（営業担当）	・連休に伴うインバウンド効果で、飲料の売上増加が期待できる一方、平日の購入は余り良くないため、全体としては変わらない。
□	繊維工業（総務担当）	・消費動向次第で好転が期待されるが、商品の差別化や販売方法の見直しを更に進めなければ、落ち込みを防げないため、新商品の開発に注力している。
□	化学工業（管理担当）	・取引先の発注見込みなどから、やや好調な状況が続くと予想される。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・市場は新規案件への移行時期でもあり、しばらくは様子見となるため、現状維持が続く。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・今春は賃金のベースアップが実施されたが、円安傾向のなかで物価の上昇も続いている。業界での人手不足対応も喫緊の課題となるなか、身の回りの景気は変わらないと予想される。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・直近の引き合い状況は活発さに欠けるなど、景況が好転するような気配はない。
□	一般機械器具製造業（設計担当）	・物価の上昇が落ち着かなければ、景気動向の見極めは難しい。
□	電気機械器具製造業（経理担当）	・季節的に良くなる要素がないほか、消費も落ち込むことはなく、底固い印象を受ける。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・9月から政府の補助で電気料金が値下がりとなるが、一時的なものであるため、財布のひもは固いままとなる。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・何もかもが値上がりしており、良いことが全くない。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・大型案件がないほか、引き合い件数も少ないため、受注全体が増えていない。
□	建設業（経営者）	・しばらくは現状が続くようである。
□	建設業（経営者）	・一部の建設資材価格の高騰や、不安定な納期、技能労務者不足が深刻な問題である。大阪・関西万博の建設工事も本番となり、国家プロジェクトとして優先的に建設資材や技能労務者が集められる可能性もある。
□	輸送業（経営者）	・今以上の大きな注文が入っていないため、余り変化はないと予想される。
□	輸送業（営業担当）	・商品の値段が下がらなければ、売れなくなっている。
□	輸送業（営業担当）	・お中元の運賃の値上げに伴い、商品が価格の安い物に変わった客からは、今後お中元などの贈答をやめるという声が出ている。
□	通信業（管理担当）	・毎月のように行われる商品の値上げで、買い控えにつながっている。ただし、気温の上昇で総菜が売れるなど、若干上向く傾向にも期待される。
□	金融業（営業担当）	・為替が若干円高に向かっているものの、1ドルが150円以下となるには時間を要するなど、今後も景気が良くなる見込みは乏しい。
□	司法書士	・変動要因が見当たらないため、状況は変わらない。
□	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上がっている一方、工賃は上がらないため、厳しい状況となっている。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・いまだに商品の値上げが続いているため、値上げが落ち着くまでは、景気が前向きに動き出すことはない。
▲	金属製品製造業（経営者）	・自動車関連、建築土木関連共に、回復の期待が薄れている。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体業界は今後も発展が予想されるが、国際情勢は先が見通せないほど不安定であるため、先行きには確信がもてない。

	▲	建設業（経営者）	・労働時間が減少する一方、人件費は上がるという厳しい経営環境のなか、設備投資の意欲が高まるとは考えられない。	
	▲	輸送業（商品管理担当）	・夏は酒の販売が落ち着くため、売上は減少していく。	
	▲	不動産業（営業担当）	・1階の物販店舗などの撤退が続いている。ネット通販などの影響が今後も増えるなか、景気の悪化が予想される。	
	×	金属製品製造業（営業担当）	・主な原材料である、鋼材価格の値上げは認められたが、その他の労務費や資材コストの上昇については、なかなか価格転嫁が進まない。特に、自動車業界では単価の1.5%までしか転嫁を認めないという、根拠が不明な規準が横行している。このままでは実際の半分程度しか転嫁できず、採算の悪化が進む。	
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・インフレによる買い控えが影響し、市場の動きが鈍い。	
雇用 関連 (近畿)	◎	人材派遣会社（支店長）	・大阪・関西万博関連の求人が、徐々に動き出している。	
	○	人材派遣会社（管理担当）	・少なくとも大阪・関西万博までは、現状が継続する。	
	○	人材派遣会社（支店長）	・下期に入れば、状況は少し変わると予想している。	
	○	人材派遣会社（営業担当）	・お盆明けには求人にも動きが出てくることで、求職者も動きそうである。	
	○	職業安定所（職員）	・7月の求人の申込数が、前年の2割近く増えている。	
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・秋冬のインターンシップ等のプログラムに向けた動きが増える時期となるため、イベントの出展や広告掲載が増えると予想される。	
	□	人材派遣会社（役員）	・政局が景気に影響する可能性があるが、その時期はもう少し先になりそうである。	
	□	人材派遣会社（営業担当）	・事務系の求職者数は多いが、企業からの求人は少ない。その一方、スペシャリスト求人はこれから給与が増加し、求人も増えていくと予想される。	
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・米国大統領選挙やパリオリンピックなど、大きなイベントがあることで世界的に景気が不安定になっている。一方、国内ではインバウンド需要の増加が最高潮となっている。それ以外に上向き要素は見当たらないが、インバウンドが減少しない限り、特に3か月後も状況は変わらないと予想される。	
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西企業からの新聞広告やデジタルメディアへの出稿は、現状とほぼ変わらない水準を見込んでいる。	
	□	職業安定所（職員）	・6月の新規求職者数は前年比で減少となった。ただし、配置転換や就労時間の変更、体調不良などで転職を検討する、在職中の新規登録者が増えている。	
	□	職業安定所（職員）	・企業の人手不足感は依然として強い。高齢者による就職への意欲は強いが、企業の需要と合わないミスマッチの状況が続いており、採用にはつながらない。	
	□	職業安定所（職員）	・一定の求人数はあるものの、求職者数が減らないため、状況の変化はないと予想される。	
	□	民間職業紹介機関（職員）	・厳しい人手不足から求人数が増える可能性はあるが、受注の動きが鈍い傾向は続きそうである。	
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・企業の早期採用気運は感じられるが、採用者数は大きく変わっていないため、景気に特段の変化はない。	
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・企業の人手不足は深刻であり、2～3か月程度では変わらない。	
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルス感染症のワクチン接種にかかる費用負担がばかにならない。高齢者の負担は大変であり、政府の新型コロナウイルス感染症対策も再構築が求められる。	
	▲	その他雇用の動向を把握できる者	・政策金利の上昇により、企業の借入れコストに影響が出る。	
	×		*	*