

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)	◎	コンビニ（経営者）	・大阪・関西万博の盛り上がりがピークとなり、それに伴ってインバウンドも関西に集中してくるため、来客数が10%ほど増えると予想される。
	◎	コンビニ（店員）	・しばらくはこのまま好調が続く。大阪・関西万博の開催効果もあるため、外国人客の来店に加えて、国内客の来店も増えることが予想される。
	◎	家電量販店（人事担当）	・今年も夏の気温が高くなる予報であり、エアコンや冷蔵庫、洗濯機などの販売増が期待される。
	◎	都市型ホテル（フロント）	・団体客からは、国内客、海外客共にかなり多くの問合せがある。
	◎	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルの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。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・今後は気候が良くなるほか、大阪・関西万博の開催で人の動きが活発となり、商品の動きも良くなることを期待している。
	○	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	・大阪・関西万博の今後の盛り上がり期待している。
	○	百貨店（マネージャー）	・米価格の高騰については、備蓄米の放出効果はさほどないと予想されるが、海外からの輸入米の増加などで、少し改善すると期待される。一方、米国の輸入関税引上げの影響については不透明である。
	○	スーパー（企画担当）	・お米クーポンのほか、物価上昇対策として、複数の自治体がプレミアム付商品券やチャージ追加特典などを実施予定である。ライフラインである食品購入の後押しとなるため、売上の増加につながると予想される。
	○	スーパー（経理担当）	・大阪・関西万博の開幕により、関西全体の景気の底上げが期待されるが、足元はまだ大きな影響がみられない。今後の盛り上がり次第であるものの、スーパーへの影響は限定的と予想される。
	○	コンビニ（経営者）	・ゴールデンウィークに入れば世の中が動き出し、活気が出てきそうであるが、連休明けは急激に暇になるのが怖い。
	○	コンビニ（経営者）	・10月までの大阪・関西万博の開催期間中は、来客数が高水準で推移することが期待される。各商品の値上げの動きとあいまって、売上は好調な推移となりそうである。
	○	コンビニ（店員）	・桜の時期が終われば、客の動きは落ち着くと予想していたが、その後も来客数は多い。
	○	衣料品専門店（店長）	・単価が数か月連続で上昇するなど、上場企業を中心にやや回復基調が続いている。
	○	家電量販店（経営者）	・補助金の効果による、案件の成約増加が期待される。
	○	乗用車販売店（支店長）	・年末にかけて良くなることを期待したい。
	○	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・米や野菜などの価格の高騰は、3か月後には少し落ち着くことが予想される。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・ゴールデンウィークや大阪・関西万博の影響でインバウンドが増える傾向にあり、売上の増加が期待できる。大量に購入するインバウンドの来客も増えつつあり、特に生活必需品や薬、健康関連商品のまとめ買いが増えている。
	○	一般レストラン（経営者）	・大阪・関西万博の開催日以降、来客数が増加している。特に、今月は価格の改定で来客数が減少する見込みであったが、増加という結果となったほか、客単価も平均で15%上昇している。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・大阪・関西万博による大きな影響が予想される。
	○	都市型ホテル（管理担当）	・大阪・関西万博の影響は少なからず出ている。客にはそれなりの動きがみられ、消費も増加傾向にある。
	○	旅行代理店（役員）	・空港で国際チャーター便の運航が始まったほか、このところの円高傾向もあり、海外旅行の需要が期待できる。また、大阪・関西万博のチケット販売やバスツアーの需要も見込まれる。ちょうど夏休みの予約が動き出す時期となるため、全体の予約件数の増加が予想される。

☐	タクシー運転手	・他府県や海外からの客の利用率が上がれば、タクシーの営業収入も少し増えるが、最終的には中間層の所得の増加が必要であり、消費税の減税などの企画が求められる。
☐	タクシー運転手	・気候が良くなり、外出する機会も増えてくる。それに伴い、タクシーの需要にも少し動きが出ることを期待している。
☐	通信会社（社員）	・利用料金の値下げも限界である。今の状態で収支が合うようであれば、今後はプラス傾向を期待したい。
☐	通信会社（企画担当）	・世界情勢のほか為替も不安定なため、金融市場などの変化が続く。
☐	商店街（代表者）	・客が購買の決定に慎重になっている。
☐	一般小売店〔花〕（経営者）	・生活必需品の値上がりが続いている。光熱費やガソリン価格の上昇もあり、補助が出て景気への影響は薄いとみられる。
☐	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・不安定な為替や内外価格差の是正などで、好調であったインバウンド売上が鈍化傾向にあるなか、国内消費も単価の低い商品にシフトする動きがある。右肩上がりの売上拡大は難しい状況であるが、値上げも一部の企業ではみられるため、取引先のセグメント別に商材提案を行うなど、対応を強化したい。また、大阪・関西万博は前評判が決して良くなかったが、開幕後は高評価を得ており、欧米からのインバウンドの来店も増えているため、化粧品のギフト商材などの販売には期待が持てる。
☐	一般小売店〔手ぬぐい〕（経営者）	・国内客の消費マインドが非常に低い。
☐	一般小売店〔呉服〕（店員）	・例年、成人式が終わるとすぐに新しい振り袖を選びに来店する客が増えるが、今年は母親の振り袖を直して着るという傾向が強まっている。
☐	百貨店（売場主任）	・外国人観光客の増加により、いつも混雑しているイメージが強まり、日本人客の来店が減っている。
☐	百貨店（企画担当）	・米国の関税引上げ問題が落ち着くまでは、今の状態がしばらく続くと思われる。
☐	百貨店（サービス担当）	・今年も異常気象による気温の上昇が予想されるため、早期のUVケア商材の展開や、大阪・関西万博の来場者向けの行楽用弁当、総菜の強化などにより、売上の拡大が期待される。
☐	百貨店（販促担当）	・米国政権の影響で株価が低迷し、為替の見通しのきかない状況が続くと予想され、消費者の生活防衛意識が強まる懸念される。前年ほどではないものの、暑い夏が始まることで、暑さ対策などの需要の取り込みや、夏のセール展開などが重要となる。
☐	百貨店（宣伝担当）	・周辺のホテル代や航空券代の高騰により、インバウンドはこれ以上増えないと予想される。国内客も食品や日用品の値上げに加え、株価の下落で不要不急の買物を控えており、基調の回復は難しい。
☐	百貨店（売場マネージャー）	・ガソリン価格の値下げなどが実施されているが、直接的に消費の増加につながっているとは考えにくい。また、インバウンドの免税売上の件数は増えている一方、円高の進行で客単価が低下するなど、インバウンド消費の内容も変化が続くと予想される。
☐	百貨店（外商担当）	・大阪・関西万博が開幕して順調なスタートとなり、今後はリピーターも増える見込みのため、好影響が出ると予想される。
☐	百貨店（売場マネージャー）	・来客数は増加傾向にあるが、物価の上昇や水道光熱費の負担増により、個人客の店頭での消費は厳しさを増す。一方、外商売上やインバウンド売上は、引き続き好調に推移すると予想される。
☐	百貨店（売場統括）	・米国の政権の動向が見通せず、株価や為替が安定するまでは、今の状況が続くと予想される。
☐	百貨店（管理担当）	・引き続き、一進一退の状況が続く。
☐	百貨店（マネージャー）	・インバウンドの復活が今後の鍵となる。今のところは大阪・関西万博の開催効果もみられず、大きな変化はないと予想される。
☐	スーパー（経営者）	・政府の具体的な物価上昇対策が示されていない。

☐	スーパー（店長）	・米や卵などの価格が高止まりしており、景気の回復につながる要素が見当たらない。
☐	スーパー（店員）	・様々な物の値段が上がっているため、悩みながら買物をしている客は非常に多く、今後も状況は変わらないと予想される。
☐	スーパー（企画担当）	・来客数や客単価に大きな変化はないと予想される。
☐	スーパー（販売促進担当）	・当面は商品価格の上昇傾向が続くなか、景気が上向く要素は見当たらないため、現状の動きが続くと予想される。
☐	スーパー（企画）	・4月からの賃金のベースアップは行われたが、企業の社会保険料率が上がっており、賃上げ効果が出ていない。5月下旬からのガソリン価格の値下げ、7月から9月の電気代、ガス代補助による効果は期待されるものの、景気が上向くことはない。
☐	コンビニ（経営者）	・特に変わらないと予想される。
☐	コンビニ（店長）	・ホテルなどの宿泊施設の数も限られており、それほど観光客が増えることもないため、現状維持が予想される。
☐	コンビニ（店員）	・2月頃からエリアマネージャーが変わり、いろいろと試してきた対策が実りつつあるが、これ以上を望むのは厳しい状況であり、現状が維持できればよい。
☐	コンビニ（店員）	・このまま物価の上昇が続けば、家計が節約せざるを得ない状況が強まるため、景気が上向くとは思えない。
☐	家電量販店（店員）	・生活に必要な商品の価格が上がる以上、景気の鈍化傾向は変わらない。早急な景気対策などが必要とみられる。
☐	家電量販店（企画担当）	・価格の上昇の動きもあり、新製品や話題の商品などがない限り、買い控えが増える。先行きは、必要最低限の消費しか期待できない雰囲気がある。
☐	乗用車販売店（役員）	・米国の輸入関税引上げによって経済情勢が不安定となり、国内消費の冷え込みが懸念される。国内では日本経済を支えてきた自動車業界への逆風となるほか、輸入車でも中国メーカーの台頭に加え、規模の大きな中国市場の悪化、欧州での電気自動車販売の計画未達による業績悪化など、景気の良くなる材料が見当たらない。
☐	乗用車販売店（販売担当）	・まだ受注残が残っているため、2～3か月は変わらずに推移するが、その後は受注台数の減少による影響が出てくる。
☐	乗用車販売店（営業担当）	・米国の関税引上げによる影響で、商品価格の上昇が必至なため、客の買い控えが予想される。
☐	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・大阪・関西万博が始まったものの、宝飾品業界に影響や効果はみられない。円安によるインバウンドの増加や、万博の開催によって人流は増えても、業界での消費の増加にはつながらない。
☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・花粉症関連商品の好調を維持することは難しいが、急激な気温の上昇に伴い、UV関連や制汗剤などの夏物商材を中心に、売場の活性化が期待される。一方、食品や生活必需品は値上げの影響で客単価が上昇しているものの、買上点数は減少しており、今後も同様の動きが続くと予想される。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・大阪・関西万博関連の売上は好調でも、その他の売上は厳しい。特にインバウンドの売上が厳しく、円安傾向にも変化がありそうで、先が読めない。
☐	高級レストラン（スタッフ）	・大阪・関西万博の開催中でもあり、インバウンドの来店は今後も増えると予想される。
☐	高級レストラン（企画）	・大阪・関西万博の開催中はインバウンド需要の盛り上がりが見込まれるものの、国内旅行の需要は低迷したままであり、景気全体が上向くとは判断できない。
☐	一般レストラン（経営者）	・必要不可欠な食材が不足しているほか、物価の上昇が家計を圧迫する状況が続いているため、財布のひもが固くなっている。先のみえない不安が少しでも解消していけば、外食産業も盛り上がるのが期待される。
☐	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・インバウンドの増加で、宿泊料金や物価の上昇につながっている。国内の消費者も同じ価格で購入し、宿泊しなければならないため、生活は厳しい。当店への客も財布のひもが固くなっている。
☐	観光型ホテル（経営者）	・国際的な政治情勢が不安定となるなか、国内でも政情不安が続いており、効果的な景気対策も見当たらない。
☐	観光型ホテル（経営者）	・5月、6月は例年よりも団体客の先行予約が多い。やはり大阪・関西万博関連の団体予約の影響が大きいとみられる。

☐	観光型旅館（経営者）	・現状を打破する要素が見当たらない。
☐	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの団体客は好調であるが、国内客や海外からの個人客の単価が伸びない。価格調整を行うと予約が動き出すことから、需要は存在する。一方、食堂は団体客の受注が好調ななか、宴会は伸び悩んでいるものの、定例の宴席は受注できている。
☐	都市型ホテル（総務担当）	・大阪・関西万博が開催される10月までは、今の状態が続く。
☐	都市型ホテル（販売促進担当）	・米国の関税引上げや為替の変動リスクもあり、先行きは不透明であるが、周囲だけをみると特に変わらないと予想される。客室やレストラン、宴会の予約も、半年前と余り変化がないようである。
☐	都市型ホテル（客室担当）	・物価の上昇がこのまま続くかどうか、不透明な状況が続く。
☐	旅行代理店（支店長）	・物価の上昇や米不足、円高の進行などの様々な不安要素の影響で、盛り上がりが抑えられている。大阪・関西万博にはこの状況を打破する盛り上がりを期待しているが、客の反応はまだ落ち着いている。
☐	旅行代理店（支店長）	・今月の動きが、大阪・関西万博が終了する10月まで続きそうである。
☐	通信会社（経営者）	・今後も物価の上昇が続くと予想される。
☐	通信会社（社員）	・実質値上げとなる新プランが発表されたが、既契約者の他社への転出が増えるかどうかは読めない。また、販売の増減はキャリアの価格施策に左右されるため、今後も状況は厳しい。
☐	通信会社（役員）	・事業環境に大きな変化はないが、仮に不安定な経済状況下で景気が低迷すれば、販売に影響が出る。
☐	観光名所（企画担当）	・4月に入ってから状況をみても、来場者数は前年とほぼ変わらず、3か月後も大きな変化はないと予想される。大阪・関西万博が4月13日から始まり、その影響を静観しているところである。
☐	ゴルフ場（支配人）	・予約状況や来場者の動きをみると、やや良くなると予想されるが、単価の上昇がなかなか難しいため、身の回りの景気に変化はない。
☐	競艇場（職員）	・全国発売されるG 1以上のグレードレースの売上に、大きな変化はみられず、高水準で推移している。春から夏に向けても、大きな変化はなく推移しそうである。
☐	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・順調に催事が行われているものの、費用の負担増が顕著であり、収益の増加にはつながっていない。
☐	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の公式戦があるほか、家族向けのイベントや人気グループのコンサートなどが開催されるため、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）	・米国大統領による政策の影響で、円高傾向が進むと予想されるが、日本を訪れるインバウンドの数は堅調に推移しそうである。
☐	美容室（店員）	・このままの状態が続くと予想されるが、今よりも悪くなる可能性もある。
☐	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・物価の上昇が続くなか、教育費にどこまでお金を掛けるかは不透明である。
☐	住宅販売会社（経営者）	・米国による相互関税への不安があるなか、対策が講じられなければ景気は上向かない。
☐	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・新築市場においては、高価格帯の物件は引き続き堅調な動きであるが、低価格帯は厳しい状況が続くそうである。
☐	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・昇給はあっても、物価の上昇分がカバーできるわけではなく、結局は支出だけが増える傾向は変わらない。日々の食費や昼食代も、予算と相談する毎日である。
▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・連日の大阪・関西万博の報道や、既に参加した客の話を聞くと、予想以上に万博が盛り上がっている。ただし、その盛り上がりが当地域に波及するかといえ、その期待は薄い、社会全体の明るい雰囲気が良い動きにつながることを期待したい。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・予約数が4月よりも格段に少なくなっている。

▲	一般小売店〔野菜〕（店長）	・やや悪くなると予想されるが、状況によっては非常に悪くなる可能性もある。このまま物価の上昇が続くようであれば、市民の生活はかなり厳しくなる。
▲	百貨店（企画担当）	・米国の関税引上げの行方が読めず、先行きは不透明である。少なくとも景気が急回復することはない。
▲	百貨店（広報担当）	・世界経済は先行き不透明であり、不安定な株価の動きも続くと予想される。免税売上も第1四半期頃までが金額ベースでピークとみられ、当面は厳しい状況が続く。
▲	百貨店（商品担当）	・インバウンド売上の鈍化傾向がしばらく続くと予想される。また、現時点では横ばいの国内消費も、うまくいって横ばいであり、場合によっては減少傾向となる可能性もある。
▲	百貨店（販売推進担当）	・株安の影響で、外商のVIP層による絵画や宝飾品の購入の動きが鈍くなる。その分を食品の催事などでカバーする必要があるが、ハードルは高い。
▲	百貨店（外商担当）	・米国の輸入関税引上げにより、より一層円高が進む可能性がある。それに伴って、インバウンド売上が更に減少する恐れもある。
▲	百貨店（マネージャー）	・夏に向けて、国内の中間層はレジャー等に対する消費が増えるため、物販は厳しくなる。来客数が減少するなか、単価を引き上げる品ぞろえや企画が求められる。また、大きな鍵となるインバウンド消費は今の傾向が続くと予想されるが、米国の関税引上げといった外的要因により、先行きは見通せない状況である。
▲	百貨店（商品担当）	・食品を中心とした物価の上昇で、比較的高額な総菜や食品の売上に影響が出ている。物産展のように、期間限定でイベント性のある催事は好調であるが、常設店舗に対しては買い控えの心理がはたらくようで、売上は微減が続きそうである。
▲	スーパー（店長）	・米国による相互関税が報じられ、食品を中心に商品価格の上昇に対する不安が助長されている。
▲	スーパー（社員）	・株価が乱高下し、消費税率の行方も不透明ななか、客は今後の消費にますます慎重になると予想される。
▲	スーパー（企画）	・売上の推移は物価の上昇もあって安定しているが、来客数は鈍い状況が続きそうである。また、野菜相場は落ち着くものの、米の価格は高止まりしており、消費マインドを冷やしている。
▲	衣料品専門店（店員）	・需要が閑散期に入するため、売上は落ちる。
▲	乗用車販売店（経営者）	・米国の関税引上げなど、悪い材料しか見当たらない。
▲	乗用車販売店（経営者）	・米を含む物価上昇の流れが止まらない一方、賃金の増加がそれに追いついていない。世界的にも米国と中国の争いに巻き込まれている状態で、日本経済は米国大統領の言動に一喜一憂する状況が続く。しばらくは安心して消費ができる環境にはならない。
▲	その他専門店〔食品〕（経営者）	・今後も値上げの影響が出てくることが予想される。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・米国大統領がどこまで本気なのか読めないが、既に出ている要素をみると、景気は減退すると予測せざるを得ない。
▲	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・送料の無料キャンペーンが終了するため、受注量は減少する。
▲	一般レストラン（経営者）	・税金の支払や物価の上昇などで、ますます財布のひもは固くなり、外食の回数が減少する。
▲	一般レストラン（店員）	・物価上昇の影響で、外食をする人が減少する。
▲	一般レストラン（企画）	・材料価格の高騰によるメニュー価格の上昇で、客の来店回数が減少し、来客数全体の減少につながっている。物価上昇の影響は今後も続くため、景気の減退が予想される。
▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・更なる値上げも予定されるなか、支出が明らかに増えている。以前と同じ商品や同じ量は買えないため、代替品を真剣に探している。
▲	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	・猛暑による影響が懸念される。

▲	観光型旅館（経営者）	・大阪・関西万博による好景気を期待しているが、今のところ良い影響はみられない。むしろ需要が万博に奪われている。
▲	都市型ホテル（管理担当）	・大阪・関西万博への来場者による需要を期待しているが、予約状況は低調で、単価も下降気味である。
▲	都市型ホテル（客室担当）	・オーバーツーリズムや宿泊税の値上げといったネガティブな情報があふれ、国内需要が減少している。大阪・関西万博による影響はほばないほか、国内客の減少が懸念材料である。
▲	通信会社（営業担当）	・客が能動的に動かない時期となるため、問合せ数の減少が予想される。
▲	テーマパーク（職員）	・物価の上昇に給料の増加が追いついていない。現状は物価の上昇を抑える政策は見当たらず、増税への懸念が消えない状況では、先行きの期待材料がない。
▲	遊園地（経営者）	・これまでの物価の上昇に加え、米国の関税引上げを発端とした世界景気の悪化により、消費マインドの低下が予想される。
▲	競輪場（職員）	・米の価格を始めとする物価の上昇が止まらない。世界情勢も米国の政策によって不透明感が強まっているため、先行きは不安定である。
▲	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・光熱費の増加は、運動公園の施設運営に打撃が大き過ぎるため、政府による補助が不可欠である。
▲	住宅販売会社（総務担当）	・米国の関税引上げの影響や物価の上昇などで、先行きが見通せない。
▲	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）	・米国の関税引上げによる影響が不透明ななか、物価の上昇が続くと予想されるため、消費は減少に向かう。
▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・展示場の来場者数は若干の減少傾向にあるため、先行きはやや悪くなる。
×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・米国の政策による悪影響が出る。
×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価の上昇が続くなか、生活必需品ではない物に対する消費者の買い控えは、これまで以上に強まると予想される。
×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	・物価の上昇により、来客数が減少している。
×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価上昇の影響を受けており、今後も厳しい経営が続く。
×	百貨店（売場主任）	・年金生活者が一定の顧客層となっている郊外店では、客の収入が増えない上に、物価の上昇が続いているため、今後も厳しい状況が続く。
×	衣料品専門店（経営者）	・主婦層が自分の服を購入する余裕がなくなっていると判断されるほど、売上が減少している。
×	衣料品専門店（経営者）	・価格の安い商品に飛びつく消費者心理がまん延しており、価格の適正な水準を無視している。
×	家電量販店（店員）	・生活必需品のエアコンは暑くなれば売れるものの、エアコンの価格が上がっているため、他の商品に回す予算がなくなり、エアコン以外は全く売れなくなりそうである。ほかにも必要な物がある場合は、高性能の商品が売れず、中級以下の商品で出費を抑えようとする傾向が、既にみられる。
×	家電量販店（店員）	・販売チャネルが増えることは良いが、ネット通販で商品価格が評価されても、実際には附帯する工事などもある。客との間の基準を合わせてから本題に入るため、商談に時間が掛かる。
×	住関連専門店（店長）	・これまで売上を支えてくれた取引先からの発注単価が、軒並み下がっている。免税業者であっても、暗にその分の値引きを要求されるなど、取引が年々難しくなっており、全体的な環境の悪化が進んでいる。
×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価の上昇により、ぜいたく品にお金はかけないようで、客が安い店に流れている。
×	住宅販売会社（経営者）	・価格上昇の動きは落ち着いたようにみえたが、依然として進行中であり、中小企業がふるいに掛けられている。

企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・ 為替は毎日のように変動し、米国の関税引上げも世界経済を揺さぶっている。当社も今後の経済情勢に左右されるが、6月から従来の取扱商品に加え、もう1品目増える予定になっている。その販売量が多ければ、売上、利益共に順調な増加につながる。
	○	食料品製造業（管理担当）	・ 今後は更に需要が伸びることが期待される。
	○	食料品製造業（営業担当）	・ 大阪・関西万博が閉幕するまでの期間は、外国人観光客が増え、飲料の売上もやや良くなる。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・ 引き続き大阪・関西万博による特需が見込めるため、売上は微増となることが予想される。
	○	建設業（経営者）	・ 今後も少しずつ引き合いは増えると予想される。ただし、人材の確保が難しいため、いかに需要の増加に対応するかが課題である。
	○	輸送業（商品管理担当）	・ 例年5月から7月は家具の動きが落ち着くため、売上が減少する。
	○	輸送業（営業担当）	・ 配送荷物のなかに旅行カバンが増えているなど、レジャー関連の好調が実感される。
	○	経営コンサルタント	・ 大阪・関西万博の開催中は、まだまだ大阪の景気は良くなることが予想される。
	□	食料品製造業（従業員）	・ 例年夏が近づくにつれて、出荷は少しずつ落ち着く傾向となるため、今後の暑さに左右される。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・ 米国の関税引上げの影響など、良くなる要因がない。
	□	化学工業（企画担当）	・ 現状は過去にないレベルの売上を達成しており、原料価格の上昇に対する販売価格への転嫁も順調であるが、米国の関税引上げによる影響は不透明である。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・ 業界の雰囲気有余り良くなく、発注量、受注量共に低いレベルで推移すると予想される。
	□	金属製品製造業（経営者）	・ 米国による関税引上げ問題の早期決着を望む。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	・ 良くなると判断できる具体的な要素は見当たらない。ただし、為替の影響もあり、海外から入ってくる部品の価格は上昇が続くと予想される。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・ 景気の押し上げが期待される大阪・関西万博が開幕した一方、米国の輸入関税による悪影響が懸念される。
	□	建設業（経営者）	・ 建設資材価格の高騰や、賃上げの動きが今後も続くと予想される。働き方改革に対応するために、あらゆるITツール等の活用が不可欠であり、より効率的な働き方を追求する必要がある。
	□	輸送業（経営者）	・ 新規の案件がキャンセルとなったが、中断していた以前の仕事が一部復活したので、予定とほぼ同じ量の仕事が確保できそうである。
	□	輸送業（営業担当）	・ 家具が売れるようになるまでは、良い状態にはならない。
	□	金融業（営業担当）	・ 物価の上昇で消費が冷え込むなか、賃上げの動きも中小企業には余り期待できないため、今後も景気は変わらないとの意見が多い。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・ ゴールデンウィークの前でも、仕事の駆け込み注文が少なく、余り忙しくない。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・ 米国による関税引上げや、食品を中心とする物価の上昇というマイナス材料と、大阪・関西万博の開催といったプラス材料が混在する状況が続く。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・ 値上げが落ち着くまでは変わらない。
	□	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・ 全体的に急速な変化はなく、円高が進むとの予想から、日用品は低価格品が増えやすくなっているため、小売では販売数の回復が期待される。ただし、販売単価はまた低下傾向となるおそれがあり、全体的に一進一退の横ばい傾向が予想される。
	▲	繊維工業（総務担当）	・ 客の財布のひもは依然として固い。生活費の確保が最優先のため、富裕層以外の購入はほぼなくなっている。
	▲	化学工業（管理担当）	・ 米国による輸入関税引上げが実施されると、出荷量の減少が懸念されるが、どの程度減少するかは予想が難しい。

	▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・景気は悪くないが、相変わらず物価の上昇が続いており、賃上げの実感も大手企業の一部にとどまる。消費者の買い控えもあり、2～3か月先の景気はやや悪くなると予想される。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月の景況が悪化しており、今後もこの状況が続くそうである。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・米の価格を始めとした物価の上昇で、消費意欲が悪化している。
	▲	金融業（営業担当）	・野菜価格などの上昇には落ち着きがみられるものの、米の価格は依然として高騰が続き、購入が難しくなっている。政府は備蓄米を放出したが、米の価格の低下には時間がかかっている。物価の上昇による消費者への悪影響が、今後も続く予想される。
	▲	不動産業（営業担当）	・E Cサイト等での販売が主流となっており、実店舗の必要性がなくなってきた。今後もこの傾向は続く予想され、貸店舗のニーズが減ることで賃料が下がるなど、景気が悪くなっていく。
	▲	広告代理店（営業担当）	・今月は好調であるが、6月以降は前年よりも出足が鈍いため、受注が少し減ってくる可能性がある。
	×	繊維工業（総務担当）	・米国大統領の方針変換などにより、急激に物価が低下することは期待できない。
	×	化学工業（経営者）	・物価が上昇するなか、生活防衛による需要減退が続いており、先行きが良くなる要素は見当たらない。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	・5月から7月は、4月と比べると受注量が減り、景気が悪くなるのは例年の動きである。ただし、今年は米国の輸入関税引き上げの影響が不透明なほか、食料品価格の高騰など、流れが良くなりそうな材料はないため、何らかの対策が必要となっている。
	×	通信業（管理担当）	・景気回復の兆しがみられない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・減税策を含む経済対策がなかなか決まらない。
雇用 関連 (近畿)	◎	*	*
	○	人材派遣会社（役員）	・大阪・関西万博の開催や賃上げの効果のほか、各種の物価抑制策が効いてくると予想される。
	○	人材派遣会社（支店長）	・第2四半期に向けて、少し良くなると予想される。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大阪・関西万博関連の勢いが伸びるため、広告出稿の増加が予想される。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・梅雨明け後、公共工事、民間工事共に本格稼働が予想される。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・このまま求人数が求職者数を上回る状況が続けば、大手企業の内定が出そろう6月頃までは、求人の申込みが増える予想される。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・米国の関税引き上げにより、国内企業が少し動揺しているが、やがて落ち着くと予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・D X関連の取組が進んで単純な事務関係の求人は更に減るが、求職者は変わらずこの分野を希望するため、キャリアチェンジが必要な求職者が出てくる。
	□	人材派遣会社（管理担当）	・大阪・関西万博の開催中は、現状のように求人は増加するものの、条件に合う人材が見当たらない状況が続くと予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・米国の保護主義的な政策もあり、世界経済が不安定であるため、先行きが読めない。
	□	求人情報誌製作会社（営業担当）	・数か月の短期間で大きな変化はない。ただし、米国の関税引き上げによって製造業を中心に影響が出るとみられ、今後の景気には不透明感がある。慢性的な人材不足とはいえ、経営の悪化によって広告宣伝費や採用費用が抑制される傾向があるため、中長期的に景気が悪くなる可能性もある。
	□	職業安定所（職員）	・米国の関税引き上げによる影響を懸念する声が出始めている。今後の動向を注視する必要はあるが、今のところは今後の採用計画などに影響が出る気配はない。
	□	職業安定所（職員）	・この数か月で景気が左右される材料は少なく、物価の上昇や社会保険料負担の増加が改善される期待も薄いため、景気は緩やかに悪化すると予想される。

	□	学校〔大学〕（就職担当）	・求人意欲は今年度も旺盛であり、学内での就職説明会を学科別に実施するが、参加希望の施設は今までで最も多い。特に、鍼灸整骨院業界は職員の高齢化が進む一方、業績は比較的堅調であり、求人は多い。ただし、同業界は離職者数の多さが問題で、早期退職して一般企業に転職するケースも多いため、景況感の改善というよりも、退職補充による求人の増加という印象を受ける。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・一部に雇用条件の向上がみられるものの、景気への影響は限定的である。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・大阪・関西万博の開催効果やインバウンド需要に期待する声がある一方、米国の関税政策の不透明感から、先行きへの不安の声もある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・円高が進行することで、インバウンド需要が少なからず減少していくため、景気は更に悪くなると予想される。
	▲	職業安定所（職員）	・企業の人手不足感は強いが、求職者は前年並みの動きとなっている。全体としてはシニア層の求職者が多く、マッチングが難しい傾向にある。一方、米国の関税引上げの影響は今のところ目立たないが、様子をみている企業もある。
	▲	職業安定所（職員）	・管内の事業所からは、米国の関税引上げによる直接の影響はまだ出ていないが、先行きが見通せず、不安が大きいという声がある。企業が動きにくい状況であるため、景気はやや悪くなると予想される。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・例年どおりであれば、求人数が減るため、やや悪くなる。
	×	—	—