

8. 近畿（地域別調査機関：リ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)	◎	一般小売店〔時計〕（経営者）	単価の動き	・ 今月は、時計の修理や分解掃除の依頼が多かった。昭和初期の手巻きのゼンマイ時計で、かなり古いのが、価値のある物を幾つか扱った。当然、代金は高額となるが、数世代も使える部分に価値を見だし、若い人が修理を依頼してきたことがうれしかった。新しい物もよいが、従来の定番品が見直されてきたことで、売上の増加につながっている。
	◎	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ 観光事業と大阪・関西万博の開催が密接につながっており、旅行先に日本を選ぶ要因になっている。大阪の名所を観光するついでに、万博に参加する傾向があるため、来客数が8%ほど増えている。
	◎	コンビニ（店員）	来客数の動き	・ 日々の来客数が増えており、客単価も上がっている。観光目的の外国人客が途切れることなく来店しており、日中は国内客よりも外国人客の方が多い状態である。
	◎	都市型ホテル（総務担当）	単価の動き	・ 大阪・関西万博の効果が出ている。
	○	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	お客様の様子	・ 5月に入って来客数はほぼ前年並みに戻り、客単価も微増となったことで、売上は前年比で約1%増となった。ゴールデンウィークが分散型となった影響は少なく、ほぼ前年並みとなっている。また、母の日商戦では、前年に大きく伸びたフレグランスの売上が好調であり、特に男性客の購入が増えたことで7%から8%の売上増となった。1月から3月にインバウンドの影響で売り切れとなった商材も供給が安定し、海外の高級ブランドの売上は前年並みを維持している。
	○	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	お客様の様子	・ 大阪・関西万博関連の商品が、比較的好調に推移している。
	○	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・ 3か月前の2月は、寒波の影響や周辺地域への競合店の出店で、売上は前年を下回るなど苦戦していたが、今月は食品部門の改装効果もあってプラスで推移している。また、暑さ対策の商材も、動き出す時期が年々早まっている印象を受ける。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・ 訪日外国人による海外ブランド品を中心とした高額品の購買は減少しているが、大阪・関西万博の開催で来客数が増えた影響で、売上は一進一退となっている。
	○	スーパー（店員）	単価の動き	・ 野菜の価格がかなり下がったため、買いやすくなっている。
	○	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・ 米価格の上昇が続くなか、米の販売量や売上が大きく伸びている。また、自治体のキャンペーンもあいまって、当店で米の売上が伸びたことで、売上全体の増加にもつながっている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ 大阪・関西万博が開幕してから、インバウンドを中心に予想以上に来客数が増えている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ 気温が上昇すると外出の頻度が増えるため、コンビニへの立ち寄りが増えている。外国人客も増加が続いている。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・ 大阪・関西万博の開催もあり、外国人客の来店が増えている。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・ インバウンドが多く、来客数は3か月前よりも増えている。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・ どんどん暑くなって冷たい物が売れるほか、海外からの旅行者も増えている。
	○	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・ 値下げなどによって単価を下げた結果、来客数が増えている。
	○	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・ こどもみらい住宅支援事業や給湯省エネ2025事業が正式にスタートし、リフォームや省エネ型給湯器の引き合いが増えている。

○	家電量販店（店員）	来客数の動き	・大阪・関西万博の影響で訪日客が増えており、都心部では来客数が増えて購買意欲も徐々に上がるなど、景気はやや右肩上がりとなっている。
○	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・朝と昼の寒暖差はあるものの、急に蒸し暑い日が増えたことで、エアコンの買換えが進んでいる。また、サーキュレーターやハンディファンなどの小物商材も多く売れている。
○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・客室の予約数が増えている。
○	観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・テーマパークへの入園者が大きく増えた影響で、宿泊者数も例年と比べて多い。
○	都市型ホテル（管理担当）	単価の動き	・インバウンド需要が増加し、客室単価が上昇傾向にある。
○	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・高単価での販売により、過去最高に迫る売上となっている。
○	都市型ホテル（フロント）	単価の動き	・大阪・関西万博が予想に反して好調であり、関連需要が大きいため、稼働率、単価共に上向いている。
○	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・受注件数の前年比は、3か月前と比べて上向いている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・大阪・関西万博の影響で、当地はインバウンドの増加が目立っていないが、バスの発着状態や乗車率は良くなっている。
○	通信会社（社員）	販売量の動き	・解約率が低下しており、獲得客数も戻りつつあるが、まだ予断を許さない状態である。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・購買の決定に時間が掛かるなど、客がより慎重になっている。
□	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・毎年、春が年間の最需要期となる。今年の春は好調となったため安心していましたが、需要期が過ぎた後の落ち込みが激しい。
□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・インバウンドの来客を見込んでいたが、3か月前とは売上に大きな変化はない。
□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・来客数、販売量共に伸びがみられず、どちらかといえば落ち込み気味である。季節要因もあるが、消費者も購買意欲が高いようにはみえない。
□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・5月はゴールデンウィークもあり、販売量の増加を期待していたが、米価格の高騰でし好品の購入が控えられている。
□	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・大阪・関西万博の関連商材の売上が好調である。
□	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・前月に開幕した大阪・関西万博のオフィシャルストアの展開や、新ショップの導入効果で、集客や売上の拡大につながっているが、前年に増えたインバウンドの反動減で、売上は前年比で減少している。
□	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・外商部の店頭売上は前年の実績を下回っているが、訪問販売や店外催事での売上がそれを補うなど、超富裕層が売上全体をけん引している。
□	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・外商客に対する金製品の販売などが好調に推移した一方、一般客向けは減少しており、店全体ではやや厳しい状態となっている。
□	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・景況感が上向き要素はなく、環境としては下向きの要素が多いものの、個人消費は前年並みの動きが続いている。ただし、高額商材の価格改定前には需要が増える点から、中間層の消費は減退傾向と判断される。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・客単価が上昇し、売上も増えているが、値上げによる影響であり、景気の回復によるものではない。
□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・前年10月の店舗改装後、来客数は前年比で110%と安定しており、3か月前と比べても変化はない。
□	スーパー（企画）	単価の動き	・引き続き客単価の上昇による影響が大きく、売上をけん引している。一方、葉物野菜の価格低下により、農産品の売上の伸びが鈍化している。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの後には予想どおり節約傾向が強まり、中旬以降は飲食店が暇となっている。物価の上昇による影響も続いている。

☐	コンビニ（店長）	販売量の動き	・一時はこのまま暑くなると予想されたが、意外に気温が上がらないなど、販売する商品を絞りにくい状況であるが、来客数や販売量に大きな変化はない。売上も現状維持となっている。
☐	コンビニ（店員）	お客様の様子	・全体的に大きな変動はなく、現状維持となっているが、物価の上昇による客の買い控えが目立っている。
☐	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて来客数が減少し、単価が上昇するなか、売上全体はやや減少している。リピーターの数にはほぼ変わらないが、特に新規数が減少しており、今後の景気の停滞が懸念される。
☐	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月は新車、中古車共に、販売台数は目標数、前年の水準共に上回る見込みである。また、前月比でも販売台数は上回っている。さらに、サービス部門の計数も同様に上回りそうである。米国の関税引上げの影響は完全に見通せないものの、現在は小康状態であるため、やや回復傾向となっている。
☐	乗用車販売店（支店長）	お客様の様子	・まだ先行きの不透明感は強い。
☐	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・中古市場では荒い値動きとなっているため、客は購入に慎重となっている。
☐	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・来客数は増加傾向にあるが、販売量の動きは3か月前と変わらない。
☐	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・価格の高騰が続いているため、まだ良くなることはない。
☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	それ以外	・近隣市のバーコード決済キャンペーンにより、かなり来客数と売上が落ちたが、来客数の伸び悩みは今後の伸び代であり、プラス材料ともいえる。
☐	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・米を始めとする食料品や野菜の次は、鶏肉の価格が上昇するなど、順に値上がりする動きが途切れない。日々の出費を嘆く声が、あちこちで上がる状態が続いている。
☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・食品や日配品といった生活必需品は好調を維持し、UV関連や制汗剤、殺虫剤といった夏物商材のほか、制度化化粧品やカウンセリング化粧品、化粧雑貨なども順調に動いている。一方、花粉症関連の動きが落ち着いたほか、医薬品や健康食品、衛生用品も減少が続いている。3か月前との比較では、来客数や客単価は改善しているものの、買上点数は減少となっている。
☐	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	・受注もそれなりに入っているが、問合せの方が多い。
☐	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの予約が期待したほど入らなかった。その代わりに、平日の外国人客の来店が比較的增加している。
☐	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・これから業界は需要の最盛期に入るが、大きな変化はない。
☐	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの前半とゴールデンウィーク明けの動きが弱く、空室が目立った。ただし、個人客は例年よりも少し弱かった一方、大阪・関西万博関連の団体客が増えるなど、団体需要が伸びたことで、販売量が増えている。
☐	都市型ホテル（管理担当）	お客様の様子	・客の動きには、特に変化がみられない。
☐	タクシー運転手	お客様の様子	・ゴールデンウィーク明けから株主総会頃までは、例年どおり暇である。関西では大阪・関西万博の開催やインバウンドの増加による効果が出ているが、家計の実質的なプラス材料になるかどうかは鍵となる。
☐	通信会社（経営者）	お客様の様子	・受注状況に大きな変化はない。
☐	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	単価の動き	・金の相場は高騰しているものの、商品数や単価には若干の悪化がみられ、出来高は横ばいとなっている。

□	通信会社（役員）	競争相手の様子	・キャリア間の客の奪い合いが激しく、結果として客の乗換え需要が旺盛となっているため、各キャリアがイベントでの販売を強化している。
□	住宅販売会社（総務担当）	単価の動き	・資材価格や人件費の上昇に、販売価格の上昇が追い付いていない。
□	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か月前と比べても、大きな変化はみられない。
□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	お客様の様子	・不景気のままで、大きな変化がない。エレベーターのリニューアル工事の費用が捻出できない客が増えている。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・新築マンション、新築戸建て住宅共に、建築費の上昇が続いている。販売価格の高騰は今後も続く見込みであり、高価格帯の富裕層向け物件は引き続き堅調に動いているが、低価格帯の物件は苦戦するケースも多い。
▲	商店街（経営者）	来客数の動き	・近隣にスーパーがオープンするため、商店街の来客数が減少する。
▲	一般小売店〔呉服〕（店員）	販売量の動き	・着物の販売は、ここ数か月良くなっていたが、最近では販売量がかなり減少している。
▲	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・都市部では、ラグジュアリーブランドの販売やインバウンド需要が後退しているが、当社はまだラグジュアリー商材で一定の売上を確保している。また、元々インバウンドの売上は少ないため、その減退による影響は少ない。ただし、物価の上昇や米国の関税引上げの動向など、先行きへの不安感で国内客の消費意欲が低下している。
▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・免税売上が前年の3分の2程度に減少している。特に、ブランド品などの一般品が厳しい一方、消耗品は前年比で2けた増と好調である。一般品ではブティックを中心とした高額品の動きが厳しく、価格が低めの商材は比較的堅調に推移している。その一方、国内売上は外商、外商以外共にほぼ前年並みであり、来客数は大阪・関西万博の開催効果もあって、前年比では増加している。
▲	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・国内客の売上は前年並みであるが、インバウンド売上が予想よりも悪くなっている。
▲	百貨店（売場統括）	お客様の様子	・入店客数は前年並みであるが、買上客数が約10%減少しており、特に外国人客の売上が苦戦している。前年は為替が1ドル150円台後半であったのに対し、今年は10円近い円高となっていることが影響している。
▲	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・気象要因の影響もあるが、衣料品などのファッション関連の動きが弱い。
▲	百貨店（商品担当）	単価の動き	・昨今の世界経済の状況から円高傾向となり、インバウンド売上に影響が出ている。来客数は前年並みを維持しているが、ラグジュアリーブランドの売上が大きく減少している。大阪・関西万博の効果はまだ明確にみられないなど、厳しい状況にある。
▲	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月は消費の減退傾向が顕著であり、インバウンド、個人客共に、買上数量、来客数が減少している。特に高額品については、不安定な株価の影響で購入気運が後退している。食品も相次ぐ値上げの影響で購買頻度が減少しているほか、洋菓子の自家需要などでの購買も減っている。
▲	百貨店（宣伝担当）	単価の動き	・国内売上は前年並みと堅調であるが、インバウンド売上が前年を下回っている。大阪・関西万博の開幕後、来客数、免税件数共に増えたが、前年にインバウンド売上をけん引していた中国人客の客単価が半減している。食料品や雑貨などの土産品は欧米の客に人気であるが、前年に中国人客に売っていたラグジュアリー関連が不振である。

▲	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・3か月前と比較すると、前年の特選商材の値上げ前にみられた好調の反動で、インバウンド売上が大幅減となった。空港の新ターミナルのオープンで来客数は増えたものの、客単価が半減し、売上は41.7%減となっている。一方、国内の中間層に賃上げ効果はみられず、生活インフラ関連の値上げに吸収され、厳しい節約志向が続いている。結果として、ゴールデンウィーク、母の日商戦共に盛り上がりに欠けている。
▲	スーパー（経営者）	お客様の様子	・米を始めとする食品の値上げが続いており、消費は落ち込んでいる。
▲	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・気温の乱高下や大雨といった気象要因もあるが、価格に対する消費者の感応度が高まっており、売上は厳しい状況にある。また、他地域からの競合他社の参入や、米価格の高騰による影響も大きい。
▲	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・商品価格の上昇傾向に加え、米価格の高騰による買い控えで、販売量が減少傾向にある。米の在庫切れが続く関西では、特に顕著な影響が出ている。
▲	スーパー（社員）	競争相手の様子	・関東や中部といった他地域からの競合店の出店が相次いでいる。消費全体が伸び悩むなか、当社のような関西を地盤とするスーパーは過当競争にさらされ、厳しい販売状況にある。
▲	スーパー（企画）	販売量の動き	・食品価格の上昇が続き、更に上昇幅も大きくなるなか、足元の売上は伸び悩んでおり、中でも買上点数に影響が出ている。特に米の価格が高いほか、売場でない状況が続いており、消費マインドが冷え込む要因となっている。
▲	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・価格の上昇による影響で、家電やリフォームの水回り商品では集客に苦戦している。リフォーム補助金も利用の条件が追加され、前年よりも厳しくなった結果、売上に影響が出ている。
▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・今の緊急課題は米の価格を安定させることである。政府の備蓄米放出と新大臣の手腕に期待している。
▲	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	それ以外	・あらゆる物の価格が上がり、営業経費は上昇が続いている。特に人件費の高騰が顕著であり、警備関連や不要品の処理、管理といった外部委託費は、数回にわたる値上げが進んでいる。
▲	その他小売 〔ショッピングセンター〕（総括）	販売量の動き	・インバウンド売上や大阪・関西万博関連の売上などを除けば、売上の前年比はマイナスであった。来客数の動きも同様である。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク後は、全体的に来客数が激減している。米騒動や物価上昇の影響もあるが、米国の関税引上げによる不安で、企業の宴会や個人の外食の抑制につながっている。また、小規模店舗のみで喫煙可能となり、それなりの設備がある飲食店にはぎわっているが、設備投資ができない店は、来店動機が薄れている部分もある。
▲	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	来客数の動き	・価格の改定で売上は上向いているが、来客数は低調である。
▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・近隣でもインバウンドを含め、客は来るところには来ているが、少し離れると来なくなる。以前からその格差の兆しはあったが、ここへきて顕著に出てきている。
▲	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・インバウンドの予約は比較的順調であるが、国内需要が伸び悩み、販売価格を下げざるを得ない。当地に対する、大阪・関西万博の影響は少ない状況である。
▲	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・生活必需品の値上げが収まる気配はなく、客の動きに影響が出ている。いつまでこの傾向が続くのか見通しが立たず、レジャーや外食を節約しているという声が多い。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・転居や新生活需要の増える季節が過ぎたため、新規の問合せ件数が減っている。
▲	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・米不足の問題をめぐって大臣が交代したが、問題の解決は期待しにくい。

	▲	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8690円と、3か月前の9278円よりも低下している。
	▲	その他レジャー 〔スポーツ施設〕（業務担当）	単価の動き	・水道・光熱費などの経費が高騰している。
	▲	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク中は大阪・関西万博に人が流れているのか、想定よりも入込は弱かった。ゴールデンウィーク以降は週末の天候が悪く、来客数が減少したのに加え、万博で貸切バスが多く使われていることで、バスの予約が難しく、団体客の立ち寄りが減少している。
	▲	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・少し緩やかになってきたが、資材コストの上昇が止まらない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・成約件数が減少している。
	▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築分譲マンションの販売状況は、都心部は国内の富裕層やパワーカップル、外国人客の需要で好調であるが、郊外の物件は実需が中心であり、動きが鈍い。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	販売量の動き	・3か月前と比べて、住宅展示場全体の成約数は落ち込んでいる。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	お客様の様子	・物価の上昇に伴い、食料品を中心に購買意欲が減退している。
	×	百貨店（売場主任）	単価の動き	・今月は来客数が前年比で3.0%減となっている。売上は生鮮品が12.4%減で、総菜が1.6%減、日配品が5.7%増と、米価格の高騰などで売上が増えた日配品以外は苦戦している。特に、生鮮品は精肉を中心に物価の上昇による買い控えが目立つ。何か大きな転換点がなければ、当面はこの傾向が続くと予想される。
	×	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・国内客の売上は堅調に推移しているが、前年の5月は当社グループ全体で免税売上が過去最高を記録した月であるほか、継続的な円高傾向の影響もあり、その反動が出ている。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・食料品などの物価上昇のため、女性は洋服の購入を後回しにしており、特に高齢者の来客数が極端に減っている。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・令和の米騒動で、高齢者の財布のひもは固くなっている。ゴールデンウィークも余り気温が上がらなかった影響もあり、来客数は伸びていない。ようやく気温が上昇し始めた後は、天候不順となるなど絶望的である。また、各種の補助金も削減されているため、商店街も思うような販売促進ができない。
	×	家電量販店（店員）	競争相手の様子	・最近ではリフォーム関連で仮事務所のような店舗が増えており、訪問販売や極端な低価格での販売などで、市場が荒らされる傾向がある。
	×	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・法人による注文数が減っており、受注額も減少傾向にある。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークが明けてから、夜は特に来客数が減少した。大阪・関西万博の会場から電車で1時間以内の場所にあるため、客の中には通期バスを購入した人も少なくなく、しばらくは売上が伸びにくい傾向となる。
	×	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・前月から売上の前年比は悪化傾向にあったが、今月に入って更に悪化している。3か月前と比べて5ポイント以上悪化しており、2023年12月以来の前年割れとなっている。
	×	一般レストラン（店主）	来客数の動き	・様々な物の価格の上昇で、客の動きが悪い。特に、地元客の動きが悪い。
企業 動向 関連	◎	—	—	—
	○	食料品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・大阪・関西万博の影響で、受注量の増加傾向が続いている。
(近畿)	○	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・止まっていた注文が動き始めたが、新規案件は少なく、他社からの乗換え案件が増えている。

○	輸送用機械器具製造業（役員）	受注価格や販売価格の動き	・自社製品の販売価格がなかなか上げられない。仮に値上げを行っても、仕入価格や人件費の上昇をカバーし切れない。ただし 受注量は上向きで推移している。
□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・連休明けで在庫が残った影響か、大きな動きはみられない。月後半も製造量は余り伸びておらず、前年よりも少しましな程度で、直近との比較では余り良くない。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・月末に近づくと、多くの取引先が在庫調整を行っている。
□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	取引先の様子	・大阪・関西万博関連の問合せが引き続き多く、受注につながっている。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず物価の上昇が続いているが、ガソリン価格が補助金によって下がりつつあるほか、米の店頭価格も6月以降は下がる可能性が出てきた。その一方、米国の関税引上げの影響が懸念されるなど、状況は一進一退で様子見となっている。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の工場稼働率は低位安定の状態であり、米国の関税引上げ問題の見通しがつくまで大きな変化はない。また、建築土木関連も荷動きが悪い。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月の景況は余り良くなく、今月も同様となっている。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・建設資材価格の高騰や、一部の資材の納期が不確定な状況が続いている。慢性的な技能労務者、監理技術者不足も続いており、働き方改革への対応による人手不足に苦慮している。
□	建設業（経営者）	取引先の様子	・近隣の同業者は忙しいようである。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き合いはあるが、成約までに時間が掛かっている。様々な要因が考えられるなか、先行きの不透明感が客の決断を遅らせている可能性がある。
□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・家電の売上は良いが、家具が余り売れていない。
□	金融業〔保険〕（経営者）	取引先の様子	・飲食店や小売店の状況は様々であり、ゴールデンウィークの売上が良かったという話が多い反面、その後の落ち込みが大きいという話もある。来月に新規出店が数件予定されているため、その状況をみたい。
□	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・景気は回復基調にあるものの、家計は厳しい状態である。ガソリン価格が10円下がった程度では、物価の低下は期待できない。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・大阪・関西万博が始まったが、3か月前よりも良くなっているという取引先は少ない。
□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・明らかに大阪・関西万博の効果とみられるが、新幹線の停車駅やターミナル駅の構内店舗は軒並み好調を維持しており、特にマスコットの人気はすさまじい。その一方、それ以外の駅では恩恵が乏しい。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・この時期から夏季商品の販売がスタートするが、動きが悪く、これから上向くことを期待している。
□	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・単価が上がっていることもあり、身の回り品の店頭での販売状況は悪化している。消費者の関心は食料品に移っており、衣料品や身の回り品に対しては、最低限の物だけを買う姿勢がみられる。インバウンド需要の恩恵が出にくい市場であるため、目を追うごとに厳しくなっている。
▲	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・利益率が低下している。
▲	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・売上の確保を狙った結果、利幅が薄くなっており、今年の利益は前年比で20%の減少予想である。新商品も経費の見直しで生産が難しくなるなど、悪循環に陥りつつある。商品の付加価値を見直すとともに、丁寧な説明を心掛けた販売に立ち返ることが求められている。

	▲	化学工業（管理担当）	取引先の様子	・特に自動車関連の動きが悪化している。
	▲	電気機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・電子部品の調達の関係もあり、一定の時期に発注の内示が出るケースが増えているが、その動きがないため、急な受注はないと予想される。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・市場の動きが鈍い。
	▲	輸送業（経営者）	取引先の様子	・4月から車検費用が2割値上げとなったほか、一旦は値上げが進んでいた運賃が4月から値下げとなったため、悪影響が大きい。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・物販店舗の撤退が続いている。今まで空き店舗がなかった繁華街でも、空室が出ており、賃料を下げなければ次のテナントが決まらない。場合によっては、賃料を下げてでも決まらないこともある。
	▲	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・交通関連の広告は、前年よりも出稿が減っている。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・生活必需品の食料品、特に米の価格が数年前よりも大きく上がったままであるため、当社の扱う耐久消費財への消費の抑制につながっている。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・米国の関税引上げの影響で為替相場の変動が大きくなり、投資家の投資意欲が減退している。
	×	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	・物価が高過ぎる。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・身近な話題として、当社の賃上げが決定している。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・関西の地元企業からの新聞広告やデジタル広告の利用状況をみると、大阪・関西万博の影響もあつてか、前年を上回っている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・2026年卒の新卒内定率が5割と、早期での内定獲得が目立つ。同時に2027年卒の採用に向けた夏季インターンシップなどの広報が最盛期に入り、イベント出展が前年以上に好調となるなか、出展枠が早期に埋まり、今まで余り出展のなかった業界や企業の出展もみられる。
	□	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・コロナ禍以降は、今月のような時期でも求人数が増えていたが、今年はかなり厳しい状況である。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・大阪・関西万博が始まったため、万博関連の求人はひとまず落ち着いている。観光全体の求人に関してはまだ増えているものの、条件に合った求職者の応募がない。
	□	求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・企業の新卒採用に関しては、慢性的な若手の人材不足を原因として、依然として採用意欲は高い。現時点では、国内での物価上昇や米国の関税引上げによる、求人数の減少などの影響はみられない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前から求人数は減少傾向にあるものの、今月は例年どおりの動きとなった。ただし、景況の変動による動きではないため、景気に大きな変化はない。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・物価の上昇に伴い、年金受給者によるアルバイト希望の求職相談が増えている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月前の求人数との比較では、1月や2月よりも少なかった一方、3月からは増えている。4月も前年比でかなり増えたため、持ち直しの動きとみられるが、業種は限られるため、景気全体では特に変わらない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・求人数、求職者数共に、横ばいである。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・新卒の求人数自体は堅調に推移している。どちらかといえば若年層に対する求人意欲は旺盛で、採用活動の早期化がかなり進んでいる。本学は医療系であるため、実際の就職活動が可能な時期は決まっているが、コロナ禍が落ち着いた頃から、選考の動きが早期化している。

□	学校〔大学〕 (就職担当)	求人数の動き	・米国の関税引上げなどの影響を懸念していたが、現段階では求人の状況に目立った変化はない。
□	学校〔大学〕 (就職担当)	周辺企業の様子	・求人数、求人企業数共に増えているが、大卒の初任給が増える傾向にある中、中小企業は前年並みであり、採用に苦慮している。
□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・有効求人倍率は前月から横ばいとなったが、有効求人数の季節調整値は前月比で3か月連続の減少となっている。また、新規求人数の原数値は、前年比で20か月ぶりの増加となったものの、産業別には建設業や製造業、卸売・小売業を中心に減少が続いている。下げ止まりの兆しはあるものの、求人の動きはまだ弱い状況にある。
▲	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・米国の関税引上げの影響で、経営状態が見通せない企業で勤務している派遣スタッフが、自身の契約に不安定さを感じ始めている。
▲	新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	それ以外	・米国の政策や物価の上昇など、景気の悪化要素がみられるが、いずれに対しても有効な対策が打てておらず、実際に景気の悪化が進んでいる。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・管轄地域の求人数が前年比で約2割減っている一方、求職者や失業給付の受給者数は増えており、求人倍率は低下している。
▲	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・建設業の人手不足は引き続き深刻であるが、現場の数は変わらない一方、求人数は減少している。
×	—	—	—