

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）	・観光シーズンに入り、インバウンドも更に増えてくる。乗客数が10%ほど伸びると予想され、外国人客がよく購入するサンドウィッチやおにぎり、菓子パン、サラダなどの在庫を20%ほど増やして対応する。
	◎	コンビニ（店員）	・外国人客は今後も増え続ける。
	◎	家電量販店（人事担当）	・今年も猛暑予想のため、エアコンだけでなく、屋外で利用できる季節の小物商材の販売も伸びる。
	◎	都市型ホテル（客室担当）	・大阪・関西万博の影響が大きく、国内客の動きもみられるなど、夏に向けての見通しは良い。
	◎	都市型ホテル（フロント）	・今後は夏休みが控えているほか、大阪・関西万博では様々なアーティストのライブも開催されるため、その波及効果は非常に大きい。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・まずは米の価格が落ち着き 少しでも生活に余裕が出ることを期待するしかない。
	○	百貨店（管理担当）	・大阪・関西万博もいよいよ後半となり、関西でも夏休みのほか、閉幕前の駆け込み需要に伴う集客に期待したい。
	○	百貨店（外商担当）	・外商売上全体は現状維持の見込みであるが、都心部では大阪・関西万博による好影響が徐々に出てくるため、入込は夏に向けて増加傾向が期待できる。
	○	百貨店（商品担当）	・インバウンド売上が低調な要因は、円高傾向に加えて、前年のラグジュアリーブランドの値上げに伴う特需の反動もある。夏にはその影響もなくなるほか、政府主導の米価格の引下げで物価の上昇も一服するため、景気は若干良くなると予想される。
	○	百貨店（販促担当）	・米国の政策や参議院選挙の動向への対応次第で、良くなる方向に向かうと予想している。インバウンドの動きは不安定であるが、国内の富裕層の状況は悪くない。数か月の我慢が消費の増加につながるなか、今後は高額品や旅行関連を中心に強化していく。その一方、日常的な食品の需要については、価格設定の工夫によって割安感を刺激することで、喚起が可能とみられる。
	○	コンビニ（経営者）	・来月からはお中元や夏祭りの準備も始まるため、景気の回復を期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・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見込みである。また、値上げラッシュが続いているため、客単価も上昇しそうである。
	○	コンビニ（経営者）	・ボーナスや年金の支給月は好調となる。
	○	コンビニ（店員）	・夏季休暇もあるため、今以上の来客数となる。
	○	家電量販店（店員）	・大阪・関西万博の開催期間中は外出需要が増え、物価上昇のなかで消費マインドも高まるなど、徐々に景気は良くなることが予想される。
	○	家電量販店（店員）	・今後は、気温の上昇に伴うエアコンの需要拡大が売上の軸となるが、物価上昇の影響が少し心配される。一方、冷蔵庫などの単価の高い商材の動きにも期待が掛かる。
	○	乗用車販売店（支店長）	・先行きは良くなることを期待している。
	○	乗用車販売店（販売担当）	・ボーナスの支給時期を過ぎると購入意欲が上がるため、2～3か月後にはやや良くなる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・夏休みや連休での動きに期待したい。
	○	一般レストラン（経営者）	・直営店のカフェでは、来店客に占める欧米からの外国人の比率が高まっている。
	○	一般レストラン（店主）	・観光地のため季節的な変動もあるなか、今後は夏に向けて良くなることを期待している。
	○	観光型旅館（経営者）	・少しは大阪・関西万博の開催による良い影響が出ている。
	○	タクシー運転手	・大阪・関西万博の閉幕までは、今まで以上に観光客の移動が増えることで、タクシーの利用も増加する。
	○	タクシー運転手	・6月は梅雨時期となるが、人事異動に伴う利用も見込まれる。
	○	通信会社（社員）	・少しずつであるが、観光業などがリードすることで、関西経済も回復に向かう。

○	その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	・オイルマッサージで服を脱ぐため、寒い時期よりも暑い時期の方が来客数は増える。
○	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・備蓄米の放出により、米価格の高騰が緩和されれば、消費者全体の意識が変わるかもしれない。今週はガソリン価格が15円ほど下がっていたため、小さなことであるが、日常で割安感を実感する機会が増えれば、景気の好転につながる。
□	商店街 (代表者)	・買回品の店舗の売上が良くなく、前年比の動きも悪い。
□	一般小売店 [事務用品] (経営者)	・大阪・関西万博の効果も余りなく、インバウンドの動きにも少し陰りがみられる。
□	一般小売店 [花] (経営者)	・燃料費や資材費などが全て上昇しているものの、販売価格に上乘せすることは困難である。利益率が低下するなか、注文単価も下がってきている。
□	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・インバウンドの予約が見込まれるものの、物価の上昇で先行きに不安があるため、全体的には変わらない。
□	一般小売店 [化粧品] (経営者)	・4月から5月のインバウンド売上は為替の影響で減少し、高額商材の動きが止まるなど、大阪・関西万博の恩恵はほとんどみられない。この傾向は秋口まで続く予想されるため、東アジアからの外国人客の需要は、前年比で5%から9%の減少が予想される。一方、国内需要は年始よりもかなり回復している。給与の改善などが直接影響している実感はないが、基礎的な商材の需要は前年を上回り、3%から5%の増加となったことで、外国人客の減少をカバーしている。
□	一般小売店 [手ぬぐい] (経営者)	・インバウンドの動きは良いが、国内客の購買が伸びない。
□	一般小売店 [呉服] (店員)	・着物は生活に必要な物ではないため、今は購入しようとしにくい客が多い。
□	一般小売店 [書籍] (管理担当)	・大阪・関西万博が開催される10月までは、関連商品は比較的好調に推移するが、それ以外の商品は伸び悩むため、今以上には良くならない。
□	百貨店 (売場主任)	・インバウンドを除く国内客の入店状況は、横ばいが続いている。
□	百貨店 (企画担当)	・現在の物価上昇が続くようであれば、状況は変わらない。
□	百貨店 (企画担当)	・前年はプティックの値上げで好調となった影響もあり、免税売上は高額品の動きがしばらく厳しい状態となる。
□	百貨店 (マネージャー)	・夏が長くなる傾向のため、早い時期から暑さ対策商材の売上が伸びている。3か月後はまだ秋物商材の提案も難しく、今と同じような商品展開が続くことになれば、売上が伸び悩む恐れがある。
□	百貨店 (売場マネージャー)	・米価格の高止まりや食料品の値上げが続き、消費マインドは余り変わらないため、今後3か月程度では大きな変化はない。
□	百貨店 (売場統括)	・今後も円安傾向での推移が見通せないなか、外国人客の売上回復は期待できないほか、米国の関税政策が二転三転するなかで、先行きが見通せない。それに伴い、株価が安定せず、富裕層の消費マインドにも影響が出ている。
□	百貨店 (サービス担当)	・来月以降の気温の上昇に伴う、UVケア商材を中心とした初夏商材の展開や、大阪・関西万博の来場客を狙った弁当や総菜、関西の銘菓といった品ぞろえの強化による、売上の拡大に期待している。
□	百貨店 (販売推進担当)	・為替相場や株価などの先行きが不透明ななか、備蓄米の放出だけで景気が上向くことはない。
□	百貨店 (外商担当)	・世界的な政情不安のなか、為替相場の予測は困難であり、訪日外国人による高額消費が戻るかどうかは不透明である。ただし、今後は大阪・関西万博の開催で来客数の増加が見込まれるため、売上は上向くことが予想される。
□	百貨店 (売場マネージャー)	・海外情勢の不安定化や国内の物価上昇など、消費が上向く要素は少ない。訪日外国人についても単価の下落傾向が続いており、厳しい環境が予想される。
□	百貨店 (マネージャー)	・インバウンド消費の単価が大きく低下している要因は、円高と先行き不安であり、円高は今後も現在のような状況が続くと予想される。先行き不安は米国大統領の影響が大きく、予想外の発言などによる市場環境の変化が購買意欲の低下を招いている。

☐	百貨店（宣伝担当）	・現在の世界情勢や為替の状況を考えると、インバウンド売上は引き続き前年を下回ると予想される。各種施策は国内客にシフトしているが、大幅な回復は見込んでいない。
☐	スーパー（店長）	・政府の物価上昇対策にもよるが、今の状況では良くなる材料が見当たらない。
☐	スーパー（店長）	・米を始めとする物価の上昇で、衣料品関係が節約の対象となっている。当店は特にメイン客層が70代となっており、年金受給者であるため、生活防衛意識が高い。
☐	スーパー（店員）	・他のスーパーでも野菜の価格は下がっているため、買い回りをする客も多く、まだ厳しくなりそうである。
☐	スーパー（企画担当）	・競合店の出店予定もなく、食品の販売が中心の当店では、外部環境に大きな変化はないと予想される。
☐	スーパー（企画担当）	・備蓄米の販売が大手スーパーで始まるなか、当社では販売が未定のため、通常の米の買い控えが発生している。既存の米の価格を下げることはできないが、今後は状況を踏まえた対応が必要となる。
☐	スーパー（経理担当）	・米価格の高騰で生活防衛意識が強まっており、特に食費に対する節約ムードが高まっている。備蓄米への関心も高いなか、放出による効果が出れば消費マインドに好影響となるが、変化が限定的であれば厳しい状況が続く。
☐	スーパー（企画）	・一時期は高かった野菜価格が落ち着いているほか、備蓄米の放出で米の価格の低下が期待されるため、消費者の行動にもプラスとなる。ただし、食料品価格の上昇は続いているため、当面は節約志向が続くと予想される。
☐	スーパー（企画）	・備蓄米の随意契約による放出で、一時的に米の価格は下がるものの、今年の新米の価格は不透明である。新米が市場に出ても、大きくは価格が下がらないと予想される。
☐	コンビニ（店長）	・大阪・関西万博の開催で外国人客が増えているが、売上が伸びるほどの影響はみられない。
☐	コンビニ（店員）	・今後の景気も現状と変わらず、横ばいの見通しである。
☐	コンビニ（店員）	・近隣のコンビニが改装工事に入り、その影響で今月はかなり来客数が増えた。手作りパンがおいしいとの言葉も多かったため、このまま定着することを期待している。
☐	衣料品専門店（店長）	・前月と比べて売上がやや減少している。依然として物価の上昇懸念が大きく、必要最低限の物しか買わない意識が購入の壁となっている。当面はこの状況が続くと予想される。
☐	家電量販店（経営者）	・一定の補助金効果が期待できる。
☐	家電量販店（企画担当）	・夏のボーナスの支給状況に左右されそうである。大阪・関西万博の開催によるインバウンド需要に期待したいが、家電市場には余り影響がなさそうである。
☐	乗用車販売店（役員）	・米国の関税引上げ問題や物価上昇については、見通しは立っており、先行き不透明であることに変わりはない。欧州の高級輸入車は、中国市場の悪化や米国の関税問題、電気自動車の販売計画の未達などで、本国の経営は厳しい状況にある。日本市場では単価の上昇で売上は増えているものの、費用も増加するなかで積極的な対策はなく、販売台数の増加は見込めないため、大きな変化は期待できない。
☐	乗用車販売店（営業担当）	・米国の関税引上げによる影響で、新車価格の上昇や納期の変動が予測されるため、今後も様子見の動きが続く。
☐	乗用車販売店（販売担当）	・計画を若干下回るものの、販売台数は安定しており、当面はこの状態が続く見通しである。
☐	その他専門店〔食品〕（経営者）	・販売価格の上昇により、売上は増えているが、販売数量が明らかに落ちている。利益率の低下にもつながっており、状況としては良くない。
☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・物価の上昇により、客は価格に対して敏感になっている。競合店とのコストパフォーマンスの競争は不可避であり、削減できるのは人的コストとなるため、実質的に景気が好転するのは難しい。
☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・食品や日用雑貨などの生活必需品が好調に推移するなか、気温の上昇に伴って、飲料を含む夏物商材の売上は増加が予想される。一方、花粉症関連の落ち着きや、医薬品、健康食品の減少は避けられない。全体として大きな上昇要因は見当たらないが、UV関連、制汗剤といった夏物商材を軸に、化粧品や化粧雑貨の好調を維持したい。

☐	その他専門店〔宝飾品〕 （販売担当）	・インバウンド向けの商品企画などの戦略を立てられる企業は、売上の確保が可能であるが、小規模店舗はそうではない。価格を上げざるを得ないなか、在庫品は売れない一方、新たに仕入れたい商品は価格の上昇が進むなど、悪循環で動けない状況である。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・物価の上昇や年金、社会保険料などに関する不安もあり、購買には慎重となる。
☐	高級レストラン（企画）	・足元のインバウンド需要は前年よりも弱く、大阪・関西万博の効果もほぼみられない。一方、販売単価は前年よりも上昇しており、来客数の減少をカバーする形となっている。
☐	一般レストラン（店員）	・景気の良くなる要因が見当たらない。
☐	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・物価が上昇するなか、市場環境は良くなっていないが、悪いイメージもない。客が価格の上昇に慣れた雰囲気がある。
☐	観光型ホテル（経営者）	・6月から7月についても、大阪・関西万博関連の団体客の先行予約が好調である。
☐	都市型ホテル（総務担当）	・大阪・関西万博の効果も平準化される。
☐	都市型ホテル（管理担当）	・大阪・関西万博が開催されているが、景気が上向く原動力になるとは思えない。
☐	旅行代理店（支店長）	・メディアの報道も含めて、先行きの不透明感が強い。大阪・関西万博は予想以上に好評であり、客からの問合せを期待していたが、ここへきて虫の大量発生や、混雑による閉園時間の延長といったネガティブな情報が少し出てきたことで、申込みの勢いが衰えている。
☐	旅行代理店（役員）	・空港の国際チャーター便就航による大きな反響は、現時点ではみられない。海外旅行は徐々に増えているものの、引き続き韓国や台湾などの近場が多く、客単価が上がらない。国内旅行ではテーマパーク開業の影響もあり、夏の家族旅行では沖縄方面の受注が増えているが、その他の動きは例年と変わらない。
☐	通信会社（経営者）	・原材料費や原油価格などの高止まりが予想される。
☐	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	・明らかな回復の兆しはみられない。
☐	通信会社（役員）	・端末価格の高騰や新料金プランの導入といった懸念材料はあるものの、機種変更と新規販売の両方で、スマートフォンには一定の需要が期待できる。
☐	遊園地（経営者）	・米価格の高騰や米国の関税引上げなどで、経済全体の先行きが不透明ななか、個人消費のプラス要素は見当たらない。
☐	競輪場（職員）	・米価格の動向や、米国の関税引上げによる経済への影響、上昇が続く物価などを含め、先行きの見通しが立たない。
☐	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・物価や人件費の上昇がチケット代の上昇につながっているが、催事の開催は順調に推移している。
☐	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・原価や経費の高騰が続く限り、厳しい状況となる。
☐	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の交流戦や人気球団の主催試合があるほか、人気グループのコンサートも予定されている。夏休み期間となるため、多数の来場者を見込んでいる。
☐	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・大阪・関西万博が開催中であるため、近隣の客は万博に流れるほか、団体客もバス不足の影響で、立ち寄りが減る傾向が続くと予想される。
☐	住宅販売会社（総務担当）	・販売価格を上げるのは非常に困難な状況であり、価格を上げれば受注に悪影響が出る。
☐	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・都心部など、資産評価の高い不動産は価格の上昇が続き、活発な取引が継続する見込みであるものの、1次取得者向けの物件などは、物価上昇の影響で消費者の動きは鈍く、更なる悪化の可能性がある。

▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・ここ数か月の売上をみていると、良い月と悪い月が交互に訪れている。全く安定感がなく、何かのきっかけで崩れる可能性がある。今年も食料品を始め、2万点の商品の値上げが発表されており、その影響が少なからず出るため、先行きは安心できない。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・先行きを楽観的に考えられる要素が何もない。物価上昇のほか、今夏の猛暑による影響を考えると、景気の落ち込みが心配される。
▲	百貨店（広報担当）	・前年の免税売上の実績が引き続き良いため、当面は百貨店を中心に、前年比の売上は厳しい状況が予想される。
▲	百貨店（商品担当）	・国内客の動きは前年並みであっても、インバウンド売上が予想以上に悪化する見込みである。
▲	百貨店（マネージャー）	・3か月後も現在の傾向は変わらない。インバウンド消費は前年の反動による売上の減少が続き、大阪・関西万博の効果も期待を下回ると予想される。1番の鍵となる中間層の消費は、厳しい外部環境により節約志向が強まり、2極化の傾向が進むほか、富裕層も米国の関税引上げの影響に左右される。
▲	スーパー（店長）	・連日の米を中心とした、食品の値上げ報道もあり、客が更に価格に敏感になっている。
▲	スーパー（開発担当）	・食料品や米などの物価が上昇しているが、消費者の収入は増えず、具体的な景気対策も出てきていない。
▲	スーパー（社員）	・長引く物価上昇の影響で、客の節約志向による消費の伸び悩みが続いている。そうしたなかで競合が激化しており、当面の間は厳しい状況が続く。
▲	衣料品専門店（店員）	・閑散期に入るため、悪くなると予想される。
▲	乗用車販売店（経営者）	・物価の上昇により、購買意欲が少しずつ減退している。
▲	乗用車販売店（経営者）	・米国の関税引上げに世界が振り回されている。特に、米中関係が改善されなければ、日本の景気も良くはならない。今後は米の価格が安定しても、戦争や紛争といった不安定な外部要因により、次の新たな問題が出てくると予想される。
▲	乗用車販売店（経営者）	・部品の価格が上がるなか、新車の購入予約、車検予約共に少ないため、余り売上の増加が見込めない。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・合理化や効率化によるコストの削減以上に、物価の上昇によるコストの増加が進んでいるため、今後の景気はやや悪くなると予想される。
▲	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・夏期のカatalogが発刊される時期であり、受注量が増える。
▲	一般レストラン（経営者）	・大阪・関西万博関連で動いている業種は景気が良いが、それ以外は恩恵が少ないため、今後も続く物価の上昇や経済不安を含め、景気が良くなる要因は少ない。
▲	一般レストラン（企画）	・大阪・関西万博への来場方法が公共交通機関に偏っているのか、ロードサイドの店舗では土日、祝日の客足に悪影響が出ている。材料費が増加するなか、米価格の高騰も収益に大きく影響している。今後は、夏季の営業に対する万博の影響も心配される。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門の予約状況を見ると、客足が少し鈍い様子である。海外の団体客の受注は好調であるが、国内客による高単価の予約が伸び悩んでいる。一方、食堂はディナーが苦戦しているが、ランチは企画商品の好調で席が埋まっている。また、婚礼には期待できないものの、一般宴会では前年並みの予約が入っている。
▲	都市型ホテル（客室担当）	・高単価での先行予約販売が伸び悩んでおり、予約の進捗状況は前年を下回るペースとなっている。
▲	都市型ホテル（管理担当）	・春のインバウンド需要の反動で、夏の需要が鈍化傾向にあり、客室単価、稼働率共に伸び悩んでいる。
▲	旅行代理店（従業員）	・上向く要因がない。
▲	通信会社（社員）	・新プランによる実質値上げへの客の反応は今一つであり、他社の価格との比較で、客が流出することが懸念される。今後については、キャリアとネット銀行との業務提携の内容にも左右される。
▲	通信会社（営業担当）	・客がインフラを切り替える動きが鈍化するため、販売量が減少する。

	▲	テーマパーク（職員）	・現状は十分な政策が打ち出せていないなか、参議院選挙の結果で変化が生じることで、今よりも良くなる可能性はある。
	▲	ゴルフ場（支配人）	・予約状況がやや低調なため、それに応じて売上も減少すると予想される。さらに、人件費や食材などの仕入価格は高止まりするため、景気はやや悪くなる。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・例年、無料体験のある時期は入会者も増えるが、今年は全く増えなかった。さらに、今月末で退会する生徒もみられるなど、しばらくは生徒数の減少が続くと予想される。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・米国大統領の動きや地価の高止まり、投資家の動向などをみていると、全体的に停滞に向かうと予想される。一般消費者の需要にも減少の動きがみられる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・今後も郊外を中心とした販売不振物件は、回復の見込みがなく、最終的に値下げするしかない。懸念材料は集客の減少であり、価格調整が進んだとしても、在庫処分に要する期間が長期化する可能性がある。
	▲	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）	・倒産件数の増加傾向が続くなか、物価の上昇による買い控えで消費は減少すると予想される。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅ローン金利が上昇傾向にあるなか、住宅市場は今後ますます厳しい状況になる。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	・このままの状態では、良くなる要素が見当たらない。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価の上昇により、客の購買意欲は低下しており、今後も低下が続くと予想される。
	×	百貨店（売場主任）	・抜本的な物価上昇対策がなければ、現状の買い控えが続く。米国の関税引上げなどが落ち着けば、また違う動きがみられるかもしれないが、当面はスタグフレーション的な傾向が続き、景気は悪くなると予想される。
	×	スーパー（経営者）	・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（販売促進担当）	・備蓄米は放出されているが、当面は品薄の状況が続くなど、価格の高止まり傾向は変化が見込めないため、景況感の悪化が予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・高齢者や主婦層に生活への不安があるため、洋服を買い控える傾向が続く。
	×	衣料品専門店（経営者）	・7月に予定されている参議院選挙の動向次第であり、それまでは我慢するしかない。
	×	家電量販店（店員）	・商品価格が高騰するなか、リフォーム商品は補助金があっても、余裕のある客が中心となる。一般的に故障などの理由がなければ、買換えには至らないなど、リフォームは日常生活での優先順位が低い。
	×	住関連専門店（店長）	・客単価の低下傾向が長らく続いている。商談の途中で内容や仕様を下げ、コストダウンを図る客の増加が顕著である。
	×	一般レストラン（経営者）	・大阪・関西万博の会場が盛り上がっている一方、商店街の人通りは減少している。今後もバス旅行で万博に行く人もいるため、しばらくは厳しい。
	×	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・円安の影響で生活費の負担が大きくなり、アルバイトだけでは生活が難しくなっている。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価の上昇ペースが速過ぎる。
	×	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	・天候による悪影響が懸念される。
	×	観光型旅館（経営者）	・今月の傾向は更に強くなり、地域間での集客の2極化が目立ってくると予想される。
	×	観光名所（企画担当）	・あらゆるものが値上がりする一方、給与の増加が追いついていない。そのなかでレジャーにお金を使う余裕がなくなると予想される。また、大阪・関西万博の開幕から1か月が経過したが、4月13日の開幕以降、来場者数が減少傾向となっている。
	×	住宅販売会社（経営者）	・社会や経済全体が混とんとしている。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	木材木製品製造業（経営者）	・為替は相変わらず不安定な動きが続いているが、営業の成果もあり、新規事業を前に進められている。今後も成果が出るように努力していきたい。

〇	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・大阪・関西万博の終了までは、特需が続くと予想される。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・原材料や人件費、ガソリン代、運送費など、仕事に関する費用の値上がりが続くなか、それらを含むサプライチェーンの再構築が始まっている。仕事の内容は同じ企業でも、今後はそのプロセスの違いによって淘汰される。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・5月が悪すぎたため、5月と比べれば良くなるしかない。
	輸送業（営業担当）	・5月のトラックの稼働台数は、全国で前年よりも僅かに増えており、計画では来月も増えそうである。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・やや減少傾向とされる訪日外国人も、駅構内をみる限り、回復基調が続いている。米国との関税関連交渉の結果や、米価格の値下がり状況次第となるが、大阪・関西万博の開幕までは少し景気が良くなると予想される。
	食料品製造業（従業員）	・夏に向けて、気温がどの程度上がるのか分からないが、暑くなれば当社の製品も売れなくなる傾向にある。野菜の動きも今は例年並みに戻っているが、先行きに不安もあり、期待できない部分がある。
	食料品製造業（管理担当）	・大阪・関西万博が終わるまでは、比較的好調な推移が続くと予想される。
	繊維工業（総務担当）	・供給過多の状況が顕著となっている。単価が上がらない分、原価を下げるしかなく、結果として付加価値の低下につながっている。客にとって良い物は、コスト高を意味するため、材料などの見直しも含め、良い商品作りを進めることが今後は必要となる。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・一部の取引先を除いて、増産の情報がない。
	化学工業（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・ガソリン価格が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ある。ただし、米国の関税引上げ問題などの懸念材料もあるため、3か月先の景気は一進一退で、変化はほとんどないと予想される。
	金属製品製造業（経営者）	・中小の製造業全体で荷動きが悪く、先行きが不安な状態が続いている。
	一般機械器具製造業（経営者）	・今後数か月は悪くならないものの、改善することもない。
	一般機械器具製造業（設計担当）	・個人の収入が増えたわけではないが、消費者は徐々に物価の上昇に対応している。
	電気機械器具製造業（経理担当）	・夏休みの時期は、以前は設備更新の実施や、集客を狙った設備投資もみられた。ところが、今は夏休みが各企業で分散されるケースも増えたため、投資の増加を見込んでいない取引先も増えている。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・物価の上昇は止まる気配がなく、個人消費の抑制傾向は今後も続くとは予想される。
	建設業（経営者）	・今後は熱中症対策への対応が始まるが、どうしても夏は生産性が落ちてくる。限られた工期でのしゅん工は、更に厳しくなると予想され、慢性的な人手不足のなか、働き方改革への対応で厳しい状況となる。民間工事でも完全週休2日制を取引先に理解してもらい、余裕のある工期での発注を望みたい。
	建設業（経営者）	・仕事はあるが、人手不足と働き方改革により、仕事量を調整する必要がある。このままでは、賃上げをしたくても厳しいのが現状である。
	建設業（経営者）	・今の時点では、大きな変化はないと予想している。国内外の問題がある程度落ち着かなければ、良くはならない。
	輸送業（経営者）	・取引先の新規案件が無期限の延期となっている。これ以上の荷物量の落ち込みはないものの、増えるとも考えられない。
	輸送業（商品管理担当）	・毎年6月から8月は家具の売上が落ち、その代わりに酒の売上が伸びるが、今年は余り変わらない。
	輸送業（営業担当）	・家具が売れるようにならないと、売上が増えない。
	金融業〔保険〕（経営者）	・足元の景気が大きく変動する要素は見当たらない。

	☐	金融業（営業担当）	・消費者の生活の安定が優先事項となるなか、政策的にも現状は十分に対応されていないため、厳しい状態は今後も続く予想される。
	☐	金融業（営業担当）	・物価の上昇などが重なり、消費は引き続き低迷すると予想される。
	☐	広告代理店（営業担当）	・6月頃までは低調な状況が続くそうである。
	☐	司法書士	・物価の上昇が続き、節約が当たり前となっている今、景気が良くなる要素もなく、現在と同じような動きが続く。
	☐	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・全ての商品の価格が上がるという状況は、やはり厳しい。
	☐	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今夏も気温が高くなるため、熱中症対策商材や夏物商材の販売が伸びる。
	☐	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・大阪・関西万博関連や、ホテルといった好調な分野があるほか、プロスポーツやコンサートグッズといったイベント需要も堅調な一方、量販店での個人消費は低調な状態が続き、消費は明らかに分野ごとの格差がみられる。全体的に値上げの影響が大きく、市場全体は伸びていない印象があり、ゼロサムゲームの状況になっている。
	▲	繊維工業（総務担当）	・靴下業界では販売価格にコストを転嫁することが難しく、利益率の低下が著しい。
	▲	化学工業（企画担当）	・食品価格の高騰に伴い、消費マインドが低下している。
	▲	不動産業（営業担当）	・ネット通販などの成長により、物販店舗の撤退が今後も続いていく。賃料の値下げや空室率の悪化により、今後は景気が悪くなる。
	×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・個人の可処分所得の増加が限られるなか、米を始めとする生活必需品の価格が高騰している。実質増税に近いインフレが続く状況では、消費者マインドは良くならない。
	×	通信業（管理担当）	・米価格の高騰を始めとする、物価の上昇による大きな影響が出る。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・秋の参議院選挙の結果次第で、大きな変動が予想されるなか、少なくとも景気の回復による経済指標や相場環境の好転は期待できそうにない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今後も物価の上昇が避けられない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・求人数が高止まりするなか、数か月先の採用予定の求人が増えている。また、4月の採用時期を過ぎても例年以上に求職者の動きが活発であり、今後も継続することが予想される。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・米国の関税引上げといった懸念材料はあるが、関西企業のプロモーション費の予算状況などを聞いていると、前年を上回る企業が少なくない。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・夏休みに入る学校などの現場が増える予想される。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・米国の関税引上げ問題が落ち着けば、3月以前の状況に戻る可能性があり、やや良くなると予想される。
	☐	人材派遣会社（支店長）	・求人動向に改善がみられるのは、下半期以降ではないかと予想される。
	☐	人材派遣会社（管理担当）	・大阪・関西万博が終了するまでは、現状のままと予想している。
	☐	人材派遣会社（営業担当）	・今後は水道・光熱費などの料金引上げが決まっており、景気の好転は期待しにくい。
	☐	人材派遣会社（営業担当）	・物価の上昇に合わせた賃金の増加とはなっておらず、飽くまでもスキルに応じた賃金の引上げを行う就業者しかみられない。
	☐	求人情報誌製作会社（営業担当）	・新卒採用は中長期的な経営計画の下で実施されるものであり、米国の関税政策などの短期的な影響を受けるとは考えにくい。ただし、今後の動向次第では、半年から1年後に景気への影響が出るため、景気後退に陥りかねない。
	☐	職業安定所（職員）	・求人企業の動向などから、変化はないと予想される。ただし、製造業では米国の関税引上げなどの影響を不安視する声が出始めており、状況を注視する必要がある。

	□	職業安定所（職員）	・企業の人手不足感が強いなか、求職者も増えると予想される。シニア層の求職者が多いため、マッチングが難しくなる傾向はあるが、求人、求職の動きから判断すると、就職件数や充足数に大きな変化はない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・短期的に大きな変化はないと予想される。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・夏季インターンシップなどの広報が一旦落ち着く時期に入る。2026年卒採用の内定辞退の対応や、追加の採用でどれだけの動きが出るかが、注目すべき点となる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・新卒の採用活動が早期化しており、一見すると景況感は上向いているが、病院以外の鍼灸整骨院といった医療機関では廃業の動きも出ている。最近まで就職説明会への参加もみられたが、雇用過多が原因ではなく、無謀な開業が原因とされる。こうした部分もあり、景況感の改善が実感できない状況である。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・中小企業を中心に人手不足は深刻であり、今後も活発な求人募集が続くと予想される。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・エネルギー価格や原材料価格の高騰が、利益を圧迫しているという声が引き続き多い。最近では、食品製造や飲食店、施設調理の業者からは、米価格の高騰による影響が大きいという声も多い。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・7月に参議院選挙を控えているにもかかわらず、効果的な景気対策もみられないため、景気は悪くなると予想される。
	▲	職業安定所（職員）	・求人や求職の状況は、前年や前月と比べても大きな動きはみられない。米国の関税引上げに対する各企業の動きも、管内ではほぼみられない。ただし、今後は影響が出そうな情報もあるため、米国による関税政策に変更がなければ、徐々に悪くなると予想される。
	▲	職業安定所（職員）	・米国の関税引上げの影響で、関連産業やその下請企業に影響が出る可能性がある。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・例年、今の時期から夏にかけては、求人数が減るのに加え、人材募集の競争が激しくなり、労務費の高騰や採用の苦戦につながっている。
	×	—	—