

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<br>動向<br>関連<br><br>(近畿) | ◎       | コンビニ（経営者）               | 販売量の動き | ・当店はビジネス街にあり、近隣に2軒のホテルがある。5月末頃から大阪・関西万博に行く人でホテルの稼働率が上がったため、売上が8%ほど伸びている。                                                                                                                                |
|                            | ◎       | コンビニ（店員）                | 販売量の動き | ・客単価が上がっているほか、来客数も増えているため、例年よりも売上が増えている。24時間、常に安定した売上が上がっている。                                                                                                                                           |
|                            | ◎       | 家電量販店（人事担当）             | 販売量の動き | ・気温の上昇に伴い、エアコンの販売が伸びている。また、OSのサポート終了でパソコンの買換え需要も高まっており、前年よりも販売量が大幅に伸びている。                                                                                                                               |
|                            | ◎       | 都市型ホテル（フロント）            | 単価の動き  | ・大阪・関西万博の開催のほか、フェスやライブの開催が増えたことで、高単価、高稼働での推移となっている。                                                                                                                                                     |
|                            | ◎       | 競輪場（職員）                 | 単価の動き  | ・今月の客単価は9687円と、3か月前の8280円よりも上昇した。ただし、グレードの高いレースの開催で全国から客が来場し、客単価の上がった影響が大きいと、一過性の動きとみられる。                                                                                                               |
|                            | ○       | スーパー（店員）                | 販売量の動き | ・梅雨の時期でも比較的天候が安定していたため、野菜の価格が下がって販売が伸びているほか、果物も種類が増えて販売が伸びている。                                                                                                                                          |
|                            | ○       | スーパー（企画担当）              | 単価の動き  | ・備蓄米などの販売が大手スーパーで始まっているが、当県のお米クーポンの利用で、単一ブランド米を購入する客も多く、売上は前年を大きく上回っている。今後も備蓄米を求める客と、通常米を求める客の2極化が進むと予想される。なお、当店でも備蓄米の販売準備を進めているが、販売日は未定である。                                                            |
|                            | ○       | コンビニ（経営者）               | 来客数の動き | ・天候の良い日は出歩く人が多くなり、気温の上昇もあるため、飲料や酒類の販売が前年よりも伸びている。                                                                                                                                                       |
|                            | ○       | コンビニ（店員）                | 来客数の動き | ・例年6月は近隣からの客が中心であるが、大阪・関西万博の影響で、今年は外国人客が非常に多く、売上が過去最高となる日もある。                                                                                                                                           |
|                            | ○       | コンビニ（店員）                | 来客数の動き | ・どんどん暑くなり、冷たい物が売れている。                                                                                                                                                                                   |
|                            | ○       | 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、給湯省エネ2025事業により、水回りのリフォームへの関心が高まり、案件が増えている。                                                                                                                                                |
|                            | ○       | 乗用車販売店（支店長）             | お客様の様子 | ・平均株価は4万円程度であるが、今後は来年に向けて上昇する見通しである。同時に物価も上がるが、賃金もようやく上がり始めたことで投資や消費が増え、景気は良くなると予想される。                                                                                                                  |
|                            | ○       | その他専門店<br>〔ドラッグストア〕（店員） | 単価の動き  | ・客単価が150円から200円上昇しているほか、買上点数も増えている。価格の上昇も進んでいるが、価格を気にして購入する雰囲気はなくなりつつある。                                                                                                                                |
|                            | ○       | 一般レストラン（企画）             | 販売量の動き | ・前月、前々月は売上の前年比が悪化したものの、今月に入り、中旬以降は数値が大きく伸び、前年比は今年度で最も良くなっている。ただし、関西の水準は関東や西日本地区よりも低い。                                                                                                                   |
|                            | ○       | 観光型旅館（団体役員）             | 来客数の動き | ・パンダの返還に関する報道により、例年に比べて観光客の利用が増えている。                                                                                                                                                                    |
|                            | ○       | 都市型ホテル（客室担当）            | 販売量の動き | ・客室稼働率は85%以上を維持しており、売上、利益共に、非常に良い水準で推移している。                                                                                                                                                             |
|                            | ○       | 都市型ホテル（販売促進担当）          | 単価の動き  | ・インバウンドを除く国内客の単価がアップしている。当ホテルは立地的に大阪・関西万博の影響は少ないものの、10%ほど単価が上がっている。これが万博の影響かは分らないが、万博会場周辺ホテルの単価上昇や高稼働の影響で、客が流れてきた可能性はある。一方、料飲部門はレストランの料金を上げたことで、来客数は少し減っているが、売上は伸びている。その反面、宴会はここ2か月ほど、前年よりも同窓会などが減っている。 |

|   |                      |        |                                                                                                                                                                        |
|---|----------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ○ | タクシー運転手              | 来客数の動き | ・大阪・関西万博の影響もあり、いろいろな国籍の外国人が当地域に来ている。ホテルでも外国人客の利用が増えている。                                                                                                                |
| ○ | タクシー運転手              | お客様の様子 | ・大阪・関西万博が開催中であり、来阪の動きが増えるのに伴い、やや良くなっている。                                                                                                                               |
| ○ | 通信会社〔貴金属オークション〕（経営者） | 単価の動き  | ・地金相場の上昇が続いている影響で、直近はプラチナ相場の上昇が顕著である。                                                                                                                                  |
| ○ | 住宅販売会社（経営者）          | 販売量の動き | ・3か月前に反響の薄かった商品が成約し始めている。                                                                                                                                              |
| ○ | その他住宅〔展示場〕（従業員）      | 販売量の動き | ・運営する住宅展示場全体の成約数は、3か月前と比べて増加傾向にある。                                                                                                                                     |
| □ | 一般小売店〔呉服〕（店員）        | 販売量の動き | ・景気は上向いているが、呉服業界に変化はない。                                                                                                                                                |
| □ | 一般小売店〔菓子〕（営業担当）      | 販売量の動き | ・夏物商戦では水物ギフトの販売量が増えないため、売上の増加は厳しい。                                                                                                                                     |
| □ | 一般小売店〔書籍〕（管理担当）      | 来客数の動き | ・大阪・関西万博の開催効果が、引き続き出ている。                                                                                                                                               |
| □ | 百貨店（企画担当）            | 販売量の動き | ・免税売上は前年比で20％程度減少しているが、前月比では1日当たりで8％程度増えている。月前半は一般品、消耗品共にマイナスであったが、月全体では消耗品が10％程度増える見込みである。一方、国内売上は前年並みで、今までと傾向に大きな変化はない。                                              |
| □ | 百貨店（外商担当）            | 販売量の動き | ・インバウンド売上が前年比で40％減となっており、売上全体が減少する大きな要因となっている。一方、国内客については大阪・関西万博効果もあり、入店数、売上共に前年を上回っている。                                                                               |
| □ | 百貨店（管理担当）            | お客様の様子 | ・大阪・関西万博関連グッズやその他のイベントでの集客が好調で、売上の増加につながっている。                                                                                                                          |
| □ | 百貨店（サービス担当）          | お客様の様子 | ・前年のインバウンドの活況による反動減で、今月も売上全体は前年を下回る状況であるが、冷感素材商材を中心に、スカーフや扇子といった寒暖差対策商材に動きがみられる。また、高価格帯の化粧品品のセット販売が好調である。                                                              |
| □ | 百貨店（販売推進担当）          | お客様の様子 | ・インバウンド売上は前年比で減少しているが、来客数に変化はない。買物目的の訪日ではなく、純粋な観光客が増えた影響とみられる。一方、国内の富裕層の買上状況は順調であり、一般客も一部で買い控えがみられるものの、ほぼ前年並みとなっている。                                                   |
| □ | 百貨店（販促担当）            | 来客数の動き | ・週末の雨で来客数が苦戦し、食品などの販売に影響が出ているほか、値上げの影響による不振も続いている。また、インバウンド消費も来客数の減少以上に、買上数の減少が目立つ。                                                                                    |
| □ | 百貨店（マネージャー）          | お客様の様子 | ・3か月前と比べて、空港ターミナルの増設や大阪・関西万博などの恩恵で、インバウンドの来客数は維持できている。ただし、購買単価の大幅なダウンにより、特選品や化粧品を中心としたインバウンド需要は約35％の減少となった。国内の富裕層や中間層も慎重な節約志向が続いており、ファッションや食料品関連でも、価格に対して厳しい選択行動がみられる。 |
| □ | 百貨店（外商担当）            | 来客数の動き | ・インバウンドの来客数が前年を下回る傾向にある一方、国内客の来店傾向は変わらず堅調である。                                                                                                                          |
| □ | 百貨店（売場マネージャー）        | 来客数の動き | ・訪日外国人の売上減少が続く一方、国内客の消費には大きな変化がみられない。                                                                                                                                  |
| □ | スーパー（企画担当）           | 来客数の動き | ・来客数は前年10月の改装から安定しており、今後も続く予想される。                                                                                                                                      |
| □ | スーパー（経理担当）           | 販売量の動き | ・一般消費者の間では、節約志向や低価格志向が更に強まっている一方、インバウンドの利用が増えている。インバウンドは百貨店などで前年割れの動きがみられるが、スーパーでの買物は免税目的ではなく、宿泊時などの日用使いとしての需要が増えている。                                                  |

|                          |                          |        |                                                                                                                                                                    |
|--------------------------|--------------------------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | スーパー（販売促進担当）             | 販売量の動き | ・来客数は横ばいで推移しているが、販売点数や来客数の減少を単価の上昇では補えず、前月と同様に売上が減少している。米が不足している関西では特にその傾向が強く、関西での売上減少を首都圏の売上増でカバーしている。                                                            |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（企画）                 | お客様の様子 | ・備蓄米の放出の影響で売行きは好調であるが、他の商品は好調とはいえない。                                                                                                                               |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（企画）                 | 来客数の動き | ・食料品の単価が上がっているが、1人当たりの購入金額は大きく変わらない傾向が続いている。                                                                                                                       |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（経営者）                | 来客数の動き | ・大阪・関西万博が始まって以来、インバウンドを中心とした観光客による来店が増加が続いている。                                                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（経営者）                | 販売量の動き | ・様々な要因はあるが、売上に大きな変化はみられない。                                                                                                                                         |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（店員）                 | 来客数の動き | ・来客数、売上共に大きな変化はない。                                                                                                                                                 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（店長）               | 来客数の動き | ・前月に続き、3か月前よりも来客数が減少している。単価も横ばいのため、全体としては売上の減少傾向が続いている。ボーナスの支給効果に期待したが、一部の大企業や優良企業を除いて、全体的に停滞感がある。                                                                 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（店員）               | お客様の様子 | ・衣替えのシーズンで販売意欲がみられるが、以前よりも抑え気味となっている。                                                                                                                              |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（役員）               | お客様の様子 | ・新車の販売台数は前年並みで、中古車は前年を上回る予定であるが、売上目標は下回りそうである。新車は一部の高額車種に良い動きはあったものの、全体的に好調とはいえない。車両単価の上昇と、インパクトのある新型車両の不在が主な要因である。中古車は価格設定を下げたことで販売台数が好調に推移するなど、価格の変動に客は敏感になっている。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（営業担当）             | 販売量の動き | ・多方面での物価の上昇もあり、消費者の購買意欲が鈍化傾向にある。                                                                                                                                   |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）   | 販売量の動き | ・ガソリンの出荷状況は前年比で横ばいである。イスラエルと米国によるイランへの攻撃で、原油価格は急騰したが、紛争の長期化懸念が薄らいだため、一時的な上昇となる可能性が高い。それに伴い、景気への影響は限定的となる。                                                          |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）        | お客様の様子 | ・催事では、目的買いの客のほか、ふだんの客に対しても、定番品ではない商品の販売機会がある。ただし、ローンなどの決済がスムーズに進まず、売上を逃すことがある。                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店〔医薬品〕（管理担当）        | 販売量の動き | ・食品や日用品などの生活必需品は好調を維持している。気温の上昇に伴い、UV関連や制汗剤を中心とした化粧品や化粧雑貨も順調であった。ただし、医薬品や健康食品、衛生用品などは減少が続いている。3か月前と比べて客単価は上昇しているが、来客数は伸び悩み、買上点数は横ばいとなっている。                         |
| <input type="checkbox"/> | 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 | ・新カタログが発刊したばかりであるが、受注面にはそれほど反応がない。                                                                                                                                 |
| <input type="checkbox"/> | 高級レストラン（スタッフ）            | 来客数の動き | ・特に大きな変化はなく、コンスタントに予約は埋まっているが、インバウンドは少ない。                                                                                                                          |
| <input type="checkbox"/> | 観光型ホテル（経営者）              | 販売量の動き | ・今月は大阪・関西万博の影響もあり、団体客は好調である。ただし、個人客は前年よりもかなり少なく、特に地元からの動きが伸び悩んでいる。                                                                                                 |
| <input type="checkbox"/> | 観光型旅館（経営者）               | 来客数の動き | ・パンダの返還による需要は好調であったが、大阪・関西万博に伴う需要は期待外れである。また、万博関連での観光消費が増えていることで、大阪から周辺県の観光地への客足が減少している。                                                                           |
| <input type="checkbox"/> | 都市型ホテル（管理担当）             | お客様の様子 | ・劇的に良くなっている様子はない。                                                                                                                                                  |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社（経営者）                | お客様の様子 | ・物価の上昇や原材料価格の高騰で、利益が圧迫されている。                                                                                                                                       |

|   |                   |        |                                                                                                                                                                                                                                         |
|---|-------------------|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| □ | 通信会社（役員）          | 販売量の動き | ・今年度の端末販売は、前年並みの販売量で推移している。<br>3か月前との比較でも、景気の大きな変化はない。                                                                                                                                                                                  |
| □ | テーマパーク（職員）        | 単価の動き  | ・生活に必要なお金が増えている一方、給料や年金給付額が突然増えるわけではない。                                                                                                                                                                                                 |
| □ | ゴルフ場（支配人）         | 単価の動き  | ・入込客数及び単価が悪化している。                                                                                                                                                                                                                       |
| □ | 競艇場（職員）           | 販売量の動き | ・ネット投票を中心に好調で、売上は前年比でプラスであるが、前月までのような大きな伸びはみられない。                                                                                                                                                                                       |
| □ | 住宅販売会社（経営者）       | 単価の動き  | ・建築資材価格の上昇が止まらず、利益が圧迫されている。                                                                                                                                                                                                             |
| □ | 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では、都心のタワー物件を中心に好調が続いており、賃貸マンションの賃料も上昇傾向にある。一方、郊外では苦戦している物件が増えており、都心との格差が広がっている。                                                                                                                                            |
| □ | その他住宅〔住宅設備〕（営業担当） | お客様の様子 | ・設備更新の受注は横ばいであり、積極的に検討する客が減っている。                                                                                                                                                                                                        |
| □ | その他住宅〔情報誌〕（編集者）   | お客様の様子 | ・タワーマンションの一部の特殊な住戸など、富裕層向けの物件は好調に販売が進んでいる。ただし、一般的な実需向けの物件は、住戸価格の高騰もあって販売鈍化の様子がみられる。特に、建築コストの上昇が不動産市場の悪化要因となっている。                                                                                                                        |
| ▲ | 商店街（代表者）          | お客様の様子 | ・買上客が減少するなど、客は購買の決定に慎重となっている。                                                                                                                                                                                                           |
| ▲ | 一般小売店〔時計〕（経営者）    | 来客数の動き | ・月初めからほとんど客足が伸びない。5月のゴールデンウィークや大阪・関西万博にお金が使われ、財布のひもが固くなっている。中旬になれば少し改善されると期待したが、今度は悪天候に見舞われた。突然の豪雨や予想外の梅雨明け宣言、その後の猛暑により、最後まで客足は伸びず、良くない結果となっている。                                                                                        |
| ▲ | 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）   | 来客数の動き | ・物価の上昇による国内客の減少に、インバウンドの減少が加わり、2重のダメージを受けている。                                                                                                                                                                                           |
| ▲ | 一般小売店〔化粧品〕（経営者）   | 販売量の動き | ・前年に好調であったインバウンドの反動が、3月から徐々に大きくなっている。来客数、販売量共に鈍化し、前年を下回る店舗が増えた結果、国内消費が中心の店舗だけが前年を上回っている。インバウンド比率が高い店は前年比が90%前半、低い店では97%、インバウンドがほぼいない店が99%となるなど、前年よりも土曜日が1日少ない影響もあり、苦戦している。為替の変化や政治への不安があるなか、客単価は3%アップしているが、これは原材料価格の高騰による商品単価の上昇の影響である。 |
| ▲ | 一般小売店〔衣服〕（経営者）    | 販売量の動き | ・来客数が前年と比べて減っているほか、1人当たりの販売量も減少している。                                                                                                                                                                                                    |
| ▲ | 一般小売店〔野菜〕（店長）     | お客様の様子 | ・飲食店関係も郊外の店は良くなく、ゴルフ場なども厳しい状態となっている。                                                                                                                                                                                                    |
| ▲ | 百貨店（広報担当）         | 販売量の動き | ・国内客は、継続的な物価の上昇に加えて、国際情勢の先行き不透明感もあり、消費意欲の減退が少しみられる。インバウンドは為替の変化による影響が続いており、伸びていた高額品を中心とする免税売上が、第1四半期をピークに大きく減少している。                                                                                                                     |
| ▲ | 百貨店（商品担当）         | お客様の様子 | ・円高の影響や購買動向の変化でインバウンド売上が減少している。また、オーバーツーリズムや物価上昇の影響で旅行需要も低調となり、衣料品などの売行きも厳しい。衣料品はクリアランスセールに伴う需要も低調で、必要な物しか買わない傾向が強い。                                                                                                                    |
| ▲ | 百貨店（商品担当）         | お客様の様子 | ・国内消費、インバウンド消費共に、前年よりも悪化している。                                                                                                                                                                                                           |
| ▲ | 百貨店（営業推進担当）       | 来客数の動き | ・来客数がやや減少気味であり、衣料品の動きが鈍い。                                                                                                                                                                                                               |

|   |                        |         |                                                                                                                                               |
|---|------------------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ▲ | 百貨店（マネージャー）            | 来客数の動き  | ・物価の上昇による買い控えにより、来客数の前年比の伸び率は3月よりも1.5ポイント縮小するなど、衣料品、食品共に苦戦している。高額品の動きも鈍く、全体的に不調となっている。                                                        |
| ▲ | 百貨店（宣伝担当）              | 単価の動き   | ・大阪・関西万博の開幕後は、来客数が前年を大きく上回っているが、売上をけん引してきたインバウンドの国籍が変化し、免税売上が減少している。増加した欧米の客は単価が低く、食品やホテルでの宿泊にお金を掛ける傾向がある。買物目的が中心であった中国からの客が減ったことで、単価が半減している。 |
| ▲ | スーパー（社員）               | 競争相手の様子 | ・今月に入って競合店が備蓄米などの低価格販売を始めたことで、客が他の店に流れている。前年の後半から、米価格の上昇に伴う食品売上の増加が続いていたが、当社の店舗ではやや頭打ちになっている。                                                 |
| ▲ | 衣料品専門店（経営者）            | 来客数の動き  | ・梅雨が明けて、連日35度を超える猛暑となっている影響で、来客数が少ない。当店は60代以上の客が大半であるため、今後は余り外出しなくなる。                                                                         |
| ▲ | 家電量販店（店員）              | お客様の様子  | ・円安の継続でエネルギー価格や物価の上昇が続き、客の購買意欲は低下している。現状は必要最低限の商品しか売れていない。特に、付加価値の高い高額商品は販売が伸び悩み、低価格品の販売が増えているなど、なかなか厳しい状況である。                                |
| ▲ | その他専門店〔食品〕（経営者）        | 販売量の動き  | ・売上は値上げの影響で伸びているが、販売数量が徐々に落ちている。                                                                                                              |
| ▲ | その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）  | 販売量の動き  | ・当店の売上が前年を下回るなど厳しい状況にある。インバウンドを含めて消費の動きが悪化しており、特に目立った商材もないため、全体的に厳しい。                                                                         |
| ▲ | 一般レストラン（経営者）           | 来客数の動き  | ・直営のカフェでは来客数が減少している。特に、欧米からの5～6人のグループ客が激減している。また、4月中旬の値上げから1か月が経過した頃から、リモートワークで利用していた客が7割方来なくなっている。                                           |
| ▲ | 一般レストラン（経営者）           | 来客数の動き  | ・昼の時間帯は前月よりも来客数が増え、売上も伸びたが、夜間は5月と同様に来客数が伸びず、厳しい状況となっている。                                                                                      |
| ▲ | その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）       | 来客数の動き  | ・駅ビルの工事に伴い、前年はかなり好調となったため、今年は前年割れとなっている。例年よりも暑くなる時期が早いなか、当社の商品は暑さに弱いため、客足に影響が出始めている。                                                          |
| ▲ | その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当） | 販売量の動き  | ・トレンドの変化が少なく、特に目立った商品がない。                                                                                                                     |
| ▲ | 都市型ホテル（客室担当）           | 単価の動き   | ・インバウンド需要は比較的上向いているが、国内需要が落ち込んでいる影響で、販売単価が低下している。                                                                                             |
| ▲ | 旅行代理店（役員）              | 販売量の動き  | ・団体客による大阪・関西万博の日帰りバスツアーは好調であるが、全体としては宿泊費の高騰もあり、交通費を抑えられる近場での旅行需要が高まっている。特に、東京方面への旅行はその影響を大きく受けており、需要が減少している。                                  |
| ▲ | 旅行代理店（支店長）             | 来客数の動き  | ・大阪・関西万博の影響で、旅行需要が減っている。                                                                                                                      |
| ▲ | 旅行代理店（支店長）             | お客様の様子  | ・6月からの猛暑や空梅雨といった天候不順により、客の外出意欲が減退している。大阪・関西万博への来場も、暑さや混雑のニュースの影響で少し停滞気味である。                                                                   |
| ▲ | 通信会社（営業担当）             | 販売量の動き  | ・中東やウクライナなどの情勢が安定せず、物価の上昇が避けられない状況が続くなか、客の購買意欲が低下している。                                                                                        |
| ▲ | 観光名所（企画担当）             | 来客数の動き  | ・大阪・関西万博の影響で、来場者の減少がみられる。特に国内客の減少が目立つ。                                                                                                        |

|        |   |                               |            |                                                                                                                                                                |
|--------|---|-------------------------------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        | ▲ | 遊園地（経営者）                      | 来客数の動き     | ・物価の上昇でレジャーへの出費が抑制傾向にあるほか、関西特有の事情であるが、大阪・関西万博の開催でレジャー需要がそちらに流れている。これには、小学生の無償招待などの影響もある。                                                                       |
|        | ▲ | その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）         | それ以外       | ・例年以上の異常気象による水道光熱費などの負担増や、物価の上昇により、運営費の負担が過剰となる状態が続いている。                                                                                                       |
|        | ▲ | 美容室（店員）                       | 単価の動き      | ・カラーやパーマの周期が延びており、カットのみのオーダーが増えている。                                                                                                                            |
|        | ▲ | 住宅販売会社（総務担当）                  | お客様の様子     | ・物価の上昇に収入の増加が追いつかず、ローンの借入期間を長くする傾向がみられるほか、購入を見送るケースもある。                                                                                                        |
|        | ▲ | 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） | それ以外       | ・物価の上昇が実感される。                                                                                                                                                  |
|        | × | 商店街（経営者）                      | 競争相手の様子    | ・近隣にスーパーがオープンしたため、業況が悪化している。                                                                                                                                   |
|        | × | 一般小売店〔ガラス細工〕（店長）              | お客様の様子     | ・必要な物を、最低限しか購入しない。                                                                                                                                             |
|        | × | 一般小売店〔花〕（店員）                  | 競争相手の様子    | ・近隣の競合店が、販売不振のため閉店となっている。                                                                                                                                      |
|        | × | 百貨店（売場主任）                     | 来客数の動き     | ・今月24日までの来客数が前年比で7.7%減と、6月に入って更に悪化している。客が買物の回数を減らす動きがみられる。特に、生鮮3品は値上げの影響もあり、単価は下がっていないものの、買上点数が急速に減少している。近隣に競合スーパーの出店が相次いでいることを考慮しても、今月は非常に悪い。                 |
|        | × | 衣料品専門店（経営者）                   | 来客数の動き     | ・ゴールデンウィーク明けから6月までで、来客数が前年比で約6割まで減っており、売上も6～7割にまで減っている。                                                                                                        |
|        | × | 衣料品専門店（経営者）                   | お客様の様子     | ・客の価格に対する反応が厳しく、月後半にはバーゲンセールの下見に来店する客もみられる。                                                                                                                    |
|        | × | 住関連専門店（店長）                    | 来客数の動き     | ・来客数が減っており、国内客、インバウンドを問わず、観光客の来店も減っている。                                                                                                                        |
|        | × | 一般レストラン（経営者）                  | 来客数の動き     | ・月前半は小規模な団体による一定の需要がみられたが、個人客が激減した。米などの物価の上昇による家計への打撃が響いている。月後半は個人客も徐々に増えてきたが、客単価は低く、節約が続いている印象を受けた。他店の様子をみても、低単価の居酒屋や焼鳥屋などが、インバウンドを含めてにぎわっているが、利益が出ているほどではない。 |
|        | × | 観光型旅館（経営者）                    | 来客数の動き     | ・入込客数が激減している。                                                                                                                                                  |
|        | × | 都市型ホテル（営業担当）                  | 単価の動き      | ・客室単価が高ければ予約が入らず、大きなイベントもないため、そもそもの需要も少ない。周辺の競合施設も価格を下げているなど、ここ数か月は地域全体で価格の低下が進んでいる。旅行サイトのクーポンやポイントなどの販売促進策が積極的に行われていることで、結果的に価格が下がっている。                       |
|        | × | 旅行代理店（従業員）                    | お客様の様子     | ・円安の進行やインバウンドの増加、物価の上昇などで、夏の旅行の受注は芳しくない。                                                                                                                       |
|        | × | 通信会社（社員）                      | 販売量の動き     | ・販売全体が減少しており、他社からの乗換えも純減となっている。                                                                                                                                |
|        | × | 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     | ・5月から6月にかけて週末を中心に天候が悪く、来客数が前年よりも大きく減少している。また、大阪・関西万博による相乗効果も限定的である。                                                                                            |
| 企業動向関連 | ◎ | 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 | ・大阪・関西万博の開催効果により、府外からの国内客の客足が増えていることで、土産品を中心に駅構内はにぎわっている。                                                                                                      |

|      |   |                              |                  |                                                                                                                            |
|------|---|------------------------------|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (近畿) | ○ | 食料品製造業<br>(従業員)              | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・量販店のプライベートブランド商品は、ナショナルブラン<br>ドよりも価格が安いため、出荷が増えている。ナショナルブ<br>ランドの出荷は悪化する形となるが、それを上回る受注があ<br>る。                            |
|      | ○ | 食料品製造業<br>(管理担当)             | 受注量や販売量<br>の動き   | ・大阪・関西万博の影響で、比較的好調に推移している。                                                                                                 |
|      | ○ | 食料品製造業<br>(営業担当)             | 受注量や販売量<br>の動き   | ・6月は天候に恵まれ、梅雨もすぐに明けたことで、飲料の<br>売上は少し良くなっている。大阪・関西万博の影響も出てお<br>り、外国人観光客による飲料の購入が増えている。                                      |
|      | ○ | プラスチック製<br>品製造業 (経営<br>者)    | 受注量や販売量<br>の動き   | ・需要のある部分にうまく関与できているため、やや良く<br>なっているが、需要の継続性は不透明である。                                                                        |
|      | □ | パルプ・紙・紙<br>加工品製造業<br>(経営者)   | 競争相手の様子          | ・材料を供給するメーカーの売上は、軒並み前年割れのよう<br>である。                                                                                        |
|      | □ | 出版・印刷・同<br>関連産業 (企画<br>営業担当) | 受注量や販売量<br>の動き   | ・大阪・関西万博関連の問合せは続いており、変わらず好調<br>である。                                                                                        |
|      | □ | 窯業・土石製品<br>製造業 (管理担<br>当)    | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・米国の関税引上げの影響や、米価格を始めとする物価上昇<br>の影響が続いている。中東での戦争により、今後は石油価格<br>の高騰も懸念される。一方、関西は大阪・関西万博の開催も<br>あり、消費マインドは悪くなく、一進一退の状況となっている。 |
|      | □ | 金属製品製造業<br>(経営者)             | 受注量や販売量<br>の動き   | ・米国の関税引上げ問題の結論待ちであり、決着までは様子<br>見の状態が続いている。                                                                                 |
|      | □ | 一般機械器具製<br>造業 (経営者)          | 受注量や販売量<br>の動き   | ・ここ数か月は景況感に変化がない。                                                                                                          |
|      | □ | 電気機械器具製<br>造業 (宣伝担<br>当)     | 受注量や販売量<br>の動き   | ・梅雨が明けて気温も上昇するなか、エアコンの店頭での実<br>売は好調に推移している。一方、冷蔵庫や洗濯機、テレビ等<br>の大型商品は、ほぼ前年並みの推移となっている。                                      |
|      | □ | 電気機械器具製<br>造業 (経理担<br>当)     | 受注量や販売量<br>の動き   | ・販売価格の引上げは、社会全体の流れとして比較的受け入<br>れられている。ただし、原材料価格や人件費が上昇している<br>ため、一定の利益が確保できる環境ではない。                                        |
|      | □ | 輸送用機械器具<br>製造業 (役員)          | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・受注量は増えつつあるが、人件費の増加に伴う値上げ要請<br>を受け入れてもらえない。                                                                                |
|      | □ | 建設業 (経営<br>者)                | 取引先の様子           | ・6月1日から労働安全衛生規則の改正により、熱中症の重<br>篤化を防止するため、事業者には義務付けられる対策が強化さ<br>れる。人手不足のなかで生産性が落ちるため、工期内での<br>しゅん工が更に厳しくなると予想される。           |
|      | □ | 建設業 (経営<br>者)                | 受注量や販売量<br>の動き   | ・物価の上昇に伴い、案件の単価が高止まりするなか、受注<br>量は何とか横ばいを維持している。                                                                            |
|      | □ | 建設業 (経営<br>者)                | 受注量や販売量<br>の動き   | ・一定の問合せはあるが、受注量は余り変わらない。                                                                                                   |
|      | □ | 輸送業 (営業担<br>当)               | 取引先の様子           | ・客の消費マインドが落ち込んでおり、売上は低迷してい<br>る。                                                                                           |
|      | □ | 金融業 [保険]<br>(経営者)            | 競争相手の様子          | ・特に変化がみられるような、外部要因が少ない。                                                                                                    |
|      | □ | 金融業 (営業担<br>当)               | 取引先の様子           | ・取引先の訪問時に受注状況を確認すると、3か月前と変わ<br>らないとの回答が多い。                                                                                 |
|      | □ | 広告代理店 (営<br>業担当)             | 受注量や販売量<br>の動き   | ・6月の交通広告の需要が前年を下回っている。                                                                                                     |
|      | □ | 経営コンサルタ<br>ント                | 取引先の様子           | ・外国人観光客が訪れる地域では、小売や飲食の業況は好調<br>である。                                                                                        |
|      | □ | その他非製造業<br>[機械器具卸]<br>(経営者)  | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・いまだ価格の改定があり、その作業が多くて忙しいが、売<br>上自体に変化はない。                                                                                  |
|      | ▲ | 輸送業 (経営<br>者)                | 受注量や販売量<br>の動き   | ・4月から荷物の量が減っている。                                                                                                           |
|      | ▲ | 不動産業 (営業<br>担当)              | 取引先の様子           | ・ネット通販の普及により、実店舗での需要が減っている。<br>それに伴って店舗の空室が増えて賃料が下がり、景気も悪く<br>なっている。                                                       |

|                      |   |                    |              |                                                                                                    |
|----------------------|---|--------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                      | × | 化学工業（管理担当）         | 競争相手の様子      | ・地政学リスクの悪化と米国の関税引上げの影響を受けている。                                                                      |
|                      | × | 輸送用機械器具製造業（経営者）    | 取引先の様子       | ・販売店の店頭では、接客中の消費者に、購入への勢いがみられない。                                                                   |
|                      | × | 金融業〔投資運用業〕（代表）     | それ以外         | ・6月も2000品目もの商品が値上げとなった一方、可処分所得が増えない状況では、景気が良くなるはずはない。                                              |
|                      | × | 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 | ・物価の上昇が止まらない。                                                                                      |
| 雇用<br>関連<br><br>(近畿) | ◎ | —                  | —            | —                                                                                                  |
|                      | ○ | 人材派遣会社（支店長）        | 採用者数の動き      | ・少し採用者数が増えているが、例年と比べるとまだ少ない。                                                                       |
|                      | ○ | 民間職業紹介機関（営業担当）     | 求職者数の動き      | ・6月は主に、次の2027年卒の学生に対するインターンシップの広報が盛んであった。特にイベントの開催が多く、最大手によるイベントでは来場した学生が近年で最多となり、1万人を超えたという情報もある。 |
|                      | □ | 人材派遣会社（営業担当）       | 求人数の動き       | ・新たな求人の募集賃金は引き続き上昇しておらず、物価の上昇に賃金の増加が追い付いていない。                                                      |
|                      | □ | 人材派遣会社（役員）         | 求職者数の動き      | ・企業の採用意欲は高く、正規雇用、非正規雇用共に、求人数は高止まりしている。また、求職者の動きも引き続き活発である。                                         |
|                      | □ | 人材派遣会社（営業担当）       | 求人数の動き       | ・当社固有の問題かもしれないが、求人数が減少傾向にある。                                                                       |
|                      | □ | 人材派遣会社（管理担当）       | 求職者数の動き      | ・大阪・関西万博関係の求人は落ち着いたが、その他の観光関係の求人は増加が続いている。ただし、求人内容にマッチする人材の応募は少なく、苦戦している。                          |
|                      | □ | 求人情報誌製作会社（営業担当）    | 求人数の動き       | ・新卒採用市場は、中長期的な経営計画に基づいて動いている。企業の慢性的な人材不足が背景にあるため、3か月という短期間では変化しにくい。                                |
|                      | □ | 新聞社〔求人広告〕（担当者）     | それ以外         | ・新聞広告やデジタル広告の推移をみると、前年比、前月比共にほぼ横ばいである。                                                             |
|                      | □ | 職業安定所（職員）          | 求人数の動き       | ・製造業の新規求人数は、原数値で5か月連続の増加となっているが、有効求人数の原数値は15か月連続の減少となっており、持ち直しの動きに弱さがみられる。                         |
|                      | □ | 職業安定所（職員）          | 求人数の動き       | ・求人企業は物価や人件費の上昇による悪影響に苦慮しているが、求人数が減少する動きはみられず、3か月前と同じ水準で推移している。                                    |
|                      | □ | 職業安定所（職員）          | 求人数の動き       | ・新規求人数は前年比で3か月連続の減少となっている。                                                                         |
|                      | □ | 職業安定所（職員）          | 求人数の動き       | ・4月から5月は前年よりも求人数が増えており、持ち直しの動きがみられる。ただし、増えているのは一部の求人であり、全体的には変わっていない。                              |
|                      | □ | 民間職業紹介機関（営業担当）     | 採用者数の動き      | ・求人数、求職者数共に横ばいで、3か月前と変わらない印象である。求職者が少なく、マッチングに苦戦している。                                              |
|                      | □ | 学校〔大学〕（就職担当）       | 求人数の動き       | ・景気に影響の出そうな国際情勢の変化がみられるが、現段階では企業の採用意欲は強いままであり、大きな変化はない。                                            |
|                      | □ | 学校〔大学〕（就職担当）       | 採用者数の動き      | ・中小企業は採用者の確保に苦戦しており、採用意欲は旺盛である。ただし、大手企業に比べて思うように賃上げが進まず、格差がみられる。                                   |
|                      | □ | 学校〔大学〕（就職担当）       | 採用者数の動き      | ・医療系の大学に対する求人の傾向は、求人数が増えているというよりも、求人の早期化が顕著である。採用活動の前倒しの傾向や、若年層に対する求人難が続いている状況に変化はみられない。           |
|                      | □ | その他雇用の動向を把握できる者    | 求人数の動き       | ・有効求人数の季節調整値は4か月ぶりの増加となった一方、原数値では前年比で減少している。欠員補充など必要最小限の人員確保の動きが多く、事業拡大に伴う動きは少ない。                  |

|  |   |                 |        |                                                                                    |
|--|---|-----------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------|
|  | ▲ | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | それ以外   | ・イランとイスラエルの軍事衝突や米価格の高騰など、景気の悪くなる要素が多いほか、世界情勢も安定していない。                              |
|  | ▲ | 職業安定所（職員）       | それ以外   | ・物価の上昇が消費の増加につながっている。また求職者の窓口でも、年金受給者や母子家庭世帯の求職理由として、物価の上昇による生活維持の困難を挙げるケースが増えている。 |
|  | ▲ | 民間職業紹介機関（職員）    | 求人数の動き | ・3か月前は年度末であり、年度内の完成が必要な工事現場の稼働で、求人は増加した。その一方、現状はそれほど求人数が回復していない。                   |
|  | × | —               | —      | —                                                                                  |