

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）	・今後も大阪・関西万博の来場に伴い、来店する動きが増える見込みである。その対策として店内のワゴン台数を増やし、商品数の増加を図っている。
	◎	コンビニ（店員）	・大阪・関西万博に伴う需要やインバウンド需要など、今後はまだ増えることが予想されるため、勢いのある状態が続く。
	◎	タクシー運転手	・大阪・関西万博の開催効果や、暑さの影響でタクシーの利用率が高まる。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・8月に受注予約が入っているため、少し良くなる。
	○	一般小売店〔手ぬぐい〕（経営者）	・大阪・関西万博の開催に伴う需要が見込まれる。
	○	百貨店（企画担当）	・株価の上昇傾向により、時計などの高額品の売上が外商を中心に回復すると予想される。
	○	百貨店（サービス担当）	・夏休み期間を迎え、大阪・関西万博の来場者数の増加が予想される。今後は、万博関連商品の効果や新規の催事、新ショップの導入効果で、来客数の増加と売上の拡大が期待される。
	○	スーパー（企画担当）	・前年は雨の日が多かったが、今年は梅雨も早々に明けて晴れの日が続いている。スーパーは天候が売上に大きく影響するため、前年を上回することは間違いない。一方、今後は鶏肉価格の上昇や、気温の上昇による薬物野菜の価格高騰などを考慮した販売計画が必要となる。
	○	スーパー（企画）	・食品価格の上昇傾向は続く予想されるが、消費者の関心が高い米の供給が安定し、価格が落ち着くことで、買い控えの動きが弱まる。
	○	コンビニ（経営者）	・大阪・関西万博の期間中は、今の来客数の水準が維持できるほか、各商品の値上げがまだ続いているため、客単価の上昇傾向にも期待される。
	○	コンビニ（経営者）	・これから祭りやイベントが増えるため、好影響に期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・異常な暑さが続く季節となり、売店やコンビニでの買物が増え、飲料の売上の増加が見込まれる。
	○	コンビニ（経営者）	・当地区では秋祭りが始まる10月までは売上が増える。今年は名物の秋祭りに訪れる外国人旅行者が、大幅に増える予想される。
	○	コンビニ（店員）	・長期休暇もあるため、売上はもう少し増えそうである。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・7月はボーナス支給月であり、猛暑による夏物商材の売上増が期待されるため、景気の回復が実感できそうである。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・連休やお盆休みといった休暇が続くため、予約の動きは早まりそうである。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・当店は京都と奈良の境にあり、インバウンドが多い。大阪・関西万博もあって、しばらくはインバウンドの来店で繁盛すると予想される。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・大阪・関西万博による影響が非常に大きい。
	○	都市型ホテル（販売促進担当）	・客室部門は、稼働率が86%と前年とほぼ同じであり、単価を上げても利用が続いているほか、先の予約も順調に入っている。レストランのランチも、料金を上げた4月以降も順調に上向いている。
	○	タクシー運転手	・梅雨が終わって本格的な暑さが始まるほか、夏休みに入るため、タクシーの動きが増えてくる。
	○	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	・世界情勢が不安定なときは、地金相場が一時的に上昇するため、2～3か月は上昇傾向が続くと予想される。
	○	通信会社（社員）	・地域経済はやや回復基調にあるが、夏のボーナス支給額などの改善が大きな要因とみられる。
	○	通信会社（社員）	・夏商戦やスマートフォンの新製品発売に伴う、他社からの乗換え客の増加に期待している。
	○	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・依然として住宅価格の高騰による影響はあるが、特にシニア層の成約が増えており、今後もその傾向が続くと予想される。

☐	一般小売店〔花〕（経営者）	・食料品などの価格の上昇が続くほか、米国との関税交渉も進まず、景気の安定が見込めない。
☐	一般小売店〔野菜〕（店長）	・世界情勢が不安定であり、米価格の問題もあるため、大きくは変わらない。
☐	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・7月になれば販売量が少し増えそうであるが、余り期待はできない。
☐	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	・大阪・関西万博の開催期間中は、現在の好調が続くと予想される。
☐	百貨店（広報担当）	・足元のトレンドがしばらく続くと予想される。
☐	百貨店（管理担当）	・大阪・関西万博の開催もあと3か月余りであり、閉幕後の集客策などが喫緊の課題となる。
☐	百貨店（販促担当）	・変化につながる材料が見当たらず、現状の厳しい傾向が続くと予想される。今年の夏も厳しい暑さとなるため、来客数の増加は期待できず、来店客の購買率や客単価を上げるための対策を立てていく。暑さ対策や揚げ物商材、涼感商材などで変化を出し、需要喚起を図っていきたい。
☐	百貨店（販売推進担当）	・為替や株価なども落ち着いており、景気の極端な変化はないと予想される。
☐	百貨店（外商担当）	・インバウンド売上の回復は当分見込めないものの、海外のブランド品や高級時計の在庫が増えることで、国内の富裕層に動きが出る可能性が高い。
☐	百貨店（マネージャー）	・インバウンド売上の落ち込みが大きいほか、足元の国内需要の落ち込みも少なくなく、余り良い材料が見当たらない。インバウンドは、中国、香港、台湾の中華圏を中心とした需要の減少が特に顕著である。これには、根拠の薄い7月5日の地震発生予想が少なからず影響している。国内客は来客数とともに単価も悪化しており、世界情勢の不安定さによる環境面の不安が大きく、消費を抑制しているとみられる。
☐	百貨店（マネージャー）	・全体の動きは変わらないと予想される。インバウンドが苦戦し、富裕層は堅調に推移する一方、国内の中間層は、夏休みに向けたレジャー商材や清涼商材の動きが期待される。ただし、消費の選択が進むことで、来客数の減少が危惧されるため、今後は魅力のあるコンテンツによる訴求が必要となる。
☐	百貨店（営業推進担当）	・物価上昇のイメージが、消費マインドを鈍化させている。
☐	百貨店（外商担当）	・来客数は現状の傾向が続く予想のなか、国内の富裕層の購入意欲は上向き期待が高まっている。
☐	百貨店（マネージャー）	・米の価格は新米の流通である程度は落ち着くものの、中東情勢の不安定化で原油価格の高騰も予想されるため、今後も節約志向が続くと予想される。
☐	百貨店（宣伝担当）	・大阪・関西万博関連商品の売上が好調であるなど、万博効果が出ている反面、インバウンドの客単価が低下する傾向は、万博の間中は続くと予想される。店舗全体の売上の大半を占めるラグジュアリー関連を中心に、苦戦が続くそうである。
☐	スーパー（店長）	・食品の値上げが続くなか、必要な物は買うが、余分な物は買わない傾向が続いている。特に、商品を比較してから、しっかりと吟味して買う傾向にある。
☐	スーパー（企画担当）	・競合先の出店といった外部環境の変化はないため、現状のままと予想される。
☐	スーパー（経理担当）	・梅雨明けが例年よりもかなり早く、猛暑の訪れが早まった。米を始めとする農産物への影響や、レジャーや買物といった外出への影響も懸念される。売れ筋商品の変化も予想され、猛暑への対応が物価対策と並んで重要となっている。
☐	スーパー（販売促進担当）	・備蓄米の放出もあり、在庫の状況は改善されつつあるが、大きな景況感の変化につながる要素はなく、しばらくは現状のままとなる見込みである。
☐	スーパー（企画）	・備蓄米の放出で売行きは好調であるが、数量に限りがあるのに加え、新米価格は高騰が予想される。既に買上点数が落ち込んでいるなど、備蓄米の販売終了後は苦しい展開に陥る。
☐	コンビニ（店員）	・物価上昇が続く一方、所得は変わらないため、客の購買意欲の更なる低下が懸念される。

☐	コンビニ（店員）	・ 7月も様々な商品が値上げ予定で、買い控えなどが予想される。ただし、当店は常連客に高齢者の多い店であり、決まった物を決まった数だけ購入する客が多い。値上げなどは気にするが、仕方がないという声もあるため、現状から大きな変化はないと予想される。
☐	衣料品専門店（店長）	・ 価格上昇の波は当面続くなか、消費者の財布のひもが緩むまでには、まだ時間が掛かる。
☐	家電量販店（経営者）	・ 補助金の効果が安定的に続くと予想される。
☐	乗用車販売店（経営者）	・ 全体的に不透明な状況にある。
☐	乗用車販売店（経営者）	・ 新車の販売台数や整備部門の受注は、例年並みとなっている。
☐	乗用車販売店（経営者）	・ 依然として停滞感があり、回復の兆しがみられない。仕入価格が高いなか、販売価格への転嫁は難しい状況である。
☐	乗用車販売店（役員）	・ 中東での戦争や米国の関税引上げ問題もあり、先行きが不透明である。また、担当する輸入車は本国や中国の市場で苦戦しており、厳しい状況にある。商品の目新しさや効果的な販売促進策に欠けており、販売が大きく伸びる要素はない。
☐	乗用車販売店（営業担当）	・ 自動車の関税引上げの状況も不透明なため、今後も様子見の動きが続くと予想される。
☐	その他専門店〔食品〕（経営者）	・ 大阪・関西万博の影響も少ないなど、景気が上向く要因がない。
☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・ 外部要因として、米国の関税引上げや中東情勢などに振り回され、先行きの見通しは立ちにくい。ただし、物価の上昇が進んでいるものの、消費や投資意欲は後退していないため、景況感は大きく変わらないと予想される。
☐	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・ 都市部ではインバウンドの大きな動きがみられるが、人の流れは観光や大阪・関西万博に向かっており、従来客も同じような傾向となっている。
☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・ 夏物商材やボディケア用品は順調に推移しているが、季節商材を除き、全体では横ばいか減少傾向が続いている。気温の上昇で飲料などの売上が見込まれるため、食品や日用品などは今の好調の維持を期待したい。ただし、全体としては、食品の値上げも続くなかで大きな改善要因は見当たらない。
☐	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・ 送料を気にする客が増えているため、受注量の増加には期待できない。
☐	高級レストラン（企画）	・ インバウンド需要が伸び悩んでいるほか、国内客の単価も上がってこない。大阪・関西万博の開催効果は特定のエリアに限定されている。
☐	一般レストラン（経営者）	・ 米国の関税引上げ問題や不安定な経済情勢から、物価の上昇等による家計への影響は続くため、当面は外食が減少しそうである。生活費の値上がりが続くなか、現状は出し渋りの傾向が強いため、景気が良くなるまでには時間が掛かる。
☐	一般レストラン（経営者）	・ 大阪・関西万博に通期パスで来場する動きが続くほか、暑さの影響で人通りは更に少なくなる。
☐	一般レストラン（店員）	・ 物価の上昇を受け、値上げの動きばかりであるため、今後も節約する客が増える。
☐	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・ 趣味やし好が細分化され、人の好みに流されない人が増えていいる。大きな流行の変化がないため、ヒット商品が出にくい状況にある。
☐	観光型ホテル（経営者）	・ 世界情勢が良くない状況で、国内政治も不安定であるため、良い方向とはいえない。
☐	観光型ホテル（経営者）	・ 来月も大阪・関西万博の影響で、例年よりも団体客の先行予約が多い。後はいかに個人客を取り込み、予約を積み上げていけるかである。
☐	観光型旅館（経営者）	・ 好転する条件がなく、大阪・関西万博による悪影響を挙げる人も多いが、それを言い出すときがない。ただし、物価の上昇やエネルギー価格の高騰、人件費の上昇など、良くなる理由が見当たらない。

□	都市型ホテル（スタッフ）	・依然として、外国人の団体客が宿泊客の大半を占めており、夏季限定プランの売行きは限定的である。売上自体は例年並みの水準であるが、国内客は単価の上昇に苦戦しており、更なる底上げは難しい。宴会についても、定例の宴席を中心に前年並みとなっている一方、食堂は宿泊客の増加に伴い、朝食の収入が微増となっている。
□	都市型ホテル（管理担当）	・政府の施策によって景気が良くなるとは考えられない。
□	都市型ホテル（営業担当）	・7月から9月にかけての当地の夏は暑いほか、台風やゲリラ豪雨などで気候も不安定となるが、祭りや夏休みのほか、お盆や連休などでファミリー層が動く。ただし、日程による浮き沈みがあり、通常の平日はインバウンドの来客もそれほど見込めないため、全体的な回復は期待できない。
□	旅行代理店（支店長）	・選挙があると旅行マインドは減退するため、7月はかなり厳しく、夏休みの旅行需要にも影響が出る。客との会話でも、今年は旅行を控えるといった話が多い。
□	観光名所（企画担当）	・今後も約3か月間は大阪・関西万博の影響が続く見込みであり、万博終了後に来場者が回復することを期待している。
□	競艇場（職員）	・売上の約8割はネット投票であるが、今月に入って伸びが鈍化した。今後、社会情勢の変化による影響がどう出るかは不透明である。
□	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・前月と比べて、売上、費用共に大きな変化はない。大阪・関西万博の影響で、周辺でのイベント開催が減っているため、にぎわいが少ない。
□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の交流戦は終わったが、人気球団の試合が7試合あるほか、多くのコンサートも開催されるため、多数の来場者を予想している。
□	美容室（店員）	・カラーのオーダーをやめる動きがみられるため、売上は横ばいで推移する。
□	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は、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増える。
□	住宅販売会社（経営者）	・依然として地価は高止まりしており、エンドユーザーの動きは鈍いが、投資家は引き続き活発に動いている。今後も下振れすることなく推移することを祈っている。
□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・下向きで低迷している状態は変わらず、来月はボーナスの支給時期であるが、先行きが不安である。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・超富裕層向けの物件と実需向け物件の市況の格差は、更に拡大する見込みである。中古マンションの市況にも、都心部ではかなり過熱感が出てきている。
▲	商店街（代表者）	・買上客の減少は少し前からみられるため、今後も同様の動きが続くと予想される。
▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・今年も長い夏になると予想される。酷暑や猛暑が普通になり、命の危険という言葉もよく聞かれる。実際に、日中に店の前を通る人影は少ないため、来客数に期待するのは無理がある。景気が良くなることよりも、何とか夏を乗り切ることに重きを置かざるを得ない。
▲	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・不安材料が払拭される雰囲気はない。賃上げや減税などの気運は高まっているものの、消費意欲の高揚はほとんどみられず、しばらくは現状のままと予想される。年末向けの商品企画が各取引先で始まっているが、割安感やお買い得感の強い商品が多く、客の食指が伸びそうな商材が用意されている。10月13日の大阪・関西万博の閉幕後は好材料が少ないため、更に厳しくなることを予測して、対応策を講じたい。
▲	一般小売店〔呉服〕（店員）	・結婚式などで衣装を新調する人が少なくなっており、呉服が全く売れない。
▲	一般小売店〔花〕（店員）	・近隣の競合店が閉店したように、生活必需品ではない花の売上は減少しており、経営は厳しい。今後も猛暑による光熱費の負担増は避けられず、ますます花を買う余裕はなくなるため、売上は減少する。
▲	百貨店（商品担当）	・インバウンド需要は頭打ちであるほか、猛暑による外出の減少も予想される。株高の影響で、富裕層の購買は回復傾向にあるが、世界経済や地政学リスクの不透明感は強く、盛り上がりには欠ける。唯一、大阪・関西万博の関連商品の売上好調が救いとなっている。

▲	百貨店（商品担当）	・インバウンドの状況は不透明なほか、国内消費も物価の上昇や政治の不安定さもあり、必要なときにしか買わない傾向が更に強まる。
▲	百貨店（売場マネージャー）	・米国とイランの交戦など、個人消費に影響を与えかねない国際情勢の動きもあるなか、消費意欲の減退傾向が強まると予想される。
▲	スーパー（経営者）	・物価や人件費の高騰のほか、人手不足の影響でやや悪くなる。
▲	スーパー（店員）	・梅雨が明けて猛暑日が続くと、野菜の値段がまた高くなり、入荷数も減る可能性がある。そうなれば、販売はまた厳しくなる。
▲	スーパー（開発担当）	・具体的な景気対策の動きはなく、給付金の話だけである。このままで景気が良くなることはなく、まずは賃金の引上げを進めるべきである。
▲	スーパー（社員）	・食品価格の上昇に伴い、客の節約の動きが広まりつつある。また、当社の主力店舗の近隣に有力な競合店が出店したことで、大きな影響を受けているなど、当面は厳しい状況が続きそうである。
▲	衣料品専門店（経営者）	・猛暑の影響で外出を控える人が増える。
▲	衣料品専門店（店員）	・市場が閑散期に入るため、景気はやや悪くなる。
▲	衣料品専門店（販売担当）	・食品価格の上昇や米問題のため、服などの購入を節約する消費者が増えてくる。
▲	家電量販店（店員）	・全ての面で消費者は厳しい状況が続くため、景気が上向くことは難しいと予想される。
▲	家電量販店（人事担当）	・前年と同様に、猛暑でショッピングに出掛ける人が減少し、来客数が激減すると予想される。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・物価の上昇のほか、社会保険料や税金などの負担増に、収入が追いついていない状況が顕在化する。積極的な消費には期待できない雰囲気であるため、先行きが不安である。
▲	一般レストラン（企画）	・米価格の高止まりなどの物価上昇で、個人消費は低調となっている。また、中東情勢の悪化による原油価格の高騰や、大阪・関西万博の開催による人手不足が人件費の高騰につながるなど、経営を圧迫する動きは更に厳しくなる。
▲	都市型ホテル（客室担当）	・近隣の施設では高単価での販売が続いていたが、稼働率を重視する販売に移行する施設が出始めた。それに伴い、当社も販売価格の引下げに応じざるを得ない状況となりつつある。
▲	旅行代理店（役員）	・物価や旅行代金の上昇は今後も続くと予想され、家計への負担が更に増す。それに伴い、旅行やレジャーに予算を掛けられるのは、一部の層に限られる傾向が高まる。
▲	通信会社（経営者）	・中東情勢の混乱による、原油価格や原材料価格の高騰が懸念される。
▲	通信会社（営業担当）	・業界の特性として、夏から秋にかけて客の購入量が伸び悩むため、今後2～3か月は例年どおり停滞気味となることが予想される。
▲	通信会社（役員）	・物価上昇の影響で、消費者の購買意欲は低調となっている。さらに、大手通信事業者の料金プラン引上げによる買い控えで、この傾向が強まると予想される。
▲	テーマパーク（職員）	・参議院選挙後の政権運営については、非常に不安が大きい。
▲	遊園地（経営者）	・参議院選挙を終えても、何かが改善される結果にはならない。大阪・関西万博の需要が10月にかけて、更に伸びることを考えると、関西のレジャー事業は厳しいと予想される。
▲	ゴルフ場（支配人）	・近隣の同業他社の値下げにより、価格を下げざるを得ない状況のなか、予約は減少傾向にあることから、景気は徐々に悪くなる。
▲	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・早速に猛暑が始まりつつあり、外出の減少が心配される。また、大阪・関西万博の会期終了が近づくため、万博に客が流れることで、来客数が減少する恐れもある。
▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・ここ2～3か月、入会者はゼロであったが、退会者は少しみられた。物価の上昇が続くなか、教育費よりも生活費の確保が優先される。
▲	住宅販売会社（経営者）	・物価だけが上昇し、会社の収益は減っている。

	▲	住宅販売会社（従業員）	・都心部を中心に、新築マンションの販売状況は好調であるが、実需層の手が届かない価格帯にまで上昇しており、今後は販売状況の鈍化が予想される。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・米などの価格高騰の動きが落ち着く兆しはみられない。購入希望者の多くが、収入の増加に不安を抱えている。
	▲	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）	・原油価格の上昇や、各地の紛争、米国の関税引上げといった不安要素があり、経済は下降傾向となる。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・参議院選挙による影響で悪くなる。
	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価が今後も上昇する見込みのなか、生活必需品ではない衣料品に掛ける予算はますます減っていくと予想される。猛暑の影響も考えると、この先景気が良くなるとはとてもいえない。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	・政策が国民に向かい合っていないことが見透かされている。消費者の心理が経済を活性化することを理解する必要がある。
	×	百貨店（売場主任）	・ウクライナや中東情勢を含めた不安要素により、先行きは更なる物価の上昇が予想される。政策もどちらかといえば、増税に向けた動きがみられる。こうした要素が客の財布のひもを更に固くすることで、当面は節約志向が続くと予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・客は自分の洋服にはお金を使わず、服の売れない状況が続いている。食料品などの値上げや、社会保険料の負担増により、服が買えない状況になっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・所得が上がっているのは、消費者のごく一部であるにもかかわらず、物価だけが上昇している。消費マインドが地に落ちているなか、食品に関する消費税を廃止しても、焼け石に水である。
	×	住関連専門店（店長）	・酷暑の季節は来客が減るのに加え、今年は企業からの注文も減っており、その傾向が継続中である。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価上昇の影響で来客数が減っている。
	×	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	・猛暑の影響で悪くなる。
	×	観光型旅館（経営者）	・パンダ関連の特需がなくなることで、これまでの集客増の反動が出る。
	×	旅行代理店（従業員）	・可処分所得が悪化している。
	×	競輪場（職員）	・今後も物価の上昇は止まらない。
	×	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・気候変動の影響があるため、良くなる理由が見当たらない。全国の学校で水泳指導が廃止に追い込まれている影響も、今後は注視が必要である。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	食料品製造業（管理担当）	・大阪・関西万博が終わるまでは、今の好調が続くと予想される。
	○	食料品製造業（営業担当）	・今年も猛暑日が続くほか、大阪・関西万博の影響もあり、飲料の売上は少し増えることが予想される。
	○	木材木製品製造業（経営者）	・中東での核開発をめぐる紛争に、海外からの輸入に頼っている当社は振り回されている。為替だけではなく、船便の運賃やコンテナの確保など、重要な要素が入り交じり、難しい状況であることは間違いない。このような状況に対応し、従来の商品の営業を維持することに注力する。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・大阪・関西万博の盛り上がり次第では、特別な注文の増加が予想される。
	○	化学工業（企画担当）	・食品は需要が低迷する時期であるが、堅調に推移している。一方、化学関連の製品が原材料価格の高騰に加え、需要も低迷しており、全体的にやや下向きの状況である。
	○	輸送業（商品管理担当）	・7月から8月は酒の販売が伸びるため、今後は良くなる。
	○	広告代理店（営業担当）	・7月の動きは前年よりも良さそうであるが、8月以降は不透明である。
	○	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・日常の消費は節約傾向が続くが、観光消費は大阪・関西万博が起爆剤となり、更に活性化すると予想される。さらに、インバウンド消費も当面は好調が続く見込みであり、少なくとも10月までは良い動きとなりそうである。

□	食料品製造業（従業員）	・いまだ原材料価格の上昇が続いており、取引先に製品価格の引上げを依頼している。今後は販売価格が上がってくるため、販売量が伸びるとは考えられない。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・一部の取引先を除いて、月末になると在庫調整を始める。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・全体的に雰囲気が重く、起爆剤となる案件の発掘が難しい。既存商品で売上の維持を図ることで、現状並みでの推移となる。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・米国の関税引上げ問題や相変わらずの物価上昇に加え、中東での戦争による石油価格の上昇懸念など、不安要素は多い。ただし、一定の賃上げや商品の値上げなどが浸透し、業況の推移は悪くないため、今後の景気に大きな変化はないと予想される。
□	金属製品製造業（経営者）	・米国の関税引上げ問題の決着がつくまでは、状況は変わらない。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・今後数か月は、景況感に変化はないと予想される。
□	一般機械器具製造業（設計担当）	・実質賃金の上昇が見込めないなか、それなりの消費が出てくることで経済が回っている。
□	電気機械器具製造業（経理担当）	・自動車関連の需要が見込めず、その落ち込みを他の需要でどこまで補えるかが重要である。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・世界情勢は依然として不安定で、物価上昇の改善のめども立たない。
□	建設業（経営者）	・米国の関税引上げの影響で、取引先の来年度の決算内容も厳しくなると予想される。設備投資の計画も、縮小や延期、凍結の動きが出てきそうである。
□	建設業（経営者）	・夏のボーナスがどうなるかであるが、地方圏では賃金の大幅なアップが期待できない。
□	建設業（経営者）	・今後も現在の動きが続くと予想される。夏は猛暑のため受注が余り増えず、仮に増えたとしても、生産性を上げるのは難しい。
□	通信業（管理担当）	・備蓄米の放出により、米価格の低下や安定が進み、物価全体を下げる要因となれば、景気は上向く。ただし、梅雨が早く明けることで、水不足などの影響も懸念される。
□	金融業（営業担当）	・大阪・関西万博で恩恵を受ける業種は限られており、景気の見通しに大きな変化はない。
□	司法書士	・案件が少ないなど、しばらくは良くない状況が続く。
□	経営コンサルタント	・インバウンドの増加による弊害の指摘は増える一方であるが、対抗措置が講じられる様子はない。観光地では一部で通行やバスの乗り入れを規制する試みもあるが、規制を強化すると売上の鈍化につながる。結局は何もしない状態が続くため、現状の傾向が続くと予想される。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価が上昇しているが、その動きに売上の増加が伴っていない。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・値上げが落ち着けば、景気は良くなる。
▲	繊維工業（総務担当）	・物価の上昇に所得の増加が追い付いていないため、景況感が良くならない。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・良い話がない。
▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	・7月と8月は気温の上昇が見込まれ、外出を控える傾向になることが予想される。
▲	輸送業（経営者）	・長年の取引先から、9月からは専属車を減らすとの連絡があった。配送量と売上の落ち込みが激しく、どうにもならない状態である。
▲	輸送業（営業担当）	・6月のトラックによる事故が過去最多となるなど、人手不足に伴う人材の質の低下が、危険なレベルになりつつある。
▲	輸送業（営業担当）	・閑散期に入るため、より厳しい状況となる。
▲	不動産業（営業担当）	・店舗の空室が増えており、単価の高い繁華街でも1階店舗の空室が増えている。
×	化学工業（管理担当）	・米国の政策による影響で悪くなる。
×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・食料品や日用品価格の上昇が、その他の商品に対する需要を圧迫している。
×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・産業構造の転換が必要である。

雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・ 正規雇用、非正規雇用共に、賃上げの動きが出始めており、政府の消費活性化策もある程度は効果が出そうである。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・ 建設現場では、熱中症の予防が義務化される。労働者の安全確保に伴う交代要員が必要となるため、求人数の増加が予想される。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・ 年末に向けて年末調整の業務が増える見込みである。ちょうど大阪・関西万博で稼働中のスタッフが、閉幕後は大量に職探しを始めるため、人材の確保がしやすくなる。
	□	人材派遣会社（支店長）	・ 下半期に向けて採用数が増えてくれればよいが、不透明感が強い。
	□	人材派遣会社（管理担当）	・ 大阪・関西万博の開催中は、求人条件にマッチする人材は万博で就労しているため、応募や採用は増えにくい。
	□	求人情報誌製作会社（営業担当）	・ 当業界の景気は、2～3か月の短期間では変動しにくい。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 第2四半期の関西企業からの新聞広告、デジタル広告の出稿は、特に変わらない動きが見込まれる。
	□	職業安定所（職員）	・ 景気が悪いと答える企業は少ないが、人手不足や後継者難、従業員の高齢化などの問題が続いているほか、米国の関税引上げによる影響も引き続き懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・ 米国の関税引上げによる影響が、一部の業種から出始めるなど、不透明感が強まっている。ただし、現時点で求人数の動きに変化はみられない。
	□	職業安定所（職員）	・ 今後2～3か月で物価が安定する可能性は低い。
	□	職業安定所（職員）	・ 企業の手不足感が強いなか、物価の上昇が雇用と与える影響は未知数である。求人数が増加傾向で、求職者数は減少傾向にあるが、就職件数や充足数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）	・ 7月にもインターンシップのイベントが開催されるが、来場数は6月よりも減少する見込みである。出展企業をみても、大手企業よりも中堅から中小企業など、やや知名度の低い企業が多く、やや落ち着いたイベントになりそうである。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・ 人手不足の影響で求人市場は活発に動いており、待遇の改善を行う業界や企業がある一方、全く変わらない企業も多い。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・ 米国の輸入関税や中東情勢の先行きが不透明であり、身の回りの景気が良くなるかどうかは判断しにくい。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・ 労働者1人当たりの賃金を上げるような政策が求められる。かつての年収の壁をめぐる合意が、次の参議院選挙の結果でどう変わるのかが注目される。また、若年層への求人意欲は旺盛であるものの、賃金よりも休みを優先するような求人募集も目立つなか、景気が良くなるまでには至らない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・ 世界情勢の不透明感を警戒する声が多い。人材募集のための求人動向が弱いなど、企業は積極的な動きをとりにくくなっている。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・ 事務関係の求人が少なくなっているが、変わらず事務を希望する求職者が多いため、今後も働きたくても働けない求職者が発生する可能性がある。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・ 7月からお盆の前までは、夏枯れの時期となる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ 米価格の高騰を始めとする、物価上昇への根本的な対策が講じられていない。消費者の負担は増えるばかりであり、先行きには期待できない。
	×	—	—