

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)	◎	＊	＊
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・9月以降の予約が増えつつある。
	○	百貨店（販促担当）	・参議院選挙が終わったほか、米国による関税問題もひとまず落ち着き、株価も安定しているため、富裕層の動きの活発化が期待できる。不確定要素がなくなり、消費への興味が戻るタイミングとなるため、高額品の販売会などの仕掛けを強化したい。一方、日用品には大きな変化がなく、秋の気温の推移に注意しながら商品展開を考えていく。
	○	百貨店（外商担当）	・世界の政情不安のほか、国内でも政治の不安定さが懸念されるものの、全体的には株価の上昇が続いて富裕層の消費意欲が刺激されることで、高額品を中心とした商品が売れ、売上全体が押し上げられる。
	○	百貨店（マネージャー）	・現状が余り良くない理由の1つはインバウンドであり、大地震の予言が異常な広がりを見せ、中華圏からの訪日客が明らかに減少している。特に顕著なのは香港からであり、前年比では8割の減少となった。理由の2つ目は国内客の停滞であり、政情不安もあって消費意欲が低い。前年の売上の維持が精一杯であるが、インバウンドの減速は1～2か月後には解消されるため、今後はやや良くなると予想される。
	○	スーパー（企画担当）	・夏休みやお盆の時期的な催事により、年間を通して売上が伸びる時期となり、鮮魚や総菜の需要が増える。盛夏商材や米の需要も高止まり状態となっているため、売上の増加につながりそうである。ただし、猛暑の影響による野菜相場の高騰が懸念される。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数は今の高水準を維持できそうであるほか、更なる値上げが続くため、客単価の上昇も期待できる。
	○	コンビニ（経営者）	・当地域では、秋祭りの時期が人出の増えるピークとなる。
	○	コンビニ（店員）	・現状は、日中の暑さなどで外出を控えている可能性もあるが、夏休みは再び忙しさが戻ると予想される。
	○	コンビニ（店員）	・来月までは夏休みの影響で、域外からの客の来店が多くなる。
	○	乗用車販売店（支店長）	・年末にかけて株式市場は更に活況となり、富裕層の資産が増えることで、消費意欲が高まることが予想される。
	○	乗用車販売店（役員）	・米国の関税問題も落ち着き、株価も上昇しているため、富裕層の購買に期待が持てそうである。ただし、一部の消費者に対する恩恵にとどまる一方、人口の減少や物価上昇といった問題は続くため、大幅な販売台数の増加は見込めない。
	○	一般レストラン（経営者）	・3か月後には暑さが和らぐため、人通りが戻ってくる。
	○	都市型ホテル（フロント）	・まだ大阪・関西万博の開催中であり、特に9月は企業の研修旅行も多く、問合せも増えている。11月も紅葉シーズンとなるため、稼働率、単価共に高い水準が維持できると予想される。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・9月以降の予約は前年を少し上回るペースで推移している。特に、Web経由の予約が比較的好調に取り込めている。
	○	タクシー運転手	・酷暑が続くことから、現状維持が予想される。
	○	タクシー運転手	・大阪・関西万博の影響や、暑さがしばらく続くため、気温との兼ね合いもあるが、タクシーの需要は増える。
	○	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅価格の高騰を背景に、最近は中間層よりも資金の潤沢なシニア層の成約が増加傾向にあり、今後もこの傾向は続くと言われる。
	○	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・参議院選挙の結果、政治が良い方向に向かい、減税でサラリーマンの手取りの増加が期待できる。
	□	商店街（代表者）	・業種に限らず、低価格商品の動きが良い。
	□	一般小売店〔手ぬぐい〕（経営者）	・引き続き、大阪・関西万博による需要が出てくる。
	□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・この暑さで業績は伸びないが、お盆に向けて、多少の販売量の増加が期待できる。

☐	百貨店（売場主任）	・社会情勢や景気の先行きが不透明で、客も消費に慎重な姿勢になっている。
☐	百貨店（企画担当）	・米国の関税による影響は不透明であるが、円安傾向で免税売上が少し回復しそうなほか、直近の株価の上昇で、高額品の売上には少しプラスの影響が出る可能性がある。
☐	百貨店（企画担当）	・米国の関税引下げの報道後は、株価は上昇したものの、必ずしも関税の引下げ合意が実行されるとは限らない。少なくとも、現状よりも良くなる要素は見当たらない。
☐	百貨店（広報担当）	・8月以降は免税売上が前年比でやや回復する見込みであるが、国内客の消費マインドには余り変化はないと予想される。
☐	百貨店（サービス担当）	・前年に好調であったインバウンドが、その反動で前年割れとなる傾向は続くと思われる。一方、大阪・関西万博関連商品の売場は後半を迎え、インバウンドによるリバウンドの動きや、夏休みの家族客の増加による売上の拡大が期待される。
☐	百貨店（管理担当）	・大阪・関西万博が終了を迎える10月までは、好調が続くことを期待したい。
☐	百貨店（販売推進担当）	・大阪・関西万博も閉幕するため、今よりも景気が上向く要素が見当たらない。
☐	百貨店（マネージャー）	・インバウンド消費が減少し、国内客の中間層や富裕層の消費が現状維持となることで、全体で微減となる傾向に変化はない。来客数は横ばいであるが、国内客の中間層による低価格志向が続くなか、購買量の減少による客単価の低下への対応が必要となる。また、新たなイベントによる集客の増加も今後のポイントとなる。
☐	百貨店（営業推進担当）	・改善する要素が余りない。前年のような厳しい残暑とならず、秋らしい季節の到来が早まれば、多少の改善が見込まれる。
☐	百貨店（外商担当）	・インバウンドの売上は高止まりの状況が続くそうであるが、国内客の動向には不安材料がみられる。今後は、気候や物価上昇の影響だけではなく、複雑な動きとなることが予想される。
☐	百貨店（マネージャー）	・異常な暑さで米の収穫量に影響が出るようであれば、食費の節約が続く恐れもある。また、9月、10月も暑さが続く予想であり、秋らしい期間が短くなるのはマイナスと考えられる。一方、大阪・関西万博が終了すれば、そちらに向かっていった消費が少し戻るという期待はある。
☐	百貨店（宣伝担当）	・一部の富裕層を除き、売上の大部分を担う国内中間層の売上が落ち込んでいる。消費に対する価値観も変わり、これまで起爆剤となっていた優待や値引きによる売上効果が得にくくなっている。現在取り組んでいる施策の効果が出てくるまでは、苦戦が続くと予想される。
☐	百貨店（売場マネージャー）	・猛暑による外出の自粛が続き、国内外の情勢も不安定ななか、依然として先行きは不透明であり、大きな変化はないと予想される。
☐	百貨店（売場統括）	・米国の関税引下げにより、富裕層の売上は好調を維持するものの、インバウンドの売上は円安が大幅に進まない限り、前年の3～7月頃の水準には戻らない。
☐	スーパー（店長）	・食品の値上げ傾向は変わらず、米国の関税に対する懸念も払拭できていないため、消費者の生活防衛姿勢は続く。
☐	スーパー（店長）	・手取り収入が増えなければ、消費は増えないが、収入の増える要素が見当たらない。
☐	スーパー（店長）	・物価の上昇が抑制されるか、それを吸収するだけの収入の増加がなければ、回復に向かうことはない。
☐	スーパー（企画担当）	・競合先の出店予定もなく、現状のままと予想される。
☐	スーパー（経理担当）	・猛暑や雨不足、台風の到来といった天候要因により、農産物を中心とした物価に大きな影響が出そうである。少なくとも物価の下がる要素は少なく、食費やレジャー代などの節約意識は強まるとみられる。
☐	スーパー（企画）	・食料品価格だけではなく、物価全体が上がっており、消費環境が厳しいことには変わりはない。また、酷暑によるエアコンの使用が増えており、各家庭では電気料金が高くなると予想され、その影響が出ることを心配している。

☐	スーパー（企画）	・ 8 月は新米の動きもなく、現状のまま推移すると予想される。
☐	コンビニ（経営者）	・ 大阪・関西万博が10月13日まで開催され、今後は終盤に入るため、来客数が増える。暑さが落ち着けば販売量は少し落ちてくるが、来客数の増加でカバーできる見通しである。
☐	コンビニ（経営者）	・ 物価上昇の影響が続いているため、先行きが心配である。
☐	コンビニ（経営者）	・ 物価の上昇もあるが、必要最低限の消費はあると予想されるため、特に大きな変化はない。
☐	コンビニ（店員）	・ 大阪・関西万博が終わるまでは、外国人客の増加が続く。
☐	コンビニ（店員）	・ 物価がどんどん上がる一方、賃金は変わらないという状況のなかで、景気の回復はあり得ない。
☐	コンビニ（店員）	・ 地域の高齢者が多く来店しているが、年金生活者には長引く物価上昇が痛手となっている。また、国内政治や海外情勢への不安を口にするなど、不安感が広がっている。
☐	衣料品専門店（店長）	・ 引き続き、物価の上昇や米国との通商交渉は先行きの不安が拭えない。また、参議院選挙の結果による影響が不透明なため、先行きが懸念される。
☐	衣料品専門店（店員）	・ 年々、夏の気温の高い時期が長期化している。秋物商材が徐々に入ってきているが、それほど動いていないため、現状からは変化がないと予想される。
☐	衣料品専門店（販売担当）	・ 物価上昇の影響で、衣料品を買う人が減っている。
☐	家電量販店（経営者）	・ 一定の補助金効果が続くものの、景気を押し上げるまでの効果は期待できない。
☐	家電量販店（営業担当）	・ 当社への直接的な影響はないが、大阪・関西万博の開催中はインバウンド需要も増えるため、しばらくはにぎやかとなる。
☐	乗用車販売店（経営者）	・ 新車の販売が余り良くなく、車検の予約も入ってこない。また、この暑さで仕事の効率も落ちている。
☐	乗用車販売店（経営者）	・ 仕入れも弱気で、設備投資も弱気であるほか、販売も弱腰となっている。
☐	乗用車販売店（営業担当）	・ 米国による関税問題や物価の上昇で、商品価格が不安定なこともあり、様子見の動きが続いている。
☐	乗用車販売店（販売担当）	・ 働く世代の賃金が上昇しなければ、販売量が大幅に増えることはない。
☐	乗用車販売店（販売担当）	・ 販売台数は安定しているため、今後も現状の動きが続く。
☐	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・ 季節商材の売上は伸びる一方、その他の商材の売上は現状維持となる。ただし、大阪・関西万博への来場に伴う、インバウンドの来店は増えると予想される。
☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・ 米国の関税問題は一旦決着したが、今後の政局運営には不確定要素が多い。景気の予測は難しいものの、大きく景況感が変わることはないと予想される。
☐	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・ 夏物商材やスキンケア、ボディケア用品の動きは順調であるが、季節商材を除くと全体的に横ばいが続いている。食品などの生活必需品は好調に推移している一方、食品の値上げも続いているなかで、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）	・ 季節の変わり目となるため、今の状態が続くと期待される。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・ 政治の動きが不安定なほか、物価の上昇や米国の関税問題による先行き不安や、天候不順もあり、積極的な消費にはつながらない。
☐	高級レストラン（スタッフ）	・ この猛暑が落ち着くまでは、人の流れは期待できない。
☐	高級レストラン（企画）	・ 大阪・関西万博の開催効果は一部のエリアに限定されており、国内旅行の需要の増加が業績の改善にはつながらっていない。また、インバウンド需要も前年比で低迷しているなど、改善の兆しがみられない。
☐	一般レストラン（経営者）	・ 米国の関税問題に振り回されている状況では、景気の回復に不安要素が残る。また、猛暑の影響で仕入価格の上昇が予想されるため、景気が良くなる期待は薄い。
☐	一般レストラン（企画）	・ 米国の関税が日本に与える影響が不透明なほか、参議院選挙を終えて、減税問題がどうなるのかも見通せないなかで、経営環境は更に厳しくなると予想される。

□	観光型ホテル（経営者）	・政治が不安定となり、目立った経済政策もないなかで、物価の上昇が消費者の生活を困窮させている。
□	観光型ホテル（経営者）	・8月は個人客が中心であり、例年よりも少し厳しい状況となる。ただし、9月、10月は再び大阪・関西万博への来場目的の団体客が増えるため、来客数は伸びることが予想される。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・海外からの団体客や個人客の需要で来客数は増えているが、単価の上昇は見込めない。国内の個人客によるイベント利用も例年並みに受注できているが、酷暑で利用が減少する動きもみられる。レストランはバスツアーでのランチ予約で、収入が伸びている。
□	都市型ホテル（客室担当）	・大阪・関西万博の閉幕による影響が懸念される。
□	都市型ホテル（管理担当）	・政権の動向など、今後は良くなる材料がほとんどない。
□	旅行代理店（支店長）	・大阪・関西万博が終わるまでは、状況は変わらない。
□	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	・現状からの更なる上昇は期待できない。米国の関税問題のほか、国内外の情勢がまだ不安定ななか、消費意欲が高まらないため、金相場が上昇しても、その効果が相殺される可能性がある。
□	通信会社（営業担当）	・例年この時期は客の動きが鈍いため、今後も例年どおりの動きが予想される。
□	観光名所（企画担当）	・大阪・関西万博の終了までは、国内客の減少が続くと予想され、終了後の増加に期待している。
□	遊園地（経営者）	・参議院選挙の結果を受けて、経済対策などの先行きが不透明となっている。2～3か月で大きく景気が後退することはないものの、少なくともプラス材料は見当たらない。
□	競艇場（職員）	・賃上げなどのプラス材料と、物価上昇や社会情勢の不安定化というマイナス材料があり、どちらの影響が大きくなるかの見極めは難しい。
□	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・販売量はここ数か月で大きな変化はなく、人件費や物価の上昇はあるものの、利用料をすぐに上げることはできない。経費の削減努力によって、売上が維持されている状況である。
□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・夏休み期間中となり、8月にはプロ野球の人気球団の試合が5試合開催されるほか、多くのコンサートも開催されるため、前年並みの来場者が見込まれる。
□	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・関西万博が終わるまでは、厳しい状況が続くと予想される。
□	住宅販売会社（経営者）	・仕入原価が落ち着いてくれば、価格転嫁も可能になると予想される。
□	住宅販売会社（従業員）	・都心部は、オフィスやホテル、共同住宅など、様々な物件の動きが好調であり、各社が新規開発に積極的な状況がしばらく続く。
□	住宅販売会社（総務担当）	・住宅販売が好転する材料は見当たらないが、金利が下がれば少し期待が持てる。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・世界経済の先行きは不透明であるものの、大きく崩れる要素はみられない。建築コストの高止まりや、今後の更なる上昇予想を考えると、価格が下がる可能性は低いとの見方が多い。
▲	商店街（経営者）	・連日の暑さで客足が減少している。
▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・食料品を始め、あらゆる物価が徐々に上がり、客からは生活が厳しいとの話が出ている。米の価格は先行きが不透明で、先が読めない一因にもなっている。業界にヒット商品はあるが、販売ルートは限られているため手が出せない。2～3か月先も淡々と過ごすしかなく、期待はできない。
▲	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・購買意欲の戻る要素は、引き続き見当たらない。好調な商品はセールスプロモーションがうまくいった場合に限られ、高輝度系の化粧品は成長が見込めない。10月から販売を予定しているクリスマスコフレの単価は、前年よりも少し下がっているため、来客数を増やさない限り、厳しくなると予想される。

▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・この先も物価は上昇する見込みであるが、実質賃金が上がらなければ、景気はますます悪くなる。それと同時に、世界の社会経済情勢が不安定ななか、先行きを楽観視できる要素は何もない。
▲	一般小売店〔雑貨〕（店長）	・物価が上昇しても、賃金は上がらない。
▲	一般小売店〔野菜〕（店長）	・日本が混迷の時代に入りそうで、先行きは不透明であるが、良くなる要素はない。
▲	一般小売店〔呉服〕（店員）	・お盆を過ぎると浴衣が売れなくなる。これだけの暑さのため、着物を着る人が減少する。
▲	百貨店（商品担当）	・米国の利下げ見通しは不透明ななか、今後は円高傾向も予想され、インバウンド売上は厳しい状況が予想される。唯一好調な食料品の催事による集客を、全館の買い回りにつなげる戦略に注力したい。ただし、大阪・関西万博の終了後は関連の売上もなくなるため、更なる売上の減少が予想される。
▲	百貨店（商品担当）	・国内の政治問題や米国の関税問題など、国内外の不安定な状況が落ち着くまでは、回復はしないと予想される。
▲	スーパー（経営者）	・全体的な物価の上昇で、客の消費が落ち込んでいる。
▲	スーパー（店員）	・今後は北海道産の商品が多くなる時期であるが、北海道も暑くなれば入荷数が減ることから、状況は非常に厳しくなる。
▲	スーパー（販売促進担当）	・米国の関税による影響がどこまで出るかは読めないが、景気の先行き不透明感で財布のひもが固くなることが懸念される。
▲	スーパー（開発担当）	・有効な景気対策の効果がなく、参議院選挙で政権政党が議席を減らした。これで景気が良くなるとは考えられず、新たな政策の提示が求められる。
▲	スーパー（社員）	・客の節約志向の高まりによる、ディスカウントストアや低価格店舗への客の流出は、当面続くことが予想される。
▲	家電量販店（店員）	・政府の対策が具体的に動かなければ、消費者の不安だけが高まり、景気が上向かない。特に消費税率の見直しが急務とみられる。
▲	家電量販店（店員）	・例年と比べると、エアコンは北海道以外では売れておらず、今後は時期的に更に売れなくなる。2027年問題を客に伝えても、マスメディアで大々的に取り上げられなければ、客の買換え意欲は高まらない。
▲	家電量販店（人事担当）	・猛暑日が続くことで、日中に外を歩く機会の減少が懸念される。また、猛暑に必要な家電は既に購入済みのため、今後の売上にも期待できない。
▲	乗用車販売店（経営者）	・米国の関税による悪影響が出る。
▲	その他専門店〔食品〕（経営者）	・物価上昇の影響で、全体的な消費量の落ち込みが予想される。価格が更に上がる商品も多いため、今後は更に悪くなることが懸念される。
▲	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・地金相場の上昇傾向が続くなか、在庫品が売れた際に、同じレベルの商品の仕入れが難しくなっている。
▲	一般レストラン（店員）	・何もかもが値上がりし、所得が増える見込みもないため、外食に行く客は減少する。
▲	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	・10月までは天候による悪影響が予想される。
▲	観光型旅館（経営者）	・物価の上昇に加え、今夏の日照りの影響による農作物への影響が危ぶまれる。また漁業関係でも、この暑さで魚が獲れなくなっている。
▲	観光型旅館（経営者）	・予約状況が非常に悪い。
▲	旅行代理店（従業員）	・政局の混迷による悪影響が出る。
▲	旅行代理店（支店長）	・大阪・関西万博終了後の客の旅行マインドについては、万博疲れで外出を控える傾向となることが危惧される。実際に、秋以降の旅行の申込みは停滞気味である。
▲	旅行代理店（役員）	・参議院選挙の結果を受け、政治不安は今後も続くと予想される。毎月のような食品を中心とした値上げも続く見込みであり、レジャー向けの予算はますます減少すると予想される。
▲	通信会社（経営者）	・円安傾向の継続が予想される。
▲	通信会社（社員）	・キャリア契約者の純減が止まらない。他社からの乗換えを強化しても、他社への転出が増えている。

	▲	通信会社（役員）	・前年比で販売量が減少傾向にある。サービスを含む多くの品目が値上げとなり、客の購買意欲の低下が進んでいる。
	▲	ゴルフ場（支配人）	・予約状況や来場者の入込状況は徐々に悪化している。物価の上昇に対し、単価の引上げはなかなか難しいため、今後も徐々に悪くなることが予想される。
	▲	競輪場（職員）	・例年の傾向からやや悪くなると予想され、これを覆すような要素は見当たらない。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・夏休みであるにもかかわらず、思ったほど新規入会の動きがみられない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・現政権に関する動きにより、景気の一時的な停滞や鈍化が予想される。
	▲	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）	・米国の関税問題や物価上昇の影響で、消費が減っていくと予想される。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・政局の不安定化による悪影響が出る。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	・参議院選挙が終わったが、政策が進むようにはみえず、期待感やスピード感はない。具体的で迅速な対応が必要な時期に停滞感が広がっており、消費者が安心できる情報発信もなされていない。
	×	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	・大阪・関西万博の終了後は、売上の減少が予想される。
	×	百貨店（売場主任）	・食料品の売上で前年を大きく上回っているのは、米売場のみである。銘柄米の単価は高止まりしたままであり、備蓄米の食味の悪さもあって、客は戻ってきている。ただし、米価格の高騰がその他の商品の買い控えにつながっており、全体的な売上の底上げには程遠い。
	×	衣料品専門店（経営者）	・婦人服は、旅行に行ったり友達に会ったりという目的で購入されるため、今は余裕がなく、目的となる行動を控えている人が多く売れない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価上昇対策で減税や給付金の議論が続いているが、価格の上昇傾向は続く予想されるため、消費マインドが改善する要素は見当たらない。
	×	家電量販店（店員）	・限られた需要のなかで、競合他社も店舗の新設などを進めていることで、更なる客離れの動きが懸念される。当面は価格の安さが最優先である以上、ある程度の薄利多売は覚悟した対応が求められる。
	×	家電量販店（企画担当）	・これだけ酷暑が続けば、日中に外出せず、耐久消費財の買い回りがなくなるため、壊れるなどの必要性がなければ家電の購入には至らない。また、住宅設備や水回りなどのリフォーム関連も同様である。
	×	住関連専門店（店長）	・コストアップに耐えかねて販売価格を改定したが、その後は売行きが鈍化した。客の様子をみると購買に意識が向かっておらず、最初から買うつもりのない来店も増えている。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価上昇による影響のほか、社会保険料の負担が大き過ぎる。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・毎年、夏は注文が減少する傾向があり、今年も8月の受注量は通常月の半分程度となるなど、売上、利益共に減少している。2～3か月後はまた平常に戻ることが予想され、従来の商品に加えて、新たな品目の開発を目指している。
	○	食料品製造業（従業員）	・他社の販売価格も少しずつ上がっており、このまま価格を維持できるかどうかで売上は変わる。他社も同じ状況であり、しばらくは大幅な値引きもないため、少し良くなってくる。
	○	食料品製造業（営業担当）	・しばらくは猛暑日が続き、残暑も厳しくなりそうなため、飲料の売上はやや良くなる。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・大阪・関西万博が終了する頃に、若干の駆け込み需要が発生すると予想している。
	○	化学工業（企画担当）	・夏の消費低迷期であるが、米価格の高騰の影響もあり、パン類の消費は高水準となっている。さらに、米の代替需要で袋麺の売上も伸びたことから、販売量は例年ほど減少していない。
	○	金属製品製造業（経営者）	・まだ不透明な部分は多いが、米国による自動車の関税問題が決着したため、今後の計画が立てやすくなり、荷動きも良くなる。

○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・気温が下がってくるほか、9月の異動時期の到来などで、やや良くなる。
○	金融業（営業担当）	・今後の政策次第ではあるが、消費税の減税が鍵となる。
○	広告代理店（営業担当）	・例年、10月以降は広告の予算消化で需要が増える。
□	食料品製造業（管理担当）	・大阪・関西万博が終わるまでは、このまま順調に推移する見込みである。
□	繊維工業（総務担当）	・和装への需要が減っているわけではないが、値下げ競争が激しく、経費分の利益が確保できなくなりつつある。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・このところは同じような動きが続いており、今後も継続する見込みである。
□	化学工業（経営者）	・一時期の悪い状況は脱したが、景気回復に力強さはなく、現状維持が続くと予想される。
□	化学工業（製造担当）	・収入と支出のバランスに変化はないと予想される。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・当社の売上は現状維持を続けており、先行きの見通しも暗くないが、全体的に2～3か月では変化がないと予想される。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・米国の関税は引下げとなったものの、大きな景気の回復材料にはならない。相変わらず物価の上昇が続くなか、景気の基調は変わらないと予想される。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・現在の景気の低迷が、数か月で改善することはない。
□	一般機械器具製造業（設計担当）	・消費者が物価上昇に対応した購買動向となり、企業との間で微妙なバランスを保っている。ただし、今後は農産物の収穫量次第で、下振れとなる可能性はある。
□	電気機械器具製造業（経理担当）	・今期に入ってから、おおむね順調といえるペースが続いている。ただし、業界ごとの動きの違いは大きく、一概に楽観はできない。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・先行きの不透明感が拭えない。
□	建設業（経営者）	・米国の関税引上げによる、建設資材価格の高騰や不足が心配である。今後の動向を注視しながら対応を検討していく。
□	建設業（経営者）	・酷暑の影響もあり、需要が増えにくいと予想される。また、建設現場での施工も効率下がっているため、売上にも悪影響が出る。
□	輸送業（商品管理担当）	・例年は酒の売上が伸びる時期であるが、今年は変化がないため、今後も良くなる見込みがない。
□	輸送業（営業担当）	・客を引き付けるようなキャンペーンもないため、売上は横ばいとなる。
□	金融業〔保険〕（経営者）	・米国による関税問題や国内での政治不安により、不安定な状況が続くとみられる。
□	金融業（営業担当）	・取引先に受注状況を確認しても、増加するといった良い話はない。
□	司法書士	・物価上昇の継続や米国の関税問題など、良くなる要素が見当たらない。
□	経営コンサルタント	・大阪・関西万博が終了すれば、一旦、過度なインバウンドの動きは落ち着くが、中長期的にはインバウンドがもたらす好景気は続きそうである。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・特に大きく変わる要素がない。
□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・大阪・関西万博もいよいよ閉幕に近づき、来場者の動きがピークを迎える一方、物価は相変わらず高い状態のままであるため、政府の物価高対策に期待したい。
▲	化学工業（管理担当）	・米国の関税による影響が警戒される。
▲	建設業（経営者）	・住宅省エネ基準の強化の影響でコストが更に上がり、住宅営業は厳しい状況が予想される。また、異常な暑さで施工効率は悪化するため、工期の遅れが懸念される。
▲	通信業（管理担当）	・米の価格は、備蓄米の流通によって下がる傾向となるものの、気温の上昇による野菜価格の高騰に加え、卵などの価格も高騰することで、景気は悪くなる。
▲	不動産業（営業担当）	・繁華街での店舗の撤退が続いている。今後ますます実店舗の存在価値が薄れることで、店舗の空室率が上がる。不動産関連の景気が悪化することで、当市全体の景気も悪化していく。

	×	その他製造業〔履物〕 （団体職員）	・インフレの慢性化に伴い、消費者の財布のひもが固くなっている。
	×	輸送業（経営者）	・現状に加えて、更なる契約打ち切りの話が出ている。取引先は、経費の削減は配送費を減らすしか手段はないと考えている。
	×	輸送業（営業担当）	・お中元の荷物が前年の2割減と、過去最低の数量となっている。
	×	金融業〔投資運用業〕 （代表）	・経済を上向きに引き上げられなければ、このまま消費者の困窮状態は終わらない。一般の消費者と大手企業の景況感が反比例していることが残念である。
	×	その他非製造業〔電気業〕 （営業担当）	・物価高対策が進んでおらず、今後の見通しが立たない。
雇用 関連 （近畿）	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・賃上げ効果が徐々に始まるほか、好条件での転職志向が強まり、求職者の動きが更に活発化していくと予想される。
	○	人材派遣会社（支店長）	・米国による関税が15%に落ち着き、先送りになっていた案件が決まり始める。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・広告出稿の見込みでは、大阪・関西万博関連の出稿やプロモーションの引き合いがあり、前年比、前期比共にプラスとなりそうである。
	○	職業安定所（職員）	・求人数がやや増加傾向にある。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・徐々に求人数が回復するほか、求職者も大阪・関西万博での就業者が閉幕後はフリーになるため、増えることが予想される。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・2026年卒採用の苦戦を受けて、秋冬以降のインターンシップやオープンカンパニーの広報に力を入れる企業が増えると予想され、イベント出展の増加が期待できる。
	□	人材派遣会社（管理担当）	・大阪・関西万博の終了までは、比較的良好な人材が万博に集中するため、現在のような状況が続く。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・米国による関税問題の影響で、求人をつめらう企業が多く、求人の動きに影響が出ている。国内で事業を行っている企業には大きな影響もなく、求人数は確保できているものの、募集時給の上昇はみられない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・大阪・関西万博の閉幕後、万博での就業者が新たな仕事を探す予想されるが、求人条件と合うかどうかは不透明である。
	□	求人情報誌製作会社（営業担当）	・短期的に景気に変化することはない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・参議院選挙が終わって政治にも動きが予想されるが、短期的に大きな変化はない。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数は減少傾向にある一方、有効求職者数は微増となっている。人手不足や物価の上昇が、引き続き企業経営に悪影響を与えており、持ち直しの動きには依然として弱さがみられる。
	□	職業安定所（職員）	・大きな求人数の変動は見受けられないため、今月ほど悪くはならない。
	□	職業安定所（職員）	・企業の人手不足感が強いなか、物価の上昇が雇用に与える影響は未知数である。求人数は増加傾向にあり、求職者数は減少傾向にあるが、おおむね就職件数や充足数に大きな変化はないと予想している。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・建設現場の増減は少なく、求人数も変わらないと予想される。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・医療機関も、雇用が充足することで業績の安定につながると予想される。人材不足を背景とした売手市場の状況は、若年層の就職活動にとって悪くはないが、雇用の充足が業界全体に広がるような政策が望まれる。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・米国の関税による先行きの不透明感から、人材の募集や設備投資をつめらう動きが出ている。今後は米国の関税問題の方向性がみえてきたことから、これまでの様子見の状況から、具体的な対応の動きが出てくると予想される。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・米国の関税問題で、中小企業の業績も厳しくなることが予想される。また、大手企業と異なり、賃上げできずに採用に苦戦している状況のため、将来的にも厳しくなる。
	×	—	—