

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	景気の状態判断	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)	◎	百貨店（サービス担当）	来客数の動き	・今月も催事イベントのほか、食料品や総菜売場の改装効果で、来客数が約10%増となった。婦人服の初夏物商材やインバウンド需要も堅調で、売上は好調に推移している。
	◎	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月は天候や気候が良く、夏物商材の購買が活発化している。暑さ対応の機能商材の人气が特に高く、好調に推移している。食品に関しても、さっぱりとした総菜などの人气が高まっている。
	◎	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・売上の推移は全体的に好調であるが、特にシールやカプセルトイなどの文具やホビー関連が売上に大きく貢献している。前年の大阪・関西万博の開催は、当店のような地方店には悪影響を及ぼしていた可能性もあり、今月の売上は前年比で約5%増加している。
	◎	家電量販店（店員）	販売量の動き	・新たな省エネ基準に関する報道が増え、エアコンが爆発的に売れている。10年や15年ぶりに買換えにきた客が、今のモデルが高額なことに驚きつつも、リビング向けには高単価モデルを購入している。
	◎	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・エアコンの新たな省エネ基準に加え、5月にもかかわらず夏日の日が出てきたことで、エアコンの販売が急拡大している。
	◎	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・新たな省エネ基準について繰り返し報道され、消費者の関心が高まっている。それに伴い、エアコンの販売量が大幅に伸びている。
	○	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	単価の動き	・5月はゴールデンウィークが順調な動きとなり、月前半の売上は前年比で105%と伸びた。前年がやや苦戦した反動とはいえ、基礎的な商材の販売が順調に伸びたほか、ギフト関連もフレグランスやボディケアが伸びたことで、回復傾向となった。来客数は95%と苦戦したものの、客単価が108%と好調であり、売上の増加につながった。客単価が好調な要因は、値上げによる影響のほか、接客の強化によるセット購入率のアップであるが、値上げは来客数の減少要因でもあり、今後は低単価志向の動きが広がると予想される。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・25日現在で、インバウンド売上は前年比で4%程度増えている。中国からのインバウンドの売上は前年を10%近く下回っているが、それ以外の国の売上が大きく増えている。国内売上も、株価の上昇を背景として、高額品を中心に売行き好調である。
	○	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・5月はあらゆる分野で前年の売上を上回る勢いである。特に、国内客の売上は前年比で1割増と好調に推移している。インバウンドも中国からの動きは依然として前年を大きく下回っているが、中国を含めた海外の富裕層の売上が引き続き好調で、免税売上は前年を上回る見込みである。
	○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数は前年を大きく上回り、国内客、インバウンド共に、消費は堅調に推移している。株高や円安傾向が続いている影響が大きい。
	○	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・4月後半から来客数が増加傾向となり、衣料品関連の動きは良くなっている。食料品も安定的に前年の実績を上回っている。
	○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・近隣の商業エリアに新店舗の開業が相次ぎ、エリア周辺への来客数の増加につながっている。
	○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・中東情勢の影響や物価上昇が続くなか、今月の販売は鈍くなると予想していたが、意外に動きが良く、前年比でもプラスで推移している。
	○	スーパー（店員）	販売量の動き	・天候が落ち着いた影響で、野菜の価格も下がったため、売行きは良かった。ただし、気温が高いために春野菜の季節がすぐに終わり、残念がる客も多くみられる。
○	スーパー（企画）	来客数の動き	・気温が高めであることもあり、直近の2か月間よりも、来客数が前年比で2～3%回復している。	

○	コンビニ (店員)	来客数の動き	・気候の良い時期であり、インバウンドも少し増えた。近隣の学校でも運動会などが開催されたため、休日の来客数も増えている。
○	コンビニ (店員)	来客数の動き	・少し暑くなったため、冷たい商品が売れている。
○	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・3か月前や前年と比べて、来客数、単価共に少し改善している。
○	衣料品専門店 (店員)	単価の動き	・物価は上昇しているが、期間限定セールや割引などのイベントを行っているため、売上等はある程度確保できている。
○	家電量販店 (店員)	来客数の動き	・新たな省エネ基準の導入に伴い、消費者の動きが活発であり、過去にない売上となっている。特に、エアコンの売上は前年の約3倍近い水準に伸びている。
○	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・直営店のカフェは、欧米からのインバウンドの来客数が増えている。卸売でも各取引先からの注文数が堅調となっている。
○	一般レストラン (企画)	販売量の動き	・年初以来、販売量は徐々に回復しており、来客数も4か月ぶりに前年を上回る水準となっている。
○	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・今月はゴールデンウィークの日並びも良く、例年以上に販売量が多かった。また、団体客の受注も順調であるなど、個人客、団体客共に好調となっている。
○	通信会社 (社員)	販売量の動き	・前年と比較して申込件数が10%弱増加しており、追加オプションの契約数も増加傾向にある。
○	競輪場 (職員)	単価の動き	・今月の客単価は9005円で、3か月前の8690円よりも上がっている。
○	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	販売量の動き	・リニューアル工事の受注が好調で、工事待ちのオーダーが200件を超え、対応できない状況になっている。人手不足が解消されない状態のなか、暇とは無縁の日々が続いている。
□	一般小売店 [時計] (経営者)	販売量の動き	・売上だけをみると3か月前と変わらず、まずまずの水準となった。ただし、来客数は明らかに減少している。実際にゴールデンウィークを含めて、来客のない日が数日あった。販売量と来客数のバランスが取れておらず、お金を使う人と、節約せざるを得ない人の格差が広がっている。
□	一般小売店 [野菜] (店長)	お客様の様子	・無駄な買物がなく、価格の低い商品を中心に売れている。
□	一般小売店 [菓子] (営業担当)	それ以外	・ナフサ問題の影響で、価格の上昇に加え、資材が入手困難な状況となっている。売上などにも影響が出るため、先行きが不安である。
□	百貨店 (販売推進担当)	来客数の動き	・若年層に合った内装への改装を行った結果、来客数が2けた増となったほか、月後半には株価の上昇もあって美術品などに動きがみられた。ただし、主要な客は微減となった結果、全体的には余り変化がみられない。
□	百貨店 (マネージャー)	お客様の様子	・引き続き、国内の中間層の動きは堅調で、富裕層とインバウンドも好調を維持している。気温の上昇で暑さ対策商材が好調に動き出し、化粧品や婦人用品の動きが良い。特選品や時計などの値上げもあるが、全体的に客単価が大幅に上昇し、来客数の減少をカバーしており、売上の2けた増が続いている。
□	百貨店 (外商担当)	販売量の動き	・海外ブランド品の価格改定が続いており、値上げ前の駆け込み需要が活発になっている。どれも高額品が多いブランドであるにもかかわらず、値上げが続いている。インバウンド売上も中国は減少しているものの、欧州や東南アジアは増えており、中国の減少を補っている。
□	百貨店 (マネージャー)	来客数の動き	・直近の3か月は、店頭売上が来客数の増減と反比例の動きとなっている。ただし、これは改装に伴う、売り尽くしセールの影響が大きい。
□	百貨店 (宣伝担当)	来客数の動き	・前年は大阪・関西万博の開催で好調となった反動もあるが、来街者や館内への来客数が減っている。特に、インバウンドの変動が大きく、航空券の価格が上がったゴールデンウィーク以降は落ち込みが大きい。

<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・足元の売上は好調で、気温の上昇によって夏物衣料が動いている。インバウンドも前年比で2けた増であり、中国人客は減っているものの、東南アジアが好調となっている。ただし、不透明な中東情勢に起因する物価の上昇といった不安要素も多く、消費マインドは完全には上がっていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が増えている一方、売上は前年比で悪化しており、安い店への買い回りがみられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・客は必要な物しか買っていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数はほぼ横ばいで安定している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	来客数の動き	・前月までと同様に、依然として競争環境の厳しい店舗が多いほか、商品価格の上昇も続いているため、全体として客の来店頻度が減る傾向にある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数に大きな変化はないが、値上げの影響で客単価の上昇率が鈍化しており、売上は横ばいとなっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの後は支出が控えられており、飲食店は平日が暇で、週末だけが活気付いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・前年は大阪・関西万博が開催され、インバウンドが増えたため、その反動が出ている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	お客様の様子	・物価の上昇により、食費を節約する客が多くみられる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・ナフサ不足の影響で、新築住宅の着工が遅れている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・各メーカーが販売促進活動に力を入れつつある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・地政学的要因による物価の上昇や原油価格の上昇の影響で、購入を慎重に検討している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月の新車販売台数は目標、前年の水準共に下回っている。4月から自動車税の環境性能割が廃止され、効果を期待していたものの、販売は伸び悩んでいる。物価の上昇のほか、新型車種の発売前という時期的な要因も大きいものの、直近は厳しい状況が続いている。全体としては、中古車の販売台数は好調で、サービスの利用は横ばい、新車の販売は厳しい傾向が続いている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 【食品】（経営者）	販売量の動き	・販売量は低迷した状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 【ドラッグストア】（店員）	お客様の様子	・ナフサの供給不足で、家庭用ゴミ袋などの業者による購入や、日用品関連のまとめ買いがみられる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 【医薬品】（管理担当）	販売量の動き	・気温の上昇に伴い、UV関連や制汗剤などを中心に、化粧品や化粧品雑貨は好調を維持している。一方、医薬品や健康食品、衛生用品などは減少が続いているほか、好調であった食品や日配品などの生活必需品も、値上げの影響で販売は減少に転じている。3か月前と比べて客単価は上昇しているものの、来客数は伸び悩み、買上点数も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	・送料の無料キャンペーンが終わり、通常の受注量に戻っている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・忙しい日とそうでない日の差が激しい一方、売上全体に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 【洋菓子】（管理担当）	来客数の動き	・前年の6月上旬から、駅周辺の工事に伴って客の動線が変化し、前年比で厳しい状況が続いている。また、ナフサ価格の高騰や物価上昇の影響で、し好品に対する節約志向が強まり、来客数に影響が出ている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル （管理担当）	お客様の様子	・客の購買行動に、それほど上向きの変化はみられない。

□	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・世界情勢の不安定化など、地政学リスクへの不安が続いており、客の心理面での余裕がなくなっている。富裕層の客でさえ、現状に不安を覚え、消費への意欲が減退している。
□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・中東情勢の影響による半導体メモリ価格の高騰で、通信機器の価格が上昇し、原価全体が上がっている。景気が上向いているとはいえなにか、価格を上げなければいけない状況となりつつある。
□	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・来客数がなかなか増えない。
□	競艇場（職員）	販売量の動き	・伸び率は前年よりも縮小しているが、Web投票が増加し、売上は前年比で5%前後の伸びとなっている。一方、単価に大きな変化はない。レース場では、ゴールデンウィークは前年よりも来場者数が増え、売上も増加したが、その他の日は前年並みとなったほか、場外発売場の売上は減少している。
□	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	・施設ごとに、売上が前年を上回る場合と下回る場合があり、全体的な傾向は分からない。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・開発事業用地の売買については、ホテルやオフィス、マンションなどで激しい競争が続いており、建築費が高騰している状況でも、活発に取引されている。
□	住宅販売会社（企画担当）	販売量の動き	・中東情勢による値上げ関連の情報が多く、既に値上げを進めている企業もあるが、駆け込み需要の動きは余りみられない。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・住宅資材を始めとする各種コストの増加が非常に大きく、新築価格を中心とした不動産価格の上昇が続いている。実需向けの郊外物件は販売状況が鈍化している一方、都心部の富裕層向けの高額物件は、選別されながらも堅調な動きが続いている。
▲	商店街（経営者）	お客様の様子	・物価上昇の影響が出ている。
▲	商店街（代表者）	単価の動き	・人出は多いが、売上は悪い。
▲	一般小売店〔花〕（経営者）	それ以外	・原油の輸入不足で、様々な商品の不足や価格の上昇につながっており、仕入価格が高騰しているが、商品の販売価格はなかなか上げられず、利益が増えない。
▲	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・ナフサ不足の影響で、クラフトテープや布テープなどのコン包に使用する粘着テープ類が出荷されず、流通もしていないため、現場は困惑している。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・中東情勢による燃料価格の高騰で、インバウンドが減少している。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・来客数も減っているが、1人当たりの販売量が以前よりも減っている。
▲	一般小売店〔雑貨〕（店長）	お客様の様子	・商品の値上がりの影響で、来客数が減っている。
▲	一般小売店〔呉服〕（店員）	来客数の動き	・呉服を扱っているが、生活に必要な物ではないため、世界情勢の影響で全ての物が値上がりするなか、着物の購入がみられない。
▲	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	来客数の動き	・前年の大阪・関西万博の反動で、前年よりも来客数が大きく減少している。
▲	百貨店（売場主任）	単価の動き	・今月の28日までの実績は、売上が前年比で8.8%の増加、来客数が3.0%増と好調を維持している。担当している食料品の売上も7.7%増と好調であるものの、その要因は近隣に開業した大規模病院の影響が大きい。一方、品目別にみると、単価の高い牛肉の買い控えなどの節約志向もみられるため、今後の動向を注視したい。
▲	百貨店（管理担当）	それ以外	・店内の各所で改装を行っているため、売上は大幅に減少しているが、想定よりも健闘している。

▲	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・梅雨の前触れのような天候が続き、雨による客足の減少がみられる。節約志向により、雨の日は家にある物で済ませる動きがあるが、雨による減少を翌日以降に取り戻すことは難しくなっている。
▲	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・来客数は前年の水準を何とか維持できているが、値上げ傾向によって財布のひもが固くなり、1回の買物額が減少するなど、商品単価の上昇による効果が出ていない。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・欧米や東南アジアからのインバウンドが10%ほど減っている。会社員の退社時間が18時から19時台に集中しており、21時以降は6%ほど減少している。
▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・石油製品の値上げにより、塗料が入手困難になっているほか、品不足となる既存製品もあり、納期にも影響が出ている。一方、客は値上げに敏感であるため、集客も困難になっている。
▲	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・株価は上がる一方であるが、販売の現場ではその実感は少ない。また、客からは景気が良いという声も余りない。
▲	その他小売 [ネット通販] (管理担当)	単価の動き	・メーカーからの値上げ要請が増えるなか、客の購買行動に影響が出ている。
▲	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	単価の動き	・新商品が低価格帯となっているなど、状況は厳しい。
▲	都市型ホテル (客室担当)	販売量の動き	・世界情勢の悪化による影響を受けている。
▲	都市型ホテル (客室担当)	販売量の動き	・旅行会社経由の予約の取り込みが前年を下回り、販売単価も伸び悩んでいる。経費の増加による影響も大きく、利益が出にくい状況である。
▲	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・海外旅行は、円安と燃油サーチャージ引上げの影響で敬遠されている。
▲	旅行代理店 (支店長)	来客数の動き	・物価上昇やナフサ問題が、旅行マインドに影響している。
▲	旅行代理店 (役員)	販売量の動き	・夏休み期間中の旅行予約が増える時期であるが、例年と比べて動きは鈍い。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・世界情勢の変化やガソリン、ナフサの問題で、国内景気の悪化要因が増えており、タクシーの利用も最低限になっている。
▲	通信会社 (経営者)	お客様の様子	・建築資材などの原材料価格の高騰で、利益が圧迫されている。
▲	通信会社 [貴金属オークション] (経営者)	販売量の動き	・今までは、ほぼ全ての商品が売れていたが、1割程度の売れ残りが出ている。単価の上昇に伴い、予算の範囲で購入する客の間で、商品を選択して買う傾向がみられるため、今後の動きには注意が必要である。
▲	通信会社 (役員)	販売量の動き	・売上等は前年比で減少傾向となっている。これは、前年末の大手キャリアの3G停波による買換え特需の反動で、販売数量が落ち込んだことが主な要因である。
▲	美容室 (店長)	販売量の動き	・今月は仕入商品を減らした影響もあるが、売上が大きく減るなど厳しい状況である。
▲	美容室 (店員)	単価の動き	・トリートメントやサイドメニューのオーダーを見送る客が増えている。
▲	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・販売物件に対する問合せ件数が減少している。
▲	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・6月からの建材や資材価格の改定が発表されたが、販売価格への転嫁が難しい。
▲	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)	販売量の動き	・円安や原油価格の高騰に伴う物価の上昇で、消費は悪化している。
▲	その他住宅 [展示場] (従業員)	販売量の動き	・運営している住宅展示場全体の成約数は、3か月前と比べて減少傾向にある。

	×	一般小売店 [ガラス細工] (店長)	お客様の様子	・客足が遠のいているため、早急に安心できる状況にしなければならない。
	×	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・来客数の減少が続いている。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・主婦層や高齢の女性による来店が、前年と比べて減少している。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・来客数が低迷しているなど、物価上昇の影響をかなり受けている。
	×	家電量販店 (店員)	それ以外	・様々な商材価格の高騰を控えた駆け込み需要や、国や市の補助金制度による駆け込み需要の反面、数か月後の販売価格の上昇などを考えると、需要を先取りした分、購買の減少は避けられない。
	×	住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・輸入商品を扱っているが、国内客にとって割安感のある価格は、海外と比べると非常に低い。海外では適性相場の価格でも高いといわれるため、商談に時間が掛かり、売りにくくなっている。
	×	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	それ以外	・ナフサ関連の資材が入手困難であるほか、価格の上昇により、幅広い範囲での物価の上昇につながっている。一方、仕入コストの増加により、中小企業の業績へ影響も今後大きくなる。
	×	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	競争相手の様子	・周囲の店も来客数の減少だけでなく、在庫品が売れないため、新しい商品を仕入れる余裕がない。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・花見や歓送迎会シーズンが終わり、会社費用による宴会の需要はあるが、一般客やインバウンドの利用が激減した。生活関連での更なる物価上昇による、個人客の外出控えも影響している。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・4月からの自転車関連の規則強化で、雨の日は来客数が激減している。近隣のスーパーもほとんど客がおらず、雨の日や風の強い日は売上が上がらない。
	×	観光型旅館 (経営者)	競争相手の様子	・近隣を含めて、旅館の休館日が増えている。
	×	通信会社 (社員)	販売量の動き	・3Gの停波による契約の移行がなくなったほか、新生活需要も落ち着いたため、販売量が激減している。
企業動向関連	◎	*	*	*
(近畿)	○	金属製品製造業 (製造担当)	受注量や販売量の動き	・この数か月間よりも注引量が少し増え、良くなっているが、以前の動きと比べるとまだ鈍さがみられる。
	○	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	・ゴールデンウィークが比較的長かったため、ターミナル駅だけでなく、中間の駅でも比較的にぎわいがみられた。客単価は低いものの、来客数が想定を上回っている。
	□	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク中は気温が高く、客の入込も増えていたが、月後半は売上が悪化したため、月全体では売上に変化はない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・取引先がナフサ問題の影響を受け始めている。
	□	出版・印刷・同関連産業 (企画営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注量に変化はないが、外注業者からは値上げの話が出ているため、利益率の低下が心配である。
	□	プラスチック製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・実際の景気はかなり落ち込んでいるが、当社の製品は機械本体の完成後に取り付けるものであり、価格的にも全体に占める割合は小さいため、来年度の注文まで入ってきている。
	□	窯業・土石製品製造業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・中東情勢が不透明ななか、石油関連の商材不足の影響で、価格の上昇傾向がみられるものの、現状は大きな直接的影響はなく、業績も安定している。
	□	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・当社の業務は納期が長いいため、当面の操業に問題はない。
	□	一般機械器具製造業 (設計担当)	取引先の様子	・ナフサ問題で若干の納期調整や価格の変動はあるが、今のところ大きな影響はない。
	□	電気機械器具製造業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・中東情勢の問題により、原油由来の部材の入手が困難になってきた。価格の高騰もそれ以前から起きていたが、更に加速している。

□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・気温の上昇に伴い、エアコンの店頭販売が前年を大きく上回っているが、季節要因によるものであり、景気が良くなっているとはいえない。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き合いが増えているものの、ナフサ不足の影響で材料価格が上がっているほか、入手しにくくなっているため、受注できるかどうかは微妙な状況である。
□	建設業（経営者）	取引先の様子	・中東情勢の不安定化により、建設資材の納期が定まらない状態が続いている。突然の納期変更もあり、工期内の竣工が厳しい作業所もある。
□	輸送業（サービス担当）	受注量や販売量の動き	・一般の荷物は前年並みの動きであるが、大口の荷物は減少している。その一方、人件費などの経費は増加傾向にある。
□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・中東情勢の影響で、原油価格が高騰しているほか、仕入商品の入荷遅延や値上がりにつながっている。
□	広告代理店（管理担当）	取引先の様子	・企業の合併や吸収などの話を、よく耳にするようになっている。
▲	食料品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・全ての商品が値上がりしている影響で、当社商品の販売数量は落ち込んでいる。
▲	食料品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・前年は大阪・関西万博の開催効果が大きかった反動で、前年割れの動きが続いている。
▲	繊維工業（管理担当）	取引先の様子	・仕入価格が高騰しつつある。ナフサ不足の影響はまだみられないが、今後の仕入状況が気掛かりである。
▲	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・原材料費や加工費、出張経費等の上昇分を販売価格に転嫁できないなかで、利益の減少が続いている。商品の差別化による利益の増加を模索しているが、消費意欲が下がるなかでは利益の確保が難しい。
▲	化学工業（企画担当）	それ以外	・ナフサの問題で包装材料の供給不安があるため、いつ製造停止になるか分からないという不安がある。
▲	化学工業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・中東の海峡封鎖の影響が出ている。
▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の部品や材料については、石油化学製品の品薄状態による値上がりが見られる。荷動き全体に大きな変化はないが、建材や土木関連製品の荷動きは悪くなっている。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・塗装用のシンナーや洗浄液が入手しにくくなっている。
▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取扱製品の需要期が4月で終了し、今月は販売店それぞれの戦略の差が出る時期であったが、各店には攻めの意識がみられない。
▲	輸送用機械器具製造業（役員）	それ以外	・材料や塗料の入荷遅延により、売上の計上時期の遅れにつながっている。
▲	その他製造業 [履物]（団体職員）	受注価格や販売価格の動き	・市場の動きが鈍く、相変わらず原材料価格も高い。
▲	建設業（経営者）	取引先の様子	・協力会社の間でも、資材の調達に支障が出てきている。
▲	輸送業（経営者）	それ以外	・この2か月はエンジンオイルが市場から消えたため、仕事をしようにも、トラックを動かすこと自体をためらっている。価格が上がるだけならまだよいが、エンジンオイルの販売がないため、買いようがない。
▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・石油不足の影響で商品が入荷されず、納期が遅れている。
▲	金融業 [保険]（経営者）	取引先の様子	・物価の上昇や円安傾向による、生活関連での負担増に加え、実質賃金の伸び悩みで消費が低迷している。また、世界経済の減速や金利の上昇が投資を抑制し、景気減退の要因となっている。
▲	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・中東の海峡問題の影響で、ナフサ関連の商品の仕入れが難しくなっており、商品のこん包や出荷に影響が出てくる可能性がある。
▲	金融業 [投資運用業]（代表）	それ以外	・中東情勢の影響で、従来以上に物価の上昇が激しくなっている。ナフサなどの石油製品は、前年の米と同様に一部の企業が抱えている可能性もある。
▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・相変わらず実店舗が減少し、インターネット販売が増えている。それに伴い、店舗の賃料が下がる、空室率が上がるなど、景気が悪化している。

	▲	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・4月以降は、交通広告の受注が前年よりも1割程度落ちている。
	▲	経営コンサルタント	受注価格や販売価格の動き	・当社は行政や支援機関から業務を受託しており、その中には個人店舗や中小企業の支援も含まれる。特に増えている支援テーマは、輸入原材料の値上がりや調達難への対応であるが、現状は資金調達に対する支援制度や、相談窓口の紹介のみで決め手がなく、今後は経営難に陥る企業が増えそうである。
	▲	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	取引先の様子	・仕入先からは、毎月のように価格転嫁に応じてほしいとの要請がある一方、販売先からは価格据置きへの要請があるため、容量を減らして出荷する状況が続いている。
	▲	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	・中東情勢により石油関連商材が不足しているため、販売商品が少なくなり、売上が減少している。
	×	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ナフサ関連の二軸延伸ポリプロピレンの袋など、資材関係が品切れとなっている。価格の上昇を見込んだ駆け込み需要が原因とみられるが、製品を入れる袋の不足で、業務への支障が予想される。目下は社内在庫分で対応しているが、6月後半には切れると予想され、調達に苦労している。一方、取扱製品のタオルは精練工程での重油のコスト増により、7月以降の値上げ交渉が本格化するなど、コストアップが顕著となっている。当社による価格転嫁は、コスト全体がはっきりしないため交渉に入れず、7～8月はコスト上昇分を自社で吸収する必要がある。
	×	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	・物価の上昇が止まらない。
雇用 関連 (近畿)	◎	*	*	*
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	それ以外	・今月は特に2028年卒業者向けの夏季インターンシップの広報が盛況であった。当社を含めて、インターンシップのための合同企業説明会を開催する企業が多いなか、出展数は前年と同等か微増で、参加者数は前年よりも大幅に増加している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・前月に続き、事務職の求人減少を実感している。特に、大企業ではA Iの普及で業務の効率化が進み、事務関係の求人の削減が顕著である。既存の人員で業務が完結するようになり、新規募集がかなり絞られている。現在、派遣市場でみられるのは、社員の産休や育休に伴う代替求人が中心であり、それ以外の通常の募集は非常に少ない。事務職への就職や転職のハードルは以前よりも高く、求人市場の変化を実感している。
	□	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数に大きな変化はない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣先の時給が7月に引き上げられるが、時給の交渉が厳しい企業では、派遣スタッフの定着に不安がある。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・一定数の求人はあるものの、新規求人は伸び悩んでいる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・以前からの物価上昇に加え、中東情勢に起因する資材価格の高騰により、企業収益への影響が出始めているが、求人数への大きな影響はまだみられない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・中東情勢の影響で、材料の入荷への懸念や困難が生じる事業所が増えているが、求人数自体は減っていないため、景気が悪化しているとまではいえない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・5月は求人数が前年よりも多めであるが、景気の大きな変化は今のところみられない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・物価上昇などの懸念材料はあるものの、新卒の内定状況などは依然好調である。

□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・有効求人倍率は横ばいであるが、新規求人数は、物価の上昇や省力化の影響を受ける卸売・小売、宿泊・飲食のほか、原油価格の上昇の影響を受けやすい運輸等で減少が続いている。その一方、インフラ工事の好調や金利上昇を控え、住宅需要が好調な建設業のほか、半導体関連が伸びている製造業、報酬の改定で求人が増えている医療福祉では増加傾向となるなど、産業による差が大きくなっている。
▲	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・メーカーを中心に、状況は芳しくない。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・以前から続く物価の上昇に加え、中東情勢の影響で原油関連の諸問題も発生しており、景気は悪化している。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告やデジタル版の広告などの宣伝費が縮小しているなど、ナフサ問題の影響が出始めている。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で減少が続いている。
▲	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・3か月前と比べて、求人数は約30%減少している。
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・企業の需要に対する人材の確保が難しく、他社との競合も多いため、成約数が伸び悩んでいる。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・来春の新卒採用については、本学への求人は主に医療業界であり、一般企業の採用活動よりも半年程度遅いことから、これから本格化していく。中東情勢の影響を少し受けているものの、求人事業所数には今のところ変化はみられない。ただし、業績の悪化懸念により、採用予定人数が減少する事業所もあるなど、直近の3年とは状況が異なる。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・緊迫した中東情勢が続いており、日本経済の先行きには多くのリスクがみられるなど、不確実な状況となっている。また、今後は利上げのほか、更なる物価の上昇も予想される。
×	*	*	*