

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 動向 関連 (近畿)	◎	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今年も梅雨明け以降は猛暑が続いているが、地下の食料品や総菜売場の改装効果のほか、新規の催事イベントの好調により、売上は前年比で2けた増と好調に推移している。また、機能性素材を使った夏物衣料や、基礎化粧品を中心とした季節商材への需要も堅調に推移している。
	◎	家電量販店（店員）	販売量の動き	・例年以上の暑さとなり、エアコンを中心とした季節商材の売行きが大幅に伸びている。
	◎	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・梅雨明け以降の急激な猛暑により、エアコンを始めとする、季節商材の販売が急激に伸びている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・近隣の競合店の閉店により、25日までの入店客数が前年比で7.3%増と好調である。特に、お中元シーズンに当たる今月は、ギフトセンターの売上が20.0%増と大きく伸びている。
	○	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・国内客の売上が前年比で約1割増となっている。株価の上昇による高額品の好調がけん引しているが、全般的にどの商品も好調である。また、円安の影響もあり、免税売上が高水準で推移している。中国からのインバウンドは減少が続いているが、他のアジア諸国が増えているほか、中国を含む富裕層の売上水準も非常に高い。
	○	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・来客数は前年から増加傾向にあり、購買客もそれに比例して増えている。猛暑の影響でやや鈍化している部分もあるが、3か月前からは明らかに上向いている。
	○	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月は梅雨明け後に気温が一気に上がった。6月は気温が低く、季節商材が苦戦していた分、盛夏商材も活発に動いている。機能性商材のほか、暑い時期は調理を避けたい揚げ物などが好調に動いている。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・3か月前と比べて、円安の進行や地域的な空港関連の要因もあり、インバウンド消費が前年比で65%増となっている。富裕層向けの売上も前年比で2けた増を維持しており、特選品や美術品、宝飾品など、財産としても価値のある商材が人気となっている。一方で、中間層は暑さの影響もあり、遮熱や美白関連、クールミストなどの商材に加え、化粧品や婦人用品の動きが好調である。そのなかでサンダルだけは不調であり、スニーカーへのシフトがみられるが、全体的には様々な指標が良くなっている。
	○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・前年は大阪・関西万博の影響で、入店客数がかなり増加したが、今年は前年を更に上回る水準で推移している。インバウンドの来客数も前年の実績を上回っている。
	○	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・来客数、買上客数共に、前年を上回っている。
	○	スーパー（店員）	販売量の動き	・梅雨明け以降は暑さが続いているため、スイカがよく売れている。天候要因で野菜価格は上昇しているが、それでもよく売れている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・お中元や祭りの時期であり、特に今年は活気付いている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・最近はお米よりも東南アジアや中近東からのインバウンドが2倍近くに増えており、販売量が増えている。梅雨が明けて急激に暑くなったため、飲料の販売が約20%増えている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・猛暑による影響が、飲料や食料品の売上を押し上げている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前よりも夜間の売上が伸びている。暑くなるとともに祭りの時期も近づき、居酒屋などでの集まりも増えることで、客足が増加している。

○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・夏の旅行やイベントが多く、観光客やふだんは利用のない新規の客が増えている。また、夏のイベント等のチケットを発券する客も多くなっている。
○	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・新たな省エネ基準の導入に対する懸念から、相談を含めた来客数が前年比で120%を超えている。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	販売量の動き	・ボーナスの支給時期でもあり、売上が伸びている。特に夏物商材の大量購入がよくみられる。天候も良かったため来客数が伸びており、好調となっている。
○	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	・法人限定の送料無料キャンペーンによる効果もあり、受注量が増えている。
○	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・7月に入り、前月よりも個人旅行の動きが少し出てきた。ただし、月末の土曜日にも空室がかなり目立つ状況であり、消費が活発になったとはいえない。
○	観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・当地は海水浴シーズンでにぎわっている。晴天続きで期待しているが、猛暑が響いているほか、物価の上昇や景気の不透明感による影響も受けている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・例年7月はボーナスの支給や、祭りの開催などで、人が動く時期となる。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・業種間で違いがあり、衣料品などの買回品の売上が悪い。
□	一般小売店〔野菜〕（店長）	単価の動き	・客は価格にシビアで、安い商品が売れている。他店も同じような状況で、セール品しか売れない。
□	一般小売店〔呉服〕（店員）	来客数の動き	・呉服を扱っているが、暑い時期は少し着ただけでもクリーニングに出す客が多いが、今年は少ないため、着用の機会が少ないとみられる。
□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・お中元の商品の動きが悪い。
□	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	お客様の様子	・中東情勢の影響による急激な価格変動については、以前と比べて沈静化しつつある。
□	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・国内消費は前月と余り変わらない。インバウンドの動きは、月前半は好調であったが、中旬以降は失速した。為替市場では円安が進行しているが、インバウンド消費には余り影響がみられない。
□	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・富裕層の動きでは、高齢層の来店頻度の減少を補うように、若年層による購入頻度が目立って増えている。
□	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・株価や金相場が落ち着いてきたこともあり、今まで売上をけん引してきた宝飾品や美術品、金製品の動きが鈍化した一方、今月になって急に暑くなったため、衣料品や雑貨などの季節商材は好調に転じた。お中元も前年比で微減となったが、当初の見通しからは上向いており、食品全体では微増となっている。
□	百貨店（商品担当）	来客数の動き	・直近は、気温の上昇とともに夏物衣料が好調であるほか、インバウンド消費も、円安効果が中国人の減少による悪影響を上回り好調に推移している。また、株価の上昇で富裕層の外商客による売上も増えているが、厳しい暑さで消費意欲が徐々に減退傾向となっている。涼しさを求めている来店を増やすために、催事や子供向けイベントを強化する予定である。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・衣料品は、気温や天候の変化に連動して動いている。
□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数はほぼ前年並みであり、変化はみられない。
□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数はやや減少傾向にあるが、客単価の上昇が続いているため、売上は維持できている。
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・暑い日が続いており、飲料がよく売れている。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・夏休みに入れば、休日にはもう少し家族連れの客が増えるかと予想していたが、それほど増えておらず、休日の午前中ものんびりとしている。

☐	コンビニ（店員）	販売量の動き	・異常な暑さによる食欲不振で、弁当の売上が落ちている。その代わりにアイスやドリンク類などの冷たい商品がよく売れているため、全体的に大きな変化はない。
☐	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・月初は新規客も含めて滑り出しも良く、売上や来客数、客単価共に良かったが、中旬以降は落ち込んだ。3か月前と比べると、ほぼ横ばいとなっている。
☐	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・需要の閑散期を迎えているが、クリアランスセールが始まり、2点以上の購入で更に値下げを行うなど、単価を下げて販売しているため、日次の目標売上は達成できている。
☐	家電量販店（店員）	来客数の動き	・現状に変化はなく、消費マインドも変わらない。物価の上昇が落ち着かなければ景気が上向くことはなく、必要最低限の商品の動きしかみられない。
☐	家電量販店（営業担当）	単価の動き	・中東情勢が落ち着かないため、原油不足の影響が続いており、10月から値上げを行うメーカーもある。
☐	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・長引く物価の上昇で、少しでも安く買いたいという意識が強まり、様子見が続いている。
☐	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・良くも悪くも、販売台数は3か月前と変わらない。し好品である輸入車の購入層は、余り景気に左右されない印象を受ける。
☐	乗用車販売店（マネージャー）	販売量の動き	・販売量は何とか維持できているが、全体的には少し悪化気味である。
☐	その他専門店 〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・真夏日が続く、カウンセリング化粧品を中心に、スキンケア用品やUV関連、制汗剤などの化粧品や化粧雑貨が好調となっている。一方、食品や日配品などの生活必需品は横ばいで、医薬品や健康食品、衛生用品は減少が続いている。3か月前と比較して客単価は上昇しているが、猛暑の影響で来客数の伸びない状況が続いている。
☐	その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・催事での来客数も日ごとの差がある。物価の上昇による生活への影響は避けられないなか、購買意欲の低下が顕著である。
☐	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・梅雨明け後はすぐに猛暑となり、ランチの予約は少なめであるが、ディナーは回復してきている。
☐	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・ランチの来客数は平均で10%減っており、ディナー需要も会社帰りでの利用が減少している。その一方、送別会や誕生日での大小の宴会利用は一定の需要があり、直近半年間の平均よりも10%ほど売上が伸びている。全体的に宴会の客単価は高い一方、一般利用の客単価は低く、最低限の注文で会話を長時間楽しむ形での利用が多い。外食への意欲はみられるが、財布のひもは固く締められている。
☐	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・昼間の来客数に変化はないが、栄養をつけるため、ランチではウナギがよく出たことから、客単価が上昇している。
☐	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・前月は天候不順もあって販売量は減少したが、今月は減少分を取り戻し、3か月前とほぼ同じ販売量となった。売上は前年比で105%を超えたほか、来客数も前年を上回っている。
☐	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	来客数の動き	・4～6月にかけては、駅ナカの動線の変化による影響で、売上は前年比で80%台と厳しい動きが続いていた。7月に入って動線の変化による影響が一巡し、前年を上回る日もあったが、3連休頃からは猛暑の影響で再び伸び悩んでいる。
☐	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	単価の動き	・価格の変更がなかなかできない一方、市場ではいろいろな食材の値上げが止まらない。
☐	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・海岸沿いの温泉旅館であり、近年は海水浴客が減少傾向にあるが、今年は猛暑の影響で特に減っている。海水浴客は前年比で10%減少しており、それに伴って宿泊客も減少傾向にある。

□	都市型ホテル （管理担当）	お客様の様子	・インバウンド、国内客共に、来客数が伸びていない。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・長引く円安により、夏休みの家族での海外旅行は前年割れとなっている。
□	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・猛暑や物価上昇の影響で、外出を控える動きが続いている。
□	旅行代理店（役員）	お客様の様子	・例年であれば、夏休みの旅行の間際予約が入る時期であるが、今年は7月に入って急に猛暑となったため、客の出足が鈍い。客との会話でも、厳しい暑さで物事を考える気力が無いという声は多く、旅行などの嗜好品に対する消費は芳しくない。
□	テーマパーク （職員）	来客数の動き	・暑さの影響により、客の間で外出を控える動きが目立っている。
□	遊園地（経営者）	来客数の動き	・原油関連の問題がなかなか解決せず、消費への影響が懸念される。
□	競艇場（職員）	販売量の動き	・前月よりも伸び率は縮小しているが、インターネット投票の売上が拡大し、前年比で2%前後の伸びとなっている。単価は大きく変わっていない一方で、拠点のレース場や場外発売場の利用は前年よりも減少傾向にある。
□	住宅販売会社 （経営者）	販売量の動き	・土地については、市内中心部で活発に取引されているが、周辺部では動きが停滞している。
□	住宅販売会社 （経営者）	単価の動き	・建築設備などの価格が一時的に上昇していたが、少し落ち着いている。
□	住宅販売会社 （従業員）	お客様の様子	・住宅の販売では、資材コストの高騰による販売価格の上昇で、住宅ローンを組めない客が増えている。一方、事業用不動産などの動きでは、売買、賃貸共に積極的な動きとなっている。
□	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か月前とほぼ水準で推移している。
□	その他住宅〔住宅設備〕 （営業担当）	それ以外	・夏のボーナスが例年どおり支給され、金額も増えているが、売上は大きく上昇していない。しばらくは横ばいの動きが続くそうである。
□	その他住宅〔情報誌〕 （編集者）	お客様の様子	・円安の加速で建築コストが更に上昇し、新築マンションや戸建て住宅の新築価格が高騰する傾向にある。実需層が購入を検討する際の、場所や広さと価格のバランスが崩れ、納得度の低い選択になっているため、実需層向けの市場には停滞感がみられる。また、高所得層向けの物件にも様子見の動きが出てきている。
▲	一般小売店〔時計〕 （経営者）	来客数の動き	・梅雨明けが意外に早く、急に猛暑が始まった頃から明らかに客足が遠のいている。目の前で人が倒れたり、救急車で運ばれたり、危険な暑さを実感している人が多い。物価の上昇や猛暑が、景況を引き下げている大きな要因である。
▲	一般小売店〔事務用品〕 （経営者）	販売量の動き	・夏枯れの時期に入り、例年以上に商品全体の動きが悪いが、暑さ対策やギフト関連の商材など、調子の良い商品もあるため、何とか持ちこたえている。
▲	一般小売店〔鮮魚〕 （営業担当）	それ以外	・6月に一部の商品を値上げしたにもかかわらず、売上は約5%減少している。
▲	一般小売店〔化粧品〕 （経営者）	来客数の動き	・6月末は台風の影響で厳しかったものの7月に入ってほぼ前年並みとなり、回復の兆しがみえてきたが、令和8年熊本地震の影響で、ショッピングセンターなどの商業施設から足が遠のく客が目立っている。29～31日の売上は前年比で85%と減少し、特にモール関係では客の動きに影響が出ている。最終的には月前半の好調と相殺され、前年比は99%となっている。
▲	一般小売店〔衣服〕 （経営者）	販売量の動き	・販売量が少しずつ落ちているほか、来客数も減るなど、景気は日増しに悪くなっている。商店街全体にも活気がなくなっている。
▲	百貨店（売場主任）	競争相手の様子	・高級ブランドの店舗の整理が進むなど、競合店では多数のブランドが撤退の動きをみせている。

▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・国内売上については、3か月前と比べて大きな変化はなく、高額品を中心に比較的堅調に推移している。一方、免税売上は中国のインバウンド売上が減少傾向である。津波の風評被害があった前年と比べるとプラスだが、夏休みシーズンに入り旅行代金が上がったことも影響している。中国以外の国の動きに大きな変化はなく、前年比で約50%増加している。
▲	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・売上は維持できているが、値上げによる客単価の上昇が要因で来客数は減少している。また今年に入って、夕方以降の国内客の来店が大きく減っている。仕事帰りに買物をする習慣がなくなり、節約志向やメリハリ消費の傾向が一層強くなっている。
▲	スーパー（経営者）	お客様の様子	・当エリアは観光が中心であるが、客が減りつつある。
▲	スーパー（店長）	単価の動き	・物価上昇の影響で、購入が特売商品に偏っている。また、来客数よりも客単価の悪化がみられるなど、他店との買い回りが増えている。
▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・前年は米の売上が伸びた一方、今年は芳しくない。価格は下がりがつつあるものの、新米が出回る前の買い控えもあり、厳しい状態となっている。今月上旬に梅雨も明けたため、今後の動きに期待している。
▲	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・各自治体による商品券などの支給が増えているが、以前よりも売上への効果が少なく、必要以上の支出には結び付いていない。
▲	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・売上は商品単価の上昇による影響もあり、前年を上回って推移しているが、来客数は大きく落ち込んでいる。特に、近畿は他商圏からの競合先の進出を受けて、競争が激しくなっており、客の取り合いになっている。
▲	スーパー（社員）	お客様の様子	・店舗の近くに住んでいる客は、毎日来店し、中には1日に数回来店する人もみられるが、今夏の暑さの影響で、昼間の客が少なくなっている。
▲	スーパー（企画）	来客数の動き	・梅雨が明け、気温が上がっているため、売上は増加傾向にあるが、前年度と比べると勢いに欠ける。自治体によるプレミアム付商品券の効果も前回は下回っているなど、客の節約志向が強まっている。
▲	コンビニ（店員）	単価の動き	・冷たい商品は売れているが、相次ぐ値上げで来客数は減っている。
▲	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月は新車の販売台数が少なく、目標を下回っている。3か月前も厳しい状況であったが、更に厳しくなっている。富裕層が対象のブランドではあるものの、以前と比べて購買に慎重な姿勢が強まっている。一方、中古車の販売やサービスの需要は堅調であるなど、新車への乗換えが特に進んでいない状況である。
▲	その他専門店 〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・販売数量は減少傾向にあり、ギフト商材は値上げの影響もあって、特に落ち込んでいる。
▲	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	販売量の動き	・ガソリンの出荷量は前年比で5%減っている。これは雨が多かった影響であり、価格面や景気の影響によるものではない。中東情勢による影響で原油価格は上昇しているものの、政府の補助金もあり、影響は少ない。
▲	その他小売 〔ネット通販〕（管理担当）	販売量の動き	・客の購買意欲の鈍さが目立つ。サイトへのアクセス数は維持できているが、ページの閲覧から購入に至る確率が、前年や3か月前と比べて低下している。
▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・近隣の施設も同様に、業況の悪化がみられる。
▲	都市型ホテル（営業担当）	競争相手の様子	・当地域の同業他社も、販売状況が軒並み良くない。宿泊では稼働率、単価共に伸び悩む傾向にあるほか、時期的な動きもあってインバウンドも減少傾向にあるため、余り良い状況とはいえない。
▲	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・稼働率の低下が顕著であるが、時期的には仕方がない。

	▲	都市型ホテル （客室担当）	単価の動き	・夏休み期間に入り、オンライン経由の予約は前年並みであるが、旅行会社経由の予約の動きが鈍く、収入が前年を下回っている。販売室数は前年をやや下回る程度であるが、販売価格の低下が響き、収入が落ち込んでいる。
	▲	都市型ホテル （フロント）	単価の動き	・国内外からの旅行が減少傾向にあるため、週末の利用が少ない。
	▲	都市型ホテル （客室担当）	来客数の動き	・引き続き中東情勢は先がみえないほか、中国からのインバウンドの個人客も減少している。また、当地域だけが連日の酷暑日となるなど、負の循環が続いている。
	▲	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・前年と比較すると、受注件数は9割程度となっている。
	▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料費や物価の上昇により、利益が圧迫されているが、中小企業にとって値上げは困難である。
	▲	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	お客様の様子	・販売量は以前と変わらないが、客の購入意欲が減退している。先行き不透明な情勢により、必要最小限しか意欲を示さないことが多い。
	▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・通信機器の購入費が、メモリ単価の高騰で上がっている。販売価格を変更していないため、利益率が悪くなっている。
	▲	通信会社（役員）	販売量の動き	・3か月前から同じような傾向が続き、業界の景気はやや悪くなっている。前年比では販売数量が10%弱減っている。
	▲	その他レジャー〔スポーツ施設〕（経理担当）	競争相手の様子	・継続的な資源不足による、原価の上昇が進んでいる。
	▲	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・前年も猛暑であったが、今年は更にひどく、消費者の出控えがみられる。
	▲	美容室（店長）	来客数の動き	・当店は高齢の常連客が多いため、暑さの影響で今月はキャンセルが相次いでいる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新築分譲マンションの毎月の契約数が鈍化しており、販売期間も長期化している。その要因としては、価格の高騰と金利上昇に伴うローン負担の増加が挙げられる。
	▲	住宅販売会社（企画担当）	お客様の様子	・価格上昇の影響で客の動きが鈍く、受注状況は厳しくなっている。
	▲	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）	それ以外	・円安の進行や原油価格の上昇など、中東情勢の変化が心理的にも経済的にも悪影響を及ぼしている。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	それ以外	・全く改善の動きがみられず、未来に残すべき伝統工芸品の制作もままならない。特に燃料が手に入らず、死活問題となっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・7月に入って連日暑さが続いていることで、来客数が低迷している。また、物価の上昇によって財布のひもも固くなっている。
	×	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・主力の商品ではなく、脇役として提供している安価な商品の販売が増えている。
	×	競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は8422円であったが、今月は8065円に低下している。
企業動向 関連 (近畿)	◎	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・春の値上げ効果で売上は伸びているが、悪影響がどの程度出るかは見通せないため、予断を許さない。
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・猛暑日が続くなか、飲料関連も少しずつ売上が伸びている。価格の上昇に加え、この暑さの影響で取引先の受注量が少し増えている。
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・品不足を見込んで、発注の前倒しの動きがみられる。

○	金属製品製造業 (製造担当)	受注量や販売量の動き	・以前は仕事がなく、他の工場から回してもらったり、在庫品を作ったりすることもあったが、ここへきて注文が入るようになっている。
○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・問合せが増えている。受注につながるかどうかは客の判断となるが、問合せが増えるのは良い兆候である。
□	食料品製造業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・気温の変化による多少の波はあるが、大きな変化はない。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・毎月のことであるが、月末に近づく在庫調整を行う取引先が多い。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・月次の売上は変わらないが、受注のタイミングに偏りがみられる。1週間のなかでも、暇な日と忙しい日の差が大きく、他の製品の入荷時期と調整する形で、短納期の注文が増えている。
□	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・大きな変化はないが、暑さと作業員不足により、荷動きは鈍化気味である。
□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・この数か月はそれほど景況が良くなく、今後もこの状況が続くようである。
□	一般機械器具製造業（設計担当）	受注価格や販売価格の動き	・国際情勢の変化による影響や、人件費の上昇による価格の変化もあったが、報道されているほどの大きな混乱はなく、対応できている。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・エアコンを始め、冷蔵庫や洗濯機などの大型家電は、前年を上回る店頭の荷動きとなっているが、2年前と比べると、エアコン以外はマイナスとなっている。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・中東情勢が落ち着く見込みのないまま、建設資材の高騰や不安定な納期が続いている。長期の作業所では工期にも大きな影響が出ており、発注者との厳しい交渉が続いている。契約後の建設資材価格の高騰も大きな問題となっている。
□	輸送業（経営者）	取引先の様子	・仕事の量にはほぼ変化がない。ただし、暑さで体調不良のために休む社員が数人出てきたため、無理に仕事を取れない。
□	輸送業（サービス担当）	受注量や販売量の動き	・主力商品の受注量は前年比で8%減となり、一般荷物も5%減となるなど、大口配送や臨時配送が減少している。
□	金融業〔保険〕 (経営者)	取引先の様子	・物価の上昇で財布のひもが固くなっているほか、気温の上昇が外出の減少につながっている。足元の悪い状況は、今後もしばらく続く見込みである。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・受注状況に変化はない。
□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・交通関連広告の前年比での受注減少が、6月頃から続いている。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・当社の取引先には商店街が多く、その中でも直近のクレジットカード決済代行会社の倒産により、クレジット売上が回収できなくなった店は多い。飲食店だけが被害を受けたという印象を受けるが、小売店で半月分のクレジット売上が回収できなくなった店も多い。
□	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	・衣類や食料品などの夏物商材が堅調に売れている。前年はゴールデンウィーク前後から気温が一気に上がったが、今年は梅雨明け以降に上がったこともあり、爆発力は今年の方がはるかに大きく、売上の動きに反映されている。
▲	食料品製造業 (従業員)	受注価格や販売価格の動き	・原材料や資材価格の改定が止まらず、製品価格を見直し始めたところ、客の動きが止まりつつある。
▲	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・物価の上昇で、消費者の気持ちも購買には向かっていない。値引きをしなければ売れない状況が続いており、経費の上昇分が販売価格に転嫁できていない。
▲	繊維工業（管理担当）	それ以外	・原材料費や輸送費の高騰で、業況が悪化している。
▲	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・印刷用紙などの備品の仕入価格が上がっており、利益の圧迫要因となりつつある。

	▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	取引先の様子	・物価の上昇が続いているが、実質賃金の上昇が追いついていない。また、円安の進行も加速しており、輸入品の価格に影響が出ているほか、中東情勢も不透明であるなど不安要素が多い。
	▲	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・電子部品や石油由来製品の価格が高騰し、入手も困難であるなど、プラスの要素が見当たらない。
	▲	輸送用機械器具製造業（役員）	それ以外	・仕入価格の上昇分を、販売価格に転嫁しにくい。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・かなりの円安水準となるなど、円の価値が大きく損なわれている。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全ての商品の価格が上がり続けており、物件の単価が客の予算を超えるケースが増えている。
	▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・景気は気からという言葉のとおり、まずは国民の安心感が何にもまして重要である。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・今も実店舗の退店が止まらず、ECサイトからの購入が増え、テナントの解約が増えている。それに伴って賃料が下がり、空室率は上がるなど、景気が悪くなっている。
	▲	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	取引先の様子	・先代から約40年間取引をしてきた会社が廃業した。取引先の廃業や倒産が増えてきたことを受けて、廃業を決意したと聞いている。
	▲	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	・6月と同様に価格の改定が続いている。取引先に受け入れてもらうための交渉期間が長く、営業活動が手薄になっているため、数字が上がらない。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気が鈍化している要因は特定できないが、生活必需品の価格上昇予測による耐久消費財への支出減少や、気温の上昇による外出の減少、取扱製品の価格上昇による買換えの減少などが挙げられる。
	×	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・店頭での販売数量が前年比で2割程度落ち込んでいる。6月は涼しい日が続き、夏物衣料の出足が大きく遅れたため、7月以降は販売量が伸びているものの、6月の落ち込みを取り戻せないまま、7月後半からは特価販売に入っている。
	×	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	・物価対策の効果がみられない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・建設現場の数が増加傾向にあり、1日当たりの求人数も増えている。
	□	人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・企業の採用意欲は変わらず旺盛であるが、求職者の動きがやや鈍化している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・派遣時給は上昇の一途であるが、求職者は60代以上が1割を超えるなど、派遣市場では人材が滞留している。
	□	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・第1四半期は動きがほとんどなく、第2四半期に入った今月も、余り大きな動きはない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞やデジタル広告の推移をみると、前の四半期とほぼ同じ水準となっている。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・中東情勢の変化による影響で、建設業や塗装業では薬剤などの入手が困難となり、仕事ができないといった声がある一方、こん包や運送関連では取扱数が増え、忙しいという声がある。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年比で増加傾向が続いている。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者の応募数や採用数の動きが、比較的安定している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・7月の求人の動きは前年よりもやや少ないが、極端に少なくなったわけではない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・業績悪化による事業規模の縮小で、求人を減らす事業所がある一方、事業の拡大に伴って求人を増やす事業所もみられる。全体としては、労働集約的な医療サービスを担う人材は若年層が不足しているため、求人数は堅調に推移している。

	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・近畿の新規求人数は前年比で0.7%増と、12か月ぶりに増加に転じた。産業間でばらつきがみられ、インフラの更新需要や I R 関連が好調な建設業、半導体関連や重工業関連が好調な製造業で求人が増えている一方、物価の上昇で消費が鈍化し、セルフレジやモバイルオーダーの導入が進んでいる卸売・小売業や宿泊・飲食サービス業では求人の減少が続いている。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求職者が、簡単な事務作業で時給の高い求人を希望する傾向に変化はない。その一方、企業側では一般的な事務系の求人が減少しており、より専門性の高い業務が中心となっている。その結果、両者の条件には依然としてミスマッチが大きく、高い時給での一般事務の求人は少ないのが現状である。
	▲	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、人件費の削減のため、派遣社員の採用や契約の延長を控えている施設がある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・円安の進行や物価の上昇が続くなか、実質賃金の増加が伴っていない以上、景気は悪くならざるを得ない。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・2027年3月卒業予定者の採用に関しては、学生側が苦戦しているらしく、大学に訪問してヒアリングを行っても、学生の内定状況が前年並みか、やや鈍い状況である。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・新卒採用の期限が前年度よりも早まっている。前年度や前々年度が好調過ぎたとの見方もあるが、前年度のような好調さがみられないのは事実である。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・依然として中東情勢の変化が終息に向かう気配はなく、むしろ摩擦が激化している。それに伴い、原油に関する生活物資の価格が高騰している。
	×	*	*	*