

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)	◎	百貨店（サービス担当）	・夏休みのイベントとして、アニメのコラボレーション企画を導入する予定である。来客数が増えることで、売上の増加が期待できるほか、猛暑対策商材の展開を増やすことで、前年の実績を上回ることが期待される。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・取引先では9月から宴会の予約が少し入ってきたため、卸売での注文が少し良くなる傾向にある。
	○	百貨店（営業推進担当）	・足元の来客数が前年を上回っているほか、食料品も好調に推移している。
	○	スーパー（店員）	・お盆もあり、果物がよく売れる。家で集まる機会も増えるため、野菜も少し価格が高くて売れると予想される。
	○	スーパー（企画担当）	・気温の上昇に伴い、夏物商材の販売が一気に増加し、前年を上回る売上となっている。8月は夏休みやお盆などの季節的な催事も多く、年間で12月に次ぐ売上となるだけに期待される。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数は今の水準のまま推移し、商品の値上げが今後も続くため、客単価の上昇が期待できる。
	○	コンビニ（店員）	・外出機会が増えるなか、暑さのためアイスやコーヒーなどを気軽に買えるコンビニは、利用の機会が増えると予想される。既に来客数はかなり増えてきている。
	○	衣料品専門店（店長）	・為替や株価の動向次第であるが、消費税減税に対する期待感が、客との会話でも少しかがえる。
	○	乗用車販売店（役員）	・新型モデルの発売もあり、徐々に商談や受注の件数が増えているため、現状よりも良くなる。ただし、比較的年齢層の高い客や富裕層には受け入れられても、若年層やファミリー層での新規客の獲得が進んでおらず、大幅な回復にはつながらない。今後は景気の安定に加え、自動運転や電動化の取組の進展も望まれる。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・最低賃金も全国で少し上がるため、物価上昇が進むなかで生活水準も上げたいという意識が出てくる。収入が増えれば購入意欲も高まってくる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・猛暑が少し落ち着けば、昼夜共に、売上の回復が期待される。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの利用は好調な受注が続いている。国内客は単価の調整によって予約を獲得できているが、収入は伸び悩んでいる。一方、食堂はバス旅行でのランチ利用やイベントで収入を確保できている。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・秋口にかけて販売の増加期待が大きい。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・オンライン経由の予約は前年並みである一方、旅行会社経由の予約状況は前年をかなり下回っているが、ハロウィーン期間中は高単価での販売が可能となる。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・夏が過ぎれば、外出に関する意欲も高まってくると予想される。
	□	商店街（代表者）	・今の状況が長らく続いており、今後も変わらないと予想される。
	□	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・とにかく暑いため、商売どころではない。売る方も買う方も動きが悪く、気持ちも乗らない。
	□	一般小売店〔手ぬぐい〕（経営者）	・消費マインドは決して良くないが、企画の内容によってカバーしている。
	□	一般小売店〔野菜〕（店長）	・野菜に関しては、熊本の地震で入荷状況が悪くなり、価格も上がるため厳しくなる。
	□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・着物を着て楽しむという文化が薄れつつあるため、厳しい状況が続く。
	□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・これだけ暑い日が続けば、冷やして食べるゼリーよりも、飲料やアイスの売上の方が多い。
	□	百貨店（企画担当）	・為替や株価の変化による影響を大きく受けるため、今後の状況次第では悪くなる可能性がある。
	□	百貨店（広報担当）	・中東情勢の変化に対する不透明感は続くが、景気の基調としては、現在の水準がしばらくは続く。

☐	百貨店（外商担当）	・例年以上に厳しい気象条件が予想され、特に酷暑日が多い状況では、来客数の減少が心配される。秋物商材の新作も、動きが鈍くなると予想される。
☐	百貨店（売場マネージャー）	・世界情勢や経済状況の変動などの不確定要素は残るものの、今のところは好調な状況が大きく変化する要素はない。
☐	百貨店（商品担当）	・国内消費は物価に左右されるため、先行きは見通せない。インバウンドも7月中旬以降の傾向をみると、上振れは期待しにくい。
☐	百貨店（マネージャー）	・現在安定しているのは、外商を中心とした国内の富裕層とインバウンド売上の安定が要因である。今後も国内の富裕層は安定した動きが予想されるが、インバウンドについては2点の変動要因が挙げられる。まずは中国からの訪日意欲の緩やかな回復であり、大きく落ち込んでいた来客数は少しずつ回復している。一方、現在の好調要因である円安基調が円高に転換すれば、たちまち消費は落ち込むことになるため、この影響は小さくないと予想される。
☐	百貨店（マネージャー）	・インバウンドや富裕層の購買力は、外的要因の大きな変化がない限り、今後も増加が続くと予想される。その一方、中間層の消費を活性化させるコンテンツを、どれだけ商品とリンクして訴求できるかがポイントであり、特に記念日や晴れの日での提案が重要となる。
☐	百貨店（販売推進担当）	・中東情勢の今後に加え、株価や為替、金相場、原油価格なども読みにくく、どちらに転ぶかが全く分からない。
☐	百貨店（外商担当）	・円安の進行により、インバウンド売上が更に伸びる可能性がある一方、世界的な政情不安で株価が下落し、富裕層の購買意欲が減退する可能性もある。
☐	百貨店（マネージャー）	・良くも悪くも、景気は米国の動きに左右される面が強く、米国の現政権が続く限り、先行きは不安定である。
☐	百貨店（商品担当）	・中東情勢が不透明ななか、原料価格や物価の上昇による需要の減退が予想される。また、今後は暑さが長引くことで消費意欲が減退するほか、物価の上昇で海外旅行を含む旅行需要が減少し、関連商材の販売も不振となる。さらに、残暑による秋物衣料の販売不振も予想される。
☐	スーパー（店長）	・物価の上昇が続く間は、現状は改善されない。
☐	スーパー（店長）	・良くなる理由、悪くなる理由共に見当たらない。
☐	スーパー（企画担当）	・食料品の値上げは続くものの、生活必需品の動きに変化はない。
☐	スーパー（経理担当）	・ようやく消費税減税の方向性がみえてきたが、実現は不透明であり、消費者の意識を変えるまでには至っていない。円安の進行が物価に大きな影響を及ぼすことが判明してきたなかで、消費者も円安が輸出増や景気の改善につながるとは考えなくなっている。むしろ、物価高対策として円高への期待が高まる可能性もある。
☐	スーパー（販売促進担当）	・現時点では、来客数が大幅に上向く要素はなく、しばらくは現状のまま推移する。消費税減税が正式に決定すれば、景況感の回復につながる事が期待される。
☐	スーパー（社員）	・客の来店を促進するための、チラシの配布やイベントの実施を前年以上に行っているが、何とか前年の売上を維持するのが精一杯で、当面は厳しい状況が続く。
☐	スーパー（企画）	・物価の上昇が続くなか、最低賃金の引上げで、パート社員だけでなく正社員の賃金も底上げされているが、可処分所得は減少する傾向にある。それに伴い、来客数は横ばいで、販売点数は減少、商品単価は上昇する傾向が続くと予想される。
☐	スーパー（企画）	・当面は消費者の節約志向が続くと予想されるが、原材料費や包装材の価格も上昇するなど、今まで以上に全てのコストが上昇傾向にあるため、商品価格を下げることは難しい。
☐	コンビニ（経営者）	・3か月先も気温は余り変わらないようである。飲料の販売量を現状並みに維持するほか、冷凍食品の売行きも良いため、冷凍ケースを3面から4面に増やして販売を行う。
☐	コンビニ（経営者）	・猛暑が続くため、引き続き一定の需要が見込まれる。
☐	コンビニ（店員）	・常連客が大半であるため、今と変わらない状況が続く。
☐	コンビニ（店員）	・この先も厳しい暑さが続くため、大きな変化はない。
☐	家電量販店（店員）	・良くもならず、悪くもならないと予想される。先行きの見通しが立たない限り、今の状況は変わらない。

☐	家電量販店（人事担当）	・気温が高くなり過ぎることで、客の外出の減少が懸念される。
☐	乗用車販売店（経営者）	・オイル類の価格が高騰しているほか、入荷が滞っているため、今後も整備には予算を掛けられない状態が続く。
☐	乗用車販売店（経営者）	・復調の兆しがなく、部品の調達もままならない状況では、先が見通せない。
☐	乗用車販売店（販売担当）	・購入層の幅が広がるためには、景気や実質賃金が改善したという実感が必要である。
☐	乗用車販売店（営業担当）	・抜本的な景気の改善が進まなければ、変化は望めない。
☐	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・地金価格の高騰後は、新商品もスムーズに売れていない。価格調整前の在庫品が売れて、利益は出ているが、新たな商品の仕入れにはそれ以上のコストが掛かるため、仕入れをためらう状況となっている。
☐	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、季節商材を除けば横ばいか、減少傾向が続いている。気温の上昇により、飲料などでは売上の増加が見込まれるものの、食品の値上げも続いているなかで、食品や日配品などの売上は現状の水準を何とか維持したい。全体としては大きな上昇要因は見当たらないが、UV関連や制汗剤などの夏物商材では、化粧品や化粧雑貨の好調が予想される。
☐	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・送料の無料キャンペーンは終わるが、季節の変わり目で秋冬物商材の売上増加が期待できる。
☐	高級レストラン（企画）	・中東情勢が引き続き不透明で、欧州や北米からのインバウンド需要の低迷も続くなか、国内旅行の需要増ではカバーし切れないと予想される。
☐	一般レストラン（企画）	・食材価格の高騰で、原材料価格の見直しが必要な状況が続くなか、売上の増加が利益の改善につながっていない。今後もこの傾向が続くと予想している。
☐	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・中東情勢の変化で、周囲でも財布のひもが顕著に固くなっている。一方、消費税率の引下げによる影響については、当初は購入金額が増えるかと予想される。
☐	観光型ホテル（経営者）	・8月は実際の予約が増えるため、現時点ではまだ判断できないが、お盆休み前後の予約は入ってきているため、前年並みの販売量は達成できそうである。一方、9月は団体客の先行予約が弱いため、苦戦を強いられており、大型連休で個人客の予約を積み上げるしかない。
☐	観光型旅館（経営者）	・良くなる要因が乏しい。
☐	都市型ホテル（管理担当）	・台風の接近や令和8年熊本地震など、自然災害による悪影響が年々大きくなっている。
☐	都市型ホテル（フロント）	・8月の夏休み以外は厳しい状況となる。
☐	旅行代理店（支店長）	・令和8年熊本地震と台風で大きく落ち込んだ後、9月の大型連休での回復を予想している。
☐	旅行代理店（役員）	・9月までの猛暑の予想や、消費税率引下げ議論の停滞感などがある一方、客の購買マインドを刺激するイベントもないため、状況が好転する期待は薄い。
☐	通信会社（社員）	・景気回復の兆しが出てきたが、当社のサービスへの申込数は若干の増加にとどまる。解約数も増えているため、大きな純増は見込めない。他社からの乗換えに対する、通信回線費用の割引プランの適用が増えているものの、先行きは不透明である。
☐	テーマパーク（職員）	・しばらくは外出を控えるような暑さが続く。
☐	観光名所（企画担当）	・春先は来場者数も若干増加していたが、6月以降は前年並みとなった。しばらくはこの傾向が続くと予想される。
☐	遊園地（経営者）	・原油問題の解決の方向性がみえなければ、先行きの改善への期待は薄い。
☐	ゴルフ場（支配人）	・入込客数や予約状況等を考慮すると、今後2～3か月先は現状並みの推移となり、仕入価格、水道・光熱費も現状維持が予想される。
☐	競艇場（職員）	・賃上げや物価の上昇、海外情勢の変化に加え、国内政治の動きなど、様々な要素がどのように作用するのか、見極めるのは難しい。

□	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・物価の上昇で、催事に必要な経費の削減を続けているが、収益の増加にはつながっていない。
□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・夏休み期間となり、8月にはプロ野球の公式戦が6試合開催されるほか、コンサートも予定されているため、前年並みの来場者が見込まれる。
□	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルを使ったマッサージで服を脱ぐため、寒い時期は来客数が減少する一方、暑い時期は増加するが、9月、10月はそれほど変わらない。
□	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・新規入会者と退会者のバランスをみると、現在は何とか現状を維持できており、今後も大きな変化はない。
□	住宅販売会社（経営者）	・周辺の住宅や宅地が活発に取引される状態にならないと、景気が良くなったとはいえない。現状はまだその兆しがみられない。
□	住宅販売会社（経営者）	・原価の動きは気になるが、ひとまずは様子見となる。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・金利の更なる上昇が進んだ場合は、不動産市場では減速傾向が明確になる可能性が高いものの、現時点では横ばいの見通しである。
▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・消費税率の引下げがどうなるのか、いまだはっきりしていない。物価は依然として高いままで、ナフサ不足の問題も解決していない。生活に直結する身近な問題が滞ったままであるため、安心できる状態にならないと、景気は上向かない。
▲	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・生活必需品としてのメイク商材を多く扱っているが、消費意欲の変化による増減が大きく、今後も令和8年熊本地震の影響がショッピングモールへの不信という形で出てくる。一方、化粧品以外のギフト関連の商材は好調を維持している。希少性の高い商材で来店を誘導し、この時期ならではの接客により、店の価値を維持していくことが重要である。
▲	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	・異常な暑さにより、外出や消費を控える動きが出てくる。
▲	百貨店（売場主任）	・生活コストが増えるなかで、ファッション関連の支出が抑えられる傾向が変わる気配はない。
▲	百貨店（売場主任）	・今後の中東情勢は不透明ななか、物価上昇への懸念が大きい。既にナフサ由来の包材などの、資材価格の高騰が続いている。今後更に悪化した場合は、物価の上昇による客の買い控えが強まる。
▲	百貨店（宣伝担当）	・年々猛暑が厳しくなり、季節も四季から二季へと変化している。これまでは8月末から秋物商戦が始まったが、10月頃まで衣替えをしない人も増えている。季節商材を中心にメーカーも生産を抑制しているため、苦戦が予想される。
▲	百貨店（販促担当）	・一気に猛暑となったが、仮に10月頃まで暑さが続けば、消費に悪影響が出る。秋物商材の展開が難しくなるなか、秋色夏素材の商材や、秋の食材を使ったさっぱりメニューの提案など、気候に応じた提案の工夫が求められる。
▲	スーパー（経営者）	・客の様子をみると、必要な物以外は買わず、特にディスカウント商品しか購入しない。
▲	スーパー（開発担当）	・景気対策の内容がいまだ明確でない状態では、景気は良くならない。
▲	コンビニ（経営者）	・例年、繁忙期の後は落ち着くため、需要の喚起を図る。
▲	コンビニ（店員）	・このまま値上げが続けば、業況は悪化していく。
▲	衣料品専門店（店員）	・閑散期に入るほか、気温の高い日が続くため、購買意欲は低下する。
▲	家電量販店（店員）	・暑さによる需要が短期間に集中しているため、今後は揺り戻しがある。
▲	家電量販店（企画担当）	・10月からキッチンやバスなどの水回りのリフォーム商品や、関連工事の部材の値上げが決まっているため、買い控えが予想される。
▲	乗用車販売店（経営者）	・金利の上昇による、自動車ローンの負担の増加が、販売には悪影響となる。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・中東情勢の変化や円ドル相場の先行きに明るさはなく、受注にも陰りがみられる。今後はやや下向きのイメージを持つておく必要がある。

▲	乗用車販売店（マネージャー）	・株価は上昇しているものの、消費に大きな影響をもたらすとは考えにくい。それ以上に、物価の高騰に賃金の上昇が追いついていないことが問題である。
▲	住関連専門店（店員）	・物価高対策で政府に新たな動きはない一方、猛暑で電気代の負担は増えているなど、景気が良くなる要素はない。
▲	その他専門店〔食品〕（経営者）	・物価の上昇に所得の増加が追いつかないため、景気の回復には時間が掛かる。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・中東情勢の変化が長期化するなか、ガソリン補助金の基準価格が見直されれば、物価の上昇に拍車が掛かり、景気はやや後退する。
▲	一般レストラン（経営者）	・猛暑が毎日続いているほか、商品の値上げで生活に影響が出ているなど、外食の需要が減っている理由は多い。また、期待していたプレミアム付商品券の利用も前回ほどはみられない。今後の消費税率引下げに向けて、外食の大手企業はテイクアウトの拡大に動いているなど、資金力のある企業が生き残る、弱肉強食の状況になりつつある。今後、外食産業で業況の回復が進むかどうかは疑問である。
▲	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇が続いているため、消費者の財布のひもは固く、客との会話でも同様の声が増えている。
▲	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	・例年以上の猛暑が見込まれることから、厳しい状況が続くと予想される。
▲	都市型ホテル（営業担当）	・人件費や光熱費、配送費などの経費がどんどん増えているほか、猛暑によるレジャー消費の鈍化など、将来への不安による買い控えもあり、景気が良くなる材料は見当たらない。
▲	都市型ホテル（客室担当）	・中東情勢は先行きがみえないほか、インバウンドでも中国からの個人客の減少傾向が解消されない。
▲	旅行代理店（役員）	・猛暑の影響もあり、夏休み期間の予約は鈍化している。また、物価の上昇に伴う家計負担の増加も、家族旅行の計画に大きく影響している。さらに、円安の進行や燃油サーチャージの高止まりが続くなか、海外旅行の需要回復を後押しする要因が見当たらない。
▲	タクシー運転手	・8月はお盆休みで、タクシーよりも電車や飛行機の利用が増える。また、海外への渡航や、田舎への帰省などもあるため、消費は控えめとなる。
▲	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	・中東情勢が不安定なほか、円安の進行や金価格の低迷など、良い材料が見当たらない。
▲	通信会社（社員）	・新型スマートフォンが発売されないという情報があるほか、端末価格の上昇による影響も懸念される。
▲	通信会社（営業担当）	・通信機器の価格高騰や、工事会社の作業コストの高騰が続くため、今後やや悪くなる。
▲	通信会社（役員）	・全体的な物価の上昇で、客足にも買い控えの傾向がみられる。通信事業者から支払われる代理店手数料や、支払条件のノルマも厳しくなっている。
▲	その他レジャー〔スポーツ施設〕（経理担当）	・政策金利の上昇が見込まれる。
▲	住宅販売会社（従業員）	・新築マンションの供給戸数は減少している一方、竣工済み物件の在庫は、売行きが鈍化に伴って増加傾向にある。デベロッパー各社は資金面で余裕があり、値下げをせずに販売を継続しているが、長くは続けられない。金利の上昇に伴い、一部の物件は資金化を急ぐため、値下げの上で売却すると予想される。
▲	住宅販売会社（企画担当）	・受注状況が厳しいため、売上の増加につながらない。この流れは当面続くことが予想される。
▲	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）	・企業の倒産や閉鎖の増加がみられる。
▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・資材価格の高騰に伴う建築単価の上昇や、住宅ローン金利の上昇の影響を受け、消費マインドは更に冷え込むことが予想される。
▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・原油不足の影響が出ており、オイルやシリコンなどの部材の入荷時期が読めなくなっている。納期が未定の部材が増えることで、事業の流れが悪くなると予想される。
×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・物価上昇による悪影響が出る。

	×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価の上昇や中東情勢の悪化など、良くなる要素が見当たらない。円安も更に進む懸念が強く、そうなれば社会や経済の状況は更に悪化することが予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・ランチに行くといつも混んでいる飲食店も、空席が目立つようになっている。
	×	住関連専門店（店長）	・地震のあった熊本は取引先が多い地域のため、今後は受注の減少が懸念される。
	×	その他小売〔ネット通販〕（管理担当）	・お中元や夏物ギフトの需要では、単価や件数が悪化傾向のまま、商戦の後半を終えつつある。また、秋の行楽や行事向けの商品の早期予約も、例年と比べて出足が鈍い。
	×	一般レストラン（店員）	・物価の上昇が続けば、自然と外食が控えられるため、今後は悪くなる。
	×	観光型旅館（経営者）	・予約状況を見ると、先行きは厳しい。
	×	競輪場（職員）	・令和8年熊本地震の影響による、物価の更なる上昇が予想される。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・為替は更に円安が進む見込みであり、ますます苦しい状況となる。一方、木材関連以外の事業にも複数の引き合いがあるため、積極的に対応していく。これからは更に広い分野で、商材を確保していく予定である。
	○	繊維工業（管理担当）	・資材単価が1割以上高くなっているほか、海外調達の資材は輸送費の高騰が進んでいるため、仕入れの際には注意が必要となっている。現状は受注数に大きな変化はないものの、今後は上向く見込みである。
	○	金属製品製造業（製造担当）	・I R 関係の注文が入ってくるようであり、先行きが期待される。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取扱製品の年間で2番目の需要期に入るほか、気温が下がることで外出頻度も増えてくる。
	○	建設業（経営者）	・今後も受注の増加が予想される。
	○	輸送業（経営者）	・取引先での商品の値上げも一段落し、価格の動きが落ち着き始めたため、延期になっていた仕事が再開される。さらに、厳しい暑さで社員の健康のために断っていた仕事も、今後は徐々に受けられるようになる。
	□	食料品製造業（管理担当）	・特に変化の材料は見当たらない。
	□	繊維工業（総務担当）	・コストの上昇分が販売価格に上乗せできなければ、販売現場の状況は上向かない。コストや原材料の見直しを行っているが、既に限界にきているため、今後も薄利の状況に変化はない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・新製品に関する案件は出てきているが、契約数量が減るケースが多い。原材料費が上昇する一方で、販売価格を上げられない状態が続いている。
	□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・コストの上昇分を全て転嫁することはできないため、利益面では厳しい状態が続く。
	□	化学工業（企画担当）	・値上げが浸透して適正な利益が確保できる状況になっている。ただし、今後は猛暑で食品の消費が低迷する予想もあるため、大きくは変わらない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・中東情勢の影響で、プラスチック製品の入荷が安定しない。5月末に注文したポリカーボネート板の生産が8月になるという。早めに動いて確保に努めているが、改善が見込まれる要素はなく、大幅な受注増があっても対応が難しい。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・物価上昇や円安基調に加え、中東情勢が不透明であり、消費税減税の実施時期も見通せない状況であるが、他社の生産停止分の引受けといった特殊要因もあり、業況は堅調な推移となる。
	□	金属製品製造業（経営者）	・異常な暑さと作業員不足で、各現場の作業が遅れ、荷動きの改善はみられない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月の景況はそれほど良くなく、今後もこの状況が続くと予想される。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・物価の上昇で景気が悪くなるとの予想が多いが、まだ経済は落ち込むことなく回っている。
	□	電気機械器具製造業（経理担当）	・根本的な解決策が何も出ていない。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・円安の進行や、物価上昇の動きは今後も変わらない。

	□	建設業（経営者）	・異常気象により、作業所では熱中症の危険性が高まっている。作業効率の悪さや、建設資材の納期の不安定化もあり、工期の順守が厳しい状況にある。
	□	輸送業（商品管理担当）	・例年8～9月は酒類の販売が伸びるため、現状並みか、少し良くなると予想される。
	□	輸送業（サービス担当）	・中東情勢の終息の見通しが遠のいているほか、米国による新たな関税の導入や、猛暑による悪影響も出ている。物価と収入のバランスの悪さに加え、利上げによるメリットもみえにくいなか、様々なデメリットが個人消費に影響し、悪化傾向となっている。
	□	金融業〔保険〕（経営者）	・良い材料が見当たらない一方、消費者や企業が現状に慣れてきているため、現状維持となる可能性が高い。
	□	金融業（営業担当）	・中東情勢の問題は、先行きがやや不透明である。
	□	広告代理店（営業担当）	・9月までの良い材料が見当たらない。
	□	経営コンサルタント	・クレジットカード決済代行会社の倒産による影響も、直近は景気がそれなりに良く、被害を受けた小売店なども損失を吸収できるため、直ちに倒産などには至らない。
	□	司法書士	・中東情勢の問題が続くなか、大規模な災害が起こるなど、良くなる要因が見当たらない。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価の上昇で材料費などが増える一方、それに伴う工賃の上げがないため、状況は厳しい。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・物価上昇の影響が徐々に広がっているものの、必要な消費を行う傾向に変化はない。抑える部分とそうでない部分を分ける、メリハリ消費が続くと予想される。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・価格改正の動きが終わるまでは、落ち着いた。
	▲	食料品製造業（従業員）	・食品全般が値上げ基調となって買い控えが進んでいるほか、原材料や資材価格の上昇で利益率も落ちている。製品価格を更に上げなければ、利益が出なくなっているが、値上げをすれば商品の動きは止まる。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・秋には新たな値上げの話も浮上しており、客の買い控えが始まると予想されるため、景気は少し悪くなる。
	▲	化学工業（経営者）	・今後は春の値上げによる悪影響が出てくるため、景気は悪くなる。
	▲	化学工業（管理担当）	・今後の中東情勢の動きに左右される。
	▲	輸送用機械器具製造業（役員）	・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）	・中東情勢の変化や長引く円安、人手不足といった悪材料は多い一方、景気の好材料は見当たらない。
	▲	建設業（経営者）	・依然として中東情勢が不透明ななか、円安の進行や金利の上昇が追い打ちとなり、誰もこの時期に住宅投資をしようとは考えない。
	▲	輸送業（営業担当）	・前年まで利益の良かったお中元の荷物は、運賃の安い他社に流れており、荷物量がかなり減って利益も落ちている。
	▲	不動産業（営業担当）	・中東情勢の影響により全ての物価が上がっているが、なかなか価格転嫁が進まない。家主も管理費は上がっているが、賃料に転嫁できない状況が続いている。
	▲	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	・一部のAI関連や防衛関連企業の業況は良さそうであるが、それ以外は原材料費の高止まりに加えて、原油由来製品の供給不足の問題も解決されておらず、中小企業を中心に倒産や廃業が増えると予想される。
	×	通信業（管理担当）	・原油の輸入状況の不安定さに加え、物価の上昇によって消費が冷え込む。
	×	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・過度な円安の長期化が響いている。輸入コストが上昇するなか、業者間の価格転嫁は遅れて進むため、流通の中間段階での採算割れによる倒産の増加が懸念される。一方、価格転嫁が進んだ場合は、小売価格の相当な上昇が避けられない。中東情勢の先行きがまだ不透明であるため、石油由来製品の大幅な価格上昇による影響も見通せず、半年以内に個人消費が極めて厳しい状況に陥る可能性は大きい。
雇用 関連	◎	—	—
	○	人材派遣会社（支店長）	・経済環境は混んとしているが、必要な情報化投資を行いながら、下半期に期待したい。

（パニシタ）

(認識)	□	人材派遣会社（営業担当）	・ 中途採用者の早期離職や採用のミスマッチによる企業の損失は、GDPの0.2%に達するともいわれる。AIの活用により、低コストでマッチング精度を向上できるとしても、人材業界の存在意義を改めて考えなければならない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 令和8年熊本地震の影響がどの程度出るかは分からないが、関西企業のプロモーション費用は今月と同水準が見込まれる。
	□	職業安定所（職員）	・ 半導体関連で一部の製造業が好調となり、求人数も増加しているが、長引く物価の上昇や、中東情勢の変化で求人を控える動きもあり、状況を注視する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・ 中東情勢による影響も含めて、物価の上昇や資材不足に関する声が続いている。問題が長引く場合は、景気への影響も予想されるが、現状は企業努力によって耐えている。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・ 建設現場の数については、今後大きな増減はないと予想される。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・ 現状は若年層の労働力が不足しているため、本学への求人は堅調な動きとなっている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・ 求人数の減少傾向には歯止めがかかってきたが、求職者数は増加が続いており、特に事業主都合離職者の増加が目立つ。大企業による早期退職の実施のほか、中小企業の後継者難や業績不振による廃業、解雇に加え、契約社員や派遣社員の雇止めもみられる。この傾向は今後もしばらくは続く予想される。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・ 人件費や原材料費などのコスト増により、企業側での新規採用の抑制や、派遣、契約社員などの求人の絞り込みがみられる。人材採用のハードルが上がっており、雇用市場全体で活気が失われつつある。
	▲	人材派遣会社（管理担当）	・ 中東情勢の変化により、今後は更なる物価の上昇や商品の不足が懸念される。中東情勢が落ち着かない限り、この状態が改善されることはない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ 円安の進行や物価の上昇に対する具体的な対策が進まない限り、景気は悪くなっていく。
	▲	職業安定所（職員）	・ 中東情勢の変化の長期化や、猛暑の影響もあり、今後は更に物価の上昇が進むと予想される。
	▲	職業安定所（職員）	・ 中東情勢の変化による影響から、原材料や備品の品薄感は続いているものの、雇用への影響は限定的である。ただし、情勢の改善が遅れることになれば、影響が出てくる可能性が高まる。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・ 3か月後は夏休み明けであり、2028年3月卒業者向けの早期選考や秋冬インターンが盛んになるが、秋冬インターンは企業側でやや縮小傾向にあるため、イベントの出展などを控える企業も出てきそうである。当社主催のインターンシップ合同企業説明会も、前年と比較して会場の規模を6割程度に抑える予定となっている。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・ 物価の上昇に歯止めがかからないなか、多くの企業で雇用条件の改善が追い付いていない。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・ 熊本地震が発生し、現地の工場が被害を受けているほか、住環境やインフラなどの再建も必要となる。
	×	—	—