

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（外商担当）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除される1週間ほど前から、明らかに客足が増えている。
	◎	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	来客数の動き	・3月に入って徐々に回復基調となっていたが、まん延防止等重点措置の解除後は、更に回復が顕著となっている。世代を問わず、街に人が戻ってきたと感じる。
	○	一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・久しぶりに来客数、売上共に安定し、少し良い月となった。特に目に付いたのは、クレジットカードの使用量の多さであり、今財布にある予算のみで買物するのではなく、先行きに、引き落としができるという、ちょっとした余裕を感じられた。閉鎖的な空気が長く続いていたが、今月は明るい雰囲気を感じられる。
	○	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・3月中旬以降、特にまん延防止等重点措置が解除される直前から来客数が伸び、株価の上昇も重なって、業況は改善している。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・3月22日以降、まん延防止等重点措置が解除された。桜の開花とともに来客数が戻り、地下の食料品フロアを中心に好調に推移している。また、気温の上昇に伴い、春物のアウターやニットといった婦人服の売上も回復傾向にある。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・3月に入り、まん延防止等重点措置の適用下ではあったが、入学や卒業、新生活関連のモチベーション需要のほか、気温の上昇などで、都心店舗では国内の中間層による購買が活発となり、売上は約15%増えた。特に、婦人洋品、婦人用ハンドバッグ、紳士服などは20%を超える増加となっている。また、富裕層も特選品や宝飾品を中心に、好調を維持している。全体的には慎重な購買姿勢が続いているものの、意味のある選択消費が積極化している。
	○	百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の解除の可能性が出始めた10日頃から、人出が増えてきた。年配層も3回目のワクチン接種の進展もあり、来店し始めている。
	○	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が解除されるまでは、来客数の減少で売上確保に苦戦していたが、解除後は春休みに入った影響や、暖かい日が続いた影響などで来客数も順調に回復し、売上も前年の実績を確保できそうである。
	○	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・来客数そのものは、新型コロナウイルス発生前の水準に戻っていないものの、購買率が上向いており、売上に回復の動きがみられる。
	○	百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置の延長で、月前半の来客数はかなり鈍く、特に年配層の来店はまだ控えられている。一方、若年層の来店は順調に増え、コロナ禍への感覚の差が感じられる。ラグジュアリー関連の動きが良く、4月に値上げを予定している多くのブランドで先買いが進むなど、好調に推移している。それに対し、コスメ関連はコロナ禍の影響が強く、対面接客が不可欠なブランドは軒並み苦戦している。一方、まん延防止等重点措置が解除された月後半は来客数が大きく回復し、26日の土曜日は、寅の日と一粒万倍日、天赦日などが重なったこともあり、財布関連のアイテムの売上が大きく伸び、景気回復と金運上昇を願う客の動きが強く感じられる。
	○	百貨店（店長）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置の解除により、かなり来客数が増えている。ただし、食品やレストラン関連は動きが良くなっているが、旅行などの遠出がまだ少なく、アパレル関連は依然として動きが鈍い。
	○	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・前月まで苦戦していた雑貨関連の小物の動きが、前年を超えつつある。
	○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・前年比での来客数の動きは、2月はまん延防止等重点措置の適用で大きく落ち込んだ。直近3か月の動きをみると、1月がマイナス3.2%、2月がマイナス14.7%、3月がマイナス1.6%と、足元の動きは改善傾向にある。

○	スーパー（店長）	お客様の様子	・ネットスーパーの利用が減ってきており、その分リアルな買物や趣味、外食などに消費が向かうなど、経済が活発し始めていると感じる。
○	スーパー（店長）	来客数の動き	・3月中旬から来客数が3～5%増え、UV関連やリュックサックといった、行楽関連商品が売れ始めている。
○	スーパー（店長）	販売量の動き	・3回目のワクチン接種が終了した人も増え、まん延防止等重点措置も解除され、以前よりも人の動きは出てきている。
○	スーパー（店員）	来客数の動き	・コロナ禍が少し落ち着いてきたら、人出も多くなり、家族で買物に来る人も増えてきた。価格がかなり下がったイチゴなどは、毎日かなり売れている。お彼岸も天気良かったせいで、お供え物の果物や墓花がよく売れている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されて1週間ほどになるが、来客数が6%増えている。このタイミングで商品の割引券が発行されたため、売上の増加につながっている。
○	コンビニ（経営者）	それ以外	・まん延防止等重点措置も解除され、企業活動や雇用情勢について、今まで控えられていた部分が活発になってきたと感じる。
○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置の解除で、ようやく動きが良くなりそうである。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・少しずつ増えつつあった来客数が、安定して増え始めたと感じる。活気や雰囲気も戻りつつあるため、このまま勢いがついて、売上も伸びていくと予想される。物価の上昇などで家計には厳しいが、コンビニも低価格で品質の高い自社製品を開発し始めており、コンビニの商品は高いというイメージは徐々に変わってきている。
○	コンビニ（店員）	お客様の様子	・桜の開花とともに人出も多くなり、近隣の公園で花見をする人も増えたため、アルコール類やレジ横商品がよく売れている。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、客足が増えつつある。
○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が少し下火になり、それに伴いまん延防止等重点措置が解除となり、来客数が増加しつつある。気候が暖かくなり、桜も咲き始め、客も戻りつつある。
○	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・半導体不足による製品不足が少し落ち着き、販売量が増えている。
○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・今月は決算の影響や、新生活関連や引っ越し需要、家電価格の値上がり見込みといった効果もあり、コロナ禍の状況にしては、高価な家電の販売量が増えている。
○	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、化粧品や花粉症関連の医薬品の販売が伸びている。今後も同様の傾向が続くと予想される。
○	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	販売量の動き	・送料の無料キャンペーンを行っているほか、新年度の動きが重なり、制服類の注文が増えている。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置がようやく解除され、普通に営業ができるようになった。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数が減らないため、来客数の動きが安定するまでにはまだまだ時間が掛かる。一方、来店客の動きをみると、以前よりも少し値段の高い物を注文したり、客単価も上昇している。今後は景気回復の兆しが少し出てくることを期待している。
○	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・売上の2019年比については、前月に大きくダウンしたが、今月に入って約10%の回復がみられる。ただし、いまだに2019年の水準を超えるまでには至っていない。回復の動きは、関東や西日本と比較して、関西が最も高い水準となっている。

○	観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除される前から、少しずつ来客数が増えてきた。かなり状況は良くなってきたが、新型コロナウイルス発生前と比べて、まだ販売量は3分の2程度である。
○	観光型旅館(団体役員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に減少し、追加のワクチン接種も進んでいることもあり、観光客が増加している。
○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染症対策を行っていても、大勢での食事を伴う宴席は、年配客は当面自粛傾向である。一方、40～50代の客は、ルールを守った上での会食を希望している。
○	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・まん延防止等重点措置の解除や、3回目のワクチン接種の動きが加速していることで、社会活動の活発化が予想される。飲食店などの制限が完全に解除されれば、更なる活発化も期待できる。
○	都市型ホテル (フロント)	単価の動き	・まん延防止等重点措置が解除されたものの、大阪は地域割などのキャンペーンが見送りとなっており、レジャー利用の動きはまだ鈍い。
○	都市型ホテル (客室担当)	販売量の動き	・まん延防止等重点措置の解除に対する期待が高まっていたほか、解除後は週末の駅周辺の人流が増え、抑えられていた観光需要にも回復の兆しが見受けられる。
○	都市型ホテル (販売促進担当)	来客数の動き	・3月21日で、まん延防止等重点措置が解除された。2月にピークとなった、新型コロナウイルスの新規感染者数が減るにつれて、宿泊客数も増えて活気が出てきている。客室稼働率は53%程度の見込みで、前月よりも15.3ポイント上がっている。レストランのディナーは今月も休業しているが、ランチは月末にかけて客足が増えている。特に、ビジネス客以外の、主婦層や5～10人のグループ客が多くなっている。
○	旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が3月21日で終了し、客からの問合せが増えている。まだまだ春休みの間際予約が多いものの、ゴールデンウィークや夏休みの問合せも徐々に増えており、少し明るさがみられる。
○	旅行代理店(役員)	来客数の動き	・2年ぶりに県民割やGo To Travelキャンペーンなどの需要喚起策がなくても、客が来店するケースが増えている。3回目のワクチン接種や様々な感染防止策が周知されたことで、安心感が広がっていると感じる。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・年度末の歓送迎会のシーズンとなり、若年層の動きが目につく一方、まん延防止等重点措置は解除されたが、中年層の動きは慎重となっている。
○	美容室(店員)	来客数の動き	・卒業式が行われるようになり、袴や着物で参列する客が増えている。
□	商店街(代表者)	販売量の動き	・まん延防止等重点措置の解除で人出は増えているが、売上に大きな変化はない。また、相変わらず客足の引きが早い。
□	一般小売店[珈琲] (経営者)	それ以外	・まん延防止等重点措置の解除で動きが出始めたが、解除までの低迷による影響で、今月は大きな変化がない。
□	一般小売店[鮮魚] (営業担当)	それ以外	・売上は、3か月前とほぼ同じ水準である。
□	一般小売店[衣服] (経営者)	販売量の動き	・春物衣料の動きが悪い。来客数は前年比で大きく減っていないが、消費者の購買意欲はやや低く感じられる。
□	一般小売店[野菜] (店長)	お客様の様子	・物価の上昇で、仕入れも難しくなっているなかで、大手の安売部門が注目を集め、よく売れている。本当の商売という面ではやりにくくなっている。
□	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・月末にかけて店舗周辺の来客数は増えているが、まだその恩恵ははっきりと売上に反映されていない。
□	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・今月は目標達成の見込みである。新型コロナウイルスの感染拡大も徐々に落ち着き、来客数は戻りつつある。ただし、新型コロナウイルス発生前と比べると、国内客の消費はまだ厳しい状況にある。不要不急の買物が抑制される傾向にも、大きな変化はない。

□	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・ 今月21日まで、まん延防止等重点措置が続いていたため、高齢者の外出が少なかったように感じる。来客数、売上共に前年をやや上回る水準であり、新型コロナウイルスの発生前に比べると80%程度にとどまる。
□	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・ コロナ禍が長引くなか、街の人出は夕方以降を中心に減少している。店舗でも滞留時間が短く、まだ目的外のショッピングを楽しむ心理状態にはない。堅調な部門は食品やモチベーション関連で、ファッション関連は苦戦が続いている。
□	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・ 依然として、富裕層による高額品の売上は好調であるが、婦人服や紳士服の売上は低迷している。
□	百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・ 12月は好調に推移したが、今年に入り、新型コロナウイルスの影響で来客数が激減した。3月に入ってコロナ禍も落ち着き、来客数も戻りつつあるが、これまでのことを考えると、良くなっているとはいえない。
□	スーパー（経営者）	単価の動き	・ 加工食品に加え、生鮮食品も価格が全般に上がっている。単価アップの影響で買上点数は落ちているものの、売上は前年並みであり、2～3か月前と比べても悪くない。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・ 来客数は、前年を若干下回る状況が続いている。
□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・ 日用品の売上が前年割れとなった一方、自転車や園芸関連が前年以上となり、トータルで前年並みとなっている。
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・ まん延防止等重点措置の解除で、夜の来店時間は少しばらついてきたが、来客数自体は変わっていない。
□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・ コロナ禍でまん延防止等重点措置が適用されていたため、来客数に大きな変化はない。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・ 来客数、売上共に、大きな変動はない。
□	家電量販店（営業担当）	それ以外	・ 取りあえず製品がそろわないほか、価格の上昇も進んでいる。
□	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・ 半導体不足などを理由とした生産の遅れにより、販売量が伸びない。
□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・ 3月にしては低調であり、来客数も減っている。
□	住関連専門店（店員）	お客様の様子	・ 購買意欲が感じられなくなっている。
□	その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・ 新型コロナウイルスの影響は少し落ち着いてきたが、ウクライナ問題でいろいろな面でバランスが悪くなり、物価も上昇しつつあることが懸念される。
□	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	来客数の動き	・ 来客数や売上が前年よりも減少している。まん延防止等重点措置の解除で、外に出掛ける人が増え、買物には行かないようになってきている。4月からの値上げには敏感となっているが、さほど売上には影響が出ていない。
□	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	お客様の様子	・ 3回目のワクチン接種が進み、人の流れが増えてきた実感はあるが、購買意欲をもって来店する客の割合はまだ低い。
□	その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	販売量の動き	・ 紳士物やブランド雑貨が好調で、売上は前年比で2けた増となった。新型コロナウイルスの感染状況が若干落ち着いたなかで、多少なりとも消費意欲の高まりが感じられる。
□	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ 月末にまん延防止等重点措置が解除されるまでは、大きな回復の動きもみられず、現状維持が続いていた印象を受ける。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ まん延防止等重点措置の延長後は、やや客足が戻り、解除後は桜が開花したこともあって、例年どおりの客足となっている。
□	観光型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・ コロナ禍の影響もあり、爆発的な来客数の伸びはみられない。
□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ まん延防止等重点措置が解除されたものの、動きに大きな変化はない。月末まで余り日がなかったほか、解除されてすぐに動ける人も少ない。
□	旅行代理店（店長）	販売量の動き	・ まん延防止等重点措置が解除され、客の動きがもう少し出てくると期待したが、相変わらず鈍い。

□	タクシー運転手	お客様の様子	・街には人流が戻りつつあるが、まだまだ夜の盛り場は寂しい状況である。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・宿泊やホテル関係の待ち時間がかなり長くなり、動きは良くない。駅などでの利用は、暖かくなってきたため少し動いているが、大きくは変わらない。
□	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・ロシアへの経済制裁で世の中全体がインフレ傾向にある。消費者物価が上昇傾向となれば、消費は全体的に悪化していく。
□	競輪場 (職員)	単価の動き	・今月の客単価は1万4130円で、3か月前の1万4623円から微減となっているが、大きな変化はない。
□	美容室 (店員)	単価の動き	・単価自体は変わらないが、来店周期は人によってばらつきがある。
□	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・建築資材などについては、調達価格の上昇と納期の遅れが続いている。
□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・コロナ禍の出口は感じられるものの、今のところ劇的に回復したとは言い難い。
□	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・新築分譲マンションの販売に関しては、集客が順調に継続しており、専有面積の広い高額物件が人気を集めている。全体の契約率も高い状態が続いている。
□	その他住宅 [展示場] (従業員)	来客数の動き	・住宅展示場への来場者数は、相変わらず前年比で1割減少という状況が続いている。
□	その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・年末から不動産の販売状況には減速感があったが、年度末にかけて横ばいとなっている。ただし、急速なコストアップが発生しており、今後の価格上昇が大きな懸念材料である。
▲	一般小売店 [事務用品] (経営者)	販売量の動き	・コロナ禍に加えて、様々な材料の値上げに伴って価格が変わるほか、ウクライナ危機の影響で石油に由来する製品の生産調整が始まっているなど、供給に関する課題が多い。
▲	百貨店 (企画担当)	販売量の動き	・12月の売上は前年比で20%台の増加率であったが、3月は25日現在で10%台前半となっている。ただし、前年の3月は緊急事態宣言の解除により、回復が大きく進んだ月であったため、それを踏まえると数字は悪くない。
▲	百貨店 (宣伝担当)	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が解除され、来客数は回復したものの、売上が伴っていない。世界情勢の悪化や原油価格の上昇、株安などの様々な要因から、客の財布のひもがかなり固くなっていると感じる。
▲	スーパー (企画担当)	お客様の様子	・様々な原材料や商品が値上げ対象となっているが、競合店もあるなかで、そのまま販売価格に転嫁することは難しい。大手企業との戦いはますます厳しくなっている。
▲	スーパー (社員)	競争相手の様子	・コロナ禍の拡大による内食需要の高まりで、食品スーパーは2年にわたって好調な売上が続いていた。現在はこの反動を徐々に受けており、一時は緩やかであった競争も、再び厳しい状況となっている。
▲	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。一部は戻ってきているが、全体的には低調である。
▲	家電量販店 (店員)	来客数の動き	・ロシアのウクライナ侵攻により、世の中の流れが不安定になり、来客数が減少しているような気がする。原油価格の高騰もあり、現状は厳しい。
▲	家電量販店 (企画担当)	来客数の動き	・新生活商戦が始まっているが、シングル用の家電購入を目的とした来店が減っている。携帯電話やスマートフォンを購入する学生の来店も限定的で、例年以上に来客数が減っている。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	販売量の動き	・原油価格の高騰が社会や経済に与える影響は大きい。また、新型コロナウイルスの新規感染者数はピークアウトしたものの、減少ペースは予想よりも鈍い。
▲	その他小売 [インターネット通販] (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染症対策のため、外出が控えられており、来客数の減少が深刻である。
▲	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除されても、大企業によるリモートワークは続くため、オフィス内での売上の増加は見込めない。

	▲	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・まん延防止等重点措置でキャンセルが多数発生し、新規予約は鈍化するなど、業況は低迷している。
	▲	通信会社(企画担当)	お客様の様子	・まん延防止等重点措置が解除されても、受注の勢いは感じられず、様子見の取引先が多い。デジタルシフトのニーズは高まっているが、前年のような勢いはなく、受注件数も金額も伸びていない。
	▲	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕(企画担当)	販売量の動き	・物販店やレストランの売上が低迷している。
	▲	美容室(店長)	来客数の動き	・コロナ禍が続くなか、当店は高齢者の客が多いため、開店休業状態である。
	▲	住宅販売会社(総務担当)	単価の動き	・ウクライナ危機により、資材の調達に時間が掛かるほか、価格が高騰している。
	▲	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	・ロシアのウクライナ侵攻による物価の上昇で、景気の減速が進んでいると感じる。
	▲	その他住宅〔住宅設備〕(営業担当)	販売量の動き	・半導体不足が報じられているが、当社もかなり影響を受けている。基盤以外にも配線ケーブルや各種スイッチなどの電材関係も入荷の予定が立たず、工事が先延ばしになっている。
	×	一般小売店〔呉服〕(店員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が続くなか、世界でいろいろなことが起きている。全ての物が値上がりし、客は買い控えをしている。
	×	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・今月は寒く、高齢者が今まで以上に買物に出掛けられなくなったため、売上が悪い。もちろん、まん延防止等重点措置や新型コロナウイルスの影響もある。
	×	住関連専門店(店長)	それ以外	・まん延防止等重点措置は解除されたが、客の戻りが遅く、目立った回復の兆しもない。
	×	都市型ホテル(管理担当)	来客数の動き	・3月21日まで、まん延防止等重点措置が適用されていたため、営業時間の短縮で収入は厳しい状況にある。
企業動向関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	金属製品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・資源価格の値上がりを見越して、早めに在庫を確保する動きがある。
	○	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注は停滞していたが、ここへきて問合せや案件の依頼が増えつつある。
	○	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・Web媒体、紙媒体共に、広告売上は前年を少し上回っている。
	○	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・まん延防止等重点措置も解除になり、4月以降のイベントなどの広告出稿が再開されつつある。
	□	食品製造業(営業担当)	取引先の様子	・まん延防止等重点措置が解除になっても、余り人の流れは変わらず、飲料水の売上も余り変わっていない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・3月は年度末であるが、取引先が在庫調整をしている。
	□	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	・数か月前と比べても、受注量に変化は感じられず、厳しい状態が続いている。
	□	化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・前年末までは自動車関連を中心に好調であったが、年明け以降は、出荷量が自動車、家電、建設土木関連共に減少している。
	□	電気機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・業態による格差があり、一概に良くなったとはいえない。また、半導体を始めとする電子部品の不足はまだ続いており、改善の兆しがみられない。
	□	電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・洗濯機や冷蔵庫、エアコンなど、大型の白物家電は前年を上回る動きとなっている。
	□	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・半導体などの不足により、給湯器やウォシュレットなどの納期が不確定で苦慮している。建設資材価格も急騰しており、工事の凍結や延期、縮小が増えている。

□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・学習机が売れるシーズンであるが、商品が入らず配達ができている。
□	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・コロナ禍の影響としか言いようがない。街を歩く人がマスクを着けているのを見ると、いつまでも注意や自粛という心理が知らず知らずにはたつき、消費行動にも影響が出るのを感じる。
□	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・材料や商品が入ってこないため、建設関連では現場の工事が完了できず、資金繰りに支障が出ている。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	取引先の様子	・コロナ禍の影響や物価の上昇により、良い方向には進まない。
□	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	・中旬以降、徐々に新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し始めたため、駅構内の店舗の利用者数も徐々に増えた。まん延防止等重点措置の解除を待たずに、観光地の駅の乗降客は一気に増え始めたが、夕方以降の客足の引きは相変わらず早い。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量や見積量は、前年と比べてやや少なめで動いている。
□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き合いは増えてきたが、原材料の値上がりに対応し、製品価格を見直す必要がある。その影響がどう出るのが、まだまだ分からない。
▲	食品品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、一部の商品は動き出しているが、全体的な荷動きは良くなっていない。
▲	繊維工業（団体職員）	受注価格や販売価格の動き	・原材料費や加工料の値上げが続いている。
▲	繊維工業（総務担当）	それ以外	・加工料や原材料の単価が上がってきている。商品価格への転嫁は難しく、利益の減少につながっている。
▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・世界的な半導体不足の影響で、受注はあるが、納期が2～3か月先の案件も出始めている。単純に1か月当たりの売上が減少している。
▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	それ以外	・売上はまず堅調に推移しているが、ロシアのウクライナ侵攻の影響で燃料費の高騰が避けられず、純利益の減少が予想される。ウクライナ情勢がこう着状態で、先行きの見通しがはっきりしないことも不安材料である。またコロナ禍については、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向であるものの、高止まりしており予断を許さない。
▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体不足や海外からの部品の入荷遅延で、自動車工場の稼働率が改善されていない。さらに、ここへきて鋼材価格や諸物価の上昇により、産業全体に減速感が出てきている。
▲	一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・僅かながらも物価は上昇している。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年は良好な環境が続き、今年も半導体関連業界は悪くないが、ロシアのウクライナ侵攻が始まり、核戦争の危機も高まっている。また、まん延防止等重点措置が解除されても、コロナ禍の完全な収束は見通せず、とにかく悪い材料が増えている。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・材料不足で電子部品の納期が伸びているため、思うようには受注ができない。
▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・資材価格などの上昇分を、販売価格に転嫁しきれない。
▲	金融業（副支店長）	取引先の様子	・まん延防止等重点措置は解除されたが、取引先からは、消費者の財布のひもは引き続き固いという声が出ている。
×	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍の影響で受注が激減するなか、更にウクライナ危機の影響で引き合いが減っている。
×	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・まん延防止等重点措置は解除されたが、人出は悪く、アパレル会社からは家賃の値下げ交渉がきている。それらの動きに伴い、ますます賃料は下がり、景気が悪くなっていく。

	×	その他非製造業 [電気業] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響とウクライナ問題で、世界経済が混乱している。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・求人の動きは引き続き堅調である。
	○	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・3月の派遣依頼件数は、前々年の実績を超えている。
	○	人材派遣会社 (管理担当)	求人数の動き	・まん延防止等重点措置の解除前から求人数に動きがあり、更に解除後はより一層、動きが出てきている。徐々にではあるが活発になっている。
	○	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・回復は顕著ではないが、周辺企業の話の聞くと、良くなる方向に向かっているケースが多い。
	○	民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・コロナ禍による特需関連の求人に加えて、通常の派遣求人数も増加している。
	□	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・年度末本来の慌ただしさがなく、淡々としたなぎ状態が続いている。新年度からの案件は、ほぼ3か月単位の短期が主流で、その後についてもコロナ禍やウクライナ問題で慎重にならざるを得ない。仕事量が増えるという感覚はなく、現状維持となる。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・4月以降は多くの商品の価格が上昇する。今のところ、ウクライナ侵攻に伴うロシアへの経済制裁で、日本が受ける影響は不透明である。
	□	新聞社 [求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、飲食や旅行、観光業など、これまで大きなダメージを受けた業界の求人も戻ってくる。ただし、現時点では明らかに回復した様子は見られず、他の業界の求人にも目立った増加はみられない。
	□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年と比べると増加しており、飲食サービス業の求人数も徐々に持ち直している。
	□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・大阪の有効求人倍率は前月から0.01ポイント上昇したが、有効求職者数の減少幅が有効求人数を上回ったことが要因であり、回復に向けた力強さはみられない。産業別の新規求人数では、卸売・小売業が前年比で3.0%減少するなど、弱い動きが続いている。一方、新規求職では在職者数の増加が目立っており、副業希望者や転職希望者の動きが反映されたと考えられる。
	□	民間職業紹介機関 (営業担当)	採用者数の動き	・コロナ禍でも、学生の就職率に変化はみられない。
	□	民間職業紹介機関 (営業担当)	周辺企業の様子	・新卒採用市場では、3月は広報が解禁され、選考の最中となるため、求人広告メディアでは大きな動きはない。4月以降は早期内定組の結果が出た後なので、広告の増減が目目される。次年度の2024年卒の採用を見越したインターンシップ情報の広告掲載数は、前年並みかやや増加傾向であり、夏のインターンシップの募集に向けて、どれだけ増えるかが景気の判断材料となる。
	□	学校 [大学] (就職担当)	雇用形態の様子	・医療系の高等教育機関ということもあるが、国家資格を取得することが最優先となっている。資格の取得後に求職活動を行うが、医療施設は人手不足であり、えり好みをしなければ採用活動に成功する。ただし、求人数も多いものの、希望の水準を下げないため、結果が出ていないケースもみられる。
	▲	人材派遣会社 (支店長)	求職者数の動き	・人材の採用がうまくいかず、売上が伸びていない。
	▲	新聞社 [求人広告] (営業担当)	周辺企業の様子	・一見関係がなさそうな取引先であっても、ロシアのウクライナ侵攻で様々な影響が出ているという話をよく聞く。また、多くの企業が自社商品の値上げに踏み切っていることから、景気は悪くなっているように感じる。
▲	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・新聞広告の動きをみると、まん延防止等重点措置の延長もあり、回復の兆しが全くみえない。	
▲	学校 [大学] (就職担当)	周辺企業の様子	・現在の地政学的な問題が長引けば、ますます経済に与える影響が強くなる。採用活動には余り影響していないが、今後は不透明であり、先行きを注視する必要がある。	

