

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（売場主任）	来客数の動き	・コロナ禍が落ち着き、関西国際空港経由でのインバウンドの入国が増えることで、3月は都心店の来客数が前年比で20%増えている。一方、郊外店の入店は0.1%の増加にとどまるが、売上は1.0%の増加と明るさがみられる。
	◎	百貨店（サービス担当）	販売量の動き	・コロナ禍関連の行動制限がなくなったほか、マスク着用が個人の判断となり、外出する機会が増えている。それに伴い、婦人服や化粧品の上売が拡大し、来客数も好調に推移している。また、外国人観光客による来店も増加が続くなど、インバウンド効果も好調に推移している。
	◎	百貨店（服飾品担当）	お客様の様子	・3月に入り、開店と同時に来店する外国人のツアー客などが増え、インバウンド売上が伸びている。また、国内客も来店時のマスク着用が自由になった解放感から、購買意欲が高まり、ラグジュアリー関連を中心に売上が2けた以上の伸びとなった。一方、衣料品関連も春物需要が好調で、コスメ関連も大きく売上が伸びている。食品関連も順調で、外出の増加によって行楽関連の食材が伸びている。
	◎	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・国内客が完全に回復しているほか、インバウンドの回復も目を追うごとに顕著となっている。店舗周辺の往来が、新型コロナウイルス感染症発生前に近いレベルまで戻っている。
	◎	コンビニ（店員）	来客数の動き	・外国人旅行客が増えている。
	◎	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	販売量の動き	・当施設の入館客数は前年比で145%、売上は120%となっている。
	◎	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3月に入って個人客の動きがかなり活発になっている。個人客はほぼ以前の水準に戻っており、宿泊単価も上がっているが、スタッフの人手不足で予約を断らねばならない状況にある。
	◎	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・マスク着用の緩和や全国旅行支援の効果もあり、来客数が増えた。桜の開花が早まったことで、週末の稼働は満室となっている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・業種による売上のばらつきはあるが、全体として良くなっている。
	○	一般小売店 [時計]（経営者）	来客数の動き	・今月は暖かい日が増えたこともあるが、初めての客や久しぶりの客も含めて、来客数が増えた。ゆっくりと滞在して世間話をするという、個人店ならではの仕事ができ、今月はとても良かったと感じている。
	○	一般小売店 [鮮魚]（営業担当）	それ以外	・インバウンド効果に尽きる。卸売の売上の減少分を、補って余りあるプラスが出ている。
	○	一般小売店 [呉服]（店員）	お客様の様子	・以前は新型コロナウイルスの感染者の濃厚接触者となり、外出できない人が多くみられたが、最近はそのような客が減っている。
	○	一般小売店 [菓子]（営業担当）	販売量の動き	・人の動きが活発になり、以前と比べると贈答品の動きもやや良くなっている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・来客数が順調に伸び、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づきつつある。
	○	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・物価の上昇などの懸念材料はあるものの、マスク着用の緩和といった日常を取り戻す動きが出てきたため、心理面で安心感が広がっている。
	○	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・13日からのマスク着用の緩和や、お彼岸シーズンに入ったこともあり、今まで出控えていた高齢者の来客が一気に増えている。
○	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・今までは好不調の差がカテゴリー別にはっきりと出ていたが、直近は差が余りなくなり、全てのカテゴリーが回復傾向にある。	

○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・3月13日からは、マスクの着用が個人の判断に委ねられるようになった。店舗でマスクを外す客は少ないものの、開放的になっているようにみえ、実際に外出用の婦人服や、旅行用品の売上が伸びている。一方、一部の海外ブランドの時計や宝飾品は、高額品であるにもかかわらず売れており、品薄状態が続いている。
○	百貨店（店長）	来客数の動き	・来客数は都心店、郊外店共に、前年を上回っている。ただし、消費の内容が以前とは異なり、高級ブランド品など的高額品を買える店と買えない店で、業績の回復に差が出ている。
○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・2月の後半から3月にかけて、婦人服や化粧品の販売が好調である。卒業や入学といったセレモニー関連の復活で、婦人服が好調に動いているほか、3月13日からのマスク着用の緩和が、化粧品の好調につながっている。
○	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・マスクの着用が緩和され、外出に必要な物を購入する客が増えている。化粧品関連の商材だけでなく、夏物商材であるパラソルや帽子などの動き出しが、前年よりも早くなっている。
○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・3月中旬からのマスク着用の緩和もあり、顧客心理が改善し、人流も増えた。気温の上昇で、国内の中間層によるファッション商材やレストラン、行楽弁当などの動きが好調なほか、インバウンド需要も大幅に増えるなど、全体的に消費が活発となっている。
○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・来客数、販売量共に減っているが、値上げの影響で1品単価が上がっており、売上は前年の水準をクリアしている。
○	スーパー（企画）	来客数の動き	・商品の値上げにより、平均買上点数は前年よりも減っているが、来客数は前年を上回るようになっている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・在宅勤務者がかかり減ってきたのか、通勤客は以前の水準に近づいている。また、周辺ホテルの宿泊者数もかなり戻っており、来客数の増加につながっている。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍関連の制限が解除されたため、来客数が増えてきたと感じる。
○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・昼間の客の動きは余り変わらないが、夕方から夜間にかけては日々忙しさが増している。近隣のホテルに宿泊している観光客の利用が多くみられる。
○	コンビニ（店員）	お客様の様子	・行動制限が落ち着き、気候も暖かくなってきたので、外出する人が増えている。
○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来客数がここ数か月は増えているが、単価は少し落ちている。全体にみると、やや上向いている感覚である。
○	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・こどもエコすまい補助金の効果で、住宅リフォームや給湯器の販売量が増えている。
○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・新生活需要や引っ越し需要、決算などの影響に加え、4月からの値上げの影響を受けて、来客数や販売量はやや上向いている。
○	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・入学や就職、転勤などに伴う、生活家電の販売が好調である。また、携帯電話の販売も例年どおり増加がみられる。
○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・国内販売の最大化に向けて、新車の供給が進んでおり、客への納車が増えている。
○	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	販売量の動き	・客単価が上がり、購入点数も増加している。外出への躊躇がなくなったほか、脱マスクに向けて、メイク商品の売上が伸びている。
○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・予約人数の規模が大きくなっているほか、外国人による予約が明らかに増えている。
○	一般レストラン（店主）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況がやや下火になり、春休みで学生や家族連れの旅が増えている。少しずつ行事やイベントなどによる人の流れも増えており、やや良くなっている。
○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・動きの良かった高級ホテルの動きが、1～2月は急に鈍くなったが、今月は少し回復傾向にある。客が活発に動いているほか、インバウンドが増え始めたという実感がある。

○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援も6月末まで延長され、控えられていた予約も順調に入り始めた。インバウンドも一気に増え始めたため、ようやく以前の9割近くにまで回復している。
○	観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・春休みや全国旅行支援の効果で、かつてのようなにぎわいがみられる。さらに、少しであるがインバウンド客の利用も増えている。
○	都市型ホテル（管理担当）	お客様の様子	・コロナ禍の影響がほぼなくなり、客の動きが平常時に近い状況で増えている。
○	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・外国人旅行客の増加傾向がみられ、客室の利用や、レストラン等の来客数が順調に増えている。
○	都市型ホテル（販促担当）	来客数の動き	・客室部門の収入は前年比で167%、料飲部門は205%で推移している。
○	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・中国本土からの入国規制が更に緩和され、インバウンドの動きの活発化が実感される。
○	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊需要は大きく回復しているが、宴会、レストランの需要回復が遅れている。マスク着用の緩和効果はさほどみられず、5月8日までは厳しい状況が続くと予想される。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・前年3月は、まん延防止等重点措置の影響で稼働率が53%であったが、コロナ禍の影響が弱まってきた今年は83%の見込みである。今月はかつての春の勢いが出てきており、卒業旅行や高校野球関係のほか、出張も通常の動きに戻りつつある。また、韓国や中国などの海外からの宿泊需要が増加していることも、好調の原因となっている。
○	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・全国旅行支援の効果で、国内旅行の受注は前年比で163%と伸びた。一方、海外旅行は前年比では伸びているものの、実績額としては極めて小さい。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・コロナ禍による約3年間の低迷期から、ようやく上向き始めている。ただし、今後は各種商品の値上げにより、徐々に消費意欲が奪われる可能性は否めない。
○	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・4月から始まる新サービスの影響もあり、問合せや訪問説明の件数が増えている。
○	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	お客様の様子	・イベントが来場者で満員となっており、物販の売上が伸びている。また、当施設への来場者以外に、周辺施設では外国人を中心とした観光客が増え、活気を取り戻している。
○	その他レジャー施設 [複合商業施設]（職員）	来客数の動き	・5月の新型コロナウイルスの5類感染症への移行や、3月13日からのマスク着用の緩和を経て、本格的にかつての日常を取り戻しつつある。WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）での日本代表の優勝も、消費者を活気付けるきっかけとなっている。
○	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	・コロナ禍からの回復により、国内の観光客やインバウンドが増加傾向にある。
○	美容室（店員）	来客数の動き	・行事が再び始まったことで、客足が伸びている。
○	美容室（店員）	お客様の様子	・買物や旅行に出掛ける人が増えている。
○	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・客付けが難しく、在庫として残っていた物件に対し、客からの反響が増えている。
○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・コロナ禍で賃貸マンションの空室が増えていたが、やや良くなってきた。最近では都心で賃料単価が上昇に転じたものの、好調に入居が進んでいる。
○	住宅販売会社（総務担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行が決まったことで、来客数の動きが伸び、来店予約が増えている。
○	その他住宅 [住宅設備]（営業担当）	販売量の動き	・年度末を迎えて仕事量が通常の1.3倍ほどに増え、対応が大変な状態である。当社にとっては、景気は上向いている。
□	一般小売店 [事務用品]（経営者）	販売量の動き	・年度末ということで、例年であれば商品がかなり動く時期であるが、値上げの影響や、供給が不安定な製品もあるため、販売には細かなハードルが多い。なかなか売上が積み上がらないのが実情である。

<input type="checkbox"/>	一般小売店 〔花〕（経営者）	販売量の動き	・今月は卒業式やイベントなどで販売量は伸びたが、仕入コストの上昇が続くなど、景気が回復しているとはいえない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・暖かくなり、商店街を歩く人の数が増えてきたが、販売量は目立って増えておらず、相変わらず状況は厳しい。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・飲食店には客が戻ってきた一方、当店では全体的に高い物が売れないなど、物価の上昇による影響が出ている。
<input type="checkbox"/>	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。コロナ禍の鎮静化に伴い、各種の規制が緩和される中、来客数は増加傾向にある。ただし、実用品や不要不急の商品に対する、購買の抑制傾向は続いており、商品ごとの好調と不調がはっきりしているため、全体的に好調とは言い難い。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・前年比での増加率は3か月前よりも大きいですが、前年は3月中旬頃まで、新型コロナウイルスの感染拡大による影響が続いていた。インバウンドについては、中国本土からの旅行客が少しずつ増え、売上に占める化粧品のシェアが拡大している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・1月以降は来客数が増加している。特に2月中旬までのバレンタイン商戦が好調に推移し、来客数の前年比は、1月が9.1%の増加で、2月1が8.8%の増加、3月が4.3%の増加となっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月もコロナ禍の影響はほぼなく、外出需要が堅調で、イェナカ需要が低迷気味となっている。物価の上昇による影響で、食品は1回の買物額が調整され、客単価の上昇にはつながっていない。一方、月後半から暖かくなり、衣替え需要が動き出している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・来客数は前年比で15%程度増えているが、前年のコロナ禍による影響を勘案すると、景況は大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	お客様の様子	・食品の値上げが続いており、買い控えの傾向があるように感じる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	単価の動き	・高単価商品の販売が不振である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年比で98%と回復が進んでいるが、販売点数は93%と、価格の上昇に対する買い控えが続いている。ただし、平均単価が105%とアップしているため、売上は97%となっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・行動制限などの緩和で、外食や行楽の動きが増え、来客数に影響が出ている。その反面、観光やビジネスでの外国人の入国が増えており、都心や観光地近くの店舗は良い状態が続いている。一方、郊外店舗は訪日外国人の恩恵がなく、かつての状態に戻りつつある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	単価の動き	・売上は前年比で数%増えているが、それは商品の値上げ分であるため、景気が良いというわけではない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は安定しており 特に変化はないと予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・中食関連の商品で20円の値引きを3週間実施したところ、値引き商品の売上は10%ほど伸び、全体の売上も8%増えた。サラリーマンの懐事情が厳しく感じる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇が続いているが、今のところは際立った変化はない。ただし、販売する商品価格の上昇が実感されるため、不安は強い。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・コロナ禍関連の規制が緩和されても、期待したほど来客数は増えていない。観光客は少し増えていると感じるが、全体の数字の増加にはつながっていない。単価も値上げの分だけ上昇しているため、売上は前年を上回っている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	単価の動き	・コロナ禍もようやく落ち着き、人の動きが活発になったと感じるが、売上に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	お客様の様子	・来客数は以前と変わらず、客の購買意欲も引き続き厳しい。物価上昇の影響で、なかなか購入まで至らないケースが増えている。

□	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少や春休み、全国旅行支援の効果等もあり、週末を中心に出荷量は前年比で0.5%程度増えている。一方、警備会社への業務委託費や、部品、部材のコスト上昇により、収益環境は改善していない。
□	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	来客数の動き	・海外からの旅行客の増加で、街はにぎわっているが、旅行を優先する客が増えてきたことで、集客が難しくなっている。
□	その他専門店 [医薬品] (管理担当)	販売量の動き	・コロナ禍の収束に伴い、制度化化粧品やカウンセリング化粧品などの販売は顕著に増えている。さらに、花粉症関連の医薬品などの販売も上向いているが、食品の売上は横ばいとなっている。
□	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	・制服類を新調する動きが増える時期であるが、今月はそれほど受注が増えていない。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・桜並木が店と近いため、桜が咲き始めると忙しくなり、連日満席となった。ただし、WBCの日本戦の日は一気に客が来なくなり、米国のメジャーリーグの開幕日も来客がみられない。
□	一般レストラン (企画)	販売量の動き	・過去3か月と同様、今後も販売量は2019年比で110%以上を維持し、堅調に推移している。高額商品の販売量の増加で、客単価が伸びている。
□	その他飲食 [自動販売機(飲料)] (管理担当)	お客様の様子	・景気は上向きになってきたと感じるが、生活はとても厳しくなっている。
□	旅行代理店 (店長)	販売量の動き	・訪日客は増えているが、当店の取扱いはチケットのみで、来客数の割に売上は大きく増えていない。海外旅行の間合せや相談は増えているが、話を聞くだけの客も多く、申込みに至るケースは少ない。
□	旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・海外旅行については様子見の客が多く、申込みが伸びない。国内旅行も、4月からの全国旅行支援の状況が分からないため、具体的な受注につながらない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・桜も咲き始めたが、人出は前年と変わらない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・駅での客待ちの状況も、最近は特に変化がない。雨が降れば客は減少するが、それ以外は大きく変わらない。
□	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・コロナ禍の影響は少なくなってきたが、消えたわけではなく、少しずつ以前の動きに戻りつつある。
□	美容室 (店長)	来客数の動き	・以前の水準は大きく下回っているものの、今月の客の動きはまですまっています。
□	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・建築資材価格の高騰が落ち着きつつある。
□	その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・内外の不安定な環境のなか、不動産の販売に大きな変化はみられない、価格の上昇による販売の鈍化は続いているものの、年度末に向けた一定の価格調整などもあり、市場環境は横ばいで推移している。
▲	スーパー (店長)	販売量の動き	・衣料品はコロナ禍に係る規制の緩和で外出需要が増え、売上が伸びている。一方、売上の構成比が高い食品は、値上げや外食の増加の影響で、売上の不振が続いている。
▲	スーパー (店員)	お客様の様子	・スーパーで全体的な値上げが進み、野菜や果物も特売日以外は高いため、厳しい状況にある。マスク着用の緩和も始まり、お彼岸や週末は家族連れの来店が増えた一方、値上げの大きな影響が出ている。
▲	スーパー (経理担当)	販売量の動き	・春の行楽シーズンや春休みに入り、人の活動は前年以上に活発になってきた。ただし、食料品や日用品の値上げが止まらず、消費者の生活防衛意識が高まっているため、売上の現状は厳しい。
▲	スーパー (販売促進担当)	販売量の動き	・来客数の落ち込みに加えて、客単価が大きく低下している。商品の値上げ傾向による買い控えが影響している。
▲	スーパー (社員)	販売量の動き	・前年末までは、商品価格の上昇が店舗の売上増加につながった店が多かったが、1月以降は客の買上数量がやや減少している。このため、売上が前年よりも減少した店が増えている。

	▲	衣料品専門店 (店員)	単価の動き	・前年と比べて、売上目標が達成できていない。
	▲	家電量販店(人 事担当)	販売量の動き	・コロナ禍が落ち着き、新生活需要は盛り上がりを見せている。一方、諸物価やエネルギー価格の上昇もあり、財布のひもが固くなっている。
	▲	乗用車販売店 (営業企画)	単価の動き	・今までが良過ぎたせいもあるが、中古車の流通価格が低下している。
	▲	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・3月であるにもかかわらず、購入意欲のある客が少なく、販売も低迷している。
	▲	住関連専門店 (店員)	お客様の様子	・価格の上昇で生活が厳しいなか、家具にはお金を掛けられないという声が増えている。
	▲	その他専門店 [宝石](経営 者)	お客様の様子	・電気代やガス代を始め、全ての物価が上がっているが、対策の打ちようがなく困っている。
	▲	その他専門店 [食品](経営 者)	販売量の動き	・少しずつインフレの影響が出ている。当社の取扱商品もほとんどが値上げ対象となっており、既に価格改定を行っているが、売上は増えていない。
	▲	通信会社(経営 者)	お客様の様子	・原材料費の増加で、利益率が低下している。
	▲	通信会社(社 員)	販売量の動き	・長期にわたるコロナ禍の影響と、物価の上昇により、消費の停滞が続いている。
	▲	競輪場(職員)	単価の動き	・3か月前の客単価は9094円であったが、今は8984円と低下している。
	▲	その他サービス [学習塾](ス タッフ)	お客様の様子	・教科数の削減を検討する保護者が増えている。
	▲	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	・3か月前と比べると、金融機関の融資姿勢が少し厳しくなっている。
	▲	その他住宅[展 示場](従業 員)	来客数の動き	・コロナ禍で自粛してきた住宅展示場のイベントを、今年から徐々に再開しているが、期待したような集客数には至っていない。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・光熱費や食料品価格の上昇で、消費者の生活防衛姿勢が顕著となっている。買物に余裕がなく、目的外の支出が見込めない。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・3月に入り、来客数がかなり減少している。寒暖の変化が大きく、天候が不安定となったことが一番の要因である。
	×	家電量販店(店 員)	それ以外	・商品価格の高騰や、長期にわたる商品の入荷遅れ、リフォーム補助金の開始による業務の急増など、悪循環が続いている。
	×	住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・久しぶりに行動制限のない観光シーズンを迎え、来客数は増えたが、欲しい商品があっても、我慢して買わずに出ていく人が増えている。
	×	通信会社(役 員)	それ以外	・携帯電話の販売事業を取り巻く環境は厳しい。特に、ある大手キャリアの代理店は、21年度からの営業方針の変更で、全国的に店舗の閉店が進んでいる。販売のオンライン化が進む以上に、キャリア手数料の締め付けが業況の悪化につながっている。
企業 動向 関連	◎	その他非製造業 [衣服卸](経 営者)	受注量や販売量 の動き	・WBCなどのイベントの開催が完全に復活したことから、グッズや販促物などの各種需要が大きく跳ね上がっている。
(近畿)	○	食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・インバウンド効果で飲食店の売上が好調となり、飲料水も少しずつ売上が伸びている。
	○	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	・問合せが増えており、受注量も微増ながら増えている。
	○	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・取引先からの発注内示が2月から増加傾向に転じ、実際に2～3月は増加している。
	○	金属製品製造業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・1～2月と比較すると、荷動きは良くなっている。
	○	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・僅かではあるが、小規模の受注が続いている。
	○	輸送用機械器具 製造業(役員)	取引先の様子	・4月の引き合い案件に対する、面談予約が増えている。

○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・これまでは、提案してから受注までに数か月～半年以上掛かるケースもあったが、ここへきて客の検討期間が短くなり、受注が増えている。
○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体、Web媒体共に、広告売上は前年比で120%超となっている。
○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・期末の広告費用の消化で、売上が増えている。コロナ禍以降はみられなかった、久しぶりの需要である。
○	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の商店街は、どこも来客数は戻ってきているが、それに見合った売上の回復は進んでいない。ただし、コロナ禍で止まっていた様々な活動が再開しているため、景気はやや上向いている。
○	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	・中国人観光客を中心としたインバウンド需要が明らかに増えている。マスク着用が緩和されたほか、WBCの熱気も加わって、外出気運が高まっている。月初からの気温の上昇もあり、花見客でにぎわう観光地の駅も、2019年との比較で約90%まで回復している。
□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・商品の値上げを行ったが、事前の購入などの大きな動きはなかった。全体的に安い物が売れ、販売数量は伸びているが、原材料の値上げが止まらない状況であり、利益は出していない。
□	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・エネルギー価格を始め、原材料費や加工代の上昇が続くなか、受注が伸びていない。また、値上げ交渉も難航している。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・期末になり、在庫調整を行う取引先が多くみられる。
□	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月はかなり悪いが、一時的な変化と感じる。受注状況は4月以降、少し回復する見込みである。
□	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・家電や車載向けでは、出荷が増えている取引先と減っている取引先がみられ、まだら模様となっている。一方、建設資材関連は全体的に悪い。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・以前から案件の受注量は減っているが、新規の案件や試作関連は増えており、プラスマイナスゼロとなっている。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・依然として物価の上昇が続いている。電気代やガス代などの固定費が増えているほか、原材料費や事務関係の諸経費の値上がりも続いており、厳しい収益環境にある。一方、電気代やガス代への補助金の効果により、3か月前と変わらない状況である。
□	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	・受注時の金額では、コスト変動への対応が難しい。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・テレビ、白物商材共に、全体的に前年を下回る販売となっている。
□	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・当面はこれ以上の悪化は考えにくい。
□	建設業（経営者）	取引先の様子	・建設資材価格の高騰や、納期の不安定化により、計画時の設備投資額とのかい離が生じている。また、工期が確定できずに苦慮している。
□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・キャンペーンで少し売れたが、前年の80%ほどであり、まだ悪い状況が続いている。
□	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・材料価格の上昇で、受注先への価格転嫁が必要となっている。
□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先に訪問しても、3か月前と受注状況は余り変わらないという声が多い。
□	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・良い材料としては、コロナ禍が収束に近づいているほか、円安も一段落している。一方、悪い材料は厳しい物価上昇である。一部に給与が増える動きもあるが、企業のイメージアップ作戦かと感じるほど、日本経済に光が差し始めた感覚は全くない。
□	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・政府の様々な景気対策などで全体的に明るくなっており、受注量や売上が伸びている。
□	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	・商品の値上げが続くなかで、取引先への新たな値上げの通知が大変である。通知にかなりの時間を割いているため、前向きな動きができていない。

	□	その他非製造業 [商社] (営業 担当)	受注量や販売量 の動き	・来年度の予算取りのための引き合いは増えてきたが、現時点で物の動きは鈍いままである。
	▲	繊維工業 (総務 担当)	受注量や販売量 の動き	・問屋経由の販売量が前年比で30%ダウンしている。催事での販売が主流になりつつあり、販売量、売上共に減少している。
	▲	電気機械器具製 造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・業種による経営環境の差が大きい。幸い半導体の市場環境は悪くないため、何とか存続できている。
	▲	電気機械器具製 造業 (営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・受注が少なく、予定の7割程度にとどまる。
	▲	建設業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・住宅関連の問合せが減ってきたように感じる。
	▲	輸送業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・3月末にもかかわらず、荷物の動きは例年よりも少ない。特に引越しの需要は例年の6割程度である。
	×	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	・食品を中心とした日用品の価格が高騰している。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (管理担当)	求職者数の動き	・海外からの観光客が増えており、街中で外国人旅行者を多く見掛けるようになってきた。それに伴い、観光産業も活気を取り戻し始めている。
	○	人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・物価の上昇により、就業中の派遣社員の時給改定を要請している。応じてくれる企業が全体の10%程度あるなど、意外に多い印象である。
	○	職業安定所 (職 員)	求人数の動き	・就職件数や採用人数が増加している。
	○	民間職業紹介機 関 (営業担当)	求人数の動き	・3月からは新卒向けの就職情報が解禁となり、ここ数年よりも求人数が伸び、以前と変わらない水準の求人掲載数となっている。観光業や運輸業、航空関連の企業にも、採用の再開や、前年よりも増やす動きがみられる。ただし、学生による合同企業説明会の参加やエントリー数は減っており、志望先を絞り込む傾向がみられる。
	□	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・来年度に向けて、人材派遣業界は好調に推移している。サービス業を筆頭に、あらゆる業種にオーダーが入っており、以前の状態に戻りつつある。ただし、相変わらず人材不足であり、マッチングに苦勞する状況がしばらく続く。
	□	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・求人数が順調に推移している。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・インバウンド需要も増えており、これからゴールデンウィークに向けた、観光業界の活気の戻りが予想される。その一方、物価の上昇は止まらず、中小企業の賃金環境も変わらない。
	□	新聞社 [求人広 告] (管理担 当)	求人数の動き	・求人数に景気を左右するような大きな動きみられない。有名な観光地では、外国人観光客が大幅に増えており、飲食や旅行、宿泊・観光業といった一部の業種には追い風が吹いている。
	□	新聞社 [求人広 告] (営業担 当)	周辺企業の様子	・コロナ禍の影響はほとんどなくなってきたが、円安やウクライナ情勢が落ち着かない限り、状況は良くならない。
	□	新聞社 [求人広 告] (担当者)	それ以外	・コロナ禍も一段落したため、関西の地元企業がプロモーション費用の使い道を検討している気配がある。
	□	職業安定所 (職 員)	周辺企業の様子	・景気は回復傾向にあるものの、全体としては踊り場状態にある。
	□	職業安定所 (職 員)	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増えた一方、前月比では減少となった。前年比での増加率が高かったのは、情報通信業、運輸業・郵便業であった。そのうち運輸業では、全国旅行支援や需要の回復の影響で、貸切りバスの運転手の求人が増えた。その一方、求人が減少したのは、宿泊・飲食サービス業、製造業となっている。
	□	職業安定所 (職 員)	求職者数の動き	・3月13日からのマスク着用の緩和が発表されたことで、2月中旬以降は求職者の退所が増えている。
	□	民間職業紹介機 関 (営業担当)	求職者数の動き	・求人が例年よりも多い一方、求職者は例年よりも少ない印象を受ける。

□	民間職業紹介機関 (支社長)	求人数の動き	・求人数、採用数共に、引き続き高水準である。インバウンド需要の回復により、非正規社員の清掃員の募集などでも、人材不足感が強まっている。
□	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・24年卒の就職活動が始まり、現時点では前年と同様の求人数となりそうである。
□	学校 [大学] (就職担当)	それ以外	・新年度になる割に、商店街や百貨店で人のにぎわいが感じられない。ただし、外国人観光客は増えているようで、日曜日の朝は駅周辺で外国人が多くみられる。
□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行による景気の持ち直し期待や、賃上げによる労働環境の改善期待などもあり、足元で求職者が増えるなど、就職活動が活発化している。一方、求人は前月に続いて持ち直しが進んでいるものの、建設業や製造業などの回復には一服感がみられる。原材料価格や燃料価格が高騰するなか、販売価格への転嫁が進まないほか、半導体等の部品入手が困難といった厳しい声もある。
▲	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・年度末の駆け込みが少なく、求人数、求職者数共に減っている。
×	—	—	—