

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（服飾品担当）	・コロナ禍関連の規制の解除から1年が経過するまでは、現状が続く。また、年末年始に多く訪れた外国人客も引き続き増えるため、売上も伸びることが予想される。また、バレンタイン商戦での自己需要のほか、年始の最初の買物でブライダル品を買うといった、新しい買い方も登場している。消費者の心理がコロナ禍から完全に開放されたと感じるため、気温に左右されない商材の動きは良いと予想される。
	◎	旅行代理店（役員）	・海外旅行は円安の影響で低迷していたが、徐々に需要が増えつつある。かつてよりも価格は高額であるが、今後は更に需要が増えることが予想される。
	○	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・コロナ禍の収束から時間が経過し、ようやく通常の動きに戻る気配が出てきている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・国内消費は弱いため、中国を始めとする、春節でのインバウンドの増加に期待するしかない。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・1月から2月は厳しいが、気候の良くなる3月以降は人の動きも活発になり、商品の動きも良くなると期待している。
	○	百貨店（売場主任）	・月を追うごとに来客数が増えるなど、客の動きが活発化している。これまでは入店が少ないなかで売上は前年を上回っていたが、入店数も前年比でプラスとなりつつある。
	○	百貨店（売場主任）	・中東情勢の悪化による原油相場の上昇といった、インフレ懸念はあるものの、大きな情勢の変化がなければ、コロナ禍の収束以降の拡大傾向が続く。
	○	百貨店（企画担当）	・化粧品の免税売上が伸び、売上全体の増加につながると予想している。
	○	百貨店（サービス担当）	・コロナ禍関連の規制が緩和されてから、初めての春節を迎える。インバウンド効果による来客数の増加と、売上の拡大に期待している。
	○	百貨店（外商担当）	・インバウンド売上は、今後更に増加することが予想される。また、全国的な賃上げの実施により、消費者の購入マインドが高まる。
	○	百貨店（マネージャー）	・あくまでも直近の来客動向の停滞は、能登半島地震の影響と考えられ、一時的な動きにとどまる。インバウンドを始め、旅行客を中心に外出意欲が衰えることはないため、春節などでの客の動きが期待される。
	○	百貨店（宣伝担当）	・国内客は現状の動きが続くが、今後は春節のほか、大阪・関西万博の開幕まで1年となる。様々な要因で来街者が増えると予想され、それに対応した施策を多数用意していることから、今後は売上の増加が期待される。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・国内客向けの売上では、物価上昇の鈍化傾向もあり、消費の抑制意識が変わると予想される。桜のシーズンを迎えることもあり、インバウンド売上には期待が持てる。
	○	百貨店（営業推進担当）	・2月の春節以降も、インバウンドの回復が見込まれるほか、新生活関連商材の動きも活発となることから、少し上向くことを予想している。
	○	百貨店（商品担当）	・大きな出来事が発生しない限り、販売量の動きは好調が続くと予想される。
	○	スーパー（販売促進担当）	・既存店ベースでの来客数は、僅かながら前年を上回って推移しており、客単価の落ち込みもみられない。
	○	スーパー（企画）	・大手企業を中心とした賃上げの動きが、中小企業にも波及するとの期待が高まっている。年収の壁への対策の効果も出てくると予想される。
	○	スーパー（企画）	・春闘による賃金の増加が予想され、物価の上昇への耐性が強まる。
	○	コンビニ（経営者）	・2月になれば販売量も増えてくるため、忙しくなることを期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・気候が暖かくなり、観光シーズンに入るため、来客数は回復する。平均単価を上げるために、新商品の導入や陳列ケースのレイアウトの変更を進める。
○	コンビニ（店員）	・近隣の住民には高齢者も多く、気温の低下で外出を控えている。観光客は余り変化なく来店しているため、少しずつまた元に戻ると予想される。	

○	コンビニ（店員）	・近隣のグラウンドの工事が終わって気候も良くなれば、来客数が少し増える。
○	衣料品専門店（店員）	・春物商材も少し出てきたため、気温が上がれば売上も増える。
○	家電量販店（経営者）	・給湯省エネ2024事業、住宅省エネ2024キャンペーンの効果で、販売量や案件の増加が期待できる。
○	乗用車販売店（支店長）	・新NISAも始まり、投資機会が増えてお金も回るため、景気が良くなる。
○	乗用車販売店（販売担当）	・徐々にコロナ禍の話題もなくなり、かつての状況に戻ってきている。客の行動も活発になり、購入の相談も増えているため、先行きに期待している。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・季節が変われば、新生活関連での新規客の来店が見込まれ、期待どおり賃金が増えれば支出も増える。現状も、日用品の新商品の販売に対し、客の敏感な反応がみられる。
○	高級レストラン（スタッフ）	・合格祝いや歓送迎会で利用する客が増えると予想される。
○	高級レストラン（企画）	・販売単価が徐々にアップしている。インバウンドの利用が堅調に推移しているほか、企業からの宴会の受注も徐々に増えている。
○	一般レストラン（店主）	・能登半島地震の復興が早く始まり、インフラ工事や観光関連の動きも進んでほしい。
○	観光型ホテル（経営者）	・2月から3月の先行予約状況は、1月よりも堅調である。旧正月休みでのインバウンドの増加もあるが、国内の旅行客の動きも良くなりそうである。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・例年並みの予約率となっており、団体客の受注も順調に入っている。食堂部門についても満席の日が多く、人手の管理が必要となっている。
○	都市型ホテル（客室担当）	・物価や光熱費の上昇などもあるが、値上がりの動きが少し浸透している。宿泊する当日での客の動きや、新年度の団体客の予約に手応えを感じている。
○	都市型ホテル（総務担当）	・大阪・関西万博のPRやチケット販売などで、開催が現実的なものになるにつれて、宿泊需要は高まってくる一方、飲食の需要回復には至らない。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	・客室部門での先行予約の電話が増えているほか、レストランの客のリピート率も上がっており、周りのスタッフからも、以前よりも忙しくなっていると声が増えている。新型コロナウイルスの感染拡大状況により、また状況は変わると予想されるが、現状は上向きの動きが続いている。
○	都市型ホテル（管理担当）	・春に向けた需要はあるため、単価と稼働率の上昇が見込まれる。
○	都市型ホテル（客室担当）	・桜のシーズンの予約状況は好調に推移している。ただし、年々桜の開花が早くなっており、4月までに見頃を迎える観光地が多いため、4月以降は不安が残る。
○	タクシー運転手	・景気の上向き材料がない。物価の上昇や政治の不安定感、能登半島地震関連の報道で、気持ちの上でも暗い雰囲気となっている。
○	通信会社（社員）	・卒業や入学、新生活関連の需要が高まる。
○	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・食料品の値上げに一服感がみられるなか、企業業績も好調で、賃上げ気運も高まりつつある点に期待している。
○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンドの好調が続くと予想される。特に中国からのインバウンドの増加に期待したい。国内客については、能登半島地震の影響による外出の減少があるのかどうか、気になるところである。
○	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・今年はオリンピックイヤーであり、日本代表の選考などでスポーツ行事が活発になるため、施設の利用者が増える。
○	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・物価の上昇は続いているが、チラシなどがなくても入会希望者が出てきている。
○	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルでのマッサージで服を脱ぐため、暖かい時期の方が来客数は増加する。
○	住宅販売会社（経営者）	・客の需要が価格の上昇に追い付いてくれば、市場の動きも正常になると予想される。

<input type="radio"/>	住宅販売会社（総務担当）	・資材価格の値上がりなどを見込み、受注は既に増加傾向にあるが、大阪・関西万博に向けた職人の確保により、今後は人件費の更なる増加が懸念される。
<input type="radio"/>	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・インバウンドを中心にした消費の拡大に伴い、雇用環境の改善や給与の増加が進めば、住宅市場に好影響が出始める。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・客の購買意欲が上がってこないと予想される。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔野菜〕（店長）	・今後賃金の上昇が見込めるようになれば、景気は良くなる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔呉服〕（店員）	・2か月ほど前は、訪問着や色無地の着物が少し動いたが、今月は卒業式や入学式の間際になっても動きがない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・コロナ禍の収束に伴い、ライフスタイルが平常に戻るほか、繰越し需要の増加効果も一巡するため、今後は国内需要の大きな伸びが期待できない。インバウンド需要には期待できるものの、先行きは不透明である。百貨店は、都心店では需要の拡大や維持は可能である一方、郊外店は客層の高齢化や人口減少も進むなか、苦戦することが予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・商況全体としては堅調な推移が予想されるが、競合の激化による影響はしばらく続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・インバウンドの来客が安定しているほか、国内の富裕層の購買動向も順調に推移する見込みである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	・変化が起きる材料は見当たらず、現状の傾向が続くと予想される。長引く物価上昇についても、家計内で対応が調整されており、目立った変化はない。日常では必要な物だけを購入し、ハレの需要にはお金を掛けるため、ハレの日を演出することが重要である。変化の材料が見当たらないため、今後は変化を起こす工夫が鍵となる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	・コロナ禍明けの国内客の動きは、来客数が微増で、買上率が微減、客単価が微増となり、売上全体は微増で推移している。この傾向は当面続く見込みである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・大きな流れに変化はない。春節を迎えてインバウンド需要は更に増えるほか、価格に左右されない富裕層の需要も、一定の好調を維持する。一方、国内の中間層は、賃上げの効果で収入が増えたとしても、自分にとっての意味のある消費を中心とした、選択消費を続けると予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・今年の賃上げに対する実感が出てこなければ、消費は上向かない。一方、日本人はデフレに慣れているため、消費の2極化や、高所得者と低所得者の消費の格差、ハレの日とふだんの消費の差といった動きには変化がないと予想される。結果として、今後もインバウンドの需要と、高所得者による特選品の購入頼みとなる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・月末になり、能登半島地震の発生に伴う自粛ムードはやや緩和したが、来客数の伸びに勢いが無い。また、2月の気温も高めで推移するほか、春節での中国人客の増加も予想したほどの勢いはないため、売上を押し上げる要素は引き続き少ない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・春の祝賀関連や新生活関連の需要が、前年よりも活発になると予想され、今月と同様に好調な推移となる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・多方面での値上げの影響で、価格重視の購買の動きが続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今以上に上向きとなる要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・まだ新型コロナウイルス感染症も流行しているほか、寒さが続けば客足も減る。値上がりの動きもかなり進むことから、厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・競合先の変化もないため、現状の動きが続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・値上げが続くなか、来客数、買上点数共に減っている。必要な物だけを購入する傾向があるため、客のニーズにあった品ぞろえや販売が重要となる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・今冬は暖冬のため、冬物商材の動きが鈍かったが、寒気の到来で一気に売れるなど、季節要因の影響が比較的大きい。今後もまずは物価の動向などに左右されるが、季節なりの天候が続けば、消費には好影響となる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・長らく続いていた来客数の増加傾向が落ち着き、商品の値上げも以前と比べて減っている。客単価の上昇傾向も一旦収まりそうであるため、売上は今の水準のまま推移しそうである。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・物価が上昇するなかでも、消費の動きが様々な場面で出てくる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・コロナ禍の収束以降、売上は戻っているが、このところは値上げや観光客数の増加もあるものの、売上は横ばいである。特に景気が良くなることも、悪くなることもなく、このまま横ばいで推移すると予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・来客数、売上共に現状維持できればよく、景気の改善は期待できない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・近隣に新たな店が複数出店し、客の流れが変わったことで、来客数がかなり減っている。打開策を検討する必要があるが、上司からの指示は、当たり前前の対策や、既に着手している対策ばかりである。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・ここへきて飲食や物販などの物価上昇が、ボディーブローのように効いてきている。当社も糸や裏地など、全般にわたって原価が上昇しており、販売価格に反映せざるを得ない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（営業・販売担当）	・為替の問題が大きく、仕入コストの上昇が止まらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・所得が増えないことには、高額商品の購買意欲は上がらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・年始の能登半島地震により、消費行動にどのような影響が出るのかは不透明である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・大手自動車メーカーの不正問題で商談がキャンセルになったケースは3件に上る。それがなくとも不景気であるため、諦めてはいるが、いつまで悪材料が出続けるのか、先行きが不安である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・車検や修理の依頼は順調に入ってくるが、新車や中古車の販売が増えない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・能登半島地震や政権政党の政治資金問題だけでなく、大手自動車メーカーの生産停止など、経済的にもダメージのある事件や事故が発生し、消費に関心が向かう気配は余りない。コロナ禍収束後のインバウンド需要をどれだけうまく取り込んでいけるか、人手不足をどう解消していけるかが、今年の景気浮揚の鍵となる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・自動車業界に向けられた疑念がしばらく続きそうで、良くなることは難しい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・生産台数に合った販売体制がようやく安定してきたことで、先を見据えた活動につながっている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店長）	・この数か月で売上が底を打ったため、これ以上は下がりようがない。ただし、富裕客が増えたとしても僅かにすぎず、短期間での業績回復は難しい。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・今春の賃上げのほか、価格転嫁がどの程度進むのかに左右される。それまでは現状と変わらない水準で推移すると予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・周囲の様々な物価の上昇により、商品の値上げも見慣れてきたようである。一部の既存客には、気に入った物がタイミングよく見つければ、購入につながるケースもあり、商品力や提案力をどこまで高められるかが問題である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・年末商戦の反動で、化粧品やカウンセリング化粧品などの売上は減少となったが、食品などの生活必需品に大きな減少はみられない。今後は全体的に大きな増加要因もなく、大幅な上昇は期待できないため、2～3か月後も現状の推移が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・売上、来客数共に伸びているが、増勢は鈍化傾向にあり、コロナ禍収束後の活発な消費が落ち着いてきた。インバウンドは増加傾向であるが、以前の爆買いのような行動はみられない。能登半島地震や天候不順、芸能スキャンダル、政治資金問題など、暗いニュースが多く、消費意欲を押し上げる材料が少ない。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・制服類を買換える動きが少し増えそうであるが、値上げもあるため、大きくは変わらない。

<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・先の見えない物価の上昇による節約志向により、少しずつお金を使うのではなく、使うところには少々高くても使い、使わなくても済むところにはお金を極力使わないなど、2極化の動きが目立っている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・消費が減少するなか、円安傾向に変化はみられず、固定金利も上昇傾向にある。今後も個人消費は良くて現状維持であり、更に減少する可能性もある。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店員）	・物価が上がっていき、消費者の節約が進むことから、今後も来客数は減少が続く。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・能登半島地震による影響が今後も続く予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・中国からの客は、今のところ春節の動きも鈍い。ただし、他の地域からのインバウンドも含めた需要は多く、現状と変わらない状況が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・景気の上向く要因が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	・4月以降の問合せは増えているものの、特に海外旅行は客の予想以上の料金となり、申込みにはつながらないケースが多い。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・国内旅行は、能登半島地震や物価上昇の影響で大きな伸びは期待できないものの、円安が少し落ち着いてきたことで、海外旅行の問合せが少し増えている。また、海外の団体客からの問合せも徐々に増えつつあるなど、全体的にはプラスとマイナスが相殺されている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・例年と変わらない動きが続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	・端末価格の高騰や、オンライン販売の浸透などを主因に、端末の販売が低調となっている。キャリアショップを取り巻く環境は、依然として厳しい。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・3月までは新サービスの販売予定がないため、大きくは変わらない。ケーブルテレビは生活インフラの一部でもあるため、変動は少ないと予想される。
<input type="checkbox"/>	観光名所（企画担当）	・来場者はコロナ禍の当時と比べて、ほぼ一定の増加率で推移しており、これ以上は伸びない状況となっている。インバウンドは一定の比率で増えているが、能登半島地震が影響しているのか、国内客は少し減少していることが心配である。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・物価の上昇に賃上げが追い付いていない。4月の賃金改定によって、レジャーや余暇消費などの消費が増えるのか、現状は不透明感が拭えない。
<input type="checkbox"/>	競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走の売上はほぼ横ばいであり、大きな変化はみられない。コロナ禍での売上好調時に比べると、やや陰りはみられるものの、高水準の売上は維持できている。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	・人件費や物価の上昇、光熱費の上昇などで、イベントに必要な費用が増えている。それに伴い、費用削減への意識は高まっているが、全体的には利益の減少が避けられない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球が開幕し、3月は日本代表の強化試合があるほか、4月にはプロ野球の公式戦が予定されているため、多数の来場を見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	美容室（店員）	・基本的には現状と変わらない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・一般客からの問合せは増えているが、建築コストの上昇等で価格や納期の設定が難しく、積極的な営業がかけられない状況にある。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・上昇した地価の価格調整がある程度は進まなければ、取引は増えてこない。
<input type="checkbox"/>	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）	・3か月先の景気に変化はない。
<input type="checkbox"/>	その他住宅 [展示場]（従業員）	・当面は資材価格の高騰による、戸建て住宅の価格上昇が続く。
<input type="checkbox"/>	その他住宅 [住宅設備]（営業担当）	・好転する材料がなく、2か月先を見通しても、現状のまま変わらないと予想される。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店 [時計]（経営者）	・能登半島地震により、改めて自然の怖さが思い知らされた。1か月が経過しても悲惨な状況が報道され、数年ごとに発生する大きな災害に、他人事ではない感覚が広がっている。復興への協力などに人の気持ちが向かっているため、景気の改善には程遠い。

	▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・現状が芳しくないことを考慮すると、春先の動きにも期待できない。さらに、物価上昇の影響か、消費者の購買力が落ちている。
	▲	百貨店（売場マネージャー）	・原料価格の上昇による物価の上昇などで、生活防衛意識が強まっている。特に、1月初旬の能登半島地震をきっかけに、シニアの来店が減少傾向となり、買い控え感が広がっている。一方、円安効果によってインバウンド売上は好調に推移している。
	▲	スーパー（店長）	・能登半島地震や物価上昇などの影響で、心理的にも消費は減退傾向になると予想される。
	▲	スーパー（社員）	・前年が比較的好調に推移したこともあり、しばらくはその反動減が予想される。店頭は依然として活況であるため、好調が続いてほしいが、当面は春先の賃金動向に左右されそうである。
	▲	スーパー（開発担当）	・物価の上昇が止まらない一方、賃金が上がらない。
	▲	家電量販店（店員）	・不安な出来事が発生したため、今後は消費者の動きが貯蓄型に変わり、本当に必要最低限の商品だけが動くため、ぜいたく品の購入は減少が予想される。日本全体が助け合い、今のムードを打破しない限り、景気もなかなか上向かない。
	▲	家電量販店（企画担当）	・正月商戦はにぎわったが、1月9日以降は平日の来客数の落ち込みが大きい。回復につながる起爆剤を導入しなければ、非常に厳しい状況である。
	▲	その他専門店〔食品〕（経営者）	・のりは前年に続いて不作となり、業界全体が厳しいため、企業の淘汰が進むと予想される。
	▲	一般レストラン（経営者）	・当店はインボイス制度に対応していないため、宴会や会食が少なくなる。
	▲	観光型旅館（団体役員）	・能登半島地震の復興が進んでいないこともあり、感覚的には旅行を控えようとする。また、政府が発表した北陸応援割の影響で、当地域への来訪客は減少すると予想される。
	▲	通信会社（経営者）	・能登半島地震の影響で原材料が入手困難となるほか、円安による価格の高騰が懸念される。
	▲	テーマパーク（職員）	・景気対策を含めた、適切な対策が採られていないため、景気の回復する要素が見当たらない。
	▲	競輪場（職員）	・前年と同じような動きであるため、今後はやや悪くなる。この予想を覆すだけの材料が見当たらない。
	×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・効果的な政策が見当たらず、金利の上昇による影響も出てくる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・正規雇用以外で働く人が多く、収入が上向く要素がないため、消費を絞る傾向が強まると予想される。
	×	家電量販店（店員）	・新たな補助金の案内が始まったが、補助が慢性化している影響か、今後も続くという安心感から、年々問合せが減っている。
	×	観光型旅館（経営者）	・旅行の需要は景気に左右されるほか、団体旅行が新型コロナウイルス感染症や能登半島地震の影響で中止になったとの情報もあり、非常に苦しい。
	×	通信会社（社員）	・地域社会での消費低迷は更に厳しくなっている。毎月の固定費の見直しに伴い、サービス価格の低下が加速しており、客単価の大幅なダウンが避けられない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・依然として日本銀行は金融緩和策を継続し、円安傾向にも変化がない。輸入業者の立場からみると厳しい状況であるが、そのなかでも受注は増えているため、2～3か月後は更に良い状態となることを期待している。
	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2月から4月にかけて、取扱製品が需要期を迎えるため、良くなる。
	◎	広告代理店（営業担当）	・前年からWe b媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が続いている。
	○	繊維工業（団体職員）	・需要期に向けて、動きが出始める。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・余っている予算を年度末に向けて消費する動きが、例年よりも大きくなると感じる。
	○	金属製品製造業（経営者）	・足元の在庫調整は一過性であり、今後は回復すると期待している。
	○	建設業（経営者）	・年度末に向けて、引き合いは増えると予想される。
	○	輸送業（営業担当）	・運賃を上げる一方、サービスレベルを下げて、時短を進めるなど、職場環境が改善されている。課題であった人手不足は、今後解消されそうである。

○	広告代理店（営業担当）	・期末の予算消化などで、広告の発注が更に増えそうな兆しが幾つかみられる。
□	食料品製造業（従業員）	・いまだに原材料の値上げが続いているが、製品価格にはなかなか反映できない。製品価格の値上げに動いているものの、原材料の仕入価格の上昇には追いついておらず、薄利の状態からなかなか抜け出せない。
□	繊維工業（総務担当）	・薄利多売の状況から、高付加価値化を進めるための物づくりに取り組んでいるが、商品の差別化が難しい。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・変化する材料がない。
□	化学工業（企画担当）	・食品の原材料価格が高騰するなか、価格転嫁が進んでいるため、利益率が改善している。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・受注量は変わらないが、受注後の納期が短くなっている。納期対応は何とか可能であるが、余裕はない。毎日が忙しく、景気が良くなっているような錯覚はあるが、月ごとの数字をみると横ばいである。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・春闘の行方を見守りたい。大手企業を中心に賃上げムードではあるが、物価の上昇を打ち消すほどの賃上げを、中小企業ができるかどうかが目される。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・景気が上向き気配はあるが、今後数か月で改善するとは考えられない。
□	一般機械器具製造業（設計担当）	・生活必需品や食品の価格上昇に対して、一般消費者の所得の増加はまだ不十分である。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・景気が好転する材料がない。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・売上が少額の案件は受注できているが、大型案件がない。今後も受注が大きく増えることはない。
□	建設業（経営者）	・大阪・関西万博のパビリオン建設が最終段階となり、内装業者等が取り合いになる可能性がある。国家プロジェクトのため、優先的に技能労務者が集められることで、周辺地域に影響が出る心配もある。
□	建設業（経営者）	・能登半島地震の影響で、耐震診断の問合せは増えているが、改修工事につながるかどうかは疑問である。
□	輸送業（経営者）	・これ以上景気が悪くなれば、政府は何らかの景気対策を行うため、更なる景気の悪化はない。
□	輸送業（商品管理担当）	・2月から3月は、1年を通して落ち込む時期であり、景気は良くならない。
□	司法書士	・物価の上昇や、様々な感染症の感染拡大、年始の災害といった厳しい状況のなかで、良くなるとは考えられない。
□	経営コンサルタント	・コロナ禍が落ち着いてから、消費や設備投資が回復傾向にあるが、新たな消費行動に対する、効率の良い投資方法が見いだせていない。この傾向は今後も続く予想される。
□	その他サービス [自動車修理]（経営者）	・物価が上がり、材料価格なども上がっているが、値上げができない。
▲	食料品製造業（営業担当）	・更なる物価上昇により、消費者の購買意欲が低下しているため、少し悪くなる。春闘でベースアップが進めば、また状況は変わる。
▲	繊維工業（総務担当）	・過去半年間の受注量や販売量を調べると、明らかに減少傾向となっている。さらに、円ドルレートが高止まりの状態にあるなか、いまだに輸入商品の利幅を維持するための値上げができていない。仮に値上げをすれば、更に販売量が減少すると予想される。
▲	化学工業（管理担当）	・車載用の電子部品の取引先で在庫が増えており、発注量を減らすとの情報がある。
▲	金属製品製造業（営業担当）	・春の賃上げや、鋼材などの材料コストの上昇が見込まれるが、価格への転嫁が順調に進まず、採算の悪化が予想される。
▲	電気機械器具製造業（経理担当）	・紙幣の切替えに伴う設備投資で、各社の資金が紙幣関係の設備に向けられており、他の設備に回ってこない。
▲	その他製造業 [履物]（団体職員）	・いつまでも続く円安には、なすすべがない。部材を海外から仕入れる業種にとっては、悪夢でしかない。
▲	輸送業（営業担当）	・来月からのキャンペーンは、家具と関係のない商品が対象のため、余り期待できない。

	▲	通信業（管理担当）	・景気の上向き要素がない。一部では野菜の価格が下がったものの、消費者が毎日購入する大半の食品では物価が下がっていないため、消費が伸びず、やや悪くなると予想される。
	▲	不動産業（営業担当）	・今後もアパレル関連などの物販店舗の撤退が続くことで、景気は悪くなる。
	▲	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・円安も徐々に落ち着きが出てきており、インバウンド需要も観光地はともかく、駅ナカではやや陰りを見せ始めている。
	×	化学工業（経営者）	・一部で良くなっている業界もあるが、ここへきて急に悪くなっている業界も多い。少なくとも、春先までは厳しい状況となる。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・コロナ禍の下でのゼロゼロ融資の返済が滞り、今年から来年にかけて倒産ラッシュが起きる。よほど大胆な対策が実施されない限り、負の連鎖は止まらないと予想される。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	・年度末が近づくとつれて求人は増えるほか、円安の影響で輸出関係の景気は上向き。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・先行きは、世界情勢の不安定化や物価の上昇といった不安要素が多い。ただし、観光業界の活気はまだ継続と予想され、それに伴い、求人数の増加も見込まれる。
	○	人材派遣会社（役員）	・2年連続でベースアップを実施する企業を含めて、賃上げを行う企業が前年よりも増えるほか、円安や株高傾向もあり、消費者の先行きへの警戒感が少し緩和と予想される。
	○	職業安定所（職員）	・コロナ禍の影響がなくなり、求人が増えつつあるため、今後は良くなる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・求人数は、前年比で1割減となる見込みである。ただし、今後は大阪・関西万博関連の工事も立て込んでくるため、人手不足との兼ね合いもあるが、求人自体は増えると予想される。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・3月の就活解禁日までに、学生のエントリーが更に増えると予想される。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・時期的に求人、求職者共に増えるため、現状と比べれば良くなる。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・コロナ禍の収束に伴い、医療職の採用意欲が高まっており、求人依頼が前年度と比べて1割程度伸びている。
	□	人材派遣会社（支店長）	・良い話が余らないため、しばらくは今の状況が続くと予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・大阪・関西万博関連の需要がどの程度出るかは不透明であるが、今後に期待したい。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・企業側で業務の効率化や、生産性の向上などが進まなければ、人件費が更に増える。利益が圧迫されるため、給与の上昇にはつながらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・百貨店を中心とした、地元企業による新聞広告の出稿などのプロモーション予算に大きな変化はなく、前年並みを見込んでいる。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・物価上昇の影響で国内消費は沈んでおり、インバウンドの増加以外は景気が良くなる要素が見当たらない。ただし、インバウンドもある程度の水準に達しているため、これ以上増える見込みは薄い。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者数が前年比で増えるなか、54歳以下は減少となった一方、55歳以上が2割以上の増加となっている。
	□	職業安定所（職員）	・大手自動車メーカーの生産再開のめどが立たず、不安定である。
	□	職業安定所（職員）	・年度初めで人の動きが多い時期は、求人数や充足数がある程度は増えるが、それ以外に景気を大きく左右する要素もないため、状況は変わらない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・文系、理系を問わず、求人が更に増えるとの予測もあり、学生にとって有利な状況が続く。

	□	その他雇用の動向を把握できる者	<ul style="list-style-type: none"> ・11月から12月にかけて行ったヒアリングでは、現在の景況感は、業種、企業規模を問わず改善がみられた。その一方、3か月先の見通しについては、業種、企業規模に関係なく悪化している。また、人手不足感が高止まりしているほか、価格転嫁の状況は、転嫁率が50%未満との回答が60%を占めた。さらに、中国経済の減速による影響も多くみられる。先行きの景況感や、価格転嫁が困難な状況、中国経済の減速の影響等を勘案すると、求人数は減少することが予想される。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・国民は物価の上昇に苦しんでおり、富裕層だけが幸せな世の中になりそうである。仮にB to B関連の企業を中心に、人員の確保が進まなかった場合、GDPの減少につながるものが心配される。
	×	—	—