

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)	◎	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・飲食関連、ゴルフ場共に、客の入りは良くなっている。
	◎	百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・2月に入り、春節に伴うインバウンドの来店が多くみられ、全ての店舗で売上が大きく伸びている。特に、都心店舗でのインバウンド効果は大きく、ラグジュアリー商材はこの1年で最も好調となった。バッグや宝飾品は前年比で150%から160%の伸びとなったほか、化粧品関連も130%と大きく伸びている。うるう年による営業日数の増加もプラスとなり、国内消費も2けたの伸びとなっている。
	◎	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・これまでの価格改定にもかかわらず、特に輸入高級ブランドは絶えず入店待ちの列ができています。服飾品を中心に、かつての水準を上回る商談が活発に行われている。
	◎	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・2月は春節があったほか、3連休もあったため、計画よりも販売量が伸びた。インバウンドだけでなく、国内客の動きもかなり活発となっている。
	◎	旅行代理店（役員）	来客数の動き	・全国旅行支援による反動を心配していたが、全く落ち込みが感じられないほど需要が戻っている。企業の団体旅行も活発になりつつある。
	◎	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9615円と、3か月前の8314円よりも上がっている。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・客の購買意欲が少し高まっている。
	○	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・来客数は前年並みであるが、店頭売上は販売量の増加で前年比1.6%増となっている。特にイベント時には大きく販売量が伸び、節分当日の売上は15.4%増となるなど、非常に好調となっている。
	○	百貨店（マネージャー）	単価の動き	・外出機会の増加に伴い、化粧品や衣料品の売上が好調となっている。一方、宴会や外食の増加で総菜関連の売上は減っているが、単価の高い食品以外が好調なことで、売上全体は伸びている。
	○	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・バレンタイン商戦は好調であったほか、リニューアルオープンしたレストランを中心に、好調に推移している。また、インバウンドも春節に伴う観光客の増加で好調となり、来客数の増加と売上の拡大につながっている。
	○	百貨店（管理担当）	来客数の動き	・インバウンド需要が堅調に推移している。
	○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・能登半島地震による消費意欲への影響が徐々に改善傾向にあるほか、春節による訪日外国人の増加が顕著となっている。バレンタイン商戦でのモチベーション需要も好調に推移しており、国内景気が上向く一助になっている。
	○	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・客単価が少し上がったほか、来客数が前年比で約105%に増えたため、売上の増加につながっている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・例年2月は販売量が少ないが、今年はやや良くなっている。この調子で春に向かってほしい。
	○	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・円安による海外からの旅行客の増加で、インバウンド関連商品が大きく動いている。調理家電や美容家電などのほか、温水洗浄便座などがよく売れている。
	○	乗用車販売店（支店長）	お客様の様子	・株価が過去最高値を超え、富裕層の含み益が増えている。今後は徐々に購買意欲が高まり、景気が上向くと予想される。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・能登半島地震から1か月が過ぎ、客が外出を控える動きも収まったため、昼の売上は1月よりも伸びている。
○	都市型ホテル（フロント）	単価の動き	・客室単価や稼働率が上昇しており、今後も僅かながら上昇する見込みである。	

○	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宴会の利用は回復に向かっているものの、インフルエンザや新型コロナウイルスの感染が収まらないこともあり、レストランはディナー帯の集客に苦戦する状況が続いている。
○	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・春節に伴う予約は予想を下回る状況で、かつてのような早期受注はみられなかったが、個人旅行のWeb経由の受注は順調に推移した。ターミナル駅の近隣ホテルは稼働率を重視するか、単価を重視するかではっきりと2極化しており、当館は単価を重視したことで目標以上の売上となっている。
○	遊園地(経営者)	来客数の動き	・来客数の増加がみられるなど、レジャー消費の底堅さが感じられる。
○	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	・中国からの団体客は来ていないが、台湾や韓国を中心とした団体客や、東南アジアからの個人客などのインバウンドが、引き続き好調に推移している。
○	その他レジャー [スポーツ施設] (業務担当)	来客数の動き	・公共の体育施設の指定管理業務を行っている。健康志向の高まりや、各種スポーツ大会の報道の影響で、利用者が増えている。
○	美容室(店員)	来客数の動き	・行事が増えることで、予約の動きも増えている。
○	住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・地価が高止まりするなか、購買意欲は上昇している。
□	商店街(代表者)	販売量の動き	・売上は前年並みであるが、2019年と比べると90%程度で推移している。
□	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	それ以外	・売上のベースは3か月前とほぼ変わらない。
□	一般小売店 [衣服] (経営者)	来客数の動き	・バーゲンセールが終わって、客足が鈍っている。一方で、春物衣料の動きはまだみられない。
□	一般小売店 [菓子] (営業担当)	販売量の動き	・今月も前月と同様、販売量の動きが芳しくない。
□	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・今月は売上目標が達成できそうである。ただし、好調な商品はラグジュアリーブランドなど的高額商品が中心であり、ボリューム商品は依然として厳しい状況にある。一部の富裕層やインバウンド需要が好調で、売上をけん引している一方、大半の客は積極的な購入を控えており、全体的に良い状況とはいえない。
□	百貨店(企画担当)	販売量の動き	・インバウンドの動きは、春節前に少し落ち込んだものの、春節休暇の3日目辺りから売上が大きく拡大し、2月後半も好調が続いている。また、外商を除く国内売上も比較的堅調な動きとなっている。その一方、外商売上は店頭での売上が少し厳しい状態となっている。
□	百貨店(販売推進担当)	お客様の様子	・コロナ禍の収束以降、堅調に回復していたインバウンドが前年割れとなり、苦戦している。前年にラグジュアリーブランドの値上げが重なり、駆け込み需要が増えたことが要因である。国内客は暖冬の影響で防寒用品は苦戦したものの、富裕客向けのイベントなど、なじみ客対応を強化したことが奏功し、前年の実績を上回っている。
□	百貨店(商品担当)	販売量の動き	・1月の傾向や雰囲気からは、良い方向に進んでいると感じたが、2月に入ってから販売量の動きが鈍い。
□	百貨店(販促担当)	来客数の動き	・ここ数か月は、客の動きに大きな変化はなく、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザによる消費への影響もみられない。インバウンドの動きによる大きな影響はないが、前年を上回る推移であり、化粧品や高級ブランド品に動きがみられる。一方、福袋やクリアランスセールの盛り上がりは低調であり、食料品の福袋は人気であるが、ブランド品の福袋に従来の勢いはみられない。

□	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・国内の中間層を中心とした消費動向は、ふだんは節約消費が続いているが、単価上昇の影響もあり、節分やバレンタイン関連などのイベント消費は好調である。また、インバウンドは中国の春節に伴う消費が増え、富裕層の消費も宝飾品や時計が好調を維持している。
□	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・来客数は年末年始から増加を維持しているほか、インバウンドも過去最高の売上となるなど、好調が続いている。
□	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上が引き続き前年を上回っており、店全体で大きな比重を占めるに至っている。ただし、国内客の売上は、海外ブランド品の高額品は好調ではあるものの、中間層による婦人服、紳士服の売上は低調であり、本格的な回復とはいえない状況である。
□	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・インバウンドの動きは引き続き好調であるが、値上げの影響で国内客の売上の伸びが弱い。3か月前から状況は変わっていない。
□	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・能登半島地震による消費マインドの委縮は少し回復したが、暖冬の影響で、高額な冬物商材はセールが始まって動きは鈍い。また、不安定な天候の影響で、春物商材の動きも良いとはいえない。インバウンドは春節の到来で中国人観光客が一時は増えたが、買物の動向は、自分のために必要な商品だけを購入する形に変化している。いわゆる爆買いは完全になくなるなど、中国経済の軟調さが実感される。
□	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・来客数は1月が前年比で108.8%、2月が107.1%と微増の傾向であるが、店頭の商品単価は下がっている。婦人服や紳士用品の売上はやや増加傾向にある一方、婦人用品などの身の回り品が、値上げなどの影響で苦戦している。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・同じ商品でも、少しでも安価な見切り品や特売商品が売れる傾向にある。物価の上昇に収入が追いついておらず、1人当たりの購入単価が戻らない。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・大型ショッピングモール内で営業しており、天候の影響を受けにくいので、来客数は前年並みを維持しているが、食品や衣料品、生活雑貨では売上が伸びていない。
□	スーパー（店員）	販売量の動き	・天候の影響で月前半は暖かい日が続く、野菜の値段が下がっている。また、春野菜も早い時期から並び、よく売れている。月後半に寒さが戻り始めてからは、鍋物野菜が売れたものの、値段が上がったことで厳しくなっている。
□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は安定しており、大きな増減はない。
□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・気温の乱高下や、雨の多さなど、天候に左右されている部分は大きいですが、全体的に売上は堅調に推移している。
□	スーパー（企画）	お客様の様子	・インフレ傾向の継続で、価格に更に敏感になっている。目玉品のチラシが出た日に売上が偏っており、価格に左右される傾向が高まっている。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍の収束以降、来客数は増加が続いてきたが、企業や学校、ホテルの動きが正常に戻り、かつての購買動向に近づいてきたため、増加傾向は落ち着いている。
□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・行動範囲が広がるなど、消費者の動きは活発になっているが、全てにおいて景気が良いとはいえない。
□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・販売量、客の様子共に、過去数か月は大きな変化がみられない。値上げで価格が高くなったという声はあるが、買い控えの動きは今のところ余りみられない。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・売上や来客数に大きな変動はないため、景気に変化はない。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・例年2月は来客数が最も少なくなるが、今年は旅行客が多く、3か月前と同じ水準となっている。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・余り変化はみられず、来客数も安定している。

<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・1月よりも来客数は増えているが、3か月前と比べると停滞感がある。客単価も横ばいのため、売上も良くない状況である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (店員)	来客数の動き	・3か月前は繁忙期であったが、現在は閑散期であり、売上目標を達成できない日もある。また、来客数は日によるばらつきが大きい。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (営業・販売担当)	お客様の様子	・明確な理由は見当たらないが、客の購買意欲が下がっている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店 (人事担当)	販売量の動き	・冷蔵庫や洗濯機、テレビなどの耐久消費財の買換えが進まない。物価の上昇や外出関連の消費など、客の意識が商品の購入に向いていないと感じる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・コロナ禍の収束以降、購買が減少している。モノを購入するよりも、旅行や体験にお金を使う傾向に変化している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・来客数や販売数は横ばいであり、インターネット販売も問合せが減少している。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・富裕客の増加傾向に変化はないが、商談に要する時間が伸びているなど、キャッシュフローの改善につながっているわけではない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [食品] (経営者)	販売量の動き	・インフレの影響が続いており、値上げを行っているため、購入量が減っている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石] (経営者)	お客様の様子	・株価は上がっているが、客の様子からは、景気が良くなっている印象は受けない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ドラッグストア] (店員)	販売量の動き	・客単価は高めで推移しているが、雨の多い月となったため、売上は厳しい。テナントの改装準備により、客足が遠く様子もみられる。全体的に、客はなるべくクーポンを使った、割安な買物を求めている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	販売量の動き	・ガソリンの販売量は全国的に微減で推移している。コロナ禍の影響もなくなり、アフターコロナの行動パターンが定着したと感じる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	お客様の様子	・株価が上がっても円安は高止まりの状態が続いており、購買意欲の高まるきっかけは見当たらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品] (管理担当)	販売量の動き	・感冒薬などの医薬品やカウンセリング化粧品は順調に動いているが、食品や日配品といった生活必需品は横ばいが続いているほか、日用雑貨や健康食品は減少となっている。3か月前と比較して、買上点数は減少しているものの、客単価や商品単価は上昇している。
<input type="checkbox"/>	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	・受電数は増えているが、ほとんどが問合せの電話で、受注自体は減少している。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター] (総括)	販売量の動き	・販売額は前年比で微増となっているものの、客単価は下がっている。来店の動きはみられても、消費は抑えめという印象を受ける。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・景気は回復傾向にあるものの、今月は天候不順の日が多く、客足の安定しない日が多い。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・同業者も同じであるが、飲食業界では相変わらずの人手不足と不安定な売上が続き、当店も例外ではない。春節などの休暇でインバウンドが動いているが、多少の恩恵はあるものの、利用者の比率は国内客が圧倒的に多い。国内客は、前年との比較では宴会需要が少し増えたものの、来客数や売上は横ばいである。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	販売量の動き	・インフルエンザが流行しているが、新型コロナウイルスの感染も広がっている。ただし、世の中は通常の動きに戻っている。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館 (経営者)	お客様の様子	・能登半島地震以来、富裕層による宿泊の動きが極端に鈍っており、現在も続いている。

□	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・閑散期ではあるが、インバウンドや受験関連の需要は安定しており、レストランも週末を中心に集客できている。
□	都市型ホテル (管理担当)	単価の動き	・来客数は上向いているが、単価は低下傾向にある。
□	旅行代理店(店 長)	来客数の動き	・特に平日は、1日中落ち着いている日が多い。北陸応援割への問合せは多いが、Go To Travelキャンペーン以降、旅行は割引ありきという客が一定数みられる。インバウンドも今年に入って低迷が続いており、回復には至っていない。
□	旅行代理店(支 店長)	お客様の様子	・株価の上昇などで、資産を持っている人は財布のひもが緩みそうであるが、中間層以下は賃金も上がらず、厳しい環境が続いている。また、その実感があるため、なかなか旅行にお金を使う気にはならない。
□	通信会社(社 員)	販売量の動き	・3か月前から、総販売数に大きな変動はない。
□	通信会社(役 員)	それ以外	・景気に大きな変化はない。キャリアの代理店手数料に変化はなく、客の来店状況も例年並みである。
□	テーマパーク (職員)	お客様の様子	・景気の見通しが暗いため、何となく客の買い控えが増えている。
□	その他レジャー 施設 [イベント ホール] (職 員)	販売量の動き	・イベント等の開催は順調で、前年並みの動きとなっているほか、外国人観光客も増加している。
□	その他レジャー 施設 [複合商業 施設] (職員)	お客様の様子	・インバウンドは好調な一方、食品は値上げによる買い控えが続くなど、プラスとマイナスがきつ抗している。
□	美容室(店長)	来客数の動き	・今月はまずまずの動きとなっており、特に良くも悪くもない。
□	美容室(店員)	単価の動き	・単価は高水準の動きが続いている。
□	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	・世間的には景気が良いといわれているが、物価の上昇に対して賃金の増加が追いついていない。
□	その他住宅 [展 示場] (従業 員)	単価の動き	・建築単価の上昇等により、消費者の購入マインドが低下する傾向が続いている。
□	その他住宅 [情 報誌] (編集 者)	お客様の様子	・新築分譲物件の販売状況は、高価格帯では堅調な動きがみられる一方、低価格帯物件は動きが鈍くなっている。
□	その他住宅 [住 宅設備] (営業 担当)	お客様の様子	・3か月前と比べても、状況は特に変わっていない。どちらかといえば、低い水準での横ばいが続いている。
▲	一般小売店 [時 計] (経営者)	単価の動き	・今月は2度の3連休があった割に、来客数はそれほど落ち込まなかったが、来店目的がほぼ電池交換であったため、客単価は低かった。他店との比較のため、事前に価格を聞かれることが多く、全体的に客の余裕がない。株価が上がって恩恵があったという話は、誰からも1度もない。
▲	百貨店(企画担 当)	販売量の動き	・コロナ禍からの回復の動きもやや一服し、回復のペースが鈍化している。
▲	スーパー(企 画)	お客様の様子	・客の購買行動をみると、価格への感度が高まっている。
▲	スーパー(社 員)	販売量の動き	・来客数の増えている店が多く、商品単価の上昇も続くなか、1回当たりの買上数量は減少している店が多く、売上は伸び悩んでいる。
▲	コンビニ(経営 者)	販売量の動き	・商品の価格が全体的に10%上がっているにもかかわらず、購入単価が10%ほど落ち、売上は3%ほど減っている。
▲	家電量販店(経 営者)	販売量の動き	・暖冬の影響もあり、給湯器やエアコンの動きが悪い。

	▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行してから、客の動きが内向きから外向きに変わり、店舗に足を運ぶ客が減少している。旅行や行楽地、飲食店などに出掛けて、お金を使っているのが現状であり、家電量販店は厳しい状況である。
	▲	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・来客数の動きに変化がみられる。土日の営業に大きな変化はないが、平日の来客数が減少している結果、販売量の減少につながっている。
	▲	一般レストラン（店主）	お客様の様子	・正月も過ぎて、にぎわいが一段落している。インバウンドも少なく、天候も良くない。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・稼働率が全体的に落ち込んでおり、訪日客の利用も同様に落ち込んでいる。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・相変わらずの物価の上昇に加え、タクシー料金の5000円超過分の半額割引が前年6月に廃止となり、実質値上げとなったため、需要は冷え込んでいる。まずは消費者の給与が増える必要がある。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・例年2月は落ち込む時期であるが、今まで以上にホテルでの利用が減り、駅での待ちの時間も長くなっている。
	▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料費の上昇により、利益が圧迫されている。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・前年の4月から販売を始めた新商品の売上が落ちてきており、折込チラシの反響も少なくなっている。また、他社が集合住宅向けのテレビサービスを始めたことで、オーナーから解約を示唆する問合せがきている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・輸送費などの高騰による、建築コストの上昇が止まらない。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	来客数の動き	・物価の上昇による販売価格の値上げで、展示場への来場者数が少し減っている。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・物価上昇の影響で、洋服を見に来る動きもなく、必要最低限の支出のみという状況である。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・2月に入ってから来客数が減り、売上也減少している。
	×	家電量販店（店員）	それ以外	・年度末も近いせいか、価格が低下するケースが以前よりも多くみられる。また、急ぎの購入以外は、決定までに時間の掛かる傾向が更に強まっている。
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	・非常に厳しい業界もあるが、好調になってきた業界に押し上げられ、全体的な景気はやや良い状態となっている。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・問合せ件数、注文個数、受注案件数が増えており、一時の在庫調整は落ち着いた感がある。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体関連のうち、特に半導体製造装置は好調が続いており、好業績は10年以上続くとみられている。当社は半導体分野を得意としているため、その恩恵を感じている。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・これから取扱商品の需要期に入る。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・受注や照会が増えている。
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建設現場への納品が増えている。特に時間指定のある納品が多いため、車両が必要となり、稼働台数が増えている。
	○	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・取引先の出荷量は安定しているが、価格の上昇による生産調整の影響で順調とはいえない。
	○	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、広告売上が前年を上回っている。
	□	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・原材料価格や経費の上昇分を販売価格に転嫁できず、利益率が10%ダウンしている。売上を確保するため、販売時点での値引きに対応しており、悪循環に陥っている。

□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・月末に近づくと、取引先の在庫調整で受注量が減少する。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・円安傾向の継続やインバウンド需要の回復により、一部の業種では回復傾向が鮮明となっている。その一方、物価の上昇による節約志向に変化はなく、企業業績の好調や株高による恩恵は広がっていないと感じる。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・海外向けの電気自動車部品の出荷量が例年になく悪い。特に、中国向けが半減に近い状態となっている。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月はコロナ禍の収束で上向いているが、かなりペースは遅く、下向きではないという程度の動きである。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・今月の第2週以降、エアコンは前年を上回る荷動きとなっているが、洗濯機や冷蔵庫などの大型商品は、荷動きが鈍化傾向にある。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が少し増えており、年度末に向けた駆け込み需要がみられる。
□	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・業界の景気は低空飛行が続いている。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末に向けた、駆け込みでの土地売買の問合せはあるが、実際の受注には至らないケースもある。協力企業との取引価格が上昇しているため、今後はいかに価格転嫁を行った上で受注するかが課題である。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・エレベーターの納期遅延や電線不足が続き、工期内の完成が厳しい作業所もある。また、一部の建設資材価格の高騰や、技能労務者不足で苦慮している。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅の見学会への来場者や問合せの動きは、横ばいである。
□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・キャンペーンが始まったが、学習机が売れず、配達件数が増えていない。
□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先の決算書では、大幅な増収などの例は余りみられない。
□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末頃から、交通広告の受注の増加が続いている。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の商店街では、コロナ禍収束後の観光客の戻りに差がある。戻りが鈍い商店街は、観光地に近い一方、商店街自身が集客力をもっていない。このまま商店街の衰退が進むことを、店主たちは心配している。
□	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	・全製品といってよいほど、値上げの動きが広がっているが、取引先への値上げ要請が全て認められるわけではなく、利益は減少している。
▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・値上げの進んでいる市販製品の販売量は、少しずつであるが減っている。
▲	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車用の電装部品向けや、ガス器具向けの出荷量が、取引先の在庫が過剰という理由で減少している。
▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・物価の上昇が続き、光熱費やガソリン代も高騰するという状況では、景気が上向くはずはない。景気回復の兆しがみられるとの報道もあるが、インバウンドによって一部の企業が潤っているだけであり、全く現実を捉えていない。
▲	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	・駅ナカ店舗では、ターミナル駅は依然として外国人観光客による効果で好調に推移しているが、ターミナル駅の間駅ではその恩恵はほとんどない。季節の端境期でもあり、低調な動きとなっている。
▲	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・暖かい日が続き、冬物の重衣料の売行きが芳しくなかった。セールを行っても販売点数が伸びず、在庫が増えている。消費財は量販店を中心に、全体的に低調な販売状況となっている。
×	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・一部の自動車向け製品を除き、ほとんどの業界向けの出荷や売上が落ち込んでいる。

	×	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	・物価の変動に大きく左右される状況では、経済活動が全く成り立たない。
雇用 関連	◎	アウトソーシング企業（社員）	雇用形態の様子	・最低賃金の引上げで基本給が上がり、良くなっている。
(近畿)	○	人材派遣会社（役員）	それ以外	・上場企業の好調な決算や、株価の上昇により、気持ちの上でも盛り上がっている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増加となっている。求人が増えた業種は、運輸・郵便業、卸売・小売業、宿泊・飲食サービス業、建設業、サービス業などである。有効求人倍率も前年比で23か月連続の上昇となっている。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・株価は上昇しているものの、雇用に関する効果はまだ出ていない。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・新卒採用の本選考関連の広報がピークとなり、3月の解禁に向けて採用企業、学生共に動きが活発になっている。合同企業説明会などはインターンシップ等の動きも重なって前倒し傾向にあるが、こちらへの参加も増えている。売手市場で、学生数を企業の需要が上回っているものの、コロナ禍が収束して時間も経過したことで、対面でのイベントにも客足が戻ってきており、前年比で1割ほど参加者数が増えている。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・採用活動に苦戦している企業がある一方、早期選考で新卒を囲い込もうとする企業もある。全体としては、企業収益の回復基調を受けて、求人も微増となっている。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求職者数の動き	・旅行業界の活況が続き、求人数が伸びている。ただし、求人数の増加に対して、求職者数は伸び悩んでいる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・60代の応募者は若い方で、70代もめずらしくない。男女を問わず、派遣市場への応募が増えている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求人数は多いものの、時給や在宅勤務関連での求職者の希望が、求人内容と合わないケースが多い。それに伴い、人手不足の企業に人材がなかなか行き渡らない。一方、既存の在籍社員の時給についても、改定の進んでいない企業が多い。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の出稿状況を3か月前と比べると、前年比の動きはほぼ横ばいである。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・株価が史上最高値を更新するなど、景気は良くなっているように感じるが、バブル期のように日々の生活レベルで好調を感じることはなく、現実感のないものになっている。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・大手自動車メーカーの不正問題で、製造業の業況が悪化すると予想されたが、大きな変化はない。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・人手があれば、積極的に注文を取れる事業所が多いが、現状は求職者の応募がない。従業員に辞められることが1番困るため、企業は受注量を調整している。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・例年この時期は求人が増えるが、求職者が例年よりも少ないため、人選に苦労している。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・インバウンドの利用が多いターミナル駅の混雑具合は、少し落ち着いてきたが、まだ多くの外国人がみられる。その一方、かつてインバウンドが列をなしていた百貨店の免税コーナーでは、客の姿が減っている。帰国者の様子を見ても、多くの荷物を抱えている人は少ない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・卒業時点での就職を希望しない学生が目立つようになっている。

	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	<p>・有効求人数の季節調整値は底堅さを維持しているものの、前月比では9か月連続の減少となっている。一方、新規求人数の原数値を元に、産業別の推移をみると、製造業が前年比で5か月連続の減少となるなど、多くの産業で減少している。物価や労務費の上昇分の価格転嫁が限界にきているとの声や、中国などの海外需要の悪化による生産調整など、受注減少の声が多い。これらが影響しあって求人数の減少につながっており、景気の持ち直しは続いているものの、その動きには弱さがみられる。</p>
	▲	*	*	*
	×	*	*	*