

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)	◎	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・円安の継続で好調が続く。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・インバウンドほどではないものの、国内客の買上がこの1年は増加しており、特にファッションへの感度が高い若年層の動きが活発である。マスクをしなくなったことで、サングラスの売上が大きく伸び、メイク商材などの動きも増えるなど、若年層の変身願望がみられる。今後の為替の変動によるインバウンドの動向は読めないものの、しばらくは成長が続くと予想している。
	◎	コンビニ（経営者）	・近隣の企業で新入社員が増え、アイスコーヒーやビール、ジュース類の売上が50%程度増える見込みである。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・予約の状況を見ると、4月上旬まで結構入っている。
	○	百貨店（売場主任）	・若年層の取り込みにつながる品ぞろえを強化しており、それに対する反応も良いなど、次世代の客の取り込みが進んでいる。
	○	百貨店（サービス担当）	・春休みやゴールデンウィークでの国内外からの観光客の増加や、ショップのリニューアルオープンによる効果で、今後も好調な推移が予想される。
	○	百貨店（外商担当）	・今後も株高を背景に、富裕層の購買意欲の向上が続くほか、インバウンドもまだ増えると予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・インバウンドや広域からの来街が今後も続くと予想される。全体としても大きな変化はなく、堅調な状況が続くそうである。
	○	百貨店（宣伝担当）	・現在は高額品が売上がけん引しているが、前年から行っていた営業投資が順次進めば、今は停滞している季節商材の動きが活発化すると期待している。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・気温の上昇とともに季節商材の動きが活発化し、個人消費は押し上げムードになる。新型コロナウイルスが5類感染症に移行後、初めてとなるゴールデンウィークも控えており、景気は現状よりも上向くと予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・前年のゴールデンウィークはコロナ禍の影響が小さくなり、久しぶりに旅行関連にお金を使う人が増えたことで、食品関連は苦戦したが、今年は回復が予想される。
	○	スーパー（店長）	・春闘では大手各社の賃上げが進むため、その効果に期待している。
	○	スーパー（企画）	・賃上げの流れに加え、インバウンド需要も増えていることから、当面は良くなる。
	○	スーパー（社員）	・若い客層を中心に、賃金の上昇への期待感が強い。これまではメーカーや取引先の値上げによる客の買い控えが目立っていたが、少しずつ買物意欲が回復すると期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・4月になればイベントも増えるため、景気の回復を期待したい。
	○	コンビニ（店員）	・外国人客が安定的に増えるなか、暖くなれば国内客の外出も増えるため、店も今まで以上に忙しくなると予想している。
	○	衣料品専門店（経営者）	・アフターコロナでの消費の増加が一巡し、ある程度はかつての消費行動に戻ると予想される。
	○	衣料品専門店（店長）	・海外からの客が顕著に増えている。客との会話では、大企業を中心とした賃上げによる好景気が期待できそうである。ただし、まだまだコストの増加に対する懸念は残る。
	○	衣料品専門店（店員）	・4月から5月は繁忙期に入り、年間で最も売上が増えるため、良くなると予想される。
	○	家電量販店（経営者）	・2024年度の補助金も始まるため、販売量の増加に期待したい。
○	家電量販店（企画担当）	・省エネ型給湯器や内窓に対するリフォーム補助金が手厚いため、エアコンとのセット販売への反響が良く、契約件数が増えている。	
○	家電量販店（営業担当）	・周辺では大阪・関西万博関係の仕事が幾つか見受けられるが、なかなか当社には回ってこない。	

○	家電量販店（人事担当）	・行楽や旅行などの活発な動きに合わせて、カメラなどの購入が増えることを期待している。また、賃上げの動きに伴い、滞っていた家電の買換えも徐々に進むと予想される。
○	乗用車販売店（支店長）	・春闘はおおむね順調に推移しており、賃金の上昇が期待される。
○	高級レストラン（スタッフ）	・少しずつ増えてきたインバウンドに期待したい。
○	高級レストラン（企画）	・商品単価の上昇が続くほか、インバウンドの増加による宿泊やレストラン需要の増加が見込まれる。
○	一般レストラン（店主）	・季節の変化や天候要因の改善に期待している。
○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・季節が良くなり、インバウンドも増加している。客単価は低いものの、商品価格の上昇や来客数の増加により、売上は増加している。
○	観光型ホテル（経営者）	・景気が良いとはいえないが、賃上げなどの情報が aumentando ため、プラスの方向に進むと期待している。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・依然インバウンドが好調であり、国内需要も増えているが、比率としては7対3で推移している。繁忙期の高単価でも需要があり、客室単価も高い水準が続いている一方、食堂は一般客の利用が中心であり、空席を外国人客が埋める状況が続いている。宴会部門もかつての稼働状況に近づいており、収益率も高まっている。
○	都市型ホテル（総務担当）	・企業による宴会の回復に伴い、レストランをグループで利用する動きが増えると期待される。
○	都市型ホテル（客室担当）	・桜の開花が予想よりも遅れているため、4月の受注が好調となっている。ゴールデンウィークの予約も好調に推移している。
○	都市型ホテル（客室担当）	・インバウンドの増加で単価の引上げが進んでいる。国内客の単価もインバウンドに引っ張られて、上昇することを期待している。
○	旅行代理店（支店長）	・今年のゴールデンウィークの日並びは、山が2つあり、特に国内旅行に行きやすい日程となっている。問合せや予約も少しずつ増え始めており、外部環境の改善で、少し景況感も上向いている。
○	タクシー運転手	・新年度効果のほか、インバウンドの増加や大阪・関西万博の準備関連による効果も出る。
○	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・順調なイベントの開催で来場者数が増えており、それに伴う経済効果が見込まれる。
○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンドが引き続き好調に推移するほか、国内客の間でも値上げが許容されている。
○	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スポーツの気運も高まるため、利用者数の増加を目指す。
○	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・ゴールデンウィーク期間中のレジャー価格の上昇も大きく、更なるインフレ傾向が消費のプラス材料として働き始めている。
□	商店街（代表者）	・客は買い回り品の購入に慎重であり、価格にも敏感である。
□	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・2024年問題によって物流の滞るイメージがあり、心理的なマイナス要素となる。
□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価の上昇は今後も続く予想されるが、それによる景気の変化が見通せず、先行きは不透明である。今以上に消費者の様子や、今後の社会情勢の変化に注意する必要がある。
□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・急激に良くなることはないが、今月のようなペースで売れていけば、良い雰囲気になる。
□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・ようやく気候も良くなる頃であるが、直近では健康食品の問題で消費者の感覚が更に過敏になり、消費が低迷することは避けられない。
□	百貨店（売場主任）	・当面、客の動きが都市部に向かうことが予想され、都市部の好調に対し、郊外店舗がやや苦戦する状況が続く。都心店では、株高に伴う富裕層の購買力の上昇が、売上の追い風となる。

<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	・マイナス金利政策の解除により、賃金や物価の動きに影響が出ると予想される。ただし、景気にどのような影響が出るかは不透明である。国内の中間層や若い世代に恩恵がなければ、消費の回復には簡単につながらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・免税売上は好調に推移すると予想されるなか、国内売上の推移に注目している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・原材料価格の高騰や人件費の上昇もあり、商品原価の値上げが続いている。報じられているような大幅な賃上げは、大半の消費者には無関係であり、生活防衛意識の向上に伴い、購買意欲は下がっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・株価や為替の推移が急変しない限り、現在の好調な環境は続く。富裕客による購入状況も安定している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・マイナス金利政策の解除や賃上げ、政治情勢や社会環境の不安定化など、少し不透明な部分が増えており、全体としては変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・引き続きインバウンド需要が盛り上がることで、売上のプラス基調が続くことを期待したい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	・変化の材料が余り見当たらず、今の動きに大きな変化はないと予想される。給与の増加といった消費の好材料については、給料が増える人数に左右されるほか、貯蓄ではなく消費に回るタイミングに注目している。今後は、夏のレジャーに対するプッシュを期待しつつ、準備を進めたい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行から1年が経過し、これまでのような拡大基調が今後も続くのか、見極めが必要となる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・小売業の大きな流れは変わらない。国内の中間層は賃上げへの期待もあるが、物価の上昇もあり、モノの購入は慎重な姿勢が続くそうである。その反面、レジャーや旅行、イベントなどの消費は活発になるため、日常的には節約消費で、非日常では積極消費という構造となる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・インバウンドや富裕層の需要が増えている都市部の店舗は、今後も売上が堅調に推移する。その一方、そういった恩恵のない郊外店は、主要な客である中間層の消費動向に改善の兆しが無い。収益面でも仕入価格や人件費の上昇により、悪化が避けられない状況である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	・現在の経済状況は、円安や商品価格の高騰に加え、気温の変化が消費に影響している。さらに、地方の郊外店では、都心への消費の流出が進んでいる。一方、外商売上は金製品などの資産価値の高い商品が好調なほか、インバウンド売上も円安の影響で期待できる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・郊外店では、中間層の賃金が増えて、投資による利益が消費に回るまで、もう少し掛かる。当店のような郊外店舗は、年配の資産家の顧客などが多く、この層の購買力が上がっていくかどうかは疑問である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・賃金のベースアップは行われるが、商品の価格も同時に上昇している。結果として、買物時の慎重な姿勢に変化はなく、早急に景気が上向くことは考えられない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・天候が戻っても、すぐに野菜価格等は下がらないため、安定するまでは厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・競合相手の出店といった外部環境の変化はないため、現状が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・一般食品に関しては、エブリデー・ロープライス施策により量販品の売上は確保できているが、利益はそこまで伸びていない。今後は生鮮品の需要をいかに伸ばしていくかが重要である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・マイナス金利政策が解除され、預金金利が上がる一方、借入金利も上昇する見込みであるが、本格的に上昇するまでには時間が掛かる。当面は物価上昇の影響の方が大きいと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・円相場や株価の推移も外部環境次第であるが、大きな変化はなく、しばらくは現状の動きが続く見込みである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・賃金のベースアップや最低賃金の引上げもあるが、物価の上昇を吸収し切れない。マイナス金利の解除などのマイナス要素もあるため、景気に大きな変化はないと予想される。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・来客者数は今の水準のまま推移しそうであり、値上げによる客単価の上昇も収まりつつあるため、売上は現状維持となりそうである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・更に値上げが進みそうであるが、急激な販売の減少や来客数の減少につながる感覚はない。希望も少し入っているが、横ばいの推移が予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・物価上昇がまだまだ続くなか、客の消費意欲が高まることを期待したい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・前年の後半から来客数が減ったままの状態であり、しばらくはこの状況が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の購入予約はあるものの、大手自動車メーカーの不正問題による影響が出ている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・必要最低限の動きが目立っており、客に余裕はみられない。これから給料が増えることで、消費の余力が生まれるのかどうかも不透明である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・好転する材料がない限り、現状維持が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・4月の生産は若干少なくなるが、5月以降でばん回できると聞いている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店員）	・賃上げなどが報じられているが、中小企業には全く関係のない動きであり、物価の上昇が相変わらず続いている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石]（経営者）	・円高が進み、物価が下がらない限り、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・大企業の賃上げ状況から、景気の好循環が進んでいるイメージはあるが、大部分の中小企業にとって、賃上げや価格転嫁は今後の課題という意識が強い。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・物価の上昇が遅れていた業種でも、次々と価格が上がっている。客は、日々の生活でどの出費を切り詰めるかを考えているため、売上や販売に動きがないのも仕方がない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	・医薬品や健康食品への花粉症の影響は例年よりも小さく、売上は鈍化している。一方、気温の上昇に伴い、カウンセリング化粧品等は順調に推移しており、今後の春物商材への切替えによる売上増が期待される。また、食品等の生活必需品も順調に推移しているが、来客数の増加にはつながっていない。全体として客単価は上がっているが、大きな変動要因はみられず、今後2～3か月も同様の推移が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・今のところは新商品が出る予定もないため、売上は変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	・大企業の賃金は上がっているが、中小企業は厳しい状況が続いている。物価上昇のムードを受けて、支出を抑える傾向が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・当店の予約状況や利益などの動きをみると、景気は横ばいか若干の上向き傾向が予想される。かつてとは利用客や飲食店の状況が変わり、客は飲酒を含む外食の際も、2店舗目、3店舗目には行かずに帰宅するため、1店舗目に選ばれなければ経営は厳しくなる。また、仕入価格の高騰や働き手不足などから、営業時間を短くするか、閉店に追い込まれている。飲食店全体としては、景気の回復はまだまだ先である。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [自動販売機(飲料)]（管理担当）	・大企業では賃上げが行われる一方、中小企業ではその声すらなく、不安しかない。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・物価上昇の影響に加え、北陸応援割や北陸新幹線の延伸などで、北陸方面への客の流れが生まれていることで、当地域の動きは弱くなる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（フロント）	・インバウンドも好調ではあるが、国内出張やライブ、イベント開催の動きが活発となるほか、円安の影響で国内レジャーが好調となる。今後3か月は、高い稼働率と単価が維持できそうである。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・ゴールデンウィーク前に、利用がやや落ち込むと予想している。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・国内客、インバウンド共に集客ができれば、安定した収入が確保できる。

□	旅行代理店（店長）	・週末はハネムーンを中心に海外旅行の相談が増えてきたが、出発時期は8月以降の相談が多いほか、様々な店舗を回っている客が多く、相談件数の割に受注につながるケースが少ない。国内旅行も長距離方面の動きが鈍い。
□	タクシー運転手	・賃金の増加よりも物価上昇の方が大きく、それが追い付くまでは節約傾向が続く。
□	通信会社（社員）	・ブロードバンド需要の新規開拓は、以前から望めない状態である。大手の競合先がかなり低価格の新サービスを展開している状況では、拡大基調は期待できない。
□	通信会社（役員）	・2024年度は、通信事業者からの代理店手数料が大幅に変更される。現時点では詳細が未定であり、条件次第で収益が変動する。
□	通信会社（営業担当）	・競合他社も、当社と同様の新規キャンペーンを実施しているため、3か月先も状況は変わらない。
□	観光名所（企画担当）	・ここ数か月は来客数が前年比で増えているが、増加率はほぼ一定になりつつある。インバウンドは中国からの客を除いて、かつての水準に戻ってきており、特に米国やオーストラリアからの客が増えている。
□	遊園地（経営者）	・賃上げの効果が大企業に偏っているとみられ、全体の景気回復にはなかなかつながらない。
□	ゴルフ場（支配人）	・来場者数や予約状況から考慮すると、勢いは余りないが、客足はそれなりにみられるため、景気自体に変化はない。
□	競輪場（職員）	・マイナス金利政策が解除となり、株価も上昇している一方、物価の上昇や円安傾向の継続もあり、先行きの見通しは不透明である。現時点では、前年などの状況から判断すると、大きな変化はないと考えられる。
□	競艇場（職員）	・全国発売のSGやG1競走のほか、一般競走の売上は横ばい傾向にあるが、コロナ禍の収束後も高いレベルで好調を維持している。今後も現状維持が続く見通しである。
□	その他レジャー施設 [複合商業施設]（職員）	・企業業績の改善で、賃上げ効果の波及が期待される一方、多岐にわたる値上げや、株価の調整に対する警戒感もある。
□	その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球のシーズンとなるほか、4月には家族向けのイベントに加え、多くのコンサートが開催されるため、若年層を中心に多数の来場者が予想される。
□	その他サービス [学習塾]（スタッフ）	・年度替わりの時期であるが、やめる生徒が少なく、一定の生徒数が維持できている。
□	その他住宅 [展示場]（従業員）	・建築単価の上昇による客の購入マインドの低下は、当面続くと予想される。
□	その他住宅 [住宅設備]（営業担当）	・報じられているような春闘の満額回答が、あらゆる給与取得者に当てはまればよいが、そうはならない。景気が大幅に良くなったと感じるのは、まだまだ先になる。
▲	一般小売店 [時計]（経営者）	・今月以降、当店ではクレジットカードの読み取り機をアナログ回線からデジタル回線に切り替える必要がある。その複雑な手続きを考えると、ひとまず現金のみを扱う方向で考えているため、来月からの売上の予想が全く立たない。キャッシュレスの流れと逆行するため、少し厳しくなる見込みである。
▲	スーパー（経営者）	・当社の営業エリアは、冬のスキー関連の事業で収入を得ている人が多い。今年は暖冬で雪が少なく、営業できないスキー場が多かったため、地域の様々な業種に影響が出る。
▲	スーパー（開発担当）	・春闘の労使交渉では、大企業は満額回答をしているが、当県では中小企業が約7割を占めている。中小企業の賃金が上がらない限り、景気は回復しない。
▲	衣料品専門店（営業・販売担当）	・為替の影響を大きく受けており、円安が続けばコストの上昇が続く。
▲	家電量販店（店員）	・客がいかに安く買物できるかが重要で、補助金などの施策もしっかりと講じる必要がある。お金を使ってもらい、世の中全体を回していかなければ、先行きは厳しいと感じる。
▲	乗用車販売店（経営者）	・賃上げが全体には行き渡らず、物価の上昇が先行すると予想される。客の間では、低価格志向が復活し始めている。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・3月と比べて、販売量は減ってくると予想される。経済全体でみると株価もかなり上がっているため、日本全体が上向いてほしい。

	▲	その他専門店 [食品] (経営者)	・大企業の賃上げは進んでいるが、中小企業は思うように進められないため、物価の上昇に付いていけない状況になってくる。
	▲	一般レストラン (経営者)	・電気やガスの使用料金など物価の上昇で、消費者の財布のひもは更に固くなり、外食の回数も減る。
	▲	一般レストラン (店員)	・ゴールデンウィーク以降は家族が集まる機会が少ないため、期待できない。
	▲	一般レストラン (企画)	・物価の上昇による消費の低迷が、賃上げによってどの程度改善されるかは不透明である。円安基調も継続するなか、更なる物価の上昇が懸念される。
	▲	観光型ホテル (経営者)	・2月、3月と比べて、4月以降は少し厳しい状況が予想される。前年の4月、5月にみられた団体の参拝旅行が今年はないほか、個人客の動きも2月、3月と比べて、かなり増勢が鈍化している。
	▲	旅行代理店 (役員)	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行による、国内旅行の増加が一巡し、今後は伸び悩みが予想される。一方、海外旅行は円安などによる価格の上昇はあるものの、問合せや予約が徐々に増えている。今年は全体的に3連休が多く、ゴールデンウィークも前半と後半に分かれることから、国内旅行、海外旅行共に、近場中心の需要が増えると予想される。
	▲	通信会社 (経営者)	・円安傾向による悪影響が広がる。
	▲	通信会社 (社員)	・新年度からはキャリアの手数料体系が変わるため、どうなるかはスタートしてみないと分からない。ただし、繁忙期を終えて閑散期となるため、現状よりも販売は落ちる。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	・価格調整が終わるまでは、緩やかな悪化が進む。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	・仕入コストの上昇が続いており、先が読めない。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	・郊外のマンションの販売鈍化が表面化すると予想され、完成在庫の増加につながる。
	▲	住宅販売会社 (総務担当)	・賃金の伸びが物価の上昇に追い付けば、以前の状況に戻るが、住宅は高額商品に当たるため、先行きは不安である。
	▲	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)	・物価の上昇や金利の上昇で、消費は減少すると予想される。
	×	衣料品専門店 (経営者)	・春物商材の入荷が少ないほか、夏物商材の発注ができないため、今後の売上には期待できない。天候に左右されることから、4月、5月の売上は良くないと予想される。
	×	住関連専門店 (店長)	・住宅、インテリア業界では、金利の引上げで住宅の購入が慎重になると予想される。特に、インテリアは節約の対象になりやすいため、案件数と契約金額の減少、失注の増加につながる懸念が拭えない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	出版・印刷・同関連産業 (企画営業担当)	・大阪・関西万博関連の周知が本格的に始まる。その関連イベントも増えることが予想される。
	○	化学工業 (管理担当)	・車載用電装部品関連や、民生用関連の在庫調整が進めば、出荷量が回復してくる。
	○	電気機械器具製造業 (経営者)	・当社が強みをもつ、半導体市場向けの製品に注力している。
	○	輸送業 (商品管理担当)	・3月から5月は家具が売れる時期のため、売上が少し増えてきている。
	○	広告代理店 (営業担当)	・前年以降、Web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。
	□	食料品製造業 (営業担当)	・北陸応援割により、主に外国人観光客が金沢方面を旅行しているため、それ以外の地域では飲料の売上が余り変わらない。
	□	繊維工業 (総務担当)	・消費への意欲が乏しいこともあり、支出の用途が旅行や運用に回っている。NISAに回す人もいるようである。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	・一部を除いて、全体的に良くない。
	□	化学工業 (経営者)	・取引先は、景気の良くなっている業界と悪くなっている業界に分かれている。全体的には相殺されており、今後も大きく変わる様子はない。

□	化学工業（企画担当）	・原材料価格の高騰は続いているが、販売価格への転嫁が進んでおり、適正な利益が確保できる体制が整っている。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・駆け込み需要が落ち着いてくる反面、従来の案件の伸びが見込まれる。両者が相殺しあうことで、現状維持が続くと予想される。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・働き手の約7割を占める中小企業の賃上げが、どの程度進むかが注目される。物価の上昇が続いているほか、マイナス金利の解除で4月からは預金金利が引上げとなるが、貸出金利も上がることから、その影響を注目したい。
□	金属製品製造業（経営者）	・生産の内示は新年度から回復傾向となるが、大きな変化はない。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先も、同じような状況が続くそうである。
□	一般機械器具製造業（設計担当）	・世間的には、賃上げや株高で景気が良いといった報道も増えているが、身の回りでは賃上げが困難なケースもみられる。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・円安の進行に歯止めがかからず、先行きは不透明である。
□	輸送用機械器具製造業（役員）	・仕入価格の上昇を、十分に販売価格へ転嫁できない。
□	建設業（経営者）	・今の状況から考えると、余り変わらないと予想される。今のところは良くなる要因が見当たらない。
□	建設業（経営者）	・人手不足のなか、4月からは残業規制が始まる。技能労働者や監理技術者の人事管理を計画的に行わなければならない。大阪・関西万博の建設工事の工期が厳しいため、一時的ではあるが、技能労働者や監理技術者が集められる。結果として、現場は更に厳しい状況となることが予想される。
□	輸送業（経営者）	・運賃の値上げが少し進んだが、経費の増加にはとても追いつかないため、仕事を受けたくても赤字で断らざるを得ないケースがある。新規案件の話がなかなか進まないこともあり、今後も大きな変化はないと予想される。
□	輸送業（営業担当）	・売上が落ち込む時期に入り、ゴールデンウィークにどれだけ売れるかが重要となる。
□	金融業（副支店長）	・円安傾向に変化はないため、2～3か月先も景気は変わらない。
□	司法書士	・相続件数は増えると予想されるが、起業や増資といった相談案件が少ないため、全体としては変わらない。
□	経営コンサルタント	・中小の小売店の淘汰が進むなか、これが景気にどう影響するかは見通せない。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価が上がっている一方、材料費や工賃は余り上げられない。
□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・外国人による利用は増加傾向にある一方、国内客の利用は、値上げの影響もあって客単価は上がっているが、来客数はやや減少傾向にある。この傾向はしばらく続くと予想される。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・物流が減少しているため、非常に暇である。景気が悪化している感覚が強い。
▲	食料品製造業（従業員）	・業務用で売れている商品もあるが、全体的には売上が減少に向かうと予想される。
▲	繊維工業（総務担当）	・円安による仕入コストの上昇を、販売価格に転嫁できないため、収益の確保が難しい。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・来月以降の新規受注が増えていない。
▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・円安傾向やエネルギーを中心としたコストの上昇が続くほか、人手不足の影響で生産体制が安定しない。
▲	建設業（経営者）	・4月から実施される、建設業の残業時間規制による影響が懸念される。
▲	不動産業（営業担当）	・インバウンド需要はかなり増えているが、物販関係ではなく飲食関係の動きが多く、物販店舗の需要は減少している。
▲	広告代理店（営業担当）	・期初は広告出稿を控える企業が多いため、例年どおり第1四半期は厳しくなる。
×	金属製品製造業（営業担当）	・市況が悪いなか、主な原材料である鋼材の値上げが実施予定であり、採算の悪化が予想される。
×	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取扱商品の需要期が終わり、閑散期に入るため悪くなる。

	×	輸送業（営業担当）	・2024年問題でドライバーという仕事に魅力がなくなり、人手不足が悪化する。
	×	通信業（管理担当）	・このタイミングでのマイナス金利政策の解除が、プラスに働く感覚はないほか、景気回復の材料が見当たらない。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・株価が高水準で推移しているが、恩恵を受けている人はそれほど多くない。マイナス金利の解除も、大手金融機関は潤う一方、住宅ローンを抱えている人たちの負担は増える。結果として、今後もできる限り消費を抑えるという心理は続きそうである。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・各産業の動きが安定しておらず、今後の産業振興策も余り明確ではない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（支店長）	・大阪・関西万博関連で、関西は特に盛り上がりそうである。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・物価上昇などの不安要素はあるが、円安の影響もあり、訪日外国人は今後も増加が見込まれる。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・求職者の希望条件が上がっているなか、人手不足感が非常に強い企業は、条件の上げも検討しており、雇用条件が上向いている。
	□	人材派遣会社（役員）	・賃上げや株価の状況、採用の動向など、景気の上向く要素はあるが、人手不足の慢性化や、海外の紛争が激化する可能性、米国大統領選挙による米国社会の分断加速など、不安定な要素が多い。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ゴールデンウィークなどの観光シーズンを迎えるため、一時的な景気の回復が予想される。
	□	人材派遣会社（支店長）	・しばらくは、今の厳しい状況が続きそうである。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大阪・関西万博の開催や、北大阪急行の延伸といったトピックスはあるが、プロモーション予算の状況を見ると、関西の地元産業の活性化にはつながっていない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・どれだけ株価が上がっても、それに比例して国民の暮らしが良くなる構造ではない以上、身の回りの景気が上向くのは難しい。
	□	職業安定所（職員）	・今後の為替動向が心配であるが、大手自動車メーカーの不正問題は落ち着きつつあるため、全体として大きな変化はない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比、前月比共に減少となった。若年者は就職に不安を感じているほか、希望職種のない求職者も増えている。
	□	職業安定所（職員）	・大手企業でも、収益の悪化による希望退職者の募集が予定されている。
	□	職業安定所（職員）	・今のところは景気の良くなる材料が見当たらない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・求人数は前年比で1割減の見込みである。大阪・関西万博関連の工事が優先され、他の仕事の動きが鈍いといった話が増えている。今年中はこの傾向が続きそうである。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・学生の動きが早期化しており、6月頃には既に就職活動を終えている学生も多そうである。大手企業による26年卒向けの夏季インターンシップの募集、選考も春には既に始まっているため、夏頃は募集や広報というよりも、実際にインターンシップを実施する企業が増えると予想される。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・人手不足を背景に、企業の早期採用が加速する一方で、求人数も緩やかに増えているが、景気の変化はみられない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・中小企業はなかなか賃上げが進まず、大企業との2極化が予想されるため、すぐに景気が良くなるとは考えられない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・人手不足の声が多い一方、製造業や建設業、小売業などを中心に価格転嫁は困難であり、利益が圧迫されているほか、人手の確保に苦しんでいる。新規求人数の原数値も6か月連続で前年を下回っており、季節調整値も同様に減少傾向にある。今後も持ち直しの動きが弱い状況が続くと予想される。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・4月に就業の始まる求人が多く、4月以降は求人数、求職者共に減るため、景気は悪くなる。
	×	—	—