

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）	・海外からの団体客による買物ツアーの立ち寄りが、徐々に増えている。海外でのコロナ禍対応による影響で、ようやく日本もウィズコロナの雰囲気が出ており、4～5月以降の来客数は更なる増加が予想される。好調な高額商材の伸びが今後も期待できるほか、国内客の消費も伸びることが期待され、景気の改善が予想される。
	◎	百貨店（外商担当）	・5月から、新型コロナウイルスが5類感染症に移行することもあり、中国からの旅行者がかなり増えることが予想され、売上の増加が見込まれる。円安の影響で、海外からの旅行者にとって、日本は高級品が最も安く買える場所になる。
	◎	百貨店（特選品担当）	・中国からの入国規制などが緩和されるほか、国内でもマスク着用の緩和、新型コロナウイルスの5類感染症への移行など、外に出掛けることへの規制は間違いなく緩和が進む。
	◎	百貨店（外商担当）	・外商客の来店が順調に増えるほか、中国本土からの観光客の増加が見込まれる。
	◎	コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、旅行を控えていた人も外に出始めている。また、近隣にはホテルも多く、外国人客だけでなく、国内の旅行者もかなり増えている。
	◎	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・ウィズコロナの動きに伴い、脱マスクの生活にシフトする。さらに、季節の変わり目で大手企業の賃上げも進むため、客の購買意欲が高まると期待している。
	◎	高級レストラン（企画）	・新型コロナウイルスの感染対策の緩和による消費マインドの回復と、中国からのインバウンドの急回復が予想される。
	◎	都市型ホテル（フロント）	・インバウンドの問合せが急増している。特に、桜シーズンの4～5月に集中している。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・インバウンドの推移次第であるが、伸びる傾向にあるため期待している。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・全体的に人の流れも増えているため、良くなっていくが、電気代やガス代の高騰により、営業が続けられない飲食店も出てくること懸念される。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	・外に出て買物をしようという、前向きな気持ちを感じられる。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・3月になって気候が良くなり、コロナ禍もやや落ち着くことで、人の動きも活発になるため、販売量の増加に期待している。
	○	百貨店（売場主任）	・目を追うごとに、客の動きが活発化している。3月13日以降、マスクの着用が自由化されれば、更に来店客が増えそうな勢いを感じる。
	○	百貨店（売場主任）	・海外情勢の動きにもよるが、基本的にやや円安傾向で推移するため、少し良くなると予想している。
	○	百貨店（企画担当）	・中国本土からの旅行者がそろそろ増え始めると期待している。
	○	百貨店（サービス担当）	・今後も海外からの団体客などによる、来客数の増加が期待できるほか、売場やショップのリニューアル効果で、来客数の増加や売上の拡大が期待される。
	○	百貨店（マネージャー）	・全体的には新型コロナウイルスの感染状況の緩和などで、更に人流が活発になり、インバウンド需要の回復傾向も続くと予想される。一方、今後は旅行関連やイベント関連の需要が注目されるが、コストパフォーマンスも厳しく問われる。
	○	百貨店（店長）	・外出や旅行の機会が増え、これまでコロナ禍で我慢していた分、コト商品への需要が増えると予想される。ただし、食品価格や光熱費の上昇はまだまだ収まる様子はなく、高所得者層とそれ以外とで2極化が進むと予想される。
○	百貨店（売場マネージャー）	・食料品を中心とした価格高騰による消費マインドの低下は心配であるが、新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向となっている。また、新型コロナウイルスが5類感染症に移行することもあって、消費者の購買意欲が高まると予想される。	
○	百貨店（売場マネージャー）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行など、消費を後押しする要素が多く、景気動向は上向くと予想される。	

○	百貨店（宣伝担当）	・この春で値上げが一巡し、価格の改定が一旦落ち着くほか、久しぶりの行動制限のない春となり、新生活や新入学関連の需要が目立っている。さらに、中国本土からのインバウンドが戻ってくれば、売上の回復に弾みがつくと期待している。
○	百貨店（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況は一進一退が続くが、次第に日常を取り戻すことを期待したい。
○	百貨店（マネージャー）	・外出意欲を抑える傾向が小さくなっているほか、インバウンドを始めとする旅行者を中心に、来街者が増えている。インバウンドに関しては、ようやく中国人客の動きが徐々に出てくることで、インバウンド売上は更なる増加が見込まれる。
○	百貨店（マネージャー）	・コロナ禍の収束の兆しが明確となり、卒業や入学関連の需要や旅行の増加に加え、衣料品や雑貨などの買換え需要も高まる。また、大型の物産展も復活し、来客数が上向く見込みである。
○	スーパー（店員）	・天気の良い日が続くと、年配の客が増える。また、コロナ禍が更に落ち着くと家族連れの子も増え、販売量が増える。
○	スーパー（店員）	・創業祭などのイベントが続くため、今よりも売上の増加が見込まれる。
○	スーパー（企画担当）	・行動制限が大幅に緩和され、今後は行楽や花見、バーベキューの需要が増える。
○	コンビニ（経営者）	・コロナ禍に伴う各規制が撤廃されることで、通勤客や学生の来店が増えるほか、出張客による近隣ホテルでの宿泊も増加が見込まれる。また、インバウンド需要も増えることで、来客数の増加が期待できる。
○	コンビニ（経営者）	・3月からは新型コロナウイルス感染症に関する規制も少なくなるため、回復を期待したい。
○	コンビニ（店員）	・移動制限もなくなり、新型コロナウイルス感染症発生前の生活に戻りつつある。
○	衣料品専門店（店長）	・インフルエンザの流行はあるが、コロナ禍が収束に向かいつつあるため、景気は上向く。
○	衣料品専門店（店員）	・繁忙期に入るため、来客数が増えるほか、購買意欲の上昇も期待される。
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・季節の変化に伴って、やや良くなる。
○	衣料品専門店（販売担当）	・海外からの客が増えているため、少し売上が増加する。
○	家電量販店（経営者）	・補助金を活用した購入の増加のほか、マスク着用の見直しで消費意欲が高まると期待している。
○	家電量販店（店員）	・決算期で来客数が増えるほか、新生活や引っ越し需要で売上の増加が見込まれる。また、エアコンや冷蔵庫などの買換え需要も見込まれる。
○	家電量販店（人事担当）	・物価の上昇やエネルギー価格の高騰といった不安要素はあるが、旅行やイベントなどの動きが徐々に増え、それに伴う経済の活性化が期待される。
○	家電量販店（企画担当）	・こどもみらい住宅支援を中心とした、住宅設備関連の国の補助金により、内窓や蓄電池、省エネ型給湯器などの大きな消費が期待できそうである。
○	乗用車販売店（営業担当）	・決算月に向けて、客の来場増加が見込まれる。
○	その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・新カタログの問合せや、資料の請求が増えているため、今後は受注量が増える。
○	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	・都市部を中心に集客が増えている。飲食も好調で、停滞ムードがなくなりつつある。衣料品も好調となるなど、外出の機会が多くなってきたと感じる。
○	高級レストラン（スタッフ）	・マスク着用の緩和など、新型コロナウイルス感染症への対策も緩やかになることで、例年並みのにぎやかな春に戻ってほしい。
○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあるほか、中国向けの入国規制の緩和で観光客が増えるため、経済は少し良くなっていく。ただし、物価の上昇に歯止めが掛からず、消費者の所得を上げる方が早く経済が回復すると予想される。
○	一般レストラン（店員）	・商品価格が上がっているにもかかわらず、来客数が増加し、価格の高いメニューにも注文が入っている。

○	一般レストラン（店主）	・様々な面で動きが増えているため、良くなることを期待している。
○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行やマスク着用の緩和に加え、これまでの反動から外出する人も増え、お金を使う機会も増えるため、今後は少し良くなっていく。
○	観光型ホテル（経営者）	・このまま個人客の増加が続くと予想され、4月以降は団体客も増える見込みである。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援や地域独自の支援策が好評となった結果、早期に終了する事態となったが、その後も宿泊需要は旺盛となっている。宴会やレストラン利用についても、2月はディナーがほぼ満席の状態が続いており、残る懸念はビジネス利用によるランチ需要の回復となっている。全体的には回復傾向がみられることから、今後に期待したい。
○	都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する制限がなくなり、旅行や外食関連の需要回復が見込まれる。
○	都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症発生前と同様の客単価と、販売量の増加が見込めるため、先行きは明るい判断される。
○	都市型ホテル（販促担当）	・足元の来客数の推移から、先行きが期待される。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	・コロナ禍の影響を大きく受けていた宴会部門も、同窓会などは少ないものの、突発的に開催される会議が増えてきた。リモートではなく、スクール形式やロの字形式の会議が目立って増えている。レストランのランチ利用も、1日当たりの来客数が46人と前月よりも4人増え、好調となっている。
○	都市型ホテル（総務担当）	・5月には新型コロナウイルスが5類感染症に移行する。マスク着用の緩和からも2か月が経過することで、更に人流が活発化するが、以前の水準には戻らないと予想される。
○	都市型ホテル（客室担当）	・全国旅行支援が3月末で終了するが、桜の季節である4月前半の予約受注は順調である。コロナ禍による規制も緩和され、旅行を控えていた客が再び動き始めることを期待している。
○	旅行代理店（店長）	・海外旅行の相談が増えている。現在はまだ相談だけで、様子を見ている客も多いが、今後は受注が増えると予想される。
○	旅行代理店（役員）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、海外旅行の需要回復が予想される。
○	タクシー運転手	・当地域は桜の時期となり、活気が出てくる。
○	タクシー運転手	・年度末に向けた動きや、インバウンド効果も出てきており、以前の状態に戻ってきたと感じる。
○	通信会社（営業担当）	・新商品の販売が4月から始まるため、契約数が増える。
○	観光名所（企画担当）	・2月に入っても来場者は徐々に増えているが、インバウンド客はそれほど伸びていない。
○	遊園地（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が大きく減少したほか、感染予防行動などの方針が見直されたことも影響し、全ての客層の行動が活発化していると実感している。
○	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・物価の上昇による問題はあるものの、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いているため、経済活動が活発化している。
○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・中国からのインバウンドの増加が見込まれるほか、マスク着用の見直しや、新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、レジャーマインドの上昇が期待される。
○	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐので、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増える。
○	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・マスクの着用が見直されても、当社の社内ルールとしては様子見となるが、年度末を迎えて雰囲気は良くなる。
□	商店街（代表者）	・2月も良くなる気配がない。コロナ禍だけではなく、電気代やガス代の値上げといった悪い話題が多く、買い控えが進んでいる。
□	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルス感染症による規制が緩和され、行動制限がなくなることで、消費の増加につながる。反面、様々な商材で価格が上昇しており、家計が圧迫されている。好材料もあるが、消費抑制につながる要因もあり、大きな改善は期待できない。
□	百貨店（企画担当）	・現時点では景気は上向きの様子であるが、飽くまでもここ数か月との比較である。まだ値上げラッシュが続いており、消費者の節約志向は変わらないため、今後更に良くなるとは考えにくい。

<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	・賃上げ状況などにも左右されるが、物価の上昇といった悪化要因もあり、消費者の生活防衛意識は更に強まる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・物価の上昇による影響もあり、新聞購読数の減少が更に加速している。まだまだ値上げの動きは続く見込みで、エネルギーコストも引き続き上昇する。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今後も物価の上昇が続く見込みである。大幅な賃上げが行われないう限り、家計の支出額は限られているため、買い控えによる買上点数のダウンは続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・価格の高騰が続く反面、外国人観光客の回復は続くため、今の状況が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・プライベートブランド商品には、他社よりも優位性がある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・値上げの影響で、売上比率の高い食品を中心に苦戦が続くと予想される。一方、行動制限のない春休みやゴールデンウィークに向けて、衣料品を中心に旅行や行楽などの需要は、前年よりも活発になる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・外部環境に変化がないことから、現状の動きが続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（開発担当）	・物価の上昇が続くなか、具体的な景気対策は発表されていない。賃金についても、中小企業の多い当地域では上昇する可能性が低い。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・企業が賃上げなどに動いても、企業側の収入源については不透明であるため、景気回復につながるまでには時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・物価の上昇が続くなか、現状よりも良くなる期待はもてない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・先行きの不透明感が増しており、なかなか読めない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・前年の注文分の新車が徐々に納車されるようになってきた。このままの調子であれば、新車への取付け品などの仕事も戻ってくるが、全体的に不透明な状況に変わりはない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・車検の予約台数に大きな変化はないが、半導体不足もあり、新車販売台数の回復には時間が掛かるため、売上が伸びない。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（店長）	・来客数は増えても、新型コロナウイルス感染症発生前の状況には程遠く、客単価も低いままである。売上や景気が戻る期待はまだ持てない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石] （経営者）	・ガス代や水道代を含めて、あらゆる物価が上がり過ぎている状況が、すぐに改善するとは思えない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品] （管理担当）	・風邪薬などの医薬品は伸びているが、健康や美容関連は伸び悩んでいる。また、食品や日用品も横ばいの状況であり、しばらくは同様の傾向が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・昼間の時間帯は来客数が戻ってきているが、夜の宴会などは動きが全くみられない。以前のような大宴会を開く雰囲気はなく、歓送迎会なども少ない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・コロナ禍の収束時期がはっきりしないほか、ウクライナ危機や世界的な不況の影響が、日本経済にも出てくる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行を控え、新年度は人々の解放感も増し、人やお金の流れが活発化しそうな反面、交通機関での値上げなど、物価の上昇が身近に感じられる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・コロナ禍関連での行動制限の解除で、景気のリバウンド傾向が期待されるものの、物価の上昇がブレーキとなる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・現状の前向きなマインドが、スポーツの世界大会などの様々なイベントで更に高くなるが、旅行の相談から申込みにつながる確率は大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・昼間の時間帯は乗客数が少し増えているが、夜になると急激に少なくなる。この状況をみると、今年中は厳しい状況が続くようである。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・今後の世界情勢の見通しから、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・業界を取り巻く環境は年々厳しくなっており、先行きが不透明である。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	・コロナ禍の影響から、経済活動が回復する兆しがあり、来客数は増加傾向にある。ただし、大手通信事業者の方針が変わらない限り、キャリアショップの運営ビジネスが好転するのは困難である。

□	ゴルフ場（支配人）	・予約状況を考慮すると、良くも悪くもなく、現状維持で推移することが予想される。
□	競艇場（職員）	・全国発売のG1競走などは、インターネット投票などがやや伸び悩んでいるが、依然として好調な売上を記録している。1年前のような爆発的な伸びはないが、高い水準で安定してきた感がある。ウィズコロナの動きが進む、春以降の動きが注目される。
□	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・物価が高止まりしており、景気の回復基調に水を差しかねない。
□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向となっており、野球の日本代表戦やプロ野球の開幕戦などは満員の来場を予想している。なお、3か月後の状況は不透明であるため、全体的には変わらないと予想している。
□	住宅販売会社（経営者）	・土地価格が高止まりの状況にあり、投資家以外のエンドユーザーの消費が増えにくいと予想される。
□	住宅販売会社（経営者）	・しばらくは現状の動きが続く。
□	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）	・現状で景気の変動につながるような対策は見当たらない。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・急速な市場環境の悪化はみられないため、短期的な変動は少ないが、中長期的には厳しい方向となりそうである。
▲	商店街（経営者）	・物価の上昇と収入面の不安から、購買意欲が低下し、商店の売上が減少する。
▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・2～3か月先は行楽シーズンとなるが、5月には新型コロナウイルスが5類感染症に移行する見通しである。マスクの着用も見直されるが、気温が上がればマスクを着ける人も少なくなる。個人経営の小さな店舗としては、マスクの着用を求めたいが、その状況が全く想像できない。
▲	百貨店（販促担当）	・外出関連の需要の伸びは期待できる一方、家での需要は低迷が予想される。値上げの影響で、月々の支出のコントロールが厳しくなりそうで、特に光熱費の上昇は身の回り品の消費縮小につながる懸念が大きい。本来は、気温の上昇で消費が増える時期であるが、光熱費が上昇すれば、消費が冷え込む要因となる。節電関連の機能商材など、打ち出し方の工夫が必要となる。
▲	百貨店（商品担当）	・エネルギー価格の上昇を含めた、物価の上昇に対し、賃金の増加が追い付いていないと感じる。今まで以上に、取捨選択を吟味した購買動向が強くなると予想される。
▲	スーパー（経理担当）	・4月以降は鉄道運賃の値上げが始まり、電気代やガス代の値上げも予想されることから、食費を中心にした節約意識の高まりは避けられない。春の行楽シーズンを迎え、マスク着用の見直しや、新型コロナウイルスの5類感染症への移行があり、一気に外出が拡大することを期待したいが、所得環境の改善が伴わない。
▲	スーパー（販売促進担当）	・価格の上昇が終息するめどは立たず、今後も更に値上げが続く見込みである。節約疲れが出るまでは、今後も買い控え傾向が続く。
▲	スーパー（社員）	・値上げラッシュによる売上の増加効果は、前年の後半には大きくみられたが、結局は一時的な現象であった。このため、今後も当面は消費が余り活発にならないと予想している。
▲	コンビニ（経営者）	・ウクライナ危機の影響でエネルギーコストが上がりつつあり、企業の売上を圧迫する動きが続くため、売上は3～5%減少する見込みである。
▲	コンビニ（店長）	・世の中の様々な物が値上がりし、家計を圧迫しているのは明らかである。買い控えが顕著になることが予想される。
▲	コンビニ（店員）	・コロナ禍が落ち着き、明るい兆しがみられるが、いろいろな物が値上がりする不安を口にする客が多く、買い控えや節約を進めている様子がみられる。
▲	乗用車販売店（販売担当）	・電気代やガス代の高騰などで、購買意欲が下がってきている。まだ半導体不足の影響も少なからず残っているが、回復を期待したい。
▲	その他専門店〔食品〕（経営者）	・当社の取扱商品も大幅な値上げを行う予定であり、消費への影響が顕著に出てくる。

	▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	・物価の上昇による家計への影響が、これからますます深刻化していく。
	▲	一般レストラン (企画)	・物価の上昇に歯止めが掛からず、4月以降も公共料金の値上げが予定されるため、更に家計は厳しくなる。また、当社も3月からメニュー価格の改定を計画しており、来客数の減少が予想される。
	▲	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・入会しても、受講する教科数を絞る傾向にある。また、年度末には退会者も出るため、全体としては厳しい。
	▲	住宅販売会社 (総務担当)	・物価の上昇で個人の住宅需要が落ち込み、収益物件のアパートが下支えしている状況であるが、人件費や材料費が上がってくれば厳しくなる。
	×	一般小売店 [衣服] (経営者)	・給料の引上げが報じられているが、大手企業が中心である。零細企業や工場の多いこの地域では、日々の生活のやりくりだけで精一杯のような気がする。地域格差が広がっているのか、周辺の商店の様子をみても、景気が上向いている様子は少しも感じられない。
	×	一般小売店 [花] (店員)	・物価の上昇による影響で、購買意欲の低下や節約傾向がますます進むため、繁忙期の売上アップは見込めない。
	×	衣料品専門店 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の影響で、韓国や中国での衣料品の生産量が減っており、商品が入らないため、売る物がない。
	×	衣料品専門店 (経営者)	・収入の増える見込みが立たないなか、今後の生活必需品の値上げや、光熱費の推移が不透明である。
	×	家電量販店 (店員)	・エネルギー相場や物価の上昇が落ち着かない限り、悪くなる一方である。まずは客の購買意欲を上げるためにも、政府の補助的な政策が必要と感じる。特に、エネルギー関連ではすぐに手を打つべきである。
	×	家電量販店 (店員)	・補助金制度のあるリフォーム関連については、多少なりとも売上は見込めるが、補助金制度は数年前から続いており、利用が慢性化してきたと感じる。補助金によって需要は前倒しされたが、今後は市場で値上がりが進むことを考えると、これまでの反動がどの程度出るか不安である。
	×	住関連専門店 (店員)	・今後も食料品の値上げが進むため、状況は悪くなる。
	×	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・外出は増えているが、物価は上がっている。生活面でも光熱費が上がっているほか、円安の状況も停滞したままであり、買い控えの意識がますます高くなる。
	×	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	・雇用環境は賃上げの雰囲気が高まり、悪くなるとは感じられないが、家計の収支は厳しい。特に、非正規労働者には置き去り感が強く、時給の引上げは蚊帳の外となっている。
	×	観光型旅館 (経営者)	・先行きには不安要素しかない。エネルギーコストの上がり方は異常で、全ての利益を吸い取られている。
	×	テーマパーク (職員)	・税収を増やすために増税しかできない政府は、存在意義を問われる。
	×	競輪場 (職員)	・まだまだ物価が上がっており、それにつれて賃金も上がれば良くなるが、先が見えない。
	×	その他住宅 [展示場] (従業員)	・住宅資材価格の高騰を受けて、住宅展示場の出展各社は前年の下期から建築単価を上げたため、契約数は減少傾向にある。大手ハウスメーカーは1億円を超える富裕層向けの商品開発に力を入れており、契約数よりも契約単価重視にシフトしている。
企業 動向 関連	◎	木材木製品製造業 (経営者)	・季節要因により、輸入商品の供給が需要に追いついておらず、その分の売上が半分ほどに減少している。今後は回復する見込みであり、売上、利益共に増加が予想される。
(近畿)	○	食料品製造業 (営業担当)	・今後はインバウンド効果にも期待できるため、景気は少し良くなる。
	○	出版・印刷・同関連産業 (企画営業担当)	・コロナ禍関連の報道も少なくなり、通常の動きに戻っていく状態にあるため、今後もイベントの増加や、それに伴う販促活動が活発化する。
	○	化学工業 (企画担当)	・年末年始の食品需要の増加も大きな消費拡大にはつながらず、収益改善への影響は小さかった。ただし、コロナ禍への対策が大きな転換点を迎え、多人数での会食の制限も撤廃されるため、消費の拡大が予想される。
	○	金属製品製造業 (経営者)	・受注の内示によれば、新年度から通常に戻る計画となっている。
	○	電気機械器具製造業 (経理担当)	・明確な根拠はないが、部品メーカーの話では、5月頃から徐々に欠品が落ち着き始める見込みである。

○	建設業（経営者）	・受注の増加ペースはそれほど早くないが、着実に増えつつある。ただし、原材料価格や電気代の高騰などが、受注に悪影響を及ぼす可能性はある。
○	輸送業（商品管理担当）	・3～4月は繁忙期に入るため、家具の売上が伸びる。
○	広告代理店（営業担当）	・前年から紙媒体、Web媒体共に、広告売上が前年を上回る状態が続いている。
○	経営コンサルタント	・取引先の経営者と話していると、新型コロナウイルス感染症への対応から、収束後の対応に話題が変わってきたと感じる。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・良くなる情報が少ない。
□	化学工業（管理担当）	・取引先からは、生産量が増えるという情報が少ない。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・改善要素が見当たらないが、動きの良い業種からの仕事もあるため、全体としては現状維持となる。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・4%程度の物価上昇率となっており、あらゆる物価が上がっている。身近な生活必需品の値上げも止まらず、今春の賃上げ動向が注視される。自動車業界などの春闘では、大手企業がいち早く満額回答で対応しているが、就業人口の約7割を占める中小企業の賃上げは厳しく、今後の動向を注視したい。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・最悪期に比べて少し良くなっているが、大幅に景況が改善するとは思えない。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・何しろ政府の方針が定まっておらず、しばらくは楽観できない。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・不安定な世界情勢が続くと予想される。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・材料価格の高騰や物価の上昇など、良い材料がない。
□	建設業（経営者）	・今後も建設資材価格の高騰や不安定な納期が続けば、厳しい状況は変わらない。実態に見合った予算の引上げや、不確定な工期に対する、取引先からの理解を望む。
□	輸送業（営業担当）	・送料や商品の価格を下げなければ、なかなか売れない。
□	輸送業（営業担当）	・運賃の値上げを行った結果、すぐに荷物が減ったが、今後も更に値上げを行う予定である。
□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行もあり、あたかもコロナ禍が収束するような見方が増えつつあるが、本質的には何も変わらず、人流の増加にはつながらない。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・全体的に商品の値上げが続いており、その処理に追われているが、今後も現状の動きが続くと予想される。
□	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・年度内はこのままの状況が続くようである。
▲	食料品製造業（従業員）	・商品の値上げを始めたため、価格の上昇に伴って客の購買意欲が低下し、販売量は減る。
▲	繊維工業（総務担当）	・経費の増加に対し、売上は減少傾向にある。
▲	繊維工業（総務担当）	・催事客の顔ぶれが決まっているようで、追加での購入がない。
▲	金属製品製造業（営業担当）	・売上が伸びないなか、賃上げなどに伴うコスト上昇に対し、価格転嫁に苦慮することが予想される。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が少なくなっている。
▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・需給のバランスが崩れかけている。また、コストの上昇によるインフレが続いているが、労働人口の減少でこの問題が長引くことになる。
▲	建設業（経営者）	・近隣の市町村の予算をみても、緊縮財政で公共工事関連の予算は先細りとなっている。
▲	建設業（営業担当）	・物価の上昇による収益の低下については、数か月では解決しないと予想される。
▲	輸送業（経営者）	・3月で雇用調整助成金が終了するため、多少は無理な仕事でも受けざるを得なくなる。無理をすれば、そのときは良くて、長期的には損失となる。
▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	・悪くなる理由は幾つも思い当たるが、良くなる理由は全く思い付かない。少なくともウクライナ危機の終結といったかなり強い刺激がなければ、気分的にも上向くことは難しい。
▲	広告代理店（営業担当）	・新年度明けは、広告の動きが全体的に低調となる。

	▲	その他サービス [自動車修理] (経営者)	・例年2月は余り良くないが、今年はそれ以上に悪い。
	×	化学工業 (経営者)	・原材料費や光熱費の高騰による再三の値上げで、確実に需要は減退しており、問合せ、受注共に大きく減少し始めている。
	×	通信業 (管理担当)	・エネルギー価格の高騰による物価の上昇が、景気に大きく響いている。
	×	その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・ウクライナ危機の影響で、世界情勢が混とんとしており、経済の先行きも不透明である。
雇用 関連 (近畿)	◎	*	*
	○	人材派遣会社 (役員)	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、経済が正常化に向かうことを期待している。
	○	人材派遣会社 (管理担当)	・今後ますます海外からの観光客が増加し、観光産業の活気が更に高まることが期待される。
	○	職業安定所 (職員)	・求人数が増えつつある。求人募集は人材への先行投資であるため、今後はやや良くなると期待している。
	○	学校 [大学] (就職担当)	・物価上昇の動きが止まらない状況であるが、企業の新卒求人意欲は旺盛であるほか、初任給もアップしているため、徐々に景気は良くなると予想される。
	□	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・コロナ禍は落ち着き流れになっているが、それ以外の社会不安の要素が多いため、大きくは変わらない。
	□	新聞社 [求人広告] (担当者)	・コロナ禍も一段落するはずであるが、物価の上昇もあって先の読めない状況が続く。
	□	新聞社 [求人広告] (管理担当)	・国内外のインフレ動向やウクライナ紛争、米中関係の悪化など、今後の景気に影響する不安定要素が引き続き多い。今後の景気はこれらの結果次第で、どちらの方向にも動くと思われる。5月には新型コロナウイルスが5類感染症に移行するが、国民は既にウィズコロナに慣れており、景気への影響は限定的と予想される。
	□	職業安定所 (職員)	・新型コロナウイルスの感染拡大は一段落したが、エネルギー問題などが続いているため、景気はお踊り場状態にある。
	□	職業安定所 (職員)	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増減に影響されず、消費者が動くようになっており、生活関連サービスは求人数が増えている。
	□	民間職業紹介機関 (職員)	・例年であれば、仕事量が増える時期であるが、資材価格の高騰などで、求人数の伸びは足踏み状態が続いている。公共工事を受注する建設会社も少なく、民間需要に大きく影響されるため、今後も求人数の増加は期待しにくい。
	□	民間職業紹介機関 (営業担当)	・3か月先の5～6月は、内定の1次ピークが一段落する頃であるが、今年は例年よりも早期選考の動きが早かった影響もあり、早期選考組からの内定辞退が増えそうである。一方、売手市場に転換しつつある状況から、大手企業を希望する学生も多いと予想される。内定が取れずに、6月頃に新たに企業を探し始める学生も出てきそうである。
	□	学校 [大学] (就職担当)	・まだ先の様子が読めない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・企業の景況感の見通しが低下し、収益悪化への不安の声も多いことから、やや悪くなる可能性もあるが、足元の状況は、求人にはやや復調に向けた力強さを感じられる。新型コロナウイルスの5類感染症への移行や賃上げのほか、大阪・関西万博の開催に向けた動きといったプラスの要素がうまく作用すれば、求人や求職の活発化が期待される。
		▲	人材派遣会社 (支店長)
	▲	人材派遣会社 (営業担当)	・物価が上昇している一方、賃金は上がっておらず、消費を抑制する動きが増えると予想される。
	▲	職業安定所 (職員)	・新規求職者数は前年比で10月から4か月連続の減少となり、特に45歳未満と45歳～54歳の求職者が減少となった。また、有効求職者の年齢別登録状況を見ると、前月と同じく19歳以下を除いて減少しており、しばらくは求職者の減少が続くそうである。
	▲	民間職業紹介機関 (支店長)	・身の回りの景況感については、プラス材料が少ない。
	▲	民間職業紹介機関 (営業担当)	・引き続き人材不足の傾向にある。



	▲	学校 [大学] (就職担当)	・物価の上昇で生活が苦しくなるため、お金の流れは滞ると予想される。
	×	—	—