

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）	・日本は第2次高度経済成長期に入りかけている。
	◎	百貨店（サービス担当）	・コロナ禍関連の行動制限がなくなって以降、初めての春休みやゴールデンウィークを迎える。イベントの実施やショップのリニューアル効果に加え、外国人観光客の増加傾向による来客数の増加で、売上の拡大が期待できる。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・ゴールデンウィークや、新型コロナウイルスの5類感染症への移行などにより、外国人客の来店増加が期待できるほか、国内客もコロナ禍からの解放感から売上が更に増える。また、国内客の海外への渡航増加による関連需要や、ハレの日関連のファッション需要も高まることが期待される。
	◎	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルス感染症への懸念が完全に払拭され、以前の状況に戻りつつある。こうした状況で中国本土からの客が復活すれば、インバウンド関連の動きが更に活発化すると期待される。
	◎	コンビニ（店員）	・来客数が安定して増えているほか、コンビニの商品価格は高いにもかかわらず、購買量も多い。立地の良さもあり、客単価が上がってきたように感じる。
	◎	高級レストラン（企画）	・客単価が順調に上がっており、2019年の水準を超えるケースもみられる。中国からのインバウンドの回復や、国内の旅行需要の高まりなどで、今後も更なる単価の上昇が期待できる。
	◎	一般レストラン（店主）	・新型コロナウイルスの感染状況は楽観できないが、徐々に社会全体が動き出す。
	◎	都市型ホテル（管理担当）	・インバウンドが今後は更に増加する。
	◎	観光名所（企画担当）	・現状は国内客が80%程度回復している。今後は更にインバウンドの回復が加わることを期待している。
	◎	遊園地（経営者）	・コロナ禍に対する政府の方針が見直されて以降、客の動きが明らかに活発になり、前月よりも更に改善している。まだ以前の水準には及ばず、客の嗜好の変化への対応も課題であるが、順調な回復を実感している。
	○	商店街（代表者）	・少しずつ人出も多くなっているため、期待している。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・中国からのインバウンド客の回復が期待される。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・客が物価の上昇に慣れてくれば、販売の状況も変わってくる。飲食店や旅行関連の動きは出てきているため、物価が極端に上がらない限り、今後は良くなっていく。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・今月と同様に、コロナ禍が少し落ち着く。人が動く時期であるため、贈答品の動きも良くなると期待している。
	○	百貨店（売場主任）	・客の外出が増えるなか、旅行や関連商品の売上など、一部の商品には期待が持てる。さらに、外国人客の入国規制の緩和などで、インバウンド需要の増加も予想される。これらの良くなる要素はあるものの、海外の金融不安やウクライナ危機によるインフレの継続といった不安材料もあり、完全に良くなるとは言い難い。
	○	百貨店（売場主任）	・リベンジ消費のような動きもみられるなど、客がここ数年でできなかった動きを行っている様子である。
	○	百貨店（売場主任）	・コロナ禍が収束に向かい、5月に新型コロナウイルスの5類感染症への移行が進めば、人の動きが更に活発化することが予想され、やや景気は良くなる。
	○	百貨店（企画担当）	・中国本土からの観光客が増えると予想される。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・5月以降、新型コロナウイルスの5類感染症への移行を控え、消費にも大きな変化が出てくる。訪日観光客の動きも活発化する中、国内景気は上向くと予想される。
○	百貨店（売場マネージャー）	・コロナ禍が収束傾向にある。特に、5月からは新型コロナウイルスが5類感染症に移行となり、既にマスクの着用も緩和された。今後は飲食店関係の動きが活発化し、景気も少し上向くと予想される。懸念材料は食料品の値上げや水道光熱費の上昇であり、消費者の生活防衛意識が強まることで、売上に影響が出る可能性がある。	

○	百貨店（マネージャー）	・全体的に動きが回復しており、特に卒業や入学等のオケージョン需要の高まりが顕著である。行事やイベントなどがようやく以前の形に戻っており、各イベントで購買意欲の高まりがみられる。
○	百貨店（外商担当）	・客の中には、マンションや戸建て住宅を新しく購入したり、リゾート地の別荘の契約を検討している話も多い。それに伴い、家具やリフォームなどの需要も更に増えると予想される。
○	百貨店（宣伝担当）	・現在のインバウンドの戻りは、韓国を中心に半分程度となっているが、中国本土からの客が加われば、売上の底上げにつながる。それを見越して、インバウンドへの情報発信や施策を強化している。
○	百貨店（マネージャー）	・物価の上昇もあるが、人流が国内外で増えるなか、全体的に景気は良くなってくる。特に、旅行関連やハレの日関連の商材には期待できそうである。
○	スーパー（店員）	・タイムサービスなどが定着したり、各種フェアなどで新規客の来店もみられるため、今後は少し伸びてくる。
○	スーパー（企画担当）	・業界全体での値上げに対し、エブリデーロープライスの価格戦略と、価値面での訴求が徐々に機能し始めており、一定の利益が確保できつつある。行動制限が緩和される傾向にあるものの、外食の値上げにより、家庭での内食需要が続いている。今後は店内製造の強みを元に、売上と利益の確保を目指す。
○	スーパー（企画）	・当県では、自治体発行のクーポンによる消費への寄与が70億円程度見込まれ、期間中の3月下旬～8月末までは一時的に消費が回復する。
○	コンビニ（経営者）	・インバウンド需要も徐々に戻っており、来客数は更に増えることが期待される。商品の値上げによる買い控えもほとんどなく、客単価の上昇による売上の増加が見込まれる。
○	コンビニ（経営者）	・このまま外出の増加が続き、景気が良くなることを期待したい。
○	衣料品専門店（店長）	・マスクの着用が緩和され、人の流れも活発になりつつある。また、外国人も多く見受けられ、店舗にも来店するようになってきている。
○	衣料品専門店（店員）	・繁忙期に入るため、売上の回復が見込まれる。
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・観光客の増加に伴い、来客数が増えている。
○	家電量販店（経営者）	・各種補助金の効果で販売量が増加し、売上が増えると予想される。
○	家電量販店（企画担当）	・電気代を中心とした光熱費の上昇対策として、太陽光発電や蓄電池が再注目されており、見積依頼が増えてきた。政府の住宅省エネ2023キャンペーンでは、特に断熱対策による電気代の削減効果が期待できる。太陽光発電や蓄電池よりも購入金額のハードルが下がるため、メーカーの納期遅延が発生するほどの受注があり、しばらくは好調が続くと予想される。
○	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	・大手企業の賃金アップにより、中小企業にも少なからず影響が出るため、購買意欲の上昇が期待される。季節の変化による新商品の動きにも期待されるなど、日常の生活に戻りつつあることから、景気は良くなる。
○	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	・買物の様子にも、良い雰囲気が戻りつつある。商業施設での滞在時間も長くなっており、入園、入学などの行事のほか、各種イベントも開催され、モチベーション需要が回復している。
○	高級レストラン（スタッフ）	・今後は人の動きがますます増えてくる。
○	一般レストラン（店員）	・マスクの着用が緩和となり、外出しやすくなったことで、今後は外食に出掛ける人も増える。
○	観光型ホテル（経営者）	・物価の上昇や景気の停滞が続いているが、いつまでもこの状況が続くことはない。
○	観光型旅館（経営者）	・観光関連の動きは景気と連動するため、先行きは楽観視できない。通常、お盆の時期の予約はこの時期に満室となるが、今年はまだ空室がある。ただ、予約の間際化が進んでおり、1～3日前に予約が入るケースも増えている。

○	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援が延長されたことで、客室単価、稼働率共に好調が維持できる。食堂部門においても、宿泊に伴う朝食を始め、ランチやディナー共に満席になる日が多い。毎日、海外の団体客による利用がみられ、朝食は長蛇の列となっている。一方、全国旅行支援の案内や地域独自のクーポンの手続きに時間が掛かり、客を待たせることが増えている。
○	都市型ホテル（管理担当）	・全国旅行支援の延長もあり、引き続き国内での旅行需要が見込まれる。また、外国人旅行者も増えると予想されるため、売上の増加が期待される。
○	都市型ホテル（販促担当）	・4月は敷地内で開かれるイベントの特需により、現時点で約80%の稼働率となる見込みであり、5月も60%となっている。
○	都市型ホテル（総務担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、社会生活が変化し、飲食店にもぎわいを取り戻す。ただし、3年間の制限された生活からの、回復の速度や量については不透明である。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、需要がどのように変化するのか分からないが、宿泊、レストラン共に少しずつ客が増えており、今後の見通しは明るい。ただし、宴会部門は戻りが悪く、特に高齢者の多い同窓会関連は動きが遅い。コロナ禍で長らく集まりがなかった影響で、外出したり、集まって話すのが面倒といった声も多く、コロナ禍をきっかけに、同窓会が減っていくことを心配している。
○	都市型ホテル（客室担当）	・全国旅行支援の延長により、4～5月のゴールデンウィークの予約受注は比較的順調に推移している。当県の全国旅行支援は6月末までであるが、6月以降の予約は伸び悩んでいる。
○	旅行代理店（支店長）	・5月に新型コロナウイルスが5類感染症に移行するのをきっかけに、客の消費マインドが高まる。ちょうど夏の旅行受注のタイミングであり、景況感も良くなる。
○	旅行代理店（役員）	・全国旅行支援の延長に加え、海外旅行の復活や団体旅行の需要拡大といった傾向が出始めている。
○	タクシー運転手	・年度末から年度初めにかけて、あらゆる物が動き回る時期となるため、タクシー業界は少し業況が良くなる。
○	タクシー運転手	・週末の人通りは以前よりもかなり増えており、以前の水準に近づいたと感じるが、平日はそこまでの勢いはない。ただし、気候も暖かくなってきたため、人の動きは徐々に良くなる。
○	通信会社（営業担当）	・4月の新サービスに伴う販促活動により、加入件数は増えると予想される。
○	ゴルフ場（支配人）	・予約や来場の状況は改善傾向にあり、電気料金や仕入価格の値上げも一旦落ち着いてきたため、景気は徐々に良くなる。
○	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	・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、消費者の意識が日常に戻りつつある。様々なイベントも開催され、活気が戻ってくると予想される。
○	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行による、行楽マインドの上昇や、中国からのインバウンドの増加に期待している。
○	美容室（店員）	・今後も買物や旅行に出掛ける人が増える。
○	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ため、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増える。
○	住宅販売会社（経営者）	・コロナ禍が収束に向かい、インバウンドも増加するため、全体的には良くなっていく。
○	住宅販売会社（従業員）	・4月には、大手企業を中心に賃金のベースアップが予定され、分譲マンションの購入予算も増えることから、購入検討者の増加が予想される。
○	住宅販売会社（総務担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行に伴い、来店予約の増加による成約や、打合せが進むことを期待したい。
□	一般小売店 [事務用品]（経営者）	・景気が良くなってきたと感じるのは、まだ先のことである。
□	一般小売店 [花]（経営者）	・今後のコストの動きが読めないため、景気回復の時期はまだ遠いと感じる。
□	一般小売店 [衣服]（経営者）	・これからも値上げの動きが増えそうで、景気が良くなる要素は少しも見当たらない。海外の金融市場も不安定であるため、日本もどうなるかは不透明である。そうした不安の声は消費者からも上がっている。

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔呉服〕（店員）	・高額品の呉服を扱っているが、同じ高額品でも車や家電製品などは販売がみられるが、着物は買い控えが続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・資源相場の上昇や、物価の上昇による実質所得の減少といった不安は払拭されず、一進一退の動きが続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販促担当）	・コロナ禍の影響は大きく変わらず、直近と同様に、イエナカ需要から外出需要へのシフトが進む。一方、物価の上昇で生活防衛意識が高まり、月ごとの支出額が調整されそうである。良い方向にも悪い方向にも、消費が大きく変化する要素はなく、今と余り変わらないと予想している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	・高級輸入品や高級腕時計などは、相次ぐ価格改定の影響で、これまでの伸びが鈍化しつつある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行する5月は一時的に伸びるが、原材料価格の高騰による影響は続くため、全体的な傾向は大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・ぜいたく品を買う富裕層の消費意欲はますます活発化し、旅行やレジャーなどを含め、経済は活性化していく。ただし、物価の上昇や世界情勢の不安定化に敏感に反応する層は、コロナ禍が収束しても動きが出てくるとは考えにくい。以前の業績への回復は期待できず、将来を見据えたうえで、商売をやめる取引先も出てきている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・先行き不透明な部分は大きく、賃上げによる購買意欲の回復だけでなく、物価や資源相場の上昇による購買意欲の減退という、両方の動きが予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・光熱費の上昇や食品の値上げが、客の消費に与える影響は大きく、特に食品の販売が大きな影響を受ける。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・販売価格は上昇が続くか、高止まりとなるため、販売点数の減少傾向が続くと予想される。また、販売点数の減少を、平均単価の上昇でカバーできない傾向も続く。ただし、3月はコロナ禍に伴う規制が緩和され、外出関連商品の動きは上向いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今はまだ以前の状態に戻りきっておらず、インバウンドがもたらす恩恵の有無により、店舗の格差が開くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・外出の動きは増えても、値上げの影響は大きいと、状況は厳しい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・外部環境を含めて、大きな変化はないと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・為替の動きが、円安からやや円高に向かい、輸入環境もやや落ち着きを取り戻している。値上げが一段落すれば、大企業を中心とした賃上げで消費マインドの向上も期待されるが、中小企業の現状は厳しく、仮に値上げが続くようであれば状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	・商品価格の上昇による、客の買い控えは当面続く。ただし、今春にみられる各企業の初任給の大幅な増加や賃金の上昇が、今後は消費の喚起につながることを期待される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・当店はビジネス街にあるため、インバウンドは予想したほど増えていない。コロナ禍は収束しつつあるが、店内にはまだパーティションが設置され、マスクを外している客も少ないなど、プラスワン商材が売れる状況ではない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・更なる値上げが続くことで、単価自体は維持されても、買上点数や来客数への悪影響が進む。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・物価の上昇がまだ続くことで、客の節約志向が強まる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・また4月からは様々な物の価格が上がる。ただし、値上げが短時間で頻繁に行われることで、消費者も慣れてきている。買い控えなどもなく、普通に値上げを受け入れているように感じる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・物価の上昇が続くならば状況は変わらず、景気の回復にはまだ時間が掛かる。購買意欲が回復することで、徐々に変わってくるとは感じるが、もう少し我慢が必要である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（人事担当）	・エネルギー価格の上昇で省エネへの意識が高まっており、省エネモデルの高価格商品の需要は高まる。ただし、物価上昇の影響で、故障による買換えなどにしか期待できない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・新車の供給増加が続く見込みであるが、納車できる台数には限りがあるため、現状からの上乗せは難しい。今後は高位安定の状況が予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・物価が上昇し続けており、今後も様子見の動きが続く。

<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石] (経営者)	・電気代やガス代を含めた物価の上昇が止まらなければ、景気の回復は望めない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行が決まると同時に、人の流れは以前の水準に戻りつつある。季節要因もあり、ゴールデンウィークに向けて観光客が更に増えると予想される。ただし、消費の対象となるのは宝飾品ではなく、これまで控えられてきた娯楽や旅行、飲食が中心となる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品] (管理担当)	・医薬品や化粧品などの販売は上向いているが、季節要因も含め、一時的な伸びともみられるため楽観はできない。インバウンド需要も、現時点で大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インターネット通販] (オペレーター)	・今後数か月は、今以上の受注の増加が見込めない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・食品の値上げなどで消費者の財布のひもは固く、外食の機会は減少する。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	・様々な値上げがまだ続いており、その影響で生活への不安が強まっている。大企業が給料を少しずつ上げる傾向にあるため、その動きが中小企業に浸透していけば、消費者の使えるお金がもう少し増え、経済も上向きとなるが、時間が掛かりそうである。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [ファーストフード] (店員)	・物価が上がる一方、給料の増えない状況が続いているが、人気のコーヒーショップやテーマパークなど、ブランドのしっかりしている企業は、価格が高くても来客数が伸びている。消費の傾向としても、お金を使うところには使うという動きが見られる。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [自動販売機(飲料)] (管理担当)	・実生活は物価上昇の影響で非常に厳しいが、世の中の雰囲気がコロナ禍からの脱却を後押ししている。全体的な判断が難しいなか、生活は本当に苦しくなっている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (客室担当)	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行で、消費者の解放感が強まるほか、インバウンドの増加によるプラス効果はあるものの、インフレによる悪影響が続く。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (店長)	・海外旅行が若干増えつつあるが、全国旅行支援の4月以降の延長分はWeb申込み限定となるため、全体的には大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・これから祭りなどの行事もあるが、タクシーの利用はそれほど伸びない。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (社員)	・春商戦も終わり、これ以上良くなる要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (社員)	・地方ではまだ賃金アップなどの兆しがみえにくいため、景気の回復には時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (役員)	・2025年度までは店舗の閉店が続くため、その間は状況の好転が見込めない。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク (職員)	・増税に踏み切る前に、政府が着手すべきことがある。利権絡みの話も多く、まともに企業努力を続ける意欲が無くなる。
<input type="checkbox"/>	競輪場 (職員)	・物価の上昇が続くなか、賃金上がる企業も出てきている。今後に期待したいが、景気が上向くまでには時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	競艇場 (職員)	・全国的に売上はやや停滞しているが、新型コロナウイルス感染症発生前よりも高い水準で推移しており、急激な減少ではない。新型コロナウイルスの5類感染症への移行による影響を見極める必要があるが、今後も高水準の売上がしばらく続く予想される。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [複合商業施設] (職員)	・金融不安やウクライナ情勢など、世界情勢は先行きが見通せず、予断を許さない。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・マスクの着用が大幅に緩和され、プロ野球でも声出しの応援が可能となったため、球場がかつての雰囲気に戻りつつある。ただ、3か月後の状況は不透明であるため、現状と大きく変わらないと予想している。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (経営者)	・しばらくは現状の価格で、不動産、住宅共に、正常に流通しそうである。
<input type="checkbox"/>	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・大企業による大幅な賃上げが報じられているが、当社のような中小企業では、どの程度可能なかは分からない。
<input type="checkbox"/>	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・賃上げによるマインドの変化は期待されるが、市場への影響は限定的である。

	▲	一般小売店 [時計] (経営者)	・今の気温から考えると、2～3か月先は初夏のような日も出てくると予想される。路面店にとって、来客数が増えるかどうかは気温の影響が大きいので、先行きには期待できそうにない。
	▲	スーパー (経営者)	・あらゆる分野で値上げが続き、その割に給料は上がらない。生活困窮者が増えるため、景気の回復は望めない。
	▲	スーパー (店長)	・旅行や一部の外食については、需要が増える。
	▲	スーパー (販売促進担当)	・今後も商品の値上げ傾向は変わらないか、むしろ加速する可能性がある。ある程度は節約疲れのようなタイミングもあると予想されるが、前年のような購買行動には戻らない。
	▲	スーパー (開発担当)	・4月からはまた値上げラッシュが始まる。大手企業ではベースアップが行われるが、中小企業には良い話がなく、このまま景気が良くなることはない。
	▲	コンビニ (経営者)	・政府の所得支援策などの考えは理解できるが、中小企業がどこまで経営を続けられるか分からない状況で、きれいごとだけでは所得は増えない。また、時給を引き上げて求人を募集しても、人がそもそも集まらない。求職者の要望が多すぎると感じる。
	▲	コンビニ (店員)	・梅雨時期となるため、レジャーに出掛ける前の来店は減る。
	▲	乗用車販売店 (経営者)	・新車の納期の遅れにより、客が来店を避けるようになっている。
	▲	その他専門店 [食品] (経営者)	・今後は更にインフレの影響が出てくる。
	▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	・今後、賃上げによるコスト上昇分を価格転嫁する企業が増加し、物価は更に上昇する。一方、当社はコストの上昇を十分に価格転嫁できず、収益環境は現在よりも悪化すると予想される。
	▲	一般レストラン (企画)	・売上は堅調に伸びているが、エネルギー価格の上昇で、公共料金や原材料費の負担が増えている。4月以降は人件費も増えることが予想され、利益の確保が更に厳しくなる。
	▲	観光型ホテル (経営者)	・4月以降は今月ほどの勢いはないものの、団体客が少しずつ増えている。今後はいかに高単価の客を獲得するかが鍵となるが、平均宿泊単価は今月よりも少し下がりそうである。
	▲	観光型旅館 (経営者)	・まだ不安定な動きが続いており、回復のきっかけや前向きな情報がなければ、動きはすぐに悪化すると予想される。
	▲	通信会社 (経営者)	・物価や原材料費の上昇が今後の懸念材料である。
	▲	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・4月から諸物価の上昇が更に進むことで、教育費にも影響が出始める。
	▲	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)	・金融危機の前兆があるように感じるほか、物価上昇の影響で消費は減少する。
	▲	その他住宅 [展示場] (従業員)	・住宅展示場への出展各社は、住宅資材価格の高騰による建築単価の上昇を余儀なくされ、客は様子見状態が続いている。政府の新たな住宅取得支援策がない限り、厳しい状況は続く。
	×	衣料品専門店 (経営者)	・物価の上昇により、来月以降も衣類を購入する動きは減る。
	×	衣料品専門店 (経営者)	・アフターコロナで景気が回復すると考えていたが、間違いであった。各消費者が効率的に行動し始めることで、結果的に個人消費が鈍化すると予想される。また、必要な物以外の支出を切り詰める動きが、速いスピードで進む。
	×	家電量販店 (店員)	・リフォーム関連は補助金の種類が多く、購入の促進を行っているが、余りにも補助金の終了時期が早い。今回は先進的窓リノベ事業の対象期間が非常に短く、営業活動以上に、手続きに時間と労力を必要としている。
	×	住関連専門店 (店長)	・全ての客の予算が厳しく、金額面での相談が多い。そのため、受注までに掛かる時間と手間が倍近くに増えている。コストが増えるなか、注文も先延ばしとなっているため、利益は出にくくなる一方であり、不況入りの実感がある。
	×	住関連専門店 (店員)	・商品の値上がりが止まらず、売上が増えないため、見通しは厳しい。
企業動向関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業 (経営者)	・円安や物価の上昇により、当社の販売価格も高止まりしたままであるが、需要の減少よりも、不安定な供給によって販売機会を逃している。仕入先の開拓に力を入れなければ、伸びるチャンスを逃すことになる。対応しきれない需要はまだ存在する。

◎	建設業（経営者）	・客の検討期間の短縮に加えて、実際に土地が動いている話も聞くため、今後も受注が増える予想される。
◎	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・コロナ禍が落ち着き、イベントが完全な形で行われる予定であるため、今年は過去3年間で落ち込んだ需要を取り戻す年となる。
○	食料品製造業（営業担当）	・ゴールデンウィークに向けて、インバウンド効果で更に人流が増えるため、景気は少し良くなる。
○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・本格的にアフターコロナの社会になりそうであり、期待感が大きい。
○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・コロナ禍での各種制限が目に見えて緩和方向にあるため、当業界でも需要に供給が追いついておらず、製品の供給が不足気味である。そのため、受注は増える傾向にあり、今後はやや良くなることが予想される。
○	金属製品製造業（経営者）	・コロナ禍が落ち着き、受注も回復基調にある。新規の引き合いも徐々に出てきている。
○	通信業（管理担当）	・コロナ禍からの解放感から、景気は上向く。
○	金融業（副支店長）	・コロナ禍も落ち着き、インバウンドも回復傾向にある。春闘のベースアップも大手企業を中心に前向きな回答が多く、景気は少しずつ良くなると予想される。
○	広告代理店（営業担当）	・前年以降、紙媒体、Web媒体共に、広告売上が前年の水準を常に上回る状態が続いている。
○	経営コンサルタント	・どの会社も賃上げや販売戦略の見直しを進めているほか、活用できる政策を総動員し、売上や業績を上げようとしている。
○	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・年度が替わり、案件が更に増えることが期待される。
□	食料品製造業（従業員）	・食品の売行きは人の出足に余り左右されず、値上げによる影響の方が強い。原材料の値上がりは止まらない一方、商品の値上げはなかなか浸透しておらず、しばらくは現状維持が続く。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先からは、4月以降の増産情報が聞かれない。
□	化学工業（管理担当）	・取引先からは、発注量が増える旨の情報が少ない。
□	化学工業（企画担当）	・食品の原材料価格の高騰が落ち着くめどが立たない。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・半導体不足が受注に影響している。特に伸びる要素が見当たらず、年度が替わっても、様子見の状況がしばらく続く。
□	金属製品製造業（営業担当）	・新規の見積依頼や新たな物件の話は少ない。秋以降に期待したいという声が多く、それまでは諦めムードがみられる。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・小規模の受注は続いているが、急に景況が良くなるとは思えないため、今後の見通しは現状と変わらない。
□	一般機械器具製造業（設計担当）	・賃上げの幅よりも物価上昇の方が大きい状況では、先行きに期待できない。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・米国の金融機関の破綻やスイスの金融機関の経営不振など、世界の金融情勢が不安定であり、先行きは不透明である。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・様々な物が値上がりするなか、景気が良くなるとは思えない。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数や受注量は悪いまま、横ばい状態が続きそうである。
□	建設業（経営者）	・慢性的な人手不足に加えて、賃上げの問題で苦慮している。大手企業のような大幅な賃上げは難しいなか、雇用の安定と新規の採用に苦労している。
□	輸送業（営業担当）	・全国旅行支援の効果で旅行者が増えており、旅行やレジャー関連の荷物の取扱が増えた。
□	輸送業（営業担当）	・キャンペーンが終わるため、ゴールデンウィークにも期待できない。
□	金融業〔投資運用業〕（代表）	・コロナ禍関連の支援を受けた企業のうち、借金の返済を粛々と進められる企業がどれほどいるのか、疑問がある。今後は倒産が増えていくことが懸念される。
□	経営コンサルタント	・先行きは不透明であり、判断が難しい。
□	司法書士	・4月からは多くの値上げが控えており、ロシアによるウクライナ侵攻問題も解決していないが、いろいろな企画が出てくることで、世の中が少しずつ動き出している。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・なかなか以前のように仕事が入ってこない。

	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・インバウンド需要は更なる増加が見込まれるが、物価の上昇も更に深刻化する。外出気運の高まりと節約という、相反する動きが交差する状況が続くそうである。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着きつつあり、イベントが再開されつつある。値上げの通知を落ち着いた状況でできるようになれば、物の動きも良くなる。
	▲	繊維工業（総務担当）	・エネルギー価格や輸入原料価格などのコストが上昇するなか、販売価格への転嫁が不十分である。大手の販売先には仕入価格の値上げを認めてもらえない。
	▲	繊維工業（総務担当）	・製造コストの上昇を販売単価に転嫁できない状況が続いており、利益が圧迫されている。さらに、出張経費の増加が利益の圧迫につながっている。
	▲	化学工業（経営者）	・原材料費、光熱費の上昇による影響がかなり始まっており、値上げの影響で売上は少し増えているが、出荷量ベースでは10%以上減っている。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・物価上昇の動きが終息しそうにない。
	▲	建設業（経営者）	・4月からは、生活必需品を含めた更なる値上げが予定されており、住宅への投資は後回しとなる懸念がある。
	▲	輸送業（経営者）	・現状では、政府の景気対策にも大して期待できない。取引先も、余り無理をしても赤字になるため、受注を増やす意欲が感じられない。当社も無理をせずに、景気の回復を待つしかない。
	▲	輸送業（商品管理担当）	・家具関連の繁忙期が終わるため、ゴールデンウィーク頃までは例年並みの動きとなる。
	▲	金融業（営業担当）	・早期に販売価格への転嫁を進める必要がある。
	▲	広告代理店（営業担当）	・期初はどうしても広告の受注が絞られるほか、前年と比べても明るい要素が見当たらない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・ウクライナ危機に続いて金融不安も発生するなど、社会全体が混とんとしており、先が見通せない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・5月8日からの新型コロナウイルスの5類感染症への移行や賃上げの影響で、景気は良くなる。政府の経済対策があれば、更に良くなる。
	○	人材派遣会社（管理担当）	・今後は外国人旅行客が更に増えるが、物価の上昇や世界情勢の変化といった不安要素も多い。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・週末の市内の繁華街などでは、多くの観光客を目にするようになった。インバウンドが戻りつつある実感や、5月には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、人の動きも活発になると予想される。
	○	アウトソーシング企業（社員）	・新年度になれば少し昇給があるため、やや良くなる。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価の上昇は続くが、各企業のプロモーションなどの動きが活発化する兆しがあり、景気は上向くことが予想される。
	○	職業安定所（職員）	・景気の良い事業所と、そうでない事業所の差が出てくる。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・3か月先は6月の選考解禁に伴い、大手企業を中心に内々定の通知が出そろった時期となる。それにより、先に内定を出していた中小企業では、内定の辞退者が増えるため、追加採用の求人申込みが予想される。また、インターンシップの意味合いが少し変わってきており、大手企業を中心に夏のインターンシップに力を入れる企業が多いため、インターンシップ情報の掲載が増えそうである。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・企業業績が好調となるなか、新卒採用は売手市場となり、新卒の初任給も上がっている。物価の上昇は依然として続けているが、徐々に景気は良くなると予想される。
	□	人材派遣会社（経営者）	・来年度に向けて、オーダーがかなり活発に入ってきている。内容を見ると、1～3か月の単発の案件と、6か月～1年の中長期の案件に分かれる。景気の見方についても、派遣先企業で慎重派と強気派に分れており、派遣社員をうまく使っている企業は、迷いがなく安定している。
	□	人材派遣会社（支店長）	・新年度になれば、しばらくは動きが落ち着くと予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・ほとんどの就業先で賃金の変更はないため、時給の引上げを求めて、転職する人が出てくる可能性は高い。

□	新聞社 [求人広告] (管理担当)	・米国の金融機関の経営破綻が欧州にも飛び火し、ウクライナ危機やインフレによる懸念も払拭されていない。今後、日本でも食品などの値上げが本格化するとみられるなど、国内外に不安定な課題が多くある。これらの結果次第で、景気は上下のどちらにも向かう可能性がある。
□	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・円安やウクライナ情勢が落ち着いたとしても、景気の回復には相応の時間が掛かる。
□	職業安定所 (職員)	・新規求職者数は前年比で微増となった一方、前月比では微減となっている。前年比では55歳以上の登録が増えたほか、自己都合離職者も増えた。雇用情勢の改善を期待して、求職活動を活発化させる動きが見られる。
□	職業安定所 (職員)	・賃上げの動きが注目されているが、中小企業に及ぶことはあり得ない。円安やエネルギー相場の上昇で、先行きは読めない。
□	民間職業紹介機関 (職員)	・例年と比べると仕事が少なく、求人数も減少している。資材価格が高止まりしているなかで、仮に投資額が増えても、工事量が実質的に減る傾向が続いている。
□	民間職業紹介機関 (支社長)	・景気が落ち込む要因はあるものの、この半年間は横ばいで推移しているため、今後も大きくは変わらない。
□	学校 [大学] (就職担当)	・物価の上昇による影響がどこまで出るかは分からず、楽観視できない。
□	学校 [大学] (就職担当)	・食品などの日常の買物でも、値上げが身近に感じられ、買物が控え気味となっている。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・インバウンド需要の復活や、先を見据えた人材の確保により、求人数は業種を問わず堅調に推移する見込みである。一方、それに対する求職者の動きはまだ弱い。足元では就職件数が上向くなど、就職活動の活発化がみられるが、継続するかどうかは見通せない。新型コロナウイルスの5類感染症への移行や、賃上げによる労働環境の改善、大阪・関西万博の開催に向けた動きなどを背景に、転職活動が進むなど、労働市場が更に活発化すれば、好転する可能性も出てくる。
▲	民間職業紹介機関 (営業担当)	・コロナ禍による特需も落ち着いてきたため、例年の状態に戻る。
×	—	—