

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）	・暖冬の影響で防寒商材の動きが悪いものの、昨今は気温に応じた購買が定着しつつあり、1月以降の気温の低下で再度動く予想される。また、2月の旧正月には海外客の来店が前年以上に期待されるため、引き続きラグジュアリー市場やジュエリー市場は活発な動きとなる。さらに、各社が春物商材をかなり前倒しで投入することも予測されることから、今後も好調が続く見込みである。
	◎	コンビニ（店員）	・季節を問わず、今まで以上に多くの客が来店しているため、このまましばらくは今の状態が続く。
	◎	高級レストラン（企画）	・かつてと比べても、販売単価が高水準で推移しているほか、インバウンドを中心に来客数も増加傾向にある。
	◎	都市型ホテル（客室担当）	・海外の代理店が活発に動いている印象を受けるほか、アジアと日本の間の航空便が増えている。
	○	商店街（代表者）	・12月らしい動きになっている。売上はかつての水準に戻っていないが、活気が出てきている。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・人の動きが活発化しており、特に直営店への外国人客の来店が増えている。
	○	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・いつまでも沈んではいけないという、商売人や経営者の心意気が景気を上向かせると信じているが、外的なプラス材料は乏しい。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・来年もこのまま上昇気流が続くと期待している。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・2023年の年末を良い形で乗り越えて、年明けからも良い数字が続くことを期待している。
	○	百貨店（売場主任）	・来客数はまだかつての水準には戻っておらず、今後も来店頻度が徐々に増える傾向が続くと予想される。
	○	百貨店（売場主任）	・客の購買行動が日常に戻り、外出も増えることが予想されるため、衣料品を含めて追い風になる。ただし、様々な外的要因によるインフレが、全体のマイナス要因になると予想される。
	○	百貨店（サービス担当）	・インバウンド効果に変化はなく、好調な推移が予想される。特に、新しく導入したショップの効果で来客数が増えることで、売上の拡大が期待される。
	○	百貨店（管理担当）	・商況全体としては、コロナ禍収束後の回復の継続に加え、インバウンド需要の一層の高まりを期待したい。
	○	百貨店（外商担当）	・これまでと同様、インバウンドが売上をけん引する形となる。さらに、中国からの旅行者が増加すれば、改善の動きは加速度を増す。
	○	百貨店（マネージャー）	・相変わらず、インバウンドの増加傾向は続いている。12月上旬はここ数か月と比べて、若干の落ち着きはみられたが、一時的な変化と考えられる。年明けの春節を含め、まだ前年比での増加が期待できる需要が少なくないため、引き続き好調が続くと予想される。
	○	百貨店（外商担当）	・インバウンドの増加傾向が見込まれるほか、国内客もそれほど減っていないなど、悪くなる要素がない。
	○	スーパー（店長）	・コロナ禍の収束で、年末年始の動きが通常に戻っている。この状況が続けば、かつての水準に大きく近づく。
	○	スーパー（企画）	・来春の賃上げが話題になるなど、客の心理面にもプラスの影響が期待される。また、インバウンドの増加が続いていることも、プラス材料に挙げられる。
	○	スーパー（企画）	・賃金の上昇により、景気の下支えにつながる。
	○	コンビニ（経営者）	・インバウンドはまだ増えそうであり、来客数は更に増加する見込みである。また、値上げによる客単価の上昇傾向も続いているため、売上の増加はまだしばらく期待できる。
○	コンビニ（経営者）	・この勢いが来年も続くことが期待され、更に活気が出ることを願っている。	
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・為替レートの改善が少し進んでおり、仕入コストが下がると予想される。	
○	家電量販店（経営者）	・給湯省エネ事業や住宅省エネ2024キャンペーンが、リフォーム需要の増加につながると期待している。	

○	家電量販店（人事担当）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行により、県外への進学や就職が増加するとみられる。それに伴い、新生活に必要な生活家電の販売増加が期待される。
○	乗用車販売店（支店長）	・来年度には新NISAが始まる。国民の投資意識が高まり、お金が動くと予想される反面、更なるインフレの進行が気になる。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・年が明け、季節も変わるため、新商品を含む化粧品の充実が期待される。まずは、消費者の収入が増えることを期待している。
○	一般レストラン（経営者）	・繁華街は年始の需要のほか、春節で海外からの観光客の需要も増える。また、もうしばらくは円安の影響もあるため、景気は回復傾向が続くと予想される。一方、飲食店は宴会や食事会の需要はあるものの、これまでのような2次会や3次会の需要が格段に減っている。コロナ禍に伴う時間の使い方の変化や、終電時間の前倒し、深夜利用の減少により、深夜まで営業していた店舗も営業時間を短縮している。また、人材不足や仕入価格の上昇の影響など、様々な要因で飲食店での利益の確保が難しくなっている。
○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・コロナ禍による制限の反動で、外出する人や、買物をする人が増えている。量販店の単価は、今までは安い物が主流であったが、今は安い物よりも、価格が高くても体に良い物を選ぶ動きが目立っている。
○	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・物価の上昇が鈍化している一方、消費者が値上げに慣れてきたような感覚もある。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・2月から3月は需要が落ち着く時期であるが、リピーターを中心に予約が入っている。団体客も確保できており、人手不足への心配はあるものの、状況は上向いている。
○	都市型ホテル（総務担当）	・予約状況を見ると、宿泊は好調が続き、宴会利用もかつての水準に近づいているが、レストランのディナー帯の回復が遅れている。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	・レストランの予約数は増えている。宴会部門はかつての水準には及ばないが、宴会の件数や人数は増えており、貸切りでのディナーも4件入るなど、年末の動きは活発となっている。
○	旅行代理店（役員）	・商圏は狭いが、固定客が多く、競合店舗が撤退しているため、売上の増加が期待できる。
○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・今後も引き続き、インバウンドの利用が見込まれる。団体客の予約は2018年度の水準に近づいており、春節商戦にも期待できる。
□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・インバウンド需要が安定している。
□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・良くなる要素は見当たらないが、悪くなる要素はある。ただし、ここ数か月を考えると、しばらくは現状のまま推移し、春を迎えると予想される。
□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・成人式での、振り袖姿の前撮りや後撮り注文が増えている。それに伴い、おしゃれをする親も増えている。
□	百貨店（売場主任）	・コロナ禍の収束で通常のライフスタイルに戻り、もう少し消費が回復すると予想されたが、かつての水準に戻った商品は限られる。その結果、取引先の状況も良いとは言いがたく、しばらくは厳しい状況が続くと予想される。
□	百貨店（企画担当）	・インバウンドの消費は、予想した水準にまで回復している。今後更に良くなるとすれば、まだ2019年度よりも低迷している、化粧品の売上の拡大が必要である。
□	百貨店（販促担当）	・環境の変化がみられないため、現在の動きが続きそうである。既にコロナ禍の収束による影響が一巡する時期であり、我慢の反動といった心理状況が落ち着く分だけ、今後は前年よりも厳しいと予想される。
□	百貨店（販売推進担当）	・今月と同じく、国内客の消費マインドは低いままであり、衣料品を中心に苦戦が続くと予想される。
□	百貨店（宣伝担当）	・インバウンドの力強い消費がしばらく続くと見込まれ、それに伴う広告費や営業費の増加が続く。一方、物価の上昇で国内売上が大きく伸びることはないため、しばらくは現状維持が続く。

<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・年末年始は人流が活発になっており、旅行関連や正月商戦は一定の活況が見込まれるが、年明けはその反動による生活防衛意識の高まりと、外部環境による影響で、小売では更なる選択消費の動きが進むと予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	・景気の回復を後押しするような環境ではなく、改善要因、悪化要因共に、目立った材料はみられない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・次の春闘でベースアップとなり、所得の増加が実感できても、消費者はこれまでのデフレ状態に慣れ切っている。消費には回さず、貯蓄やローンの支払に回す人が増えそうで、経済効果が出るかどうかは疑問である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	・2月の春節では中国からの多数の来店が予想されるなど、インバウンドは更に増加する。一方、国内客は中間層の消費が鈍く、今後同様の状況が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・国内客の消費が上向いている兆候は依然としてみられない。ただし、大きく悪化する要素も見当たらない。一方、売上を下支えしているインバウンドについては、来年春頃から円高が進んだ場合、減少することが懸念される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・気温が不安定で衣料品の販売動向が読めない。一方、食品は現在と同様の動きがしばらく続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・インバウンド向けの販売量は好調であるが、国内客への販売量は予想しにくい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	・売上や来客数は、まだかつての水準に戻っていない。また、商品の値上げや物価の上昇、人件費の増額負担などの状況も、改善するとは思えない。特に、地方は人口の減少の進行に加え、都心との賃金格差もますます広がっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今後も、光熱費や商品単価の上昇が続く見込みであり、景気が短期間で上向くとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・年末は値段が高くても売れるが、年明けは買い控えなどで厳しくなる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・競合店の出店もなく、景気は横ばいの推移となる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・暖冬の影響もあり、生鮮品では魚や肉といった鍋物商材が大きく減少している。一般の食品に関しても、単価が比較的高い鍋物商材の販売量が伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・クリスマスから年末商戦にかけて堅調な動きとなったが、物価の上昇や漠然とした先行き不安による、消費マインドへの悪影響は続く。ボーナス支給額は増加傾向にあり、来春の賃上げも比較的高水準となりそうであるが、生活防衛意識は強い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・景気を左右するような対策もないため、良くて現状維持である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・コロナ禍による制限が無くなってからは、物価の上昇こそあるが、それほど大きな変化もなく、客の様子にも変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・物価の上昇が続いているが、売上に大きな変動はなく、今後も現状のまま変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・この半年間は好調を維持していたが、ここへきて前年並みとなっている。輸入生地や材料の価格が円安の影響で上がっているため、販売価格も上げざるを得ない。そのため、年末年始での低価格品を狙った客の来店が落ち込んでいる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店員）	・クリアランスセールも始まるが、業界は閑散期に入るため、売上が増える見込みは薄い。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（営業担当）	・物価の上昇がやはり厳しい。どちらかといえば、当社の取扱商品は趣味関連やし好品となるため、どうしても予算が削られやすい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・消費の拡大につながる、大きな材料が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・出口が見えない。大手中古車販売店や大手自動車メーカーの不正問題がいつまで続くのか不透明である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・スタッドレスタイヤの入替で売上が増えているが、新車の販売は良くない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・ディーゼル関連の補助金が無くなるなど、全体的なコストの上昇が予想されるため、引き続き低空飛行の状態が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・引き続き良い材料はなく、様子見が続くと予想される。

<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝石] (経営者)	・物価は安定し始めたが、政治にまつわる問題などで不安感が高まりつつある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [食品] (経営者)	・当面はインフレの影響が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリン スタンド] (経理担当)	・今年の年末年始も観光関連は良くなるが、物価上昇による消費の絞り込みが進み、売れる物と売れない物の差が鮮明になるため、全体の景況感是不変ならない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・円安傾向に歯止めが掛かったように見えるが、すぐに物価や消費者の意識が変わるわけでもなく様子見の動きが続く。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品] (管理担当)	・年末商戦では化粧品、カウンセリング化粧品等の売上は増えたが、家庭用品などのまとめ買いを含め、今後の2～3か月はその反動による鈍化が予想される。食品などの生活必需品は順調に動いている一方、全体として主な増加要因はなく、今後の更なる増加は期待できない。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピング センター] (総括)	・若年層を中心に、イベントや趣味関連の消費はあるものの、ベースとなる中高年層の消費が鈍化している。インバウンドの需要増加でカバーしているものの、状況は楽観できない。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [インター ネット通販] (オペレー ター)	・新年度に向けて、今の受注量は維持できそうである。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン (スタッ フ)	・年始以降も予約は好調であるため、このまま維持していきたい。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (企画)	・円安による物価の上昇は少し落ち着きをみせているが、実質賃金が前年を下回る状況では財布のひもは緩まず、良くなるとは思えない。次の春闘に期待したい。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (経営者)	・1月から3月の予約状況は余り良いとはいえない。間際での予約も多いが、団体客の予約状況は期待を下回っている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (管理担 当)	・円安効果によるインバウンド需要の増加に期待しているが、国内需要は現状維持となるため、状況は現状と大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (客室担 当)	・円安傾向が続いているうちは、インバウンドの動きを含めて、状況は余り変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (管理担 当)	・政策の方向性をみても、特に良くなる材料はなく、上向きになる要素も見当たらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (店長)	・旅行代金の単価が上がっており、旅行には行きたいが、価格を考えるとちゅうちょする人も多い。こういった傾向は、今後も続く予想される。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店 (支店長)	・パリオリンピックなどの大型イベントに向けて、ムードは高まってくるものの、旅行需要の拡大には結び付きにくく、全体的な状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・暖冬でもあり、正月は利用が増えそうであるが、それ以降の寒い時期になると客足が減ってくる。企業の間でも、毎日出勤しなくてもよいWeb会議などが定着しているため、全体としては今の状態が続く。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (社員)	・12月は法改正に伴う駆け込み需要がみられたが、法改正後はどのような影響が出るかは分からない。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (役員)	・スマートフォンや携帯電話の端末価格の高騰で、買い控えの動きが続いている。電気通信事業法の改正による端末価格の値上げを見越した、需要の前倒しが見られるため、同法施行後の販売の落ち込みが懸念される。
<input type="checkbox"/>	通信会社 (営業担当)	・契約の推移は横ばいのため、先行きも大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	観光名所 (企画担当)	・ここ数か月の来場者数は、前年比の増加率にほとんど変化がない。しばらくはこの状態が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	遊園地 (経営者)	・当面は、消費を大きく刺激する要素がない。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場 (支配人)	・予約の動きは、現状並みで推移していることを考慮すると、今後も大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	競輪場 (職員)	・例年、2月から3月はやや良くなるが、今月の客単価が過去最低であり、購買力の低下が見られるため、今後も大きな変化はないと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [イ ベントホール] (職員)	・コロナ禍が落ち着き、日常がほとんど以前の状況となるなか、にぎわいを取り戻している。一方、物価の上昇は一巡した感もあるが、収入の増加がどれだけ進むかによって、消費の動きが左右される。

□	その他レジヤ施設 [複合商業施設] (職員)	・為替の急激な変動などで、力強い消費は期待できない。当面はインバウンドに依存せざるを得ない。
□	その他レジヤ施設 [スポーツ施設] (業務担当)	・スポーツを楽しむ気運はやや鈍化している。全体的な動きは天候に左右されやすいため、先行きは読みにくい。
□	美容室 (店員)	・3か月後はイベントが多いため、好調な動きが続く。
□	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・不景気ではあるが、コロナ禍の下で節約を続けていた反動が出ると予想される。
□	その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、寒い時期は来客数が減少する。
□	住宅販売会社 (経営者)	・地価の上昇が限界にきており、今後は緩やかな価格の低下が進んでいく。
□	住宅販売会社 (総務担当)	・物価の上昇に給与の増加が追い付かないのか、現状は成約までに時間が掛かる。
▲	一般小売店 [時計] (経営者)	・客との会話で多く出てくるのが、生活をするのがつらいという言葉である。日常生活を維持するための費用がどんどん増えているため、一息つく暇がない。先行きに明るい話題も出てこないなか、景気が上向くとは考えられない。
▲	百貨店 (企画担当)	・都心部はラグジュアリーブランドや、インバウンド関連を含め、かつての売上を超えているが、地方ではその恩恵は受けられず、回復も一息ついた様子である。今後は消費者の生活防衛意識が高まるため、前年の売上の確保が精一杯となりそうである。
▲	スーパー (店長)	・コロナ禍の収束による外出、レジヤ消費の増加のほか、物価の高止まりも続く見込みである。賃金の上昇が物価に追い付かないなか、衣料品を購入する優先順位は低下すると予想される。
▲	スーパー (社員)	・今年は年間を通して、株価の上昇や賃金の増加を受けた活発な消費が続いていたが、前月以降はやや守りに入っている。消費疲れと将来に備える動きが重なり、客の消費は当面慎重な推移となる。
▲	コンビニ (経営者)	・冬になり、来客数が約10%減少している。それをカバーするために、フライドチキンやおでんといった、毎週火曜日に出る新商品の販売促進により、インバウンドの取り込みを狙う。
▲	コンビニ (店員)	・駅前にコンビニとスーパーがオープンし、近隣には大型ホームセンターも開店したことで、車や人の流れが変わり、来客数がかなり減った。対策を考えているが、かなり厳しい状況である。
▲	コンビニ (店員)	・例年、寒い時期は来客数が減る。
▲	家電量販店 (店員)	・ボーナスの使い道も以前と変わり、外食や旅行が中心であるため、家電業界は厳しい。ただし、リフォーム事業は国の補助金などもあるため、右肩上がりとなっている。全体としては、今後も厳しい状況に変化はない。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・政権政党の政治資金問題や大手自動車メーカーの不正問題、ウクライナ危機、ガザ地区での紛争など、すぐに解決できる問題はない。来年の前半についても、これらの国内外の問題が収束するまでは、景気は上向かない。
▲	一般レストラン (経営者)	・例年2月から3月中旬は、比較的暇な時期が多い。また、値上げや商品価格の上昇により、消費者の財布のひもが固くなっている。
▲	一般レストラン (店主)	・正月の後、例年2月は悪化するが、今年も余り期待はできない。
▲	一般レストラン (店員)	・物価上昇の影響で、外食を控える傾向にある。1～2か月先に良くなる要素は見当たらない。
▲	観光型旅館 (経営者)	・物価の上昇による消費マインドへの影響は大きい。例年、年明けの集客は厳しくなるが、今年は更にひどくなりそうである。
▲	都市型ホテル (客室担当)	・全国旅行支援終了後の、2月以降の予約ペースは鈍化している。高単価での販売の継続が難しく、稼働率を維持するために、単価を下げての販売にシフトせざるを得ない。
▲	タクシー運転手	・1月は年初の挨拶回りで少し忙しくなるが、全体的な消費が冷え込んでいるなか、イベント以外は自宅で過ごす節約派が増えると予想される。

	▲	通信会社（経営者）	・円安傾向の影響で、原材料価格が高くなる。
	▲	通信会社（社員）	・他社のサービスへの乗換えなどが顕著になっており、コストと便益のバランスが取れた、新サービスの提供が急務である。
	▲	テーマパーク（職員）	・効果的な経済政策は検討されていないため、先行きの見通しは厳しい。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・新築分譲マンションの郊外物件は、昨今の急激な工事費の上昇により、各デベロッパーは販売価格を土地仕入れ時の想定よりも上げざるを得ない。それに伴い、郊外物件については販売状況が悪化すると予想される。
	▲	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）	・住宅ローン金利の上昇や物価の上昇により、経済活動は少しずつ下降気味となる。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・当面、建築単価の上昇傾向は続くと予想される。
	▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・低所得層向けの給付策に加え、海外向けの多額の支援が計画されるなか、財政悪化のしわ寄せが現役の中間層にきている。
	×	スーパー（経営者）	・近隣の競合店やディスカウントストアの影響か、年末の消費としては前年よりもかなり落ち込んでいる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・洋服の消費に対する優先順位が低い。デジタル化に対応できていない高齢者は、今までどおりの生活を続けるためのコストが上がっており、洋服にまでお金が回らない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・今年は冬物商材が売れないという予想が多いせいか、メーカーが生産する商品のタイプや点数が少ないため、セール時期になっても販売する商品が少なく、今後も販売には苦労する。
	×	家電量販店（店員）	・給湯器等の補助金対象商品を扱っているが、ある程度の買換え需要は喚起されても、所得が大きく増えている実感はない。市場価格の値上げの方が大きいいため、修理を優先する動きが続くと予想される。
	×	家電量販店（企画担当）	・消費の拡大につながるマインドの醸成に向けて、具体的な対策を講じなければ、消費の回復につながらないと感じる。
	×	住関連専門店（店長）	・春は必ずというほど円安に傾く時期なので、原価が更に上がることはほぼ確実である。
	×	住宅販売会社（経営者）	・インフレによる悪循環がみられるため、賃金を上げるための思い切った政策が必要だと感じる。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・為替レートが以前よりも円高傾向であり、仕入価格が抑えられるため、利益は少し増加傾向となる。
	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・当社の取扱製品は、例年3月頃は需要期となる。
	◎	広告代理店（営業担当）	・前年から、Web媒体、紙媒体共に、売上が前年を上回っている。
	○	食料品製造業（従業員）	・家庭用商品は値上げの影響で苦戦が続く一方、業務用商品は引き続き受注が入るため、売上は伸びていくと予想される。
	○	繊維工業（総務担当）	・円安の状況が少しずつ緩和され、ガソリンや原材料価格、電気代などのコストが軽減される。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・年明け以降は、年度末に向けた駆け込み需要や、4月からの新商品投入に向けた動きが出てくるため、ひとまずは上向き傾向となる。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	・来年3月末の受注残は前年比で増加しているなど、受注量が上向き傾向にある。
	○	建設業（経営者）	・年度末にかけて、案件が増えると予想される。ただし、土地の価格が上がっており、取引先は用地の仕入れに苦労している。
	○	輸送業（営業担当）	・細かく分かれていた店舗の集約や、サービスレベルの引下げなど、時代の流れに逆行する対応を進めることで、人手不足が解消できそうである。
	□	繊維工業（総務担当）	・消費者への仕掛けでは、小売店ではSNSを活用した販売を模索する動きもある。ただ客を待つだけの催事や、客へのプレゼントを強化するだけでは、販売につながらない。何とか工夫をこらして、販売を増やすための取組を進めている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・良くなる情報がない。

□	出版・印刷・同関連産業 (企画営業担当)	・年度末にかけてイベントなどを実施予定のため、受注量の増加が続くと予想される。
□	化学工業 (企画担当)	・コロナ禍からの回復が堅調なほか、年末年始の消費拡大や、インバウンドの増加による好影響が続くと予想される。
□	化学工業 (管理担当)	・取引先からの発注見込みでは、大幅に減少するとの情報はない。
□	窯業・土石製品製造業 (管理担当)	・コロナ禍の収束により、関連需要も回復傾向にある。海外での紛争といった不安材料はあるが、特に大きな変化はなく、現状維持での推移が予想される。
□	金属製品製造業 (経営者)	・同じ鉄鋼業界でも、品種によって需要の格差が広がっている。
□	一般機械器具製造業 (経営者)	・大型の引き合いはあるが、この数か月は受注が難しいため、数か月先の景況が特段良くなるとは思えない。
□	電気機械器具製造業 (宣伝担当)	・年明けから大手電力会社5社の値上げなど、家計への負担が増えるほか、世界情勢も不安定な状況が続いている。
□	電気機械器具製造業 (営業担当)	・大阪・関西万博の影響か、最近は材料の入手が困難となっている。
□	その他製造業 [履物] (団体職員)	・現在のところは、様子見の動きとなっている。
□	建設業 (経営者)	・今後は大阪・関西万博の工期遅れの影響で、技能労務者不足が深刻になる見込みである。最終段階では内装関連業者の不足が心配されるほか、一時的な建設資材価格や賃金の高騰も予想される。
□	輸送業 (商品管理担当)	・例年、売上が低迷する時期となるため、大きくは変わらない。
□	金融業 (営業担当)	・今後も厳しい状態が続く。
□	金融業 (副支店長)	・取引先へのヒアリングでは、大阪・関西万博の特需も期待できない状況であり、今後の受注も増える気配はないとの回答が多い。
□	広告代理店 (営業担当)	・年度内は好調が続くと予想される。
□	司法書士	・年末には活発な人の動きがあり、これからも回復が予想されるが、物価の上昇は続いているため、大きくは変わらない。
□	その他サービス [自動車修理] (経営者)	・年末の駆け込み需要がみられず、非常に暇である。
□	その他サービス業 [店舗開発] (従業員)	・しばらくは円安によるインバウンド効果が期待できるが、肝心の国内客の消費は年末年始を境に、いよいよ落ち込んでいくと予想される。
□	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	・取引先の大型量販店は、原価が上がっているにもかかわらず、それだけの値上げができていない。仕入コストが上がれば販売価格を上げてほしいが、受け入れてもらえず、利益率が下がっている。
▲	金属製品製造業 (営業担当)	・北米向けの輸出が減少する見込みである。
▲	電気機械器具製造業 (営業担当)	・受注が全く伸びていないほか、材料の入手が困難な状況に拍車がかかっている。
▲	建設業 (経営者)	・4月からの残業時間の上限規制を控え、雇用側、従業員側共に慎重にならざるを得ない。
▲	輸送業 (経営者)	・仕事量は減少傾向にあり、運賃の上昇も期待できない。ただし、これ以上の経費の上昇はないため、多少の悪化程度で収まりそうである。
▲	輸送業 (営業担当)	・今後のキャンペーンは、送料の値引きだけになるため、売上は落ち込むと予想される。
▲	不動産業 (営業担当)	・貸店舗の撤退が相次ぐなど需要が減少しており、この状態は今後も続くと予想される。特にアパレル業界が厳しいため、1階の貸店舗のテナントがなかなか決まらない。
▲	その他非製造業 [衣服卸] (経営者)	・当面は状況が変わる材料に乏しい。
×	化学工業 (経営者)	・海外の金融政策の影響で外国企業の投資意欲がかなり落ち込んでおり、大手の取引先からは、年明けからの受注は大幅に減るといわれている。それに伴い、今後は景気が冷え込むと予想される。

	×	金融業 [投資運用業] (代表)	・当面は国民の経済的な打撃が和らぐことはないが、来年は円安も一段落しそうな気配であり、景気の回復が期待される。一方、電力各社は相応の利益を確保している状況から、電気代の値下げを期待したい。
	×	その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・物価対策や経済対策がうまく機能していない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社 (管理担当)	・しばらくは、現在の上昇傾向が続く。
	○	人材派遣会社 (支店長)	・年度末の駆け込み需要に期待したい。
	○	学校 [大学] (就職担当)	・ボーナス支給額の増加や、インバウンドの増加で更に良くなる。インバウンドは、観光地では欧米系が多く、繁華街はアジア系の方が多い。
	□	人材派遣会社 (役員)	・求人数、求職者数は、今後も一定の水準以上で推移しそうであるが、企業が欲しい人材とのマッチングが進んでいるとは言い難い。また、世界情勢や国内の金融政策、インフレ動向などの不透明感が拭えないなか、景気が上向く材料は少ない。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	・求職者の高齢化が進み、求職意欲も旺盛であるが、求人企業の意識が変わるには時間が掛かる。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	・人手不足が厳しい建設業界などは、時給を上積みする傾向にある一方、それ以外の業界は現状維持が多い。
	□	新聞社 [求人広告] (担当者)	・大阪・関西万博関連の着工の遅れや、物価の上昇による影響が大きく、関西企業がプロモーションの出稿を控える動きが予想される。その結果、前年比の動きは、直近の四半期並みの水準を見込んでいる。
	□	新聞社 [求人広告] (管理担当)	・一時に比べて国内のインフレもやや落ち着きをみせ、為替もやや円高方向に転換したと感じる。ただし、日本銀行によるマイナス金利の解除が取り沙汰されるなか、短期的には景気にマイナスの影響が出る可能性もある。また、世界的には相変わらず紛争やインフレが続いており、不安定化した状況にも改善はほとんどみられない。足元の国内景気は比較的安定しているが、国内外の情勢によっては、好不調のどちらにも変化する可能性がある。
	□	職業安定所 (職員)	・新規求職者数は前年比、前月比共に大きな増減はなく、しばらくは現状と同様の動きが続くと予想される。
	□	職業安定所 (職員)	・建設業や製造業では、原材料価格の高騰や中国景気の減速などで、求人の更新を見合わせる事業所が散見される。
	□	職業安定所 (職員)	・求職者に占める高齢者の割合が高まる一方、事業所は若年層の雇用を求める傾向が強いため、雇用のミスマッチが生まれている。ただし、新年度に向けて採用が増える動きもあるため、全体的な状況に変化はないと予想される。
	□	民間職業紹介機関 (職員)	・大手ゼネコンが、資材価格が上昇する前に受注した工事が、今後本格的に動き出す予定である。発注者への価格交渉も困難ななか、大手ゼネコンから下請事業者への請負額の低下が予想される。それに伴い、慢性的な人手不足にある下請事業者が、求人募集でどこまで労働条件を引き上げられるかは、今後の課題の1つである。
	□	民間職業紹介機関 (営業担当)	・25年卒で既に持ち駒がない学生がいるなど、今後は早期選考に失敗して、焦る学生が出てくると予想される。ただし、失敗する学生がどの程度出るのかは不透明であり、採用企業側が採用数と質のバランスをどう取るかで、需給状況が変わる。
	□	学校 [大学] (就職担当)	・前年の求人数と比較しても大きな差はなく、2～3か月先の景気に変化する要因は見当たらない。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・今後も引き続き、業種を問わず人手不足の声が多い。また、建設業や製造業を中心に、原材料価格や燃料価格、人件費等の高騰による利益の圧迫のほか、受注の減少、中国経済の減速、円安による影響への厳しい声も多い。全体的に大きく変化する要素はないため、新規求人数の緩やかな減少が続くと予想される。	
▲	職業安定所 (職員)	・軽自動車大手の休業により、納品会社にも影響が出る。	

	▲	学校 [大学] (就職担当)	・先行きは不透明であり、効果の薄い減税や現金給付のつけが将来に回ることを考えると、消費者心理が悪化するのとは当然である。
	×	—	—