

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)	◎	百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・1月に入り、気温の低下に伴う動きや、年末から続く外国人客の来店増加で、来客数は前年比で15%増え、都心型店舗は前年を上回る状況となった。前月に続き、ラグジュアリー関連の購買意欲は衰えず、主力となる世界的輸入ブランドの商材は2けたの伸びとなり、ラグジュアリー関連の売上全体も15%以上の伸びとなった。一方、重衣料が不振となった婦人服関連の苦戦により、この秋冬シーズンは防寒商戦のピークが訪れないままとなっている。
	◎	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・旅行の行き先が、安近短から高遠長に変化したほか、家族旅行から3世代での旅行への拡大が目立つ。全国旅行支援の終了による反動減を心配していたが、今のところは感じられない。
	○	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・年度末を控えて、商談が少し活発化してきたと感じる。
	○	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・郊外店である当店でも、前年12月から動きが良くなっており、28日までで売上の前年比が1.9%増となっている。食料品では、菓子や青果、日配品が好調で、客の来店頻度の増加がみられる。当面はこの傾向が続くと予想される。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・免税売上は、2日の初売りが今月の最高額となった。その後は7日頃から急激に売上が減ったが、再び15日からは回復傾向にある。2019年1月も初売り後は一旦売上が減り、中旬以降に回復したため、同じような動きとなっている。また、化粧品の売上シェアの拡大が少しずつ進んでいる。
	○	百貨店（外商担当）	単価の動き	・高級輸入ブランドを中心に、前年から値上げが続いている。年明け以降もその傾向は続き、商品単価は相当上がっているが、購買の動きは引き続き好調である。
	○	百貨店（マネージャー）	単価の動き	・食品関連の売上がほぼ前年並みである一方、婦人服や化粧品などの売上が好調で、店全体の客単価も上がっている。
	○	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・初売りでのクリアランスセールの売行きや、インバウンドの動きが好調に推移し、来客数の増加につながっている。また、リニューアルオープンしたショップも好調で、売上の拡大に寄与している。ただし、全体的な売上は少し鈍化傾向にある。
	○	百貨店（販売推進担当）	単価の動き	・以前から好調な高級輸入ブランドや時計だけでなく、各品目共に売上が前年を上回っている。ただし、物価の上昇などで客単価が10%上昇した一方、来客数、買上率は前年並みである。
	○	スーパー（店長）	お客様の様子	・値上げによる売上の増加もあるが、どの商品も価格が高い場合は、少し良い物を買う動きがみられる。
	○	スーパー（企画）	単価の動き	・一時期ほどではないが、商品単価の上昇に対し、節約志向は強まっていない。
	○	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・年始めに販売した福袋の動きが好調である。特に、住宅省エネ2024キャンペーンによる給湯器の保証内容が手厚いため、省エネ型給湯器が大きく動いている。ただし、暖冬の影響により、暖房器具などの季節商材の動きが鈍い。
	○	乗用車販売店（支店長）	それ以外	・専門家が今年は株価が上昇するとの見解を発表している。
	○	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・来客数は減少したままで芳しくないが、富裕層の客が少し増え始めている。
○	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・物価の上昇に比例して、客室単価も上がっている。客室稼働率の動きは鈍いものの、当ホテルでは間際の予約も多く、結果的には売上を確保できている。	

○	都市型ホテル (販売促進担当)	来客数の動き	・レストランでは前年に続き、1月1日から3日にかけて、正月のランチbuffetを開催した。今回は料金をアップしたにもかかわらず、3日間とも早い段階での予約で満席となり、その後の平日のランチも月全体で好調であった。宿泊の稼働率は、前年の9%から75%にアップし、平均単価も1500円ほど上がっている。外部からの受電数も増えるなど、ホテル全体で活発な動きがみられる。
○	都市型ホテル (客室担当)	販売量の動き	・海外からの個人客の動きが大きく増えた。クリスマスから年末にかけても、客室稼働率が90%を超えるなど、好調を維持している。1月初旬はやや落ち着いているが、中旬以降は団体客の予約が多く、好材料となっている。
○	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	来客数の動き	・中国本土からのインバウンドはまだ戻っていないが、スキー場を訪れるインバウンドは、台湾を中心に引き続き好調である。国内客は微減の状況であるが、インバウンドの増加で補っている。
○	その他レジャー施設 [スポーツ施設] (業務担当)	来客数の動き	・スポーツ施設の管理業務を行っているが、スポーツシーズンであるほか、日本代表選手による活躍、健康増進の気運に乗り、利用者数が増えている。
○	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・一般客からの問合せは増えているが、建築コストの上昇により、積極的な営業が難しい状況にある。
○	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・今後の人件費や建築資材の値上がりを見込んで、契約が増加傾向にある。
□	商店街 (代表者)	販売量の動き	・クリアランスセール後の売上が悪く、人出も減っている。
□	一般小売店 [珈琲] (経営者)	来客数の動き	・直営店の1日当たりの来客数には、大きな変化がない。
□	一般小売店 [時計] (経営者)	来客数の動き	・年末年始が大型連休となった割に、来客数は悪くなかった。ただし、明るさはなく、年明けに未曾有の災害や航空機事故があったことで、客との会話はそれに集中した。客は買物だけではなく、何気ない会話や感情の共有を求めている。これは個人店舗ならではの感覚であり、営業を続けてきて良かったと感じる。
□	一般小売店 [野菜] (店長)	お客様の様子	・レストランや飲食関係、ゴルフ場などの取引先からの注文に、大きな変化はない。
□	一般小売店 [呉服] (店員)	単価の動き	・呉服屋では、例年12月下旬から1月の成人式の時期までは売上が増えるが、今年は小物すら動いていない。
□	一般小売店 [菓子] (営業担当)	販売量の動き	・1月は稼働日数が少なく、売上也芳しくない状況である。2月も同じ状況となるなど、3月のお彼岸までは今の状態が続くと予想される。
□	百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・今月の売上は、目標比、前年比共にプラスとなる見込みである。特に、冬物商材やバーゲンセール商材の売行き、インバウンド需要が好調に推移している。また、都心店が好調なほか、郊外店も都心店ほどではないものの、前年を上回る状況にある。ただし、客の求める商品の傾向には変化がなく、不要不急の購入は抑え気味であるなど、消費の2極化が加速している。
□	百貨店 (商品担当)	販売量の動き	・前年の後半から、販売量の動きが想定以上に良かったため、年明け以降は少し減速すると予想していたが、販売量は引き続き好調である。
□	百貨店 (販促担当)	来客数の動き	・今月も大きな変化はなく、前月までと同様の動きである。福袋やクリアランスセールも前年と同様に、一部のブランド以外は盛り上がりがなく、必要な物を見極めて購入する動きが定着している。インバウンドも当地域は弱いエリアであり、大きな盛り上がりにはつながらない。一方、物価上昇の影響は支出全体でコントロールされているのか、食品は堅調な動きとなっている。

<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・全体的な傾向に変化はなく、インバウンドの動きは好調で、富裕層も堅調である。一方、国内の中間層は、ハレの日を中心としたメリハリ消費が目立つ。今月は、行動制限が解除された年末年始は好調であったが、それ以降は小康状態となっている。人流が増える場面が増え、商材では化粧品や菓子の動きが良く、レストランも好調を維持している。また、材料価格の上昇の影響か、総菜や弁当、ベーカリーでの購入が非常に目立つ反面、服飾関連は伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	販売量の動き	・正月やバレンタイン商戦などに伴う消費は旺盛であるが、ふだんの買物では節約志向が見受けられる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・1月に入ってからインバウンドの来店が大幅に減り、高額品の購入に占める割合も低下した。ただし、1月下旬から始まった人気イベントで16時以降の来店が増え、前年比ではほぼ横ばいの状態である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・競合の激化による影響か、主力の婦人衣類の売上が前年を下回っている。また、インバウンド需要などで、売上の大幅な増加を期待していた時計についても、前年を僅かに上回る伸びにとどまっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	お客様の様子	・値上げの動きに所得の増加が追い付かず、低価格品を求める消費者が増えたと感じる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・物価の上昇や光熱費の増加傾向は、3か月前と変化はなく、客の慎重な買物に変化はない。リゾート需要など、一部の消費は上向いているが、全体の景気は低調なまま変化がない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・3か月前と比べて、売上や取引件数に大きな変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・おせちもそうであったが、節分の巻きずしの予約でも、高額商品や質の高い商品は好調な一方、日用品ではプライベートブランドが選択肢の上位に入るなど、消費の2極化が更に進んでいる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	単価の動き	・食品の値上げが浸透しているほか、地域のプレミアム付商品券による恩恵も受けている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	来客数の動き	・前年後半からの値上げにより、売上は増加傾向にあったが、店舗によるばらつきはあるものの、前月以降は縮小傾向にある。全体的に、来客数がやや減少した店舗が増えている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	単価の動き	・値上げラッシュが落ち着いてきたが、値下げの動きや、消費の新たな支援策もないため、当面は現状維持が続く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・この半年ほどはコロナ禍の収束で来客数が増え、かつての水準も上回っていたが、今月に入ってインバウンドがやや減少するなど、来客数の増加傾向が落ち着いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・賃金改定などの影響はあるが、消費者の購買力には、それ以前から変化がみられる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	販売量の動き	・海外からの観光客が増えているが、全体としての売上や来客数には変化がない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・寒くなり、来客数が減っている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	お客様の様子	・来客数に大きな変化はないが、客の節約志向は明らかである。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・3か月前よりも売上は落ちているが、需要の閑散期でもあり、店の売上目標は達成している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（営業・販売担当）	お客様の様子	・前年と比べると、消費活動が少し控えめになっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・2024年に入っても、客の動きや販売台数の売行きに変化はない。販売車両の価格は上がっているが、売行きに変化はないため、物価の上昇に客が慣れてきたと感じる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・物価の上昇による影響が顕著に出ている。所得と物価の動きが釣り合うまでには、時間が掛かる。

<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔ドラッグストア〕（店員）	お客様の様子	・来客数は前年割れとなったものの、店舗のリニューアルにより、売上目標は達成している。今年は花粉の飛散する時期が早いほか、インフルエンザや新型コロナウイルスの感染拡大により、薬が予想以上に売れた。ただし、クーポンや割引がなければ、なかなか集客が見込めない。
<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	・ガソリンの出荷量は、この2～3か月は全国的に前年比5%程度の減少で推移している。コロナ禍収束後の反動による需要がなくなり、通常に戻った感がある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・街の人出が増える一方、売上や来店客は増えていない。新規客や若年層の来店もほとんどない。
<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は順調に動いているが、年末商戦の反動で、化粧品やカウンセリング化粧品などの販売は減少となった。一方、食品や日配品などの生活必需品の動きは横ばいが続いている。3か月前との比較では、買上点数は減少したものの、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	・年末年始の受注、問合せが落ち着き、例年と変わらない動きになっている。
<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	・売上は前年比で99.9%となった。能登半島地震の影響もあり、年始の消費が盛り上がらなかった。月後半も寒波の影響などで厳しい。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・前月と比べて客足は減ったが、例年どおりの動きであり、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン （企画）	販売量の動き	・前月の販売量は、前年の反動で少し落ち込んだが、今月は3か月前と同じ水準に戻っている。来客数も前年を上回るなど、堅調な営業が維持できている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル （経営者）	来客数の動き	・今年の1月は正月休みが長かったため、年末年始の来客数が多かった。ただし、1月8日以降の平日はかなり来客数が減少し、週末と月末に若干の稼働があった程度であり、全体としては堅調とはいえない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル （総務担当）	来客数の動き	・飲食関係の動きには変化がみられない。特に、企業によるディナー帯の利用が戻っておらず、今後の見通しも芳しくない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル （管理担当）	お客様の様子	・景気が上向いている実感は全くない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	販売量の動き	・能登半島地震の影響でキャンセルが相次ぎ、旅行先の変更で対応する客は僅かであるなど、販売への悪影響が大きい。また、特別企画乗車券の値上げの影響で、1月に入ってインバウンドの売上も落ち込んでいる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	販売量の動き	・1月の携帯電話の販売は、前年比で減少傾向にある。電気通信事業法の改正で、前月に駆け込み需要が増えた反動も大きい。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新サービスの販売が前年の4月に始まり、一定の周知が進んだため、問合せの数が少なくなっている。ただし、解約の動きは人口の減少に即したものであり、全体としては変わらない。
<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は8770円であり、今月は速報値で8847円とやや上がっている。
<input type="checkbox"/>	美容室（店長）	来客数の動き	・売上は特に良いわけではないが、まずまずの推移である。
<input type="checkbox"/>	美容室（店員）	単価の動き	・単価の動きは3か月前と変わっていない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 （経営者）	単価の動き	・相変わらず建築資材等の価格は高止まりしており、新築住宅の動きが鈍い。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 （経営者）	単価の動き	・地価は頭打ち状態であり、新築住宅の流通在庫も増加気味である。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔展示場〕（従業員）	単価の動き	・3か月前と同様に、資材価格の高騰による、戸建て住宅の価格上昇がみられる。

□	その他住宅〔情報誌〕(編集者)	お客様の様子	・新築マンション、新築戸建て住宅の販売状況は、高額物件の好調に対して、低価格物件の不調が顕著であり、2極化が更に進行している。実需層の動きは鈍いエリアが多い一方、都心近郊の高額物件は、タワー物件を中心に好調であり、この傾向は変わらないと予想される。
▲	一般小売店〔鮮魚〕(営業担当)	来客数の動き	・能登半島地震の影響でインバウンドの客足が遠のいた結果、来客数が50%落ち込んでいる。
▲	一般小売店〔衣服〕(経営者)	販売量の動き	・クリアランスセールが始まっているが、客足は悪く、販売量も落ちている。
▲	百貨店(外商担当)	販売量の動き	・年明けからの能登半島地震の影響で、海外からの旅行者が減少し、インバウンド売上はかなり落ち込んだ。さらに、海外のブランド品を中心とした値上げにより、国内客の売上も減少に転じている。
▲	百貨店(宣伝担当)	お客様の様子	・暖冬の影響で、前月までは季節商材の動きが鈍かったが、1月に入って値下げとなるため、需要の増加を期待していた。ところが年明け早々の能登半島地震により、初売りがつまずく形となった。インバウンド売上は引き続き好調であるが、国内客の消費マインドが戻っておらず、売上に力強さがみられない。
▲	百貨店(売場マネージャー)	販売量の動き	・能登半島地震による影響もあり、購買意欲が低下している。インバウンド売上は堅調に推移している一方、国内売上の鈍化がみられる。
▲	百貨店(マネージャー)	お客様の様子	・今月は月初めの能登半島地震の影響で、客の動きに加え、購買動向にも若干の変化がみられる。客の動きでは、インバウンドを中心に旅行のキャンセルが一部でみられ、来街者が減少している。また、購買意欲も低下しており、生活必需品以外のファッション関連を中心とした商材の動きが厳しい。
▲	百貨店(マネージャー)	来客数の動き	・1月1日に発生した能登半島地震により、店のある地域は北陸に比較的近いこともあり、自粛ムードが漂っている。消費マインドがやや悪化したと感じるほか、年始のクリアランスセール売上は一定の水準となったものの、暖冬予想の影響で防寒系の高額商品の動きが鈍い。ただし、インバウンドは依然として堅調に推移している。
▲	百貨店(売場マネージャー)	単価の動き	・直近は来客数が前年を上回っているが、客単価が2～3%低下し、売上は減少している。商品別には、食料品や化粧品などの日用品の需要が好調な一方、婦人服や紳士服等の衣料品が厳しく、客単価の低下要因となっている。
▲	スーパー(店員)	来客数の動き	・年が明けた後は、毎年暇になる。特に、朝の時間帯の来客が減っている。
▲	スーパー(企画担当)	それ以外	・前年は、自治体によるキャッシュレス決済の還元キャンペーンがあり、該当店舗の3店舗の売上が前年比で160%の伸びとなったため、今年は大幅な前年割れとなった。また、競合店の改装や新規出店もあり、影響を受ける店舗もあったため、全店の売上も90%という結果となっている。
▲	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・例年、年明けは販売量が少なくなるが、今年は能登半島地震の影響があるのか、例年以上にスタートが遅いと感じる。
▲	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・正月が明けて2週目から気温の変化があり、来客数が7%ほど減少している。財布のひもも固くなり、平均単価が5%ほど低下している。
▲	コンビニ(店員)	来客数の動き	・近隣のグラウンドが工事中である影響か、休日の来客数が減っている。
▲	コンビニ(店員)	来客数の動き	・1月に入ってから、来客数が少し減っている。ふだんの忙しい時間帯に、少し時間の余裕が出てきた。今月に始まった動きであり、まだ何ともいえないが、来客数や売上が少し減っている。
▲	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・3か月前と比べて一般客の来店が半減し、単価も落ちている。年始からの能登半島地震や物価上昇の影響など、原因は多岐にわたる。

▲	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・暖冬の影響により、暖房関連や給湯器関連の動きが少し悪い。
▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・正月早々に能登半島地震が発生し、客の購買意欲が薄れている。自然災害の恐ろしさが人に大きな不安をもたらしており、購買意欲の低下がみられる。
▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・今年は年始から能登半島地震や航空機事故があり、前年から続いている政権政党の政治資金問題も解決には至っておらず、雰囲気としては暗い1年のスタートとなっている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数、問合せ数、販売台数の全てにおいて、落ち込んできている。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・12月から1月の初旬までは来客数が好調であったが、新年会等が終わった中旬頃から、急激に客が減少している。観光客でにぎわっているが、少人数によるふだんの利用が特に減っている。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ここへきて、インボイス制度関連による閉店の動きが出てきた。高齢者が経営する店舗や小規模店舗などは、今後もインボイス制度の影響が出てくる。年末年始にインフルエンザや新型コロナウイルスに感染した客も多く、外食の増加にはつながっていない。
▲	一般レストラン（店主）	お客様の様子	・新年早々、災害や事故などで気分的にもやや重苦しく、世間の動きも控えめである。
▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・元日に発生した能登半島地震の影響で、1月2日の初詣からの日帰り客が一斉に減った。東京や京都、大阪といったゴールデンルートはインバウンドの増加で好調となっているが、コロナ禍のリベンジ消費も落ち着き、その他の地方では、集客に苦しんでいる。
▲	都市型ホテル（管理担当）	単価の動き	・インバウンドの勢いが弱く、団体客のキャンセルも多かったため、単価が低下気味である。
▲	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・当地では全国旅行支援が1月末まで延長されたが、需要の閑散期に入り、販売価格が落ちている。週末は、ターミナル駅近辺に大きな荷物を持った外国人観光客が増えてきたが、平日は空室が残っている。
▲	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・能登半島地震の発生により、北陸地域の予約がほぼキャンセルとなった。風評被害もあり、新たな予約はみられない。また、株価上昇の影響は一部の富裕層への恩恵にとどまり、物価の上昇が徐々に旅行への支出に悪影響を及ぼしている。
▲	タクシー運転手	販売量の動き	・当社の1台当たりの日次売上が、12月と比べて約1万円減っている。今後は景気が上向きイベントもなく、プラスの材料がない。物価の上昇に対し、給料の増加が伴っていない。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・年末はホテル等での人出が多かったが、1月中旬以降は落ち着いている。駅では少し客待ちがあるものの、ホテルでの動きは良くない。
▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料価格の高騰で、利益が圧迫されている。
▲	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・景気が良くなるような対策が講じられていない。
▲	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	販売量の動き	・各商品の値上げによる、販売量の減少が目立っている。
▲	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	・賃金の増加が物価の上昇を上回っていない。
▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	競争相手の様子	・元日に発生した能登半島地震の影響で、担当エリアの事業所が大変な状況と聞いている。当地から人的な応援を出すことはないが、他人事とは思えず心配している。
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・物価の上昇の影響で、特に高齢者の生活はぎりぎりの状態で我慢を強いられている。アパレルへの需要では、買物を我慢する傾向が顕著である。

	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・故障に伴う買換え需要に加え、年始は1月2日から営業したことでの特需もあったが、他店の営業が始まった後は、需要が分散した。需要を先取りした反動から、月後半は問合せを含めて激減している。
	×	一般レストラン（店員）	販売量の動き	・恵方巻きの予約状況が、前年の半分以下となっている。
	×	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・能登半島地震以降、予約の動きが止まった。特に、富裕層の動きが極端に悪くなったほか、インバウンドの予約キャンセルも出ている。
企業動向 関連 (近畿)	◎	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。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・確定的な受注ではないが、取引先の投資計画に応じた引き合いが増えており、徐々に景気が上向いている気配がある。
	○	輸送用機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・生産ラインの新規受注が微増となっている。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年のことであるが、1月は前半が静かで、中旬から荷動きが活発になってくる。今年も同じ傾向であり、受注は大きな落ち込みもなく、現状維持が続いている。
	□	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・インバウンド効果もあって、月初めの飲料水の売上は少し良かったが、トータルでの月の売上は余り変わらない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・食品や医薬品向け以外、受注量が減少傾向にある。
	□	出版・印刷・関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・問合せ数は、以前と比べて増加傾向にある。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現状維持が続いており、我慢比べのようである。細かな動きはあるが、波が大きくなる様子はない。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	取引先の様子	・物価の上昇傾向に加え、依然とした円安基調により、一部の富裕層を除いて財布のひもが固い。好景気とはいえませんが、インバウンド需要の回復や、前年に続く賃上げの動きにより、一進一退の景気動向が続くと予想される。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	受注価格や販売価格の動き	・人件費の上昇に合わせて、価格の見直しを行っているが、社会全体の景気が上向かないため苦戦している。今後も状況は変わらない見通しである。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・洗濯機や冷蔵庫、エアコン、テレビなど、主力商品が総じて前年を割り込む動きとなっている。
	□	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、売上共に横ばいであり、引き合い案件が増えていない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・1月は年末年始の影響もあるため、受注量は落ち着いている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今期の決算が好調な企業からは、年度末の改修工事の発注が多いが、技能労務者不足で苦慮している職種もある。一部の建設資材も品不足であり、価格の高騰が続いている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・問合せ件数が減少気味である。
	□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・キャンペーン中はよく売れたが、キャンペーンの終了後は急激に売上が落ち込んでいる。
	□	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・1月は交通広告の需要が減る時期であるが、今年は比較的順調に注文が入っている。
	□	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・小売業の取引先では、インバウンドの買物は回復しているが、国内客の買物は低迷したままである。
□	その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品の値上げが続いており、仕入原価は上がっている一方、販売先に値上げを通知しても認めてもらえないケースがあり、利益率は低下している。	

	▲	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・消費者の購入意欲が戻っておらず、販売金額への値引きの要求が増している。1回の出張ごとの売上が減少しており、経費が賄えない出張が3割を占めるなど、非常に効率が悪い。
	▲	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・車載用の電子部品向けの出荷が減少している。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・中国や欧州向けの荷動きが悪く、計画よりも約20%落ち込んでいる。
	▲	輸送業（経営者）	取引先の様子	・取引先の商品の販売量が減少している。消費者は新品に買換えるよりも、できるだけ修理することで対応している。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・いまだにアパレル等の店舗の撤退が続いている。繁華街の目抜き通りにある商店街でも、空き店舗が出始めている。通販で購入する人が増え、実店舗での購入が減っているため、店舗の撤退が続いている。賃料の低下や空室率の上昇などで、景気は悪くなっている。
	▲	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	・年末年始の反動が出ており、仕方のない面もあるが、それにしても厳しい。今月中旬以降は、特にスーパーの売上が大幅に落ち込んでいるほか、観光客向けの土産店も厳しい動きとなっている。
	×	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・海外は金利が高く、設備投資意欲が激減しているため、輸出関連企業の売上の減少が著しい。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・気温が低くなると、製品の流通量は減る傾向にあるが、特に直近は減少の動きが大きい。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・株価の上昇を後追いする形で、給与はいずれ上昇するが、政治の不安定感が払拭されないうちは、消費に弾みがつくことは期待できない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・訪日外国人の増加などにより、観光業界は活気が戻っている。それに伴い、求人数も増加している。
	○	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た。各業種とも大きな減少はなく、有効求人倍率も前年比で22か月連続の上昇となっている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・2024年卒の採用から、2025年卒の早期選考にシフトするなか、学生の動きは年々早まっており、今年度は1月時点でモニター学生の内定率が2割を超えている。インターンシップ等のエントリーも例年以上に多く、学生のコメントなどをみると、インターンシップに参加して自分に合う企業を探すというよりも、早期選考を受けたいという理由が目立っている。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・就職内定率や求人依頼数が、前年度と比べて1割程度伸びている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・コロナ禍関連の求人の減少で、一時は求職者があふれたが、ある程度落ち着いてきた。ただし、高齢の求職者の動きに余り変化はない。
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・企業による求人条件では、まだ年齢や給与面の引上げはみられない。その一方、求職者側は給与面や在宅勤務などの要望が多いため、うまくマッチングが進まない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の動きをみると、前年比や前期比でも、ほぼ横ばいとなっている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・インバウンドの増加や賃上げなどで、見た目には景気が上向いているものの、物価の上昇は続いており、国民の生活はより苦しくなっている。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業では大手自動車メーカーの不正問題による影響が多少出始めているが、全体的には変わらない。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・事業主が高齢となり、将来的に事業をたたむ予定であった事業所の間で、コロナ禍後も客離れが続き、閉鎖が予定よりも早まるケースが目立つ。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・求人数は伸びているが、求職者数が減っており、マッチングがうまくいかない。

□	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・新しい年を迎えても、全国的に出口のみえない人手不足が続いている。高い採用意欲に反して、計画どおりに新卒者を採用できない企業も多い状況では、事業の拡大も見通せず、景気が上向く感覚は薄い。
□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・12月の有効求人数は季節調整値で令和4年5月から20万件を維持している。底堅い推移となっているが、前月比では0.9%減少し、4か月連続の減少となっている。その影響で、有効求人倍率(季節調整値)も1.24倍と前月比で0.02ポイント低下し、2か月連続の低下となっている。依然として人手不足の声は多いが、折からの物価や労務費の上昇に加え、特に中国経済の減速の影響に苦しむ事業所の声が多く、それらが複合的に求人数の減少につながっている。
▲	職業安定所(職員)	求人数の動き	・1月の新規求人数、充足数はいずれも前年比で10%以上の減少となった。また、12月の新規求人も、医療・福祉、建設業は人手不足にもかかわらず、それぞれ10%減、25%減となっている。
▲	学校 [大学] (就職担当)	それ以外	・政治資金問題などで、先行き不透明感が拭えない。求人の状況は、人手不足が続いているため、今後も売手市場が続くと予想される。
×	—	—	—