

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）	・冷戦時代のように、世界情勢が東西で分裂状態となっている。
	◎	一般小売店〔野菜〕（店長）	・国全体で賃上げを進める姿勢が強まっているため、周囲もそれに乗っていく雰囲気になりつつある。この動きが続けば、景気は回復に向かう。
	◎	百貨店（服飾品担当）	・バレンタイン関連のイベントでの集客が過去最高となっている。モチベーション需要の大きなイベントでは、客の来店動機がかなり大きくなる傾向にあり、春の買換え需要やゴールデンウィーク等は更なる来店が見込まれる。この動きは今後も続く予想される。
	◎	スーパー（企画）	・賃上げが幅広く実施されることで、ある程度の値上げが許容される環境となる。
	◎	高級レストラン（企画）	・企業による宴会開催の動きが出てきている。インバウンドの宿泊需要も堅調であり、特に価格面では、まだ高止まりする様子はみられない。
	◎	旅行代理店（役員）	・賃金のベースアップや福利厚生の見直しが進むことで、海外旅行の動きも更に加速すると予想される。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・花見の季節に入ってくるため、インバウンドの需要が見込まれるほか、国内客の予約注文が入ってきている。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・3月になれば、気候が良くなって人の動きも活発になるため、ゼいたく品やし好品の販売量も増えることが期待される。
	○	百貨店（売場主任）	・コロナ禍による落ち込みからの回復は止まることなく、消費者の購買意欲も高い状態が続いている。
	○	百貨店（売場主任）	・コロナ禍が収束し、客の購買行動がほぼ通常に戻ったとみている。円安の影響もあり、インバウンド需要も大きく回復したことで、特に都心店の売上は絶好調である。消費マインドの回復も顕著となっている。
	○	百貨店（サービス担当）	・今後も、レストランや食品を中心とした新たな店舗のオープンによって来客数が増加し、売上の拡大が期待される。
	○	百貨店（外商担当）	・インバウンド売上の更なる増加に加え、国内でも株高が続く見込みであり、消費者の購買意欲が高まると予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	・前月は能登半島地震の影響で、インバウンドを中心に来街者が減っていたが、直近は徐々に回復傾向にあり、来街者や来店客の増加がみられる。それに伴い、購買客数、購買額共に増加している。
	○	百貨店（宣伝担当）	・大阪・関西万博の開催を1年後に控え、ますます来街者が増えることが期待されるほか、賃上げが国内の消費意欲の回復につながることを期待している。それに備えて商品の準備や人手を増やしており、売上の増加が見込まれる。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・花見による観光客の増加や、新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、初めてのゴールデンウィークとなるなど、景気を後押しする材料は多い。
	○	百貨店（外商担当）	・消費に関するマイナス材料は少なく、国内外からの来客数や客単価などは、3月以降も強気の見通しが続く。
	○	百貨店（マネージャー）	・ゴールデンウィークに向けた旅行需要は、前年以上に伸びると期待している。また、コロナ禍に伴う閉店で空いていたレストランも、新店舗がオープンする予定であるなど、外食需要を取り込めようである。
	○	スーパー（店員）	・暖かくなれば、来店する客も増える。特に、いちごの値段が下がれば販売量がかなり増えるため、今後に期待したい。
	○	スーパー（企画）	・株価の上昇や賃上げへの期待により、やや良くなる。
	○	コンビニ（経営者）	・季節が暖かくなり、外出規制もないため、前年よりも外出が増えて、飲食店が忙しくなると予想される。
○	コンビニ（経営者）	・例年よりも気温が高くなり、来客数が10%ほど増える見込みのため、セルフレジを導入し、接客をスピードアップする。	
○	コンビニ（店員）	・気候が良くなり、旅行者やビジネス客も活発に動く予想されるため、来客数、売上共に上向く。	
○	コンビニ（店員）	・例年、暖かくなれば来客数が増える。	
○	衣料品専門店（店員）	・繁忙期の5月は、最も景気が良くなる。	

○	衣料品専門店（販売担当）	・まだアパレル関連では影響がみられないが、今後は株価の上昇で良い方向に進むと期待している。
○	家電量販店（経営者）	・住宅省エネ2024キャンペーンが正式に始まり、給湯器や水回りのリフォーム案件の増加が期待される。
○	家電量販店（企画担当）	・冷蔵庫や洗濯機、電子レンジなどの新生活商品の販売が増える時期となる。また、住宅省エネ2024キャンペーンによる後押しもあり、換気機能のある高機能エアコンの販売も期待できる。
○	乗用車販売店（経営者）	・決算期を迎えるため、新車の購入予約は増えているが、車検の予約は少ない。
○	乗用車販売店（支店長）	・まだまだ株価は上昇すると予想される。
○	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・一時と比べると物価の上昇ペースが落ちているため、この調子でいけば景気はやや良くなる。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・4月は賃上げがあるほか、季節の変わり目を迎える。新たなテナントの進出により、老若男女の新規客の増加が期待される。
○	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新しいカタログの発刊や、送料の無料キャンペーンも始まるため、売上は増えると予想される。
○	高級レストラン（スタッフ）	・春は異動や引っ越しが増えるほか、合格や卒業、入学祝いなどで予約が増えるため、期待したい。
○	一般レストラン（店主）	・外出しやすい天候になれば、客も増えてくる。
○	一般レストラン（店員）	・春になれば、卒業式や入学式などのイベントが増えるため、外食の機会が増える。
○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・全国的にインバウンドが増えている。全体的な値上げが進んでいるにもかかわらず、宿泊や購入の動きがみられる。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・客室単価は低下気味であるが、順調に予約が伸びている。レストランでの会合も予約が入るなど、客足は好調である。
○	都市型ホテル（客室担当）	・春節もあり、活発な動きがみられる。
○	都市型ホテル（総務担当）	・インフルエンザや新型コロナウイルスの感染状況も収まることが予想され、気候も良くなってくる。旅行や外出の機会が増えることで、収益も向上する見込みである。
○	都市型ホテル（客室担当）	・花見のシーズンと重なり、新規予約は順調に推移している。国内外からの個人旅行、団体旅行共に、目標を上回る売上となりそうである。
○	都市型ホテル（客室担当）	・物価上昇の影響はあるが、客室単価の上昇に客が少しずつ慣れてきた。4月以降の予約も順調に推移しており、団体客の問合せも増えている。
○	タクシー運転手	・年度末で多少は世間が動くため、景気も少し回復するが、新年度以降は不透明である。
○	タクシー運転手	・3月は新学期に向けた入学準備や、新生活関連の動きが出てくる。暖かくなるため、人の動きも良くなる。
○	通信会社（役員）	・来年度からは、キャリアの営業方針や代理店手数料に改善の兆しがある。
○	ゴルフ場（支配人）	・予約状況を見ると、早期の予約が好調に推移しており、今後もその傾向が続くと予想される。客単価が上昇すれば更に良くなる。
○	その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・株価の上昇による消費マインドの改善や、春の賃上げ効果に期待している。
○	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・物価上昇の落ち着きや、株高を背景に、景気回復への期待感が強まる。
○	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と予想される。
○	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あるため、ますますスポーツ熱が高まる。日本代表選手が活躍すれば、更にスポーツを楽しむ人が増える。
○	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・着々と体験入会の問合せが入っているほか、受講する教科を増やす生徒も増えつつある。

<input type="radio"/>	その他住宅〔住宅設備〕 (営業担当)	・年度末の繁忙期を迎えて仕事量は増えるため、暇になることはないが、大きく好転する材料も特に見当たらない。春の賃上げがどの程度の金額となるのか、楽しみよりも不安がある。
<input type="checkbox"/>	商店街 (代表者)	・インバウンドの恩恵が少ない立地であり、大きく改善することはない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔時計〕 (経営者)	・5月のゴールデンウィークに向けても明るい要素はなく、近隣の大型商業施設にも閉店となっているテナントが多くみられる。一方、電気代や暖房費を節約するために、大型商業施設での滞在時間が家よりも長い人もおり、収入の格差が拡大している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・気候が不安定であり、春物衣料の動きが悪い。春から夏への移行期に、どこまで消費が動くかは期待できない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔呉服〕 (店員)	・着物の販売を行っているが、生活に直接必要ではなく、心のゆとりに関する商品である。このところ、着物を着て外出したいという人が少し増えている。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (売場主任)	・株価の上昇や賃金の増加といった景気が良くなる要素はあるが、恩恵を受けるのは一部であり、すぐに大きな消費につながるとは考えにくい。都心部にはまだ明るさがある一方、地方店は人口の減少や顧客の高齢化、有力ブランド店の撤退といった問題もあり、厳しい状況が続くようである。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (企画担当)	・インバウンドが好調な一方、外売上上がやや厳しいという状況は、しばらく続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業推進担当)	・インバウンドの更なる増加に加え、国内消費の活性化で、今後も売上の微増が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (商品担当)	・株高などの影響で、富裕層の購買意欲は高まるが、中間層の動きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (管理担当)	・インバウンド需要等に期待したいが、更なる拡大が続くかどうかは不透明である。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販促担当)	・株価は上昇しているが、高額品の動きに目立った変化はない。物価の上昇と、給与の増加によるバランスが重要で、多少の収入アップでは、消費マインドは堅実なままと予想される。モチベーション需要などに合わせて、プチぜいたくなどを提案しつつ、特徴的な商品をそろえることで、全体の底上げを図っていく。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (販売推進担当)	・物価の上昇で購入単価は上がっているが、購買率は下がる傾向が続いている。当面はこの傾向が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (マネージャー)	・海外情勢の変化や、株価の上昇、賃上げによる影響は少しあるが、小売全体では、国内現金客の選択消費に加え、インバウンドや富裕層による付加価値消費が続く構図は、大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (マネージャー)	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行後、初めての春の観光シーズンとなる。客が増える期待はあるものの、一過性の面は否めず、地元客の消費が上向く要素は全く見当たらない。2024年問題に伴うコストの増加予想から、取引先も投資に慎重な姿勢であるなど、景気が良くなる見通しが立たない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (売場マネージャー)	・インバウンド売上は増加しているが、国内需要は厳しい状況にある。また、食料品関係は堅調な動きである一方、ファッション関係は円安などによる値上げや価格の改定により、特に地方店や郊外店は厳しい状況となる。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・この春に給料が上がらなければ、今の状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・物価の上昇や円安傾向といった状況から、景気が上向くことは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	スーパー (企画担当)	・競合先の出退店の予定もないため、今の状態が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー (経理担当)	・賃金のベースアップのニュースが相次ぎ、株価も史上最高値を更新するなど、消費マインドに好影響を与える情報が増えている。実感として、物価の上昇を上回る収入の増加や、生活水準の改善が進んでくれば、本格的な景気の回復が進み、消費も伸びていく。
<input type="checkbox"/>	スーパー (販売促進担当)	・株価の上昇もあり、景況感は上向く可能性はあるが、可処分所得の増加は見込めないため、売上も全体的に微増で推移すると予想される。

<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・昨秋の最低賃金の引上げを受け、一部の企業では今春から最低賃金を上げる方向であるが、景気を回復させるほどの影響はない。一方、運輸業界の2024年問題による物流費の高騰で、企業の負担が増え、更に価格転嫁が進むと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	・春に向けて賃上げの報道が増えているほか、株高の影響がスーパーにも出てくることを期待しているが、依然として商品価格の上昇は続いているため、客の消費はしばらく抑制気味となる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・来客数はほぼ横ばいが予想され、商品の値上げラッシュも少し落ち着いてきたため、来客数、客単価共に現状維持が予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・コロナ禍の収束で、消費する場所が変わっただけだとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・値上げに対して、客が慣れてきたのではないかとみている。そろそろ限界はくると予想されるが、まだその気配はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・当店は常連客が多く、来客数が増えないため、現状維持が予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・近隣にできたスーパーやホームセンター、コンビニの影響はまだ続くともみられる一方、当店による積極的な対策は採られていない。今は仕方がないと諦めてしまっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・物価の上昇による影響か、客との会話でも活気がない。世の中全体では賃上げや株高のニュースが多いが、財布のひもが固くなりつつあることは明らかである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・株価が上がり、景気は上向いているようにみえる一方、家電量販店では業況が改善する見込みは薄い。大型家電の冷蔵庫や洗濯機は売行きが悪く、特にエアコンは材料費の上昇で価格が上がっており、故障以外での購入には慎重となる客が多い。前年比でもかなり低迷しており、苦戦を強いられている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（人事担当）	・コロナ禍当時と比較すると、県外への進学や就職が増えている。ただし、最低限の家具だけを買って、必要な物は後で買い足していく意識が強いため、新生活関連の商品の動きが鈍いと感じる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・特別なイベントもないため、新年度に伴う若干の販売はあっても、それ以上の売上は見込めない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・この数か月で大きく変わることはない。特に、物価自体が上がっているため、車両価格も非常に高くなっており、今後は販売台数の減少が懸念される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・価格が総額表示となった影響などで、購入の検討が慎重になっているほか、相見積りの増加による検討の長期化もみられる。こうした動きは、自動車業界に向けられている不自信も原因とみられる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・メーカーの生産状況による影響は続いているが、全体としては落ち着いている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [食品]（経営者）	・インフレに対する有効な対策がみられないなか、全体の所得水準を上げるためには、個人や企業の手元に資金を残す対策を、国が考えるべき時期にきている。今のところは景気が上向く対策は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	・今春の賃上げと価格転嫁の状況により、景況感は左右される。ガソリン価格は補助金が夏まで延長される見通しであり、今のところは大きな変動要因が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・投資家にとっては好景気かもしれないが、日々の消費においては何も変わらず、業界の好材料は特に見当たらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [医薬品]（管理担当）	・医薬品やカウンセリング化粧品の動きが順調なほか、今後の花粉症の流行や春物商材へ切替えによる売上の増加が期待される。一方、食品などの生活必需品は横ばいが続き、来客数の増加にはつながらない。客単価は上がっているが、売上全体の増加要因は乏しい状況であるため、今後の大幅な改善は期待できない。2～3か月後も今月と同様の推移が続く。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（総括）	・インバウンドは増加が予想される一方、国内消費は伸びが見込めない。物価の上昇に対して所得は変わらないという状況が続くため、株価は上がっているものの、景気が上向く雰囲気はない。

□	一般レストラン（経営者）	・株価が史上最高値となるなど、景気が良くなるような話はあるが、日常生活への好影響はまだ先である。物価の上昇や、なかなか浸透しない賃上げに対し、節約の動きや消費を控える動きなど、生活の守りに入る傾向がある。飲食店を気軽に利用してもらうまでには、まだ時間が掛かる。
□	一般レストラン（企画）	・春闘では、大手企業は満額回答のケースが多い一方、中小企業がどこまで賃上げできるかは不透明である。物価の上昇はやや落ち着いた動きをみせているが、消費支出が回復するとは考えられない。
□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・株価が上がるなど、景気は良いようにみえるが、生活レベルは下がっている。
□	観光型ホテル（経営者）	・3月も引き続き、先行予約の動きが活発であるが、4月以降の動きはまだみられない。前年の4月にみられた団体の参拝旅行が今年はないため、4月はやや苦戦する可能性がある。
□	観光型旅館（経営者）	・旅行ムードが高まるような状況とならない限り、大きな変化はない。
□	都市型ホテル（管理担当）	・インバウンド需要の回復は限定的であり、花見シーズンの後は現状維持が続くと予想される。
□	旅行代理店（店長）	・海外旅行の問合せも一定数みられるが、旅行代金の高騰もあり、受注につながるのは安価なアジア旅行が多い。高額の欧州旅行は、かつての水準に戻っていない。
□	旅行代理店（支店長）	・ゴールデンウィークに向けて客の相談件数は増えているが、国内旅行は近場や日帰りの動きはあるが、長距離の旅行はなかなか売れない。
□	通信会社（社員）	・最繁忙期の3月や新生活の需要が増える4月には、販売数も伸びることが期待される。前年は、5月まで増加傾向が続く形となっている。
□	観光名所（企画担当）	・前月と傾向は変わらず、前年と比較しての伸びは、ほぼ止まっている。
□	遊園地（経営者）	・一定の賃上げを行う企業が増えると予想されるため、今後もレジャー消費は底堅い推移が続く。
□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の開幕試合や公式戦の人気カードのほか、日本代表の強化試合も予定されている。その他にも多くのコンサートや家族向けのイベントが開催されるため、多数の来場者を予想している。
□	美容室（店員）	・髪の毛を手入れすることが増えるため、単価に大きな変化はない。
□	住宅販売会社（経営者）	・株価も高水準を維持しているため、しばらくは今の状態が続く。
□	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）	・実際に景気がどうなるかは分からないが、少しずつ悪くなると予想される。今も景気が良いという実感はない。
□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・建築単価の上昇等による消費者の購入マインドの低下傾向は、当面続くと予想される。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・都心部の物件や高価格帯の物件は販売好調で、郊外物件や低価格帯物件は不調という2極化が、更に進む見込みである。全体としては、好不調が大きく入り混じる状態が続くと予想される。
▲	百貨店（企画担当）	・商品の値上げが続いており、売上は維持できているようにみえるが、購入量は落ちている。高額商材にもやや陰りがみられるなど、株高と景気の間には全く関係がない。
▲	スーパー（経営者）	・当地域は例年、今の時期はスキー客で週末などはにぎわうが、今年は暖冬でスキー場も集客が進まず、各方面に影響が出ている。関連業界では給料も減っているため、消費への影響はシーズン後もしばらく続くと予想される。
▲	スーパー（開発担当）	・株価は上昇しているが、一般市民には好況の兆しは何もみえない。景気対策もうまく進んでおらず、景気が良くなるとは考えられない。
▲	衣料品専門店（営業・販売担当）	・為替の変動による影響が大きく、まずは円安傾向が収まらなければ良くならない。また、輸送コストの上昇による影響も大きいと予想される。

	▲	家電量販店（店員）	・物価の上昇が様々な分野で報じられるなか、消費マインドはなかなか上がってこない。今後も必要最低限の商品の購入で終わるような気がする。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・客の財布のひもが固くなってきたと感じる。株高の恩恵はごく一部の人に偏っている。
	▲	住関連専門店（店長）	・富裕層が増えているが、その分商談や接客に要するコストも上がるため、これまでよりも利益が増えるわけではない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・花見の季節が今年は早まると予想され、余り期待できない。また、3月は物価の上昇が見込まれ、消費者の財布のひもが固くなるため、外食は減少する。
	▲	通信会社（経営者）	・円安に伴い、燃料代や原材料費が高騰している。
	▲	通信会社（営業担当）	・3月の引越シーズンを迎えるため、解約が増加する。過疎地域であるため、転出する人口の方が転入よりも多い。
	▲	競輪場（職員）	・前年と同じような傾向が予想される。最近、株価の上昇が報じられているが、消費者は好景気の恩恵を実感していない。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・建築コストの上昇分につき、価格転嫁はできているが、客が値上げについて行けなくなっている。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・物価の上昇に、賃金の増加が追いついていない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・株価は好調を維持する一方で、個人消費は低調となっている。働き方改革に伴う労働時間の減少で、非正規雇用を中心に、所得が低下していることが原因である。
	×	衣料品専門店（経営者）	・仕入単価が前年よりも上がっている。今までと同じ単価であれば、仕入品の見た目や品質が落ちる。今後は商品が安く入ってこなければ売れないため、販売面で厳しくなる。
	×	家電量販店（店員）	・リフォーム関連での補助金が決定したが、前年と同様に補助金頼みの需要にとどまる。スタートは順調のようにみえるが、前回の申込み間に合わなかった客の再検討分もあるため、年後半には需要の冷え込みが予想される。また、全体的に購買意欲はみられるものの、販売価格が上がっているため、需要は下降していく。
企業 動向 関連  (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・現在は円安の局面であるが、3月からは徐々に円高の傾向が進むと予想している。業界は需要期を過ぎ、新たな需要を掘り起こす必要があるが、円高の進行と、新規需要への期待を込めて、景気は良くなると予想している。
	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・4月は取扱商品の需要期となるが、十数年前の慌ただしさには程遠い。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・来年度の案件に対する問合せも多く、引き続き受注量の増加を見込んでいる。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	・今のやや好調な動きは、今後も続くという情報がある。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・大きな引き合いもあるため、期待としては上向いてほしい。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・最近では、半導体関連での好業績の恩恵を受けていると実感している。ただし、過去には日本が半導体分野で失敗したこともあるため、楽観はできない。
	○	輸送業（経営者）	・ようやく運賃の値上げ交渉ができる雰囲気になってきた。まだ値上げは進んでいないが、取引先は当社の提案を検討すると聞いている。
	○	輸送業（営業担当）	・業界では小規模の倉庫等から、中規模の施設へのシフトが進み始めた。うまく稼働させることで、人手不足の打開が進む。
	○	輸送業（商品管理担当）	・3月から4月は家具の需要期であるため、少しずつ売上は良くなる。
	○	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（従業員）	・値上げを行った商品は多少の利益を生んでいるが、依然として値上げの進まない商品もあり、しばらくは現状維持の状態が続く。
	□	繊維工業（総務担当）	・価格転嫁ができれば、状況は良くなると予想される。
	□	繊維工業（総務担当）	・為替レートが再び円安の方向に動き始め、輸入品のコストアップや原料費、電気料金などの経費の上昇により、利益率の低下が徐々に進んでいる。

	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・大半の取引先から増産の情報は聞かれない。
	□	化学工業（経営者）	・好調な業界と厳しい業界が入り混じっており、しばらくは今の状況が続くと予想される。
	□	化学工業（企画担当）	・食品に対する、インバウンドや国内客の需要が堅調に推移している。
	□	化学工業（管理担当）	・取引先による在庫調整に時間が掛かるとの情報がある。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・企業業績は堅調で、株価も順調に推移しているが、好景気の実感には乏しい。物価の上昇を上回る賃上げの動きが、中小企業を含め、どこまで浸透するかを見守りたい。
	□	金属製品製造業（経営者）	・中国、欧州向けの電気自動車部品の動きに陰りがみられる。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・個人消費の改善は見込めない状態が続いている。春の賃上げしか期待材料がない状況では厳しい。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・先行きは不透明である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・5月以降の受注が全く増えていない。
	□	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・インフレ傾向による買い控えは、今後も続くと予想される。
	□	建設業（経営者）	・今後はいかに付加価値を高めて販売するかが重要になる。その点を含めて考えると、業況に大きな変化はない。
	□	建設業（経営者）	・一部の建設資材や技能労務者の不足が深刻なほか、監理技術者の不足も慢性化している。今後は大阪・関西万博の突貫での建設工事に建設資材や技能労務者が吸い寄せられ、不足が深刻化する不安が大きい。
	□	建設業（経営者）	・4月の賃上げに期待しているが、様々な物価が上がっていくなかで、一気に消費意欲が上向くとは考えられない。
	□	建設業（営業担当）	・取引先の設備投資計画は継続しており、物価の上昇にも理解を得られるケースが増えている。一方、4月からの2024年問題により、現場の人手や労務コストにどのように影響が出るのかは分からない。
	□	輸送業（営業担当）	・子供の数が減っており、学習机が売れなくなっている。
	□	金融業（営業担当）	・大手自動車メーカーの不正問題に伴い、取引先はかなり厳しい状況となっている。
	□	金融業（副支店長）	・取引先に受注状況を確認しても、変わらないとの回答が多い。
	□	司法書士	・変動要因がないため、現状維持となる。
	□	経営コンサルタント	・観光客の集客力が落ちている商店街も、積極的に観光客を誘致する動きは少ないため、上向き見込みは乏しい。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価は上がっているが、それに賃金の上昇が追いついていない。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・インバウンド効果が薄れると予想していたが、今後も大阪・関西万博を前に一定の効果が期待できる。一方、国内消費に目を向けると、相変わらず物価の上昇で、生活用品の消費は停滞すると予想される。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・大手企業になるほど、値上げを認めてもらえるまでの時間が長い。夏まで値上げをさせてもらえないため、非常に苦しい。
	□	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・良くなる要素が非常に少ないと実感している。思い切った政策の実施が期待される。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・材料価格の高騰でやや悪くなる。
	▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	・株価が過去最高値となって喜ぶ金融関係者もみられるが、恩恵を享受できる人は多くない。労働者の7割は中小企業に属しており、株価の変動とはほぼ無関係とみられる。
	▲	広告代理店（営業担当）	・例年、年度初めは広告出稿が控え気味になる。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・市況が低迷するなか、鋼材の値上げや賃上げが予定されているため、採算が更に悪化する見通しである。
	×	通信業（管理担当）	・物価の上昇が続くなか、株価の上昇に反して所得は上がらないため、消費者の生活は改善が進まない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・経済構造を変えるため、まず産業構造を変えていく必要がある。
雇用	◎	—	—

関連 (近畿)	○	人材派遣会社（役員）	・4月の賃金のベースアップは、前年以上の動きになると予想され、前年は実施を見送った企業でも、今年は賃上げが増える可能性は高い。ただし、米国大統領選挙や世界の経済情勢、各地での紛争の状況次第で、一気に国内経済が冷え込む可能性もあり、楽観はできない。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・今頼れるのはインバウンド需要であり、景気の改善につながってほしい。また、ゴールデンウィークでの観光産業の盛り上がりや、旅行の支援策などにも期待したい。
	□	人材派遣会社（管理担当）	・求人数は増加しているが、求人単価は伸び悩み、求職者数も不足している。この傾向はしばらく続くことが予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・物価の上昇による影響が続くなか、時給の改定が進んでいる企業は少なく、景気がすぐに良くなるとは考えられない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・株価は過去最高を更新しているが、関西の地元企業に特に大きな影響はみられない。今後も新聞広告の出稿は、現状並みの推移を見込んでいる。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・景気の良さで生活レベルの向上が比例していない。生活レベルについては、今後2～3か月で大きく変わることはない。
	□	職業安定所（職員）	・悪条件、好条件共に見当たらないため、しばらくは今の状態が続く。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で増加となっている。ただし、有効求職者数を年齢別でみると、19歳以下が6か月連続で減少している。
	□	職業安定所（職員）	・人手不足を訴える事業所が多い反面、事業主都合離職者が増加している。
	□	職業安定所（職員）	・2024年問題の話題はほとんど出てこない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・新卒採用の広報が前倒し傾向にあるため、今後は動きが停滞すると予測される。一方、次の2026年卒向けの広報が始まるため、全体ではプラスマイナスゼロになる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・消費の動きは賃上げの結果次第となる。周囲には年金生活者が多く、多少は株価の上昇で潤っているが、やはり物価上昇の沈静化が望まれる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・企業の新卒採用に向けた強い意欲がみられ、2～3か月先の状況が変化する要素は見当たらない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・消費者の生活は悪くなるが、株価が堅調に推移すれば、いずれはその恩恵が広がってくる。企業の体力が上向けば、採用にもますます積極的になると予想される。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・業種を問わず人手不足の声が多い一方、製造業を中心に、価格転嫁の動きは限界にきている。また、為替動向や中国経済の減速など、海外情勢の悪化による影響を懸念する声も多い。これらの状況は大きく変化するとは考えにくく、求人の減少傾向もしばらく続くことが予想される。今後は、大阪・関西万博の準備が本格化していくなかで、求人増加に期待したい。
	▲	民間職業紹介機関（営業担当）	・4月に出てくる求人が落ち着けば、身の回りの景気はやや悪くなる。
	×	人材派遣会社（支店長）	・3月末で契約が終了する人も多く、しばらくは我慢の状況が続くと予想される。