

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)	◎	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・3か月前と売上はほぼ同じ水準である。卸売は低調であるが、その分をインバウンドの好調がカバーしている。
	◎	百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・3月に入り、都心店舗の来客数は前年比で10%の増加と大きく増えた。暖冬から一転し、3月上旬は気温の低下で春物商材の動きに不安な部分があったものの、後半の気温上昇とともに軽衣料と雑貨の動きが活発化し、いずれも2けた以上の伸びとなった。アジアからのインバウンドの増加も大きく寄与し、ラグジュアリー商材の新作の動きも良かった。また、化粧品関連もかなりの回復がみられ、春のメイクやスキンケア商材が伸びたほか、フード関連も前年を上回る動きとなっている。
	◎	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・3月は当館だけでなく、地域全体でも非常に来客数が多く好調であった。個人客、グループ客共に利用が多く、平均宿泊単価も上がっている。北陸応援割による影響が多少出ると予想していたが、影響はほとんどない。
	◎	都市型ホテル（フロント）	単価の動き	・3月は予想以上に高い稼働率と単価を維持することができている。
	◎	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊の利用や企業の宴会は回復傾向にある一方、レストランの回復は足踏み状態となっている。特に、ディナー帯の飲料の売上は、今後課題を残している。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が増加している。
	○	一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・今月は腕時計や目覚まし時計の販売に加えて、修理の依頼も入ってきた。特に修理の依頼が目立っており、良い物を大切に使う傾向がみられた。スマートフォンで時間を確認する習慣が増えるなか、時計の良さが改めて認められた気がしている。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・呉服を販売しているが、ここ数年は動きのなかった留袖が動いた。コロナ禍で見送られていた結婚式ができるようになり、着物を着て参列する気分になっている。
	○	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・来客数は依然として前年を下回っているが、客単価の上昇で、売上は前年を上回る動きが続いている。
	○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・引き続き、店舗や周辺エリアへの来客数には力強い増加傾向がみられる。
	○	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・前月のバレンタイン需要に続いて、ホワイトデー関連の売上も好調となった。新年度に向けたギフト関連も、前年と比べて好調に推移している。一方、3月に入っても気温が上がらず、春物衣料はやや苦戦している。
	○	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も従来の傾向に変化はなく、インバウンド売上が好調である。特に、限定販売の化粧品や海外の高級ブランドが好調で、売上の拡大に寄与している。また、催事が好調に推移していることで、来客数も増えている。
	○	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・化粧品や時計などで、インバウンド需要の増加が目立つ。特に、化粧品の需要は前年比で40%増となっている。
	○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数が大きく伸びており、訪日外国人の消費も活発化している。国内客は消費意欲が喚起されている傾向はみられないが、株価が最高値を更新するなど、今後は外部環境の後押しを受けることが予想される。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・状況が良くなっている最大の理由は、インバウンドによる来街の増加である。さらに、隣接地域といった広域からの来街者も増えているほか、商圏内からの来店も堅調に推移している。

○	百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・気温がなかなか上がらず、衣料品は苦戦したものの、来客数はインバウンド、国内客共に前年を上回った。買上率は前年を下回ったが、物価の上昇による客単価の上昇もあり、好調となっている。
○	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・今月は当店でのイベントが多く、客の動員を強化した影響もあるが、全体的に想定よりも売上が好調となっている。
○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上が過去最高を更新しており、特に高額の海外ブランド品や時計がよく売れている。国内の富裕層についても、高級腕時計や海外ブランド品の売上が好調を維持している。
○	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・新生活需要や春の行楽需要が高まる時期に、賃上げや株高などの要素が加わり、客の購買意欲が高まっている。特に、更なる値上げが予想されるハイブランドを中心に、高額品の伸びが顕著である。
○	スーパー（企画担当）	それ以外	・自治体発行のプレミアム付商品券の取扱店舗が多く、3か月間の利用期間があるため、売上全体の増加につながっている。
○	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・物価の上昇による節約ムードは根強いものの、良い物には相応の対価を支払う消費者も増えている。健康志向もあって、お金を使うときには使うという雰囲気になっている。
○	スーパー（企画）	販売量の動き	・当地域でのプレミアム付商品券の発行による恩恵もあり、単価が上昇するなかでも、販売は好調を維持している。
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・夜9時から11時の時間帯は、インバウンド客が従来よりも2割ほど増えている。酒やおつまみが売れており、売上の増加につながっている。
○	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・新生活の開始に伴い、家電のセット購入に加え、携帯電話の動きが増えている。省エネ型給湯器の買換え時期にも入ったことで、需要が大きく増えている。
○	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・ようやく県外への進学や就職が進んでいることもあり、新生活関連の販売量が伸びている。ただし、冷蔵庫や洗濯機などの大型家電のみを購入し、必要な商品は生活をしながら買い足すケースも多い。
○	乗用車販売店（支店長）	販売量の動き	・株価の上昇による影響が出ている。
○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・今月は期末ということもあるが、販売量が増加した。在庫量も十分に確保できており、客との会話も今まではマイナスの意見が多かったが、徐々に少なくなっている。
○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・景気は回復傾向にあるが、コロナ禍によって大人数を集客できる店舗が閉店した影響が大きい。何とか生き残った当店のよう大型店舗に、歓送迎会などの时期的な需要が集中している。また、コロナ禍対策で大人数での宴会を控えていた企業も、宴会を行えるようになったことで、売上が増えている。
○	一般レストラン（店員）	単価の動き	・ランチの利用が増えており、最近は単価の高い商品が出るため、客単価が上がっている。
○	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・外国人観光客の増加に伴い、団体客の予約も好調である。また、国内需要も増加傾向にあり、特に週末の販売価格が上昇している。
○	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・インバウンドによる利用の増加が大きい。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・年度末で人が動くため、需要が増えている。
○	通信会社（社員）	販売量の動き	・年度末の需要や、新生活に向けての需要の増加がみられた。キャリアからの支援策もあり、最後まで店舗の頑張りが続いた。値引きや出張販売の場所代による持ち出しはあったが、販売台数は前年、3か月前と比べて増えている。
○	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	販売量の動き	・イベントに伴う物販の動きが好調である。

○	その他レジヤ施設〔複合商業施設〕（職員）	お客様の様子	・株価が史上最高値を更新し、消費マインドが改善している。
○	その他レジヤ施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・インバウンドは引き続き好調に推移しているが、3月後半の春休みシーズンに雨が続き、国内客の来店が減少している。
○	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・不動産の販売現場での反響や、来場者数、成約数が増加傾向となっている。不動産価格の更なる上昇予想や、ローン金利の上昇予想などが、需要の増加につながり始めている。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・業種による好不調のばらつきが大きく、買い回り品の店舗の苦戦が目立っている。
□	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・年度末であり、新年度も近いいため、最も商品の動きが活発になる時期であるが、新年度関連の動きは今一つである。
□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・例年と同じく、気候の変わり目のこの時期は販売の動きが悪い。
□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・今月も販売量が芳しくなく、売上は伸び悩んでいる。
□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・郊外店である当店の来客数は、28日までで前年比2.9%の減少となったほか、店全体の売上は1.4%の減少、食料品の売上も0.9%の減少と苦戦している。インバウンド効果の薄い郊外型の店舗は、都市部との競合ではやや苦戦している。
□	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月の売上は目標を上回る見込みである。依然として、富裕層向けの高額商品の動きやインバウンド需要は好調に推移している一方、国内の中間層の消費は良い状態とは言い切れない。客は、欲しい商品は高額でも購入する傾向にあるが、不要不急の商品は低価格でも購入しない傾向が強まっている。
□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・3月の免税売上は過去最高を更新しそうな状況であり、外商売上も比較的堅調に推移している。一方、前月までは外商の実績を上回っていた国内の現金客の動きが、少し低調となっている。
□	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・美術品や宝飾品といった、一部の商品は堅調に推移している一方、3月は気温が低かった影響もあり、主力の衣料品の売上が前年の90%台と低調である。
□	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・ここ数か月の傾向に大きな変化はない。インバウンドについても、エリアの特性上、目立った増加はみられない。また、気温が低い影響でファッション関連は苦戦している。一方、株価の上昇により、高額品の動きはやや活発化している。
□	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・全体的な流れに変化はなく、物価の上昇もあって購買意欲は上がらない。国内の中間層には選択消費による節約志向がみられ、ボリュームファッションは苦戦気味である。その反面、時期的なイベント需要などで、富裕層を中心に特選品や時計、宝飾品などが好調となっている。さらに、インバウンド需要も化粧品を中心とした消耗品の売上が倍増するなど、増勢を維持している。
□	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・春の観光シーズンが近づくにつれて、インバウンドを中心とした観光客が増加している。また、富裕層による特選ブランドの需要が引き続き堅調であり、市内中心部の店舗は来客数が増加、売上も順調であった。一方、インバウンドや富裕層の恩恵が少なく、中間層が中心の郊外店は、天候不順や低い気温が続いた影響で来客数が伸びず、売上は低調となっている。

□	百貨店（店長）	販売量の動き	・百貨店で数字が戻っているのは、都心店のインバウンドや一部の富裕層による好調な買上が要因である。郊外店では国内客の買上は厳しく、特に特選洋品が手薄な店舗では、売上が伸びる要素は乏しく、横ばいか微減となっている。品ぞろえの陳腐化で集客が減り、来店客の減少で取引先の売上も悪化し、退店が増えるという悪循環が続いている。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・売上は値上げに伴う改善傾向が続いているが、買上点数が伸びない。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・客の買物動向では、商品の吟味に時間を掛ける傾向がみられる。特に今必要な物以外は、価格が下がっていても買わないと感じる。
□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数の横ばい傾向が続いている。
□	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・食品の値上げ傾向は続いているが、想定したほど客足は減少しておらず、既存店売上は前年を上回っている。来客数が落ちずに単価が上がっているため、売上も上向いている。
□	スーパー（企画）	販売量の動き	・値上げはまだ続いており、収入の増加が追いつかなくなっている。平均単価の上昇で売上は堅調であるが、消費者の負担が増えている影響で、購入点数は伸びていない。
□	スーパー（社員）	単価の動き	・店舗への来客数の増加は続いている。ただし、慎重に買物をする客が増えたようで、全体的に買物ごとの購入数量は減少傾向にある。それでも客は商品価格の上昇に慣れてきたようで、販売単価の上昇が続き、売上は堅調に推移している。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・例年3月は販売量が減少するが、今年は天候の悪い日が続いたため、その影響も出たと考えられる。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣の企業や専門学校への通勤、通学者数のほか、周辺ホテルの宿泊者数はかつての水準に戻ったが、この数か月は横ばいであり、来客数には大きな変化がない。
□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・売上はかつての水準に戻り、販売量も安定している。値上げの影響を心配していたが、今のところは客の様子に変化はなく、買い控えなどの影響もみられない。
□	コンビニ（店員）	販売量の動き	・気温の変化が激しかったこともあり、焼き立てパンや弁当の廃棄が目立つ日もあったが、売上は落ち込んでいない。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・余り変化はみられず、来客数や販売量も落ち着いている。
□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が少し増えているが、中旬に気温が冷え込んだ影響で、購入にはつながっていない。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて、来客数、売上共に横ばいであるが、前年の水準は下回っている。
□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・年度末でもあり、多少は上向いたが、例年と比べるとかなり悪い。
□	住関連専門店（店員）	それ以外	・特に目立った変化はない。
□	その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・インフレの傾向が強まり、消費の落ち込みがみられる。商品の値上げで売上を維持している状況で、利益が圧迫されている。
□	その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇が、消費者には最も大きな負担となる。株価は上がっているが、電気代やガス代を含めた物価上昇の影響は厳しいものとなっている。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	それ以外	・米国株や国内株の株価上昇で、投資利回りは上向いているが、物価の上昇に賃金の上昇が追いついていない状況では、身の回りの景気が良くなっている実感はない。

<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・気温の上昇に伴い、医薬品や健康食品の動きは低調な一方、カウンセリング化粧品や化粧雑貨等の好調が目立っている。食品や日配品などの生活必需品も順調に推移している。全体としては、3か月前と比べて買上点数は減少しているものの、客単価や商品単価は上向いている。
<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	・受電数はある程度増えてきたが、相変わらず注文よりも問合せの方が多い。
<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	・天候不順の影響もあって、売上は伸びていない。ほぼ前年並みの動きであるが、衣料品が不振となっている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・例年、春は受験や転勤、転居などで食事会を開く機会が多いが、今年の3月は天候不順の影響で客足が余り伸びていない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・地域の野菜を使ったランチメニューをニュースで取り上げられて以降、かなり忙しくなっている。問合せの際は必ず値段を聞かれ、手頃な価格なので来店につながっているが、夜の来客数は減少しており、全体的にはかなりシビアな状況になりつつある。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・年度末ということもあり、自動販売機の撤去が多かった。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・春休みに入り、インバウンド、国内客共に順調に受注できているが、単価を上げている分、国内客の動きが若干鈍い。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・国内需要の低下をインバウンド需要の増加で補っている。客室稼働率は3か月前と同じ水準のため、全体として大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	販売量の動き	・低迷が続いていたインバウンドは、今月の中旬頃から少し戻ってきたが、国内客は国内旅行、海外旅行共に横ばいが続いている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・春休み需要もあり、ここ3か月は予約件数、単価共に、大きく落ち込むことなく推移している。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・株価の上昇やマイナス金利の解除といった前向きな動きと、一般客の動きが連動していない。生活以外に使えるお金は増えておらず、客の心理としても、旅行に行こうというレベルには達していない。旅行に行きたい気持ちはあるが、一部の富裕層以外は顕在化していない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・卒業式や異動に伴う利用のほか、春休みなどの行事もあるため、客足は伸びているが、かつての水準には回復していない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	販売量の動き	・2月の販売実績と、3月の販売見込みは前年並みであり、単価も前年並みとなっている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	単価の動き	・新たなキャンペーンが転居の時期と重なり、新規加入客が獲得できたものの、競合他社も同様のキャンペーンを実施しており、解約が多くなっている。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	来客数の動き	・前年と比較すると、来客数が減少している。天候の問題もあるが、前月までと勢いが少し違うと感じる。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	それ以外	・利用者数はほぼ横ばいであり、経費等の動きをみても大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・コストプッシュ型の物価上昇がなかなか止まらない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・新築分譲マンションは、都心のタワーマンションには富裕層の投資もあり、販売価格を上げてでも売行きは絶対好調である。一方、郊外の実需向けマンションは、土地代や建設費の高騰による販売価格の上昇に客が付いてこられず、販売に陰りが出始めている。

	□	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	・株価の上昇や賃上げなどのプラス材料はあるが、中小企業は金利の上昇による影響を受けるため、身の回りの景気は上向いていない。
	□	その他住宅〔展示場〕（従業員）	単価の動き	・建築単価の上昇傾向は、当面続くと予想される。
	□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	お客様の様子	・物価の上昇による影響か、ホームエレベーターの部品交換費用を出せない客が出始めている。生活必需品であるにもかかわらず、部品の交換や修理を渋るケースがあるなど、景気が低迷している。
	▲	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・来客数は増えているが、婦人服や紳士服、子供服などのファッション関係の動きが悪い。特に気温が低い影響で、婦人服関係は春物が動いていないほか、商品の値上げの影響もあって厳しい状況にある。一方、インバウンド売上の前年比は、2月が119.8%、3月が117.3%と好調に推移している。
	▲	スーパー（店員）	単価の動き	・雨が続き、野菜の値段が2倍以上に上がっている。特に、葉物野菜の状況が厳しいほか、お彼岸も雨が続いた影響で、墓花の売行きが悪い。
	▲	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・来客数が減っているため、売上目標を下回っている。
	▲	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・暖冬の影響もあって販売量が少なく、客の動きも悪い。
	▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・物価の上昇に大きく左右されており、客は必要最低限の商品だけを購入している。もちろん来客数は少なく、客の購入単価も低下するなど厳しい状況にある。
	▲	住関連専門店（店長）	それ以外	・物価の上昇は収まる気配がなく、円安も常態化するなか、客の節約志向が更に強まっている。
	▲	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・コレクションの収集や付き合いの一環で購入できる顧客層も、購入のペースが遅い。
	▲	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・売上の前年比は、3か月連続で若干の減少傾向となっている。来客数も同様に、減少傾向が続いている。
	▲	一般レストラン（店主）	単価の動き	・1人当たりの客単価が低下しているほか、原材料価格の値上げが進んでいる。
	▲	観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・能登半島地震以降、富裕層向けの宿の動きが悪い。
	▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料費や人件費の高騰で、利益が圧迫されている。
	▲	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8597円と、3か月前の8911円よりも下がっている。
	▲	美容室（店長）	来客数の動き	・何となく売上は維持できているが、水準は低いままである。
	▲	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・流通在庫の増加に伴い、価格調整が始まりつつある。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・諸物価の上昇に賃金が追い付いておらず、客が減少傾向にある。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・2月はまだ婦人服のセールが続いており、セール目的の客が来店したが、3月は極端に来客数が減少している。セールもなく、春物商材が中心であるため、売上が大変厳しい。
	×	通信会社（社員）	販売量の動き	・加入の申込みは、例年よりも大きく減少している。
企業動向関連	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前よりも景気は良いが、同比で上向いているとは感じない。
(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。
	○	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・外国人観光客による飲食店の利用の更なる増加もあり、飲料の売上が少し良くなっている。さらに、団体客による歓送迎会も少しずつ増えている。

○	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事量が増えると同時に、生産効率が上がって作業時間の短縮が可能になるなど、社内外の雰囲気は悪くない。
○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月と同様、半導体市場の好調に助けられる状況がしばらく続きそうである。
○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事の量は以前よりもかなり増えている。特に、今月の引越し作業は前年の3倍ほどに増えた。また、運賃も少しであるが今月よりも上昇している。
○	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	・外国人観光客が増えており、駅ナカ各店で外国人利用者数を前年8月から集計し始めたが、今月は2番目に多い結果となっている。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月と同様に、月末に近づく受注量が減少している。
□	出版・印刷・関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量や受注額に大きな変化はみられない。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	取引先の様子	・物価の上昇が続いている。春闘では大企業を中心に賃上げが進んでいるが、実質賃金が増えている実感は乏しい。株価も史上最高値を更新しているものの、実感は余りない。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連、建築土木関連に大きな動きはなく、足踏み状態が続いている。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・注文、引き合い共に上向いていない。大きな案件もあるが、進捗が遅い。
□	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	・人件費を見直した上で、受注を継続できればよいが、発注者との交渉がネックとなっている。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・エアコンは前年を上回る荷動きであるが、冷蔵庫や洗濯機、テレビ等の大型商品の動きは前年を下回っている。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上、受注共に横ばいであり、大きな変化はない。
□	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・市況がかつての状態に戻らず、現状は8割程度の回復状況で低迷している。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共にほとんど変わらない。年度末であり、もう少し問合せ等も増えると予想されたが、それほど増えていない。
□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・年度末の工事では技能労働者が不足しているほか、一部の建設資材の納期が定まらず苦慮している。今後も引き続き、現状を踏まえた慎重な計画の設定が必要になる。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月の賃上げまでは、様子見の動きが続くとみられ、新規の問合せも少ない。
□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・キャンペーンの反響も余りなく、前年の80%ほどの配達量となっている。
□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・マイナス金利政策の解除後も円安傾向が続き、輸入業者は引き続き仕入コストが下がらない状況にある。全体としては3か月前と変わらない。
□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・期末の費用消化による広告出稿が、比較的好調となっている。
□	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先である中小の小売業の経営者からは、コロナ禍の際よりも売行きが悪くなったという話をよく耳にする。コロナ禍においては、飲食店の危機が注目されたが、食品以外の小売店も同様であった。コロナ禍が収束し、中小の小売店からの客離れが鮮明になり、先行きへの大きな危機感が広がっている。
▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・物価全体の上昇や、当社製品の値上げによる買い控えの影響か、売上が落ち込みつつある。
▲	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・消費者向けの販売会では売上が減少している。イベントでの販売にいつも参加する人が半分以上を占め、販売単価の交渉も多い。また、景品によって購入の有無が変わることも多い。

	▲	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・国内外への車載用電装部品関連の出荷や、中国子会社への出荷が減少している。
	▲	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・相変わらず物価が上昇している。大企業のベースアップは満額回答であるが、周囲の中小企業の給与水準はむしろ悪化している。労働者の7割が働く中小企業で可処分所得が増えなければ、物価上昇の分だけ苦しくなることは避けられない。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・商店街などの1階の空き店舗がかなり増えている。特に物販関係が厳しく、賃料が下がって空室率が上がっているため、景気が悪くなっている。
	▲	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	・商品の値上げが依然として続くなか、値上げによって単価が上がっている一方、受注量が減っているため、売上は伸びていない。受注量が減少しているため、業況は悪いと感じる。
	×	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・国内需要と海外需要による利益のほか、為替や株高による利益の内容は、別々に認識されるべきである。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・株価は上がっているが、景気への好影響はみられない。
雇用 関連 (近畿)	◎	*	*	*
	○	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・観光地には訪日外国人があふれ、観光産業はますます活況を呈している。それに伴い、求人数も増加している。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人は至る所から出てきている一方、求職者を人選する動きは鈍化している。求職者は希望条件を高望みする傾向があり、マッチするケースが少ない。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年比で増えるなど、求人は増加傾向にあるが、求職者が減少傾向にあるため、人手不足に苦しむ事業所が増加している。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・新卒採用では、学生のエントリー企業数が3年ぶりに増加した。説明会もオンラインと対面を使い分けて活用しており、活発に情報収集している様子がみられる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求人自体は余り増えておらず、求職者の動きも慎重である。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・年度末にかけての、関西の地元企業によるプロモーション費用の増加は、ほぼ前年並みとなっている。第3四半期と比べても大きな変化はない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・株価が史上最高値を更新するなど、景気が上向いている事実はあるが、それに比例して日本全体の景気が上向いているとは考えられない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・観光業界では、賃金を上げてでも人手不足が解消されない。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・好材料も悪材料もないため、しばらくは今の状態が続く。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・1月から3月の新規求人数は、前年比で3か月連続の減少となっている。採用数、新規求職者数も同様に減少しているが、事業所からの人手不足の声は多く、採用意欲は引き続き高い。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・求人数が増える一方、求職者は減る傾向がみられるが、前月と比べて大きな変化ない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・今後も人手不足の状況が予想され、人材確保のための賃上げが中小企業にまで広がり、企業の採用意欲が更に高まっている。ただし、これらの動きが景気を上向かせるまでには、もうしばらく時間が掛かる。
□	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・大企業は春闘での満額回答など、景気の良い話が増えているが、下請などの中小企業は採用人員の確保もままならず、経営にも負担が掛かっている。	



	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	<p>・有効求人数の季節調整値は底堅く推移しており、人手不足の声も多く、持ち直しの動きが継続している。ただし、直近では10か月連続で前月を下回っているほか、物価や燃料費、労務費といったコストの上昇で、企業利益が圧迫されている。また、中国経済の鈍化といった海外情勢の悪化による、輸出や生産への影響も多く聞かれ、持ち直しの動きの弱い状況が続いている。</p>
	▲	*	*	*
	×	—	—	—