

8. 近畿（地域別調査機関：リ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<br>動向<br>関連<br><br>(近畿) | ◎                   | コンビニ（店員）   | ・外国人の経営者が近隣で増えており、その会社で働く外国人の従業員も増えている。観光客だけでなく、多くの外国人による生活の拠点になりつつある。   |
|                            | ◎                   | 乗用車販売店（支店長）  | ・物価は確実に上がっているが、投資信託や株価の動きは良い。また、新NISAの利回りも商品によっては10%を上回っているため、来年は更に良くなることが予想される。   |
|                            | ○                   | 商店街（代表者）   | ・人出が増え、売上も良くなってきた。1月もこの調子が続けば景気は良くなる。  |
|                            | ○                   | 一般小売店〔化粧品〕<br>（経営者）  | ・フレグランス関連の売上シェアが、各店舗で10%から15%に伸びている。今後も好調が予想されるなか、2月から4月のギフトシーズンは大きな伸びが期待される。また、インバウンドが集まる地域では需要の伸びも期待できるため、緩やかな増加傾向が続く。                                 |
|                            | ○                   | 一般小売店〔呉服〕（店員）  | ・呉服を販売しているが、これから3～4月は卒業式や入学式があるため、着物の購入が増えると期待している。  |
|                            | ○                   | 一般小売店〔菓子〕（営業担当）  | ・年明けから良いスタートが切れることを期待したい。  |
|                            | ○                   | 百貨店（サービス担当）  | ・年始営業の傾向が変化するなかでも、例年どおりの集客が期待されるほか、今後も新ショップの開店効果や新規催事の導入などにより、前年の実績を確保できそうである。   |
|                            | ○                   | 百貨店（外商担当）  | ・政府によるビザの緩和で、中国からの旅行者の増加が予想される。米国大統領が就任し、円安の加速が見込まれることも、インバウンド売上が増加する要因となる。  |
|                            | ○                   | 百貨店（宣伝担当）  | ・インバウンド、国内客共に、来街者の動きが堅調である。来客数も前年比でプラスを維持しているため、売上の増加が期待され、販売体制の整備と商材の確保を進めている。  |
|                            | ○                   | 百貨店（売場マネージャー）  | ・新年を迎えるなかで、消費意欲の上昇が見込まれる。ただし、光熱費やガソリン価格の上昇といった要因による家計の圧迫が、景気の悪化リスクになると予想される。   |
|                            | ○                   | スーパー（企画担当）   | ・競合店が出店した店舗では売上の悪化が予想されたが、年末商戦は前年比で1割弱の影響にとどまり、全店ベースでは前年の売上を上回った。野菜価格は上昇したものの、年末の必需品でもあり、買い控えされることなく購入がみられる。キャベツやきのこと類も同様に、販売点数は減っているが、単価の上昇で売上は維持できている。 |
|                            | ○                   | スーパー（企画）   | ・2025年以降も賃金増加の流れは続く予想されるため、景気の改善が続く。   |
|                            | ○                   | コンビニ（経営者）  | ・来客数は大きく変わらないと予想されるが、各商品の値上げラッシュが控えており、客単価の上昇が見込まれる。   |
|                            | ○                   | コンビニ（経営者）  | ・今後は、欧米からのインバウンドの比率が約20%に増えると予想される。それに伴い、クレーンゲームのアミューズメントコーナーを設けることで、売上が約10%増える見込みである。   |
|                            | ○                   | コンビニ（店員）   | ・工事中であった高速道路が開通し、来客数が少し増えてきた。このままどんどん増えることはないものの、工事中はう回していた客が戻ってくることを期待している。   |
|                            | ○                   | 家電量販店（経営者）   | ・補助金効果により、リフォームの引き合いが増えると期待している。   |
|                            | ○                   | 家電量販店（店員）  | ・引っ越しや新生活シーズンに突入し、来客数が底上げされるため、少し良くなると予想される。   |
|                            | ○                   | 家電量販店（人事担当）  | ・県外への就職や進学が戻り、新生活に必要な家電の購入が期待される。  |
|                            | ○                   | 家電量販店（企画担当）  | ・住宅省エネ2025キャンペーンの概要が決まり、エアコンと内窓、設備機器のセット提案がしやすくなるため、販売の追い風になることは間違いない。   |
|                            | ○                   | 乗用車販売店（経営者）  | ・新車の販売が好調であり、車検台数も増えている。   |
| ○                          | その他専門店〔ドラッグストア〕（店員） | ・年も変わり、季節も変わるため、新商品の販売増への期待が高まる。特にメイク化粧品関連の商品は、楽しみにしている客も多いため、売上の増加が期待される。 |  |
| ○                          | その他飲食〔ファーストフード〕（店員） | ・海外からの旅行者が多くなり、来客数や客単価が上向いている。   |  |

|   |                              |   |
|---|------------------------------|---|
| ○ | 観光型旅館（経営者）                   | ・前年に設備投資を行った成果が出ている。  |
| ○ | 都市型ホテル（スタッフ）                 | ・インバウンドの動きは依然として好調で、売上の前年比はプラスとなりそうである。ただし、国内客による高額商品への需要は足踏み状態であるほか、レストランも全体的には好調であるが、宿泊に伴う朝食以外は伸び悩んでいる。   |
| ○ | 都市型ホテル（客室担当）                 | ・ボーナス支給のタイミングなどで、客が動くと思われる。   |
| ○ | 都市型ホテル（総務担当）                 | ・大阪・関西万博の開催まで約3か月となり、関連施設の完成が近づくとともに、関係者の利用が期待できる。また、開幕後は国内外からの来場者による宿泊需要が見込まれる。  |
| ○ | タクシー運転手                      | ・今後もインバウンド効果や、大阪・関西万博などで世間が騒がしくなるため、景気はやや良くなる。ただし、タクシーの利用をぜいたくと考える消費者が増えている点では、先行きは明るくない。   |
| ○ | 通信会社（社員）                     | ・例年よりも学割施策が早くスタートし、これから新生活シーズンを迎えるため、やや良くなる。  |
| ○ | その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当） | ・徐々に冬の寒い気候となることで、冬のスポーツを楽しむ動きが増える。また、円安傾向が続くことで、インバウンド需要が堅調に推移することが予想される。   |
| ○ | その他住宅〔展示場〕（従業員）              | ・建築資材価格や人件費はいまだ高止まりの状況であるが、モデルハウスの成約数は僅かながら増加傾向にある。消費マインド自体もやや回復傾向にあると考えられる。  |
| □ | 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）              | ・先行きの予約受注がやや少なくなっている。   |
| □ | 一般小売店〔衣服〕（経営者）               | ・景気が上向き要素は見当たらず、数か月先も余り変化はないか、悪くなる可能性がある。年明けからどのような推移となるか、注視するしかない。   |
| □ | 一般小売店〔野菜〕（店長）                | ・今後も変わる要素は少ないため、大きな変化はない。   |
| □ | 百貨店（企画担当）                    | ・為替と株価の推移次第であるが、このままの状態が続けば、春節の時期までは現在のよう動きが続くと予想される。   |
| □ | 百貨店（企画担当）                    | ・ここ数か月の動きをみると、各種製品の値上げもあり、今後も買い控えが続くことが予想される。   |
| □ | 百貨店（販促担当）                    | ・高額品の売行きやインバウンド需要に関しては、堅調な推移が予想される。一方、衣食住の需要は気候が1番の変動要素であり、春物商材への切替え時期を見極めて、冬物商材の処分計画を立てることが重要である。また、ギフト需要の高まる時期でもあるため、商品展開の強化により、堅調な需要の取り込みも進めていく。             |
| □ | 百貨店（マネージャー）                  | ・春のお祝いシーズンのギフト需要などは、堅調に推移すると予想される。また、春には食品フロアの改装を予定しており、改装前にはセールを実施する予定である。   |
| □ | 百貨店（販売推進担当）                  | ・春の賃上げの上昇幅に左右される。上昇幅が小さければ、一気に消費が冷え込む可能性もある。  |
| □ | 百貨店（マネージャー）                  | ・ここ数か月から1年は、インバウンドの動きが来街や購買のプラス材料となったが、直近はその動きが落ち着きつつあり、今後は余り大きな改善は見込めない。一方、中国人客の来街はまだ増える可能性があり、今後を大きく左右する要素となる。  |
| □ | 百貨店（売場マネージャー）                | ・年末にかけて売上、来客数共に増えているが、年明けの状況が読みにくい。特に、原材料価格の高騰や水道・光熱費の値上げにより、店頭売上は買い控えなどの懸念材料が残る。一方、インバウンド需要ではラグジュアリー関連が好調なほか、外商売上も金製品などの資産価値の高い商品が好調であるなど、百貨店市場を取り巻く環境には期待できる。 |
| □ | 百貨店（管理担当）                    | ・インバウンド需要も売上のけん引役となるには力不足で、一進一退の状況が続くと予想される。  |
| □ | 百貨店（外商担当）                    | ・経済状況や為替動向、世界情勢などの外的要因に大きな変化がない限り、現状維持が続く。富裕層市場の動きについては、高級時計や特選婦人服などのブランドごとに明暗が分かれている。  |
| □ | 百貨店（商品担当）                    | ・物価の上昇や実質賃金の減少、国内外の政情不安など、不確定要素が多い。   |

|                          |                   |   |
|--------------------------|-------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | 百貨店 (マネージャー)      | ・年明けも大きな流れは変わらず、値上げの動きが続くなかで、国内の中間層は時間や場所、場面を考えた、メリハリのある選択消費が続くと予想される。一方、インバウンド消費は中国からの訪日が増えることで、一定の好調が続く見込みである。                |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店 (商品担当)        | ・外商売上の比率が高い高額品では、株価の先行きが不透明なこともあり、購買時期を見極めようとする客が多い。また、年始の米国大統領の就任による影響次第で、購買心理の変動が予想される。                                       |
| <input type="checkbox"/> | スーパー (経営者)        | ・消費税の撤廃といった大きな動きがなければ、全体の景気が良くなることはない。  |
| <input type="checkbox"/> | スーパー (店長)         | ・効率の良い買物やコストパフォーマンスが注目されるなか、価格競争からいかに脱却するかが問われる。  |
| <input type="checkbox"/> | スーパー (店長)         | ・物価の上昇により、特に衣料品に大きな影響が出ている。   |
| <input type="checkbox"/> | スーパー (店長)         | ・物価の上昇が景気回復の妨げになっている。消費者の収入が増加しなければ、景気回復の可能性は低い。  |
| <input type="checkbox"/> | スーパー (企画担当)       | ・現状の来客数の動きが続くと予想される。  |
| <input type="checkbox"/> | スーパー (経理担当)       | ・クリスマスや年末商戦は活況であるが、年明け以降はガソリンを始めとする値上げラッシュが予想され、一転して節約ムードが強まる見込みである。これに加え、関西は首都圏からのスーパーの進出が続いており、価格競争の激化や体力勝負の展開が予想される。         |
| <input type="checkbox"/> | スーパー (販売促進担当)     | ・目立ったプラス材料があるわけではないものの、年末年始もレジャー料金が上昇したほか、インフルエンザの流行などで在宅率も高止まりするため、しばらくは現在の傾向が続くと予想される。  |
| <input type="checkbox"/> | スーパー (企画)         | ・関東の競合スーパーによる出店があったが、今のところは売上などに大きな影響はみられない。直近の好調な動きが、今後2、3か月は続くと予想される。   |
| <input type="checkbox"/> | スーパー (開発担当)       | ・政府の景気対策が具体的に決まらないなか、各方面の物価の上昇もあり、景気が良くなることはない。   |
| <input type="checkbox"/> | スーパー (社員)         | ・節約志向が高まる傾向は、今後も続くと予想される。年末から来年にかけて、販売促進策などを積極的に行い、消費喚起を進めていきたい。  |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ (経営者)        | ・ガソリン代も上がり、外出する動きは少なくなるが、来年は景気の回復を期待したい。  |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ (店長)         | ・現在の傾向がしばらく続くと予想される。働き手不足の傾向も進んでいるため、人件費の上昇が値上げによる利益の増加を上回ることになれば、経営的にも苦しくなる。   |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ (店員)         | ・年明けからの商品価格の上昇に伴い、客の買い控えが心配される。   |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店 (店長)       | ・価格の上昇がまだ続くとの報道もあるなか、手放して景気回復が期待できる要素はない。インフルエンザの感染拡大にも注意が必要である。  |
| <input type="checkbox"/> | 家電量販店 (営業担当)      | ・今の傾向が続くかどうかは、競合先の動き次第である。  |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店 (経営者)      | ・個人消費の動きが徐々に弱くなっている。  |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店 (販売担当)     | ・物価の上昇などで、景気が良くなるとは考えられない。高額な買物でもあるため、購入が先延ばしされている。   |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店 (販売担当)     | ・年明けも現状の動きが続く可能性が高いが、可処分所得が増えれば全体の改善につながるため、少しずつでも雰囲気は良くなることを期待している。  |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店 (役員)       | ・日本では電気自動車の浸透が当初の予定どおりに進んでおらず、大きな変革の波に乗っていない。また、米国大統領の交代により、世界経済の先行きも不透明となっている。車両価格が上昇しているのは悪くない傾向であるが、大きな施策がないなかで、良い材料が見当たらない。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店 (営業担当)     | ・市場が冷え込んでおり、改善策もみえないため、今後も厳しい状況が続く。   |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店 [宝石] (経営者) | ・食料品の値上げが年明け以降も続くため、厳しい状況は変わらない。  |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店 [食品] (経営者) | ・原価の上昇によって販売価格が上がり、販売数量が前年よりも落ちているため、良い状態ではない。  |

|                          |                            |   |
|--------------------------|----------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)   | ・現状は、物価の上昇や賃上げなどによる景気への影響がみられないため、しばらくは景況感に変化はない。   |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店 [宝飾品] (販売担当)        | ・円安が止まらないなか、今後も円安傾向が続くと予想の下、資産価値を考えた金製品の購入を意識する客もみられる。  |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店 [医薬品] (管理担当)        | ・本格的な冬となり、感冒薬などの医薬品や衛生用品の売上は増加が続く一方、年末商戦が落ち着くことで、食品や日用雑貨などの生活必需品のほか、化粧品、化粧品雑貨などは大きな増加が見込めない。また、食品や生活必需品は値上げの影響で客単価は上昇しても、買上点数は減少することが予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | その他小売 [ショッピングセンター] (総括)    | ・インバウンド以外の消費が落ち着き、ハレの日といったモチベーション需要がなくなっている。  |
| <input type="checkbox"/> | その他小売 [インターネット通販] (オペレーター) | ・様々な感染症の流行や、花粉の季節の到来でマスクの需要が増えるため、今後もやや良い状態が続く。   |
| <input type="checkbox"/> | 高級レストラン (企画)               | ・単価上昇の動きは、来年の春以降は鈍くなることが予想される。国内旅行の需要が盛り上がり欠けることも含めて、今後の業績は楽観できない。  |
| <input type="checkbox"/> | 一般レストラン (企画)               | ・販売量が大きく変わる要素は見当たらず、現状維持が予想される。ただし、材料費や人件費は依然として高騰が続いているため、収益は厳しい状況が続く。   |
| <input type="checkbox"/> | 一般レストラン (店主)               | ・消費者の変化への対応が遅れており、対応の仕方も分からない。  |
| <input type="checkbox"/> | 観光型ホテル (経営者)               | ・来年1月以降の先行予約も好調である。ただし、4月以降の大阪・関西万博関連の動きはまだ余りないため、今後の盛り上がり期待したい。  |
| <input type="checkbox"/> | 観光型ホテル (経営者)               | ・不安定な政治や世界的な紛争などへの不安感が、経済に大きな影響を及ぼしている。平和で安定した経済状態が続かない限り、厳しい状況は変わらない。  |
| <input type="checkbox"/> | 都市型ホテル (客室担当)              | ・大阪・関西万博の開幕を控え、どのような動きになるのかは予想が難しい。   |
| <input type="checkbox"/> | 都市型ホテル (管理担当)              | ・秋の行楽シーズンと比べると、オフシーズンの冬場は国内客の動きが鈍化するため、インバウンドの間際予約による売上の確保に期待している。  |
| <input type="checkbox"/> | 都市型ホテル (管理担当)              | ・景気の良くなる兆しがみられない。   |
| <input type="checkbox"/> | 旅行代理店 (店長)                 | ・例年、年始は一時的に活発な動きとなるが、今年も年始だけの好調にとどまる。まだ物価の上昇が続くと予想されるため、景気の回復は難しい。  |
| <input type="checkbox"/> | 旅行代理店 (支店長)                | ・客の意見として、良くなる材料が見当たらないという声が多い。年収の壁が引き上げられるとのニュースはあるが、実際の効果が出るまでには時間が掛かるため、現時点で消費マインドを好転させる効果はない。  |
| <input type="checkbox"/> | タクシー運転手                    | ・消費者には節約志向がみられるため、大きくは変わらない。  |
| <input type="checkbox"/> | 観光名所 (企画担当)                | ・来場者の増加は止まりつつあり、今後も同じような状況が続くと予想される。  |
| <input type="checkbox"/> | 遊園地 (経営者)                  | ・目下、消費を刺激するような施策が見当たらない。  |
| <input type="checkbox"/> | ゴルフ場 (支配人)                 | ・今後の景気は季節要因に左右されるが、今月の予約状況を考慮すると、良くも悪くもなく、大きな変化はないと予想される。   |
| <input type="checkbox"/> | 競艇場 (職員)                   | ・年末のSG競走は、前年よりも売上がかなり増えた。年始の開催分も全国的に好調な売上が見込まれるなど、年始以降は高水準の売上が維持できそうである。  |
| <input type="checkbox"/> | その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)   | ・イベントの開催は順調であるが、収支をみると必要経費が増加傾向にあり、利益が増える状況ではない。  |
| <input type="checkbox"/> | その他レジャー施設 [球場] (経理担当)      | ・3月にはプロ野球の公式戦のほか、多くのコンサートや子供向けのイベントも予定されているため、例年並みの集客を期待している。   |
| <input type="checkbox"/> | 美容室 (店員)                   | ・3か月後の予約も安定して入っているため、大きな変化はない。  |

|   |                         |  |
|---|-------------------------|--|
| □ | その他サービス [マッサージ] (スタッフ)  | ・アロママッサージで服を脱ぐため、寒い時期には来客数が減少する。   |
| □ | その他住宅 [住宅設備] (営業担当)     | ・年末年始の稼働日数の少なさから、年明けの売上が減るのは明らかである。少ない営業日に業務のし寄せが集中し、1日当たりの仕事量が増えることで多忙となる。年収の壁の議論も肩透かしに終わりそうななか、国民の生活の実態に向き合うことを求めたい。       |
| □ | その他住宅 [情報誌] (編集者)       | ・新築物件のコスト上昇は、更なる継続が見込まれる。  |
| ▲ | 一般小売店 [時計] (経営者)        | ・将来的な見通しを考えると、暗いなかを手探りで進むような感覚がある。身の回りや客の様子は決して明るくなく、余裕のある人と余裕のない人がはっきりと分かれており、先行きは楽観できない。                                   |
| ▲ | 一般小売店 [事務用品] (経営者)      | ・大阪・関西万博の開催が近づき、もう少し景気が上向く雰囲気になると予想していたが、良くなる気がしない。  |
| ▲ | 百貨店 (売場主任)              | ・インバウンド需要の追い風が大きいと、米国大統領の就任で過度な円高が進むようなことがあれば、業績に悪影響が出ると予想される。   |
| ▲ | 百貨店 (広報担当)              | ・1月は冬のクリアランスセール時期であるが、夏も含めて勢いは年々低下しているため、12月の勢いを持続することは難しい。  |
| ▲ | スーパー (店員)               | ・価格がまだ上がりそうであるため、当面は厳しい状況となる。  |
| ▲ | スーパー (企画)               | ・食料品の単価が上がっており、当面は低下する要因が見当たらないため、購入量の減少や低額品への需要のシフトが予想される。  |
| ▲ | コンビニ (店員)               | ・長期休暇もない時期となるため、通常の動きに戻る。  |
| ▲ | 衣料品専門店 (店員)             | ・需要の閑散期に入るため、景気は悪化する。  |
| ▲ | 家電量販店 (店員)              | ・11月と12月は前年割れで、ボーナス支給の影響も乏しい状況であった。今後も物価の上昇やガソリン代の値上げなどで、買い控えが増える見込みである。   |
| ▲ | 高級レストラン (スタッフ)          | ・例年どおり、年始以降は客足の減少が予想される。   |
| ▲ | 一般レストラン (経営者)           | ・賃金が上がっていることは間違いないが、飲食店の使い方の変化により、外食が減る傾向となる。また、今後はガソリン代の補助が終了し、更なる物価の上昇が予想される。簡単に商品の値上げはできないが、値上げを検討する必要があるなど、ますます厳しい状況となる。 |
| ▲ | 一般レストラン (経営者)           | ・インフルエンザや風邪の流行のほか、確定申告に行く人も増えるため、来客数が伸びない。   |
| ▲ | 観光型旅館 (団体役員)            | ・例年のことであるが、年始の祝日や成人の日の3連休を除き、1月、2月が閑散期となる状況は変わらない。   |
| ▲ | 都市型ホテル (フロント)           | ・1月は団体を中心にインバウンドの入込が少なく、国内客の動きも鈍化している。ただし、2月以降の予約は順調に入っている。  |
| ▲ | 都市型ホテル (客室担当)           | ・市場が閑散期に入ると、海外需要による販売価格の上昇にブレーキが掛かり、低価格での販売にシフトする施設が増えるため、高単価の維持が難しくなる。  |
| ▲ | 旅行代理店 (役員)              | ・受注件数は引き続き低迷が続く。円ドル相場も円安傾向が続くことで、海外旅行の価格や需要への影響が予想される。   |
| ▲ | 通信会社 (経営者)              | ・円安の進行による物価の上昇が懸念される。  |
| ▲ | 通信会社 (営業担当)             | ・固定電話の番号ポータビリティ制度が変わるため、客の動きが活発になると予想される。競合が多い業種のため、客が他社に少し流れる可能性もある。  |
| ▲ | 通信会社 (役員)               | ・12月26日の電気通信事業法の改正が、販売に影響すると予想される。   |
| ▲ | テーマパーク (職員)             | ・現在のような厳しい経済情勢にあって、増税の動きが否定できない状況では、何も期待できない。  |
| ▲ | 競輪場 (職員)                | ・年明けから更なる値上げが予定されているが、それに収入の増加が追いついていない。さらに、米国の大統領が交代することで、経済がどう変化するかにも左右される。  |
| ▲ | その他レジャー [スポーツ施設] (業務担当) | ・通常どおり営業している施設では、利用者数が前年を上回っているところもあるが、売上全体は前年比で80%前後にとどまっている。   |
| ▲ | その他サービス [学習塾] (スタッフ)    | ・年末前に休みがちな生徒が出てきたため、そのまま退会につながる可能性がある。   |

|                            |   |                               |  |
|----------------------------|---|-------------------------------|--|
|                            | ▲ | 住宅販売会社（経営者）                   | ・客は所得の半分程度しか自由に使えず、将来の展望が開けないため、購入意欲が下がっている。   |
|                            | ▲ | 住宅販売会社（従業員）                   | ・新築分譲マンションの販売価格が、実需層の購入可能な水準を超えており、販売が鈍化する物件の増加が予想される。   |
|                            | ▲ | 住宅販売会社（総務担当）                  | ・今後ますます資材価格が上がるなか、販売価格に転嫁すれば受注量に悪影響が出る。  |
|                            | ▲ | 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） | ・不動産の取引件数が減少しているほか、企業の倒産件数も増加傾向にある。  |
|                            | × | 一般小売店〔花〕（店員）                  | ・物価の上昇が続くことで、客の購買意欲の低下が続くと予想される。   |
|                            | × | 衣料品専門店（経営者）                   | ・ガソリン代などの値上げが年末年始の生活を襲っており、心理的な要因でも景気がより一層冷え込む。  |
|                            | × | 衣料品専門店（経営者）                   | ・食料品などの価格が上がっているため、年配客は安心して服を買えない。   |
|                            | × | 家電量販店（店員）                     | ・景気回復の兆しがなく、この先も厳しい状況は変わらない。さらに、今以上に悪くなることで、経済の低迷につながることも予想される。                                |
|                            | × | 家電量販店（店員）                     | ・補助金などで限られた客層の購買は増えても、価格の高騰が続くなかで、他社と差別化を進めながらの契約の獲得は頭打ちとなりつつある。                               |
|                            | × | 乗用車販売店（経営者）                   | ・薄利での販売がいつまで続くか不透明である。メーカー統合の話もあるが、いつ利益を生むようになるのかは大きな問題である。                                    |
|                            | × | 住関連専門店（店長）                    | ・今年は欧州の取引先による価格の引上げが頻繁に行われた。この傾向は今後も変わらず、当店も春頃に販売価格の値上げを検討している。欧州の方がインフレの動きが大きいいため、対応が追い付かない。  |
|                            | × | その他飲食〔ジャズバー〕（店員）              | ・物価上昇の影響で、来客数がかなり減っている。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(近畿) | ◎ | 木材木製品製造業（経営者）                 | ・円安の進行で、輸入業者は厳しい環境にあるが、米国大統領の就任に期待している。冬は注文が増える時期であるため、受注の増加も予想される。                            |
|                            | ◎ | 輸送用機械器具製造業（経営者）               | ・取扱商品の需要期に入るため、全体的に良くなる。   |
|                            | ○ | 出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）           | ・大阪・関西万博関連の案件の問合せや、受注が続くことが予想されるため、今後も好調な状態が続く。  |
|                            | ○ | プラスチック製品製造業（経営者）              | ・異業種からの問合せが増えている。従来の取引先からも様々な内容の問合せが入るなど、新たな動きが出始めている。   |
|                            | ○ | 建設業（営業担当）                     | ・作業の自動化や効率化など、人手不足を補う策を講じているが、どこまで業況が回復するかは不明である。  |
|                            | ○ | 輸送業（経営者）                      | ・来年1月から始まる予定の新規案件が5月に延期となった。ただし、取引先によれば、蛍光灯の生産終了でLED化の工事が多くなるため、輸送量が少し増える見込みである。               |
|                            | □ | 食料品製造業（従業員）                   | ・来年は世界情勢も大きく動くことが予想される。経済が良くなる可能性も、悪くなる可能性もあり、どちらに変化しても対応できる体制が必要となる。                          |
|                            | □ | 食料品製造業（営業担当）                  | ・今後もまだ物価は上がるため、消費量が増えることはない。   |
|                            | □ | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）            | ・医薬品や食品関連を除き、低調な動きとなっている。  |
|                            | □ | 化学工業（管理担当）                    | ・取引先ごとの業況がまだら模様であるため、景気の先行きは不透明である。  |
|                            | □ | 窯業・土石製品製造業（管理担当）              | ・物価の上昇や円安の進行による悪影響はあるが、各企業は実質賃金の引上げを意識し、来年の春闘も前向きなベースアップが期待できそうである。それに伴い、2～3か月先の景気も一進一退の状況となる。 |
|                            | □ | 金属製品製造業（経営者）                  | ・建築土木関連では、人手不足による工事の遅れなどで、荷動きが悪くなっている。自動車関連、建築土木関連共に、全体的に荷動きが悪くなっている。                          |
|                            | □ | 金属製品製造業（営業担当）                 | ・米国大統領の就任などで不透明感が高まり、景気の先行きが見通しにくくなっている。   |
|                            | □ | 一般機械器具製造業（経営者）                | ・大型案件の成約を期待しているが、受注までには長い時間を要するため、ここ数か月は低調な業況が続く。  |

|                  |   |                     |  |
|------------------|---|---------------------|--|
|                  | □ | 一般機械器具製造業（設計担当）     | ・政策の動向に左右されるが、大きな変化はないと予想される。  |
|                  | □ | 電気機械器具製造業（経理担当）     | ・各業界関係者からの情報は、大きな変化はないという点で、ほぼ一致している。  |
|                  | □ | 電気機械器具製造業（営業担当）     | ・受注量が少なく、予定した案件も延期となっている。  |
|                  | □ | 電気機械器具製造業（宣伝担当）     | ・1ドル150円を超える円安基調は続いており、物価の上昇に歯止めがかかるとの心配はない。   |
|                  | □ | 電気機械器具製造業（営業担当）     | ・来年も値上げラッシュが続くそうであり、どうにかしてほしい。   |
|                  | □ | 建設業（経営者）            | ・直近のやや上向きの状況が続くと予想される。軽微な改善にとどまる理由は、人材不足や協力企業の不足といった、内部事情による部分が大きい。                  |
|                  | □ | 建設業（経営者）            | ・働き方改革の影響で、人員配置も厳しくなっている。工期については、発注者には現状に応じた柔軟な対応をお願いしたい。                            |
|                  | □ | 輸送業（営業担当）           | ・値下げをしない限り、以前のように売れない。   |
|                  | □ | 輸送業（商品管理担当）         | ・例年1月、2月は売上が低迷するため、今年も同様の傾向となる。  |
|                  | □ | 金融業（営業担当）           | ・大阪・関西万博の特需の恩恵を受ける企業は限られており、景気の回復にはもう少し時間が掛かる。                                       |
|                  | □ | 広告代理店（営業担当）         | ・年度末までは今の状況が続く見通しであり、12月になってその兆しが出てきている。   |
|                  | □ | 経営コンサルタント           | ・季節変動的に、12月よりも良くなることはない。   |
|                  | □ | 司法書士                | ・変化につながる要素もないため、現状維持となる。   |
|                  | □ | その他サービス〔自動車修理〕（経営者） | ・年末の駆け込み需要による慌ただしさがなくなっている。  |
|                  | □ | その他サービス業〔店舗開発〕（従業員） | ・年末年始はイベント消費もあって、一定の消費の増加が見込まれるが、年始からは本格的に物価上昇の影響を受ける。さらに、インフルエンザなどの感染拡大も気になるところである。 |
|                  | □ | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | ・物品の動きが減少しており、今後も増えることはない。   |
|                  | ▲ | 繊維工業（総務担当）          | ・靴下用の輸入原料価格が、為替要因によって高騰する可能性がある。その場合は、利幅の減少などの影響が考えられる。                              |
|                  | ▲ | 化学工業（企画担当）          | ・食品の最需要期を迎えるが、例年ほどの伸びがみられないため、今後は低迷期に入る。   |
|                  | ▲ | その他製造業〔履物〕（団体職員）    | ・食品関係の継続的な値上げに加え、ガソリンも1リットルが180円を超える状況では、消費者の購買意欲が盛り上がることはない。                        |
|                  | ▲ | 建設業（経営者）            | ・年明け以降の値上げの情報が飛び交っており、住宅への投資はますます減少することが懸念される。                                       |
|                  | ▲ | 不動産業（営業担当）          | ・アパレルや物販店舗の撤退が続くなど、今後はますます店舗の閉鎖が続く。空き店舗の増加で、商店街やアーケード街の活性化が進まないため、景気は悪くなる。           |
|                  | × | 化学工業（経営者）           | ・月間の受注額が再び大幅に落ち込み始めており、今後は景気の悪化が予想される。   |
|                  | × | 輸送業（営業担当）           | ・お歳暮の荷物は前年よりも大幅に減ったが、それ以上に人手不足が厳しいため、結果として赤字が増えている。                                  |
|                  | × | 通信業（管理担当）           | ・年末商戦では正月向けの商品が売れているが、物価の上昇による買い控えで、今後は景気が更に冷え込む。                                    |
|                  | × | 金融業〔投資運用業〕（代表）      | ・経済の負の連鎖を止めるリーダーシップが求められる。負の連鎖が止まらなければ、経済の再生は不可能である。                                 |
|                  | × | その他非製造業〔電気業〕（営業担当）  | ・十分な物価対策と景気対策が実施されていない。  |
| 雇用<br>関連<br>(近畿) | ◎ | —                   | —  |
|                  | ○ | 人材派遣会社（役員）          | ・例年、求職者の動きが活性化する時期であるほか、足元も求人数の多い状況が続いている。   |
|                  | ○ | 人材派遣会社（管理担当）        | ・年が明けると、年度末に向けて求人数が増えると予想される。  |
|                  | ○ | 人材派遣会社（管理担当）        | ・大阪・関西万博の終了までは徐々に良くなると予想される。   |
|                  | ○ | 民間職業紹介機関（職員）        | ・大阪・関西万博の開催に向けた、関連求人の増加が見込まれる。   |

|   |                 |  |
|---|-----------------|--|
| ○ | 学校〔大学〕（就職担当）    | ・物価の上昇は続くが、消費の増加が期待できる。  |
| ○ | その他雇用の動向を把握できる者 | ・減少傾向であった求人数に、下げ止まりの兆しがみられる。   |
| □ | 人材派遣会社（営業担当）    | ・求職者の高齢化に伴い、働き方の多様化を求める求職者の意識と、企業による求人内容の乖離が拡大している。この点が解消されない限り、労働力の増加にはつながらず、経済は活性化しない。       |
| □ | 人材派遣会社（支店長）     | ・駆け込み需要に期待したいが、今のところは緩慢な動きにとどまる。   |
| □ | 人材派遣会社（営業担当）    | ・賃金の引上げが求められるものの、企業の営業利益や生産性の改善がなければ、働く人に早期に還元できるとは考えられない。                                     |
| □ | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・所得や税金に関する問題がようやく国会で議論されるようになり、変化の兆しがみられる。ただし、すぐに効果が出るものではないため、2～3か月では変わらない。                   |
| □ | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | ・この先も、関西の地元企業によるプロモーションの動きは続くことが予想される。   |
| □ | 職業安定所（職員）       | ・10月の新規求職者数は前年比で減少となった。転職エージェントなどの民間サイトを利用するケースも増えている。   |
| □ | 職業安定所（職員）       | ・年度替わりに向けて人の動きが活発になるが、今のところは大きく変動する要素はないため、当面の状況は変わらない。  |
| □ | 職業安定所（職員）       | ・ここ数か月の求人の動きをみても、前年と大きく変わることなく推移しており、その他の状況にも特段の変化はみられない。                                      |
| □ | 職業安定所（職員）       | ・原材料価格や人件費の上昇などの影響で、利益の上がない求人企業の声をよく耳にする。景気が回復している状況はみられないなか、今後は海外情勢の変化も注視する必要がある。             |
| □ | 民間職業紹介機関（営業担当）  | ・大阪・関西万博関連の求人も一段落し、求人数全体は2～3か月前と大きな変化がない。  |
| □ | 学校〔大学〕（就職担当）    | ・業界によっては人手不足の状況が続くが、景気の大きな変化はないと予想される。   |
| □ | 学校〔大学〕（就職担当）    | ・待遇の改善を検討しているとの情報はあがるが、実際に改善されるケースはまだ少ない。  |
| ▲ | *               | *  |
| × | アウトソーシング企業（社員）  | ・新年度に向けて退職者が出るものの、人員補充のめどが立っていない。保育園給食も、こども園などに移行すると同時に委託業者に代わり、雇用の継続も怪しまれる状況では、求人への応募は期待できない。 |