

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（サービス担当）	お客様の様子	・年始商戦が好調に推移し、前年の実績を上回る状況となった。食料品や防寒商材のダウンコートやマフラー、帽子などが好調である。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・特に週末の人出が増えており、売上のばらつきが目立つ。
	○	一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・年末年始の9連休による影響か、年明けから1月中旬まではほとんど動きがなかった。ただし、それ以降は徐々に大口の修理依頼が入り、売上の増加につながっている。目立ったのは、入試に向けた時計の準備であり、電池交換の依頼も多いなど、この季節ならではの動きがみられる。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・着物の販売では、大きな物は動きにくいですが、留袖を着る機会が増えているのか、末広などが売れている。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・国内の売上に余り変化はないが、免税売上は前月よりも43%増となっている。そのうち消耗品の割合は30%弱で、10月からは変化がない。
	○	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・1月は中旬にかけて最高気温が10度を下回る日も多く、コートなどの重衣料を中心とした冬物商材が、12月に続いて好調となっている。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上が好調を継続している。海外のブランド品や高級腕時計、化粧品がよく売れており、春節が近いことで、特に中国からの旅行者が増えている。
	○	百貨店（販促担当）	それ以外	・今冬は一定の冷え込みもあり、防寒商材の販売が好調に推移している。一方、食品は価格の上昇が続くなか、購買客数に影響が出ている。デパ地下で人気の洋菓子やケーキなどは驚くほどの価格になっており、ふだん買いが減少している。その一方で、インバウンド消費は好調で、全体を押し上げている。
	○	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・気温が下がらず、衣料品の販売に苦戦していた秋に比べると、売上は前年比で1%ほど改善している。ただし、近隣に食品関連の競合店がオープンしたほか、リニューアルなどが相次いでいる影響もあり、生鮮食品や総菜の販売が苦戦している。
	○	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・1月に入ってインバウンドが増えたほか、国内客もクリアランスセールを中心に増えている。年末年始の曜日周りが良く、9連休の会社が多かったこともあるが、今年は1月1日だけでなく2日も休んだ影響もみられず、来客数、売上共に前年を上回っている。
	○	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・初売りが好調な推移となり、特選品や時計、宝飾品といった記念品需要のほか、バレンタインデー商材などがけん引し、国内中間層、富裕層共に売上は2けた増となった。営業日数の減少を感じさせない動きとなったほか、好調を維持していたインバウンド需要も、春節の影響もあって中国からの来客数の増加が進み、前年比では倍増のペースで推移している。
	○	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・国内の富裕層による購買は相変わらず堅調であるが、インバウンドにも更なる増加傾向がみられる。
	○	スーパー（企画）	来客数の動き	・価格への感度が高まっているものの、その影響を吸収できているからこそ、来客数が増加している。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・全体として来客数は相変わらず多いが、時間帯によってかなり変化している。地元の客というよりも、観光客や駅周辺の施設の利用者が多く来店している。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・実需期である3か月前と比べると、売上は減っているものの、前年比では来客数、単価共に上向いている。今シーズンの未購入客による来店のほか、インバウンドの増加に伴うにぎわいがみられる。
○	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・年始の福袋セールが客に支持され、来客数が増えた。また、寒波の到来で暖房器具が動いたほか、リフォーム補助金の影響で省エネ型給湯器の買換えにつながっている。	

○	家電量販店（営業担当）	競争相手の様子	・ニッチな市場であるため、競合先の方針変更などで、当社への問合せが増えている。
○	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	・新たなカタログが出たわけではないが、受電数が増えている。
○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・来客数が伸びてきている。
○	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・1月のホテルの客室部門は閑散期となるが、今年は前月や前々月には及ばないものの、単価は極端に悪化することもなく、稼働率は高水準を維持している。
○	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・インバウンドの宿泊は好調に推移し、忘年会、新年会の需要も前年を上回っている一方、レストランの集客に苦慮する状況が続いている。
○	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	・雪目当てのインバウンドが好調なほか、年末年始の連休が天候に恵まれたことも、プラス材料となっている。
○	その他住宅〔展示場〕（従業員）	お客様の様子	・建築単価の上昇傾向による客の消費マインドへの影響も、3か月前と比べて少しずつ改善している。
□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	お客様の様子	・例年1～2月は購買が少ないため、2月も例年並みであれば良いと判断される。
□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・インバウンドの利用は横ばいとなっており、多少の客単価の上昇はみられるものの、前年比で大きく上昇する状況ではなくなっている。
□	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・当店の立地する郊外でも、一部の富裕層向けの商材は堅調に動いているが、全体の大半を占める中間層の消費意欲は低調である。初売りの福袋も、衣料雑貨ではなく食品が中心となるなど、数年前とは完全に様変わりしている。
□	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・店頭の上は、インバウンド売上が前年比で1.5倍から2倍に増えている。一方、インバウンドを除く国内売上は、婦人服、紳士服などのファッション関係を中心に、前年を下回る動きが続いている。来客数も横ばいとなっている。
□	百貨店（商品担当）	来客数の動き	・販売員の働き方改革で年末年始の営業時間を短縮したが、来客数の増加により売上は好調である。一方、バレンタインデーの特設会場の立ち上がりなどで、ハレの日の需要は引き続き好調であるが、ファッション関連ではクリアランスセール需要が低迷するなど、購買意欲は低調となっている。
□	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・物価の上昇に伴う、客単価の上昇はみられるが、購入数や買上率の悪化により、売上は前年並みで推移している。
□	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・インバウンド需要で、化粧品や時計などの商品に動きがみられたものの、全体として大きな動きにはつながっていない。
□	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・インバウンドは12月後半から1月中旬にかけて好調であったが、国内需要に関しては、前月、前々月とは変化がみられない。
□	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・初売り以降、消費者の購買意欲は上向き傾向にあったが、ガソリン価格や光熱費の上昇、米国新政権の動きといった消費を左右する外的要因が多く、景気の下振れリスクが存在する。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・食品を中心とした物価の上昇が続いており、客が必要な商品以外は買物を控える傾向がみられる。広告を入れた際も、広告の掲載商品だけを購入する客が多くなっている。
□	スーパー（店員）	単価の動き	・年末年始は値上がりした価格でも売れていたが、年明け以降も野菜は高いままであったため、余り売れていない。野菜だけではなく、果物の価格も上昇したままであり、厳しい状況となっている。

□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・11月の改装後の来客数は、前年比で109%程度の推移が続いている。
□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・米や調味料、菓子などに加え、野菜や果物の価格も高止まりしており、食費に対する節約意識はますます高まっている。プライベートブランド商品の購入や、複数のスーパーでの買い回りなどが加速し、価格競争も激化しつつある。
□	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・年末の販売状況から大きな変化はない。商品の値上げが販売額の押し上げに寄与している一方、来客数や単価の悪化は想定内にとどまるため、売上は前年を上回る動きとなっている。
□	スーパー（企画）	来客数の動き	・食品スーパー全体が好調であるが、中でも来客数が前年比で2けた以上伸びている。
□	スーパー（社員）	来客数の動き	・野菜価格の上昇などが影響して、買上単価は前年よりも上昇している。ただし、他社との競合が厳しく、来客数の減少している店舗が増えている。
□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数に占めるインバウンドの比率が12%となっている。1月からインバウンドの構成が変化しており、欧米系が40%で、東南アジア系が60%となっている。特に夜の8時以降は東南アジア系が大半を占めるため、購入単価も30%上がっている。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣ホテルの客室稼働率は、依然としてかなり高い水準で推移している。それに伴い、当店への来客数も高止まりしている。
□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・例年1月は暇であるが、今年はインフルエンザや新型コロナウイルス感染症の流行で、飲食店はかなり暇となっている。
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数などに大きな変化はないが、物価の上昇で売上は増加傾向にある。ただし、人件費や原価などの経費が増え、利益が圧迫されているため、売上が増えたからといって景気が良いとはいえない。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・正月の来客数は例年よりも多かったが、休みが終わると来客数も低迷した。月末からの春節の影響もほぼなく、常連客だけが来店する形となっている。
□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・来客数、売上共に大きな変化はないが、客の節約意識は強い。
□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・クリアランスセールが始まって少し来客数が戻ってきたが、数はまだ少ない。節約を続けて、ようやく1点だけ新しい服を買っている。購入までに時間が掛かるほか、2度目、3度目の来店で購入するケースが増えている。
□	乗用車販売店（支店長）	販売量の動き	・年末から今月末にかけての販売量の動きは、それほど良くない。
□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・中古車の販売が低迷しており、来客数や問合せ件数も減っている。
□	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・在庫はあるが、販売量自体が伸びていない。
□	その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・以前に比べると収入は増えているが、それ以上に野菜や米などの食料品価格が上がっているため、景気が良いという印象は受けない。
□	その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	来客数の動き	・天候の影響もあるが、来客数は全体的に前年よりも多く、直近はほぼ横ばいで推移している。平日は客が少ないが、週末に巻き返す形となっているほか、クーポンをしっかりと活用する客が多くみられる。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経理担当）	販売量の動き	・ガソリンの販売量は前年比で横ばいとなっている。補助金の縮小で販売価格は上昇しているものの、買い控え等は見られない。商品全体が値上がりするなか、ガソリンを買い控える動きはないほか、景況感にも大きな変化は見られない。

<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・風邪やインフルエンザの流行で、感冒薬などの医薬品や衛生用品は売上の増加が続いている。食品や日用雑貨などの生活必需品の売上も増加しており、例年になく年末商戦後の反動減の動きがみられない。ただし、化粧品や化粧雑貨などは若干の減少となっている。3か月前と比較して、来客数に変化はないが、客単価や商品単価は若干の上昇となっている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・インバウンドによる人の流れや消費が増えるなかでも、宝飾品に目を向ける傾向はみられない。
<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	・売上が前年比で107%、インバウンドを除けば103%と、若干持ち直している。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・例年と同様に、平日は客足が落ち着いているが、休日は予約で満席の日が多い。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン （企画）	販売量の動き	・販売量はほぼ横ばいの状況が続いているが、曜日別の売上では土日、祝日が上向いている一方、平日が少し悪化気味となっている。平日の売上が減少傾向にあることは、懸念すべき状況といえる。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	単価の動き	・大きな流れに変化はなく、何もかもが徐々に値上がりしている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル （経営者）	販売量の動き	・1月も個人客の動きが活発であった。団体客はコロナ前の半分程度であるが、インバウンドを含む個人客の増加で、販売量もコロナ前を上回っている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル （客室担当）	来客数の動き	・1月は全体的に稼働率が落ち、厳しい月となったが、年度全体では目標を達成する見込みである。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル （管理担当）	来客数の動き	・冬のオフシーズンであり、国内客の出足は鈍化しているが、インバウンド需要が活発である。秋のシーズンほどではないが、一定の来客がみられる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル （管理担当）	お客様の様子	・海外からの客による利用は引き続き好調であるが、国内客の動きが相変わらず弱い。大阪・関西万博による効果も今のところはみられない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・ハワイや欧州といった、人気の海外旅行先の物価が予想以上に上がっており、客の海外旅行への意欲が戻らない。その分、国内旅行に行く人が増えているものの、単価は上がっていないため、業況に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・春休みや卒業旅行の予約が多いほか、4月から9月という上期の旅行商品の発売により、ゴールデンウィークや夏休みの問合せも増えている。ただし、全体的な受注件数は前年を下回っている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料価格や燃料価格などの高騰により、利益が圧迫されている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	販売量の動き	・年末と比べて少し改善しているが、大幅な改善とは言い難い。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・販売量は3か月前と変わらない。固定電話の双方向番号ポータビリティが今月から開始したが、客の動きに大きな変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8841円であり、3か月前の8830円よりも少し上昇している。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 （従業員）	お客様の様子	・新築分譲マンションの販売状況は、郊外を中心に集客が落ちており、苦戦する物件が増えている。その一方、新築の賃貸マンションの賃貸状況は、都心を中心に賃料が上昇しても順調となっている。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	競争相手の様子	・ガソリンなどの燃料価格の上昇がいつまで続くのか不安である。当社では社員と同じ数の軽自動車を保有しており、ガソリン代の総額は驚くような金額になっている。いわゆるトリガー条項の凍結解除など、今後の対策が見通せず不安である。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・住宅価格の高騰が続くなか、都心エリアでは購入希望者の動きは堅調である一方、郊外は厳しい状況にある。

▲	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	お客様の様子	・卸売先であるカフェや喫茶店からの受注量が減少している。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売上は前年比で10%の減少であり、特に国内消費の減少で、卸売の売上が悪化している。
▲	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	販売量の動き	・今年から商業施設が1月1日に休業するケースが増え、売上減少の要因となったほか、正月は家でゆっくりと過ごすスタイルが増えたことで、1日に営業する店舗も、2日の方が売上が多くなる現象がみられた。また、気温の低下による影響も大きく、外出ムードが低下したようである。さらに、化粧品ブランドの多くでリニューアルが行われたため、既存商品の在庫が減少して売り逃しが増え、前年比で2%から3%の売上減となっている。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇を気にする消費者が多く、1人当たりの客単価が下がっている。
▲	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・今は野菜価格が高いため、特価品しか売れないなど、状況は良くない。
▲	百貨店（売場主任）	単価の動き	・28日までの来客数は前年比で14.5%の減少と、大幅に悪化している。担当の食料品売場では、ギフト関連の和洋菓子や進物品は3.6%増と堅調であるが、自家需要が主体の生鮮品や総菜は5.0%減と苦戦している。特に野菜価格の高騰が響き、鍋物商材の買い控えが目立つ青果や鮮魚、精肉の生鮮3品については苦戦している。
▲	スーパー（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇に給料の増加が追いついておらず、食料品も買い控えの増加や、割引商品の購入への移行がみられる。
▲	スーパー（企画担当）	競争相手の様子	・競合店が3店舗オープンし、影響を受ける当社の4店舗では年末年始の売上が減少した。また、野菜相場の上昇で販売が減少したほか、果物も例年は量販商材となるいちごの相場が下がらず、売上は前年比で60%止まりと厳しい状況である。
▲	スーパー（企画）	販売量の動き	・例年1月は消費が落ち着くが、今年は月後半から来客数が増加傾向にあり、売上は増えている。
▲	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・需要の閑散期に入っているが、物価の上昇により、例年以上に客の財布のひもが固くなっている。
▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・今月に入り、客単価や来客数が前年を大きく下回るなど、販売が厳しい状況である。物価の上昇が続くなか、家電にお金を掛ける人は少ない。故障して仕方なく購入する人が大半であり、こうした状況は今後更に加速する。
▲	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・今年の年末年始は曜日の並びが良く、9連休を取る人が増えたことで盛況となったが、それ以降の来店状況は厳しい。売行きについては、省エネルギーの効果で長期的に得になる高額商品と、最低限の機能に絞った商品の2極化が進んでいる。
▲	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月は売上目標を下回る見込みである。国産車は認証不正の問題による生産減からの回復で、販売台数の回復が期待できるが、輸入車は大きな変化が見込めない。また、米国大統領の就任による日本経済への影響が不安視されるなか、高額車両の購入をちゅうちょする客も見受けられ、販売台数の伸びが鈍化している。
▲	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・そろそろ来年度に向けて、新規案件や来店の動きが増える時期となるが、例年よりも客の出足が鈍い。
▲	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・仕入価格の高騰で、販売価格の値上げを進めているため、商品の販売数量が落ちてきている。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・団体客の集客があり、売上は何とか維持できたが、個人の利用者数は激減した。物価上昇の継続や、インフルエンザや新型コロナウイルス感染症の流行などの外的要因に加え、コロナ禍以降の外出控えが大きいとみられる。

	▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・1月は比較的暖かい日が多く、ランチの来客数も増えたが、夜の営業は自転車関連の道路交通法の改正で来客数が減少している。近隣のスナックビルなども、暇な日が多いようである。
	▲	一般レストラン (店主)	来客数の動き	・インバウンドの来店は日常的にみられるが、地元の客などの国内客については、動きがかなり悪い。
	▲	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・消費者が価格に敏感になっており、高単価のホテルの動きが悪い。
	▲	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・高額プランの先行予約は動きが遅れている。オーバーツーリズムの影響もあり、国内需要が弱い。また、インバウンドの増加による宿泊料金の上昇を、国内客が避け始めている影響もある。
	▲	都市型ホテル (フロント)	販売量の動き	・1月はインバウンド需要が激減した。特に、韓国での政治的状況の悪化や、航空機事故の影響もあり、団体客が大きく減少している。
	▲	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・どの場所も訪日客であふれているという報道で、旅行が敬遠されている。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・新年の挨拶回りなども終わり、一気に夜の利用は閑散としている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・物価の上昇による影響が徐々に広がっている。タクシーの利用客も減少しており、ホテルの前で客待ちをしても、安価なバスに客が流れている。
	▲	その他レジャー [スポーツ施設](業務担当)	それ以外	・水道・光熱費などの高騰で、利益が目標比で15%減少している。
	▲	美容室(店員)	単価の動き	・料金を気にして、トリートメントの注文を控える客がみられる。
	▲	その他サービス [学習塾](スタッフ)	お客様の様子	・新規入会の動きが少ない。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・いつまでも建築資材等の価格上昇が止まらない。様々な物の価格が上昇し、利益が圧迫されている。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・成約率の低下や、流通在庫の増加がみられる。
	▲	住宅販売会社 (総務担当)	単価の動き	・資材コストや人件費の増加を受け、その一部を価格転嫁するための交渉に時間が掛かっている。
	▲	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	・物価の上昇で消費は減少している。
	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・1月13日頃までは前年並みで推移していたが、それ以降は来客数が少なく、売上はかなり減少している。
	×	家電量販店(店員)	販売量の動き	・メーカーが買換えを促しても、店舗に修理方法がないかという問合せが増えている。
	×	家電量販店(店員)	来客数の動き	・売場に客がほとんど見当たらず、店員しかいない状況が続いている。
企業 動向 関連	◎	—	—	—
(近畿)	○	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・家具は余り売れていないが、ドラム式洗濯機が好調に売れている。
	○	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年度末の予算消化で、広告の出稿が1月下旬から増えている。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先のスーパーの売上は増えているが、これは仕入価格や原材料価格の上昇によるものである。買い控えのできない商品であるため、売上が伸びていることを経営者は自覚している。これに対し、昼間にランチを提供する飲食店などでは、値上げが来客数の減少に直結しているという声もある。全体としては、売上が増加している点だけをみると、景気は良くなっている。
	□	食料品製造業 (営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・年明けから飲料の売上は余り増えず、後半から少しずつ伸びてきたが、1月全体では大きく変わらない。

□	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・消費者向けの催事の集客が良くなく、同じ客が景品目当てに来店するケースがみられる。他社との価格競争も厳しく、経費を払えないような価格になっている。正式な値引きではなく、取りあえず行う値引きが、その後の販売を難しくしている。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先は売行きが悪いため、月末に近づくに在庫調整を始める。
□	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・車載用や家電用、建設材料用などの出荷量は、個々の取引先による増減はあるが、全体として大きな変化はない。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	取引先の様子	・相変わらず物価の上昇が続いている。日本銀行が政策金利を0.25%引き上げたが、上げ幅は小さいほか、海外と比べて水準は依然として低いため、引上げの影響は限定的と予想される。今後は春闘での賃上げにより、実質賃金が前年比でプラスになるかどうかが焦点になる。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・鉄鋼や建材、自動車部品といった製造関連の荷動きが悪く、低位安定状態が続いている。先行きも不透明な状況である。
□	一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・日々の生活に必要な商品が徐々に値上がりしている影響で、購入点数の減少につながっている。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・エアコンの店頭での荷動きは、前年を上回っているが、洗濯機や冷蔵庫などの大型商品の動きは前年を下回っている。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・資源価格の高騰も落ち着いてきたため、現状の価格を取引先が受け入れており、少しずつ良くなっている。
□	建設業（経営者）	取引先の様子	・年度末の工事が終盤に入ったが、技能労務者不足による工事の遅延の可能性が出てきた。また、大阪・関西万博の工事の追い込みで、技能労務者の取り合いになることも不安である。
□	輸送業（経営者）	取引先の様子	・工事現場への荷物が少し増えている。ただし、多少は売上が増えても、ガソリン関連の補助金が減ったことで、燃料代が大幅に増えている。また、車の修理代も今年に入って値上げとなっている。
□	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・取引先からは受注が増えているとの話も少なく、決算書を見ても増収の企業は少ない。
□	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	・人材不足や働き方改革の影響もあり、年始は百貨店、スーパー共に、元旦が休日となるケースがみられた。その結果、駅ナカ店舗にはプラスに作用する形になったが、成人式以降の落ち込みは前年以上に深刻となっている。
□	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	・商品の値上げが続いている状態で、取引先にも値上げを承認してもらえるように努力しているが、それに多くの時間が取られている。結果として、前向きな動きができていないため、現状維持となっている。
▲	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注は減っているが、値上げの影響で利益は少し増える傾向にある。ただし、出荷量の減少が続くなど、家計の出費は控えめなままである。出荷の減少は野菜価格の高騰などによる値上げが原因で、一部の商品は売上が激減している。
▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・米国大統領の就任による影響もあり、先が読めないため、発注を控える動きがみられる。
▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大型の引き合いが延期となるケースが増えている。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が増えてこない。
▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価の上昇による節約の動きが、住環境にも影響している。
▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・都心部や繁華街の商店街では、1階店舗の撤退が続いている。

	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・ガソリンや日用品、食料品価格の高騰が止まらない。さらに、再生可能エネルギーの買取りに伴う賦課金の負担により、電気代も高騰している。
	×	金融業（営業担当）	それ以外	・ガソリン価格の高騰など、全ての商品が値上がりしている。日本銀行による金利の引上げもあり、更に厳しい環境となる。
	×	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	・物価の上昇が続き、景気の回復につながっていない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・大阪・関西万博関連の求人数が増加し、応募数も順調に伸びている。
	○	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・各社は年度末に向けた求人を増やし始めている。
	○	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・大阪・関西万博の開催が近づいており、関連の求人が増えている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・新卒採用に向けた合同企業説明会などで、企業による出展の申込みがピークを迎え、中には空きがない日程もある。一方、学生側は本来参加するはずの3年生の予約が前年の半数というイベントもあり、需給バランスが崩れている。2月のイベントに関しては、2年生によるオープンカンパニーへの参加意欲が強く、全体予約数の3割以上を占める。
	□	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・企業の採用意欲は強く、求人動向は活発な一方、なかなか採用には至らず、採用されても短期での離職が増えている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・条件が良くない求人はマッチングが進まない一方、求人条件の緩和に取り組む企業は少ない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞の広告出稿状況には、年度末が近づいても特に大きな動きはない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が3か月前や前年の水準を上回るなど、企業の採用活動は以前よりも活発になっているが、求職者の動きは鈍く、応募数は前年を下回っている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は3か月前と大きな変化はない。求人企業からは人手不足に関する声が多く、営業利益の増加といった景気の良い話は余りない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は12月と比べると増えているが、前年とは大きく変わることなく推移している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・12月の新規求人数は前年比で減少となった。有効求人倍率は前年比で33か月連続の上昇を続けていたが、低下に転じている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・求人数は数年以上前から増加傾向にある。このことは、景気が上向いているというよりも、年齢構成の影響が大きい。若年層の人口は定年退職者の半数程度と少ないため、当面、新卒採用数は増加傾向が続くと予想される。さらに、初任給も数年前から上昇傾向にあるが、物価の上昇や初任給の上昇に対し、労働者全体の賃金が順調に上昇しているという話は聞かえてこない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・早期採用を進める企業が増えたが、内定を出す時期を早めても定着する割合は低い。今後も人手不足が続くと予想されるなか、先行きが見通せない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	それ以外	・政策金利の上昇や米国経済の動向が世界に与える影響について、不透明とする企業の声が多い。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・3か月前と比べて物価の上昇が更に進んでおり、有効な対策もないまま、景気が少しずつ後退している。	
▲	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・求職者が少ないほか、高い時給を求める傾向にあるため、マッチングに苦戦している。	
▲	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・初任給を引き上げる企業が少し出始めたが、全体の賃金が上昇するまでには至らず、物価の上昇ペースには追い付いていない。その結果、就職活動では根強い地元志向をみせる学生が多い。	

	×	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	<p>・退職者が出て、人材募集への応募はない。結果として人手不足のままとなっており、既存の社員に全ての負担がのしかかっている。事務作業ではなく、時間に追われる職種であり、応援の人が入っても教えながらの業務となるため、余計に負担となっている。</p>
--	---	----------------	------	--