

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)	◎	コンビニ（店員）	・価格が上昇している商品が増えているが、観光に伴う動きとして、特にファミリー層は購入量が多めとなっている。品ぞろえが豊富で、酒やたばこのほか、温かい食べ物も手軽に購入できる便利さから、コンビニを利用する人が多い。
	◎	高級レストラン（企画）	・販売単価の上昇が続くほか、大阪・関西万博の開催で国内外からの利用客が増えると予想される。
	◎	都市型ホテル（フロント）	・春の桜シーズンの到来や大阪・関西万博の開幕で、既に4月から6月は高稼働、高単価となる見込みである。
	◎	美容室（店員）	・大阪・関西万博の開催で、ホテル宿泊者による利用が少し見込まれるほか、卒業式や謝恩会のイベントが当たり前となってきたため、良くなることが予想される。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・大阪・関西万博の開催により、人の流れが増える。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・3月頃には気候が良くなるほか、3月から4月は人の動きも活発になるため、期待している。
	○	百貨店（企画担当）	・4月の大阪・関西万博の開催により、特に海外からの旅行者が増えることを期待している。
	○	百貨店（販促担当）	・物価の上昇による食品の苦戦は、大きな懸念材料である。メーカーの値上げについては、購買への影響を検証した対応をお願いしたい。値上げによって会社の利益は増えても、消費者が離れてしまう事態を懸念している。ただし、インバウンド消費が引き続き大きく期待できるため、全体としては好調を維持できそうである。
	○	百貨店（マネージャー）	・物価の上昇による買い控えの傾向が、春以降の賃上げや子育て世代への補助、年収の壁の見直しなどにより、やや緩和すると期待している。また、春以降に食品売場のリニューアルを予定しており、共働き世帯をターゲットに総菜関連を強化する効果なども出てくる。
	○	百貨店（マネージャー）	・大阪・関西万博の開催でインバウンド需要は更に増える見込みで、売上の底上げが続くと予想される。一方、物価の上昇が更に顕著となるなか、国内の中間層は賃金が少し増えたとしても、生活防衛による選択消費の傾向は更に強まる。それに対し、富裕層については、資産価値が高い商材の購買が続く見込みである。
	○	百貨店（商品担当）	・4月からの大阪・関西万博に伴う需要に期待している。消費の盛り上がりにつながるほか、外出需要の増加でファッション関連も動く予想しており、万博への関心が高いといわれる中国人などのインバウンドにも大いに期待している。
	○	スーパー（企画）	・12月には実質賃金が4か月ぶりに前年を上回ったほか、今年も大幅な賃金増が見込まれる。
	○	スーパー（企画）	・野菜価格の高騰が消費者心理に相当な影響を与えているが、2～3か月後には上昇傾向にも一定の落ち着きが出てくる見込みである。
	○	コンビニ（経営者）	・多くの商品の値上げが予定されており、客単価の上昇が期待される。
	○	コンビニ（経営者）	・春になれば新入社員の来店が増えるほか、インバウンドも20%ほど増える傾向にあるため、売上が伸びる。
	○	コンビニ（店員）	・担当のエリアマネージャーが変わり、店の改革を進めていく方針に変更された。今後はいろいろと試していくなかで、手始めに店の強みである手作りパンに力を入れていくことになるなど、少し変化が出始めている。
	○	コンビニ（店員）	・寒さが和らげば、例年どおり、来客数が少し増える。
	○	衣料品専門店（店長）	・ここ数か月は横ばいの状態が続いていたが、年明けから単価を含めて、少し上向いている。ただし、原価の上昇や為替の動きをみると、難しい局面であることに違いはない。
	○	衣料品専門店（店員）	・業界の繁忙期に入るため、良くなると予想される。
○	家電量販店（人事担当）	・新生活関連の商品の動きが活発になるほか、早期に気温が上がる予想もあり、エアコンの動きが早まりそうである。	
○	家電量販店（企画担当）	・新生活関連の需要増加に加え、人事異動の時期が近くなってきたため、引っ越しに伴う家電等のまとめ買いが見込まれる。	

○	乗用車販売店（支店長）	・日本銀行による金利の引上げのほか、物価だけではなく、賃金も上がる。それに伴って株価も上がるため、景気は上昇傾向となることが予想される。
○	乗用車販売店（販売担当）	・新車の販売は相変わらず安定しており、3月に向けて点検等の在庫も増えるため、少し良くなる。
○	乗用車販売店（販売担当）	・年度末に向けた駆け込みが予想されるものの、物価上昇の継続などで良いニュースが少ないなか、購入意欲が高まるかどうか懸念される。
○	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・徐々に円高傾向が進むと予想され、それに伴い物価も少し安くなる。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・年度末にかけて賃金上昇の期待が高まるほか、季節も変わるため、新しく身の回りの物を新調する動きが増える。それに伴い、景気は少し良くなると予想される。
○	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新年度となるため、ユニフォームなどのまとまった受注が期待できる。
○	一般レストラン（経営者）	・地元の野菜の収穫時期となるため、それを使った料理を出すことで来客数は増える。
○	一般レストラン（店員）	・卒業や入学シーズンに入り、家族が集まる機会が増えるため、期待している。
○	都市型ホテル（客室担当）	・大阪・関西万博による影響で、良くなる見込みが大きい。
○	都市型ホテル（総務担当）	・大阪・関西万博も開幕し、国内外から多数の客を迎える状況となるため、宿泊部門は今以上の売上が見込まれ、宿泊客によるレストランの利用も期待できる。
○	都市型ホテル（管理担当）	・インバウンド需要が春にかけて増えるため、高単価での販売が可能となる。
○	都市型ホテル（客室担当）	・当地では大阪・関西万博による需要は多くないが、桜のシーズン後は好転することを期待している。
○	旅行代理店（支店長）	・大阪・関西万博の開催が近づくことで、旅行マインドが高まる。また、万博では旅行をデジタルで疑似体験することで、その後リアルな体験を求める傾向も予想されるため、やや良くなると見込んでいる。
○	旅行代理店（役員）	・年明け以降、海外旅行の問合せが増えている。4月から神戸空港で国際チャーター便の就航が始まることもあり、今後はコロナ前の水準に回復することを期待している。
○	タクシー運転手	・大阪・関西万博が控えており、天候などにもよるが、徐々に人の動きが出てくると期待している。
○	通信会社（社員）	・新生活に向けての需要期となり、例年どおりであれば販売も増える。キャリア主導での施策もあり、来客数や販売の増加が見込まれる。
○	通信会社（役員）	・2024年度のスマートフォン出荷台数は2797万台と、前年比で9.8%増える予想である。スマートフォン市場は回復傾向にあり、特にAIスマホの販売増加が期待される。
○	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、暖かい時期になると来客数が増加する。
○	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・今後も客の消費マインドは少しずつ上向くことが予想される。
□	商店街（代表者）	・人出は増えているが、買い回り品の売上は良くない状況が続いている。
□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・国内消費は良くないが、3月に入ると花見の季節でインバウンドの予約も増えるため、プラスマイナスゼロとなる。
□	一般小売店〔野菜〕（店長）	・米国大統領による政策で、日本にどのような影響が出るのかは不透明である。良い影響としては石油価格の低下が挙げられるが、それ以外は分からない。
□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・景気が良くなっているかといえば、コロナ前は下回っているが、良くはなっている。ただし、殺伐とした社会になっているのか、慶事に対する関心が薄れている。
□	百貨店（売場主任）	・来客数が減少するなかで、客単価の上昇が常態化するなど、対照的な動きが定着している。利用頻度の低い中間層でも、特定の消費に高い料金を払う傾向がみられるなど、メリハリをつけたお金の使い方での消費を楽しんでいる。
□	百貨店（企画担当）	・売上の大半を占める中間層の消費意欲が見通せないなか、少なくとも上向くことはない。初任給の引上げに関する報道もあるが、それで全階層の収入が増えるわけではない。

<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・百貨店では春物衣料が本格的に稼働するまで、バレンタインデー関連などの食品の動きが中心となる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（サービス担当）	・来月もバレンタインデーフェアの催事を中心に、来客数の増加が予想される。直近の好調な傾向に変化はなく、前年の実績を確保することが見込まれる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（宣伝担当）	・これから春節を迎えるが、中国の景気減速や韓国の政情不安などで、これまでのようなインバウンドの増勢は想定できない。国内客についても、物価上昇の影響で財布のひもが固くなっており、引き続き楽観視できない状況が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	・国内消費に関する外的要因には不確実な部分が多いため、景気が上向き要素は少ないが、大阪・関西万博を控えていることから、関西では5月以降、一定の盛り上がりが見込まれる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	・近隣人口の減少により、卒業式などに伴うオケージョン需要は微減となっている。食品イベントなどの強化で、前年の実績を何とか確保する状況が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・前月から大きな変化はなく、全体的な来店状況や購買の動きは落ち着いている。一方、店全体への影響は小さいものの、インバウンドの来店や消費が増えている。こうした動きは中国人客によるものであり、今後もこの傾向が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	・物価の上昇や円安により、国内需要は今後も厳しい状況となるが、食料品などの生活必需品は比較的堅調である。ただし、衣料品関係では、コートなどの重衣料の需要は余りみられない。来月は中国の春節などで、インバウンド売上と外商売上については期待できそうである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（管理担当）	・ファッション関連に業績をけん引するような商材はみられず、インバウンド需要に頼らざるを得ない状況が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・全体的に景気動向は堅調であるが、主要な海外特選ブランドの相次ぐ価格改定により、消費マインドが少し低下傾向となっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・インフレ動向のほか、海外情勢、国内情勢共に不透明なため、良くも悪くも現状のままとなる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価の安定や、給料の増加などを消費者が体感できなければ、景気が目に見えて良くなることはない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・原油価格が下がらない限り、商品の価格も下がらないため、この先も厳しい状況となる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・様々な原料や製品の原価が値上げとなるなか、価格転嫁はそれほど進まず、利益に影響が出ている。今後は米の価格も値上げとなるため、客単価は若干上がるものの、プラス1品の購入といった動きにはつながらず、販売点数は増えない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・来客数の推移は現状と変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・物価が上昇する一方、賃上げの積極化や人材獲得競争の激化で、パートタイマーを含めた所得環境も良くなっている。その結果、低価格志向と高付加価値品の購入という、消費の2極化傾向がますます鮮明になっている。今後については、人件費の上昇による企業の負担増が、雇用情勢に与える影響が懸念される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・値下げ傾向に転じる気配はなく、しばらくは足元の傾向が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・今後は更に良くなるとは想定していないが、このまま好調が維持できそうである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（社員）	・ガソリン価格や人件費の上昇などが、今後も店頭価格に影響する。店頭価格の上昇によるプラスの影響のほか、客の節約志向が強まるというマイナスの影響も続くことが予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・2月も暇な状況が続くそうであり、早く活気が出てきてほしい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・現状維持が精一杯であり、景気の改善は期待できない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・どの程度の賃上げが行われるかで変わってくる。全体的には2極化の進行が予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車の購入予約が少ないほか、車検の予約も少ない。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・年度末に向けて在庫の整理をする時期であるが、特に大きな変化はみられない。需要は低調で、生活必需品の購入が重視されている影響か、売上も良くない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・需要を喚起する新型車に乏しく、電気自動車需要の伸びにも期待できない。さらに、車両単価の上昇で、販売台数の大幅な伸びも望めない状況にある。ここ3か月ほど、販売台数は目標に届いておらず、今後も厳しい状況が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・新車価格の上昇に起因して、中古車の仕入価格も高くなるなか、販売価格には転嫁しにくい状況である。客も慎重に安い店舗を探し、購入する傾向がみられる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・都市部では不動産価格が上昇し、売買の流通量も多いため、その部分をみれば景気は良いと判断できる。ただし、物価が上昇するなか、賃金の増加は追いついておらず、実質賃金が減っている状況を見ると、今後の景況感は変わらないと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・高水準の円安が続くなか、春節などでの爆買いや新年度に向けての消費よりも、宝飾品が優先されるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・引き続き感冒薬などの医薬品や、衛生用品の売上は好調が続くと予想される。一方、今後は気温の上昇による花粉症の状況に加え、春物商材への切替え後も好調な売上を維持できるかが重要となる。現状は食品や生活必需品の値上げで客単価が上昇するなか、買上点数は減少となっており、今後も同様の状況が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・物価の上昇といった消費マインドの低下要因もあり、先行きが読めない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・春先までは、余り大きな変化はないと予想される。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・コロナ禍以降、それまでの外食費が見直されているようで、貯蓄や旅行、買物、趣味などの別の娯楽に振り替えることで、豊かさを求める傾向となっている。外食をしないわけではないが、当分は景気が良くなるとはいえない状況が続く。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・売上は安定している一方、材料価格の高騰が収まる気配はなく、業績の悪化につながっている。また、大阪・関西万博の開催に伴い、関西のパート時給も上がっているため、人件費の増加懸念はもちろん、人手の確保も心配される。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店主）	・今年も異常気象など様々な事象が起きそうなほか、物価の上昇も追い打ちとなるため、期待できない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・2月から3月にかけても、インバウンドを含む個人客の動きが活発となりそうである。4月以降の大阪・関西万博関連の動きはまだ少ないが、通常の個人旅行が活発なため、特に心配はしていない。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・現状維持の動きが予想される。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・物価が上がり続けるなか、更に付加価値を明確にしなければ、淘汰されることになる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・客室単価の上昇は期待できないものの、インバウンドや個人客の利用により、前年並みの売上は確保できそうである。レストラン、宴会も定例開催の案件は受注できているため、その他の受注を期待している。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・米国の新政権の始動によって、日本経済がどのような影響を受けるのかが見通せないほか、大阪・関西万博についてもまだ不透明な部分が多く、今後の予想が難しい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・良くなる要因が見当たらない。大阪・関西万博についても、今のところは景気をけん引するほどの影響はない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・今後も円安傾向が続くことで、物価が上昇する。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・地方経済の景気は滞ったままである。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・米国大統領がどのような政策を実行するかで、影響の出方が変わるが、特に大きな変化はないと予想している。
<input type="checkbox"/>	観光名所（企画担当）	・来客数の前年比の増加率はほぼ一定で推移しているが、1月末からの春節で上向くことを期待している。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・春闘を経て、4月以降に一定の賃上げが中小企業を含めて浸透するまでは、レジャーなどの非日常的な消費には選別がはたらくことになる。

□	ゴルフ場（支配人）	・予約状況を考慮すれば順調であるが、低価格プランの予約が中心であるため、景気に大きな変化はない。今後更に単価が上がるようであれば、景気も上向きと判断される。
□	競艇場（職員）	・年末年始の全国の売上は、安定して高い水準で推移している。この先も大きな変化はなく、好調を維持しながら推移しそうである。
□	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	・催事は順調に開催されているものの、人件費の上昇や資材価格の高騰で維持管理費が増加しており、収益の減少につながっている。
□	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・インバウンドは今の好調が続くと予想される。
□	その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球が開幕し、3月には公式戦があるほか、多くのコンサートが開催されるため、多数の来場者を見込んでいる。
□	美容室（店員）	・パーマやカラーなどの単価の高いメニューの利用が見込まれるが、トリートメントなどの利用は控える客が増えそうである。
□	住宅販売会社（従業員）	・都心のタワーマンションを中心に投資家の需要がみられる一方、実需は販売価格の高騰について行けなくなっている。それに対し、分譲マンション価格の高騰もあり、都心の賃貸マンションは賃料が上がっても、賃貸状況は順調な推移が予想される。
□	その他住宅 [情報誌]（編集者）	・都心部の販売は好調で、郊外は不調という状況が続きそうである。
▲	一般小売店 [時計]（経営者）	・今から2～3か月先には大阪・関西万博が控えているほか、年度替わりとなるため、何かと物入りな状況となる。一方、最近増えているのが、ネット通販との価格の比較である。販売の形態が異なるため、個人店舗と価格を比べられるのは厳しい。当店として景気が良くなるのは、容易なことではない。
▲	一般小売店 [花]（経営者）	・各商品の値上げの動きが続き、景気の後退が予想される。業種的に節約対象になりやすいため、売上に大きな影響が出る。
▲	一般小売店 [化粧品]（経営者）	・化粧品ブランドのリニューアルは2月、3月も続くため、4月までは現在の傾向が続くと予想される。インバウンド需要が見込まれる都心店舗では、海外客の需要は国内ブランドが中心となるため、商材の入替えによる影響は小さいが、地方の郊外店舗では国内客を中心とした売上が、1月と同じく2%から3%減少する。
▲	一般小売店 [衣服]（経営者）	・生活に必要な食料品などの価格が上がっており、今後も上昇が続くと予想される。生活必需品ではない衣料品に回す予算の減少を実感しているが、物価が更に上昇すれば、そうした傾向は一層強くなることが懸念される。
▲	百貨店（売場主任）	・物価の上昇が止まらない状況で、客の節約志向が更に強まるため、今後も生鮮品を中心に苦戦が予想される。
▲	百貨店（外商担当）	・金利の上昇による円高傾向で、インバウンド売上の減少が予想される。
▲	百貨店（マネージャー）	・近隣の大型商業施設の増床に伴い、一時的ではあるものの、来客数の減少が予想される。
▲	スーパー（開発担当）	・物価の上昇が続くなか、消費は回復せず、労働者の賃金も上がらない。インフレを脱却しなければ、景気は良くならない。
▲	コンビニ（店長）	・客単価の上昇で売上は横ばいか少し増えても、経費がそれ以上に増えているため、利益は実質的に変わらない。今後は悪くなっていくことが予想される。
▲	衣料品専門店（経営者）	・様々な物の価格が上昇していく。特に補助が縮小しているガソリン価格などの上昇が、景気を押下げると予想される。
▲	家電量販店（店員）	・会員数が減り続け、来客数も減少しているため、どれだけ良い商品を販売しても、売上計画を達成できない状況となっている。
▲	家電量販店（店員）	・材料価格の高騰による家電製品の値上げで、客は必要でない限り、購入を考えなくなっている。2月は元々閑散期であるが、3月の決算期も、余り期待できない状況が予想される。

	▲	家電量販店（店員）	・世の中の景気が回復しない限り、業況が悪くなるのは当然である。景気対策の検討により、少しでも厳しい状況が緩和されることを期待している。
	▲	その他専門店〔食品〕（経営者）	・中小企業が賃上げを行うまでは、インフレの傾向が収まらずに悪循環が続くため、しばらくは今の状況が続くと予想される。
	▲	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・ガソリン代補助の縮小や利上げ、値上げの継続と、苦しくなる材料しかない。
	▲	旅行代理店（従業員）	・賃上げは大手企業ばかりであり、一般の中小企業は取り残されている。
	▲	タクシー運転手	・相変わらずの物価の上昇に、客の財布のひもは固い。今後は格差社会のような風潮も目立ってきそうである。
	▲	テーマパーク（職員）	・今後の経済政策が報じられている内容であれば、先行きへの期待感は薄い。
	▲	競輪場（職員）	・様々な物の値上げが予定されている。やはり遊興費に使われる額が少しずつ減っており、来客数も年々減っているため、売上の減少につながっている。
	▲	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・経費の増加などで、先行きには明るい要素が見当たらない。
	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・物価の上昇に影響され、教育費の削減が懸念される。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・どこかのタイミングで、地価の上昇傾向に調整が入らない限り、現状から少し低下気味の推移になると予想される。大阪・関西万博の終了までは、この状態が続く。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・価格転嫁の交渉に、予想以上の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）	・円安の動きに伴い、消費が減少しているほか、企業の倒産件数も増加傾向にある。
	▲	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・同業他社のコンプライアンス違反が発覚し、その対応で当社にも人手の応援要請があったため、今後は本当に人手が足りなくなる。
	×	スーパー（経営者）	・燃料価格の高騰や、物価全体の上昇、増税懸念というトリプルパンチにより、景気が良くなるとは考えられない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・消費税やその他の負担が重いほか、食料品価格の上昇や社会保険料の負担も増えたことで、客が衣料品にお金を回す余裕がなくなっている。
	×	家電量販店（店員）	・商品価格が高いため、買換えの判断が更に遅くなっている。
	×	住関連専門店（店長）	・当店は欧州からの輸入が多く、現地のインフレは日本よりも更に厳しいため、原価の高騰も激しい。客の予算と実際の価格のギャップは広がる一方で、商談がスムーズに進まないケースが増えている。
	×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価の上昇で来客数が減っている。
	×	住宅販売会社（経営者）	・コストの上昇が落ち着かないため、先が読めない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・為替はまだ円安傾向が続いているが、従来の事業内容に加えて、新規の商材を手掛ける可能性もあるため、先行きは良くなることが期待される。
	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・1月になり、出荷量は例年よりも少なくなっている。気温が影響している部分もあるが、耐久消費財の購入の優先順位が下がっている。ただし、今後は取扱製品の需要期に入るため、出荷量は増えると予想される。
	○	食料品製造業（営業担当）	・少しずつ気温が上がってくるとともに、飲料の売上も伸びる時期となる。前年のような価格改定もないため、やや良くなる。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・大阪・関西万博の開始が近づき、印刷物などの駆け込み需要が予想される。開催後も、しばらくは需要の増加が続くそうである。
	○	輸送業（営業担当）	・新生活の準備で、ドラム式洗濯機が売れる見込みである。

○	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・いよいよ大阪・関西万博が開幕となるが、外国人観光客よりも国内客の来場が中心となりそうであり、関西は少なからずその恩恵を受けることが予想される。
□	食料品製造業（従業員）	・野菜や果実などの原材料が不足しているほか、価格の高騰もあって利益が圧迫されている。商品を値上げすれば受注も減るため、様子見の状況である。
□	繊維工業（総務担当）	・商品の品質による競争ではなく、価格競争が先行している。差別化のためには、愛用者のことを考えた、付加価値の高い商品を作るしかなく、その点を踏まえて商品を開発していく。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・一部の取引先を除いて、増産の情報がない。
□	化学工業（経営者）	・他社にシェアを奪われているわけではなく、どの分野の取引先も売上が落ちており、良い話が全くない。
□	化学工業（管理担当）	・先行きは不透明なままとまっている。
□	化学工業（企画担当）	・食品の需要は堅調に推移している。インバウンドの増加による影響だけでなく、食品の原料価格が上昇しても、販売価格に転嫁できる雰囲気がある。
□	プラスチック製品製造業（経営者）	・発注を控えられた案件が、比較的短い納期で改めて出てくることが予想されるため、収支に大きな変化はない。
□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・物価の上昇が続くなか、春闘によって賃金の増加が物価の上昇を上回り、実質賃金が前年比でプラスになるかが焦点となる。大手企業だけでなく、全体の労働者のおよそ7割を占める中小企業で賃上げが進むかがポイントとなる。
□	金属製品製造業（経営者）	・米国大統領による輸入関税の引上げが、自動車産業にどのような影響を及ぼすかが不安である。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・製造業の活動が低下しており、今後もこの傾向に変化はないと予想される。
□	一般機械器具製造業（設計担当）	・物価の上昇に賃金の増加が追い付かなければ、厳しい状態は変わらない。
□	電気機械器具製造業（営業担当）	・大型の受注が少なく、売上が伸びない。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・物価の上昇に歯止めがかからず、先行き不透明な状況には変化がない
□	建設業（経営者）	・今後の景気も、現状のような緩やかな上昇傾向となりそうである。
□	建設業（経営者）	・建設資材や技能労務者の不足により、人件費や建設費の増加が進み、取引先の予算とコストの差が広がっている。計画中の物件も、予算不足により着工できない可能性がある。
□	輸送業（商品管理担当）	・例年2月、3月は販売が減少するため、少し悪化する。
□	広告代理店（営業担当）	・3月までは比較的好調な動きが続きそうであるが、4月以降は不透明である。
□	経営コンサルタント	・当面は今の状況が続くと予想される。大阪・関西万博による好影響が期待されるものの、それを口にする中小企業の経営者は少ない。
□	司法書士	・物価が上昇するなか、起業や事業の拡大といった案件はないため、現状と変わらない状況が続く。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・コストの上昇に対し、販売価格の値上げができず、厳しい状況である。
□	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・2～3か月程度では、値上げなどの状況に変化はないため、現状と大きくは変わらない。
▲	繊維工業（総務担当）	・靴下企業の業績は、多くの輸入品と一部の国内生産で成り立っている。輸入に関しては1ドル120円から円安に大きくシフトしたままで、その分は価格転嫁ができていない。また、国内生産については、原材料価格の上昇分を販売価格に転嫁できていない状況である。靴下企業の置かれている現状は、大変厳しいままとまっている。
▲	建設業（経営者）	・地方の中小企業による賃上げが、物価の上昇ペースを上回ることは難しい。
▲	輸送業（経営者）	・ガソリン補助金の縮小で燃料費が増えるため、仮に収入が増えても収支は悪化する見込みである。採算がギリギリの仕事は断わらざるを得なくなるため、全体的な売上も減ることになる。

	▲	金融業（営業担当）	・物価の上昇に加えて、日本銀行による政策金利の引上げが決定し、金利負担は企業、個人共に増える。企業の賃上げも一部の大手企業に限られるため、消費は悪化する可能性が高い。	
	▲	不動産業（営業担当）	・衣料品はWeb販売が増え、実店舗での購入が減っている。将来的には店舗の空室率が上がることで、賃料が下がり、景気も悪くなる。	
	×	輸送業（営業担当）	・賃金などの改善を進めてこなかったため、優秀な社員数名が退職してしまった。人手不足の状況から、荷物の受注を減らさざるを得ない。	
	×	通信業（管理担当）	・物価の上昇が激しいため、最悪の状況が予想される。	
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・政府の経済対策は十分ではなく、日本銀行の利上げによる影響も懸念される。	
	×	金融業（営業担当）	・物価は更に上がり、個人消費にも大きな影響を与えることで、景気の減退が予想される。大企業は黒字傾向であるが、中小零細企業は赤字となるほか、倒産に追いやられる可能性がある。	
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・インフレ対策や景気対策を早急に講じるべきである。	
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	
	○	人材派遣会社（役員）	・年明け以降は求職者の動きが最も活発化する時期であり、企業も4月に向けて採用意欲が更に高まるため、需給状況は良くなる。	
	○	人材派遣会社（管理担当）	・大阪・関西万博の開催とともに、良くなってくる。	
	○	人材派遣会社（営業担当）	・大阪・関西万博の開催期間中は、一時的に求職市場がにぎわうと予想される。	
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西企業のプロモーション費用については、大阪・関西万博の開催もあり、今後は前の四半期を上回ると予想される。	
	○	民間職業紹介機関（職員）	・年度末に向けた一時的な求人の増加に、大阪・関西万博関連の求人の増加が重なっている。その一方で求職者は少なく、求人を募集しても採用につながりにくい状況が続いている。	
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・採用活動の早期化が進み、新3年生に向けた春休み期間のイベントには、企業による多数の申込みが見込まれる。	
	□	人材派遣会社（支店長）	・特に良くなる見通しはなく、来年度も厳しくなると予想される。	
	□	アウトソーシング企業（社員）	・人材募集を行って新たに採用しても、すぐに1人前には仕事ができない。人手不足の状況にあるなか、教えながらの作業には無理がある。	
	□	職業安定所（職員）	・12月の新規求職者数は前年比で増加となった。雇用保険受給者による新規求職の登録数は、前年比で12か月連続の減少となっていたが、増加に転じている。	
	□	職業安定所（職員）	・ここ数か月の求職者の動きは前年比で微減と、大きな変化はみられない。今後もしばらく大幅な変動はないと予想される。	
	□	職業安定所（職員）	・例年、これからの時期は新年度に向けた求職者の増加が見込まれるが、今年は想定を超えることはない。また、通年では求職者が微減の傾向にあることから、ここ2～3か月も大きな変化はないと予想される。	
	□	職業安定所（職員）	・米国の動向など海外情勢に不安要素はあるが、短期的には求人数に大きな変化はないと予想される。	
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	・時期的に求人数が増えるものの、求職者が少ないため状況は変わらない。	
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・企業による人材確保への強い意欲を感じるが、景気の回復が実感できるような、事業拡大などの動きは見当たらない。	
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・先行き不透明な状況が3か月後も続きそうであり、企業が受ける影響は見通せない。	
		▲	人材派遣会社（営業担当）	・一定のスキルが必要で、自動化が困難な業務では今後も求人が出てくる一方、一般的な技術者は対人での応対力が優れていなければ、自動化の対象となるかもしれない。
		▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・米国大統領の就任により、世界情勢は更に混とんとしてきた。米国大統領が就任後に様々な大統領令を発出しているが、日本がこのスピードに対応できるとは考えられない。

▲		学校〔大学〕（就職担当）	・大手企業の初任給は上昇傾向にあるが、福祉、医療業界の賃金はそれほど変わっていないなど、業種や企業規模による差がみられる。また、物価の上昇以上に賃金が上がる期待はもてず、年収の壁問題への対応にも政府の危機感は薄い。
▲		学校〔大学〕（就職担当）	・2～3か月先の物価上昇に関する情報がある一方、求人条件の向上が追い付いていない。
×		—	—