

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	・今月は、バレンタインデーのフェアや春節などによるインバウンド効果で来客数が増加し、前年を上回る好調となっている。また、最大級の寒波の到来で防寒商材の動きも好調で、婦人用品の売上が前年を大幅に上回ったほか、引き続きダウンやニット商材の需要も旺盛で、売上をけん引している。
	◎	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9446円となり、3か月前の7458円よりも上昇している。
	○	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・2月は営業日数が少ない上に、祝日が重なり、稼働できる日が少ない。中旬までは予想以上の安定感があったが、下旬に向けて寒波の襲来があり、徐々に来客数が減少した。終わってみると上旬の来客数の好調で、1か月の売上が維持できた部分がある。住宅地の路面店として、天候や気候に左右されることを改めて実感している。
	○	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数の動きは、前年の12月と比較して少し良くなっており、12月比では7%増、1月比では8%増となっている。商品別には、バレンタインデー商戦などで食料品が好調に推移している一方、婦人服、紳士服などのファッション関連は相変わらず厳しい。一方、2月の外商売上は30%増、インバウンド売上も17%増と好調に推移している。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上は好調が続いているほか、気温の低い日が続く、冬物商材が依然としてよく売れている。腕時計や海外ブランド品についても、高額商品が売れている。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数の高止まり状態が続くなか、商品の値上げが増えて影響で、客単価が上昇傾向にある。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・元々海外からの客は多いが、大阪・関西万博の開催に向けて、更に増える傾向にある。
	○	家電量販店（営業担当）	競争相手の様子	・競合相手の販売形態の変化により、問合せ件数が増えている。
	○	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・大雪や気温の低い時期が続いたことで、暖房器具やエアコンの販売が伸びている。また、大学の推薦入試の時期が早まっていることで、新生活関連の需要も高まっている。
	○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売量は徐々に増えているが、まだ景気が良くなっているとはいえない。
	○	その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・生鮮食料品の価格がようやく安定してきたが、米の価格がまだ高いため、状況が良くなるのはまだこれからである。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・関西ではインバウンドが増えているなか、当店ではまだ少ないものの、売上全体の底上げにはつながっている。また、日本人の宿泊者も増えている。
	○	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊部門では、大阪・関西万博の影響で、4月の予約状況が好調である。ただし、料飲部門では集客が伸び悩んでいる。
	○	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・客室単価が上昇しているほか、稼働率もそれほど高くないが、前年を大きく上回っている。
	○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・春節期間中はインバウンドが増えたが、春節の終了後は国内客の利用が目立っている。今年は久しぶりに寒い冬となり、ウィンタースポーツへの関心が高まったことが、国内客の利用につながっている。
	○	その他住宅〔展示場〕（従業員）	販売量の動き	・建築資材価格や人件費の高騰により、住宅価格は相変わらず高止まりの状況であるが、住宅展示場全体の成約数は増加傾向にある。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・業種の違いによる、売上の前年比でのばらつきが目立つ。各業種におけるインバウンド効果も差が大きい。	

□	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	来客数の動き	・2月に入って前月の不調からやや回復する店舗もあり、営業日数が1日少ない状況でも、何とか前年の売上を上回る形となった。ただし、来客数は前年比で90%前半にとどまるなど、基本的には客単価の上昇による売上の増加であり、集客や買上率には課題が残る。一方、化粧品では高級ブランドの売上が伸び悩むなか、男性タレントを起用したブランドの伸びが大きい。商品よりもプロモーションに購買が左右される世代の購入減少が目立つが、月末には春の新商材の動きがみられるため、この部分には期待が持てる。
□	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・消費者が価格に敏感になる傾向が顕著であり、全体的に高い物は売れなくなっている。
□	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・客の様子には変化がみられない。
□	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	単価の動き	・例年と同様に行事が少なく、売上が低迷している。
□	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・日々の増減はあるものの、平均すると前年並みか、少し伸びている程度である。全体的には、来客数が減少する一方、客単価が若干上昇するという構造が続いている。
□	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・1月の売上は前年の実績を確保できたものの、一部の富裕層による高級ブランドや美術品などの売上好調が主な要因である。その一方、大多数を占める一般客の消費意欲はそれほど高くない。
□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・月前半の春節期間中は、インバウンドは航空運賃の上昇で富裕層中心の来店が多く、高額品を中心に動きがみられた。一方、月後半になると航空運賃が下がってきたことで、カジュアルな服装の客が増え、化粧品のシェアが高くなっている。国内客については大きな傾向の変化はない。
□	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・厳しい冷え込みが続くなか、防寒ファッションは息切れしつつも、クリアランスセールでの消費が堅調に推移している。一方、食品は相次ぐ値上げの影響で、来客数の減少と客単価の若干の上昇がみられるが、来客数の減少がやや上回る厳しい状況となっている。一方、インバウンドは好調で増加傾向が続いている。
□	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・直近2か月はインバウンド、国内客共に好調となっている。
□	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・クリアランスセールが一段落した状況であるが、新作の動きが鈍く、依然としてセール商材を求める声があるなど、生活防衛色が強まっている。一方、店舗全体でみると、高額品などの動きは好調が続いているなど、消費の2極化が進行しており、景気全体に大きな変化はみられない。
□	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・今月は月初めからインバウンドの増加がみられ、過去最高の水準に達している。
□	百貨店（管理担当）	販売量の動き	・婦人服や紳士服などの、主力のファッション商材の売上が前年を下回った。その一方、インバウンド需要で時計や宝飾品の売上は前年を上回り、好調に推移している。
□	百貨店（特選品担当）	お客様の様子	・インバウンドの動きが為替や飛行機の便数に左右される状況は変わらない。国内売上についても、価格の上昇によって一部の客に購入が偏る傾向に変化はない。
□	百貨店（商品担当）	単価の動き	・株価の上値が重いほか、米国の関税引上げなどによる世界情勢の不安定化もあり、国内客の高額品需要が鈍化している。一方、やや円高傾向ではあるものの、インバウンド需要は好調を維持しているなど、プラスとマイナスの材料がきつ抗している。
□	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・大寒波や積雪により、外出を控える動きが増えたこともあり、来客数、売上共に微減となった。食品部門は堅調であったが、衣料品は特価品でも売れていない。

□	スーパー（店長）	お客様の様子	・円安などの影響で食品を中心に商品価格が上がっており、客の間で節約の動きが見受けられる。それに伴い、客の買上点数は減少傾向にある。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・売上は伸びているが、それぞれの商品の値上げによるもので、景気が良いわけではない。
□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数の推移は横ばいであり、それに伴って売上も横ばいとなっている。
□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・米の価格の高騰に対する消費者の関心が非常に高い。5キロで5000円と、以前の2倍の水準となっており、備蓄米の放出に関する問合せもみられる。物価の上昇に伴い、特に食費を節約する動きが強まっている。
□	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・商品の値上げに伴う販売価格の上昇傾向に変化はない。来客数、販売量はそれほど落ち込んでいないため、前年の水準は上回っているが、人件費の高騰もあり、収益が改善できているわけではない。
□	スーパー（企画）	それ以外	・売上は原価の高騰による単価の上昇で好調となっているが、利益自体が大きく上振れしているわけではない。売上の増加に伴って、利益も増えているものの、人件費や光熱費などの販売管理費の増加を吸収し切れていない。
□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・ここ数か月は、来客数や売上、客の様子などに変化はみられない。
□	コンビニ（店員）	お客様の様子	・来客数や販売量も安定しており、特に変化はみられない。いつも買物に来店する客に大きな変化はないほか、観光客による来店も引き続き多い。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数の動きに大差はなく、ほとんどが常連客であるため、全体的に大きな変化はみられない。
□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・クリアランスセールでは、30%割引というだけでは購入しないケースも目立つなど、客は価格にシビアとなっている。
□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・客の消費が2極化している。高額商品を買う客と、物価の上昇で安い商品を買う客のどちらも多く、この状況は数か月前と変わらない。
□	乗用車販売店（支店長）	お客様の様子	・3か月前や12月と比べても、特に変わっていない。客の様子を始めとして、経済状況、株価共に上向いていない。
□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月は販売台数の目標を達成できそうであるが、前年比では新車がマイナス、中古車がプラスという状況である。車両価格の高騰やインパクトのある新型車種の不足から、新車販売は厳しい状況が続いている。また、新車では販売力が問われる一方、中古車では商品の確保が問われている。
□	その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・値上げの影響で、増収減益の傾向が続いている。
□	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微減となっている。ただし、補助金の縮小でガソリン価格は上昇しているが、特に買い控えなどは見受けられない。
□	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が落ち着き、感冒薬などの医薬品の売上は減少となった。一方、春物商材への需要のシフトに伴い、化粧品や化粧雑貨の売上は増加している。また、食品や日用雑貨などの生活必需品の売上も順調な推移となっている。3か月前と比べて来客数に変化はないが、客単価や1品単価は若干の上昇となっている。
□	その他専門店【宝飾品】（販売担当）	単価の動き	・閑散期とはいえ、この数か月は変化がなく、来客数、売上単価共に低調なままである。
□	その他小売【ショッピングセンター】（総括）	販売量の動き	・売上は前年を上回っているものの、インバウンドを除くと前年並みである。

□	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	・受注、問合せ共に、受電数に変化はない。
□	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・例年この時期は予約が少ないが、今年は落ち込む日が少ない。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・物価上昇の影響で、利用者の来店回数が減少している。また、売上の多い日と少ない日の差が大きく、不安定な営業状態が続いている。全体としては、春節によるインバウンドの来客が予想を大きく下回った割に、横ばいの動きとなっている。
□	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	単価の動き	・商品の値上げは仕方ないという空気になりつつある。全ての商品が値上がりしているため、客が気づかない間に支出が増える。
□	観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・春節が終わっても、引き続きインバウンドが好調なほか、国内客の動きも活発である。
□	都市型ホテル (管理担当)	お客様の様子	・景気の上向いている様子が、客の動向からはみられない。
□	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・春節による一時的なインバウンドの増加があったものの、国内消費の回復は鈍く、単価も低水準であるため、景気の上昇が実感できる状況ではない。
□	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・客室単価が上昇している一方、稼働率は少し低調である。時期的な動きもあるが、常連客が宿泊しにくくなっている感覚があり、実際にそうした声も少し出始めている。
□	旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・為替の影響や物価の上昇により、海外旅行の伸びは戻っていない。国内旅行もインバウンドの増加で宿泊先が確保しにくくなっている。
□	旅行代理店 (役員)	販売量の動き	・受注件数、客単価共に、ほぼ横ばいで推移している。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・消費者の間で節約志向が徹底されており、タクシーは最低限の利用となっている。
□	通信会社 (経営者)	お客様の様子	・ガソリンや原材料価格の高騰により、利益が圧迫されている。
□	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・物価が上昇するなか、インフラ関連の支払を安くしたいという客が多い。通信サービスの販売では、スタート割キャンペーンを業界全体で頻繁に行っており、価格競争に陥っている。
□	通信会社 (役員)	販売量の動き	・携帯電話、スマートフォンの販売台数は、前年並みで推移している。
□	テーマパーク (職員)	お客様の様子	・国民の生活水準が上向く施策に乏しいため、先行きには期待できない。
□	住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・開発事業用地はホテル、マンション、オフィス、商業用共に購入意欲が強く、価格の高騰が続いている。さらに、建築費の上昇も続くなかで、賃料や販売価格への転嫁が順調に進むかは不透明な状況である。
□	その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・新築マンション、戸建て住宅の価格は引き続き上昇している。ただし、都心部のマンションは実需層の手が届かない水準になってきた反面、戸建て住宅の価格上昇は限定的であるが、低価格物件は客の動きが比較的鈍い。
▲	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	それ以外	・今月はインバウンドの需要が大きい一方、国内客の購買が少なく、売上は前月比で5%減少している。
▲	一般小売店 [手ぬぐい] (経営者)	お客様の様子	・国内客を中心に購買意欲が落ち込んでいる。商品の価格をみて、購入を控える客も見受けられる。
▲	一般小売店 [書籍] (管理担当)	来客数の動き	・来客数の前年比が回復しない。週刊誌の廃刊等のニュースもあり、定例的に購入していた客が更に遠のくことを考えると、早急に対策を講じなければならない。

▲	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・春節期間の終了後は、やや円高基調が進んだ影響もあるのか、インバウンド売上の増加率が少し鈍化している。国内客については、気温の影響もあって春物ファッションの動きは鈍いが、冬物のアウターが引き続き好調に動いたため、売上全体としては堅調な推移となっている。
▲	百貨店（宣伝担当）	単価の動き	・インバウンド売上は堅調であるが、国内客による売上の落ち込みが激しい。野菜を始めとする日用品価格の高騰により、主力客である中間層の節約志向が顕著で、不要不急の買物はできるだけ控える雰囲気となっている。
▲	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・2月に入り、前半はバレンタインデー商戦や春節の影響で、国内消費、インバウンド需要共に好調となった。ただし、中旬以降は寒さや値上げの影響で購買心理が悪化し、国内消費は婦人服や靴などで約10%減となるなど、節約行動が進んでいる。また、インバウンドも客単価が約35%ダウンするなど、全体的な伸び率が鈍化しており、これまでの国内消費が横ばいで、インバウンド消費が大幅に増えるという図式が変化しつつある。
▲	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・大寒波の影響もあるなか、来客数、販売量共に厳しい状況となっている。インバウンド需要も春節以降は低迷しており、売上自体が苦戦している。
▲	スーパー（店員）	単価の動き	・雪の影響もあって野菜の価格が全く下がらず、売行きが悪化している。
▲	スーパー（企画担当）	単価の動き	・値上げの影響で、米や食品の買上点数が減少し、売上、利益共に減少傾向となっている。果物も、主力のいちごの相場が上がった影響で、販売点数は大きく前年割れしている。一方、鍋物関連については気温の影響で若干増えている。
▲	スーパー（企画）	販売量の動き	・今月の販売量は、年末商戦のあった12月以前の水準で推移しており、大きな変化はない。
▲	スーパー（社員）	単価の動き	・商品価格が上昇するなかで、多くの店舗では競合店との価格競争に追われている。それに伴い、前年のように販売数量の減少を単価の上昇では補えず、売上の確保に苦戦する店舗が多くなっている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・2月に入って気温が下がり、朝晩の来客数が約8%減っているため、売上も約10%減少している。
▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・相次ぐ値上げにより、客の節約行動が目立っている。
▲	コンビニ（店員）	来客数の動き	・インバウンドが減少している。
▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数や売上単価が悪化している。また、前年比でも悪化しているが、好調であった1月の反動によるものである。さらに、例年であれば春物商材が動き出す時期となるが、当地としては珍しく雪の降る日が多いなど、天候要因による悪影響も出ている。
▲	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・気温の低い日が続く、来客数も減っている。
▲	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が減少している。4月から大きな値上げを控えているため、駆け込み需要を期待しているが、なかなか期待を上回るまでには至っていない。
▲	住関連専門店（店長）	来客数の動き	・例年であれば、春に向けて来客数が増えるが、今年は減少している。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前年と比べて寒い日が続く、近隣の商店街も人通りが少ない。夜の時間帯は更に人通りがない。
▲	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・客単価が上昇するなか、販売量は微減にとどまっているが、来客数は約4%減少している。
▲	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	来客数の動き	・3か月前よりも、来客数の前年比が悪化している。基本的には、天候による外的な影響が強い。
▲	観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇により、客の選択の目がシビアになっている。しっかりと価値を伝えるかどうかで、業界内での勝敗が変わってきている。

▲	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・閑散期に入り、週末でも空室の残る日が出ている。単価を上げて販売を行っているため、売上は前年を上回っているが、販売室数は減少し、想定した水準に届いていない。
▲	旅行代理店(支店長)	来客数の動き	・季節的な動きもあるが、来客数が減少している。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・大阪・関西万博の開催を控えているが、社会全体の動きや夜の繁華街の動きが変わってきた影響か、単なる不景気の影響か、余り良くない雰囲気となっている。
▲	通信会社(社員)	販売量の動き	・総販売量が落ちている。
▲	美容室(店員)	単価の動き	・使用するトリートメントのランクを下げる動きや、カラーやパーマのオーダーを見送るケースが目立っている。
▲	住宅販売会社(経営者)	販売量の動き	・流通量が減り、広告への反響も減少している。
▲	住宅販売会社(経営者)	単価の動き	・建材価格が高止まりし、利益が圧迫されている。
▲	住宅販売会社(総務担当)	来客数の動き	・諸物価の上昇に伴い、購入意欲が高いのは新築住宅がすぐに必要な人だけであり、来客数が減少している。
▲	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	・金利の上昇や、米国の関税引上げによる影響に加え、物価も上昇している。
▲	その他住宅[住宅設備](営業担当)	お客様の様子	・物価の上昇が止まらず、日々の食費や外食費が数年前の1.5倍に増えている。米の価格は2倍以上に上がっているなか、政府の対応は後手に回っている。春闘での賃金のベースアップは、大企業を中心に活発な報道が増えているが、中小企業にまで波及するかどうかは不安である。
×	一般小売店[ガラス細工](店長)	お客様の様子	・食料品価格などの値上げで、購入意欲が低下している。
×	百貨店(売場主任)	単価の動き	・コロナ禍が完全に終了し、本来の人の流れが回復することで、ギフト需要やイベント需要は好調となっている。特に、バレンタインデー商戦はカカオ価格の高騰による値上げがあったものの、前年比15.6%増と非常に好調となった。その一方、生鮮食品は野菜価格の高騰による買い控えの影響で、11.0%減と苦戦している。
×	百貨店(マネージャー)	来客数の動き	・米や野菜価格の高騰による消費マインドの低下に加え、2度の寒波襲来で周辺の交通事情が乱れたほか、メディアでの不要不急の外出自粛の呼び掛けもあり、大きな影響が出ている。
×	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・来客数が前年比で4割減となったほか、売上も減少している。
×	家電量販店(経営者)	販売量の動き	・補助金が一旦終了した影響か、リフォーム関連の販売量が減少している。
×	家電量販店(店員)	販売量の動き	・レジ客数は前年よりも増えているが、単価、買い回り点数共に、前年よりも減少している。
×	家電量販店(店員)	お客様の様子	・物価の上昇が続き、客の購入マインドも低下している。消費意欲はあるように見えるが、購入には至らない状況であり、今後も物価の上昇が続けば更に深刻化する。
×	一般レストラン(店主)	来客数の動き	・2月は観光地が最も暇な月であり、天候要因に左右されるほか、今年は特に寒いため、客の動きは非常に悪い。地元客にも動きがみられない。
◎	—	—	—
○	食料品製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・前年と比べて上向き傾向にある。

企業
動向
関連

(近畿)	○	金融業〔保険〕 (経営者)	取引先の様子	・売上が増えてきたという声が出ている。不動産市況も上向いており、商業地の空き店舗も減少し、賃料も上昇している。
	○	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・今月に入って、3月までの駆け込み広告の注文が増えている。
	○	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の再開発ビルの店舗ゾーンでは、従来は空き店舗が出ると、長らく空室のままであったが、最近は問合せが多く、すぐにテナントが決まる。しかも以前と比べて賃料が少し上がっている。
	□	繊維工業(総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・販売価格の値下げ要求が当たり前となっており、経費分の粗利益が確保しにくい。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・従来どおり、月末になると在庫調整や納期の変更が多く出てくる。
	□	化学工業(製造担当)	受注量や販売量の動き	・4月から7月の製造の予定が立っていない。
	□	化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・電装品向け、家電向け共に、取引先の好不調のばらつきが大きいため、全体としては変わらない。
	□	プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注はできているが、生産量は減少気味である。
	□	金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・半導体関連や電子部品などの特殊な製品を除いて、一般的な製品の荷動きが悪く、先行きに明るさもみられない。
	□	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・ここ数か月は業況が低迷しており、今後もこの傾向は変わらない。
	□	電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・エアコンや電子レンジの販売が前年を上回る一方、全自動洗濯機や冷蔵庫などの大型商品は前年を割り込む動きとなっている。
	□	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・建設資材価格や労務費などの価格上昇が続いている。計画時の予算と現状の価格の差が大きく、予算不足による工事の凍結や縮小も起きている。
	□	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・問合せや引き合いの状況に、変化はみられない。
	□	輸送業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・運賃は一旦少し上昇したが、ここへきて値下げの要請がきている。得意先の荷物も増えているわけではなく、経費ばかりが上昇しているため、少しでも運賃の値下げをしてほしいという意向である。
	□	金融業(営業担当)	取引先の様子	・輸送価格の高騰によって流通経費が大幅に増えており、物価の底上げにつながるほか、金利の引上げにより景気の回復にもブレーキが掛かる。
	□	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	・ターミナル駅は相変わらずのにぎわいであるが、それ以外の駅は来客数の減少傾向が見受けられる。平時は節約しながら、週末を中心に繁華街に買物に出掛けるといった傾向が強まっている。
	□	その他非製造業〔機械器具卸〕(経営者)	受注量や販売量の動き	・製品の値上げが続いている状態であり、値上げの通知や申請に時間が掛かるため、前向きな営業活動に時間が割けていない。
	□	その他非製造業〔衣服卸〕(経営者)	受注量や販売量の動き	・コストの上昇で、店頭の販売価格を上げざるを得ない日用品が増えており、購買点数が減っている。1月以降は一段と動きが悪くなっており、売上は単価が上がった分だけ増える傾向にあるが、必ずしも価格転嫁はできておらず、利益は減少傾向にある。
	▲	食料品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・家庭向け商材の一部が、農産物価格の高騰で著しく出荷が減少している。業務用商品は安定しているが、家庭向けは使用する食材価格の上昇による影響を受けやすい。
	▲	食料品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・2月は気温が低く、気候も良くなかったことで客の外出も減少し、飲料関連の売上は少し悪くなっている。
▲	窯業・土石製品製造業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・依然として、物価の上昇やガソリン価格の高騰による買い控えが進んでおり、取引先からの受注量も減少傾向にある。それに伴い、毎月の売上がやや減少に転じている。	

	▲	その他製造業 〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・市場の動きが鈍く、インフレが続いているため、消費者の価格への反応が敏感になっている。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・アパレル店舗の撤退が止まらず、1階の空き店舗が増加している。家賃が下がり、空室率が上がるなど、景気が悪くなっている。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・インバウンドの受入れで一部の企業は潤っているが、増税への懸念により、働く意欲を失っている労働者は多い。
	×	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	・販売価格が下がらない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・大阪・関西万博の開催を控え、関連求人が増加しているほか、求人条件も比較的良好い。
	○	人材派遣会社 （管理担当）	求人数の動き	・大阪・関西万博の開催が近づき、万博関連の求人、求職者共に増加している。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・人手不足をどのように解消するかという問題はあるが、求人は3か月前よりも増加している。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・2月に開催された2026年卒向けの合同企業説明会への出展企業は、前年比で1.3倍と増えている。ただし、参加学生が半数に減少し、2027年卒などの低学年による参加が増えるなど、就職活動の早期化が顕著となっている。2027年卒向けの夏のインターンシップは、5月から6月のイベント出展枠が早々に埋まり始め、既に大手企業の出展も多数決まっている。
	□	人材派遣会社 （役員）	求職者数の動き	・企業の採用意欲の高さを反映し、求人数が増えているほか、2月から3月は求職者の動きが最も活発になる。
	□	人材派遣会社 （支店長）	求人数の動き	・1年を通して関西の状況はほとんど変わらず、求人は微増となっている。
	□	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・電話対応がなく、データ入力だけといった、簡単な事務の求人が減り、求職者に対する仕事の紹介がスムーズにできていない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・年度末にかけての新聞広告やデジタル広告の動きをみても、大きな変動はない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・1月の新規求人数は前年比で減少となった。一方、有効求人数は増加し、有効求職者数も増えたが、有効求人数の増加は限定的であったため、有効求人倍率は前月に続いて低下している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数だけでなく、新規求職者数や就職数もほぼ横ばいとなっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・1月は求人数が増えたものの、景気の回復を要因に上げる声は少なく、現状は大きな動きがみられない。前年と比較しても、特に大きな差はない。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・求人数は増えているが、求職者が減っている状況であるため、景気に大きな変化はない。
	□	学校〔大学〕 （就職担当）	周辺企業の様子	・採用活動に苦戦する企業がある一方、人手不足を背景に、ルールを守らない企業の早期採用が加速している。そうした動きのなかで、特に景気の変化はみられない。
	□	学校〔大学〕 （就職担当）	それ以外	・取引先の求人意欲は旺盛で、引き続き堅調な推移となっているが、物価の上昇で消費者による買い控えの動きが増えている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・単なる原材料価格の上昇だけではなく、燃料価格や人件費、使用料などの様々なコストが上昇しており、企業収益が圧迫されている。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・物価の上昇が止まらないほか、米国による施策の影響もあり、3か月前よりも景気は悪化している。	
×	—	—	—	