

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) | ◎ | 百貨店（サービス担当） | ・今後もインバウンド効果が続くほか、各種イベントや大阪・関西万博による効果で来客数も増え、前年を上回る好調な動きが続くと予想される。 |
| | ◎ | 百貨店（マネージャー） | ・備蓄米の市場への放出で、米の価格の安定が期待されるほか、4月から5月にかけて当店の食品売場の改装を予定しており、売上の増加が期待できる。 |
| | ◎ | 観光型旅館（団体役員） | ・例年、気候が暖くなる時期には、学生の卒業旅行などでにぎわいが出てくる。 |
| | ◎ | 都市型ホテル（フロント） | ・4月から大阪・関西万博が開催されるため、既に多くの企業による研修旅行の問合せがあり、予約が満室となっている。 |
| | ○ | 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当） | ・インバウンドの予約が3月後半に集中して入っている。 |
| | ○ | 一般小売店〔手ぬぐい〕（経営者） | ・当社の商品は季節商材が多いため、暖かくなってくると売上が伸びてくる。 |
| | ○ | 一般小売店〔菓子〕（営業担当） | ・3月になれば、販売量も若干増えてくると期待している。 |
| | ○ | 一般小売店〔書籍〕（管理担当） | ・季節による売上や来客数の差はあるが、3月、4月の新学期需要に対応していくことで、来客数が上向くことを期待している。 |
| | ○ | 百貨店（企画担当） | ・大阪・関西万博の開催効果で、インバウンドが更に増えることを期待している。 |
| | ○ | 百貨店（販促担当） | ・気候が大きく変化する時期であり、気温の動きが消費に大きな影響を及ぼす。その一方で、モチベーション需要には期待できるため、セールスポイントを明確にした取組で需要の獲得を目指す。大阪・関西万博でのインバウンド需要にも少し期待できる時期となる。 |
| | ○ | 百貨店（売場マネージャー） | ・大きく改善する要素は見当たらないものの、気温の上昇で春物商材の動きが活発化する見込みである。また、桜の時期になれば訪日外国人も増加し、消費が活発になると予想される。 |
| | ○ | 百貨店（特選品担当） | ・大阪・関西万博の開催による集客の増加に期待している。 |
| | ○ | 百貨店（販売推進担当） | ・大阪・関西万博が開催されることで、人流が増え、消費が活発になることを期待している。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | ・気候が良くなって観光シーズンとなるため、朝晩の来客数も約15%増える見込みである。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | ・気温が上昇し、外出が増える季節となるため、やや良くなる。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | ・大阪・関西万博の影響で来客数の更なる増加が見込まれるほか、商品の値上げラッシュによる客単価の上昇傾向も、しばらく続きそうである。 |
| | ○ | コンビニ（店員） | ・例年2月が来客数、売上共に最も減少する。 |
| | ○ | コンビニ（店員） | ・少し前から手作りパンの販売計画を見直し、売れ筋商品を増やしたり、手頃な価格の商品を増やしたりと、試行錯誤を進めてきたことで、店内製造のパンの売上が130%に増えている。廃棄を減らす努力よりも、品ぞろえを増やして購買意欲を高める方向で、今後も売上の増加を目指したい。 |
| | ○ | 衣料品専門店（店員） | ・繁忙期に入るため、3月、4月は来客数も増え、やや良くなると予想される。 |
| | ○ | 家電量販店（経営者） | ・リフォーム関連の補助金が正式に再開されるため、販売量の増加を期待している。 |
| ○ | 家電量販店（人事担当） | ・今年は暖かくなる時期が早まる予想もあり、花粉症や黄砂による部屋干し需要や空気清浄機などの需要に期待が高まる。また、今年も猛暑の予報があるため、省エネ性能の高い、高機能で高単価のエアコンの需要も高まりそうである。 | |
| ○ | 乗用車販売店（経営者） | ・メーカーによる新車の発表やモデルチェンジもあるため、購入の増加が見込まれる。 | |
| ○ | 乗用車販売店（支店長） | ・期待も込めて、今年度の後半に向けて、好景気となる可能性はある。 | |
| ○ | その他専門店〔宝石〕（経営者） | ・食料品や米などの価格が落ち着いてきたため、今後は良くなっていく。 | |

| | | |
|---|------------------------|---|
| ○ | 高級レストラン (スタッフ) | ・春は卒業や入学、転勤、異動などで人の動きが増えるため、予約の増加に期待したい。 |
| ○ | 高級レストラン (企画) | ・今年4月から大阪・関西万博の開催による、国内外からの宿泊客の増加や、客室単価の上昇が予想される。 |
| ○ | 一般レストラン (経営者) | ・暖かくなると人通りは増えるが、物価の上昇で消費者の財布のひもは固い。 |
| ○ | 一般レストラン (店主) | ・暖かくなれば、客の動きも良くなると期待している。また、インバウンドも増えることを期待している。 |
| ○ | その他飲食 [洋菓子] (管理担当) | ・大阪・関西万博の開催による影響が期待される。 |
| ○ | 観光型旅館 (経営者) | ・まだ楽観はできないが、予約は前年比で10%の増加となるなど好調である。 |
| ○ | 都市型ホテル (スタッフ) | ・宿泊の予約率は前年を大きく上回っている。インバウンドは依然好調で、中国や韓国からの客が増えている。レストランは直前の予約が中心であるが、こちらも前年を上回る見込みである。 |
| ○ | 都市型ホテル (客室担当) | ・桜のシーズンは海外からの予約もおおむね好調であるが、オーバーツーリズムの影響で国内需要が落ち込んでいる。宿泊税の引上げ情報も、国内客が離れる要因となっている。 |
| ○ | 都市型ホテル (総務担当) | ・少なくとも、大阪・関西万博の開催期間中は宿泊需要が期待できるものの、飲食需要にはそれほど期待できない。 |
| ○ | 都市型ホテル (管理担当) | ・国内需要は春休みやゴールデンウィークに伴う増加が期待されるほか、インバウンド需要は春のシーズンでの一定の回復が見込まれる。また、単価も上昇傾向であるため、緩やかな景気の回復が予想される。 |
| ○ | 都市型ホテル (客室担当) | ・大阪・関西万博の影響で稼働率の上昇が見込めるが、光熱費の高騰が懸念される。 |
| ○ | タクシー運転手 | ・大阪・関西万博の開催が近づくなか、今後は来場者の動きもあって、タクシーの利用は増加する。 |
| ○ | 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は服を脱ぐため、暑い時期よりも寒い時期の方が来客数は減少し、暖かくなれば増加する。 |
| ○ | その他住宅 [展示場] (従業員) | ・住宅価格が高止まりする状況は、当面続くと予想される。ただし、その状況に客も慣れてきたため、消費マインドも以前と比べて回復傾向となる。 |
| □ | 商店街 (代表者) | ・ここ数か月は同じような傾向で推移しており、今後も変わらないと予想される。 |
| □ | 一般小売店 [花] (経営者) | ・物価の上昇による影響が続く。 |
| □ | 一般小売店 [化粧品] (経営者) | ・インバウンドの恩恵のある店舗は好調であるが、国内客相手の店舗は来客数が減少するなど不安要素が多く、今後も来客数の減少と単価の上昇の動きが予想される。また、ポイントアップなどに大きな反応がみられるなど、客の購買意欲は決して高くない。内外価格差が激しい、東アジアからのインバウンドが訪れる店舗は期待できるものの、国内客はしばらく停滞が続くと予想される。 |
| □ | 一般小売店 [野菜] (店長) | ・全体的に景気が良くなる気配はないが、悪い方向に向かっている感覚もない。インバウンドが訪れる地域は潤っており、今後も上向くが、国内客を対象としている地域が良くなるとは考えられない。 |
| □ | 一般小売店 [呉服] (店員) | ・着物を販売しているが、今の時点で仕立ての依頼が入っていないため、2～3か月後の売上も増えることはない。 |
| □ | 百貨店 (売場主任) | ・様々な対策を実施しているものの、利用客数の減少に歯止めがかかる気配はない。こちらが直接声を掛けられる常連客に限れば、資産価値が見込まれる買物には積極的な動きがみられる。 |
| □ | 百貨店 (企画担当) | ・少なくとも良くなることはない。生活必需品の値上げが続くなか、百貨店で商品の購入は後回しになったままである。物価が上がっても、大企業以外ではそれほど給料が増えていないことも要因とみられる。 |
| □ | 百貨店 (広報担当) | ・国内客向けの売上は、今後の気温の上昇に伴い、通常の動きに戻ることが期待される。一方、大阪・関西万博の影響は現時点で考慮しておらず、インバウンド売上にも引き続き注意が必要とみられる。 |

| | | |
|--------------------------|---------------|---|
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（宣伝担当） | ・現在の傾向はしばらく続くため、消費の2極化がより一層進むと予想される。国内の中間層によるハレの日消費がどこまで回復するかは不透明であるため、今後は富裕層やインバウンドへの対応に注力する。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（売場マネージャー） | ・相変わらず円安傾向であるが、物価の上昇や商品価格の高騰により、婦人用品や婦人服などの購入意欲が弱い。一方、高級ブランドや金製品などの外商売上や、インバウンド売上が好調に推移するなか、大阪・関西万博が4月に控えていることで、今後も若干期待できる。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（外商担当） | ・インバウンド需要が盛り上がる一方、国内の富裕層には来店を控える様子がみられる。ただし、世界情勢に大きな変化がない限り、全体としてはおおむね好調な状況が続くと予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（商品担当） | ・物価の上昇を含めて、不透明な部分が多い。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（マネージャー） | ・光熱費の高騰や物価の上昇で、生活必需品以外の買い控えが進んでいる一方、インバウンド売上は鈍化しつつも、一定の売上の拡大がみられる。また、富裕層の消費が安定的に推移する傾向にも、大きな変化はないと予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（外商担当） | ・日米金利格差の縮小によって円高が進行しているため、インバウンド売上の増加が落ち着くことが予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（マネージャー） | ・ここ数か月は全体的に大きな変化がみられない。足元の商圈を中心とした国内客やインバウンドの動きについても、特に大きな変化はない。この傾向は今後も続きそうであるが、良い変化としては、中国人客を中心とした来街者が少しずつ増えていることである。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（管理担当） | ・業績全体をけん引するような商材が見当たらない。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（商品担当） | ・大阪・関西万博の開催による需要の増加は、国内客を中心に一定の動きが出てくると予想される。ただし、世界経済の先行き不透明感は拭えないほか、足元は物価の上昇で食品の買い控えが進むなど、先行きへの不安は大きい。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（経営者） | ・物価の上昇に収入の増加が追いついていないため、消費は伸びない。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店長） | ・物価の上昇が続いており、特に衣料品関係は厳しい状況が続く。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店長） | ・今後は客が賃金の増加などを体感できる状況にならなければ、現状の消費動向に変化はない。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店長） | ・物価の上昇に収入が追いついておらず、今の状況が続くと予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店員） | ・まだ価格が下がりそうにないため、厳しい状況が続く。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（企画担当） | ・来客数も安定しており、特に良くも悪くもならないと予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（企画担当） | ・いろいろな商品の値上げが予定されており、4月はビールや酎ハイなどが対象となる。その前にまとめ買いの特需が予想されるが、その後は反動も出るため、全体的には増加が期待しにくい。今後は、価値のある商品をいかに販売できるかが重要となる。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（経理担当） | ・暖冬から一変して、最強クラスの寒波が襲来し、鍋つゆなどの冬物商材の売行きは堅調に推移している。今後は、季節を先取りする売場と売れる商品にずれが生じる可能性はあるが、季節が進むにつれてずれも解消されるため、今後の人の動きや行楽需要が期待される。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（企画） | ・4月からは、各社による賃金のベースアップや、パートの時給引上げなどもあるが、物価の上昇は続いているため、景気の大きな変化にはつながらない。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（経営者） | ・4月からはアルコール類の値上げも決定しているため、今後の対策を考える必要がある。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（店長） | ・米や卵などの異常な値上がりは気掛かりであるが、今のところ売上は横ばいで安定しているため、今後の動きは見通せない。直近の数か月については、大きな変化はないと予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（店員） | ・特に変化はみられず、暖かくなればまた旅行者が増えるほか、今まで以上に忙しくなると予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（店員） | ・物価の上昇が落ち着かない限り、景気の改善はあり得ない。 |

| | | |
|--------------------------|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（店長） | ・天候を含めて、春先からやや持ち直すと予想されるが、原価の上昇がまだ続いているなか、消費への影響が懸念される。また、米国による輸入関税の引上げによる影響など、未知数の部分も多いため、景気はしばらく横ばいが続く。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（経営者） | ・今年も賃上げが進むと予想されるが、過去数年と比べると厳しくなる。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（経営者） | ・米国大統領による関税政策やウクライナへの対応など、世界経済に影響を与える言動が多く、世界が振り回されているため、しばらくは様子見となる。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（経営者） | ・客からは、まずは必要な物を買うという声が多い。今後もしばらくは、車が売れにくくなりそうである。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（販売担当） | ・車両の販売状況は、引き続き安定している。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（役員） | ・米国による輸入関税引上げや、車両価格の高騰、高齢者や若年層の車離れなど、自動車業界全体として良い環境にあるとは言い難い。さらに、強化を凶ってきた電気自動車の需要も厳しい状況にある。当ブランドの本国の状況も厳しいなか、現時点では好転する要素が見当たらない。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（販売担当） | ・中間層の賃金が上がらなければ、景気が良くなっている実感は得られない。新入社員の初任給引上げの報道は多いが、それだけでは購買意欲の向上にはつながらない。 |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店〔食品〕（経営者） | ・メイン商材ののりが不作のため、今年は更に原価の上昇が進んでいる。 |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当） | ・米国大統領による政策の影響が予想しにくいいため、今後の景気判断が難しい。ただし、消費者の間では物価上昇への諦めが強いことから、極端な節約や買い控えなどは起きないと予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店〔医薬品〕（管理担当） | ・感冒薬などの医薬品や衛生用品の売上は、気温の上昇に伴い減少していく。その一方、今年は花粉症の症状が厳しくなると予想され、予防商材も含めた花粉症関連商品が売上増の中心となる。それに対し、食品や生活必需品は値上げの影響で客単価が上昇しているものの、買上点数は減少している。今後も引き続き、同様の傾向が続くと予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店〔宝飾品〕（販売担当） | ・生活に必要な日用品の価格が一通り上がると、次は水道・光熱費や学費のほか、様々な手数料の値上げが始まっている。あらゆる物が値上がりするなか、宝飾品価格の上昇を気にしないような世代の客は、そもそも来店機会がない。 |
| <input type="checkbox"/> | その他小売〔ショッピングセンター〕（総括） | ・物価上昇の影響で消費意欲が低下し、購買に慎重になっている。 |
| <input type="checkbox"/> | その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター） | ・商品の値上げもあるため、売上の増加は期待できない。 |
| <input type="checkbox"/> | 一般レストラン（経営者） | ・原材料価格の高騰で、販売価格を改定せざるを得ない状況であるため、来店動機などへの悪影響が続く。低価格メニューなどで安心して外食できる環境を作り、来店につなげていくことで、少しずつ外食産業の景気も回復すると期待している。 |
| <input type="checkbox"/> | その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当） | ・商品の値上がりにより、消費者の生活は訳の分からないうちにひっ迫していく。 |
| <input type="checkbox"/> | 観光型ホテル（経営者） | ・政情不安や世界的な戦争による悪影響もあり、良くなるとは考えられない。 |
| <input type="checkbox"/> | 観光型ホテル（経営者） | ・3月の予約状況は好調で、4月以降は大阪・関西万博関連の動きはまだ少ないものの、一般の団体客や好調な個人客の動きが続くと予想される。ただし、ゴールデンウィーク前後の日並びが悪いため、大きな期待はできない。 |
| <input type="checkbox"/> | 都市型ホテル（管理担当） | ・最近の社会情勢をみても、上向きそうな要素が特に見当たらない。 |
| <input type="checkbox"/> | 都市型ホテル（客室担当） | ・原油価格の高騰や、物価の上昇などで、当分の間は消費に影響が出る。 |
| <input type="checkbox"/> | 旅行代理店（支店長） | ・大阪・関西万博の開始が2か月以内に迫ったが、全く盛り上がりおらず、客からの関心も低いままである。開催がもう少し近づけば盛り上がるといわれているが、その状況にはない。 |

| | | |
|---|-------------------------|---|
| □ | 旅行代理店（支店長） | ・やや動きは出てくるものの、大阪・関西万博の影響でホテルや航空券の価格が高騰し、予約が取りにくくなる。 |
| □ | 通信会社（営業担当） | ・引越しのシーズンとなり、加入の問合せが増える時期であるが、解約の問合せも増えているため、業況全体としては変わらない。 |
| □ | 通信会社（役員） | ・携帯電話やスマートフォンの端末価格の高騰で、客の購買意欲は高くないが、生活必需品として底堅い需要がある。 |
| □ | テーマパーク（職員） | ・所得税の課税基準が定められた時代とは物価水準が異なるため、その調整は必要とみられる。米国大統領の就任で不安要素もどんどん増えるため、先行きに期待できる要素は見当たらない。 |
| □ | 観光名所（企画担当） | ・春節が始まって中国からの観光客が増えたが、前年比での全体的な動きに変化はない。 |
| □ | 遊園地（経営者） | ・新年度の賃上げがどこまで浸透するかによって、景気が大きく左右される。 |
| □ | ゴルフ場（支配人） | ・予約状況や入込客数は良いが、価格を上げると入込客数が減少するため、なかなか景気は良くならない。 |
| □ | その他レジャー施設 [イベントホール]（職員） | ・物価の上昇や人件費の増加が顕著となるなか、コストの削減に注力することで、現状を何とか維持できている。 |
| □ | その他レジャー施設 [球場]（経理担当） | ・プロ野球のシーズンが開幕し、公式戦や日本代表の強化試合のほか、多くのコンサートも開催されるため、多数の来場者が予想される。 |
| □ | 美容室（店員） | ・オーダーを見送る動きも、少しは解消されると期待している。 |
| □ | 住宅販売会社（経営者） | ・春の異動シーズンが始まる時期ではあるが、例年ほどの活発な動きがない。このまま鈍い状況が続くことも予想される。 |
| □ | その他住宅 [住宅設備]（営業担当） | ・給与、特に手取りが増えなければ、生活を維持できないほどの物価上昇となっている。 |
| □ | その他住宅 [情報誌]（編集者） | ・大阪・関西万博の開幕やインバウンドの増加による影響で、賃金の上昇する業種は増える見込みである。物価の上昇による悪影響を上回る、消費マインドの回復となるかどうかで、景況感が変わる。 |
| ▲ | 一般小売店 [時計]（経営者） | ・食品を始め、あらゆる物の価格が月ごとに高くなっている。生活を維持するのに必要な物の購入が優先されるなか、時計は購入を後回しできる物に入るため、心境としては穏やかではない。当店にとって景気が良くなる状況は考えにくい。 |
| ▲ | 百貨店（マネージャー） | ・物価の上昇により、客の意識のなかで、商品を指名買いするよりも、価格を優先する傾向が高まっている。 |
| ▲ | 百貨店（マネージャー） | ・大阪・関西万博の開催を控え、一定の集客は予想されるが、節約志向に変化はないと予想される。それに伴い、国内の中間層による購入は、価格の上昇による影響で厳しい状況が予想される一方、富裕層の間では投資目的の手堅い消費が続くそうである。全体のポイントとなるインバウンド消費は来客数の一定の増加が期待されるものの、客単価の低下により、好調なのは一部の地域だけで、当地域への恩恵は少ないと予想される。 |
| ▲ | スーパー（販売促進担当） | ・前月と比較すると徐々に販売量が落ち込んでいるなど、財布のひもが更に固くなっている。さらに、米の供給などでは不透明な部分も多く、価格の上昇や、それに伴う買い控えが更に進むと予想される。 |
| ▲ | スーパー（企画） | ・食料品価格の上昇が続くなか、主食である米の価格も以前の約2倍に上昇し、家庭での負担感が強まっている。今後は備蓄米の放出が予定されているが、依然として高水準にとどまることが予想される。単価の上昇が購入点数の減少につながるなか、今後は現在の傾向が続くか、更に悪化が進むと予想される。 |
| ▲ | スーパー（開発担当） | ・具体的な景気対策が実施されていない。大企業の賃上げは発表されているが、中小零細企業はかなり厳しいため、景気が良くなる可能性は低い。 |
| ▲ | スーパー（社員） | ・2年前から続く値上げにより、客の節約志向が定着しつつある。それに伴い、売上の厳しい状況は当面続くことが予想される。 |

| | | |
|---|--------------------------------|--|
| ▲ | 家電量販店（店員） | ・物価の上昇が続いており、客はより慎重にお金を使うようになっている。家電でも、エアコンや冷蔵庫、洗濯機の価格が値上がりし、表示金額をみるだけで客が驚く状況である。どうしても買う必要がなければ、購買意欲も低下傾向となっている。 |
| ▲ | 住関連専門店（店長） | ・欧州からの輸入販売を行っているが、年明けから現地のインフレやエネルギー価格の高騰で、仕入価格が値上がりしたため、3月からやむなく販売価格を上げるようになった。原価の上昇や物価の上昇に歯止めがかからない。 |
| ▲ | 一般レストラン（企画） | ・2月中旬に値上げを含むメニューの改定を実施したが、客単価は想定どおりとなっている。今後は来客数の確保が課題である。 |
| ▲ | 一般レストラン（店員） | ・これから先は、物価上昇の影響がかなり出てくる。 |
| ▲ | 観光型旅館（経営者） | ・業界内での淘汰が進むと予想される。 |
| ▲ | 旅行代理店（役員） | ・春休みや卒業旅行のシーズンとなり、大型レジャー施設を中心に間際予約が見込まれるものの、全体的に単価は下がる。一方、今年のゴールデンウィークは前半の日並びが悪いため、国内旅行、海外旅行共に、長期の旅行需要が見込めない。 |
| ▲ | タクシー運転手 | ・全体的な経済政策だけではなく、低所得者の賃金の底上げが必要であるほか、やはり物価の上昇が厳しすぎる。 |
| ▲ | 通信会社（経営者） | ・今後もインフレの継続で、人件費や原材料費の増加が見込まれる。 |
| ▲ | 通信会社（社員） | ・3月は年間で最大の繁忙期であるため、その後は販売が徐々に落ちてくる。 |
| ▲ | その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当） | ・物価の上昇によるレジャーマインドの低下が懸念される。特に、ファミリー客への悪影響が予想される。 |
| ▲ | その他サービス [学習塾]（スタッフ） | ・体験入会には参加しても、その後の入会率がふだんよりも下がっている。 |
| ▲ | 住宅販売会社（経営者） | ・今の状況が続くと予想されるため、収益は増えない。 |
| ▲ | 住宅販売会社（従業員） | ・富裕層の強い購入意欲により、都心の分譲マンション価格は高騰が進んでいるため、社員は共働き世帯でなければ買えない水準となっている。また、郊外物件も建設費の高騰で販売価格が上昇し、販売のスピードが遅くなっているほか、今後は完成在庫が増えると予想される。 |
| ▲ | 住宅販売会社（総務担当） | ・物価の上昇に賃金の伸びが追い付いておらず、今後もこの傾向が続くことが懸念される。 |
| ▲ | 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） | ・世界情勢の不安定化で、先行きはやや悪化する。 |
| × | 一般小売店 [ガラス細工]（店長） | ・足元の状態をみても、良くなるような材料が見当たらない。 |
| × | 一般小売店 [花]（店員） | ・物価の上昇が続くなか、日用品以外の支出が減っている。3か月先の販売量にも期待できず、売上は減少することが予想される。 |
| × | 百貨店（売場主任） | ・米国の政策変更による為替への影響など、先行きの不透明感が高まるなか、今後も物価の上昇は続く予想される。年金世帯の多い郊外では買い控えの傾向が高まっており、今後は更に加速することが予想される。 |
| × | 衣料品専門店（経営者） | ・一般家庭では食料品の購入で精一杯であり、洋服を購入する余裕がない。 |
| × | 衣料品専門店（経営者） | ・物価の上昇が続くため、財布のひもが固いままであり、賃上げも正規社員だけにとどまる。非正規社員は最低賃金の引上げで時給が上がるものの、労働時間の短縮などで実質的な収入は減少する。 |
| × | 家電量販店（店員） | ・主に住宅のリフォーム関連商品を取り扱うなか、4月以降の値上げ情報が多いにもかかわらず、値上げ前の購入増加にはつながっていない。既存の商品が使えなくなれば買換えにつながるが、優先度は他の商品の方が高い状況であり、補助金による訴求効果はあるものの、大きな効果はない。 |

| | | | |
|--------------------|---|---------------------|--|
| | × | 家電量販店（店員） | ・全ての商品の価格が上昇しており、賃上げが進まなければ、何をしても景気は良くならない。貧富の差が大きくなることで、厳しい状況は今以上に加速すると予想される。 |
| | × | 家電量販店（企画担当） | ・新生活需要期に入るため、ある程度は売上の増加が期待できるが、電気やガスなどの光熱費や食費の上昇が懸念される。また、積雪地域での過去最高の大雪などで、国民の不安が更に高まるため、厳しい状況が続く。 |
| | × | その他飲食〔ジャズバー〕（店員） | ・物価の上昇による悪影響が予想される。 |
| | × | 競輪場（職員） | ・物価の上昇による影響が大きいほか、時期的にも客単価が下がるタイミングとなる。 |
| 企業動向 関連 (近畿) | ◎ | 木材木製品製造業（経営者） | ・例年、冬は注文が増える時期となるが、今年は異常な寒波の影響が大きい。営業に行っても、雪の影響で何もできないケースや、雪によって配送が止まって売上が落ちるケースもあり、苦戦している。ただし、この状況が終われば、その注文が改めて出てくるため、売上は増加が予想される。 |
| | ○ | 出版・印刷・同関連産業（企画営業担当） | ・大阪・関西万博の開幕で、ある程度の特需が期待され、受注量も増えると予想される。 |
| | ○ | 建設業（経営者） | ・年度末にかけて、少し良くなることが予想される。 |
| | ○ | 輸送業（商品管理担当） | ・例年3月、4月は引越シーズンとなるため、家具の売上が増える。 |
| | ○ | 金融業〔保険〕（経営者） | ・大阪・関西万博の開催が控えており、ホテル需要の増加とともに人流の増加も見込まれる。ただし、業況への効果は限定的と予想される。 |
| | ○ | 経営コンサルタント | ・取引先の再開ビル周辺では、大型の空き店舗にも大手ディスカウントストアの出店が決まり、開店目前となっている。これには都心部でのインバウンドの増加が、間接的に影響している部分もある。また、大阪・関西万博の期間中は景気の押し上げが期待できる。 |
| | ○ | その他サービス業〔店舗開発〕（従業員） | ・4月には大阪・関西万博が開幕となる。無事に開幕できるのかが不安視される一方、ターミナル駅周辺では様々な関連イベントが用意されているため、今後の盛り上がりが見込まれる。 |
| | □ | 食料品製造業（従業員） | ・気候が良くなってくれば、農産物の出荷も安定してくるが、近年は急激な気候変動も多く、どうなるかは予測が難しい。それに伴い、今後も厳しい状況が続くと予想される。 |
| | □ | 食料品製造業（営業担当） | ・4月以降も物価が上がる話があるため、行楽の時季に入るものの、売上に大きな変化はない。 |
| | □ | 食料品製造業（経理担当） | ・更に良くなる材料は、今のところ見当たらない。 |
| | □ | 繊維工業（総務担当） | ・新商品やオリジナル商品の開発で、他社との違いを明確に出来なければ、価格競争が避けられない。情報が乏しいなかでの開発に苦慮している。 |
| | □ | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・取引先からの増産の情報がない。 |
| | □ | 化学工業（経営者） | ・年度末に近い割に、受注が伸びてこない。 |
| | □ | 化学工業（製造担当） | ・特に景気が上向くような見通しが立っていない。 |
| | □ | 化学工業（管理担当） | ・取引先の業況も不透明感が強いいため、先行きは見通せない。 |
| | □ | 化学工業（企画担当） | ・食品の需要期を過ぎたが、販売量は堅調な状態であるのに加え、春は需要の若干の増加が見込まれる。 |
| | □ | 金属製品製造業（経営者） | ・A I関連、半導体関連を除く産業の景況感、非常に厳しい状態が続く。 |
| | □ | 一般機械器具製造業（経営者） | ・現在の低迷した業況が続くと予想される。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（宣伝担当） | ・物価の上昇懸念は払拭されず、先行き不透明な状況に変化はない。 |
| | □ | 輸送用機械器具製造業（役員） | ・取引先に対する、工賃の引上げに向けた交渉が難航している。 |
| | □ | 建設業（経営者） | ・今後も建設資材価格や労務費などの価格上昇が続く。計画時から修正された予算でも、現状の価格との差があるため、取引先も苦慮している。働き方改革で、監理技術者の時間外労働にも制約があるため、工事を受注できない状況である。 |
| | □ | 輸送業（経営者） | ・1年前から検討中であった、新規の仕事が5月から始まりそうであり、増加した経費も少しは補えると予想している。 |

| | | | |
|------------------|-------------------------------------|---------------------|---|
| | <input type="checkbox"/> | 司法書士 | ・大阪・関西万博の開催があるものの、物価の上昇が止まらないため、景気が良くなるとは考えられない。 |
| | <input type="checkbox"/> | その他サービス〔自動車修理〕（経営者） | ・材料費の増加に伴い、利益が減っている。 |
| | <input type="checkbox"/> | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | ・受注量や見積量がまだ少ないため、2～3か月後も状況は悪い。 |
| | <input type="checkbox"/> | その他非製造業〔衣服卸〕（経営者） | ・インフレが進み、金利が上がりにつつあるなか、可処分所得の伸びは追いついていない。インバウンド需要を別にすると、食料品以外の商材は今後も販売不振となることが予想される。 |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | プラスチック製品製造業（経営者） | ・新規案件が減っており、取引先の間では様子見の傾向が高まっているなど、停滞感がある。 |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | 窯業・土石製品製造業（管理担当） | ・物価の上昇が続くなか、個人消費の減少に伴い、取引先からの受注量も減少傾向にある。中小企業の春の賃上げ動向が注目されるなか、賃上げが物価上昇を上回り、実質賃金が前年比でプラスとなる可能性は余り大きくない。このまま物価の上昇が続けば、2～3か月先の景気はやや悪くなると予想される。 |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | その他製造業〔履物〕（団体職員） | ・今後も物価の上昇が続く。 |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | 輸送業（営業担当） | ・荷物量は増えているが、人手は減り続けているため、職場環境が悪化し、更なる人材離れを招いている。 |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | 金融業（営業担当） | ・金利の動向が注目されるほか、ガソリン価格の高騰に伴い、運送業界は危機的な状況となる。 |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | 不動産業（営業担当） | ・インターネット経由の販売が増加する一方、実店舗の売上が減っているため、アパレル店舗の撤退が今後も続き、景気は悪くなる。 |
| | <input checked="" type="checkbox"/> | 広告代理店（営業担当） | ・年度初めは広告費用を抑える企業が多いため、例年どおり少し悪化すると予想される。 |
| | <input type="checkbox"/> | 繊維工業（総務担当） | ・円安による原材料価格の高騰や、人件費の増加により、利益の確保ができない状況である。労働組合からは更なる昇給の要求が出ているが、対応が困難な状況となっている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・取扱商品の需要期である3月、4月が終わる。さらに、全体的な物価の上昇で財布のひもが固くなれば、取扱商品が耐久消費財であるため、購入の検討が後回しになる。 |
| | <input type="checkbox"/> | 通信業（管理担当） | ・景気の良くなる兆しが見当たらず、実際に良くなる要素もない。 |
| | <input type="checkbox"/> | 金融業〔投資運用業〕（代表） | ・根本的な問題の解決を避けて、目先の利益を確保しようとしても、一時しのぎにしかない。 |
| | <input type="checkbox"/> | その他非製造業〔電気業〕（営業担当） | ・インフレ対策が不透明ななか、先行きが見通せない。 |
| 雇用 関連 (近畿) | <input checked="" type="checkbox"/> | — | — |
| | <input type="checkbox"/> | 人材派遣会社（営業担当） | ・大阪・関西万博による求人の増加に加え、地域の活性化による消費の増加が期待される。 |
| | <input type="checkbox"/> | 人材派遣会社（管理担当） | ・大阪・関西万博の終了までは、現状が続くと予想される。 |
| | <input type="checkbox"/> | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・物価の上昇などはあるものの、関西企業の広告、プロモーション関連の動きについて、大阪・関西万博の影響もあるのか、前向きに検討する企業が増えている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 民間職業紹介機関（職員） | ・大阪・関西万博の開催が迫り、警備を中心とした求人が増加する見込みである。その一方、建設関連は様々な費用の増加などで、求人は足踏み状態となっている。 |
| | <input type="checkbox"/> | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・2027年卒の夏のインターンシップに向けた、5月から6月のイベントに対し、出展の動きが増える見込みである。 |
| | <input type="checkbox"/> | 人材派遣会社（役員） | ・インフレと賃上げのバランスの悪化が懸念される一方、大阪・関西万博の開催効果には期待できる。 |
| | <input type="checkbox"/> | 人材派遣会社（支店長） | ・来期も今のところ大きな案件はないため、しばらくは厳しい状況となる。 |
| | <input type="checkbox"/> | 人材派遣会社（営業担当） | ・大阪・関西万博関連の求人は時給が高いものの、その他には全体的な底上げの動きがない。 |
| | <input type="checkbox"/> | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・今後本格化する2026年卒の新卒採用において、募集企業数は前年よりも増加傾向にある。全体として採用意欲は引き続き高いことから、短期的に景気の大きな変化はなさそうである。 |

| | | |
|--------------------------|-----------------|---|
| <input type="checkbox"/> | 職業安定所（職員） | ・1月の新規求職者数は前年比で減少となった。若年層の新規求職申込みが減っている一方、中高年層の申込みは増えている。 |
| <input type="checkbox"/> | 職業安定所（職員） | ・求人、求職共に、現状が大きく変わるような材料がない。 |
| <input type="checkbox"/> | 職業安定所（職員） | ・多くの事業所からは、人手が足りないため受注を断っているとの声を聞く。人材の確保が進まず、今の状態が続く限りは、状況は変わらないと予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | 職業安定所（職員） | ・例年は4月採用に向けて、求人活動が活発になる時期であるが、今年は求人、求職共に例年並みか、若干下回る状況である。業況が悪いという事業所は少ないが、これから良くなる気配も少ない。 |
| <input type="checkbox"/> | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・求人、求職者共に横ばいの推移が予想されるため、状況に大きな変化はない。 |
| <input type="checkbox"/> | 学校〔大学〕（就職担当） | ・学生による売手市場の傾向と、企業の人手不足は変わらない。一部の業界では初任給が引き上げられているものの、景気が上向いている実感はない。 |
| <input type="checkbox"/> | 学校〔大学〕（就職担当） | ・コロナ禍が明け、求人意欲は以前の水準に戻りつつあるが、物価の上昇に見合った賃金の増加が、一部の業界や大企業だけにとどまらず、医療や福祉業界にも波及してこない限り、景気回復の実感は湧かない。 |
| <input type="checkbox"/> | その他雇用の動向を把握できる者 | ・インフレと賃上げの好循環が形成されるまでには時間が掛かる。 |
| ▲ | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・大阪・関西万博も始まり、インバウンドは更なる増加が予想されるが、物価の上昇に対する有効な対策が打てなければ、国内消費は冷え込む一方となる。 |
| ▲ | 学校〔大学〕（就職担当） | ・初任給の引上げが報じられているが、多くの企業は対応できておらず、学生側も物価の上昇を理由とした地元志向が根強い。 |
| × | — | — |