

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	・今月もイベント催事での需要や、化粧品の新商品需要が好調に推移したほか、婦人用品を中心に前年の実績を上回った。また、インバウンドも来客数、売上共に大きく伸びている。
	◎	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・3月は当地域にもインバウンドを含む多くの客が訪れ、3月としては過去最高の売上となった。卒業旅行などでの若い客の訪問も目立っている。
	◎	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・今月は開業以来の最高売上となった。インバウンドが大阪や京都にあふれている一方、日本人客は地方に流れている。また、当ホテルが2年間続けてきたリニューアル工事が終わり、ようやく完全開業となった影響も大きい。
	◎	都市型ホテル（フロント）	単価の動き	・花見シーズンであり、3月は前年と同様に好調となった。団体客は減少したが、国内の個人客に高単価での販売ができたことも、好調の大きな要因である。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・月初は苦戦したが、中旬以降は暖くなり、春物などの季節商材が好調となっている。
	○	一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・着物を販売しているが、最近では留袖のドライクリーニングをオーダーする客が増えた。結婚式などで留袖を着る人が増えているということである。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・3月になり、前月と比べて販売量が少し増加している。この調子が維持できることを期待している。
	○	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	お客様の様子	・大阪・関西万博の開催を来月に控え、関連商品の購入が増えるなど、関心が高まっている。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・3月に入り、東南アジアからのインバウンドによる18時から夜10時までの来店が、約2割増えている。それに伴い、売上も10%ほど増加している。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・今月の中旬から、外国人観光客の来店がかなり増えている。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・外国人客の来店が多い。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・今月は気温が暖くなる時期が早かったため、春物商材の需要が例年と比べて多い。例年は3月の売上のうち、冬物商材が7割で春物は3割であるが、今年は冬物が4割で春物が6割となった結果、客単価が上がり、売上も前年比で150%と好調となっている。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて、来客数、単価共に微増となっている。寒さが続いた2月から気温がやや上昇し、人が街を回遊する動きが増えている。また、3月が決算期の法人客を中心に、やや単価が上がる傾向もみられる。
	○	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・春の行事目的での購入が増え、セット売りができていることで、客単価がやや上がっている。
	○	衣料品専門店（営業・販売担当）	お客様の様子	・使えるお金がある人は良い物を求めており、その需要に対応できれば、売上を更に伸ばせる。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・パソコンやエアコン、携帯電話の販売が好調で、前年を上回っている一方、年末に好調であったテレビは前年以上に売れていないため、新生活需要から除外された可能性が高い。
	○	家電量販店（人事担当）	単価の動き	・エネルギー料金や食料品、日用品価格の上昇により、買換え以外での購入が減少している。ただし、春からの新生活需要に伴う購入額は増えており、生活しながら買い足すよりも、最初からある程度必要な家電を買いそろえる客が増えている。
	○	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・12月と比べると、今月はしっかり販売することができている。

○	その他専門店 〔ドラッグストア〕（店員）	お客様の様子	・天候の良い日が増えたことで客の外出機会が増え、来客数の増加につながったため、売上も伸びている。特に花粉の飛散量が増えたことで、マスクや薬などの関連商品の売上が増えている。
○	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	・新生活需要の動きや送料の無料キャンペーンの開始により、受注量が増加している。
○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・時期的に、卒業や入学のほか、合格祝いや送別会などでの予約が多い。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・直営しているカフェの来客数に占める、欧米からの外国人の割合が高まっている。1人当たりの購買量や金額も多いため、客単価が上昇している。
○	観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・春休みになり、卒業旅行などでの若年層による来訪が増えている。
○	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・大阪・関西万博の影響もあり、高単価での販売が多く、客室稼働率も80%を超えている。
○	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の開催まで1か月を切り、宿泊では4月の予約が好調であるが、3月の集客が伸び悩んでいる。宴席、飲食関係も、近隣施設の相次ぐ開業によって伸び悩んでいる。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・客室部門の来客数や客室稼働率は高水準で、安定的に推移している。ここ数か月の客室稼働率に大きな変化はないが、客室単価が上昇しているなど順調である。レストランも前年の10月以降、来客数が50人から65人と安定した集客ができている。夜の貸切りディナーや団体の予約も、少しずつ増えている。
○	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・インバウンド需要が好調で、連泊率も伸びている。先行予約が直近で安価なプランに変更となるケースはあるが、国内価格と海外のWebサイトの料金差が少なくなり、インバウンドの需要が伸びている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・暖かくなり、花見や春休みで人が動いているほか、インバウンドの増加による影響が出ている。
○	通信会社（社員）	販売量の動き	・サービスの加入者数は、前年よりも5%程度上向いている。
○	通信会社（役員）	販売量の動き	・春商戦での需要の前倒しもあり、2月、3月の総販売台数は前年を上回っている。
○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・2024年に開始したキャンペーンが好調で、新規客の獲得が伸びている。
○	その他住宅〔展示場〕（従業員）	販売量の動き	・運営する住宅展示場における成約数は、増加傾向にある。
□	一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・今月の売上だけで考えると、ある程度は安定した数字となった。取り寄せた商品への支払や、カード決済分の入金遅れなどを考慮すると、余り良いともいえないが、来客数の減少がみられない点は悪くない。
□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売上のベースは3か月前とほとんど変わらない。
□	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・物価の上昇が続いている影響か、消費者の購入額が下がり、販売量も落ちている。
□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・来客数が前年を下回る一方、客単価の上昇によって売上が前年を上回っている。この傾向は、ここ数か月変わらない。
□	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・3月に入れば暖かくなるとの予想に対し、下旬になって寒さが戻ってきた。その影響か、来客数が急激に落ち込んでいる。
□	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・来客数は前年を下回る日が少ないが、売上は物価の上昇もあって微増となる売場もみられる。ただし、来客数の減少が続く状況は、非常に厳しいと判断している。
□	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・気温の低い日が続くなか、春物商戦が苦戦している。訪日外国人の売上も、やや円高傾向にあるなかで前年を下回る日が続いている。この傾向が大きく改善する要素は見当たらない。

☐	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・月前半はやや寒く、春物衣料が苦戦した。下旬にかけて回復してきたが、前年の実績には届いていない。一方、食料品は堅調に推移している。
☐	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・地元客や富裕層の来客には少し弱さがみられるが、インバウンドがその分をカバーしており、全体的には好調を維持している。
☐	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・3月に入ってインバウンドの動きが鈍化したほか、国内消費にも弱さがみられる。
☐	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・ここ数か月、店頭の売上は前年比で若干の減少傾向となっている。特に月前半は気温が低く、シニアの来客数が減少傾向にあるほか、婦人服や紳士服といったファッション部門の売上が悪い。一方、食料品関係は比較的好調に推移しているほか、外商売上はラグジュアリー関連や金製品などが好調に推移している。インバウンド売上も好調が続いている。
☐	スーパー（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇で消費が落ち込んでいる。
☐	スーパー（店長）	お客様の様子	・食品を中心に商品の値上げが続いており、客の買物姿勢も慎重となっている。買物の際に商品を吟味する時間も少し長くなっている。
☐	スーパー（店員）	お客様の様子	・今月は少し野菜の値段が下がり、動きが出てきたものの、前年ほどは安くはないため、客の様子も厳しそうである。お彼岸の墓花は、天候も良かった影響でよく売れている。
☐	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、売上も安定している。
☐	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・値上げの影響が大きく、米などの生活必需品の単価が上昇し、売上は大きく伸びた。ただし、全体的には販売点数が落ちているため、前年の売上は上回っていない。
☐	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・ビール類の値上げを控え、まとめ買いの需要がみられるほか、政府の備蓄米放出への関心も高いなど、物価上昇に対する生活防衛意識は更に高まっている。4月の値上げも過去最大の品目数となるなど、マイナスの情報もあるが、賃上げによる明るいニュースに期待したい。
☐	スーパー（企画）	来客数の動き	・業績に大きな変化はなく、買上点数以外は前年を大きく上回っている。特に、物価の上昇による単価の上昇が売上の増加につながっている。
☐	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・前月と変わらず、飲食店の動きが悪い。平日は暇で、週末だけが忙しくなっている。
☐	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・日本人観光客や出張の会社員、インバウンドなどの来客数が、依然として高い水準を保っている。
☐	コンビニ（店長）	販売量の動き	・売上、販売共に安定しており、外国人観光客の来店も増えている。
☐	コンビニ（店員）	お客様の様子	・当店の立地上、全体的に日本人よりも外国人の来客が多い。全体的な状況に大きな変化はないが、手軽に食べられるおにぎりなどが値上がりしたため、客が戸惑っている様子がみられる。
☐	乗用車販売店（役員）	お客様の様子	・今月の新車の販売台数はほぼ前年並みであるが、目標には届いていない。一方、中古車の販売台数やサービス利用は今月の目標額、前年の水準共に上回る見込みである。新車の受注ペースは厳しく、受注残も厳しい状況となっている。車両価格が上昇するなか、ターゲット客は富裕層であるが、価格に対してシビアな声が多い。
☐	乗用車販売店（支店長）	販売量の動き	・景気は良さそうに見えるが、客は様子見状態であり、販売量は伸び悩んでいる。
☐	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数や問合せ数が減り、販売量にも減少がみられる。
☐	その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・円安による影響に加えて、米国大統領の政策による影響を様々な形で受けている。

□	その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・在庫品の価格ですら値上げが必要となるなか、注文を受けてもコストの上昇が避けられない。同じ価格での販売は難しいため、売り逃しにつながる状況が予想される。
□	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微減となっている。補助金の圧縮でガソリン価格は上昇しているが、節約の動きはみられない。消費者は、価格の上昇をある程度やむを得ないと考えている。
□	その他専門店 〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・気温の上昇による花粉の飛散で、医薬品や関連商品の売上は増加している。ただし、気温が安定していないため、春物商材へのシフトは鈍く、化粧品や化粧雑貨などは若干の増加にとどまるほか、食品や日用雑貨などの生活必需品の売上にも大きな変化はなかった。3か月前と比べて、来客数や客単価は若干の改善となった一方、買上点数は若干の減少となっている。
□	その他小売 〔ショッピングセンター〕（総括）	販売量の動き	・売上は前年比で95%となり、特にインバウンドが苦戦した。外商売上は好調であったが、一般の店頭売上も苦戦している。
□	都市型ホテル （管理担当）	販売量の動き	・春の行楽シーズンで単価は上昇傾向であるが、稼働率の伸びが弱いため、景気の回復感は薄い。
□	都市型ホテル （客室担当）	お客様の様子	・客室単価の上昇に伴い、収入は確保できている。ただし、以前はコストパフォーマンスが良いとの口コミが多かったが、現在は少なくなり、逆に料金の高さを嘆くコメントがみられるなど、景気が良くなっている感覚はない。
□	都市型ホテル （管理担当）	お客様の様子	・特に客の消費が増えている様子はない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・タクシー全体の供給と需要のバランスが悪くなり、空車が増加傾向にある。
□	通信会社（経営者）	お客様の様子	・原材料価格や燃料価格の高騰により、利益が圧迫されている。
□	住宅販売会社 （従業員）	単価の動き	・新築分譲マンションの売行きには、都心部と郊外とで大きな差が出ている。都心部は価格が上昇しても契約は順調に進んでいるが、郊外物件は僅かな価格の上昇でも、売行きが鈍化している。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・諸物価の上昇による悪影響が出ているものの、不動産市況は底堅い状況が続いている。新築マンションは価格の高騰で販売戸数が減少しているものの、供給会社の計画は大きく下回っていない。戸建て住宅市場の堅調さにも変化はない。
▲	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・客は価格に敏感であり、高額な商品は全く売れず、野菜も特売品しか売れない。
▲	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	お客様の様子	・来客数が減少している。
▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・前月まで売上の増加に大きく寄与していた免税売上が、前年を下回る見込みである。免税売上は前年の3月から大きく伸びたため、その反動が出たことが大きな要因である。特に前年4月に値上げとなり、3月に駆け込み需要が出たブランドの売上が大きく減った。免税売上に占める一般品や消耗品のシェアは、化粧品の売上が拡大したほか、特選ブランドの売上が減少したことで、消耗品のシェアが拡大傾向となっている。
▲	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・国内客の売上は堅調である一方、免税売上は前年に大きく伸びた反動や、円高傾向が進んだことで、勢いが鈍化している。
▲	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・インバウンドの売上が減速しており、前年割れとなっている。
▲	百貨店（マネージャー）	競争相手の様子	・米などの物価上昇の影響で、食品の販売が苦戦している。さらに、近隣に安さを売りにした食品スーパーの出店が相次いでおり、少しでも食費を抑えたい客がそちらに流れている。

▲	百貨店（売場統括）	お客様の様子	・ラグジュアリー関連や時計など、富裕層向け商材が外商客を中心に前年比でかなり苦戦しているほか、インバウンド売上も前年比で2けた減となっている。
▲	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・3月に入ってインバウンド売上の伸びが鈍化しており、特に海外高級ブランド品の落ち込みが激しい。婦人服、紳士服といった国内客の購入が中心となる商品も、春の新作が入荷しているにもかかわらず、予想したほど売れていない。
▲	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・強い冷え込みが長く続いたため、冬物商材の動きは好調であったが、3月に入って息切れしている。今月は暖かい日が少なく、春物商材の動きが鈍い状態であるほか、値上げによる食品の販売不振も顕著である。特に、和洋菓子の自家需要の動きには強い影響がみられる。
▲	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・物価の上昇により、国内客が不要不急の消費を控える動きは続いているが、堅調であったインバウンドも今月に入って免税客数が落ちている。円高の影響に加え、大阪・関西万博を控えて、近隣のホテルが予約しにくいという声もある。
▲	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・物価上昇の影響で、食品関連の需要は低調である。期間限定の物産催事に限れば好調であるが、売上への影響は限定的である。3月前半に気温が低下したことで春物衣料が動かず、客足の増加もみられなかった。米国経済の先行きに不透明感もあり、国内の株価も上値が重く、高額品の需要も低迷している。
▲	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・業界の需要をけん引してきたインバウンドの動きが、3月に入って鈍化している。来客数は60%増えているが、単価は40%の低下となるなど、これまで需要をけん引してきた特選ブランドの値上げによる影響が考えられる。一方、国内の富裕層は時計などのメモリアル消費は好調であるが、投資目的の購入もある美術品や宝飾品は苦戦している。また、国内の中間層は値上げが続くなかで、価値と価格のバランスを考えた選択消費が続くなど、小康状態となっている。
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・4月からは値上げが予定されており、ますます厳しい景況感となる。
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・物価が上がるなか、買物を控える動きがみられる。ただし、買上単価は下がっていないため、結果的に家計の圧迫につながっている。
▲	スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・3月に入り、首都圏では前年比の動きに大きな変化はないが、近畿圏では前年比で鈍化の動きがみられる。主に来客数の減少が大きな要因とみられる。
▲	スーパー（企画）	来客数の動き	・天候要因の影響もあるが、今月に入って来客数がやや減少している。
▲	スーパー（社員）	来客数の動き	・当社の主力部門である食品の店頭価格は、米を始めとして前年よりもかなり上昇している。客の買上単価も上がっているが、来客数の伸び悩みにより、売上は苦戦している。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・販売額は前年比で約102%であり、来客数は約94%と、来客数の減少が続いている。
▲	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・リフォーム関連補助金が一旦終わったため、客の間では再開を待つ動きがみられる。
▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・物価の上昇が続き、景気は悪くなっている。購買意欲も低下し、生活必需品ですらなるべく節約する傾向にあるため、今後も厳しい状況が続くそうである。
▲	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・新生活関連のミニ冷蔵庫や洗濯機、電子レンジ、エアコンの販売が、前年を割り込んでいる。
▲	乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・決算セールが行われているものの、厳しい状況にある。
▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・米国による関税引上げの影響で株価が低迷し、消費意欲の低下につながっているほか、長期的な円安の影響も出ている。
▲	乗用車販売店（営業企画）	販売量の動き	・輸出向けの製品について、買い控えの動きが目立つ。

▲	その他専門店 〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・徐々に値上げの影響が出ており、売上は前年と変わらないものの、販売量が落ちている。
▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・歓送迎会の時期となったが、中規模の宴会需要は少し出てきたものの、前年比では確実に減少している。また、生活費への影響が大きい外食は、厳選して利用しているという切実な声も出ている。来店客の客単価は横ばいか、少し高めとなっているが、来店の頻度は確実に減少している。
▲	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	来客数の動き	・天候不順や寒暖の大きな差による影響が出ている。
▲	観光型旅館（経営者）	それ以外	・物価上昇の影響が大きく、食材の原価が3%以上の上昇率となっている。また、客も物価の上昇に敏感となり、価値がある物とそうでない物の判断がシビアになっている。
▲	旅行代理店（支店長）	来客数の動き	・大阪・関西万博の開催が近づく一方、季節的な影響もあるが、遠方への旅行の相談が減っている。
▲	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・富裕層の間でも物価上昇の影響が出始めている。可処分所得の減少に気がついて、春休みの旅行の予算を減らしたり、旅行を取りやめたりする動きもみられる。先行きの物価上昇への不安感から、状況の好転は見込めない。
▲	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・春休みの旅行や春の行楽のほか、ゴールデンウィークなどで国内旅行の需要はみられるものの、受注件数は3か月前や前年の水準を下回っている。
▲	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・景気が上向く期待もあるなか、大阪・関西万博の開催が近づいているが、盛り上がっていない。
▲	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8319円で、3か月前の9193円よりも低下している。
▲	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	・冬季のスキー場の営業が終了し、インバウンドが減少傾向にある。例年、ゴールデンウィークまでの端境期は来客数が減少する。
▲	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	来客数の動き	・原料価格の高騰による物価の上昇で、来客数は前年を下回っている。
▲	美容室（店員）	販売量の動き	・客がトリートメントの注文を控えているほか、購入額も減少傾向となっている。
▲	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・建築資材価格の上昇が止まらない。
▲	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・消費者からの問合せや具体的な商談が、格段に減っている。
▲	住宅販売会社（総務担当）	お客様の様子	・全ての価格が上がっており、客の購入姿勢が慎重になっている。
▲	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	・金利の上昇リスクや、米国による関税引上げ問題が出てきたほか、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）	販売量の動き	・物価上昇の影響で、エレベーターの保守にまで予算が回らないという声が多い。設備の不具合を伝えても、壊れるまでは様子を見るというスタンスの客が少なくない。
×	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・25日までの来客数が前年比で4.6%減と悪いほか、食料品では米価格の高騰や、各商材の原材料価格の高騰による値上げが続いている。郊外店である当店は、特に販売数量が落ちており、売上に影響が出ている。生活防衛という観点から、29日までの生鮮食料品の売上が前年比で12.6%減と、特に悪くなっている。
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・気候による影響もあるが、来客数が極端に減少しているほか、客単価も低下している。

	×	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・物価の上昇で消費マインドが悪化している。店頭ディスプレイに興味を示す客はいるが、店内に入ってこない。天候不順の影響もあったものの、それ以上に売上が悪い。
	×	家電量販店 (店員)	販売量の動き	・販売価格の上昇もあり、販売が更に停滞している。1度契約を決めた客ですら、価格の高騰が影響し、リフォーム契約の中断を希望するケースが出てきている。補助金はあるものの、以前よりも価格が高騰している状況は払拭できない。
	×	住関連専門店 (店長)	単価の動き	・来客数が例年以上に減少するなか、売れる商品もセール品に偏っている。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	輸送用機械器具 製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・取扱製品の1番の需要期であり、それなりに受注数が増加している。
	○	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・春休みの時期と気温の上昇が重なったこともあり、イベントを開催した際も、飲料関連の売上はやや良くなっている。
	○	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ここへきて問合せが増えている。
	○	金融業 [保険] (経営者)	取引先の様子	・新規出店などの話を、数社から聞いている。
	□	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・野菜価格などの上昇も少し落ち着き、一部の商材の動きが戻りつつある。今後春休みに入るなか、本格的に動くのはこれからである。
	□	パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・年度末となり、ふだんよりも在庫調整の動きが増えている。
	□	化学工業 (管理 担当)	受注量や販売量の動き	・電装関連や家電関連では、取引先の状況によって荷動きに差はあるが、良くも悪くもない。一方、建設資材向けは出荷量がやや減少しており、以前のような期末の駆け込み需要もなくなっている。
	□	プラスチック製 品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・売上は変わらないが、内訳が変わっている。新規案件が減っている一方、従来の注文は増えている。
	□	窯業・土石製品 製造業 (管理担 当)	受注量や販売量の動き	・相変わらず物価の上昇が続いている一方、大手企業が中心であるが、春闘での賃上げはまずまずの結果である。課題は中小企業の賃上げと、実質賃金ベースでの引上げが進んでいるかであり、今後も注視したい。
	□	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・製造業全体として人手不足であるほか、人件費や資材価格の高騰などの影響で、荷動きが非常に悪くなっている。
	□	一般機械器具製 造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ここ数か月の景気は低調であり、今後も良くない状況が続くと予想される。
	□	電気機械器具製 造業 (宣伝担 当)	受注量や販売量の動き	・洗濯機や冷蔵庫、電子レンジなどは、前年をやや下回る荷動きとなっている。ただし、各商品の平均単価は前年を上回っている。
	□	輸送用機械器具 製造業 (役員)	それ以外	・受注から、納品や検収までのリードタイムが長い。
	□	建設業 (経営者)	受注価格や販売 価格の動き	・一部の建設資材価格の高騰が続いている。技能労務者不足や賃金の上昇もあって建設コストが上昇する一方、価格競争が厳しくなっている。
	□	輸送業 (営業担 当)	取引先の様子	・家具の売上は減少している一方、家電関連の売上は増加している。
	□	金融業 (営業担 当)	受注価格や販売 価格の動き	・仕入価格の高騰が続いているほか、販売価格も安定していないため、安定的な供給にはまだ時間が掛かる。
	□	金融業 (営業担 当)	取引先の様子	・大阪・関西万博の開催まで1か月を切ったが、取引先の業況に大きな変化はみられない。
	□	広告代理店 (営 業担当)	受注量や販売量の動き	・3月までは期末の広告費消化に伴い、活発な受注がみられる。
	□	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	・駅ナカ店舗でも、人材不足による商品供給の不足や、出勤者の減少による販売力の低下が顕著となっている。大阪・関西万博の影響とみられるが、特に大学生のアルバイト確保が困難となっている。

	□	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	・前年から商品の値上げが続き、取引先から値上げの承認を得るための時間がとられるため、売上を増やす動きは後回しとなっている。
	▲	食料品製造業 (管理担当)	受注量や販売量 の動き	・受注量が前年の水準を下回っている。
	▲	繊維工業 (総務 担当)	受注価格や販売 価格の動き	・生活品の値上げにより、生活必需品ではない和装の購入意欲が低下している。販売価格の値引きが当たり前になる一方、経費が高くなった分、利益が圧迫されている。
	▲	その他製造業 〔履物〕 (団体 職員)	受注量や販売量 の動き	・市場の動きが鈍い。
	▲	建設業 (経営 者)	受注価格や販売 価格の動き	・住宅価格の高騰により、予算の厳しい客が増えている。
	▲	輸送業 (経営 者)	受注価格や販売 価格の動き	・取引先の荷物の減少と経費の削減により、専属の車両が削減となったほか、一時は値上げした運賃を4月分から値下げすることになっている。
	▲	不動産業 (営業 担当)	取引先の様子	・繁華街での店舗の閉店が続いている。ECサイトなどでの販売が増加し、実店舗での販売が減少している影響が大きい。結果として空室率が上がり、賃料が下がっているなど、景気が悪化している。
	×	金融業〔投資運 用業〕 (代表)	それ以外	・4月は4000品目以上の値上げが予定されているなか、依然としてガソリン価格の暫定税率が維持されている状況では、景気の悪化は避けられない。
	×	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	・物価が上がり過ぎており、どうしようもなくなっている。
雇用 関連 (近畿)	◎	*	*	*
	○	人材派遣会社 (管理担当)	求人数の動き	・大阪・関西万博の開催が間近に迫り、関連求人の応募は一段落している。ただし、他の観光関連の求人は、引き続き増加傾向にある。
	○	新聞社〔求人広 告〕 (担当者)	それ以外	・大阪・関西万博関連か、年度末に伴う動きによるものかは不明であるが、大企業を中心に、新聞広告やデジタル広告への出稿気運が高まっている。
	○	職業安定所 (職 員)	周辺企業の様子	・地域の製造業の業況は2極化が進んでおり、受注が増えて業績が好調な事業所も増えつつある。
	□	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・求人は活発な動きが続いている。4月の採用に向けて、企業、求職者共に動きが活発である。
	□	人材派遣会社 (支店長)	採用者数の動き	・例年のような駆け込み受注もなく、採用数も少なくなっている。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人の掲載件数は増えているが、求人数全体は増えていない。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・求人は出ているものの、企業のニーズと求職者の年齢や経験、時給などの希望が合わず、求人と求職者のマッチングに時間が掛かっている。
	□	求人情報誌製作 会社 (営業担 当)	求人数の動き	・3月から2026年卒の新卒採用が本格的に始まった。新卒の募集企業数は前年比で増加傾向であり、依然として企業の採用意欲が高いことは間違いない。ただし、慢性的な人材不足が根底にあり、景気動向の影響は少ない状況で、3か月前との変化も余り実感できない。
	□	職業安定所 (職 員)	求人数の動き	・2月の新規求人数は前年比で増加となった一方、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	・3か月前と比べて求人数は横ばいで、充足数は上向いているものの、前年比は共に減少している。企業の採用意欲は高いが、求人を募集しても応募が少なく、採用に至らない。その一方、求職者は慎重に応募先を決める傾向が続いている。
	□	職業安定所 (職 員)	求人数の動き	・求人数は3か月前と比べてほぼ変わらない。
	□	民間職業紹介機 関 (営業担当)	周辺企業の様子	・3月になって2026年卒の採用活動が本格化し、企業の求人募集が活発となっている。また、2027年卒に向けたインターンシップなどのプログラムも、当社の調査では76%の企業が実施予定としており、前年以上に広報解禁前の活動が過熱する見込みである。

	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・登録者数が減っており、求人のマッチングが難しくなっている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・引き続き、採用意欲の高い企業が多い。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・今月は年度末であるほか、国家試験の結果発表もあるため求人は増えやすいが、例年以上に追加募集が多くなっている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・企業の採用計画に対する充足率が低い。これが景気の悪化と直結しているわけではないが、景気は上向いていない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求職者数の動き	・賃上げの動きを実感した労働者が、転職活動をやめて今の職場にとどまる動きが出始めている。ただし、物価上昇による影響は依然として続いており、更に高い賃金を求める動きはある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・有効な対策もないまま物価の上昇が続いていることで、閉塞感が漂っている。また、米国大統領の一挙手一投足に世界が振り回されており、3か月前と比べて景気は悪くなっている。
	×	—	—	—