

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)	◎	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・国内客以外の消費者の間で、消費意欲が高まっている。
	◎	百貨店（サービス担当）	・来月から大阪・関西万博の開催に伴い、大阪に国内外から観光客が訪れるため、来客数の増加による売上の拡大が期待される。
	◎	百貨店（マネージャー）	・4月から5月にかけて、食品フロアのリニューアルを実施する。それに伴い、共働きの若年世帯という地域の顧客層に合わせて、総菜や冷凍食品などの品ぞろえを強化する。
	◎	コンビニ（経営者）	・現在よりもインバウンドの来店が10%ほど増えるほか、4月からは大阪・関西万博も始まる。さらに、今後は暑い時期となるため、来客数が増加する。
	◎	都市型ホテル（フロント）	・大阪・関西万博による効果が出ており、企業による社員旅行の問合せや受注が増えている。従来は閑散期である6月も、今年は空室がなく、既に予約で一杯の状態である。
	◎	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルのマッサージで服を脱ぐため、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増加する。
	○	商店街（代表者）	・人も増えており、順調に売上が伸びることを期待している。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・インバウンドが多いホテルなどからの、予約注文が増えている。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・気候が良くなって人の移動も活発になることで、商品の販売量も上向くことを期待している。
	○	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	・大阪・関西万博の開催中は、人の往来や消費が増えると予想される。
	○	百貨店（売場主任）	・来客数が前年割れとなる傾向は続くものの、大阪・関西万博の開催が新たな来客につながることで、売上は少し増えることが期待される。
	○	百貨店（販促担当）	・今後は暖かくなるほか、前年の猛暑の記憶も鮮明ななか、その対策として機能商材などの需要が高まると予想される。また、大阪・関西万博の影響もある程度は期待できるため、土産品などの販売にも力を入れたい。
	○	百貨店（宣伝担当）	・大阪・関西万博の開催により、国内外からの来街者が大幅に増加すると予想している。特に会場内での飲食価格が高額な一方、弁当の持ち込みが可能のため、デパ地下を中心とした需要増加が見込まれる。
	○	スーパー（販売促進担当）	・現状は落ち込みがみられるものの、大阪・関西万博の開催を控え、インバウンドを含む商圏人口の増加による消費の拡大を期待している。
	○	スーパー（企画）	・物価の上昇は続くが、直近は備蓄米の放出もあって、米の価格の安定が期待される。また、新生活需要などもあり、消費は一定程度の回復が予想される。
	○	コンビニ（経営者）	・春になって暖かくなり、人の動きが活発になることで、景気も良くなると予想される。様々な値上げの動きもあるが、景気の回復を期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数は高止まり傾向であるが、商品の値上げラッシュがまた始まっているため、客単価の上昇が見込まれる。
	○	コンビニ（店長）	・大阪・関西万博が始まるため、国内外からの人出が増えると期待している。
	○	コンビニ（店員）	・大阪・関西万博が開幕し、今まで以上に観光客が増えるが、当店としてはここ数年、外国人客が多く来店しているため、大きな変化はないと予想される。
	○	衣料品専門店（店長）	・当面は物価上昇の影響が続くものの、高所得者を中心とした回復の動きが、日々の客との会話でも実感される。
○	衣料品専門店（店員）	・5月は繁忙期に入るため、母の日のプレゼント購入などで良くなるが、6月は梅雨入りの影響でやや悪くなる。	
○	衣料品専門店（営業・販売担当）	・為替が少し落ち着いたため、輸入品が仕入れやすくなると期待している。	
○	家電量販店（経営者）	・リフォーム関連補助金が再開されるため、需要の拡大につながる。	

○	家電量販店（人事担当）	・前年ほどではないものの、今年も猛暑の予想となっている。それに伴い、暑い夏を快適に過ごすための、エアコンを含めた家電の需要が期待される。
○	乗用車販売店（経営者）	・新車、中古車の販売台数は3か月前よりも増えているが、客の購入に対する慎重な様子は変わらない。
○	乗用車販売店（支店長）	・米国の株価次第では、今年の年末に向けて良くなることが予想される。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・客単価が上昇していることから、各家庭による支出が増えている。インフレに連動して収入も増えれば、更に良くなる。
○	高級レストラン（企画）	・大阪・関西万博開催の影響でインバウンドの予約は堅調であるが、国内客の予約は伸び悩んでおり、全体では微増にとどまっている。
○	一般レストラン（経営者）	・大阪・関西万博への来場が、集客の増加につながる。
○	観光型ホテル（経営者）	・大阪・関西万博の開催に期待を掛けている。
○	観光型旅館（経営者）	・先の予約状況は、まずまずとなっている。
○	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの利用増や単価の上昇で、売上の増加が見込まれる。国内客についても高額商品の利用が順調で、食堂は依然として人手不足が顕著であるが、予約は好調となっている。一方、宴会部門は新規の受注に苦戦しているが、来年度開催の案件や少人数の宴会などで予約を埋めている。
○	都市型ホテル（総務担当）	・4月の予約状況から、宿泊は大阪・関西万博の開催中は好調が続く見込みであるが、直接的な影響の薄い宴席や飲食関係は、苦戦が続くと予想される。
○	都市型ホテル（客室担当）	・大阪・関西万博に伴う需要がある程度見込めるため、現状よりも良くなることが予想される。
○	都市型ホテル（管理担当）	・大阪・関西万博の開催による需要の増加に加え、単価や稼働率の上昇を見込んでいる。
○	都市型ホテル（客室担当）	・高単価での販売が期待される。
○	都市型ホテル（客室担当）	・大阪・関西万博の開催効果を実感することはないが、海外のWebサイト経由の先行予約は、前年と比べて好調に推移している。
○	旅行代理店（役員）	・ゴールデンウィークの間際予約のほか、最大9連休となるお盆や夏休みなどの予約が増えてくる。4月13日から大阪・関西万博は近場での開催となるため、チケットだけの需要が中心となるが、徐々に問合せも増えている。また、4月18日から当地の空港で国際チャーター便就航により、韓国や台湾などへの旅行需要の拡大も見込まれる。
○	タクシー運転手	・新年度は大阪・関西万博の開催などで、多少は利用率の向上が見込まれる。
○	通信会社（社員）	・加入者の増加傾向を維持したいが、様々なキャンペーンを多用しているため、単価は下がってきている。
○	遊園地（経営者）	・今年の春闘では、前年以上の賃上げが進むとの見通しが出ているため、消費の後押しとなることが期待される。
○	ゴルフ場（支配人）	・予約状況を考慮すると今後の景気はやや良くなる。特に、客単価の上昇が進めば、業況の改善につながると予想される。
○	競輪場（職員）	・例年、客単価は上向く傾向にあるが、米の価格などの上昇で負担が増えているため、小幅の動きにとどまると予想される。
○	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・購入意欲の強い客も増えてきたため、今後も成約数は増加傾向となる。
○	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・大阪・関西万博の開幕以降、更に人の動きが活発化することで、景況感の上向く期待が高まる。不動産市況にも先高観があるため、堅調な動きが期待される。
□	一般小売店〔野菜〕（店長）	・米国大統領による関税引上げなども始まるため、先行きは不透明である。
□	一般小売店〔呉服〕（店員）	・以前は花嫁道具として、色無地と黒紋付、訪問着くらいは購入されていたが、最近は購入が減っているため、状況は大きく変わらない。
□	百貨店（企画担当）	・今後も続く様々な商品の値上げにより、消費者の財布のひもはますます固くなる。

<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・4月13日から始まる大阪・関西万博の効果で、海外からの客が増えることを期待している。ただし、為替の動きにも大きな影響を受けるため、効果のほどは不透明である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	・米国大統領の就任後、為替の動きは不透明であるが、個人消費への悪影響や物価の上昇傾向は続くと言想されるため、景況感は大きく変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売推進担当）	・物価の上昇により、衣料品などの購入には慎重になると言想される。来客数は横ばいとなり、客単価は上昇する一方、購買率や購買点数が悪化することで、トータルでは若干の悪化傾向が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・国内のファミリー客には物価上昇の影響が出るものの、富裕層やインバウンドは堅調な動きが続くと言想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・主にインバウンドの動きの鈍化により、足元の景気は厳しい。来客数は横ばいか微増傾向であるものの、販売量が減少気味である結果、売上は減少している。かすかな期待は大阪・関西万博であり、過去の万博でも開催前はインバウンドが減少したとの情報もあるため、今後は回復が見込まれる。ただし、大きな期待は掛けられない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・インバウンド売上は少しの為替の動きにも敏感に反応するなか、米国大統領の政策による影響は見通せない。ただし、株価は今よりも上がることが言想されるため、国内の富裕層による購買意欲は上向くことが言想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・大阪・関西万博の効果がどうなるかにもよるが、このままではインバウンドの動きが小休止となる。また、外交問題や為替の変化によるインバウンドへの影響も、今まで以上に大きくなると言想される。一方、国内客については、物価の上昇や政情不安による悪影響が出る。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	・大阪・関西万博の開催により、関西全体ではインバウンドや全国からの来客数の増加が期待できるが、地元客の売上が上向くとは考えにくい。その一方で、商品の値上げの動きや、水道・光熱費の高騰による消費の低迷が言想される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・来月からの大阪・関西万博の開催に伴うインバウンド需要が期待されるが、国内客は4月以降の更なる日用品の値上げや、米国の景気後退懸念による投資家心理の冷え込みもあり、一進一退の動きが言想される。全体としても、特に上昇要因は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・国内消費は夏を迎えて、モノ消費よりもコト消費が増えると言想される。そのため旬の付加価値があるコンテンツの提案がポイントになるが、消費マインドは慎重姿勢が続くそうである。一方、インバウンドについては大阪・関西万博による集客効果がポイントとなる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・食品の値上げが続くため、消費の伸びは期待できない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価の上昇傾向に変化はないため、賃金の増加などの明確なプラス材料がない限り、現状から変化はないと言想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・現状の物価対策では、収入が物価の上昇に追い付くイメージがもてないため、景気回復は見通せない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・天候の問題で野菜や果物の収穫量が年々少なくなり、販売期間もすぐに終わるなど、今後も厳しい動きが続くそうである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・酒類や食品価格の上昇が予定されており、1人当たりの購入点数は減少するが、購入単価の上昇により、売上や利益への影響はないと言想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・ビールなどの値上げもあり、4月からはそれほど販売量は伸びない。今後も値上げの影響が続くと言想される一方、野菜相場には低下がみられる。それに伴う販売点数の増加などで、青果売上は増加が期待される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・消費者の多くは、物価の上昇による実質賃金の減少に対し、どこまで賃上げで応えてくれるのかと期待している。期待どおりの賃上げとなれば、厳しい状況も少し緩和されるが、中小零細企業に勤務している人や、年金生活者も多いため、一気にムードが変わることは期待しにくい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・値上げの動きがまだ続いており、4月の賃金のベースアップはあるものの、景気の改善にはつながらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・買い控えが続くなか、中食の需要は減少している。

<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・5月にはゴールデンウィークもあるため、旅行客による来店が増える。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・度重なる値上げに客も慣れてきており、あえて買い控えを行うこともなく、諦める雰囲気がある。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・季節の変わり目になると、客の購買意欲の上昇が期待されるが、今年は物価上昇の影響で商品の単価も上がっているため、不安な部分もある。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・現在は好調なパソコンや携帯電話は、学割対応の終了や新生活需要の一巡で売れなくなるが、暑い時期となることで、エアコンの販売量が伸びると予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・賃上げの効果に期待したい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・必要最低限しか売れない状況は、今後も変わりそうにない。新しい物に買換える購買力も、物価の上昇に追いついていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・新たなヒット車種がなく、売れ筋車種が限定されるため、在庫が潤沢にあるとは言い難い。車両価格も高騰しており、新車の販売台数が大幅に増加する要素は見当たらない。さらに、本社のある欧州市場のほか、中国市場が不振であり、米国の輸入関税引上げの問題もあるなか、積極的な対策は乏しいため、今の状況が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・客の動きも2極化しており、一部の客には定期的な購入がみられる一方、長く乗り続ける動きも顕著となっている。この状態は当分続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	・生産が安定しているため、車両の販売台数も高止まりした動きが続いている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・自動車の値上げなどもあり、買い控えの動きが懸念される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	・更に値上げをする商品が多く、販売量が徐々に落ち込むため、増収減益傾向となることが予想される。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・海外のハイブランドのバッグや小物類の単価が、円安で値上がりしているように、地金の価格が上がり続ければ、金製品の単価も上がっていく。消費者が手を伸ばすのは、どちらかといえば前者である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・米国大統領の政策による貿易摩擦や紛争の行方など、先行きには不透明感が強いが、業況が大きく変化することはない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・気温の上昇に伴い、予防商材も含めた花粉症関連商品やアレルギー薬といった医薬品の売上増加が見込まれる。また、春物商材に需要がシフトすることで、売場の活性化も期待できる。一方、食品などの生活必需品は、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おり、売上に大きな変化はみられない。今後も引き続き、同様の状況が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・送料の無料キャンペーンがまだ続くため、売上の増加傾向も続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・ゴールデンウィークもあり、外出日和となればランチ需要の増加が期待される。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・4月に入るとまた様々な物価の上昇が予想されており、当店の仕入れにも影響が出るほか、利用客の生活費にも影響がある。また、喫煙に関する条例も施行されるため、今までの購入客の来店状況にも不安がある。ただし、大阪・関西万博がいよいよ開幕となるため、良い影響が出ることを期待したい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（管理担当）	・景気の良くなる材料が非常に少ない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（販売促進担当）	・ここ最近では、客室、レストラン利用共に高水準で安定している。レストランのランチは、4月から最低価格が2000円から2400円にアップするが、先行予約の動きは良い。客室部門については、大阪・関西万博の影響は現時点で不透明であるが、レストランでは、大阪・関西万博に伴う観光バスでのランチ需要が少しずつ増えている。

□	旅行代理店（支店長）	・大阪・関西万博が4月13日に開幕するが、需要の波に乗れるかどうかポイントとなる。現状は関西ですら盛り上がり欠けている。実際には、開幕後は状況の好転が予想されるものの、景気回復の一助となるかどうかは不明である。
□	タクシー運転手	・徐々に暖かくなり、外出する人が増えているため、好調な状況がしばらくは続く。
□	通信会社（役員）	・需要は前年比で微減となっており、競争環境も厳しいため、販売台数に大幅な増加は望めない。
□	通信会社（営業担当）	・実施中のキャンペーンにより、引き続き好調な推移が見込まれる。
□	観光名所（企画担当）	・これまでと同様に、前年比では一定の増加が続いており、状況は変わらないと予想される。
□	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	・人件費や物価の上昇による影響が顕著であり、売上に対する費用の比率が上昇している。可能な経費の削減策を講じて、現状維持に努めている状況である。
□	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始まるほか、5月には家族向けのイベントや多くのコンサートが開催されるため、若年層を中心に多数の来場が予想される。
□	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・梅雨の時期となるため、来客数は少なくなる。
□	美容室（店員）	・この季節に販売量が落ちるということは、今後しばらくは厳しい状態が続く。
□	住宅販売会社（経営者）	・例年は4月が近づくと、年末年始の流通の停滞状況を脱し、活発な情報が飛び交う動きとなるが、今年はその傾向がみられない。
□	住宅販売会社（従業員）	・新築分譲マンションの都心と郊外の格差は、価格に加えて売行きでも大きくなると予想されるが、全体的には良くも悪くもならない。
□	住宅販売会社（総務担当）	・価格の上昇に賃金の増加が追いついておらず、税負担ばかりが増えるなど、先行きへの不安が高まっている。
□	その他住宅 [住宅設備]（営業担当）	・例年であれば、年度末は新築物件の駆け込み需要がみられるが、今年には忙しくないなど、景気の良くない状態が常態化している。
▲	一般小売店 [時計]（経営者）	・3か月先には大阪・関西万博が開催され、関西全体が盛り上がる。ただし、収入がその分、上がるわけではないため、ふだんの買物は厳しくならざるを得ない。大阪・関西万博による需要の喚起が逆効果となることを懸念している。
▲	一般小売店 [花]（経営者）	・物価の上昇による影響が出てくる。
▲	一般小売店 [ガラス細工]（店長）	・運送コストや光熱費が高騰するなか、販売価格への転嫁にも限界がきている。
▲	百貨店（広報担当）	・大阪・関西万博による影響を除けば、免税売上については、前年に大きく伸びた反動がしばらく続くと予想される。
▲	百貨店（管理担当）	・政局の不安定さや、米国による関税引上げ、株価の先行き不透明さといった流動的な要素が多いため、一進一退の状況が続く。
▲	百貨店（売場統括）	・米国大統領の政策により先行き不透明な状況が続いているなど、好材料に乏しい状況にある。
▲	スーパー（店長）	・中心となる購入客層が70代となっており、物価上昇の影響をまともに受ける。
▲	スーパー（開発担当）	・年度末になり、また商品の値上げが進んでいる。賃金は上がらない一方、値上げラッシュが続いているため、消費者は悲鳴を上げている。
▲	スーパー（社員）	・食品価格の高止まりが続いているため、客の節約志向が更に強まり、ディスカウントストアなどの低価格店舗に、客が流出する傾向が高まりそうである。
▲	コンビニ（店長）	・店舗周辺環境が変わったため、先行きはやや悪くなる。
▲	家電量販店（店員）	・決算セールが終わり、4月から5月にかけては販売も低調となるが、春が早く夏の到来が早まる気候となれば、単価の高いエアコンや冷蔵庫が動き出す。ただし、それまでは停滞した動きが続く。

▲	乗用車販売店（経営者）	・ウクライナとロシアによる戦争やガザ地区の停戦交渉も難航しているほか、米国の関税上げの影響で世界的な株価調整局面となっている。4月からは更に物価上昇が始まるなど、景気が改善する材料に乏しい。
▲	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・円安の影響や、米国大統領の政策による影響で振り回される状況が落ち着けば、少し良くなる。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・米国の景気後退が予想されるなか、日本に対する輸入関税の引上げにより、厳しい状況が待っている。先行きへの不安から、消費も減退する。
▲	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	・猛暑による影響が懸念される。
▲	観光型ホテル（経営者）	・4月に入ると、今の勢いが少し衰える見込みである。大阪・関西万博の恩恵も、今のところは市内中心部に限られる。5月以降、当地域にも好影響が波及してくることを期待している。
▲	観光型旅館（経営者）	・物価の上昇による影響が大きく、更に値上げが一気に加速している。デフレには戻りたくないが、現実の動きに気持ちが追いついていない。
▲	通信会社（経営者）	・今後も原料価格の高騰が続くと予想される。
▲	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	・健康増進の気運が高まる傾向にあり、スポーツ施設の利用には追い風となるが、物価の上昇が原価や経費にどう影響するかが懸念される。
▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・退会者が少し出てきたほか、体験学習の入会者も例年と比べて少ない。
▲	住宅販売会社（経営者）	・いつまで値上げラッシュが続くのか分からない。
▲	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）	・社会全体が不安定であるほか、金利の上昇懸念や金融機関の融資姿勢の悪化、物価上昇などの影響で、お金が貯蓄に回ると予想される。
×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価の上昇が続くなか、4月以降は更に物価が上がるため、生活必需品ではない衣料品の消費は減少することが心配される。
×	一般小売店〔花〕（店員）	・物価の上昇が続く、家計が圧迫されている。
×	百貨店（売場主任）	・特に高齢者の客が多い店舗では、物価の上昇に収入の増加が追いついていない。各種物価の上昇に対し、明確な政策が示されていない状況では、景気の悪化が避けられない。
×	衣料品専門店（経営者）	・主婦が洋服を購入できない状況が続いており、今後も景気は悪くなることが予想される。
×	衣料品専門店（経営者）	・米だけでなく、お金が知らぬ間に消えている。NISAなどで若年層にお金が回り始めているといわれるが、やはり高齢者はしっかりと貯金しており、不安材料が出てくると、敏感に財布のひもを締めている。
×	家電量販店（店員）	・様々な分野で物価の上昇が続けば、状況は悪くなる一方である。物価の上昇に対する政府の対策にもスピードが求められる。場合によっては、過去にない最悪な景気となりかねない。
×	家電量販店（店員）	・4月には更なる価格の見直しがあるため、厳しい状況となる。
×	家電量販店（企画担当）	・住宅省エネ2025キャンペーンの利用条件が厳しくなり、リフォームの検討客の反応が悪い。また、4月からの水回り商品の価格や、人件費の高騰による施工費の値上げで、リフォームへの意欲が低下している。
×	住関連専門店（店長）	・例年、春になると案件が増加傾向となるが、今年はその心配がないほか、予算が合わずに断られるケースも増えている。物価の上昇により、今後も厳しい状況が続く。
×	住関連専門店（店員）	・収入は変わらない一方、値上げラッシュが続いているなど、景気の良くなる要素が見当たらない。賃金が上がっているのは大手企業だけである。
×	一般レストラン（店員）	・食品や酒の値上げが続くため、外食を控える動きが増える。
×	その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・物価の上昇により、消費者の価値観まで変わってきている。

	×	通信会社（社員）	・3月の最需要期が過ぎれば、販売は落ち着いてくる。年間で最も販売数の多い月と比べると、必然的に販売は悪化する。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・為替相場はいまだに安定せず、方向性も分からない状況であるが、今までの事業とは別に、新規事業の開発に取り組んでいる。新規事業が順調にいけば、夏までには利益率の高い事業が生まれるため、増収増益となる予定である。
	○	食料品製造業（従業員）	・穏やかな気候となれば、人流も活発になり、今まで動きの悪かった商品も動き出す。大阪・関西万博も開催されるため、先行きに期待したい。
	○	食料品製造業（営業担当）	・価格の上がる商品が多いなか、飲料関連では価格が下がっている物もあるため、気温の上昇に伴ってやや良くなる。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・大阪・関西万博関連の問合せが続いており、今後も駆け込み需要で受注量の増加につながると予想される。
	○	化学工業（企画担当）	・春の食料品の需要期を迎えるほか、ゴールデンウィークも控えているため、夏を前に販売量の増加が見込まれる。
	○	化学工業（製造担当）	・来期の製造品目が追加されるなど、見通しはやや良い。
	○	金融業〔保険〕（経営者）	・大阪・関西万博の開催により、少なからず観光関連の消費増加が見込まれる。
	□	繊維工業（総務担当）	・和装を楽しむ機会が増えなければ、安定した需要が確保できないため、業界による機会の創出が必要となっている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・変化する要因が見当たらず、インバウンドの増加による恩恵も業種が限られている。
	□	化学工業（経営者）	・取引先にもよるが、主要取引先への聞き取りでは、良くなる見通しを示す企業がない。
	□	化学工業（管理担当）	・米国大統領による関税引上げの実施について、見通しが立たないため、先行きが全く予想できない。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・物価の上昇が止まらない。春闘の状況を確認し、物価の上昇以上の賃上げが、中小企業も含めて順調に進んでいるかどうかを注視したい。
	□	金属製品製造業（経営者）	・米国大統領の発言で何が起きるのが読めない。自動車関連の関税問題などの不安材料が多いなか、来年度に期待するしかない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・今後も景況は低調なまま推移すると予想される。
	□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・物価上昇の動きは続いているため、家計の負担増は避けられない。
	□	建設業（経営者）	・監理技術者不足が続くなか、働き方改革による工期への制約もあり、作業所の工程管理は厳しい状況となっている。発注者側にも完全週休2日の工期設定を望んでいるが、民間工事では理解が得られても、現状は厳しい工期が続いている。
	□	建設業（経営者）	・新年度に入るため、しばらくは問合せや受注の動きが落ち着く。
	□	輸送業（経営者）	・大阪・関西万博の影響で人手不足となっており、通常は当社に来ないはずの仕事が、少し回ってくることになっている。
	□	金融業（営業担当）	・物価の上昇が止まらないため、個人消費は停滞が予想される。業種によってはインバウンドの特需も見込まれるが、景気への効果は限定的とみられる。
	□	司法書士	・物価の上昇が止まらず、景気が良くなる要因も見当たらないため、現状が維持できればよい。
	□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・物価の上昇に、消費者がついていけなくなっている。
	□	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・いよいよ大阪・関西万博が開催となるが、足元の景気は決して良いわけではなく、節約志向が続くと予想される。一方、外国人旅行者は前年を上回る動きが予想されるなど、プラスとマイナスがきつ抗する形となる。
	▲	食料品製造業（管理担当）	・商品の値上げを検討しているため、来客数に影響が出ることが懸念される。
	▲	繊維工業（総務担当）	・一般的に、物価の上昇による生活費の増加に、給料などの収入の増加が追いついていない。靴下の製造、販売状況では、大手の販売先が仕入コスト上昇分の半分以下しか負担してくれないのが現状である。そのため、従業員の昇給は非常に厳しい状況である。
	▲	プラスチック製品製造業（経営者）	・今月の新規案件の受注減少による影響が、今後出てくるおそれがある。

	▲	その他製造業 [履物] (団体職員)	・消費者に買い控えの動きがみられ、特に価格感応度が高くなっているため、コストアップ分を販売価格に転嫁し切れない。
	▲	建設業 (経営者)	・物価の上昇に収入が追い付くまでは節約志向が強まるため、住宅に投資する客の減少が危惧される。
	▲	輸送業 (商品管理担当)	・家具販売の繁忙期が終わるため、売上が少し落ちる。
	▲	輸送業 (営業担当)	・年々家具の売上が落ちているため、引っ越しシーズンが終われば、売上が更に落ち込むと予想される。
	▲	金融業 (営業担当)	・今後も燃料価格の高騰などによる、あらゆる物への影響が避けられない。仕入価格はまだ上昇すると予想され、この改善には政策による介入が必要と考えられる。
	▲	不動産業 (営業担当)	・今後もECサイトなどでの販売が増える一方、実店舗での販売が縮小することで、空室が増加する。将来的にも空室率が上がり、賃料が下がるため、景気の悪化につながる。
	▲	広告代理店 (営業担当)	・期初は例年どおり、広告の受注が減ると予想される。
	×	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・需要期が終われば、取扱商品には良くない時期となる。
	×	輸送業 (営業担当)	・大規模な運送拠点が計画どおりに稼働し始めたが、人手不足で労働環境は悪化している。
	×	通信業 (管理担当)	・物価の上昇により、かなり悪化が進んでいる。
	×	金融業 [投資運用業] (代表)	・大阪・関西万博の開催が、関西景気の底上げに貢献するという見方は楽観的過ぎる。
	×	その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・物価上昇対策を含めた、経済対策が十分に実施されていない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—
	○	人材派遣会社 (役員)	・いよいよ大阪・関西万博がスタートする。関西での開催気運の高まりも、景気に良い影響を与えると予想される。
	○	人材派遣会社 (管理担当)	・大阪・関西万博の開催期間中は、観光産業からの求人の増加が続くと予想される。
	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	・4月の大阪・関西万博の開催気運が高まることを見込んでおり、新聞広告やデジタル広告の受注予想は前年以上と考えている。
	○	民間職業紹介機関 (営業担当)	・インターンシップなどの広報が過熱することを考えると、4～6月のインターンシップ合同説明会の出展はますます増えると予想される。また、例年この時期は3回生のモチベーションも高いことから、就職ガイダンスなども前年以上に開催が増える。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	・大阪・関西万博の開催効果で人材需要が少し出ているため、求職者の動きには活気が出るものの、効果は短期間で終わる。
	□	人材派遣会社 (営業担当)	・物価が上昇している割に、求人企業による時給の引上げがなかなか進まない。
	□	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・景気対策に期待できないなか、良くなる材料はロシアとウクライナの停戦くらいであるため、大きく変わることはない。
	□	職業安定所 (職員)	・新規求職者数は前年比で減少となった一方、年金だけでは生活できない70代の求職相談が増加している。
	□	職業安定所 (職員)	・企業が求人を募集しても求職者の応募が少なく、採用に至らない。その一方、求職者は応募先を慎重に検討した上で、応募先を決める傾向にあるため、現状が大きく変化するような要素は見当たらない。
	□	職業安定所 (職員)	・中小企業の間では、人手不足の解消がなかなか進まない。賃上げによる収益への影響もあり、早期の回復は難しい。
	□	職業安定所 (職員)	・求人企業からは、景気に影響が出るような話はない。ただし、大阪・関西万博の開催や、米国の経済施策などによる影響は注視する必要がある。
	□	民間職業紹介機関 (職員)	・建設業を中心に年度末は繁忙期を迎えるが、今年はその傾向がみられず、求人数は伸び悩んでいる。それに伴い、求職相談は増加傾向となっている。
□	学校 [大学] (就職担当)	・賃金の上昇が物価上昇に追い付いていないほか、慢性的な人手不足といった懸念材料もあるが、2～3か月程度では景気に大きな変化はない。	

□	学校 [大学] (就職担当)	・求人意欲は旺盛であり、退職者の補充に加えて、医療業界ということもあり、診療報酬の改定による求人数の増加傾向は根強い。ただし、求人数や求人施設数は、コロナ禍以降の伸びが止まっており、4年前の水準に戻ったという程度である。全体としては、医療、福祉業界に人手不足感はあるものの、景気が好調というわけではない。
□	学校 [大学] (就職担当)	・企業による早期採用の動きが加速し、求人数も緩やかに増えているが、今後2～3か月で景気が変化する要因は見当たらない。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・インフレと賃金上昇のサイクルが続くかどうかは、不透明な状況である。
▲	人材派遣会社 (支店長)	・今後も余り見通しは良くない。
▲	民間職業紹介機関 (営業担当)	・求人数は少し落ち着くと予想されるため、今月よりもやや悪くなる。
×	—	—