

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)	◎	コンビニ（店員）	来客数の動き	・インバウンドの増加で安定した来客数が続いているが、最近は例年以上に来客数が増えており、1人当たりの購買単価も上がっている。外食をコンビニの商品で済ませる場合もあるなど、最近メニューが豊富になっており、温かくておいしい物が食べられるのは便利である。
	◎	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博への来場者とみられる客が増えている。
	◎	都市型ホテル（フロント）	単価の動き	・大阪・関西万博がスタートし、団体客、個人客共に好調な動きである。高稼働、高単価での推移となっている。
	◎	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博が開催され、ホテル不足が報道されているとおり、当ホテルでも平日、週末にかかわらず高稼働、高単価で推移している。その一方、レストラン部門はやや低迷しており、物価の上昇や、現在の不安定な社会情勢の影響を実感している。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・インバウンドの増加による影響が出ている。
	○	一般小売店〔手ぬぐい〕（経営者）	来客数の動き	・インバウンドによる売上への貢献度が高い。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・4月に入り、贈答品の動きがやや良くなる傾向にある。この動きが5月も続くことを期待している。
	○	スーパー（企画担当）	それ以外	・米の価格の上昇に対し、他社よりも買いやすい価格で販売を行った。利益は減ることになるが、販売点数が飛躍的に増え、店舗の売上、利益は共に伸びるなど、全体の底上げにもつながっている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・欧米からの団体客が増加している。東南アジアからの観光客も増えているため、来客数が前年比で約8％、売上は約5％の増加となっている。
	○	コンビニ（経営者）	それ以外	・大阪・関西万博の影響が出ている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・インバウンドが増加している。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・桜の時期になった頃から、外国人客がかなり増えている。
	○	コンビニ（店員）	来客数の動き	・大阪・関西万博が始まって訪日外国人が増えたほか、昼間が暑くなる日が増えて、冷たい物が売れ始めている。
	○	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・気温の高い日は、販売状況が良くなっている。
	○	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・給湯や水回り関連の補助金が正式にスタートし、リフォームの問合せが増えている。
	○	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・春になり、朝と昼の寒暖差が大きな日が続いたこともあり、エアコンを中心に季節家電が好調となっている。また、OSのサポート終了が近づいたため、パソコンの販売も好調に推移している。
	○	乗用車販売店（支店長）	お客様の様子	・米国大統領の発言で国内市場が揺さぶられている。今後も日米関係の変化により、株式市場も影響を受けると予想される。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	単価の動き	・花粉の飛散量が多いほか、4月にしては夏日の日もあったため、季節商材の売上が伸びている。特に客単価が上昇しており、値上げに関係なく購入する客が多くみられる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・春の節目での祝賀会に伴う予約や、インバウンドの来店率も高い。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・直営店のカフェの来客数が増加しており、特に欧米からの観光客が顕著に増えている。

○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ 4月になって暖かい日が続き、桜も咲いていたため、ランチ営業での来客数が比較的増えた。一方、夜の営業は新学期が始まると来客数が減少し、近隣の商店街の人通りも減っている。
○	都市型ホテル (管理担当)	単価の動き	・ 春のシーズンを迎えて、3か月前よりも単価が大幅にアップしており、稼働率も好調である。
○	都市型ホテル (客室担当)	販売量の動き	・ 高稼働を維持しており、販売単価も高水準となっている。
○	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・ 桜のシーズンで高単価での販売が続いている。海外サイトからの予約が好調に推移し、1室当たりの利用客数の増加に伴い、客室単価も上昇している。
○	旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・ 大阪・関西万博が始まり、盛り上がりの気運も高まってきたため、客の購買マインドも上昇している。物価の上昇は続いているが、地元の小売店などで万博関連商品が発売されていることも、好影響となっている。
○	通信会社(社員)	販売量の動き	・ 前年と比べて今年度は解約などが減少し、顧客数の増加傾向が顕著となっている。
○	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・ 引越しのシーズンを迎えたため、客の需要が増え、契約数が増加している。
○	通信会社(企画担当)	単価の動き	・ 世界情勢の変化で株価や原油相場が下がり、金などの相場が上昇している。
○	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全体の成約数は、3か月前と比べて若干の増加傾向にある。
○	その他住宅[住宅設備](営業担当)	単価の動き	・ 春の賃金のベースアップが1万円超と例年以上であった。いわゆる就職氷河期世代にとっては、異例の昇給である。
□	一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・ 今月は催事があって来客数は増えたものの、月全体で販売量が増えたわけではなく、停滞感がある。
□	一般小売店[化粧品](経営者)	来客数の動き	・ 4月に入り、上旬は気温がほぼ平年並みに戻ったことで、ファッション商材の売上回復とともに、化粧品も春カラーの商材を中心に回復に向かっている。関西の都心店舗の売上は前年比で100%から103%の推移となり、来客数は前年並みであるが、客単価が少し上昇する形となっている。ただし、商品の単価は原料価格の高騰で上昇しているものの、客の購買は慎重である。単価の低い商材を組み合わせる買う動きが多く、客単価は上がっているが、買上の商品単価は下がっている。
□	一般小売店[呉服](店員)	販売量の動き	・ 呉服を販売しているが、客が新しい物を求めず、古い着物を直して着る傾向が強い。
□	一般小売店[書籍](管理担当)	販売量の動き	・ 大阪・関西万博に関係する商品は売れているが、それ以外の商品の動きは芳しくなく、全体としては何とか持ちこたえている状況である。
□	百貨店(サービス担当)	お客様の様子	・ 大阪・関西万博の開催で、来客数が若干少なくなっており、前年の実績を下回っている。その一方、万博のオフィシャルストアの売上拡大や各種のイベント催事の好調が、売上の増加に貢献している。
□	百貨店(売場マネージャー)	来客数の動き	・ 景況感が上向き要素は見当たらず、大阪・関西万博の開催による影響もみられない。一方、米国の政策により、消費者を取り巻く環境の変化が今後も予想されるなど、先行きは非常に不透明である。
□	百貨店(販売推進担当)	お客様の様子	・ 苦戦していた衣料品も、客の動員キャンペーンといった施策の効果もあり、徐々に回復している。食料品も、一時高騰していた野菜価格などが落ち着いており、前年並みの売上を確保できている。
□	百貨店(売場マネージャー)	販売量の動き	・ 3月は気温の低下で衣料品が厳しい状況となった後、今月に入り、婦人服を中心に売上は3%から5%戻したが、前年比では10%程度の減少となっている。一方、外商売上はラグジュアリー、金製品を中心に好調であるほか、インバウンド売上も大阪・関西万博の影響もあり、前年比で10%程度伸びている。

☐	百貨店（売場統括）	お客様の様子	・インバウンド売上が前年比で30%減となったほか、国内客も来客数は前年並みであるが、買上数が10%減という状況である。物価の上昇や、先行き不安による株価の下落などで生活防衛意識が強まり、消費マインドが減退している。
☐	百貨店（管理担当）	来客数の動き	・催事やイベントが好調で、売上をけん引している。
☐	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・インバウンド売上の減速がみられる。来客数は増加しているが、単価が低下した結果、売上全体は減少している。一方、国内客の売上は堅調に推移しており、インバウンドの売上減少を何とかカバーしている。
☐	スーパー（経営者）	お客様の様子	・米や野菜のほか、それ以外の食品価格の高騰により、消費者の財布のひもが固くなっている。
☐	スーパー（店長）	お客様の様子	・客単価は上がっているが、買上点数は伸びていない。客単価の上昇は1品単価が高いことが原因であり、景気の改善によるものではない。
☐	スーパー（店員）	お客様の様子	・野菜の価格もかなり下がったとはいえ、安いのはチラシへの掲載時ぐらいである。また、果物の価格も高いままであるため、客の様子もまだ厳しい。
☐	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は安定しており、売上にも大きな変化はない。
☐	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・今年のゴールデンウィークは大型連休とはなりにくく、近場のレジャーで済ませるケースが多い。日常的に来店するスーパーにとっては、プラスの状況となる。
☐	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・売上は横ばいで推移しており、来客数も大きくは伸びていないが、商品単価の上昇によって前年の売上を上回る状況が続いている。首都圏と関西を比較すると、関西での落ち込みを首都圏の増加でカバーしている。
☐	スーパー（企画）	販売量の動き	・売上は相変わらず、目標比が103%、前年比が106%と順調である。ただし、客単価が103%、1品単価が106%である一方、買上点数は98%を切っている。米や卵の価格の上昇などで売上は伸びているが、中身をみると芳しくない。
☐	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・周辺ホテルの客室稼働率が非常に高く、ここ数か月は来客数が高水準で推移していたのに加え、大阪・関西万博の影響もあり、インバウンドを中心に来客数が更に増加している。
☐	コンビニ（店長）	販売量の動き	・外国人観光客が増えているなど、大阪・関西万博の影響がみられる。ここ数か月は、売上、販売量がややプラスで推移している。
☐	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて来客数はやや微減である一方、単価はやや微増であり、全体としてはほぼ横ばいとなっている。4月は新年度での企業の異動などで、リピート客が減少しているものの、インバウンドの増加が売上増に少なからず寄与している。
☐	家電量販店（店員）	販売量の動き	・物価の上昇が世間で騒がれるなか、必要最低限の金額での購入が多くなっている。必要以上の高額商品の動きは芳しくない状況である。景気が回復するためには、何らかの補助金制度の導入や消費税率の見直しが必要とみられる。
☐	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・来客数や問合せが減っており、販売量も減少している。
☐	乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・買い控えの雰囲気がある。
☐	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・商品価格の上昇に伴い、販売数量が落ちている。
☐	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増となっている。米国の政策で世界経済の先行きが不透明なため、原油相場は下落している。円高の進行や、政府の物価高対策による補助金継続もあり、国内のガソリン価格は低下傾向にあるが、ガソリンの販売量に大きな変動はみられない。

☐	その他専門店 〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・鼻炎薬や目薬などの医薬品を中心に、花粉症関連の商材は好調であった。食品や日用雑貨といった生活必需品も好調に推移している。一方、化粧品や化粧雑貨の販売は若干減少しており、気温の上昇に伴ってUVなどの夏物商材にシフトすると予想される。全体としては、3か月前と比べて来客数、客単価は少し上向いたが、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	・米国の関税引上げなどで、常連客の財布のひもが固い。情勢の安定が見込めないため、しばらくはこの動きが続きそうである。
☐	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	単価の動き	・価格は高いが、客は仕方ないと諦めている。
☐	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	来客数の動き	・来客数の前年比は105%と3月よりも伸びているが、1月、2月からは変化がない。
☐	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・4月の個人客の動きは3月ほどではないが、好調が続いている。当初は大阪・関西万博関連の動きが弱かったが、ここへきて万博関連の団体客も増えている。
☐	都市型ホテル（販売促進担当）	来客数の動き	・客室部門では、3か月先までは順調に予約が入っており、円高リスクはあるものの、インバウンドの予約が増えている。一方、国内客に目立った動きはない。レストランでは4月から料金が大幅なアップとなり、ランチの最低料金は2000円から2400円に上がったが、懸念したほど来客数は減らず、逆に売上はアップしている。ただし、料金を変更したばかりであり、しばらくは様子を見る必要がある。
☐	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・2月、3月と比べて、国内旅行、海外旅行の予約件数、販売額共に、ほぼ横ばいとなっている。
☐	タクシー運転手	来客数の動き	・配車アプリなどの利用で、朝の時間帯は動きがみられるが、午後は極端に悪い。大阪・関西万博は始まったばかりで、ゴールデンウィーク前ということもあって、まだ動きはみられない。
☐	タクシー運転手	お客様の様子	・大阪・関西万博関連の需要が多くなっている。
☐	通信会社（経営者）	お客様の様子	・仕入価格の上昇により、利益が圧迫されている。
☐	通信会社（社員）	販売量の動き	・既契約者の他社への転出が収まらないため、転入の増加を狙う動きが続いている。ただし、費用の持ち出しが増える一方、総販売数は伸びていない。
☐	通信会社（役員）	販売量の動き	・売上や販売量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	・結局はガソリン減税も時期が未定となるなど、現状は期待できる材料がない。
☐	観光名所（企画担当）	来客数の動き	・ここ3か月の来場者数に、大きな変化はみられない。
☐	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	・季節要因や天候要因を除けば、インバウンド、国内客共に来店状況は変わっていない。
☐	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・購買意欲が余り高まっていない。
☐	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・新築分譲マンションは、供給戸数の減少や価格の高騰で一部の富裕層向けとなっており、1つの物件が市場に及ぼす影響が大きくなっている。一時的な株価の下落などの影響はあるものの、引き続き市況が大きく崩れる様子はみられない。
☒	商店街（代表者）	販売量の動き	・商店街の人出は多いが、売上は余り良くない。

▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・月初から来客数が少ない。4月上旬は他の施設でのイベントも多いため、客の動きが減りやすいが、今年は余りにもガソリン価格などが上がり過ぎており、買うのが怖いという声もある。また、直接的な影響は分からないが、連日の米国の関税引上げに関する報道で、何か良くないことが起きるイメージが強まっている。全体的な雰囲気が良くない月となっている。
▲	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・物価の上昇に賃金が追い付いておらず、特に年金暮らしの高齢者層は、安い商品を探し回って購入している。特に、主食である米の価格の高騰が響いている。
▲	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・来客数が前年割れであるため、客単価が少し上がっても、売上が前年の水準に届かない。
▲	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・4月に入ってから値上げや、株価の大幅な低下の影響か、衣料品の販売が苦戦している。特に、紳士用品にその傾向が出ており、来客数も前年を下回る日が多い。中旬には販売促進イベントを実施したが、その際は売上、来客数が伸びるものの、イベントが終われば元の状態に戻る。
▲	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・株価の下落に伴い、富裕層を中心とした国内客の購買の勢いが鈍化している。また、免税売上も引き続き、前年の好調の反動で苦戦している。
▲	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・インバウンド売上が鈍化傾向にあるほか、国内消費も横ばいのままとなっている。
▲	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・米国の関税引上げによる株価や為替の急変動で、富裕層からは資産管理の先行き不安の声が出ており、高額の商談への悪影響が危惧される。
▲	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・米価格の上昇や、米国の輸入関税引上げによる影響への懸念から、株価が大きく下落している。景気の先行き不安も影響してか、節約志向が強まっており、服飾品関連の売上が非常に厳しい。一方、食品関連では売場の改装効果もあり、売上は順調に推移している。
▲	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・前月に続いてインバウンド売上が前年を下回っている。来客数自体は減っていないが、主な購入品目が海外のブランド品から化粧品などにシフトしており、購入額が減少している。
▲	百貨店（販促担当）	それ以外	・気温が今月中旬から後半にかけて一気に上昇したことで、ファッション関連の動きが活発化している。一方、物価上昇の影響で食品の動きは引き続きシビアとなり、特に和洋菓子などのし好品で苦戦が続いている。また、前月からインバウンドの動きが明らかに低調となり、大阪・関西万博の開幕による恩恵もなく、期待を裏切られている。
▲	百貨店（宣伝担当）	単価の動き	・大阪・関西万博が開幕してインバウンドが増え、来客数や免税件数は増えているものの、客単価が落ちている。これまでは国別の免税シェアでは中国が7割を占め、ラグジュアリーブランドの販売が伸びていたが、万博の開幕後は5割に落ち込んでいる。欧米や中東からの観光客が増えたことで、ラグジュアリーブランドの販売が落ち込み、土産品の要素が強い食料品や雑貨の販売が増えたことで、単価が落ちている。
▲	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・外的要因もあるが、好調が続いていたインバウンド需要の内容が、前月から完全に変わっている。国際線の就航開始の影響もあり、来客数は前年比で45%増えたが、購入は消耗品が中心であり、客単価は40%低下した。大阪・関西万博の開催効果を期待したが、今のところはみられない。国内消費も不安定な外的要因の影響か、一部の富裕層の動きは特選ブランドを中心に堅調であるが、中間層は生活防衛意識が強く、節約志向が続いているため、全体的にはやや悪い状況である。

▲	百貨店（商品担当）	単価の動き	・円高の影響もあり、今月はインバウンド売上が半減となっている。買上点数は1けた減にとどまるなど、大阪・関西万博関連は好調であるが、ラグジュアリーブランドの販売減が減収要因である。前年比でみると、今後インバウンド売上に増加の余地はなく、厳しい売上が予想される。
▲	百貨店（特選品担当）	単価の動き	・インバウンドによる買物の内容が変わっている。大阪・関西万博で来日した客は、長期滞在でも観光が中心で全国を周遊するため、ラグジュアリー商品を購入する客は少ない。その一方、化粧品の動きは好調である。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・食品価格などの値上げが続き、買い控えや選択消費の傾向がみられる。
▲	スーパー（社員）	お客様の様子	・前年までは、商品単価の上昇が売上の増加につながる店が多かったが、物価の上昇が続くなか、年配客を中心に節約志向が高まっている。
▲	スーパー（企画）	来客数の動き	・インフレの影響を受けて、客単価の上昇が続く一方、来客数は天候不順の影響もあるが、弱含みとなっている。
▲	乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・商売に動きがみられない。
▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・米国の関税引上げに振り回される形で、客も今後の景気を見極めようという意識からか、自動車などの高額商品の引き合いが減っている。
▲	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月は中古車の販売や修理等のサービスは目標を達成できるが、新車の販売は在庫が確保できず、厳しい状況である。車両の単価が上がり、新車の新たなラインアップもないほか、不安定な経済情勢もあいまって、富裕層といえども購買意欲の低下がみられ、販売台数の減少につながっている。
▲	乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・これまでの受注残の影響で、販売台数は前年を上回っているが、正味の受注台数は前年を大きく下回っている。
▲	その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・米を始め、野菜などの食料品価格が高騰している。
▲	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	・送料の無料キャンペーンを行っているため、受注量は増えたが、少しずつ増勢が鈍化傾向となっている。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・4月からの喫煙制限に加え、必要不可欠な食材の不足や価格の高騰が続くなど、厳しい状況が続いている。特に、店内での喫煙には新たな設備投資が必要な一方、利益の乏しい状況が続いているため、店内を禁煙にせざるを得ない。結果として、売上、来客数共に2割減となるなど、更に厳しい状況となっている。
▲	一般レストラン（企画）	販売量の動き	・売上は何とか前年の実績を上回っているが、直近の6か月では最も低い水準である。特に来客数の減少が顕著であり、リピートによる来店回数が減少傾向にある。
▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・前月は良かったものの、今月と来月の予約状況は悪い。大阪・関西万博が始まったため、会場に近い地域のホテルは良いが、当地区への流入はみられない。
▲	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・今年は大阪・関西万博への来場を予定する客が多く、旅行需要が落ちている。ただし、この傾向は近隣市民が中心である。
▲	競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は8850円で、今月は8386円となった。ほぼ変わらないが、微減となっている。
▲	その他レジャー〔スポーツ施設〕（業務担当）	単価の動き	・経費や原価の高騰で、利益が圧迫されている。
▲	美容室（店員）	お客様の様子	・来店周期が伸びているほか、トリートメントをやめることで単価の下落傾向がみられる。

	▲	その他サービス 〔学習塾〕（ス タッフ）	お客様の様子	・受講する教科数を絞る傾向があり、3教科を受講する子供の 人数が減っている。
	▲	住宅販売会社 （総務担当）	単価の動き	・米国の関税引上げに伴い、資材価格の動きが不透明になっ 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	・外的要因や物価上昇の影響で、やや悪くなっている。
	×	百貨店（売場主 任）	単価の動き	・生鮮品や総菜の売場では、29日までの売上が前年比で 4.6%減となった。近隣に競合店が新規出店した影響が大き いほか、米を含む生活必需品の価格が4月に大きく値上がり したことで買い控えが深刻化し、売上が前年を大きく下回っ ている。来客数が前年並みであっても、売上がなかなか伸び ないなど、今月は明らかに買い控えの傾向がみられる。
	×	百貨店（企画担 当）	販売量の動き	・大阪・関西万博の開催効果もあり、来客数は前年比で2け た増となっているが、売上は前年を下回る見込みである。イン バウンド消費は円高の影響や、前年の特選ブティックの値 上げによる売上増の反動減もあり、前月に続いて高額品を中 心に前年割れとなった。国内売上も不安定な株価による影響 か、高額品の動きが悪くなっている。一方、化粧品や雑貨と いった比較的単価の低い商品は、堅調な売上となっている。
	×	衣料品専門店 （経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比で2～3割減っているため、売上も減少し ている。
	×	衣料品専門店 （経営者）	来客数の動き	・消費者が価格に敏感になっており、欲しい商品でも価格の 条件が合わない場合は、すぐには買おうとしない。
	×	家電量販店（店 員）	来客数の動き	・来客数が減っているほか、物価の先行き不透明感や米国の 関税引上げの影響で、以前は契約まで進めたパターンでも、 すぐには購入が決まらないケースがみられる。
	×	家電量販店（店 員）	販売量の動き	・リフォーム商品については、最近はネット販売の情報が増 え、商談の内容も価格重視の傾向が強まっている。
	×	家電量販店（企 画担当）	来客数の動き	・家電やリフォームなどの需要が盛り上がりがないなか、空前 のインバウンドブームで外食や旅行のほか、大阪・関西万博 の開催に伴う需要が中心となっており、集客に苦労してい る。
	×	住関連専門店 （店長）	それ以外	・客単価が毎月徐々に下がっているほか、今年に入ってから は、業界での催事の開催も減っている。
	×	その他専門店 〔宝飾品〕（販 売担当）	販売量の動き	・米国の関税引上げの影響により、材料である地金相場が一 時期下がったものの、再び上がり始めたため、前月と同様 か、それよりも悪い状態である。
	×	観光型旅館（経 営者）	単価の動き	・食材などの物価上昇が影響し、利益が圧迫されている。同 じ動きが家庭でも起きており、財布のひもが更に固くなって いる。
	×	住宅販売会社 （経営者）	単価の動き	・仕入価格の高騰が続いているが、価格転嫁が全く追いつい ていない。価格が上がるなかで、利益は減る一方である。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	電気機械器具製 造業（経理担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・部品や消耗材などの価格が高騰するなか、製品の販売価格 も値上げ交渉に応じてもらえるケースが増え、相応の価格転 嫁が可能となっている。その影響もあり、売上は増加傾向に ある。
	○	食料品製造業 （従業員）	受注量や販売量 の動き	・家庭用の商品は、野菜の価格も戻りつつあるため、少し動 きが出てきた。一方、業務用の商品は今のところ安定してい る。
	○	食料品製造業 （管理担当）	受注量や販売量 の動き	・大阪・関西万博が始まったことで、需要が増えている。

○	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・大阪・関西万博の開催に伴い、スーパーなどに立ち寄る外国人観光客が増え、立ち寄った店での飲料の購入が増えているため、売上はやや良くなっている。万博関連の商品などを多く販売している影響も出ている。
○	化学工業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・米国の輸入関税引上げへの懸念から、製造量が増えており、前年度の製造量をこの3か月でクリアする予定となっている。
○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・オートバイや乗用車の電装部品向けを中心に、出荷量が好調となっている。米国の輸入関税引上げに対応し、駆け込み需要が生まれる可能性もある。
○	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月は取扱商品の需要期に当たり、受注量が増えている。景気としては悪くないが、例年と比べると勢いは弱い。
○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月に入り、少し引き合いが増えている。
○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・例年4月は期初で広告を控える動きもあり、低調な受注の年が多いが、今年は前年と比べても交通広告全般で出稿が増えている。
○	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の反応をみると、大阪・関西万博に勝機を見いだそうとする動きが活発である。都心部などに店舗がある小売店は、外国人観光客の売上構成比が国内観光客を上回っている。当県のものづくり企業も製品のアピールに余念がなく、投資マインドが高まっているという点でも景気は良くなっている。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・月末になると、受注量が急激に減少する。
□	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注量に変化はないが、材料価格の値上げの話も出ているため、販売価格への転嫁が今後のポイントとなりそうである。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大きな変化はなく、米国の関税引上げ問題が落ち着くまでは、先の見通しが立たない。
□	輸送用機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・米国の輸入関税引上げについて、企業の間で様子見の動きが出ており、一時中断する案件も発生している。
□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・監理技術者や技能労務者の不足が深刻である。他の業界と同様に、少子化によって建設業の従事者が減る傾向は続く予想されるため、人件費の高騰は避けられない。
□	輸送業（経営者）	取引先の様子	・仕事の依頼件数は少なめであるが、新入社員が入社したことで、これまで受けられなかった配達の仕事を受注できるようになった。ただし、今月から一部で運賃が値下げとなった一方、各種の経費は値上げとなったため、収益はほぼ変わらない。
□	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・家電の売上が良いため、配達件数が増えている。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先との会話では、建設業では大阪・関西万博関連で人手が取られ、仕事が回ってこないとの意見が多い。
□	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	・大阪・関西万博の開催効果もあって、ターミナル駅に限れば明らかに人流が増えており、万博関連の雑貨が予想以上に売れている。
□	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	・商品の値上げがまだ続いており、値上げの了承を得るための交渉に時間を取られている。その結果、売上を増やすための営業ができていない。
▲	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・催事での集客や販売が増えていない。また、販売を増やすための値下げで単価が下がる一方、経費率は上昇するという傾向も改善されていない。
▲	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・従来の製品には、受注のない物や注文の動きが遅い物もある。多種多様な業界との取引から判断すると、全体的に流れが悪い。

	▲	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おり、ぜいたく品ではなく、米やガソリンといった生活必需品の価格が高騰している。前年以上の賃上げは実施されているが、実質賃金が増えるまでには至っていないほか、米国の関税引上げといった不安要素も存在する。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月で急速に引き合いが減っている。特に、設備投資関連の案件の動きが悪くなっている。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・末端の小売市場で商品が売れないなど、消費者の買い控え傾向が更に強くなっている。
	▲	金融業（営業担当）	それ以外	・物価の上昇で消費者の生活が圧迫されている。その要因としては、燃料費の値上がりが大きい。
	▲	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・ECサイトでの販売が多くなり、実店舗での営業が厳しくなっている。貸店舗のニーズが減ることで、賃料や空室率が悪化するなど、景気が悪くなっている。
	▲	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・日用品でも、円安を反映して今年の春夏商材から小売価格が上がり、販売量は減少していたが、売上は横ばいか、少し増加傾向であった。ただし、米国の輸入関税引上げなどで不透明感が強まっていることから、消費マインドは防衛的に悪化しており、4月に入ると小売店での販売数の伸びにブレーキが掛かり始めている。4月の売上は量販店、百貨店共に悪い。
	×	繊維工業（総務担当）	競争相手の様子	・同業他社との会合では、物価の上昇による消費意欲の減退が顕著という意見が増えている。
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・物価の上昇が続き、ガソリン価格も高止まりしている。国民への給付金も一時検討されたが、消費マインドの悪化以前に閉塞感が強く、景気が良くなるとは考えられない。
	×	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	・物価の上昇が止まらない。
雇用 関連 (近畿)	◎	*	*	*
	○	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・全体的に良くはないが、求人数は増えている。
	○	人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・4月以降も求人数は高止まりしており、求職者も引き続き活発に動いている。
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・新卒採用では売手市場が続くなか、企業からの求人は前年よりも増えている。特に新卒求人の申込みが好調で、紹介できる求職者が足りない状況である。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・採用者数が増加している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・事務関係の派遣社員を募集する企業は、大手企業の関連会社や建設業界が中心であり、DX商材などによる業務の効率化が進んでいる。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求職者数の動き	・大阪・関西万博が始まり、関連求人の動きは一段落したが、他の観光関連の求人は引き続き増加している。ただし、条件に合う求職者の応募がなく、採用には至っていない。
	□	求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・2026年卒の新卒採用が本格的にスタートし、求人数は前年比で増加傾向にある。2027年卒以降のインターンシップなどの募集企業数も増加傾向にあるが、短期的な景気動向に大きな変化はみられない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・関西企業による新聞広告やデジタル広告への出稿意欲は、前年とほぼ変わらない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月の求人数は1月、2月と比べると少ないが、3月の水準は上回っている。前年の水準も月末を待たずに上回っており、企業の採用活動には活発さがうかがえる。一方、新規求職者数は4月に入って増えているが、水準は前年並みである。特に、求職者の数が増えても応募数は増えないなど、求職活動に慎重さがみられる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・大阪・関西万博関連の求人を除くと、3か月前と求人数の動きは変わらず、ほぼ横ばいで推移している。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・求人、求職者共に横ばいとなっている。

	□	学校〔大学〕 （就職担当）	求人数の動き	・人手不足が続いており、求人数、求人施設数共に堅調な推移となっている。内定者の国家試験の可否による影響は受けるが、前年度の就職希望者全員が内定を得るめどが立っている。
	□	学校〔大学〕 （就職担当）	雇用形態の様子	・特に目立つ動きはみられない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・新規求人数について、前年比では下げ止まりがみられるほか、インバウンド需要も好調な動きが続いている。ただし、原材料価格などの高騰で、事業運営は引き続き厳しい状況にある。
	▲	人材派遣会社 （営業担当）	それ以外	・現実の経済状況としては、景気が停滞している一方、物価の上昇が続いている。
	▲	新聞社〔求人広告〕 （営業担当）	それ以外	・米国の関税引上げによって世界的な混乱が発生し、景気が悪くなっている。
	▲	職業安定所（職員）	それ以外	・物価の上昇や米国の関税引上げにより、個人資産は増えず、家計への負荷も大きくなっている。なお、失業者数は例年4月に増える傾向となるため、離職者の変化からは景気の動きは実感しにくい。
	×	—	—	—