

## 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（売場主任）	・近隣の再開発が進んできたことが大きい。今後、ガソリン価格の低下や物価の安定が続けば、景気の改善も期待される。
	◎	百貨店（サービス担当）	・来月以降も、周年行事などの新たな催事企画の強化で来客数が増え、売上が確保できる。また、大阪・関西万博の関連商材の販売も2月末まで延長されるため、好調が維持できそうである。
	◎	コンビニ（店員）	・人の流れが多い駅の、駅前店舗であるため、年末年始はいつも以上に多くの集客が見込まれる。今年はクリスマス商戦なども好調であったため、人員を強化して対応していく。
	○	一般小売店〔野菜〕（店長）	・新政権となり、いろいろな対策が打たれる見込みのため、良くなることが期待される。
	○	百貨店（マネージャー）	・2～3月のバレンタインデー商戦や春のお祝い需要は、例年好調となる。また、単価の上昇による収益の増加や、政府の物価対策による景気の回復に期待している。
	○	スーパー（企画担当）	・お米クーポンなどの使用が想定され、販売量の増加が予想される。ここへきて気温も低下傾向にあり、鍋物関連は販売量が増加傾向にある。
	○	コンビニ（経営者）	・今後に期待している。
	○	衣料品専門店（店長）	・前月に続き、インバウンドなどの人流は活発で、仕入価格の上昇も続いている。その一方、取引先との会話でも、特にひっ迫した事象は見当たらない。
	○	乗用車販売店（経営者）	・年度末商戦に好材料があるわけではないものの、少しずつ客の消費マインドも上向いている。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新車の販売状況は依然として厳しいが、車検や一般修理の台数は例年よりも増えている。
	○	乗用車販売店（支店長）	・株価も高水準であるため、年が明ければ売上の増加が予想される。
	○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・新年度を迎える新たな物の購入や、新たなチャレンジを始めるきっかけとなるため、ダイエットや禁煙、健康グッズなどの売上増が期待される。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・新政権の政策によって良くなる印象を受けるため、購買意欲の低下にも歯止めが掛かる。
	○	観光型旅館（経営者）	・物価高はあるが、消費マインドは上昇している。株高による影響もあり、国内旅行が好調になりつつある。
	○	都市型ホテル（管理担当）	・中国の情勢は気になるが、現政権の政策には期待できそうである。
	○	都市型ホテル（客室担当）	・花見シーズンの予約は順調に推移している。インバウンドの減少に伴い、国内客による当地離れの緩和が進むことが期待される。
	○	タクシー運転手	・賃金のベースアップなどで手取り収入が増えているため、お金を使って楽しむ動きが見受けられる。
	○	通信会社〔貴金属オーディション〕（経営者）	・来年度も直近と同様に、地金相場の上昇や高止まりが予想され、業界の景気はやや良くなる見通しとなっている。
	○	通信会社（社員）	・年度末や、新生活関連の最需要期に向けて、徐々に上向きになる。
	○	通信会社（社員）	・来年度に向けた新たな営業施策の展開などで、状況は好転すると予想しているが、その確証はない。一方、街中の景気については、おおむね回復基調にある。
	○	通信会社（営業担当）	・3月の引っ越しシーズンに向けて販売が増える傾向にあり、例年と同じく、今月と比べて110%の販売が見込まれる。
	○	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・不況感は相変わらず漂っているが、仕事量が減るとは考えにくい。人手不足の解消が待たれる状況であり、来年も対応を進めていきたい。
	□	商店街（代表者）	・買回品の苦戦が続いているが、食品や飲食店は、少しでも価格の安い店が好調となっている。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・国内客の消費が明らかに悪い。事前の受注も少なく、先行きは不透明である。

□	一般小売店〔化粧品〕 (経営者)	・原材料価格や人件費、物流コストなどの費用はまだ上昇し、価格の高騰につながるほか、家賃などを含む、取引条件の改定を求める取引業者も増える見通しである。小売企業には追い風となる要素が少なく、消費者の間でもしばらくは買い控えの状況が続くと予想される。現状は株価上昇の効果が、身の回りの小売業に波及する動きはみられず、インバウンド消費が旧正月商戦でどこまで戻るかにも良い材料がないため、苦戦が続きそうである。
□	一般小売店〔ガラス細工〕 (店長)	・現状は良くなる要素が見当たらない。
□	一般小売店〔呉服〕 (店員)	・年明け早々に成人式があるにもかかわらず、振り袖はともかく、小物も売れないと、景気は悪い。
□	一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・年末と違い、年明けは余り良くないため、1~2月は余り期待できない。
□	百貨店(売場主任)	・富裕層の資産効果も重要であるが、多くの客が利用する当店では、中間層の収入が更に増えなければ、売上の増加が見込めない。
□	百貨店(販売推進担当)	・当面、インバウンドの動きは厳しくなる見通しのため、国内の富裕層の囲い込み策により、売上の維持を図る。
□	百貨店(外商担当)	・中国からのインバウンドの減少や、円高予想により、インバウンド売上は前年比で減少する可能性が高い。ただし、海外の高級ブランド品や高級時計に対する、国内の富裕層の消費意欲は、今後も旺盛であると予想される。
□	百貨店(営業推進担当)	・今後の賃金の伸びには期待しているが、物価の上昇とあいまって、一進一退の動きが続きそうである。
□	百貨店(外商担当)	・年明け以降の株価、為替の変動や、社会情勢の急激な変化がない限り、堅調な状況が続くと予想される。
□	百貨店(販促担当)	・今冬は寒さが厳しくないため、このままでは冬物衣料の売行きは厳しくなる。インバウンドは春節商戦での客足の減少が予想されるなど、こちらも厳しくなりそうである。その一方、春のモチベーション需要は堅調で、卒業や入学、新生活に関する需要が出てくると予想される。
□	百貨店(売場マネージャー)	・先行きの見通しは不透明であるが、訪日外国人を中心とした消費の変動は大きい一方、国内客の消費が大きく変化する要素はみられない。
□	百貨店(宣伝担当)	・周辺の観光地や商店街では来街者が明らかに減っているなか、現在のインバウンドの減少傾向は春節まで続くと予想される。クリスマス商戦の傾向から、国内客の節約志向など、厳しい状態が続く見込みである。
□	百貨店(商品担当)	・12月20日以降、インバウンドの売上に陰りが出始めているが、年末年始や春節商戦への影響は不透明である。
□	スーパー(経営者)	・身の回りの様子をみる限り、物価上昇の影響で消費マインドは変化がないか、冷え込みがみられる。今後の政策による影響については、不透明な状況である。
□	スーパー(店長)	・物価の上昇に賃金の増加が追い付いていない。客の動きをみると、消費の姿勢はシビアであり、商品をかなり吟味している。
□	スーパー(店長)	・収入の増加はみられない一方、物価はガソリン以外で高止まりしているほか、更なる値上げの動きも多くみられる。
□	スーパー(企画担当)	・競合店の出店といった外部環境の変化ではなく、果物価格の高騰はあるものの、食品全体の取引件数や客単価は、安定した動きが見込まれる。
□	スーパー(経理担当)	・物価高による節約は続くものの、春闇による賃上げや、政府の景気刺激策にも期待できるため、景気の底上げへの期待感はある。
□	スーパー(販売促進担当)	・日本銀行の利上げもあり、円高傾向に振れると予想されたが、予想されたような効果はなく、円安による原料価格や光熱費の高騰が続くほか、景況感の改善につながる材料も見当たらないため、現状の傾向が続くと予想される。
□	スーパー(企画)	・冬季ボーナスの支給状況は堅調で、所得は増加している。また、ガソリン価格の低下に加え、電気料金なども下がることから、消費は現状の推移が続くと予想される。ただし、消費者の意識は変化しており、品質と価格のバランスが求められている。

□	スーパー (企画)	・今後2～3か月でトレンドが変化することはない、今後も継続すると予想される。
□	スーパー (社員)	・客の節約志向は今後も続きそうであるが、多くの企業では今冬のボーナスが増えているほか、政府の消費喚起策にも期待されるため、何とか現状維持が可能である。
□	コンビニ (経営者)	・物価の上昇で、年末のまとめ買いがみられなかつたため、来年こそは期待したい。
□	コンビニ (経営者)	・会社員による来客状況は、事業内容によっては忙しい業種もあるが、平均すると大きくは変わらない。
□	コンビニ (経営者)	・大阪・関西万博の閉幕による来客数の減少と、値上げによる客単価の上昇により、今と同じような売上が続くと予想される。
□	コンビニ (店員)	・景気の上向く要素が見当たらず、厳しい状況が続く。
□	コンビニ (店員)	・若い世代の社員に活気がみられず、現状が維持できれば十分である。
□	コンビニ (店員)	・物価の上昇が続いているため、今後も状況に変化はない。
□	衣料品専門店 (経営者)	・物価対策の効果が余りない。円安対策など、物価高に対する根本的な対策が求められる。
□	家電量販店 (人事担当)	・一時的に気温が低下することはあっても、前年と同様に、春の訪れが早まるこを危惧している。
□	乗用車販売店 (役員)	・購入客は富裕層が中心であるが、価格への意識はシビアであり、車の乗換えには慎重な状態が続いている。減税や新車購入サポートなどの支援策のほか、新型車種の販売といったインパクトが必要である。新型車種の販売は半年以上先であるため、しばらくは停滞した状態が続きそうである。
□	乗用車販売店 (販売担当)	・2～3か月先の予約注文も減少するなど、販売量全体が減少傾向にある。
□	その他専門店 [食品] (経営者)	・消費の冷え込みが続くなか、特に改善するきっかけもないため、しばらくは我慢の状況となる。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経理担当)	・物価の上昇や利上げ、インバウンド需要の陰りといった先行きの不安要素があり、景況感は特に変わらないと予想される。
□	その他専門店 [医薬品] (管理担当)	・本格的な冬となり、感冒薬などの医薬品や衛生用品の売上が増加傾向に転じた一方、年末商戦も落ち着いたことで、食品や日用雑貨などの生活必需品、化粧品・化粧雑貨などの売上に大きな増加は見込めない。食品や生活必需品の値上げで、客単価は上昇傾向にあるものの、来客数や買上点数に大きな変化は期待できない。
□	高級レストラン (企画)	・中国からの渡航自粛により、予約の減少につながっているが、一部で国内旅行客の増加もみられる。また、春に向けて単価が高めで推移しており、来客数の減少をカバーしている。
□	一般レストラン (経営者)	・前月までのブラジル産鶏肉の輸入制限や、イタリア産豚肉の輸入制限、日本の鳥インフルエンザによる影響、長引く物価高の影響などで、客の財布のひもは固い。特に、外食に関しては節約が続くため、ケーキの需要も低調なままで予想される。
□	一般レストラン (企画)	・販売量は堅調に推移しているが、仕入価格の高騰や人件費の増加に加えて、人員の確保が厳しくなっている。今後は更なるコストの増加が予想されるため、収益の改善はまだ先がみえない状況である。
□	一般レストラン (店員)	・景気がなかなか上向かないため、売上や単価、来客数が上向く見通しは立たない。
□	その他飲食 [洋菓子] (管理担当)	・新駅ビルの完成が2030年の予定であるなど、当面は状況の変化が期待できない。
□	旅行代理店 (役員)	・秋の行楽シーズンが終了し、年末年始の予約も一段落したことから、国内旅行は良くて現状維持である。一方、海外旅行は円安の影響を受けるため、今後の為替レートの変動に左右される。
□	通信会社 (役員)	・キャリアショップにおける携帯電話の販売では、需要に大きな変動要因はなく、2～3か月先も景気に大きな変化はない。

□	観光名所（企画担当）	・当施設が大阪・関西万博の会場と近いため、万博後しばらくは、国内客による来場が減ると予想している。中国からのインバウンドの動向が懸念されるが、インバウンド全体では回復が予想されるため、トータルの来場者数が維持できればよい。
□	ゴルフ場（支配人）	・予約状況から考慮すると、例年どおり良くも悪くもない状況である。単価の上昇が進めば良くなるが、なかなか難しい。
□	競艇場（職員）	・賃上げや物価の上昇、大阪・関西万博の閉幕、海外情勢の変化など、様々な要因がどのように作用するか、今後の見極めは難しい。
□	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・イベントの直接的なコストは変化していないが、実際の収支をみると、人件費や光熱費などが増加しており、収支は悪くなっている。稼働日数については、順調に推移している。
□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・3月にはプロ野球の公式戦のほか、多くのコンサートやこども向けイベントが予定されているため、例年並みの集客が期待できる。
□	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、暑い時期よりも寒い時期の方が来客数は減少する。
□	住宅販売会社（経営者）	・緩やかな価格転嫁が進んでいる。
□	住宅販売会社（経営者）	・地価は相変わらず高水準で推移し、購入希望者の予算とのかい離が目立っているため、これ以上の取引の増加は見込めない。
□	住宅販売会社（企画担当）	・引き合いの減少や人手の不足により、競合が厳しくなっている。
□	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）	・3か月先も現状と大きな変化はない。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・富裕層を中心とした消費は堅調な推移が続くが、インフレの影響もあり、所得水準に変化がない層の消費意欲は低下傾向にある。そうしたなかで、郊外の不動産の動きは鈍くなっている。
▲	一般小売店〔時計〕（経営者）	・株価が過去最高で、景気の改善が報じられているが、当店のほとんどの客は実感がない。実際に株式を持っている客もその恩恵が実感できていないなど、株式の保有の有無に関係なく、景気の良さが実感できるのはまだ先である。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・物価上昇が止まらず、消費者の購入単価も低下している。今後、景気の起爆剤といえるものは何もなく、景気の悪化が予想される。
▲	一般小売店〔手ぬぐい〕（経営者）	・物価全体が上がり続けている。
▲	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	・大阪・関西万博のような起爆剤がなければ、業界の需要は自然と減少が進む。
▲	百貨店（企画担当）	・中国からの航空便の減便が更に進むとの報道もあり、春節期間の免税売上はかなり減ることが予想される。
▲	百貨店（広報担当）	・冬物衣料の動きは終息に向かうなか、春物衣料も物価高に伴う節約の動きから、中間層の需要の大きな増加は期待しにくい。一方、食品ではバレンタインデー商戦が控えており、堅調な動きが予想されるものの、春節を迎えるインバウンドについては、先行き不透明な状況である。
▲	百貨店（マネージャー）	・中国の渡航自粛の影響が徐々に大きくなり、免税売上に占める中国の割合が低下している。前月は前々月と比べて3%の低下、今月は前半で5%の低下、後半には更に5%の低下となるなど、数か月前と比べて10%を超える低下となっている。この傾向は当分続くことが予想される。
▲	百貨店（管理担当）	・大阪・関西万博の閉幕で、それまでの特需が一段落したほか、日中関係問題でインバウンド需要の苦戦も予想されるなど、当面は業績をけん引する要素が見当たらない。
▲	百貨店（商品担当）	・日中間の関係によるインバウンド売上の減少で、2月の春節商戦に大きな影響が出ると予想され、状況を注視している。また、今後の政策への不透明感もあり、需要は盛り上がりに欠けると予想される。

▲	百貨店（マネージャー）	・富裕層の消費が堅調で、中間層は慎重という全体的な構図に変化はない。ただし、今までとは異なり、従来強かったハレの日での消費の盛り上がりは少なく、個別のマーケット対応が求められている。現状は、サブカルチャーや推し関連、イベント消費の反応が非常に良い一方、インバウンド消費は数か月にわたって低迷すると予想される。
▲	スーパー（店員）	・例年1～2月は売りが悪くなり、春までは厳しい状態が続く。
▲	スーパー（開発担当）	・ガソリン価格は下がったが、特段の景気対策にはなっていない。物価が上昇するなか、賃金も上がらず、今後どう対応すべきかが分からぬ。
▲	コンビニ（経営者）	・例年2～3月はコンビニ業界の売上が悪化する時期であるため、レジや電子レンジ、ホットスナックなど客によるセルフ化を強化して対応する。
▲	コンビニ（店員）	・大型連休などがない時期となるため、旅行客が減りそうである。
▲	衣料品専門店（店員）	・業界は閑散期に入るため、景気は落ち込む。
▲	家電量販店（経営者）	・省エネ補助金制度が一旦終了し、販売量の減少が予想される。
▲	家電量販店（店員）	・物価上昇に歯止めがかからないのであれば、景気は悪化する一方である。
▲	家電量販店（企画担当）	・2026年は新政権による経済政策の効果があるものの、金利の引上げでローン販売の抑制につながる。結果として、家電の購入やりフォーム、設備機器の買換えでは、客単価の低下が懸念される。
▲	乗用車販売店（経営者）	・賃上げのプラス効果よりも、物価上昇によるマイナス効果の方が大きく、消費者の購買意欲の低下につながっている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・主力商品の一部が販売終了となり、客の流出につながるおそれがある。
▲	その他小売【インターネット通販】（オペレーター）	・通信販売で送料を負担しても、必要な物しか購入しない人が増えている。
▲	高級レストラン（スタッフ）	・例年、年明けは予約の動きも落ち着く。
▲	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇が続き、年末年始で買物も増えるため、消費者の財布のひもは固い。近隣の商店街は特売日には人があふれるが、ふだんは人通りも少なく、夜間は特に姿がみられない。
▲	観光型ホテル（経営者）	・来年の先行予約状況では、1月と4月が例年よりも少し悪い。2月の春節商戦も、中国からのインバウンドの減少による影響が出ると予想される。
▲	観光型旅館（経営者）	・宿泊予約の進捗に鈍化傾向がみられる。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・中国の渡航自粛により、2月の旧正月の予約が埋まらない。市内ホテルの単価は低下しており、価格競争となることが予想される。
▲	都市型ホテル（フロント）	・1月は元々閑散期であるため、期待は持てない。また、以前から中国の団体客は受け入れていないため、渡航自粛による打撃はないが、間接的な影響は出ている。周囲では、中国の団体客を多数受け入れていた施設が予約の減少で料金を下げたため、今後はインターネット予約の個人客がそちらに流れる可能性がある。
▲	旅行代理店（支店長）	・中国からのインバウンドの減少は回復のめどが立たず、長引くことが懸念される。ミラノ・コルティナオリンピックへの訪問需要も少なく、需要回復に向けての盛り上がりにはつながらない。
▲	タクシー運転手	・中国からのインバウンドが減っているため、少し悪化する見込みであるが、混雑の緩和につながるなど、観光地にとつては一長一短とみられる。
▲	その他レジャー施設【飲食・物販系滞在型施設】（企画担当）	・中国からの個人客の減少に加えて、気温が高く、他のスキー場がなかなかオープンしないことで、スキー需要の低下につながることが懸念される。
▲	その他レジャー【スポーツ施設】（業務担当）	・根本的な景気対策がない限り、明るい見通しは立てられない。

	▲	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・相変わらず食品価格の上昇が続き、家計がひっ迫するなか、子どもの教育費が削られている。秋の体験教室への参加はなく、今年一杯での退会や休会も、今までにないほど増えている。
	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・利上げに伴う住宅ローンの負担増により、今後は消費マインドの冷え込みが進む。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・様々な物の値上がりが続き、今後も利益率が下がると予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・家計の余裕がなく、外出が減っており、洋服は必要ないという人が増えている。
	×	家電量販店（店員）	・価格と客の予算のかい離が大きいほか、リフォームについては客の優先順位が低い。
	×	住関連専門店（店長）	・輸入業では、従来は年1回の仕入価格の引上げであったが、直近は見積りを取るたびに値上げが進んでいるほか、長引く円安傾向も痛手となっている。原価の高騰は今後も続きそうである。
	×	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・金だけでなく、他の地金相場も高騰が止まらず、更に上がると予想されるなか、商品の価格表示に頭を悩ませている。
企業動向関連 (近畿)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取扱製品の需要が増え、繁忙期に入る。
	○	食料品製造業（従業員）	・来年に向けて新たな取引先との契約もあり、増産を計画している。ただし、商品は取引先のブランドであり、期待したような価格ではない。
	○	木材木製品製造業（経営者）	・為替の円安傾向に対応し、今後の価格設定を検討する必要があるが、過度な値上げは売上にも影響が出るため、対応を考えなければならない。
	○	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・年度末に向けて若干の受注増は見込まれるが、大きなイベントもないため、一時的な増加にとどまる。
	○	化学工業（管理担当）	・西側諸国と日本との連携が強化され、当社の事業にもプラスに働く。
	○	建設業（経営者）	・年度末となるため、問合せ、受注共に増加が予想される。
	○	輸送業（営業担当）	・引っ越し時期の分散化により、例年よりも早めの動きが予想される。
	○	金融業（営業担当）	・時期的な要素もあり、今後は少しづつ伸びる可能性がある。
	□	食料品製造業（営業担当）	・特に市場を動かす大きなイベントもなく、飲料の売上は例年と余り変わらない。
	□	食料品製造業（管理担当）	・現状と大きく変わらないと予想される。
	□	繊維工業（総務担当）	・消費者に提案する商品を企画中である。販売の対象となる客が固定化されているため、今までにない商品を出さなければ購入意欲が高まらない。その一方、原材料価格などの値上げが利益の圧迫につながっている。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先からは増産に関する情報がほとんどない。
	□	化学工業（経営者）	・取引先の業界ごとに、好不調がはっきり分かれている。特に、調子の悪い業界は極端に悪く、当面は復活するような材料がない。
	□	化学工業（製造担当）	・日本での製造が増えれば、国内売上は伸びるが、飽くまで他地域での製造の補完的な動きにすぎない。
	□	プラスチック製品製造業（経営者）	・エンドユーザーへの安定供給を考えると、サプライチェーンの寸断は避けなければならない。一度寸断すれば再構築できず、できたらとしてもかなりの期間を要する。取引先のメーカーは、エンドユーザーとサプライチェーン上の企業の間で、その対応が迫られることがある。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・景気が良いとはいえないが、物価対策が奏功し、一進一退の状況となっている。また、小ロット生産の影響で取引先も多く、リスクが分散できているため、しばらくこの状況に変化はない。
	□	金属製品製造業（製造担当）	・建築資材価格の高騰が続いているため、大きくは変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・少し引き合いが増えているが、実際の受注につながっていないため、しばらくは景気に変化はない。
	□	一般機械器具製造業（設計担当）	・物価の上昇に、賃金の増加が追い付く気配はない。

	電気機械器具製造業（経理担当）	・最近は受注額の見込みがある程度読めるようになっているが、電子部品の供給は依然として不安定であり、その影響は見通せない。
□	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・先行きが不透明な状況に、改善の気配がない。
□	建設業（経営者）	・監理技術者や技能労務者の不足で、積極的に工事が受注できないのが残念である。さらに、今後も建設資材価格が高騰するなか、厳しい受注競争が予想される。
□	輸送業（経営者）	・年末の挨拶回りで年明けの見通しを聞いたところ、取引先の状況は可もなく不可もなく、例年並みとの反応である。
□	輸送業（商品管理担当）	・例年1～2月は売上が低迷するため、今年も変わらない。
□	輸送業（営業担当）	・年末の冷凍便だけが前年の1.5倍増と好調であり、利益は2倍近くに増えているが、それ以外は好調とはいえない。
□	金融業〔保険〕（経営者）	・消費の回復には程遠く、人手不足で閉店する店舗も散見される。人件費の高騰による雇止めで、人手不足が深刻化している。
□	金融業（営業担当）	・客との会話のなかで、明るい話がなかなか出てこない。
□	広告代理店（営業担当）	・年度末までは好調な動きが続きそうである。
□	司法書士	・大きく変動する要素が見当たらない。
□	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今年も終わるが、忙しくもないまま終わりそうである。
▲	化学工業（企画担当）	・現在は年末年始の食料品の最需要期であり、販売量は大きく増えているが、例年の傾向として、今後は徐々に需要が減っていく。
▲	金属製品製造業（経営者）	・米国の輸入関税による影響は、今年度中は続くと予想している。
▲	輸送用機械器具製造業（役員）	・販売価格に原価上昇分が全て反映できないため、見通しは厳しい。
▲	建設業（経営者）	・大企業以外は賃金のベースアップが困難である。特に、中小企業は働き方改革や人手不足など、問題が山積している。
▲	不動産業（営業担当）	・市内中心部の商店街などで空き店舗が増えてくる。これからも消費者によるWebサイトでの購入が増えるため、景気は悪くなる。
▲	経営コンサルタント	・12月は年末需要で売上は伸びるもの、2月の落ち込みが激しくなることが懸念される。
▲	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・日中関係により、観光収入だけでなく、日本経済全体に徐々に打撃が広がりつつある。年明け以降も、多方面に影響が出ると予想される。
▲	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	・新政権の経済対策に対する期待感がある一方、積極財政政策の影響で円安が進み、輸入価格の高止まりが予想される。
×	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・良くなる要素や要因が見当たらない。
×	通信業（管理担当）	・物価の上昇と収入の低さにより、景気は回復しない。
×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・物価の上昇が止まらず、消費者の可処分所得が減少している。
雇用関連 (近畿)	◎	—
	○	人材派遣会社（役員）
	○	職業安定所（職員）
	○	民間職業紹介機関（職員）
	○	民間職業紹介機関（営業担当）
	○	民間職業紹介機関（営業担当）
	○	学校〔大学〕（就職担当）

□	人材派遣会社（支店長）	・今のところは駆け込み需要もないため、しばらくは現状が続きそうである。
□	人材派遣会社（営業担当）	・求職者に、生成AIを上回る対人関係能力や特殊な能力がなければ、なかなか時給のアップにはつながらない。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西企業の業況が反映される、広告宣伝予算の見通しとしては、今月と変わらないと予想される。
□	職業安定所（職員）	・求人数が増加する要因は特になく、例年の傾向や3か月前とも変わらず推移しそうである。なお、少数ではあるが、管内の中小企業に事業所の廃止や倒産がみられるため、今後は注視する必要がある。
□	職業安定所（職員）	・物価の上昇や人件費の増加による負担増は進んでいるが、人材確保のための求人の動きもみられるため、大きくは変わらない。
□	職業安定所（職員）	・米国の関税の影響を少し受けている企業がみられる。また、中国の渡航自粛の影響も今のところは大きな影響はみられないものの、引き続き注視していく必要がある。
□	民間職業紹介機関（営業担当）	・しばらくは今の状況が続く。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・本学の学生への求人は、医療機関の募集人数に大きく左右される。また、ここ3年程度の初任給の伸びは他業界に後れを取っているが、今回の診療報酬の改定が引き金となり、医療機関の収益増や賃金の増加、さらには人材流出の歯止めにつながるかどうかが注目される。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・求人、採用動向からは、今よりも良くなる材料、悪くなる材料共に見当たらない。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・今のところ、中国の渡航自粛による雇用情勢への大きな影響はみられない。ただし、渡航自粛が春節まで長引くようであれば、影響が出ることも想定されるため、今後の影響には注視が必要とみられる。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・中国からのインバウンドの減少による、観光面での消費停滞の影響が懸念される。
▲	人材派遣会社（管理担当）	・このまま中国からのインバウンドの減少が続ければ、更なる悪化が懸念される。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・物価高の状況が改善することはない。また、企業の賃上げも大企業に限られる点をみると、景気が上向く要素はない。
×	—	—