

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	・今月もバレンタインデー関連の催事を中心として、食料品の催事も好調であり、来客数、売上共に、前年の実績を上回っている。また、入園や入学などのセレモニー関連商材も好調に推移している。
	◎	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・エアコンの2027年問題で店頭への来店が一気に増えた。また、LED照明については、新生活関連のミニ冷蔵庫や洗濯機、電子レンジとのセット購入が増えているほか、蛍光灯の買換え時の提案により、販売が増えている。
	◎	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・今月の予約も好調に推移している。
	◎	観光名所（経理担当）	来客数の動き	・大河ドラマの影響により、来客数が増加している。
	◎	競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は6971円で、今月は8751円に上昇した。3か月前の客単価が特に低かったため、急上昇している。イベントが功を奏したのか、客足が多かった。
	○	一般小売店〔書籍〕（管理担当）	お客様の様子	・前年比では改善傾向がみられるものの、前年に開催された大阪・関西万博の影響が4月以降は出てくるため、どの程度の影響となるかを注視している。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・25日までの来客数は、前年比で2.0%増と好調を維持しており、近隣に大病院が開業した影響が続いている。売上も2.5%増と来客数の動きに連動しており、当面は全体的な増加が期待できる。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・バレンタインデー商戦や北海道の物産展が、前年を大きく上回る売上となった。生鮮品を除く食料品全般も好調に推移している。衣料品は苦戦が続いているものの、金価格の上昇で金製品の動きも良い。
	○	百貨店（広報担当）	販売量の動き	・国内客の売上は、バレンタインデーなどの影響もあり、食料品を中心に好調となっている。気温も中旬以降は暖かい日が増え、春物衣料に動きがみられた。一方、春節もあり、免税売上は中国からのインバウンドの大幅な減少で苦戦が続いている。
	○	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・前年は雪の影響が大きかった反動で、2月の来客数は前年比で5%ほど増えている。また、11月頃に比べると、物価上昇への慣れやガソリン価格の低下などの影響で、買い控え傾向も緩和されている。ただし、雪が降ると予防的措置で鉄道の運休や高速道路の閉鎖などが大規模に実施されるようになり、店舗周辺はほとんど雪の影響がないにもかかわらず、売上への影響が大きくなる。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・中国からのインバウンドの減少が影響し、インバウンド売上が前年の実績を下回っているが、国内富裕層の高額商品の需要が非常に旺盛で、高級ブランド品や時計がかなり売れている。結果として、トータルでは前年を上回る売上で推移している。
	○	百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・特に中国からのインバウンドの減少で、インバウンドによる来店が20%ほど減っている。それに伴い、高級ブランドの売上も2けた以上の減少となっている。ただし、バレンタインデーの催事が過去最高の売上を更新するなど、国内客の動きは衣料品も含めて総じて堅調に推移しており、店舗全体の売上は前年並みを維持できている。
	○	スーパー（企画担当）	それ以外	・各自治体の物価対策として、電子マネーや商品券、お米券などが配られている。それを活用する客が増え、客単価の上昇にもつながっている。
○	スーパー（企画）	来客数の動き	・販売促進策を強化した影響もあるが、3か月前と比べて来客数の前年比増加率が改善している。	

○	スーパー（社員）	お客様の様子	・先日に改装オープンした店舗は、改装前に比べて売上が大きく伸びている。ふだんの客の買物は総じて節約志向であるが、セールやイベントをきっかけに、積極的に消費を行う面もみられる。
○	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・ようやく平年並みに気温が下がったこともあり、暖房器具の売上が増えている。また、インフルエンザやウイルス性の風邪の流行もあり、加湿器や空気清浄機の売上も伸びている。
○	乗用車販売店（支店長）	来客数の動き	・来客数が増えているほか、売上もやや上向き傾向にある。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食店の売上は天候に左右されやすいが、今月は暖かい日も多く、来客数は比較的増えている。
○	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・今年は春節が2月であった影響もあり、今月は好調な推移となった。中国からのインバウンドは減ったものの、台湾や香港、韓国、その他の東アジア諸国からの客でにぎわった。3連休もあり、国内客の動きも順調となっている。
○	都市型ホテル（管理担当）	お客様の様子	・国内客の利用がやや増えている。
○	通信会社（社員）	販売量の動き	・基本的な契約者の増加に加え、付帯サービスの申込みも増えている。
○	通信会社（役員）	販売量の動き	・携帯電話のキャリアショップでは、大手キャリアの3G回線停波直前の買換え特需があり、販売量が増加している。
○	遊園地（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博が閉幕したほか、週末の天候が良かった影響もあり、レジャー施設への来場が増えている。
○	競艇場（職員）	販売量の動き	・前月よりも伸び幅は縮小しているが、インターネット投票の売上が増加し、前年比で10%前後の伸びとなっている。単価は大きく変わらないが、利用者数が増えている。
○	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・成約率が高まっている。
○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・分譲マンション価格が高騰しているため、市内の賃貸マンションの賃料も上がっているが、賃貸契約は順調に進んでいる。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・週末の人出が増えてきたが、平日の人出は相変わらず少ない。
□	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・実働日数が平月より少ない割に、来客数の減少がみられなかった。相変わらず時計の売上が、修理の売上を下回ったことは少し気になるが、全体としては満足のいく売上であった。特別なヒット商品もないなかで、堅実な数字が出ている。
□	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・年配の客は買い控えが多く、物価の上昇に敏感であり、通常の年金ではとても生活できないという愚痴が出ている。このまま物価だけが上がるようであれば、今後も厳しい状況が続く。
□	一般小売店〔雑貨〕（店長）	お客様の様子	・2月はイベントが多い。
□	一般小売店〔呉服〕（店員）	販売量の動き	・着物を販売しているが、全く売れない。
□	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・従来の百貨店の中心客である、中高所得者層の来店が減少傾向にある一方、超富裕層の来店頻度や購買意欲は至って旺盛である。
□	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月は気候が安定しており、波の少ない動きとなっている。前月は厳しい寒さで防寒商材が好調に推移したが、その反動で今月はやや鈍化している。食料品に関しては鍋物商材が引き続き好調なほか、バレンタインデー関連ではチョコレート価格の高騰により、輸入ブランドが敬遠され、国産の期間限定品に需要が流れている。一方、春節商戦ではインバウンドが激減している。

<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・傾向的には変わらず、国内の中間層は節約志向が続いているが、バレンタインデー等のイベント消費は旺盛で、売上は微増ペースである。一方、富裕層は宝飾品や特選品などを資産として購入する動きがあり、外商を中心に好調を維持し、売上は2けた増となっている。インバウンドも春節の時期のずれに加え、空港関連の特需が続いていることで、こちらも2けた増と大きく増えるなど、全体的な構図に変化はない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・インバウンドの消費は低迷しているが、国内消費はやや改善傾向にある。気温の上昇とともに衣料品の動きが活発化する気配もある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇で、客が以前にも増して価格に敏感になっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	単価の動き	・物価の上昇で商品単価は上がっているが、1人当たりの買物額や買物点数は減っている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	単価の動き	・春野菜が出てきたが、雨不足の影響で野菜が全体的に小ぶりなほか、価格も安くないため、例年のように売れていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数に大きな変化はなく、横ばいで安定しているほか、売上も安定している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・値上げラッシュや節約志向に変化はみられない。客は特売商品の値動きに敏感で、価格を下げた商品を掲載したチラシへの感度が高まっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・物価は上昇しているが、必要な物は購入する動きに変化はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・大阪・関西万博も閉幕し、中国人を中心にインバウンドも減るなど、来客数は減少傾向にある。ただし、単価が上がっており、売上は減少していない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	単価の動き	・弁当やおにぎりなどが値上げとなった影響で、10%ほど売上が減少している。その代わりに値上がりの少ないサンドウィッチや菓子パンなどが、10%ほどの売上増となっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数は変わらず安定している。海外からの客も昼夜問わず、多く来店している状況に変化はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	お客様の様子	・常連客によるたばこのついで買いも少なくなるなど、節約志向がみられる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	単価の動き	・物価の上昇で来客数が減少している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来客数、客単価共に、前月からほぼ横ばいである。リピーターの動きがやや鈍化しているものの、紹介客や新規客の動きが少し上向いているため、全体的には変わらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・クリアランスセールでは、2点以上の購入で更なる値下げを行っているため、閑散期ではあるものの、何とか売上が取れている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・競合先には変化がみられない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売量は横ばいで、良くなるイメージもない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・今月は新車、中古車共に、目標販売台数を上回る見込みである。新車は12月、1月が苦戦した影響で、少し回復傾向にある。ただし、4月に予定される自動車税の環境性能割の廃止を控え、3月の販売は厳しい状況が予想され、期間全体では良い状況とはいえない。新車の販売台数は厳しく、中古車の利益率が下がっている状況に変化はない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売台数に関しては変化がない。自動車の単価上昇により、購入を延期したり、諦めたりする客が増加している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・大きな変化はない。物価上昇の影響は依然として大きいほか、出荷数も落ち込んだままである。

□	その他専門店 〔ドラッグストア〕（店員）	お客様の様子	・食品購入の際にクーポンが全て使えなくなった途端に、買上点数や売上が少し落ちた。客はサービスクーポンにはとても敏感であるなど、節約志向は強いままとなっている。
□	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。暫定税率の廃止によって販売価格は低下したが、販売量への影響はほとんどなく、景況感は以前と変わっていない。
□	その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・地金価格の高騰により、自分の持っている貴金属の下取りを考える客は多いが その買取り後に新たな商品を購入する動きは余り増えていない。
□	その他専門店 〔医薬品〕（管理担当）	販売量の動き	・風邪やインフルエンザの流行により、感冒薬などの医薬品や衛生用品は売上増となったほか、食品や日用雑貨などの生活必需品の売上も順調に推移している。一方、化粧品や化粧品雑貨などの動きに大きな変化はなく、横ばいとなった。3か月前と比べて来客数に変化はないが、客単価や商品単価は若干上昇している。
□	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	・注文の受電が減っており、この時期によく売れるマスクの注文も少ない。
□	その他小売 〔ネット通販〕（管理担当）	販売量の動き	・百貨店の売上は横ばいが続いているが、値上げ等の要因で単価は上がっている。
□	高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・年明けからは落ち着いた動きとなっており、例年と変わらない。
□	一般レストラン （企画）	販売量の動き	・2月第2週の寒波による影響はあったが、それ以外の週はほぼ横ばいで推移している。
□	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	単価の動き	・また値上げの動きが予想されるが、消費者の値上がりに対する感覚も鈍化している。
□	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・ミラノ・コルティナオリンピックが終了し、通常であれば、開催地への観光客が増えるが、今回は大きなブームにはなっていない。客はとても落ち着いた雰囲気となっている。
□	通信会社〔貴金属オークション〕（経営者）	単価の動き	・金相場の乱高下があるものの、引き続き上昇トレンドである。
□	通信会社（経営者）	お客様の様子	・材料価格の高騰が続き、利益を圧迫している。
□	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・建築コストが安定してきたが、まだ油断のできない状況である。
□	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	販売量の動き	・エレベーターの改修工事の受注が好調で、着工待ちの注文が増える一方である。従来より人手不足に頭を悩ませており、状況は改善されていない。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・都心部の不動産価格の高騰により、購入客の動きは少し鈍くなっている。ただし、一定の動きは続いており、引き続き堅調な状況にある。販売用の不動産を仕入れている企業の間では、先行きのリスクという観点から、少し売り急ぐ流れも出始めている。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・卸売先の飲食店の状況が悪いほか、小売関連でも中国からのインバウンドの減少による影響が少し出ている。
▲	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	お客様の様子	・2月に入り、中国からのインバウンドが大きく減少したことで、インバウンド消費全体が大きく低迷し、都心店舗は前年比で80%台の売上となった。観光資源が少なく、インバウンドの影響が少ない店舗はほぼ前年並みという状況である。国内消費は1月中旬からは回復に向かっているものの、インバウンド関連は依然として不透明であり、この回復が大きな鍵となりそうである。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・販売量が落ちている。例年2月は売れにくい時期ではあるが、今年の落ち込みは前年以上である。

▲	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・インバウンドに関しては、春節期間の中国からの渡航自粛による影響が大きかった。国内客に関しては、寒暖差が大きかったこともあり、防寒用品や春物商材が不安定な動きとなっている。
▲	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・2月はインバウンドが前年比で半減した。春節に伴う中国からの渡航減少による影響が大きい。日中関係の改善の糸口はみえず、当面は好転が難しい。一方、バレンタインデー商戦は好調であったほか、直近の気温の上昇で婦人服目当ての客も来店し、購買の増加につながっている。ただし、売上にはインバウンドの減少による影響が大きくなっている。
▲	スーパー（販売促進担当）	来客数の動き	・平均株価は上昇しているが、実感としての景況感は上向いていない。他地域からの競合先の進出が進み、競争が激しくなっている影響もあり、来客数が悪化している。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・全体的に来客数は減少している。原因としてインバウンドの減少が影響したかどうかは、現在調査中である。
▲	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・リフォーム関連の補助金が一且終了したことを受けて、関連商品の動きが鈍くなっている。
▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・来客数が前年の約90%で推移し、購入も最低限となるなど、購買意欲が低下している。物価の上昇で、特にエネルギー関連や食品への支出が優先され、家電製品は故障してから購入する傾向となっている。現政権による食品関連の消費税減税が行われれば、家電にも関心が向かうと予想される。
▲	家電量販店（営業担当）	それ以外	・大手メーカーがテレビやプロジェクターの取扱をやめることになり、対応に苦慮している。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・直営カフェの来客数が減少している。
▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・宿泊施設の利用状況が良くなく、平日の利用が特に良くない。
▲	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・インバウンドの減少により、販売価格を下げて販売せざるを得ない状況となっている。経費の上昇による費用の増加分を販売価格に転嫁できない状況も重なり、売上は減少傾向にある。
▲	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・海外旅行は販売件数が増加しているものの、依然としてコロナ禍前の水準には達していない。一方、国内旅行については販売件数の減少が顕著であり、単価は上昇しているものの、今後も厳しい状況が予想される。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・企業の利用も平均で約1万円減っているなど、夜間を含めて客が激減している。
▲	観光名所（企画担当）	来客数の動き	・大阪・関西万博の閉幕による国内客の減少と、中国からのインバウンドの減少が始まっている。
▲	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	販売量の動き	・日中関係の変化により、中国や香港からの個人客が減少している。12月はインドネシアやマレーシア、シンガポールなどの東南アジアから個人客の訪問があったが、例年と同じ傾向として、1月以降は減少している。その一方、例年は1月に入ると増える、中国や香港からの個人客が増えていない。
▲	美容室（店長）	来客数の動き	・今月は非常に寒く、天候も悪かった影響で、来客数が大きく減少し、売上が悪化している。
▲	その他サービス [学習塾]（スタッフ）	お客様の様子	・科目数を減らす生徒や退会者の数が、例年の年度末に比べて多い。
▲	住宅販売会社（企画担当）	販売量の動き	・販売量が増えない前提として、集客や引き合いの確保が難しくなっている。価格が上がり、購入が困難な状況にある。
▲	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	・円安や金利上昇の影響で物価が上がっており、消費の減少につながっている。

	▲	その他住宅〔展示場〕（従業員）	お客様の様子	・住宅ローン金利の上昇により、客は住宅購入に対して、更に慎重姿勢になっている。
	×	一般小売店〔ガラス細工〕（店長）	単価の動き	・依然として良い兆しがみられない。
	×	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・国内売上は比較的堅調であるが、1月は回復傾向にあった免税売上が再び減少している。12月は前年比で22%減となり、1月は前年の春節による反動で悪化が予想されたが、9%減にとどまった。2月は25日現在で24%減となっている。春節前に航空運賃が高くなるタイミングで、動きが悪化した。春節期間中は富裕層の来店を期待していたが、厳しい状態が続いている。
	×	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・春節の前から中国からのインバウンドが大きく減少し、化粧品免税売上が半減している。国内客についても来客数、売上共に、前年比ではマイナス基調となっている。
	×	百貨店（管理担当）	お客様の様子	・特に中国からのインバウンドの大幅な減少が影響しており、特選有名ブランドの売上の落ち込みが目立つ。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・天候の影響もあるが、高齢者の来客数が減少するなど、服を買う余裕がなくなっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・商店街で貴金属を取り扱っている店には、貴金属の買取り日には長蛇の列ができていますが、その他の店は厳しい状況である。
	×	住関連専門店（店長）	単価の動き	・長引く円安の影響で、輸入業では再三の値上げが必要となっているなど、厳しい状況が慢性化している。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・1月中旬から閑散期が続いているが、物価の上昇などによる外食控えの傾向に加え、春節時期で中国からの渡航減少の影響もある。また、悪天候や記録的な水不足による仕入価格の高騰もあり、景気の良くなる傾向が見当たらない。
	×	その他飲食〔洋菓子〕（管理担当）	来客数の動き	・客の動線が変わったことによる外的な要因に加え、インバウンドの減少が顕著に見受けられる。
	×	都市型ホテル（客室担当）	販売量の動き	・全体的な稼働率が低下しており、中国の渡航自粛による影響を受けている。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・2月にしては例年よりも気温の高い日が続き、飲料の価格が上がる前であったため、売上が少し良くなっている。
	○	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連が上向いている。
	○	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は増えていないが、発注の間隔が短くなっている。以前は3か月に2回の発注であったが、現在は1か月に1回となっている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・僅かではあるが、景気が上向いている。大型の引き合いもあるため、受注の増加が期待される。
	○	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・現状は自動車関連の動きが悪いが、業界ごとの好不調の差が激しい。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取扱製品の需要期を前に、一定の荷動きがみられる。ただし、為替の影響や原価の上昇により、需要期が終了する4月以降は、どれだけ景気が悪化するかが心配である。
	○	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・異動や卒業、入学の時期を控え、繁忙期に入ることから、受注は増加している。

<input type="radio"/>	その他非製造業 〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価上昇が続いているが、賃上げが追いついていないため、定番の家庭用品の店頭売上はリピート注文の減少により、前年比で90%以下のチェーンストアが散見される。売上の減少を特価販売で補おうとしても、期待したほどの数量が出ず、利益も減少している。一方、ミラノ・コルティナオリンピックやWBC（ワールド・ベースボール・クラシック）などの特需や、コアなキャラクターの期間限定店舗などでは販売が非常に好調であるなど、消費は明らかに2極化しており、当面はこの傾向が高まる。
<input type="checkbox"/>	食料品製造業 （従業員）	受注量や販売量の動き	・1月は製造量を増やしたが、販売量もある程度増えた一方、今月は製造量、販売量共に減少したが、特に原因があるわけではない。
<input type="checkbox"/>	パルプ・紙・紙加工品製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・月末に近づくと、取引先が在庫調整を行っている。
<input type="checkbox"/>	出版・印刷・関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き受注量は微増で推移している。
<input type="checkbox"/>	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず物価上昇と円安が続いているが、衆議院選挙の結果によって政権の基盤は安定した。米国の関税問題がリスクとなるなど、不安定な要素もあるが、現状では大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・特に大きな変化はなく、物価上昇による製品価格の改定で売上は微増であるが、生産量は微減となっている。
<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・春闘の進捗状況に左右される。
<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・2月は寒い日が多かったこともあり、エアコンの店頭の荷動きは、前年を上回る推移となっている。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注や問合せは多くもなく少なくもなく、変わらない状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先のなかでも、業績好調の会社からは年度末の改修工事等の発注が増えている。増加は一時的であるものの、監理技術者や技能労務者が不足しており、対応に苦慮している。
<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・運賃はそれほど変わらず、受注量にも変動がない。
<input type="checkbox"/>	輸送業（サービス担当）	受注量や販売量の動き	・売上は前年並みであるが、主力の百貨店関連による荷物の減少が続いている。他の取引先からの荷物は、前年をやや上回る傾向となっている。
<input type="checkbox"/>	金融業〔保険〕 （経営者）	取引先の様子	・特に変化はなく、依然として物価の上昇が続いている。人材不足も深刻であるが、中小企業には最低賃金引上げによる雇い控えもみられる。
<input type="checkbox"/>	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・現政権の政策が具体化すれば、景気は上向く。
<input type="checkbox"/>	広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・今月は年度末の駆け込み広告の需要が前年ほど多くない。
<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント	取引先の様子	・最近、取引先である商店街の集まりでは、景気の良しあしがよく話題に出る。販売価格の改定で売上は増えているが、仕入価格の上昇で利益は増えていない。むしろ、値上げの影響で売上の伸びが鈍化し始めているほか、仕入価格の上昇分をそのまま販売価格には転嫁できず、利益率、利益額共に悪化している。また、設備投資をする余裕もない一方で、株価の上昇は続いており、景気の判断が難しいという話が何度も繰り返されている。
<input type="checkbox"/>	その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	取引先の様子	・売上は前年と変わらないが、商品の値上げは進んでいる。売上が変わらないということは、販売量の減少を意味するため、状況は悪くなっている。

	▲	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・今年に入り、購入数量の減少が目立つ。地方の小売店や消費者への直接販売に変化しており、出張経費が増えている割に、販売量や売上は悪化している。この状態では生産をかなり縮小する必要がある。
	▲	その他製造業〔履物〕（団体職員）	それ以外	・市場の動きが弱い。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・個人客による住宅の新築が明らかに減っている。物価の上昇に加え、金利の上昇も影響している。
	▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・日中関係の良くないイメージが広がっているため、売上が前年比で20%減少している。
	▲	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	・大阪・関西万博の余韻が残っていた、3か月前との比較であるため、どうしても現在の景気は下向きとなるが、前年の実績は上回っている。特に、中国からのインバウンドが激減している反面、駅ナカでは日本人の観光客による利用が増加している。
	▲	その他サービス業〔受託調査〕（調査担当）	受注価格や販売価格の動き	・仕入価格が前年比で10%上がっており、利益を圧迫する状況が続いている。
	×	金属製品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・注文が減っているため、在庫ばかりを作る形となっている。
	×	広告代理店（管理担当）	取引先の様子	・請求書の期日以前の入金を求められることが増えている。
	×	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	・物価対策が全く機能していない。
雇用 関連 (近畿)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・4月の採用に向けた、求職者や企業の動きが活発である。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人は増加傾向にあり、企業の採用意欲がみられる。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・時期的な動きとして、官公庁の臨時職員を中心に求人数が増加している。管轄地域では米国の関税による影響も現時点でそれほど出ておらず、景気は緩やかに回復している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・欠員補充などに伴う求人は継続的に発生しているものの、募集賃金の大幅な上昇は見受けられない。その結果、求職者の希望条件と企業側の提示条件がかい離しており、マッチングが困難な状況が続いている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数が増えていない一方、60～70代以上の求職者が増加している。
	□	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・4月の新入社員の入社を控え、各社が派遣の求人数を絞っている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告やデジタル広告の推移をみると、年度末の時期に入っているにもかかわらず、企業の間には大きな動きがみられない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・実質賃金が減り続けている以上、景気は良くない。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数を形態別にみると、在職者による相談が僅かに増えている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・2月の求人数は増加傾向で推移しているが、1月に続き公務員関連の求人が多いため、景気の大きな変化はみられない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・人手不足による求人募集が引き続きみられ、3か月前と同水準の求人数で推移している。
	□	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・2月に新卒採用企業に対して調査を行ったところ、求人数は2027年卒の採用はやや減少傾向であり、量よりも質の重視に転換している。この傾向は2026年卒の採用から徐々にみられた傾向であり、求人数の動きは今後鈍化することが予想される。ただし、全体的な人手不足に変化はないため、景況感に大きな影響はないものの、インターンシップ等の広報を前倒しする企業が更に増えると予想される。

□	学校 [大学] (就職担当)	採用者数の動き	・就職は依然として売手市場であるが、物価上昇の動きをみると、厳しい状況に変化はない。
□	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・国家試験の合格を前提に、入職の人数が決まる職種のため、不合格者が出れば追加の求人が出る。退職者の補充とともに、例年と同じく求人の動きは活発となっている。
□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・中国の渡航自粛によってインバウンドが減少し、小売店や飲食店からは売上減少の声も出ているが、全体的な影響は限定的である。
▲	人材派遣会社 (支店長)	雇用形態の様子	・年度末の駆け込み需要もなく、4月以降の動きも不透明である。
▲	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・求人事業者からは、今後は仕事量が減少傾向になるという声がある。
▲	学校 [大学] (就職担当)	それ以外	・円安の進行で食料品価格などが上昇し、物価全体の上昇が続く懸念がある。
×	—	—	—