

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（ - : 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) | 良く なっている やや良く なっている | 乗用車販売店 (経営者) | 販売量の動き | ・アベノミクスにより世の中の雰囲気は良くなっている。来場者数も増えており、今後にも期待している。 |
| | | 商店街(代表 者) | 来客数の動き | ・昨年から雑貨商材の強化により、来客数が増え、売上に貢献している。 |
| | | 百貨店(企画担 当) | 単価の動き | ・正月早々、高額品の福袋が例年以上によく売れるなど、年末から高額品の動きが良くなっている。 |
| | | 百貨店(営業担 当) | 来客数の動き | ・来客数が前年並みに回復してきた。婦人服と生鮮食品の売上が前年を上回っている。 |
| | | 百貨店(外商担 当) | 販売量の動き | ・年明け早々、バーゲンセールが始まり、来客数、販売量共に昨年よりも増加している。ただし、例年よりも寒い日が続いていることも影響し、高額な時計や宝石、美術品の動きが鈍いことから、まだまだ完全に景気が上向いているとはいえない。 |
| | | 百貨店(商品担 当) | 販売量の動き | ・政権交代以降に景気回復感が先行し、若干ではあるが消費マインドが改善しているようである。 |
| | | 百貨店(マネー ジャー) | 来客数の動き | ・冬物商戦が一段落し、店頭動きが落ち着いている一方、宝飾品や輸入時計、呉服などの商材の動きが良くなってきている。やはり、株値の動きなど、富裕層のマインドアップにつながるような材料が出てきている。ただし、店頭の通常商品への波及については、まだまだ様子見といったところである。 |
| | | 百貨店(商品担 当) | 単価の動き | ・株値が上がったお陰で、宝飾品などのぜいたく品などにも動きが出てきた。単価が前年比で1割程度上がっている。 |
| | | スーパー(店 長) | 来客数の動き | ・寒い日が多かったために、単価が上がったこともあるが、新政権への期待で少し上向いているように感じる。 |
| | | スーパー(店 長) | 来客数の動き | ・客単価はややダウン気味で昨年末から推移しているが、来客数は昨年並みを維持する傾向にある。 |
| | | スーパー(広報 担当) | それ以外 | ・既存店での来客数確保は依然として厳しい状況が続いているが、政権交代以降の株値回復はプラス材料である。 |
| | | コンビニ(経営 者) | 販売量の動き | ・ファストフードの売行きが相変わらず好調で、そのほかの菓子類やデザート類などの新製品も、以前よりは売行きが良くなってきている。 |
| | | 家電量販店(企 画担当) | それ以外 | ・政権交代があり、明確な物価上昇の目標が出されたことや、消費税に関する様々な施策が要因で景気が上昇している。 |
| | | 乗用車販売店 (経営者) | それ以外 | ・自動車業界は依然厳しいが、株高や円安などで、何となく明るい雰囲気である。 |
| | | 乗用車販売店 (経営者) | 販売量の動き | ・販売量の動きは良くなっているが、客の様子からも、政権交代後の景気に対する期待感を感じるようになっている。 |
| | | 乗用車販売店 (販売担当) | 販売量の動き | ・1月に入り、新規来店はますますで、受注もほぼ計画どおりに推移している。 |
| | | 住関連専門店 (店長) | 来客数の動き | ・年を越しても客足が衰えていない。接客していて、客の購買意欲を感じる。 |
| | | 住関連専門店 (店員) | 販売量の動き | ・目標の未達成が続いている。買上率の低下が原因であり、入店客数の前年比は変化がないことから、来店はあるが購入に結びついていない。 |
| | | その他専門店 [宝石](経営 者) | お客様の様子 | ・株値上がり、円安傾向が進んでいるほか、新政権の打ち出した経済政策や金融政策の迅速な動きにより、客のムードとしては良くなってきている。 |
| | | 一般レストラン (経理担当) | お客様の様子 | ・政権が交代したことによる期待感や、円安、株高による効果が出ている。 |
| 観光型ホテル (経営者) | お客様の様子 | ・客は基本的に節約傾向ではあるが、正月など家族のイベントにはそのような様子がみられないため、若干良くなっているように感じる。 | | |
| 観光型旅館(団 体役員) | 来客数の動き | ・売上や収益面においては、2年前の台風12号による被害の影響から回復傾向にある。 | | |
| 都市型ホテル (支配人) | 販売量の動き | ・円安や株高が一時的なものかどうかは見極めが必要であるが、景気上昇の期待感が持てるような状況になりつつある。3か月前よりもわずかではあるが、景気は上昇している。 | | |
| 旅行代理店(経 営者) | 販売量の動き | ・国内旅行の申込は件数、金額共に昨年を下回っているが、年始から海外旅行の申込が大きく伸び、全体を押し上げている。 | | |

| | | |
|---------------------------------------|-----------------------|--|
| 旅行代理店（広報担当） | お客様の様子 | ・今年3連休が多く、夏休みや冬休みなどの長期休暇以外でも旅行に行きたいという客の問い合わせが多くなっている。 |
| タクシー運転手 | お客様の様子 | ・例年、正月明けの時期は消費疲れの影響で、客の乗り控えや、最寄り駅までの近距離客などが増えるが、今年は遠距離の客が増加したように感じるほか、流し営業でも客を探す苦勞が少なくなっている。 |
| 通信会社（社員） | 販売量の動き | ・例年1月は申込数が落ち込んでくるが、今年は目標を110%達成できている。 |
| 通信会社（企画担当） | お客様の様子 | ・政治への期待感が感じられる。 |
| テーマパーク（職員） | 来客数の動き | ・天候に左右されやすい施設にもかかわらず、寒い日が続くなか、来客数は前年を上回っている。 |
| 競輪場（職員） | 単価の動き | ・今月の客単価は10,018円で、3か月前の客単価は9,286円であったため、やや良くなっている。 |
| 競艇場（職員） | 単価の動き | ・2か月連続で購買単価が若干上昇するなど、単価の低下傾向が底を打った気がする。 |
| その他サービス [保険代理店] （経営者） | お客様の様子 | ・政権が交代して、経営者は明るい表情をしている。株価、為替の変化もあり、何か期待できそうな前向きな考えを持っている。新政権に代わって景気回復の可能性が出てきたため、それに向けた前向きな思考が変わっている。 |
| 住宅販売会社 （経営者） | 競争相手の様子 | ・当社に実感はないが、新春の情報交換会では、全般的に昨年10月以降は取引が活発化しているとの意見が多数出ている。 |
| 住宅販売会社 （従業員） | お客様の様子 | ・事務所の移転につき、拡張などの前向きな動機による検討が増加傾向にある。 |
| 住宅販売会社 （総務担当） | 販売量の動き | ・一時的な動きかもしれないが、政権交代に伴う株価の上昇など、市場全体が上向きになっており、消費税増税前の駆け込み需要も若干みられる。 |
| 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） | お客様の様子 | ・不動産に対する投資案件が微増傾向にある。 |
| その他住宅[展示場] （従業員） | 来客数の動き | ・1月の住宅展示場の来場組数は、前年比で4割増である。 |
| その他住宅[情報誌] （編集者） | お客様の様子 | ・新築マンションの販売市場においては、株価の上昇、円安の進行による心理的影響からか、高額住戸の検討者の来場が増加傾向にある。 |
| 変わらない | 商店街（代表者） | 競争相手の様子 |
| | 商店街（代表者） | お客様の様子 |
| | 一般小売店[鮮魚] （営業担当） | それ以外 |
| | 一般小売店[菓子] （経営企画担当） | 販売量の動き |
| | 一般小売店[精肉] （管理担当） | お客様の様子 |
| | 一般小売店[衣服] （経営者） | お客様の様子 |
| | 一般小売店[衣服] （経営者） | 販売量の動き |
| | | ・昨年11月の梅田地区の百貨店リニューアル後は、周辺の売上動向が当初の予測どおり厳しい経過となっている。同店自身も目標には届いていない様子で、全員が負け組となっているのが現状である。今春の再開業事業の開業後はなお一層の競合激化が予想されるので、結局梅田地区に勝ち組はいなくなりそうである。 |
| | | ・昨年未からバーゲンが始まっているが、商店街の通行人は少なく、各店舗の客足も悪いため、売上が昨年よりも伸びていない。 |
| | | ・売上をみると、12月の繁忙期を除くとほぼ横ばいである。 |
| | | ・1月現在と10月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は1月が96.2%で、10月が105.7%、関東は1月が89.6%で、10月が95.0%、中部は1月が90.7%で、10月が100.4%、中国は1月が114.0%で、10月が105.5%となり、各地区合計の平均は1月が95.6%で、10月が102.8%である。今年に入り、出足はそれほど悪くなかったが、中旬以降は低迷が続いているなど、全体的に回復傾向に転じるのはまだ難しい。 |
| | | ・12月の政権交代後、株価の上昇や円安傾向で、雰囲気としては悪くない感じが年末ごろはしていた。しかし、1月に入ると野菜の高騰なども影響し、やはり少しでも安い物を必要最低限だけ購入しようとする傾向は変わらない。 |
| | | ・景気が良くなる感じはあるが、今のところは必要な商品しか売れていない。 |
| | | ・販売量は横ばいが、日によっては落ちていることも少なくない。ただし、消費者の様子は数か月前と違い、いくらか明るいように感じられる。 |

| | | |
|-----------------|---------|--|
| 一般小売店〔菓子〕（営業担当） | 販売量の動き | ・相変わらず前年比での販売量の伸び率は上がらないなど、数字につながらない状態である。 |
| 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・入店客数はこの3か月間、前年と同水準で推移しており、売上も同様である。 |
| 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・当月の前半は福袋、パーゲンの動きが良く、好調なスタートであったが、中盤以降は失速しており、目標には届かない見込みである。高額商品の動きが良くなる等の傾向も見受けられるが、景気の良さを実感しているのは一部の客のみで、大半の客は消費に慎重であり、その姿勢は大きく変わらない。 |
| 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・周りの環境は良くなってきているが、単価はそれほど上がらず、来客数も増えていない。 |
| 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・初売りやクリアランスでは、単価は低いものの販売点数は増えていたが、10日以降は寒さのせいか来客数が低迷し売上も伸び悩んでいる。 |
| 百貨店（サービス担当） | お客様の様子 | ・今月も、先月からの寒波の影響で気温が低く、来客数が減少しているが、冬物衣料を中心とするクリアランスパーゲンは好調に推移している。しかし、食料品ギフト解体の催事は、在阪百貨店と開催時期が重なった影響からか、苦戦する状況となっている。 |
| 百貨店（販促担当） | 単価の動き | ・来客数は堅調ながら、客単価は前年を下回っている。今はクリアランス時期で気温も低下しているが、客が吟味して購入する傾向は続いている。一方、モチベーション需要に対する動きは順調で、必要な物や記念になる物への購買意欲は上向いている。 |
| 百貨店（店長） | 来客数の動き | ・ターミナル駅周辺の人口減少が入店数にも大きく影響しており、店の売上が苦戦している。 |
| スーパー（経営者） | 販売量の動き | ・年末からの気温の低下により、鍋物などの動きが良い。また、野菜の相場が急騰し、客単価の引上げにつながっているほか、豚、鶏肉などの動きも良い。ただし、毎日使う物は相場のけん引で景気が良い一方、加工食品など日持ちする商品の動きは芳しくない。 |
| スーパー（経営者） | お客様の様子 | ・午前中の客は特に、近隣のスーパーで買い得品を買って当店へ来たり、当店で買物をして他店へ行くという動きが、今月は顕著にみられる。 |
| スーパー（店長） | 来客数の動き | ・冬物商材の動きはますますであるが、高額商材の動きは伸びていない。 |
| スーパー（店長） | 販売量の動き | ・年始は比較的好調な滑り出しであったが、中旬以降から月末に向けて悪化していき、月間トータルでは厳しい状況である。気温が低めで推移したため、冬物衣料は堅調であるが、その他の売行きは芳しくない。 |
| スーパー（経理担当） | 販売量の動き | ・年末商戦はますますで、年明け以降も株高が続いているが、販売は今一つである。気温も平年より低いが、衣料品が爆発的に売れることもなく、消費は停滞気味である。 |
| スーパー（社員） | 競争相手の様子 | ・年末年始の販売状況は、前年よりも好調な店舗が多かった。気温の低い日が続いており、生鮮食品を中心に客の購買量も堅調である。全体の消費は活発に動いているが、競合店の開店が続いており、既存店舗の売上はほぼ横ばいが続いている。 |
| スーパー（販売担当） | 単価の動き | ・食料品などの購入頻度の高い商品では、競合先との激しい価格競争が行われている。近隣の競合店の価格を調査し、1、2円でも安く売るため、単価が下がっている。 |
| スーパー（開発担当） | お客様の様子 | ・年末年始は消費が増えたものの、その後の買い控えが激しいなど、客は本当に必要な物だけを購入している。 |
| スーパー（企画） | 単価の動き | ・年末は底堅い動きであったが、年始以降の消費動向が上向いている感はない。 |
| コンビニ（店員） | 来客数の動き | ・依然として売上、来客数共に前年よりも10%ほど落ちている。 |
| コンビニ（広告担当） | 来客数の動き | ・昨年後半からのトレンドに変化がない。気温による影響などの短期的な変化はあるが、流れとしては低調なトレンドである。 |
| 衣料品専門店（経営者） | 単価の動き | ・3か月前と比べると良くなっている気はするが、売上や客単価は昨年と変わらない。 |
| 衣料品専門店（経営者） | 単価の動き | ・今月の来客数は前年比で多少プラスではあるものの、1品単価、顧客当たりの単価は共に落ちている。 |
| 衣料品専門店（営業・販売担当） | 販売量の動き | ・冬物セールの売行きが低調である。 |

| | | |
|--------------------------|---------|--|
| 衣料品専門店 (販売担当) | お客様の様子 | ・客は今後の景気がどうなるか、様子をうかがっている感がある。 |
| 家電量販店(店員) | お客様の様子 | ・客が商品を購入する際、必要であるにもかかわらず、決断を渋る場面がよくみられる。 |
| 乗用車販売店 (販売担当) | 販売量の動き | ・3か月前と比較しても、販売量には変化がほとんどみられない。 |
| その他専門店 [食品](経営者) | 販売量の動き | ・販売量は前年と変わりなく推移している。 |
| その他専門店 [宝飾品](販売担当) | 競争相手の様子 | ・催事での招待客にキャンセルが出たり、売上目標の達成が難しい状況である。 |
| その他専門店 [スポーツ用品](経理担当) | 来客数の動き | ・アベノミクスの話が先行しているが、肝心の所得が増えない限り消費は上向かない。 |
| 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・平日の動きに大きな変化はないが、週末の需要や企業の利用が減っている。年末年始で出費が増えるため、客が外食を控える時期ではある。 |
| 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・年始めは昼夜共に来客があったが、寒さが増してからは近隣の商店街も人通りが少なく、来客数が減っている。 |
| 一般レストラン (スタッフ) | 来客数の動き | ・売上は前年の水準を上回っているが、来客数はわずかに届いていない状態が続いている。客単価の前年超えが年末年始の営業後も続いていることを考えれば、1回当たりの消費額が若干上向いているとも考えられる。 |
| 一般レストラン (店員) | 来客数の動き | ・昨年からの寒さによって、平日の来客数は少ない。 |
| スナック(経営者) | 来客数の動き | ・客1人当たりの価格を下げたことにより、団体予約が多少入ってきている。 |
| その他飲食 [コーヒーショップ](店長) | 来客数の動き | ・来客数、客単価共に、前年と同じような推移で、景況については特に感じることはない。 |
| 観光型ホテル (経営者) | 販売量の動き | ・1月の予約状況はまずまずであったが、今月に入ってから伸びが思ったほどなく、少し期待外れの結果であった。新政権の経済政策や円安、株高などで先行きの期待感はあるものの、現状は消費者もまだ慎重な姿勢のようである。 |
| 観光型旅館(経営者) | お客様の様子 | ・近隣町村からの新年会利用やバック料理の配達が例年に比べて伸び、客単価も上がっている。今まで旅行を兼ねて村外へ行っていた団体が、経費を抑える傾向となり、当施設の利用が増加している。 |
| 都市型ホテル (スタッフ) | 来客数の動き | ・宿泊は、中国人の団体観光客が皆無の状態が続いている。その対策として、格安のインターネット販売による国内ビジネス客の取り込みは功を奏したが、少し販売価格を上げると全く集客ができない。競合他社との低価格帯でのしのぎ合いが継続中である。宴会は、大型会合が受注できたため、売上は前年を大幅に上回ったが、それを除くとマイナスの状態にある。特に、単価が下がり、人数の規模も縮小している。 |
| 都市型ホテル (客室担当) | 単価の動き | ・客室、レストラン共に、正月は前年を上回る売上であったが、1月全体としては前年よりも微減となる。特別な日以外は、客の料金に対する反応が厳しい。 |
| 都市型ホテル (マネージャー) | 来客数の動き | ・正月期間は宿泊、レストラン共に前年を上回る状況であったが、それ以降の動きが鈍く、1月としては全館で前年をやや下回る予想である。レストランの高額店舗も、良い店と悪い店とに分かれ、景気の判断に困る月となっている。 |
| 都市型ホテル (総務担当) | 来客数の動き | ・料飲部門が依然として低迷している。来客数は前年比で93%程度であり、かつ販売単価も低調な動きが続いている。 |
| タクシー運転手 | 競争相手の様子 | ・新政権に期待しているが、まだまだ動かない状況である。世間が動き出すまでには時間がかかる。 |
| 通信会社(経営者) | お客様の様子 | ・このところの景気回復傾向でも、地方経済には特に変化がない。 |
| 通信会社(社員) | 販売量の動き | ・春モデルや新商品が出始めたが、冬モデルの発売時よりもインパクトに欠ける。卒業、入学式、新生活シーズン前なので、学割などの割引も、盛り上がるまでにはまだ時間がかかる。 |

| | | | | |
|-------------|------------|----------------------------------|--|---|
| | | その他レジャー施設 [イベントホール] (職員) | お客様の様子 | ・ イベントのチケットは売れているが、ホールでの飲食は横ばいであり、近くのコンビニなどからの持込みが多くなっているように思われる。自動販売機や売店の売上は前年比で横ばいというよりも、やや下降気味になっている。 |
| | | その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当) | 来客数の動き | ・ 昨年の後半よりも集客状況はやや良くなっており、上向きの流れは感じられるが、天候要因などの影響も大きく、力強さが本物かどうかは分からない。 |
| | | その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当) | 販売量の動き | ・ タイトルにも恵まれ、12月は前年の水準をクリアしたが、今月はその反動で前年割れに戻っている。 |
| | | 住宅販売会社 (従業員) | お客様の様子 | ・ 消費税の増税前の駆け込み需要と思われる動きがあり、モデルルームの集客状況は好調である。 |
| やや悪くなっている | | 一般小売店 [時計] (経営者) | 来客数の動き | ・ 例年よりも寒さが厳しい感じがするほか、正月の余韻や、疲れが残っているのか、来客数がとても少なかった。前の通りを歩いている人や、遊んでいる子どもも少なく、町がひっそりしている感じがする。インフルエンザやノロウイルスが流行っている影響もあり、来客数が朝からゼロの日もある。 |
| | | 一般小売店 [花] (経営者) | お客様の様子 | ・ 週単位で納品契約をしていた客が、納品間隔を伸ばしたり、キャンセルしたりと、経費削減を進めている。 |
| | | 一般小売店 [野菜] (店長) | お客様の様子 | ・ 今までも決して良くなかったが、今月は飲食関係の悪さが際立っている。 |
| | | 百貨店 (売場主任) | 販売量の動き | ・ セール時期にもかかわらず、衣料品の販売量が低迷している。気温の低下に伴い、本来は防寒用品が売れるはずが、消費者の財布のひもは固い。 |
| | | 百貨店 (企画担当) | お客様の様子 | ・ 店内イベントでの集客効果は大きかったが、期待したほど買い回りには結びつかなかった。 |
| | | スーパー (企画担当) | 来客数の動き | ・ 来客数が前年比で96%となっており、下げ止まり感がない。 |
| | | コンビニ (店長) | 単価の動き | ・ 来客数が減少し、客単価も下がってきている。目減り分は、たばこの前年割れ分にほぼ相当するなど、たばこ離れがどんどん進んでいる。 |
| | | 乗用車販売店 (営業担当) | お客様の様子 | ・ 先行きの不透明感を不安視する声が多く、大きな金額が必要な乗換えよりも、できるだけ車検や修理で出費を抑え、様子をみたいという客の声が多い。 |
| | | 高級レストラン (スタッフ) | 来客数の動き | ・ 想定内ではあるが、1月に入って、客足、売上共に落ち込んでいる。 |
| | | 高級レストラン (支配人) | 来客数の動き | ・ 販売量は前年を上回ったが、来客数が減少するなかでの単価上昇であり、結果が出て也未必しも良くなったとはいえない。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・ 年末の反動で、例年1～2月は悪い時期となる。寒さで近距離なら乗ってくれる客もいるが、繁華街に出る客が少なく、人の動きも少ない。 |
| | 悪くなっている | | タクシー運転手 | お客様の様子 |
| | | 一般小売店 [珈琲] (経営者) | 販売量の動き | ・ 年末から年始にかけて物の動きが悪くなっている。取扱商品が輸入品であるため、円安の影響を受ける。 |
| | | 一般小売店 [花] (店長) | お客様の様子 | ・ 1月の売上は激減となっている。年末の出費の反動と思われるが、冬の寒さはまだまだ厳しい。 |
| | コンビニ (経営者) | 来客数の動き | ・ ビルのテナントが梅田地区や難波地区に移動するケースが多くなってきている。また、ビル自体が古くなって建て替え時期となり、マンションに変わってきている。 | |
| 企業動向関連 (近畿) | 良くなっている | その他非製造業 [民間放送] (従業員) | 受注量や販売量の動き | ・ 株高によって景気浮揚感が広がっている。 |
| | やや良くなっている | 出版・印刷・同関連産業 (情報企画担当) | 受注量や販売量の動き | ・ 政権が代わり、景気対策重視といった政策が打ち出され、景気動向が上向きに転じたと思われる。しかし、これからが本番であり、急速に好転するのではなく、着実に消費が拡大する施策を期待したい。消費税が上がる前の駆け込み需要ではなく、住宅関連や新たなエネルギー施策、ロボット産業、再生医療などの対策を期待する。 |
| | | プラスチック製品製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・ 新規の試作が動き出している。量産に結びつくかは分からない部分が多いが、少なくとも3か月前よりも動きが速い。スピード感が持続すれば、景気回復につながる判断の1つとすることができる。 |

| | | | |
|-------|---------------------|--------------|--|
| | 金属製品製造業（営業担当） | 取引先の様子 | ・先々の建築需要への期待から、取引先では少し在庫を積み増す動きがみられる。 |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・あれほどしつこく円高で推移していたのに、最近の急変ぶりには驚いており、ドル表示の価格をいつ下げるかを検討している。 |
| | 電気機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・例年どおり、年度末は受注量が少し上向いている。 |
| | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・太陽光発電は年度末を見据えて、企業からの依頼が多くなってきている。土壌汚染調査については、消費増税をにらんだ不動産会社の土地購入の動きに合わせて、問い合わせも増え、受注も増えてきている。 |
| | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・政権が変わった影響か、正月が明けてから、問い合わせや来客が増えてきたようである。 |
| | 通信業（管理担当） | それ以外 | ・株価、円安の状況から、景気が良くなっているように感じる。 |
| | 新聞販売店〔広告〕（店主） | 受注量や販売量の動き | ・折込件数が増えている。消費税の増税前ということか、マンションや自動車などの広告が目立って増えている。読者の購読中止も減って、購読数が上向いている。 |
| | コピーサービス業（店長） | 受注量や販売量の動き | ・今年に入り、若干落ち込んだ期間もあったが、来客数、売上などを総合的にみて、数か月前よりも上向いているように感じる。 |
| 変わらない | 食料品製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・1月の冷え込みが厳しく、荷動きが鈍くなっている。 |
| | 繊維工業（団体職員） | 受注量や販売量の動き | ・受注量は減少気味である。 |
| | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・上向いているように感じるものの、継続して上向くとは思えない。同業他社をみても、かなり売上を落としている会社が多い。 |
| | 金属製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・政権交代により市況は明るくなってきているが、電気料金や鋼材の値上げといったマイナス要因もあり、今の段階で荷動きは増えていない。 |
| | 一般機械器具製造業（設計担当） | 受注量や販売量の動き | ・政策的な影響が出てくるのは、まだまだ先である。 |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・新政権になり、雰囲気的に良くなっている。税制面も変わるということで、気分的にも変化しているが、注文が増えるまでには至っていない。 |
| | 電気機械器具製造業（宣伝担当） | 受注量や販売量の動き | ・家電量販店での荷動きは依然鈍く、全体的に前年を割り込む状況となっている。 |
| | 電気機械器具製造業（企画担当） | 受注量や販売量の動き | ・9月以降、受注量に大きな変化がない。家電量販店向けの照明の受注が特に厳しい。 |
| | 輸送用機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・企業訪問での感触は、秋以降、短期的な範囲ではあるが、国内の設備投資に関する動きに改善がみられるものの、受注に結びつくまでには至っていない。 |
| | その他製造業〔事務用品〕（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注量が増加しない。 |
| | 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・相変わらず激しい受注競争が続いているが、鉄筋などの建設資材価格が上がり気味である。職人も業種によっては不足気味である。 |
| | 輸送業（営業所長） | 受注価格や販売価格の動き | ・少しずつ新規の案件も出てきているが、個々で利益を出すのが難しく、総合的に考えなければ利益が出ない。 |
| | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・現状はまだまだ厳しい状態であるが、新政権への期待感も大きく、景気回復の期待から徐々に良くなる。 |
| | 不動産業（営業担当） | 取引先の様子 | ・神戸から企業が撤退していき、事務所や賃貸住宅の賃料が下落傾向にあるが、円安により多少回復している。 |
| | 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・総選挙などによる広告の特需は徐々に減少し、大きな動きはない。 |
| | 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・政権が変わり、年が明けて雰囲気は良くなってきているが、売上は前年を少し上回る程度である。 |
| | その他サービス〔自動車修理〕（経営者） | 取引先の様子 | ・政権が変わっても、まだ世間は動いてない。 |
| | 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 | ・低気温の影響で冬物商材の動きが順調となっている一方、外出機会の減少につながり、駅ナカ店舗は来客数がおおむね減少傾向にある。 |

| | | | | |
|--------------------|-----------------------------|-------------------------|--|---|
| | 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 | ・円安、株高になり、良い方向に向かっているが、実際にはまだ実感もなく、変化もない。 | |
| やや悪く なっている | 食料品製造業 (従業員) | 受注量や販売量 の動き | ・年が明けてからの月前半は商品の動きはあったが、中旬以降から動きが悪くなってきた。年末にお金を使ってしまったせいもあるかもしれないが、この寒さで野菜が高騰しているため、特にキャベツなどを使用するお好み焼きなどの消費が減り、当社製品の購入に影響している可能性がある。 | |
| | 食料品製造業 (営業担当) | 受注量や販売量 の動き | ・3か月前と比べて取引先からの受注量が減っており、前年比でも減少している。急激な気温の低下も、飲料水の販売に影響を及ぼしている。 | |
| | 繊維工業(総務 担当) | 取引先の様子 | ・円安の影響で加工代、原材料代が上がってきたが、販売価格に転嫁できない状態であり、利益を圧迫しつつある。 | |
| | 化学工業(経営 者) | 受注量や販売量 の動き | ・年明けから、世の中の雰囲気とは対照的に、荷動きが例年に比べて非常に遅い。 | |
| | 一般機械器具製 造業(経営者) | 取引先の様子 | ・当社の主な取引先が業界再編の最中にあり、投資案件が凍結されるケースが多い。このため、新規投資の動きが遅れ、結果として注引量が減っている。 | |
| | 電気機械器具製 造業(企画担 当) | 取引先の様子 | ・周囲に退職者が多く、景気が良くなってきている感じはない。 | |
| | 輸送業(営業担 当) | 取引先の様子 | ・学習機の売行きが悪い。 | |
| | 広告代理店(営 業担当) | 取引先の様子 | ・郊外のショッピングセンターは冬のバーゲン時期であったが、来客数は多い一方、単価がさほど上がらず、トータルでは前年を下回っている。 | |
| | 経営コンサルタ ント | 受注量や販売量 の動き | ・コンサルタントの仕事で主に電機業界向けの仕事をしているが、電機各社の苦戦による影響を受けている。 | |
| 悪く なっている | 化学工業(管理 担当) | 受注量や販売量 の動き | ・販売数量が前年比で20%減少している。 | |
| | その他非製造業 [電気業](営 業担当) | 受注量や販売量 の動き | ・先行きはまだ不透明である。 | |
| 雇用 関連 (近畿) | 良く なっている | - | - | |
| | やや良く なっている | 人材派遣会社 (経営者) | 求人数の動き | ・年度末を控え、各分野でかなり忙しくなっている。特に住宅関連のほか、ここへきて大手生命保険会社が年度末に向けて動き出している。ただし、この忙しさは3月末までで、新年度からどうなるかはまだ分からない。 |
| | | 人材派遣会社 (支店長) | 求人数の動き | ・求人数もさることながら、正社員化の動きが多いなど、先行きの透明度が増した影響がみられる。 |
| | | 人材派遣会社 (営業担当) | 求職者数の動き | ・紹介予定派遣などの正社員案件が増加傾向にあり、人材不足となっているが、企業の採用条件は下らない。 |
| | | 新聞社[求人広 告](管理担 当) | 求人数の動き | ・求人広告は引き続き順調に推移している。対象となる中小企業は、単にムードだけで求人を増やすことは考えられないため、景気は上向いているように思われる。 |
| | | 新聞社[求人広 告](営業担 当) | 求人数の動き | ・新聞への求人広告量から判断すると、若干回復してきている。 |
| | | 新聞社[求人広 告](営業担 当) | 周辺企業の様子 | ・政策の変化への期待感は大いだが、各社にとって具体的なメリットがどのように出てくるのかについては不透明である。人の動きに関しても、今は様子見状態と考えられる。 |
| | | 学校[大学] (就職担当) | 求人数の動き | ・2013年3月の卒業見込み者(現4年生)に対する追加求人数が、昨年よりも増えている。 |
| | 学校[大学] (就職担当) | 求人数の動き | ・医療系機関は慢性的に求人難ではあるが、昨年度よりも求人依頼の件数が増えている。 | |
| | 変わらない | 人材派遣会社 (役員) | 求職者数の動き | ・求人数の伸びは堅調であるが、求職者の絶対数(登録者数)の伸びが低迷気味である。 |
| 人材派遣会社 (支店長) | | 周辺企業の様子 | ・受注の動きは変わらない。 | |
| 新聞社[求人広 告](担当者) | | それ以外 | ・新聞広告の出稿状況をみていると、関西の地場企業からの広告は、増えもせず減りもしない状況である。 | |
| 職業安定所(職 員) | | 求職者数の動き | ・求職者の数が増加しており、滞留の動きもみられる。 | |

| | | | |
|-----------|----------------|---------|--|
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・製造業の落ち込みなどの影響で、求人数が減少傾向にある。円安による経済効果は、あまり求人数にまでは反映されていない。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・12月の新規求人数は11か月連続で前年を上回ったものの、その伸びは昨年10月ごろから急激に鈍化しており、なかでも製造業からの求人が大幅に減少している。しかし、1月に入ってやや持ち直しの動きがみられるほか、新規求職者数が引き続き減少していることから、景気については良いとも悪いともいえず、現状維持である。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数の動きについては、介護関係の求人増により増加しているが、製造業などの求人の動きが悪化している。 |
| | 民間職業紹介機関（職員） | 求人数の動き | ・窓口は何十枚もの求人票が、未充足のまま長期間残るといった状況が続いている。一方、建設関係の日雇い労働者不足で、求人数は頭打ちの状況である。 |
| | 民間職業紹介機関（大学担当） | 採用者数の動き | ・14年3月卒の学生の採用活動が開始され、説明会が相次いで行われている。その関係で、13年3月卒の学生の選考はほぼ終了している。 |
| | 民間職業紹介機関（支社長） | 求人数の動き | ・新規採用に対する企業の意欲は、依然として一進一退である。 |
| | 民間職業紹介機関（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・電機業界などの不振の影響や、中小企業の経営不振などの影響が大きい。 |
| やや悪くなっている | - | - | - |
| 悪くなっている | - | - | - |