

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	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・円安によるガソリン価格の高騰のためか、ハイブリッド車の売行きが良い。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・例年2月は申込数が3割ほどダウンするが、今年は前年比で150%程度に伸びており、かなり好調といえる。
競輪場（職員）		単価の動き	・3か月前の客単価は8,270円で、今月の客単価は9,996円と、約1,700円上がっている。	
やや良く なっている		商店街（代表者）	販売量の動き	・昨年の秋から雑貨を強化してきた結果、新規客が増加し、来客数が増えている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	販売量の動き	・卸売での売上はほぼ横ばいであるが、店頭の小売販売が前月よりも5%増加している。
		一般小売店〔食料品〕（管理担当）	販売量の動き	・売上は例年どおりである。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・来客数は減少しているが、単価にこだわらずに華やかなドレスやブラウスなどを求める客が少しずつ増えており、売上が伸びている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	お客様の様子	・具体的な動きではないが、雰囲気は良くなっているように感じる。
		百貨店（企画担当）	単価の動き	・新年の高額の福袋や高級時計の売行きが好調である。海外の人気ブランドに関しても、値上げ前とはいえ通常期の3倍近い売上となっている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・高級宝飾品や高級バッグを購入する際、同じような商品であれば、より上質で、より高額な商品を買う傾向が強くなってきている。
		百貨店（販促担当）	単価の動き	・今月は入店客数、購買客数及び客単価が前年を上回り、好調に推移している。ただし、内容は高額品の販売増加や寒気の継続によるセール売上が中心であり、手放して上向きとはいえない。
		百貨店（服飾品担当）	単価の動き	・皮革商材など的高額品の動きが例年に比べて良くなっており、良い物ならば多少お金をかけても手に入れたいという客の気分がつかえる。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・2月に入り、冬物の最終処分については全般に動きが悪いが、一部春物のスプリングコートなどに動きが出てきている。また、今年はひな人形の動きが非常に良い。百貨店のひな人形は祖父母が孫のために購入するケースが多く、百万円を超える高額なセットも好調に推移している。美術品、呉服、輸入時計など的高額品の動きも好調である。
		百貨店（店長）	お客様の様子	・今まで購入が控えられていた高額品が、少しずつではあるものの動くようになってきている。
		百貨店（外商担当）	単価の動き	・宝飾品や海外の高級ブランド品の売行きが上向ってきている。株価の上昇が富裕層の消費マインドに大きく影響している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は増えていないが、1人当たりの買上点数が増えており、その分1人当たりの単価が上がっている。強い寒波で来客数に影響は出たが、買物の回数が減った分、買上点数が増えている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・相変わらずファストフードの売上が好調なほか、弁当類の売上も増加しており、客単価が上昇してきている。
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・新政権に代わってからの景気対策や円安傾向、政治の安定感からくる安心感で、消費のムードは明るくなっている。
		家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・業界では空気清浄機の販売が好調で（花粉症、PM2.5）、売上に大きな変化が出てきている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・客の話から、今年は景気が良くなるという期待感を感じる。収入アップを見込んで消費が刺激されているのか、引き合いが増えている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・新しい政権に代わってからムードが良くなった。株価の上昇と円安の動きに表れており、非常に楽しくなるような新聞記事も多い。
乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・円安の影響で自動車関連の輸出が良好である。		
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・アベノミクスによる円安や株高により、客の購入量が増加している。		

住関連専門店 (店長)	販売量の動き	・本来の目的の商品にプラス1点を購入してもらえ るケースが増えてきたように思う。買うかどうかを悩ん だ場合、買う方に決まる客も以前より増えている。
その他専門店 [宝石](経営 者)	来客数の動き	・新政権のおかげで円安傾向になり、株高が進んで いるので、客の気持ちの面でのムードが非常に良くなっ ている。来客数も増加傾向にある。
一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・1、2月共に、来客数、客単価は前年を上回ってい る。
一般レストラン (経理担当)	単価の動き	・新政権になり、株安や円高の是正への期待感はある が、円安は原材料の値上げに直結するため、給与が増 えない状況ではかなりの不安感がある。客が使う金額 もシビアである。
観光型旅館(経 営者)	それ以外	・京都府北部は明るいニュース(ミシュランガイドに 採用、経済活性化策の策定)が続いており、少しは良 くなる。
都市型ホテル (支配人)	お客様の様子	・株高や決算見通しの上方修正などのマスコミ発表に より、政権交代以降、景気は上昇傾向にある。
都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・法人の宴会予約が増加傾向にある。ただし、レスト ラン部門については、いまだに低迷が続いている。
都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・受験の時期でもあり、例年2月は安定している。ま た、今月は春節により海外からの客が増えている。
旅行代理店(経 営者)	販売量の動き	・昨年来、売上が前年を上回って推移してきた海外旅 行は、竹島、尖閣問題で落ち込んでいるが、1月から はその他の地域の伸びで完全にカバーされ、前年比で 120%以上の伸びとなっている。特に、欧州や米国な どの高額商品の受付が増加している。
旅行代理店(店 長)	お客様の様子	・客の話からも、やや良くなっている。
旅行代理店(営 業担当)	販売量の動き	・客の旅行代金の低価格志向は強いが、高額、高品質 商品の販売の動きが良くなっている。
タクシー運転手	競争相手の様子	・新しい首相が就任し、少しずつ人の動きが活発に なった感はあるが、まだまだ飲食店などに出かける動 きにはつながっていない。
タクシー運転手	お客様の様子	・政権交代による期待感により、社会全体の停滞感が 払しょくされつつある。客の外出機会も増加し、必然 的にタクシーの利用機会も増えつつあるため、前年よ りも確実に営業収入が増えている。
通信会社(経営 者)	お客様の様子	・建設業などに景気回復の期待感がある。
通信会社(企画 担当)	販売量の動き	・先日行われた展示会への来場者数が昨年よりも増加 しており、市況の改善が期待できる。
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・来客数の伸びの勢いに、購買がまだ追いついていな いように感じる。
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	・円安の影響か、海外からの観光客の動きが堅調であ る。
その他サービス [コインランド リー](経営 者)	来客数の動き	・円安、株高などの影響や、マスコミによる景気回復 に関する期待報道により、何となく先行きが明るく なった雰囲気を感じる。
住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・住宅の需要期に入り、賃貸物件の取扱が増えてい る。昨年と比べて、消費者の賃料に対する感覚は上がり 気味に感じられる。
住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・不動産業界はアベノミクスの政策への期待を背景 に、事業用地の取得競争が激しくなっており、土 地価格が高騰してきている。
住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・消費税の増税に一部の客が敏感に反応し、やや上向 きに感じる。
その他住宅[展 示場](従業 員)	来客数の動き	・2月の住宅展示場への来場者は、前年同月比で1割 ほど増えている。
その他住宅[情 報誌](編集 者)	お客様の様子	・分譲マンションの集客状況は上向いており、販売率 も好調に推移している。
変わらない	商店街(代表 者)	・アベノミクスによって株価などが上がっているが、 日用品などの動きに変化はみられない。
	商店街(代表 者)	・日曜日の売上が悪い。以前よりも客足の引き始める 時間が早くなっている。

一般小売店〔衣服〕（経営者）	単価の動き	・異常な寒波のため、冬物衣料の売行きは前年比で大幅にアップしたが、その反面春物が全く動かなかった。販売数量は増加したが、単価は低下している。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	お客様の様子	・12月の総選挙以来、雰囲気は良くなっていると感じているが、実際は小売市場で販売量が増えたり、来客数が増えることは全くない。ただし、2月は外国人客（中国以外のアジア圏）の利用が想像していたよりも多く、円安は具体的に外国人観光客にとってはメリットとなっている。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・衣料品の動きが非常に悪いが、それは季節的な理由であって、景気が数か月前と比べて悪くなっているとは感じられない。ただし、上向いている実感もない。
一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・相変わらず飲食関係の動きは悪く、まだまだ改善されていない。
一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・2月は行事もなく、販売店の動きが悪化し、売上の減少が続いている。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・高額品の動きが引き続き堅調に推移するなか、今月は円安による海外ブランドの値上げ前の駆け込み需要もあり、特に動きが良かった。ただし、衣料品関係は引き続き低調で、来客数も前年を上回っていないことから、消費拡大の動きは感じられない。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・郊外店舗は先月と変わらず、ほぼ前年並みで推移している。いろいろな環境も良くなってきているが、全体的には大きな変化はみられない。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月はアパレル、雑貨共に売上が不調であり、目標を下回る見込みである。一部の高額品に好調な動きが見受けられるものの、全体的に売上が上向きとは言い難い状況にある。モノが充足しているなか、緊急に必要な商品はともかく、客はよほど魅力のある商品以外は購買に対して慎重である。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・円安や、値上がり前の駆け込み需要もあり、輸入ブランド品は好調である。また、広告効果もあり、バレンタインデー関連の別会場の売上も前年を上回っているが、婦人雑貨や衣料、食料品などは低迷している。あまり気温が上がらず、春物の先取り需要は壊滅状態である。
百貨店（営業担当）	来客数の動き	・婦人服は動き始めているが、それ以外のファッション関連が鈍い。一方、食品は堅調で、宝飾品にもやや動きがみられる。
百貨店（売場マネージャー）	それ以外	・商品や分野によって好不調の動きが全く違う。高額品については相変わらず好調に推移しているが、ミセスを中心とした衣料については、気候の影響もあるのか低調な推移となっている。ただし、食の物産展などは大いに反響があり、少しぜいたくな消費とハイエンドの消費に大きく分かれている。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・円安、株高基調ではあるが、一部の高額品に動きはあるものの、全体的には一進一退である。例年よりも気温が低い傾向も、ここにきてマイナス要因となっている。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・内閣支持率の上昇や金融緩和など、景気回復への雰囲気はあるが、まだ月給アップにつながるまでには時間がかかりそうである。依然としてバーゲン品や低価格の商材が好調に推移しており、来客数も前年比で減少傾向にあるため、前年の売上実績の確保が難しい状況である。
百貨店（外商担当）	単価の動き	・一般品の動きは変わらない。株価は上がっているが、高額品の動きも鈍い。
スーパー（経営者）	競争相手の様子	・2月に入って、競合店の広告の売価が一段と安売りの傾向となっているため、厳しい状況が続いている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・衣料、住居関連の季節品の動きは、冬物のセールが芳しくないほか、春物の動きもあまり良くない。食料品についても、前年の実績に少し届かない傾向で推移している。上向きの実感はいまだにない状況である。
スーパー（店長）	来客数の動き	・寒波の到来が続いているが、冬物商戦は終息の方向である。一方、春物、新生活商材の動きが悪い。

スーパー（店長）	単価の動き	・日用品の売価は非常に厳しいが、逆に良い物の値段が下がるとよく売れるという面もある。新生活、新学期商品の動きは良いが、食品や消耗品の傾向は、より安く、より少なくというものであり、割引やポイント付与などの特典なしに売上を伸ばすのは困難な状態が続いている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・円安基調を受けて景気回復の兆しが出始めているが、実際の現場での顧客動向をみる限り、まだまだ小売業界の景気回復の動向は楽観できない状況である。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年比で96%という推移は変わらず、厳しい状況が続いている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・景気の上向き傾向や高額品の動きの改善などが報道されているが、全体的に売上の動きは鈍く、日用品は引き続き客の節約志向が強い。
スーパー（広報担当）	来客数の動き	・円安や株価上昇により、全体としては明るい兆しがみられる。ただし、所得の増加につながっているわけではないので、売上、来客数は厳しい状況が続いている。気温の低い日が続いているが、冬物商品の動きも芳しくない。個人消費の回復にはまだまだ時間がかかる。
スーパー（販売担当）	来客数の動き	・客の動きをみていると、特定の店へのこだわりはなく、ポイントが何倍であるとか、日替わり商品があったり、何%値引きといった特典がある店をみて、買い回っている。
スーパー（企画）	単価の動き	・来客数は昨年を上回っているものの、1品単価の下落傾向は衣料、住居、食品で継続しており、客単価が上がらない。
スーパー（社員）	来客数の動き	・厳しい寒さが続いており、これが良い影響と悪い影響を与えている。農産部門や畜産部門は気温低下による相場高で売上が堅調であるが、今冬の寒さと天候の悪さによって、来客数はあまり伸びていない。春物商材の動きも今年は遅くなりそうである。
コンビニ（店員）	お客様の様子	・相変わらず、特價商品や値引き商品を買求める客が目立つ。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・まだ、アベノミクスの効果の実感も消費者にはない。関西は大手電機メーカーの経営悪化による悪影響の方が、下請企業などにとっては厳しい。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・バーゲンの表示を行うと客は店に入ってくるものの、価格が合わないので、売上にはつながらない。このような客は言動や立ち居振る舞いなどで、固定客に対して悪影響を及ぼしている。一方、価格重視の購買行動のなかにも、ほんの一部であるが、品質の良い品物を求めて来店する客が出てきている。
衣料品専門店（営業・販売担当）	販売量の動き	・冬物セールは低調に終わり、春物の出足も悪い。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・買い控えが続いている。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・映像商品（テレビ、DVD）の需要先食いによる落ち込みから回復していない。また、4月以降の電気料金の値上げにより、高単価の節電商品は販売台数が伸びているが、4月以降の需要が読めない。
家電量販店（店員）	競争相手の様子	・2月ということもあり、家電量販店では競合店の価格が荒れている。売れないということで価格を安くしすぎており、これでは価値もなくなるし、景気も良くならない。いつまでもデフレが続くだけである。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・全体的な状況は前年と変わらない。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・購買意欲の低さが引き続き感じられる。
その他専門店【スポーツ用品】（経理担当）	販売量の動き	・インフレ傾向にあるだけで、消費にはまだまだお金が回っていない。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・寒さのせいか、団体客が少ない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・平日、週末共に、顕著な変化はみられない。

一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・寒暖の差が激しいため、来客数が偏っているが、総合すると若干減少している。特に、夜は家族連れが減っている。	
一般レストラン (店員)	来客数の動き	・先月と同様に変化がない。	
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・今月は春節(旧正月)による台湾、香港などからの観光客が、円安の影響もあって例年よりも多かった。ただし、日本人客も含めた総来客数は思ったよりも伸び悩み、ほぼ前年並みとなっている。	
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊は、中国人の団体客が壊滅状態となったにもかかわらず、国内のビジネス客が好調で、インターネット販売や旅行代理店の企画商品の売上が大幅に増えている。客室単価も少し上昇している。一方、料飲部門の落ち込みが大きく、食堂はランチ、夕食共に、来客数の減少に加えて、高単価商品の注文が伸びていない。宴会も、定例の大口宴会を中心に開催中止が重なり、記録的なマイナスとなっている。	
都市型ホテル (マネージャー)	来客数の動き	・客室部門は、アジアからの外国人旅行客が昨年の旧正月に比べても増加しており、堅調に推移している。レストランも全体ではほぼ前年並みであったが、宴会部門が苦戦しており、ホテル全体での景気判断としては大きな変化はない。	
旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・3か月前と比べて、客によってはアベノミクスの影響がプラスに出ていて、旅行の予算が上振れしている人もいる。一方、逆に以前よりも節約ムードが強まったり、今年は旅行に行かないという声も聞かれる。	
タクシー運転手	お客様の様子	・例年に比べて寒いため、近距離であっても乗ってくれる客は多い。ただし、新聞などで景気が上向きといわれているが、我々にまで回ってくるのはまだまだ先とを感じる。	
タクシー運転手	お客様の様子	・冷え込みすぎており、今後どうなるかを心配している。	
通信会社(企画担当)	お客様の様子	・株価上昇など、景気の下げ止まり感はある。	
競艇場(職員)	単価の動き	・11月の1人当たりの購買単価は1万7千円台であったが、今月の単価は2万円に回復している。	
その他レジャー施設[イベントホール](職員)	お客様の様子	・イベントの入場者数にほとんど変化はみられないが、レストランや売店の売上は横ばいというよりも、やや減少気味である。これは、単価の安い物に注文が移行していることが影響している。	
美容室(店員)	販売量の動き	・特に売上への直接的な影響はないが、気分的には良好とを感じる。	
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	・レンタル単独店の売上が悪く、全国のレンタル売上の前年比を押し下げている。一方、書籍や文具の物販は前年に比べると健闘している。	
住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・新政権発足後、円安、株高傾向が継続しているものの、各企業が積極的な経済活動を行うようになっていくわけでもなく、特段の変化はない。	
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)	お客様の様子	・新聞やテレビの報道では全体的に景気は少し回復しているようであるが、不動産業界では、特に関西地区はあまり変わらない。	
やや悪くなっている	一般小売店[時計](経営者)	販売量の動き	・来客数が少なかったわけではないが、販売量が一向に伸びなかった。腕時計や目覚まし時計などの動きがなく、電池交換ばかりで売上単価が低くなり、その結果厳しい数字となっている。今必要としない物は買わないという、財布のひもの固さがかなり感じられる。
	一般小売店[珈琲](経営者)	販売量の動き	・政権交代により円安などの変化がみられるが、日用品などの買い回り品については影響がない。全体としては、将来的に消費税率が上がることへの不安感から、買い控えが出てきているように感じる。ただし、消費増税の前にはまとめ買いの需要などが予想されるので、準備をしていきたい。
	一般小売店[花](店長)	販売量の動き	・来客数は例年並みであるが、単価、販売量共に悪化している。
	スーパー(管理担当)	販売量の動き	・野菜などの値上がりも含め、買い控え傾向が強まった感がある。

		スーパー（開発担当）	販売量の動き	・余分な物を買わずに、必要な商品だけを購入しており、決して消費は増えていない。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・近隣の府営住宅の取り壊しや、パチンコ店の改装により、若干来客数が減少している。
		住関連専門店（店員）	それ以外	・円安が進んでおり、利益が減っている。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・寒さの厳しい日が続いたため、インフルエンザにかかった人が多い一方、風邪を引いた人は少なく、風邪薬などの動きは鈍かった。そのほかの商品では、用途が同じ場合は単価の低い商品を選ぶ傾向が感じられ、単価が低下している。
		一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・予約の難しかった、繁盛店といわれる人気店舗が飛び込みで簡単に利用できたり、安さを売りにしている店舗が軒並み閉店するなか、高価でも価値のある商品を売りにしている店舗は需要が多い。これは景気が悪い時の外食産業の傾向である。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・2月は例年よりも言葉にならないほど暇であった。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・閑散期ではあるが、予想以上に予約数が伸びない。売上も今までで最低となっている。
		観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・ガソリン価格の上昇の影響が、近隣町村や京阪神地域からの日帰り客が減っている。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・客の来場状況、予約状況が、昨年と比べて著しく悪化している。
	悪くなっている	コンビニ（経営者）	単価の動き	・昼食時の買物が、サンドウィッチや弁当などの高単価商品から、そう菜や菓子パンのように単価の安い物に変わってきている。また、プラスチック商材のデザートを安売りしても、購入量は全盛期から30%ほど減少している。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・冬物の最終セールということもあるが、単価の安い商品しか売れない。販売量も伸びず、2月は昨年よりも売上総額が落ち込んでいるのが現状である。
企業動向関連（近畿）	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	・4月の入学や入社の資料作成関係が動き、活況を呈している。一方、弱電業界では円安になっているにもかかわらず、輸出に対する販促物の動きはほとんどなく、新年度以降に期待している。また、住宅業界では消費税の引上げを見据えた活発な宣伝やPRにより、仕事の量が増えている。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年明けから雰囲気だけが良くなり、荷動きは悪かったが、ここへきて3、4月は対応できないほどの注文が入ってきている。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・建築、土木関連の受注や販売量は低調であるが、太陽光発電関連が絶好調のため、人員の移動などで生産体制を拡充している。5月には新工場が完成し、更に生産量を増やせるように準備中である。決算賞与も、正社員以外の派遣スタッフにも還元できるほど利益が上がっている。
	やや良くなっている	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末に向けて、自動車向けの出荷が少し増えている。また、住宅向けの出荷も増えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・新政権のここまでの成功だけで取引が増えることはないが、海外の工場との取引が多く、円安の進行で利益が増えるため、とりあえず明るい雰囲気になっている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・戸建住宅、マンション、店舗関連の受注量が増加してきている。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注の動きが出てきている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・土地の動きが活発になっているのか、土壤汚染調査の問い合わせが増えている。また、再生可能エネルギーの固定価格買取制度の今年度締切りに向けて、太陽光発電関連の駆け込み需要も多くなっている。
		通信業（管理担当）	それ以外	・スーパーなどの市場の価格については、さほど高くなったとは思えず、季節が暖かくなるにつれて野菜の価格も安定し、安くなっている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・昨年12月から購読数が伸びている。新規購読が増えている、購読の中止が抑えられている。折り込み件数は全体に横ばい状態ではあるが、住宅や自動車関係のチラシが多くなっている。

	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告注文の件数が、今年に入って増えてきている。
	その他非製造業 〔民間放送〕 （従業員）	受注価格や販売価格の動き	・株価上昇による景気浮揚感を、少しずつであるが確実に感じ始めている。
変わらない	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・販売量に波があり、良い月と悪い月が交互にきている感がある。全体的には販売価格も低下傾向にある。今年の冬は気候がはっきりしているのに、メリハリがあっても悪くはないが、野菜価格の高騰など当社の取扱品には良くない影響がある。
	食料品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・取引先からの受注量が非常に少ない。
	食料品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・得意先の販売価格が下がっているにもかかわらず、販売量は3か月前と比べても変化がない。
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・年間を通じての閑散期であるが、例年以上にやや需要が低迷しているようである。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・顧客によって大きな差がある。上向きと下向きの会社があり、全体的には変化がない。
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新政権の今後の政策への期待感か、雰囲気は悪くないが、まだ実体に結びつかない。試作の依頼や問い合わせは増加気味であるが、従来のリピート品の受注は自然減であり、一増一減で現状維持となる。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・市況や業界の環境は非常に明るくなってきているが、荷動きが活発化するまでには、まだまだ時間がかかる。
	一般機械器具製造業（設計担当）	取引先の様子	・取引先の受注増加が見込めない。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・円安、株高ということで、ムードは良い。ただし、実態はまだ変わっておらず、設備投資が出てくるのはまだ先である。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注価格や販売価格の動き	・中国からのPM2.5の飛来による影響で、空気清浄機の荷動きが活発であるが、全体的には前年割れの状況である。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず国内の設備投資への動きが鈍く、受注に向けての価格競争が激化している。
	建設業（経営者）	取引先の様子	・景気回復の兆しはあるが、建設業の場合は景気が回復し、設備投資計画が企画、設計された後に仕事が始まる。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅、商業施設、公共施設共に、単価、利益率は低調なままである。
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・複写機などの搬入が、例年の2月に比べて微増となっている。
	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・円安の進行が予想より早く、取引先には警戒心がある。価格についても為替動向を注視している。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・円安や株高により、消費者マインドが少しは好転している。土地の価格も下げ止まりつつあるが、事務所や住宅の賃料が下落しているなど、実体としては悪い。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末に向かって、広告出稿の大きな動きはみられない。
経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・家電メーカーや関連会社のコンサルタントをしているが、業界では大手の大赤字などもあり、長らく低迷が続いている。	
コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・数字的に目立った変化はないが、客との会話や雰囲気を総合すると、やや上向きな印象が感じられる。	
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気が良くなる要素が何もない。	
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	・駅構内の店舗については、飲食店舗は前年並みとおおむね好調であるが、物販店舗は前年比で90～98%と総じて不調である。パレンタイム商戦も低調に終わるなど、1月の初売りとクリアランスセールとの反動減が続いている感がある。	
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・株高、円安の効果が出ていると思われるが、現状は実感が無い。	

やや悪くなっている	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・値引きを求められ、単価が維持できないケースが増えている。円安のために原材料や加工代が上がってきているが、コスト増加分が販売価格に転嫁できていない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の主な取引先が大手同士で合併したため、多くの投資計画や取引が見直されている。多くの案件が保留となっており、受注が先延ばしされている。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が落ち込んでいる。	
	輸送業（商品管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・毎年であるが、2月は荷物の量が少ない。	
	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・12、1月はセール時期であるため、それに比べると2月は特に数字が下がる。	
	悪くなっている	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・他社に客が流れているようであり、売行きが悪い。
雇用関連	良くなっている	-	-	
(近畿)	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・2月に入って、年度末までの案件で忙しくなっているが、4月以降の案件も出そろってきている。特に、公共事業、福祉関係、不動産関係など、2014年度の消費税アップを見越しての動きが出てきている。
		人材派遣会社（役員）	採用者数の動き	・求人に対するマッチングが増え、成約案件もわずかずつではあるが、確実に増えてきている。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・建設、土木関連を中心とした受注が増えている。
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・円安、株高で好況感が感じられる。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・当社が取り扱う中小企業が主体の求人広告は、3か月前の水準を安定的に上回っているなど、景気は上昇している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・1月の新規求人数は12か月連続で対前年同月を上回り、昨年10月頃から鈍化していた伸びも3か月ぶりに2けた増となり、正社員求人の増加も目立つ。減少傾向にあった製造業からの求人も3か月ぶりに増加に転じたほか、建設業や卸売・小売業からの求人が大幅に増加するなど求人の動きは活発となっている。新規求職者数についても引き続き減少していることから、景気についてはやや上向きという感触を受ける。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・建設関連の日雇い労働者不足が指摘されながらも、いくらかは求人数が増えている。
		民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・13年3月卒業の学生の動きは落ち着きつつあるが、14年3月卒業の学生に対する採用活動が活発になってきている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・求人件数が増加している。
		学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・2～3か月前よりも、近隣の港に入港する中国や韓国からのコンテナ船が増え、大型船での荷動きが活発になっているように感じる。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・3月に向けて決算時期に入るため、求人の動きは低迷している。ただし、大阪では梅田や阿倍野地区で、大型プロジェクトの動きに対応した求人の動きが出ている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新聞への求人広告の出稿量でみると、政権が代わって増加したと言いたいところであるが、まだ大きな変化は感じられない。
		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、医療・福祉、建設業、卸売・小売業の求人は増加しているが、製造業の動きが悪化している。
民間職業紹介機関（支社長）		求人数の動き	・新規雇用の需要の変化は今のところみられない。派遣などの非正規社員には動きがみられるが、正社員の採用には依然として慎重姿勢である。	
やや悪くなっている	人材派遣会社（支店長）	周辺企業の様子	・年度末ということもあるが、周辺企業では事業所の閉鎖や業務縮小といった組織変更の動きが出てきており、派遣のニーズが多少減ってきている感がある。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の動きをみると、大阪の地元企業の動きは前年比で8割程度である。特に、関西の地場産業の動きが鈍い。	

悪く なっている	-	-	-
-------------	---	---	---