

7. 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)		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9,835円で、3か月前の客単価は8,559円であったため、良くなっている。ただし、先月と比べると下降線であり、やや悪くなっている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・月後半に、春物衣料品が出そろったタイミングでイベントを開催したところ、昨年以上に海外高級ブランドの衣料品や雑貨などが好調であった。今まで動きが止まっていた高級家具や美術品などにも、引き合いが入ってきている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月はバレンタインフェアや、中国人観光客の春節に伴う動きが好調に推移し、先月の傾向と同じく、前年実績と売上目標がクリアできそうである。特に、バレンタインチョコレートの売上が好調で、前年実績の約30%増となっている。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・2月に入って防寒商材を中心に動き出し、前年を上回る形となった。ブーツ商戦はまだまだ厳しいものの、ファー付きやムートン系の商材の動きは悪くない。また、都心店舗では輸入系の雑貨が好調に推移し、新色や新型のバッグ、靴の動きが良い。一方、化粧品は春節に伴う動きはみられたものの、一時の爆買いに比べると落ち着きがみられ、国内客相手のビジネスがようやく通常に戻りつつある。売上の伸びは、前年比でプラス5%と、化粧品と防寒商材が売上の中心になっているが、婦人服などのアパレル関連はまだまだ復活の兆しがみられず、春物商材や、この時期ならではのセレモニー関連商材も、前年比で90%と厳しい様子である。
		百貨店（役員）	販売量の動き	・日用品や食料品などの生活必需品の販売量は、3か月前と変わらないが、衣料品は冬のクリアランス以降、春物の動きが良くなっているように見受けられる。ただし、単価については、まだまだ上がっておらず、生活防衛意識が強いように感じる。
		百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・依然として化粧品をはじめとした消耗品を中心に、インバウンド売上が好調である。米国の新大統領への不安が落ち着き、株価が安定していることで、富裕層による特選ブランド、宝飾品の購入も順調に推移し、店全体の売上、入店客数の押し上げにつながっている。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・今月は前年がうるう年のため、営業日数が1日減っている。また、前年は2月中旬であった中国の春節が、今年は1月末から始まったことも考慮すると、傾向的には前月よりも大幅に改善している。紳士服や家具、家庭用品などは、客単価が前年比で2けた前後の上昇となっている。
		百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・高級ブランドや宝飾品が、株高の影響もあって前月に続き好調。婦人、紳士洋品雑貨も、防寒商材のバーゲン品を中心に前年比で2けた増となった。曜日巡りの良かったバレンタインデー商戦も、前年実績をクリアしている。一部のミセス向け婦人服などで苦戦した売場もあったが、店全体としては入店客数、売上共に、前年の実績が確保できている。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・特選衣料や雑貨の売上が前年比で10%増となっており、客単価も15%上昇している。また、食料品などでも売上は2%増、客単価も5%上昇している。化粧品の売上も20%増と良かった結果、店全体の売上は3%増と好調に推移している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・イートインコーナーが相変わらず好評で、利用率が高く、食品や飲料の売上が好調に推移している。これまでビジネス街ではあまり売れなかった総菜系の売上も、増加傾向にある。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ひきたてコーヒーのスタンプカードが定着してきている。また、2月に入ってインバウンド客が、昨年の7割程度に戻ってきている。
		コンビニ（広告担当）	お客様の様子	・2か月前の12月と比べると、来客数、購入額、買上点数が少し改善している。各種施策の効果と考えられる。
	家電量販店（店員）	お客様の様子	・引越シーズンになり、セットでの購入が増えている。	

	乗用車販売店 (営業担当)	お客様の様子	・決算期なので、客の購入の動きは普段と違う。
	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・1月の初売りに続いて決算フェアを展開し、来店のための企画を続けた結果、販売量は年末年始を超える水準となっている。
	住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・当店の商品を第一希望として、商談の始まる客が増えている。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・平日の来客数が増加傾向にある。
	観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・今年は春節が1月であったため、2月は昨年ほどのインバウンドによる宿泊はなかった。ただし、1月と2月を合算すると、ほぼ昨年インバウンド需要と同じ水準となっている。
	観光型旅館(管理担当)	来客数の動き	・2月にしては暖かい日が多かったので、来客数が伸びている。
	旅行代理店(役員)	来客数の動き	・スキーシーズンであり、積雪は満足できるレベルであるが、北海道は訪日外国人の増加、信州はスキーバスの不足で、商品の在庫確保がままならない。ただし、学生の旅行が絶好調で、埋め合わせができています。
	タクシー運転手	お客様の様子	・年度末にはまだ早いものの、人の動きが増えている。また、法人利用の平均額も少し上がっている。
	通信会社(社員)	販売量の動き	・加入申込の動きは、1～2月にかけて順調になりつつある。加入時のインセンティブだけでなく、サービス内容の細かいコンサルティングの成果が上がっている。
	その他レジャー施設[イベントホール](職員)	お客様の様子	・チケットや物販の売行きなどが、総じてやや上向く傾向にある。
	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組数は、前年比でプラスとなっている。
	その他住宅[住宅設備](営業担当)	お客様の様子	・家庭用エレベーターの改修工事では、数百万円単位の費用が発生するが、実施する客が増えている。
	商店街(代表者)	単価の動き	・相変わらず客単価が低い。来客数が伸びないので、売上も増えない。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・天候が不安定なため、来客数が減少している。
	一般小売店[時計](経営者)	お客様の様子	・相変わらず時計の需要は多くなかったが、時計の修理を依頼する客が多かった。修理の代金が、時計によっては新しく購入できる場合でも、直してほしいという人が目立った。なかには70～80年前の時計もあり、お金よりも人の気持ちを感じる月になった。一方、時計の買取りが可能が聞かれることもあり、人によっての所得事情の違いを感じる。
	一般小売店[精肉](管理担当)	お客様の様子	・年が明けても、景気が良いかどうかの判断が難しい。良い時は良いものの、悪い時はものすごく悪く感じる。消費動向だけを見ると、変化が極端であり、常に高付加価値の物が売れるとは考えられない。
	一般小売店[家具](経営者)	お客様の様子	・2月は寒い日が続いているので、来客数が減っている。
	一般小売店[野菜](店長)	お客様の様子	・当店の取引先は相変わらず暇のようで、結果として当店も良くない。特に、ゴルフ場関係が全く良くなり、厳しい状態である。
	一般小売店[花](店長)	来客数の動き	・来客数は変わらないものの、単価が安く、消費者の買い控えによる影響が感じられる。
	一般小売店[酒](社員)	来客数の動き	・来客数の動きは良いが、特に高額品の動きが良くないため、景気の回復は感じられない。
	一般小売店[菓子](営業担当)	販売量の動き	・例年2月は行事が少ないため、売上、販売量は芳しくない状況である。
	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・当店は改装工事の最中であり、工事の影響でファッション関連が厳しい状況となっている。食料品は比較的堅調に推移しているが、売上は前年比で2%減となっている。

百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月はバレンタインフェアなどの集客策が功を奏し、目標を上回る見込みである。また、インバウンドの売上も回復傾向にある。ただし、国内のボリューム層による実需商品の買い控えや、単価のダウンといった従来の傾向に大きな変化はなく、消費が上向いたと実感できるほどではない。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・外国人観光客の増加により、化粧品売上やバレンタインデー向けイベントの集客などは好調であったものの、主力の紳士、婦人の衣料品が相変わらず低迷しており、根本的な消費改善とはいえない。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・株高、円安に転じた昨年11月以降、外国人客の単価上昇と外商顧客の購入が好転し、現在も好調が続いている。特に、今月のインバウンド売上については、中国の春節が1月に前倒しとなったにもかかわらず、前月とほぼ同じ金額を確保できる見通しであり、上向きの動きが続いていると感じている。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・寒さの影響で、2月に入っても防寒商材の動きが続いているが、本来動き始めるべきファッションの春物商材の売行きが鈍い。
百貨店（販促担当）	単価の動き	・全体として前年割れの傾向が続く。婦人服を中心とした衣料品はもちろん、高額品も昨秋以降は低迷している。気温が低い影響で、春物が動かないだけでなく、もう冬物が売れる時期でもない。そのような状況で化粧品は堅調に推移しており、10～20代の客が活発に動いている。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・都市型店舗では、年末から活況のインバウンド売上が、春節後も好調を維持している。特に、婦人洋品、化粧品やバレンタイン需要の洋菓子が好調である。一方、郊外型店舗はインバウンド効果も薄く、総じて厳しい状況であるなど、店舗、商品ごとによりばらつきがある。
百貨店（営業企画）	単価の動き	・入店客数は安定して前年を上回っているものの、婦人服や寝具・家庭用品といった商材が不振で、相対的に食料品が堅調であることから、客単価が低下している。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・基本的には、ファッション商材の実需消費といえる傾向が強い。また、期待したバレンタインデーも直近3日間は盛り上がったが、トータルでは前年比で微増に終わった。ファッション関連は、セール品よりも春のセレモニー対応の動きがみられたが、価格はシビアで、インターネット通販も含んだ見回り消費の傾向がある。
スーパー（経営者）	販売量の動き	・節分商戦は曜日にも恵まれて非常に伸びた。高額な恵方巻から先に売れ、何か仕掛けると結構反応があった。バレンタインデーも、チョコレートそのものは低調であったが、関連して販売した酒やオードブル、肉類などが伸びた。野菜や果物の値上がりは落ち着いたが、まだ高価格であることも貢献している。天候は昨年よりも悪く、来客数は伸び悩んだが、単価の上昇に救われた形となっている。
スーパー（経営者）	競争相手の様子	・競合店もチラシの折込日に客が集中しているようで、ディスカウント傾向が強い。
スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は施設の改装などで減少しているが、食品以外を中心に客単価は上がっており、個人の所得が増えているように感じられる。
スーパー（店長）	単価の動き	・買上点数は増えているが、1品単価は下がっているため、消費を抑えているイメージがある。
スーパー（店長）	お客様の様子	・来店客の買上額や買上点数は悪化していないが、ここ数か月は来客数が昨年よりも減少している。周囲の商店街からも、景気の回復につながる声は聞こえてこない。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・日曜日に雨が多かったことを勘案すると、ほぼ前年並みの来客数である。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・気温の変化が激しく、天候要因の影響も受けているが、全体的な基調に大きな変化はなく、前月と変わらない。
スーパー（社員）	単価の動き	・当社が展開している店舗の8割は、来客数が前年を上回っており、客の消費意欲や買物意欲は高い状況が続いている。ただし、買物の内訳をみると、特売商品や低価格商品の動きが良い反面、こだわり商品などの動きが悪く、全体的な単価の低下がみられる。

	コンビニ（店長）	販売量の動き	・ここ数か月は、来客数、販売量、客の様子などに、特に変化はみられない。
	コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数に変化はないが、客単価がやや落ち込んでいる。
	衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・昨年からの、買い控えや単価ダウンの動きが続いている。
	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・客の財布のひもが固く、故障しない限り、家電製品を買換えない傾向が依然として強い。
	家電量販店（企画担当）	単価の動き	・単身者や新生活関連で来客数は伸びているが、客単価の上昇にはつながっていない。
	乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・来客数は増えたが、車両単価は低下傾向にある。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・株価は依然として高いが、米国の新大統領が就任してから予測が難しく、将来が読めない状況になっている。
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・客は、必要な商品は最小限だけ購入し、用途や品質に差がない場合は、価格の低い方を購入する。
	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・売上の伸びは感じられない。海苔の業界においては、原価の高騰による利益率の低下が4年連続で続いている。
	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・売上も利益も横ばいである。
	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・ファッション関連を中心に、計画を上回った状況で推移しているが、動きが目立つ商品は見当たらない。一方、カタログを増刷するなど、買上自体は想定以上である。
	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・先月に引き続き、今月も客足は厳しい。
	高級レストラン（企画）	来客数の動き	・宿泊需要は堅調であるものの、製菓業界からの一般宴会の受注低迷や、婚礼・宴会の急激な落ち込みがみられる。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数に関しては、若干上向くことはあるものの、仕入単価の上昇で利益は横ばいである。
	その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	来客数の動き	・来客数、客単価共に前年並みで変化はない。客との会話では、景気についての話すら出ない。
	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・客の入れ替わりもあり、総顧客数にあまり変動はない。
	観光型旅館（団体役員）	単価の動き	・宿泊人員は前年、2年前の水準をクリアしているが、1人当たりの消費単価は前年比で88.4%、2年前比では94%と低空飛行を続けている。
	都市型ホテル（支配人）	単価の動き	・インバウンドは相変わらず単価が下がっている。景気状況は、2～3か月前とほぼ変化がない。
	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・今月は客室改装のため、3割近くを販売停止とした。ただし、稼働率は前年比で16%減となったが、客室収入は14%減となり、実質増収であった。減室分を補てんするために、1室単価を高め設定したのが功を奏した。宿泊人数の減少で、食堂収入は減収となったが、婚礼や一般宴会でフォローできた。一方、インバウンドは好調のまま推移している。
	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・客室稼働率は昨年を上回っていることから、宿泊の需要はあるものの、客室販売単価は昨年を大きく下回っている。また、レストランの売上についても、来客数、客単価共に、前年を下回っている。
	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・国内、海外共に、個人旅行が好調である。特に、訪日観光客の動きは、春節があった昨年と変わらない。稼働率、単価共に前年比でプラスであり、売上も5%増で推移している。
	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・現在のところ、プレミアムフライデーは期待していたほどの効果がなく、旅行需要の押し上げには至らなかった。ゴールデンウィークの申込も芳しくないなど、上向きの傾向はみられない。
	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・消費マインドが引き続き弱いと感じている。

	タクシー運転手	お客様の様子	・相変わらず、必要最小限のタクシー利用は続いている。気候による影響もあり、近距離の客でも、荷物が多かったり、雨の日は利用が増える。駅やホテルでの利用もみられる。
	タクシー運転手	お客様の様子	・寒い時期でもあり、客の乗車機会に大きな変化はない。
	通信会社（経営者）	お客様の様子	・受注状況や、客の動向に大きな変化はない。
	テーマパーク（職員）	販売量の動き	・毎年この時期はオフシーズンのため、集客は落ち込むが、イベントの内容次第で来場者は増える。結局のところは、集客が見込める企画をいかに立てるかという問題に帰結する。
	美容室（店員）	販売量の動き	・混雑しているために単価が上げられず、次回に先送りしているため、良いとも悪いともいえない。
	その他サービス【学習塾】（スタッフ）	来客数の動き	・無料体験の申込に期待していたが、思った以上に少ない。
	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	・今月は、主要な取扱アイテムの売上が前年比で特に悪かったが、カフェ系などの新規導入アイテムは好調である。
	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・不動産流通の分野では、例年と同じく春休み前の需要が出てきて、例年並みの顧客数はみられたが、不動産の購入単価や金額が低くなっており、売上は減少している。
	住宅販売会社（総務担当）	来客数の動き	・イベントなどを開催しても引き合いが減少し、それに伴い受注量も減少している。
	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）	お客様の様子	・不動産取引の状況には変化がみられない。
	一般小売店【珈琲】（経営者）	お客様の様子	・各店舗の注文数量が減少している。
	一般小売店【鮮魚】（営業担当）	お客様の様子	・店頭販売の客単価が、前年比で5%ほど悪くなっている。
	一般小売店【菓子】（経営企画担当）	販売量の動き	・今年2月現在と11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2月が106.1%で、11月が95.2%、関東は2月が102.1%で、11月が95.1%、中部は2月が104.0%で、11月が88.6%、中国は2月が106.7%で、11月が100.2%となり、各地区合計の平均は2月が104.9%で、11月が95.0%と、全国的に非常に良い。バレンタイン商戦の好調が主な要因である。
	一般小売店【衣服】（経営者）	販売量の動き	・冬物バーゲンの売行きが悪く、販売量が落ちている。消費者の購買意欲もあまり感じられない。
	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・ファッション関連が不振で、特に春物商材の動きが鈍い。近隣にスーパーができたため、生鮮食品にも影響が出ている。
	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・2月に入り、来店頻度や購買価格がかなり悪化している。クリアランスも終盤に入っており、品ぞろえが弱いこともあるが、婦人服を中心に売上が落ち込んでいる。高級時計、宝飾品の商談も、現在はほとんど入ってきていない。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・積雪などの天候不順の影響もあり、来客数が大幅にダウンしている。割引日や、チラシを入れた日の午前中に売上が集中するなど、客の財布のひもは引き続き固い。
	スーパー（店員）	来客数の動き	・悪天候が続いた影響で、客の入りが少ない。
	コンビニ（店員）	お客様の様子	・売上は前年を上回っているものの、1点買いの客が多い。
	コンビニ（店員）	来客数の動き	・ライバル店では、タバコも購入できるようになっている。
	家電量販店（店員）	お客様の様子	・2月ということで、決算時期を狙った下見の客が多くみられ、買い渋りが目立っている。
	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・前年の来客数を下回っている。

	一般レストラン (経理担当)	お客様の様子	・法人の接待利用が減少しているほか、先行き不安からか、個人客にも利用を控える動きや、単価の低下が目立つ。昨年末から平行線をたどっており、景気は変わっていない。
	一般レストラン (企画)	来客数の動き	・1月と比較すると、来客数の前年比は鈍化しているが、昨年の11月以降は前年を上回って推移している。客単価も同様に、前年を上回っているが、プラス幅は縮小してきている。
	都市型ホテル (管理担当)	単価の動き	・2月はシーズンオフであり、収入が落ち込む月であるが、今年は特に落ち込みが激しかった。インバウンドは好調であり、外国人客には活気があるが、国内客には勢いがなく、需要が不足している。
	ゴルフ場(支配人)	競争相手の様子	・東京オリンピックの効果を期待していたが、動きがみられない。
	美容室(店長)	販売量の動き	・寒さの影響で、例年であれば売れる季節の化粧品の実行が悪化している。
	x スーパー(店長)	来客数の動き	・当店は総合スーパーであり、食品が売上の中心となってきたが、今月は食品の動きが非常に厳しい。食品以外にも不調が続いている。
	x 衣料品専門店 (経営者)	競争相手の様子	・何年にもわたって売上の悪い状況が続いており、周囲の小売業者では倒産や廃業の動きが多くなっている。昨年の12月以降は、毎月のように廃業する企業が出ている。
	x 観光型旅館(経営者)	それ以外	・今月は元々客の動きが鈍かったが、大雪で完全に2週間ぐらい人の動きが止まった。キャンセルが多く、酷い状態である。
企業 動向 関連 (近畿)	金属製品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・鋼材の値上げが控えているので、値上げ前の駆け込み需要もあって、売上が前年比で1割ほど伸びている。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・各業界共に人手不足感が強くなっており、採用に伴う教育訓練などが忙しくなっている。
	化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・2月だけでいえば、昨年が非常に悪かったこともあり、売上も2年前の水準までは戻っている。
	石油製品・石炭製品製造業(生産管理)	受注量や販売量の動き	・自動車部品の注文が増加している。
	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・鋼材の値上げに対する駆け込み需要もあり、各品種共に活発な荷動きがある。
	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・無電柱化の法案成立に伴い、民間住宅地での見積依頼が増えており、今後も増えることが予想される。土壌汚染調査についても、ホームページからの問い合わせが多く、受注につながっている。
	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・ガスの小売自由化に伴い、広告出稿が好調である。
	広告代理店(企画担当)	取引先の様子	・決算期の顧客が多く、最終の追加発注があったり、普段よりも単価の高い見積りが了承されるケースが多い。
	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	・寒さが厳しいこともあり、駅構内では冬物商材の売行きが好調である。
	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・得意先からの受注量が前年割れであった。気温が低いこともあり、飲料水の売上が伸びない。
	食料品製造業 (経理担当)	取引先の様子	・気候の変動が激しく、販売する商品を絞るのに苦労している。
	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・主力製品である当地産の白タオルの動きが低迷している。ほかの商品は多少荷動きがあり、受注内容の変化がみられる。
	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・季節的要因を考慮しても、今月中ごろから受注量が少し悪い。
	出版・印刷・関連産業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・毎年、年度末は繁忙期で受注量も増えてくるが、現状はそれほど受注がみられない。ここ数か月は前年を少し下回る受注量となっており、3月も昨年と同様、もしくは少し下回ると予想される。
	プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量は一進一退で推移している。
	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・引き合いの内容が少し変化して、将来に備えた投資案件が増えている。ただし、当面の受注の推移には変化がない。

	電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・いつもは受注量や販売量の動きに注目しているが、景気は自社のデータだけでは判断できない。今月の売上は1月よりも増えたが、周囲の状況や経済全体、世界の動きをみると、とても景気が良いとは思えない。特に、日本の財政状況は本当に心配である。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・身の周りの製造、設備計画は延期の傾向であり、注文が決まるまでに時間がかかる。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えない。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・液晶テレビやエアコンなど、単価の高い商品が前年をやや上回る推移をみせている。ただし、大きな伸びではないため、景気が上向きとは言えない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・同業者も同じように仕事がない。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車の塗装関連の受注は堅調であるが、中小企業の本格的な設備投資はない。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・人手不足に伴い人件費は上がっているのに、物件単価は相変わらず下降気味で、利益の確保が難しい。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・好決算企業による3月末完成の工事が増加し、監理技術者や技能労働者が不足している。
	通信業（管理担当）	それ以外	・良くなる要素がない。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・年初から株価の上昇が続いているが、米国の新政権頼みというところが悩ましい。日経平均株価が年内に2万5千円を超えたら、日本経済は活気付く。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸から事業所が撤退し、事務所のニーズや宅宅も減っている。ただし、低金利での銀行融資が盛んなため、不動産売買は活発である。それに伴い、土地の値段は上がっているが、実際にマンションや事務所を借りる動きは少ない。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・Web広告、紙面広告共に、前年の売上を維持している。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・当社は行政からの受託業務も多いが、助成金などで景気を刺激する施策に目新しい物はなく、あまり動きのない状態が続いている。
	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・若干減少気味であった受注量であるが、今月は例年どおりの推移で進んでいる。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・受注量、見積量共にあまり増えることはなく、今年に入っても、昨年と同じような好ましくない状況である。
	食品品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・昨秋ごろから、少しずつ景気が悪くなってきたように感じる。年明けの好調からの反動か、2月は昨年と比べると家庭用商品を中心に落ち込みが激しい。食品問屋からも、調味料だけではなく、全体的に良くないと聞いている。
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・エンドユーザーとの取引には動きがあるものの、流通関連の売買は在庫過多であり、メーカーへの注文が減少している。
	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約12%減少している。主に減っているのは建築関連である。
	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・設備投資を先送りする状況が続いている。大型倒産もあり、今後は金融機関からの資金調達が業界全体で難しくなるともいわれている。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・関東の大手家具チェーンの店舗がオープンし、客が減っている。
	輸送業（営業所長）	受注価格や販売価格の動き	・年度末に向けて荷動きは活発であるが、人手不足で自社、協力会社共に、トラックの確保が難しい。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・2月に入り、取引先の動きが鈍いように感じる。本来、この時期は年度末に向けて受注が増えてくるが、今年は動きが鈍い。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・購読数は横ばいであるが、折込広告の件数が減り、折込収入が落ちている。
	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	・取引先からの入庫台数が少ない。
×	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・価格も性能も安定しており、売れる物は売れ、売れない物は売れない。

雇用 関連  (近畿)	民間職業紹介機 関(営業担当)	求人数の動き	・求人数が増加している。派遣に加えて紹介予定派遣も増加傾向にある。優秀な人材ほど、引く手あまたなため、人材の確保さえできれば景気は上向く。
	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数が増加傾向にあり、それに伴って求職者の動きもどんどん活発になっているように感じる。
	人材派遣会社 (役員)	求職者数の動き	・4月1日の入社を見据えて人材が動いており、企業からの求人も増えている。
	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・製造業の求人数は増加傾向にあり、特に輸送機械器具製造業で3か月前に比べて約15%、1年前と比べると約50%増えている。その反面、卸売・小売業、特に小売業で求人数が減少傾向にあり、3か月前と比べて約13%、前年比では25%減っているが、求人数全体としては増加傾向にある。
	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・求人企業数が前年比で8.3%増加している。
	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・先月と同様に、年度末に向けてかなり忙しい。全体的には、各分野で4～5月ごろまでの短期オーダーがかなり入ってきている。ただし、残念ながらマッチングする人材がそろわず、成約に至らないのが現状である。
	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・労働者派遣法の改正により、有期雇用に対する問い合わせが増えている。
	人材派遣会社 (支店長)	採用者数の動き	・受注依頼は多いが決まらない。また、スケジュール変更もある。
	アウトソーシング 企業(管理担 当)	それ以外	・今月は定期的に仕事が入ってきている。
	新聞社[求人広 告](管理担 当)	求人数の動き	・新卒の定期採用が本格化するが、学生は主にインターネット経由の求人を利用しており、新聞求人の盛り上がりはみられない。年々下降線をたどり、じり貧となっているが、景気の影響ではなく構造的なものと考えられる。今のところ、景気の変動を示すような傾向はみられない。
	新聞社[求人広 告](担当者)	それ以外	・年度末に向けた商戦が活発になると予想していたが、手ごたえがあるような数字は出ていない。
	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・直近の新規求人数は、前年比0.8%の増加となった。ハローワークでは企業からの人手不足を訴える声が多く聞かれるなど、求人の増加傾向が続いており、雇用失業情勢の改善はしばらく継続すると予想している。一方、独自に行った企業への景況感のヒアリングでは、普通との回答が多い。
	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人は引き続き増加傾向にあるが、全国展開の事業所による更新求人が多いためであり、景気が上向きとは感じられない。
	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・近畿の有効求人数は、原数値で6か月連続40万人超となり、高水準を維持している。直近の新規求人数も高い水準となっている。産業別では、卸売・小売業や宿泊・飲食サービス業は若干減少したが、滋賀、兵庫では製造業が堅調なほか、医療・福祉、他に分類されないサービス業は、近畿全体で増加している。
	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・3か月前に比べ、新規求職者数、新規求人数はそれぞれ63%、41%増加しているが、新規求人倍率は0.25ポイント低下している。新規求人数は3か月前から高止まり傾向がみられたが、今月はやや一服感がある。数値の落ち込みはさほどでもないことから、引き続き雇用環境は良好と判断できる。また、産業別の新規求人数では、小売業、宿泊業を除く業種が増加しており、特に飲食業のほか、公務は先月に続いて大幅な増加となっている。
	民間職業紹介機 関(職員)	求人数の動き	・人手不足の状況がすっかり定着し、公共工事が増える年度末になっても、企業が建設日雇いの求人数を増やそうとしない。
	民間職業紹介機 関(マネー ジャー)	求人数の動き	・京都、滋賀の求人数は引き続き堅調である。海外展開をしている企業からは、今までアウトソースしていたIT系の人材を内製化する動きが、複数社で発生している。
学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・求人数は変わらず増えているが、業種によって明暗が分かれている。	
学校[大学] (就職担当)	採用者数の動き	・現在、採用の御礼などで医療施設を訪問しているが、以前に比べて設備投資の動きが感じられず、採用数についても落ち着きが見られる。	



	民間職業紹介機 関（営業担当）	周辺企業の様子	・新卒採用に関しては、依然として企業の採用環境は 良く、求人も多いが、採用企業側の予算の使い方がシ ビアになってきたと感じる。人材業界のサービスが多 様化し、競争が激しくなっている。
	x	-	-