

7. 近畿（地域別調査機関：リそな総合研究所（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	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税を前に、高額な家電製品の販売量が増えている。
		住関連専門店（店員）	販売量の動き	・季節品の販売量が気温の低下と共に増加するなど、売れる時期に売れるようになっている。
高級レストラン（スタッフ）		来客数の動き	・12月に入り、近くのイルミネーションの見物客による来店が非常に増えている。	
観光型旅館（経営者）		来客数の動き	・来館者数や単価は好調に推移している。	
やや良く なっている		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	お客様の様子	・お歳暮商戦はあまり良くなかったが、年末から正月に向けての客の購買意欲は例年よりも強く感じられる。大型連休となり、旅行などに出かける人も多いと聞くが、故郷に帰ってご馳走を食べてゆっくりする人も多いのではないかと。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・引き続き高額品が好調に推移し、入店客数も前年を上回っている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は目標が未達成であるものの、コートなどの防寒商品や雑貨などのギフト商品の売上が伸び、一部の高額商品も動きも良くなっている。商品購入に対する客の姿勢は、従来の消極的なものから、必要な物や良い物については、やや積極的になってきている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・外国人観光客向けの売上は、3か月連続で前年の2.5倍となっている。また、前年は競合店のリニューアルによる影響で売上が落ち込んでいたが、今月は2年前の実績に近い水準まで戻ってきている。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・初売りは高額品を中心にかなり好調に推移している。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・販売数量が増え、売上も前年を上回っている。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・引き続き売上の好調を支えているのは時計や海外のブランド品である。宝飾品や呉服についても、消費税増税を考えて先に購入する客がみられる。
		百貨店（服飾品担当）	単価の動き	・クリスマス商戦では高額商材が活発に動いている様子である。20～30万円を超えるダイヤモンドやパールに加え、10万円を超える毛皮のネックウェアなどが日々順調に売れている。消費税増税前の冬物商材の思い切った購入がみられ、ギフトアイテムでもやや単価が上がってきている。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・年末商戦では、鏡餅は大きなものから、おせち料理も高いものから順番に売れている。生鮮品はそろって相場高となっているが、販売点数は落ちていない。ふぐの売上の伸びも昨年の倍となっている。ただし、加工食品や日用消耗品などは、円安と原料高で工場出荷価格が上昇しているにもかかわらず、店頭売価は上昇していない。財布の中身が増えないなかで、気分先行の消費増となっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は3か月前と変わらないが、前年比では4%増となっている。ひきたてコーヒーを10月から導入したことが主な要因である。
		コンビニ（広告担当）	お客様の様子	・ショッピングモール、百貨店の食品売場、専門店などの人の動きをみていると、状況はやや良くなっていると感じる。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・消費税増税の特需により、高単価商品の販売数量が増えている。ただし、来客数は前年を下回っている。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・消費税増税の関係で白物家電が売れているほか、パソコンも大変好調である。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・取引先に年始のあいさつに行くと、例年よりも来客数は増えているとのことである。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・消費税増税の話題はあまり出ず、新型車は好調に売れている。
		乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・軽自動車税の増税決定による影響が出ているように感じる。
		住関連専門店（店長）	販売量の動き	・接客でプラス一点の購入を勧めると、追加購入してもらえる確率が、わずかながらアップしたように感じる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・気温が下がってきており、寒い日もあるため、風邪薬や保温剤の動きが良い。買上点数や単価も上向ってきている。

一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・30～40名規模の忘年会の数が昨年よりも断然増加しており、宴会の平均単価も300円以上は上がっている。個人利用客からは、景気が良くなったという声はあまり聞かれないが、実際の飲食利用者の状況は景気の回復を感じさせる。	
一般レストラン (経理担当)	お客様の様子	・全体的な単価上昇に加え、特に宴会の料理では前年よりも高いコースを選ぶ客が増えている。海外からの観光客も回復傾向がみられる。	
スナック(経営者)	来客数の動き	・今月は思ったよりも忘年会での利用があり、クリスマスイベントも行ったため、例年になく調子の良い月となっている。	
観光型旅館(団体役員)	来客数の動き	・宿泊人数は微増ではあるが、1人当たりの消費単価、宿泊単価については、まだ前年の水準には戻っていない。	
都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・客室稼働率が高水準で推移している。また、宴会開催件数も前年比で5%程度多く、好調が続いている。	
旅行代理店(店長)	お客様の様子	・年末年始も、欧州を中心にした海外旅行の相談が多い。本来は10、11月に相談申込があるはずが、ずれ込んでいるように感じる。ただし、しっかりと状況判断を行ってからの動きであり、景気の認識は良くなっている。	
タクシー運転手 通信会社(経営者)	お客様の様子 お客様の様子	・流し営業での客の乗車機会が確実に増加している。 ・建築、不動産などで消費税増税前の駆け込み需要が増えている。	
通信会社(社員)	販売量の動き	・例年よりも年末の契約目標を高めに設定していたが、月半ばで達成できた。今年は年間を通して、加入実績は概ね良い。	
パチンコ店(店員)	来客数の動き	・来客数がやや伸びている。	
その他サービス [保険代理店] (経営者)	お客様の様子	・業種によって偏りはあるが、昨年と比べるとかなり良くなっている。中には利益が過去最高の業績となっている企業もある。以前から戦略を持って前向きに経営を行っている会社が、この景気改善の波に乗って増収増益を実現している。	
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・消費税率の引上げを目前に、消費意欲が向上している。	
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・オフィステナントについて、前向きな移転の検討が若干ながら増えている。	
住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・請負契約に関する消費税増税の駆け込み需要も一巡し、これからは3月末にかけての建売住宅を含む不動産販売と、リフォームの動きが期待される。	
変わらない	商店街(代表者)	お客様の様子	・年末商戦での客の購買意欲が低下している。先行きへの不安や、商店街の頼みの綱である高齢者の負担増、食材価格の高騰などで苦しい年末となっている。
	商店街(代表者)	販売量の動き	・クリスマスイブとクリスマスが平日となり、商戦の盛り上がりは短期間で終わったように感じられる。
	一般小売店[時計](経営者)	来客数の動き	・クリスマスなどのイベントの際も、来客数、販売量は平日と変わらなかった。近くの大型商業施設やスーパーでは様々な歳末セールが催されており、圧倒的な集客力の違いをみせられた。客がお金を落とす場所は限られていると感じる。
	一般小売店[珈琲](経営者)	それ以外	・コンビニのカウンターコーヒーの販売開始で、市場が変化している。
	一般小売店[衣服](経営者)	お客様の様子	・悪化傾向が続き、12月の売上は前年比で3%減となった。10、11月を含めて、3か月連続で5%以内の減少が続いている。高額のコートなどが健闘したが、全体の販売点数は5%減となっている。
	一般小売店[菓子](経営企画担当)	販売量の動き	・12月と9月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は12月が96.1%で、9月が98.5%、関東は12月が95.3%で、9月が94.9%、中部は12月が99.0%で、9月が86.2%、中国は12月が100.7%で、9月が105.4%となり、各地区合計の平均は12月が97.2%で、9月が96.1%となっている。9月以降、12月に入っても状況はあまり変わっていない。なかなか前年を上回る状況にはならないが、あと一歩のところまできている。
	一般小売店[衣服](経営者)	単価の動き	・相変わらず安い物は売れているが、高額商品の売行きは悪い。
	一般小売店[自転車](店長)	お客様の様子	・お金を使う人がいれば、出し渋る人もみられるなかで、まだまだ節約傾向の人の方が多い。

一般小売店 〔花〕(店長)	販売量の動き	・単価と来客数が悪化しているなど、年末で買い控えがみられる。
一般小売店〔野菜〕(店長)	お客様の様子	・飲食関係やゴルフ場は、良い動きになっていない。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・急激な冷え込みや雨の影響で防寒商品は動いているが、全体的な身の回り品、高額品などの動きは鈍い。前年の水準は上回っているものの、今年はクリスマス直近の日並びが良いことを考慮すると、やや低調に終わっている。
百貨店(売場主任)	来客数の動き	・売れ筋は今も変わらず、ブランド品や限定品に人気があり、量販品は不調である。また、現状は飲食関連が好調で、食品を中心に数量限定品などが人気となっている。今月は季節品が思うように伸びていない。
百貨店(企画担当)	お客様の様子	・来客数は増えているものの、売上や1人当たりの客単価は少し悪化している。
百貨店(営業担当)	競争相手の様子	・高額な宝飾品や美術品は購入が一巡しつつある一方、他社を含めて、高額品に関する催しや販促は増えている。一握りの顧客にターゲットが集中することで、競争が激しくなっている。
百貨店(営業担当)	販売量の動き	・気候の変化に伴い、婦人衣料の動きはまずまずとなっているが、年末の家庭用品、高額品の動きが良くない。一方、食品は堅調である。
百貨店(商品担当)	販売量の動き	・一部の高額品に動きはあるが、期待されたボーナス商戦は低調な動きとなっている。婦人ファッションは比較的順調であるが、お歳暮ギフトをはじめとする、ほかの商品は好調とはいえない。一方、来客数に大きな変化はない。
百貨店(サービス担当)	お客様の様子	・今月は急な寒波の到来による天候不順により、来客数が伸び悩み、大変苦戦している。ただし、高額品の福袋に対する問い合わせや、海外ブランド商材の売上は好調に推移している。
百貨店(売場マネージャー)	お客様の様子	・12月はお歳暮商戦やクリスマス商戦が中心であるが、お歳暮の売上は前年比でマイナスとなっている。クリスマスギフト需要も高額品の単価は上がっているものの、ボリューム商材が不調で、購買動向も力不足が実感される。特に、20代による購買が前年を下回る傾向となっている。
百貨店(売場マネージャー)	お客様の様子	・当店舗では高額品などの取扱がないため、消費税増税前の駆け込み需要は特にみられない。高所得者の多いエリアでもあるため、おせち料理の価格にも大きな変化はない。
スーパー(経営者)	単価の動き	・毎年12月になると、数の子をはじめとする単価の高いギフト商品が動くが、今年はなかなか動かない。
スーパー(店長)	来客数の動き	・一時は単価が上がり、上向きの動きが感じられたが、年末にかけて買い回りによる単価ダウンがみられる。
スーパー(店長)	それ以外	・クリスマスから正月にかけては高単価商材の動きが比較的良く、売上は好調に推移したが、日常の買物は非常に価格が厳しい。例年はみられない目玉商品への行列もできるなど、消費動向が二極化している。また、アパレルではブランド品など的高額のアウターは販売好調であったが、1万円以下の商材は売れ残る状態が続くなど、衣料品の苦戦は続いている。
スーパー(店長)	販売量の動き	・店頭の動きとしては、食料品が堅調であるが、衣料品、住居関連品の動きが思わしくない。特に、季節品の動きが不振であり、浮上の兆しあまり感じられない。全体的な印象としては、歳末商戦を迎えても財布のひもが固い。
スーパー(店長)	来客数の動き	・衣料品全般に盛り上がりが見られず、苦戦する傾向が続いている。食品関連はまずまず堅調な動きであるが、消費税増税前の大型需要も中途半端で明確な動きはなく、景気判断は依然として難しい。
スーパー(企画担当)	来客数の動き	・来客数の推移は横ばいである。
スーパー(経理担当)	販売量の動き	・年末商戦は底堅かったものの、予想を上回ることにはなかった。消費税増税を控え、プチぜいたく消費は特にみられない。
スーパー(広報担当)	来客数の動き	・消費税増税前の特需で高単価品に顕著な動きがあるものの、日用品への影響は少ない。

スーパー（社員）	競争相手の様子	・当社の商圏内に大型競合店が秋にオープンして以降、周囲にある数店舗は売上を落としている。ただし、2か月ほど経過した現在は、客が以前に近い数値まで回復した店舗も多いようである。競合の激化をあまり感じさせないほど、客の消費は堅調である。
スーパー（開発担当）	販売量の動き	・年末商戦が始まっているが、なかなか来客数が伸びてこない。
スーパー（販売担当）	単価の動き	・競合との価格競争もあり、1品単価が下がる傾向にある。客の買上点数がトータルで増えても、1品単価が下がっているため、買上金額が昨年水準に達していない。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・相変わらずプレミアム商品やファストフードが好調で、客単価は高水準を維持できているが、来客数が伸び悩んでおり、結局売上は横ばいとなっている。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・このところは客の様子や販売量にも特に変化がない。景気回復の兆しが報じられているが、変化は感じられない。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・前年と比べても大きな変化はなく、相変わらず客の財布のひもは固いように感じられる。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・20日ごろまでは前年並みの来客数であったが、25日以降は減っている。年末年始の休みが長いいため、旅行などに行く客が増えている。
衣料品専門店（販売担当）	単価の動き	・以前の購入時に比べて、単価を落とす客が増えている。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・客の動きはますます二極化が進んでいる。収入が増加し、株の配当などの恩恵を受けている層は良いが、サラリーマンは良くなっていない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要はみられない。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	来客数の動き	・景気の高揚感はあるが、実需主体の購買行動に大きな変化はない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・クリスマスまでは例年以上の来客数となっていたが、それ以降はやや減少傾向となっている。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ここ数か月と同じく、大阪中心部が関西のその他の地域よりも低い水準にある。
一般レストラン（店員）	来客数の動き	・ボーナスも出たことで、客の動きは好調を維持している。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	来客数の動き	・来客数や客単価の推移をみる限り、景気が良いとは判断しにくい。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・少し上向いているように感じるが、客足はまだそこまで伸びていない。
都市型ホテル（支配人）	単価の動き	・消費税増税の駆け込み需要に期待していたが、2～3か月前とほとんど変化がない。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊部門では単価の上昇はみられないが、来客数は増加傾向が続いている。特に、ビジネス客が安定して伸びている。一方、宴会や食堂の売上が、10月以降は前年を大きく下回っている。特に、法人利用の減少幅が大きく、景気の恩恵はまだ感じられないという声が多い。
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・客室部門は外国人観光客の増加により前年を上回る傾向が続いているが、宴会と食堂部門は前年を割り込み、特にディナーショーなどのイベントは伸び悩んでいる。ただし、おせち料理は比較的高価な商品の売行きが良く、個人消費がやや上向いているようにも感じられる。
都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・宴会部門では、忘年会は前年並みであるが、おせち料理の売上は前年比で80%と落ち込んでいる。宿泊は稼働率、客室単価共に前年を上回っており、売上は前年比で114%と好調である。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・国内旅行、海外旅行共に、受付は昨年並みの動きである。年末年始の間際需要は、日並びが良過ぎて予約が取りにくい状態となっている。国内旅行の主力である関東のテーマパーク向けも予約を取りにくい状況で、数字が伸びない。

タクシー運転手	お客様の様子	・例年この時期はタクシーにとって一番の稼ぎ時であり、特に今年は忘年会の回数が昨年よりも多いという客が多い。特に、三宮近辺のタクシーの動きはかなり良く、まだ最終電車のある駅でも回転が良い。	
通信会社（企画担当）	お客様の様子	・状況は変わっていない。	
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・消費税増税の影響の予測がつかない。	
観光名所（経理担当）	来客数の動き	・3か月前に比べて、時期的にクリスマス、正月という全国的な行事があり、にぎやかなムードになっているが、来場者数自体にそれほど変化はない。	
競艇場（職員）	単価の動き	・1人当たりの購買単価が以前よりも上昇してきている。	
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	・ボーナス支給後も特に好影響はみられない。景気回復の実感は、レジャー消費に関しては、一部の大規模施設から順番に波及していくと予想される。	
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	・タイトル不足の影響で、CD、DVDの販売に加えて、レンタル売上の前年比もかなり悪い。ただし、書籍、カフェについては好調である。	
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新築マンション販売に関しては好調に推移しており、これからの販売予定物件への問い合わせも非常に多い。	
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	・不動産価格は高止まりしているが、取引件数は変わらない。	
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・不動産では、消費税増税前の特例措置による駆け込み需要の反動減はそれほど大きく出しておらず、引き続き好調に推移している。	
やや悪くなっている	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・60歳前後よりも上の顧客をターゲットとした、ファッションアイテムや生活雑貨は低調であり、富裕層向けの宝飾時計や高級ブランドのファッションだけが好調である。
	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・年末商戦については来客数で苦戦している。また、客単価も伸びず、前月までのトレンドが悪化している。若年層が特に伸びず、競合条件の悪化による影響が出ている。
	スーパー（企画）	単価の動き	・景況感の改善や株高、企業業績の回復から、年末に向かって消費が増加すると期待していたが、消費税増税を前に不要不急の商品は買い控えが始まっている。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今月は来客数が少なく、販売点数も少ない状況が続いており、買い控えの傾向が感じられる。
	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要に期待しているが、受注が減少しており、増税後の負担増に備えて消費を抑える動きを感じる。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・これまで年金支給月は高齢者の来客数が増えていたが、年金が減額されているせいも、今月は高齢者の来客が減っている。今年は年末年始が大型連休となり、当店の客も旅行に行く人が多く、正月用の料理の予約が少なかった。年末も近くの百貨店は人が少なかったが、大型ショッピングセンターは人があふれている。結果として、商店街は年々人通りが減少傾向となっている。
	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・前年同月比では若干良くなっているものの、今年の春から秋にかけての勢いはやや落ちてきている。12、1月に関しては、繁忙日と閑散日の差が極端であり、ここ半年と比べると、特に閑散日の増加が目立っている。
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・温浴施設では、3か月前と比べて来客数は横ばいであるが、前年比で7%ほど減少している。一方、客単価は3か月前よりも35%ほど上がっているが、前年比で1%低下している。

	旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・年末年始の日並びの良さから予約が集中し、結果として受注が増えている。ただし、年末年始の前後の予約が増えているわけではないため、景気自体が上向いたのではなく、日並びによるものであると思われる。 1、3月には3連休が1回あるが、現在のところは申込が特に好調というわけでもない。	
	タクシー運転手	お客様の様子	・秋も終わり、客の流れが変わってきたため、暇になっている。	
	通信会社（企画担当）	単価の動き	・メダルゲーム機の稼動状態が良くない。	
	美容室（店長）	販売量の動き	・今月の売上は予想以上に悪い状況である。来客数はそこそこであるが、客単価が下がっている。	
	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・分譲住宅の販売では、建築コストの上昇に伴って価格が上っていき、販売数が落ちている。また、職人が不足し、人件費も高騰している。	
	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・新規の問い合わせが減っている。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・3か月前の9月が、注文住宅市場の景気のピークとなっている。	
	悪くなっている	一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・冬場は衣料品販売の繁忙期であるにもかかわらず、来客数がかなり減り、昨年と比べても減少している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の減少が続いている。食料品を含め、日々の必需品や年末年始商材の動きが悪い。
		競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は10,302円で、今月の客単価の速報値は9,482円と悪くなっている。
企業動向関連（近畿）	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	・自動車関連製品の輸出が好調であり、前年比で約14%の増加となっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・海外市場は低調であるが、最近になって国内の受注が増加している。市場の環境が良くなったのか、自力の販売努力の結果かは分からないが、主に自助努力によるものと感じる。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・テレビのスポットCMの市場が活況を呈しており、特に自動車関係で顕著である。
やや良くなっている	食料品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・大型連休の企業が多く、商品の在庫を多めに確保する動きなどで、受注が増えている。	
	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・急な気温の低下もあり、年末年始のホット飲料水の販売が増えている。	
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・当産地の大手企業に大口の受注が入るなど、全体的な受注動向は昨年よりも良くなっているようである。ただし、電気料金や外注加工費の値上がり分をすべて転嫁できているわけではなく、採算的にはまだまだである。	
	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	・セールスの案内チラシや、来年4月以降の見積などの問い合わせ件数が増えている。業界別にみると、教育関係では国立・私立大学からの新年度の案件に対する問い合わせが増え、作業も始まっている。住宅関連では、新築戸建やマンションのほか、改築工事の販促関係が好調である。	
	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で、比較的大きな工事でも短期間で決まる動きがみられる。	
	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・品種によって多少の差はあるが、全体的な荷動きに勢いが出てきている。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が増えている。	
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・来客数が増えつつあり、売上も増加してきている。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・再生可能エネルギーの買取制度の影響もあるが、太陽光発電関連が今後も伸びそうであるほか、土地の売買に伴う土壌汚染調査も増えている。この傾向は来年まで続く。	
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・売上が前年比で130%となるなど、良い状況となっている。	
	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・都心の商業施設は客単価が低迷しているが、郊外では来客数、売上共に前よりも少し良くなっている。	

	経営コンサルタント	取引先の様子	・小売業の取引先をみると、年末という季節要因で良くなっているだけでなく、売上は前年を上回っている。また、製造業の売上も、わずかではあるが前年を上回ってきている。
	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・年賀状の印刷も、昨年と比べて依頼件数、枚数共に上向いている。また、そのほかのサービスについても比較的好調である。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・建物の管理を行っているが、顧客のおう盛な投資意欲が感じられる。また、ビルオーナーの間に、本業による利益を建物の保全に回すような動きがみられる。
変わらない	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・11月が悪かったせいか、今月は前半から徐々に販売量が増加している。前年と比較すると伸びは小さいが、12月は例年販売量が伸びることも影響している。昨年と少し違っているのは、運送面で遅配が増えている点であり、荷物量が増えたせいで、トラックや人員が不足している影響が考えられる。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が年末の需要で増加しているが、例年と変わらない。
	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・秋以降、売上が前年比で15%以上の増加傾向が続いている。
	一般機械器具製造業（設計担当）	取引先の様子	・受注量は増えてきているが、受注、発注額が抑えられている様子である。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・製造業に設備投資の意欲が出てきており、国内で新規投資を検討する企業も増えてきている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・マンション関連照明の受注は、以前の勢いはないが好調を維持している。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税率のアップを見込んだ部品などの小口受注はあるものの、国内の設備投資は停滞している。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・公共工事、民間共に仕事量は増えているが、単価や利益は相変わらず低調である。
	建設業（経営者）	取引先の様子	・消費税増税の関係もあって、3月末に完成となる工事が急増しており、管理技術者や技能労務者不足が深刻である。
	輸送業（商品管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・お歳暮やクリスマスプレゼントなどの受注で、販売量は増加している。
	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・中小企業は依然として厳しい。受注は小規模のものが中心であり、納期も短期である。来年も受注や単価については、厳しい状況が続く。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸から企業が撤退し、事務所のニーズが減っている状況は変わらない。社宅や賃貸マンションの需要も減ってきている。
	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が、クリスマスや年末商戦があつてのことで、景気が上向いたためではない。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・テレビのスポットCMは好調であるが、それ以外のメディアは芳しくなく、大きな変化がない。
	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	・今年の終わりになっても、ぼたぼたとした感覚がなく、仕事が終わっている。
	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	・年末年始の大型連休が控えていることもあり、21～23日の3連休の客足は例年に比べて少なかった。一方、中旬以降の冷え込みもあり、駅構内でも飲食店、日用雑貨店では、冬物商材の売上が好調に推移している。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・引き合いや見積依頼が多くなく、売上などの変化もないため、景気回復の実感がない。
その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・アベノミクスの効果が末端まで浸透しているとはいえない。	
やや悪くなっている	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・年明けの催事用の仕入も、例年になく減少している。業界と世間との景気の差はまだ大きい。
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建築関連では一部で良くなっている話を聞くが、当業界に反映されるまでにはタイムラグがある。ただし、雰囲気は悪くない。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は原子力発電関連の顧客が多いが、この分野は凍結状態のため、新規の投資が止まっている。

		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今年前半は受注が前年比で2割ぐらい増えていたが、ここ3か月は急に落ち込んできている。
	悪くなっている	—	—	—
雇用 関連 (近畿)	良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率が5年6か月ぶりに1倍を超えた。また、今まで弱い動きであった製造業の新規求人数が前年比で2けた台の伸びとなったほか、すべての産業で前年を上回っている。
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・12月に入り、様々な業種の企業へあいさつに行ったが、4月の消費税増税を踏まえても明るい雰囲気であった。東京オリンピックを控え、関東だけでなく関西にもその余波が及んでいる。
		人材派遣会社（支店長）	周辺企業の様子	・年末の繁忙時期となり、以前に比べると、自動車関係や技術者関係に大きな動きが出ている企業が増えている。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・アベノミクス効果が徐々に始めているように感じる。
		求人情報誌制作会社（企画担当）	求人数の動き	・求人数の増加で採用の難易度が上がったこともあり、各企業、店舗における採用活動が活発化している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は相変わらず堅調に増加しており、特に製造業では前年よりも40%近く増加している。また、正社員の求人も増加傾向にある。一方、新規求職者の減少傾向は続いており、応募者がいないことで、賃金アップなどの条件を改善する企業が増えている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前月に引き続き増えている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・新卒採用数が増えている。
変わらない		人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・一部の上場企業では新卒採用が大幅増と聞いているが、正社員でなく派遣での採用に切り替える企業もあり、体力のある企業との差が広がっていると感じる。
		アウトソーシング企業（営業担当）	求職者数の動き	・例年、採用に苦戦する年末年始であるにもかかわらず、ある程度優秀な候補者が予想以上にエントリーし、採用の質も量も順調である。事務職であるため、他業務からのキャリアチェンジによるエントリーもあるが、それでもこれだけ離職者による求職が多いのは、あまり景気が良くないからではないかを感じる。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・求人広告は昨年後半以降、増加傾向にあったが、このところ伸びがみられず、勢いを失っているように感じる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・新聞の広告量からみれば、3か月前と比べて状況に変化はない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の推移をみると、関西地場企業に変化はなく、消費税増税をにらんだ動きとなっている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・求人広告には急激な回復傾向はみられないが、自動車メーカーの臨時従業員の募集、看護職の採用などの動きがあり、前年よりは良くなっている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業を対象にアンケートを行ったところ、30%の企業は過去も今も、やや悪いか、悪いという回答となっている。
		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、医療・福祉関連の求人は引き続き増加しているが、製造業、小売業の求人は前年よりも4.1%減少している。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・日雇い建設労働者の不足が、明らかに求人数の伸びを抑えている。
		民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・採用者数については着実な増加傾向を感じる。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・年末で求人件数などの動きは鈍いが、例年どおりの動きであり、大きな変化は感じられない。
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・昨年と比べても、採用者数に大きな変動がない。	
	やや悪くなっている	—	—	—
	悪くなっている	—	—	—