

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	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が顕著になってきており、高額商品を中心に、高級白物家電やオール電化の販売量が増加している。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・客単価が前年比で125%、来客数が103%と、消費税増税前の特需の傾向が強く表れている。
		乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・前年比で120%の来客数となっている。
		住関連専門店（店員）	単価の動き	・消費税増税を控え、売上が前年比で約120%の推移となっている。
		都市型ホテル（総務担当）	単価の動き	・宿泊の販売単価を徐々に上げているが、稼働率には影響していない。また、宴会単価も値上げが可能な状況となっている。
	やや良く なっている	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・年度末が迫るなか、消費税増税の前ということもあるが、販売が伸びている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の動きが少しみられる。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・月前半は福袋の販売やセールなどが順調であり、客の消費動向も活発であった。特に、コート、カシミア関連、靴などの実需商品の動きが良く、低価格品よりも、少し値段が高くても付加価値の高い商品や、まとめ買いの動きが普段よりも目立っている。ただし、月後半は通常の状態に戻っている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・梅田地区の競合他社による影響が一巡し、売上が下げ止まりつつある。また、外国人売上も前年の倍以上となっており、売上増に寄与している。外商顧客の時計、宝飾品の購買意欲も、引き続き堅調に推移している。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・優良顧客に関しては、初売りは昨年よりも少し悪かった。ただし、例年の家具の催しでは、消費税増税を前に高額な輸入家具が売れ、海外高級ブランドも値上がり前の駆け込み需要があるなど、高額品が良く売れている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ファッション関連の動きが若干回復しているが、食品は変化がない。一方、住関連は前年を上回り始めている。
		百貨店（売場マネージャー）	単価の動き	・依然として、時計、宝飾品の動きは活発である。ファッションアイテムも、ボリューム商品には厳しさがあるものの、コート類では単価も上がっている。ただし、消費税増税前の駆け込み需要というよりも、値上がりの影響や購買意欲の上昇が要因である。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・消費税増税の前に、高額品を購入したいという客が更に多くなってきている。以前から好調が目立っていた時計だけではなく、呉服や高級家具などに品目が広がってきており、更に売上が増加している。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・1月になり、目標売上を毎日上回っている。また、来客数の増加などで前年実績も上回っている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・従来よりも1ランク上の商品が売れる傾向が続いている。ただし、値上がりや消費税増税絡みでは非常に敏感で、安くなった商品は並んででも買うなど、一概に良いとはいえない状況である。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客は価格だけでなく、質にこだわる余裕が出てきた。安くても値段相応の価値しかない商品は売れない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ひきたてコーヒーのおかげで来客数は前年比で4%増えたが、目標の8%を達成するためにスタンプカードを発行したり、売場周辺に20～30円のチョコレート菓子を置くなどの工夫をしている。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	販売量の動き	・今までなかなか購入されなかった高額スーツが売れ出している。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要により来客数が増えているほか、単価の高い商品が売れている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・来客数が増えている。単価の低い車売れており、今までとは風向きが変わってきている。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が、今月に入って顕著に表れている。		

高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・極端に落ち込む日もなく、順調に推移している。	
一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・前年の水準は下回ったものの、昨年のテレビ放映の影響で前々年比でプラスとなるなど、堅調な推移と判断できる。	
一般レストラン (経理担当)	お客様の様子	・新年会の数が昨年よりも明らかに増加しており、平均単価も少し上がってきている。特に、昼間のシニア層による利用が堅調である。	
その他飲食 [コーヒー ショップ](店 長)	販売量の動き	・来客数の前年割れが続いていたが、年末から改善傾向にあり、12月は2%ほど前年を上回っている。また、年始からの福袋の売上も、前年比で150%と好調な売行きとなっている。	
観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・今年の正月は曜日の並びが良く、5日まで満室が続いた。その後の反動で閑散とする期間はあったものの、月後半は予想よりも稼働率が高く、販売量が伸びている。	
旅行代理店(店 長)	お客様の様子	・客が増えているほか、料金よりも行きたい場所を選んでいる。	
旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・就職内定者が増えている影響で、卒業旅行の件数が増加傾向にある。	
タクシー運転手	競争相手の様子	・例年どおり、この時期は暇になっている。	
タクシー運転手	お客様の様子	・年末年始の繁忙期でもあり、客の乗車機会が確実に増加している。	
通信会社(経営 者)	お客様の様子	・個人の景況感が上向き、受注状況の改善につながっている。	
競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は10,650円で、3か月前の9,207円よりも上がっている。	
競艇場(職員)	単価の動き	・1人当たりの購入単価が3か月前と比べて100円上がっている。	
その他レジャー 施設[イベント ホール](職 員)	それ以外	・身の回りの状況は3か月前とさほど変わっていない。	
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・客の購入意欲の上昇が感じられる。	
住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・昨年夏にしゅん工し、購入者に引き渡した新築マンションが、中古市場で1割以上値上がりして取引される事例が出てきている。	
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)	それ以外	・消費税増税の駆け込み需要のため、建設業界では受注が増加している。	
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数は前年比で2割増と、昨年の消費税増税前の駆け込み契約の反動減から少し回復している。	
変わらない	商店街(代表 者)	販売量の動き	・年初のバーゲンも、年末からの早期値引きセールが定着化してきたため、売上が毎年減ってきている。特に、防寒商品を定価で買わなくなってきている。
一般小売店[菓 子](経営企画 担当)	販売量の動き	・1月と昨年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101.3%、10月は85.2%、関東は1月が99.9%、10月が113.9%、中部は1月が94.0%、10月が93.6%、中国は1月が101.6%、10月が98.4%となり、各地区合計の平均は1月が99.6%で、10月が92.9%となっている。1月に入って、多少は右肩上がり傾向にもみえるが、地区や店舗によって大きく差があり、もう少し様子を見る必要がある。	
一般小売店[鮮 魚](営業担 当)	販売量の動き	・12月のピク時期を除けば、販売量は横ばいである。	
一般小売店[自 転車](店長)	お客様の様子	・消費税率が上がる前の駆け込み需要はみられるが、売上、客の様子共に変化がない。	
一般小売店[野 菜](店長)	競争相手の様子	・相変わらず、規模の小さな小売店の廃業が多く、とても良くなっているとは思えない。	
百貨店(マネー ジャー)	販売量の動き	・消費税増税前の独特の傾向で、耐久消費財や高額な家具関連は前年比で20%増、時計は40%増であるが、住文化用品は前年割れとなっている。	

百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は施設が新しくなって最初の初売りで、多くの来店客が訪れ、好調な推移となった。ただし、寒波が続いた影響で、中旬からは来客数が伸び悩み、売上が苦戦している。
百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・売上は何とか前年の水準を維持できているものの、入店客数の微減と買上率の低下が継続している。動くべき時期に、衣料全般、特に防寒アイテムが非常に苦戦している。
百貨店（販促担当）	来客数の動き	・クリアランス時期で気温も低く、購買には追い風であったが、競合他社の影響が続いており、来客数が前年を下回っている。商品別では、高額品は好調に推移しているものの、衣料雑貨は慎重な買い方が定着しており、苦戦している。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・初売りから来店客数も順調で、まずまずのスタートであったが、セールが一段落してからは鈍い動きとなっている。そのなかで、消費税増税を控えて高額商品の売行きは好調である。
スーパー（経営者）	単価の動き	・農産物は作況悪化による単価上昇が昨夏から続き、1月も単価が高く、ほかの生鮮品も円安や原料高による単価上昇が続いている。その分、価格以外の差別化が難しい加工食品では、チラシ価格の引下げ競争がますます激しくなっているが、全体では単価アップが売上を支えている。
スーパー（経営者）	単価の動き	・正月商品の使い残しがあるほか、正月にお金を使ったため、家計の財布のひもが固い。客は注意深く、単価の低い商品を選んで買物している。
スーパー（店長）	販売量の動き	・季節品が深刻な状況からやや上向きになったものの、消費税増税前の駆け込み需要も顕著な動きはみられず、全体的な流れは変わっていない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・消費税増税前の特需で、白物家電を中心に電化製品は好調であるが、それ以外の動きが鈍い。特に季節衣料は苦戦している。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が下げ止まり、安定してきている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・消費税増税まで約2か月となったが、駆け込み需要の動きはまだ感じられない。曜日回りの関係からか、年末商戦の盛り上がりも今一つであったが、その流れが継続している。
スーパー（広報担当）	お客様の様子	・消費税増税前の特需で高額品の売行きが好調であることや、付加価値の高い商品への支出が若干増え、客単価はやや上昇している。ただし、販売点数に伸びはなく、全体的にみれば大きな変化はない。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・期待した年末商戦は苦戦し、予想売上を下回っている。
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子をみていると、単価の低い商品や目玉商品、広告初日の売出品などを買った後、そのほかの定番品を買わずに、すぐにレジに並ぶ客が多い。
スーパー（社員）	来客数の動き	・食品部門は野菜の相場高に加え、年末年始の商材の動きが良かったことで、売上は堅調に推移している。ただし、当社の商圈内に競合店が増えたこともあり、客が店舗を使い分ける傾向が強まったように感じている。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・寒い季節に強い、おでんや中華まんなどの商材が爆発的に売れるわけではなく、ホットコーヒーも売れているが、飲料全体の売行きはあまり変わらない。ほかの商品にも目立った変化はない。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・競合店に挟まれ、厳しい状態が続いている。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・日用品などの商品の動きは、3か月前と比べても大きな変化はない。季節催事や天候、気温要因、商品値上げなどの影響を受けやすくなっている。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・ある程度の来店客数はあるものの、購入意欲があまり高くない。
衣料品専門店（販売担当）	単価の動き	・若干であるが、購入単価が下がっている。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税に伴い、販売量が増えるの見込んでいたが、予想したほど伸びていない。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・購入した客から、消費税率が上がらないうちに買ったという声をよく聞くため、消費税率引上げ前の駆け込み購入ではないかと懸念している。

その他専門店 〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・株価が少し乱高下しており、金の価格も若干落ちているが、全般的には高い水準で推移しているため、今のところは3か月前と比べて変化がない。
その他専門店 〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・建築関係は景気が良くなっているように思われるが、企業が利益を生み、消費者の所得が増えない限り、食品業界まではなかなか影響が及ばない。
その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	来客数の動き	・催事における集客が伸びない。
その他専門店 〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・株価の動きも一段落し、好調にも陰りが出てきている。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・消費税増税前の需要を見込んで、10%オフなどの販促を実施したが、婦人雑貨や紳士服が前年比で2けた減、婦人服も前年を下回るなど、顧客の反応が非常に鈍い。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・特別な日に行く、少し高価でも高品質な店というのが、最近の繁盛している飲食店の傾向である。一定規模以上の店では会社による利用も増加しており、景気が回復してきた表れとなっている。
スナック（経営者）	来客数の動き	・例年の新年会がキャンセルとなり、来客数が激減している。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・消費税増税に伴う駆け込み需要は、我々の業界は全く関係がない。駆け込み需要にお金回っているからか、観光業は良くない。
観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・昨年並みの入込状況であり、そこまで動きが活発になっているとは思えない。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・近隣に高速道路のバイパスが延長し、名古屋方面から紀伊半島への観光客が増えると期待されていたが、今年の正月休みは大型であったものの、来客数は前年よりも減っている。3か月前と比べても、客単価が2%ほど低下している。
都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で売上増を見込んでいたが、あまり増加していないように感じる。逆に、円安の影響や最低賃金の引上げ、電気料金や燃料代の上昇でコストが増え、企業利益が圧迫されている。マスコミで報じられているほど良くなっていない。
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・宿泊部門は依然として訪日外国人旅行者の動きが好調であるが、宴会部門は法人需要が回復せず、ホテル全体では景気が良くなっているとは思えない。
都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・海外からの宿泊客が前年の2.3倍に増えており、それに伴い稼働率、客室単価共に、前年比で113%となっている。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・国内旅行の申込みは、関東のテーマパークが変わらず好調に推移し、全体を引っ張っているが、海外旅行の予約客数が落ち込み、全体としては昨年並みとなっている。客の動きが少しずつ遅れている感がある。
旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響が少しずつ、4月以降の申込に表れてきている。例えば、春休みの旅行は3月中に済ますなどの動きもあるが、増税で取りやめるのではなく、工夫して行くといった状況であるため、大きくは変わらない。
タクシー運転手	来客数の動き	・駅で客待ちをしているタクシーでは、雨の日や冷え込んだ日以外は客の回転が悪い状態が、正月明けから続いている。
通信会社（社員）	販売量の動き	・年末年始での加入契約の伸びは、昨年と比べてほぼ同じである。3か月前からの比較では、多少の伸びがみられる。
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・季節や天候の影響を受けやすい性質の施設であり、寒さが厳しく、外出を控えたいような状態での営業は厳しい。
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	・海外からのインバウンド客の動きは好調であるが、オフシーズンでもあり、レジャー客に大きな変化はみられない。
美容室（店長）	販売量の動き	・今月は福袋の売行きが良かったため、売上が伸びたものの、一時的な動きである。

	美容室（店員）	お客様の様子	・単価の高い施術への支払いでカード清算が多い点が気になるが、特に客単価が低くも高くもなっておらず、安定している。
	その他サービス 〔保険代理店〕 （経営者）	お客様の様子	・一昨年の年末と比較すると着実に良くなっているが、これからは徐々に上向きになっていく程度で、一気に好景気になることはない。海外の通貨危機や、米国や中国、韓国などとの関係にも左右され、一進一退の状態が続く。
	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	・今冬の売上に期待していたが、特にレンタルの前年比が悪い。
	住宅販売会社 （従業員）	お客様の様子	・昨年末から、オフィステナントによる具体的な移転検討の動きが徐々に出てきており、各企業に景気回復期待が広がりにつつあるように感じる。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームでは、昨年後半に集客に若干の落ち込みがみられたものの、年明け以降は順調に推移しており、動向は横ばいとなっている。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・年明けの初売りも、年末セールの前倒しの影響で今一つ盛り上がり欠けている。福袋が朝一番に売れるだけであり、消費が極端に絞られている。客は2月の最終セールへの期待と、消費税増税対策の生活応援セールを待っている状態である。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	お客様の様子	・電池交換や修理などの客数が安定していたため、売上はともかく来客数が減少することはなかった。客の様子としては、時計のバンド交換で持ってきたバンドが切れかかっていたり、ホッチキスや輪ゴムで止めていたり、厳しい節約の様子がみられた。年配客、若年客を問わず、そういった動きとなっている。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	販売量の動き	・12月と正月にお金を使った人が節約をしているのか、特に外食の動きが悪い。小売は年末に動いたが、1月になると元のペースに戻っている。消費税増税を前に、雰囲気は急失速という感覚がある。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・冬物のバーゲンセールも盛り上がりがなく、商品があまり売れない状況が続いている。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・昨年と比べ、販売量、来客数共に落ち込んでいる。衣料品が売れる季節である秋以降、販売量が減っている。
	一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・離れた場所ではあるが、数か月前に駐車場のあるコンビニがオープンした結果、来客数が減り、販売量が更に落ち込んでいる。
	一般小売店〔花〕（店長）	来客数の動き	・何の影響かは分からないが、来客数が激減している。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・初売りの売上は例年どおり好調であったが、中旬以降の売上が低迷している。特に、衣料品関係の売上が極めて悪く、高額品を中心とした消費税増税前の駆け込み需要もみられない。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・百貨店では消費税増税の影響が非常に大きい。食料品のシェアが大きく、高額品が少ない店でも、厳しい状況となっている。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣のシティホテルとビジネスホテルが相次いで閉館し、来客数が大幅に減少している。
	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・年末から1月にかけて、単価の低い物が中心に売れるようになってきた。以前のバーゲンは高額品を安くすれば売れていたが、今年の特徴として、低額品を更に安くした物が売れるようになってきている。
	自動車備品販売店（営業担当）	単価の動き	・消費税増税の影響を受けている感じがおり、売上は増えている。
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・必要な商品を、必要な量だけ購入する傾向が強い。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き
	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・受注は9月をピークに減少し、前年並みとなっているが、売上に関しては前年比で増えている。
悪くなっている	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・高齢者の来客数が激減している。
	タクシー運転手	お客様の様子	・客の流れが日に日に悪くなっている。

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	・年度末にかけての繁忙期に入っている。特に、大学 関係が来年度の入学に向けた資料の作成に入ってい る。一方、弱電業界の動きは、量販店は好調のよう であるが、メーカーの動きが遅い。海外生産の増加な どの影響が考えられるが、国内需要については駆け込み 需要の影響で増えている。
		化学工業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・大阪本社だけでみると、前年比で130%以上の売上 となっている。
	やや良く なっている	繊維工業（団体 職員）	それ以外	・当月の動きとしては昨年並みである。報道などに より国内景気の上向き感が多少感じられる。
		金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・消費税増税に伴う駆け込み需要などにより、自動車 部品関連は活発な荷動きとなっている。
		金属製品製造業 （管理担当）	受注量や販売量 の動き	・産業用のソーラーパネル関連の出荷量が大きく伸 び、一般家庭用も順調に動いている。一方、建築土木 関連には目立った動きがない。
		電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・製品価格の低下に企業は慣れつつあり、そのなかで 売上を上げようと頑張る企業が増えている。ただし、 実体経済の動きも活発になっているが、利益率の低下 による影響の方が大きい。また、積極的な金融緩和で 市場の資金は潤沢であるが、それが実体経済には流れ てこない。これから3か月間ほどは良くなっても、そ の先が怖い。
		電気機械器具製 造業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・売上が少し増えている。
		電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・年末年始を迎え、消費税増税前の駆け込み需要の増 加が明確に表れている。店舗施設、マンション、戸建 住宅向けの受注や、家電商品の受注量が好調を示して いる。
		輸送用機械器具 製造業（経理担 当）	取引先の様子	・景気が上向きであることは感じられるが、引き合い があっても価格競争などが激しく、受注に結びついて いない。
		建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・年度末にかけて受注が増えてきており、消費税増税 に関連する案件が多いと感じられる。
		輸送業（営業所 長）	それ以外	・消費税増税の影響がもれないが、事務所のじゅう 器の入替えや、レイアウト作業などの案件が増加して いる。
		新聞販売店〔広 告〕（店主）	受注量や販売量 の動き	・折込チラシの量が増えている。
		経営コンサル タート	受注価格や販売 価格の動き	・政府の補正予算による助成金の追加、消費税率の引 上げなどで、顧客企業の投資、消費意欲が高まってい る。急な仕事の依頼が、例年の年度末よりも多い。
		コピーサービ ス業（店長）	受注量や販売量 の動き	・受注量が低迷する時期であり、数か月前と比較する と落ち込んではいないが、例年の落ち込みに比べると、 やや緩やかな動きとなっている。
		その他非製造業 〔民間放送〕 （従業員）	受注量や販売量 の動き	・自動車メーカーを中心に、テレビのスポットCMの 出稿量が増えている。
		変わらない	食品製造業 （従業員）	受注量や販売量 の動き
	食品製造業 （営業担当）		取引先の様子	・4月以降の消費税増税に伴い、消費者によるまとめ 買いが増えると予想していたが、今月は飲料水の売上 があまり伸びていない。
	食品製造業 （経理担当）		取引先の様子	・消費税増税の影響がどう出るのか分からない。
	パルプ・紙・紙 加工品製造業 （経営者）		受注量や販売量 の動き	・1日当たりの受注量が、季節的要因を考慮すると変 わらない。
	化学工業（管理 担当）		受注量や販売量 の動き	・国内向けの販売数量が変わらない。
	金属製品製造業 （営業担当）		受注量や販売量 の動き	・フル生産しても、取引先からの注文に対応できない 状態が続いている。
	一般機械器具製 造業（経営者）		受注量や販売量 の動き	・当社の顧客は原子力発電所関連の企業が多い。すべ ての原発が止まっているため、新規の設備投資が凍結 されている。この状況が1年以上も続いている。
	一般機械器具製 造業（設計担 当）		受注価格や販売 価格の動き	・受注価格が抑えられているなど、まだまだ厳しい状 況が続いている。

	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・4月からは消費税増税となるため、短い納期の依頼が多くなっている分、増税後は影響が出てくる。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	それ以外	・消費税率引上げ前の駆け込み需要の影響からか、実売は増加傾向にあるものの、4月以降の需要先食い感はない。	
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年始の福袋だけは好調であったが、その後は変化がない。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・昨年からの消費税増税前の駆け込み需要と思われる受注残を、順番にこなしている状態である。	
	建設業（経営者）	取引先の様子	・消費税増税の影響で3月末完成の工事が増え、技術者、技能労務者が不足し、特に技能労務者の取り合いが続いている。官庁関係でも工期が3月末の工事は入札辞退、不調が続出している。	
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・特に目立った変化はない。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・景気の回復がみられないままの状態である。	
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・景気が回復しているといっても、年初よりも株価は下落している。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸から事業所が減少し、事務所や社宅の需要がなくなってきた。	
	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・商業施設はバーゲン時期に入っている。月初は初売りもあって来客数は多かったが、中旬から失速気味となり、更に客単価が急低下している。	
	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	・一般客が減り、業者との取引もあまり良くない。	
	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	・消費税増税前の駆け込み需要の可能性もあるが、企業の利益が増えてきているので、使えるお金も増えている。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・報道によって上場企業の景気が良くなっていることは分かるが、中小零細企業にまだ変化はない。良くなるのは春先からである。	
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・生産活動が活発化しているとは言い難い。	
やや悪くなっている	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建築関連の動きが少し落ち着いてきた感がある。	
	輸送業（商品管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・正月明けから荷物量が激減している。消費税増税前の3月ぐらいに増えると思われるが、今は減少している。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年が明けると消費税増税前の駆け込み需要が出てくると思っていたが、実際はまだ様子見が続いており、なかなか受注が取れていない。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今年に入って売上が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	・顧客企業と関係の深い電機大手の業績が良くない。	
	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	・気温が多少低めに推移した影響か、駅ナカでは売上の二極化が目立っている。ターミナル駅を中心とした商業施設は比較的好調であったが、地方の駅を中心とした単独店舗は低調な推移となった。また、寒さの影響で購買意欲が低下し、暖かい施設内に人が集まる傾向がみられる。	
悪くなっている	-	-	-	
雇用関連 (近畿)	良くなっている	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣求人数は3か月前よりも非常に多くなっているが、求職者は逆に少なくなっており、派遣料の水準が上がってきている。求職は、好条件を求めた動きが増えており、仕事がないことによる求職ではなくなってきた。
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・昨年末から今月にかけて、一言でいえばオーダーばかりで人が足りないという状況である。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・例年1月は受注数も少なく、求人の動きが悪いが、今年は受注数も多く、求人の動きも良い。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・人材紹介に関する受注が、正社員を中心に増えている。

	新聞社 [求人広告] (営業担当)	周辺企業の様子	・新聞への広告量でいえば、今月は多少上向き傾向であるように感じられる。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・3か月前と比べて良くなっているという実感はあまりないが、住宅や家電関連の製造業などは上向いている。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・製造業、建設業、運輸業の新規求人が非常に好調である。ただし、新規求職者が減少していることから、紹介数が大幅に減少している。その割に採用数は横ばいとなっており、紹介成功率の上昇がみられるなど、企業の採用意欲の向上と選考基準の緩和がうかがえる。
	民間職業紹介機関 (大学担当)	採用者数の動き	・建設土木系の採用が東京オリンピックの関係でかなり増えている。そのほかの業種でも増加傾向がみられるため、雇用の改善が見込まれる。
変わらない	人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・消費税増税前の駆け込み需要も特に感じられず、景気の横ばい状態が続いている。
	アウトソーシング企業 (営業担当)	求職者数の動き	・新規採用の募集では、応募者の数、質共に大きく変わらない。求職者の在職、離職の比率も大きく変わらない。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・新聞広告の推移をみてみると、消費税増税の駆け込み需要の影響で、3か月前と変わらず景気が上向いている。
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	周辺企業の様子	・関西圏での大型プロジェクトとして、3月に阿倍野地区で商業施設が開業を迎えるため、求人が急増して人が足りない状況となっている。これは今年の関西経済をリードする要因にはなるが、地域性も高いため、少しでも全体的な景気上昇につながることを期待したい。その反面、大阪市長の辞任・再選挙など、新年度に向かって不安定感も感じるため、全体的な底上げはないような気がする。
	新聞社 [求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・前月に続き、当社が取り扱う求人広告は増えておらず、求人数でみる限り変化はない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は引き続き増加している。医療・福祉サービス業の求人が大幅に増加しているほか、卸売・小売業からの求人も2か月ぶりに前年比で7.5%増加した。一方、宿泊業・飲食サービス業は5か月ぶりに21.9%の減少となっている。
	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・求人票の掲示枚数は増えているが、日雇い建設労働者不足のため、いつまでも充足しない。そのため求人数も頭打ちになっている。
	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・医療業界の求人については、あまり変化がなく、看護士職を中心に人手不足が続いている。
やや悪くなっている			
悪くなっている	-	-	-