

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	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・外国人客向けの売上が、前年比で2.5倍という状況が半年ほど続いているほか、昨年の梅田地区の百貨店改装後は現金売上が落ち込んでいたが、影響が一巡したことなどで増加傾向に転じている。また、現在は家具やフォーマル衣料など、一部ではあるが、消費税増税前の駆け込み需要がみられる。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・消費税を控え、単価の高い白物家電、オール電化、リフォームの動きが活発である。
		家電量販店（企画担当）	単価の動き	・エアコン、冷蔵庫を中心とした、白物家電の売行きが好調である。特に、付加価値の高い高額商品の伸びが顕著であり、消費税増税の影響で販売単価が上がっている。
		住関連専門店（店員）	それ以外	・決算賞与が2年ぶりに支給されている。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・4月から消費税率が8%に上がるため、それまでにということ婚約指輪などのブライダル関係の宝飾品が売れており、それ以外の宝飾品も駆け込み需要がみられる。
		都市型ホテル（総務担当）	単価の動き	・宿泊客室の1部屋当たりの販売単価が高水準で推移している。特に、ビザの発給条件が緩和されたことで、アジアからの団体客が倍増し、客室の利用が増加した影響が大きい。
	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	・消費税増税前の駆け込み需要とみられる、物件の見積などが増えてきたように感じる。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	それ以外	・不動産売買や、事務所などの賃貸借契約の更新、設備の駆け込み発注が増えている。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・予想よりも消費税増税前の駆け込み需要の影響は大きく、10%以上の売上の増加要因となっている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・化粧品や家庭用品などの消耗品の動きが良い。
		百貨店（売場マネージャー）	単価の動き	・先月に続き、宝飾品、時計などの高額品の動きは良好である。ブライダルリングなどの消費税増税前の駆け込み需要や、海外ブランド品の価格改定などが呼び水となり、動きが良くなっている。全体として、高額品などの需要がある物は動きが活発になっている。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が本格化してきていると感じる。従来時計や海外の高級ブランド品に加えて、呉服や家具、婦人服の購入も増えてきている。実際に客からは、増税があるから今購入するという声が聞かれる。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・3月までは来客数や買上の増加が見込め、消費税増税前の駆け込み需要にも期待できる。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・今までは購入が高額品や耐久消費財に偏っていたが、消費税増税前でもあり、消耗品を中心に家庭用品などの販売量が増えている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月はバレンタインデー商戦も好調で、来客数も増えている。また、宝飾品など的高額商品の催事も好調に推移しており、前年実績を大きく上回っている。
スーパー（経営者）	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・消費税増税が近づき、高額品の販売は好調であるが、日用品やファッション関連は好調とは言い難い。	
	百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・消費税率引上げ前になり、特に化粧品の動きが活発になってきている。化粧品は約2か月周期で購入されるため、2月の早い段階で一度購入し、3月末にまた来店があると予想される。また、ハンカチや靴下など、春に需要が増える商品や、消耗品の特徴が強い商品も例年に比べて動きが良く、これも増税前の需要によるものである。	
	スーパー（経営者）	販売量の動き	・生鮮品を中心に、価格の上昇で売上は好調となっている。加工食品や日用消耗品は相変わらず、価格競争の激化による価格の下落傾向が続いていたが、月中旬ごろから日持ちのする紙や洗剤、おむつなどの販売点数が徐々に増えるなど、消費税増税前の駆け込み需要がみられる。この結果、農産物の価格は下がったものの、堅調な売上が続いている。	
	スーパー（店長）	お客様の様子	・異常気象の前後の消費の増加や、消費税増税前の駆け込み需要の兆しなど、消費者の動きが活発化しているように感じる。	

スーパー（店長）	販売量の動き	・高額品やまとめ買い対象の商品は動きが活発化しており、消費税増税前の需要が多少なりともみられるようになってきている。ただし、日常の買物自体は変わっていない。
スーパー（店長）	単価の動き	・白物家電などの高額品は消費税増税前の駆け込み需要が顕著に出始めており、これから直近の3月に向けてその傾向は更に強まる。
スーパー（店長）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要とみられる動きが出ている。特に、調味料や日用品、紙製品などの販売点数が徐々に伸びている。さらに3月は駆け込み需要が増え、売上増となる。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・大雪などの影響があったが、影響を相殺してプラスとなる反発力がある。消費税増税前の駆け込み需要が多少含まれるとしても、消費動向の底堅さは明らかである。
スーパー（企画）	来客数の動き	・今の景況感はこの3月一杯の限定的なものである。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・2～3年前にマンションが建てられたが、また近隣で3件のビルがマンションに建て替えられるため、作業員の利用が増加している。
衣料品専門店（営業・販売担当）	販売量の動き	・春物オーダースーツの注文が例年よりも早いほか、注文量も多い。
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・例年に比べて寒い日が続いたが、その割にはショールームに来る客が多い気がする。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・3月決算の会社が多いので、仕事量は増えている。ただし、受注済の商品を4月の消費税増税前に納品できるかで、悩んでいる所が多い。
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続いている。車検整備の台数も、例月に比べて増えている。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・確実に受注は増えている。ただし、価格が高く、買換えサイクルの長い商品を扱っており、車や住宅のように消費税増税前の駆け込み需要で売れている可能性もあるため、楽観はできない。
高級レストラン（スタッフ）	単価の動き	・ワインなどの客単価が、少し上がっているように感じる。
一般レストラン（経理担当）	来客数の動き	・来客数が前年に比べて1割以上増えている。個人消費の増加傾向の表れであり、外国人客の利用も多くなっている。
その他飲食 [コーヒーショップ]（店長）	単価の動き	・客単価がここ2年以上、下落していたが、年末ごろから改善してきている。
観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・2月の販売量も、前年実績や今月の目標をかなり上回ることができた。グループ、団体客もある程度好調であった上に、インターネット販売による個人客も好調であった。週末はもちろん、平日の稼働率も予想以上となっている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・来客数が増えている。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・消費税増税の駆け込み需要か、3月末までの予約状況は前年を上回っている。ただし、4月以降は前年並みとはいえない状況であり、消費税増税後の先行きは不透明である。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊部門の好調が全体を押し上げている。ビジネス客に加え、中国、韓国人の団体観光客が戻ってきており、勢いはないが、単価も上がり始めている。また、宴会部門も法人客を中心に前年を上回っている状態であり、3月末まではこのままで推移する。
旅行代理店（店長）	お客様の様子	・海外旅行の相談は、間際予約の低価格の商品は少なく、5月や8月の欧州向けなど、価格の高い商品の相談が増えている。
タクシー運転手	単価の動き	・流し営業での客の乗車機会が、以前よりも確実に増加している。
競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9,761円で、3か月前の客単価は9,089円であったため、やや良くなっている。ただし、先月、先々月と比べると悪くなっている。大雪や消費税増税などが影響しているのかもしれない。
競艇場（職員）	単価の動き	・客1人当たりの購入単価は上昇している。

	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	来客数の動き	・コンサートについては、すべての催しが満員となっている。なかには4日間のコンサートで立見客を一杯まで詰め込んだケースや、外国人歌手のコンサートが中高年の客で満員になったケースもある。
	美容室 (店員)	単価の動き	・パーマやカラーをする客が増え、単価が上がっている。
	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・客の購入意欲が少しずつ高まってきているように感じる。
	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	・消費税率が上がる前の駆け込み需要がみられる。
	その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・富裕層向け高額マンションの購入が活発化している。年収1000万円以上か、資産保有者でなければ購入できないような物件の下見や成約数が伸びている。
変わらない	商店街 (代表者)	競争相手の様子	・地域間競争の激化や、オーバーストアにより、売上が昨年を下回る状態が常態化している。
	一般小売店 [菓子] (経営企画担当)	販売量の動き	・2月現在と昨年11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2月が87.8%で、11月が107.8%、関東は2月が73.6%で、11月が101.8%、中部は2月が82.0%で、11月が86.0%、中国は2月が93.0%で、11月が102.9%となり、各地区合計の平均は2月が84.0%で、11月が101.3%となっている。11月時点では景気動向も上向きとみられたが、2月に入ってからバレンタイン商戦は非常に苦戦した。状況としては、まだ様子を見る必要がある。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	お客様の様子	・1月の売上は悪かったが、2月も同じく苦し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	・間もなく消費税増税となるが、増税前の駆け込み需要はほとんどないと感じる。消費者の購入先が多様化していることは分かるが、景気が完全に上向いているのであれば、小さな小売店の販売量も増えるはずであるが、それがみられない。
	一般小売店 [自転車] (店長)	販売量の動き	・例年に比べて、全然売上が増えていない。
	一般小売店 [野菜] (店長)	来客数の動き	・飲食関係の悪さが際立っている。
	一般小売店 [花] (店長)	販売量の動き	・去年の売上と比較すると、ほぼ同じであり、横ばいである。
	百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・今月は消費税増税前の対策として、高額品やオーダー商品などの訴求を図ったが、期待したほど売上は伸びていない。高額品の需要も一部の客のみである。ファッションアイテムでは、大半の客による購買が期待できるものの、需要が出てくるのは増税直前の3月と思われる。
	百貨店 (売場主任)	来客数の動き	・まだまだ社会全体が良くなっていない。特に東日本大震災関連の復興を含め、元通りになっていない。産業面でも、自動車以外の企業は不安定である。雇用についても不安定要素が多く、決して喜べるレベルではない。会社の合併や統合、閉鎖のほか、人員の整理、合理化など、企業が守りに入る動きもみられる。
	百貨店 (売場主任)	販売量の動き	・降雪などの影響を除いても、消費税増税前の駆け込み需要はいまだに目立っていない。冬物衣料から春物への切り替え時期はここ数年低調であるが、バレンタインデーのチョコレート関連の催事では、購買は好調となっている。
	百貨店 (売場主任)	単価の動き	・引き続き、時計や宝飾品、特選雑貨などの高額品の売上が良い。
	百貨店 (企画担当)	単価の動き	・消費税増税前で、高額品の動きが良くなっている。
	百貨店 (営業担当)	お客様の様子	・消費税率が上がる前に、高級化粧品などをまとめ買いする動きが出てきたが、宝飾品や美術品などの高額品の買上は一段落したようである。
	百貨店 (売場マネージャー)	お客様の様子	・エリアや店舗の特性にもよるが、特に消費税増税による駆け込み需要などはみられない。化粧品の好調には増税の影響も多少あるかもしれないが、真珠や宝飾品など、今買っておいた方が得な商品であっても、大きな反応はない。

百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月は雪の影響もあり、来客数が苦戦している。売上についても20日ごろまでは影響が続き、特に衣料品が不振である。ただし、後半に入り、雑貨関連の動きが活発となったほか、高額品は全般的に堅調な推移となっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・一部の家電商品には消費税増税前の需要がみられるが、低単価商品の動きは鈍い。
スーパー（広報担当）	来客数の動き	・消費税増税前の特需は大型白物家電を中心に継続している。一部の消耗雑貨にも動きがあり、消費は上向いているように見えるが、来店頻度は増えず、生活必需品への支出は相変わらず鈍い。
スーパー（社員）	単価の動き	・昨年は1年を通して低下傾向にあった買上単価が、先月から上昇に転じている。生鮮食品の相場高もあるが、全体的に高価格帯の商品の動きが良い。ただし、天候が厳しいなか、来客数が減少したことで、売上全体は伸び悩んでいる。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は相変わらず減少傾向にあるが、ファストフードやプレミアム商品の売上がやや増えているため、売上全体は横ばいである。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・ここ数か月、弁当やパンなどは、比較的好調な動きをみせている。ただし、たばこの販売は下げ止まらず、全体としては横ばい状態である。
家電量販店（店員）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要で高価な商品はよく売れているが、あくまで一時的なものである。4月からは販売量がかなり落ち込む。
乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・まだ現状が維持できているが、悪くなる気配を感じる。
自動車備品販売店（営業担当）	販売量の動き	・毎年2、3月は繁忙期であり、販売量はほかの月よりも多くなるが、今年は例年以上の売上があり、そのほとんどが消費税増税前の駆け込み需要によるものである。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・土日などの購入意欲が高まる日に天候不順が続き、来客数や買上点数が低調となっている。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・消費税増税前に購入意欲が高まっているようには感じられない。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・今のところは消費税率の引上げに伴う駆け込み需要はみられない。自動車などの大型消費材は例外である。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	販売量の動き	・春物の展開がスタートした2月下旬から、婦人服を中心に前年を上回る受注が目立ち、消費税増税を意識した動きが感じられる。
一般レストラン（店員）	来客数の動き	・来客数に大きな変化はない。
観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・特に、これといった回復の兆しはみられない。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・週末の悪天候で来客数や売上が半減し、厳しい状況にはなっているが、客単価は上がっている。
都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・春節の影響などで訪日旅行者が増え、売上は前年比で114%となっている。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・春商戦の動きは若干遅れ気味ではあるが、国内、海外旅行共にほぼ前年並みの動きである。元々旅行商品は内税表示（海外は非課税）であり、既に4月以降の商品価格も発表されているが、特にその影響は感じない。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・建設、不動産を中心とした消費税増税前の駆け込み需要と、物価上昇などによる消費マインドの低下が入り混じっている。
通信会社（企画担当）	単価の動き	・ゲームセンターのメダル貸出単価やプレイ料金が悪化傾向にある。
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	・海外からのインバウンド客の動きは好調であるが、それ以外は特に変化がない。レジャー消費の場合は、消費税増税前の駆け込みも起こりにくい。

	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	・当エリアの前年比の指標が、全国平均よりも悪い状況が続いている。ブックカフェなどの新パッケージの出店や改装が進んでいないことも影響している。
	住宅販売会社 （従業員）	お客様の様子	・一部に業績好調な企業もあるが、本格的な業績回復にはまだまだ時間がかかる企業が多く、まとまった費用が必要な事務所移転を前向きに検討する動きは少ない。
やや悪く なっている	商店街（代表 者）	お客様の様子	・消費税増税前に、多めに購入する客が多い。
	一般小売店〔時 計〕（経営者）	来客数の動き	・何件かの修理代金が遅れて入ってきたり、掛け時計の急ぎの購入が複数あったりしたことで、何とか今月はしのげた状態である。ただし、雪や寒さなどに大きく左右され、来客数がゼロの日が何日があるなど、厳しい状況となっている。来客数の減少が業況の悪化につながっている。
	一般小売店〔衣 服〕（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の影響が、自分の洋服は後回しなのかは分からないが、1、2月とジリ貧状態が続いている。
	一般小売店〔鮮 魚〕（営業担 当）	来客数の動き	・2月は例年以上に寒い日が多かったので、卸売の売上が前年の95%に減少したほか、客の出足も悪い。
	一般小売店〔精 肉〕（管理担 当）	販売量の動き	・年末は少し景気の変化が感じられたが、今年に入って、年末の反動が雪の影響かは分からないが、売上が外食を中心に減少している。消費税増税の影響も生鮮食品には関係がないため、4月へ向けての雰囲気も悪い。
	一般小売店〔雑 貨〕（店長）	来客数の動き	・少し離れた場所に大きな道路が開通し、コンビニエンスストアが2軒オープンしたことで車の流れが変わってしまい、これまでの固定客が減少している。
	スーパー（経営 者）	お客様の様子	・競合店が多いので、その日によって客がめまぐるしく動いている。価格によって左右される部分が多い。
	スーパー（店 長）	来客数の動き	・改装などの特殊要因により、来客数が大幅減となっている。ただし、百貨店の食品以外は好調が続いている様子であり、近隣の競合店でも消費税増税への準備を意識した商材が好調と聞いている。春の季節需要は高額商品を求める動きが強まっており、改装オープン後も、特に衣料品は苦戦を強いられそうである。
	スーパー（企画 担当）	単価の動き	・半径1キロ圏内に競合店が出店した影響が出ている。
	衣料品専門店 （販売担当）	単価の動き	・消費税増税の話をする客が増えている。
	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・新規顧客は若干増えたものの、絶対数は少ない。娯楽よりも、消費税増税前のまとめ買いの方が優先されている。
	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・消費税増税前のため財布のひもは固くなっている。飲食店は天候に左右されやすく、寒い日などは商店街も人通りが減り、歩いている人がいない状態である。
	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・今月は、週末の繁忙期に大雪が数回降った影響で、客足に大きな影響が出た。また、中旬以降はその影響もないはずであるが、全般的に低調な状態が続いている。
	一般レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・関西以外の地域と比べると、前年比の水準などが下回っており、その幅が拡大し始めている。
	スナック（経営 者）	来客数の動き	・通常と変わらず暇であった。2、3月は行事に合わせた来店をねらっている。
	都市型ホテル （マネー ジャー）	来客数の動き	・宿泊部門の外国人観光客の増加を除いては、宴会、食堂部門共に、前年を割り込む結果となった。宴会部門の法人需要は上向き気配もなく、食堂の個人消費も下降気味である。
旅行代理店（従 業員）	販売量の動き	・消費税率の引上げを控えて、消費マインドが低下している。	
旅行代理店（広 報担当）	お客様の様子	・消費税増税を控え、客の消費が旅行から耐久消費財へと向かっている。特に、春休みは旅行を控えて家電を買うという客が多い。	
タクシー運転手	来客数の動き	・ますます財布のひもが固くなる状況が続いている。駅やホテルにしても、動きは良くない。	
タクシー運転手	お客様の様子	・客の動きが日に日に悪くなっている。	
テーマパーク （職員）	来客数の動き	・消費税増税を控えているほか、観光がシーズンオフという理由もあるが、来客数の動きに勢いが無い。	

		パチンコ店（店員）	お客様の様子	・消費税増税前でまとめ買いする部分と、買い控える部分の差がはっきりしている。
		住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・相変わらず、建築原価の高騰と納期の遅れが続いている。
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・マンション事業用地の価格は高騰しているが、建設費は土地以上に急激に上がっている。事業用地を購入し、建築確認済証を取得したものの、建設費が事業採算内に収まらず、事業が止まるケースも出てきている。
		住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響で9月に請負契約が増えた反動が、まだ続いている。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の2月の来場数は、悪天候もあって前年比で1割以上減っている。
	悪くなっている	スーパー（店長）	来客数の動き	・過疎化が進んでおり、ファミリー層に支持されなくなっている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・雪などの天候不順の影響や、物価上昇の影響で、客足が増えてこない。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・今年の冬のバーゲン終了後から単価の低い商品が売れているだけで、高額品やぜいたく品については売行きが悪くなっている。今後も単価が高い商品は売れそうな気がしない。
企業動向関連 (近畿)	良くなっている	金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税率引上げ前の駆け込み受注の影響で、太陽光発電関連の生産が追い付かなくなっている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・戸建住宅や店舗向けの受注量が増加している。特に店舗向けが好調である。
	やや良くなっている	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・ギフト商品を中心に、受注量は若干増加しているが、消費税増税に関する需要もみられる。
		出版・印刷・関連産業（情報企画担当）	受注量や販売量の動き	・建築業界からの販促物の受注量は順調に増加している。その一方、弱電業界の動きはまだ鈍いが、太陽光発電のパネル業界では、電力会社によるエネルギーの買取価格がこのままで推移すれば、企業の取組がまだ増えと期待しているようである。
		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受注で、どの部門も非常に忙しくなっている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半信半疑ではあるが、ブランド品などが欲しい人にとっては、消費税率引上げの問題は小さいと判断している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・円安傾向が続いているお陰で、国内でもある程度の取引が続いている。世界経済の不調にも慣れて、国内市場は一時的に安定している。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・国内での引き合いが増加傾向にある。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・家具の売行きが昨年の130%と良い状態が続いており、消費税増税前の買物が明らかに増えている。
		輸送業（商品管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・消費税増税を控えているため、商品の売行きが良い。
		通信業（管理担当）	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み購入で景気は良くなっている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・4月の消費税増税を前に、折込件数が増えている。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・都心部のショッピングセンターでは、消費税率引上げ前の駆け込み需要の影響か、高額品の売行きが良い。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告の検討から発注までの期間が短くなってきている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・小売業の顧客では、消費税率引上げ前の駆け込み購入がみられる。一方、製造業の顧客では、ものづくり補助金などが大盤振る舞い状態であり、これを利用した設備投資が増えている。
		コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・以前から来客数や受注量は微増となっているが、大きく回復していると感じるほどではない。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2月とすれば少し良いように思われるが、あまり変わらない。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連、建築建材を中心に、荷動きが活発である。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・製造能力以上の受注があり、休日出勤などでの対応に追われている。

	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は原子力発電関連の顧客が多いが、この分野は景気の良くない状態が続いている。	
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・製造分野の設備は前向きに増えていると感じるが、先行きは不透明である。	
	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、受注量共に横ばいである。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	それ以外	・消費税率アップを控え、やや需要増の傾向だが、4月以降の需要の先食い感は否めないため。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が取りざたされているが、法人取引ではあまりそのような気配がない。一方、個人消費が増税後にどのように変化するかが不透明であり、既に買い控えが起きているようにも感じられる。	
	その他製造業【事務用品】（営業担当）	受注量や販売量の動き	・入学シーズンのため受注量は増加しているが、例年どおりの動きである。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・先月と比べて受注量などに変化はない。消費税増税前の駆け込み需要による発注などはみられない。	
	建設業（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、3月末に向けた工事が増えており忙しくなっているが、小規模工事が多いために売上はさほど増えていない。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月末までの工事の受注は好調であるが、技能労務者不足と賃金上昇、建設資材の調達難や価格の高騰で、収益は厳しい状況にある。	
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要かどうかは不明であるが、事務所のじゅう器入替え依頼が増えている。	
	金融業（営業担当）	競争相手の様子	・中小零細企業はまだまだ厳しい状態にある。年末にかなり活気があった分、消費税増税による駆け込み需要にはあまり活気がなく、アベノミクス効果も遠い昔のように感じる。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸からの事業所の撤退がますます進む一方、なかなか神戸には入ってこない。それに伴い、事務所や住宅のニーズが減っているため、賃料が下落したままである。	
	広告代理店（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が、ほぼ落ち着きつつある。	
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・経営コンサルタントとして、関西の家電関連の企業を顧客としているが、家電の回復状況が今一つである。また、親会社の利益が回復しても、周辺企業への好影響はまだ出てきていない。	
	その他サービス【自動車修理】（経営者）	取引先の様子	・これといった変化が感じられない。	
	その他非製造業【機械器具卸】（経営者）	取引先の様子	・輸入製品の値上げが非常に多くなってきている。	
	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	・消費税増税前の駆け込み需要が少しあるかと思ったが、そのような状況ではなかった。今月は大雪、寒さの影響で物流が途絶えた地区があったほか、外出を控える動きもあった影響で、荷動きも悪化している。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税率の引上げに伴う駆け込み需要がなくなっている。
		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	・毎週のように降った雪の影響からか、駅構内の店舗も、客足の減少による売上の悪化が目立っている。
	悪くなっている	-	-	
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	・3月までの案件はほぼ出そろった感じであり、派遣業界は非常に忙しい。一方、年度末に向けて、4月からの案件獲得の営業をしているが、今のところは消費税増税の影響は受けていない。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・アベノミクス効果の影響が良い方向に出ており、求人数に顕著に現れている。
		アウトソーシング企業（営業担当）	求職者数の動き	・この1か月で採用の難易度が一気に増した。以前は募集して3～5日で応募があった求人に応募がない。他社の募集賃金が上がっているようで、以前の単価では採用ができなくなりつつある。

	新聞社 [求人広告] (営業担当)	周辺企業の様子	・新聞広告の量からみると、消費税増税前の駆け込み需要の影響か、若干上向きの状態である。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・関西の地場企業からの広告出稿が増加の見通しである。不動産など、消費税増税の駆け込み需要に関係する企業の元気が良い。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人数が前年比で増えているほか、ハローワークからの求職者紹介が前年に比べて少なく、ほとんどないとの声も聞かれる。事業所同士で人員確保の競争となっており、3か月前と比べても景気が悪くなる要素が見当たらないことから、やや良くなっている。
	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・新規求人数も増えているが、製造業を中心に、求人募集を行う事業所数がかなり増えている。
	民間職業紹介機関 (大学担当)	採用者数の動き	・中堅企業の採用状況も良くなってきている。今後は良い人材の取り合いによる、採用難の動きも出てくる。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・新卒求人数が増加している。
	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・前年と比べて、求人数は増加している。
変わらない	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は増えているが、求人条件は変わらない。また、仕事が増えていることもあり、条件面に納得しなければ定着せず、次の仕事を探すため、求人数が減らない。なかなか良い条件の求人はないため、安定した雇用状態になっていない。
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	周辺企業の様子	・大阪では景気の高揚感が感じられない。
	新聞社 [求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・前月と同様に求人広告には伸びがみられず、今のところは現状維持の状況であるが、この先は減少しないか不安である。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・製造業の新規求人は相変わらず増えているが、建設業や運輸業、卸売業などが減少に転じ、全体の新規求人数は2年ぶりに前年をわずかながら下回った。また、新規求職者数は減少が続いているが、雇用保険を受給しない離職者数が増加傾向にある。ヘッドハンティングなどによる、失業期間を経ずに次の仕事に移る動きが増えているのかもしれない。
	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おり、卸売、小売業からの求人が前年比28.5%増と大幅に増えたほか、医療福祉の求人も増加している。一方、その他のサービス業の求人は、4か月ぶりに5.8%減となっている。
	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・日雇い労働者不足で必要な人員を確保できないため、受注を断っている建設会社が依然として多い。
	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・医療業界は慢性的に人手不足であり、求人数については例年並みの推移となっている。
やや悪くなっている	-	-	-
悪くなっている	-	-	-