

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（服飾品 担当）	来客数の動き	・都心立地の店舗は、広域からの集客がどんどん増えて いる。また、インバウンド客の増加も来客増の大き な要因となっている。1月は百貨店にとってセール月 であるが、今年は定価品の売上が良い。季節や気温に 関係なく、新商品を投入すれば早い反応がみられる。
		観光型ホテル （経営者）	来客数の動き	・団体客、個人客共に好調である。
	やや良く なっている	商店街（代表 者）	お客様の様子	・12月ごろから外国人観光客向けの免税売上が増加 し、売上が好調である。
		百貨店（企画担 当）	お客様の様子	・消費税増税後の売上低迷は継続しており、前年 にあった駆け込み需要の反動もみられる。ただし、昨年 10月以降、急激に増加している外国人客向けの売上の 増加で、今月は増収の見通しである。
		百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・食料品の動きはやや回復しているが、天候や気温要 因により、ファッション関連では動きの良い商品と悪 い商品に分かれている。
		百貨店（商品担 当）	来客数の動き	・中国を中心に、アジアからの観光客が増え続けてい る。特に、1000万円近くの高級ブランド品を自分用に 買う裕福な客が増えている。また、外商売上も好調で ある。
		百貨店（外商担 当）	販売量の動き	・年明けのクリアランスは、気温の低下もあり好調に 推移している。高額な宝石や海外ブランド品について も動きが出てきている。
		スーパー（社 員）	単価の動き	・年末年始の売上は多くの店で前年よりも増えてお り、この傾向はその後も続いている。競合が厳しく なった分、来客数は伸びていないものの、やや単価の 高いお値打ち品を求める客が増加し、全体の買上単価 の上昇につながっている。
		コンビニ（経営 者）	単価の動き	・ファストフードや弁当、おにぎり、デザートなど、 どれも付加価値の高いプレミアム商品の売上が好調 で、客単価が上昇している。
		コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・来客数が前年比で4%増となっている。急に寒く なってきたため、ひきたてホットコーヒーがアイス コーヒーと同じぐらい売れている。
		家電量販店（企 画担当）	来客数の動き	・全体的に来客数が増えており、それに伴って売上が 増えてきている。4Kテレビや省エネ家電への関心が 高まり、商品単価が上がってきている。
		乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・正月明け以降、雪が降ったこともあって、事故車修 理の仕事が多く入ってきており、毎日忙しい。
		乗用車販売店 （販売担当）	来客数の動き	・今月に入り、新車販売、サービス共に来客数が増え ている。
		その他専門店 〔医薬品〕（経 営者）	単価の動き	・消費税増税により、小売業には非常に厳しい状況が 続いていたが、年が変わって購入単価が上がっている 商品もある。商品を購入する際、客は少し良い商品 を選ぶようになってきている。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・繁華街では年末から確実に来客数が増えている。ビ ジネス街でも10名以内の小宴会の利用が増えているほ か、新規顧客も増えている。いずれも爆発的な勢いは ないが、来客数の増加につながっている。
		都市型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・宿泊に関しては、東アジアからの訪日客が大幅に増 加しているほか、国内客も同様に好調である。この半 年以上は同じ状況が続いており、単価も確実に上昇し ている。一方、宴会部門は前年比で微増程度であり、 消費税増税分をいまだに値上げしきれず、客単価は上 がっていない。食堂はディナータイムが苦戦している など、個人消費の伸び悩みが顕著である。
		都市型ホテル （客室担当）	単価の動き	・稼働率は依然として上昇中であり、客室単価も上 がっている。また、円安の影響でインバウンド客も順 調に増えている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は10,950円で、3か月前は9,587円 であった。ただし、正月の消費はその年の運試しの意 味合いもあるので、好調は一時的なものと考えられる。
		競艇場（職員）	単価の動き	・1人当たりの購買単価が、3か月前と比べて103% と上昇している。
住宅販売会社 （経営者）	お客様の様子	・春のシーズンに向けて、購入や住み替えの需要が高 まってきた。ただし、これは例年の動きである。		
住宅販売会社 （総務担当）	来客数の動き	・正月から展示場は営業している。来客数は前年並み であるものの、具体客が少し多い。		

	その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・年明け以降、新築マンションの販売センターへの来場数は増加している。また、来場者による検討の度合いも高まってきている。
変わらない	一般小売店[時計](経営者)	お客様の様子	・客の平均年齢が高いせいもあるが、新年を迎えた華やかさもなく、淡々と新しい年が変わったように感じる。低価格帯の腕時計が少し動いたものの、相変わらず割引が求められるなど、インターネットでの価格と比べられている。個人店としては割引にも限界があり、インターネットの無店舗販売には勝てない。流通経路が時代と共に変化するのは仕方がないが、個人店の景気が良くなる日が本当にくるのかどうかは、心もとない限りである。
	一般小売店[鮮魚](営業担当)	来客数の動き	・国内需要は、明らかに消費税率の引上げによる影響が続いている。その一方、インバウンド客はますます増加し、売上はアップしている。
	一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・新年のセールに期待したものの、販売量、来客数共に昨年よりも少し落ちている。消費者の購入先がインターネットも含めて大きく広がった影響もあるが、客1人当たりの購入数や購入金額が落ちている。消費者の買物はよりシビアになっている。
	一般小売店[衣服](経営者)	お客様の様子	・1月に入ってから、買物の動きに盛り上がりが出てきている。
	一般小売店[菓子](営業担当)	販売量の動き	・年末年始は各地で雪の影響が大きく、特に年末は売上が伸びなかった。注文が少なく、数字がなかなか上がらない。
	一般小売店[酒](社員)	来客数の動き	・来客数の前年比が悪化したままである。
	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・まだまだ景気が安定していないほか、長期的な見通しも立てられない。東北や神戸の復興も完全でないため、景気対策を早期に行うほか、赤字国債の減少、東北の原子力発電所問題の対策などに全力で取り組むべきである。
	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・今月は福袋などの初売りは好調であったものの、目標は未達の見通しである。前年は消費税増税前で、スーツやコートの重衣料の売上が好調であったが、今月中盤以降はその反動が顕著になってきている。インバウンド客の需要は好調に推移しているが、国内需要は厳しい状況にある。客はバーゲンでも、価値のある商品でなければ購入しない傾向が強くなっている。
	百貨店(企画担当)	お客様の様子	・正月の福袋など、入っている物が分からない商品の購入が減っている。一方、クリアランスの売上は好調である。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・海外からの観光客による買上は化粧品や宝飾品などで非常に伸びているが、富裕層の優良顧客による高額品の買上は減ってきている。
	百貨店(サービス担当)	お客様の様子	・今月の初売りは最大の来客数を記録したが、1月全体では大きな変化はない。前年の実績は上回っており、来客数やレジ客数も同様の推移となっている。
	百貨店(商品担当)	販売量の動き	・1月は正月休みが前年よりも1日少なく、雪の影響もあったため、特に郊外店は厳しいスタートとなった。また、ファッション商材の冬物セールに勢いがなく、従来のような福袋と値下げによるスタートダッシュが切れていない。
	百貨店(営業企画)	来客数の動き	・来客数の前年比は、10月が6.7%減、11月が0.1%増、12月が3.2%減、1月は25日現在で4.1%減となっている。
	百貨店(売場マネージャー)	お客様の様子	・消費は悪い状態が続いている。回復の大きなきっかけがないことが、主な理由として考えられる。一方、ギフトの解体や再値下げのセールといった底値企画のほか、量販品の売場には反応がある。
スーパー(経営者)	来客数の動き	・先月、近隣に相次いで競合店がオープンし、極端な価格攻勢が続いている。また、正月は思わぬ降雪により、来客数が大幅に減少した。その後の週末も、近隣競合店も含めて客の分散傾向が続いている。	
スーパー(経営者)	お客様の様子	・年末は大きな盛り上がりもなく、今月に入って一段と客単価や買物の量が落ちている。客の買物に対する姿勢が慎重になっている。	
スーパー(店長)	お客様の様子	・社会的に食品への異物混入が話題となったが、来客数、単価共に上向いている。景気は良くなりつつあり、影響が出ているようには感じない。	

スーパー（店長）	販売量の動き	・正月関連で必要な商品だけが堅調に動いており、全体的には節約志向が続いている。食品以外のバーゲンも低調で、衝動買いも極めて少ない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・そろそろ昨年が消費税増税前で、需要が増加した時期となる。消費者の買物を見ると、昨年から購入点数を減らし、少し良い物を選択する傾向が定着してきたが、今まで以上に吟味が厳しい。食品以外では昨年に購入した物がまだ残っているため、特に耐久消費財や重衣料の動きが鈍い。
スーパー（店長）	販売量の動き	・価格訴求商品の売上点数が伸びていない。客もただ安いだけでは購入しなくなってきている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・一時的に食品への異物混入の報道が過熱し、売上への影響も懸念されたが、消費者の冷静な判断により沈静化しつつある。このため、引き続き売上は堅調に推移している。
スーパー（広報担当）	来客数の動き	・食料品は比較的堅調に推移しているものの、衣料品を中心とした季節商材の動きが相変わらず鈍い。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・従来と同様に、購入点数が増えない。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・ドーナツなどの新しい商品の販売が始まり、売上への貢献がみられるが、全体的には横ばい状態である。
コンビニ（広告担当）	お客様の様子	・昨年の消費税増税以降、景気の下向き傾向が続いている。特に、関西エリアは増税や値上げに対し、消費者がシビアに反応している。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・ファストフードや焼きたてパンの売上はやや好調であるが、全体的に大きな変化はない。
衣料品専門店（販売担当）	単価の動き	・昨年以降、買い控えが続いている。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・家電製品の買換えサイクルが長くなっており、故障しない限り、使い続ける客が増えている。
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・ガソリンの値下がりなどで多少は良くなっているが、客がガソリンを使って忙しく動き回るような状況ではない。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・テレビや新聞で見聞きする情報と、自分の身の回りの景気に、客は大きなギャップを感じている。不安感から購買意欲が低下している。
乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・3月の決算時期に向けて、集客数、利益率は上向いているが、例年に比べて来店数は15%減少している。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・販売量の動きに大きな変化はないが、消費意欲は戻ってきている気がする。
その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・消費税増税がしばらく延期されたため、少し落ち着いている。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・催事においても、客によって購買意欲に差がある。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・正月の営業は例年になく好調であったが、2週目以降は、来客数の前年比がほぼ3か月前の水準に戻っている。客単価のアップにより、前年の売上を維持している状況である。
一般レストラン（店員）	来客数の動き	・年が明けてからの2週間は非常に良かったが、それ以降は昨年と同じ動きである。
一般レストラン（経理担当）	来客数の動き	・法人関連の宴会については、前年と同様のペースで推移している。ただし、衆議院選挙期間中の売上は、前年比で3%落ち込んでいる。
スナック（経営者）	来客数の動き	・半月休業し、リフレッシュして再開した。新規客の来店を期待したところ、結局は常連客が中心となったが、以前と変わらずに経営することができている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・昨年は和歌山で大型観光キャンペーンが実施され、集客に成功したようであるが、その後は客足が落ちている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・客は価格だけで判断せず、お金を払う価値のある物と、そうでない物の判断をよりシビアに行っている。景気によって、旅館ごとの調子の良し悪しが分かっているわけではない。
観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・来客数は、依然として前年を下回っている。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・年末年始の予約状況や、忘年会、新年会の動きは昨年とほぼ同じであるが、会議や研修の予約状況は悪い。その反面、宿泊は好調を保っているため、販売量は昨年水準を維持している。

	都市型ホテル (総務担当)	単価の動き	・宿泊の客室単価は依然として高水準を保っている。
	都市型ホテル (管理担当)	それ以外	・客室部門は、円安効果で引き続き好調に推移している。ただし、料飲部門は輸入食材の値上がりや消費税率のアップで苦戦が続いている。
	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・国内旅行はまずまずで、海外旅行は不調という傾向に変化はないほか、いわゆる間際需要が弱い。前月末までは前年並みの予約が入っていても、その後の間際販売が少ないため、最終的には前年を下回る形となっている。
	旅行代理店(店長)	お客様の様子	・海外旅行の予約は、世界情勢の問題で減っている。国内旅行は昨年並みに戻りつつあるものの、景気の回復によるものではなく、毎年行くからといった理由が多い。単価も特に変化はない。
	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・自然災害などの影響が、国内、海外旅行共に出ており、個人消費の動きが鈍くなっている。
	旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・春休みの旅行受注が芳しくなく、卒業旅行も足踏み状態である。大きく受注が増えるようなトピックスもないため、状況は変わらない。
	タクシー運転手	お客様の様子	・年末年始の繁忙期には、予想どおりの営業収入が上がっている。
	タクシー運転手	競争相手の様子	・年末や正月の反動で徐々にひまとなったが、全体的には建築関係が忙しく、結構動いている。
	通信会社(経営者)	お客様の様子	・原材料費などの高騰が進んでいる。
	通信会社(社員)	販売量の動き	・新規加入者は獲得できているが、それと同時に解約数も増えてきている。相殺すれば、加入増とはいえない状況である。
	観光名所(企画担当)	来客数の動き	・年末は少し回復傾向にあったが、1月になり再び停滞気味となっている。
	ゴルフ場(支配人)	それ以外	・予約状況を見ると昨年並みであるため、状況に変化はないと感じる。
	パチンコ店(店員)	お客様の様子	・景気が良い話は聞かれない。
	その他レジャー施設[飲食・物販系滞在型施設](企画担当)	販売量の動き	・インバウンド客は堅調に増えているが、トータルとしては特に伸びていない。国内消費の鈍さが感じられる。
	美容室(経営者)	来客数の動き	・年配客は、雨が降ったり寒くなったりすると、家から出たがらない。
	美容室(店員)	単価の動き	・冬になって単価は落ちているが、来店周期は変わっていない。
	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	・年末のキャンペーンの好調が年初も続いており、レンタル、CD販売、書籍共に、前年並みで推移している。
	住宅販売会社(経営者)	単価の動き	・住宅販売数や仕入原価には変化がなく、安定している。
	住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・近畿圏の新築マンション販売に関しては、建築費の高騰で販売価格を上げざるを得ず、適正価格とのかい離で販売を見合わせている物件が出てきている。
やや悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・節約のため、客は買物の頻度を減らしている。
	一般小売店[珈琲](経営者)	お客様の様子	・消費税増税後、各店舗の来客数は減少が続いている。10月ごろからは円安で仕入価格が値上がりしたものの、販売価格には転嫁できていない。
	一般小売店[精肉](管理担当)	販売量の動き	・正月ムードが終わり、学校が始まると通常のおかずの購入も減っている。特に、成人の日の三連休が終わってからは、週末の盛り上がりも少ない。その割に牛肉の相場は年末と同じ水準で推移しており、セールもかけにくい状態である。
	一般小売店[花](店長)	販売量の動き	・販売量、来客数共にかなり減少している。消費税率引上げの影響かどうかは分からないが、今後も良くならないと感じる。
	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・来客数の減少の内訳を調べると、子育て世代である30~40代の減少が際立っている。もともと育児で金銭的に余裕のなかった顧客層が、昨今の物価上昇による影響を受け、更に生活防衛せざるを得なくなっている。

百貨店（売場主任）	販売量の動き	・降雪による初売りの売上や来客数の減少を取り戻すことなく、1月が終了した。セールも以前に比べるとまとめ買いが少なく、必要な物だけを購入する傾向がみられる。インバウンド客向けの売上は前年の3倍で推移し、全館売上の約3%にまで増加したほか、富裕層を中心とした高額品や目新しい商材の動きも良いが、全体的には消費は鈍化している。
百貨店（販促担当）	販売量の動き	・クリアランスが始まり、衣料品が苦戦しているほか、重衣料も低調で、客単価は下がっている。月後半は季節需要が中心となるが、定価品の動きは前年並みである。一方、食品や雑貨、高額品は堅調に推移している。
百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・1月のセールの立ち上がりなど、月初めは順調にスタートしたが、その後は入店客数が中だるみとなっている。入店客数は盛り上がりには欠けた昨年に比べても減少が続いており、1月に入って更に3%ほど悪化している。前年の売上は、海外高額品の値上げや消費税増税前の駆け込み需要などで伸びたため、いまだに取り戻すまでには至っていない。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・近隣に競合店が出店した影響もあるが、生活雑貨を中心に主婦層に支えられていた消耗品や、紳士用雑貨の低迷に歯止めがかからない。特價品の動きは前年並みであるが、定価品が不振である。
スーパー（店長）	販売量の動き	・食品の動きは堅調であるが、日用品以外は衣料品を中心に良くない。来客数の減少を単価や買上点数の改善で補っている状況である。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・1月になって来客数の前年比が更に3ポイント低下し、92%となっている。明確な原因はよく分からない。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・客の購入意欲が低い。消費税増税は先送りとなったが、賃金が増加していないため、なかなか購入には至らない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・外食全般の動きが大きく落ち込んでいるわけではないが、下降傾向にあるように感じる。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	単価の動き	・客の購入個数が低迷しており、買上単価も1月は前年比で5%近く落ち込んでいる。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・例年どおり年末年始の反動が出ており、客足は伸び悩んでいる。
高級レストラン（企画）	来客数の動き	・飲食に関しては、単価が比較的低い個人客の動きが鈍い。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	来客数の動き	・消費税増税後、単価は上昇しているが、税抜額ベースではさほど変わらない。一方、来客数は徐々に減少している。収入が増えていないにもかかわらず、支出が増えるため、消費者の買い控えが目立つ。一方、福袋商品などは前年を超える販売量となっている。
観光型旅館（経営者）	単価の動き	・正月の3日間が悪天候となり、客足が遠のいて収益に影響が出ている。客単価も大きな落ち込みとなり、3か月前よりも30%低下している。
タクシー運転手	お客様の様子	・日に日に落ち込んできている。
テーマパーク（職員）	販売量の動き	・結果として、衆議院選挙の影響が悪い方に出てしまっている印象がある。
美容室（店長）	単価の動き	・メーカーからの化粧品の仕入価格が引き上げられ、非常に厳しくなっている。
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）	販売量の動き	・住宅販売では在庫が増加している。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	お客様の様子	・例年1月の住宅展示場は来場が多いが、今年は大型集客イベントの来場も芳しくなく、前年比で1割減となった。また、景品やイベント目的の来場が多く、モデルハウスの見学者が減少している。
悪くなっている	一般小売店〔花〕（店員）	お客様の様子 ・客の購買意欲が落ちていると感じられる。

		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・初売りの1月2～3日は、積雪で来客数に影響が出たことはやむを得ないが、その後のバーゲンセールでも婦人衣料を中心に売上が伸びていない。今年のような厳冬の年には、防寒具がもっと動くはずであるが、消費者の財布のひもは固い。
		百貨店（売場マネージャー）	単価の動き	・1月のバーゲンの時期となったが、来客数は前年比で2けた減とかなり厳しい状況である。さらに、来店客の購買意欲も低く、客単価も低下している。昨年が消費税増税前で堅調に推移していたことを除いても、例年よりも更に10%近く悪化している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の減少傾向に歯止めがかからず、食品以外は厳しい状況となっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・特に、食品以外の来客数が減少している。元気な人は大型ショッピングセンターに行っている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・最近では来客数が減少しているほか、本当に必要な物しか購入しなくなってきたため、売上が減少している。その原因は分からないが、財布のひもが固くなっていることは事実である。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・アベノミクスなどといわれているが、やはり消費者は景気が悪い。特に、年金生活者や高齢者は来店が少なく、近くのスーパーも人がまばらである。
企業 動向 関連 (近畿)	良くなっている	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・当社は鉄鋼関連の顧客が多いが、最近になって大規模な投資計画が出てきており、引き合いが活発となっている。
	やや良くなっている	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が増加している。
		輸送業（営業所長）	取引先の様子	・立地条件の良い場所や、現在よりも大きめの事務所に移転する企業が多くなっている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体、インターネット媒体共に、売上が前年よりも少し増えてきている。
	変わらない	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・取引先が販売価格を下げているにもかかわらず、販売数量は伸びていない。消費者の購買は確実に減っていると感じる。
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響がまだ需要面に残っている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節的要因を考慮すれば、変化はない。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・米国の大型金融機関の破たん時に近い動きの悪さで、周囲の経営者仲間に聞いても悪い。関西は相当に悪いように感じる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年明けの立ち上がりが例年に比べてかなり遅い。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・国内向けの商品に大きな変化はなく、低位安定状態で推移しているが、海外向け商品には引き合いが出てきている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気の動向が大きな転換点にあると感じている。受注量や販売量の動きだけでなく、受注価格や販売価格の動きも景気が悪いことを示している。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・公共事業関連の仕事は動いている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・住宅向けや学童向け商品の受注量が良くない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・国内外の案件の受注競争が激化し、受注額は伸び悩んでいるが、いつも年明けから3か月ぐらいは動きが鈍くなる。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・年末年始の動きは例年と変わらず、受注量や売上にも変化がない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年始から受注が少し鈍っている。これから増えていくことを期待したいが、今のところ動きは弱い。ただし、太陽光発電関連は今年度中の発電開始を目指す動きもあるため、状況は良い。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・新築住宅の案件が少なくなってきた気がする。同時にリフォームの単価も低下傾向にある。

	建設業（経営者）	競争相手の様子	・年度末に向けた公共工事の入札不調が増えてきている。工期の問題や、現場技術員や技能労務者不足などが原因となっている。今後は民間関係の工事も同じような状況になってくる。	
	通信業（管理担当）	取引先の様子	・客に活気がなく、価格も微妙に高いなど、芳しくない状況である。	
	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・円安が進んでおり、販売価格に大きな影響が出ている業種も見受けられる。	
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・原油価格が下がり続けている。相場があまり急激に乱高下すると、いずれ揺り戻しが来る。しばらくは原油価格に翻ろうされそうな気がする。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸から事業所がなくなってきており、事務所や住宅のニーズが減少している。これは神戸だけではなく、関西全域の動きでもある。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込収入がやや増えているが、購読数が減っている。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末から特に大きな動きはない。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・冬物のバーゲンでは、月初めは景気が良いと感じたが、郊外のショッピングセンターでは中旬以降の人数が激減している。	
	経営コンサルタント	受注価格や販売価格の動き	・今年度に入ってから、当社への発注は増加しているが、対応できる件数が限られているため、特に景気が良くなったという印象はない。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	取引先の様子	・年明け早々に業者からの仕事は入ってきたものの、その後が少ない。	
	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	・正月の3日までは人出も多く、駅構内は大いににぎわい、特に土産物は好調に推移した。ただし、4日以降は例年にない反動があり、その影響は月末まで尾を引いている。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・輸入商品の原価が上がってきているため、得意先に値上げを要請しているが、今のところは受けてもらえない。夏場ぐらいまでは粗利益が減少する。	
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	・1月に入り、前年を少し上回るぐらいの製造量となっているが、逆に売上は減少している。需要が安価な商品に流れているため、原価の高騰などもあり、同じ手間をかけても利益が出ない状態になっている。	
	食料品製造業（経理担当）	それ以外	・寒さが厳しいためか、客の動きが非常に悪く、売上も前年比で5%程度減っている。	
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・催事での1日の売上が、前年よりも10%減っている。販売額の確保のために参加しているが、その分だけ経費が増え、採算は悪くなっている。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・例年7～8月、1～2月は受注が減るという季節的要因はあるものの、例年以上に落ち込んでいる。単価の下落も影響している。	
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車や電子部品、建築関連の全般にわたって、販売数量が前年比で約9%落ちている。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末年始ということもあるが、受注、販売量共に下降線をたどっている。	
	金属製品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・売上は堅調であるが、コスト上昇分を価格に転嫁できない状況が続く、採算が大幅に悪化している。	
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・配達件数が昨年よりも15%ほど減っている。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・取引先からの特価での業務依頼が増えたが、受注には至っていない。同業他社も年度末に向けてかなり価格を下げ、荷物の動きを増やしている。	
	悪くなっている	金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・今年に入ってから急激に受注が減っている。関西では目立った案件がない。
雇用関連 (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	・昨年末からの忙しさが一度収まりかけたが、今年に入って各企業とも雇用に対してかなり積極的になってきている。年度末まではこの状態が続く。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・1月はあまり動きのない月であったが、求人数の増加が続くなかで、長期案件が増えている。特に、事務職の増員などの案件が多くみられる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・訪日外国人客の増加に伴い、小売業や宿泊業を中心に新規求人数が増加傾向にある。

変わらない	人材派遣会社 (支店長)	求職者数の動き	・派遣登録者が極端に減っている。世の中の景気自体は良いのかもしれない。
	人材派遣会社 (役員)	それ以外	・企業の求人に対する求職者の数は、依然として不足しており、派遣時給は確実に上がっている。時給を上げないと人が集まらない状況は、3か月前と変わっていない。
	人材派遣会社 (営業担当)	採用者数の動き	・採用者数に大きな増減はなく、欠員補充での募集がほとんどである。
	アウトソーシング企業(社員)	雇用形態の様子	・正職員は雇用形態や給料の見直しが検討されている一方、それ以外の職員は何も変わらない。
	新聞社[求人広告] (担当者)	それ以外	・好調のまま推移しており、円安で利益増となる企業が増えている。
	新聞社[求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・大阪、奈良、京都を中心に海外からの旅行者が増加し、免税対象商品の販売が拡大している。これに対応する企業や店舗が、人材を求める傾向が強まってきている。
	新聞社[求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・直近の求人広告は前月に続いてやや増加したが、季節的な要因と思われる、景気の方向性を明確に示すものではない。この傾向が1月以降も続くようであれば、上向きという判断も可能であるが、時期尚早である。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数は前年に比べて増えており、事業所からも景気は良くなっているとの声が聞かれるが、3か月前との比較では変わらない。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年比で4.8%増加した。外国人観光客の増加で好調な宿泊業は、2か月連続の大幅増となったほか、多くの業種で増加している。一方、今までけん引役となっていた製造業で2か月連続の減少となったほか、卸売業、小売業、建設業も減少した。一方、求職者数は引き続き減少傾向である。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・新規求職申込件数は、昨年4月から減少傾向にあり、特に事業主都合離職者の減少が顕著となっている。一方、転職希望の在職者の割合も低下しているなど、景気回復時にみられる求職者の動きがない。
学校[大学] (就職担当)	周辺企業の様子	・企業の人事担当者からは、採用数は増加しているが、決して景気が良くなったからではないとの話をよく聞く。	
学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・求人数は年が明けて少し増加しているが、あまり変化はない。	
やや悪くなっている	民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・建設業を中心とした日雇い求人の前年比での減少幅が、この数か月で少し拡大している。
悪くなっている	-	-	-