

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）	販売量の動き	・例年2月は冬物と春物の端境期であり、冬物が終了しても、春物はまだまだ気温の影響で売れない。ただし、今年は最近の傾向である、外国人観光客の買上が特に都心店舗で多く、化粧品や雑貨商材の売行きが好調に推移している。本国に未展開の商材は特に人気であり、まとめ買いをする客が多数みられた。一方、国内消費は春物というよりも新商材への反応が良く、消費税増税前の駆け込み需要があった前年を超える勢いがある。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・地元の同業者からも、来客数が増え、宿泊予約を断ることが非常に多くなっているとの話を聞く。また、2月の旧正月前後はアジアからの外国人客も多く、販売量の増加につながっている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・団体客や個人客の予約が好調である。
やや良く なっている		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・インバウンド客によって来客数が増えており、相乗効果で日本人の来店も増えている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・客が好む、値ごろの商品が売れている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・1月と違って少し上向き傾向である。昨年の耐震工事の影響が少し和らぎ、入店数が上向いたことで、販売量も改善している。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・春物を中心に衣料品が若干動き出しており、悪化度合いは改善してきた。ただし、食品は相変わらず、競合店に客を取られたままである。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・インバウンド客の売上は驚異的に増えている。さらに、月後半からは富裕層の優良顧客による、海外の高級ブランド品や金製品の仏具などへの引き合いがあり、好調に推移している。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・宝飾品や高級時計のほか、海外ブランド品が依然として好調に推移している。昨年は消費税増税前の駆け込み需要が始まっていたことを考えれば、売上は堅調である。また、インバウンド関連の売上はかなりのペースで増えており、店の売上を支えている。
		百貨店（営業企画）	来客数の動き	・2月の入店客数は前年比で0.1%減と、ほぼ前年並みに回復した。昨年の9月から今年の1月までは3.1%減であった。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・消費税増税後の販売数量は2年前に比べてマイナスが続いていたが、今月に入り3%増で推移している。
		百貨店（売場マネージャー）	それ以外	・担当している売場ではインバウンド効果が大きく、他店に比べるとまだまだではあるものの、消費の力強さを感じる。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・消費税増税から間もなく1年を迎え、消費には影響が織り込まれつつある。株価も高値を更新し、春節などのインバウンド関連も活況であるなど、景況感是好転している。ただし、衣料品や住居関連では、昨年の消費税増税前の駆け込み需要の反動が出ている。
		スーパー（社員）	競争相手の様子	・各店舗の競合店が、チラシの投入回数やイベント回数を増やしていると感じている。当社も販促を増加させているものの、客や売上を奪い合うというよりも、お互いの増加につながるケースが多いようである。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・節分やバレンタインなどのイベント関連商品の売上が例年よりも好調で、前年比でそれぞれ110%以上となっている。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・客に動きが出ている。
		自動車備品販売店（営業担当）	販売量の動き	・新車販売台数が右肩上がりとなっている。
		住関連専門店（店員）	販売量の動き	・高額商品の売上構成比が、前月比で10%上昇している。
一般レストラン（経営者）	単価の動き	・想定していた販売量を上回っているが、閑散期対策として宣伝費などが多めに使われたため、店としての景気は横ばいである。ただし、少し高価な商品がたくさん売れたり、大人数での歓送迎会が増えてきたりと、全体としては少し回復してきたと感じる。		

一般レストラン (企画)	販売量の動き	・前年の11月から上向き傾向となっており、前年実績を4か月連続でクリアしている。関東の店舗と比較しても、売上の前年比は4ポイント程度高水準となっている。	
一般レストラン (経理担当)	来客数の動き	・春節により中国からの来客数が増加している。通常であれば2月と8月は低迷するが、その部分をインバウンド客の増加でカバーしている。	
一般レストラン (店員)	来客数の動き	・例年は3月から徐々に数字は良くなるが、今年は月末の週から来客が多い。	
その他飲食 [コーヒー ショップ](店 長)	来客数の動き	・円安や春節の影響で、アジアを含めた観光客の需要が目に見えて増加している。	
観光型旅館(団 体役員)	来客数の動き	・来客数は前年比で少し増えているが、消費単価は前年比で101~102%という水準である。	
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊は稼働率、単価共に上昇を続けている。特に、東アジアからの団体客やテーマパーク目当ての国内客の増加が継続しており、ここ1年は同じような状況となっている。一方、宴会部門は前年比で若干の増減はみられ、今月は何とか前年を上回ったものの、食堂は個人客の減少に歯止めがかからない。特に、ディナータイムが大幅に減少している。	
都市型ホテル (総務担当)	単価の動き	・海外からの客が多く、全体的に客室単価を押し上げている。	
都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・大阪の観光需要は依然として好調であり、インバウンド関連も順調に予約が伸びている。稼働率も秋の好調時と変わらない水準で推移している。	
旅行代理店(経 営者)	販売量の動き	・1月後半から店頭がにぎわい始め、今月も継続している。受付内容は、国内旅行の単価が昨年を大きく上回っており、海外旅行の大きな落ち込みをカバーしている。欧州を中心としたテロやイスラム国関連の不安から、海外旅行から国内旅行に変更されていると感じる。	
競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は10,519円で、3か月前の9,610円よりも上がっている。	
競艇場(職員)	単価の動き	・1人当たりの購買単価が前年比で110%と、10ポイント伸びている。	
その他レジャー 施設[イベント ホール](職 員)	それ以外	・大阪市の公務員給与が、数年ぶりにベースアップとなる。依然として一律カットは続くため、実質的にはほとんど増えないものの、大きな変化である。	
住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・売り出される土地の価格が確実に上がってきている。市場が景気回復の気配を敏感に感じ取っている。	
住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・マンションのモデルルームへの来場状況は、今年の1月までは少し陰りがみられたが、2月に入ってから増加傾向にある。	
その他住宅[情 報誌](編集 者)	お客様の様子	・分譲マンション市場では高額物件を中心に堅調な動きがみられ、1次取得者向けの物件も概ね順調である。更なる住宅ローン金利の低下も、購入を後押ししている。	
変わらない	商店街(代表 者)	お客様の様子	・昨年11月以来、売上が好調である。インバウンド効果で前年よりも数%増加している。
一般小売店[事 務用品](経 営者)	販売量の動き	・商店街の通行客の動きや、来店客と店とのやりとりからは、予定している物しか買わず、かなり財布のひもを締めていることが分かる。良い商品をPRしても衝動買いにつながらず、なかなか深刻である。	
一般小売店[時 計](経営者)	来客数の動き	・不安定な天候が大きく影響しているが、来客数がかなり少ない。電池交換などで持ち込まれる時計をみても、従来のメーカー品よりも、多くの店で売っているファッション時計が目につく。純粋なメーカー品しか扱えない店としては、大きな危機感を感じる。	
一般小売店[菓 子](経営企 画 担当)	販売量の動き	・2月と昨年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119.1%で、11月が105.1%、関東は2月が113.1%で、11月が97.2%、中部は2月が97.6%で、11月が92.4%、中国は2月が91.5%で、11月が124.8%となり、各地区合計の平均は2月が109.3%で、11月が103.5%と、全国的に良い方向へ動いているようにみえる。昨年のパレンタインの動きが非常に悪かったため、前年比だけでみれば良くなっているが、実際には引き続き悪い状態が続いている。	

一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・春物衣料の出足が鈍い。まだ寒さが残っているせいではあるが、消費者の様子をみると購買意欲が低く、販売量の減少につながっている。
一般小売店〔酒〕（社員）	来客数の動き	・前年比で数字は好転しているが、売上の水準は決して高くない。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・月前半はバーゲンの動きが良く、好調に推移したが、中盤から後半にかけて失速し、売上目標は未達となる見込みである。インバウンド客の需要は高まっているが、国内客の消費動向は慎重である。欲しい商品は少々値段が高くても購入するが、低価格指向も強まっており、二極化が一層進んでいる。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・依然として、購買動向は日々変化している。限定品や特定のブランド品の動きは良いが、季節品やブランド品ではない商品は不調である。海外からの観光客には活発な動きがみられるが、一時的なものと考えられる。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・中国人を中心としたインバウンド客の消費増で、表面上は売上を維持しているが、昨年の消費税増税前の駆け込み需要で増えた売上を上回れるかどうかは、綱渡り状態にある。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・春節による外国人観光客の売上増加や、昨年の消費税増税前の高額品を中心とした駆け込み需要の反動減により、ほぼ前年並みの売上となっている。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・春節でたくさんの訪日外国人が関西を訪れているため、外国人向けの売上は伸びているものの、従来の客の買物状況は変わらない。
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春節による中国人観光客の増加により、店頭はにぎやかな雰囲気となり、来客数などは好調に推移した。ただし、日本人の購買意欲が低下しており、店全体としての売上傾向に変化はなく、前年並みの水準で推移している。
百貨店（商品担当）	来客数の動き	・百貨店ではインバウンド向けの売上だけが順調で、売上が伸びている。ただし、それ以外では苦戦している。
百貨店（販促担当）	単価の動き	・高級ブランドの不振などで、客単価が低下している。消費税増税前の駆け込み需要の反動が高額品に出ており、客単価を押し下げている。来客数は堅調に推移しており、インバウンド関連の売上も前年比で3倍と好調ではあるが、反動減を吸収しきれしていない。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・売上シェアが高い冬物セールは大変厳しく、全体的には不調である。ただし、中国を中心としたインバウンド客向けの売上は好調に推移している。
百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・月前半はバレンタイン需要などもあり、来客数は回復気味に推移した。ただし、昨年の消費税増税前の駆け込み需要により、後半になるにつれて販売量の前年比は厳しい状況にある。春節などでインバウンド関連は好調に推移しているが、足元の状況は厳しい。
スーパー（経営者）	単価の動き	・競合店が近くに多いため、客が目玉商品を買回るといった流れが続いている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・依然として購買動向には節約志向が感じられる。今月でいえば、節分や就職活動、入学・卒業といった、はっきりとした需要に関する部分のみが堅調で、そのほかはあまり芳しくない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・食料品が安定的に推移するなか、気温や天候の影響もあり、食品以外は苦戦が続いている。景気回復の判断は、非常に難しい状況にある。
スーパー（店長）	それ以外	・売上の前年比は97～98%と横ばい状態が続いている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数に変化はみられない。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・購買点数が増加しない。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・直営店に変わって1年4か月となるが、赤字から抜け出せない状態が続いている。チラシを出したり、抽選会を行ったりと手を打っているが、売上は横ばいである。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・やや悪いままで変わらず、日々の買物に関しては回復がみられない。
衣料品専門店（販売担当）	単価の動き	・客の間に買い控えがみられ、単価が落ちてきている。

家電量販店（経営者）	お客様の様子	・故障しない限り家電品を買い換えない客が多く、販売量が増える傾向にはない。
家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・テレビ放送の問題で、テレビの買い換えが進んでいるほか、省エネ住宅ポイントの開始により、二重窓やリフォーム需要の増加が顕著になっている。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・ガソリン安の影響が、ハイブリッド車の売行きが悪化している。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・決算に合わせたキャンペーンや新型車の販売の告知を早い段階から行っているが、反応は芳しくない。やむを得ない事情がなければ、乗り換える意思がみられない。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売量はほとんど変わっていない。
乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・来客数は前年比で10%前後減少している。ただし、円安の影響で輸出車両の利益率は10%アップしているため、プラスマイナスゼロとなっている。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・例年どおり商談はあるが、売上が増えているわけではない。購買には相変わらず慎重な客が多い。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・当社のドラッグストアには免税店舗が2店舗しかないが、インバウンド客による消費の効果が出ている。特に目立った商品はないが、化粧品をはじめ、目薬や健康食品などの日本製の商品はよく動いている。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・株価が高値で推移しており、株の利益などで恩恵を受けている客は順調に来店している。客の動きには二極化の傾向が進んでいるため、景気の良し悪しの判断は難しいが、全体的には3か月前と変わらない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・特に変化は感じない。外国人観光客をターゲットにした小売店やホテル業界などの一部は販売量が上向いているが、全体からみれば限定的である。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・集客率が悪い。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・食料品は堅調であるが、ファッションやリビング商材は前年実績を下回っている。株高などの恩恵を受けている客はごく一部に過ぎず、全体としては食料品の値上げなどもあり、消費を絞る傾向がみられる。客単価も前年比で5%程度落ち込んでいる。
その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	販売量の動き	・受注量には変化がない。
スナック（経営者）	来客数の動き	・春のイベントを計画している。どれだけ客が動くかは分からないが、期待したい。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ガソリン価格が安くなっているが、観光や日帰りでの来客数が伸びてこない。客単価も横ばいである。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・中国を中心にインバウンド客が増え、宴会やレストラン部門の売上減少分を宿泊部門でカバーしている。売上全体では微増となっているが、まだ景気が回復した状態とはいえない。
都市型ホテル（管理担当）	単価の動き	・台湾、中国を中心とした外国人客の宿泊に伴い、客室部門は引き続き伸びている。ただし、国内客の個人、企業の需要に関しては伸び悩んでいる。また、このところの原材料や電気料金の高騰により、利益率が圧迫されている。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新入社員研修による宿泊などの受注が増えている。
タクシー運転手	お客様の様子	・人出は普通であるが、乗車する人は少ない。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・特に大きな変化はない。
通信会社（社員）	お客様の様子	・大手通信会社による光回線の卸売サービスがスタートしてから、客が加入申込をためらい始めたように思われる。
テーマパーク（職員）	販売量の動き	・多少の変動はあるものの、施設全体としての収入は昨年に近い数字を残している。
観光名所（企画担当）	来客数の動き	・大きな動きはないが、海外客が増えつつある。
パチンコ店（店員）	来客数の動き	・大きな変化はみられない。

	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	来客数の動き	・インバウンド客の動きは好調であるが、国内客に関しては特に手ごたえが感じられない。
	美容室 (店長)	販売量の動き	・近隣に店が多く、5つの店舗で競合している。また、化粧品は通販商品との競争が激しく、厳しい状況となっている。
	その他サービス [保険代理店] (経営者)	お客様の様子	・株価は上がっており、悪くはないが、関西圏は首都圏と違って景気回復が遅い。物価の上昇を進め、デフレ脱却を目指す政策が進んでいるが、昔と違って経済に力強さが無い。ごまかしながらも少しずつ景気回復に向かってほしいが、まだまだ先の話である。
	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	・年末年始の販促イベントやタイトルにも恵まれ、主な取扱アイテム (DVD、CDレンタル、販売と書籍) の売上が前年比で確実に伸びてきている。
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・来場数は増加傾向にあるが、受注にはなかなか結びつかない。
やや悪くなっている	商店街 (代表者)	お客様の様子	・年明けから客の買い控えがみられるほか、来店頻度も減少している。
	一般小売店 [珈琲] (経営者)	お客様の様子	・消費税増税分が販売価格に転嫁できていない。10%への引上げの際に値上げを考えていたが、先送りとなっている。
	一般小売店 [精肉] (管理担当)	来客数の動き	・2月は春節があり、外食などは外国人観光客などの影響を受けているが、外国人を除いた消費については、節分以降は動きが鈍いと感じる。普段はできるだけ節約して、イベントの時にだけお金を使う動向が強くなってきている。
	一般小売店 [家具] (経営者)	販売量の動き	・年配の客が増えたほか、値上がり感が激しくなってきた影響で、買物が控えられている。
	一般小売店 [菓子] (営業担当)	販売量の動き	・2月は特に行事がない。贈答品の動きが悪く、数字が伸び悩んでいる。
	百貨店 (売場マネージャー)	来客数の動き	・前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動もあり、来客数は前年比で5%減と、3か月前の2%減と比べて悪化している。ただし、春物の婦人服といった動きの良い商品もあり、天候にも恵まれず大苦戦した、1月の10%減と比べれば回復の兆しがある。
	スーパー (店長)	お客様の様子	・前年のこの時期は、消費税増税前で売上が増え始めたため、今年は重衣料、寝具、家電、化粧品などの売上の前年比が厳しい。3月は更に厳しくなり、月末は食品や消耗雑貨も前年実績を超えられない状態が続く。新商品や話題の商品などの動きが良いことだけが、明るい材料である。一方、こだわりの商品、健康商品は売れているほか、インバウンド関連も好調である。
	スーパー (企画担当)	販売量の動き	・来客数は前年比で97%であり、売上は95%と更に2ポイント低い。特に、衣料品の落ち込みがひどい。
	スーパー (広報担当)	販売量の動き	・食料品は比較的堅調であるものの、衣料品の購入が極端に少なくなっている。消費税増税前の駆け込み需要の反動もあり、耐久消費財の動きも鈍い。
	スーパー (企画)	来客数の動き	・2月中旬までは堅調な実績であったが、商品によっては消費税増税前の駆け込み需要の反動が出始めている。今後、3月末にかけて大きな落ち込みが予想される。
	コンビニ (経営者)	単価の動き	・男女を問わずパンやおにぎりを昼食にしており、カップめんや飲み物を含め、昼食代を300円以下に抑える客が多くなっている。
	コンビニ (店長)	単価の動き	・特に大きな変化はないものの、客単価が少し落ちてきている。原材料の値上げが商品価格にも影響しており、節約傾向が強まっている恐れがある。
	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・バーゲンの最終時期には、ある程度の来客があった。ただし、良い物が欲しくてもバーゲンでしか買えず、しかも厳選して購入するため、客単価が上がらない。
家電量販店 (店員)	お客様の様子	・買い渋りが非常に目立つ。	
乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・軽自動車の販売に関しては、4月からの軽自動車税の増税前に購入したい客からの引き合いが多い。ただし、価格が高い普通車の販売は芳しくない。	

		乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・今年の冬は例年に比べて寒さが強いので、人の動きや物の動きが悪く、売上も悪化している。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・天候や気温が安定しない日が多く、来客数に影響が出ている。
		旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・イスラム国によるテロの影響や、日本人を標的にするといった報道により、旅行をためらう客が増えてきている。特に、今のタイミングで行く必要性が薄く、熟年層に影響が出ている。
		タクシー運転手 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)	競争相手の様子 販売量の動き	・法人によるタクシーの依頼が激減している。 ・戸建住宅の契約率は下がっているように感じる。
		その他住宅[展示場](従業員)	お客様の様子	・住宅展示場のアンケート数は増加傾向にあるが、それはイベント実施日数を増やしたためであり、イベントを実施した1日当たりのアンケート数は減少している。
	悪くなっている	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・梅田や難波は春節で売上が増えているが、商店街には何の影響もなく、消費者の財布のひもはますます固くなっている。
企業 動向 関連	良くなっている	一般機械器具製造業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・現在大型の受注案件を進めている。しかも、1社だけでなく複数の顧客からの引き合いがあり、景況としては良い方向に向かっていると感じる。
(近畿)	やや良くなっている	化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・注文が集中して非常に忙しくなっているが、昨年12月と1月の仕事がずれ込んでいるケースも多く、差し引きするとやや良いという状況である。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・2007年にスマートフォンのヒット商品が発売された時は、タッチパネルの部品の9割以上が日本の製品であったが、2010年には薄利多売を武器に韓台勢が台頭し、その後は中国が世界第2位の経済大国となるまでに成長した。その数年後の2014年には、当社の主要な取引先が中国市場での安値競争に負け、規模縮小を余儀なくされている。同社との取引はほぼストップしたが、競争に勝った新たな企業が当社の得意先になっている。
		電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・引き合いが増えているが、受注までには至っていない。
		輸送用機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・引き合い件数は増加傾向にある。
		輸送業(営業所長)	受注量や販売量の動き	・車が不足していることも原因であるが、配車が対応しきれない。
		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	・駅構内店舗の売上をみると、1月の大幅な落ち込みに対し、2月は軒並み回復傾向にある。特に、東南アジアからの観光客が増えている影響が大きい。
		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	・ビル管理のサービス業では全体的な動きが良く、受注金額についても底打ち感がある。
	変わらない	食料品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・国内販売が中心であり、大きく売上が変動することはない。海外からの旅行者が増えても全く影響がない。
		食料品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・今月は天候不順もあり、気温もまだ低いので、飲料水の販売状況は良くない。
		繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・消費税の増税後は、特に昨年後半からの落ち込みが大きく、現在もまだ影響が続いている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・前年と比べても少し受注量が落ちている。受注量が増加している顧客もみられるが、減少している顧客の方が多い。
		出版・印刷・同関連産業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・既存客からの受注量は少し増加しているが、価格競争により売上は少し減少している。年度末の受注量も昨年とはあまり変化がみられない。
		化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・販売数量にはほとんど変化がない。
		プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新商品の立ち上がりが遅く、発注ロットも少ない。景気の様子見をしているような動きとなっている。

	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・1月の計数は少し上向きの数字となっている。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・為替が円安傾向であるにもかかわらず、期待したほどの荷動きが出ず、低位安定の状況が続いている。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・引き合いが増加しているように感じるが、本格的な回復ではない。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・住宅着工戸数の減少により、戸建住宅向けの出荷が少ない。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・荷動きが上向く傾向はみられない。
	建設業（経営者）	競争相手の様子	・官庁関係の年度末までの工事では、監理技術者や技能労務者不足で苦勞している。また、業績の良い企業は、改修工事などを今期内に処理しようとするため、民間関係も同じ状況である。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・予算的に当社では対応できない案件が増えている。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・先月と状況は変わらない。このところは販売量、受注量にあまり変化がみられない。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・学習機の早期割引をしているため、配達件数が増えている。
	通信業（管理担当）	取引先の様子	・特に変化はなく、市場は少し高めで安定している。
	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税の増税が中小企業には大きな負担となっている。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・ここへきて株価はかなり上がっているが、必ず近いうちに揺り戻しがある。インフレ率が下がってきていることも気にかかる。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸から企業の撤退が続いており、企業の社宅ニーズや事務所の賃借ニーズも減少している。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙広告、インターネット広告共に、売上が前年を超えることができていない。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税の増税前に比べて大きな変化はない。
	経営コンサルタント	それ以外	・身の回りの状況からすると、まだ上向いていない。各業種の取引現場では、来客数が少ないように感じる。特に、特売日は客が多いが、それ以外は閑散としており、アベノミクス効果が出ているようには思えない。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・政府の緊急経済対策としての補助金の効果も、消費税率の引上げによって、その効果が打ち消された感じがする。取引先の間では、今年度の補正予算の新ものづくり補助金などを積極的に利用する意識が、前回よりも明らかに低いように思われる。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	競争相手の様子	・市場は従来とほとんど変わらない動きである。
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・旧正月の訪日外国人による購買は増加しているが、高額商品や特定商品に偏る傾向がみられる。実用衣料の分野では、一般消費者の実質可処分所得の減少を反映して、購買意欲の乏しい状況が続いている。3月以降、季節商品が動くようになれば、少しは消費も回復するとの見通しもあるが、確信が持てない。
やや悪くなっている	食料品製造業（経理担当）	取引先の様子	・国内の需要は良くないが、輸出関係の卸売は伸びている。
	金属製品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・外注加工費や運賃、人件費といった様々なコストが上がっている一方、販売先からは相変わらず値下げ要求があり、採算が悪化している。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・購読数は維持できているが、折込広告の件数が落ちている。
	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・郊外のショッピングセンターにおいては、来客数が1月下旬からやや減ってきている。
	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	・今年に入ってもパタパタするような忙しさがなく、在庫台数も少ない。
	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	・サインやディスプレイ用装置の単価の下落が激しく、薄利多売の動きとなっている。また、各メーカーも卸売を飛ばして販売し始めている。

		その他非製造業 [電気業] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・景気回復の動きがみられない。
	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	・電力の買取り問題などで、メガソーラー関連の受注が減っている。
雇用 関連	良くなっている	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・今春卒業予定者に対する求人企業数は前年比で12%増となっている。来春卒業予定者の求人のために訪問してくる企業も急増している。
(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	・1月からの忙しさが続いている。派遣は高水準の注文が来ているが、どの分野も人材不足である。年度末まではこの状況が続き、来年度も大きくは変わらない。
		人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・株価の上昇もあり、企業の収益が上がって投資が増えている。
		人材派遣会社 (支店長)	周辺企業の様子	・この時期は求職者の動きが増える時期であるが、例年よりも動きが鈍いと感じる。特に、4月以降も契約を継続する企業が多いなど、例年よりも継続の動きが増えているように感じられる。
		人材派遣会社 (役員)	雇用形態の様子	・派遣社員の時給は、限定的であるが上昇している。一般事務派遣で前年比3.5~5.0%程度改善されている。これは消費税率の引上げ分をカバーできる水準であるが、あくまでも大手企業向けの動きである。中小零細企業向けではそこまで対応しきれておらず、格差が生じている。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・関西の地場産業からの出稿が増えている。
		新聞社 [求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・求人数はやや上向いているが、新年度に近づいたことによる季節的なものか、景気回復によるものか、現時点では判断が難しい。本格的な動きではないものの、上向いてきているように感じている。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年比で7.3%増加した。一部の業種には減少がみられるものの、製造業、卸売業、小売業などの主要な業種での増加が著しい。製造業では半導体関連で増加している。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は、訪日外国人客の増加に伴うインバウンド需要が下支えとなっている。
		民間職業紹介機関 (大学担当)	求人数の動き	・大学に来ている求人が昨年よりも増えているため、良くなっていると感じる。企業の大学訪問数も増えている。
		学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・昨年に比べて求人数が増加している。採用活動の後倒しの影響もあるように感じている。
変わらない		アウトソーシング企業 (社員)	雇用形態の様子	・昇給はなく、待遇が何も変わらない。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人数が増えており、求職者の状況としても、在職者がより良い条件の求人を探すケースが増えている。これらの点から景気が良くなっていると感じる。
		職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・景気が上向き傾向の場合、更なる好条件を求めた在職者による転職が増える。それに伴い、新規求職者に占める在職者の割合が上昇するが、現状は前年比で低下している。
		職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・中小企業では、円安に伴う原材料価格の上昇による影響が懸念される。
やや悪くなっている	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・求職者と面談していると、長期で安定している仕事や、正社員化を期待する声が多く聞かれる。	
	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・年度末は、例年ならば建設の日雇い求人数が急増する時期であるが、今年は実にあっけない。前年比の減少幅も広がっている。	
	悪くなっている	-	-	-