

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：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	良く なっている	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は11,166円で、3か月前の客単価は9,497円と、単純に比較すると良くなっている。ただし、これは正月特有の現象と思われるため、楽観はできない。
(近畿)	やや良く なっている	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・今月中旬から気温が低下し、これまで不振が続いていたセールの売上もやや好転している。富裕層である外商顧客の売上は依然として堅調なほか、ここ数か月落ち込んでいた外国人客向けの売上も、下旬になって来客数、売上共に少し増加してきている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は催事（ギフト解体セールなど）が好調に推移している。特に、バレンタインフェアは初日から多くの女性客が来店し、高級な商材を中心に好調となったため、売上は前年比で30%増えている。全体的にも前年実績を確保できそうな状況である。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・暖冬により防寒商材の売行きが全国的に厳しい時期が続いたが、1月に入って気温が低下したことで、ブーツや手袋、ネックウェアといった商材によく動きが始めている。クリアランス商戦の出足も良く、都心型店舗、郊外型店舗共に売上が前年を上回るなど、月後半になっても勢いが続いているように感じた。また、化粧品などの商材も前月に引き続き好調を維持している。一方、都心店舗は2けた成長が続くなど、インバウンドの年末年始の好調さがうかがえる。郊外店舗でも、寒さでスキンケア商材が動き、売上を伸ばす結果となっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前は衣料品、食料品、住居関連品共に、売上が買上点数がダウンしていたが、12月20日ごろから年末年始にかけて売上が持ち直した。衣料品の売上が下げ止まったほか、食料品、住居関連品の売上は前年比で2けた増となっている。衣食住の売上がそろって増加する傾向は、ここ3か月はみられなかった。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・11～12月は暖冬の影響が大きく、売上が伸び悩んだが、年明け以降は冷え込みもあり、比較的堅調に推移している。消費は底堅い感覚がある。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・コーヒーの売上が好調なため、コーヒーマシンを1台増設したところ、更にコーヒーの売上が増加した。また、それに伴って、サンドウィッチやデザート類の売上も増えている。
		コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・やや来客数が増えているが、年末年始の施策の効果なのか、景気の上振れによるものかは、もう少し動向をみなければ判断できない。
		家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・中国人による小型家電の爆買いが続いていることで、販売額は順調に推移している。また、3月からの新生活関連の消費にも期待できる。
		乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・年初の動きは良かったので、今後に期待している。
		一般レストラン（企画）	来客数の動き	・来客数は11月が底であり、その後は上下しながら、12～1月は前年比でプラスに転じている。特に、平日が上向いてきたことが大きな変化である。
		観光型ホテル（経営者）	お客様の様子	・ガソリンや灯油の値下がりなど、原油安によるゆとりが生まれつつあるように感じる。
		観光型旅館（経営者）	単価の動き	・単価を上げたものの、前年並みの集客ができていない。
		観光型旅館（経営者）	単価の動き	・温浴施設や併設のレストランの売上が前年よりも伸びており、客単価も2～3か月前を若干であるが上回っている。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊のインバウンド需要がますますおう盛で、単価アップにもかかわらず伸びている。特に、韓国では格安のインターネットツアーが大ヒットで、オフシーズンながら大幅な収入増になっている。また、宴会部門も新規の件数増や単価アップもみられ、12月に続いて前年比で大幅なプラスとなっている。		
都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・インバウンドは中国の株価低迷などの影響を受け、多少は停滞傾向にあるが、国内需要は順調に推移している。客室稼働率は高い状態で横ばいであるが、客室単価は上昇している。		
都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・引き続き、海外からの来客が好調に推移している。		

	テーマパーク (職員)	販売量の動き	・暖冬や好天の影響もあるのか、観光シーズンでないにもかかわらず、入場者数、販売量共に増加している。
	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・どちらかという、今までは客が全体的に消極的であったが、最近は積極的な行動が期待できる。購入にしろ、売却にしろ、案件が増えている。
	その他住宅[展示場] (従業員)	来客数の動き	・今月は祝日が昨年よりも少ないが、住宅展示場では前年以上の来場がみられる。
変わらない	商店街(代表者)	単価の動き	・来客数の減少に加え、買上単価が下がっているため、売上が伸びない。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・客が現状に慣れて、節約を覚えたことで、量よりも質を求め始めている。
	一般小売店[時計] (経営者)	それ以外	・年始は数店の個人店舗が閉店となり、貸店舗の看板になっている。土日になると大型商業施設にはたくさんの客がみられるが、近隣の個人店舗が並ぶ通りは、平日、休日を問わず人通りが少ない。地域に密着していることは大事なことであるが、若い人が少なくなり、平均年齢が上がると購買力が減るため、活気を取り戻すことは難しい。年始から深刻な状況である。
	一般小売店[衣服] (経営者)	お客様の様子	・1月後半からの寒波到来で、コートなどの高額品が一気に動いたため、1月前半の落ち込みが少しカバーできた。前年の実績は確保できている。
	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、地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は1月が97.0%で、10月が87.9%、関東は1月が95.5%で、10月が97.2%、中部は1月が98.0%で、10月が105.9%、中国は1月が92.8%で、10月が111.6%となり、各地区合計の平均は1月が96.3%で、10月が95.4%と、前年割れの状況にあまり大きな変化はない。10月はハロウィーン商戦が非常に好調であったが、売上全体を増加させるまでには至らなかった。1月は年始からほぼ前年並みで推移したが、月後半の寒波による激しい落ち込みが影響している。
	一般小売店[鮮魚] (営業担当)	それ以外	・飲食店への卸売が低調であるが、売上ベースでは変化はみられない。
	一般小売店[衣服] (経営者)	単価の動き	・暖冬の影響により、防寒具の代わりに厚手のニット類が売れているので、景気は悪くない。
	一般小売店[野菜] (店長)	競争相手の様子	・個人営業の店は相変わらず閉店などが多く、まだまだ厳しい状況が続いている。
	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・年初から一気に極寒となり、後半は売上が大きく落ち込んでいるものの、初売りの福袋の売上は好調であったことから、景気が悪くなっているとは一概に言いえない。
	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・1月は年明けのクリアランスセールの出足が好調であるものの、防寒アイテムの売上は期待したほどではない。防寒アイテムは、気温だけでなく、客のタンス在庫の状況にも大きく左右される。今は付加価値の高い商品以外の売上は厳しい状況であり、消費者は欲しい商品は積極的に購入するが、不要不急の商品に対しては慎重である。
	百貨店(商品担当)	販売量の動き	・暖冬の傾向で防寒商品が不調となるなか、特選品や宝飾品、化粧品、食品などが安定して全体をけん引していたが、突然の寒波の到来で来客数が伸び悩み、月後半は苦戦続きとなっている。
	百貨店(販促担当)	販売量の動き	・今月は寒暖の差が激しいが、月後半は寒さが厳しくなったものの、防寒衣料の動きが鈍い。また、衣料品の苦戦が続く一方、雑貨、食品は堅調な推移となっている。セール品は一段と冷静な目で、購入の判断が行われている。
	百貨店(マネージャー)	お客様の様子	・年末年始のおせち料理や福袋、クリアランスの購買動向をみると、予想どおり消費の二極化が顕著となった。つまり、非日常の買物では開放感がみられるものの、冬物の実需品では節約志向が続いている。また、一部の冬物防寒アイテムでは、景気よりも天候次第といわれるように、気温が売上に大きな影響を与えている。
	百貨店(営業企画)	単価の動き	・暖冬で防寒衣料品の動きが鈍いこともあるが、客単価が前年比で約4%低下している。

スーパー（経営者）	お客様の様子	・正月にお金を使ったせいか、年明けから売上が客の買い方が非常に厳しくなっている。特に、1品ごとに吟味するような、節約した買物をしている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・プレミアム付商品券の使用が少なくなったにもかかわらず、来店頻度や購入単価に大きな変化はない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・遅い冬の到来であったが、本来の冬の消費を取り戻すことができた。ガソリン価格や電気料金の値下げなどもあって、1月としては販売がうまくまとまった。ただし、不透明感はぬぐえず、野菜が雪害によって高騰したり、株価にも不安定感がある。また、中国経済の先行きも懸念されるなど、一つ一つの事象が販売に微妙に影響している。
スーパー（店長）	販売量の動き	・年始以降は、来客数、販売量共に、堅調に推移している。ただし、上向いているかといえば、あくまでも平行線といったところである。
スーパー（店長）	競争相手の様子	・競合店の新規オープンや、リニューアルオープンなどによる売上ダウンもあり、既存店ベースでは前年を下回っている。
スーパー（広報担当）	お客様の様子	・気温や天候に左右され、消費意欲はやや下降気味ではあるが、年末年始の販売動向をみると、節約志向が強まるなかでも高額商品への支出が増えつつある。
スーパー（社員）	単価の動き	・年明け以降も、多くの店舗で客の買上数の伸びは続いているが、最近の気温低下もあり、来店頻度がやや減っているように感じる。ただし、野菜を中心に生鮮食品の価格が上昇していることで、全体の売上は堅調に推移している。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・パンや弁当の売行きは好調であるが、来客数の減少が続いているため、売上が伸びない。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・季節の端境期ということもあり、若干買い控えが進んでいる。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・家電商品の買換えサイクルが延び、故障しない限り買換えない傾向にあるなど、暖冬と合わせて消費が悪化している。寒波の到来による季節物の消費に期待している。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・以前からの景気対策に期待していたが、一向に状況の改善が実感できない。先行きを不安視している様子の客が多くみられる。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売量が伸びていない。年明けの株価の乱高下や、中国問題により、客の購買行動が鈍くなっているように感じる。
自動車備品販売店（営業担当）	お客様の様子	・パーゲンや商品の切替え時期で、値下げ商品の購買意欲は高いが、それ以外の商品に対する反応が鈍く感じられる。
その他専門店【医薬品】（経営者）	販売量の動き	・今月中旬に厳しい寒波がやってきた。寒暖の差が大きくなれば、風邪薬やビタミン剤が売れ、寒さが厳しくなればカイロやハンドクリームの動きが良くなっている。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・のりの生産量が少なく、仕入価格が高騰している。販売価格に値上がり分を転嫁できる状況ではないため、業界的には苦しくなることが予想される。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・目的買い以外の客の来店が少ない。
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	・年明けから多数の受注があるものの、システムが変わった影響で、うまく受付ができていない。
高級レストラン（企画）	単価の動き	・企業による宴会は堅調に推移しているが、個人の宿泊利用は、国内客、海外客共に単価の伸び悩みがみられる。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食店は天候に左右されやすく、暖かい日には昼夜共に来客数が増えたが、寒くなると商店街の人通りが少なくなった。正月で家族が集まる日が多いのか、夜の宴会予約がやや多かったものの、月間の売上は変わらない。
一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・インバウンドによる利用が依然として続いている一方、今月は比較的暖かい日が多く、鍋料理の受注が前年を下回った。ただし、季節柄、法人の宴会が堅調に伸びたことで、結果として例年とほぼ変わらない状況となっている。

その他飲食 [コーヒー ショップ] (店 長)	来客数の動き	・ 1月は気温が高めであったが、利用客数は伸び悩んでいる。正月の休みが少なかったことで、現状は前年並みか、若しくは少し下回っている。	
その他飲食 [自 動販売機 (飲 料)] (管理担 当)	お客様の様子	・ 顧客の入れ替わりが多く、定期的な注文の内容は把握しにくい、既存の顧客の様子は変わらない。	
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・ 引き続き宿泊需要は好調で、今月も当社の人手の都合で予約を若干制限した日もあったが、それでも前年を上回る実績となっている。	
観光型旅館 (団 体役員)	単価の動き	・ 宿泊単価は、この4～5か月は前年比で102～106%と回復してきている。	
都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・ 外国人観光客の宿泊は相変わらず好調であり、宿泊部門は2～3か月前と同様の動きとなっている。一方、宴会部門では、客数はほぼ同じぐらいであるが、客単価は少々低下気味である。	
都市型ホテル (総務担当)	単価の動き	・ 依然として、インバウンドの宿泊は好調が続いている。	
旅行代理店 (経 営者)	販売量の動き	・ 国内旅行は昨年を若干上回っているが、海外旅行は欧州方面の落ち込みが大きく、昨年を下回っている。さらに、寒波の影響で交通機関に乱れが出て、キャンセルが発生した。株価も不安なため、先行きの受注が伸びない。	
旅行代理店 (店 長)	お客様の様子	・ 特に、客からの相談内容は変わっていない。	
タクシー運転手	競争相手の様子	・ 企業の新しい計画や、内需拡大の動きがみられない。	
タクシー運転手	お客様の様子	・ 年末年始の繁忙期により、客の乗車機会が増えている。	
タクシー運転手	来客数の動き	・ 雪がちらつくなど、例年よりも寒い日が続いたため、短距離でもタクシーを利用する客が増えている。	
通信会社 (経営 者)	それ以外	・ 株価低迷の影響がある。	
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	・ インバウンドは好調であるが、国内客の動きは特に勢いが無い。	
美容室 (店員)	来客数の動き	・ 成人式があったため、忙しかったが、3か月前に比べると客の動きは落ち着いている。	
その他サービス [学習塾] (ス タッフ)	単価の動き	・ 生徒が受講する教科数に、あまり変化がない。	
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	・ 音楽の販売については、売上が前年に比べて非常に悪いが、それ以外のレンタル、書籍部門などは、全体的に前年並みで推移している。	
住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・ 来客数が減少しているが、この時期特有のものであり、来月以降は増加していく。	
住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・ 受注量は前年比で微増の状況で、客による消費税増税前の駆け込み需要の動きは、前回に比べて少なく感じる。	
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)	お客様の様子	・ 金融機関の融資姿勢や、不動産の取引状況はあまり変わらない。	
その他住宅 [情 報誌] (編集 者)	お客様の様子	・ 都心部のタワーマンションなどの売行きや反響は、引き続き好調に推移している。景気後退リスクや中国景気の減速といったマイナス要素の影響は、今のところは特にみられない。	
やや悪く なっている	一般小売店 [精 肉] (管理担 当)	お客様の様子	・ 当社にとっての景気の変化は分かりにくい、小さなサイクルで客の動きが変化しているように感じる。大きな景気の変化による良し悪しがある一方で、悪くてもこれだけは買う、景気が良くても必要のない物は買わないという動きを強く感じる。
	一般小売店 [衣 服] (経営者)	販売量の動き	・ パーゲン時期であるのに販売量が少ない。景気全体の変化もその要因であるが、それ以上に小売店の販売方法が大きく変わってきたことが、主な要因だと感じる。

一般小売店 〔花〕(店長)	来客数の動き	・毎年のものであるが、急な冷え込みで来客数が減っている。
百貨店(企画担当)	お客様の様子	・寒暖の差が大きく、冬物商戦が不振となっている。セール時期に入っても、衣料品の売上が思うように上がらず、客の購買意欲が薄れているように感じる。福袋の売行きも不振であるが、300万円などの高額な福袋は好調に動いている。
百貨店(営業担当)	販売量の動き	・先月からの持ち越し商談があったものの、富裕層の優良顧客は12月までの好調が一段落し、今月は海外の高額ブランド品や、季節商品の買上、引き合いが減ってきている。
百貨店(営業担当)	販売量の動き	・食品の動きが悪い。今まで比較的良かった総菜も、少し悪くなっている。
百貨店(マネージャー)	販売量の動き	・食料品売場の改装効果により、来客数が前年比で2%ほど増加し、フロア全体の売上も4%程度増えている。さらに、インパウンドを含む化粧品売上が20%以上増加するなど、売上を押し上げる要素はあるものの、店全体では1.5%減となっている。また、特選衣料品もこれまでの伸び幅が縮小し、宝飾品や時計も一転して15%減となっている。さらに、中間層向けの婦人服の苦戦が続いており、防寒衣料品も25%減となっている。客単価は多くの商品で前年を上回っているものの、1人当たりの買上点数が前年よりも減少している。
百貨店(商品担当)	お客様の様子	・1月になり、好調であった売上が前年を下回っている。特に、富裕層のほか、中国人を中心としたインパウンドの動きが弱くなっている。
百貨店(売場マネージャー)	来客数の動き	・暖冬による苦戦が続く冬物衣料は、前月に値下げを前倒ししたこともあり、1月に入っても引き続き低調である。梅春物に切り替え始めた中旬以降、急激に寒くなってきたが、需要の高まりは感じられない。むしろ入店客数は減少し、前年比で3%減となっている。
百貨店(外商担当)	販売量の動き	・年が明けても気温の高い日が続く、クリアランスに入った今の時期でも、婦人服のコートやジャケットの売上が伸びていない。ただし、富裕層を中心とした客は、気に入った商品であれば、高額でも宝飾品や海外ブランド品を購入している。
百貨店(マネージャー)	販売量の動き	・子ども服や紳士雑貨、生活用品などの売上は、気温の低下によって前月比では回復したものの、高級品(宝飾品、時計、高級紳士服など)が2けた減と悪化している。株価の低下や中国経済の減速に伴い、富裕層や中国人旅行客の高額消費にブレーキがかかっている。
百貨店(売場マネージャー)	販売量の動き	・景気の悪化というよりも、正月休みが少ないという日並みの悪さや、寒波などによる消費者の動きの鈍化が、主な不調の要因である。ファッション関連では、先月と同様に冬物需要が減少している。一方、食品需要は前年比プラスで推移するなど、順調な動きとなっている。
スーパー(店長)	販売量の動き	・暖冬と最強の寒波による天候不順で、衣料品が不振となっているほか、株価の乱高下による先行き不安で、年始は好調であったものの、それ以降は消費がシビアになっている。
スーパー(企画担当)	販売量の動き	・野菜相場の下落や、生鮮魚の販売不振のため、食料品の売上が厳しくなっている。衣料品は年明けから暖冬の影響はなくなったが、直近の3か月では前年割れとなっている。
コンビニ(経営者)	単価の動き	・たばこや、ひき立てコーヒーといった、し好品を買う人の動きが変わってきた。たばこを2個まとめて買わなくなり、コーヒーもプラスワンの購入が少なくなっている。
コンビニ(店員)	来客数の動き	・気温の低下により、ジョギングや散歩帰りの客などが少なくなっている。
衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・来客数が減少し、販売単価も低くなっているため、景気が上昇しているとは思えない。
衣料品専門店(経営者)	単価の動き	・暖かかった月前半の来客数はますますであったが、購入単価が低い。
家電量販店(店員)	お客様の様子	・前年に比べて平均客単価が低く、購買の決定に悩み、時間がかかるケースが多くみられる。

	住関連専門店 (店長)	販売量の動き	・例年、年明けは引き合いが落ち込むが、今年は例年以上に鈍化が目立つ。リピーターの購入サイクルも長くなりつつある。
	その他専門店 [宝石](経営者)	お客様の様子	・中国経済の成長率の鈍化に伴う、世界的な株価の暴落が、客の購買心理に大きく影響している。
	その他小売[インターネット通販](企画担当)	お客様の様子	・本格的な寒さが到来し、冬物処分セールに期待したが、食品価格の上昇や株価の低迷などが影響したのが、なかなか売上の増加につながらない。
	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・クリスマスや年末年始のシーズンが終わり、客足が少なくなっている。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・オフィス街は、月前半は来客数がかなり減少したが、繁華街では増加している。後半はその逆となり、月全体の売上は目標よりも10%ほど低かった。一方、今年は新年会の需要が例年よりも多く、後半に追い上げた原因の一つとなった。特に、10~20人規模の宴会が最も多かった。
	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・来館者数を支えていた県内の大型のイベントが終了となっている。
	旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・株価の不安定感や天候不順の影響で、客からは、余裕を持って旅行に行く気にならないといった話が多い。客の心理状況は、旅行需要の動向に大きく影響する。
	タクシー運転手	お客様の様子	・市内のどの地域を回っても、流し営業で手を挙げてもらうことが、日に日に減少している。
	美容室(店長)	販売量の動き	・福袋の売行きが例年に比べて悪かったほか、雪が降ったせいで来客数も伸びていない。
	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・新築分譲マンションの販売は、販売価格が上昇するなかでも、京都市内や大阪市内中心部では好調に推移しているが、都心周辺では販売状況が芳しくない物件が増えてきている。
悪くなっている	スーパー(経営者)	お客様の様子	・競合店を買い回って価格を比較した上で、ディスカウント商品を購入する動きが目立つ。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・市内での販売量は落ちている。市内にない物を求めて、需要が市外に流出している。
	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・1月に入っても冬物が売れない。来客数が昨年よりも減少し、売上も3~4割減っている。
企業動向 関連 (近畿)	良くなっている やや良くなっている	-	-
	食料品製造業 (経理担当)	受注価格や販売価格の動き	・低価格を組み合わせた企画商品がよく売れている。
	プラスチック製品製造業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・カーナビのパネルの試作品が動いている。量産は来年以降であるが、先行きは明るい。
	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車関連部品の受注の内示が増えてきている。
	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・12月はやや低調な伸びであったが、1月中旬以降、受注が増えてきている。
	広告代理店(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・期末に向けて広告出稿の動きが結構活発になっている。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・これまでクライアントでは製造業が好調で、小売業が低調であった。特に、生活必需品を店頭で販売する小売店は、売上の減少が続いていた。しかし、ここへきて食品スーパーなどが前年をわずかながら上回る状況が出てきている。
	変わらない	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き
	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・徐々にタオル全体の国内需要が減少しているように感じる。
	化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・昨年と比べればかなり良いが、昨年が悪過ぎただけで、売上や利益をみると、決して良いといえる状況ではない。
	窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・我々の業界には上場会社も中小企業もあるが、業界全体が不況となっている。
	金属製品製造業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・関西エリアには目立った物件がなく、受注量も少ないが、造船関連の受注は増えている。

一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大口の引き合いが多いが、実際に受注するめどが立っているのは半分程度であるため、景気は横ばいといえる。	
電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・国内の取引先は非常に憶病になっており、引き合いや問合せは以前より活発で心強いが、とにかく成約に至らない。予算が出なかったり、上席からの承認が下りないなど、とにかく迷いが多いと感じる。	
電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・製造業では研究開発に前向きとなっているが、生産活動は別である。円安とはいえ、国内の人口減や消費の厳しさという面でも、国内回帰は簡単には進まない。	
電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・1月後半は気温が低くなり、低調であった冬物商品の荷動きがやや活発になっているが、これは季節要因によるものであり、景気が上向きになったとは言えない。	
輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車産業の好調は続いており、受注は見込めるものの、中小企業の設備投資に活発な動きはみられない。	
その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年始の動きは例年と変わらない。	
建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物件単価は相変わらず低調である。	
建設業（経営者）	取引先の様子	・取引先の企業の決算内容が良いので、3月末までの決算内の改修工事が急増している。ありがたい話はあるが、技能労務者の不足に苦慮している。	
輸送業（営業担当）	取引先の様子	・2月にかけて売れるはずの車が早々に売れてしまい、売り止めとなったため、配達件数が減っている。	
輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・関西では小規模の移転案件はあるが、中規模以上の移転は少ない。	
金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・中国の株安に対して、日本株が過剰に反応しており、更に下値をうかがう場面もありそうである。	
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	・今月は休日が多いこともあり、在庫台数が少ない。	
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	・正月を大阪で過ごす外国人観光客で、主要駅は大いにぎわった。大阪駅、京都駅といった主要駅はもちろん、大阪城公園駅や姫路駅も多くの観光客でにぎわった。共通点は城であり、どちらも元旦から大規模イベントが行われている。	
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・輸出関連企業が多いため、為替が円高に進むようであれば状況は悪化するが、120円前後での推移となれば変わらない。	
やや悪くなっている	食品製造業（営業担当）	取引先の様子	・得意先の販売数量がかなり落ちている。気温低下の要因もあるが、消費者による飲料水の購入が減っている。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年と比較して、年明けから少し受注量が減少している。
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・販売数量が前年よりも約14%少ない。
	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末年始の長期の休暇による影響か、自動車関連の出荷が減少している。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が増えない。
	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末までの受注残高が増えた影響があるのか、年明けからの動きがいつもより鈍く感じる。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸からは企業が引き続き撤退しているため、事務所や社宅のニーズも減っている。賃料が下がり、空室率は上がっているなど、景気は良くない。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込収入のほか、購読収入も減少している。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・インターネット広告、紙広告共に、今年になって売上が前年を下回っている。
	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・年明けからの受注に勢いが感じられない。例年に比べても若干減少している。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・毎年1月は業界全体で仕事量が減る傾向にある。

	悪く なっている	繊維工業（総務 担当）	受注量や販売量 の動き	・消費者向けの販売会では客の購買意欲が低く、安価 な物は売れるが、通常品は限られた富裕層のみの販売 となっている。
		その他非製造業 [電気業]（営 業担当）	受注価格や販売 価格の動き	・政府の経済政策が浸透していない。
雇用 関連 (近畿)	良く なっている	アウトソーシング 企業（管理担 当）	それ以外	・昨年に引き続き、仕事が途切れなく入ってきてい る。
		民間職業紹介機 関（営業担当）	求人数の動き	・3か月前と比べて求人数が増加しており、特に本町 近辺では1.5倍となっている。職種としてはメーカー の事務や、経理事務が増加傾向にある。
	やや良く なっている	人材派遣会社 （支店長）	求職者数の動き	・紹介案件が多く、採用数がかかなり増えている。
		新聞社[求人広 告]（担当者）	それ以外	・企業が宣伝にける費用が多くなっており、手ごた えが感じられる。
		学校[大学] （就職担当）	求人数の動き	・企業からの求人意欲は依然として活発であり、経済 情勢が変化しなければ今後も継続する。
	変わらない	人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・先月と同様に、今度も年度内の案件で忙しく、良い 人材の取り合いとなっている。一方、ここへきて4月 以降の入札の動きが活発になっており、新年度以降も 右肩上がりの動きが続くそうである。株価が乱高下す る動きは続くものの、右肩上がりの傾向に変わりはない。
		人材派遣会社 （役員）	採用者数の動き	・企業による採用の動きは衰えていない。しかし、求 職者数が少ないので、企業は慢性的に人手不足の状態 に陥っている。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・チェーン展開している飲食店から大量の求人が出た ため、全体の求人数が大幅に増えたが、それを除けば 微増である。業種別では、飲食業が大幅に増加したほ か、製造業や卸売業、不動産、物品賃貸業などで増加 した。一方、人材派遣や宿泊、医療、建設業などでは 減少となっている。事業所への聴取によると、景況感 については普通とする回答が多い。
やや悪く なっている	民間職業紹介機 関（営業担当）	求人数の動き	・求人数の水準は依然として高い状態にある。	
	学校[大学] （就職担当）	それ以外	・スーパーや百貨店での、国内客の購入単価が下がっ ているように感じる。高齢者にも少し節約の動きがみ られる。	
	人材派遣会社 （営業担当）	求職者数の動き	・求職者は4月以降の求人を静観している印象があ る。全体としては、40代以上の正社員志望者が増えて いる。	
	職業安定所（職 員）	求職者数の動き	・新規求職申込件数は前年比で減少傾向が続き、自己 都合離職者、事業主都合離職者共に減少していたが、 直近は増加となった。特に、44歳以下の事業主都合離 職者の割合が、ここへきて増加している。	
	悪く なっている	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・前年と比べた新規求人数の増加率が鈍化している。
		民間職業紹介機 関（職員）	求人数の動き	・例年であれば、この時期から年度末にかけて増え る、公共工事関連の日雇い求人が伸びてこない。
		学校[大学] （就職担当）	求職者数の動き	・採用意欲の高い企業が多い一方、一部の企業では年 度ベースでの採用数の削減を検討している。