

8. 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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連		百貨店（売場主任）	・年末にかけて、食料品の単価がかなり高騰しているが、購買意欲は落ちていない。
		家電量販店（店員）	・総決算と引っ越しシーズンが重なるため、年末以上に、大型商品がセットで売れる。
(近畿)		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・景気回復の実感が徐々に出てくる。
		一般小売店〔酒〕（社員）	・高い株価と円安により、消費活動の活発化が期待される。
		百貨店（外商担当）	・大阪の商業施設は外国人ばかりであるが、今後も更に増えていくと考えられる。それに伴って消費額も増え、景気を押し上げる。また、株価も高値で安定しているため、富裕層の購買意欲も高まる。
		百貨店（服飾品担当）	・防寒アイテムの販売が伸び始めたのは前年の12月であるが、今年はその水準を超えたことから、セール商戦や冬商戦の最終段階でも好調を維持できると思われる。また、1月末からは、化粧品の新開発商材の発売が売上に大きく寄与することも予想される。価格や価値、品質に納得できる商材を展開できる分野は、今の売上を維持できそうである。
		百貨店（マネージャー）	・株高による高額品の需要は今後も続く。一方、冬物衣料に関しては、ここ数年はクリアランスセールの売上がインターネットとの競合で減少傾向にあり、慎重な見方をしている。ただし、2月は春節期間のインバウンドによる売上増もあるため、今の景気は維持することができる。
		スーパー（店長）	・働き方改革で自由な時間ができ、消費の増加につながることを期待したい。
		コンビニ（経営者）	・ホテルやマンションが増えた影響で、夜8～12時までの客が増えつつあるため、今後に期待できる。
		コンビニ（経営者）	・イートインコーナーの利用で、ファーストフードやコーヒー類などの売上は好調が続く。高単価商品の売上も増加傾向が続くことが予想され、客単価の上昇が期待できる。
		コンビニ（広告担当）	・不安な要素はあるが、来年度は今年よりも良くなってほしいと期待している。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・客は少しでも良い物を購入したいという感覚に変わってきており、単価が上がっている。
		乗用車販売店（経営者）	・賃上げなどで、個人所得が増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・3月決算の客が多いほか、メーカーからの支援もあるため、拡販が期待できる。
		一般レストラン（企画）	・ディナータイムや土日営業での来客数、客単価のアップが続いている。前年の11月から上向きとなったが、今年もその傾向が継続している。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・冬に売上の伸びる傾向があり、急に気温も下がってきたので、ここ数か月は売上が伸びる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年並みに宴会、会議を受注できている。宿泊については、客室の稼働は前年並みであるが、単価が伸び悩んでいる。
		タクシー運転手	・年始の挨拶回りや、新年会での利用に期待している。
		通信会社（社員）	・4Kテレビの購入層が拡大しており、テレビのコンテンツに多様性を求める声が多くなりつつある。
		競艇場（職員）	・全国発売のスペシャルグレードの競走は、売上が前年を上回っている。特に電話投票が好調であり、会員数の伸びも好調である。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・2年ぶりに正月イベントの予約も入るなど、にぎわいを取り戻してきている。景気が徐々に上向いている影響と思われる、今後に期待できる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・消費税率の引上げ時期をにらみながら、少しずつ購入意欲が上昇している。一部では在庫も積み上がっているが、全体的には品薄であることも、市場にはプラス要因となっている。
	商店街（代表者）	・既存客が減少し、戻ってきていない。	
	商店街（代表者）	・購買意欲が低下しているため、必要な物しか買わなくなる。	
	一般小売店〔花〕（経営者）	・関東は東京オリンピックの効果で景気が良くなっているが、関西では実感がなく、景気の回復につながる材料が見当たらない。	
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今月は寒さのせいか、売上が前年よりもアップしたが、継続するかどうかは疑問視している。ただし、悪化するとも考えられない。	

一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・大きな傾向は変わらない。全体的な動きは悪くなさそう で、消費者の動きがどこへ向かっているのかに左右される。
一般小売店〔野菜〕 (店長)	・物販関連の小さな店は、今後ますます苦しくなっていく。
百貨店(売場主任)	・百貨店の場合、気温要因で季節商材の売上が大きくぶれる ことはあるものの、現在の経済や外交情勢が続けば、売上も 堅調に推移する。
百貨店(企画担当)	・ボリューム層による売上の増加傾向は、12月限定の動きと みているが、今後3か月は外国人売上の大幅な増加に支えら れ、今月のような増収が続く。
百貨店(営業担当)	・富裕層、インパウンドの動向は今後も良いと思われるが、 一時的に盛り上がった中間層による消費は、真冬に向けて節 約志向に戻っていく。
百貨店(営業担当)	・相変わらず日米の株価は上がり続け、景気が悪そうな印象 はテレビのニュースなどからは伝わらないが、収入がどんど ん増えているわけではない。購入が増えているのも食料品な どの消費財が多く、景気は正に適温だと感じる。所有意欲が 高かったバブル期のように、お金の使い方が華やかな印象も ない。お金を使っているのは、ごく一部のひとと海外からの観 光客であり、しばらくこの状態は続きそうである。
百貨店(マネー ジャー)	・現状では、消費が大きく下振れる要素は余り見受けられ ない。
百貨店(マネー ジャー)	・今後も節約志向は続く。消費を大きく左右する消費マイン ドは、政府の要請による賃上げの動向に左右されるが、IT などの技術革新による働き方の変化が不安要素となり、大き な改善は望めない。
百貨店(販売推進担 当)	・3か月後も、このままの推移が期待できる。
百貨店(サービス担 当)	・来年もインパウンド効果に変化はなく、好調に推移すると 思われる。また、新たな集客催事の強化により、来客数や売 上が確保できると期待している。
百貨店(売場マネー ジャー)	・株価やインパウンド関連は堅調であるが、好調に転じてか ら2年目を迎え、どこまで伸びるかは不安である。
百貨店(営業企画)	・来客数が改善しているにもかかわらず、買上率は低下して いる。
百貨店(宣伝担当)	・株高の継続などで高額品の消費は安定しており、売上の下 支え要因となっている。冬物衣料も好調であるため、しばら くは現在の状態が続く。
スーパー(経営者)	・消費者の生活レベルの格差が、更に鮮明になってきてい る。高品質の商品を売り込んでも、価格を気にしないで買え るのは、ごく少数の高所得者に限られる。
スーパー(経営者)	・生鮮品の相場高が続くが、平昌オリンピックに向けて、地 政学リスクも落ち着きを見せている。株高傾向が続けば、生 鮮品の相場高という環境下でも、客の購買はさほど落ちない と思われる。一方、売上、粗利益は順調と思われるが、コス ト面では人手不足対応で、人件費がますます重荷になりそう である。
スーパー(店長)	・衣料品の販売は、冬のバーゲン以降、落ち着く気がする。 食品も、競合が激しいこの地域では、大幅に伸びる要素はな い。
スーパー(店長)	・日用品については、引き続き節約志向が強まると思われる ため、苦戦が予想される。
スーパー(企画担当)	・来客数の動きが安定しているほか、今年は暖冬ではないた め、冬物商材が引き続き売れる。
スーパー(経理担当)	・引き続き気温は低めで推移しており、積雪の懸念もある が、売上は堅調に推移する。
スーパー(社員)	・野菜や水産物の相場高が続いているほか、加工食品の値上 げにより、除々に客の購買が抑制されている。現状は価格の 上昇が売上の増加につながり、食品部門の好調さを支えてい るが、この先はやや不安である。
スーパー(開発担当)	・年末商戦では、各商品の値上げもあって売上は良くない。 中小企業の多い関西では、景気の回復感が薄い。
コンビニ(店長)	・今後3か月程度は、商圈内で大きな変化がなさそうであ る。客の様子からも急激な変化は予想できないため、横ばい で推移する。
コンビニ(店員)	・当面、大きな変化はない。
衣料品専門店(販売担 当)	・これからも買い控えは進んでいく。
家電量販店(経営者)	・将来不安の払拭や所得増につながるような変化がなく、財 布のひもが緩む要因が見当たらない。

乗用車販売店（経営者）	・このところは、確かに年末の駆け込みで受注件数は伸びたが、このまま年始以降も続くとは思えない。厳しさは覚悟しなければならない。
乗用車販売店（経営者）	・車検や新車の販売予約数には、余り変化がない。
乗用車販売店（経営者）	・個々の企業業績は改善しており、消費も伸びてきている。ただし、北朝鮮問題などの地政学的リスクで、消費が完全に刺激されない側面もあり、ここしばらく景気は改善されない。
乗用車販売店（販売担当）	・株価の上昇が続いていることもあり、企業の需要はある程度見込めそうだが、個人客の需要の回復は、もう少し後になる。
住関連専門店（店長）	・業界によっては景気が良くなる動きもみられるが、当業界はよほど長期的に良い経済情勢が続かなければ、利益は上向かない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・メール会員を募っており、会員には月に1回、ほぼ全商品の価格が10%引きとなる販促を行っている。このメールを心待ちにしている客も多く、通常は動かない高単価の商品購入が目立っている。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・株価は高いままで推移しているため、為替も今の動きが続くことを期待している。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・北朝鮮や中東問題などの不安要素が相変わらず解決しておらず、株価の動きもまだまだ流動的である。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・既存客の売上が伸び悩んでいるが、新規客の獲得もあり、提案や販促の内容次第では売上増につながる。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・婦人服の在庫セールを行ったところ、大盛況であった。ただし、動きが目立った商材はごく一部に限られ、全体的には消費マインドの低い状況が続いている。
高級レストラン（企画）	・高単価メニューの売行きが好調な一方、低単価のレストランでは集客に陰りがみられる。また、婚礼や宴会受注の先行きにも不安がある。
一般レストラン（経営者）	・人件費の上昇や仕入価格の値上げなど、良くなる要素はない。2月は寒い時期なので、商店街の人通りも少なくなる。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・大きな変化はないと思われるが、大手飲食店による年末年始の休業が功を奏することを期待している。
観光型ホテル（経営者）	・新しい経済政策や、国民が喜ぶような政策は出ておらず、財布のひもは相変わらず固いままである。
観光型ホテル（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
都市型ホテル（支配人）	・インバウンド効果はあると思うが、当ホテルでは大きな期待はできない。民泊や新設ホテルなどに客をかなり取られており、大幅な景気浮揚は困難である。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の利用は上限に達しており、大幅な増加は見込めない。一方、宴会の先行予約は順調であるが、現状維持を見込んでいる。
都市型ホテル（総務担当）	・客室稼働率は、ここ数か月は90%台後半で前年を上回っており、レストラン部門の売上も前年を上回る推移となっている。宴会部門の売上も、10月を除いて前年を上回っていることから、この状況はしばらく続く。
都市型ホテル（客室担当）	・宿泊は1月が閑散期であり、2月は平昌オリンピックの開催で出控えが懸念されるが、現状の訪日旅行者の勢いが鈍化するとは考えにくい。
都市型ホテル（管理担当）	・アジアからのインバウンドが減少する要因は余り考えられないが、国内の旅行者などの動きが増えるとは思えない。
旅行代理店（店長）	・政治、海外情勢共に、余り良くない。欧州方面や遠距離の予約が増えているものの、客の様子は安定していない。
タクシー運転手	・年末年始の客の動きがかなり活発になっている。特に、夜の街に動きが出てきており、売上の伸びもみられる。今後は寒さが厳しくなるため、少しの距離でもタクシーの利用が増える。
タクシー運転手	・全体としては大きな売上の増加もなく、安定した状態が続いている。
タクシー運転手	・まだまだ悪い状態が続く。
通信会社（経営者）	・原油価格の上昇が気掛かりである。
観光名所（企画担当）	・状況は変わらないが、来年3月に一部のリニューアルを予定しているため、広告を増強し、集客に努める。
遊園地（経営者）	・顧客動向をみる限り、営業施策に対する反応はまずまずで、閉塞感は感じられない。ただし、業績に大きな影響が出るまでには至らず、消費にはまだ慎重な様子である。
競輪場（職員）	・例年と変わらないが、やや悪くなる傾向にある。

その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・プロ野球のシーズン前の時期であるが、コンサートや展示、販売関係のイベントが予定されており、前年並みの集客を期待している。
その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	・アロマオイルを使っており、服を脱ぐため、寒い時期になると来客数が減少する。
その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・年末年始のゲーム販売や書籍関係の売上は、堅調に推移する。
住宅販売会社 (経営者)	・顧客の物件選択がシビアになってきている。
住宅販売会社 (経営者)	・身の回りの景気の実感としては、全く良くなっていない。
住宅販売会社 (従業員)	・新築分譲マンションは、ディベロッパー各社が期末に向けて完成在庫を処分する方針であり、値引きが始まっているため、在庫は減少していく。
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)	・表面上、直近1年間は不動産の価格変動がみられないが、潜在的には少し下がっている。株価の推移は堅調ながらも、不動産融資に対して金融機関は少し慎重である。今後の景気は流動的となるが、余り変化はない。
その他住宅 [展示場] (従業員)	・住宅展示場については、消費税増税が行われる場合は駆け込み需要があり、徐々に来場は増加する。ただし足元は、3か月ぐらいいは来場傾向に変化がない。
その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・年始から年度末にかけて繁忙期が続くため、特に上下するような波もなく、忙しい3か月となる。
一般小売店 [時計] (経営者)	・職種は違うが、近隣の個人営業の店が年末を待たずに閉店した。来客数は悪くないものの、店主の健康面だけでなく、電気代や設備費などの値上がりも閉店の要因となった。個人営業の店では、固定費の値上がりをそのまま価格転嫁することは難しい。そこに自分たちの健康の問題や高齢化が重なるため、今聞いているだけでも、閉店予備軍がいくつかある。この通りが寂しくなれば、人の流れが悪くなり、経営にも打撃となる。
一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・例年よりも先行受注が少なく、先行きが不安定である。
一般小売店 [衣服] (経営者)	・現状を考えると、年明けからのセールには期待できない。近年は春物衣料の動きも悪いため、数か月後の販売量は厳しくなる。
百貨店 (売場主任)	・インバウンドの伸びが鈍化し、コートなどのシーズン商材の好調も一段落する。構造的にアパレルが厳しく、国内客によるモノ消費、特にファッションに対する消費の増加が期待できないため、現状よりも更に上向くことは期待しにくい。
百貨店 (売場主任)	・地元客による売上は微減が続き、若干ながら増えているのはインバウンドを中心とした観光客の売上であるため、東京オリンピック以降の景気は悪化する。
百貨店 (営業担当)	・高額品の好調な売行きも、今月頃から鈍化傾向にあるため、今後3か月ほどは良くなる感覚がない。
百貨店 (商品担当)	・米国大統領による言動や地政学リスクは、依然として経済の懸念材料である。また、都市部の店舗で1割を超えている免税売上の動向にも左右されるため、先行きが見通しにくい。
スーパー (店長)	・メリハリ消費の傾向が強まり、ハレの日には消費が増える一方、ふだんは抑える動きがみられる。消費全体としては、趣味やし好品が中心の、コト消費に軸足が移っている。スーパーは、ドラッグストアやコンビニ、ディスカウントストアといった異業態との競争激化もあり、厳しい状況が続く。
スーパー (店員)	・寒さの影響で野菜や果物の生育が悪く、値段がかなり上がっているため、年明けは厳しくなる。
スーパー (管理担当)	・年末年始を過ぎれば、消費税増税も現実として迫ってくる。また、特に東アジア情勢の推移次第では、かなりの悪化が懸念される。
スーパー (企画)	・賃上げが広範囲の業界で進むとは思えない。仮に進んだとしても、初夏以降に反映されるため、すぐには消費に回らない。
コンビニ (店員)	・今月の好調は、観光客の増加によるものであり、今後は平常に戻る。
コンビニ (店員)	・季節的に売上が落ち込む時期であるが、若い店長にやる気がないことも影響している。
家電量販店 (企画担当)	・初売り商戦後の販売につながる話題商品が、スマートスピーカーぐらいしかない。来客数の鈍化が予測され、先行きが不安である。

	家電量販店（人事担当）	・年始からは財布のひもが固くなる。学生のシングルライフ需要が出てくるまでは、販売量、金額共に厳しくなる。
	その他専門店〔食品〕（経営者）	・海産物の価格が高騰しており、利益の確保が厳しくなっている。
	高級レストラン（スタッフ）	・年末の反動で、1月からしばらくは、ゆっくりした日が多くなる。
	一般レストラン（経営者）	・自分自身に対してお金を使う傾向が強い一方、食費や生活費の節約が続いているほか、年末年始の出費の影響もある。大きなイベントが見込めない今後2～3か月先は、特に外食が控えられるため、外食産業は大きな影響を受ける。
	一般レストラン（経理担当）	・税制改正の影響に左右される。
	一般レストラン（店員）	・今後、期待できるイベントなどが無い。
	観光型旅館（管理担当）	・エルサレムの首都認定問題で、米国大統領は先進国内で孤立している。米国の国際的な威信が弱まるなかで、日本経済への影響が懸念される。また、仮想通貨の取引相場の乱高下も、景気にプラスに作用するとは思えない。消費税率の引上げに向けた、先行き不安や不透明感も、消費行動にブレーキを掛ける。
	都市型ホテル（管理担当）	・京都市内での宿泊施設の増加により、需要と供給のバランスが崩れてきている。
	旅行代理店（支店長）	・平昌オリンピックが始まると、自宅でのテレビ観戦が増え、外出する機会が減少する。平昌という近場での開催であるため、現地への旅行需要を期待していたが、今のところ大きな動きはない。
	旅行代理店（役員）	・平昌オリンピックの開催により、家計の支出が家電に回されるため、旅行需要は減少する。
	通信会社（企画担当）	・従来型の有料ゲームの売上が伸び悩んでいる。
	テーマパーク（職員）	・北朝鮮危機の動向によって、大きな影響を受けることになる。米国がまだ攻撃していないという事実が、北朝鮮のミサイルがまだ米国本土に到達できるレベルではないことを示している。
	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・今は良いが、年度替わりの時期が近づくと、多少は退会者が出る。
	住宅販売会社（総務担当）	・受注量が少し減少気味で、前月の悪化を今月でカバーできるかに懸っていたが、苦戦している。
×	一般小売店〔花〕（店員）	・客の高齢化が進み、若い世代に入れ替わっていくなかで、日常で花を生ける習慣が失われ、贈答以外に花を購入しなくなってきたと感じる。花離れが、来客数、売上にも影響している。
×	スーパー（店長）	・商圏人口の減少と、競争の激化が進む。
×	衣料品専門店（経営者）	・来年は、様々な生活必需品の値上げが予想される。その結果、衣料品に対しては、ますます低価格志向が強まる。
×	衣料品専門店（経営者）	・主婦たちが自分の服を買わなくなっている。今持っている服を着るといふ考えの人が増えている。
×	観光型旅館（経営者）	・カニのシーズンになったものの、価格の高騰や人手不足で先がみえず、価格転嫁にも限界がある。今後はオフシーズンになり、価格も安い時期になるが、働き方改革や労働時間の削減が叫ばれる一方、最低賃金は上がっている。これまでは薄利多売で集客していたが、この状況ではそれもできないため、売上の減少が避けられない。
企業 動向 関連 (近畿)	木材木製品製造業（経営者）	・再生可能エネルギーによるバイオマス発電燃料のプロジェクトが始まると、その関連事業で利益が出る。
	食料品製造業（従業員）	・食品の動きは景気に左右されにくいといわれるが、現状は景気が良くなっても低価格品の引き合いが強い。ただし、販売量の増加による、売上増の動きがしばらくは続く。
	化学工業（経営者）	・少しずつであるが新規案件も決まり始めているため、景気は少し上向く。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・現在は、リピート品と新規案件が入れ替わる過渡期である。新規案件の受注量は2月以降も伸びが見込めるので、2～3か月先は良くなっていく。市場の雰囲気も悪くない。
	金属製品製造業（経営者）	・自動車関連では、材料不足で受注対応が難しくなっている。材料の輸入価格も上昇しているため、一般品の価格も上昇基調にある。
	電気機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先に限れば、やや良くなると予想されるが、政府の債務は過大で、毎年の予算も赤字であり、いつか大きな反動が起きるのは確実である。短期的には良くなるとしかいえないのが不満である。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数が増え、受注量も少しずつ増えている。

輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・自動車関連の引き合いが増える。
輸送業(営業担当)	・減り続けていたお歳暮の配達個数が、何年かぶりに増えている。
広告代理店(企画担当)	・景気回復の実感が徐々に広がっており、消費者の購入意欲の高まりが、各施設で感じられる。
広告代理店(営業担当)	・クライアントからの問い合わせが増えている。
広告代理店(営業担当)	・年度末に向けた、追加出稿の動きが出始めている。
コピーサービス業(店長)	・問い合わせ件数が増えているため、年度末の受注量は増加する。
繊維工業(団体職員)	・大幅な減少はなく、ここ数か月と同じような微減の傾向となる。
家具及び木材木製品製造業(営業担当)	・仕事の内容には変化がない。
パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・先のことは分からない。
出版・印刷・同関連産業(営業担当)	・年度末の受注もはっきりせず、前年程度となる見込み。取引先の業種によっては景気も徐々に回復していると感じるが、受注量にはまだ影響が出てきていない。
化学工業(管理担当)	・取引先からは、現在の好調な動きが続くとの情報を得ている。
窯業・土石製品製造業(経営者)	・特に変化のない1年となった。来年は、良くも悪くも変化することが1つのきっかけになればよいが、その兆しもみえない。
金属製品製造業(管理担当)	・ますますトラック不足の影響が出てくると思われる。受注してもデリバリーの状況が悪ければ、今後の失注につながる。
一般機械器具製造業(経営者)	・成約までに長い時間を要するため、今のところ上向きとはいえない。
一般機械器具製造業(設計担当)	・株価の好調により景気は良いと感じるが、企業の内部留保が増加しているだけで、一般消費者に回復感が出てくるまでには時間が掛かる。
電気機械器具製造業(営業担当)	・景気が良くなる兆しがない。
電気機械器具製造業(宣伝担当)	・現在の好調な状況は維持可能である。
その他製造業[履物](団体職員)	・大手企業を中心に、ボーナスのアップや昇給のニュースが報じられているが、中小企業の間では、そのような景気の良い話は聞かれない。個人消費の回復に期待したいものである。
建設業(経営者)	・今月の受注状況が継続すると思われる。ただし、止まっている案件もあるので、それらが動き出せば、更に良くなる。
建設業(経営者)	・好決算企業からの、年度末に向けた工事も出てきている。ただし、技能労務者不足のため、工期の限られた工事は厳しい。
建設業(経営者)	・人材不足によって人件費が上昇し、利益を圧迫している。
輸送業(営業所長)	・荷主から新しい配送案件も出てきているが、運送業界は慢性的な人手不足であり、すぐに対応することができない。
通信業(管理担当)	・しばらく消費者は正月に向けた商品を購入する。
金融業(副支店長)	・中小企業などが従業員の給与を増やせていないため、景気の改善は見込みにくい。
金融業(営業担当)	・まだまだ低金利のなかで、厳しい状況が続く。
金融業[投資運用業](代表)	・やはり北朝鮮問題が落ち着かないうちは、景気が大きく動くことはない。
不動産業(営業担当)	・神戸からの企業の撤退が止まらない。将来についても、神戸の景気が良くなるきっかけは見当たらない。
新聞販売店[広告](店主)	・ここ2か月ほどは収入が上向いているが、わずかな動きである。景気が良くなりつつあるとは感じるが、良くなるとまではいえない。
司法書士	・会社を設立するといった案件はなかったが、解散の話もないため、2~3か月は今の状態が続く。
その他サービス[自動車修理](経営者)	・年明けもスロースタートになりそうである。
その他非製造業[機械器具卸](経営者)	・全体的な動きに変化はなく、一部のインターネット関係だけが上昇しているため、大きくは変わらない。
その他非製造業[衣服卸](経営者)	・年明け以降も、現状からの変化は見通せない。円安による輸入品の仕入価格の上昇が懸念材料である。
食料品製造業(営業担当)	・今後、働き方改革で仕事する時間が限られるなか、収入も減るため、消費は減る。

	繊維工業（総務担当）	・商品をエンドユーザーへ売り込まなければ、実売につながらない。集客力のある取組やイベントができる得意先が減っているため、更に厳しい状況が続く。
	繊維工業（総務担当）	・新聞などの情報では、景気は良くなっているが、靴下の製造業は安い商品に押されている。売上の維持を図れば、利益の減少につながる一方、利益を求めると売上が減少するなど、厳しい状況が続いている。
	化学工業（企画担当）	・原料価格が高い状態ではあるが、年末年始の需要増で一時的に販売量が増加している。回復傾向のような動きがみられるものの、数か月後には需要が低下に向かう。
	金属製品製造業（営業担当）	・鋼材の不足で工場の生産に悪影響が出ることが予想されるほか、仕入価格の上昇傾向に対し、販売価格への転嫁が遅れることで、採算が悪化する。
	輸送業（商品管理担当）	・クリスマスやお歳暮のシーズンが終わり、年を越せば、例年と同じく販売量が減少する。
	輸送業（営業担当）	・学習機の購入シーズンであるが、子供の数が減っているのか、余り売れていない。
	経営コンサルタント	・消費者を相手にする小売店や飲食店の売上は、1月は今月と大きく変わらないが、2～4月にかけては、季節的に大幅に減少する。
	経営コンサルタント	・年末年始商戦での顧客の盛り上がりは、年が明ければ落ち着いていく。そのほかのニュースにも、心理的にマイナスの影響を及ぼす内容が多い。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・朝鮮半島情勢を始めとする地政学リスクに加え、中国経済の減速が、徐々に日本の景気に影響を及ぼす可能性がある。
	× その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・前月と同様に、取引先の業界の見直しや、ターゲットの選定が進んでいない。
	× その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・景気の回復時期が見通せない。
雇用 関連 (近畿)	人材派遣会社（営業担当）	・労働力人口はこのまま減少が進み、採用が厳しくなる。そのため、市場では人材の争奪戦が続くと思われる。一方、企業との会話では、景気が悪くて会社が危ないといった話は、ほとんどなくなっている。
	人材派遣会社（支店長）	・年度末の駆け込み需要もあり、これからも求人は増えていく。
	人材派遣会社（役員）	・企業の採用意欲が衰えることは考えにくく、今後もこの傾向は続く。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・一部ではあるが、大幅に求人数が増えている業種もあり、更に裾野が広がっていく可能性は高い。今は輸出関連の大手企業が中心であり、中小企業にまで業績の改善が広がっているとは言い難いが、欧米やアジア諸国の経済が安定的に成長しているため、関西の求人にも次第に好循環の影響が出てくる。
	職業安定所（職員）	・人手不足の業種を中心に、高齢者や外国人を始め、多様な求職者が応募しやすい求人が増え、従来は就職が困難であった層にも就職機会が広がっている。また、滋賀方面で宿泊、飲食サービスの求人が大幅に増えるなど、インバウンド関連の恩恵が、大阪、京都から地方へと広がっている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・ボーナス支給後の退職の補充や、新入社員が入るまでの補充で、求人数が増員の傾向にある。ただし、求職者が減少しているため、人選はかなり難しくなる。
	民間職業紹介機関（マネージャー）	・成約数が増えている。大手企業を中心に、若手や経験不足の人材も採用する動きが出ている。
	学校〔大学〕（就職担当）	・春闘での賃金のベースアップが期待できる。
	人材派遣会社（経営者）	・業種を問わず、かなりのオーダーが入ってきている。特に、IT関連やインフラ関連の仕事が全体をけん引しており、年明け以降もこの動きはしばらく続く。また、今年の動きで最も多かったのは短期の派遣であり、この傾向は来年以降も続く。
	人材派遣会社（営業担当）	・求職者が求める条件は下がりそうにないため、企業と求職者の間のミスマッチは続く。
	アウトソーシング企業（管理担当）	・新規の仕事が入る予定はあるが、単価が安ければ受けられない可能性がある。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・平昌オリンピックによるプラスの影響は読めないが、新聞広告の推移では、特に関西の地元企業は、年度末も今と変わらない出稿計画を立てている。
新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・一部の業種が活性化していることは実感しているが、実際に家計全体の収入が増えているかどうかは疑問である。	

	職業安定所（職員）	・人材確保が困難な状況が続いているが、賃金などの求人条件の見直しには、在籍者とのバランスなどで慎重な姿勢がみられ、労働条件の改善が進んでいない。
	職業安定所（職員）	・求人倍率は引き続き上昇すると思われるが、人手不足感が強まっており、不安な面もある。
	民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の日雇求人は、関西では公共投資などが低迷しているほか、人手不足で新規事業に手を出せないという事業所の声もあり、改善につながる要因が見当たらない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・今がピークだと感じるため、これよりも良くなるとは思わない。ただし、特に悪くなる要素も見当たらないため、変わらない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・人手不足の感はあるが、将来の景気が良くなるとは考えられない。
	-	-
x	-	-