

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)		家電量販店（人事担当）	単価の動き	・価格が低い商品だけではなく、高単価であっても、自分が求める商品には惜しみなく投資する傾向にある。
		競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は8,785円で、今月の客単価は10,425円と上昇している。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・主要な得意先が集中している繁華街の量販店が、春節で売上を伸ばしているため、当社の売上も恩恵を受けている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数の増加傾向に変化はない。近隣の量販店や専門店との使い分けはみられるが、少し良い物を求めての来店が増えている。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上や外商売上が好調であるほか、例年と比較して気温が低い日が多く、衣料品の売上が順調に推移している。
		スーパー（企画担当）	単価の動き	・青果物の相場が上がっている影響で、売上は前年をクリアしている。また、その影響で冷凍野菜や果汁飲料といった高い利益の商品も伸び、売上、利益の増加に貢献している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・相変わらずファーストフードの売上が好調であるほか、弁当類やアルコール飲料、お茶などの売上も好調であった。平昌オリンピック期間中には、外食を控えて弁当を自宅に持ち帰る客が増えたように感じる。
		コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・若干良くなっている感覚はある。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・外国人観光客の来客が増えており、少し暖かくなったことで、冷たい飲物が売れている。
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・平昌オリンピックの効果で4Kテレビに動きが出てきたが、全体的には買換えサイクルの長期化で、販売量が伸びない。
		家電量販店（企画担当）	単価の動き	・来客数は大寒波の影響で減少したが、ゼロエネルギー住宅に対する国の対策をアピールし、省エネ家電の重要性を伝えることなどで、単価アップに取り組んだことも、好調につながっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算に伴う拡販キャンペーンにより、販売台数は年末に比べて114%と増加、前年比で109%となっている。広告宣伝費などの経費は年末とほぼ同じであるため、キャンペーンは成功したといえる。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算期なので、販売量が増加している。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新規顧客は増加していないが、来店客の消費マインドは上がっている。
		乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・週末の来客数は増加傾向にある。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・株価の変動が大きいことが気になるが、何とか2万円台を維持している。海外情勢による大きな影響がない限り、客の心理も安定していく。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	販売量の動き	・2月は寒波の影響で来客数は多くなかったものの、カイロや体を温めるための商品が完売した。単価が高くても売行きは良く、メーカーでは売り切れとなり、欠品が出るほどである。
		都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・前月から随時、全体の25%に当たる客室の改装を進めている。中旬までは、売上が前年比で20%の減少となっていたが、単価の引上げ策が功を奏し、前年の累計売上には追い付いた。食堂の朝食利用は大きく落ち込んでいるが、宴会が前年比で30%増と好調である。件数も増えているが、単価が上がっている。
		都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・宿泊に関しては、春節における中国からのインバウンドの動きが、個人客、団体客共に好調であり、春節前後も堅調に推移している。また、レストランや宴会も堅調な推移をみせ、売上が大幅に伸びている。
	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・平昌オリンピックによる出控えもなく、宿泊人数は前年比7.6%増で推移している。春節の影響もあり、外国人比率も9.7ポイント上昇している。	
	旅行代理店（店長）	お客様の様子	・平昌オリンピックもあって盛り上がっていたため、若い客が海外に出かけている。特に、学生によるソウルや台湾、欧州への旅行が多くなっている。	

旅行代理店（役員）	来客数の動き	・テレビの旅番組による影響もあり、世界遺産やクルーズなど、特定の目的の旅行に対する申込みが増えている。
住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・新築の建て売り住宅の販売が好調と聞いている。新規物件用の土地購入意欲も高い。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・増加するインバウンドの影響で、京都や大阪では、公共交通機関や商業施設の混雑度が増している。それに伴い、飲食や物販関連の新規出店意欲が高まっている。
商店街（代表者）	お客様の様子	・人出の少ない日が多くなってきた。相変わらず、買上単価も低い。
商店街（代表者）	お客様の様子	・厳しい寒さで来客数が減少しており、必要な物だけを購入する動きがみられる。
一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・2月と前年11月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は2月が104.3%で、11月が97.1%、関東は2月が82.8%で、11月が96.0%、中部は2月が96.1%で、11月が110.9%、中国は2月が83.5%で、11月が103.6%となり、各地区合計の平均は2月が94.8%、11月が100.4%であった。地区や取引先店舗によるバラつきはあるが、バレンタイン商戦の不調が最大の悪化要因である。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	お客様の様子	・2月は春節もあり、1月が悪かった分、少しは神戸の街もにぎわうと思っていたが、例年の春節よりも外国観光客、国内客共に少なく、静かだった。当地周辺も人出が少なかった。気温が低すぎた影響もあるのが、2か月連続で客の動きが非常に悪いように感じた。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・クリアランスセールも落ち着き、春夏物が動き出す前のこの時期は、例年と余り変わりなく、全ての動きが止まっている。
一般小売店〔野菜〕（店長）	それ以外	・今月は物の値段がすごく上がり、どちらかといえば抑え気味の販売となったため、厳しい状況である。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・外国人観光客の免税売上は、相変わらず前年比で2けたの伸びとなっている。店舗売上全体の10%に近づきつつある。
百貨店（売場主任）	来客数の動き	・2月は非常に冷え込んだことで、入店客数が前年をクリアできず、苦戦している。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・堅調な外国人売上や、富裕層向けの外商売上が増加傾向を継続し、前年割れとなっているボリューム層の売上減をカバーしている。この構図は、3か月前とほぼ同じである。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・今月中旬までの寒波の影響が、高級ブランドの春夏物の衣料品は出足が悪い。それに伴って、高級ブランドの宝飾品の動きも今一つである。その一方、インバウンドの売上は化粧品を中心に好調である。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・2月に入り、気温の影響もあるが、富裕層や国内消費を支えるボリューム層の購入単価も停滞気味である。価格を下げてでも売れず、購入点数が減る厳しい状況となっている。バレンタイン商戦も、都心店は健闘しているが、郊外店は苦戦している。消費者の厳しい目もあり、価格と価値のバランスの取れた商品を求める傾向は変わらない。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月もインバウンド効果で、前年の売上を大幅に上回る傾向は変わらないが、伸び率が前年より少し低迷している。インバウンド効果により、化粧品などは好調に推移している。
百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月も長引く寒波の影響や、時差のない平昌オリンピックの開催で、春物ファッション関連のほか、客足も苦戦。入園や卒園のマザーニーズは堅調ながら、通常のファッション関連は気温に左右されるところが大きい。一方、バレンタイン商戦は、前年を少し上回る推移で終了した。14日が平日であったため、駆け込みでの義理チョコの購入も順調となっている。

百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・ 2月に入り、都心店舗と郊外店舗で売行きに差が出始めている。旧正月以降のインバウンド売上は大きく落ち込んでいるが、高額商材の新商品は順調に動き、国内富裕層の得意客に支えられている。また、春のメイク商材などの新作が順調な化粧品は、前月ほどの勢いはないが、売上は前年比で105%の推移となっている。一方、バレンタイン商戦は例年並みをキープしている。全体として、来客数は前年並みであるが、昨今は客の買い方が、定価品であれバーゲンセールであれ、かなり吟味してから購入する形に変化していることから、今後は鮮度や楽しさなど、買う気にさせる何かが必要となる。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・ 今月中旬には、平昌オリンピック開催の影響か、来客数が一時前年割れとなったが、春節の時期が前年とは異なることで、訪日観光客による来客数が順調に伸び、都市部の店舗は順調に推移した。一方、低めの気温が続くなかで、春物商材の動きは鈍く、特に郊外や地方店舗で影響が強く出ている。
百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・ 上旬は寒波の影響もあって、来客数は微減であったものの、ダウンコートの特価品といった実需商品が好調に推移し、前年の売上は維持している。中旬から下旬にかけて気候は良くなってきたが、平昌オリンピックの影響などもあり、来客数は横ばいである。化粧品や高級輸入ブランドは、インバウンド抜きでも引き続き好調であるが、春物衣料はまだ前年割れが続いている。
百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・ 最大の好調要因であるインバウンドの動きは、引き続き堅調である。特に近年、春節では航空券が高騰することから、来日する外国人の大半が富裕層と推測される。特選品や宝飾品を中心に動きが良く、不調であった婦人、紳士服をカバーしている。
百貨店（マネージャー）	単価の動き	・ 2月の好調要因は、今年は中国の旧正月が2月中旬からと、前年の1月末から後ずれしたことで、インバウンド売上が前年の2倍となった。爆買いは影を潜めたが、高級時計や化粧品などを、土産ではなく自分のために買うようになり、単価もアップしている。
スーパー（経営者）	単価の動き	・ 大寒波の影響で、生鮮品を中心に商品が足りず、野菜も魚も大幅に価格が上がっている。また、需給バランスの悪化で肉の価格も上がり、生鮮品が全面高となったが、それによる販売点数の落ち込みを、単価の上昇がカバーしている。ただし、ライバル店も含め、相場どおりの価格設定では売れない商品もあり、仕入価格以下での販売も常態化しているため、損益的には厳しい状況が続く。
スーパー（店長）	お客様の様子	・ 客単価は少し上がっているが、来店回数が減っており、良くも悪くもない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・ 食品は、野菜の相場高や寒さで単価が上昇しているが、衣料品や住関連品は冬物商材の動きが落ち着いている。本来は春物商材が主力となる時期であるが、寒さで売行き不振のため、トータルでは横ばいである。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・ 来客数に変化がない。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・ 平昌オリンピックの悪影響は多少あったものの、野菜の相場高が続いており、売上は底堅い動き。気温の低い状態が長引き、冬物商材から春物商材への切替えのタイミングが難しい。
スーパー（社員）	単価の動き	・ 今冬は例年に比べて気温の低い日が多く、特に高齢者が来店を控える動きにつながったため、多くの店舗で来客数が前年よりも減少している。ただし、来店が減った分、まとめて購入する客が多いようで、客単価は堅調である。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・ 売れている物と、売れていない物があるわけではなく、来客数、販売共に安定している。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・ 弁当やパンの売行きが好調であるため、前年比で15%ほど売上が伸びている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・ ここ数ヶ月、販売量はほとんど変わっていない。ただし、3月は決算月でもあるため、期待としては、何とか販売増につなげたい。
乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・ 来客数が伸び悩んでおり、しばらく様子を見る。

その他専門店 〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・寒さの影響もあるが、客は必要な商品を最低限だけ購入する傾向が強い。
その他専門店 〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・景況感に大きな変化は感じられない。
その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・海外からの観光客による消費の伸びと、既存客の消費の停滞で相殺されているように感じる。
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	・セールが始まったこともあり、受電が追い付かない状況である。
高級レストラン（企画）	販売量の動き	・インバウンド需要の増加と反比例して、国内客が減少している。特に、大手旅行代理店経由の宿泊予約が減っている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・2月中旬頃までは、夜の営業の来客数が激減した。気象条件の悪化による影響のほか、平昌オリンピックで注目選手が登場する時間帯は、特に客足が止まった。一方、月後半は団体客やグループの来店が増えたほか、週末は春節の影響もあって来店が増えている。
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いが、余りに寒過ぎて、近くの商店街の人通りはますます少なくなっている。近隣の店舗にも、客は余り入っていない。
一般レストラン（企画）	単価の動き	・2月に入って来客数の前年比は若干悪化したが、ここ3か月の売上の前年比は、客単価の上昇で堅調な推移が続いている。
一般レストラン（経理担当）	単価の動き	・インバウンド効果は出ているが、内需の掘り起こしが課題である。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	それ以外	・客の状況に変化は感じられないが、社内の人材不足もなかなか厳しい。働き方改革も、何となく蚊帳の外の話であると感じる。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・2月は春節に伴い、インバウンド客が販売量を押し上げてくれた。1～2月の合計でも、インバウンドは前年比で若干増加している。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・高単価の宿が少し苦戦しているが、予約は順調に動いている。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・株価の乱高下や為替相場の不安定化、大雪による野菜類の品不足や価格の高騰など、マイナス要素ばかりであるが、インバウンド景気で多少の改善は見受けられる。
都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・アジアからのインバウンドの好調に下支えされ、インターネット経由の予約の動きは良いが、婚礼件数やレストランの夕食の利用状況、客室の旅行代理店経由の予約が伸びておらず、先行きは不透明である。
都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊収入は前月に続いて前年を上回り、レストラン収入も同じく上回っている。一方、宴会収入は前年に大型の宴会が入った反動もあり、前年を下回っている。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・株価の下落懸念などもあり、個人消費に回復の兆しがみられない。
タクシー運転手	来客数の動き	・最近の前年よりも景気が良くなる傾向にあったが、今月は横ばいとなっている。今後は年度末の動き次第となる。
タクシー運転手	お客様の様子	・今月は学会もあったため、ホテル周辺などでは、団体客や宿泊客の動きが良い。
タクシー運転手	お客様の様子	・寒さや天候不順などにより、客の乗車回数は増えたものの、営業収入の増加にはつなげていない。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・客の受注状況に大きな変化はない。
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・しばらく続いている低迷傾向に、なかなか復調の兆しがみられず、対応に苦労している。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	それ以外	・来客数や公演数、売店での販売などに大きな変化はない。
美容室（店員）	来客数の動き	・新規客がやや増加し、パーマやカラーなどの単価も上がっている。

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	・インターネットでは買えない品ぞろえを展開して、客単価のアップを目指しており、売上の減少にも徐々に歯止めがかかってきている。
住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・不動産流通の需要と供給の状況に、余り変化はないが、マーケット自体は縮小している。
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)	それ以外	・一般的に、良い話は聞かれない。
一般小売店 [時 計] (経営者)	来客数の動き	・営業日数の割に、来客数がかなり少なかった。客が全く来ない日や、1人だけという日もあった。寒い日が続いたことも大きな理由と思われるが、予想以上に盛り上がった平昌オリンピックやインフルエンザの影響も大きかった。店の前を歩いている人が少ない。
一般小売店 [衣 服] (経営者)	販売量の動き	・2か月連続でコート類の販売が好調となり、数年ぶりに良い数字となったが、売上全体では全店で6~7%近くダウンしている。春物商材に関しては、前年比で70%まで落ち込みそうである。
一般小売店 [菓 子] (営業担 当)	販売量の動き	・2月は気候の変化が激しく、販売量が伸び悩んでいる。
百貨店 (売場主 任)	お客様の様子	・今月は目標達成の見込みである。ただし、インバウンドは依然として好調であるが、今まで好調であった防寒商材の売上が減少しており、特に今月中旬から後半にかけて失速している。国内客による不要不急の商品に対する購買の慎重さに変化はなく、中間価格帯の商品の動きも鈍い。
百貨店 (営業担 当)	販売量の動き	・インバウンド売上は高い伸びが継続しているが、円高、株安の影響により、高額品の売行きに若干ブレーキが掛かり気味である。また、気温が低い影響で、春物商材の動きが弱い。さらに、ボリュームゾーンの婦人ファッションや雑貨も伸び悩むなど、中間層の節約ムードも目立つ。
百貨店 (マネー ジャー)	販売量の動き	・直近の動向は、店頭売上が前年比3.9%増で推移している。宝飾品や時計、特選衣料品などが2けた増となるなど、高額品の動きが良い。また、訪日外国人売上も80%増で推移し、特に高額品が倍増するなど、海外も富裕層の購入が好調に推移している。ただし、全体の購入客数は2%減であり、中間層以下の購入客数が大きく減少している。
百貨店 (販売推 進担当)	お客様の様子	・気候の影響もあり、春物衣料が全く動かない。食料品も、寒さの影響で魚や野菜の流通量が減り、販売につながる商品がなく、売上不振に陥っている。落ち込みを補うべく、販促に注力しているが、来客数は伸びているものの、客単価の下落により、売上の増加にはつながっていない。
百貨店 (営業企 画)	お客様の様子	・一過性の動きだと思われるが、平昌オリンピックの注目競技の放送日は、入店客が減少している。
スーパー (店 長)	来客数の動き	・寒さが長引いている影響もあるのか、夕方からの客足の伸びが悪くなっている。
スーパー (店 長)	来客数の動き	・3か月前と比べて、来客数の落ち込みが大きくなっており、客単価も購入点数の減少で落ち込んでいる。
スーパー (店 員)	単価の動き	・葉物野菜の価格が、雪の影響でかなり高騰している。
スーパー (店 員)	お客様の様子	・野菜価格の高騰で、家族客からは様々な買い渋りの声が聞かれる。
スーパー (開発 担当)	販売量の動き	・相変わらず野菜の高騰が続いている。特に、葉物野菜は売上が伸びていない。
コンビニ (経営 者)	販売量の動き	・加熱式たばこの器具が普及し、インバウンドによるたばこの購入額も少なくなっている。
コンビニ (店 員)	来客数の動き	・12月の月末はかなり来客数が多く、プラス1品の購入も多かったが、今月に入ってからは一見の客が少ない。
住関連専門店 (店長)	販売量の動き	・通販の売上が伸び悩んでいる。消費者への浸透と拡大に、コストやマンパワーをかけなければ生き残れない、厳しい競争が始まった感がある。

	その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	お客様の様子	・寒い日が多いため、カシミア素材などの冬物商材が堅調な一方、春物商材は動きが悪く、ファッション全体としては低調である。ただし、カタログ掲載品の中でも、機能や素材などで特徴を打ち出した商品には注文が集まっている。
	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・今月とはとにかく来客数が少なかったが、客単価がそれなりに高かったことが救いである。
	旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・平昌オリンピックが盛り上がるにつれて、自宅観戦のためのテレビ購入などに、旅行の需要が負けている。また、平昌オリンピック後に開催地を観光する需要が、平昌の場合は余り街の魅力が報道されずに、どちらかといえば寒さなどのマイナスの話が多かったため、その需要にも期待しにくい。
	美容室 (店長)	来客数の動き	・店舗の移転などで営業日数が少なかった割に、売上は堅調であったが、前年の実績は下回っている。
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・1棟単価の上昇により、金額ベースでは現状維持であるが、販売棟数が減少傾向にある。
	その他住宅 [展示場] (従業員)	来客数の動き	・住宅展示場への来場者数は、前年比で2割減となっている。
	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	販売量の動き	・地域の新築着工件数が、この時期で1けた台に落ち込み、過去最低を記録した。最盛期の約6分の1の水準である。
x	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・2月になって来客数が落ちている。1月よりも寒さが和らいだにもかかわらず、街に人が出てきていない。また、外国人観光客の中でも、個人客の数が伸びている。
x	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・この2月は暇である。
x	タクシー運転手	お客様の様子	・公共交通機関を利用する人が多く、日に日に悪くなってきている。
企業動向関連 (近畿)	*	*	*
	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	・試作依頼が順調に伸びており、量産加工の依頼につながる良い雰囲気を感じる。
	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車関連も、それ以外の分野でも、受注量が増加してきている。
	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・当社の取引環境は、かなり活発に動いているため、身の回りの状況だけで判断すれば良くなっている。ただし、国の財政状況や国際情勢の悪化に対し、いつ国民がそれを認識し、経済が急に悪化しても不思議はない。
	電気機械器具製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注が増えている。
	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・当社だけでなく、搬送機メーカーへの引き合いが増える傾向にあり、引き合いを断るのに頭を悩ませている。
	その他製造業 [事務用品] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・新学期に向けての新商品の受注は、前年よりも良くなっている。
	金融業 (営業担当)	それ以外	・年度予算の消化などで、3月下旬頃までは、土木工事関係はやや忙しい。
	コピーサービス業 (店長)	受注量や販売量の動き	・各企業が今年度の業績を悲観的に考えていた影響で、当初は発注を控え気味であったが、予想を上回る結果が出ているせいか、受注の好調な動きがみられる。
	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・前月に続き、今月前半は野菜などの価格も高騰し、当社の調味料は需要が伸びなかった。冷え込みの影響もあり、出歩く機会が減った可能性もある。
	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・悪天候が続いていたこともあり、売上に大きな変動はない。
	食料品製造業 (経理担当)	取引先の様子	・この冬の寒さは厳しく、一般客の需要は前期比で減少している。
	繊維工業 (団体職員)	受注量や販売量の動き	・タオルの産地全体では、生産量は微減傾向で芳しくないが、個々の企業では前年比で微増の動きもあるなど、良くはないが特段に悪い状況でもない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・季節要因を考慮すれば、特に変化はない。

	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・前年の夏頃から、出荷数量は好調が続いている。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・この数か月、受注ベースでみた景況は横ばいである。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・2月は気温の低い日が続いたこともあり、冬物商材の荷動きが堅調な推移を示している。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・基本的には余り変わらない。年度末ではあるが、前年と比べて動きは多くない。	
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・案件の単価は低いままである。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・小規模ではあるが、好決算企業の年度末工事が多い。ありがたい動きである反面、職人不足で苦労している。	
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・事務機器やじゅう器などの配送業務は、例年は3月の年度末に集中するが、今年は2月に前倒しの動きがみられる。	
	金融業（副支店長）	取引先の様子	・平昌オリンピックも開催されたが、客の声によると、大阪周辺に特段の変化はない。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸からの企業の撤退が、今も続いている。事務所の空室率が上がり、賃料が下がっている。企業の撤退で社宅のニーズが減っているほか、住宅の賃料は横ばいか低下となり、空室率は上昇している。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末に向かうが、例年のような広告の出稿がない。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・経済産業省関連の中小企業向け施策につき、平成29年度の補正予算、平成30年度の予算案が示されたが、これを積極的に利用しようとする中小企業が年々減少している。補助金があっても、必要な設備投資は既に行っており、政策には踊らされないという経営者が増えている。年度末とはいえ、景気を見極めて行動する状況が続くそうである。	
	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	・忙しくもなく、暇でもないが、手間がかかっている割には売上が増えない。	
	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	・今月は中国の春節もあり、中旬以降は外国人観光客の数が明らかに増えた。今年は中国と韓国との間の、政治的な関係が冷え込んでいることも影響している。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	競争相手の様子	・4～5か月前から、余り変わらない動きとなっている。	
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・チェーンストアでの衣料雑貨の販売は、引き続き芳しくない。ただし、スーパーの店舗閉鎖や売場の縮小などによる、売場面積の減少が顕著であり、それに伴う販売金額の低迷が構造的に進んでいる。	
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・2月は、前年よりも売上が販売量が30%近く減少している。定価品の販売が減っており、催事の予定も少ないため、今後に不安が残る。	
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・配達料金を取るようになって、客が減っている。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・2月は毎年良くないが、今年は特に悪い。折込収入が減少しているほか、購読数も大きく減少している。	
	広告代理店（企画担当）	それ以外	・米国の株価の低下や、仮想通貨の事件などで、投資への不信感が出ているためか、購買意欲が下がっていると感じる。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙広告、Web広告共に、売上が前年を下回っている。	
	経営コンサルタント	それ以外	・極端に寒い日が続く、冬物衣料や防寒関連の商品は堅調に伸びているが、食料品や身の回り品は節約志向が続いている。高齢者世帯の増加により、買い控えや節約志向が目立つ形となっている。	
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・実体経済が良くない。
	×	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	それ以外	・ターゲットの市場を入れ替えた変化に、当社が対応できていない。現状、様々な市場をターゲットとしているが、当社の景気については、当面は悪いままの状況が続くそうである。
雇用関連	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・前月と比べて求人数が増え、短期需要や産休の補充に加えて、長期の派遣依頼も増加しているなど、3か月前と比べて良くなっている。	

(近畿)	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・上向き傾向となっている。
	人材派遣会社 (営業担当)	雇用形態の様子	・紹介予定派遣や人材紹介といった形態での募集が増えている。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増加が続き、製造業ではスマートフォン用のリチウムイオン電池、自動車関連電装品、半導体製造装置などが受注好調となっている。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・直近の近畿の新規求人は、相変わらず製造業や運輸業、情報通信業の求人が大きく増えている。製造業では産業用機械関連が相変わらず好調なほか、白物家電や自動車部品関連の伸びも大きい。また、運輸業では昨今のインターネット通販の増加による宅配の求人だけでなく、企業間取引を担う運送会社の求人も大きく増加している。情報通信業も、生産性の向上や省力化、IT化の流れを受けて、SEやプログラマーの求人増加が続いている。
	民間職業紹介機関(営業担当)	雇用形態の様子	・正社員の採用数や、採用条件が良くなっている。
	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・求人票の受付方法を変えたため、求人企業数は前年度よりも若干減少しているものの、企業の採用意欲はまだ高い。
	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・年度末を控えて、業種を問わず短期の案件が増えているほか、来年度の契約もかなり出てきている。短期の契約でとりあえず様子を見て、今年後半から出てくる、改正労働者派遣法の3年問題に対応する動きが増えている。
	人材派遣会社 (役員)	求職者数の動き	・4月の労働契約法、10月の改正労働者派遣法に伴う動きをにらんで、求人者の動きがやや止まっており、登録者が減少傾向にある。もちろんベースとしては人手不足であるが、登録者の減少に拍車がかかっている。このまま企業に人を送り込めなければ、経済も停滞することが考えられる。
	新聞社[求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・新聞の求人数は縮小均衡状態が続いており、前月に続いて景気が上向きか下向きかが判断できるような傾向はみられない。一方、Web広告は新聞や雑誌求人なども取り込み、全業種で増加傾向となっている。
	新聞社[求人広告] (担当者)	それ以外	・新聞広告の推移をみると、年度末にもかかわらず、良くも悪くもない。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数は前年と比較して増え続けており、好調が続いている。当地域では、コンビニなどの小売業の開店が増加している。
	民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・建設関連の日雇求人は、寒波到来による現場への影響も特になく、長期にわたって横ばい傾向が続いている。
	民間職業紹介機関(営業担当)	求人数の動き	・2018年卒の新卒求人は、卒業を目前としたこの時期でも多い。2019年卒の採用の動きも例年以上に早いことが、景気の良さを示している。
	学校[大学] (就職担当)	求職者数の動き	・求職者数は堅調に伸びており、数字の上では良いと感じるが、業界に偏りがみられる。
	学校[大学] (就職担当)	それ以外	・春節シーズンであり、繁華街、観光地共にインバウンドで大変混雑していたが、国内客は、野菜などの値段高騰もあり、動きは落ち着いているように感じる。
	-	-	-
x	-	-	-