

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 (近畿)		家電量販店（人事担当）	・進学や就職により、新生活を始めるための需要が増えつつある。3月の終盤までは、冷蔵庫や洗濯機、レンジ、クリーナーなど、生活に必要な家電の動きが活発になる。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・物の値段がもう少し落ち着けば、今月よりも良くなると思われるが、全体的には変わらない。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・3月は気候も良くなり、人の動く時期であるため、ギフト商材の販売増を期待している。
		百貨店（売場主任）	・天候の良い日は、来客数が前年を大きくオーバーしている。気温が回復すれば、売上は前年を上回る見込みである。
		百貨店（営業担当）	・米国や北朝鮮などの情勢はさておき、円高傾向なのは気になるが、国内には相変わらず切羽詰まった感じもない。しばらく東京オリンピックまでは、平和なムードが続くそうである。
		百貨店（販売推進担当）	・長い冬が終わり、春に向けて、新ショップの開業などの仕掛けを行っている。暖かくなることで、客の動きや市場の変化につながることを期待している。
		百貨店（マネージャー）	・年初に比べて株価が多少下がり、富裕層による高額品需要の減少を危惧していたが、2月も美術品や高級時計、海外特選ブランド品などは堅調に動いている。気候の長期予報でも、春の訪れが早く、夏は猛暑になるため、季節変動に敏感な衣料品や家庭用品は安定した需要が見込まれる。
		スーパー（店長）	・1月中旬から、特に客の財布のひもが固く、節約意識の高まりを感じる。気温の低さや、平昌オリンピックのテレビ観戦による影響もあり、外出が控えられているように感じる。ただし、今後は少し改善に向かう。
		スーパー（店員）	・天候が安定すると、商品不足が解消し、価格も下がってくる。
		スーパー（店員）	・気候が安定して買物にも出やすくなるほか、野菜などの価格も落ち着いてくる。
		スーパー（企画担当）	・当社では基幹システムが最新となり、作業工程の削減につながっている。効率がアップして削減された時間を、高付加価値業務の拡大に回すことで、客の満足度が高まり、景気回復にもつながる。
		コンビニ（経営者）	・コンビニチェーンの合併によってブランド力が高まり、売上のアップにもつながっていく。
		コンビニ（店員）	・ゴールデンウィークもあり、旅行者が増える。
		コンビニ（店員）	・徐々に暖かくなり、飲料やアイス類が売れ始める。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・春夏物スーツなどのオーダーが、早い時期から増えている。また、制服の引き合いも多い。
		家電量販店（店員）	・引っ越しや転勤などに伴う、新生活関連の需要が高まる。
		乗用車販売店（経営者）	・現状は悪くなる要因が見当たらず、何となく雰囲気は上向いている。
		乗用車販売店（経営者）	・年明けからの世界的な株価低迷も終わり、少しずつ市場も落ち着いてきている。平昌オリンピックも閉幕し、いよいよ多くの企業が決算を迎える3月になる。各社が消費の刺激に集中する時期であるため、景気は上向いてくる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売予約が多くなっており、車検の予約も入ってきている。
		乗用車販売店（営業担当）	・2月の販売が好調であったため、3月も一層の拡販が期待できる。
	乗用車販売店（販売担当）	・賃金のベースアップなど、景気が良くなる話題が増えた。ショールームに客がいることで、その波及効果も見込まれる。	
	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・これから春に向けて外出する人が増えるほか、新生活向けの新しい商品も出始めており、買換えなどをきっかけに景気は良くなっていく。ただし、若年層や高齢者層はプラスアルファで購入するが、子育て世代は現状維持となる。	
	高級レストラン（スタッフ）	・春は歓送迎会や、卒業、入学祝いなどで、団体客や家族での利用が増える。	
	一般レストラン（経営者）	・花見の時期にはインバウンドの需要が増えるほか、企業の異動や決算時期、歓送迎会などで需要が増える。	
	一般レストラン（経営者）	・近くに桜並木があるので、花見で人通りが増える。地域のイベントに参加することで、店の認知度が上がるため、今後は来客数も増える。	
	一般レストラン（店員）	・春ということもあり、入学式やゴールデンウィークなどのイベントが増えるため、来客数も増加する。	
	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・これから気温が上がるにつれて、客が増える。	

観光型旅館（団体役員）	・暖かくなれば、来客数の増加が見込まれる。
観光型旅館（管理担当）	・米国と北朝鮮の対話が実現し、和解に前向きな発表が行われれば、周辺国の緊張の緩和につながり、景気が好転する可能性がある。
都市型ホテル（スタッフ）	・周辺でもビジネス系のホテルが多数建設中であるが、宿泊需要は増えているため、観光客の増加につながる。また、宴会場を持つホテルは少ないため、今後の利用が期待できる。
都市型ホテル（スタッフ）	・客室の改装が終わり、単価引上げ後の先行予約も好調である。宴会は不透明であるが、単発ながら、企業の50周年の宴会といった大口予約が目立っている。
旅行代理店（支店長）	・ゴールデンウィーク需要に引っ張られて、出足は良い。今年のゴールデンウィークは、前半が3連休で後半が4連休と、旅行に出やすい日並びであり、旅行マインドが高まりつつある。それに引っ張られる形で、その前後の予約も前年を上回っている。
旅行代理店（役員）	・平昌オリンピックも終わり、消費が家電から旅行へシフトする。
タクシー運転手	・年度末に新たなビジネスが動くことにより、経済全体に刺激が広がれば、やや良くなる。
タクシー運転手	・これからは気候が良く、花見シーズンとなる。暖かくなると外出が増えるため、タクシーを利用する人も増える。
通信会社（社員）	・平昌オリンピックによる4Kテレビの買換え需要も落ち着いたが、ケーブルテレビの解約数などは減少しているため、前年比では3月以降も好調が見込めそうである。
競輪場（職員）	・ゴールデンウィークになるので、消費が伸びる。ただし、物価が上がるため、伸び率は小幅にとどまる。
競艇場（職員）	・全国発売のG1競走での売上をみると、電話投票を中心に好調であり、右肩上がりの傾向がみられる。
その他サービス[マッサージ]（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、寒い時期は来客数が減少する。
住宅販売会社（経営者）	・地価上昇に対する警戒感が、今のところはなく、投資家の購買意欲も高い。
その他住宅[展示場]（従業員）	・2019年10月に迫った、消費税率の引上げの駆け込み需要で、そろそろ客が動き出す時期である。
その他住宅[情報誌]（編集者）	・好調な企業業績に連動する形で、給与のベースアップが期待される。富裕層の動きも引き続き好調なため、消費の拡大が見込まれる。
その他住宅[住宅設備]（営業担当）	・年度末を迎えて、多少は景気も良くなる。新築着工件数も例年どおりに推移すれば、今月よりも上向きになる。
商店街（代表者）	・とうとう商店街に衣料品の100円ショップができた。他の格安店も盛況となっている。
商店街（代表者）	・購買意欲の低下が著しく、若い人はインターネット通販で買物を済ませている。
一般小売店[衣服]（経営者）	・今年は全体的に動きが遅くなると予想されるが、何とか前年並みの売上確保を目指す。
一般小売店[珈琲]（経営者）	・大きなイベントの開催もなく、身の回りにも大きな変化がない。
一般小売店[時計]（経営者）	・子供の教育費が高過ぎるという話を客から聞いたが、年子で高校生や大学生の年齢になると、半端ではない金額が必要となり、切実な感じであった。4～5月は正に物入りの時期となるため、必要な物以外にお金を使うとは考えにくい。店の景気が良くなるとは期待していないし、考えられない。
一般小売店[鮮魚]（営業担当）	・3月は事前の予約もないほか、目新しい材料も見当たらない。
一般小売店[花]（店員）	・予約注文も前年と余り変わらず、固定客が中心で、新規客は少ないため、大幅に売上が増えることも、減ることもない。
百貨店（売場主任）	・猛暑が予想されるため、早くから夏物衣料の動きが活発になる。
百貨店（売場主任）	・インバウンドによる売上や、高額商品の売上が伸びており、全体としては順調であるが、それ以外の客層では、売上は横ばいが続いている。
百貨店（営業担当）	・海外の高級ブランド品や美術品の購入は、超高級品を購入する、ごく一部の富裕層の気まぐれで、購買の有無や単価が変わる。明るい方向に進んでいると感じるが、全体としては客の数が減ってきている。
百貨店（マネージャー）	・米国の金利上昇懸念から、日経平均は一時乱高下した。ただし、株価も落ち着きをみせているほか、下落時も富裕層の消費が減退することはなかったため、今後も期待できる。

百貨店（サービス担当）	・新しい催事や集客力のある催しが企画されており、傾向的には変わらない。前年実績や目標を達成する動きは、来月以降も続く。
百貨店（マネージャー）	・今春の賃上げの方向性が、大きく消費者心理に響くと思われる。ただし、確実に進んでいる少子高齢化のリスクや、科学技術の進歩によるリスク、消費者自身が抱えるリスクを考えると、消費が大きく改善するとは思えない。
百貨店（服飾品担当）	・この数年は、3月と9月の春物、秋物商材の苦戦が続いている。季節が深まってから洋服のスタイルを決めて購入するという、客の買い方が定着した影響と思われる。そのため、3月以降は、気温に左右されるアイテムの動きは不安定と考えられるが、化粧品の新開発商材の売行きは良いほか、バッグやアクセサリーなど、気温に左右されないアイテムも好調に推移していることから、急激に増えることはないものの、この緩やかな改善は続きそうである。
百貨店（商品担当）	・冬場にはプラスに作用した気温要因が、春物商材には反対に作用している。今後の見通しは不透明であり、好調な免税売上の頭打ち懸念から、将来的には弱含みとなっている。
百貨店（販促担当）	・消費を刺激するような、明るい話題に乏しい。悪い傾向は感じられないが、浮ついた雰囲気はなく、慎重な消費が続くそう。春闘も大企業は多少の良い回答が見込めるものの、大勢としては上昇基調になく、財布のひもは固い。消費の楽しさや、幸せが実感できるような売り方の工夫が必要である。
百貨店（売場マネージャー）	・好調に推移している高級輸入ブランドや、インパウンドのシェアが高くなっている化粧品は、株価や為替の変動に売上が大きく左右される可能性があり、引き続き注視している。
百貨店（外商担当）	・春に向けて、店内の改装や新ブランドの導入が予定されているので、売上増が見込まれる。
百貨店（営業企画）	・企業業績は安定しているものの、株価や為替が不安定である。
百貨店（宣伝担当）	・インパウンドの好調は持続しているが、株価が不安定なこともあり、一般客の消費には力強さが戻ってこないため、大きな動きにはならない。
スーパー（店長）	・来客数が増えなければ、景気の上昇にはつながらにくい。
スーパー（店長）	・常に競合先と集客合戦をしているので、緩めると客の動きが悪くなる。前年並みのチラシの量で、ほぼ前年並みに届くかどうかという状況である。
スーパー（店長）	・社会保障費の増加などで可処分所得が減少しており、中間所得層は消費を抑える傾向にある。
スーパー（企画担当）	・野菜相場は安定してくると予想しているが、来客数に大きな変化はない。
スーパー（経理担当）	・円高基調が続いており、株価の変動も激しい。小売各社は低価格攻勢を打ち出しており、節約基調のなかで激しい競争が続くが、売上は堅調さを保つ。
スーパー（開発担当）	・原油価格の高騰が一段落し、野菜価格の高騰も収まれば、景気の上昇が見込まれる。
スーパー（管理担当）	・本業の黒字化が達成できる見込みがない。
スーパー（社員）	・気温の低い日が多く、店頭では冬物商材がよく売れている。特に食品部門は、売上が前年を上回る店舗が多い。今のところ、家計を引き締める動きにはならず、当面は堅調な推移となる。
コンビニ（経営者）	・弁当類の売上は落ち着くことが予想されるが、イートインコーナーの利用によるファーストフードやコーヒー類の売上は、今後も好調な推移が期待される。
コンビニ（店長）	・気温の上昇に伴って、来客数や販売が伸びてくると思うが、近くに競合店がオープンするので、結果的には変わらない。
コンビニ（広告担当）	・景気の回復基調や賃金のベースアップといったプラス要素と、人手不足や諸物価の上昇といったマイナス要素で、全体的には大きくは変わらない。一方、地政学リスクの影響が、景気にどのように出てくるかが不透明である。
家電量販店（経営者）	・消費者の所得が増えるといった、景況感を押し上げる動きが、まだ広がっていない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・寒さも終わりつつあり、気温が上昇し、明るさも増してくることで、季節商材の動きが出てくる。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・内需や株価の動向については、今のまま推移する。今後は米国、中国、欧州のいろいろな影響が大きくなる限り、大きな変化はない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・海産物など、多くの食品で価格が高騰しており、外食への影響も出てくるのが予想される。ただし、異動などの時期でもあり、集客には期待できる。

その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・為替が円高方向に進む要素がなければ、販促用に提案する商品も目立たない。
高級レストラン（企画）	・一般企業からの宴会受注の増加に比べ、婚礼宴会の予約については、前年比で減少が続いている。
一般レストラン（企画）	・来客数の前年比がやや悪化したことが気になる。売上全体はまだ堅調さを維持すると思うが、これ以上良くなることはない。ただし、今月は平昌オリンピックの影響も、ややマイナスに働いている。
一般レストラン（経理担当）	・良くなる要素がない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・若い人材がなかなか育たない。長い目で人材育成に取り組みなければ、企業の基盤も固まらない。
観光型ホテル（経営者）	・プラスアルファとなる要素が思い当たらない。
都市型ホテル（支配人）	・平昌オリンピックが終わり、北朝鮮や韓国、中国、米国の関係も不透明なため、経済情勢は当面安定しない。
都市型ホテル（総務担当）	・今後の宿泊の予約状況を見ると、現段階で5月の先行予約は前年を上回っているが、3～4月の予約は前年を下回っている。
都市型ホテル（客室担当）	・春の観光シーズンを迎え、訪日外国人がますます増えていく。新しいホテルや民泊の影響を受けることも考えられるが、それ以上に訪日客が増える。
都市型ホテル（管理担当）	・今後もアジアからのインバウンドの好調は続く。
タクシー運転手	・一般客の利用や、企業関係のハイヤー予約などに、大きな増減はない。
タクシー運転手	・京都市内では催しがないため、変わらない。
通信会社（経営者）	・為替と株価の推移が懸念される。
通信会社（企画担当）	・アーケードゲームの売上が良くない。
テーマパーク（職員）	・日本銀行の総裁が続投するようなので、金融政策にも大幅な変更はなく、何か大きく変わるような予測は立てにくい。
観光名所（企画担当）	・特に状況も変わっていないため、今後3か月は現状維持となる。
遊園地（経営者）	・寒波が出控えを招くなど、屋外での消費行動を減退させた。ただし、客の動向そのものは、消費マインドが著しく低下した様子はなく、景気動向含めて一進一退という印象である。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・ここ数か月は大きな変化がなく、しばらくはこの状態で推移する。
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球が開幕し、公式戦が予定されているほか、多くのコンサートも開催されるため、多数の来場者を予想している。
美容室（店員）	・今からは髪型を変える時期になるため、このまま好調な状態が続く。
その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・前月も感じたが、年度替わりが近いので、それなりの動きが出てくる。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・特に、書籍を中心とした新しい店づくりにチャレンジしていく。
住宅販売会社（総務担当）	・着工戸数の減少は、人口減少や少子高齢化などの影響で避けられないが、省エネや高断熱仕様などの影響で単価が上がっており、金額ベースでは変わらない。
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）	・不動産市況に変化はみられない。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・前年にオープンした大型商業施設の影響か、週末を中心に来客数が減少している。毎週のように開催する企画にも効果がなく、収益を圧迫する要因にもなりかねない。今後はそれぞれの強みを活かした活動に注力したい。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・ここ数年の傾向としては、春物衣料を飛ばして夏物衣料が動き始めるが、最近の消費者の様子を見ると、数か月先の景気が良くなるとは思えない。
百貨店（売場主任）	・この秋冬は気温の低下に伴う防寒商品の売上好調という特需があったものの、今後もそういった恩恵があるかどうかは不透明である。インバウンドの好調は持続すると思われるが、国内客の消費は、特別な要因が期待できなければ、厳しい状況に変化はない。

	百貨店（企画担当）	・外国人売上の急増から一巡しつつあり、増勢は今後鈍化すると予想されるため、全体的には現状に比べて悪化する。	
	百貨店（営業担当）	・インバウンドの伸びは続く予想されるが、円高、株安の流れが顕在化してくるリスクを考えると、富裕層による高額品の消費動向は不透明である。一方、中間層の節約志向や、モノ消費からコト消費へのシフト、インターネット通販の増加は続くと考えられる。	
	スーパー（経営者）	・今月から新年度が始まるが、厳しい予算を立てている。加工食品や雑貨を中心に値上げが相次ぐなか、店頭価格はなかなか上げられないため、収益的には厳しい。異常気象や相場要因による生鮮品の好不調が、年々激しくなっている。人手不足対策や社員の残業対策のため、時給を上げてパートの採用を図っているが、応募そのものが非常に少ない。労働集約型のスーパー業界にとって、特に収益面で厳しい先行きとなる。	
	コンビニ（店員）	・近隣に道の駅ができるため、来客数に影響が出そうである。	
	衣料品専門店（経営者）	・デフレから脱却できる見通しが立たない。当面は、インバウンドの個人客が、インターネットで購入できない物を買って回る動きに期待している。	
	家電量販店（店員）	・全ての需要が3月末で落ち着く。	
	家電量販店（企画担当）	・平昌オリンピックによる柔和なムードや、日本人選手の活躍による史上最多のメダル獲得が、消費の増加につながるかどうかは不透明である。むしろ、北朝鮮への米国の制裁の影響が出てくると感じる。	
	乗用車販売店（営業担当）	・例年4～5月は決算明けの厳しい時期となっている。今年も同じような状況が予想されるが、ここ数年は官製春闘による賃金の引上げで、多少なりとも自動車の購買意欲が刺激されるようになっている。	
	住関連専門店（店長）	・個人事業では大規模な資金やマンパワーが投入できず、大手に後れをとりつつある。	
	その他小売【インターネット通販】（企画担当）	・今まで比較的堅調であった食品にも、数か月前までの勢いが感じられなくなってきた。原油高による暖房費の高騰などで節約志向が鮮明となっており、今後もこの傾向が続く。	
	その他小売【インターネット通販】（オペレーター）	・間もなく終了する種類のカatalogがあるため、受注量は減少する。	
	観光型旅館（経営者）	・人手不足や働き方改革の影響で、休館日の設定などを強いられることになる。景気に変化はないものの、売上の減少が余儀なくされる。	
	都市型ホテル（管理担当）	・2月は予想以上に良かったが、3月の予約状況は余り良くない。	
	旅行代理店（店長）	・北朝鮮問題がまた復活してきたり、米国などの動きで不安要素が増えると悪くなる。海外情勢の動きによっても、同じように悪影響を受ける。	
	住宅販売会社（経営者）	・都心部は、投機目的の不動産需要が増えている様子であるが、地方は需要が減少傾向にある。	
	×	スーパー（経営者）	・冬の悪天候による、観光客の入込減の影響が出てくる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・今月は商品が売れずに暇であったが、この状態が続く。
	×	乗用車販売店（経営者）	・新車、中古車の注文が少ない。新年度の替わり目でのこのような状態では、かなり困る。
企業 動向 関連 (近畿)		*	*
		食料品製造業（従業員）	・春になると新製品が発売され、採用する店舗も多少増えるため、売上増になる。既存の製品や、競合他社との競争もあるが、プラスになっていく。
		木材木製品製造業（経営者）	・2～3か月後は、既存事業の需要と供給のバランスが取れてきて、効率が良くなるため、売上、利益共に増加する。
		化学工業（経営者）	・少しずつ売上也回復してきており、ここへきてようやく前年を上回るようになってきた。注文も順調に入ってきているため、しばらくは緩やかな回復基調が続く。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・まとまった規模の発注が入り、段取り替えの回数が減ったことで、生産性が向上している。
		金属製品製造業（経営者）	・自動車関連を中心に、受注や受注の内示が増加している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注、引き合い共に増えている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注先の機器設置までに時間が掛かる案件もあるが、2～3か月の短期でみると、やや良くなる。
		その他製造業【事務用品】（営業担当）	・今のような受注の好調が続くことを期待している。

建設業（経営者）	・例年、年度末の3月に向けて忙しくなるが、今年の2月は嵐の前の静けさか、それほど慌ただしくない。これから増えてくることを期待している。
輸送業（商品管理担当）	・3～4月は引っ越しのシーズンとなるので、忙しくなる。
食品製造業（経理担当）	・政府主導による3%の賃上げのほか、社会保険料などの負担増、原材料価格の上昇もあり、収益は悪化する。
繊維工業（団体職員）	・2月は前年並みか微増気味であり、季節変動や景気全体の動きに連動している。
繊維工業（総務担当）	・販売部門からの情報では、大きな変化がない。
家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量には変化がない。
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・客からは、受注量の増加や減少に関する情報はない。
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・前年に比べて受注量はそれほど変わっておらず、今後3か月先も、はっきりとした受注量は見込めない。
化学工業（管理担当）	・取引先からは、出荷数量の好調が続くとの情報を得ている。ただし、原材料である化学品の価格上昇が続いており、販売数量や金額が好調であっても、原材料価格の上昇分を販売価格に転嫁できなければ、利益は減少する可能性が高い。
窯業・土石製品製造業（経営者）	・社内の問題点は、まず人が足りないことと、物流費用が上がっていて、一方的に高い運賃を請求されることである。また、ガラス瓶の原材料価格も少しずつ上がってきている。これらの中でも、特に人を採用できないことが大きな問題である。
一般機械器具製造業（経営者）	・受注ベースでは、今後もほぼ横ばいで推移する。
電気機械器具製造業（経営者）	・政治が原因で、日本の将来が不安定化することは避けられない。ただし、国民が問題に気付かなければ、混乱に陥るのは先になる。
電気機械器具製造業（営業担当）	・今は年度末の仕事が入ってきているが、その先はまだ分からない。
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・6月のサッカーワールドカップに向けて、単価の高い有機ELテレビは、引き続き堅調な荷動きとなる。
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・大企業を中心に業績の改善が進み、景気の回復が続いているが、個人消費は低迷が長期化している。我々のような中小零細企業が、回復を実感するまでは至っていない。
建設業（経営者）	・台風などの災害による受注も落ち着き、通常の業務に戻りつつある。
建設業（経営者）	・生コンクリートや鋼材などの建設資材価格が高騰し、当初の予算よりも増えたコストを、取引先に理解してもらうのに苦労している。
輸送業（営業担当）	・当社が値上げをして荷物が減った分が、他社に流れているだけであり、運送業界全体の景気は全く変わっていない。
輸送業（営業所長）	・配送の見積依頼も増加しているが、慢性的な人手不足で契約することができない。
金融業（副支店長）	・関西には大きな開発計画もなく、先行きに変化はない。
金融業（営業担当）	・新年度を迎えて取引先の動向が注視されるが、ドル相場の変動にも大きく左右される。
不動産業（営業担当）	・神戸からの企業の撤退は今後も続くと思われる、景気は横ばいか、悪くなる可能性が高い。
広告代理店（企画担当）	・景気が回復している感覚はあるため、今月の悪化は一時的な動きにとどまる。ただし、状況が大きく変わることはなく、先行きは楽観視できない。
広告代理店（営業担当）	・来期も大きな好材料は見当たらない。
経営コンサルタント	・将来に対する漠然とした不安が、消費者心理に大きく影響している。
司法書士	・今までどおり、現状は余り良くないが、案件が幾つかあるので、良い方向に向かうことを期待している。
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今の状態が、今後も続きそうである。
その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・関西の景気を左右するインバウンド需要は、やや落ち込むと思われる。一方、平昌オリンピックで盛り上がった韓国では、消費の反動減が考えられる。中国人観光客については、ほぼ現状維持が見込まれる。
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・2～3か月後は、見積りの依頼や新規の案件もきていないため、状況は変わらない。
その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・ターゲットの市場の攻略には時間が掛かる。今は種まきの時期である。

	食料品製造業（営業担当）	・3月からは、アルコール類や飲料水で値上がりする物もあり、景気が良くない方に向かう。		
	繊維工業（総務担当）	・催事の減少で、前年の販売を予算の段階で下回っている。特に、全体の販売額の減少が気になる。		
	化学工業（企画担当）	・食品の消費の伸びない状況が慢性化している。ゴールデンウィークで一時的に消費の伸びが期待できるが、一過性の動きにとどまる。		
	輸送業（営業担当）	・配達料金を有料にしたことで、他の家具店に客を取られてしまう。		
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・当エリアでの喫茶店の閉店や、事業所の閉鎖などが重なり、予期せぬ購読の休止が増えたため、購読数がふだんよりも大きく減少している。		
	広告代理店（営業担当）	・今年になって売上が前年を下回る動きが続いている。		
	コピーサービス業（店長）	・来年度のスタート時点では、今年度と同じようにスロースタートが予想される。		
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・今月の傾向は、これからも加速していくと思われる。大きな背景には、インターネット通販の増加や人口の減少があるだけに、構造的に不況が深まっていく。		
	×	金属製品製造業（営業担当）	・鋼材やその他の仕入れコストが上昇している一方、大手自動車メーカー向けの鋼材取引価格につき、2018年上期は価格の据置きが決まったことで、価格転嫁が困難になると予想される。	
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・経済政策がうまくいかない。	
雇用 関連 (近畿)		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞求人人数からの判断は難しいが、完全失業率が23年ぶりに3%を割り込み、有効求人倍率も1.50倍と、雇用情勢は非常に良い。今月中旬、米国株価の急激な下落の影響で、日本の株価も大幅な調整を余儀なくされたが、日本の企業業績は引き続き好調である。株価には割安感も出ており、再び上昇に転じると予想されるため、景気はこの先も上向く。	
		人材派遣会社（経営者）	・新年度を控えて、派遣先の動きもかなり活発になり、オーダーも多く出てきている。景気の動きが右肩上がりであることは間違いないが、3～6か月のオーダーがほとんどであり、今年後半から始まる改正労働者派遣法に対応した動きとなっている。	
		人材派遣会社（営業担当）	・特に良くなる要素も、悪くなる要素もない。	
		人材派遣会社（営業担当）	・新入社員の定着状況などをみて、派遣ニーズが出てくる。有効求人倍率の高さなどが、新入社員の定着度にも影響すると予想される。	
		人材派遣会社（役員）	・企業業績が好調な企業も多いが、人手不足を解消できなければ、今後の見通しは不透明となる。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新聞広告の推移をみると、今後3か月の予測にも大きな変化はない。特に、各企業がプロモーションに大きな費用を掛けなくなっている。	
		職業安定所（職員）	・求人が充足されず、人手不足が続いている。事業所に今後の展望を聞いたところ、前月よりも明るい、やや明るいといった回答が減少し、現状維持が増えている。	
		職業安定所（職員）	・コンビニなどの開店は増加しているが、老舗百貨店の閉店もあり、先行きは不透明である。	
		職業安定所（職員）	・設備投資関連の求人は増加傾向が続いているが、個人消費に関連した小売業や飲食サービス業などが今一つ伸びず、一進一退を繰り返している。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・金融など、採用人数を絞ってきている業界もあるが、全体的な採用人数は増加か横ばいであるため、引き続き良い状態となる。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・生活用品の需要が高止まりすることを期待している。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・来月になると、新入社員で人手不足が充足されるため、求人数は一旦落ち着く。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人を出している企業が、採用ができなくても業務を回せることに気付くと、採用などが冷え込む可能性がある。	
		×	-	-