

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)		コンビニ（店員）	来客数の動き	・今年に入ってからは、来客数が安定して増えている気がする。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・電子決済サービスが追加されて、それに付随する特典が、販売量や来客数を底上げしている。
		その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	販売量の動き	・前月に比べて、1月はやや1人当たりの単価が下がっている。ただし、インフルエンザの猛威で関連グッズは前年比で154%の売上となっている。天候による影響としては、雨や寒さが厳しい時は売上の減少がみられる。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は10,584円で、3か月前の8,856円よりも上がっている。3か月前の10月は地域の秋祭りの時期であり、例年客足が鈍化するほか、9月の台風の被害による影響もあったと考えられる。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・相変わらずファーストフードやコーヒー類が好調で、客単価が僅かに上昇する傾向が続いている。
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・消費税の引上げを控え、増税前に高額商品の買換えを検討する客が増えている。
		都市型ホテル （管理担当）	来客数の動き	・国内需要はまだ分からないが、インバウンドに改善の兆しがある。
		旅行代理店（役員）	来客数の動き	・夏の繁忙期にひけを取らないほど、来客数が伸びている。学生や企業の旅行が特に伸びている。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・年末に始まった4K放送であるが、当初予測していた以上に客の関心は高く、申込者も増加している。
		その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	お客様の様子	・世の中の気からは大きな影響を受けておらず、グッズの販売や来場者は上向いている。
		住宅販売会社 （経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げ前の新築、リフォームなどの相談件数が増えてきている。
		住宅販売会社 （総務担当）	販売量の動き	・展示場への来客数が微増のなか、具体的な検討客が前年に比べて増えている。
		その他住宅[展示場]（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の1月の来場者数は、前年を上回っている。
		商店街（代表者）	単価の動き	・購買単価の下落が続いている。
		一般小売店[時計]（経営者）	来客数の動き	・正月明けの第1週目は、ほとんど人の気配がなかったが、2週目に入るとなじみ客が挨拶がてら来店してくれた。電池交換などがほとんどであったが、修理の依頼や時計の購入もあり、人の出入りはにぎやかになっている。
		一般小売店[鮮魚]（営業担当）	販売量の動き	・12月を除けば売上はほぼ横ばいであり、前年比の伸び率にもほとんど変化がない。
		一般小売店[菓子]（経営企画担当）	販売量の動き	・1月と前年10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1月が89.8%で、10月が96.6%、関東は1月が117.0%で、10月が115.9%、中部は1月が102.4%で、10月が107.9%、中国は1月が107.3%で、10月が109.5%となり、各地区合計の平均は1月が99.7%で、10月が104.1%となった。12月と同様、1月に入っても新商品の発売が比較的好調で、数字的には伸びているが、お歳暮商戦やクリスマス商戦はほぼ前年並みであり、全体としての大きな変化はない。
		一般小売店[衣服]（経営者）	販売量の動き	・今月に入ってクリアランスセールが始まったが、販売量は予想の範囲に収まっている。景気は上向きとは思えないが、悪化しているとも感じない。
		一般小売店[呉服]（店員）	販売量の動き	・前月や2か月前と比べて、客の購買意欲が落ちてきている。ほとんど売れていないような状況である。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・富裕層の優良客については、年初の福袋やクリアランスの販売点数、販売額共に良くなかったが、中旬からは、高額ブランドの衣料品や雑貨品の販売が例年以上に伸びている。	
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・中国のEC法の施行による影響かどうかは分からないが、インバウンド消費がかなり落ち込んでいる。ただし、国内客の消費は依然として堅調である。	

	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・直近までの店全体の店頭売上は、特選衣料などの高額品が引き続き好調に推移し、前年比で横ばいとなっている。ただし、年明けの初売りの3日間は、店全体で3%減と苦戦し、特に婦人服や紳士服などの特価品が5～6%減少した。中旬以降、気温の低下によって防寒衣料が好調に推移し、婦人服はやや回復している。月全体としては、来客数の1.5%減、販売数量の3.5%減といった落ち込みを、客単価の上昇で補う形となっている。また、訪日外国人売上も前年比で微増にとどまり、売上規模は頭打ちの状況となっている。
	スーパー（経営者）	競争相手の様子	・近隣に競合店が出店しているが、業態はディスカウント関連ばかりで、価格競争が激しくなる一方である。
	スーパー（経営者）	単価の動き	・元日、2日を休む小売店が増えたせいか、3日は良かったが、その後は前年と比べて気温が高い影響もあり、相場安の野菜に加え、鮮魚や豆腐、鍋つゆなどの鍋物関連商材の動きが非常に鈍かった。また、新たにドラッグストアやコンビニが近隣に出店し、競争が更に激化している。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・年末年始の単価の高い豪華メニューは好調で、売上を押し上げたが、正月が明けると従来の動向に戻った。やはり消費のメリハリを総合すると、全体的には変わらない。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・引き続き競合の状況が厳しく、来客数が増えない。また、農産品の相場安による影響もあり、商品単価や客単価が厳しい水準になっている。衣料品も冬物の処分が進まず、かなり値下げをしている状況であり、利益面でも厳しくなっている。
	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年比で95%前後と、厳しい推移が続いている。
	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・野菜の相場安が続き、気温も高い傾向が続いている。セールには反応するものの、長続きしない印象を受ける。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・ここ数か月や1年については、景気には特に大きな変化がない。
	コンビニ（店員）	お客様の様子	・来客数は余り変わらないが、支払手続きだけの利用や、セール商品のみ購入が多い。
	コンビニ（店員）	来客数の動き	・寒さが厳しくなり、飲料が余り売れない。
	コンビニ（店員）	販売量の動き	・なじみ客が多く、購入商品もたばこや缶コーヒーなどに限られ、売上の増加には余りつながらない。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・1月の中旬以降、寒さがぶり返し、客足が遠のいた気がする。
	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・年始以降は、消費税の引上げの話題などで販売量が増えると思込んでいたが、実際の客の動きや販売台数は変わらない。
	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新規来店数が減少しており、購入を検討する度合いも低い案件が目立つ。
	乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・1月は様子見の感があったが、後半にかけて動き出している。
	その他専門店 [医薬品]（経営者）	それ以外	・中旬までは暖かい日が続いたほか、雨が少なく、乾燥していた日が多かったため、うがい薬やマスクなどの動きが良かった。後半はかなり気温が下がったため、インフルエンザの予防などで、ウイルス対策商品が活発に動いている。
	その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・米国と中国の貿易戦争などで、欧州や日本を含めた株価が落ちているため、客の消費行動に影響している。今後は客の心理がどのように動くのか心配である。
	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	来客数の動き	・通常の来店、催事での来店共に、思わしくない。
	その他小売 [インターネット通販]（経営者）	お客様の様子	・年明けのバーゲンセールが過剰気味で、客がついてきておらず、購買意欲が低下している。
	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・例年、年明けは客足が一旦減るが、今年は落ち込みが比較的少ない。
	高級レストラン（企画）	販売量の動き	・企業の宴会や、料飲店舗の来客数は前年よりも伸びているが、宿泊や婚礼宴会が大きく前年割れしている。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・月初はランチも来客数が増えたが、3連休を挟むと商店街の人通りは少なくなった。夜の営業も、インフルエンザの影響で予約のキャンセルが出ている。

一般レストラン (経理担当)	来客数の動き	・政治や行政への不満が蓄積しているほか、消費税の上げを控えて宴席などの縮小傾向が目立つ。景気が良いのは一部の業種とインバウンド関連だけである。
一般レストラン (企画)	来客数の動き	・11月下旬から12月にかけて落ち込んでいた来客数の前年比が、年末年始の営業から下げ止まり、元に戻りつつある。ただし、客単価は前年を50円上回るなど堅調であるが、来客数はまだまだ楽観できるような状況ではない。
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・ロビーや客室の設備投資を行ったが、思ったほど売上は増えていない。
都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・客室は改装工事がスタートし、販売停止の部屋もあるが、宿泊人数は前年と変わらない。また、レストランは季節メニューのカニバイキングが好調で、売上が前年比20%増で推移している。
タクシー運転手	お客様の様子	・例年と同様に、正月過ぎは客の外出が少ないこともあり、流し営業での売上は減少傾向にある。
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・消費税の引上げの実施がいまだに不透明である。
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、秋の天候要因による落ち込みからは回復しつつあるが、それ以上に上向く要素はない。
住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・1～2年前の地価の上昇局面に比べると、若干停滞気味ではあるが、水準は高い。
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・新築分譲マンションについては、沿線によっては販売不振の物件も多く、供給過多の状態が続いている。
その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・不動産業界は年度末の商戦に向けて、集客や販売を強化する時期であるが、前年よりも来客数、成約数共に伸びが鈍い。ただし、悪化しているとはいえない。
一般小売店[珈琲](経営者)	来客数の動き	・来客数が減少しているほか、客単価も低下している。季節要因もあるが、客足が鈍化している。
一般小売店[衣服](経営者)	お客様の様子	・前年と違い、年末から1月はコートやセーターなどの防寒衣料の販売が低調なため、売上が大きく落ちている。モール内の店舗、商店街の店舗共に、前年比で10%近くダウンしている。
一般小売店[野菜](店長)	競争相手の様子	・問屋で聞いても、どの店も暇で、仕入れの動きがかなり悪くなっているようである。特に、個人店舗はかなり厳しい。大量に商品が流れているのは、スーパーなどの安売り日だけのようで、かなり状況は厳しい。
一般小売店[菓子](営業担当)	販売量の動き	・今月は売上、販売量共に低迷している。前年比では伸びているが、状況は今一つである。
百貨店(売場主任)	お客様の様子	・今月の売上は目標を下回りそうである。これまで売上をけん引していた化粧品や特選洋品の売上が減少している。中国のEC法の施行により、インバウンドのバイヤー購入が大幅に減少したほか、気温の影響もあり、季節商材のクリアランスセールも良くない。客の商品に対する購買意欲は、決して高いとはいえない。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・来客数の減少が続いているが、原因がつかめない。
百貨店(売場主任)	来客数の動き	・1月に入り、27日までの来客数が前年比でマイナス0.2%と、僅かに減少している。年始の初売りは順調であったが、中旬以降の失速が顕著で、入店数、売上共に苦戦している。特に、生鮮品でも野菜の需要が弱く、市場への供給が減っているにもかかわらず、主要な野菜が安いままで推移している。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・衣料品や身の回り品の売上が伸びず、不安定な株価の影響もあって高額品の動きも鈍い。インバウンド売上も前年は上回っているが、増加率は鈍化してきている。
百貨店(企画担当)	お客様の様子	・前月までと同様に、競合店からの客の流入により、売上は前年よりも増えているが、増加率は今までよりもやや鈍化している。
百貨店(営業担当)	単価の動き	・暖冬の影響で伸び悩んでいた重衣料や防寒商材は、年が明けてセールに入っても苦戦が続いている。また、特選ブランドを中心に、富裕層の購買動向も弱みとなってきている。さらに、インバウンドもまとめ買いが減少し、免税売上が前年の実績を下回っている。

百貨店（服飾品担当）	単価の動き	・1月に入り、中国でのEC法の施行でインバウンド需要が大きく減速した。中旬からはやや盛り返したが、12月以前の動きには及ばず、苦戦している。特に化粧品や高級ブランド関連が大きなダメージを受けている。また、気温が大きくは下がらなかったため、国内需要では防寒商戦が鈍い動きとなり、苦戦している。今月は、化粧品がこれまでの2けた成長から失速し、前年比で103～105%にとどまったほか、防寒系の靴や雑貨、婦人衣料も90%台後半と、前年の水準に届いていない。
百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・急激なインバウンド売上の減少で、都心の店舗が苦戦しているほか、地方店舗の苦戦も続いている。特に、衣料品の苦戦によって売上以上に利益が減少している。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・中国の電子商取引法の施行などにより、インバウンド売上が化粧品などで軒並み苦戦している。初売りから健闘していた国内客向けの衣類や洋品、雑貨も中旬以降は厳しくなったほか、集客をけん引していた食品関連の催事も一息つき、月内のばん回は厳しい見通しである。
百貨店（販売推進担当）	販売量の動き	・大幅な増加が続いていたインバウンド売上は、中国での電子商取引法の施行などで大幅な前年割れとなっている。国内需要は前年並みで、衣料品の品ぞろえは前年よりも豊富にあるものの、セール時期になっても動きは鈍く、前年比で微減となっている。特選ブランドや高額な時計は引き続き好調に推移しているが、インバウンドを含む店全体の売上は、前年の水準に届かない見込みである。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・年明けの初売り、福袋商戦は前年比で7.5%減と苦戦した。特に防寒商材が厳しく、単価がダウンしている。比較的堅調であった特選ブランドも苦戦した結果、国内の現金売上は9.7%減となった。免税売上も、一般物品が24.4%減で、全体でも21.8%減と、他地区に比べてかなり不調である。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・前月までは来客数や売上が前年を大きく上回っていたが、今月は前年比で約5%の減少となっている。インバウンド効果が落ち着いてきたため、苦戦している。
百貨店（販促担当）	販売量の動き	・月前半の福袋、クリアランス商戦から苦戦している。必要な物や納得した物を購入する傾向がより強まっており、品数の入った福袋や30%引きといったセール品が勢いで売れるわけではない。来客数は前年並みであり、気に入った物は買う、ショッピングを楽しむという傾向は変わっていないため、全てが悪いわけではない。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・長らく好調であったインバウンド売上が、年明け以降は落ち込みをみせ始めており、前年を下回って推移している。衣料品のセール売上も前年並みか、前年割れの推移が続いている。
百貨店（営業企画）	単価の動き	・1月に入り、クリアランスセールのスタート以降、不振が続いている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・チラシの枚数の削減に比例して、客が減少しているように感じる。
スーパー（店長）	来客数の動き	・年始から成人式までは堅調であったが、それ以降は来客数が減り、買い控えも顕著となっている。
スーパー（店員）	来客数の動き	・近隣に新しいマンションができたが、客足は落ち込んでいるように感じる。
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・12～1月は暖冬続きで冬物商材の動きが悪く、売上の低迷が続いている。特に、鍋物関連は前年比で80%台となり、在庫も増えているため、今後はディスカウントで適正在庫にコントロールする必要が出てくる。
スーパー（社員）	来客数の動き	・比較的暖かく、天候にも恵まれたことから、年末年始の販売は例年並みの実績が確保できた。ただし、本来はもっと高い伸びが期待できたはずが、前年並みにとどまったのは、店頭に来客数が前年を下回った店舗が多かったためである。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・従来と変わらないが、正念場である年末に、売上が目標を下回っている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・寒暖の差が激しく、日々の来客数に影響が出ている。コーヒーの種類が多いため、新しい機械を入れて対応する。

衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・1月から本格的にバーゲンセールシーズンに突入した。20日過ぎから価格を5割引きにして、ようやく何とか売れている。
家電量販店(店員)	お客様の様子	・以前のキャッシュレスの特典による大型家電の刈り取りや、歳末、新春セールが終わり、例年よりも売場が冷めているように感じる。3月までは、前年よりも苦しくなることは間違いない。
家電量販店(企画担当)	来客数の動き	・暖冬によって季節家電の伸びが鈍っている。また、働き方改革の影響か、年末年始に長期連休をとる企業が多くみられ、1月中旬からの集客に悪影響が出ている。
家電量販店(人事担当)	来客数の動き	・暖冬ということもあり、暖房機器の販売が芳しくない。ただし、灯油価格の上昇で暖房の販売がエアコンにシフトしていることもあり、販売額は堅調に推移している。
乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・前年から続いている株価低迷の流れから、年末商戦も今一つ盛り上がらなかった。将来への不安から、客の消費に対する警戒感が感じられる。
その他小売[インターネット通販](企画担当)	お客様の様子	・冬物のセール商品に対する反応が鈍く、なかなか販売につながらない。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・なじみ客が通うような小さな店舗は、比較的安定しているが見受けられるが、大型店舗では、特にディナーの利用が減少している。また、客単価を税込みで3千円前後に設定している店が多いことから、全体的な景気が回復しているとは思えない。
その他飲食[自動販売機(飲料)](管理担当)	販売量の動き	・需給が飽和状態で、来客数を増やすことは難しい。
観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・前年10~12月の勢いがやや落ちてきた。個人客も高価格帯での動きが悪い。1月は前年の水準を若干割り込む見込みである。
都市型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・宿泊価格にも一時的伸びがなく、平均価格は若干ながら下がってきている。定例の忘年会の客も、前年は単価のアップが目立ったが、今年はほとんど上がっていない。アルコール飲料の値上げは進んだが、料理の予算を下げることで、合計金額は前年のままというケースが目立っている。
都市型ホテル(総務担当)	来客数の動き	・今月に入ってから、外国人旅行客の宿泊が前年に比べて減少している。また、レストランの売上も、前年を下回る状況が続いている。
都市型ホテル(管理担当)	来客数の動き	・年末年始は客室、レストラン共に好調に推移していたが、閑散期に入り、京都での宿泊施設の供給過多による影響が感じられる。繁忙期には、それほどの影響は感じないが、閑散期になると大きく感じられる。
旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・5月の10連休は予約が大きく増えているが、3月までは冷え込んでおり、販売が伸びてこない。株価の低迷や世界の政情不安などの影響が出ている。
旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・株価の低迷や、世界情勢の悪化など、身の回りのニュースでも良い話が聞こえてこず、客の消費にも委縮傾向がみられる。会話をしている、必要経費以外の余暇の部分に出費をする気持ちにならないという声が多い。
タクシー運転手	お客様の様子	・市内でも手を挙げて乗車してくる客は少なく、雰囲気は下り坂といった感じである。
タクシー運転手	お客様の様子	・年明けの挨拶回りや新年会なども少し落ち着いたが、人は動いても、タクシーの利用率は上がっていない。暖冬の影響もあるかもしれないが、これから2月にかけて暇になる気がする。何か景気の上がる材料が欲しい。
美容室(店長)	販売量の動き	・今年は、化粧品の福袋の売上が余り伸びていない。
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)	それ以外	・不動産の販売状況がやや悪化している。
その他住宅[住宅設備](営業担当)	販売量の動き	・正月休みで実働日が少なかったため、メンテナンス関連の訪問件数がかなり少なくなり、売上減につながっている。

	x	一般小売店〔精肉〕(管理担当)	販売量の動き	・景気とは無関係かもしれないが、年末の消費の反動か、極端に販売量が減少している。どちらかといえば高単価の商品を販売しているため、1月は特に単価の低い商品に売行きがシフトし、その影響が出ているのかもしれない。いずれにしても、消費者が購入のタイミングをかなり見極めていることは確かである。
	x	百貨店(企画担当)	お客様の様子	・国内客の動きでは、富裕層とみられる外商客の売上は前年を超えており、堅調な推移を維持しているものの、ボリューム層の客については非常に厳しい。年始から始まったセールの売上が、前年比で10%以上のマイナスとなったことが大きな要因である。また、このところの増収傾向の主要因であったインバウンド売上は、前年比で微増にとどまる見通しである。中国でのEC法の施行による影響であり、化粧品を大量に買う代理購入者とみられる客層が激減している。
	x	百貨店(宣伝担当)	単価の動き	・年末からの株安と中国のEC法の施行による影響が大きく、これまで売上をけん引してきた富裕層や訪日外国人の消費マインドが大きく低下している。宝飾品を中心とした高額品や、売上に占めるシェアの高い化粧品の高額品に直結している。
	x	百貨店(マネージャー)	販売量の動き	・来客数は前年比で1.0%増であるが、買上客数が4.0%減と、特にセールの動きが悪い。暖冬でコートが売れず、セールになってもその動きは変わらない。時計などの高額品の売上も良くない。
	x	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・12~1月にかけて来客数が減っている。客が来ないので売上が減り、売場も活性化しない。
	x	住関連専門店(店長)	お客様の様子	・法人客、個人客共に、代金の支払の延期や分割払い、契約金の減額といった厳しい要求を出してくるケースが増え、それが常態化しつつある。
企業 動向 関連 (近畿)		-	-	-
		電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・国内外でインターネットを介した引き合いが活発であるほか、取引先からの、過去に納めた装置の再活用や技術の相談が増えている。国内外の市場には、米中間の貿易戦争の影響で暗雲がかかっているが、今のところはその影響を受けておらず、活発な活動が続いている。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・無電柱化の案件では、問合せや受注などが増えている。再開発に伴う案件も多い。
		その他非製造業[商社](営業担当)	それ以外	・たまたま物件があり、今月は良かったが、来月からはまた落ちていくと予想される。
		食料品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・初詣や十日えびすも天候が大きく崩れず、入荷があったため、業務用商品は一定のペースで出荷があった。野菜関係も平年並みの価格で推移しており、出荷が大きく変化するような影響はない。ただし、競合他社が価格攻勢を強めているため、売上減で苦戦している。
		繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・需要動向には、前年と比較しても大きな変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今月も季節要因を考慮すると変化はない。
		化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今年は日並びの関係もあり、年末年始の休みが多過ぎたため、売上に大きな影響が出ている。
		金属製品製造業(経営者)	取引先の様子	・米中間の輸入関税問題が話題になっており、現時点で大きな変化はないが、今後は影響が出そうである。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・この数か月の状況から判断すると、景気は横ばいである。
		電気機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げを控えて、業況の悪化に備えた駆け込み注文の動きが強まっている。
		電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・有機ELテレビの実売台数は堅調に伸びているものの、単価が下落傾向にあるため、前年比でみると、台数ベースよりも金額ベースの方が低い水準で推移している。
		電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注が伸びず、売上は低調なまま横ばいである。
	輸送用機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・業界自体の動きはあるが、長期にわたる仕掛案件があるため、工場の負荷を考慮して、受注を辞退している。	

	その他製造業 [事務用品] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・年明けからは、例年よりも受注が増えてきている。
	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・技能労務者不足や建設資材の高騰が進むなか、厳しい価格競争が続いている。
	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・依然として、物件の単価は低調なままである。
	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・少子化により、機が余り売れていない。
	金融業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年度予算を考慮した受注調整のため、売上が減少傾向にある。
	金融業[投資運用業](代表)	それ以外	・株価は年末の2万円割れの状況からは脱出したものの、テクニカル指標的にもまだまだ下降トレンドを脱したとはいえない。株価の上昇やインフレ誘導のための起爆剤がないなかで、景気が迷走している感も否めない。
	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・紙媒体、Web媒体共に、広告の売上前年比が毎月100%前後で推移している。
	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・思ったほどは期末の広告出稿がない。
	広告代理店(企画担当)	取引先の様子	・バーゲンセールでの売上は前年並みとなった客が多く、景気の浮き沈みは感じられない。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・大阪に限れば、建設業や製造業の取引先は忙しくしている。ただし、大阪市の都心部を除き、エンドユーザーを相手にする小売業や飲食店の売上が伸びない。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・客の様子を見ると、働き方改革や求人難などの大きな流れの中で、人材の育成や活用の工夫、生産性の上昇などが引き続き重要となっている。それに伴い、人材育成や教育研修などの仕事が堅調に推移している。
	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	・年始は少し慌ただしかったが、その後は落ち着いている。
	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	競争相手の様子	・前年の秋口から製品の値上げが増えてきている。値上げの要請に際して、仕事が継続している状況では、売上の増加にはつながりにくい。ようやく落ち着きつつあるので、景気に変化はみられない。
	食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・気温の低下による影響か、飲料水購入の客足が悪くなっている。
	食料品製造業 (経理担当)	それ以外	・寒い日が多いため、消費意欲が鈍化している。
	化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・年末年始の休日による稼働日の減少以上に、12~1月は出荷量が急激に落ち込んでいる。
	プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量が減ってきている。年末年始に減った後、そのまま減り続けている感がある。
	新聞販売店[広告](店主)	受注量や販売量の動き	・今月は経済的な理由で新聞の購読をやめる読者が増えている。折込広告の数も、年始は多かったものの、6日以降は減少している。
	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	・今月に関しては、明らかに日並びの影響が大きかった。多くの企業が7日の月曜日から初出勤となったため、中間駅の店舗は壊滅状態となった。中旬以降は回復傾向となったものの、初旬の不振を補うまでには至っていない。
	x	*	*
雇用 関連 (近畿)	-	-	-
	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・米中問題で業界によっては厳しい影響も出始めているが、堅調な推移は続いている。
	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・求人数は引き続き増加傾向にある。派遣だけでなく、直接雇用で正社員を採用するケースも増えていると聞く。
	新聞社[求人広告](営業担当)	求人数の動き	・これまで止まっていた求人案件が、幾つか復活してきている。ただし、大量に募集をかける形ではなく、必要最低限にとどめている。
	民間職業紹介機関(営業担当)	それ以外	・新卒採用市場では、年が明けてから3年生に対する採用活動が活発化している。採用活動の早期化のほか、今年はゴールデンウィークが10連休になるため、例年は連休明けから活発化していた4年生への内定の動きが、連休前になりそうな気配もある。結果として全体の動きが早まっており、やや良くなっていると感じる。
	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・ここへきて、採用ができていない企業からの求人が増えている。

	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・1月も終わろうとしているが、全体的に慌ただしと感じる。これは関西景気の力強さを示すものであり、全体的にどの業種にも人手不足感が出ている。ただし、雰囲気には流されるところもあるので、警戒を怠ることはできない。
	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・前年の11月頃から、派遣の求職者が特に減っている印象を受ける。
	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・人材マーケットの動きについては、引き続き人手不足の状況に大きな変化はなく、それに伴い、処遇の緩やかな改善が続いている。
	アウトソーシング企業(管理担当)	それ以外	・年明け以降も、安定して仕事が入ってきている。
	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、年末年始から特に大きな変化はない。大阪万博が決まった影響に期待していたが、今のところは何もない。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数が若干の増加傾向にある一方、求職者数は減少しており、企業の手不足感はまだ強い。特に、建設業、警備業の求人倍率が高い水準となっている。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人は前年とほぼ同数で、高止まりしているが、新規求職者が極端に減っており、求人倍率は2.0倍を超えている。人手不足感がますます強まっており、特に、建設業や警備、医療・福祉関連の求人倍率が高い。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・近畿の有効求人倍率は、直近で3か月連続の低下となったが、有効求職者の増加が原因となっている。特に、求職者の間では自己都合の離職者が増えている。雇用情勢の改善や働き方改革の推進もあり、賃金や労働時間、休日などで、より良い条件の求人を探す求職者が増えているように感じる。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・今月の新規求職者数は前年比で3か月連続の減少となっている。また、新規求人数も5か月連続で減少している。ただし、求職者数に比べて求人数が圧倒的に多いため、直近の新規求人倍率は4.0倍を超えており、また有効求人倍率も1.4倍を超えているなど、高止まりで推移している。相談窓口での特徴は、新規求職者や紹介件数、就職件数が2けた減となっている。また、職業相談を行っても紹介に至らないケースが目立っている。事業所の手不足感はまだ強い。即戦力を求めているため、不採用の理由が技能や経験不足が目立つなど、事業所と求職者とのミスマッチが発生している。
	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では、30日以内の契約で、事業所の宿舎に入る就労案件の割合が低下している。人手不足によるものであり、結果として日払い求人の割合が上昇しているが、事業所にとっては人材確保の不安定さが増している。
	民間職業紹介機関(マネージャー)	採用者数の動き	・採用数は前年比で200%と増えている一方、採用をストップする大手企業も出ているなど、貿易戦争の影響が出始めている。
	新聞社[求人広告](管理担当)	求人数の動き	・運輸や介護などの、恒常的な人手不足が続く業種を除き、新聞の求人数は全体的に減少傾向が続いている。
	民間職業紹介機関(営業担当)	求職者数の動き	・求人数は横ばいであるが、労働者派遣法の改正による影響や求職者の減少により、マッチングに苦戦している。
	x	-	-