

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)		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・消費税増税の影響も落ち着き、売上は前年比で3%増と伸びている。婦人衣料品と食料品が、それぞれ5%増と全体をけん引している。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・例年1月は動きが悪いが、今年が良い。
		競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は9152円で、今月の客単価は1万700円となっている。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	お客様の様子	・相変わらず時計の需要はほとんどなく、売上の大部分は、電池交換を含む修理代が占めている。以前からの時計の分解や掃除に加えて、目を引くのは、若い人がインターネットで手に入れたアンティークの古い時計を、安くはない金額で修理することである。高付加価値の商品にお金を出す人がいる一方、修理や電池交換にも悩む人がいるなど、現実的な格差を感じる。今月の数字は少し良かったとはいえ、安定感がないというのが実感である。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	それ以外	・当社が扱っている新商品に、新しい取引先からのオーダーが入るなど、明るい兆しがみられる。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・暖冬によるセールの不振という悪影響はあったものの、前年の1月に中国で電子商務法が施行され、外国人売上が激減した反動が出ている。春節前の24日頃までは、化粧品や特選ブティックの売上は非常に好調であった。国内の富裕層を中心とした外商客も、消費税増税の影響が薄れて、回復基調になってきている。新型コロナウイルスによる減収の影響が本格的に出るのは、2月以降となる。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・暖冬により、クリアランスセールが始まった1月2日は、ダウンコートなどの単価の高い重衣料品が動かず、売上は苦戦した。ただし、正月休み以降はコートの買換えが少ない一方で、ニットやカットソーなどのインナー商材をセールで購入する消費者が増え、一気に売上が上向いている。月後半からは、春節前にもかかわらず、中国人客を中心にインバウンド売上が伸びるなど、好調に推移している。
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・消費税増税以降、当初は回復が遅れていたが、前年の動きに近づいてきている。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・1月は来客数が前年比で102%と順調に推移している。年始は5日まで休みであったことがプラスとなり、週末の客数も増えた。衣料品、雑貨は苦戦しているものの、食品や専門店がけん引し、売上も堅調となっている。ただし、セールに対する姿勢は引き続きシビアで、福袋を含め、必要な物や気に入った物の購入が中心であり、価格の訴求では動かない。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・消費税増税対策としてのキャッシュレス決済のポイント還元で、当社は5%の還元が承認され、同業の大型店に対するアドバンテージとなっている。集客の増加につながり、売上も増えている。6月までの期限があるため、徹底した訴求を行っていく。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・消費税増税以降、キャッシュレス決済によるポイント還元効果が続いている。特に、軽減税率が適用される食品類の売上が、相変わらず好調に推移している。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・外国人の客が増えている。
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・消費税増税後の景気対策である次世代住宅ポイントや、キャッシュレス決済の5%のポイント還元効果が高く、エコキュートやIHクッキングヒーターなどの買換えを検討する客が多い。
	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・10月からの消費税増税の影響はまだあるが、徐々にその感覚も薄れており、通常の状態に戻ってきていると感じる。	
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・消費税率が10%に上がり、少し消費は弱くなっているが、株価の上昇や為替の安定により、景気は3か月前よりも良い方向に向かっている。	

一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・前年からの冬物衣料の悪化傾向が、セールで少しは解消すると期待したが、暖冬の影響で苦戦が続いている。その中で少し明るい材料としては、1月の来客数が全店で悪化していないことである。
一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・年明け以降、ゴルフ場などからの注文が少なくなっている。雨が多いという天候要因もあるが、景気が良いとは感じられない。
一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・高額品を中心に取り扱いしているが、以前は100万円程度なら買うといていた客が、先行きが心配ということで、買い控えを始めている。
百貨店（営業担当）	来客数の動き	・クリアランスセールや福袋の販売は前年割れで、今後も縮小する一方となる。1月中旬までは暖かい日が続いたため、来客数が伸び、消費も堅調であったが、新型コロナウイルスの日本人への感染のニュースとともに、外出の自粛が広がったのか、来店の動きが若干少なく、インバウンド客も減ってきている。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・時計の高額品や、海外ブランド品の売上が回復しつつあるなど、消費税増税の影響はかなり和らいできている。ただし、インバウンド売上は以前のように伸びておらず、前年並みで推移している。
百貨店（営業推進担当）	お客様の様子	・暖冬の影響もあるが、衣料品を中心としたセールは今年も伸びがみられない。客は手元の予算を減らさずに、いかに楽しむかにシフトしている。一方、外商客などの資産家層の消費は戻りつつあるが、高額な宝飾品といった価値が目減りしていく物への関心は薄い。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も従来の傾向に変わりなく、前年の実績に比べると、微減で推移している。ただし、今月の下旬からは、新型コロナウイルスによる外国人観光客の減少で苦戦しているが、売上は前年並みとなっている。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・消費税増税後の落ち込みからは回復傾向にあるが、暖冬による防寒衣料の不振と、クリアランスセールの苦戦は予想どおりである。一方、化粧品や宝飾品、特選ブランドの動きは堅調で、インバウンド需要も順調であるが、予断は許されない状況である。
百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・暖冬の影響もあり、セールの立ち上がりは季節商材が動かず、単価が下がるなど苦戦している。中旬以降は国内客、インバウンド客共に、やや回復してきたものの、更に値下げをした特価商材に需要が集中し、客の価格に対するシビアな姿勢が感じられる。
スーパー（店長）	お客様の様子	・年明けの動きが落ち着く時期ではあるが、今年は天候要因が大きく影響し、特に伸び悩んでいる。
スーパー（店長）	お客様の様子	・引き続き、必要以上のまとめ買いなどの購買行動はみられない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税増税の影響は、食品では戻りつつあるが、服飾関連や化粧品、家庭用品などの食品以外の部分では、依然として買い控えが多い。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・暖冬傾向が続いているため、例年と商品の動きや野菜の相場環境が異なる。消費税増税以降、食品に関しては大きな消費マインドの低下はないが、天候要因の影響が大きい。
スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・消費税増税以降は消費の落ち込みが続いており、回復はみられない。キャッシュレス決済のポイント還元対象の企業と、対象外の企業を比べると、徐々に対象企業へと客が集まっているように感じる。
スーパー（社員）	単価の動き	・今冬は比較的暖かい日が多く、例年よりも来客数の増えている店が多いようである。その一方で、野菜の価格が下がっていることもあり、大半の店では前年並みの売上を維持するのが精一杯である。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・年末年始の反動が出ていると感じる。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・消費税増税後も、景気自体にはそれほどの変化が感じられない。
家電量販店（店員）	単価の動き	・購入する商品は、最低限度の機能があればよいなど、高付加価値の高額商品には目が向いていない。それに伴い、平均単価はダウンする傾向にある。
家電量販店（店員）	来客数の動き	・暖冬の影響で、暖房器具やエアコンの需要が少なく、来客数の減少が目立つ。また、近隣に競合店ができた悪影響も感じる。

家電量販店（店員）	競争相手の様子	・取扱商品の中には、商品代のほかに取付けを含む作業費が必要な物もある。以前は、大幅な割引は行っていなかったが、工事代相当を割引きして、契約を取る業者が出始めている。それなりに名の知られた企業でも、販売状況が厳しいことを痛感するが、価格でしか差別化できない、レベルの低い競争に巻き込まれたくない。サービスには費用が掛かるといふ姿勢で、商品を提供していけばよい。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・全国的に来客数が減っており、広告や宣伝を増やしても効果が出ていない。
乗用車販売店（営業企画）	販売量の動き	・回復傾向がみられない。
その他専門店 【医薬品】（経営者）	それ以外	・本来は寒くなる時期であるが、今年は暖冬である。それに伴い、カイロや風邪薬の売上は、前年比で30%程度の減少となっている。一方、新型コロナウイルスの影響で、マスクの販売が前年の3倍に増えたほか、除菌剤やアルコール、抗菌剤などの医療衛生関連も大きく伸びている。
その他専門店 【食品】（経営者）	販売量の動き	・特に大きな変化はない。
その他専門店 【ドラッグストア】（店員）	来客数の動き	・今月は来客数が前年比で2割ほど減り、厳しい状況であったが、新型コロナウイルスの影響で予防関連の商品が欠品になるほど売れ、売上は盛り返している。マスクに加えて、除菌関連の商品も驚くほど売れ、今月の売上の半分以上を占めている。
その他専門店 【宝飾品】（販売担当）	来客数の動き	・来客数の増減はなく、横ばいである。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・消費税増税以降、ファミリーレストラン全体での来客数は厳しい状況となっているが、当社は比較的堅調に推移し、前年を上回っている。客単価も前年を上回る推移となっている。
観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・正月の日並びが良かったため、年始商戦の販売量は好調であった。新型コロナウイルスの報道で、月末の春節商戦ではキャンセルがかなり出たが、全てがキャンセルになったわけではなく、1月全体では前年の販売量を超えている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・予約の動きが鈍い。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊は大幅なダウンで、宴会は好調という状況である。客室は商圏内で続々とホテルの新規開業があり、単価の下落とともに稼働率の維持に苦労している。一方、宴会は消費税増税後も落ちることなく、前年を上回っている。レストランは、宿泊人数の減少で朝食収入が落ち込み、苦戦している。
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	・消費税増税後は、やはり来場者の減少を含め、消費が落ち込んでいる。
その他レジャー施設 【複合商業施設】（職員）	お客様の様子	・商業施設を担当しているが、食品や雑貨の動きは比較的堅調な一方、気温が高い影響で、衣料品は不振が続いている。消費税増税の影響はまだ抜けきっていない。
その他レジャー施設 【イベントホール】（職員）	来客数の動き	・演芸関係のイベントに、大きな変化はない。
美容室（店長）	来客数の動き	・今月は正月休みが長かった影響で客が増えたが、来月以降は不安である。
住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・新築マンション市場では、都市中心部のタワーマンションは好調である一方、郊外の有名な住宅地では、従来は人気が高かったが、価格の高騰に購入希望者がついていけず、販売不振となっている。

その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・分譲マンション価格の高騰に加え、市場への供給量が減少しており、販売戸数は減少の一途である。供給側も売り急がない傾向が強い。逆に、新築の戸建て住宅は価格の上昇がなく、1次取得層の受け皿となっている。供給が増える傾向のなかで、在庫の圧縮に向けた値引きが目立つため、戸建て住宅の成約件数は伸びそうである。
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・この時期の動きは、今後の業況の目安となるが、ホテル関係の新年会が少なく、前年よりも悪い。
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97.2%で、10月が82.9%、関東は1月が98.4%で、10月が104.1%、中部は1月が99.4%で、10月が84.1%、中国は1月が84.2%で、10月が61.5%となり、各地区合計の平均は1月が96.2%で、10月が83.8%となっている。前年10月は、その前年のプロ野球チームのリーグ優勝特需による反動で、非常に苦戦する形となり、1月に入っても非常に苦しい状態が続いた。ギフト商戦の立ち上がりも悪く、依然として消費税増税による影響が続いている。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	お客様の様子	・年末を過ぎて、極端に客の動きが鈍くなっている。例年よりも気温が高く、天候も悪くもないにもかかわらず、客足は鈍い状況である。また、今月の最終週にかけて春節祭が行われたが、街の出入りが少ない印象を受けた。これは、新型コロナウイルスの影響ではないと考えられる。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税以降、販売量が落ちている。1月はセールの時期であるが、増税の影響が続いているのか、売行きが悪い。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・1月の初売りは、食料品は福袋を中心に前年比で2%増と好調なスタートを切ったが、成人の日以降、終盤にかけて苦戦している。月末は新型コロナウイルスの影響もあり、入店客数が前年を割り込み、最終的には店頭売上が2%減と不調に終わっている。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は目標が未達の見通しである。天候要因により、防寒用品が苦戦しているほか、中旬以降の新型コロナウイルスの感染拡大もあり、インバウンド売上が減少し、これまで好調であった化粧品などの売上が苦戦している。またそれ以上に、国内客の消費意欲の減退や、不要不急の消費の抑制が、今まで以上に顕著となっている。
百貨店（企画担当）	単価の動き	・来客数、買上客数共に前年並みであるが、客単価が低下している。消費税増税の直後に比べれば回復しているものの、その速度は前回の増税時に比べて遅いと感じる。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・月末からの新型コロナウイルスの感染拡大による影響で、インバウンドの来店や買上の落ち込みが激しい。富裕客や優良客においても、月初から目立った高額品の買上が少なく、月末の新型コロナウイルスの影響で、更に来店、買上が減っている。
百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・暖冬などの影響で、冬物衣料や身の回り品は苦戦しているが、イベントによる集客で何とか微減にとどまっている。また、インバウンドは前年の電子商務法関連による売上減の反動もあり、中旬までは2けた以上の伸びとなり、店全体の売上も前年並みで推移していた。ただし、新型コロナウイルスの関西での感染が発覚して以来、ここ数日間インバウンドの減少に加えて、地域からの来客も大きく減っており、2月以降が心配である。
百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・1月に入り、前年の中国での電子商務法による悪化の反動で、出足は好調に推移したものの、中旬以降は新型コロナウイルスの問題で悪化している。国内客、海外客共に客足が店舗から遠ざかり、購買意欲が大きく減退している。また、前年末からの暖冬の影響もあり、防寒商材の動きも前年比で80%台と悪いことから、セール対象商材も鈍い動きとなった。コスメ関連も、インバウンド売上の減少で前年を下回っている。

百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・暖冬の影響も大きいですが、初売りの福袋や、クリアランスセールでの主力製品の売出しも、非常に苦戦している。特に、客の中心である60歳以上の買い控えが目立ってきた。また、値下げをしても、ダウンやコートなどの高額商品の動きは非常に厳しい。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・消費税増税による消費マインドの冷え込みは持ち直しつつあるが、暖冬の影響もあり、クリアランスセールでも衣料品や雑貨類は不調が続いている。その一方、インバウンド売上の大きな都市型店舗では、前年の中国の電子商務法による買い控えの反動で、前年実績を上回っていたが、下旬になって新型コロナウイルスの感染拡大による渡航規制が厳しくなり、一転して大変厳しい状況となっている。
百貨店（マネージャー）	単価の動き	・暖冬が続き、ファッション関連ではコートなどの単価の高いアウター商材が動いておらず、平均単価は前年比で2.7%低下している。福袋の販売やクリアランスセールでも、メーカーが特価品の数量を絞っており、販売量が減っている。
スーパー（経営者）	販売量の動き	・正月休みが長くなり、豪華な食事への需要が増えると予想されたが、期待外れに終わった。その後も記録的な暖かさで、単価の高い魚や肉の消費が伸びなかった。その一方、月後半からは、新型コロナウイルスの影響でマスクや除菌グッズの販売が急増したが、すぐに品不足となったため、暖冬の影響を取り戻すほどの影響はない。
スーパー（店員）	単価の動き	・暖冬のせい、野菜の価格が常に安く、特売日の価格も余り魅力的ではなかったため、売上が伸びていない。
スーパー（店員）	競争相手の様子	・今年に入り、取引先が3件も倒産している。
コンビニ（経営者）	それ以外	・自分自身でも、今までよりも慎重に買物をするようになってきている。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・おでんやフライドチキンといった、プラスワン商材の売上が減っているが、値段を下げれば売上は伸びている。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・年末年始の長期休暇は来客数が多く、まとめ買いをする客も多かったが、休みが終わり、通常の動きに戻っている。また、月末には新型コロナウイルスの流行で、旅行者が全く来店しなくなっている。
コンビニ（店員）	それ以外	・新型コロナウイルスの問題もあり、今月は来客数、販売量共に、かなり落ち込んでいる。特に、家族連れの観光客などは激減しており、必要のない外出も控えられている。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前と同様に、来客数、単価共に前年比はマイナスとなっている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・働き方改革で残業ができなくなったため、売上が伸びず、給料が上げられない。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・毎年この時期に舞い込むはずの、新規の案件がない。
その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	お客様の様子	・天候不順や暖冬で、季節商材が販売不振となっている。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・消費税増税以降の落ち込みが続いている。一方、インバウンド売上については前年を上回っている。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・クリスマスと年末年始が終わり、客が財布のひもを一旦締めていると感じる。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前は消費税増税の影響で来客数が減少し、更に客足の増える年末年始やアジアの旧正月は、特に新型コロナウイルスの影響で、アジア圏の観光客が大幅に減少している。確かな情報がなく、先のみえない事態は、人を不安に追い込むだけである。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・暖冬により、家庭で鍋料理をしないためか、新年会では鍋物の注文が多かった。一方、月後半からは天候が悪くなり、客足が伸びていない。

	その他飲食[自動販売機(飲料)](管理担当)	競争相手の様子	・競合先が良い条件を提示し、新たな客を獲得している。
	都市型ホテル(管理担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大により、客室を中心に予約のキャンセルが発生し始めている。
	都市型ホテル(管理担当)	来客数の動き	・ホテルの客室数はいまだに増え続けており、稼働率、客室単価共に苦戦を続けている。消費税増税の影響は、一段落したと少し感じられるようになったが、その矢先の新型コロナウイルスの感染で、状況は悪化しつつある。
	都市型ホテル(総務担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、インバウンドを中心に客室やレストランにキャンセルが入っており、しばらくはこの状態が続くそうである。
	都市型ホテル(客室担当)	単価の動き	・大阪全体の客室数の増加に伴い、供給過多となっている。客室単価を下げなければ、受注が難しい。
	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・キャッシュレス決済による5%のポイント還元効果で、受注が増えている。
	旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、中国からの客足が止まったほか、日本に来ている客も財布のひもが固く、マインド面でネガティブな様子がみられる。
	旅行代理店(役員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大による海外旅行の自粛や、東京オリンピックを控えた支出の抑制などが散見される。
	タクシー運転手	来客数の動き	・年末にかけての乗車回数と、直近の1月の乗車回数を比べると、かなり大きな開きがある。回数にすると70%程度に減っており、人の動きが感じられない。
	タクシー運転手	お客様の様子	・前年の実績を下回っており、回復材料が見当たらない。
	タクシー運転手	お客様の様子	・これからの伸びを期待したいが、客は少なく、観光も公共交通機関が中心となっている。
	通信会社(経営者)	来客数の動き	・電気通信事業法の改正による影響から、まだ脱出できていない。
	通信会社(社員)	販売量の動き	・年末にかけての加入申込みの増加はみられないなど、消費税増税の影響で、家電量販店の店頭の人影は少ない。
	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	・新型コロナウイルスの感染拡大により、インバウンドの動きが鈍化し始めている。
	美容室(店員)	来客数の動き	・年始の休みが長く、客の出足が鈍かったことが月末まで響き、客の動きが悪かったと感じている。
	住宅販売会社(経営者)	来客数の動き	・年明けからの客の動きが、予想よりも鈍いように感じる。
	住宅販売会社(経営者)	販売量の動き	・日韓問題や、中国からの資本流入制限などの影響か、外国人向けの取引件数がかなり少なくなっている。
	住宅販売会社(総務担当)	お客様の様子	・来客数の減少が顕著で、それに呼応して販売量も減少している。
	その他住宅[展示場](従業員)	来客数の動き	・1月の住宅展示場の来場者数が、前年比で1割減となっている。
	その他住宅[住宅設備](営業担当)	それ以外	・年末年始が連休となった影響で点検業務がこなせず、売上が落ちている。
×	商店街(代表者)	販売量の動き	・1月のバーゲンセールも売上は前年割れである。結果的に、10月から4か月連続で前年割れとなっている。
×	一般小売店[珈琲](経営者)	お客様の様子	・卸売では1件当たりの売上が減少し、小売では客1人当たりの購入金額が減少している。
×	スーパー(店員)	販売量の動き	・近隣にスーパーがオープンしてから、2割ほど売上が落ちている。

	x	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・バーゲンセールのご案内に対する反応が悪く、関連売上は前年比で約30%減となっている。新型コロナウイルスの報道による影響もあるが、基本的にキャッシュレス決済のポイント還元の仕事が消費者には分かりにくい。特に、クレジットカードでの還元方法が、カード会社によって異なることが、大きな原因と考えられる。
	x	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・暖冬のため、防寒商材が売れない。
	x	家電量販店(人 事担当)	販売量の動き	・暖冬による影響で、季節商材の売行きが伸び悩んでいる。また、春節の時期に発生した新型コロナウイルスの影響で、インバウンド需要が減少している。
	x	家電量販店(企 画担当)	来客数の動き	・消費税増税の影響に加え、暖冬で冬物商材の動きが鈍い。さらに、新型コロナウイルスの感染拡大による、中国からの観光客の減少が追い打ちを掛け、インバウンド消費に大きな影響が出ている。
	x	一般レストラン (経理担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染の世界的な拡大により、日本だけでなく、世界経済が打撃を受けている。春節で来日しているインバウンドも、例年よりも少ない。
	x	都市型ホテル (フロント)	来客数の動き	・訪日韓国人の減少から回復しないうちに、新型コロナウイルスの感染が発生し、中国人の団体客の予約が軒並みキャンセルとなっている。
企業 動向 関連 (近畿)		電気機械器具製 造業(宣伝担 当)	受注量や販売量 の動き	・白物家電を中心に、まだ前年の売上を下回っている商品は多いが、3か月前の消費税増税直後に比べると、実売での荷動きは回復傾向にある。
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・例年1月は受注の出足が低調であるが、今年は引き合いが多い。3か月前と比べても、やや良くなっている。
		広告代理店(営 業担当)	受注量や販売量 の動き	・1月に入って、取引先から新たな広告出稿が幾つか出てきている。
		経営コンサルタ ント	受注量や販売量 の動き	・経営コンサルタントとして、人材の育成、組織の活性化、販売促進を中心に支援しているが、人手不足で生産性をアップする必要性が高まり、倒産も増えている。それらの危機感を背景に、研修や組織の活性化に向けた動きが増えている。
		食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量 の動き	・正月や、関西の十日えびすの期間中も天候が良く、当社の取引先も売上が伸びたようである。その影響もあり、当社の売上も多少増えている。
		食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・年末年始が過ぎてからは、消費者の動きが鈍い。飲食店などでは客足が減っており、景気に大きな変化はない。
		食料品製造業 (経理担当)	取引先の様子	・暖冬の影響があり、正月の雰囲気は全くない。
		出版・印刷・同 関連産業(企画 営業担当)	受注量や販売量 の動き	・今のところ、受注量の変化は感じられない。前年と比べても同様である。
		化学工業(管理 担当)	受注量や販売量 の動き	・前年の10月以降、製品の出荷量に大きな変化がない。
		プラスチック製 品製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・韓国向けの案件がなくなり、国内向けの案件でカバーしている状況である。大した規模ではないが、傾向として代替が進んでいるため、受注量、販売量に大きな変化はない。
		金属製品製造業 (開発担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの感染拡大で、中国の企業活動が止まっているため、1月の景気は良かったが、2月はどうなるか分からない。
		一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・この数か月は業況が余り良くなかったが、今月も同じような傾向だと感じる。
		一般機械器具製 造業(設計担 当)	受注価格や販売 価格の動き	・受注量は増加しているが、受注価格を上げることはできない。
		電気機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・自社で努力はしているが、今の経済の混んとした状態は、自力ではどうすることもできない。悪い材料が多過ぎる。
		建設業(経営 者)	取引先の様子	・民間関係では、年度末の完成工事に好決算企業からの発注依頼が続いている。ただし、監理技術者や技能労務者の不足で、受注が厳しい物件も多い。
	輸送業(営業担 当)	取引先の様子	・消費税増税前に販売の伸びた影響が出ており、売上が増えない。	

	金融業 [投資運用業] (代表)	それ以外	・ここへきて、消費税増税の影響が出ているような気がする。市中の商店をみても、とてもデフレの脱却という雰囲気は感じられない。東京オリンピックが開催される夏までは、今のような状況が続くのかかもしれない。	
	金融業 (副支店長)	取引先の様子	・取引先の決算内容について、前期よりも良くなっているケースは少ないため、景気は良くなっているとも、悪くなっているともいい難い。	
	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、広告受注が前年を下回っている。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先である小売店や飲食店では、予想していたほど、消費税増税後の落ち込みがない。	
	その他非製造業 [衣服卸] (経営者)	受注量や販売量の動き	・消費税率の引上げ後は、非常に荷動きが悪くなっている。タオルの卸業界での売上前年比をみると、9月は115%で、10月は82%、11月は88%となっており、12月は少し回復したものの、依然として水面下にある。3月頃までは影響が残るというのが、多くの経営者の見方である。	
	その他非製造業 [民間放送] (従業員)	取引先の様子	・東京オリンピック後の経済状況の不透明感が強まっている。	
	その他非製造業 [商社] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・既存の水銀灯が製造中止となっても、LEDなどへの引き合いは増えていない。	
	繊維工業 (団体職員)	受注量や販売量の動き	・タオル全体の受注量が大幅に減少している。	
	繊維工業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・年末～1月にかけて、受注量の減少が続いている。出張の経費は減っていないため、利益の減少が進んでいる。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・季節要因を考慮しても、ほとんどの取引先で販売量や受注量が減少している。	
	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・中国向け部品の出荷量に、一向に回復の兆しがみられない。	
	電気機械器具製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注が伸びない。	
	輸送用機械器具製造業 (役員)	受注量や販売量の動き	・自動車関連で新規受注が激減している一方、補修や補給部品の需要は増えている。古い設備を補修する、延命関連の引き合いが増え、新規設備の見送りが目立つ。	
	金融業 (営業担当)	取引先の様子	・年末年始に休みが多かった影響か、年明け以降は取引先の動きが鈍いと感じる。	
	不動産業 (営業担当)	取引先の様子	・10月の消費税増税により、不動産の仲介手数料も増税となったことが影響しているのか、賃貸の仲介件数が減っている。また、売買も仲介が難しくなってきた。	
	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	・暖冬により、明らかに冬物商材は販売不振となっている。また、春節にもかかわらず、大阪や京都などのターミナル駅では、中国人観光客のにぎわいが感じられない。	
	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	競争相手の様子	・今年は暖冬で冬物商材の動きが非常に悪く、売上は前年の約60%となっている。また、通常の商材も受注量が減少している。	
	×	新聞販売店 [広告] (店主)	受注量や販売量の動き	・折込件数が減少し、折込収入が落ちている。
	×	広告代理店 (企画担当)	取引先の様子	・消費税増税の影響や、韓国からのインバウンド客の減少による影響、暖冬の影響により、1つの施設だけではなく、商業施設全体の売上が苦戦している。
雇用 関連 (近畿)	-	-	-	
	人材派遣会社 (支店長)	採用者数の動き	・年度末に向けた駆け込み需要が増えている。	
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・求人数の動きが底を打ち、今月に入って増加している。	

	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・新年に入っても、年度末に向けての忙しさが余りない。特に、関西経済をけん引してきたIT関係の仕事に活発さが感じられない。一方、政府系法人の入札関係は底堅い動きとなっている。
	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・4月からの人材派遣や紹介予定派遣の求人については、例年は年明けから増えてくるが、今年はその動きがみられない。
	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・求人数の減少が続いている。
	新聞社 [求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・新聞求人の縮小均衡状態に大きな変化はなく、景気の方向性を示す動きは感じられない。また、運輸や介護、物販といった、慢性的に人手不足の業種に求人が偏る傾向にも変化はない。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・年が明けて、東京オリンピックに向けたムードが高まっている感はあるが、新聞の広告出稿の推移をみると、企業のプロモーション活動が活発とはいえない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・製造業の求人は減少が続いているが、建設業や宿泊、飲食業などでは増加が続いている。全体的な人手不足感については、製造業も含めて、高止まりが続いている。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・12月の新規求人は、やや高止まりの状態にある。新規求職者が減少傾向にあるため、新規求人倍率は2.98倍と、今年度で一番高い水準となっている。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・12月の新規求人数は前年比で4.9%減となったが、年度累計では0.3%減とほぼ横ばいを維持している。12月の減少は、求人更新月のずれによる、一時的な変動と考えられる。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	それ以外	・4年生の就職活動は終盤になっており、現在は3年生の活動が中心である。ただし、4年生の求人は中小企業を中心にまだ続いており、景気の良い状態が続いている。一方、3年生の採用活動は3月から本格的に始まるが、既に内定をもらっている学生が前年よりも多いなど、前月と同様に景気の良い状態が続いている。
	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・前月比、前年比共に、求人件数が減少傾向にある。
	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・求人数は一定の水準にあるが、今すぐに欲しいといった感じではない。人手不足の分野を中心に、とにかく求人を出しておこうという姿がみられる。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	求職者数の動き	・時期的な動きや、同一労働同一賃金に向けた動きもあり、3月末までの短期の求人が増え、長期のオーダーが減っている。一方、求職者は長期派遣か、紹介予定派遣を希望しているため、マッチングが難しい。
	民間職業紹介機関 (マネージャー)	採用者数の動き	・特定の業界で採用へのハードルが上がり、求人の取り下げも増えてきている。
	学校 [大学] (就職担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響が顕著に現れており、中心市街地や有名な公園での観光客が極端に減っている。インバウンド以外も外出を控えているようで、今後の消費に影響が出ることを心配している。
	学校 [大学] (就職担当)	採用者数の動き	・就職関連の情報媒体の話や、来校企業の話や、高卒者の採用が鈍くなっているとのことで、今後の状況を注視する必要がある。
	x	-	-