

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）	・進学や就職による、新生活関連の需要が高まって来る。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・気候が良くなり、人の動きが活発になってくれば、贈答品の動きも良くなる。
		百貨店（外商担当）	・春に新ブランドが数社導入され、売上の増加が見込まれるほか、東京オリンピックが近くなり、全体的に消費マインドが高まると予想される。
		百貨店（マネージャー）	・米中貿易摩擦の緩和などで、株価が高値を維持しているほか、消費税増税の影響が薄れ、美術品や宝飾品、時計などの高額品が動きつつあるため、富裕層の購買が復活してくる。
		スーパー（企画担当）	・暖冬で、季節商材の販売量が特に悪い状況であるが、飲料やパスタ関連の伸びは大きい。今後は、真冬～春に向けての売場の変更が重要で、商品を的確に売り切り、過剰なロスの削減が求められる。また、キャッシュレス決済のポイント還元事業や、独自ポイントの付与、キャッシュバック、QRコード決済などのキャンペーンも行っていく。
		コンビニ（経営者）	・もともと好調であった食品類は、キャッシュレス決済によるポイント還元の期間中は好調が続くと予想され、客単価も高水準を維持できそうである。
		コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの感染が終息し、旅行者が戻ってくる。
		衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスに関しての不安もあるが、東京オリンピック景気に期待している。
		家電量販店（店員）	・季節商材は売れないが、今よりも引越需要が増えるため、来客数は増える。
		家電量販店（店員）	・2月は気温も下がり、3月に向けて引越しも増えるため、景気はやや上向きそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・東京オリンピックに向けて、全ての個人消費が伸びると期待している。
		乗用車販売店（販売担当）	・自動車業界では、3の倍数月は繁忙月であるため、今よりも景気は良くなると予想される。ただし、消費税増税の影響は拭いきれないため、楽観視はできない。
		高級レストラン（スタッフ）	・春先になると、異動や転勤などがあり、団体客の貸切りでの利用も出てくる。
		一般レストラン（経営者）	・現在の混乱が落ち着いてくれば、花見関連での客の動きや、消費税増税の影響の終息、歓送迎会の増加、東京オリンピックの開催に向けた動きなどで、景気は例年よりも上向くことが予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの影響がやはり大きく、宿泊需要がかなり減っている。ただし、状況が落ち着けば、回復も見込めると予想している。一方、国内の宴会は、例年の開催分のほか、東京オリンピック、パラリンピックに絡んだ宴席の受注も見込めるため、増収を期待している。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロママッサージでは服を脱ぐため、寒い時期は来客数が少なく、暖かい時期になると来客数が増える傾向にある。
		その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・休み気分がなくなり、通常の業務形態に戻ってきた。年度末に向けて仕事量も増加する関係で、景気は上向きとなる。
		商店街（代表者）	・消費税増税の影響が続いており、状況が変わりそうな材料がない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・高額商品を中心とした冬物衣料は苦戦したまま、今期は終了しそうである。ただし、まだ一部であるが、明るい色の春物商材への反応が例年以上に早いため、春の訪れに期待している。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・新しい取引先は増えておらず、受注予約もない。
	一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	・今年10～12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89.9%で、関東は106.1%、中部は82.1%で、中国は84.6%となり、各地区合計の平均は90.4%となっている。前年のプロ野球チームの優勝特需による反動に加え、ギフト商戦の不振、消費税増税による落ち込みなどが重なり、全体的に非常に苦戦している。	
	一般小売店〔野菜〕（店長）	・東京オリンピックの開催が近づくと、新型コロナウイルスの影響も含めて、景気は下向きとなる。東京など、オリンピックに関連する地域は8月頃までにぎわうが、それが終わった後はかなり酷くなる。	

百貨店（売場主任）	・東京オリンピック特需がスタートすることで、景況感が高まると予想される。
百貨店（営業担当）	・富裕層の優良客による、海外の高級ブランドの宝飾品や、美術品の買上は今までどおり、徐々に増えそうである。ただし、一部の客に限られ、全体的な買上客は減ることが予想される。
百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染がピークを過ぎなければ、外出を控える動きが続く。春物商戦が本格的に動き出さず、消費はかなり鈍ることが予想される。
百貨店（販促担当）	・春に向けて東京オリンピックも近づき、高揚感が高まるものの、百貨店では具体的な受け皿が少なく、大きな商機は見いだせない。暖冬の影響で冬物の動きが鈍かった分、春物の展開を早期に立ち上げ、購買意欲を喚起していく。
百貨店（商品担当）	・秋の大統領選挙に向けた米国の動向が注目されるなか、中東や北朝鮮との緊張状態は余談を許さない状況である。景気の維持は選挙戦には必須であるため、深刻な状態とはならないと予想されるものの、今後が注目される。一方、消費税増税による国内での消費マインドの減退は、将来への不安も影響し、少し長引きそうである。
スーパー（店長）	・天候が相変わらず不安定な上に、新型コロナウイルスの感染が広がっている。一部の商品には特需が発生するが、客の動きは読みにくく、大きな景気の上昇は期待しにくい。
スーパー（店長）	・客の間には価格にシビアな反応がみられ、今後も継続すると予想される。
スーパー（店員）	・今後も暖冬が続き、野菜価格も安い状態が続けば、状況は変わらない。
スーパー（企画担当）	・消費税増税による影響が落ち着くことで、今のような状態が続くと予想される。
スーパー（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響で、インパウンドの減少が予想されるが、食品スーパーに大きな影響はない。ただし、国内での感染が広がると、社会全体で不安感が増し、売上にも悪影響が出る。
スーパー（販売促進担当）	・景気の上向き要素がない。東京オリンピックのある7～8月は上向きかもしれないが、それ以降はまた落ち込む。
スーパー（社員）	・各社とも、キャンペーンなどで客の消費意欲を掘り起こし、全体としては消費の堅調な動きが続いている。ただし、個々の店では競合店が増えていることもあり、好不調が分かれている。
コンビニ（経営者）	・もっと景気が良くなってほしい。
コンビニ（経営者）	・最近の傾向としては、天候によって来客数が前年比で3～5%減少するが、それ以外の日で落ち込みをカバーできない。
コンビニ（店長）	・今のところは、2～3か月で急に変化するような要素は見当たらない。その先は、閉店中の近隣のスーパーがオープンする可能性もあり、状況は変わりそうである。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・セールでは、冬物のコートやマフラーなどの売上が減少している。
家電量販店（店員）	・必要な物は購買につながる。ただし、販売価格の低下は避けられないので、あらゆる情報をユーザーに提供することが、固定客づくりにつながると信じて対応していく。
乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備依頼は入ってくるが、新車の売行きは悪い。
その他専門店 [宝石]（経営者）	・東京オリンピックの年であり、今後3か月間はそれに向けて人や物が動き、外国から日本に来る人も増えるため、少しは景気も上向きになる。ただし、新型コロナウイルスだけが心配である。
その他専門店 [食品]（経営者）	・大きくは変わらないが、大阪の観光業を中心に、新型コロナウイルスの感染拡大で外食などにも影響が出る可能性がある。
その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	・新型コロナウイルスに翻弄されているものの、商品が入れば完売状態となるため、一時的ではあるが売上は伸びる。ただし、緊急事態での動きのため、本来の景気回復には程遠く、実際に商業施設に入っている業者は相次いで撤退し、来客数もかなり減っている。
その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大やイランの核問題など、いつもと同じく不安要素が多いが、景気が大幅に後退することはない。

一般レストラン（企画）	・ファーストフードに比べて、ファミリーレストランや居酒屋は苦戦している。特にプラス要因は見当たらないため、今後も厳しい状況が続くと予想される。さらに、今回の新型コロナウイルスの感染拡大による影響も心配である。
一般レストラン（店員）	・正月や節分のイベントの予約が、前年に比べてかなり減っているため、2～3か月後のイベントがない時期に、良くなると思えない。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は、競合ホテルの出店攻勢により、改善が見込めない。宴会は、先行き不透明ながら、先行予約に関しては前年を上回っている。
都市型ホテル（管理担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響がどの程度出るのか、まだ未知数である。
旅行代理店（役員）	・暖冬の影響で、季節を先取りした動きが進むと予想される。
旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスの今後の感染状況などに左右される部分が大いだが、そう簡単には終息しないように感じる。
遊園地（経営者）	・現状は消費税増税の影響は明確にみられないが、今後も不安材料となる。先行きは不透明なため、楽観視はできない。
その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・新型コロナウイルスの感染拡大やインパウンドの減少など、懸念材料が多い。
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球が開幕し、3月には公式戦が予定されているほか、人気グループなどのコンサートも開催されるため、多数の来場者を見込んでいる。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響はこれから本格化すると予想され、その影響からは逃れられない。
住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税以降、着実に市場が冷え込んでいるように感じる。購入の必要性のある人だけが、受注につながっている。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・新築マンション市場は縮小し、新築の戸建て市場は拡大するという構図の下、分譲市場全体では横ばいの見通しである。一方、消費税増税の影響は限定的となっている。
一般小売店〔時計〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染がどのように落ち着くのが、大きなポイントとなる。ただし、終息してもしなくても、今冬の奇妙な暖かさに、漠然とした不安感を持つ客が多い。特に、年配の客は今までの経験から、不安にも実感がこもっている。政府がお金を使えば景気が上がるといわれていたが、その裏側に今の現実があると感じる。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・来月は節分であるが、どちらかといえば、新型コロナウイルスの及ぼす影響がどの程度で収まるのが問題になりそうである。仮に国内での感染が増えたと、観光面にも影響が出てくる。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・暖冬と消費税増税の影響が、販売量が減っている。数か月後は春物衣料の販売時期となるが、本来は動きのある今の時期に販売量が落ちていることを考えると、数か月先の売上は期待できない。景気が上向ききっかけも見当たらないことから、この先の景気が良くなることはとても思えない。
一般小売店〔呉服〕（店員）	・例年であれば、振袖目当ての来店が増える時期であるが、今年はほとんどない。親が着ていた着物を使うか、レンタルする傾向にあるようで、景気が悪い。
百貨店（売場主任）	・アパレル各社の売上は前年以上に厳しくなり、生産の抑制や、店舗の選択と集中、インターネットによる直接販売の強化がますます進む。そうなれば、都心店と郊外店の差は更に拡大し、地方店の疲弊は限界に近づく。現状は売上が回復する要素に欠け、更に厳しくなると予想される。
百貨店（販売推進担当）	・新型コロナウイルスの影響がいつまで続くのかによって、インパウンドだけでなく、国内客の来店も大きく左右される。為替相場や株価の変化よりもはるかにインパクトが大きく、早期に解消されなければ、販促策なども打ちにくい。
百貨店（営業推進担当）	・現段階では不明であるが、新型コロナウイルスの感染拡大による中国政府の対応で、訪日客による免税売上は減少する。また、国内の中間層の消費については、いまだに消費税増税の影響を引きずる傾向があり、春先までは大きな変化はないと予想している。
百貨店（サービス担当）	・今月末の新型コロナウイルスによる観光客の減少について、今後どうなるのかは不透明であるが、状況としては変わらず、新しいショップの展開に期待している。

百貨店（宣伝担当）	・ファッション商材の売行きについては、低額商品と高級ブランドといった高額商材の二極化が一層顕著である。百貨店全体では前年の売上を何とか維持しているものの、テナントを除く自主運営売場ではマイナスが続いている。新型コロナウイルスの影響でインバウンドの伸びも見込めず、現状は期待材料が見当たらない。
百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染拡大による旅行客の減少や、国内客の消費マインドの悪化による影響が出るため、全体的に厳しい状況となる。
百貨店（マネージャー）	・景気の良くなる要素が少ない。ボーナスに関しても、支給額の減っている業種が多い。
百貨店（服飾品担当）	・ラグジュアリー商材は新作が投入される時期であり、こちらの動きは依然として悪くないものの、今後も新型コロナウイルスの影響が続く。客、販売スタッフ共に、マスクを着けて来店、接客する状況で、消費意欲は減退したままとなるため、回復には時間が掛かる。また、海外の取引先からのアジアに対する不安は予想以上で、改装投資や設備投資に関しては慎重な判断となり、しばらくは様子見の状態となる。
百貨店（売場マネージャー）	・新型コロナウイルスの問題などで、好調であったインバウンドも大きく減少する。また、消費税増税後は特に地方経済が低迷している。少子高齢化や若年層の百貨店離れのほか、取引先の経営悪化といった構造的要因も大きく、今後は更なる悪化が懸念される。
百貨店（マネージャー）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、世界に不安が広がっている。また、東京オリンピックを目前に控え、需要の東京一極集中が進むと予想される。
スーパー（経営者）	・当地は寒い地域で、冬はスキーなどの観光が中心であるため、暖冬が大きく影響している。関連する企業の社員は収入が減り、消費が落ち込んでいる。
スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染による影響が長引き、近隣に多い輸出関連企業の業績が悪化すれば、昇給やボーナスへの影響のほか、パートタイマーの時短などにつながり、食材を含めた支出の引締めムードが広がる。
スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染がいつ終息するかにより、個人消費が大きく下振れする可能性がある。
スーパー（店員）	・特に大きなイベントもなく、落ちた売上を取り戻すのは難しい。
スーパー（管理担当）	・中東情勢の不安定化による、原油などの原材料価格の高騰に加え、暖冬による販売不振や、新型コロナウイルスによる影響が追い打ちとなる。
スーパー（開発担当）	・売上は前年比で5%減となっている。消費税増税の影響が徐々に出てきており、このままいけば、来月も売上は落ちる。景気対策を具体的に実施しなければ、回復は困難である。
コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスなど、世界的に警戒すべき材料がある。
コンビニ（店員）	・新型コロナウイルスの感染はまだ終息の気配がみえず、しばらくは状況に変化はないと予想される。
家電量販店（経営者）	・次世代住宅ポイントが終了するのに伴い、販売量の減少が懸念される。
家電量販店（店員）	・異常気象もあって、客の財布のひもは緩まないと感じる。様々な状況への対応にも、お金を使わない傾向がみられる。
家電量販店（企画担当）	・例年どおり、今後は新生活需要が見込まれるものの、それ以外の需要を喚起させる材料が見当たらない。国策レベルでの対策が急務である。
乗用車販売店（経営者）	・1月は大きく落ち込み、年度末に向けても好材料に乏しい。一方、市場はリースの活用へと大きくシフトしつつあり、その準備が必要となっている。
乗用車販売店（経営者）	・中国発の新型コロナウイルスの世界的な感染で、消費は落ち込み、株式市場も低迷すると予想される。また、米国の株価が過去最高となっているため、そろそろ何かをきっかけに暴落する可能性がある。
その他専門店 [医薬品]（経営者）	・新型コロナウイルスの感染がいつ終息に向かうのかわからないが、消費自体の勢いは弱いと感じる。家庭に必要な物は購入するが、必要でない物は購入を我慢する傾向にある。
その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・海外観光客による売上を多少は考えていたものの、新型コロナウイルスの影響に加え、飲食店やドラッグストアに客が流れることが予想される。

	その他小売 [インターネット通販] (経営者)	・新型コロナウイルスの影響で外出を控え、人混みを避ける動きが広がる。購買意欲も低下することが予想される。
	その他飲食 [ファーストフード] (店員)	・東京オリンピックに向けて、海外からの観光客が増加傾向になると予想していたが、新型コロナウイルスの感染の拡大で観光客が激減しているため、今後しばらくは厳しい状況が続く。
	観光型ホテル (経営者)	・2月の先行予約状況はもともと良くなかった上に、新型コロナウイルスの影響で、新規の予約受注が止まっている。2月の販売量は、相当厳しくなる見込みである。
	観光型旅館 (経営者)	・新型コロナウイルスの影響によるインバウンドの減少に加え、感染を警戒して国内旅行も減る傾向が出始めている。今後の風評被害が心配である。
	都市型ホテル (総務担当)	・新型コロナウイルスの影響は3月の予約にも及んでいるほか、新規ホテルの開業で客室数が増加していることもあり、今後の感染の広がり次第では、売上が更に落ち込むことも考えられる。
	都市型ホテル (管理担当)	・今後の新型コロナウイルスの感染により、更なる悪化が懸念される。
	都市型ホテル (客室担当)	・宿泊の多様化や客室数の増加により、全体の単価が落ちている。今後は、東京オリンピックの観戦後、関西を訪れる観光客に期待している。
	旅行代理店 (従業員)	・新型コロナウイルスの影響で、旅行を控える傾向にある。
	通信会社 (経営者)	・新型コロナウイルスによる中国経済の悪化が懸念される。
	通信会社 (社員)	・具体的な景気浮揚策を打たなければ、地方の景気はどんどん悪化していく。企業や自治体向けの施策ではなく、個人消費を直接刺激できる、減税策なども講じるべきである。
	テーマパーク (職員)	・景気が回復するような要素は、東京オリンピックまでは見当たらない。オリンピックによる経済効果が波及しなければ、景気の回復は見込めない。
	観光名所 (企画担当)	・新型コロナウイルスの感染拡大により、特に中国からのインバウンド客の動きに影響が出る。
	競輪場 (職員)	・例年と同じような推移となっており、変化する要素が見当たらない。
	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・退会見込みの生徒よりも、入会希望の生徒数が少ないと予想される。
	住宅販売会社 (経営者)	・今シーズンは出足が悪いため、成約件数が減少すると予想される。
	住宅販売会社 (経営者)	・新型コロナウイルスの問題を含め、インバウンドの動きに陰りがみられるため、一時的に悪くなると予想される。
	住宅販売会社 (従業員)	・現時点では好調な都心部のタワーマンションも、徐々に販売が下降気味となっている。今後は近畿圏全域で、販売の長期化する物件が増えると予想される。
	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)	・金融機関の融資姿勢が一段と厳しさを増し、大手企業の業績も悪化気味である。
	その他住宅 [展示場] (従業員)	・消費税増税の影響か、10月以降は徐々に来場者数が減少している。
×	一般小売店 [珈琲] (経営者)	・新型コロナウイルスの影響が出てくる。
×	一般小売店 [貴金属製品] (従業員)	・消費税増税による悪影響に加え、新型コロナウイルスの感染も広がる。
×	一般小売店 [花] (店員)	・理由は不明であるが、来客数が減っている。先の予約数も少ないため、売上増は望めない。
×	百貨店 (売場主任)	・中国の新型コロナウイルスの影響で、インバウンド効果が3～4か月は期待できない。一般客も来店が減少すると予想している。
×	百貨店 (企画担当)	・新型コロナウイルスによる中国人訪日客の減少や、国内客の外出の自粛傾向などで、2月以降は大幅な売上減少は避けられない。いつ頃に落ち着き始め、1月の月初の傾向に戻るのか、注視するしかない状況である。
×	百貨店 (企画担当)	・消費税増税後の回復が遅いことに加え、新型コロナウイルスの影響で外出を控えることが予想される。
×	スーパー (店員)	・今後は共倒れする会社が出てくる。
×	衣料品専門店 (経営者)	・新型コロナウイルスの感染拡大により、来客数の落ち込みが予想される。また、マスクや消毒液などが不足しているため、客の安全だけでなく、従業員の安全にも問題が出てくる。

	x	衣料品専門店（経営者）	・2～3か月後は春物の時期であり、暖かくなればよいが、一気に半袖などの夏物に飛んでしまう可能性がある。
	x	住関連専門店（店長）	・消費税増税の影響への対応だけでなく、取引先のEUの情勢も不安定である。特に、現地の国税局のシステムが変更となり、その対応の業務が増えている。社会のシステムが変わる際は、コスト面だけでなく、手間も取られるなど、小規模事業主には目に見えない負担が大きい。
	x	住関連専門店（店員）	・良くなると感じる要素がない。
	x	その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	・今後は新型コロナウイルスの影響で中国からの団体旅行客が減少し、売上への大きな影響が予想される。
	x	一般レストラン（経営者）	・4月から飲食店は禁煙になるため、夜の営業に響きそうである。
	x	一般レストラン（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染は、終息する見通しが立たない。
	x	その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当）	・新型コロナウイルスによるインバウンド減少の影響は、かなり出ると予想されるが、先は読めない。
	x	都市型ホテル（フロント）	・新型コロナウイルスの影響は春先まで続くと予想される。
	x	タクシー運転手	・当地区においては、消費税増税の影響に加え、2月からの料金改定もあるため、今までよりも悪くなる。
企業 動向 関連 (近畿)		経営コンサルタント	・これから4月にかけては、新入社員の受入れのほか、管理職やリーダーへの登用が増える。それらの人々を対象にした、育成や教育研修などが増える時期であり、その対応に忙しくなる。
		その他非製造業 [機械器具卸]（経営者）	・受注の予約がかなり減っているため、今後も悪くなる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・現状の受注量が増えるとは思えないが、それをカバーするだけの新規案件が見込めるため、差引きで現状維持となる。
		金属製品製造業（開発担当）	・新商品が出るので、やや良くなる。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・年末に比べて、各商品の実売が上向く傾向にある。
		輸送業（商品管理担当）	・2～3月は引っ越しシーズンであるが、例年どおりの動きになりそうである。
		金融業（営業担当）	・大阪万博の開催に向けて、業況が改善することを期待している。
		食料品製造業（従業員）	・新型コロナウイルスの問題が発生しているため、中国向けの輸出は今後しばらく止まるかもしれない。一方、国内では特売企画もあり、販売が増える見込みのため、全体では前年並みを確保したい。
		食料品製造業（営業担当）	・今年の6月まではキャッシュレス決済のポイント還元が続くため、それまでは今と景気は変わらない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先からは増産の情報がない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・東京オリンピックの年であるが、中小企業にとっては景気が良くなるどころか、消費税増税の影響が続いている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・この数か月は業況が余り良くなく、今後も改善の気配が感じられない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・世界的にみても、良くなるとは感じられない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今月は仕事があったものの、来月の仕事は分からない。
		その他製造業 [履物]（団体職員）	・10月の消費税増税以降、消費者マインドは低下したままで、個人消費の低迷が依然として続いている。
		建設業（経営者）	・現状のままで推移すると予想される。ただし、年度末に受注がどの程度増えるのか、それとも現状維持となるのかは、まだ分からない。
		建設業（経営者）	・相変わらず、監理技術者や技能労務者の不足が続いており、年度末の完成工事は厳しい状況が続く。4月以降も、慢性的な人手不足が予想される。
		建設業（経営者）	・新規の問合せが減っているようである。
		通信業（管理担当）	・好転する材料が、特に見当たらない。
		金融業 [投資運用業]（代表）	・日本政府が中国の首脳を国賓待遇で迎え入れることに、多くの国民が疑問を感じている。この反発が何らかの形で、政権の不支持につながり、景気に影響を及ぼす恐れもあると感じる。

	金融業（副支店長）	・取引先との会話でも、先行きの受注の増加といった明るい話は少ない。
	広告代理店（営業担当）	・年度内は、比較的好調な広告出稿が見込まれる。
	広告代理店（営業担当）	・紙媒体、Web媒体共に、広告受注が前年を下回る状況が、1年にわたって続いている。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・国内での新型コロナウイルスの感染防止策が、今後更に拡充されそうである。特に、東京オリンピックを控え、6月頃までに終息させておく必要があるため、当面は中国人観光客の減少と、それに伴う観光地の景気減退が予想される。
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・最近の新型コロナウイルスの悪影響も懸念されるが、既に中国政府の発表で、中国からの輸出の減少がしばらく続くことが予想される。これに伴い、納期の遅れや、販売時期の繰り下げといった、実質的な影響や混乱が生じつつある。業界では、悪い材料が多過ぎるとの見方が大半である。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・各社はまだまだ水銀灯の在庫を持っていると考えられ、当面は照明の交換についても、引き合いは伸びない。
	食料品製造業（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響で、政治の世界も縮こまってしまう。以前からの政治問題もあり、先行きが不安である。
	繊維工業（団体職員）	・国内から世界経済に至るまで、マイナス材料しか見当たらない。
	繊維工業（総務担当）	・消費者向け催事での、集客や販売が減少している。何らかの工夫がなければ、まだまだ好転するまでに時間が掛かる。
	繊維工業（総務担当）	・靴下のような安価な消費財ですら、適正価格が通用しない。低価格品であっても売上が減少している状況である。
	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・取引先の状況や問合せ内容を聞くと、来年度も厳しい状況が続く。
	化学工業（経営者）	・消費税増税の影響は薄らいできると予想されるが、暖冬の影響のほか、中国で発生した新型コロナウイルスによる訪日客の大幅な減少の影響も出てくる。
	化学工業（管理担当）	・新型コロナウイルスの影響で、中国での工場稼働率が低下するため、中国向けの輸出が減少すると予想される。
	金属製品製造業（経営者）	・新規の案件が出てきているが、試作段階で時間が掛かっている。今はそれ以外の落ち込みの方が大きい。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注、売上共に減少しているほか、新たな案件が出てこない。
	輸送用機械器具製造業（役員）	・新規設備の見送りが続くと予想され、大型の受注は望めない。
	輸送業（営業担当）	・電機やプラスチック、金属関連の工場からの注文は、全て前年割れである。大手通販会社の荷物だけが増え、利益が減っている。
	輸送業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響により、人の集まる場所を避けるため、客が減少する。
	不動産業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で、インバウンドの需要が減ってきている。特に中国からの動きが減っており、春節商戦でも中国人の観光客が減少している。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今月は休みが多いため、仕事の量が減っている。
	化学工業（企画担当）	・インバウンドによる消費は、見込みよりも大幅に減りそうである。国内消費の減少に対する補填がなくなるため、景気は悪化する。
	電気機械器具製造業（経営者）	・説明の必要がないほど、悪いことが次々に起きているが、さらに、新型コロナウイルスの感染拡大も重なっている。今月のことも心配であるが、今から来月の心配をしなければならないのは、初めての経験である。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告が激減しており、回復の兆しが無い。例年、2月の受注も良くない。
	広告代理店（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響で、中国からのインバウンドの動きも悪くなる懸念があるほか、消費税増税の影響も響いている。
	司法書士	・今年も例年どおりのスタートであったが、新型コロナウイルスの感染が日ごとに拡大している状況から、2～3か月後はその影響で悪くなる。
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・中国の新型コロナウイルスの問題もあり、経済的にも社会的にも、非常に低迷している。
雇用関連	-	-
	アウトソーシング企業（社員）	・雇用の見直しが進む。

(近畿)	新聞社 [求人広告] (担当者)	・やはり東京オリンピックが近づけば、各企業の投資や支出が活発になると予想している。	
	人材派遣会社 (経営者)	・夏の東京オリンピック開催以降、関西経済は5年後に万博があるため、右肩下がりにはならないとの意見が多い。確かに人手不足の状態は続きそうであるが、どんな人材でもよいわけではなく、企業は十分に吟味し、良い人材だけを採用する傾向にある。派遣業界でのマッチングには、相当な努力が必要となっている。	
	人材派遣会社 (営業担当)	・4月からは同一労働同一賃金が始まるが、目先の対応に追われており、全体の状況がみえない。	
	人材派遣会社 (役員)	・求人減少傾向は変わらない。同一労働同一賃金による派遣料のアップで、派遣求人が更に減少する可能性もある。	
	職業安定所 (職員)	・長期的には大阪万博やIRなどに向けて、雇用情勢は改善が続くが、短期的には世界情勢の不安定化や、新型コロナウイルスなどの不安定材料があり、先行きが見通しにくい。	
	職業安定所 (職員)	・求人数は高止まりの状態、求職者数は減少傾向という状況は、今後も変わらない。	
	職業安定所 (職員)	・新規求職の申込件数は緩やかな減少傾向となり、12月は前年比で4.0%減、年度累計では7.7%減となっているが、景気が上向いているとは感じられない。	
	民間職業紹介機関 (職員)	・求人事業所のうち、特に建設業界からは、今年は今まで以上に人手不足が深刻化するため、受注の動きが弱まるとの回答が多い。	
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・情報関連など、非常に好調な業種がある一方、金融などの業種では採用を減らしている。メーカーでも採用を続けているが、採用人数を大きく増やす傾向にはないため、全体的には今のよう状態が続きそうである。	
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・短期的には、改善の要因が見当たらない。	
	学校 [大学] (就職担当)	・新型コロナウイルスの影響が沈静化するまでは、厳しい状況となる。	
	人材派遣会社 (支店長)	・製造業は徐々に下降線をたどっている。	
	人材派遣会社 (営業担当)	・求人数が減少傾向にあるほか、同一労働同一賃金の影響もあり、人材派遣の利用件数は減少しそうである。	
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・求人数は増加傾向にあるが、新型コロナウイルスの影響も含めて、もう一度悪化する可能性がある。	
	職業安定所 (職員)	・製造業を中心に、良くなる要因がない。極端に悪くはないが、下降傾向にある。	
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・新型コロナウイルスの影響が大きくなる。また、同一労働同一賃金の関係もあり、4月以降の派遣求人数が減ると予想される。現在取引中の企業も、交通費の支給にかなり難色を示しており、交渉に苦戦している。	
	民間職業紹介機関 (マネージャー)	・採用に慎重になる企業が増えてきている。	
	学校 [大学] (就職担当)	・企業の採用動向は鈍くなっているが、中小企業はいまだに人手不足が慢性化しており、深刻な状況ではない。ただし、学生自身が状況をしっかり認識できるとは限らず、今後不安が残る。	
	x	新聞社 [求人広告] (管理担当)	・中国で発生した新型コロナウイルスの感染拡大の影響は、春節のインバウンド需要に大きく水を差し、求人動向にも悪影響を与える。特に、この時期の中国人観光客の流入に依存していた関西経済へのダメージは、相当大きくなると予想される。