

7. 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	良く なっている	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は11,166円で、3か月前の客単価は9,497円と、単純に比較すると良くなっている。ただし、これは正月特有の現象と思われるため、楽観はできない。
(近畿)	やや良く なっている	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・今月中旬から気温が低下し、これまで不振が続いていたセールの売上もやや好転している。富裕層である外商顧客の売上は依然として堅調なほか、ここ数か月落ち込んでいた外国人客向けの売上も、下旬になって来客数、売上共に少し増加してきている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は催事（ギフト解体セールなど）が好調に推移している。特に、バレンタインフェアは初日から多くの女性客が来店し、高級な商材を中心に好調となったため、売上は前年比で30%増えている。全体的にも前年実績を確保できそうな状況である。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・暖冬により防寒商材の売行きが全国的に厳しい時期が続いたが、1月に入って気温が低下したことで、ブーツや手袋、ネックウェアといった商材によく動きが始めている。クリアランス商戦の出足も良く、都心型店舗、郊外型店舗共に売上が前年を上回るなど、月後半になっても勢いが続いているように感じた。また、化粧品などの商材も前月に引き続き好調を維持している。一方、都心店舗は2けた成長が続くなど、インバウンドの年末年始の好調さがうかがえる。郊外店舗でも、寒さでスキンケア商材が動き、売上を伸ばす結果となっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前は衣料品、食料品、住居関連品共に、売上が買上点数がダウンしていたが、12月20日ごろから年末年始にかけて売上が持ち直した。衣料品の売上が下げ止まったほか、食料品、住居関連品の売上は前年比で2けた増となっている。衣食住の売上がそろって増加する傾向は、ここ3か月はみられなかった。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・11～12月は暖冬の影響が大きく、売上が伸び悩んだが、年明け以降は冷え込みもあり、比較的堅調に推移している。消費は底堅い感覚がある。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・コーヒーの売上が好調なため、コーヒーマシンを1台増設したところ、更にコーヒーの売上が増加した。また、それに伴って、サンドウィッチやデザート類の売上も増えている。
		コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・やや来客数が増えているが、年末年始の施策の効果なのか、景気の上振れによるものかは、もう少し動向をみなければ判断できない。
		家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・中国人による小型家電の爆買いが続いていることで、販売額は順調に推移している。また、3月からの新生活関連の消費にも期待できる。
		乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・年初の動きは良かったので、今後に期待している。
		一般レストラン（企画）	来客数の動き	・来客数は11月が底であり、その後は上下しながら、12～1月は前年比でプラスに転じている。特に、平日が上向いてきたことが大きな変化である。
		観光型ホテル（経営者）	お客様の様子	・ガソリンや灯油の値下がりなど、原油安によるゆとりが生まれつつあるように感じる。
		観光型旅館（経営者）	単価の動き	・単価を上げたものの、前年並みの集客ができていない。
		観光型旅館（経営者）	単価の動き	・温浴施設や併設のレストランの売上が前年よりも伸びており、客単価も2～3か月前を若干であるが上回っている。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊のインバウンド需要がますますおう盛で、単価アップにもかかわらず伸びている。特に、韓国では格安のインターネットツアーが大ヒットで、オフシーズンながら大幅な収入増になっている。また、宴会部門も新規の件数増や単価アップもみられ、12月に続いて前年比で大幅なプラスとなっている。		
都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・インバウンドは中国の株価低迷などの影響を受け、多少は停滞傾向にあるが、国内需要は順調に推移している。客室稼働率は高い状態で横ばいであるが、客室単価は上昇している。		
都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・引き続き、海外からの来客が好調に推移している。		

	テーマパーク (職員)	販売量の動き	・暖冬や好天の影響もあるのか、観光シーズンでないにもかかわらず、入場者数、販売量共に増加している。
	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・どちらかということ、今までは客が全体的に消極的であったが、最近は積極的な行動が期待できる。購入にしろ、売却にしろ、案件が増えている。
	その他住宅 [展示場] (従業員)	来客数の動き	・今月は祝日が昨年よりも少ないが、住宅展示場では前年以上の来場がみられる。
変わらない	商店街 (代表者)	単価の動き	・来客数の減少に加え、買上単価が下がっているため、売上が伸びない。
	商店街 (代表者)	お客様の様子	・客が現状に慣れて、節約を覚えたことで、量よりも質を求め始めている。
	一般小売店 [時計] (経営者)	それ以外	・年始は数店の個人店舗が閉店となり、貸店舗の看板になっている。土日になると大型商業施設にはたくさんの客がみられるが、近隣の個人店舗が並ぶ通りは、平日、休日を問わず人通りが少ない。地域に密着していることは大事なことであるが、若い人が少なくなり、平均年齢が上がると購買力が減るため、活気を取り戻すことは難しい。年始から深刻な状況である。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	お客様の様子	・1月後半からの寒波到来で、コートなどの高額品が一気に動いたため、1月前半の落ち込みが少しカバーできた。前年の実績は確保できている。
	一般小売店 [菓子] (経営企画担当)	販売量の動き	・1月と昨年10月の売上前年比を、地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は1月が97.0%で、10月が87.9%、関東は1月が95.5%で、10月が97.2%、中部は1月が98.0%で、10月が105.9%、中国は1月が92.8%で、10月が111.6%となり、各地区合計の平均は1月が96.3%で、10月が95.4%と、前年割れの状況にあまり大きな変化はない。10月はハロウィーン商戦が非常に好調であったが、売上全体を増加させるまでには至らなかった。1月は年始からほぼ前年並みで推移したが、月後半の寒波による激しい落ち込みが影響している。
	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	それ以外	・飲食店への卸売が低調であるが、売上ベースでは変化はみられない。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	単価の動き	・暖冬の影響により、防寒具の代わりに厚手のニット類が売れているので、景気は悪くない。
	一般小売店 [野菜] (店長)	競争相手の様子	・個人営業の店は相変わらず閉店などが多く、まだまだ厳しい状況が続いている。
	百貨店 (売場主任)	販売量の動き	・年初から一気に極寒となり、後半は売上が大きく落ち込んでいるものの、初売りの福袋の売上は好調であったことから、景気が悪くなっているとは一概に言いえない。
	百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・1月は年明けのクリアランスセールの出足が好調であるものの、防寒アイテムの売上は期待したほどではない。防寒アイテムは、気温だけでなく、客のタンス在庫の状況にも大きく左右される。今は付加価値の高い商品以外の売上は厳しい状況であり、消費者は欲しい商品は積極的に購入するが、不要不急の商品に対しては慎重である。
	百貨店 (商品担当)	販売量の動き	・暖冬の傾向で防寒商品が不調となるなか、特選品や宝飾品、化粧品、食品などが安定して全体をけん引していたが、突然の寒波の到来で来客数が伸び悩み、月後半は苦戦続きとなっている。
	百貨店 (販促担当)	販売量の動き	・今月は寒暖の差が激しいが、月後半は寒さが厳しくなったものの、防寒衣料の動きが鈍い。また、衣料品の苦戦が続く一方、雑貨、食品は堅調な推移となっている。セール品は一段と冷静な目で、購入の判断が行われている。
	百貨店 (マネージャー)	お客様の様子	・年末年始のおせち料理や福袋、クリアランスの購買動向をみると、予想どおり消費の二極化が顕著となった。つまり、非日常の買物では開放感がみられるものの、冬物の実需品では節約志向が続いている。また、一部の冬物防寒アイテムでは、景気よりも天候次第といわれるように、気温が売上に大きな影響を与えている。
	百貨店 (営業企画)	単価の動き	・暖冬で防寒衣料品の動きが鈍いこともあるが、客単価が前年比で約4%低下している。

スーパー（経営者）	お客様の様子	・正月にお金を使ったせいか、年明けから売上が客の買い方が非常に厳しくなっている。特に、1品ごとに吟味するような、節約した買物をしている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・プレミアム付商品券の使用が少なくなったにもかかわらず、来店頻度や購入単価に大きな変化はない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・遅い冬の到来であったが、本来の冬の消費を取り戻すことができた。ガソリン価格や電気料金の値下げなどもあって、1月としては販売がうまくまとまった。ただし、不透明感はぬぐえず、野菜が雪害によって高騰したり、株価にも不安定感がある。また、中国経済の先行きも懸念されるなど、一つ一つの事象が販売に微妙に影響している。
スーパー（店長）	販売量の動き	・年始以降は、来客数、販売量共に、堅調に推移している。ただし、上向いているかといえば、あくまでも平行線といったところである。
スーパー（店長）	競争相手の様子	・競合店の新規オープンや、リニューアルオープンなどによる売上ダウンもあり、既存店ベースでは前年を下回っている。
スーパー（広報担当）	お客様の様子	・気温や天候に左右され、消費意欲はやや下降気味ではあるが、年末年始の販売動向をみると、節約志向が強まるなかでも高額商品への支出が増えつつある。
スーパー（社員）	単価の動き	・年明け以降も、多くの店舗で客の買上数の伸びは続いているが、最近の気温低下もあり、来店頻度がやや減っているように感じる。ただし、野菜を中心に生鮮食品の価格が上昇していることで、全体の売上は堅調に推移している。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・パンや弁当の売行きは好調であるが、来客数の減少が続いているため、売上が伸びない。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・季節の端境期ということもあり、若干買い控えが進んでいる。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・家電商品の買換えサイクルが延び、故障しない限り買換えない傾向にあるなど、暖冬と合わせて消費が悪化している。寒波の到来による季節物の消費に期待している。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・以前からの景気対策に期待していたが、一向に状況の改善が実感できない。先行きを不安視している様子の客が多くみられる。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売量が伸びていない。年明けの株価の乱高下や、中国問題により、客の購買行動が鈍くなっているように感じる。
自動車備品販売店（営業担当）	お客様の様子	・パーゲンや商品の切替え時期で、値下げ商品の購買意欲は高いが、それ以外の商品に対する反応が鈍く感じられる。
その他専門店【医薬品】（経営者）	販売量の動き	・今月中旬に厳しい寒波がやってきた。寒暖の差が大きくなれば、風邪薬やビタミン剤が売れ、寒さが厳しくなればカイロやハンドクリームの動きが良くなっている。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・のりの生産量が少なく、仕入価格が高騰している。販売価格に値上がり分を転嫁できる状況ではないため、業界的には苦しくなることが予想される。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・目的買い以外の客の来店が少ない。
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	・年明けから多数の受注があるものの、システムが変わった影響で、うまく受付ができていない。
高級レストラン（企画）	単価の動き	・企業による宴会は堅調に推移しているが、個人の宿泊利用は、国内客、海外客共に単価の伸び悩みがみられる。
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く、暖かい日には昼夜共に来客数が増えたが、寒くなると商店街の人通りが少なくなった。正月で家族が集まる日が多いのか、夜の宴会予約がやや多かったものの、月間の売上は変わらない。
一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・インバウンドによる利用が依然として続いている一方、今月は比較的暖かい日が多く、鍋料理の受注が前年を下回った。ただし、季節柄、法人の宴会が堅調に伸びたことで、結果として例年とほぼ変わらない状況となっている。

その他飲食 [コーヒー ショップ] (店 長)	来客数の動き	・ 1月は気温が高めであったが、利用客数は伸び悩んでいる。正月の休みが少なかったことで、現状は前年並みか、若しくは少し下回っている。	
その他飲食 [自 動販売機 (飲 料)] (管理担 当)	お客様の様子	・ 顧客の入れ替わりが多く、定期的な注文の内容は把握しにくい、既存の顧客の様子は変わらない。	
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・ 引き続き宿泊需要は好調で、今月も当社の人手の都合で予約を若干制限した日もあったが、それでも前年を上回る実績となっている。	
観光型旅館 (団 体役員)	単価の動き	・ 宿泊単価は、この4～5か月は前年比で102～106%と回復してきている。	
都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・ 外国人観光客の宿泊は相変わらず好調であり、宿泊部門は2～3か月前と同様の動きとなっている。一方、宴会部門では、客数はほぼ同じぐらいであるが、客単価は少々低下気味である。	
都市型ホテル (総務担当)	単価の動き	・ 依然として、インバウンドの宿泊は好調が続いている。	
旅行代理店 (経 営者)	販売量の動き	・ 国内旅行は昨年を若干上回っているが、海外旅行は欧州方面の落ち込みが大きく、昨年を下回っている。さらに、寒波の影響で交通機関に乱れが出て、キャンセルが発生した。株価も不安なため、先行きの受注が伸びない。	
旅行代理店 (店 長)	お客様の様子	・ 特に、客からの相談内容は変わっていない。	
タクシー運転手	競争相手の様子	・ 企業の新しい計画や、内需拡大の動きがみられない。	
タクシー運転手	お客様の様子	・ 年末年始の繁忙期により、客の乗車機会が増えている。	
タクシー運転手	来客数の動き	・ 雪がちらつくなど、例年よりも寒い日が続いたため、短距離でもタクシーを利用する客が増えている。	
通信会社 (経営 者)	それ以外	・ 株価低迷の影響がある。	
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	・ インバウンドは好調であるが、国内客の動きは特に勢いが無い。	
美容室 (店員)	来客数の動き	・ 成人式があったため、忙しかったが、3か月前に比べると客の動きは落ち着いている。	
その他サービス [学習塾] (ス タッフ)	単価の動き	・ 生徒が受講する教科数に、あまり変化がない。	
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	・ 音楽の販売については、売上が前年に比べて非常に悪いが、それ以外のレンタル、書籍部門などは、全体的に前年並みで推移している。	
住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・ 来客数が減少しているが、この時期特有のものであり、来月以降は増加していく。	
住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・ 受注量は前年比で微増の状況で、客による消費税増税前の駆け込み需要の動きは、前回に比べて少なく感じる。	
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)	お客様の様子	・ 金融機関の融資姿勢や、不動産の取引状況はあまり変わらない。	
その他住宅 [情 報誌] (編集 者)	お客様の様子	・ 都心部のタワーマンションなどの売行きや反響は、引き続き好調に推移している。景気後退リスクや中国景気の減速といったマイナス要素の影響は、今のところは特にみられない。	
やや悪く なっている	一般小売店 [精 肉] (管理担 当)	お客様の様子	・ 当社にとっての景気の変化は分かりにくい、小さなサイクルで客の動きが変化しているように感じる。大きな景気の変化による良し悪しがある一方で、悪くてもこれだけは買う、景気が良くても必要のない物は買わないという動きを強く感じる。
	一般小売店 [衣 服] (経営者)	販売量の動き	・ パーゲン時期であるのに販売量が少ない。景気全体の変化もその要因であるが、それ以上に小売店の販売方法が大きく変わってきたことが、主な要因だと感じる。

一般小売店 〔花〕(店長)	来客数の動き	・毎年のものであるが、急な冷え込みで来客数が減っている。
百貨店(企画担当)	お客様の様子	・寒暖の差が大きく、冬物商戦が不振となっている。セール時期に入っても、衣料品の売上が思うように上がらず、客の購買意欲が薄れているように感じる。福袋の売行きも不振であるが、300万円などの高額な福袋は好調に動いている。
百貨店(営業担当)	販売量の動き	・先月からの持ち越し商談があったものの、富裕層の優良顧客は12月までの好調が一段落し、今月は海外の高額ブランド品や、季節商品の買上、引き合いが減ってきている。
百貨店(営業担当)	販売量の動き	・食品の動きが悪い。今まで比較的良かった総菜も、少し悪くなっている。
百貨店(マネージャー)	販売量の動き	・食料品売場の改装効果により、来客数が前年比で2%ほど増加し、フロア全体の売上も4%程度増えている。さらに、インパウンドを含む化粧品売上が20%以上増加するなど、売上を押し上げる要素はあるものの、店全体では1.5%減となっている。また、特選衣料品もこれまでの伸び幅が縮小し、宝飾品や時計も一転して15%減となっている。さらに、中間層向けの婦人服の苦戦が続いており、防寒衣料品も25%減となっている。客単価は多くの商品で前年を上回っているものの、1人当たりの買上点数が前年よりも減少している。
百貨店(商品担当)	お客様の様子	・1月になり、好調であった売上が前年を下回っている。特に、富裕層のほか、中国人を中心としたインパウンドの動きが弱くなっている。
百貨店(売場マネージャー)	来客数の動き	・暖冬による苦戦が続く冬物衣料は、前月に値下げを前倒したこともあり、1月に入っても引き続き低調である。梅春物に切り替え始めた中旬以降、急激に寒くなってきたが、需要の高まりは感じられない。むしろ入店客数は減少し、前年比で3%減となっている。
百貨店(外商担当)	販売量の動き	・年が明けても気温の高い日が続き、クリアランスに入った今の時期でも、婦人服のコートやジャケットの売上が伸びていない。ただし、富裕層を中心とした客は、気に入った商品であれば、高額でも宝飾品や海外ブランド品を購入している。
百貨店(マネージャー)	販売量の動き	・子ども服や紳士雑貨、生活用品などの売上は、気温の低下によって前月比では回復したものの、高級品(宝飾品、時計、高級紳士服など)が2けた減と悪化している。株価の低下や中国経済の減速に伴い、富裕層や中国人旅行客の高額消費にブレーキがかかっている。
百貨店(売場マネージャー)	販売量の動き	・景気の悪化というよりも、正月休みが少ないという日並みの悪さや、寒波などによる消費者の動きの鈍化が、主な不調の要因である。ファッション関連では、先月と同様に冬物需要が減少している。一方、食品需要は前年比プラスで推移するなど、順調な動きとなっている。
スーパー(店長)	販売量の動き	・暖冬と最強の寒波による天候不順で、衣料品が不振となっているほか、株価の乱高下による先行き不安で、年始は好調であったものの、それ以降は消費がシビアになっている。
スーパー(企画担当)	販売量の動き	・野菜相場の下落や、生鮮魚の販売不振のため、食料品の売上が厳しくなっている。衣料品は年明けから暖冬の影響はなくなったが、直近の3か月では前年割れとなっている。
コンビニ(経営者)	単価の動き	・たばこや、ひき立てコーヒーといった、し好品を買う人の動きが変わってきた。たばこを2個まとめて買わなくなり、コーヒーもプラスワンの購入が少なくなっている。
コンビニ(店員)	来客数の動き	・気温の低下により、ジョギングや散歩帰りの客などが少なくなっている。
衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・来客数が減少し、販売単価も低くなっているため、景気が上昇しているとは思えない。
衣料品専門店(経営者)	単価の動き	・暖かかった月前半の来客数はますますであったが、購入単価が低い。
家電量販店(店員)	お客様の様子	・前年に比べて平均客単価が低く、購買の決定に悩み、時間がかかるケースが多くみられる。

	住関連専門店 (店長)	販売量の動き	・例年、年明けは引き合いが落ち込むが、今年は例年以上に鈍化が目立つ。リピーターの購入サイクルも長くなりつつある。
	その他専門店 [宝石](経営者)	お客様の様子	・中国経済の成長率の鈍化に伴う、世界的な株価の暴落が、客の購買心理に大きく影響している。
	その他小売[インターネット通販](企画担当)	お客様の様子	・本格的な寒さが到来し、冬物処分セールに期待したが、食品価格の上昇や株価の低迷などが影響したのが、なかなか売上の増加につながらない。
	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・クリスマスや年末年始のシーズンが終わり、客足が少なくなっている。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・オフィス街は、月前半は来客数がかなり減少したが、繁華街では増加している。後半はその逆となり、月全体の売上は目標よりも10%ほど低かった。一方、今年は新年会の需要が例年よりも多く、後半に追い上げた原因の一つとなった。特に、10~20人規模の宴会が最も多かった。
	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・来館者数を支えていた県内の大型のイベントが終了となっている。
	旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・株価の不安定感や天候不順の影響で、客からは、余裕を持って旅行に行く気にならないといった話が多い。客の心理状況は、旅行需要の動向に大きく影響する。
	タクシー運転手	お客様の様子	・市内のどの地域を回っても、流し営業で手を挙げてもらうことが、日に日に減少している。
	美容室(店長)	販売量の動き	・福袋の売行きが例年に比べて悪かったほか、雪が降ったせいで来客数も伸びていない。
	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・新築分譲マンションの販売は、販売価格が上昇するなかでも、京都市内や大阪市内中心部では好調に推移しているが、都心周辺では販売状況が芳しくない物件が増えてきている。
悪くなっている	スーパー(経営者)	お客様の様子	・競合店を買い回って価格を比較した上で、ディスカウント商品を購入する動きが目立つ。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・市内での販売量は落ちている。市内にない物を求めて、需要が市外に流出している。
	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・1月に入っても冬物が売れない。来客数が昨年よりも減少し、売上も3~4割減っている。
企業動向 関連 (近畿)	良くなっている やや良くなっている	-	-
	食料品製造業 (経理担当)	受注価格や販売価格の動き	・低価格を組み合わせた企画商品がよく売れている。
	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	・カーナビのパネルの試作品が動いている。量産は来年以降であるが、先行きは明るい。
	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車関連部品の受注の内示が増えてきている。
	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・12月はやや低調な伸びであったが、1月中旬以降、受注が増えてきている。
	広告代理店(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・期末に向けて広告出稿の動きが結構活発になっている。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・これまでクライアントでは製造業が好調で、小売業が低調であった。特に、生活必需品を店頭で販売する小売店は、売上の減少が続いていた。しかし、ここへきて食品スーパーなどが前年をわずかながら上回る状況が出てきている。
	変わらない	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き
	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・徐々にタオル全体の国内需要が減少しているように感じる。
	化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・昨年と比べればかなり良いが、昨年が悪過ぎただけで、売上や利益をみると、決して良いといえる状況ではない。
	窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・我々の業界には上場会社も中小企業もあるが、業界全体が不況となっている。
	金属製品製造業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・関西エリアには目立った物件がなく、受注量も少ないが、造船関連の受注は増えている。

一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大口の引き合いが多いが、実際に受注するめどが立っているのは半分程度であるため、景気は横ばいといえる。	
電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・国内の取引先は非常に憶病になっており、引き合いや問合せは以前より活発で心強いが、とにかく成約に至らない。予算が出なかったり、上席からの承認が下りないなど、とにかく迷いが多いと感じる。	
電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・製造業では研究開発に前向きとなっているが、生産活動は別である。円安とはいえ、国内の人口減や消費の厳しさという面でも、国内回帰は簡単には進まない。	
電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・1月後半は気温が低くなり、低調であった冬物商品の荷動きがやや活発になっているが、これは季節要因によるものであり、景気が上向きになったとは言えない。	
輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車産業の好調は続いており、受注は見込めるものの、中小企業の設備投資に活発な動きはみられない。	
その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年始の動きは例年と変わらない。	
建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物件単価は相変わらず低調である。	
建設業（経営者）	取引先の様子	・取引先の企業の決算内容が良いので、3月末までの決算内の改修工事が急増している。ありがたい話はあるが、技能労務者の不足に苦慮している。	
輸送業（営業担当）	取引先の様子	・2月にかけて売れるはずの車が早々に売れてしまい、売り止めとなったため、配達件数が減っている。	
輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・関西では小規模の移転案件はあるが、中規模以上の移転は少ない。	
金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・中国の株安に対して、日本株が過剰に反応しており、更に下値をうかがう場面もありそうである。	
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	・今月は休日が多いこともあり、在庫台数が少ない。	
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	・正月を大阪で過ごす外国人観光客で、主要駅は大いにぎわった。大阪駅、京都駅といった主要駅はもちろん、大阪城公園駅や姫路駅も多くの観光客でにぎわった。共通点は城であり、どちらも元旦から大規模イベントが行われている。	
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・輸出関連企業が多いため、為替が円高に進むようであれば状況は悪化するが、120円前後での推移となれば変わらない。	
やや悪くなっている	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・得意先の販売数量がかなり落ちている。気温低下の要因もあるが、消費者による飲料水の購入が減っている。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年と比較して、年明けから少し受注量が減少している。
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・販売数量が前年よりも約14%少ない。
	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末年始の長期の休暇による影響か、自動車関連の出荷が減少している。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が増えない。
	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末までの受注残高が増えた影響があるのか、年明けからの動きがいつもより鈍く感じる。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸からは企業が引き続き撤退しているため、事務所や社宅のニーズも減っている。賃料が下がり、空室率は上がっているなど、景気は良くない。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込収入のほか、購読収入も減少している。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・インターネット広告、紙広告共に、今年になって売上が前年を下回っている。
	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・年明けからの受注に勢いが感じられない。例年に比べても若干減少している。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・毎年1月は業界全体で仕事量が減る傾向にある。

	悪く なっている	繊維工業（総務 担当）	受注量や販売量 の動き	・消費者向けの販売会では客の購買意欲が低く、安価 な物は売れるが、通常品は限られた富裕層のみの販売 となっている。
		その他非製造業 [電気業]（営 業担当）	受注価格や販売 価格の動き	・政府の経済政策が浸透していない。
雇用 関連 (近畿)	良く なっている	アウトソーシング 企業（管理担 当）	それ以外	・昨年に引き続き、仕事が途切れなく入ってきてい る。
		民間職業紹介機 関（営業担当）	求人数の動き	・3か月前と比べて求人数が増加しており、特に本町 近辺では1.5倍となっている。職種としてはメーカー の事務や、経理事務が増加傾向にある。
	やや良く なっている	人材派遣会社 （支店長）	求職者数の動き	・紹介案件が多く、採用数がかかり増えている。
		新聞社[求人広 告]（担当者） 学校[大学] （就職担当）	それ以外 求人数の動き	・企業が宣伝にける費用が多くなっており、手ごた えが感じられる。 ・企業からの求人意欲は依然として活発であり、経済 情勢が変化しなければ今後も継続する。
	変わらない	人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・先月と同様に、今度も年度内の案件で忙しく、良い 人材の取り合いとなっている。一方、ここへきて4月 以降の入札の動きが活発になっており、新年度以降も 右肩上がりの動きが続くそうである。株価が乱高下す る動きは続くものの、右肩上がりの傾向に変わりはない。
		人材派遣会社 （役員） 職業安定所（職 員） 民間職業紹介機 関（営業担当） 学校[大学] （就職担当）	採用者数の動き 求人数の動き それ以外	・企業による採用の動きは衰えていない。しかし、求 職者数が少ないので、企業は慢性的に人手不足の状態 に陥っている。 ・チェーン展開している飲食店から大量の求人が出た ため、全体の求人数が大幅に増えたが、それを除けば 微増である。業種別では、飲食業が大幅に増加したほ か、製造業や卸売業、不動産、物品賃貸業などで増加 した。一方、人材派遣や宿泊、医療、建設業などでは 減少となっている。事業所への聴取によると、景況感 については普通とする回答が多い。 ・求人数の水準は依然として高い状態にある。
	やや悪く なっている	人材派遣会社 （営業担当）	求職者数の動き	・求職者は4月以降の求人を静観している印象があ る。全体としては、40代以上の正社員志望者が増えて いる。
		職業安定所（職 員） 職業安定所（職 員） 民間職業紹介機 関（職員） 学校[大学] （就職担当）	求職者数の動き 求人数の動き 求職者数の動き	・新規求職申込件数は前年比で減少傾向が続き、自己 都合離職者、事業主都合離職者共に減少していたが、 直近は増加となった。特に、44歳以下の事業主都合離 職者の割合が、ここへきて増加している。 ・前年と比べた新規求人数の増加率が鈍化している。 ・例年であれば、この時期から年度末にかけて増え る、公共工事関連の日雇い求人が伸びてこない。 ・採用意欲の高い企業が多い一方、一部の企業では年 度ベースでの採用数の削減を検討している。
	悪く なっている	-	-	-