

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 (近畿)	良く なっている			
	やや良く なっている	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・食料品の動きは戻ってきているが、衣料品のセールの状況が良くない。
		百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・暖冬で大苦戦した3か月前からは底を打ち、回復基調にあると感じているが、春物の動き自体は、前年並みに届くかどうかのレベルである。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・競合店が次々と開店し、競争は激化しているものの、牛肉や加工食品、野菜などの相場が高く、単価がアップしている。また、節分やバレンタイン関連の販売が大きく伸びたことから、家庭で家族や友人たちと催事を楽しむ傾向が強まっていると思われる。12～1月に比べて寒かったことも、鍋物商品などが購買点数、単価を押し上げる要因となっている。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・競合相手のドラッグストアが改装で閉店中のため、ドラッグストアでの取扱商品がよく売れている。
		スーパー（広報担当）	お客様の様子	・天候に左右される面はあるものの、仕掛けをすれば多少なりとも反応があるという意味では、少し環境が変わりつつある気がする。
		スーパー（社員）	お客様の様子	・今冬は当初の暖冬予想から一転して厳しい寒さになり、先月に続いて下着やカイロ、鍋用の肉・魚・調味料などの冬物商材を求める客の動きが目立っている。このため、売上也良い状況が続いている。
		スーパー（企画）	来客数の動き	・急激な天候の変化はあるものの、おおむね安定した天候により客足が伸びている。ただし、食料品は生活必需品で動きが良い一方、食品以外は品目によってばらつきがみられる。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・付加価値の高い弁当類といった高額商品や、コーヒーなどの売上が相変わらず好調で、客単価の底上げにつながっている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・時期的な要因もあるが、公共料金の支払いのついでに買物をする客が増えてきている。また、気温の寒暖の差が激しいため、商品の特定は難しいが、いろいろな物が売れている。正直なところ、来客数は増えているが、原因はよく分からない。
		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	・システムの変更にも慣れ、受電数も順調に増えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊はオフシーズンのため、インバウンドの受注を強化した結果、客室収入は前年比で120%となり、全体の収入に大きく貢献している。一方、宴会は記録的なマイナスとなっており、食堂も朝食の大幅増を除くと厳しい状況である。
		都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・海外からの宿泊は、依然として好調に推移している。ここへきて団体客から個人客へと、海外客は少しずつ変化し始めていると感じられる。
		旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・マイナス金利という言葉が一般客にも浸透し、客の中には景気が悪くなるに違いないと感じる人が増えている。次の予定を決める際にも、もう少し世の中の動きをみながらという声が多く、悪くなっていると感じる。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・テレビサービスへの加入者の純減傾向が止まりつつある。数か月後には純増が実現できるかもしれない。
		競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は9,423円で、今月は10,148円であった。単純に比較するとやや良くなっている。ただし、先月の10,911円と比較するとやや悪くなっているため、楽観視はできない。
	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	来客数の動き	・今年度、当ホールは改修工事のために60日近く休館したが、その日数を除いた稼働率は95%と、驚異的な数字となる見込みである。最終利益も当初予想を上回り、昨年度と変わらない水準になりそうである。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	お客様の様子	・2月の住宅展示場の来場者数は昨年と変わらないが、アンケートの結果では、1年以内に家を建てたいという客が増えている。	
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街で商売をしているが、商店街への来客は高齢者が多く、今年のように寒暖の差が大きくなると、来客の頻度が減少する。

一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・ 今月は1月前半のような暖冬ではなく、前年並みの気温に近づいたため、重衣料が動き、前年並みの売上を維持できている。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	単価の動き	・ 客が必要とする分だけは売れるだろうと思っていたが、価格に左右されている。また、店舗改装に伴う値引き販売で商品が少なくなっているため、景気が悪い。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・ 冬物衣料の動きが悪かった。暖冬であるせいか、コート類の販売量が良くない。消費者からは、物価が上がっても賃金が上がらず、毎月の生活のやりくりが一層厳しくなっているという声も聞かれる。
一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・ ゴルフ場のレストランにも、一般の飲食店にも客がなかなか来ないので、厳しい状態が続いている。
一般小売店〔花〕（店長）	来客数の動き	・ 代わり映えしないが、ニッパチ月（2、8月）なので暇である。
一般小売店〔酒〕（社員）	お客様の様子	・ 入店客数は横ばいであるが、購買数は下落傾向にある。商品は手に取るものの、買わないという様子が見受けられる。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・ 急激な気温の低下で来客数が減っているものの、外国人観光客による売上増や、外商顧客による高額品の購入などで、売上は前年比で3%の増加となっている。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・ 今月は目標を下回る見込みである。前月に好調となった反動や、インバウンド需要の鈍化などの要因はあるものの、比較的好調な高額品に対し、ボリューム価格商品の鈍化が目立つ。中間層の客は、不急不要の商品、価格に価値が見合わない商品に対する購入には、更に慎重になっている傾向がみられる。
百貨店（売場主任）	来客数の動き	・ インバウンドの客数も落ち着いてきており、特需ではなく、当たり前前の日常となってきている。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・ 気温の変化による衣料品の売上低迷が、クリアランス時期になっても変わらない。また、バレンタイン関連をはじめとする食料品の売上は好調なため、前年の売上は上回っているものの、利益率が低い商品のシェアが高くなっている。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・ 今月は、先月に続きバレンタインフェアが好調で、チョコレートを中心にアクセサリーなどもよく売れた。月後半からは来客数や客単価の悪化により苦戦しているが、何とか前年実績は確保できそうである。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・ 都市型店舗は比較的堅調であるが、郊外や地方店舗は厳しい状態にある。春節時期のインバウンド需要やバレンタイン商戦は好調に推移したものの、気温の低い日が多い影響で春物の動きが鈍く、婦人服などの衣料品が苦戦しており、全体的には厳しい状況である。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・ 自社を取り巻く状況は、現金客やクレジット購入客の減少が顕著である。ファッション商品の端境期に入り、卒業や入学といったセレモニー商品の目的買い以外は苦戦している。年明けから富裕層、インバウンド需要も一息ついた状態が続いている。
百貨店（商品担当）	来客数の動き	・ 大阪の百貨店は、2月は春節によるインバウンドの恩恵で売上は堅調である。宝石や時計などの高額品は以前ほど動いていないが、販売量が来客数に比例する化粧品などは、引き続き好調である。
百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・ 株価下落の影響からか、富裕層による高額品の販売量が微減となっている。インバウンドについては、春節期間中は前年の20%増で推移しているが、平常日の買物が減少し、単価もダウンしているなど、購買行動に変化が出てきている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・ 客の買物が年明けから非常に厳しく、収入が少し厳しくなっている雰囲気を感じられる。
スーパー（店長）	販売量の動き	・ 年末から年始にかけて販売点数が伸び、客単価も上がったため、売上は回復しつつあったが、1月中旬以降は、2月に入っても点数、来客数共に鈍化しており、売上が回復しない。競合店に売り負けている感じではなく、買物の頻度と1回当たりの購入量を制限している傾向が顕著である。
スーパー（店長）	お客様の様子	・ 一度は上昇した気温が逆戻りし、衣料品の春物の動きが一気にストップした。うるう年にもかかわらず厳しい状況である。いかなご漁の解禁も遅れ、春の訪れも春物の動きもまだのようである。

スーパー（店長）	販売量の動き	・節分やバレンタインデーなどの社会的な催事関連は堅調であるが、普段の生活必需品の動きは思わしくなく、節約指向が続いている状況である。
スーパー（店長）	競争相手の様子	・競合店の調査をしてみると、当店は売場の劣っている部分が非常に多い。鮮度や価格、サービス、清潔さなど、部分的にはできているものの、総合的にみてレベルが低い。競争力のある店舗づくりが必要である。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・全体的に冬らしい気候が続いたため、売上は底堅く推移した。節分などのイベント時は通常よりも売上が高い伸びを示すなど、ハレの日の消費は堅調である。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・目標はぎりぎり到達する見込みであるが、購買点数は増加していないので、改善の兆しはみられない。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・たばこの売上が前年比で10%減少しているが、パンの売上が伸びており、前年よりもやや好調である。
コンビニ（店員）	お客様の様子	・昨年よりも来客数は増えているが、公共料金を支払うついでに、買物をする客が減っているように感じる。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・季節的な要因もあるが、買い控えが進んでいる。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・客の財布のひもが固い。その結果、家電の買換えサイクルが伸びており、販売量が増えない。
乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・決算商戦を迎えたが、2月の来客数の伸びは昨年を下回っているため、3月に期待したい。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・個人消費は横ばいであるが、企業からの注文が伸びてこない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	来客数の動き	・最近の催事における来客数は、見込みよりも少ない。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・寒い日が続いた影響もあり、客足は落ち着いている。
高級レストラン（企画）	来客数の動き	・宴会の実施件数は増加しているが、宴会の1件当たりの人数が減少している。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・商店街は人通りが少なく、近隣の大型スーパーも人がまばらであった。近くにパン屋ができたが、人通りは相変わらず少ない。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・異業種交流の場で景気の話をする機会があり、最近のメディアで発表されている、賃金や景気回復の話題になった。どの業種にも共通していることは、関西圏はまだまだ厳しく、恩恵を受けるのは数年後になりそうである。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	来客数の動き	・インバウンド需要の好調さは、通行する外国人の数からも感じられるが、爆買の対象にならない喫茶店への恩恵は限定的である。それ以外の景気を下支えする好材料は見当たらない。
観光型ホテル（経営者）	お客様の様子	・引き続き宿泊需要は好調である。特に、2月はインバウンド客も多く、単月で過去最高の来客となっている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・かきの価格の高騰で、このシーズンは値上げをした影響か、来客数が増えていない。
観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・宿泊人員は、昨年2月から前年を上回る動きが続いているが、1人当たりの消費単価、宿泊単価は前年に届いていない。宿泊単価の低下を、宿泊者数の増加でカバーし、少し売上が上がっているという状況である。
都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・客室についてはインバウンド需要が落ち着いており、国内需要も高くないため、稼働率は横ばい状態である。
都市型ホテル（総務担当）	単価の動き	・インバウンドは、依然として好調を維持している。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・燃油サーチャージの値下がりの効果だけではないが、フランスを除く欧州への旅行の申込が徐々に戻り、海外旅行の受付が昨年並みとなった。卒業旅行や国内旅行の受付もほぼ昨年並みであり、何とか横ばいを維持している。
旅行代理店（店長）	お客様の様子	・来客数が減っている。欧州方面のマイナスだけが原因ではなく、客の動きがよく分からない状況である。
旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・海外旅行には好転の兆しがなく、国内旅行や訪日インバウンドで何とかばん回できている。
タクシー運転手	競争相手の様子	・昼間の事業所間の移動が少なくなるなど、法人に関しても、タクシーよりも電車の利用が増加している。

	タクシー運転手	お客様の様子	・流し営業の状況や一般客の予約などでは、前月から変化がない。
	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・ある人気の高いコンテンツのイベントが大成功したものの、波及効果があったのはそのイベントに関する部分だけであって、同じ施設内にあるほかの店舗には、プラスの効果が見られなかった。やはり、イベントが終われば日常に戻るだけ、ということを実感している。
	ゴルフ場(支配人)	競争相手の様子	・ゴルフ場やサービス業を取り巻く状況が読めない。
	美容室(店員)	お客様の様子	・仕事が暇だという客が多かった。客の動きにも鈍さを感じられる。
	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	・書籍やレンタル売上については、前年並みで推移しているものの、その他の販売は若干の前年割れである。
	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・公共事業の土木業者は仕事が減っているようだが、不動産業では計画道路などに関連した仕事が増えつつある。ただし、一般の不動産流通は伸び悩んでいる。
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・イベントの集客は前年に比べて微増傾向であるが、契約までに時間がかかるため、販売量は前年並みで推移している。
やや悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・インバウンドの動きが下降気味である一方、通常の顧客の買上にも回復が見られない。
	一般小売店[時計](経営者)	来客数の動き	・来客数の落ち込みが今月は特にひどかった。寒暖の差が激しく、インフルエンザも気になるという理由のほか、マイナス金利の影響もある。その意味はともかく、言葉がテレビや新聞に頻繁に出てくることで、年配客の財布のひもが更に固くなっている。マイナス金利については、自分のお金が知らないうちに減るというイメージを持っている客が多い。なるべくお金を使わないでおこうという雰囲気を感じられる。
	一般小売店[菓子](経営企画担当)	販売量の動き	・今年2月と昨年11月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は2月が83.9%で、11月が75.2%、関東は2月が96.8%で、11月が90.3%、中部は2月が93.1%で、11月が88.5%、中国は2月が100.8%で、11月が115.4%となり、各地区合計では2月が90.9%で、11月が85.5%となった。昨年11月はお歳暮商戦が非常に悪く、2月はバレンタインが不調であるなど、全体としてあまり良くない。
	一般小売店[鮮魚](営業担当)	それ以外	・売上は前月比で3%減少し、前年比でも4%減少している。
	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・当店で2月末まで耐震工事が行われている。これまで2年半を要し、現在は駅構内の工事が進んでいる。入店状況は、3階の入口部分からが前年比でマイナス5%となっている。ファッションとファッション以外に分けると、ファッション売場の入店がマイナス7%となるなど厳しい。
	百貨店(企画担当)	お客様の様子	・昨年の上半期に売上の大きな底上げ要因となったインバウンド売上については、増加が一巡しており、今月は前年比で微増にとどまっている。また、富裕層の購買状況は堅調であるものの、ボリューム層の購買状況は前年割れの状況が続くなど、今月の景況は厳しい状況である。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・富裕層の優良顧客においては、高額品のみならず、日常生活品を買う際も、優待やイベントといったタイミングに買う傾向が強くなっている。
	百貨店(服飾品担当)	お客様の様子	・都心型店舗の2月の動向は、上旬の気温が不安定であったため、1月にやや動きのあった防寒系アイテムの売上が伸びず、ブーツやネックウェア、コート類が前年を下回った。中旬以降はやや回復に向かったが、インバウンドを除いた国内消費は、経済ニュースによる不安感もあって少し伸び悩んだ。高額商材は堅調である一方、中間層を対象にした今冬のファッション商戦は、何がトレンドだったのかが分からないまま終わった感があり、昨年の流れを引き継ぐ形となった。また、反復商材である化粧品にもやや陰りがみられ、乾燥肌対策の商材は売上の前年比が90%台半ばにとどまっている。

百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月は例年よりもやや低い気温で推移した。この冬は、寒くなってほしい時期に暖かく、暖かくなってほしい時期に寒くなり、衣料品の購入には逆風となった。バレンタインデーなどのイベント需要や、食品の動きは堅調であるが、全体としては苦戦している。
百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・昨秋に食料品売場の改装を実施したものの、直近では入店が前年比マイナス1.4%と減少している。店舗全体の店頭売上は前年並みであるが、インバウンド消費が前年比で40%増となり、化粧品や特選衣料などの販売が押し上げられている。一方、宝飾品がマイナス6%と、高額消費が低迷しているほか、中間層向けのミセス婦人服がマイナス16%、紳士服もマイナス10%となるなど、国内消費が依然厳しく、上向いていない。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上は引き続き好調に推移しているものの、主力である婦人衣料品の売上は前年を下回っている。インバウンドを除けば、全体売上でも昨年を下回る。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・成長分野であった美術・宝飾品の販売量の純化が顕著になってきた。インバウンド需要の大半を占める中国人旅行者の購買が、高額品から消耗品やコト消費に変化している。さらに、富裕層の購買も株価の大幅ダウンにより減速している。
スーパー（店長）	来客数の動き	・世界全体で株価が不安定になっているため、先行き不透明感が強く、日常の消費は厳しい。衣料品は2月が特に不調であり、冬物の在庫消化が進んでいない。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・朝晩の気温の差が激しいこともあり、夜の客が減少しているほか、インバウンド客も減少してきている。
家電量販店（企画担当）	それ以外	・爆買い消費の恩恵により、来客数や買上点数は増えたが、そろそろ終息に向かっている感がある。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・決算で過去最高益を発表している企業には、自動車メーカーなどの大企業が多いが、下請以下にはお金回っていない。例年よりも販売が振るわない。
乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・新型車の発表前の活気が一段落した感がある。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・インバウンドの増加は一段落したように思う。自分の体やファッションに関する物は高品質の商品の購入もあるが、生活必需品は価格の低い商品の購入が中心となっている。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・カタログ発刊当初に比べ、顧客の反応が鈍くなってきている。注文に慎重さが感じられる。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・来客数の前年比には11月に底打ち感があり、12月、1月と徐々に回復傾向を示していたが、2月に入って変化がみられる。関西の数値は1年以上、関東に対して優位性を保っていたが、2月に入って逆に4ポイント程度悪くなっている。
一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・不安定な株価や天候不順の影響で、客の動きに活発さがなくなっている。特に、インバウンドは増加が続いているものの、個別にみると、中国よりも台湾や韓国の利用者が目立つ。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	お客様の様子	・本当に景気は良くなっているのか。たまたま我が家の家族構成が、様々な補助の対象に入らないのか、状況は厳しい。
観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・宿泊客は仕事関連の利用がほとんどで、観光での利用客は1割にも満たない。温浴施設の日帰り利用客は、3か月前よりも2割ほど落ちている。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・株安と円高で世間の景気は停滞しており、昨年未ごろよりも悪くなっている。
タクシー運転手	来客数の動き	・駅やホテルにおける客待ちでは、待ち時間が少しずつ長くなってきている。客は一番安上がりな公共交通機関に流れている。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・小売業を中心として販売が低迷している。
美容室（店長）	販売量の動き	・化粧品を販売しているが、セットでの注文が減り、節約して単品で購入する人が増えている。
美容室（店員）	来客数の動き	・3か月前は年末であるため、その時期に比べると来客数は減少傾向にあるが、2月という点でみると、大きな変化はない。

		その他サービス 〔学習塾〕（スタッフ）	来客数の動き	・無料体験学習への応募人数が少ない。
		住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・マンション販売市況をけん引してきた、大阪市内のタワーマンションの販売状況が、株価低迷に伴って減速してきており、近畿圏全体の契約率低下につながっている。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・分譲マンションは価格高騰により、購入できる消費者が限定されつつある。また、経済環境の不安定さが増していることもあり、高額マンションの購入検討者の動きも鈍くなっている。
悪く なっている		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	販売量の動き	・年が明けてからは、牛肉の相場に変化はないが、販売量は減少している。販促を行うにも相場が高いため、値引きができない。また、今月の春節における影響は例年を下回り、神戸全体でも少ないように感じた。全体的には2月後半が悪く、生的高级牛肉が売れないといった状況にある。
		百貨店（営業企画）	単価の動き	・婦人服の動きが依然として低調で、客は今必要な物を厳選して購入している感がある。その一方で、食品は堅調である。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・プレミアム付商品券の効果の反動が大きく出ていると思われる。特に、来客数に影響が出ている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・今年は秋から冬にかけてコート類が全く売れなかった。価格の高い商品はセールになっても買い控える客が多く、特にコートが売れないため、売上は昨年よりも20～30%落ちている。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・客の様子をみると、この1か月間の株価の暴落により、購買意欲が大きく低下している。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・政府の指導によるキャッシュバック禁止や、ゼロ円販売禁止などの結果、販売台数が減少している。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	お客様の様子	・この数か月は、何とか利益を出している企業でさえ重苦しい業績であり、とてもではないが、景気が回復していく感覚はない。大半の企業は赤字か、全く業績が伸びない状態である。
企業 動向 関連 (近畿)	良くなっている	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・テレビスポット広告の需要は引き続き堅調である。
	やや良くなっている	食料品製造業（経理担当）	取引先の様子	・取引先の売上対策が非常に積極的になってきている。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・国内向けの建設材料に関する販売量が、前年比で8%増加している。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建築関連商品の販売が伸びている。分譲マンションではなく賃貸マンション用の商品であり、マイナス金利の影響が、資産家による資産運用の動きが出ている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き合いは以前から活発であったものの、なかなか実績に結び付かなかったが、ようやく成約につながっていきそうである。ただし、景気が上昇していると確信するためには、良い結果が3か月以上続かなければならない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末に向けて顧客の受注が増えており、当社への依頼件数も増加傾向にある。ただし、新規の問い合わせは横ばいである。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・2月は営業日数が少ないので、月締めの折込収入は横ばいであるが、1日当たりの折込件数は若干増えている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・期末に向けて広告出稿のペースが上がってきている。マイナス金利や為替の変化による影響は感じられない。
		コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・大幅な増加ではないが、順調に受注量を伸ばしている。前年に比べても若干の増加となっている。
		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	・今月は春節の影響で、主要ターミナル駅は中国人観光客でかなり混雑した。駅ナカでも、定番の土産品である化粧品やマスク、カイロなどの大量買いが目立っている。
変わらない	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年と比較して、徐々にではあるが生産数量が増えており、業務用、家庭用共に同じ比率で伸びている。ただし、景気の回復に伴って、販売価格は上昇傾向であったが、ここへきて廉価商品の販売量が増えていることも現実である。	

	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・全体的に低調である。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節要因を考慮すると変化はないが、食品関連の出荷が若干少ないように感じる。
	金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・忙しくなって残業時間は増えているが、利益は少ない。短納期の受注に単価の高い残業で対応しているため、利益が出ていない。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・最近、大きなプロジェクトを受注した。納期も長いので、それなりに忙しい状況ではあるが、通常の商談がほとんど止まっている。その結果、利益率の良い小型の受注が減り、全体としてはあまり景況は良くない。
	一般機械器具製造業（設計担当）	受注量や販売量の動き	・現状維持の状態が継続している。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・為替の変動が大きく、メーカーとしては気になるところであるが、日常的には昨年と同じように注文が入っている。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・前年に比べ、全体的に商品単価は上昇傾向にあるため、冷蔵庫や洗濯機などの販売額が前年を上回るケースもある。ただし、薄型テレビやブルーレイレコーダーは低調な荷動きのため、前年を下回る状況となっている。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず国内の中小企業の設備投資に対する動きは鈍い。ただし、自動車業界は好調である。
	その他製造業【事務用品】（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・新学期に向けての受注量が例年と変わらない。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・1件当たりの単価は依然として低い。低価格指向の顧客が増えている気がする。
	建設業（経営者）	取引先の様子	・民間関係の得意先が好決算で、3月末の完了工事が多い。ありがたい話ではあるが、技能労務者、監理技術者不足に苦慮している。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・学習機の品切れにより販売数が落ちている。
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・新規の案件が増えてきているが、料金を見直す案件も多い。
	金融業【投資運用業】（代表）	それ以外	・今の金融相場は、良い材料と悪い材料が混在している状況であるが、徐々に良くなりそうである。
	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今年度に入り、景気低迷で業況は落ち着いてきている。各企業の決算時期が近いことから、生産調整に入る場合もあり、中小企業は警戒している。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸地域の不動産売買は、マイナス金利によって不動産に融資が下りやすくなり、買い手は非常に多くなっている。ただし、不動産の価格は上がっているが、実需は少なく、実体経済は悪いままである。
	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	・例年、2月はあまりバタバタと忙しくないが、今年はより一層忙しさが感じられない。
	その他非製造業【機械器具卸】（経営者）	競争相手の様子	・受注量や見積り依頼は減っているが、大きな変化はない。
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	・日ごとの気温の高低差があるため、思った以上に得意先の飲料水販売が伸びなくなっている。
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・得意先が在庫を持たず、催事ごとに商品の持ち出しがあるため、在庫の増加が懸念される。商品と共に社員の出張も増加しており、在庫リスクと出張経費の増加が利益の減少につながっている。販売増を目指せば、経費と在庫増の悪循環となる。販売の手段がないメーカーとしては、得意先の機能を自社で賄う必要に迫られつつある。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の特殊な製品を除き、あまり変化がなく、低位で安定している。
	金属製品製造業（営業担当）	競争相手の様子	・同業者からは、前年比で売上が減少している話を頻りに耳にする。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えていない。

		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・Web広告の受注が、前年の実績を大きく下回っている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・2月は各商業施設がリニューアルの時期であり、改装中の店舗が多いため、売上は減少している。
		経営コンサルタント	それ以外	・周辺地域では相変わらず小売店の閉店が続き、シャッターの数は増えるばかりである。様子を見てみると、来客数が減少しているほか、低価格品や容量の少ない商品を買う傾向が強い。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・暖冬の影響で、アパレルなどの消費財の荷動きは低調である。身の回り品のタオルや枕はあまり影響を受けていないが、業界全体の雰囲気が悪いので、バイヤーに新規の購買意欲はなく、消費者のマインドも低調に推移している。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・販売単価の下落が止まらず、勝ち組と負け組の差が出てきている。大量生産で原価を下げ、うまく価格対応できるメーカーが残ってきている。
	悪くなっている	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年に入って急激に売上が落ちている。昨年までは前年比で110%程度であったが、現在は8割にまで落ち込んでいる。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・日銀の金融政策の動向が不透明で、企業の間では不安が増幅している。
雇用関連	良くなっている	-	-	-
(近畿)	やや良くなっている	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・人材紹介案件の動きがかなり堅調である。
		アウトソーシング企業（管理担当）	それ以外	・先月に引き続き、仕事の依頼が途切れることなく順調である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・関西の地元企業による期末業績の見通しが良いのか、新聞広告への出稿意欲が活発である。
		民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・3月の決算時期に向けて、人事・労務事務や経理補助業務での需要が増え、先月に比べて受注が更に増えているが、人手不足でマッチングが難しい状況である。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・依然として企業の採用意欲は活発である。大学への訪問も途絶えることがない。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・新年度からの派遣に関する入札も一段落した。昨年と比べて大きく変わった点は、政府関係の動きであり、今までは派遣社員で対応していた部分が、正社員に変更になっている。また、優秀な人材については単価を上げる傾向がみられる。依頼は高度になってくるが、金額のボリュームも大きくなっている。この傾向は来年だけでなく、2020年の東京オリンピックまで続く。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・新聞での求人は構造的に縮小傾向にあるが、当月も縮小均衡状態が続いており、良くも悪くもなっていない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で4.4%増加したが、中心となる製造業では減少となった。特に、金属製品製造業、機械器具製造業、電子部品製造業、電気機械製造業などで減少している。一方、飲食業、宿泊業での増加は、観光客の増加によるものと推測される。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・企業の採用活動は依然として活発で、新規求人数は前年比で増加傾向が続いているが、新規求職者数は減少傾向が続いている。先月に開催された合同就職面接会も、参加者が減少したほか、企業の相談ブースも空席が目立った。中小企業による採用活動は難しさが増している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業の新規求人数の増加に一服感がみられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・中国の春節が終わってから、同国からの旅行者が減少しているように感じるが、韓国からの観光客は増えている。繁華街での爆買いをあまり目にしなくなったほか、周囲の日本人客も消費を抑えているように感じる。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・株価の下落にもみられるように、国内の経済状況が低調であり、それが消費者心理にも表れている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・前年度と比べて、企業の採用意欲や契約金額がやや低下している。

	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・ 中小企業は人材不足の状況にあるものの、大手企業には採用数の見直しを検討する動きがみられる。
悪く なっている	民間職業紹介機 関 (職員)	求人数の動き	・ 年度末のこの時期は、いくら不況でも通常は建設関係の日雇い求人がピークを迎えるが、今年はその動きがほとんどなかった。異変に近い状況である。