

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)		一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・長く付き合っている客が、相次いで新しい時計を購入した。中には必要に迫られてという理由もあったが、久しぶりに時計が動いた。ただし年配客が多く、最後の購入だからという話も出てきており、今月の売上は良かったものの、寂しさも感じられる。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・昨年11月以降、円安傾向に変化してから、インバウンド売上が減少から増加に転じている。今月のインバウンド売上は、一昨年の8月以来となる15億円を突破し、前年比では42%の増加となっている。中国の春節が前年よりも前倒しになった影響もあるが、12月に比べると、消耗品だけでなく一般物品の売上も回復しつつある。外国人売上の拡大により、業績も好転している。
		競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は9,314円で、今月の客単価は10,711円であった。一見すると回復しているようであるが、この時期は例年高くなる傾向にあるので、回復しているとは言い難い。また、数値的にも前年よりも下がっている。
		一般小売店〔酒〕（社員）	販売量の動き	・関西地区の小売売上が、京都を除いて前年比プラスで推移している。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・当店では、1月は福袋や、ギフトの解体セール、各種の催しが盛況であった。店頭での動きはそこまで良いわけではなく、ほぼ前年並みであったが、食料品については12～1月は堅調であった。今後はプロモーションが多くなるので、期待できる。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は気温の低下もあり、防寒商材を中心に好調である。また、インバウンド需要の増加や、月前半のバーゲン商品の好調もあり、目標が達成できる見通しである。一部の高額品だけでなく、特に前半は、これまで買い控え傾向がみられた実需商品の動きも良く、中間層による消費意欲の向上が感じられる。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・直近の売上は、目標比、前年比共に5%増で推移。インバウンド売上や化粧品の好調に加え、気温の低下で重衣料の動きも戻ってきている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・先月と同様に、前年実績を確保できる様子で、特にバレンタインフェアが好調に推移している。また、特選洋品や食料品を中心に好調であり、来客数も増加しているが、客単価は低下傾向である。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・年明けから、海外の高級ブランド品や時計の売上が好調に推移している。1月中旬以降は気温の低い日が続いたため、婦人衣料の売上が前年比で持ち直してきている。
		百貨店（役員）	販売量の動き	・3か月前に比べると、来客数が伸びている。また、消耗品や化粧品を中心にした雑貨の販売量は増えているが、単価は伸びていない。客の間では、良い物を安く購入する生活防衛意識が根強く、例えば福袋の売上は前年に比べると増えたものの、単価は下がっている。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・直近の動きでは、特選衣料や雑貨、宝飾品、時計などの高額品の売上が、前年比10%増で推移している。また、今年は春節が1月末からということもあり、訪日外国人売上も50%増で推移し、化粧品も20%増となっている。ただし、店全体では前年比で微増にとどまっている。
		百貨店（販売推進担当）	販売量の動き	・化粧品、食料品で顕著に販売量が増加している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・イートインコーナーの回転率が上がっており、ファストフード類を中心に、フードの売上が相変わらず好調である。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・12月半ばから、大量購入する客が多くみられる。同じ商品をまとめ買いする外国人旅行者も、今月に入ってから増えている。
	家電量販店（人事担当）	単価の動き	・高付加価値の商品が売れている一方、単機能商品も売れている。	
	乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・1台当たりの粗利益が増えている。	

乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・新年の初売りキャンペーンにより、販売量自体は3か月前よりも12%増加している。お買い得車や、成約の際のプレゼントによる効果だと考えられる。
住関連専門店 (店長)	販売量の動き	・例年、年明けは受注が減る時期となるが、今年はほかの月と同じくらいの受注が維持できている。
一般レストラン (企画)	来客数の動き	・11月から来客数に変化がみられ、12月、1月と上向き傾向で推移している。12月の外食全体の動向をみても、それまでは低価格業態の一人勝ち状態であったが、価格の高い業態が健闘している。9月以降、関西地区が来客数の前年比では最も高い水準で推移している。
観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・1月も、昨年の12月に続いて前年を若干上回る販売量となった。昨年の4～11月は全ての月で前年割れとなったが、ここへきて少し流れが変わっている。
旅行代理店(役員)	来客数の動き	・国内旅行は学生旅行が過去にない勢いで伸び、海外旅行もクルーズ需要が増えている。欧州への渡航や、ビジネスクラスの利用も増えつつある。
タクシー運転手	販売量の動き	・街角で接客の仕事に従事している人の乗車が増加している。
通信会社(社員)	販売量の動き	・昨年と比較して、インターネット経由のサービス申込が増加している。
その他レジャー施設[イベントホール](職員)	お客様の様子	・来場者には、以前に比べると華やかさが目立つようになっている。
その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・新築分譲マンションの販売現場への集客状況は、年明けから回復傾向にある。昨年からの株高の影響もあり、高額マンションの販売増や、富裕層による複数物件の購入検討といった動きが顕在化してきている。
商店街(代表者)	お客様の様子	・インバウンド客はやや増えているが、買い食いなどの少額消費が多く、一部の偏った店での消費が目立つ。一方、国内客は減少しており、客単価も厳しい。
一般小売店[衣服](経営者)	お客様の様子	・各店舗への聞き取り調査では、商店街への客は各店共に減少傾向が続くなか、それぞれの工夫によって客単価をアップさせ、前年の売上を維持できたようである。
一般小売店[精肉](管理担当)	お客様の様子	・年末の繁忙期を終えて、1月はかなり動きが悪くなっている。正月休みや、成人の日の3連休は、関西では十日えびすとも重なって少し盛り上がったようであるが、消費行動にはかなり濃淡があり、イベントの動きが集中的に活発化していると感じる。平均すると、動き自体はあまり変わらない。
一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・セールになっても、販売量はそれほど伸びていない。セールをしていない時に比べれば良いという程度で、消費者の購買意欲が低い。
一般小売店[野菜](店長)	お客様の様子	・年が明けても大した動きはなく、飲食関係も新年会などのイベントが少ないようで、かなり厳しい状態である。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・初売りの福袋、クリアランスセール、さらにはバレンタインデー向けのショコラ催事など、モチベーションに支えられた消費は好調である。ただし、高額品や身の回り品の動きは活発とはいえない。
百貨店(営業担当)	来客数の動き	・年始の商戦は前年よりも好調なスタートを切ったが、3連休中日の雨や、中旬以降の降雪を伴う寒波の影響で、来客数が前年に比べて減少している。
百貨店(営業担当)	お客様の様子	・冬物の高級ブランド婦人服や高級化粧品は、わずかながら好調で、家具の引き合いも増えてきている。一方、株高によって高額品がよく売れるといった動きは、まだ感じられない。
百貨店(服飾品担当)	お客様の様子	・1月のセール商戦は、ラグジュアリーブランドがセールの開始を早めたため、初日、2日目は当店で徐々に入場制限がかかるほど好調な出足となった。また、ほかの店舗でも初日の顧客の買上は多く、前年の実績を大きく上回っている。月の初旬は気温が低下したこともあり、ブーツやネックウェアなどの動きが良く、重衣料もようやく売上がアップした。一方、中旬以降は大雪によって売上を落とす形になった。来店客の間では、節約志向とも受け取れる、再マークダウンを待つ動きや、元々セールでしか今シーズンは買わないといった会話がよく聞かれる。クリアランスに関する動きが、今の消費動向を表している。

百貨店（営業企画）	単価の動き	・年末年始はやや好調であったが、その後は大雪の影響もあり、やや苦戦している。全体的に単価が上がっていないため、上向きとは言い難い。
百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・株高が続いており、高級ブランドの売上は先月に続き、前年比で10%以上のアップ。また、寒波の影響もあり、防寒雑貨も好調に推移である。一方、衣料品については、先月のプレセール拡大の影響で数量、単価共に悪化。店全体では前年比で微減となっている。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・婦人、紳士衣料は厳しい反面、洋品雑貨は好調で、化粧品も継続的に好調を維持している。また、食品は特にバレンタイン需要の菓子が好調である。一方、都心店はインバウンド需要の好調で潤っているが、郊外は厳しい店舗が多く、全体的に好調とは言い難い。
百貨店（販促担当）	来客数の動き	・天候条件の影響もあり、来客数は前年割れとなっている。それに伴い、食品などの日用品も前年割れである。また、衣料品も継続して苦戦しており、気温が下がっても重衣料の販売につながっていない。また、元々多く動く時期ではないものの、高額品も低調に推移している。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・1月のセール商戦は、衣料品を中心にファッション関連が苦戦している。傾向として、客は独自の感覚や価値基準に基づいて選択しており、安いだけでは購入しない状況が続いている。その反面、食品関連は堅調であり、インバウンド需要にも上昇傾向が出てきている。
百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・株高によって富裕層の消費が回復し、美術品や宝飾品などの高額品の動きも好調である。マイナスが続いていたインバウンド消費も、円安を背景に前年の1.5倍にまで回復した。ただし、冬物衣料は前年の暖冬の反動増を見込んでいたが、不調に終わっている。
スーパー（経営者）	単価の動き	・正月の三が日は、昨年比べて堅調に推移している。その後は大寒波の到来や降雪などもあり、客足は伸び悩んだ。ただし、相場高が続く米や野菜、果物などの販促を行い、売上は何とか前年並みの水準が確保できている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・年末に厳しくなった後、年明けは少し良くなったが、またすぐに厳しい状況となっている。特に、食品以外の動きは相変わらず悪い。
スーパー（店長）	来客数の動き	・昨年と比較して雪が多く、週末に降ったため、売上に大きな影響が出た。消費者の財布のひもは相変わらず固く、チラシを入れた日などの特売日に集中する傾向が顕著である。
スーパー（店員）	来客数の動き	・春野菜が徐々に出てきて、売行きも良いと感じる。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・業況は安定している。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・年末年始は特に落ち込みなどもなく、例年並みの動きであった。現状も極端な良し悪しはないが、改善しているわけでもない。
スーパー（社員）	来客数の動き	・1年を通じて売上が最大となる年末年始の合計でみると、8割超の店舗の来客数が前年を上回った。普段はそれほど目立たないが、ハレの日の消費意欲は依然として高いことを実感している。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・季節的に一般客は平常月よりも5%ほど減少しているが、駐車場の跡地で新たな建設工事が始まり、工事関係者の来店が増えたため、減少の穴埋めになっている。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・米国の新大統領選就任による影響で株価は上下に変動しているが、日常の買物に関しては、低めで安定して推移している。ただし、天候要因で値上げなどが進んでいる、生鮮品には好不調の動きがみられる。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・家電製品の買換えサイクルが伸びており、故障しない限り買換えない客が多い。本当に必要な物だけを購入する傾向が強い。
家電量販店（店員）	販売量の動き	・急な寒波の影響で、暖房関連の小物の売上は好調であったが、エアコンの需要が前年よりも少し厳しく、家電全体では好調とはいえない。
家電量販店（企画担当）	単価の動き	・光熱費、特に電気代の高騰に伴い、白物家電を中心に、省エネ性の高い冷蔵庫やエアコンの販売単価が上がってきている。

その他専門店 〔宝飾〕（経営者）	お客様の様子	・米国の新大統領就任で、日本がマイナス、プラスのどちらの影響を受けるかによって変動する。
その他専門店 〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・季節的に風邪やインフルエンザが流行していて、感冒薬やマスク、カイロなどが売れている。また、空気が乾燥しているため、保湿剤や芳香剤の動きが堅調である。
その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	競争相手の様子	・毎年開催の大きな展示会においても、競合先とは提案内容や販売の勢いに差がある。
その他専門店 〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・景気の上昇を実感できる要素がない。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・厳しい商況が続いているが、ファッション商品については前年を上回る動きも出てきている。
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	・受注量に大きな変化がなく、必要最低限での注文が多い。
高級レストラン（企画）	来客数の動き	・企業による宴会需要が1～2月は前年比で減少し、レストランも流動客の取り込みに苦戦している。一方、インバウンドによる宿泊は引き続き堅調に推移している。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・年末年始の繁忙期は、単価が安い物よりも、高額な物がよく売れた。ただし、利用者が増えてきたのは十日えびすを過ぎてからなので、平均すると3か月前とあまり景気は変わらない。
一般レストラン（経理担当）	単価の動き	・年末になり、来客数は徐々に上向いているが、平日の客単価が依然として低い。また、全体として先行き不透明感が強い。
その他飲食 〔コーヒーショップ〕（店長）	来客数の動き	・1日当たりの来客数は前年からほぼ横ばいである。朝方の来客数は増加傾向にある反面、夕方以降は減少傾向となっている。企業が残業に対する取組を強化した影響かもしれない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・大きな変動はない。入替わりもなく、既存の顧客の変化も感じられない。
観光型旅館（団体役員）	単価の動き	・耐震工事によって、受入可能な客数が減少しているなかで、宿泊単価や宿泊に関する売上はほぼ前年並みを維持できているが、地域への波及効果が薄くなっている。
観光型旅館（管理担当）	お客様の様子	・大型コテージの利用に関しては、連泊する客が少ない。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・米国の新大統領の就任式も終わり、景気の上昇を期待していたが、もう少し時間がかかりそうである。インバウンド効果も現状は落ち着いている。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・今月中旬から客室の改装を順次進めているので、単純な比較はできないが、前年並みに推移している。単価は高止まりしたままである。改装は計画よりも前倒しで実施しており、ここ最近の利益によって設備投資ができています。一方、宴会も前年並みで、レストランはやや好調である。
都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・春節の影響もあるのか、訪日旅行者の予約が直近でも入ってくる。個人客の予約だけをみると、前年比で24%増である。
都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・1月の客室稼働率は、ほぼ前年並みであるが、外国人宿泊客を中心に宿泊人員が減少している。2月の予約は、今年の中国の春節休暇がほとんど1月となったこともあり、宿泊予約が前年に比べて大きく落ち込んでいる。3月の予約も昨年を下回っている状況である。
都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・前年に比べると良くなっているが、今までのような勢いはなくなっている。外国人宿泊客のおかげで、客室、レストランは伸びている一方、国内内容は勢いが無いように感じられる。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・世界情勢など不透明な要素が多く、個人消費も様子見の部分があるように感じる。

タクシー運転手	来客数の動き	・相変わらずタクシーは必要最小限の利用となり、正月の挨拶回りも切り詰めている雰囲気がある。ただし、寒さが続いているため、タクシーの利用率は高い。
タクシー運転手	お客様の様子	・年末年始の繁忙期は需要が多く、例年どおり営業収入は安定している。
タクシー運転手	単価の動き	・寒さの影響で、少しの距離でも乗ってくれる客が多い。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・客の受注状況に、特に変化はない。
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・観光シーズンとしてはオフの時期でもあり、ほぼ来場者は例年どおりである。
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	・例年どおり国内客数は減少している一方、近年の傾向と同じく、インバウンドは堅調である。正月期間は天候に恵まれたこともあり、堅調に推移したが、前年比で大きく伸びたわけではない。
美容室（店長）	販売量の動き	・化粧品の初売りの福袋はよく売れたが、トータルの売上はほぼ前年並みである。
その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	来客数の動き	・現在は退会する生徒もないが、新たな生徒も入ってきていない。
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	・従来に比べて、物販や書籍、CD販売などの売上の勢いが、更に弱まっているようである。
住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・住宅ローン関係の審査が通りやすくなってきたように思う。顧客数は増加していないが、成約率は少し上がっている。
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築マンション分譲は、都心部は投資目的の購入によって契約率も何とか良いが、販売価格の高騰により実需が先細っている。
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）	それ以外	・金融機関の融資姿勢に変化はあまりみられない。
商店街（代表者）	来客数の動き	・末端の消費者による所得不安が広がり、来店頻度が減少している。高齢者も環境の変化のなかで、人生の終わりに備えた身の回りの整理のため、お金を残す考えを強く持ち始めている。消費の考え方が変わりつつある。
一般小売店〔珈琲〕（経営者）	お客様の様子	・卸売先の飲食店やアミューズメント施設での最低賃金の変更や、求人を出しても応募がなく、原料価格の上昇などでコストも上がるなど、経営環境の悪化が進んでいる。来客数の減少による売上減もあり、今後廃業する見込みの店も出てきている。
一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・今年1月現在と昨年10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1月が97.8%で、10月が102.4%、関東は1月が95.7%で、10月が90.9%、中部は1月が95.9%で、10月が115.9%、中国は1月が109.6%で、10月が138.2%となり、各地区合計の平均は1月が98.3%で、10月が107.3%となり、全国的には悪くないように見える。主な要因としては、中国地区のプロ野球チーム優勝の影響が大きい。
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	お客様の様子	・1月に入り、来客数が減っている。購買力が弱過ぎる。
一般小売店〔花〕（店長）	販売量の動き	・来客数、販売数共に減少している。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・生鮮食品の不振に加え、菓子関係も悪化している。
スーパー（店長）	来客数の動き	・単価はアップしているが、来客数の減少で売上不振となっている。天候要因のほか、買い回りで購入が分散した可能性がある。
スーパー（店長）	販売量の動き	・食品を中心に普段は節約し、ハレの日には支出を増やす傾向が顕著になっている。買上点数が確実に落ちてきている。

	スーパー（店長）	来客数の動き	・年末には来客数が前年を割り込む状況であったが、年を越しても傾向は変わらない。気温の急激な低下で、緊急に必要な防寒着や肌着、使い捨てカイロなどは一時的に売れるが、全体を底上げするほどの勢いはない。日用消耗品などの必需品も、来客数の減少と共に落ち込み、電気器具や家具など、急いで買わなくてよい物の動きは特に悪い。	
	スーパー（企画担当）	競争相手の様子	・競合店の出店の影響で店舗の売上が前年比で10%ダウンし、暖冬で鍋物商材の動きも鈍いなど、マイナス要因が多く苦戦が続いている。	
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・今月は急に寒くなったり、雪が降ったりと、天候や気候の変化が激しかったため、来客数に影響が出たような気がする。	
	コンビニ（店員）	競争相手の様子	・近隣に同じグループのコンビニが出店する。	
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・相変わらず、客単価が低いままである。	
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・売上金額を前年と比較すると、1割くらい落ちている。	
	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・例年どおり、年末の反動で1月は売上が落ち込んでいる。	
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・食材などの高騰により、外食に行く経済的なゆとりがなくなりつつある。特に、今月10日以降は、その傾向が強く感じられる。	
	観光型旅館（経営者）	単価の動き	・単価の高い宿の動きが極端に悪くなっている。	
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全体的に予約の動きが鈍っている。	
	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・旅行の計画を立てる際に、今年は連休の日並びが悪く、3連休が少ないため、二の足を踏む客が多い。昨年は2泊の旅行に出かけたが、今年は1泊に変更するなど、単価が下がり続けている。	
	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・年が明けてからは契約率が低下している。	
	住宅販売会社（総務担当）	来客数の動き	・今月の契約量自体は例年並みであるが、来客数が減少しているため、今後は契約が減少する。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の1月の来場数は、前年比で1割以上も減少している。	
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今年1月は天候の影響もあるが、来客数が減少している。高額商品が売れず、婦人服も安い物しか売れない。主婦層が買い控えしている。
	×	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今年は大雪に見舞われたり、宴会のキャンセルがあったりと、客足がかなり鈍っている。
企業 動向 関連  (近畿)	*	*	*	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ほんのわずかであるが、受注状況は良くなっている。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年に入って土地の動きが活発化しており、受注が増えている。無電柱化推進法成立の追い風もあり、無電柱化の引き合いも多い。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末に向け、広告出稿が好調な業種が出てきている。	
	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・年が明けてから、荷動きが少し上向いてきた。昨年末に購入した商品が消化されたからではないかと思う。少しは中休みもあったが、業務用、家庭用共に、ここ数か月に比べるとプラスに転じている。	
	食料品製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・正月気分が早めに抜け、消費者が冷静に対応しているため、安い商品でも大量買いがなくなっている。	
	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・特に3か月前と状況は変わらず、気温や気候も昨年並みのため、飲料の販売はあまり変わらない。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節的要因を考慮すると変化はない。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前はリピートの注文が多く、既存の得意先で手一杯であったが、今月は新規の問い合わせや、試作の依頼が多い。売上の減少であるが、利益率の高い案件が多い。	
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連を中心に動きは良いが、米国の新大統領による自動車産業への方針などに、やや不安がある。	
	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・1日当たりの売上はあまり変わらないが、年末年始の休みが多い分、月としては売上が減少してしまう。	

金属製品製造業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・建築、土木関連は関東方面の案件が多く、関東エリア担当の工場だけでは供給が追いつかないため、関西方面からも出荷しており、輸送費が利益を圧迫している。一方、ソーラーパネル関連には、目立った案件がない。
電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・海外と国内の得意先を分けると、海外は受注量が増えているが、国内は低調である。特に、海外からの引き合いは多く、対応しきれないほどである。ただし、海外からの引き合いは、国内に比べると5倍以上の手間がかかり、効率が悪い。今のところは海外取引の新規案件に対応するための、スキルの向上に懸命である。
電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・年が明けても、製造業の業況は相変わらず横ばいか、やや上向きであり、前向きな投資には非常にシビアである。
電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・売上は横ばい状態である。
電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・4Kテレビが薄型テレビ市場で台数を伸ばしているため、単価アップにつながっているが、テレビの需要自体に大きな伸びはなく、ほぼ前年並みの実績で推移している。また、年明けから気温が下がったため、冬物商材の荷動きがやや活発になってきているが、季節要因によるアップであり、景気が良くなっているとはいえない。
輸送用機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・相変わらず、自動車産業の好調に支えられているのが現状である。ただし、海外からの引き合いが減少しており、不安要素の一つとなっている。さらに、自動車産業においても、米国の新大統領就任で、保護主義的な動きがどこまで波及してくるのが懸念される。
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	・受注量や売上に変化がない。
建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・案件数は横ばいであるが、工事単価、予算共に悪化している。
金融業[投資運用業](代表)	それ以外	・米国の新大統領就任による影響で、一時は株安に振れるだろうが、いずれ収束する。
広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・昨年の売上は前年比で100%を下回っていたが、ギリギリ100%になってきている。
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	・手間がかかる割には、利益が少ない。
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	・主要駅構内の各店舗では元旦からにぎわいがみられ、特にインバウンドによる来客数の増加は月末まで続いている。
その他非製造業 [衣服卸](経営者)	受注量や販売量の動き	・11月ごろから実用衣料関係の荷動きが良いと感じている。ただし、衣料専門店は順調であるが、総合スーパーは客離れが進んでおり、ばらつきがあると感じている。
その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	競争相手の様子	・いまだに引き合いや受注量が少ないままで、変化がみられない。
繊維工業(総務担当)	取引先の様子	・催事での販売が伸びておらず、経費が利益を圧迫している。
化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・3か月前から売上が減少しているが、状況は厳しさを増してきている。
化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・販売量が、前年比で約11%減少している。
広告代理店(営業担当)	取引先の様子	・クライアントの販促経費の予算が減っている。細かい部分で経費削減を求められることが多くなっている。
経営コンサルタント	それ以外	・百貨店や量販店、地域の小売業の動きをみているが、1月は年末商戦を終えた時期でもあり、百貨店では外国人客の爆買いが減っている。
コピーサービス業(店長)	受注量や販売量の動き	・前年に比べても、受注量に減少がみられる。
その他非製造業 [商社](営業担当)	受注量や販売量の動き	・毎年1～2月は物が動かない。

	x	その他非製造業 [電気業] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・世界経済の先行きが読みにくい。米国の新大統領就任による影響、英国のEU離脱問題などの要因もあり、非常に不透明になっている。
雇用 関連  (近畿)		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・3か月前に比べて、新規求職者数、新規求人数はそれぞれ10%、36%増加し、新規求人倍率も0.35ポイント上昇している。新規求人数は3か月前から高止まりの傾向にあるが、今月は更に大幅な増加となったため、引き続き雇用環境は良好と判断できる。また、産業別の新規求人数は、製造業を除く建設、運輸・郵便、宿泊・飲食サービス、医療・福祉、公務が増加している。特に、建設、医療・福祉、公務においては大幅な増加となっている。
		人材派遣会社 (支店長)	求職者数の動き	・昨年10月以降、関西においては徐々に上向き傾向となっている。
		人材派遣会社 (役員)	求職者数の動き	・事務派遣を中心に営業しているが、40歳～50歳の労働者の求人が増加している。企業側も人手不足に伴い、採用数を増やしている。この年代の労働力が増加すれば、景気の押し上げ効果が生まれる。
		アウトソーシング企業 (管理担当)	それ以外	・今月は定期的に仕事が入り、忙しい日が続いている。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・近畿の新規求人数、有効求人数共に、堅調な状態を維持している。業種別には、先月に続いて製造業が増加しており、特に電子部品、食料品、化学などがけん引している。医療・福祉も近畿のすべての局で増加し、そのほかにも建設、宿泊・飲食、サービス業が増加している。また、正社員の有効求人倍率も上昇している。
		民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・当地の建設日雇い求人数は、表面上は頭打ちであるが、それ以外にも首都圏から来阪して求人する動きもみられ、トータルでは増えているとも判断できる。
		人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・年度末に向けて、派遣業界は全体的に底上げの状況にあり、ほとんどの業種から単発的なオーダーが入ってきている。ただし、人材不足は否めず、マッチングできない状態が続いている。この状況はしばらく続き、新年度以降も変わらない。
		人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・雇用の無期化が進む動きもあるが、条件次第でもあり、求職者には慎重さがみられる。
		アウトソーシング企業 (社員)	雇用形態の様子	・勤続年数が増えても昇給もない。
		新聞社 [求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・新聞求人縮小均衡状態は続いており、この流れが変わることはない。今月も、景気の方向性に影響するような事象はみられないため、変化はない。
		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、地場産業の盛り上がり欠けている。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・直近の新規求人数は、前年比で8.0%の減少となった。ただし、減少要因は大手飲食チェーンが求人数を整理、圧縮したことが要因であり、それを除くと求人は増加している。また、事業所への景況感に関するヒアリング結果では、普通との回答が多くなっている。
		民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・この業界は季節要因の影響を強く受けるが、昨年と比較しても良く、総じて横ばいの状況である。
		民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・年末調整業務や、4月スタートの案件が一巡し、落ち着いてきている。
		学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・前月と同様に、中小企業からの求人数が増えている。
		学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・医療系の大学のため、求人の動きは遅いが、例年の動きとあまり変化がない。
	-	-	-	-
	x	-	-	-