

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)		コンビニ（経営者）	・プラスチック商材の揚げ物のホットショーケースや常温ショーケースが新たに導入されたため、更に伸びる。また、夕方のイトインの使用頻度が前年比で2割ほど増えてきている。
		競輪場（職員）	・大型連休の時期に入るので、良くなるとは感じる。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球が開幕し、公式戦が予定されているほか、多くのコンサートも開催されるので、多数の来場者を予想している。
		一般小売店[鮮魚] （営業担当）	・3～4月は前受け受注が既に入っており、少し見通しは良い。
		一般小売店[花]（店長）	・卒業や入学、送別関連で、花の販売は4月まで好調だと予想される。
		一般小売店[菓子] （営業担当）	・3～4月は行事も増え、売上、販売量共に、ある程度は増加が見込まれる。特に、3月は期待している。
		百貨店（売場主任）	・当店は郊外型で生き残っていくために、上の階には強い専門店を導入するなど、大きく変わっていく年になる。課題を解決して、今よりも良い店にしていきたい。
		百貨店（売場主任）	・インバウンドによる売上の反動減の影響も落ち着き、主要客にしっかりと向き合える環境が整いつつある。
		百貨店（企画担当）	・3～4月は、花見目当てで外国人の来店が増える時期となる。リピーターの購買単価は下がっているものの、初めての訪日客の購買単価は高い。3～4月の時期は、円安の影響で初めて来日する外国人は増加するとみられ、現在の傾向が更に上向きになると予想している。
		百貨店（営業担当）	・春の売場入替えに伴う、顧客の増加に期待している。
		百貨店（服飾品担当）	・株価が不安定であり、先行きにはやや不透明感があるものの、訴求がうまくいっている商材は好調に推移している。化粧品や流行の輸入商材などは、都心、郊外店舗共に動きがあり、春の装いでピンクやベージュを中心とした明るい色目となっていることから、気温上昇と共に回復の見込みがある。
		百貨店（マネージャー）	・前年4月の中国の関税引上げによる、旅行者の高級時計の消費不振が、この4月には一巡する。米国の新大統領の動向や、北朝鮮問題などの国際情勢には不安要素が多く、先行きは不透明であるが、今の株価や為替の状況であれば、春先の消費は前年の反動増で回復することが予想される。
		スーパー（店長）	・1～2月は週末の積雪の影響が大きかったため、今よりも悪くなることはない。来客数は落ち込んでいるが、客単価は上昇傾向にある。
		スーパー（店員）	・天候が良くなってくると、野菜の値段も下がるので、客足も良くなる。
		コンビニ（経営者）	・手軽な飲食店としての利用がまだまだ増えていきそうで、食品や飲料の売上の更なる増加が期待される。
		コンビニ（店員）	・暖かくなると、近くの公園でスポーツをする人が増えて、来客数も増える。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・春夏物のオーダースーツの注文が、早くから入ってきている。
		家電量販店（店員）	・決算期を狙って来客数が増えるほか、購買率の上昇も考えられる。
		家電量販店（人事担当）	・決算需要や、単身者による需要により、販売量の増加が見込まれる。
		家電量販店（企画担当）	・住宅ストック循環支援事業により、リフォーム、特にバスリフォームは好調なため、更なる売上拡大が見込まれる。
	住関連専門店（店長）	・昨年から強化してきた営業努力が実ってきた。ただし、景気の回復で客が戻ってきたわけではない。顧客に商談のきっかけを聞くと、あくまで当社の営業アプローチの結果であるという声が多く聞かれる。	
	高級レストラン（スタッフ）	・春は歓送迎会などで、会食の機会が増えると予想される。	
	高級レストラン（企画）	・個人需要の緩やかな持ち直しと、企業需要の回復がみられる。	
	一般レストラン（経営者）	・春節よりも、桜が咲く時期からゴールデンウィークにかけての方が、インバウンドの増加が見込まれる。前年に比べると来日の目的が変わり、飲食に関しては悪化する可能性もあるが、期待はできる。	
	その他飲食[ファーストフード]（店員）	・2～3か月前は寒い日が続いていたので、来客数が増えた。今後は春に向けて気候の良い時期が続くので、来客数は引き続き増加する。	

観光型ホテル（経営者）	・先の予約状況では、3月は団体客も動いており、昨年を上回る予想である。4～5月も、昨年よりも悪い要素は見当たらない。
観光型ホテル（経営者）	・大雪で冬の消費が伸び悩んだ反動で、少し良くなると期待している。
観光型旅館（経営者）	・予約の動きは早くはないが、悪くなる要素もなさそうである。
都市型ホテル（スタッフ）	・各セクションの予約率は好調に推移しているが、前年に比べるとやはり単価で苦戦している。価格を維持するか、販売量を増やすかで苦慮している。
都市型ホテル（管理担当）	・春になってオンシーズンに入れば、景気が良くなり、国内客にも活気が戻ることが予測される。
旅行代理店（役員）	・プレミアムフライデーの浸透や福利厚生の見直しのほか、就職活動も売手市場のため、旅行需要は増えると予想される。
タクシー運転手	・これから年度末を控えて、今以上に動きが出てくる。
通信会社（社員）	・根本的な改善の動きは、ほかの要因による影響が大きいものの、加入の動機付けにつながる商材のリリースが控えている。今後、それらを徐々に浸透させることで、改善が期待できる。
通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設の売上に改善の兆しがある。
その他レジャー施設 [イベントホール] （職員）	・個人消費が持ち直し、企業の収益も改善されてきている。消費税率の引上げまでは、この傾向が続くことが予想される。
美容室（店員）	・基本パーマの予約が多くなってきており、単価が上がっているため、良くなる。
その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、寒い冬は来客数が減少するが、暖かくなると来客数は増加する。
住宅販売会社（経営者）	・例年2月は低調に推移するので、春の繁忙期には若干の回復が予想される。
商店街（代表者）	・商品選びが慎重で、価格を気にする客が多い。
商店街（代表者）	・先行きの不安が大きな状況であり、その影響が出る。
一般小売店 [精肉] （管理担当）	・景気が悪いとは感じなくなった。全体的に良いとはいえないものの、悪くはないと感じている。
一般小売店 [野菜] （店長）	・以前と変わらず、いまだに良くなる気配は感じられない。
百貨店（売場主任）	・ヒットアイテムが不在のなか、消費者も実需品のみを購入する、単発消費の傾向は変わらない。
百貨店（売場主任）	・12月から、インバウンドの復調やバーゲン商品の好調により、上向きの傾向にある。ただし、人口の減少、モノからコトへの消費の変化、オーバーストア、客の生活防衛意識など、従来の傾向に大きな変化はみられない。さらに、取引先の業績は決して良くなく、商品に目新しさに欠けるなど、改善する要素が見当たらない。
百貨店（営業担当）	・宝飾品や時計などの海外高級ブランド品については、株高の影響で、富裕客が更に高額な商品を購入しそうである。一方、中価格帯の国内ブランド衣料品は、ますます厳しくなる。
百貨店（営業担当）	・景気の先行き不透明感が解消されず、節約志向も根強い。
百貨店（宣伝担当）	・底堅さはみられるものの、米国経済の先行き不透明感が続くなかで、消費者の財布のひもは、今以上には緩まない。
百貨店（役員）	・企業業績の改善は大企業が中心で、中小企業はまだまだ業績が上がっているとは言いがたい。国民の7割以上が中間所得層であり、その実質可処分所得を上げなければ、全体の底上げは難しい。現状は大企業中心の賃上げになっている。
百貨店（サービス担当）	・来月からは、新商業施設のグランドオープン3周年記念イベントによる集客効果などで、来客数の増加による売上の確保が予想される。
百貨店（販促担当）	・株価は決して低くないが、米国経済への不安などにより、消費マインドが押し下げられている。景気動向が判断しにくい状況で、消費者の慎重さが払拭される要素は見当たらない。売り方や見せ方の、より一層の工夫が必要となる。
百貨店（外商担当）	・春以降に売場の改装や新たな催しを控えており、売上増を期待しているが、株価などの動きが弱いと、富裕層の購買意欲が上がるかどうかは不透明である。
百貨店（売場マネージャー）	・対米関係など、依然として不透明な状況ではあるが、今のところは小康状態で、客の動きも落ち着いているように感じる。このまま株高、円安傾向が続くことを期待している。
百貨店（商品担当）	・米国の大統領の交代による悪影響が払拭されつつあった矢先に、北朝鮮の要人暗殺による不安要因が発生したため、先行きが不透明となっている。

百貨店（営業企画）	・米国経済の好調は期待先行であり、先行きは不透明である。また、個人消費が停滞している。
百貨店（マネージャー）	・米国を中心とした海外の不安要素もあるが、国内経済を支える消費喚起策がなく、大きな改善は見込めない。今後は春の賃上げ交渉の行方が顧客心理に影響するほか、消費者を取り巻く厳しい環境や、価値観の多様化により、選択消費の傾向が続く。
百貨店（マネージャー）	・特選衣料や雑貨などの高額品の動きが堅調であるが、婦人服、紳士服といった中間層向けの消費は依然として前年割れが続いているため、先行きは楽観できない。
スーパー（経営者）	・好決算の発表は続くが、円高圧力や輸出関連株、金融関連株の乱高下など、海外情勢に大きな影響を受ける要素が山積みで、先が見通せない。今後は原料価格の上昇による加工食品の値上げや、当局の指導によるアルコール飲料の値上げも続くため、客の財布のひもが固くなることはあっても、緩む要素は少ない。需要を生み出すため、プレミアムフライデーなどの各種催事による掘り起こしが重要となる。
スーパー（店長）	・米国が自国優先であることに変わりはないが、現時点での日本への影響は、自動車関連が中心であり、小売に関しては影響が少ない。どちらかといえば、インバウンドの動きによる影響の方が大きい。
スーパー（店長）	・購入量は維持しながら、単価は抑えようとする傾向があるため、同業者とはディスカウント競争とならざるを得ない。
スーパー（店長）	・地域全体が高齢化し、活気が復活する気配はない。今後良くなる材料が見当たらない。
スーパー（店長）	・住居関連の競合店による影響が一巡するものの、プラスになる要素が見当たらない。食品の動きが復調すれば全体を押し上げられるが、今のところは客が反応してくれない。
スーパー（企画担当）	・外的環境に大きな変化はなさそうである。
スーパー（経理担当）	・気温の動向に左右されやすいシーズンを迎え、賃上げのニュースにも影響を受けるが、消費動向は堅調に推移すると予想される。
スーパー（開発担当）	・昇給が進まないなか、今年の業績は春闘次第となる。
スーパー（社員）	・節分やバレンタインなどのイベントでは、前年と同水準の実績を確保できたが、普段の買物は、来客数も含めてやや伸び悩んでいる。競合相手も厳しく、何もしなければ不振が続くため、消費を活発にするためには、来店を促す取組がますます重要となっている。
コンビニ（店員）	・年配の客に買い控えの様子がみられ、今後も続きそうである。
コンビニ（店員）	・今後も全体の販売量は横ばいで、期待できない。
コンビニ（広告担当）	・世界経済は、米国や欧州をはじめとしてまだまだ不安定なため、それほど好転するとは思えない。それに伴い、国内経済の好転も予想できない。
衣料品専門店（販売担当）	・中小零細企業の給料のベースアップがなければ、このまま買い控えが続く。
家電量販店（経営者）	・財布のひもが緩む要素が見当たらない。所得増のほか、将来不安を払拭するような施策が必要である。
乗用車販売店（経営者）	・先行きが不透明である。
乗用車販売店（経営者）	・車検の予約数、新車販売予約数の全てにおいて、あまり変化がない。
乗用車販売店（販売担当）	・販売台数は維持できそうであるが、売上単価が下がっている。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・周辺に購買意欲の上がるような要素は見当たらない。また、今月はプレミアムフライデーがスタートしたが、ドラッグストアには関係がない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・特に変化をもたらす要素はない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・定番商品が動くことは少ない。常連以外の客による、希少商品の購入に助けられることもあるが、トータルでは売上の大きな増加にはならない。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・引き続き、カタログの発刊については、買上予想とのバランスや、費用対効果を見極めていく。
一般レストラン（経営者）	・近隣の百貨店が閉店したため、客足は商店街に戻りそうであるが、売行きが良いのはお昼の低価格ランチであるため、売上は大きく変わらない。
一般レストラン（経理担当）	・特に変化する要素が見当たらない。プレミアムフライデーの導入に対しては、特に期待感が薄い。

一般レストラン（企画）	・11月以降、1月までは順調に上昇傾向が続いていたが、2月に入ると寒波の影響もあってやや失速しており、良くなっている実感は弱い。
一般レストラン（店員）	・先月は今までで最低の売上であったが、今月は来客数がかなり増えて、売上が伸びている。
その他飲食【コーヒーショップ】（店長）	・景気が回復するような材料は見当たらず、政治が機能しているとは思えない。
その他飲食【自動販売機（飲料）】（管理担当）	・景気が良いのか悪いのかが分からないほど、変化がない。良くなっていることはまずないが、変化は遠くで起きていると感じるほど、実感が無い。
観光型ホテル（経営者）	・日本経済には大きな変動を起さるような材料がない。政策などが国内景気を動かす要素になってくると思われるが、現状は全く変化がない。
観光型旅館（管理担当）	・国内には国有地売却問題などの不安要素もあるが、特に悪くなる要因も、良くなる要因も見当たらない。
観光型旅館（団体役員）	・来年度末まで耐震工事の続く施設があるため、受入可能人員は減少傾向となる。
都市型ホテル（支配人）	・相変わらず米国経済の様子見が続くため、今後も景気に変化はみられない。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は改装が終了するが、改装中に上げた客室単価に対し、どのような反応が出るかは不透明である。また、宴会の先行予約の弱さが気になる。特に、企業関連の好不調の差が顕著であり、建設、外食チェーンは好調な一方、IT関連や設備機器関連が弱い。
旅行代理店（支店長）	・夏休みの先行受注も芳しくなく、客からは、春闘の結果待ちといった話も聞かれる。具体的な消費拡大の動きは確認できない。
旅行代理店（営業担当）	・プレミアムフライデーにも期待したいが、なかなか需要の増加につながる手ごたえがない。
タクシー運転手	・神戸港が開港150周年となることで、様々な観光イベントが開催されているが、ホテル関係では公共交通を利用する人が多く、タクシーの利用状況に変化はない。また、春先は花見なども増えるが、節約状態が続いているため、利用は平行線をたどる。
タクシー運転手	・企業関係、一般客共に、乗車機会に大きな変化はない。
通信会社（経営者）	・特に変化の兆しはみられない。
観光名所（企画担当）	・外国人客の伸びは微増であるが、国内客、特に近隣の客が少し戻ってきている。ただし、状況はそれほど変わっていない。
遊園地（経営者）	・景況感が改善する要素が見当たらない。消費動向も良い材料と悪い材料が混在し、現状維持が精一杯に感じる。
ゴルフ場（支配人）	・先行きは全く見通せないが、期待している。
競艇場（職員）	・各地のG1レースなどの売上もほぼ横ばいであり、目立った動きも特にない。
その他サービス【ビデオ・CDレンタル】（エリア担当）	・新規アイテムの導入や、改装による来客数アップ、売上アップを積極的に推進中である。
住宅販売会社（経営者）	・顧客単価の下降減少は続くが、極端に変動はしない。
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）	・不動産購入者のニーズに変化はなく、金融機関の融資姿勢にも変化はみられない。
その他住宅【展示場】（従業員）	・新築市場は、消費税増税の再延期の影響で様子見ムードが広がっている。新たな政府の支援策でも出ない限り、低金利だけでは新築需要は喚起できない。
一般小売店【時計】（経営者）	・便利ということと、一時はあれほど人気のあったソーラー時計や電波時計であるが、使っている間に弱点が出てきて、電池時計が見直されている。ただし、それらに代わる新商品や目を引く商品が見当たらないため、2～3か月先も新たな買換えが出てくるとは考えられない。今持っている物で十分に用が足せるため、楽観はできないが、悲観もしていない。
一般小売店【衣服】（経営者）	・近年は春らしい気候が短いせいも、春物衣料の動きが鈍くなっている。冬物衣料の動きが悪かった今年は、春夏物の動きも期待しにくく、悪くなるような気がする。
一般小売店【酒】（社員）	・高額品の動きは悪く、買い控えが徐々に一般品にまで広がりにそう、不安である。
百貨店（販売推進担当）	・米国の新大統領や、北朝鮮の要人暗殺などの不安要素は依然として多く、消費意欲の低下につながる恐れが大いにある。なお、2月の終盤から、単価、来客数共に、若干の悪化傾向がみられる。

	スーパー（経営者）	・悪天候の影響が様々な業種に出ており、景気全体に与える影響も大きいと感じる。	
	スーパー（管理担当）	・商品ごとの価格は安定傾向にあるが、米国の情勢の様子見するような、不透明な経済状態が続くと思われる。春闘の結果次第では、更に落ち込むことが予想される。	
	コンビニ（店長）	・同じエリアの競合店が改装し、店舗が拡大される予定のため、影響を受けそうである。景気の動向もさることながら、エリア内の競合店の動向に最も影響を受けている。	
	家電量販店（店員）	・決算が終わり、閑散期に入るので、また景気は少し悪くなる。	
	乗用車販売店（経営者）	・毎年、年度末はそれなりに客が来店し、今後の買換えの相談を受けるのだが、今年は全くない。	
	乗用車販売店（営業担当）	・決算が終了して通常の販売状態に戻るほか、米国の新大統領就任による影響で、官製春闘の4年目の議論では、先行きの不透明感が取り沙汰されている。今後に関する悲観的な情報を見聞きする状況では、好転する要素はない。	
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・株価の変動のほか、米国、欧州、中国の動向に注意が必要で、予測がつかない。	
	都市型ホテル（総務担当）	・3～4月の宿泊予約は、昨年を下回っている。特に、4月は団体予約の減少が大きい。	
	都市型ホテル（客室担当）	・世界情勢の先行き不透明感により、このまま訪日観光客が増え続けるのかという不安に加え、5月からは新規ホテルの開業が控えているため、先の予想は難しい。	
	テーマパーク（職員）	・結局のところ、政治問題は経済問題である。各国の事情が複雑に絡み合ったなかで、ルールを無視したり、自分たちに都合良く解釈するような国が増えてくれば、安定など見込めるわけがない。現政権はよくやっていると思うが、それでも後手に回っている感覚は否めない。	
	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・3月は年度替わりのため、辞める生徒が出ると予想される。	
	住宅販売会社（総務担当）	・資料請求や、ホームページの閲覧数は変わらないが、景気の停滞感もあり、来客数が伸び悩んでいる。	
	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・3か月先の話でいえば、年度末が過ぎて新規住宅着工が一段落しているので、今月よりも暇になる。	
	× 一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・米国の新大統領就任以降、何が起きるか分からないため、ますます用心深くなっている。	
	× スーパー（店長）	・人口が減少しているにもかかわらず、近隣に新しい店舗がオープンする。	
	× 衣料品専門店（経営者）	・消費者が様々な費用の増加に対し、防衛姿勢を強めているため、より一層消費が冷え込む。	
	× 衣料品専門店（経営者）	・個性的な商品がなくなり、買物が楽しくなくなっている。消費者は必要最低限の物しか買わず、おしゃれに関心がある人も買物をしない状況が続いているので、今後も悪くなる。	
企業 動向 関連  (近畿)		*	
		*	
		食料品製造業（営業担当）	・ゴールデンウィークの連休があるほか、気温も高くなってくるので、少しは良くなる。
		食料品製造業（経理担当）	・値上げをしても売行きに影響はなく、一定の業績が上がっている。
		木材木製品製造業（経営者）	・従来の仕事のほかに、新規事業が伸びる可能性が出てきたため、売上、利益共に増加が見込まれる。
		化学工業（経営者）	・景気が良くなっている実感はあまりないが、問い合わせも少しずつ増えており、ここ4か月の非常に悪い状況は脱したと感じる。
		金属製品製造業（経営者）	・全体に荷動きが良く、東京オリンピックの需要も出てきている。
		建設業（経営者）	・徐々にではあるが、受注が増えている。各企業や行政の意識が、無電柱化や土壌汚染調査に向けて、高まってきているのを感じる。
		建設業（営業担当）	・建築コストは安定し、適正な利益が確保できている。また、値下がりを待っている潜在需要の話も聞かれるため、引き続き建築ニーズは安定的に推移する。
		輸送業（商品管理担当）	・2か月先は引っ越しなどが多くなり、新学期の用品をそろえたり、机も売れ出すため、販売量が増える。
		金融業（営業担当）	・年度末に向けて、受注が増加する。
		広告代理店（営業担当）	・クライアントからの問い合わせが増えてきている。
	経営コンサルタント	・米国の新大統領による政策が不透明ななか、働き方改革や人材教育に動きはあるものの、それを取り巻く経済状況や、予算の動向などは流動的である。	

食料品製造業（従業員）	・新たな商材が増えるなかで、既存の商材の落ち込みが激しく、競合他社による巻き返しの安売り攻勢が激しくなっている。商談もますます小口化が進んでおり、利益確保が難しくなっている。
繊維工業（総務担当）	・販売手法の改善や、中間在庫の減少が進まない限り、メーカーによる直接販売が増えると予想される。その結果、経費の増加が利益を圧迫するなど、売上の維持がコスト増につながる傾向が続く。
繊維工業（団体職員）	・白タオルの受注動向が、全く良くなってこない。
家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量には変化がない。
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・来月は受注量が少し増加する見通しであるが、取引先が増産する情報はない。
プラスチック製品製造業（経営者）	・試作の依頼や、新規の問い合わせ案件が減っている。時期的な問題もあるが、昨年との比較では内容が良くない。全体的に、今後の経済の様子をうかがっている感がある。
一般機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月では、売上増加につながる方向性はみえない。
一般機械器具製造業（設計担当）	・良くなるような見通しが無い。
電気機械器具製造業（経営者）	・あまり政治を理由にしたくないが、今の与党の動きをみてみると、良くなるとは考えられない。悪くなる確率が高いと予想されるが、まだ自力で乗り越えられる余地はある。
電気機械器具製造業（経営者）	・国外、国内共に不透明感が漂い、景気の方向性がつかみにくい。
電気機械器具製造業（経理担当）	・エンドユーザーの増加が見込めないなかで、市場の拡大を予測できる要素がない。
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・特に良くなる要因が見当たらない。
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・航空機関連の受注が遅れている。
建設業（経営者）	・先行きはあまりにも不透明で、消費マインドは低調に感じられる。暖かくなり、多少は動き出す期待を加味しても、全体的には変わらない。
建設業（経営者）	・東京一極集中が進むなか、地方の建設業者は今後も技能労働者不足に悩まされる。
輸送業（営業担当）	・深刻なドライバー不足の解消のため、運賃の値上げによって荷物量を減らす、逆の営業を進めているが、うまくいっていない。
金融業〔投資運用業〕（代表）	・2～3か月先では、大した変化はないが、秋ごろには方向性がみえてくる。
不動産業（営業担当）	・神戸からの企業の撤退が続く。事務所や社宅のニーズは減り、賃貸の需要は減少している。ただし、銀行の融資は盛んで、土地の価格だけは上がってきているため、景気は横ばいのまま進む。
新聞販売店〔広告〕（店主）	・上向く兆しが見られず、上昇するのか、下降するのかが分からない、不安定な状況である。
広告代理店（営業担当）	・新年度に入っても、今の状況はしばらく続きそうである。
広告代理店（企画担当）	・消費税再増税は延期されたものの、関西は特に明るいニュースもなく、消費を喚起させる要素がない。プレミアムフライデーもまだ参加する企業が少なく、影響は小さい。
司法書士	・今月は、予想に反して会社の設立登記や不動産の動きもあつたが、継続的な動きであると判断できる要素が見当たらないので、現状維持と予想している。
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・周囲からも、良い話が聞かれない。
その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・相変わらず今月も外国人観光客による買物が堅調である。この傾向は関西、特に大阪だけなのかかもしれない。
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・2～3か月後に予定されている見積りが非常に少なく、春先までは良くならない。
繊維工業（総務担当）	・昨年は、機能的に必要な靴下を、消費者が適正価格で購入してくれるようになったと喜んでた。しかし、昨年末からは、かつてのように安い物しか売れないような悪い雰囲気を感じている。国産品への回帰を喜んでたが残念である。
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・毎年、年度始めは発注控えがみられる傾向にある。ここ数か月の受注量は、前年を少し下回っており、年度始め以降もあまり良い声が聞こえてこない。
化学工業（企画担当）	・原料の不足に伴い、輸入原料の価格が高止まりしている。他国との競争で買い負けている面もあり、短期的には改善されないと考えられる。

	化学工業（管理担当）	・円安が進むため、原材料の価格が高騰する。ただし、製品価格には転嫁できない。
	金属製品製造業（営業担当）	・駆け込み需要の反動と、コスト増加分の価格転嫁が遅れることで、業績の悪化が見込まれる。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・2～3か月先の受注が確保できておらず、引き合いも少ない。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・個人消費の低迷が続いており、業界にとっては逆風である。都市部ではなく、地方の靴関連業者の倒産や、弁護士の関与が最近続いている。
	輸送業（営業担当）	・品切れのために商品の納期が遅くなっている。売れる時期に客が他店へ流れてしまうため、やや悪くなる。
	輸送業（営業所長）	・料金の大幅な見直しを求められており、来期は厳しい状況が予想される。
	コピーサービス業（店長）	・来年度の予算が絞り気味という話をよく聞く。売上が若干減少するのではないかと予想している。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・当社の製品では現状を打破できず、変化はないと予想される。
	x その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・实体经济の先行きが見通せない。
雇用 関連  (近畿)	-	-
	人材派遣会社（営業担当）	・4月開始の求人は年間を通じて多く、人の動きが期待できる。
	人材派遣会社（支店長）	・外部からの採用が活発化し、求職者数も増えている。
	人材派遣会社（役員）	・労働者派遣法や労働契約法の改正で、人の動きが出てくる。
	職業安定所（職員）	・マンション建設が多く見受けられ、その要因には個人の住宅需要が以前よりも高まっていることが挙げられる。一方、労働者派遣業に関する事業所の廃止が徐々に出てきている。派遣先が求める人員が確保できていないことが要因であるが、裏を返せば求人者の伸びが続いており、雇用市場は景気が良いことを示している。
	人材派遣会社（経営者）	・全体的に底上げとなり、かなり忙しくなってきた。先月と同様に、IT関係では人材がいればすぐに決まる状態であるが、良い人材が少ない。この傾向はしばらく続く一方、改正労働者派遣法の3年問題が来年から始まるので、派遣業界の淘汰が進む。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人数においては、2～3か月先の景気を占うような明確な動きは感じられない。ただし、一時的であるにせよ、円高が進んでいるほか、米国では新大統領とマスコミの対立が目立ち、主要閣僚の辞任などで人事も固まっていない。今後は、日本経済にややネガティブに作用する可能性があり、上向くとは考えにくい状況にある。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新聞広告の推移をみても、流通関係の数字が弱い。自動車関係などは前年を上回っている。
	職業安定所（職員）	・ハローワークの窓口では、求人の増加傾向と求職者数の減少傾向が継続しており、雇用失業情勢は改善が続くと予想される。また、管内事業所への今後の展望に関するヒアリングでは、現状維持との回答が多い。
	職業安定所（職員）	・4月採用の企業による求人は落ち着き、今後はそれほど増加が見込めない。その反面、3月末の定年退職者数の増加で、求職者数は増加する。
	職業安定所（職員）	・今後は求人、求職共に増加する傾向で、特に今年は求人が増える。ただし、未充足求人の更新による増加であり、景気とのつながりはない。
	職業安定所（職員）	・事業所の話では、仕事はあるが利益が出ていない。仕事の依頼はあっても従業員が足りず、募集しても集まらないため、全ての仕事を受けられないほか、人手不足の対応として、専門業者に外注するという話もある。また、円安によって原材料費が高騰したにもかかわらず、価格改定ができないため、利益が圧迫されるといった声もある。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・2～3か月先の見通しは分からない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・有効求人倍率は上昇すると思われるが、企業は人手不足に悩まされ、求人の確保が大変である。他社との差別化を図り、人手をいかに確保するかが課題である。
	民間職業紹介機関（マネージャー）	・十分堅調であり、現状のままで推移すると予想される。
	学校〔大学〕（就職担当）	・求人については、採用しきれっていない企業が多い。その結果、受注を見送ることもあり、景気の改善にはつながっていない。

	学校 [ 大学 ] ( 就職担当 )	・雇用についてはコンスタントな採用の動きが続いているが、大幅な伸びは感じられない。
	人材派遣会社 ( 営業担当 )	・今が求人のピークのため、4月以降はやや落ち着くことが予想される。
	人材派遣会社 ( 支店長 )	・東京の景気もピークアウトしており、今後は不透明である。
	アウトソーシング企業 ( 管理担当 )	・暇になる時期であるほか、仕事が入る話もないので悪くなる。
	民間職業紹介機関 ( 職員 )	・建設業界の社会保険完備の問題や、雇用保険の印紙問題による現場での混乱を懸念して、事業所は求人をためらうことが予測される。
	民間職業紹介機関 ( 営業担当 )	・ほかの業界でも、やや景気が悪くなりそうな予想が多く、人材需要は伸びない可能性がある。また、この業界自体の競争が激しくなっていることから、先行きは厳しくなる。
	学校 [ 大学 ] ( 就職担当 )	・現状は様々な業種から求人が出ているが、先行きは明暗が分かると予想される。
x	-	-