

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)		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・直近の売上は、店舗全体で前年比5%増で推移している。前年から特選衣料が2けた増となり、宝飾品や時計も5%増となるなど、富裕層の消費が堅調に推移し、全体の客単価も前年から6%ほど上昇している。年明けの初売り3日間でも、定価品の売上が7%増の一方、特価品の売上は前年どおりとなるなど、中間層も含め、定価でも欲しい物を購入する動きがみられる。また、訪日外国人の売上は伸び率が鈍化しているものの、前年比で60%増となっている。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・来客数は余り変わらないが、買上単価が上がっているほか、東南アジアからの観光客による購入が急速に増えている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は8,989円で、今月の客単価は10,414円と上昇している。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・年度末を控えて商談が多くなっており、少し景気が良くなってきたと感じる。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・初売りの福袋や、衣料品を中心としたクリアランスセールが好調である。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が前年に比べて上向いている。例年この時期は、気温が低いと高齢者の来店が減っていたが、まだ冬物商材が売れている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月もインバウンド効果に変化はなく、好調に推移し、来客数も前年比で約10%増となっている。また、寒波の影響で、防寒衣料を中心に婦人、紳士、子供用の衣料品が好調である。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・株価の上昇を背景に、富裕層の高額消費が増えており、高級時計や海外ブランド品の売上が好調に推移している。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・新たな年になり、年初からクリアランスセールが始まった。今冬のクリアランス商戦は、気温低下の後押しなどで防寒商材の売上が良く、婦人服は前年比で約4%増えている。また、ネックウェアなどの雑貨関連の売上も、前年に続いて2けた以上伸びるなど、中旬以降の落ち着きはあるものの、商戦としては順調であった。直近の数シーズンにわたって好調な化粧品関連は、依然として都心、郊外店舗共に好調を維持し、特に新たに開発されたシワ改善などの開発商材の伸びが堅調となっている。
		百貨店（営業企画）	来客数の動き	・来客数は増加傾向となりつつある。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・天候や気温も味方し、初売り以降、冬物セールも順調である。少し息切れの部分はあるものの、衣料品が好調に推移している。また、前年から好調なインバウンド売上は、化粧品や高級ブランド、時計などを中心に、売上全体を押し上げている。
		スーパー（企画担当）	それ以外	・年末商品の好調などで、12月の売上は前年をクリアできた。各分野でも、こだわりや高品質の商品が堅調に動き、単価アップにも寄与している。正月に関しては、ワンランク上の商品を確実にそろえることが重要となっている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・ホテルの宿泊客による夜8時以降の買上金額が、平均単価の2倍になっている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・イトインコーナーの稼働率は依然として高い。それに伴い、相変わらずファーストフードや弁当類の売上が好調で、客単価の上昇に貢献している。
		家電量販店（企画担当）	単価の動き	・白物家電の動きが好調で、省エネ性能の高い高額商品が売れているため、販売金額は前年の水準を上回っている。
		家電量販店（人事担当）	単価の動き	・気に入った機能の商品であれば、高額でも購入する客が多い。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・株高などで資産が増えている客は、消費意欲が旺盛になっているように感じる。	
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	それ以外	・気温の低い日や温度差の大きな日があり、風邪薬やドリンク、カイロといった保温商品のほか、保湿クリームなどの動きが良い。	

高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・正月休み以降は、例年どおりに静かなスタートとなったが、3週目頃から平日、休日共に満席の日が急に増え、驚いている。
高級レストラン (企画)	来客数の動き	・企業からの宴会の受注が、ここ数か月は前年と比較して伸びている。
一般レストラン (経理担当)	お客様の様子	・堅調な株価の推移により、個人消費が活発化している。おせち料理は完売し、インバウンドも好調に推移している。
一般レストラン (企画)	単価の動き	・全体として、来客数はほぼ前年並みを維持しつつ、客単価も継続的に前年を50円以上上回っている。特に、関西は来客数も前年を1%以上上回っており、好調な営業となっている。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・今月から客室の改装を順次進めており、宿泊部門と朝食の利用への影響があるため、食堂の収入の単純な比較は難しい。昼と夜の食堂収入は、若干前年を上回っている。宴会も増収の見込みで、一時期の格安希望の客は減少し、既存客の一部には料金をアップする動きも目立ち始めている。
旅行代理店(役員)	販売量の動き	・平昌オリンピック関連の予約は全くなかったが、スキーや学生旅行が増加するなど、久しぶりに国内旅行が伸びている。
通信会社(社員)	販売量の動き	・通信大手との提携により、解約がはつきりと減少している。また、テレビプランへの加入が増える傾向もみられる。
住宅販売会社 (経営者)	それ以外	・金融機関が融資に積極的になってきている。
その他住宅[展示場] (従業員)	来客数の動き	・住宅展示場への来場数が増加している。
その他住宅[情報誌] (編集者)	お客様の様子	・富裕層向けの高額マンションの販売が堅調に推移し、前年の秋よりも、1億円前後の高額物件の販売事例が増えている。ただし、1次取得者向けの物件が上向き気配はみられず、価格の上昇が進むなかで、低金利が販売を下支えしている。
商店街(代表者)	お客様の様子	・インバウンド効果も限定的で、客足の引きは早く、夕方以降の売上が伸びない。
一般小売店[時計] (経営者)	来客数の動き	・相変わらず時計の動きは良くなく、寒波の影響で、気温の低い日は来客数がゼロの日もあった。天候が良い日は、電池交換の客が安定して増えている。単価が低く、売上は余り伸びていないが、電池の交換や修理の需要は底堅いと感じる。
一般小売店[衣服] (経営者)	単価の動き	・今月は来客数の伸びが少なく、ほぼ前年並みで推移したが、厳しい寒波のために防寒具が例年になく売れ、コート類が大健闘したため、客単価は10%近く伸びている。
一般小売店[菓子] (経営企画担当)	販売量の動き	・1月と前年の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102.6%で、10月が93.4%、関東は1月が88.0%で、10月が93.0%、中部は1月が102.6%で、10月が76.9%、中国は1月が90.9%で、10月が76.1%となり、各地区合計の平均は1月が97.8%で、10月が87.5%となっている。地区や取引先によって動きがバラバラで、大きな差がみられる。
一般小売店[鮮魚] (営業担当)	それ以外	・売上は少し落ちているが、インバウンドの売上増で何とかカバーできている。
一般小売店[精肉] (管理担当)	販売量の動き	・大阪や京都はインバウンドによる活性化に伴って、国内需要も取り込めているが、神戸は目立った観光資源もない。その一方で、新たな商業施設ばかりが増え、消費が薄まっているように感じる。販売エリアが神戸に限られているような企業は苦しい。
一般小売店[衣服] (経営者)	販売量の動き	・年明けのセールの売行きが悪い。来客数、販売量共に、前年よりも落ちている。年末は年明けのセールを待つ消費者が多く、販売量が落ちるのは分かるが、セールに入ってから大きな動きがない。
一般小売店[野菜] (店長)	単価の動き	・物の値段が高くなり、ますます動かなくなっている。本当に小さな店は大変な状態が続いている。
百貨店(売場主任)	来客数の動き	・1月に入ってから、寒波の影響で入店客が1%減と前年を割り込んでいる。前月から基調は後退したと感じられる。

百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月も目標達成の見込みである。年始のバーゲンが好調なほか、気温の影響もあり、防寒商品の売上も前月に続いて好調である。さらに、インバウンドの売上も伸びている。ただし、従来と傾向は大きく変わっておらず、全ての店、アイテムが順調とは言い難く、偏る傾向にある。国内客の購買についても、依然として慎重さがみられる。
百貨店（営業担当）	来客数の動き	・ポリウムゾーンの商品動向をみると、前月まで続いた中間層の購買意欲の盛り上がりが一服している。一方、これまでの高い伸びが少し減速したものの、インバウンドの好調は続いており、富裕層の特選ブランドを中心とした高額商品の購買も、引き続き堅調である。
百貨店（役員）	単価の動き	・地方都市では、インバウンド需要の影響がほとんどない。株高で富裕層による高額品の購入は一部で見られるが、品ぞろえで大手との差があり、大きく伸びることはない。ただし、今年はコートやアウターの冬物衣料が、気温の低下で例年よりも好調に推移したほか、化粧品や食料品などが堅調に売れている。やはり中間所得層が消費の動向を左右することは間違いがない。今後、大手企業を中心に賃上げが行われるが、地方都市では中小企業が大部分であり、賃金は伸びず、社会保障費などの負担増で可処分所得も増えていないのが実情である。必然的に、日用雑貨中心の消費になり、そのほかの買物については慎重にならざるを得ない。
百貨店（宣伝担当）	単価の動き	・引き続きインバウンド客が売上をけん引し、前年比でプラス5～10%を維持している。前月は衣料品やクリスマス、正月などのハレ消費が目立ったが、今月は雑貨や特選ブランド、宝飾品が好調である。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・福袋や初売りのクリアランスは、ポリウム商材を中心として、冬物の防寒商材などに順調な動きがみられたが、中旬以降は止まった。地区全体でも、インバウンドの好調は続いているが、国内の中間層の動きは、分野や状況による2極化が進み、高額消費と節約消費に分かれている。
百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・月前半は入店客数が前年を上回るペースで好調に推移したが、中旬以降は寒波の影響もあり、客足が鈍っている。衣料品は冬物商品が品薄気味なため、春物需要で喚起したいが、寒波の影響で伸び悩んでいる。ただし、化粧品や高級輸入ブランドは、インバウンド売上を除いても引き続き順調なため、全体としては前年並みである。
百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月も厳しい冷え込みに対し、前半は防寒品を中心に好調に推移していたが、後半に入りやや失速した。12月から動いている関係で、先行購買の反動減といった影響が出ている。月全体で見れば、ほぼ前年並みの推移となりそうである。
スーパー（経営者）	それ以外	・冷え込みが厳しいなかで、来客数の確保は難しいが、野菜の極端な高値に支えられ、売上は順調である。以前は野菜の価格が上がれば、ほかの商品が売れなかったが、それなりに魚や肉も売れている。ただし、人手不足を埋められず、店内加工品を外部調達に切り替えたり、派遣社員を増やさざるを得なかったりと、営業利益や運営の面で厳しさが増している。
スーパー（店長）	来客数の動き	・客単価は安定しているが、来客数が増えない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・福袋や寿司、牛肉などが動いた年始の初売りから、成人の日前後までは、活発な消費意欲が感じられたが、それ以降は減退し、買い控えて消費が鈍化している。昨今のメリハリ消費の典型的な動きとなっている。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は前年並みの推移である。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・野菜価格の上昇が続き、売上の底上げにつながっている。主力の鍋物商材が食卓に上がる回数が減ると懸念されたが、気温の低下もあり、大きな影響はみられない。ただし、引き続き野菜の相場動向には敏感にならざるを得ない。

	スーパー（社員）	競争相手の様子	・イベントやチラシで客の来店を促進する施策を続けたため、堅調に推移した。ただし、最近では競合各社に集客でやや劣る店舗が出てきており、気掛かりである。
	スーパー（企画）	来客数の動き	・年末年始の小売は好調で、気温の低下や一部での降雪もあり、食品以外でも冬物商材が堅調に推移した。ただし、ここへきて1月中旬～下旬の寒波の影響で、交通の乱れや客足の減少につながっている。
	コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は僅かながら減少傾向にあるが、客単価は少し上昇し、全体としては横ばいである。ただし、商品の単価が値上げなどの影響で上がっているため、いずれは景気が右下がりとなる不安はある。
	コンビニ（広告担当）	お客様の様子	・株高などが報じられているが、個人消費に大きな変化は感じられない。また、政府による3%の賃上げ要請といった話もあるが、まだまだ一般の会社員には還元されていないため、財布のひもは固い。
	コンビニ（店員）	来客数の動き	・1月中旬までは旅行客の来店が多かったが、下旬は来客数が少なく、公共料金の支払いだけの客も多い。
	衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・本格シーズンにもかかわらず、単価などを比較して買い回る客が、紳士服などで見受けられる。
	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・消費の抑制傾向により、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）	単価の動き	・例年どおりの動きである。
	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・費用をかけてマーケティングを行い、集客を図っているが、来客数が余り増えていない。
	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・毎月、何らかのイベントがある。年末年始も例年どおり、年末商戦や初売りキャンペーンで来店を図ったが、販売量の大きな変化はみられない。
	その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）	販売量の動き	・企業の内部留保は増えているが、実質的に給与が増えている感覚がない。
	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	お客様の様子	・購買意欲の高い客が少ない。
	その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	お客様の様子	・おせち料理については、年末の物流への不安があったにもかかわらず、前年を上回る売上となった。クリスマスやお正月といった節目での消費は、引き続きコスト消費と同じく勢いが感じられる。
	その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当）	販売量の動き	・単価や顧客の動きなどに、変化が感じられない。
	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・1月は年明けの3連休などで、前半は好調であったが、22日以降は例年よりもかなり動きが悪かった。また、前年比の動きでは、団体客は今年の方が少し多かったが、個人客の予約が伸び悩んでいる。
	観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・例年1月は入込が落ち込む傾向があり、今年も例年どおりの動きである。
	都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・直近は円高が進み、株価も不安定であるが、景気に変化はない。
	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・今月は、宿泊の客室稼働率が前年を7～8%上回っており、レストラン部門の来客数も前年を5%近く上回っている。また、宴会部門についても、件数、売上共に前年を上回っている。
	都市型ホテル（管理担当）	お客様の様子	・アジアからのインバウンド客の宿泊は、依然として好調を維持しているが、国内客の宿泊には、まだ堅調さがみられない。
	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・株価の上昇に伴い、旅行の申込みが増加している反面、円高の進行で旅行を控える動きも出ている。現状、景況感に変化のない状態である。
	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・個人消費の動きが旅行需要を押し上げるまでには至っていない。
	タクシー運転手	お客様の様子	・大阪では乗客が前年比で10%増えており、現在もその動きが続いている。
	タクシー運転手	来客数の動き	・寒い時期であるため、近距離でも乗ってもらえるが、長距離の利用が少ない。飲み会なども余り多くはなく、横ばい傾向である。
	タクシー運転手	お客様の様子	・客の乗車機会は、流し営業では大きな増減はない。

通信会社（経営者）	お客様の様子	・客の受注状況に、大きな変化はない。
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・寒さのせいか、来場者が減少している。春の観光シーズンには回復することを期待している。
その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	販売量の動き	・イベントの企画会社も、人手不足で人件費の負担が増えており、経費を圧縮して収益を確保する傾向にある。それに伴い、当社の収益もシビアになってきている。
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	・ゲーム関係の売上は、年始ということもあって好調であり、レンタル売上の減少をカバーしている。書籍の動きも順調である。
住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・住宅の供給量が減少し、市場自体が縮小傾向にある。
その他住宅 [住宅設備]（営業担当）	販売量の動き	・年末以降、エレベーターのメンテナンスの依頼が増えている。この時期は当社にとって繁忙期に当たるため、売上や収入は安定している。
一般小売店 [珈琲]（経営者）	販売量の動き	・取引先の店舗ごとの販売量が減少している。
一般小売店 [菓子]（営業担当）	販売量の動き	・年明けは商品の動きが悪く、在庫の回転率も芳しくない状態が続いている。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・今月も売上は前年比で2けた増と好調が続いているが、これまで倍増ペースで増えてきた外国人売上が、今月は1.5倍と伸び率が鈍化している。大幅な増加傾向が一巡してきたことで、売上全体をけん引する効果が弱まってきている。また、前月のクリスマス商戦で好調に動いた冬物衣料であるが、その反動からか、今月はセールが始まっても売上は前年割れとなっている。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・インバウンドの売上は従来どおり好調であるが、優良顧客の高額消費が落ち込んでいる。寒さの影響とも考えられるが、高級ブランドの宝飾品の買上が減っている。
百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・1月の売上は、初売りの福袋が好調で、冬のセールの日巡りも良く、前年比で2けた増の好調なスタートとなった。ただし、中旬から下旬にかけての寒波の襲来で、来客数が激減し、衣料品やリビング用品が苦戦した。免税売上も、中国の春節期間が前年よりも遅いため、増加率が鈍化している。
百貨店（販売推進担当）	販売量の動き	・クリアランスセールの動きが落ち着いた後、来客数に変化はないが、買上数量、単価共に悪化傾向がみられる。
スーパー（店長）	販売量の動き	・販売点数が伸び悩んでいる。もう1品の購入を促すための販促は継続しているが、客の動きは悪い。
スーパー（店長）	来客数の動き	・競合店の出店で来客数の減少が続いている。農産品の価格高騰もあり、1品単価は上昇傾向にあるが、買上点数の減少で客単価は下がっている。今までは客単価の動きは堅調であったが、ここへきて消費者の節約意識が強くなっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来店客の減少が顕著で、買上点数も減少している。
スーパー（店員）	単価の動き	・野菜の値段がかなり上がってからは、余り売れていない。
スーパー（開発担当）	お客様の様子	・野菜価格の高騰や、石油関連の値上げのため、買い控えが起きている。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・正月が終わり、客の購入金額も少なくなっている。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・消費者が価格や割引率にシビアになっている。もう少し安くなれば買うという顧客が増えている。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・前年は、インターネットの利用がパソコンからスマートフォンに変わる動きが加速した。それに伴い、当店もホームページなどのシステムの移行に入り、月々の経費も高い状態が続いている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・年明け以降、3か月前に比べて来客数が激減している。特に、企業関係の新年会の減少が目立つ。忘年会の予算を上げる一方、新年会は行われるかどうかという傾向にある。また、急激な気温の低下が続いている影響もあり、外食産業が低迷している。仕入価格の高騰により利益も少なくなっている。

	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・近隣の店舗が閉店した後、次の店がなかなか入らない。商店街の人通りも少なくなっている。
	都市型ホテル (管理担当)	単価の動き	・宿泊に関しては、ホテルのほか、民泊などの簡易宿所は供給過多の状態が続いており、客室単価の下落も始まっている。
	住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・新築分譲マンションは、販売状況の芳しくない物件が増えており、完成在庫を減らすための値引きが多くなっている。
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・例年この時期は、寒冷地での不動産契約が減少するが、今年は特に落ち込みが激しい。
x	スーパー(店員)	お客様の様子	・野菜価格が高過ぎて買えないという声が、客の間でよく聞かれる。特に、鍋料理に関する商品の売行きが悪いように感じる。
x	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・前年よりも販売量は落ち込んでいるが、少し高い物は売れている。
x	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・正月明けの3連休の入込が良くなく、前年比で87%となった。また、今年の春節は2月となったことで、売上は前年比で94%という状況である。全体的な稼働率や宿泊人数は変わらないが、客室単価を下げ、客を取り込んでいる。
企業 動向 関連 (近畿)	金属製品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・年始の会合では、景気が良くなって売上が増えたという取引先が多い。
	電気機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・景気判断の誤りを避けるため、取引額ではなく、取引先の様子を重視している。国内、国外共に商談の動きは活発で、景気の良さが感じられる。特に、海外が顕著である。
	化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量は回復してきたが、競争が厳しい。利益率が大幅に下がっているため、景気が良くなっているとは言えない。
	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・高級鋼材の不足によって、市場には品薄感が出てきている。
	電気機械器具製造業 (宣伝担当)	受注価格や販売価格の動き	・冷蔵庫や洗濯機などの大型家電は、販売台数よりも販売額の方が前年比で伸びていることから、前年以上に単価の高いモデルが売れている。また、単価の高い有機ELテレビの販売も堅調に推移している。
	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・自動車関連の塗装装置の引き合いが増えている。将来を考えて、他分野への進出を目指しているが、現状は引き合いへの対応が忙しく、困難である。
	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・12月頃から厳しい寒さとなり、冬物商品の売行きが良い。今も完売状態になっている。
	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・生産量による産地の動向判断では、企業数の減少から前年比で微減となっているが、個々の企業では前年並みである。
	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・季節的要因を考慮すると、大きな変化はない。
	化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・ここ半年は、出荷数量や販売金額が好調に推移している。ただし、化学品の原料価格の上昇が続いており、利益は前年比で減少している。
	プラスチック製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・売上自体は落ちていないが、一時の勢いに陰りが出てきている。ただし、年度末に向けて雰囲気は悪くはない。
	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量は順調であるが、上向いているとは思えない。
	電気機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・新年になり、メーカーは忙しくなっている。特に工作機械メーカーが忙しいため、今後は車や電気機器などの様々な業種の動きにつながるが、この状態が長く続くかどうかは分からない。
	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、売上共に、横ばいとなっている。
	その他製造業 [事務用品] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・年末年始の売上は、例年と変わらない。
	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量は変わらない。問合せも、今年に入ってから少し落ち着いてきている。
建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・人材不足の影響が、売上にでてくるのが予想される。	
建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・好決算の企業から、今期中に予算を使うために、改修工事を行いたいという注文が多い。	

	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・土日、祝日の配達の有料化により、売上が落ち込んでいる。
	金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先からは、関東での仕事は多いが、関西の仕事は全く変わらないとの話が多い。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の間で、大口先の倒産が目立っている。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・やはり、北朝鮮の地政学的リスクが足かせになっている。いつ開戦するのかという不安のなかでは、景気回復といっても現実味がない。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸からの企業の撤退が続き、それに伴って事務所の需要や賃料が低下している。社宅のニーズや賃料も下がり、空室率が上がってきている。
	広告代理店（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・前年と同じような動きで、特に良くも悪くもない。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末以降、広告需要に大きな変化はない。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・クライアントの業績では、建設業が非常に良いほか、製造業も良い。一方、小売業や飲食業は良くないままである。
	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	・今月は休みが多かった割に、それほど慌ただしさはない。
	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	・冬らしい気候に恵まれ、ターミナル駅などの商業ゾーンでは、衣料品などの冬物商材を中心に売上が伸びている。また、インフルエンザや風邪の流行が本格化したこともあり、ドラッグストアも堅調である。
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・経済活動が鈍化している。
	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・正月休みが長く、前年末に積み上がった在庫の影響で、今月は中旬以降にしか注文がなかった。特に、外食関係の荷動きが悪かったように感じる。
	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・天候や気候が余りにも悪いこともあり、飲料の売上が少し悪い。
	食料品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・正月気分も盛り上がっていない。イベントはよく行われていて、需要はあるが、定番品の動きは鈍い。
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・注文の数量、金額が前月よりも悪化している。営業日の減少が、売上に悪影響を及ぼしている。
	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・産業機器に関する分野は、受注も堅調に推移しているが、アミューズメント関連は、まるで受注が増えない状況である。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込件数が減少している。購読数も、1月に増えた分が、2月には同じぐらい減少する。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・Web媒体、紙媒体共に、広告の売上が前年を下回っている。
	経営コンサルタント	それ以外	・3か月前は秋物商戦から年末商戦の時期であり、季節的要因で衣料品や食料品などの動きがかなり活発であった。1月末はそれらの需要期が過ぎ、全体として衣食住の全ての商品で低調となっている。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・受注量、販売量の動きが良くない上、チェーン店の仕様は固まっており、製品の性能も安定していることから、他社からの切替えは難しい状況となっている。
	× 通信業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・悪天候による葉物野菜の高騰で、消費に影響が出ている。
雇用 関連 (近畿)		*	*
	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・年齢を問わず、就職活動では複数案件を同時に進めており、紹介や引き合いが途絶えない様子が見える。
	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・企業の求人意欲は衰えていないが、人手不足が足かせになり、求人の需要に対応しきれていない。マッチングが順調にいけば、もっと企業業績は伸びる。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増加傾向が続き、正社員求人が全体の約半数を占める状況が続いている。一方、新規求職者数は全体的に減少しているが、パート希望者が若干増えている。人手不足で求人条件が改善し、募集が増えたことが要因と推測される。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・直近の新規求人数、有効求人数共に、季節調整値で過去最多を更新し、好調が続いている。特に、製造業や運輸業の求人が大きく増加している。製造業では産業用機械関連が相変わらず好調なほか、国内外の需要が好調な建設機械関連の伸びも大きい。運輸業では、昨今のインターネット通販の増加による宅配の求人だけでなく、企業間取引を担う運送会社の求人も大きく増加している。
	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・短期の求人や、産休代替の求人数が増加している。
	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・繁華街での人出が、インバウンド以外でも増えており、活気が増しているように感じる。
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・企業の採用意欲は依然として強く、平成31年3月卒の学生に内々定を出す企業もあるなど、採用活動が活発化している。今春の卒業予定者の内定率も高くなっている。
	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・年度末を控え、活発なオーダーがどの業種からも入ってきている。そのほとんどが3か月までの短期オーダーである。昨今の状況を反映して、マッチングできる人材が不足しているが、派遣先企業では、短期のオーダーは少々条件が合わなくても、その場しのぎで採用するケースがみられる。人材難ということで、少々は目をつぶっても採用する動きがみられ、この傾向は年度末まで続く。
	人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・求人の状況に大きな変動はみられず、年度末までの限定業務が散見される。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・求人情報のデジタル化が進むなかで、新聞広告の求人数は、依然として縮小均衡の状態が続いている。人手不足が常態化している建設や物流、介護業界などでは、求人数は高水準であるものの、一部の業種に限られる。Web広告では業種全体で求人数が増加しており、景気は上向き傾向となっているが、新聞求人にはその動きがみられない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の動向をみると、関西の地場企業による動きが少ない。好業績の企業は多いはずであるが、宣伝やプロモーションにかける動きが鈍い。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・景況感が良く、製造業の求人が増えている。ただし、求職者の減少が大きく、応募が少ないため、求人が充足されない。その結果、新たな受注を受けられないとの声が多く、しばらくは現状維持が続く。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人実績のある事業所に対し、電話調査を実施した。人手不足にもかかわらず、建設関連の日雇求人は横ばい傾向が続いているが、その理由としては、求人への応募見込の低さ、請負単価の低さ、社会保険への加入の適正化による影響、長期案件の減少などが挙げられている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・新卒の卒業前の時期であるが、求人が多く残っている。ただし、残っている学生がほとんどいないため、新卒に限ると人数が足りない。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・前月と同じように求人数が増えている。
	-	-	-
x	-	-	-