

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)		コンビニ（店員）	販売量の動き	・順調に推移しており、近隣にホテルが増え始めた結果、夜間でも客単価が上がっている。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・呉服屋では、成人式以降は振袖目当ての客が来店しているほか、入学や卒業、入園や卒園に向けて、若い世代の購入が増えている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・衣料品、食料品共に好調で、売上は前年比7%前後の増加で推移している。月前半に苦戦した高額品も盛り返してきた。一方、インバウンドの入店数は微増ながらも、売上は前年を下回っている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・外国人売上の増加傾向は、前月は中国の電子商取引法により、前年比で微増にまで鈍化した。今月になって3割増と大幅に改善し、前年11～12月を超える水準になっている。前月は様子見から買い控えしていた層が、今月になって戻ってきている。一方、国内の富裕層である外商客の動きは、前年を割り込んでいる。全体としては、外国人売上の増加傾向が国内客の減少を上回っており、3か月前に比べると好転している。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・2月に入って1月に伸び悩んだ富裕層の動きが回復し、同じく苦戦したインバウンドの来店や購買動向も戻ってきている。気温が徐々に春めいてきた時期から、春物衣料の動きが出てきている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月はインバウンド効果が戻っており、化粧品や特選用品、アクセサリーの売上が前年を上回っている。特に、化粧品はインバウンド効果で前年比50%増と好調に推移し、目標達成の見込みである。
		百貨店（営業企画）	販売量の動き	・12月や1月と比べて、婦人服の売上は回復基調にある。入店客数も前年を上回っている。
		スーパー（店員）	お客様の様子	・外国人観光客がかなりのお金を使っている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・相変わらずファーストフードやコーヒー類の売上が好調に推移しており、販売量の増加傾向が続いている。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・少し暖かくなり、冷たい飲料やアイスが売れ出している。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・2月の前半は来客数も少なく苦戦していたが、中旬以降は少し持ち直し、前年並みとなった。一方、売上単価は前年よりも少し落ちている。
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・4K放送が前年の12月から始まり、客によるテレビの買換えへの関心が高まっている。また、消費税増税を控えて、リフォームを検討している客が増加している。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・年度末に向け、企業の動きも活発化している。
		乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・単価の上昇で利益率がアップしている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・3月決算に向けて、来客数や販売台数が増加傾向にある。今後、更に動きは活発になると予想される。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	単価の動き	・洗剤や紙類などの、生活必需品が徐々に値上がりしている。ただし、春先に出た新商品は、高価格であるにもかかわらず、売行きがとても良い。週末や月末は来客数も多く、売上目標が達成できている。
		一般レストラン（経理担当）	来客数の動き	・正月明け以降の法人宴会が多いほか、インバウンドも堅調に推移している。
		一般レストラン（企画）	来客数の動き	・天候の影響もあるが、前年と比較して1～2月は来客数に伸びがみられる。特に、今月は全曜日、全時間帯で来客数が前年を上回っており、営業は好調となっている。

観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・2月は予想以上に団体客が多かった。個人客の間際の動きも良かったが、団体客で客室が埋まっており、利用を断るケースもある。
旅行代理店(役員)	販売量の動き	・平成最後に関連した間際需要が増えつつある。
旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・ゴールデンウィークの10連休が、マスコミなどを通じて宣伝されてきたことで、客の旅行意欲が少しずつ上向きになっている。10日間のどこでもよいので、どこかに行けないかといった具体的な問合せも増加し、やや良くなってきたと感じる。
旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・米中問題や米朝会談、英国のEU離脱問題といった世界情勢の不安はあるものの、国内旅行の需要は10連休を中心に堅調で、皇太子殿下の御即位の祝賀ムードもあり、明るい兆しがある。ただし、10連休の特需が落ち着いた後は需要の減速も想定され、楽観はできないと感じている。
通信会社(社員)	販売量の動き	・年末から始まった4K放送に関する問合せや申込みが増えつつあるなど、地域の住民による関心は高いと感じる。
競輪場(職員)	単価の動き	・3か月前の客単価は8,638円で、今月の客単価は9,821円となっている。
その他レジャー施設[イベントホール](職員)	お客様の様子	・物販の売行きも順調に推移している。
その他住宅[展示場](従業員)	お客様の様子	・アンケートでは、1年以内に建築する客が前年比で1割以上増えている。
その他住宅[住宅設備](営業担当)	販売量の動き	・年明け以降、年度末に向けた新築着工件数の増加が続いており、景気は良好である。
商店街(代表者)	単価の動き	・非常に単価の安い物しか売れない状態が、長く続いている。
一般小売店[時計](経営者)	お客様の様子	・気温の低い日が続き、客足が遠のいていると感じる。近くの大型商業施設ではバレンタインデー関連で大規模なイベントを催しており、来客数の大きな差を感じる。客の中には、修理をしたいが費用を考えて迷うなど、生活の厳しい様子がうかがえる。
一般小売店[菓子](経営企画担当)	販売量の動き	・今年2月現在と前年11月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は2月が93.8%で、11月が92.7%、関東は2月が101.0%で、11月が108.9%、中部は2月が99.5%で、11月が120.3%、中国は2月が122.0%で、11月が102.2%となり、各地区合計の平均は2月が99.9%で、11月が101.2%となった。1月と同様に、2月も新商品が比較的好調で、数字としてはほぼ前年並みである。11月もお歳暮商戦は好調であったが、全体としてはほぼ前年並みであったため、状況に大きな変化はない。
一般小売店[衣服](経営者)	来客数の動き	・寒さも落ち着き、消費者の目が少しずつ春物衣料に向かっている。例年のこの時期と、余り変わりはない様子である。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・入店は増えているが、客単価が低下している。特に、バレンタインデー商戦では、厳選して購入する雰囲気が強まっている。また、報じられているように、インバウンドによる下支えが弱くなってきている。
百貨店(営業担当)	お客様の様子	・富裕層の優良客からは、例年どおり春夏物の高級ブランドの衣料品への受注があり、海外の高級輸入時計も好調である。
百貨店(営業担当)	販売量の動き	・1月は中国の電子商取引法の影響もあり、売上は落ち込んだが、春節以降はインバウンド客の購入が回復傾向にある。客単価は以前よりも下がっているものの、来客数の増加が売上増につながっている。

百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・入店客数は増加傾向を維持できているが、依然として衣料品の売上は低迷が続いている。
百貨店（服飾品担当）	お客様の様子	・2月に入り、中国の電子商取引法による影響でインバウンド売上が苦戦した1月に比べ、徐々に売上は回復傾向にある。ただし、前年に比べるとまだ完全には戻りきっていない。一方、売上は前年を超えてきており、衣料品関連が伸びたほか、化粧品関連も10%以上の伸びを示しており、今後の冬物商戦での最終の取り切りや、春物の早期の立ち上げには期待もてる。また、高額品については、成長のスピードは鈍くなっているが、富裕層の消費意欲が後ろ向きではないため、今シーズンの新作の動きは良い状態となっている。
百貨店（販売推進担当）	販売量の動き	・前月は厳しかったインバウンド売上が1か月で戻り、インバウンド比率の高い化粧品、高級輸入品、時計などは大幅な増収となっている。また、衣料品は暖かい日が続き、婦人、紳士共に苦戦していたが、通常価格の春物商材は前年を上回っている。全店としても前年を大きくオーバーしそつである。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・月初は、都市部ではインバウンド関連やバレンタインデーの催事が苦戦し、厳しい立ち上がりとなった。中旬以降も不安定な株価の影響などで、国内需要は低調な推移となっているが、インバウンドが回復し、特に化粧品が売上全体を押し上げている。
百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月も衣料品や雑貨に関しては動きが鈍い。気温や価格にかかわらず、冬物商材は動かない。春物商材も卒業、入学関連は堅調であるが、ファッション関連は例年と同様に下見が中心である。一方、食品は好調で、特にバレンタインデーのチョコ催事は前年を大きく上回り、アトラクションのように女性客が楽しんでいる。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・1月に大きく落ち込んだインバウンド売上が、2月に入って持ち直している。化粧品、子供服を中心に、前年並みの売上で推移している。
スーパー（店長）	単価の動き	・食品の客単価は、11月と比べてほとんど変化していない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・競合店の出店や改装により、来客数が落ち込んでいるほか、農産品の相場安の影響が大きい。1品単価の低下で、客単価も下がっており、売上の落ち込みは大きい。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数の前年比は97%で推移しており、変化がない。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・消費税増税への意識や、商品の値上げで生活防衛意識が高まりつつあるのか、売上が今一つ伸び悩む傾向にある。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・年末から失速している。特に、衣料品が暖冬の影響もあって苦戦している。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・販売量や来客数、客の雰囲気共に、ここ数月はほとんど変化がなく、横ばいである。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数、売上共に横ばいである。
家電量販店（店員）	来客数の動き	・2月の売上は前年と比べて少し悪い。土日の来客数が少なかったように感じる。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・冬物商材の処分セールについては、一部で動きのある商品がみられたものの、全体としては買上点数が減少するなど、消費を絞る傾向がみられる。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・最近では予約の多い日と少ない日の差が激しいため、スタッフの調整が難しい。
高級レストラン（企画）	単価の動き	・宿泊の客室単価について、団体客の単価は堅調に推移しているが、インバウンドを中心とした個人客の単価は、12月頃から前年よりも低めで推移している。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・2月にしては比較的穏やかな天候が続き、例年に比べて来客数が微増となっている。

その他飲食 [ 自動販売機 ( 飲料 ) ] ( 管理担当 )	単価の動き	・ 3月からは値上げが予定されているが、消費税増税の影響もあり、まとめ買いなどの動きがない。
観光型旅館 ( 経営者 )	お客様の様子	・ 過去にない天候や、ゴールデンウィークの10連休など、予測できないことが多く、先が読めない。
観光型旅館 ( 団体役員 )	来客数の動き	・ 来客数は前年並みであるが、単価は上がっている。
都市型ホテル ( 総務担当 )	来客数の動き	・ 宿泊部門では、客室単価の下落が続いているため、売上は前年を下回っている。宴会部門やレストラン部門でも、前年割れの推移が続いている。
タクシー運転手	お客様の様子	・ 例年、2月は暇である。
タクシー運転手	お客様の様子	・ 寒暖の差が目立つようになったが、客の乗車機会はほぼ前月の水準で推移し、営業収入にも大きな差はみられない。
テーマパーク ( 職員 )	お客様の様子	・ 観光産業はオフシーズンのため、入場者数が伸び悩むのは仕方がない。
美容室 ( 店長 )	来客数の動き	・ インフルエンザの流行で予約のキャンセルが相次いでいる。
美容室 ( 店員 )	単価の動き	・ パーマやカラーなどを勧めると、オーダーしてもらえ。店での関連商品の販売も動きが良かったため、12月に近い販売量が見込まれる。
住宅販売会社 ( 経営者 )	お客様の様子	・ 今の時期は、転勤や学校の都合などで転居が増えるが、今期は余りその傾向が見受けられない。
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 )	それ以外	・ 不動産取引の状況に余り変化はない。
その他住宅 [ 情報誌 ] ( 編集者 )	お客様の様子	・ 年度末に向けた不動産販売の動きは、例年と大きな変化はない。消費税増税前の駆け込み需要も、現状は大きな動きがみられない。
一般小売店 [ 衣服 ] ( 経営者 )	競争相手の様子	・ 暖冬の影響でコートやセーターなどの在庫がなかなか消化されず、近隣の同業他社の撤退が相次いでいる。2けたダウンとまではいかないものの、1けた前半のダウンが続く、歯止めが掛からない状態である。
一般小売店 [ 鮮魚 ] ( 営業担当 )	それ以外	・ 2月は年間で売上が最も悪いが、前年比でも5%減と落ち込んでいる。
一般小売店 [ 精肉 ] ( 管理担当 )	お客様の様子	・ 2月の初旬には春節もあり、もっと繁華街を中心に外国人が増えて活気が出ると予想していたが、今年は盛り上がり欠けている。少し手前にあった節分も、その日だけが盛り上がり、その後が続く雰囲気は今月も感じられない。地域全体で動いている人の数が少なく感じる。12月は良かっただけに、年が明けてから余計に悪く感じているのかもしれない。
一般小売店 [ 菓子 ] ( 営業担当 )	販売量の動き	・ 前月と同様に売上増が見込めず、販売量が伸びてこない。前年の水準を上回ることが精一杯である。
百貨店 ( 売場主任 )	お客様の様子	・ 今月は売上目標が達成できそうである。ただし、インバウンド需要が復活しており、化粧品を中心とした一部の商品が、他の不振の商品をカバーしている状態である。特に、アパレルを中心としたファッション関連は苦戦しており、国内客の消費は良くない。気温の影響はあるものの、客の不要な商品に対する評価は一層厳しさを増している。
百貨店 ( 売場主任 )	販売量の動き	・ 2月の初旬は、食料品の店頭売上が前年比マイナス1.0%程度で推移していたが、後半になってマイナス3.0%まで急速に悪化した。2か月連続で前年を大きく下回っており、予想していたよりもかなり悪い状態で推移している。
百貨店 ( 企画担当 )	販売量の動き	・ 近隣の同業店の撤退で売上が増えていたが、1月に入って伸び率が鈍化している。

百貨店（宣伝担当）	単価の動き	・インバウンド売上は前月に比べると回復したが、中国の電子商取引法による影響で、いわゆる爆買いはみられなくなった。一方、国内売上は全体として横ばいであるが、食料品を除いた品目では、前年比でマイナスとなっている。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・株価が2万1千円台を回復し、客単価は前年比で6.5%増と、時計や宝飾品などの高額品の売上が順調に推移している。一方、販売量は4.6%減と、ファッションやリビング関連が厳しく、売上は前年を下回っている。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・当地区の傾向として、売上の大半を占める国内客の現金売上が前年比で5.3%減と厳しい。また、富裕層に対応した掛売の動きも2.8%減となっている。一方、免税売上は11.0%増と、他地区よりも低いものの堅調であり、そのうち消耗品は35.3%の増加となっている。全体的にインバウンド需要が少ない地域のため、域内のボリューム層の節約志向と、食材などの高騰による価格への慎重な姿勢が鮮明となっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・食品を中心に、買い控えによる買上点数の減少が顕著になっている。足元での景気後退やインバウンドの減少、実質所得の減少、消費税増税といったマイナス要因が多く、生活防衛姿勢が顕著に強まっている。
スーパー（店員）	販売量の動き	・今年は白菜や大根といった鍋物野菜の価格が常に安い。いつも安いと、販売量も動かない。
スーパー（店員）	来客数の動き	・チラシを入れても、そこまでのにぎわいが感じられない。
スーパー（社員）	単価の動き	・今冬は暖かい日が続いたため、店頭の上上に大きく影響している。例年は冬物肌着や暖房器具、鍋物商材などが1～2月末までしっかりと販売できるが、今年は動きが悪いほか、購入数量や単価も前年に比べて悪化している。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣に、自社競合と他社競合の2店舗が出店したため、来客数が前年比で5%ほど減っている。
コンビニ（店員）	単価の動き	・客単価は下がっていないように感じるが、寒い時期は来客数が減るため、売上も減る。
衣料品専門店（経営者）	それ以外	・カードでの分割払いが増えている。
家電量販店（店員）	単価の動き	・平日でも白物家電や携帯電話目当ての客は多いが、その他の売場の客は、年末に比べるとかなり少ない。
家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・暖冬の影響もあり、季節商材の販売が芳しくない。春節のインバウンド需要もあるが、例年に比べると販売量が減少気味である。
家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・平成最後の売り尽くしセールを実施しているが、消費税増税前の買い控えが起きているのか、来客数の落ち込みが目立っている。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・米中貿易摩擦の影響で、資源関連や鉄、バッテリー、プラスチックの相場が下がり続けている。製造業の取引先からは、中国の景気減速によって生産予定が縮小しているとの話をよく聞く。
その他専門店 [医薬品]（経営者）	それ以外	・寒い日もあるが、総じて暖冬であるため、季節商材のスキンケア関連、カイロ、感冒薬の動きが悪い。
その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・中国の消費が若干弱いほか、米国と中国との貿易摩擦が激しいので、株価にも影響している。
その他小売 [インターネット通販]（経営者）	来客数の動き	・2月は寒い日が多く、商店街への来訪頻度が減少している。高齢者の多い商圈のため、買物を控える客がほとんどである。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・春節でアジア圏のインバウンドによる需要が高まり、その前後は忙しかったが、特に夜に外食する人が減少している。
都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・物価が上がっている割には、単価には反映できないのが大きな要因である。

	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・前月と同様に、供給過多による影響があったほか、世界情勢や景気の変化もあり、今年の春節は前年ほどのインパクトは感じられなかった。また、レストランについても、単価を若干上げたこともあり、前年のような勢いが感じられない。
	都市型ホテル (客室担当)	お客様の様子	・2月は受験生の宿泊が多い月であり、はしかの感染が発表されてからは、宿泊者から心配の声も上がっている。はしかが原因かどうかは分からないが、例年は満室となる国公立大学の前期試験日の前日も、稼働率は85%にとどまっている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・手を挙げる客が減っているため、通勤の動きの変化が気になる。
	タクシー運転手	来客数の動き	・例年のことであるが、2月の客の動きは、寒さもあって足取りが重く、無線での呼び出し回数や乗車回数が前年をかなり下回っている。病院に行く際の利用も、晴れた日は伸びるが、寒い日は減少する。
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・例年2月は受注の落ち込む時期であるが、前年と比べても悪い。
	× 一般小売店 [野菜] (店長)	競争相手の様子	・問屋からの話では、どの店舗も非常に厳しい状態であり、特に個人店舗で厳しい状態が続いている。
	× 衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・2月は来客数が少なく、売上の前年割れが続いている。
	× 住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・客の高い希望と、低い予算の格差が大き過ぎて、購入してもらえないケースが増えている。消費者の値ごろ感の低価格化が著しい。
企業 動向 関連 (近畿)	-	-	-
	食料品製造業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・3月のイベント向けの需要で、前年よりも受注量は増加している。
	プラスチック製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・問合せ数が増えており、受注の確率も上がっている。
	電気機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・海外も含めた取引先の動向は、何か突破口を広げようとしているのか、活発な動きがみられる。引き合いが増え、徐々に受注も増えている。幸い、海外取引では為替が円安気味に推移しているため、その点でも景況は良いと感じている。
	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	・全自動洗濯機や冷蔵庫などの大型商品など、金額の前年比が実売台数を上回っている商品が多い。前年よりも単価の高い商品の荷動きが活発となっている。
	金融業 (営業担当)	取引先の様子	・僅かながら売上が増加傾向にある。
	広告代理店 (企画担当)	取引先の様子	・年末、パーゲンセール期間共に気温が高かったため、多くの商業施設では重衣料の販売が厳しかった。一方、2月後半に入って気温が上がったことで、春物が動き出している。また、飲食関連の売上も好調になっている。
	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・季節要因を考慮しても、受注量が若干少なく、注文のロットも小さくなっている。
	金属製品製造業 (経営者)	取引先の様子	・荷動きがやや活発な状況に大きな変化はない。
	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・当社の取扱製品には納期が1～2年に及ぶ物が多く、ここ数か月間での受注の変動は少ない。
	電気機械器具製造業 (経理担当)	取引先の様子	・今期の後半に入って、受注量は急激に増加したが、景気回復によるものではなく、来期以降の将来不安に対応し、今期内の設備投資を優先させたものである。その点から判断すると、来期は反動で急速に冷え込む可能性が高い。
	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、売上共に横ばいである。

	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連は堅調で、海外からの引き合いも増加傾向にある。
	その他製造業 [事務用品] （営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が例年と変わらない。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・太陽光発電などの動きは落ち着いたようにみえたが、引き合いは多い。土壌汚染調査の問合せも、通常よりも多くなっている。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・年度末の工事では、技能労務者不足に苦労している。今後も高齢化により、技能労務者の不足はより深刻な問題になる。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・人手不足や働き方改革の影響で、人件費が高騰する傾向にあるが、販売価格に転嫁するのは難しい。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・学習機が売れていないため、配達件数が少なくなっている。
	金融業 [投資運用業]（代表）	それ以外	・最近、ますます貧富の差や大企業と中小零細企業との格差が広がっているように感じる。今後、大きな企業が小さな企業を抑えて生き残るという構図は、ますます顕著になっていく。景気の実感については、自分がどの組織に属しているかによって大きく異なる。
	金融業（副支店長）	取引先の様子	・得意先の決算書にも、増収増益の動きはなかなかみられない。また、融資条件の変更の申し出も少し増えていると感じる。
	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こともあり、例年数字は悪いが、今年も折込件数が少ない。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体、Web媒体共に、売上は前年比100%前後で推移している。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・通常であれば出てくる期末の広告出稿が、今年は芳しくない。
	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	・9月の台風の影響で忙しくなったが、受注は徐々に落ち着いてきている。
	その他非製造業 [機械器具卸] （経営者）	取引先の様子	・受注量には余り変化がなく、今後の予算の見積りが少し減ってきている。
	食料品製造業 （従業員）	受注量や販売量の動き	・今年に入り、出荷量が前年の実績を下回ってきている。競合他社が価格攻勢によって市場を荒らしていることが原因である。
	食料品製造業 （営業担当）	受注量や販売量の動き	・客の購買がかなり減ったほか、気温も上がらない状態であり、やや景気が悪い。
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・全体的に微減であり、産地の主力である白タオルの動きが芳しくない。
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・販売数量が前年比で10%減少している。
	出版・印刷・関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響か、印刷物の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	・出荷量に関しては、11月に前年比で若干減少した後、12～1月は大幅に減少している。
	金属製品製造業 （営業担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の販売量が、1月末頃から急激に落ちている。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・本市からの企業の撤退が続いている。企業の社宅や事務所のニーズも減っているほか、空室率も上がり、賃料は下落している。
	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	・大阪でも特にインバウンド需要の強い駅で、外国人観光客の来店が減少し、売上に影響している。一方、京都では僅かに増えており、売上増につながっている。
	その他非製造業 [商社]（営業担当）	取引先の様子	・前月や2か月前にはスポット案件が出てきたが、継続案件は決まらなかった。今後も継続案件の獲得がキーとなるが、現時点ではめどが立っていない。
	×	*	*

雇用 関連  (近畿)	-	-	-
	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・3か月前に比べると、求人数の動きは若干鈍化しているように感じる。
	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・派遣料金の請求単価が上がってきている。発注元の企業にも、請求のアップに応じてもらえるケースが増えている。
	新聞社 [ 求人広告 ] (営業担当)	求人数の動き	・最近では募集のなかった企業の求人が増加している。
	人材派遣会社 (経営者)	雇用形態の様子	・非正規社員による正社員化の動きが増えたが、それは最近3か月の現象ではなく、前年から続いている動きである。
	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・年度末が近づいているため、業界全体が慌ただしい動きとなっている。特に、公共関連の入札はほぼ完了しつつあるが、金額的には前年を上回る勢いとなっている。民間の仕事も需給バランスが力強い状況に変化はなく、この動きは来年度以降も続きそうである。
	人材派遣会社 (役員)	雇用形態の様子	・今月も相変わらず、求職者からの一般派遣への応募は減少傾向が続いている。正社員や直接雇用を前提とした、紹介予定派遣への応募が圧倒的多数を占めている。
	人材派遣会社 (営業担当)	雇用形態の様子	・正社員の後任を募集する際も、派遣での補充要請が増えている。
	新聞社 [ 求人広告 ] (管理担当)	求人数の動き	・新聞広告における求人数には、景気の方向性を示すような目立った傾向はみられない。構造的に人手不足である、建築や物流、介護などの業種は、一定数の求人を維持しているが、その他の業種については、特に大きな動きはみられない。
	新聞社 [ 求人広告 ] (担当者)	それ以外	・新聞広告の動きにも、例年の年度末予算の活発さが全くみられない。
	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・今月の新規求職者数は、前年比で4か月連続減少している。また、新規求人数も前年比で6か月連続減少している。ただし、求職者数に比べて求人数は圧倒的に多いため、1月の新規求人倍率は2.0倍を超えているほか、有効求人倍率も1.8倍を超えており、高止まりで推移している。一方、相談窓口での特徴は、新規求職者や紹介件数、就職件数は前年比で2けた減少しており、職業相談を行っても紹介に至らないケースが目立っている。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・直近は建設業のほか、自動車や産業用機械関連の製造業の求人が増えている。事業所からは、米中貿易摩擦などの海外経済に対する懸念の声も出ているが、求人への直接の影響は、現時点ではみられない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・前年と比べて求人数は高止まりで推移している一方、求職者数の減少が続いており、求人倍率は高いままとなっている。特に、建設関係の求人倍率が高い。
	民間職業紹介機関 (マネージャー)	採用者数の動き	・好調な状況は変わらないが、業況としては上がりきった感がある。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は高い水準で横ばいのため、景気はやや良いと感じている。また、求人数が多く、安心感もあるためか、学生の動きが悪い。採用企業側はかなり苦戦していると感じる。
	学校 [ 大学 ] (就職担当)	採用者数の動き	・医療関連の人手不足はまだ終息していない。今年度も100%の就職内定率が達成できたとはいえ、景気の回復が進んでいるとはまだいえない。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	求職者数の動き	・求人数は少し回復しているが、求職者が少なく、マッチングが難しい状況である。
	学校 [ 大学 ] (就職担当)	採用者数の動き	・大手企業が、先行きを見越して採用数を絞ってきている。
	x	-	-