

7. 近畿（地域別調査機関：リそな総合研究所（株））

（-：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	商店街（代表者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の影響で、今月中旬から売上が急増している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税増税前のまとめ買いがみられる。
		百貨店（企画担当）	それ以外	・今月は、外国人客向け売上の堅調な伸び（前年比180%）に加え、中旬以降は消費税増税前の駆け込み需要で売上が加速度的に伸びている。駆け込み需要に関しては、生活必需品に限らず、特選ブティック、宝飾品、時計などの高額品の売上が大きく増え、増税前という状況が消費意欲を喚起する要因となっている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で、化粧品などの消耗品の動きが良い。高額品は取扱が少ないために動きがない。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の動きが活発になり、特に消耗品である化粧品の売上は前年比130～140%で推移している。客1人当たりの買上点数が増えるなど、まとめ買いが多くみられる。
		百貨店（販促担当）	単価の動き	・今月に入り、いよいよ消費税増税前の駆け込み需要がはっきりと表れている。特に高額品の増加が顕著で、前年を大きく上回る推移となっている。化粧品などの消耗必需品も好調であるが、通常の衣料品には目立った動きがなく、堅実な購買がみられる。
		百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が増える3月となり、ブライダル関連を含む特選ジュエリーや、化粧品などの消耗品、紳士服衣料や肌着などの特定商品を中心に、予想を上回る販売量で推移している。
		百貨店（外商担当）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が多く、高額品の売行きは堅調に伸びている。
		百貨店（売場マネージャー）	単価の動き	・消費税増税前ということで高額品はもちろん、直近では低額品の動きも良くなっている。まだもらっていないギフトの返礼品や、来年の防寒アイテムの購入など、思った以上に先の消費がみられる。周囲やメディアの報道にあおられたのか、雰囲気になされての購入も目立つ。
		百貨店（商品担当）	単価の動き	・消費税増税前で、特選ブランド、宝飾品、化粧品など的高額商品を中心に駆け込み需要が多い。売上は前年比で150%となっている。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・消費税増税前で、今月は輸入品の時計、宝飾品の売上が前年比で200%増、住文化用品（家具を含む）が60%増、紳士服衣料が60%増で、店全体でも45%増と好調である。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・2月末ごろから消費税増税前の駆け込み需要が発生し、日持ちする物や日常的に使う物を中心に、日ごろは売れない物まで売れている。結果として、来客数も販売点数も伸び、特価品だけでなく定価で販売している商品の売行きも良い。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要による売上増加が、商品によって極端に出ているが、一過性の動きである。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・さすがに消費税増税の直前月とあって、これまでの大型品や高額品に加えて、身の回り品の動きが活発化し、これまで厳しかった量販店も上向いている。本当の意味での好景気といえるかどうかは別にして、販売量は増加している。
		スーパー（店長）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が、白物家電などの大型商材から日用消耗品や加工食品などに移行し、客単価の上昇などの大きな効果を生んでいる。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が想定よりも幅広く、衣料品では紳士用カッターシャツ、靴、スーツケースなどの売上が伸び、住関連では一般化粧品やカウンセリング化粧品が大きく伸びた。消耗品、食料品は想定範囲内で推移している。駆け込み需要に関する情報があふれていることで、想定外の商品の売行きにも好影響が出ている。
家電量販店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要と、太陽光発電の年度末需要が重なって案件が増えており、動きが良い。		
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要によって、自動車販売が非常に好調である。ただし、新車の在庫がなく、納車ができない状況である。		

	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で購入が増え、販売量が前年よりも増えている。
	乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・4月1日からの消費税増税に伴い、今月は駆け込み需要で、客が非常に増えている。
	その他専門店 [宝石](経営者)	お客様の様子	・来月からの消費税増税の直前であり、客単価や来客数もすべて良い状態であるが、来月以降はどのような反動があるかが心配である。
	都市型ホテル (総務担当)	単価の動き	・宿泊の販売単価が上昇している。
やや良くなっている	一般小売店[事務用品](経営者)	販売量の動き	・消費税増税前ということで、年度末の駆け込み需要の動きが例年よりも強い感じがあるが、例年になく物流の混乱がひどく、物が売れても運べない。
	一般小売店[時計](経営者)	来客数の動き	・消費税増税が頭にあるからか、月の中ごろから急に来客数が増えた。具体的に高額品が動いたわけではないが、修理の引取りなども普段より早く、売上の増加につながっている。
	一般小売店[珈琲](経営者)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で、通常以上の購入量となっている。ただし、今後への悪影響は非常に大きい。
	一般小売店[家具](経営者)	販売量の動き	・消費税増税前で購入量が増えている。
	一般小売店 [花](店長)	販売量の動き	・駆け込み需要による購入が、3月一杯は続きそうである。
	百貨店(売場主任)	単価の動き	・全館の売上は前年比で約30%増となっている。特に、時計、宝飾品など的高額品や、化粧品などの消耗品の売上が大幅に伸びている。消費税増税前ということで、普段は買わない商品を買う動きや、普段よりも高額な商品を買う傾向もあり、客単価が大幅に上がっている。
	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の影響で、3月の後半は販売量が増加している。
	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・今月は消費税増税前の駆け込み需要もあり、売上は通常月よりも前年比で20%以上の上乗せとなっている。また、商業施設がグランドオープンしたこともあり、来客数が前年の2~3倍と大幅に増加している。すべてのアイテムが好調とは言い難いが、特にスーツ、バッグ、靴といったビジネス関連の実需商材は大きく伸びている。
	百貨店(企画担当)	来客数の動き	・3月の全面開業後は、来客数がそれまでの2倍になっている。さらに、消費税増税前でもあるため、購買意欲のある客が増えており、時計や特選ブランドといった高額商品の動きが良い。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・以前から購入を検討していた高額な商品を、消費税率が上がる前に買うなど、高級時計や海外ブランド品の駆け込み需要が月後半から目立っている。
	百貨店(サービス担当)	来客数の動き	・今月は長年にわたる改修工事が終了したことで、来客数が前年比約120%増で推移している。消費税率引上げ前の駆け込み需要とも重なって、特選高級ブランド商品や宝飾品など的高額品が好調に推移している。
	百貨店(店長)	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要などで、来客数や販売金額が上向いている。
	百貨店(商品担当)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要はみられるが、依然として高額商品などの一部商材にとどまっている。百貨店では生活必需品の購入頻度が少ないため、月末にかけてもこれ以上の大きな盛り上がりはなさそうである。
	百貨店(外商担当)	販売量の動き	・3月に入ってから、駆け込みの注文がかなり多くなっている。特に、3月中旬以降は高級時計の注文が毎日数件あるなど、今までにない売行きである。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が増え、販売量が伸びている。日持ちのする日用雑貨や調味料、米や酒類、乾物などが主に動いている。
スーパー(企画担当)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で、食品、衣料品、生活用品の売上が好調である。	
スーパー(広報担当)	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が食品や消耗雑貨にも表れている。飲料のケース販売やティッシュペーパー、トイレットペーパーなどのまとめ買いが増え、客単価が上昇している。	

スーパー（社員）	単価の動き	・気温の低い日が多く、冬物の食材を中心に商品は活発に動き、現在も好調を維持している。特に、消費税増税を控え、食品部門も高額商品の動きが良くなっている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・消費税増税で各社の仕事量が増えた様子で、夜の来客数が増え、売上の増加につながっている。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・プレミアム商品の売上が相変わらず好調なほか、消費税増税前にたばこをカートン買いする客が増えている。
コンビニ（広告担当）	単価の動き	・来客数よりも客単価が上向く傾向にある。消費税増税前のたばこなどのまとめ買いによる影響が少しは出ている。ただし、高額商品の取扱が少ないため、それ以外はあまり変化がない。
家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・消費税増税を前に、来客数や客単価が上向いている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税のため、今月中に購入したいという客が増えているが、4月以降は必ずこの反動がくる。
自動車備品販売店（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税前ということもあり、客の購買意欲がかなり高まっている。よく吟味することなく購入する客もみられる。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・来店客に購入意欲が感じられるなど、財布のひもが緩んできている。
その他小売【インターネット通販】（企画担当）	お客様の様子	・3月初旬から消費税増税前の駆け込み需要が出てきている。ポイントアップの特典を加えたことで好調な動きとなっているが、特典終了と共に駆け込みは沈静化しつつあるため、増税後の反動は小さくないと覚悟している。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・3月は送別会や打ち上げなどの団体予約が非常に多くなっている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・10名以上の急な食事会や会社の部署単位での小さなパーティーなど、会社が絡んだ飲食が増えている。また、個人利用では、リピート回数はあまり増えていないが、久しぶりの外食で少し高額な物を選ぶ客が多い。
一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・例年に比べて法人からの宴会の予約が増えている。外国人によるハラル関連の利用も多くなってきた。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・昨年も来客数は多かったが、今年は昨年よりも更に増えている。ただし、客単価は若干であるが下がっている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響が読めない状況である。宿泊業にどのような影響が出てくるのか、徐々に判明してくる。
旅行代理店（店長）	お客様の様子	・旅行の予約が増えているなど、実際の動きがみられる。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・3月単月では、消費税増税前の駆け込み需要で好調となっている。
タクシー運転手	競争相手の様子	・年度末で世間が動いているほか、様々な要素によって企業が動いている。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要がみられる。
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、当ホールは同規模の全国ホールで稼働日数が最も多かった。来年度も既に申込がほぼ今年度に近い状況となっている。また、ホール内で販売している出演者のCD売上が、発売時期にも左右されるが、3月は1千万円弱に上っている。
住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・消費税増税前となり、工事関係者が大変忙しくなっている。新規の発注では人員、部材共に不足している。
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）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要がみられる。

変わらない

一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・3月と昨年12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3月が102.4%で、12月が101.6%、関東は3月が100.0%で、12月が96.4%、中部は3月が91.2%で、12月が98.1%、中国は3月が88.4%で、12月が109.1%となり、各地区合計の平均は3月が97.3%で、12月が101.0%となっている。12月時点では景気も上向き傾向であったが、3月に入ってから消費税増税前の駆け込み需要もあまりなく、予想以上に苦戦している。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	お客様の様子	・4月からの消費税増税に対し、客の動きをあまり感じることはない。特に、生鮮品ではまとめ買いの様子もなく、落ち着いているように感じる。
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・海外からの観光客はかなり増えているものの、売上の増加には直結していない。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・今月も景気回復の要素はなく、売上也低調なままとなっている。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・春物衣料の立ち上げ時期で少しは動きがあったが、景気が良くなっているという実感は全くない。
一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・ここへきて飲食関係の動きが悪くなり、それに伴って当店の売上也伸びていない。
一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が増えている。
百貨店（売場主任）	来客数の動き	・まだまだ東日本大震災の影響や企業の業況、輸出入の不安定な状況、株価や為替の状況、国内需要、雇用の不安定感など、長期的な見通しが立たない。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要により、前年比で20%の売上増となっているが、高額品のけん引によるものである。一般の紳士、婦人の衣料品は10%増、食料品は4%増にとどまっていることから、景気が良いとは言いきれない。
スーパー（経営者）	販売量の動き	・今月の前半は普段の動きと変わらなかったが、20日前後から調味料や酒、米などが普段の1.5倍ぐらい売れている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・販売点数が昨年並みに回復している。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・2～3月は駆け込み需要の影響でプラスの動きはみられるが、4月の落ち込みは避けられない。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要を予想していたが、スーパー、百貨店では売上が伸びている一方、コンビニにはあまり大きな変化はみられない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税を前にしたセールを3月25日まで実施していることで、買上点数が前年比で0.6%増え、売上の増加につながっている。ただし、花粉症関連商品のマスクや目薬は前年比で30～40%減少している。
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の外食店からの駆け込み注文などはほとんどなく、特に大きな動きは感じられない。景気自体は依然として変わらない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・消費税増税前であるが、販売側が期待しているほど消費者の購買意欲は高まっていない。
一般レストラン（店員）	来客数の動き	・毎年、3月末から4月にかけて暇になるが、今年は平均的に動いている。
スナック（経営者）	単価の動き	・不安定な天候の影響もあり、客の出足は良くなかったが、職場の異動による送別会などの予約に助けられている。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	来客数の動き	・例年に比べて平均気温が低かったため、来客数は前年の水準を3%程度下回っている。
観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・特に変わった様子は見受けられない。高額商品が動くわけでもなく、旅館なので駆け込み需要もない。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊はビジネス、観光共に好調が続いており、単価も上がり始めている。韓国、中国からの訪日客も前年比で大幅に増加している。一方、宴会部門は前年並みで勢いがなく、単価も上がっていない。特に、会議や研修、就職説明会の需要が大きく減少している。

都市型ホテル (マネージャー)	来客数の動き	・宿泊部門では、外国人観光客の動きが引き続き増加傾向にあり、国内のレジャー客も昨年に比べて増えている。宴会部門と食堂部門はほぼ前年並みで推移しており、大きな変化はみられない。消費税増税前の駆け込み需要は、期待していたほどなかった。	
都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・阿倍野地区の商業施設の全面開業で地域がにぎわっている。宿泊売上は前年比で110%と、稼働率、客室単価共に前年を上回っている。	
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・関東のテーマパークの行事が終了したため、国内旅行は昨年を大きく割り込むことが予測されたが、伊勢神宮を含めて昨年並みに動いている。海外旅行も、件数は減っているが、客単価が上昇したことで昨年並みに推移している。	
タクシー運転手	お客様の様子	・良くなることも悪くなることもなく、変わらない。	
タクシー運転手	単価の動き	・全体として、流し営業での収入が安定的に推移している。	
競艇場(職員)	単価の動き	・客1人当たりの売上単価は3か月前と変わらない。一方で来場者数の減少が続くなど、全体的な傾向は変わっていない。	
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	・年明け以降、集客は前年と同じような傾向であり、海外からのインバウンド客だけは、やや堅調な動きとなっている。	
美容室(店長)	販売量の動き	・消費税増税の影響で駆け込み需要が増え、売上が伸びている。化粧品の在庫は、ほぼ売り切った状態である。	
美容室(店員)	販売量の動き	・卒業式の着物のレンタルや髪セットが今年が目立って多かったほか、商品の販売量も増えている。消費税増税はあるが、景気には今のところ変化がみられない。	
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	・特に旧型店舗の多い関西エリアでは、CD、DVD販売の売上前年比は相変わらず低迷を続けており、全体の売上の足を引っ張っているため、改装が急務となっている。	
住宅販売会社(経営者)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要も一段落し、集客は安定してきている。	
住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・当社関連の商業施設では、来客数は好調に推移しているものの、売上は完全には比例していない。ただし、水準としてはほぼ見込みどおりである。	
住宅販売会社(従業員)	来客数の動き	・今春、モデルルームをオープンする2物件に対し、それぞれ供給戸数の5倍以上の問い合わせがあるなど、消費マインドは非常に高い。	
その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・不動産購入希望者の動きに大きな変動はないが、建築コストなどの上昇で価格が高騰し始めており、今後の購入マインドの低下要因として不安が高まっている。	
やや悪くなっている	スーパー(管理担当)	競争相手の様子	・同業他社のほとんどが賃金のベースアップの回答を行っているが、当社は見込めそうにない。
	スーパー(開発担当)	それ以外	・4月の消費税増税を前に駆け込み需要が増加している。
	乗用車販売店(営業企画)	単価の動き	・卸売業界では買い渋りの動きがはつきりし始め、仕入れを控える業者が多くなっている。
	乗用車販売店(販売担当)	販売量の動き	・今月の中旬から来客数はそれほど減少していないものの、急に受注量が激減している。
	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・月末になるにつれて、消費税率引上げ前の駆け込み需要で、商店街にも人通りが増えている。ただし、来客数は増えたが、全体的な売上は変わらない。
	一般レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・ほかの地域と比較して、関西の売上の前年比が低い傾向が続いており、特に大阪中心部が低くなっている。来客数の前年比が減少傾向にあるため、単価の上昇で売上を維持している状況である。
	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・来客数の前年比が全体的に伸びていないほか、客単価も落ちている。
	都市型ホテル(支配人)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で景気は上昇すると予想していたが、期待したほどの需要はない。まだ景気が上向くまでには時間がかかる。
	旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・消費税増税を控え、いよいよ客の出費が日用品や耐久消費財に向かっている。春休みの旅行を控え、冷蔵庫を買換えるなどの話を聞くことが多い。

		通信会社（社員）	販売量の動き	・消費税増税の始まる4月が目前となり、契約を控える動きが増え始めている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・消費税増税の影響が、例年に比べて来客数の伸びに勢いが無い。
		パチンコ店（店員）	来客数の動き	・昨年と比べて、来客数が落ち込んでいる。
		住宅販売会社（総務担当）	来客数の動き	・展示場の来客数が前年の水準に届かず、来場客も様子見の状況で、具体的な商談が進まない。
		その他住宅[展示場]（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の3月の来客数は、前年比で1割減となっている。
	悪くなっている	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・春分の日以降は暖かくなったにもかかわらず、来客数が低迷している。消費税増税前の駆け込み需要の動きも限定的であり、夏物については年々早まっているバーゲン待ちの様子である。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・2月から3月の前半までは、前年を大きく割り込む動きが続いた。消費税増税による物価の上昇に備え、ぜいたく品や衣類の購入を節約する流れが広がっており、売上が前年よりも3～4割ぐらい減少している。
		競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は10,072円で、今月の客単価は9,687円となっている。
企業動向関連 (近畿)	良くなっている	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末は例年忙しいが、消費税増税前の駆け込み需要の影響が、いつも以上に大口受注が多い。売上は前年比で35%以上増加している。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・2月以降は受注量が増加しており、消費税増税前の駆け込み需要による影響が出ている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先では、小売業も製造業も、明らかに消費税増税前の駆け込み需要で売上が増えている。既に欠品や納期遅れも常態化しているが、それも当然のことと許容されている感覚がある。
やや良くなっている		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の影響があり、生産、販売共に増えている。もう少し前から需要が増えていればよかったが、消費税増税間際になってからの販売増となっている。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前であり、消費者のまとめ買いが少し目立っている。飲料水ではミネラルウォーターにまとめ買いの傾向がみられる。
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要と思われるが、受注量は前年比で10%以上多くなっている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後に販売を予定している、新商品の受注が入ってきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・当社の景況感にはあまり変化がないものの、取引先の設備計画などには積極性がみられる。
		電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・国内では新製品の開発や技術革新、品質の向上、歩留りの向上への取組が活発になっている。まだ自社の業績に目立った結果は表れていないが、海外市場でも同じ傾向がみられるので、今後に期待している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が微増となっている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・引き合い件数の増加がみられる。ただし、引き合いが増えれば、確実に設備投資が実施されるかどうかは分からない。
		輸送業（商品管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で、販売量が増加している。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・今月の売上は、前年比170%と今までにない水準となっている。
		輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・年度末や消費税増税前ということもあり、事務機器の配送が多く、トラックはフル稼働となっている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・消費税増税前で受注が増え、取引先の様子は順調となっている。
		新聞販売店[広告]（店主）	受注量や販売量の動き	・折込件数が増え、売上が伸びている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東京本社ほどではないが、大阪も前年比120%の勢いで受注がある。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の、駆け込みによる広告出稿が多い。

	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・店頭客数は前年比で微増の状態を維持しており、比較的順調と感じる。ただし、消費税増税前の影響もやや関係しているため、楽観視はできない。
	その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の関係もあると思われるが、通常よりも受注量が増えており、実績が上がってきている。
	その他非製造業 〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税率引上げ前の駆け込み需要が予想どおりに出てきている。日用品が多く、実際には3月の最終週にかけて急な注文が入ったが、物流がひっ迫しており、あまり納品できなかったため、それほどの恩恵は受けていない。4月以降の落ち込みはさほど大きくないと考えており、全体的には高額商品にけん引されて、消費全体が明るいうムードとなっている。
変わらない	繊維工業（総務担当）	それ以外	・中国からの米ドル建て製品の輸入比率が上昇しているため、今回の急激な円安が大幅な仕入コストの増加につながり、業績の悪化として表れている。
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・販売量は前年比で5%も増加していないが、これが消費税率引上げ前の購入と考えれば、4月以降は目減りが見込まれる。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の関係で駆け込み需要が出てきているが、それを除くと変化はない。
	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	受注量や販売量の動き	・3月は決算と消費税増税の影響が重なり、一時的に受注量も増えて多忙を極めた。ただし、前年比ではマイナスであり、予断を許さない状況となっている。住宅関連は、特に4月以降の落ち込みが予想される。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響が、自動車部品用材料の荷動きに減速感が出始めている。
	金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・大型の太陽光発電関連の製品は、消費税増税前の駆け込み受注で生産が追いつかないほどであり、3月末はトラックの確保も困難であった。ただし、4月前半は出荷予定がほとんどなく、4月後半からは通常の出荷量に戻りそうである。
	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今年度の下半期は、6か月とも高い操業率が続いている。
	一般機械器具製造業（設計担当）	受注量や販売量の動き	・一時期よりも受注量が安定している。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・アベノミクスの開始から1年以上が経過し、これまで中小企業の製造業には影響がなかったものの、ようやく少しは動き出した気がする。ただし、まだ中小企業が回復するには時間がかかりそうである。
	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・法人営業では消費税増税による駆け込み需要はなく、増税後の不透明感が強い。一方、耐久消費財で急いで買わなくてよい物は、買い控えが始まっている。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税率の引上げ前で仕事は入ってきているが、4月からはどうなるかが分からない。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	それ以外	・前年に比べて実売は伸びているが、消費税率引上げ前の駆け込み需要であるため、景気が上向きとはいえない。来月以降の反動減を考えると、景気の悪化も危惧される。
	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	・消費税増税前であるが、受注量に変化がない。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・太陽光発電事業が、政策の追い風もあって順調に伸びている。ただし、外注企業は忙しく、なかなか注文できる先が見当たらない状況である。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月までは消費税増税の関係で工事は好調に増えている。一方、管理技術者や技能労働者不足のほか、賃金や建設資材価格の上昇は相変わらず続いている。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・関西の家電メーカーの関連会社と取引をしているが、まだ少しリストラの余波があり、消費税増税の関係もあって好ましい結果は出ていない。
	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	・消費税増税前に忙しくなることもなく、3月が終わりそうである。
	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	・消費税増税の直前ではあるが、駅ナカ店舗ではこれといった駆け込み需要はみられない。コンビニでのたばこのカートン買いぐらいであり、一部の商品に限られるため、売上は微増にとどまっている。

	やや悪くなっている	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税に伴う駆け込み需要が落ち着いてきている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・リフォームなどの小・中規模の案件の問い合わせが減ってきている。
		通信業（管理担当）	それ以外	・消費税増税に伴う駆け込み需要で若干景気が良くなっているが、この後の反動減が心配である。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前で受注が増えるという期待に反し、受注量は3か月前よりも減少している。
	悪くなっている	-	-	-
雇用関連 (近畿)	良くなっている	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・ここ数か月は消費税増税の影響もあり、例年よりも求人数が大幅に増えている。さらに、求人数に対して求職者が足りておらず、人材の確保に苦戦している。これは離職者が少なくなっている証拠でもあり、少しずつ上向きになっている。
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・3月末に多くの企業が決算を迎えるが、総じて業績は好調のようである。ただし、来年度に向けての雇用情勢は、4～6月は好調であるが、その後は不透明な状態である。
		人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・正社員への登用が前提の案件が微増となり、仕事の件数自体も増加している。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・年度末の駆け込み需要も多く、人材不足感がある。
		アウトソーシング企業（営業担当）	求職者数の動き	・今までは応募者に内定を出すと、かなりの確率で入社を決めてくれたが、最近は求職者が仕事を選び始めている。求職者からみて、応募できる求人が増えていることで、内定を断っても次があるという考えになってきている。
		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、ここ3か月は前年を大幅に上回っている。やはり消費税増税前の駆け込み需要の影響が大きい。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・現時点では駆け込み需要の関係で一時的に良くなっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が増加するなかで、求人を募集する事業所数も増加しており、特に製造業が目立っている。
		民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・大卒求人倍率は米国の大型金融機関の破たん以来、5年ぶりの上昇となっている。今後は2015年3月卒の動向が注目されるが、今のところは順調である。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人が横ばいになりつつあるなど、やや悪くなっている。依然として求職者の数は少ないが、やがて人が余る状況になるかもしれないという懸念が出始めている。
新聞社〔求人広告〕（管理担当）		求人数の動き	・求人広告は現状維持で推移しており、伸びはみられない。特に、中小企業が中心の関西エリアでは、景気の盛り上がりを感じられない。	
新聞社〔求人広告〕（営業担当）		求人数の動き	・新卒に対する求人意欲は高まっているように感じる。転職市場でも、優秀な人材を求める動きは活発化している。ただし、特に景気の高揚感が感じられるわけではない。	
職業安定所（職員）		求人数の動き	・新規求人数は引き続き増加しており、その他のサービス業は前年比で14%の増加、医療・福祉も12%の増加となっている。製造業の求人もここ数か月は増加しており、今月は61.4%の増加となった。一方、卸売・小売業の求人は、3か月ぶりに2.3%の減少となっている。	
職業安定所（職員）		求人数の動き	・前月に若干減少した新規求人数は前年比で15%以上の増加となり、製造業についても27.5%増と6か月連続の2けた増となった。一方、新規求職者数は10%以上の減少となり、特に会社都合による離職者が極端に減少している。求人企業からは人手不足に関する切実な相談が多い。	
民間職業紹介機関（職員）		求人数の動き	・建設部門を中心とした日雇い求人数は需要が多く、今後更に増える可能性が高いが、労働者不足が足を引っ張っている。	
学校〔大学〕（就職担当）		求人数の動き	・時期的な問題もあり、求人依頼件数が停滞気味である。	
	やや悪くなっている			
	悪くなっている	-	-	-