

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)	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・3月中旬に近隣に大型ショッピングモールが開店し、商店街の来客数が減っていたが、1か月が経過して客が戻ってきている。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・年度末から新年度にかけて、商品の動きは良い。ただし、週末になると客で混雑しているコーナーと、閑散としているところの差を感じる。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・商品の幅を広げ、更に単品での在庫管理を行うことで、客の選ぶ楽しさや、新メニューの提案などを行っている結果、販売点数は前年を上回っている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・イートインコーナーを利用する客が増え、ファーストフードや弁当類の販売が増加傾向にある。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・飲料がかなり売れ出している。
		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	・受注や問い合わせを含め、受電が全く追いつかない状態である。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・暖かくなるにつれて、人の動きが良くなってきている。
		高級レストラン（企画）	来客数の動き	・ツアーを中心とした、インバウンドの団体客による催行率が高く、3か月前と比較しても勢いが弱まっていない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・波はまだまだあるものの、平日の団体による宴会や小規模パーティーの来客数が少しずつ伸びてきている。前年と比べても明らかに伸びており、特別に安く売ったり、クーポンを配布しなくても、客は自分のニーズに合った店選びをしていることから、景気は少し回復していると感じる。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・花見シーズンでもあり、インバウンドを中心に好調な宿泊が続いている。客室稼働率は限界まで上がっており、単価アップによって収入が増え、前年比で110%の推移となっている。それに伴い、朝食需要も大幅に増加しているが、宴会収入は前年並みで好調とは言い難い。
		タクシー運転手	お客様の様子	・京都は修学旅行生が多く、毎日貸切りで回っているが、流し営業での利用は横ばいである。
		美容室（店員）	販売量の動き	・気温が上がって髪型を変える客が増え、単価が上がってきている。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・新年度に入る前の住宅売買が、予想よりも多くなっている。
	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・例年は各社の決算期に伴って競合が激化するが、今年の受注は前年を上回っている。	
変わらない		商店街（代表者）	単価の動き	・客単価が下がってきている。特に、単品買いが増えている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・4月の商店街各店の状況は、3月の低迷に比べると若干盛り返してきたが、前年を上回るには至らず、前年の98～100%で終了した様子である。また、大阪の中心地から離れているにもかかわらず、中国からの客が桜見物などで前年よりも増えている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	お客様の様子	・卸売、小売共に、客の財布のひもが固い。インバウンドも一時的勢いが落ち着いた状況である。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・近年は従来よりも春らしい季節が短いせいも、春物の動きが悪い。もう少し暑くなり夏物が動くまでには、まだ時間がかかる。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・相変わらず飲食関係の動きが悪く、当店に対する注文状況もあまり良くない。
		一般小売店〔自転車〕（店長）	販売量の動き	・新生活の始まる4月であるにもかかわらず、売行きは悪い。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・外国人観光客向けの売上は好調であるが、身の回り品、食料品などの売上は相変わらず悪い。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・熊本地震の影響か、店頭に来客数や単価は週末でも低迷している。その一方、富裕客による高級時計や高級ブランド靴の引き合いは非常に多く、あまり影響は感じられない。

百貨店（販促担当）	販売量の動き	・ 今月も動きに大きな変化はなく、食品、雑貨は堅調であるが、衣料品は苦戦している。気候は良いものの動きは鈍く、ヒットアイテムもない中で傾向は変わらない。熊本地震の心理的な影響は目立たないが、一定の購買抑制心理が作用していると思われる。高額品は希少性のある物などに人気があり、動きは底堅い。
スーパー（店長）	販売量の動き	・ 2月に競合店がオープンして以来、週末がかなり苦戦している。平日はまだ持ちこたえているところが救いである。
スーパー（店長）	販売量の動き	・ 食品の購入点数は、やや昨年を下回る傾向にあるが、衣料品の購入を控える動きはみられず、例年どおりの販売状況となっている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・ マイナス金利や景気の減速感に加え、熊本地震があり、従来からの節約マインドが強まりつつある。売上の顕著な減少はなく、底堅いものの、上向き状況ではない。
スーパー（広報担当）	来客数の動き	・ 気温も平年並みで、衣料品の売上は比較的堅調に推移しているが、住居関連品の動きが今一つである。食料品は生鮮関連もやや低調であるが、食品雑貨や総菜が好調であり、全体的にはほぼ昨年並みの水準となっている。
スーパー（開発担当）	お客様の様子	・ 全体的に単価が低い特売品は売れるが、定番商品の売上は上がらない。
スーパー（社員）	競争相手の様子	・ 昨年から今年にかけて、多くの店舗で来客数が前年比で増加している。競合他社から当社店舗に客がシフトしていることもあり得るが、競合他社の店舗も来店客は多く、活発な様子であるため、客の消費は前年よりも活発になっていると考えられる。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・ 来客の動きに特に顕著な変化はみられない。
コンビニ（店員）	お客様の様子	・ 客の節約傾向は相変わらずで、売上も横ばい状態である。
コンビニ（店員）	お客様の様子	・ 月前半はレジャー客が多く、忙しい日も多かったが、後半はゴールデンウィークに入るまで来客数も少なく、単価も低い。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・ 値上げ商品もあったが、全体が大きく変わるほどではない。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・ 春物と夏物を買い控える客が増えている。
乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・ 大手自動車メーカーの燃費不正問題などで、客の動きに注目している。
その他専門店【医薬品】（経営者）	来客数の動き	・ 特定メーカーの紙おむつが、今年の初旬までは爆買いに近い状況であったが、メーカーが中国のサイトで直接販売するようになり、当店で購入がほぼなくなった。おむつ関連だけみれば、大きく減少している。
その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・ 以前に比べると、外国人客が増加し、日本人客は減少している。株価の変動も来客数に影響している。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・ 催事などで高価格帯の商品を購入する客はいても、全体的な入場者からみると、その割合は少ない。
その他専門店【スポーツ用品】（経理担当）	販売量の動き	・ 景気の上向き感は全くない。
その他飲食【自動販売機（飲料）】（管理担当）	お客様の様子	・ 4月は移転案件と新規が入り混じるので、忙しいが、全体量が増えたようには思わない。
都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・ 客室稼働率は依然として高い状態ではあるが、直近の集客には陰りがみられる。レストランの来客数も普通の水準であるほか、宴会関係は依然として苦戦しているのが現状である。
タクシー運転手	来客数の動き	・ 街中での動きが最近少し良くなってきている。
タクシー運転手	お客様の様子	・ 外国人観光客の需要が徐々に伸びてはいるものの、大きな流れにはなっていない。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・ 客の売上状況には、特に変化はみられない。
通信会社（社員）	販売量の動き	・ 新年度が始まり、契約数の落ち込みが少し和らいでいる。

	ゴルフ場（支配人）	単価の動き	・物価の上昇や熊本地震による影響が出ている。
	パチンコ店（店員）	お客様の様子	・新入社員が入ってくる時期に、熊本地震の対応も重なり、大変だと感じる。
	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	・熊本地震の影響が出ている地域は別にして、当エリアは従来の傾向どおりである。販売部門の売上の減少を、レンタルや書籍、カフェなどの相乗効果でカバーして、全体では前年並みの売上を維持している。
	住宅販売会社 （経営者）	販売量の動き	・住宅販売各社は、新築物件の販売に苦慮している。一部の投資家向けの案件は好調のようだが、全体的には流通が停滞気味と感じている。
	住宅販売会社 （従業員）	競争相手の様子	・分譲マンション用の土地取得競争が激化しており、土地価格の高騰が続いている。
	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	・顧客に変化はみられない。
やや悪くなっている	一般小売店 [珈琲]（経営者）	それ以外	・大阪市内の商業施設の売上は、アジアからの旅行者によって好調な一方、周辺の市町村での売上が低迷している。また、熊本地震の関係で、仕入商品の調達ができなくなり、欠品が起きている。
	一般小売店 [時計]（経営者）	来客数の動き	・気温の変化が激しく、天気の良くない日も続いたため、来客数が激減した。当店には年配の客が多く、シルバーカーや杖を必要とする客には外出が難しい時期であった。また、比較的近い場所に巨大なショッピングモールがオープンし、華やかなオープニングイベントが何日か続いたため、この辺りはひっそりとしている。
	一般小売店 [菓子]（経営企画担当）	販売量の動き	・4月と1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4月が93.8%で、1月が99.8%、関東は4月が96.3%で、1月が99.8%、中部は4月が102.0%で、1月が106.8%、中国は4月が84.0%で、1月が95.7%となり、各地区の平均は4月が94.3%で、1月が100.3%と、4月に入ってから非常に悪い。熊本地震が多少影響しているのかもしれないが、特に4月中旬ごろから更に下降気味である。
	一般小売店 [精肉]（管理担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィークを前に、消費をあえて抑えているのか、外食も含めて消費が鈍くなっているように感じる。春休みが終わると、急に週末も含めて商品の動きが鈍くなった。今年のゴールデンウィークは大型であるため、余計に抑えているのかもしれない。
	一般小売店 [花]（店長）	来客数の動き	・卒業や入学、送別の時期が終わり、来客数が減っている。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・3月から食料品を担当しているが、3月はプロモーション効果も含め、ほぼ前年並みをキープしたが、4月に入って少し厳しい状況である。特に、菓子や進物、酒などの動きが鈍い一方、生鮮品は好調である。熊本地震以降は良い数字が出ていない。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は目標を下回る見込みである。熊本地震以降、消費を抑える傾向が目立つ。特に、実需型商品の減少が厳しい。さらに、客はファッションよりも、食やコトのほか、趣味やし好み、こだわりの商品への消費に変わってきており、不要不急の消費はますます抑え気味である。
	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・昨年のこの時期は、中国人観光客による爆買いの影響で、売上が大きく底上げされていた。今年は化粧品の売上が前年を上回っているが、高級時計や特選ブランドの高額品は、前年からほぼ半減しており、免税売上も前年比で3割減となる見通し。富裕層の外商顧客の動きは、前月から幾分は回復しているが、しばらくは反動減による影響が続き、厳しい状況が続くそうである。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・婦人服と菓子の動きが悪い。
	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は売上、入店客数、客単価、レジ客数など、すべてが前年実績を約3%下回って推移している。特に、熊本地震が発生してから、いつ地震が起きると心配する暗い雰囲気が広がって、購買意欲が鈍化しているように感じる。

百貨店（服飾品担当）	お客様の様子	・ 3月末からの雨天の影響もあって、月前半の売上は苦戦したが、後半になっても顧客の動きは活発化せず、買い控えの様子がみられた。特に、衣料品の動きがかなり悪く、ヤング、アダルトのすべてにおいて、春物商戦が縮小している。また、ラグジュアリー商材も国内客の売上がやや悪く、メンズのみが好調に推移している。その一方、雑貨関連も宝飾品に買い控えがみられ、客単価が前年比で96%と下がっている。消耗品である化粧品だけが好調を維持するなど、客の嗜好品の買い方に変化がみられる。
百貨店（商品担当）	来客数の動き	・ インバウンドの売上にも以前ほどの勢いがなく、特選ブティックや婦人服などのファッション商品が売れずに苦戦している。特に、来客数が減っている。
百貨店（商品担当）	来客数の動き	・ 化粧品などのように、インバウンド需要に支えられ、好調を維持している商品があるものの、全体的には入店客数が伸び悩み、厳しい状況となっている。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・ 先月までは店頭売上が前年を上回る推移をしていたものの、今月は前年比で2.6%減となっている。高額品の落ち込みが顕著であり、特選衣料はマイナス6.5%、宝飾品はマイナス25.1%という推移である。インバウンド関連の売上も全体で前年比マイナス3.2%に対し、特選衣料は前年比でマイナス25%、宝飾品はマイナス45%と、やはり高額品が大きく減少している。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・ 衣料品の売上減をインバウンド売上がカバーするという状況に変わりはないが、インバウンドの高額受注が減少してきている。トータルでは伸びているが、以前のような伸び率は望めない。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・ 原油安や株安のほか、小幅な賃上げを背景にした国内景気の低迷のほか、物価上昇の影響や、可処分所得の停滞を払しょくする材料がないため、生活防衛意識が強くなってきている。そのため、特に中間所得者のマインドの回復が見込めない。
百貨店（営業企画）	お客様の様子	・ 熊本地震や、世界経済の低迷によるリスク回避の円高などで、消費マインドが悪化している。
百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・ 株安や熊本地震の影響を受けてか、高価格帯の商品の動きが厳しく、買い控えが増えている。特に、年配客にその傾向が強く感じられる。
百貨店（販売推進担当）	販売量の動き	・ 強いていえば販売量が良くないが、来客数と単価の変化をみると、両方悪化している。単価の低い商品が動き、来客数も低迷傾向にある。インバウンド需要も、来客数、単価共にダウン傾向にある。
百貨店（マネージャー）	単価の動き	・ 成長のけん引役であった、富裕層の高額消費が前年比でマイナスに転じている。特に、輸入時計や紳士服の海外ブランドなど、高級品の客単価の下落が顕著である。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・ これまで単価を押し上げていた輸入原材料の価格が、円高や需給の緩みなどで低下し始め、それを販売点数の増加でカバーできない状況になりつつある。具体的には、豚肉や食用油、穀物類などを使用する食品類で、販売点数をカバーしようと各社が価格訴求を強め、2～3年前の状況に戻りつつある。
スーパー（店長）	販売量の動き	・ 1人当たりの買上点数が昨年を下回っており、回復の兆しがみえない。必要でない商品は安くても買わないなど、節約志向が顕著な反面、割引セールには反応が良く、単品での価格訴求よりも効果的である。
スーパー（店員）	単価の動き	・ 熊本地震の影響で野菜の単価が高くなり、特売日しか客の入りも良くない。
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・ 野菜の相場安、鮮魚の不振で、売上が前年割れとなっている。
スーパー（企画）	来客数の動き	・ 昨年秋から個人消費は踊り場に入り、衣料品、生活関連品は苦戦していたが、食料品は好調であった。年明け以降は下降局面へ突入し、春先からは食料品にまで買い渋りがみられる。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ 昼食の弁当購入の際、お茶やみそ汁、カップめんなどのプラスワンの購入がなくなり、パンと飲物などで安く済ませる人が多くなっている。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・ 客の財布のひもが固い。家電製品を故障しない限り買い換ええない傾向が強くなり、販売量が落ち込んでいる。

家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・熊本地震の影響で、消費の自粛ムードが高まっているように感じる。また、九州での建物倒壊や道路の寸断により、現地の生産ラインがストップし、復旧までに時間がかかりそうである。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・昨年よく報道された大手企業の過去最高益というニュースも、最近では耳にしなくなり、円高、株安傾向が続いている。資産価値が減っているのか、客の購買意欲も昨年より下がっている。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・4月の決算明けは、例年受注が落ち込む。今年は特に悪く、前年比で約8割となっている。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・株価の乱高下により、なかなか客の購買意欲が高まってこない。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・例年であれば、そろそろ個人客の商談数が伸びてくる時期であるが、今年は非常に少ない。購入時期の計画も具体的でなく、慎重さがみられ、先延ばしする客が多い。
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・のりの価格高騰により、利益の確保が難しくなっている。競合他社との競争上、思うように値上げができていない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・平日の来客数が厳しい。
一般レストラン（経理担当）	来客数の動き	・国内経済の閉そく感や、消費意欲を低下させるような外部要因が強く影響している。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・来客数の前年比は、今年に入って低下傾向が続いている。それまで多かった土日の来客数も、ディナー、ランチの順に減少がみられる。4月の前半は、前年と比較して花見の期間が長く、天候も良好で好調となったが、後半はそれ以上の低下が続いている。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	来客数の動き	・比較的低価格の商品を取り扱っているが、利用者の数は前月から減り始め、前年比での減少幅が大きくなっている。客との会話でも、収入が増える見込みもないので、日々の支出を節約しているとの声が聞かれる。
観光型ホテル（経営者）	それ以外	・4月については、昨年にもみられた大型団体の利用が今年はなく、稼働率、販売量共に悪化した。ただし、インターネット予約を中心とした個人客の動きは、引き続き好調である。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・やや高単価の宿が不調である。
観光型旅館（管理担当）	お客様の様子	・連泊での利用が減少傾向にあるほか、売店での購入金額が伸びない。
都市型ホテル（支配人）	お客様の様子	・熊本地震による被害が非常に大きく、歓送迎会やお花見などの宴会予約がかなりキャンセルになるなど、落ち込みは非常に大きい。
都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊の客室稼働率がやや低迷しており、前年を下回る日が続いている。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・熊本地震の影響で、九州方面のキャンセルが相次いでいる。振替希望も半数ぐらいいはあるが、ゴールデンウィークは既に予約が取りにくい状況であり、国内旅行が大きく落ち込んでいる。
旅行代理店（店長）	お客様の様子	・熊本地震で景気がかなり落ち込んでいるほか、旅行に関しても大きな影響を受けており、見通しが立たない。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・熊本地震の影響は一時的な動きになるかもしれないが、自然災害に対する不安もみられる。
旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・熊本地震の影響が大きく出ている。個人の一般客はほぼキャンセルとなり、行き先を振り替えるのではなく、時期を改めるといった動きが多い。教育旅行の客は、時期や方面の変更となるが、行楽については地震の後は控えるといった動きが出ており、状況はかなり悪くなっている。
タクシー運転手	お客様の様子	・年度末から新年度にかけての波も落ち着き、一段落している状態で、暇である。
通信会社（企画担当）	お客様の様子	・アミューズメント施設で、メダルゲームの設置台数が減少している。
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・近くに大きな娯楽施設がオープンする。その影響が既に出始めているのか、集客の勢いが非常に鈍い。
競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は10,911円で、今月の客単価は9,860円と下がっている。

		美容室（店長）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・客の余裕がどんどんなくなっており、節約傾向が強まっている。セット販売の化粧品も、使う分しか売れない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・4月の来場数は前年比で1割ほど減少している。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・熊本地震の影響で、不動産の購入マインドが低下している。また、復興に向けた人員の確保により、建築費の更なる上昇が懸念される。
	悪くなっている	百貨店（営業担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・節約志向が更に強くなり、一つ一つの買上に対して慎重になっている。また、特選ブランドや時計、宝飾関連の動きが引き続き低迷している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・当店の南と北にある競合店が共にリニューアルオープンしたため、車での移動が苦にならない人はそちらに出かけている。人口減少の影響も含め、来客数が大幅に減少している。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・4月は春らしい日が少なく、春物衣料が売れずに半分近く残っている。5月になると夏物が中心になるため、春物の在庫を抱えることになる。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・天候不順の影響もあるが、熊本地震の発生によって財布のひもが固まっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・4月初めは花見などで人の往来が激しく、来客数も伸びて順調であったが、熊本地震以降は外食する気にならないのか、来客数も減っている。
企業動向関連	良くなっている	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・2か月連続で、単月としては直近10年間で最高の売上を記録した。また、熊本地震の支援関連の受注もきており、短期的にみれば非常に景気は良い。
(近畿)	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	<ul style="list-style-type: none"> ・連休前のこの時期は荷動きが活発になるが、今年は業務用製品の動きも良く、例年以上に上向き傾向である。九州地方への販売もごくわずかにあったので、熊本地震の影響もあまりみられない。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・気温の上昇によって飲料水の販売が好調であり、販売店の受注量は伸びている。
		食料品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・まとめ買いが多くなってきている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・期末に発注控えがあった影響もあると思われるが、4月は発注量が増えてきている。昨年に比べても少し多い。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・偶然に受注量や販売量が増えているのではなく、注文のサイクルが短くなっていることで、弱いながらも手ごたえを感じる。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・新規受注が既存製品の売上の落ち込みを補って、業績を支えてくれている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・年度末が過ぎてから、少し受注量が増えてきた。電話での問い合わせも多くなっている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・期初の割に、広告の出稿状況が良い。
		コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・受注量は若干であるが、右肩上がりでの推移している。年度末の動きも好調であり、やや良い印象である。
	変わらない	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・企業によって受注量にばらつきがあるようである。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・受注量や販売量は、季節的要因を考慮すると変化はない。先日の業界の会合でも変化は感じられず、どちらかといえば近畿地区は少し減少傾向といった意見が多い。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・あまり大きな変化もなく、低位安定状態が続いている。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・建築、土木関連には目立った物件がなく、太陽光発電関連も全盛期の10分の1になっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・ここ数か月の景気は低調であるが、特に今月が落ち込んでいるわけではない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・以前は国内の景気が悪く、海外は活気があったが、最近は海外でもコスト競争が厳しくなっている。これまで日本の競争力は高コストの影響で低下してきたが、政府による価格上昇政策により、ビジネスの足が引っ張られている。金融緩和にもかかわらず、物価は上がっていないため、多少はほっとしているが、海外での競争激化が不安である。

	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上は良いが、受注が減少している。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・海外からの引き合いが、やや減少傾向にある一方、国内の自動車産業からの引き合いが増加傾向にあり、全体としては現状維持である。	
	建設業（経営者）	取引先の様子	・3月末の完了工事が一段落し、技能労務者不足も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	・集客は増えているようだが、客単価は低いままである。	
	輸送業（営業所長）	それ以外	・仕事の案件は増えてきたが、運転手不足で受けられない時がある。	
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・一番売れるこの時期に売れないのは、目新しさがなくなったことが要因と考えられる。	
	通信業（管理担当）	取引先の様子	・市場にも当社にも、あまり変化がない。	
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・中長期的に為替の円高方向への推移は免れず、それを見越して不安感が高まる。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・読者数が伸び悩み、何とか現状を維持している状況である。折込件数も2～3月は上向いたものの、今月は良くない。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・Web広告、紙の広告共に、前年の売上をいくらか下回る状態は今年も変わっていない。	
	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	・ゴールデンウィーク前でバタバタしているが、前半は忙しくなかったため、トータルでは変わらない。	
	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	・今月は特に外国人観光客の花見が目立ったほか、テーマパークの周年記念祭の効果により、関西の主要駅は大いににぎわっている。	
やや悪くなっている	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・得意先による消費者向け催事では、販売数が減少している。景気の足踏み感が購買意欲に悪影響を及ぼしており、富裕層への販売によって全体の売上を下支えしている。熊本地震による影響は、これから出てくると予想される。	
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・販売数量が、前年よりも5%少ない。	
	不動産業（営業担当）	競争相手の様子	・円高が進んでおり、国内での投資が止まっている。それに伴い、神戸の事務所や社宅、不動産の賃貸ニーズが減少し、景気は悪くなっている。	
	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・郊外のショッピングセンターにおいては、来客数は横ばいであるが、売上が前年をやや下回っている。	
	経営コンサルタント	それ以外	・周辺の小売店をみると、大型店舗では高級品の販売と低価格品の販売の二極化がみられる。一方、一般の小売店では、来客数の減少や購入単価の低下がみられる。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	競争相手の様子	・日々の受注量が減少し、物件の見積依頼なども非常に少なくなってきた。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・価格競争が始まり、単価の下落が止まらない。価格差による失注も増えてきている。	
悪くなっている	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・先行きが不透明である。	
(近畿) 雇用 関連	良くなっている	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・求人数が前年の120%を超えているほか、人材紹介については200%以上の実績が出ている。求職者の売り手市場になっており、求人側の企業の質や姿勢次第で、マッチングに差が出ている。当社においても、対応しきれない求人は断っている。
	やや良くなっている	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・機械メーカーを中心に、求人が増加している。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人企業数が前年比10%増で推移している。前年も増えたが、今年も増加傾向が続いている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・新年度に入って全体的に動きは落ち着いており、本来の派遣の動きに戻りつつある。労働者派遣法の改正への理解度が増してきたため、このゴールデンウィーク明けから忙しくなると予想している。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・年度が新しくなり、しばらくは求人が落ち着いている。
人材派遣会社（営業担当）		求職者数の動き	・求職者数が3月に比べて落ち着いてきており、全体的に動きが鈍く、慎重である。	

	新聞社 [求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・新聞の求人広告は新規参入会社が低迷し、拡大していく可能性があまり感じられない。これからは高齢者の求人に特化することも必要であり、60歳以上の高齢者の実績や人脈の活用につながる情報発信が重要と考えられる。
	新聞社 [求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・新聞求人数に特徴的な動きはなく、景気に変化は感じられない。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・年度が変わっても特に何の変化もなく、スロースタートである。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・昨年に比べても、求人数が増加している。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年比で27.9%増え、8か月連続の増加となっている。4月の増加幅が大きいのは、チェーン展開する飲食店から全国の店舗の求人が大量に出たことが要因である。この大量求人を除くと、求人数は前年の実績を下回るが、これは前年に別の大量求人があったことが要因とみられる。業種別では、前述の飲食業が大幅に増加したほか、製造業、専門・技術サービス業、労働者派遣業などで増加している。一方、宿泊業、社会福祉・介護事業、情報通信業、卸・小売業などでは減少となった。事業所への景況感のヒアリングでは、普通という声が多く聞かれる。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・求人数は依然として多く、人材が採用できていない企業が多いため、現在の良い環境が続くと予想される。
	学校 [大学] (就職担当)	それ以外	・通期途中のサラリーマンに、心なしか元気がないように感じられる。インバウンドの方が元気のようにみえる。
やや悪くなっている	人材派遣会社 (役員)	採用者数の動き	・昨年度までは企業の採用数が増加の一途であったが、今年になって落ち着いてきており、更に先月、今月と減少傾向にある。季節的な問題や、労働者派遣法の改正による影響もあるが、採用意欲に一時のおう盛さが感じられない。
	アウトソーシング企業 (管理担当)	それ以外	・仕事がないわけではないが、単価の悪い物ばかりである。
	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・大阪府内の企業に対する調査では、景況感が悪化している。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・新入社員が入社するため、派遣求人の動きは落ち着いている。ゴールデンウィークを挟むため、出勤日数が減り、売上も減少する傾向にある。
	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・県内企業の求人数が昨年に比べて少なくなっている。
悪くなっている	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・電話での聞き取りでも、今年は特別に悪いという、建設下請業者の声が聞かれる。