

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（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			
	やや良く なっている	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が増加しており、電池交換や修理などの細かい注文が中心ではあるが、売上は安定している。ただし、近隣の同業者が高齢のため休業しており、その客がこちらへ回ってきていることは明らかであるため、景気が良くなったとはいえない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税の後は落ち込むと予測していたが、逆に売上が伸びている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・消費税増税後の買い控えはあまり感じられない。宝飾品、時計、特選雑貨などの高額品は落ち込んでいるが、衣料品の落ち込みは少なく、3～4月の合計では前年を上回っている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前月の消費税増税前の駆け込み需要の反動で、宝飾品などの高額品が落ち込んでいるものの、そのほかの身の回り品や食料品は回復が早い。毎年恒例の北海道物産展も、例年に劣らぬにぎわいをみせている。
		百貨店（店長）	単価の動き	・消費税増税が始まったが、想定内の売上減でとどまっている。入店数や顧客の購買単価も、予想したほどの落ち込みは感じられない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・消費税増税前の買いための影響は若干あるものの、景気が落ち込むイメージはない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・新しい商品やサービスへの反応のほか、ちょっと良い商品に対する感度が上がってきている。安い商品への反応も変化し、いわゆる安物には動かなくなってきた。特に、良い商品が少し安くなると非常に反応が良い。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・3月下旬の駆け込み需要の反動から、予想よりも早い回復がみられる。消費は底堅さを示しており、当面は維持可能である。
		スーパー（社員）	お客様の様子	・消費税増税による影響はみられるが、店頭での客の購買は活発であり、売上も主力部門である生鮮食品を中心に堅調に推移している。増税による売上の減少は一時的なものと考えている。
		コンビニ（広告担当）	単価の動き	・年初と比較すると、若干上向き傾向の感覚がある。日々の消費がメインであるため、消費税増税の前も後も大きな変化はない。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・夜の団体利用客が連日多く来店している。思ったほど消費税増税の影響はない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・会社関係の客については、社内異動や転職などで入れ替わりが多く、新規顧客が増えてきている。消費税増税の開始に合わせてメニューの見直しや単価の変更を行ったため、不安定な部分もあったが、1か月が経過した最近では随分落ち着いてきている。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・3月の来客数は前年比がほかの地区に比べて低かったが、客単価は健闘し、売上は前年をクリアした。4月はテレビ番組で取り上げられた影響もあり、来客数は前年を上回っている。
		一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・官庁や学校、法人関係の歓送迎会が集中する月であり、特に景気に左右される様子はない。単価も通常の宴会よりも高い水準で推移している。インバウンド客の利用も増加している。
	その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	販売量の動き	・消費税増税に伴い販売価格の見直しを行った結果、客足は減少したものの、現時点では想定範囲内に収まっている。一方、売上は単価上昇によって増税前を上回る結果となっている。	
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊の好調は長く続いており、ここ最近では単価も徐々に上昇している。ビジネス客も活発であるが、中国、韓国からの団体客が大幅に増加し、単価も上がっている。一方、宴会部門では、定例の会合は確保できているが、新規受注が伸び悩み、苦戦が続いている。最近では周辺地区から都心部への企業の移転、撤退が増え、影響が出ている。	
	旅行代理店（店長）	お客様の様子	・あまり値段にこだわらない客が多くなっている。ただし、現在は消費税率引上げの影響もあり、旅行の申込はまだ様子見の客が多い。	

	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・クルーズ商品がよく売れている。
	タクシー運転手	競争相手の様子	・アベノミクス効果が続いている。
	通信会社（経営者）	お客様の様子	・客の受注状況が改善しているほか、消費税増税前の駆け込み需要の好影響も続いている。パソコンの基本ソフトのサポート終了による需要も継続している。
	その他レジャー施設 [ イベントホール ]（職員）	来客数の動き	・近くの大規模スーパーマーケットに2週間連続で行ったが、過去に例がないほどの駐車台数で、空きスペースを探すのと、出庫するのに非常に時間がかかった。店内も大混雑で、消費税増税の影響による買い控えは感じられない。
変わらない	一般小売店 [ 菓子 ]（経営企画担当）	販売量の動き	・4月現在と1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4月が94.9%で、1月が102.0%、関東は4月が100.8%で、1月が99.9%、中部は4月が84.6%で、1月が94.0%、中国は4月が83.7%で、1月が101.6%となり、各地区合計の平均は4月が92.4%で、1月が99.9%となっている。1月時点では景気も上向きであったが、4月に入ってから消費税増税による落ち込みがみられる。ただし、地区によってバラつきがあり、特に関東、首都圏ではさほど影響はないようにみえるが、ほかの地区では影響が出ているように感じる。
	一般小売店 [ 衣服 ]（経営者）	来客数の動き	・来客数は堅調であるが、相変わらず売上は悪い日が多い。
	一般小売店 [ 衣服 ]（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後、懸念していたほどは来客数が落ち込んでいない。
	一般小売店 [ 野菜 ]（店長）	お客様の様子	・消費税率が8%になり、良いものが売れるよりも、安いものが売れている。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・消費税増税の影響を受けて、百貨店は厳しい状況となっている。食料品のウエイトが高いため、影響を受けないと予想していたが、洋菓子や和菓子の売行きが厳しい。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・今月は消費税増税の影響により、スーツなどの一部商品の動きが鈍い。ただし、施設が新規オープンしたこともあるが、4月も前年の約2.5倍の客が来店しており、増税前よりも好調なアイテムもある。また、一部の輸入品などの高額品には増税の影響はあまりみられず、予想したほど売上に対する影響は感じられない。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・消費税増税前は、高額品を中心に売上は前年比で20～30%アップとなったが、バブル時に比べると消費者はやや冷静であった。
	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響は想定をやや上回り、商圏内への競合店の出店などもあり、総じてやや厳しい状況となっている。
	スーパー（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た米や酒、紙、洗剤などは、販売量が減少したものの、生鮮3品やそうざいなどは相変わらず好調を維持している。消費税率が上がっても、客の買物内容からは、特にそれを意識しているようには感じられない。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・消費税率が3%上がったが、今月の中ごろまでは客の反応があった。ゴールデンウィーク明けまでは、増税の感覚に慣れていない客の動きが続く。
	スーパー（広報担当）	それ以外	・消費税増税による駆け込み需要と反動減の影響が大きく、実際の景気動向を判断するのは難しい。
	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の影響で多少の売上減を予想していたが、たばこのまとめ買いの反動を除けば、来客数、客単価ともにほぼ変化しておらず、消費税増税の影響はほとんど感じられない。
	コンビニ（店員）	来客数の動き	・消費税増税による大きな変化は感じられない。
	衣料品専門店（販売担当）	単価の動き	・今のところは買い控えも少なく、変わらない状態である。
家電量販店（店員）	お客様の様子	・消費税増税後は来客数が半減したほか、商品の買い渋りが目立つ。	
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の影響があるかと思っていたが、特に変わらない。	
乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・例年は4月末から来客数が増加するが、今年はその傾向がみられない。	

住関連専門店 (店長)	販売量の動き	・消費増税による売上減少を懸念していたが、実際に著しい落ち込みはなく、前月や前年同月と比べても、さほど売上に変化はない。
その他専門店 [食品](経営者)	販売量の動き	・景気は変わらないが、もしくは下降傾向にある。消費増税の影響は今のところあまり感じないが、ベースの売上自体が思わしくない。
その他専門店 [宝飾品](販売担当)	お客様の様子	・家電や生活用品などは、消費増税による価格変更の影響が出やすい一方、宝飾品などは、消費者の価値観と価格が一致すれば、買い渋りや購入の見送りといった動きはある程度回避できる。
その他専門店 [スポーツ用品](経理担当)	販売量の動き	・消費増税前の駆け込み需要の反動減が意外にある。小売部門は4月初旬、実績割れの日が続いた。
その他小売 [インターネット通販](企画担当)	お客様の様子	・4月に入り、顧客からの注文は想定以上の落ち込みとなっている。70代を中心とした顧客には消費増税に加え、年金支給額の減少などもあり、早い段階での売上回復は見込みにくい状況である。
一般レストラン (店員)	お客様の様子	・今月は異動の関係で客の入れ替わりがあった。数字的にはさほど悪くないが、客の動きが定着するまでには1か月程度かかる。
観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・前年比では若干落ちているが、消費増税の影響もそれほど感じられず、それなりに好調を維持している。
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・心配していた消費増税の影響は、特にないように感じる。出足が鈍ると予想したが、通常どおりの動きである。
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・4月初旬は花見で行楽客が多くみられたが、イベント当日は悪天候となったため、入場者が半減し、収益も伸びなかった。ただし、3か月前に比べると来客数が増えている分、客単価が若干上昇している。
観光型旅館(団体役員)	来客数の動き	・宿泊人員は依然として、前年比で90%台と低迷しているが、1人当たりの宿泊単価は下げ止まりつつある。1人当たりの消費単価も、前年の水準を何とか維持できている。
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増加が続いており、好調に推移している。宴会部門も前年を上回っている一方、食堂部門のほとんどの店舗では、売上が前年を割り込んでいる。近隣にオープンした施設の影響が大きいと思われるが、消費増税による影響も否定できない。
都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・昨年から続く訪日外国人客の増加に伴い、宿泊の売上は前年比で107%と、稼働率、客室単価ともに前年を上回っている。
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・4月上旬は昨年の80%程度の受付であり、消費増税の影響を心配したものの、中旬になって急速に取り戻し、昨年並みとなりそうな状況である。予想どおり関東のテーマパークが前年比で2けたの落ち込みとなり、足を引っ張っているが、海外旅行がその分を補っている。
タクシー運転手	お客様の様子	・消費増税後の運賃上昇により、乗り控えが懸念されたが、ほとんど影響はない。
通信会社(社員)	販売量の動き	・消費増税の問題が少し始めている。例年は転居の多い時期で申込数も増加するが、大型テレビの需要が一時的にストップしつつある。ケーブルテレビの新規申込も前年比では減少傾向となっている。
ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・来場者数は若干減少している。消費増税で支払金額はアップしたが、客からの反応に特に変化はなく、景気は大きく変わっていない。
パチンコ店(店員)	来客数の動き	・消費増税後も大きな変化がない。
競艇場(職員)	単価の動き	・1人当たりの購買単価は、3か月前と比較しても差がない。
美容室(店員)	単価の動き	・特に変化はなく、パーマやカラーの客単価も落ちていない。
その他サービス [保険代理店](経営者)	お客様の様子	・一部の国民は潤っているようであるが、全体的に消費を抑えている様子がみられる。また、ガソリンの値上げの影響で節約を強いられている様子であり、景気がすくなく良くなることはない。

	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	・消費税増税の影響はあまりみられず、今までどりの前年割れ傾向が続いている。ただし、ブックカフェのカフェ売上は好調に推移している。
	住宅販売会社 （経営者）	販売量の動き	・消費税増税の影響で、新築住宅を中心とした買い控えを予想していたが、購入助成金や住宅ローン控除の拡充などであまり影響がなく、販売量の変化は少ない。
	住宅販売会社 （総務担当）	来客数の動き	・消費税増税以降は、展示場への来場者数が前年比で10%程度減少している。この状況はしばらく続く。
	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	・事業用の投資物件は、取引件数の増減があまりみられない。
やや悪く なっている	商店街（代表 者）	販売量の動き	・3月の反動により、前年比で20%ほど売上が減少している。
	一般小売店〔珈 琲〕（経営者）	競争相手の様子	・同業者の廃業やM&Aの動きがみられる。
	一般小売店〔精 肉〕（管理担 当）	お客様の様子	・消費税増税の影響というよりも、近隣のスーパーなどによるセール合戦の影響が出ているように感じる。消費税率が上がっているのに、安く感じるような価格が多く見受けられ、デフレ感が戻ってきている。
	一般小売店 〔花〕（店長）	来客数の動き	・消費税増税後、客足は少なくなっている。
	一般小売店〔雑 貨〕（店長）	販売量の動き	・幹線道路が開通し、そこに競合他社が2軒オープンしてから、更に売上が落ち込んでいる。
	一般小売店〔菓 子〕（営業担 当）	販売量の動き	・3月はある程度の販売量となったが、今月は初旬から販売量が減少している。ぜいたく品やし好品を扱っているため、まだまだ厳しい状況が続く。
	百貨店（売場主 任）	来客数の動き	・中間価格帯の衣料品は、消費税増税前の駆け込み需要による売上げ増が少なかった割に、増税後の買い控えによる売上げ減はしっかりと影響を受けている。
	百貨店（企画担 当）	販売量の動き	・3月の消費税増税前の駆け込み需要の反動が大きく、来客数は多いにもかかわらず、購入客数が前年を大きく下回っている。
	百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・消費税増税後は、富裕層の優良顧客でも食品を除いて買上が減っている。高級ブランド品や美術品は引き合いも全くなく、10万円以上の商品の買上点数が非常に少なくなっている。
	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の反動で、消耗品を中心に影響が出ている。
	百貨店（商品担 当）	販売量の動き	・消費税増税後の落ち込みで、食品や衣料品も前年比で15%ほど売上げ減少している。税抜き表示が増え、支払時に金額が大きく変わること、増税を実感している客が多い。
	百貨店（サービ ス担当）	お客様の様子	・先月までは、消費税増税前の駆け込み効果で高額商品を中心に好調であったが、今月は来客数に変化はないものの、手に商品を持っていない客が目立つなど、購買意欲の鈍化に苦戦している。
	百貨店（売場マ ネージャー）	来客数の動き	・消費税増税後の動きに関しては、月前半はやはり客の動きが一時落ち着いたものの、月後半になって購買意欲は少しずつ戻ってきた感覚がある。新商品、新イベントなどは好評であり、仕掛けに対する反応がみられる。
	百貨店（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は前回よりも多かったが、増税後の落ち込みは前回よりも小さい。ただし、12～13%は前年の売上げを下回っている。
	百貨店（外商担 当）	販売量の動き	・3月の消費税増税前の駆け込み需要の反動が出ている。3月は好調に推移していた高級時計は1点も売れなかったため、全体の売上に影響が出ている。
	百貨店（売場マ ネージャー）	それ以外	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減はあるが、予想していたことであり、対策として特価品を増やしている。特価品はそれなりに動いているが、やはりオンシーズンでありながら定価品が苦戦している。
スーパー（店 長）	販売量の動き	・消費税増税後は、来客数や買上点数が減少しているが、徐々に戻りつつある。	
スーパー（店 長）	来客数の動き	・白物家電や消耗品、加工食品など、駆け込み需要が大きかった商品は反動減も大きく、回復が遅い。来客数も減少傾向が続いている。一方、駆け込み需要が少なかった商品は回復基調にある。	

スーパー（企画担当）	販売量の動き	・消費税増税後の買い控えの影響で売上が減少している。特に、住居関連、衣料品、ドライ食品の減少が目立つ。	
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・消費税増税前と増税後を比べると、想定以上に駆け込み需要の反動減が大きくなっている。	
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・たはこの売上が、消費税増税の前よりも15%減少している。	
コンビニ（店長）	単価の動き	・消費税増税後、極端に悪くなったというほどではないが、たはこの買い控えなどが継続的に続いており、客単価がそれに引っ張られている。	
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は消費税増税で多少落ち込んでいるものの、予想したほど悪くない。前月に駆け込み需要がほとんどなかった分、落ち込みも少なくなっている。	
家電量販店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後は若干の落ち込みがあり、販売量は減っている。ただし、客の景況感そのものに大きな変化はない。	
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・3月までの忙しさがうそのように、仕事が暇になっている。	
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・消費税率の引上げによって購入意欲が低下し、販売台数が減っている。	
乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・受注数が消費税増税前と比べて大きく減少しており、来客数も少ない。	
住関連専門店（店員）	販売量の動き	・高価格帯の商品に絞って売上を確認すると、前年の約60%にまで落ち込んでいる。	
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・4月1日に消費税が増税となることで、3月中旬以降に駆け込み需要が増えた。高価な物よりも、千円前後の生活必需品の買いだめが特に多く、それらの落ち込みは今も続いている。	
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの予約状況が良くない。日並びが悪い影響もあるかもしれないが、来客数が昨年よりも落ちている。また、今年は海外旅行よりも近場の観光地が人気を集めそうであるが、その効果も少ない。	
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・4月からの消費税増税により景気に一服感があり、しばらくこの状況は続く。	
都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・レストランの来客数が前年比で10%減っている。3月は前年比で増えていたが、4月に入り、料飲部門を中心に低迷している。	
旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークは日並びも悪く、予約は前年を10%程度下回っている。消費税増税で3月に普段よりもお金を使った客が多く、その反動減も影響している。	
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・4月は為替や株価の変動による影響に加え、消費税増税の影響が一時的に出ている。	
タクシー運転手	お客様の様子	・路上で空車が目立つようになるなど、客が財布のひもを締めている感覚がある。	
通信会社（企画担当）	単価の動き	・コインゲームが中心であり、消費税増税分が価格に転嫁しにくい業界であるため、大きな影響を受けている。	
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・消費税増税の影響は思っていた以上にあると感じている。	
観光名所（経理担当）	来客数の動き	・当社のような集客施設は、消費税増税前の駆け込み需要の影響はそれほどなかったが、消費税増税後の消費者マインドの低下により、観光・レジャー産業全体が影響を受けている。	
住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・年度末を境に、客の反響や販売量が減少している。	
住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・マンションデベロッパー各社は、この3月は完成在庫が非常に少なかったものの、未完成の販売中案件では集客が落ちてきている。一方、人気が高い案件は大量集客につながっているなど、二極化がみられる。	
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・新築マンションのモデルルームへの来場者数は減少傾向となっている。消費税増税の影響ではなく、建築コストの上昇で販売価格の上昇が顕著になるなか、今が買い時という意識が低下してきている。	
悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・消費税増税前に買いだめの動きがあったため、今月は落ち込んでいる。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・アパレル専門店は全体的に世間の動きと同じであるが、4月中旬以降は流行の商品が予想外に動き始めている。
	一般小売店〔花〕（店員）	お客様の様子	・消費税増税後、客の購買意欲が明らかに落ちており、追加で商品を買ってもらえなくなっている。

百貨店（企画担当）	販売量の動き	・ 2月下旬からみられた消費税増税前の駆け込み需要により、3月は前年比で36%増と大きく売上を伸ばしたが、今月はその反動で売上は約15%減となる見通しである。外国人向けの売上は堅調な伸びが継続しているが、増税による悪影響はしばらく続く。	
百貨店（外商担当）	お客様の様子	・ 消費税増税の影響が大きく、客には買い控えの動きがみられる。	
百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・ 3月の消費税率引上げ前の駆け込み需要による売上増の反動がかなり大きく出ている。特に、化粧品のような消耗品の売上は落ち込みがひどく、3月に伸びた分がそのまま減少している。また、同じく高額なアクセサリーも落ち込みが激しく、同じような状況となっている。	
百貨店（販促担当）	販売量の動き	・ 消費税増税が始まり、3月の駆け込み需要の反動が予想以上に出ている。特に、高額品や化粧品など、駆け込み需要の大きかった商材は反動減が大きい。当然、来客数にも多少の影響が出ており、月前半は駆け込み需要がなかった商材にも、買い控えの雰囲気の一部でみられた。一方、食品に関しては影響がほぼなく、堅調に推移している。	
スーパー（店長）	お客様の様子	・ 消費税増税前はまとめ買いが多少あったが、都市部ほどは多くなかったため、落ち込みも小さい。	
スーパー（店長）	販売量の動き	・ 消費税増税の直後ということもあり、売上全体としては前年比で1割以上悪化している。生鮮食品はほぼ戻ってきたものの、加工食品、日用消耗品、家電、寝具、衣料品は2割前後の減少率であり、商品別に異なるものの、厳しい状況となっている。	
家電量販店（店長）	単価の動き	・ レジ客数は前年比で80%と、想像以上に持ちこたえているが、冷蔵庫、エアコンなどの販売台数が伸びず、単価も低い。	
家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・ 予測していたとはいえ、やはり消費税増税の影響が出ており、来客数が土日も前年比で激減している。	
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・ 消費税増税の影響は想像以上であり、4月の売上は前月の70%程度に落ち込んでいる。	
乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・ 消費税増税前の駆け込み需要は、新車、中古車の販売だけではなく、点検や車検、修理などにも大きな動きがあった。反動減は過去にあったエコカー補助金以上の規模であり、予想していたとおり、すべての指標が大きく悪化している。	
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・ 消費税増税の影響により、来客数が極端に減っている。	
その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・ 4月から消費税率が8%上がったのを機に、来客数や客単価が悪化した。この傾向は当分続く。	
競輪場（職員）	単価の動き	・ 今月の客単価は9,633円と、3か月前の10,603円から消費税増税の影響で下がっている。	
美容室（店長）	来客数の動き	・ 3月の反動で4月の売上は過去最低となったが、想定範囲内にとどまっている。	
その他住宅【展示場】（従業員）	来客数の動き	・ 4月の住宅展示場への来場数は、前年比で2割程度落ち込んでいる。	
企業動向関連（近畿）	良く なっている 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	・ 消費税増税による駆け込み需要が多少あり、今月の荷動きは悪くなると考えていたが、予想したほどではない。業務用の商品で1か月ぐらいの在庫分を増税前に購入した顧客もあったが、20日過ぎには新たな発注も入ってきた。意外にほかの商品の荷動きも良くなっている。
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ 1月は時期的に最悪であったため、その比較では良くなっているが、内容を見ると力強さは感じられない。必要な分を必要なだけ購入するスタイルは変わらない。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・ 国内企業からの引き合いが増加傾向にある。
	金融業【投資運用業】（代表）	それ以外	・ 26年3月期の各企業の決算が好調である。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ 広告に対する抵抗がなくなっており、検討してから決断までの時間が短くなっている。

	その他非製造業 〔 商社 〕（営業 担当）	受注量や販売量 の動き	・ 3 か月前の受注量と比べても、さほど変化はない。 消費税増税で若干受注量が落ち込むかと思われたが、 3 月には駆け込み受注もなかったため、大きな変化は 感じられない。
変わらない	食料品製造業 （営業担当）	取引先の様子	・ 消費税率引上げに伴い、消費者の買い控えが出たの か、前月比で売上が減少している。
	食料品製造業 （経理担当）	受注量や販売量 の動き	・ 4 月に入っても前年と同様の受注量となっている。
	繊維工業（総務 担当）	受注価格や販売 価格の動き	・ 大きな変化はないが、原材料費や加工賃の値上げが 進んでいる。販売価格には転嫁しにくい状況である が、今後の転嫁の動向次第で、先行きの状況が変わ 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	・ 3 月末は消費税増税の関係で、1 日当たりの受注量 が増加したが、その後も大きな変化はない。
	化学工業（管理 担当）	受注量や販売量 の動き	・ 消費税増税が実施されても、販売量の減少がみられ ない。
	窯業・土石製品 製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・ 当社には駆け込み需要の反動減による影響はなかっ たが、業界全体には出ている。
	金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・ 消費税増税の影響で、多少は荷動きが鈍化している ものの、予想していたほどの落ち込みはない。
	金属製品製造業 （管理担当）	受注量や販売量 の動き	・ 予定していた大型物件が秋ごろまで延期となったた め、厳しい状況である。
	電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・ 国内での新製品の開発や技術革新、品質向上に関す る動きが活発になっている。海外市場でも同様の動き がみられるため、今後の動向に期待している。ただ し、業績の改善に結びつけるためには、強い自助努力 を要するほか、成果に結びつくまでには時間がかかり そうである。悪い物価上昇や人件費の上昇による悪影 響も心配である。
	電気機械器具製 造業（経営者）	取引先の様子	・ 製造業では、国内の設備増強には消極的である一 方、外国を市場としている場合は、現地での設備投資 を検討している。
	その他製造業 〔 事務用品 〕 （営業担当）	受注量や販売量 の動き	・ 消費税増税の影響はほとんどなく、大きな変化はな い。
	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・ 3 月末までが納期の工事が終了した後、2 週間程度 は受注が落ち着いたが、それ以降は再び増えつつあ る。
	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・ 消費税増税に伴って増えていた、3 月末完成工事も 一段落している。工事量は増えたが、技能労働者不足 や建設資材高騰、製品不足のために工事内容は厳し く、完成させるための苦勞が多い。
	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・ 消費税増税の影響は今のところ感じられない。
	通信業（管理担 当）	取引先の様子	・ 特に、良いとも悪いとも感じない。
	金融業（営業担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・ 消費税率の引上げによる駆け込み受注の反動減で、 一時的に落ち込んでいる。
不動産業（営業 担当）	取引先の様子	・ 神戸から事業所が減少している状況に変化はない。 それに伴って事務所の需要が減っているほか、社宅も 減少するなど、景気は良くない。	
経営コンサル タ	受注量や販売量 の動き	・ 関西では特に家電関連の顧客が多く、消費税増税の 影響で現状維持となっている。	
コピーサービ ス業（店長）	受注量や販売量 の動き	・ 案件数に増減の変化はないが、消費税増税後という ことを考えれば、順調とも感じられる。	
その他サービ ス〔 自動車修理 〕 （経営者）	受注価格や販売 価格の動き	・ ゴールデンウィーク前でもバタバタした動きがな 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	・ 4 月からの消費税増税で、受注量が極めて少なくな り、売上は前年割れとなっている。	
やや悪く なっている	繊維工業（団体 職員）	受注量や販売量 の動き	・ 例年 4、5 月の需要状況は良くないが、消費税増税 前の駆け込み需要の反動減もあり、例年以上に受注量 が少なくなっている。

	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	・産業別にみると、住宅関連ではマンションの販促物が動いている。その一方、弱電業界は円安効果で収益が改善しているものの、メーカーの販促物は依然として動きがなく、動いているのは量販店ぐらいである。医療業界では、医療事故の防止対策や安全性に対するマニュアルの整備、防災対策関連の動きが活発である。	
	金属製品製造業 （営業担当）	受注量や販売量 の動き	・4月に入ってから、受注量が少し減少している。	
	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・当社の売上は原子力発電関連の設備投資に大きく依存しているが、この市場は動きが止まっている。各社は原子力発電技術を生かす方法を模索しているが、市場の転換はすぐには進まない。このため、設備投資の計画が遅れている。	
	電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・想定はしていたが、3月の駆け込み需要の反動で、受注量が前年と比べて確実に10～20%減少している。	
	電気機械器具製 造業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・受注が落ち込んでいる。	
	電気機械器具製 造業（宣伝担 当）	受注量や販売量 の動き	・予想どおりに消費税増税の悪影響が出ており、荷動きが鈍化している。量販店への客足も遠のいている。	
	輸送業（商品管 理担当）	取引先の様子	・消費税増税の関係で単価が高くなり、販売量は減少している。	
	輸送業（営業担 当）	取引先の様子	・今月の配達は3月末の売上分もあったため、昨年と同じぐらいであったが、4月に入ってからの売上は明らかに落ち込んでいる。	
	新聞販売店〔広 告〕（店主）	受注量や販売量 の動き	・4月からの価格改定を機に、朝夕刊をセットで購読していた読者が、夕刊を止めて、朝刊だけの購読に切り替える動きが増えている。	
	経営コンサルタ ント	取引先の様子	・クライアントのスーパーの店頭では、目立った買い控えは発生していない。買いだめ商品の消費が終わるまでの間、買物量が減っているという感じである。	
	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	・消費税増税前には、駆け込み需要とまではいえないが、多少のまとめ買いがみられた影響で、特にたばこの売上が前年の88%に落ち込んでいる。そのほかの食品（菓子やドリンク類）には大きな落ち込みはなかったものの、総じて前年割れとなっている。	
	その他サービス 業〔ビルメンテ ナンス〕（営業 担当）	受注量や販売量 の動き	・例年4月は期初のため、全体的な動きの鈍さはあるが、今年は更に消費税増税もあり、特に受注状況が悪い。	
	悪く なっている	化学工業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が思った以上に大きく、売上が前年比で2～3割減少している。また、問い合わせの電話も少ないなど、駆け込み需要の反動はもうしばらく続く。
		広告代理店（営 業担当）	受注量や販売量 の動き	・消費税増税の影響のほか、年度初めでもあり、広告出稿の動きが非常に悪い。
		その他非製造業 〔電気業〕（営 業担当）	受注量や販売量 の動き	・消費税増税の影響が出ている。
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	・現在の求人数は、求人誌をみても分かるように、かなり増えてきている。その一方、求職者の動きは鈍く、例年よりも定職についている人や、年度末に契約を更新した人も多いことから、景気は上向きになっていると判断される。
		アウトソーシング 企業（営業担 当）	求人数の動き	・各社のIT投資が増えており、システムインテグレータの採用も始まっているため、求人数が増えている。
	やや良く なっている	人材派遣会社 （支店長）	採用者数の動き	・毎年4月は落ち込みが激しいが、今年に限っては大きな落ち込みはない。
		民間職業紹介機 関（職員）	求人数の動き	・建設労働者不足の影響のほか、建設部門の求人落ち込む季節であることを考慮しても、日雇い求人の減少幅は小さい。
		民間職業紹介機 関（大学担当）	採用者数の動き	・昨年よりも採用環境は良くなっている。4月1日の内定率も昨年より4.1ポイント上昇し、23.7%という数字が出ている。
	変わらない	人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・非常に難しい状況になっている。中小企業の経営者は雇用に関して慎重であり、ここへきて流通関係も止まったような気がする。



	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・前年よりも求職者数の減少幅は縮小しているなど、求職状態にある人が多くなっている。
	アウトソーシング企業(社員)	それ以外	・消費税増税が始まったが、今は税抜き価格で表示されているのでピンとこないものの、やはりこの増税は厳しい。
	新聞社[求人広告](管理担当)	求人数の動き	・新聞の求人広告数は、相変わらず増えも減りもせず、こう着状態が続いている。ここ数か月、明らかな方向性の変化はなく、3か月前からの変化も感じられない。
	新聞社[求人広告](営業担当)	求人数の動き	・阿倍野地区での商業施設の開業効果で、求人数に良い影響が出ている。飲食店をはじめとする求人募集が増え、現場をみても新しい顔ぶれが目につく。肝心なのはこの効果が継続することであり、そのためには大型プロジェクトが常に新しい情報を発信しながら、売上を確保することが求められる。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数の4月の動きについては、製造業、建設業を中心に増加傾向が続いている。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・この1年は増加傾向にあった新規求人数が、前年比で6.0%減少となった。業種によってばらつきがあり、製造業は好調で33.2%増加となったが、小売業は消費税増税の影響を警戒したのか、41.9%減となっている。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・一時的な景気回復の動きが進んでいるためか、新規求職者は減少している。
	学校[大学](就職担当)	採用者数の動き	・採用者数の増減は会社によって様々であるため、一概に上向きとはとらえられない。
	学校[大学](就職担当)	周辺企業の様子	・大阪港での東南アジア向けコンテナ船の動きは活発になっているが、船舶の大きさが中小規模になったように感じる。
やや悪くなっている	人材派遣会社(役員)	求職者数の動き	・人材派遣業界では、企業の求人数が昨年の後半に比べると減少している。
	新聞社[求人広告](営業担当)	周辺企業の様子	・新聞広告をみると、4月下旬になって、特に高額商品の広告は動きが鈍くなっている。
	新聞社[求人広告](担当者)	それ以外	・消費税増税の影響でやや景気が悪くなっている。新聞広告の推移も、地元企業からの出稿が少ない。ただし、これは一時的な悪化であると考えられる。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数が、前年や前月と比べて減少している。特に、卸・小売や運輸、飲食サービス業で減少がみられる。
悪くなっている	-	-	-