

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	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・前年の消費税増税後に売上が落ち込んだ反動のほか、中国人を中心とした外国人売上の大幅な増加により、今月の売上は前年の4割増となっている。今月の免税売上は前年の約4億円から20億円に増加する見通しであり、富裕層である外商顧客の売上回復も堅調である。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・都心型店舗のインバウンド売上が想定以上に増えている。化粧品を中心とした、前年の消費税増税後の落ち込みによる反動だけではなく、2年前と比べても10~20%の伸びを示している。それに加えて、今月初旬に気温が上がった影響で、季節商材が順調に動いている。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・昨年の消費税増税後に落ち込んだ反動で、加工食品や米、酒、たばこなどの販売が好調である。また、生活必需品の野菜や肉類の相場高もプラスに働いている。各社は今月も順調のようで、無理に売上を迫る様子もなく、利益的にも持ち直している。
		住関連専門店（店員）	販売量の動き	・気温が上がりと、販売力のある季節商品の売上は前年以上で推移している。
		観光型旅館（経営者）	単価の動き	・全体的に利用人数、単価が上向いている。単価の高い料理を選択する客が増えている。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・売上全体のうち、免税売上の比率が10%を超えている。しばらくはインバウンド客の増加による恩恵を受けそうである。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・今月は雨が多く、気温も不安定な日が多かったが、来客数の伸びは悪くなかった。景気の良さや、所得の増加は感じられないが、腕時計や目覚まし時計の購入、時計のバンド交換などがバランス良く動いた。また古い物を再生するという意味で、修理の依頼が多い。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・気温、天気共に恵まれ、明るい色の物が売れている。また、客も楽しそうに買ってきている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前年比での売上の減少幅が、7~8%減から5%減ぐらいに縮小し、3か月前と比べて良くなっている。ただし、4月は全体的にもう少し上がってくる予定であったが、実際には厳しい。特に、食料品は順調であるが、紳士服が厳しい状況にある。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・5月以降、輸入高級ブランド品が更に値上げとなることを見越して、時計が売れている。また、昨年の消費税率引上げ後は手控えていたのが、高級ブランドの婦人服がよく売れている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・競合店の開業が一巡したため、販売量の前年比が回復している。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・株価の2万円超えを受け、富裕層による高額品や宝飾品、時計、海外のブランド品の購入単価が上昇している。
		百貨店（商品担当）	来客数の動き	・百貨店では、アジアからの旅行者を中心としたインバウンド関連と外商で売上が好調である。3月以降は特に好調となっている。
		百貨店（営業企画）	来客数の動き	・消費税増税の影響がなかった2年前と比較して、3月の入店客数が6.9%減であったのに対し、4月は22日時点で4.0%減と改善している。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・富裕層の客を中心として、時計や宝飾品などの高額品がよく売れている。先日開催された外商顧客向けの店外催しも、かなり好調な売上を記録した。また、インバウンド売上は春節以降も好調が続いており、店全体に占める売上の比率が月を追うごとに上昇している。		
スーパー（店長）	販売量の動き	・昨年が消費税増税の行われた月であるため、前年比の数字は非常に良い。客は増税以降、価格や割引率、特典などに非常に敏感で、不要不急の買物は極力控える一方、健康関連を中心に話題商品や新商品への反応は非常に良い。客も買物はしたいと考えており、良い商品を探している状態である。		
スーパー（店長）	販売量の動き	・今まで不振であった衣料品や住居関連品の動きが上向き、食品も牛肉では高単価なステーキなどがよく売れている。		

スーパー（店長）	販売量の動き	・節約志向はまだまだ続いているが、客1人当たりの買上点数は微増となっている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・3月は消費税増税の駆け込み需要の翌年であり、4月は増税による落ち込みの翌年となったが、前年の影響を除くと売上は順調に推移しており、やや上向き傾向にある。
スーパー（社員）	お客様の様子	・相場が上昇している野菜も、販売量はあまり落ちていない。品質の良い生鮮食品を中心に、客の買物動向は底堅く推移している。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・コーヒーやデザート類の売上が順調に伸びているのに加えて、相変わらずプレミアム商品の売上が好調に推移しており、客単価が上がってきている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ひきたてコーヒーの販売の伸びが止まり、安定しつつある。その一方、缶コーヒーの新製品の種類が増え、前年比で売上が10%増、たばこも3%ほど増加している。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・微々たる変化であり、まだまだ実感はないが、ゴルフ場の利用客がここ最近急に増えている。以前ほどは、不景気という声を聞くことが少なくなっている気がする。
家電量販店（経営者）	販売量の動き	・住宅エコポイントの効果がでており、リフォーム需要やそれに伴う家電製品の動きが増えている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・景気の良くなる条件が少なかったが、ここへきて客やお金、品物の動きが少し良くなってきている。
乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・受注台数が一昨年並みに回復している。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・昨年の消費税増税から1年が経過し、小売関連は厳しい1年となったが、ここへきて購買の動きは良くなってきている。若干品質の高い物や、高機能商品が買われるようになってきている。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	来客数の動き	・3か月前に比べて来客数が若干増えてきている。株価も高値で安定し、全般的に少し明るいムードとなっており、客の購買意欲は増している。
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	・問い合わせが増え、受注額も増加している。
高級レストラン（企画）	単価の動き	・インバウンド、国内客共に、客単価が徐々に上昇してきている。
観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・今年に入り、宿泊人員は前年比で少しずつ増加の傾向にあるが、特に外国人客の比率が非常に高くなっている。ただし、それによって経営改善につながるような景気の回復状況ではない。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・宿泊部門は相変わらず好調を維持している。その要因はインバウンド客の増加であり、今後もしばらく続くと思われる。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・この1年ほどは、中国や韓国などからの宿泊客の伸びが異常な状況で、大阪全域で満室が続いている。パブル期のホテル難民を思い出すような活況であり、売上が大幅に押し上げられている。一方、宴会は特殊要因で売上は前年を上回ったが、単価は下がっている。
都市型ホテル（管理担当）	販売量の動き	・客室は引き続き、訪日客による利用が堅調に推移している。また、消費税増税から1年が経過し、落ち着いたを取り戻してきたのか、レストランの利用客、売上共に戻ってきたように感じる。
都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・客室関連では来客数は微増であるが、単価の上昇によって客室全体の売上が押し上げられている。インバウンド関連も引き続き順調に集客できている。
旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークの間際予約の問い合わせが多くなっている。株高によって含み益が出たため、急に旅行に行くことになったといった客や、賃金のベースアップの影響で心にゆとりができ、申込をするといった客もみられる。
タクシー運転手	お客様の様子	・観光客の雰囲気が違う。
テーマパーク（職員）	販売量の動き	・大手自動車会社などの質上げの情報が中小企業にも影響しているのか、最近は客の動きが良くなっている。
住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・新規購入や設備投資の意欲が高まってきているように感じる。

	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	・不動産取引では実需の案件が増えている。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の来場組数は、前年比で4月は増加傾向である。複数のモデルルームをじっくりと見学する客が増えている。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・分譲マンション市場では、都心部の高額物件や京都中心部の物件に対し、投資目的やセカンドハウスの需要、海外からの購入が増加傾向にある。景況感の高揚は少ないものの、実需の盛り上がりによって市場の押し上げにつながっている。
変わらない	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	それ以外	・大阪での消費の増加が見込めない。
	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	お客様の様子	・新年度に入り、店頭では必要な物だけでなく、おもしろそうな物や今後使うかもしれない物も買われるようになってきている。少し財布のひもが緩んできたように感じる。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・今月の売上に関しては、前年比で104%（各店舗は101～106%）と全店舗でアップしている。前年は多少の買い控えがあった影響とみられ、正味の結果は5月に出る。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・卸売、小売共に、売上は3か月前とほぼ変化がない。
	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96.9%で、1月が100.1%、関東は4月が93.4%で、1月が102.0%、中部は4月が85.9%で、1月が85.4%、中国は4月が129.0%で、1月が97.6%となり、各地区合計の平均は4月が97.5%で、1月が97.6%と、全国的にあまり良くない。4月は前年が消費税増税で落ち込んだ月であるが、前年と比較してもあまり良くなく、悪い状態が続いている。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	お客様の様子	・4月は春休みと外国人観光客の増加が加わり、客の傾向がつかみにくい状況となった。レストランは訪日客の増加による影響をかなり受けている一方、通常の売場は、春休みで祝い事の多い季節にもかかわらず、売上が伸びていない。特に、祝い事に関する商品の購入が少ない。
	一般小売店〔花〕（店長）	販売量の動き	・入学シーズンが終わり、販売量の減少が目立つ。花の一般的な消費も厳しい状況である。
	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、なかなか思いどおりに売上が伸びない。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・今月は消費税増税の翌年のため、売上の前年比は20%増を超えているものの、目標値には達していない。3～5月の累計で判断するしかない。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・今月は目標未達の予定である。前年は消費税増税の影響で、世間としては売上は低迷したものの、当店はグランドオープン直後でかなりの集客があり、増税の影響が他店ほど大きくなかった。今月は前年比で来客数が15%減となり、来客数の変動の影響が大きい雑貨関連が苦戦している。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・依然として消耗品や限定品のほか、一部の高額所得者による高額品の購入が中心であり、ボリューム品はやや苦戦している。動いているのは一部のファッション商品などに限られる。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・売上は計画以上で推移しているものの、固定客に偏って売上が伸びている。すべての顧客の消費マインドが高まっているとは言い難い。
	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・株価が上がり、景気が上向きになっているといわれているが、客は依然として必要以上の物を買うことが少ない。また、天候の変化により、来客数が大きく左右されるため、売上も厳しい状況である。
百貨店（販促担当）	販売量の動き	・消費税増税後に落ち込んだ前年との比較ではプラスであるが、3～4月の累計や2年前との比較では伸びていない。特に、衣料品の苦戦が続いている。一方、高額品や食品は堅調に推移している。	

百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は特選洋品や宝飾品、時計の催事を中心に高額商品が好調であるが、全体的には前年と同じような状況である。一方、インバウンド市場の拡大に対応して専用サロンを開設するなど、外国人観光客へのおもてなし施設を充実させることで、今後の売上拡大を期待している。
百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・消費税増税後に落ち込んだ前年に比べれば13%のプラスであったが、2年前比では7%減と厳しい状況は変わっていない。月前半の天候が良くなかったことも、苦戦した要因である。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・一部の高額品は好調であるが、低調な商品が多く、全体的には好調とはいえない状況である。
百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・前年の4月は、消費税増税の影響もあり売上が大きく減少した。今年は客単価の微増もあり、前年の実績を若干上回るものの、買上客数は約9%の減少となっている。
百貨店（マネージャー）	競争相手の様子	・ファッション関連の小売の状況は、中間層の間で1品単価が上昇しているが、1人当たりの買上点数が減少し、来客数も前年並みのため、売上は微減となっている。一方、富裕層では単価が大幅に上昇し、来客数も増加している。インバウンド関連も買上点数、来客数共に増えるなど、様々な面での二極化が顕著となっているため、全体として改善しているとは思わない。
百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・月前半の天候不順が小売には非常に不利であったこともあり、衣料品の動きが極めて厳しい状況である。前年は消費税増税の影響で前年を大きく割り込んだが、今年は20%増ぐらいの水準ではあるものの、2年前と比較をすると微減となっている。インバウンド売上が3月は前年の2倍であったが、4月は4倍となっており、それを差し引くと更に状況は良くない。特に、中間層の低迷が顕著であり、30～40代周辺の世代が厳しい。
スーパー（経営者）	単価の動き	・客の買物の様子を見てみると、単価の低い物を買う傾向がある。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・消費者の生活に直結している食品販売では、ぜいたく品や高額品が動く気配はほとんどみられない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・昨年が消費税増税の影響で落ち込んだため、売上などの数字はまずまずであるが、一昨年に対する落ち込みは、ここしばらくは同じような傾向となっている。販売量や購買状況を見ると、節約志向は続いている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・昨年の3～4月は消費税増税の影響もあってイレギュラーな状況であるが、前年比の推移は良い動きになっている。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・前年が消費税増税直後であり、売上が前年を上回るのは当たり前であるが、来客数は前年並みの推移となっている。
スーパー（広報担当）	お客様の様子	・4月に入り、昨年の反動で見掛け上は良いが、依然として節約志向が強く、必要な物以外への購買の動きがみられない。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・なかなか継続的に購買量が増えない。
スーパー（企画）	来客数の動き	・客単価は、1品単価の上昇によって上がっているが、来客数の伸びは低調で、消費自体が増えているわけではない。昨年の4月は消費税増税後で落ち込んだため、前年比の伸び率は当然良い。本当に消費が盛り上がっているかどうかは、まだ実感できない。
コンビニ（店長）	お客様の様子	・商品の購入動向など、ここ3か月は特に変化がない。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・良くも悪くもなく、横ばい状態である。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・3か月前と比べても、大きく好転する要因がないため、悪いままで推移している。
家電量販店（店員）	お客様の様子	・株価が上がったとはいえ、一般市民には何の影響もないとの声が、客からも口々に聞かれる。
乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・来客数の回復が見込めない。自動車の乗り換えが減っていることは致命的である。

住関連専門店 (店長)	販売量の動き	・ここ数年は新年度が始まる時期に必ず受注が落ちていたが、今年は2～3か月前と同様の水準を維持している。ただし、景気が回復しているわけではない。消費者もいつまでも買い控えできず、必要な物はやはり必要なため、嫌でも買わないといけない。客との会話や買物動向からそう感じる。	
その他専門店 [食品](経営者)	販売量の動き	・食品業界で各種値上げが行われている一方、当社は値上げができない。納入業者へのしわ寄せも大きく、厳しい年になる。	
その他専門店 [宝飾品](販売担当)	お客様の様子	・価格を意識して、客の購買意欲がなかなか上がらない状況である。	
その他専門店 [スポーツ用品](経理担当)	販売量の動き	・昨年の消費税率引上げで消費は減少したものの、1年が経過して安定している。	
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・会社による宴会や、新入社員を連れた団体でのランチなど、会社絡みの団体利用で領収書を切るケースが増えており、景気は少し回復しているのではないかと感じる。	
一般レストラン (経理担当)	お客様の様子	・季節的な要因も考えられるが、以前に比べて企業関係の利用が増えている。インバウンド客の動きも引き続き好調である。	
一般レストラン (企画)	来客数の動き	・来客数は前年比でほぼ同じ水準が続いているが、前年の消費税増税の反動によるものと思われる。ただし、関東と比較すると、関西の方が売上の前年比は高い水準を維持している。	
その他飲食 [コーヒーショップ](店長)	来客数の動き	・消費税増税から1年が経過したが、前年比で来客数が減ったまま変化がみられない。	
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・当地区への来客数は引き続き好調である。当館でも、満室で宿泊予約を取れない日が多い。	
観光型ホテル (経営者)	お客様の様子	・普段は節約傾向がみられるが、イベントなどでは消費を増やすという様子は変わっていない。	
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・当社は例年並みの集客ができていますが、エリア全体としては入込状況が悪いようである。	
都市型ホテル (総務担当)	単価の動き	・宿泊部門では、依然として高単価で販売できている。販売単価を上げても稼働率は下らず、特に海外からの客が増加している。	
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・国内旅行が健闘し、海外旅行が不調という流れは変わらない。国内旅行は間際需要もおう盛だが、インバウンド客の増加で宿の確保が難しく、今後の大きな課題となっている。海外旅行は単価の高い欧州方面を敬遠する動きがあり、前年を大きく下回っている。	
旅行代理店(店長)	お客様の様子	・来店数の増加や、旅行の決定が早くなるといった変化はない。じっくりと考えながら検討する客が多い。	
タクシー運転手	お客様の様子	・流し営業での乗車機会は、安定的に推移している。	
タクシー運転手	来客数の動き	・依然として、タクシー利用は必要最小限の状態が続いているが、ホテル関係では宿泊人員が増えているため、利用は相変わらず多い。	
競艇場(職員)	来客数の動き	・来客数や購買単価などに大きな変化は感じられない。	
美容室(店員)	単価の動き	・季節が変わり、パーマやカラーのオーダーが増えたため、単価が上がっている。	
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	・主なレンタル、販売、書籍関連の売上は前年を上回った。カフェとの複合店の出店による成果が出てきている。	
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・新築マンションのモデルルームへの来場数には増減がなく、一定数が継続的に来場する状況が続いており、契約数も順調に推移している。	
住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・次の消費税増税を控え、年度末も不動産受注の動きが悪い。来客数は前年並みである。	
やや悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・商品原価の値上げが止まらない一方、消費者の賃金は上がっていない。それに伴い、大手スーパーでは売上目当ての投げ売りが続いている。消費者は先行き不安のなかで節約を進めているため、売上至上主義に基づく販売は厳しくなる。

	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・販売量が昨年に比べて減っている。春物衣料の動きが悪く、来客数も減っているなど、負の要因がいくつも重なり、販売量の落ち込みにつながっている。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・販売点数が伸びない。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・統一地方選挙や天候不順の影響を受けて、来客数が低迷している。
	衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・大型連休に向けて、買い控えの動きがみられる。
	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・新生活がスタートしたが、1人暮らしの需要は例年ほど客単価が伸びていない。来客数も減少している。
	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・売上が減っていることに加えて、円安で塗料などの原材料価格が上がっているため、以前よりも経営が苦しい。
	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算明けの落ち込みは例年のことであるが、予想以上に落ち込みが激しい。昨年の消費税増税後の低い水準から、プラスアルファ程度の受注に終わっている。
	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・物流費の値上げを受けて、客から受け取る送料を値上げした。送料が無料の会員売上は健闘しているが、有料の一般売上は落ち込んでいる。わずかな値上げにも消費者は敏感になっているようである。
	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・1～3月の方が忙しかった。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・4月は例年になく天候が悪かった。天候に左右される飲食店では来客数が伸びていない。
	一般レストラン（店員）	お客様の様子	・天候が不安定な日が多く、来客数が増えていない。
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・4月には祭りのイベントが悪天候となり、入込が悪かった影響が、温浴施設の利用客が少なかった。全般的には、3か月前に比べて客単価が若干落ち込んでいるため、購買意欲が下がっているように感じる。
	タクシー運転手競輪場（職員）	競争相手の様子 単価の動き	・周辺企業によるタクシーの注文が減少している。 ・3か月前の客単価は10,846円で、今月の客単価は10,038円と低下している。
	美容室（店長）	来客数の動き	・来客数の減少が進んでいるほか、客の高齢化が進んでいるため心配である。
	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・不動産売買の客が減少傾向にあるが、その内容をよくみると二極化が進んでおり、所得の高い客は郊外の物件を選択しなくなっている。
	悪くなっている	一般小売店〔酒〕（社員）	お客様の様子
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き
			・来客数に変化はないが、商品に関しては価格へのこだわりが強く、定価品の売行きは伸びていない。 ・昨年の冬から今年にかけて、輸入婦人服の価格が為替の影響で3～4割上がっている。客は安くなっている物しか購入しない。
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（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今月中旬から、気温の上昇で得意先からの受注量が多くなってきたので、良くなっている。
	化学工業（企画担当）	それ以外	・一般消費者の購買意欲は、消費財以外では確実に持ち直してきているように感じられる。
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の引き合いや問い合わせが出てきている。従来の現状維持の状態を脱し、提携による新規ビジネスの展開が始まりつつある。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大きな引き合いが受注寸前まできている。これとは別に、通常の取引も上向いてきている。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き合いが増えている。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・当社が受注できるかどうかは別として、国内の生産ラインに関する設備投資にやや動きが出てきている。
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・例年この時期は動きが少ないが、今年は売上が伸びている。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・案件は小規模であるが、問い合わせが増えてきている。決算の確定に伴い、土地の流動化が進んでいると感じる。
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・活発とはいえないが、年度末以降も荷動きは好調である。特に、事務所の移転作業は5月まで毎週末予定が入っている。

	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・購読数は伸び悩んでいるものの、折込件数が増えており、収益は上向いている。
	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	・やや勢いは落ち着いたものの、3月に続き、東南アジアを中心とした外国人観光客で主要駅構内にはぎわっている。大量のお土産をダンボール一杯に詰める姿が目立つ。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・補助金関連で顧客との接点が増えたため、結果として補助金とは関係ない部分での受注量が増えている。
変わらない	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・国内消費には大きな変動がないものの、東南アジア向けの輸出が少し上向いてきている。国内消費の減少分を、海外向けの増加がカバーし、全体的には前年並みとなった。輸出向けについては、今後も期待できる。
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・3～4月はこれまでにないほど低調となっている。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前よりも受注量は増えているが、昨年と比較すると変化はない。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・4月からの用紙の値上げに対し、同業者からは商品価格に転嫁できず、利益が減っているという声が聞かれる。ただし、一部には悪影響もあるが、当社の受注量はそれほど減っておらず、大きな影響は感じられない。
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売数量には変化がない。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・先行きには明るさがみられるものの、荷動きは鈍化したままである。
	金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・空調関連では、短期物件ではあるがプラント向けの受注がきている。ただし、太陽光関連は落ち込んでいる。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・メーカーの仕事が増えており、人手不足の問題が出てきている。ただし、仕事から遠のいている熟練工が多く、解消は難しいため、新しいテーマへの取組が必要である。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・住宅向け商品の受注は大きく伸びていないが、マンション向けや店舗施設向けの商品は受注が少し回復気味である。
	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・例年4月は販売が好調となるが、今年は取引先の様子をみながらの受注となっている感覚が強い。先行きが不透明であることに変わりはない。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末に増えた工事が終わり、技能労務者不足も一時に比べて落ち着いてきたが、根本的な問題は改善されていない。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・新築、リフォーム共に、1物件当たりの単価は低いままである。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・売上は前年比で10%未満の減少率であるが、配達件数が15～20%ほど減っている。
	通信業（管理担当）	それ以外	・市場価格が高止まりしており、下がない。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・中小企業にはアベノミクスの効果が感じられない。人件費などの増加で利益率が低下している。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・株価は上昇しているが、中小型株にはほとんどその恩恵がない。大型株を所有しているのは機関投資家が多いため、株高によって一般投資家が潤っているかは疑問である。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸から企業が撤退し、事務所や社宅のニーズがなくなってきたため、景気は横ばいが続いている。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今年になって紙媒体、インターネット媒体共に、ほぼ前年並みの売上で推移している。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告出稿は昨年の消費税増税時ほどの落ち込みはないが、明るい要素も感じられない。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・顧客企業の売上が伸びているとはいえないが、横ばいというよりも、安定している印象がある。
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・ここ数か月はほとんど動きが変わらない。受注や見積りは通常の水準で動いており、注文は少ない。	
やや悪くなっている	食料品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・大手企業では賃金のベースアップが実施されている。

		繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・同業者が資金ショートで自己破産となった。集金の遅れが原因といわれるなど、得意先からの支払が減少してきている。ひどい場合は請求額の30%の支払にとどまる。販売量の減少と共に、支払の遅延によって先行きの不透明感が増している。
		金属製品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・電気料金が上昇し、円安で資材価格も上昇しているが、値上げどころか大手企業からはコストダウンの要請がいまだにあり、収益がますます悪化している。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前には案件が多数あったが、ここへきて受注の予算が絞られてきている。
		その他サービス 〔自動車修理〕 （経営者）	取引先の様子	・ゴールデンウィーク前であるが、在庫数が前年よりも少ない。
		その他非製造業 〔衣服卸〕（経営者）	取引先の様子	・実用衣料品の販売は、春先以降は非常に厳しい印象である。店頭通常置いてある定番商品の販売数量が、前年比で2～3割減っており、臨時に仕入れた特価商品で売上をカバーせざるを得ない。平均的なサラリーマン家庭での実質可処分所得の減少が、不要不急の購入にブレーキをかけているのが原因とを感じる。
		その他非製造業 〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・景気の状態がよく分からない。
	悪くなっている	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は運悪く、受注量、販売量共に減少したが、一時的な動きであることを願っている。海外からの引き合いは増えているが、相変わらず国内が不調である。大手企業がリストラなどで黒字に転じて、それは内向きな成果であり、市場が活気付いているわけではない。
雇用 関連 (近畿)	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・4月に入ってからは景気が良くなっていると感じるが、関西の中小企業は新入社員を十分採用できたとはいえない。派遣や紹介予定を前提とした注文が多く、この傾向は当分続く。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・関西圏でも完全に売手市場へと変化しつつある。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・人手不足などで企業の求人数は増え続けており、景気回復の兆しを感じる。求職者も更なる好条件の仕事を探しており、条件の良い企業は求職者が増加している。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・前月に続き、今月も新聞の求人広告は増えており、景気が上向いていると感じる。大手製造業の下請を担う中小企業が多い関西にも、大手企業の好調の恩恵が巡ってきたということかもしれない。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・今年は大學生の採用時期が後倒しになっているが、大学に寄せられている求人企業数は既に昨年とほぼ同水準であるため、最終的には昨年よりも多くなると予想される。
		学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・繁華街や行楽地での人の動きにはスピード感があり、顔色も明るいほか、外国人旅行者の増加による影響が感じられる。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	周辺企業の様子	・常用雇用の需要は大きく、受注が増えている。その一方、倉庫内作業などは4月は忙しい企業が多いものの、思ったよりも物流関連が少なく、受注もない状況である。
		人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求人件数が更に増加し、求職者の動きが追いつかない。
		アウトソーシング企業（営業担当）	求人数の動き	・企業の採用意欲はいまだに活発であるが、高止まりしている印象である。求人に対する求職者数が減少しているため、採用の難易度は上がっている。特に、ITや製造業では人の取り合いが続いている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・年度が明けたが、新聞広告の推移にはまだ復活の兆しがみられない。ただし、前年並みの水準は維持している。	
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・経済的に好調な業種では、人の流れが生まれている。新聞広告にはあまり反映されないが、新卒採用のほか、即戦力をねらった転職市場は活性化している。	

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加しているが、微増にとどまっている。医療・介護・福祉を中心とした人手不足感の強い産業は活発な動きであるが、中小企業の製造業や卸売・小売業で目立った動きはなく、特に正社員の求人数は伸び悩んでいる。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で21.9%増加した。建設業、製造業では減少したものの、小売業、飲食業、サービス業などでは大幅な増加となっている。前年は消費税増税への様子見から求人を含める動きもあったが、その反発があったとみられる。一方、全体数は大幅に増えたが、正社員求人の割合は47.5%と3か月前とほぼ同率であり、雇用環境の大きな改善はみられない。事業所からは、現在の景況感を普通とする声が多い。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・ハローワークでの求人数、求職者数共に前年と比べて減っている。ハローワーク以外の媒体があるため判断は難しいが、3か月前と同様に、事業所からは景気が良くないとの声は聞こえてこない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が高止まりしている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・企業の採用意欲がおう盛で、特に中途採用ではなかなか人材が見当たらない状況になっている。
	学校〔大学〕 （就職担当）	周辺企業の様子	・求人数は増えているが、採用担当者から景気回復の声は聞かれない。
やや悪くなっている	アウトソーシング企業（管理担当）	それ以外	・今月に入って、しばらく仕事がない状態が続いた。
	民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・建設の日雇いを中心とした求人数の減少が、例年に比べて早かったほか、当地域の若年層の就職困難者による求職相談が例年よりも目立つ。
悪くなっている	-	-	-