

8. 近畿（地域別調査機関：株式会社りそな総合研究所）

（-：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)		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・例年以上に、優良固定客が家具や美術品、宝飾品、衣料品などの高額商品を購入しており、景気の良さが感じられる。以前から購入を検討していた高額商品を、数名の客が思い切って購入している。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・天候が安定し、気温も高かったため、入店客数が前年比で6%増、売上も7%増と好調である。外国人旅行者による免税売上が前年の倍以上となり、特に化粧品や特選ブランド品が大幅に増えた。免税売上を除いても、売上は5%以上のプラスと、春物衣料や洋品雑貨、輸入時計などがけん引している。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	単価の動き	・来客数が特に増えたわけではないが、時計の高額な修理が何点かあったほか、単価の高い掛け時計が何点か動き、かなり売上増に貢献した。気になるのは、高額な注文は年配客ばかりであり、若い客は修理も含めて金額には厳しい。世代によって、金や物に対する感覚の差が感じられる。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	来客数の動き	・新年度に入り、商談が増えている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・3か月前に比べると、売上が1割アップしている。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・気候が良くなって人の動きも活発になったため、手土産の需要が若干好調である。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・今月の免税売上は過去最高となる見通しである。化粧品の増加が続いているほか、今月は特選ブランドや子供服、アクセサリーも売上を大きく伸ばしている。国内客では、株価上昇の影響もあり、富裕層や外商客の売上も増加傾向となっている。ボリューム層に関してはほぼ前年並みといった基調であるが、全体としては増収の傾向となっている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・当店が改装を続けていることもあるが、前月から来客数は前年比で20%増の動きが続いている。高額品を扱う店舗ではないため、売上総額は大きくないが、食品を始めとする身の回り品の購買意欲は堅調である。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月もインバウンド効果は変わらず、前年比で約1.2倍の来客数となっている。特に、化粧品の売上は好調で、前年の水準を大幅に上回っており、今後も目標を上回る見込みである。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上が前年を大きく上回っている。富裕層を中心とした外商売上も高額品が売れ、前年を大きく上回っている。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・野菜の値段が下がったほか、春物野菜が出回り、好調に売れている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・相変わらずイトインコーナーの使用頻度が高く、ファーストフードを中心に、食品や飲料の売上が好調に推移している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・インバウンドの客が少し減少していたが、最近では増えている。特に、たばこの購入が増えている。
		コンビニ（広告担当）	お客様の様子	・3月以降、食品やビールなどの値上げが行われたが、客の購買状況には今までと変化は感じられない。また、繁華街の飲食スポットも、女性を中心に混んでいる。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・外国からの観光客が多く来店している。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	来客数の動き	・今月は来客数が増え、1人当たりの客単価が200円上がった。花粉症の季節は終わりに近づいているが、PM2.5や黄砂の影響で、引き続き薬の購入は増えている。また、掃除用品の購入も増えている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・事前の予約は少ないものの、前日や当日の予約客は非常に多い。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・歓送迎会の需要が多く、特に大人数での利用が増えている。少し高めの予算を希望する客からは、会社からの経費が出るという声も多かった。花見シーズンでインバウンドの利用者も増え、繁華街、ビジネス街共に、来客数と単価が少し上向いている。	

都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・宿泊に関しては、引き続きインバウンドは好調に推移しているが、国内の個人客は低調であり不安が残る。ただし、全体的には一般宴会やレストランを含め、好調を維持しており、やや良くなっている。
旅行代理店(役員)	販売量の動き	・欧州などの長距離の旅行や、クルーズなどの需要が増えている。
タクシー運転手	お客様の様子	・インバウンド効果が続いている。
タクシー運転手	お客様の様子	・街の様子をみていると、手を挙げてタクシーを止める客が多い。
通信会社(経営者)	お客様の様子	・小売を中心とした、取引先の受注状況が改善している。
通信会社(社員)	販売量の動き	・客の獲得数は安定的に伸びている。ただし、1件当たりの客単価は緩やかな低下傾向にある。
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・前年度に比べて来客数が増加している。ターゲットを絞ったイベントが成功しているほか、本来の客層以外の、新たな客を開拓した効果が大きい。
その他レジャー施設[イベントホール](職員)	お客様の様子	・イベントでの観客数や物販の売行きが、3月頃から上向いている。
住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・都市の中心部に隣接した住宅用地でも、地価の上昇がみられる。
その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・企業業績や雇用環境の改善により、消費マインドが緩やかに上向いている。不動産の価格上昇を実感し、購入意欲が高まる傾向にある。
その他住宅[住宅設備](営業担当)	販売量の動き	・前月は年度末の繁忙期に当たり、仕事量が多く、会社の売上としては上々であった。それに伴い、時間外手当が増え、社員にも還元される結果となっている。
商店街(代表者)	お客様の様子	・インバウンド客でにぎわっているが、売上の増加につながらない。
一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・気温の影響か、売上は前年比で102%と微増であるが、全店でアップしている。仮に月後半が雨であれば、前年並みに終わっているところである。
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94.4%で、1月が102.9%、関東は4月が111.4%で、1月が96.0%、中部は4月が98.6%で、1月が102.6%、中国は4月が97.6%で、1月が87.7%となり、各地区合計の平均は4月が98.3%で、1月が99.1%と、地区による差が大きい。
一般小売店[精肉](管理担当)	販売量の動き	・外国人観光客に惑わされがちであるが、景気が良くなっている実感は全くない。今月は春休みとゴールデンウィークに挟まれているため、消費が冷え込み、景気の判断が難しい状況が続いている。確かに一部の高額商品は動いているが、低価格商品の動きも活発である。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・季節の変化に伴い、衣料品を中心に消費が活発化している。好調なインバウンドとの両輪で、景況感は良くなっている。
百貨店(売場主任)	来客数の動き	・4月は改装効果で、来客数は前年比1%増となった。売上は横ばいで推移しているため、景気の基調は変わっていない。
百貨店(営業担当)	単価の動き	・株安の影響を懸念したが、富裕層による高額品の購買は引き続き順調で、円高の影響が懸念されたインバウンドの動きも順調である。ただし、中間層によるボリュームゾーンの商品や食品の購入には、力強さが無い。
百貨店(マネージャー)	単価の動き	・訪日外国人売上が前年比で80%増となり、店頭売上も5%増で推移している。ただし、訪日外国人売上を除くと、店頭売上は2%減と、国内消費は厳しい状況である。国内消費は、特選衣料品と宝飾品は引き続き好調に推移し、全体の客単価を押し上げているが、ここ数か月は回復基調にあった中間層の消費に低迷の兆しがみられる。
百貨店(マネージャー)	お客様の様子	・企業業績の改善や物価の上昇は続いているが、消費者の根強い節約志向による選択消費は続いている。特に、婦人洋品や靴、食品部門などの消耗品や日用品などは、客単価の低下と販売量の減少が続いている。その一方、卒業、入学関連や宝飾品、時計などの需要は好調である。

	百貨店（役員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 百貨店業界はインバウンドの影響で売上好調といわれているが、大阪などの大都市が中心である。化粧品伸びが大きいほか、株高の影響で、富裕層による時計などの高額商品の需要も増えている。結果として、衣料品の苦戦は続いているものの、都市部の百貨店は好調に推移している。一方、地方の店舗や郊外店にはインバウンドの恩恵がなく、中間所得層の可処分所得も増えないなかで、衣料品の苦戦が続いている。人材も採用難であり、人手不足で業績も悪化しているのが実情である。
	百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 今月もインバウンド売上は堅調である。国内の富裕層にも株安の影響は少なく、高額商品を含めて売上を維持できている。
	百貨店（商品担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 気温の変動が大きいなど、季節の変化が不順であるため、衣料品の売行きが少し厳しい。化粧品や子供服は依然としてインバウンドに支えられ、順調に推移している。
	百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 高級輸入雑貨や化粧品は引き続き好調であるが、紳士カジュアルなどの衣料品が不振で、店全体の売上はほぼ前年並みとなっている。特に、シニア向けのアパレルの動きが、婦人、紳士共に非常に鈍い。
	百貨店（営業企画）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 入店客数が前年を大きく上回っている。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 特売品を求めて、競合店を買い回りする状況に変化はない。
	スーパー（店長）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 客単価が上がってきている。
	スーパー（店員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 野菜の価格が下がってきたため、客足が伸びているが、安くなっている割には売れ残りも多く、利益は少ない。
	スーパー（企画担当）	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> 前年度は競合店への対応によるチラシの強化で、販促面での集客力がアップし、売上が伸びた。今年度は利益重視となっており、売上は前年比で96%と良くない状況である。
	スーパー（企画担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 販売量の前年比の動きには変化がない。
	スーパー（経理担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 節約志向は変わらないが、良い商品や、価格が高くても品質がそれ以上に良い商品は、売上が伸びている。
	スーパー（開発担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 前月に続き、売上はほぼ横ばいである。ゴールデンウィークでどれだけ売上が伸びるかが勝負である。
	スーパー（社員）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 競合店の出店が活発で、客が流出する店舗が増えている。それでもチラシを増やしてサービスを高めると、来店頻度の増加により、全体の購入額は堅調に推移している。
	コンビニ（店長）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> 購入点数と単価は少し上向いているが、来客数が若干減少傾向にあるため、全体としては変わらない。
	コンビニ（店員）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 来客数の変動はさほどなく、売上は前年よりも10%ほど伸びているが、景気は良くなっていない。
	家電量販店（経営者）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> 販売単価の下落が激しく、売上全体も増えていない。
	家電量販店（店員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 前年と比べて来客数は少し増えているが、販売量は前年と変わらないか、前年以下となっている。
	乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 全体的に活気に欠けるが、来客数の動きは落ち着いた。
	その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 株価が2万円を超えた状態が続いている。国際情勢、特に米国との貿易問題がこれからどうなるかによって、株価は変動する。国際的な環境が激変しない限り、景気は横ばいで推移する。
	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 購買意欲の高い客が少ない。
	その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 人件費の高騰などで物価が上昇し、消費者の節約志向や生活防衛意識がより強く感じられる。今まで堅調であった食品にも、節約志向がみられるようになっていく。
	高級レストラン（企画）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊のほか、高価格帯のレストランの業績は堅調に推移しているが、全体的に低額商品の売上が減少している。

一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・月前半は天候が穏やかで、近くの桜並木では花が2週間咲き続けたため、来客数が伸びた。その一方、中旬から後半にかけて、天候不順のために例年よりも来客数が減っている。
一般レストラン (企画)	単価の動き	・客単価が前年を大きく上回る状況が続いている。来客数もほぼ前年並みを維持しており、売上の前年比は好調に推移している。関東と比較して、前年比は関西がより高い水準を維持しているが、インバウンド効果の高さによるものである。
一般レストラン (経理担当)	お客様の様子	・景気は気からといわれるが、明るい話題がほとんどない。公職の立場でありながら、女性関係の話題ばかりで、世間は失望している。
その他飲食[自動販売機(飲料)](管理担当)	お客様の様子	・新商品も炭酸水が多く、自動販売機の商品には目新しさがない。
観光型旅館(団体役員)	販売量の動き	・月前半はやや好調であったが、中旬以降は、ゴールデンウィークを前にした出控えもみられる。
都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・宿泊は改装が終了し、通常の営業となっている。高単価での販売が続いているため、国内需要の取り込みが厳しく、インバウンドへの依存度が高まっている。一方、宴会は好調が続いている。ビールなどの値上げに伴い、飲料の販売価格を今月から約15%値上げしたが、おおむね受け入れられている。レストランも、インバウンドの朝食需要や、夜の企画によって客数が増えている。
都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・アジアからのインバウンドの増加により、レストラン部門の朝食は伸びているが、夕食には力強さがない。
都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・桜の開花が早まったことで、月初は予約のキャンセルが目立ったが、間際の個人需要の取り込みにより、稼働率、宿泊人数、客室単価共に、前年を上回る見込みである。
都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・客室稼働率は前年と同様に、95%以上の高稼働で推移しているが、客室単価は下落している。一方、宴会やレストランは、前年を上回る売上となっている。
旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・企業業績の改善が個人消費の増加につながっておらず、依然として厳しい状況が続いている。
タクシー運転手	お客様の様子	・気候が良くなって人出が増え、客の乗車機会も増えたが、営業収入の増加にはつながっていない。
タクシー運転手	来客数の動き	・流し営業のほか、ホテルの周囲などで客を待っているが、流し営業での利用は雨の日以外は少なく、ホテルでは人の動く朝晩の時間に少し利用がみられる。
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	・春休みの反動か、前月比で全アイテムの不振が目立つ。
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・一時的な春の需要で住宅の動きは増えたが、例年どおりの数値であり、良いとはいえない。
一般小売店[珈琲](経営者)	それ以外	・複数の仕入先から、取引条件の変更の申し入れがある。送料の負担増に伴い、単価の値上げや、発送側が送料を払う場合の、配送ロットの変更などが求められている。
一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・気温が少し上がり、夏物衣料を意識し始める消費者はいるものの、まだ購買するには早いため、結局は春物と夏物のどちらにも手が伸びず、販売量が減っている。
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。インバウンドの売上は好調であるが、国内客の売上の伸びが鈍化している。3月は春物商材の動きが良かったため、その反動もあるが、不要不急の購買に対する客の慎重さは、以前よりも強まっている。
百貨店(販促担当)	販売量の動き	・3月は衣料品や雑貨が好調に動き、特に良かった商品は少ないながらも、全体的に前年を上回ったが、4月に入って衣料品が苦戦している。雑貨や高額品の好調が全体をカバーしているものの、数か月前の傾向に戻っている。食品についても、高い気温が続かなかで良い提案ができず、前年を上回る来客数を生かしていない。

	百貨店（販売推進担当）	販売量の動き	・食料品、婦人衣料の販売量が減少傾向にあり、特に百貨店のメインターゲットであるミセスやシニア関係の婦人服の悪化が顕著である。なお、食料品では菓子関係の販売減が目立つほか、生鮮品の動きも悪い。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・高速道路の開通をきっかけにして、来客数が減っている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・4月は気温の上昇も早く、衣料品を中心に季節品の動きは良いが、食品関係の競合店がオープンした影響は大きい。食品は来客数と販売点数の減少傾向が続く、厳しい状況にある。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・新生活関連や学校行事に伴う需要が終了し、来客数は減少している。メリハリ消費の傾向が顕著であり、食品を中心に買い控えの傾向がみられる。
	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・新生活関連の需要が落ち着き、その後は平日の来客数の減少が目立っている。さらに、ゴールデンウィーク前の買い控えで、売上の伸びが鈍化している。
	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・既存店の来客数が前年よりも減少している。気温が前年に比べて低めであることが影響している。
	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・今年に入ってから、株価の低迷などで消費が冷え込んできている。4月の新社会人向けフェアも、今一つ盛り上がり欠ける。
	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新規の来客数がかなり減っており、Webでのアクセスも減ってきている。
	乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・車両単価の低下が止まらない。富裕層は引き続き好調であるが、それ以外の層の悪化が激しい。
	住関連専門店（店長）	販売量の動き	・最低限の買物に抑える客が圧倒的に多い。
	その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	来客数の動き	・商店街の来客数が目に見えて減少している。
	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・ゴールデンウィークの間際予約が、例年ほど入ってこない。事前予約は日並みの関係で良かったため、その反動ともみられるが、客の姿勢が一部を除いて内向きになっている。セールスをかけると、今回のゴールデンウィークは家でゆっくり過ごすといった声が多い。
	美容室（店長）	販売量の動き	・取り扱う化粧品のメーカーが変わった関係で、仕入れが減少し、販売も減っている。
	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・新築マンションのモデルルームの来場者数は大きく変わらないが、契約に至る確率が非常に低くなっている。
	住宅販売会社（総務担当）	お客様の様子	・契約までにかかなりの時間を要し、効率が悪くなっている。生産性は低下傾向にある。
	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	・事業用の需要はあるものの、金利の上昇傾向や不動産価格の高止まりで、余り良くない。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の来場者数が、4月は前年比で1割減である。
	× 一般小売店〔野菜〕（店長）	販売量の動き	・厳しい状況は変わらず、販売量も伸び悩んでいる。取引先も厳しいようである。
	× 衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・3月末から4月にかけて、単価の低い商品の動きが増えている。婦人服については高額商品が売れていない。
	× 観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・高単価の客室の動きが悪いほか、全体的に動いていない。
	× 競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は10,371円で、今月は9,205円と下がっている。
企業 動向 関連 (近畿)	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・人手不足であり、人材育成の必要性が高まっている。新しく採用した人材やリーダーに任命された人材、営業関係の人材などの、能力や意欲を高める必要性が高まっている。
	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・気候が良くなり、野菜の価格などが安くなってきたことで、当社の製品の売行きも少し上向いてきている。また、同業者の廃業などもあり、一部の低価格品の需要が当社に流れてきている。連休を控え、生産は増加傾向となっている。
	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・4月中旬までは前年並みであったが、下旬から気温の上昇に伴い、飲料水の販売が伸びている。

パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体的に少しずつ受注量が増加している。商品の値上げが相次ぐなか、価格交渉も順調に進んでいる。
一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の案件は金額が大きく、受注までに1年以上掛かる。今月はかなり大型の案件が受注できたため、当社の現在の業況は良い。
電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・自助努力が足りないせいか、売上は増えていないが、国内外の企業からの引き合いは盛んで、先行きには期待できる。
建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末は過ぎたが、例年よりも受注は堅調である。
広告代理店（企画担当）	受注量や販売量の動き	・規模は大きくないが、発注に関しての相談だけでなく、受注量も増えている。小売では、バーゲンセールの前に細かな対策を打つ傾向が強まっている。
経営コンサルタント	取引先の様子	・子供服の小売店では、服自体は売れなくなっており、レンタルも厳しい価格競争が続いている。ただし、入学式や子供の日に際しては、写真などのサービスに対する反応が非常に良くなっている。
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	・今月は初旬から中旬にかけて天候が良く、暖かかったため、花見を始めとする多くの観光客で、関西の各県楽地が大にぎわいとなっている。
食料品製造業（経理担当）	競争相手の様子	・ゴールデンウィーク向けの商戦を期待したが、余り盛り上がっていない。
化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・出荷数量は好調な推移が続いているが、原材料の値上がりにより、利益が減少気味になっている。
プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・急な納期に対応できることが当社の特徴であったが、納期がかなり先の注文が増えている。単価が下げられることはないが、忙しいときにも切迫感がない。
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	・自動車関連を中心に動きは堅調であるが、一時ほどの引き合いはみられない。
その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークに向けての受注も、例年と変わりがない。
建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・4月に集客型のイベントを開催したが、予算の少ない客が多い。
建設業（経営者）	取引先の様子	・年度末の工事が一段落し、官庁、民間の工事も落ち着いている。不足していた技能労務者も確保できるようになってきている。
輸送業（営業担当）	取引先の様子	・少子化の影響もあるのか、今春は学習机が売れていない。
金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先との会話では、受注が増えるような話はほとんど聞くことがない。
金融業（営業担当）	競争相手の様子	・競合先が、低収益覚悟で参入してくるため、収益は大幅な減少傾向にある。
金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・景気が上向いていると感じているのは、一部の大企業だけである。我々のような零細企業は何も変わらない。
不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸からの企業の撤退が続いており、事務所や社宅のニーズが減っている。それに伴い、事務所や住宅の空室率が上昇し、景気は横ばいで推移している。
広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体、Web媒体共に、広告売上が前年をやや下回っている。
広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・期初であり、大きな広告出稿の動きはない。
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	・受注量や見積件数、売上共に前年と変わらず、大きな変化はない。
その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・客からの補助金申請の手続依頼が少なく、補助金の活用が例年に比べて少ない気がする。ただし、照明以外で申請している可能性もある。
繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・企業の声として、状況は悪くなりつつある。このところは売上が前年比で減少している。
繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・地元の流通業者からは安価な商品の仕入れが増えているため、利益を確保すべく、地方の催事に参加し、消費者に直接販売するケースが増えている。出張の経費は増加するが、確実な販売で単価も維持できる。ただし、数量は伸びない。

	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・新年度に入ってから のユーザーの在庫調整 で、荷動きが悪くなっ ている。
	金属製品製造業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・例年と同じく、新 年度になって建築向け の出荷が少し落ちて いる。
	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	・大型連休前の駆け 込みによる仕事が少 ない。
x	新聞販売店 [広 告] (店主)	受注量や販売量 の動き	・3月に比べると、 折込件数が大幅に減 少している。
x	その他非製造業 [電気業] (営 業担当)	受注量や販売量 の動き	・景気回復の動きが 感じられない。
雇用 関連 (近畿)	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・IT分野における求 人数が激増しており、 4~5月の案件が可 なり増えている。
	人材派遣会社 (役員)	雇用形態の様子	・労働契約法の改正 から今月で5年が経 過し、長期派遣労働 者の無期雇用への転 換が始まった。派遣 先企業の間でも、人 材の確保の観点から 、派遣労働者を直接 雇用する動きが進ん でいる。これに伴う 雇用の安定化や、賃 金などの労働条件の 改善が、景気を引き 上げている。
	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・前年に引き続き、 求人数は多い。また 、仕事の選択肢が 広がっていると感 じており、求職者の 動きも活発である。
	職業安定所 (職 員)	求職者数の動き	・新規求職者が減 少傾向にある一方、 新規求人数は増加 しているため、新規 求人倍率が高止まり で推移している。相 談窓口では複数案件 の紹介が減少し、紹 介の成功率が上昇 している。また、雇 用保険の失業手続者 も減少している。
	学校 [大学] (就職担当)	採用者数の動き	・企業の採用意欲 が高く、大学4年生 の内定獲得の動きは 前年よりも早い。内 定率も上がっている。
	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・新年度に入っ ても、派遣業界は好 調に推移しており、 分野を問わずオー ダーが入っている。 相変わらず人材不 足は続いており、こ れまで派遣先企業は 人材を絞って採用し ていたが、ある程度 条件を緩和している のが最近の特徴であ る。それでもなかなか マッチングには至ら ない。
	人材派遣会社 (営業担当)	雇用形態の様子	・派遣社員の正社 員化を検討する企業 が増えている。
	アウトソーシ ング企業 (管理 担当)	それ以外	・新規の仕事も なく、例年どおりの 動きである。
	新聞社 [求人 広告] (管理担 当)	求人数の動き	・人手不足を抱 える業種でも、物流 関係の求人数が更 に増加している。た だし、これは季節的 な動きとみられ、景 気の先行きを示すよ うな変化はない。新 聞求人は引き続き縮 小均衡の動きが続 いており、景気の方 向性は感じられ ない。
	新聞社 [求人 広告] (担当者)	それ以外	・新聞広告の推 移は可もなく不可も ない状況で、特に 変わらない。
	職業安定所 (職 員)	求人数の動き	・求人倍率は依 然として高い水準 で推移しており、人 手不足感が深刻化 している。
	職業安定所 (職 員)	求人数の動き	・直近の近畿の有 効求人倍率は1.57 倍と、前月よりも 0.03ポイント上 昇したが、その要因 は求職者の減少が大 きい。求人を見ると 、派遣求人の増加が みられるが、通常 の求人を出しても 応募がないため、派 遣を利用する事業所 が増えている。それ に伴い、派遣会社 からの求人も増加 している。ただし、 派遣会社の求人にも ほとんど応募がな い状態であり、人 手不足がより一層 進んでいる。
	民間職業紹介 機関 (職員)	求人数の動き	・建設関連の日 雇求人が上向か ない理由として、請 負単価が低調なま ま賃金の引上げが できない、社会保 険の適正加入の影 響で入れない現場 があるといった声 や、人手不足の 深刻化を挙げる 事業所もある。
	民間職業紹介 機関 (営業担当)	それ以外	・求人数の多い 状態が続いている が、それに対応す る求職者が少ない。 求職者を集めるた めに費用が掛かる ため、売上は上が っているが、利益は 減っており、業界 としては景気が良 いとも悪いともい えない。
	民間職業紹介 機関 (営業担当)	求人数の動き	・求人数の動き は増加しているが 、売手市場で人手 不足が顕著である。
		-	-
x	*	*	*