

8. 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)		家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送への切替え時の購入分が、買換え時期に入っている。また、4Kテレビの価格が下がり、値ごろ感が出てきたことにより、4Kテレビの販売量が伸びている。
		旅行代理店（役員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークが長期にわたることで、旅行時期の分散化が進み、間際需要が増えてきている。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・3～4月は販売量などがやや好調であり、物流も順調である。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・何人かの優良客は、毎年この時期に海外高級ブランドの衣料品を購入するが、今年は例年以上に多くの高額品を買い求めている。その際、海外の高級ブランドの時計は継続的に引き合いが増えているため、人気商品は品不足であり、購入には至っていない。
		百貨店（販売推進担当）	販売量の動き	・インバウンドは前年比で微増であるが、高級輸入雑貨や宝飾、時計は引き続き好調である。婦人、紳士衣料や食品についても、改元に向けての高揚感からか、よく動いている。
		百貨店（特選品担当）	販売量の動き	・4月は、インバウンド需要だけでなく、国内客の売上も前年比で2けた増と大きく増えた。どちらも安定して大きく伸びたのは、前年の8月以来である。この傾向は5月に入っても続いているため、やや良くなっていると感じる。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・ファーストフードやコーヒーに加えて、サラダの売上も好調で、客単価が僅かながら上昇している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コーヒーがホットからアイスに切り替わり、来客数も増えている。特に、寒暖の差で両方を飲む客もいるため、全体で売上が10%ほど増えている。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・暑くなってきた、冷たい飲料やアイス類が売れ出している。
		コンビニ（店員）	単価の動き	・月末は外国からの旅行者が多く、大量にまとめ買いする客が増えている。また、近隣からの客もゴールデンウィークに入り、レジャーに伴う買物などで購入点数が増えている。
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・消費税増税を前に、リフォームや大型家電の買換えを検討する客が増えている。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	お客様の様子	・平成から令和に元号が改まることで、正月気分になり、購買意欲が増したと感じる。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・最近では休日の予約が、早い段階で満席になることが多い。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客の集中する日が増えてきた。ビジネス街では緩やかに増えている一方、繁華街は変動が激しく、安定していないが、徐々にペースが上がってきている。
		観光型旅館（団体役員）	お客様の様子	・5月の10連休の予約は、ほぼ満室状態である。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・大小の競合ホテルが相次いで開業するなか、宿泊客数は前年並みを維持しつつ、客単価は上昇している。インバウンドの動きも活発で、高単価のツアーが東南アジアを中心に広がっている。また、宴会は前年並みであるが、食堂は全体的に好調である。
		都市型ホテル（管理担当）	単価の動き	・今までと同じく、需給バランスの悪化によって、宿泊の動きは低調となっている。ただし、平成から令和への改元に伴い、レストランなどでの消費が一時的に増加しているように感じる。
	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊については、客室単価の下落傾向が続いているものの、予約は順調に入っている。宴会やレストランについても、おおむね前年並みで推移している。	
	通信会社（社員）	販売量の動き	・インターネットや電話サービスの伸びが著しい。エリア内の未加入者は減少しており、市場の拡大余地は少なくなっているが、他社サービスからの乗換えの動きが、依然として続いている。	

その他住宅〔住宅設備〕(営業担当)	お客様の様子	・高額なりリニューアル工事の引き合いが絶えず、施工日程の調整に苦労するほどである。客の意識が変わってきたと実感している。
商店街(代表者)	お客様の様子	・インバウンド需要も限定的で、従来と変わらず、食べ歩きなどの需要が中心となっている。
一般小売店〔珈琲〕(経営者)	販売量の動き	・連休中も営業する取引先への前倒しの納品は、予想したほど増えていない。
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店舗の平均でみると、関西は4月が90.0%で、1月が88.0%、関東は4月が111.6%で、1月が119.1%、中部は4月が104.5%で、1月が102.6%、中国は4月が103.9%で、1月が118.3%となり、各地区合計の平均は4月が98.4%で、1月が101.2%となった。3月と同様に、4月も新商品が比較的好調であるが、売上は一部店舗を除いてほぼ前年並みである。1月も同様に、一部の店舗を除いてほぼ前年並みであったため、状況に大きな変化はない。
一般小売店〔鮮魚〕(営業担当)	それ以外	・大阪の飲食関係は、全体的にインバウンド頼みの部分が大きいため、月々の売上はほぼ変わらない。卸売関連も低調で、大きな変化はない。
一般小売店〔野菜〕(店長)	競争相手の様子	・買物に行っても動きが感じられない。大型スーパーでは安売り商品がたくさん積んであるが、特に個人店舗などでは、非常に厳しい状態が続いている。
一般小売店〔呉服〕(店員)	お客様の様子	・着物を販売しているが、客が買い控えているのか、高額品に手を出しにくいのかは分からないが、3か月前に比べて動きが止まっている。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・店舗全体の売上は前年並みであるが、特選ブランドや宝飾品、美術品などの高額品が好調であるのに対し、衣料品や雑貨、食料品は前年比で3~5%の減少となっている。
百貨店(売場主任)	お客様の様子	・前月に続き、売上目標を上回る見込みである。インバウンド需要が好調であり、化粧品や特選ブランドなどの高額品が、引き続き好調に推移している。一方、気温要因もあって、季節商材はおおむね厳しい結果となっている。客は価値に見合った価格の商品は購入するが、価格が安いから購入するという傾向は、段々弱まってきている。
百貨店(売場主任)	単価の動き	・4月の入店数は前年比で5.0%減と、かなり厳しい状況であったが、食料品では北海道フェアなどの催事が菓子関係を中心に好調で、前年を4.0%上回っている。
百貨店(企画担当)	お客様の様子	・ここ数か月は、国内の富裕層、ボリューム層共に、若干の前年割れという傾向が続いている。不安定な気候により、季節商材の動きが例年よりも悪化していることが、要因の一つである。一方、外国人売上の動きは、1月に鈍化した後、2月以降は前年比で3割増のペースに戻っている。外国人売上の増加傾向に支えられて、この3か月は売上全体も増加する傾向が続いている。
百貨店(営業担当)	販売量の動き	・直近の経済指標は芳しくないものの、当店の取扱商品は百貨店の中でも日用品が多い。一度良い物を買くと、レベルを下げにくいいため、依然として強い消費意欲が感じられ、売上、来客数共に堅調である。
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、特にゴールデンウィークは衣料品関係が好調に推移しているため、状況としては変わらない。
百貨店(商品担当)	販売量の動き	・天候が安定し、中旬以降は気温も平年を上回ったため、来客数は順調に推移している。一方、都市部の店舗を中心にインバウンドは好調で、化粧品や特選雑貨、時計、食品は好調であるが、紳士関連や住関連は厳しい状況である。
百貨店(宣伝担当)	お客様の様子	・改元を控えて、国内客の消費は上向いてきたが、一方で大きなシェアを占めているインバウンド客の消費が落ち込んでおり、全体としては売上の増減がみられない。

百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・ 4月は寒の戻りや雨の影響もあり、春物ファッションに対する消費は鈍い。10連休前の旅行関連のウェア需要もそれほど強くなく、客からは、旅費が高い分、洋服は手持ちの衣類を着回すという声もある。改元記念のセール商材も盛り上がりには欠け、消費意欲の低下を実感している。清明節、労働節があり、インバウンド客の来店は目立ったものの、前年を大きく上回る売上にはつながっていない。
百貨店（服飾品担当）	お客様の様子	・ 4月に入り、売上の推移が前年を超えるなど、まずまずの出足となった。ラグジュアリー関連が前月や2か月前から少しずつ回復し、10%以上の成長となったほか、バッグやジュエリー関連が全体を大きくけん引する形となった。また、コスメ関連も6～7%の伸びとなり、インバウンド売上が微増ながらもアップしたことも要因に挙げられる。衣料品関連も、月初は低気温の影響が大きく、前年並みの推移にとどまったものの、後半に入り回復傾向にある。
百貨店（営業企画）	販売量の動き	・ 当店が全館改装中で、前年との比較は困難であるが、生鮮食品の単価が下がっており、客の節約志向による影響が出ている。インバウンドなどの特殊要因を除けば、消費に力強さが無い。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・ 富裕層を中心に、高額商品の受注が好調に推移している。海外の高級ブランド品や時計、宝飾品の売上が前年を上回っている。
百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・ 来客数の動きに変化はないほか、前月までと同様に、中間層による商品購入の動きは弱い。
スーパー（店長）	お客様の様子	・ 買上点数、単価共に変化はない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・ 直近は入学や進学、就職、転勤などによる需要が多く、比較的安定した状況となっている。その反面、ゴールデンウィーク以降の買い控えが懸念される。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・ 来客数の前年比は95%前後で推移しており、大きな変化はない。
スーパー（企画担当）	それ以外	・ 気温が不安定なため、春夏商材の売行きが悪い。特に、飲料関連が前年を大きく下回っている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・ ゴールデンウィークは売上が一定で推移し、大きな盛り上がりや悪化はみられなかった。その結果、売上に対する影響も余りない。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・ 大型連休の前なので、全体的に節約している様子である。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・ 初めての10連休ということもあり、どのような動きになるか心配しているが、連休のスタートは特に変化はなく、連休後半の動きを注視したい。
コンビニ（店員）	お客様の様子	・ 来客数が減ることもなく、買物単価も相応の推移となっている。雑貨や日用品は、スーパーよりも単価が高いにもかかわらず、こまめに補充しなければ棚が空いてしまう状況である。ただし、深刻な人手不足のため、仕事が追い付かず、この点が改善されれば更に売上も伸びる可能性がある。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ 中旬までは大きな変化はなく、後半に掛けても来客数、売上単価共に一定の推移となっている。
乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・ 来客数は減少しているが、単価は上昇している。
その他専門店 [医薬品]（経営者）	販売量の動き	・ 地区によっては、同業他社や異業種の出店で競争が激しくなっており、既存店の伸びが良くない。
その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・ 米国と中国の貿易摩擦の影響が、これから日本にどう出てくるかが気掛かりである。また、米国が日本に要求してくる、貿易黒字削減に向けた対策も気になる。
その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・ 特に大きな変化はないが、のりの価格が高騰しているため、利益率の維持が難しくなる。

その他専門店 [ドラッグストア] (店員)	お客様の様子	・前月に続き、売上の目標を超えた日は半分ぐらいであった。今まではオープン価格で販売していた商品も定価に戻したため、客の買い控えにつながっている。クーポンを発行する週は来客数も増えるが、デフレからは脱却できていないと感じる。やはり一度安く買うと、高い時には辛抱する様子が見られる。
その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	販売量の動き	・景気上昇のムードが全く感じられない。
その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	お客様の様子	・改元に伴う販促も、この業界では現実的ではなく、記念品の購入なども見込めない。
その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	お客様の様子	・売上は前年比で増えている。食料品や特選ブランド、化粧品などの雑貨関係が好調であり、特に免税売上は、前年比でほぼ2けた増となっている。
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	・連休前の受注量が予想に届かず、通常と変わらない動きとなっている。
高級レストラン (企画)	来客数の動き	・レストラン利用客の動きが悪く、法人宴会の受注も減少している。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・統一地方選挙が2回もあった。選挙の時期は来客数が少なく、商店街では候補者の練り歩きが多いものの、来店にはつながらない。
一般レストラン (企画)	来客数の動き	・4月の第2週から、来客数の動きが悪化傾向にある。天候や気温、桜の開花時期など、様々な外的要因もあるが、初の10連休を前に買い控えがあるように感じる。景気に大きな変化はないものの、少し減速感が出てきている。
その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	販売量の動き	・景気の大きな変動要因が思い当たらない。また、景気が良くなっているとも思えない。
観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・4月も個人客の間際予約の動きが良かった。また、4月27日からの10連休もあり、月末の販売量が4月全体の実績を押し上げている。
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・季節的な問題もあるが、3～4月と同じような状態である。
都市型ホテル (管理担当)	お客様の様子	・アジアからのインバウンドによる受注状況に稼働が左右されるほか、国内の個人客からの受注には力強さが感じられない。
旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・旅行の申込みがゴールデンウィークに集中し、予約が取れずに諦めてしまう客が多い。満員であればすぐに諦めるという状況は、3か月前と変わらない。平成から令和への改元に伴う動きも、旅行業界には余り関係がない。
旅行代理店 (営業担当)	販売量の動き	・ゴールデンウィークの10連休での需要は、堅調に推移している。
タクシー運転手	来客数の動き	・年度末から新年度に掛けて、大阪も地方選挙などで慌ただしかった。気忙しい感じで余裕がなく、消費者の財布のひもも固い。
タクシー運転手	お客様の様子	・来客数は一定の水準を保っている。客の様子からは、利用の頻度に変化はみられない。
通信会社 (経営者)	お客様の様子	・建設業の取引先の受注状況に大きな変化はない。
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・日本人観光客の減少になかなか歯止めが掛からず、苦労している。
その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	お客様の様子	・物販での販売量などは、前年比でほとんど変わっていない。
美容室 (店長)	来客数の動き	・全体的に前年を下回っているが、想定範囲内である。

住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・在庫物件の売却が進んでいない。客の購入意欲の向上がみられない状況である。
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・新築マンション市場では、都心や人気駅近くの大型案件は好調に推移しているが、徒歩10分以上の物件は苦戦が続き、価格調整が進んでいる。
住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・前月は消費税増税前の駆け込み需要で、前年の水準を大幅に上回ったが、今月はその反動もあり、2か月の平均では前年並みとなっている。
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者数は、前年と同じ水準である。
その他住宅[情報誌] (編集者)	お客様の様子	・改元の祝賀ムードはあるものの、住宅市場への影響は軽微である。消費税増税に向けた消費者の動きにも変化はなく、景気の動向を静観している様子である。
一般小売店[時計] (経営者)	来客数の動き	・良い季節であるが、全く天候や気温が安定せず、客足に影響が出ている。また、節約志向はかなり強く、他店との価格を比較する姿勢は相変わらず厳しい。ゆったりと買物を楽しむ雰囲気には程遠い。
一般小売店[衣服] (経営者)	販売量の動き	・前月に続き、売上の微減状態が続いている。ただし、今春も気温が低いせいか、スプリングコートはほぼ完売状態である。一方、ブラウスなどの売上の動きは前年比で10%減であるが、連休前になってボトムスやジャケットなどに動きが出てきている。
一般小売店[精肉] (管理担当)	お客様の様子	・3月からの春休みは、祝い事の関係で贈答品が動く時期であるが、今年は例年よりも少なかった。肉についても、出費を少しでも抑えようと、少し安価な商品で対応する動きがあったように感じる。また、大型連休を控えて、財布のひもも固い。
一般小売店[衣服] (経営者)	販売量の動き	・急激に気温が上がり、夏物衣料に動きが出始めたが、大型連休を前に買い控えがあるのか、販売量が伸びない。
百貨店(企画担当)	お客様の様子	・気温が安定せず、季節商材の動きが悪い。また、統一地方選挙の影響で全体的に売行きが不振である。
百貨店(マネージャー)	販売量の動き	・購入客数が前年比で4.5%減と厳しい状況にある。ただし、平均単価は2.2%上昇している。株価が2万2千円台を維持していることもあり、宝飾品や時計などの高額品の売行きは前年を上回っているが、ボリューム層の売行きが悪い。気温が前年に比べて平均で3度も低く、春物への衣替えが遅れている。
百貨店(販促担当)	来客数の動き	・今月は来客数が不振で前年割れとなっている。購買客数は前年を上回っているが、客単価は低下しており、売上全体でも前年割れである。気温の変化が大きく、特にファッションや雑貨関連の不振が目立つ。高額品や食品関連は前年並みの推移であり、特価品を増やしても状況は改善せず、価格だけでは動かない傾向がますます強まっている。10連休前であるため、節約の意識も感じられる。
百貨店(売場マネージャー)	お客様の様子	・継続的に好調な特選輸入洋品や化粧品、旅行関連以外は、10連休前の消費が弱いと感じる。また、予想よりも気温が低いいため、特に婦人服を中心とした衣料品の苦戦が拡大している。
百貨店(マネージャー)	お客様の様子	・インバウンドの恩恵を余り受けないエリアであり、国内客の現金売上は前年比で1.7%減となっている。例年は月の前半に動きがある、初夏物の衣料品や服飾雑貨が、大型連休を控えて苦戦している。モノよりも、旅行などのコト消費に消費が流れている様子である。
スーパー(経営者)	競争相手の様子	・気温が上がらなかつたり、悪天候が多かつたりと、気象要因による影響が大きい。既存店の実績は芳しくない。競合他社についても同様の傾向が、更に良くない状況となっているため、全体的に消費マインドも落ち込んでいると考えられる。
スーパー(店員)	来客数の動き	・少し値上げが進んでいるほか、大型連休前で客の節約傾向が強まっているのか、安い物しか動かない。

	スーパー（企画）	販売量の動き	・前年の秋以降は、消費に減速感がある。衣料品や生活関連品の販売がなかなか上向かないなか、食料品でカバーしてきたが、その食料品もいよいよ厳しくなっている。	
	スーパー（社員）	競争相手の様子	・今春は食品メーカーから値上げが多く発表されている。当社も店頭価格の値上げを検討しているが、競合店の多くは余り値上げを行っていない。消費支出が伸び悩んでいるなか、厳しい価格競争が続いている。	
	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・10連休明けの消費の冷え込みが予測される。消費税増税前の駆け込み需要も、キャッシュレス決済によるポイント還元策により、全体的に見込めない。	
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・今月は大型連休の影響で、非常に販売効率の悪い月となっているため、売上は激減することが予想される。	
	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・消費税増税の報道などで、購買意欲が高まると予想していたが、販売台数は伸び悩んでいる。輸入車はし好品であるため、価格よりも、どれだけ満足のいく商品を購入できるかが重視されている。	
	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・案件は増えているものの、前年の台風や豪雨による被害の補修といった、やむを得ない理由での案件がいまだに増えている。消費税増税の実施は不透明であるため、今購入するといった声もある。	
	一般レストラン（経理担当）	単価の動き	・4月に入ってから、食料品を中心に値上げが進んでいる。外食業界でも10月の消費税増税を前に、緩やかな値上げを行っており、財布のひもが次第に固くなりつつある。	
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークを控えているためか、全く動きがない。	
	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・統一地方選挙の影響もあったのか、宿泊人数が増えず、客室稼働率も前年比で5ポイント下がっている。	
	タクシー運転手	お客様の様子	・街の人出は多いが、手を挙げる人は日に日に少なくなっている。	
	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・不動産の売却が増えてきた一方、需要は減少している。	
	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）	それ以外	・消費動向は良くないと感じられる。	
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・4月は気温が上がらなかったこともあるが、来客数が少なく、トータルの売上は前年よりも減っている。もう少し気温の高い日があれば、売上も伸びていたはずである。
	×	競輪場（職員）	単価の動き	・改元やゴールデンウィークを目前にした買い控えの影響かどうかは分からないが、今月の客単価は8,944円で、3か月前の10,552円よりも下がっている。
企業 動向 関連 (近畿)	-	-	-	
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・大型連休の影響で、得意先の在庫積み増し量が増え、受注量が増えている。その影響で売上も伸びている。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークの影響で、月末にかけて飲料水の受注が少し増えている。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年の実績はなかなか超えられなかったが、ここへきてようやく前年よりも良くなっている。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・4月の販売量は電気機械や電子部品、半導体、建設材料など、当社の全ての部門において、1月以降で最高の実績となっている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関係では、電気自動車の特殊な部品などが増産傾向にある。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年始以降は減少傾向にあった出荷が、底打ちしたと感じる。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・少しずつであるが、売上が増えてきている。	

輸送用機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・引き合いが具体化し、納期を含む仕様書の提示につながっている。さらに、広い領域にわたる引き合いがある。
建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は受注も順調で、全体的に良くなってきている。特に、無電柱化の受注が堅調である。
金融業（営業担当）	取引先の様子	・製造業の中小企業に関しては、親会社の業況が上向き傾向にあり、協力会社の受注も増加傾向となっている。
広告代理店（企画担当）	それ以外	・改元に向けた期待感や、イベント等に伴う経費の支出、販促での臨時的投資が増えている。3か月前に比べて、客からの受注金額などの増加が感じられる。
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	・前年の度重なる災害の反動もあり、今年の花見客は、海外からの観光客も含めて非常に多かった。天候に恵まれたこともあり、ソフトドリンクやお茶、アルコールを中心に、飲料の売行きが好調である。
食料品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・10連休を控えているが、受注量は良くない。
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・連休前になって、少し受注量は増えているものの、大きな変化はない。
プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業界では、かなり努力をして現状を維持している。生産量が増えないなか、付随する仕事を取り込み、帳尻合わせを行っている。
一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・この数か月は、引き合いや販売量がやや減少傾向にある。この傾向は今後も変わらないと予想される。
電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注価格や販売価格の動き	・エアコンや冷蔵庫、洗濯機、テレビなどの単価が高い商品では、前年よりも高額な商品が動いており、実売台数の前年比を販売額の前年比が上回っている。
建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・民間関係では予算は厳しいものの、好決算の企業による年度内での設備投資が活発であった。一方、公共工事関係では相変わらず価格競争が続いている。
建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・以前に比べて、住宅の新築を予定している客のうち、土地なしの比率が増えてきたと感じる。当然ながら、住宅に割くことができる予算は少なくなる。
輸送業（営業担当）	取引先の様子	・売上目標を達成できていない。
金融業（副支店長）	取引先の様子	・設備案件などの資金ニーズに変化はなく、景気も横ばいである。
金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・今のままでは消費税増税後の冷え込みが心配され、所得の二極化がますます顕著になりそうである。一方、消費税増税が中止になれば、消費は改善され、景気回復の起爆剤になるかもしれない。
不動産業（営業担当）	取引先の様子	・当市からの企業の撤退がいまだに続いている。事務所や住宅のニーズが減っているほか、賃料水準が下がり、空室率は上がっている。これらが景気回復の妨げとなっている。
広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・期初であり、広告出稿の大きな動きはみられない。元号は改まるが、それほど大きなインパクトはない。
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	競争相手の様子	・変化がなく、前年と同じ状況が続いている。
その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・当社の代理店が、自身の主力事業に重点を置くために、販売活動を縮小している。
繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・受注の動きが良くない。
電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・当社の取引先は、国内外の電機、自動車、電子部品業界の大手企業である。取引先の海外比率はまだ20%強で、基本的には国内の大手企業が多い。近年は電機、自動車の大手企業が海外企業に押されているため、その悪影響が出ている。電子部品の国内企業は健闘しており、その恩恵は受けているが、今後の推移は悪化が見込まれる。
広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・We b媒体、紙媒体共に、広告は前年の売上を下回っている。

	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	・大型連休前で注文が抑えられている。	
	×	繊維工業(総務 担当)	取引先の様子	・最近商品の仕入状況が変化している。当社は大きく変えていないが、他社は仕入れを大幅に減らしているようで、仕入先が納期や価格の面で便宜を図ってくれるようになっている。
雇用 関連 (近畿)	*	*	*	
		人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・現在のところ、改元への対応などで多忙を極めているが、受注のスピードが少し落ちているように感じる。
		人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・新年度入り後は例年どおりの動きとなっているが、大型連休が控えているため、企業の雇用に関する動きは慎重となっている。関西での印刷関係の仕事は堅調であり、ゴールデンウィーク明けから本格化していくと予想されるため、それに対応している派遣会社は忙しくなりそうである。
		人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・企業の求人依頼は引き続き堅調に推移している一方、求職者の登録は減少傾向にあるため、人手不足が続いている。
		人材派遣会社 (営業担当)	採用者数の動き	・現状は、景気に良くも悪くも影響する材料が見当たらない。
		新聞社〔求人 広告〕(営業 担当)	求人数の動き	・求人の減少が続いている。
		新聞社〔求人 広告〕(管理 担当)	求人数の動き	・新年度を迎えたが、新聞広告の求人数に大きな動きはない。構造的に人手不足が続く、介護や建設、物流などの求人は多いが、全般的には縮小均衡の傾向が続いている。ちょうど新卒求人の時期で、こちらはインターネットが中心であるため、インターネット経由の求人は増加している。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人数に変化はない。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数が微減傾向にある。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・直近の近畿の新規求人数は3か月ぶりに減少した。製造拠点が集積している滋賀や京都で、製造業の求人が大きく減少したほか、サービス業でも減少している。一方、人手不足の声は引き続き多いため、このまま求人が減少傾向に転じるとは考えにくい。
		学校〔大学〕 (就職担当)	採用者数の動き	・学生からの内定取得報告がまだなのかもしれないが、若干スローダウンしている気がする。5月末で今年度の採用を終了すると宣言する企業も出始めている。
		学校〔大学〕 (就職担当)	雇用形態の様子	・新卒採用では、今までの一括採用の見直しが話題になっているが、医療系の採用はどちらかといえば通年型が多いため、大きな変化はないと予想される。
		人材派遣会社 (営業担当)	周辺企業の様子	・取引の見直しが始まっている企業があり、派遣の活用が減少するといった動きもみられる。
		新聞社〔求人 広告〕(担当者)	それ以外	・新年度になったが、改元や統一地方選挙の話題があっても、新聞広告や新聞求人に変化はみられない。
		民間職業紹介機 関(営業担当)	それ以外	・新卒学生の採用に関して、現状は人手不足が深刻であり採用は活発に見えるが、大手企業は全体的に採用数を減らしてきている。業種別には流通、サービス系の求人が多く、今までの全ての業種で多かった状況とは変わってきている。
		民間職業紹介機 関(営業担当)	求職者数の動き	・派遣求人数は横ばいであるが、労働者派遣法の改正の影響で、直接雇用を希望する人が増えており、マッチングに苦戦している。
	×	民間職業紹介機 関(マネー ジャー)	求人数の動き	・大手企業による採用計画の見直しが増えており、特に海外経済の影響で、製造業による見直しが先行している。一方、中小企業では大手企業ほど見直しは進んでいない。そのほか、採用の基準の引上げで採用率も下がってきているなど、景気が悪くなったとはいえないが、様子見の段階ではあると感じる。