

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	その他専門店 〔宝石〕（経営者）	来客数の動き	・今回の景気の良さは、今後株価がよほど変化しない限り持続する。
		都市型ホテル （客室担当）	来客数の動き	・日本人、外国人共に個人旅行が好調で、売上も前年比で110%となっている。来月には阿倍野地区で商業施設の開業が控えており、梅田地区と共に注目される。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・5月の販売量（契約数）においても最高値をマークしている。今年になって純増数がアップしており、目標値を20%以上クリアしている。
やや良く なっている		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・高額商品の購入も幾分は増えている。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	販売量の動き	・景気に関しては良くなりつつあるのかも知れないが、電気料金の値上がりや原料高の深刻化などで、本格的な回復の動きはみられない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・先月と違って明るいムードであり、景気が少しずつ回復している。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・株高や気温の上昇に伴い、衣料品を中心に好調な推移となっている。輸入ブランド品の値上げ後の販売減も、今のところは見受けられない。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・富裕層を中心に、資産効果により高額品が好調に推移している。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・月前半は苦戦したものの、中旬から後半にかけて気温が上昇したほか、バーゲン商品の展開もあって回復している。客は依然として不要不急の商品の購買には慎重であるが、景気回復の期待もあるのか、以前よりも購買に積極的な姿勢がみられ、動きの良い商品が増えている。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・店全体では、宝飾品や高額時計の売上が伸びている。婦人服においても、客単価の推移をみると前年比で約1%上昇している。
		百貨店（企画担当）	単価の動き	・先月に引き続き、高額商品の動きが良い。特に特選ブランド、時計の動きが良い。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が前年を上回り始め、特に衣料品の動きが出てきているが、高額品はまだ動かない。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・梅田地区に客が集まっているが、店頭での買上は固定客を中心に大幅に増えている。また、優良固定客による美術品の買上が、点数、金額共に増えている。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・店舗への来客数が前年より増えており、売上もほぼ前年並みを維持している。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・入店客数が回復傾向で、売上も衣料品、食料品を中心に少し改善している。天候、気温の季節変化が順調に推移していることも、その一因である。
		百貨店（服飾品担当）	単価の動き	・母の日のギフト商材は客単価がやや上昇傾向にある。アクセサリーやハンドバッグなど的高額商材が母の日当日によく動き、母娘での来店による購買もよくみられた。
		百貨店（商品担当）	単価の動き	・引き続き外商関連では高額品の動きが良く、単価の高い物が売れている。
		百貨店（外商担当）	単価の動き	・円安、株高が続いていることが富裕層の購買意欲を高めており、高額な時計は非常によく売れている。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・一時期、不要不急といわれた輸入時計の売上が前年比で35%増と好調である。また、ここへきてやっと寝具などのリビング雑貨が好調に推移し始め、売上が前年比で18%増となっている。富裕層から中流層まで、来客数も増加し始めている。
スーパー（経営者）	販売量の動き	・4月は気温が低く、旬の商品を中心に非常に需要が冷え込んだが、5月はゴールデンウィークの天候も良く、後半からは気温も前年並みに戻ったため、4月のマイナスを含めて一気に季節物が伸びた。ただし、百貨店のように高額商品が売れているわけではなく、客はあくまでも必要な物をしっかりと買っているというレベルである。		
スーパー（店長）	来客数の動き	・衣料、住居関連商材の売上が、夏らしい天候や気温も重なり、好調に伸びている。食品は相場安の農産物が苦戦しているが、それ以外は堅調である。		

スーパー（社員）	来客数の動き	・先月までは低い気温や天候不順によるマイナスの影響が大きかったが、今月に入り、天候も安定して気温も高くなるにつれ、平日の来客数が伸びてきている。景況感の良さも、客の購買を後押ししているように感じる。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・月の後半に気温が上がったため、飲料水やデザートがプラスワンで売れている。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・高級おにぎりなどのプレミアム系高額商品の売上が好調で、客単価が上昇傾向にある。
衣料品専門店（営業・販売担当）	お客様の様子	・スーツやジャケットなど、欲しい物や必要な物が会話のなかで出てくるようになってきた。また、極端なクールビズファッションへの反対意見も聞こえてくる。
衣料品専門店（販売担当）	単価の動き	・少し単価が上がり始めている。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・5月からの電気料金値上げの影響もあり、節電型エアコン、冷蔵庫の動きが良くなっている。
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・まだ売上に反映されていないが、自動車購入の引き合いが多い。消費税の増税前に購入を検討する客が、潜在的に増えていることが実感できるようになっている。
住関連専門店（店員）	販売量の動き	・季節商品の販売実績が伸びている。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・4、5月は来客数、客単価共に前年を上回っている。また、全国のほかの地域と比べても差はなくなっており、景気上昇の期待感や、客単価のアップ策が奏功している。
その他飲食【コーヒーショップ】（店長）	来客数の動き	・4、5月は、前年比で2～5%程度ではあるが、来客数の伸びがみられるようになっている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・日帰り、宿泊共に予約状況が好調である。
観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・少し入込の動きが早いように感じる。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・株価は一時的に大幅に下落したものの、3～4か月前からは上昇しており、景気は良くなっている。ただし、サラリーマンの給与はまだ上がっていない。实体经济とのギャップが少々あるなど、まだ本格的な景気回復ではない。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・収入は宿泊、宴会、食堂共に前年を上回っており、客単価も若干ながら各部門共に上がり始めている。一方、食材の値上がりや軒並み始まっており、そのほかの外注経費の値上げ要請も出てきつつある。消費者の動きをみると単価の値上げは難しく、タイミングを見計らっている状態である。
都市型ホテル（総務担当）	単価の動き	・日本料理店やフレンチレストランなど、高級店舗の来客数が増加し始め、客1人当たりの販売単価が上昇傾向にある。
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・宿泊部門は、ゴールデンウィーク明けも外国人旅行者の利用が引き続き好調であり、国内のビジネス客も堅調であった。宴会部門は、若干ではあるが売上が前年を上回り、レストラン部門も高額店舗を含め、全店舗で前年を超えている。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・夏のボーナスの支給額アップで、夏の家族旅行の受注増につながる。
旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・第1四半期の旅行需要は伸び悩んでいるが、そこで行かなかった客が、早々に夏休みの旅行申込を既に行っている。その申込内容も、前年よりも予算を少し上げるなどの動きがみられる。
タクシー運転手	販売量の動き	・以前に比べて、夜の人出が若干増えた感じを受ける。特に、週の後半においては三宮近辺で人が多く、日曜日も多くの人出が見受けられる。
タクシー運転手	お客様の様子	・前月に続き、流し営業での客の乗車機会は、遠距離客は増加していないものの、近距離客は確実に増えている。また、企業関係のハイヤー予約も増加傾向にある。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・アベノミクス効果により、心理的な景況感が向上している。

	その他サービス 〔保険代理店〕 (経営者)	お客様の様子	・株価が上昇し、円安が進んでいることで、経営者の表情が以前とは全く違う。まだまだ確信はできないが、期待を持って経営している。
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・消費増税の影響で展示場への来客数が微増となり、イベントの集客も具体的な建築予定のある客が増えてきている。
	その他住宅〔展示場〕(従業員)	来客数の動き	・5月の住宅展示場への来場者は、前年比で約1割増となっている。
	その他住宅〔情報誌〕(編集者)	販売量の動き	・新築マンション業界では、当初計画していた集客、販売目標を上回る動きとなっているほか、物件によっては対応できる数以上の集客となっている現場もあることから、広告投下の縮小や停止の動きが出ている。これは、消費税率アップ前の駆け込み需要の動きと、景気上向き感の相乗効果によるものである。
変わらない	商店街(代表者)	お客様の様子	・商店街では春の催しも大型店や百貨店に比べて不調に終わり、効果を出せていない。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・消費目的の客の来店は増加しているが、来客数全体を増やすことが課題である。
	一般小売店〔時計〕(経営者)	販売量の動き	・先月同様、腕時計や掛け時計の動きが良くない。また購入の話が出てきたとしても、他店との値比べがあったり、携帯電話で写真を撮ったりと、インターネットでの購入を視野に入れた動きが目についた。時代が変わったことを痛感しているが、修理や電池交換などを必要としている客がいることはありがたい。
	一般小売店〔衣服〕(経営者)	来客数の動き	・来客数が増えてきているわけではないが、来客者の様子を見ると、購買意欲は以前のように低くないと感じる。
	一般小売店〔花〕(店長)	お客様の様子	・急に暑くなり、来客数が減少している。
	一般小売店〔雑貨〕(店長)	販売量の動き	・売上が全く伸びず、3か月前と同じである。
	一般小売店〔野菜〕(店長)	それ以外	・周囲の店が次々に閉店している。小さな店は、今が一番大変なようである。
	一般小売店〔酒〕(社員)	お客様の様子	・製造業に関しては、新聞などでは給与の増額の報道もみられるが、中小企業にはまだその恩恵が感じられない。ただし、販売数量や単価の改善はみられないが、悪くもなっていない。
	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・入店客数が前年比でマイナスとなっているので厳しい。もう少し入店が増えてくれれば売上も増えるが、梅田地区や6月の阿倍野地区での商業施設のオープンを考えると、どこも厳しい。
	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・まだまだ経済状態が不安定で、先の見通しが立たない。
	百貨店(企画担当)	単価の動き	・入店客数は減少傾向が続くなかで、平均単価は上昇している。売上はほぼ前年並みで推移しているが、特選ブティックや時計などの高額品が好調に動いている反面、ボリュームゾーンの服飾については動きが鈍い状況が続いている。景気が上向きに転じたと判断するのは難しく、しばらくはこの傾向が続くのではないかとみている。
	百貨店(サービス担当)	お客様の様子	・今月は、先月と同様に状況の変化はないが、新しい商業施設の開業を控えた周辺環境の整備やクリアランスセールで、来客数が増加している一方、購買単価は低下している。
	百貨店(販促担当)	来客数の動き	・昨今の株価上昇に象徴されるアベノミクス効果は、高額品、外商顧客を中心に広がってきている。ただし、梅田地区に代表される更なる商業施設の増加により、ゴールデンウィークに開業が重なったことも相まって、来客数は大きく影響を受けている。
	百貨店(売場マネージャー)	来客数の動き	・高額品の購入はまだ続いているものの、ファッション関連の購入は数量、単価共に好調とはいえない状況にある。また、神戸(三ノ宮、元町)における人の流れは、梅田地区や神戸での商業施設の開業もあり、来客数の減少がみられる。
スーパー(店長)	来客数の動き	・気温上昇により、食料品以外は良くなる兆しが出てきているものの、食料品関連は苦戦が続き、予断を許さない状況である。	
スーパー(店長)	単価の動き	・来客数は回復傾向であるが、単価が上がらず、業績は横ばいか、やや悪化している。	

スーパー（店長）	販売量の動き	・中旬から気温が上昇し、衣料品を中心に季節品の動きが活発化しているが、食料品や日用消耗品といった必需品の動きは変わらない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・不安定な株価、住宅ローン金利の上昇など、良いニュースは少ない。関西はボーナスが増える会社も少なく、消費が上向く材料は少ない。梅雨入りも昨年より早く、景気も天候もどんよりといった感じである。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・株価の動きが不安定になっているが、もともと株高効果はスーパーなどには波及していなかったため、影響は感じられない。ただし、今後の動き次第では、心理的に悪影響を与える可能性がある。
スーパー（広報担当）	販売量の動き	・今月中旬以降、急激な気温の上昇で季節品の動きが活発になり、売上全体は回復傾向にある。ただし、食料品の1品単価は前年割れの状況が続いており、日々の消費は依然としてシビアな感がある。
スーパー（企画）	単価の動き	・1品単価は下落が続いているが、買上が伸び、客単価が戻ってきているように感じる。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・来客数に大きな落ち込みはみられないが、購買点数が伸びてこない。
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の買い方をみていると、広告初日に安く価格を出した商品やナショナルブランドの安い商品には開店からでも並ぶが、それを買うとすぐにレジに行くなど、ほかの物を買いつく動きは少ない。
スーパー（開発担当）	お客様の様子	・来客数は前年と変わらず、売上も前年と比べて変わらない。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・気温が大きく上下し、暑かったり寒かったりする日が続いたので、人の動きにも影響が出ている。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・アベノミクスで株価が乱高下するなか、百貨店では高額品の購買効果が出ているが、一般小売店ではまだ効果は感じられない。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・4月の後半から5月にかけて販売量が増えなくなってきており、単価の低い物しか売れない。前年を2～3割程度割り込んでいる。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・アベノミクスのスタートは良かったが、勢いがなくなってきた。財布のひもが固くなった気がする。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・受注台数は前年並みであり、来場数も週によってむらがある。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・政府の景気対策による効果が、テレビや新聞などで連日報じられているが、実際にはほとんどの人がその効果を体感しておらず、様子見の人が多い。
住関連専門店（店長）	それ以外	・選挙の時期は消費者が動向をうかがうためか、販売量がいったん落ちる。ただし、世間の政治への期待感は強くなっていると感じるため、現状は維持できる見込みである。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・販売量は前年比で変わらない。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	単価の動き	・円安といわれる状態が続いているが、その状況に応じて販売価格を上げるのは難しく、消費者の意識も宝飾品には向いていないように感じる。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ランチ客の動きは先月に比べて落ち着いてしまったが、ディナーは変わらず、予約で埋まる日の多い状態が続いている。
一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・今月は特に客の入りが悪いとよく耳にする。ゴールデンウィーク後が特に悪いと、各店主が口をそろえている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食店は天候に左右されやすいが、今月は天候も落ち着いていたため、近くの商店街も人通りが増えていた。夜も少人数の宴会が増えている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数の推移は安定的になっており、特段の増減がみられる状況ではない。
一般レストラン（経理担当）	来客数の動き	・夜の宴会は好調に推移しているが、一般客の動きが鈍い。
スナック（経営者）	来客数の動き	・5月は団体客がゼロの状態であり、1人で来店してくる馴染みの客にとどまっている。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・昨年とは打って変わって海外旅行の受付が伸び悩み、国内旅行の受付が前年を上回って動いている。特に、件数では韓国をはじめとする漢字表記の4地域が大きくマイナスとなっている。それ以外の増加で何とか受付金額は維持している。

旅行代理店（店長）	単価の動き	・安く旅行に行きたいという傾向は変わらない。富裕層はどんどん高い料金でも行くが、一般客の景気は変わっていない気がする。	
タクシー運転手	競争相手の様子	・企業の出入りの業者が少ない。	
観光名所（経理担当）	来客数の動き	・3月のリニューアル効果が出ており、前年を上回る来場者となっているが、この状態から更に増えることはない。	
競艇場（職員）	単価の動き	・3か月前から単価の動きは同水準で推移しており、増えも減りもしないという動きを繰り返している。	
その他レジャー施設 [ イベントホール ]（職員）	お客様の様子	・イベント開催数はほぼ変わらず、来客数にもほとんど増減がない。レストラン、売店などの売上もほとんど変化がなく、人気アーティストのグッズも通常どおり売れている。	
その他レジャー施設 [ 飲食・物販系滞在型施設 ]（企画担当）	来客数の動き	・引き続き、海外からのインバウンド客の集客が好調である。	
美容室（店長）	来客数の動き	・売上が前年比で7～8割と厳しい状況が続いている。	
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	・タイトルの影響もあるものの、CD販売の前年比はかなり悪い。レンタルのほか、書籍などの売上でようやくカバーする状況が続いている。	
住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・大手の販売実績が伸びているとの報告は聞いているが、残念ながら自社の状況は何も変わっていない。	
住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・以前と相場は変わらず、目立った需要の増加もない。	
住宅販売会社（従業員）	それ以外	・アベノミクス効果で、株価、為替は一時的に急速な改善をみせたが、各企業が積極的な経済活動を行うようになったわけでもなく、特段の変化はない。	
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）	販売量の動き	・不動産の取引価格などをみると、上昇傾向で過熱気味であるが、身の回りの景気が上昇しているようにはみえない。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・梅田地区での商業施設の開業以来、当エリアの入出は相当増加しているが、売上は厳しい。当初の予測どおり、オーバーストアによる競合激化が始まった感がある。
	一般小売店 [ 菓子 ]（経営企画担当）	販売量の動き	・5月現在と2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5月が87.5%で、2月が91.2%、関東は5月が98.1%で、2月が91.2%、中部は5月が89.1%で、2月が85.5%、中国は5月が99.5%で、2月が90.1%となり、各地区合計の平均は5月が90.8%で、2月が90.0%となっている。先月と同様に悪い状態が続いており、好転の兆しさえみられない状態が続いている。回復傾向に転じることはもちろん、前年並みに回復することさえ難しいように感じる。
	スーパー（経営者）	単価の動き	・今月初旬のゴールデンウィークが終わり、客の財布がかなり軽くなっているのか、単価の安い物しか売れない。
	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数の前年比は96%で推移しており、下げ止まり感がない。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は低迷している。プロモーションをかけた場合も、同じ客の来店回数が増えるだけである。
	その他専門店 [ 医薬品 ]（経営者）	お客様の様子	・今月は気温の変化が激しく、また後半になるとムードが少し下向きになっている。必要な商品を必要な量だけ購入するという、賢明な買物行動がみられる。
	その他小売 [ インターネット通販 ]（企画担当）	お客様の様子	・初夏、夏物のカタログを発刊したが、ファッション商品を中心に顧客の反応が鈍い。
	一般レストラン（店員）	競争相手の様子	・近隣に競合店が出店し、価格競争が起こっている。
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・来客数や客単価が前年を若干下回っており、3か月前との比較でも、特に客単価は良くなっていない。

	競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は9,920円で、今月は9,770円となっている。アベノミクスの効果は、一部投資家や輸出企業にしか恩恵がなさそうで、一般の消費者には円安や物価上昇の悪影響が徐々に出てくる。	
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・タワーマンションなどの高額マンションと廉価なマンションの販売状況は非常に良いが、5千万円前後の中間層をターゲットとする物件の販売状況が悪化してきている。	
	悪くなっている	-	-	
企業動向関連 (近畿)	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	・ゴールデンウィーク期間については、梅田地区や神戸などの大型商業施設の開業もあり、都心主要駅の物販、飲食店舗は軒並み売上好調となった。さらに、母の日も例年になく売上を記録したが、これは絆消費が継続している影響とみられる。
	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	・依然として販売価格の低い物を中心に動いているが、販売量の回復で生産量も増加してきている。食品業界は景気にあまり左右されないといわれているが、景気が良くなると、数か月遅れて上向きになる傾向がある。
		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	・医学系の国内会議や国際会議が活発に動いている。それに伴う資料作成が多く、受注量も増加している。また、新年度予算において、住宅産業の戸建、マンション業界でも販促物が好調に動いている。一方、弱電業界は円安にはなっているものの、販促の動きはまだ鈍い状態が続いている。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・輸出製品の販売数量が先月と同水準であり、国内の販売数量も減少していない。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・建築関連の出荷はやや低調なものの、自動車関連は順調である。
		電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・企業間の取引の実態は急に変わらないが、円安は利益の増加につながるほか、見積価格も下げられるので、商談は進んでいる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・住宅、マンション向けの照明器具や、学習机、書斎家具の出荷量が昨年を超えている。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	それ以外	・円安と株価上昇の好影響が出ている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ようやく少しずつではあるが、消費税増税前に住宅を建てたいという顧客が出てきている。
		輸送業（商品管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・5、6月は母の日と父の日があるせいか、販売量が増えている。
		金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・アベノミクスによる経済成長の影響が取引先に出ている。全体的に受注増加となっている。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	取引先の様子	・取引先では取引高が増えている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・インターネット媒体、紙媒体共に、広告売上は前年を明らかに超えてきている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・アベノミクスという言葉を経営者からよく耳にする。輸出を行っている製造業のクライアントは、円安（為替差益）のお陰で見通しが明るいという。一方、小売業のクライアントは景気が上向いているといわれているが、実感はなさそうである。
		コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に右肩上がりでも推移しているが、若干勢いがなくなったようにも感じる。
	変わらない	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・気温の上昇により飲料水の販売が増えるかと思っただが、3か月前と比べてあまり変わらない。梅雨の時期が終われば期待はできる。
食料品製造業（経理担当）		受注価格や販売価格の動き	・デフレ傾向はまだまだ続いており、円安による原材料の高騰の影響も収益面にすぐ出ている。	
繊維工業（総務担当）		それ以外	・消費動向が上向いているとは思えず、給料の増加よりも物価の値上がりの方が先のように、不安感を抱いている。	
繊維工業（団体職員）		受注量や販売量の動き	・1～3月は前年と比較しても非常に悪かったが、5月に入り多少の動きは出てきている。ただし、原材料価格の高騰や電気料金の値上げなどのコストアップ要素も多く、価格転嫁も難しいことから、景況感は良くない。	

	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	取引先の様子	・食品メーカーは原料が値上がりし始めているようで、1個当たりの量を減らすなどしている。一方、輸出メーカーでは販売量は増加していないが、収益面で円安効果が出ている。
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新商品が動き出しているが、利益率が改善されていないので、実質値引きの感がある。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・市場は適度な円安となり、海外案件などの引き合いが出てきているが、今の段階では荷動きなどに変化はない。
	金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が落ちてきている。建築土木関連は、新規の大型物件がない。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の顧客は原子力発電所関連が多いが、この分野は現在停滞している。この影響で、新たな引き合いが低調である。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・一般消費者向けの商品はアベノミクスの影響が早く出るが、産業界での設備投資となると、顕著に景気の良さが表れるまでには時間がかかる。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・依然として量販店の店頭には客足が少なく、荷動きは鈍い。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・円安の影響で、自動車関連の受注にはやや回復傾向がみられるものの、海外での現地生産や販売が今後加速する点を考慮すると、あまり多くは期待できない。全般的にみれば、まだまだ企業の積極的な設備投資は出てきていない。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注に関しては堅調に推移しているが、伸びているという感覚はない。ただし、仕事をする上で、客や協力企業などとの会話や雰囲気からは、少しずつであるが良くなっている感覚がある。
	建設業（経営者）	取引先の様子	・円相場や株価は動き続けているが、実体経済は不透明である。民間の設備投資もまだ活発な動きはない。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・配達件数に変化はない。
	輸送業（営業所長）	取引先の様子	・新規案件の話も出てきているが、長期的な案件が多く、業績には反映しない。
	通信業（管理担当）	それ以外	・市場の価格は以前と変化がない。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・消費税率が上がる前にマンションや建物を建築する動きが増え、土地の需要はおう盛になっている。一方、土地を買いたいという客は増えているが、賃貸の需要がないなど、実需が乏しい。
	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・ショッピングセンターでは、4、5月のゴールデンウィークに集客が増えたが、その前は気温の低下で売上が減少していたため、全体的には変わらない。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新年度に入って以来、広告出稿に大きな変化はみられない。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・関西のクライアントが多く、特に電機メーカー関連が圧倒的に多い。その結果として、良くも悪くもなく、変化がない。
	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	・まだ、世間的には動きは変わらない。
	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	・ビル管理についてはあまり景気に左右されない部分があるため、さほど変化は感じない。不動産の売買については、低い利回りであっても流通しているように感じる。
	その他非製造業 [機械器具卸]（経営者）	競争相手の様子	・株高や円安で景気は上向いているといわれているが、我々を取り巻く環境には変化がない。
やや悪くなっている	化学工業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・円安による原材料価格の高騰が進んでいるが、販売価格への転嫁が困難なため利益が圧迫されている。
	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、販売共に減少している。
	新聞販売店 [広告]（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告の件数が極端に落ち込んでいる。毎年良くない2月の件数を下回っている。
悪くなっている			
雇用関連	良く なっている	-	-

(近畿)	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月に入ってから雇用関係は落ち着いてきた。ほとんどの会社はアベノミクスが本物かどうかを見極め、様子をみていた感じであるが、この春から始まるうとしていたIT関係の案件も、3か月の予定が秋までに延長となっている。
		人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・物流業からは春夏物商品の動きの純化で受注が減っているが、製造業からは食品関連を中心に受注が増加してきている。受注全体が増えていることもあり、求職者数も増えてきている。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・新聞広告の推移をみると、梅田地区での商業施設のオープンや、アベノミクス、株高などが要因で良くなっていると感じる。
		新聞社 [求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・当社が取り扱う求人広告の動きは、引き続き堅調である。
		職業安定所 (職員)	雇用形態の様子	・雇用形態を常用雇用とする企業が増えている。
		民間職業紹介機関 (大学担当)	採用者数の動き	・5月1日現在の大学生内定率は53.0%と、前年の同時期(45.8%)よりも7.2ポイント上昇している。モニター調査であるため、平均値よりも高い数値となるが、確実に回復基調となっている。
		学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・前年に比べて、求人依頼の件数や業種の範囲が広がってきている。
変わらない		人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・アベノミクスの金融政策で株高及び円安局面となり、一般の消費者心理は好転したが、株価の乱高下による今後の影響が懸念される。
		人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・今一つ活発な動きがない。やはり大手電機メーカーの収益が落ち込んでいることが影響している。
		求人情報誌制作会社 (企画担当)	周辺企業の様子	・予算をかけてまで新たに採用する企業が減少傾向にある。また、人材を採れないなら採れないで、景気の見通しも立たないため、そのままの条件でいくケースが多い。景気が変わらないというよりも、むしろ停滞している感がある。
		新聞社 [求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・新聞の求人広告量からみると、停滞している。
		新聞社 [求人広告] (営業担当)	周辺企業の様子	・株価が上がり、大規模な商業施設がオープンするなど、一見すると景気が回復しているようであるが、関西の周辺企業の動きがどんどん活性化している感覚はない。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数については、医療・福祉、宿泊、飲食サービス業では引き続き前年比で増加しているが、製造業や建設業からの求人は減少している。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・直近の新規求人数は15か月連続で前年を上回った。製造業が2か月ぶりに増加に転じたほか、正社員求人が増加傾向にあり、新規求職者数は引き続き減少傾向にあることなどから、現状の景気はやや良いという感触であるが、特に上向いている感覚はない。
	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・日雇い建設部門の求人数は、相変わらず労働者不足(特に職人)に直面しているが、衰えてはいない。	
	やや悪くなっている	アウトソーシング企業 (社員)	求職者数の動き	・今回、求人を行っているが、求職者が全く集まらない。
	悪くなっている	-	-	-