

7. 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)	良く なっている やや良く なっている	タクシー運転手	お客様の様子	・現在は修学旅行の時期でもあるため、良くなっている。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・新年度に入って販売は概ね好調であるが、5月の連休明けから新規物件の動きが急に止まった。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・今月も時計の販売は少なかったが、修理の注文が多かったため売上が伸びた。ただし、今月は注文がたまたま集中した感があり、安定して景気が良くなったわけではない。
		一般小売店〔花〕（店長）	販売量の動き	・商品の販売量は、送別会や誕生日などで、多少であるが伸びている。
		スーパー（企画担当）	それ以外	・3～4月は前年割れの状態が続いていたが、5月は前年を上回る売上になった。気温も高くなり、夏物商品の動きが顕著となっている。客のニーズに合った売場づくりが急がれる。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・イートインコーナーの利用率が高まってきており、コーヒーやファーストフード、弁当の販売量が増加している。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・一定の購入ごとに、くじが引けるキャンペーンを行っている。
		コンビニ（店員）	単価の動き	・一定金額の購入で1回のくじ引きをしていたので、1品多く購入する客が増えている。
		乗用車販売店（営業担当）	競争相手の様子	・各メディアで大手自動車メーカーの燃費不正問題が大きく取り上げられ、客足の流れが変わった。本来の姿ではないが、来客数が増加しており、ゴールデンウィーク前の受注は前年比で1割増となっている。
		住関連専門店（店長）	お客様の様子	・自宅の新築など、具体的な購入計画のあるエンドユーザーからの案件が増えて、売上に寄与し始めている。
		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	・新カタログの発刊時期でもないのに、受注が増えている。
		高級レストラン（企画）	来客数の動き	・料飲施設においては、低～中価格帯の商品の売行きが、3か月前と比較して伸びている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けは来客数が大きく減ったものの、中旬から後半にかけては、初旬の売上減を補えるほどの来客があった。また、歓送迎会が多く行われるなど、会社関係の団体客も多い。
変わらない	変わらない	一般小売店〔花〕（経営者）	来客数の動き	・今年の母の日は、連休との曜日の兼ね合いもあり、売上が例年よりも落ち込んでしまった。Web販売などに押されて、来客数が年々減少している。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	お客様の様子	・飲食店の新規出店が増えている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・販売量、来客数共に、昨年よりも減っている。売り方の戦略を見直す必要もあるが、景気に対する消費者の声は厳しい。少し前から、価格のより安い商品が動いている。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・飲食関係の動きが相変わらず悪く、好転する様子がない。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・食品の動きが変わらない。ファッションは少し戻りかけているが、大きな流れとはいえない。
		百貨店（販促担当）	単価の動き	・来客数は前年を上回っているが、客単価が振るわず、売上は苦戦。食品、雑貨は堅調であるが、衣料品の苦戦が続いていることも、客単価が押し下げられている要因である。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は、伊勢志摩サミット開催によるテロ対策などで、来客数が減少し、前年実績の確保に苦戦している。食料品や婦人用の身の回り品などは好調であるが、衣料品は婦人、紳士共に苦戦している。
		百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・来客数、買上単価は少し良くなったものの、販売数量が落ちており、今必要でない物は買い控えられる傾向にある。熊本地震以降の低調な消費マインドはまだ回復していない。

スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は昨年並みであるにもかかわらず、1人当たりの買上点数が昨年を下回り続けており、客単価とともに販売点数もダウンしている。少し良い商品への反応よりも、ボリュームと価格がマッチした、ユニット単価の低い商品への反応が良くなっている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・ゴールデンウィークで増えた出費を、月後半で抑える傾向があるなど、月間トータルでのつじつまを合わせる動きがみられる。
スーパー（店員）	来客数の動き	・野菜の値段は少し安くなったものの、近くに競合店が多いこともあり、チラシを入れない日は客が少ない。
スーパー（開発担当）	お客様の様子	・特に高額商品を購入するわけでもなく、客単価は先月と変わらない。
スーパー（社員）	販売量の動き	・過去1年以上にわたって相次いだ、メーカーや卸売業者の価格引上げが一段落したこともあり、店頭の商品価格は低下している。その一方、客が購入する商品の点数は伸びるなど、全体の購買は堅調さが続いている。
コンビニ（店員）	お客様の様子	・客の節約ムードが高まったように感じられる。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・家電製品の買い換えサイクルが伸びている。故障しない限り、家電品を買い換えない客が多く、販売量の低迷が続いている。
家電量販店（店員）	販売量の動き	・販売量自体は前年よりもやや多くなっている。ただし、高額商品と低額商品が売れており、中間価格帯の商品が売れていない。
乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・来客数も回復の見込みがない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・先月と比べて1店舗当たりの月間来客数の変動はないが、客単価が下降気味である。競合店が多く、価格競争に陥った結果である。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・株価や為替の変動による影響を受けやすく、今後もこの状況は変わらない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・熊本地震を意識した買い控えはみられないが、客の購買意欲の向上は進んでいない。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・消費税増税の再延期で、消費意欲が高まればよいが、不透明である。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・ファッション関連に加え、今まで堅調に推移していた食料品についても、セット売りなどを仕掛けても、なかなか販売に結び付かない。消費者の動きがより慎重になってきている。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・今年に入って来客数が回復する気配が感じられない。消費者が価値よりも価格に敏感に反応しており、販売促進活動においても、今までと同じ内容では消費者が動かなくなっている。
一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・消費マインドは横ばいであり、客の声からは熊本地震の影響があるように感じられる。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	来客数の動き	・午前中は来客数が前年比で2%ほど伸び、逆に夕方以降は4%ほど減っている。利用人数は朝の方が多いため、全体ではほぼ前年並みで推移しているが、わずかながら外食を控える行動がみられる。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	競争相手の様子	・気温に最も左右されるが、新商品がほとんどないことも響いている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・来館人数は変わらないが、少し単価が落ちている。
観光型旅館（団体役員）	単価の動き	・宿泊単価の動きをみると、この3か月は前年比で106.5%、103.5%、103.3%であり、前年の水準をクリアしている。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・インバウンドによって、ここ2年ほど増加が続いていた客室収入が高止まり状態である。前年よりも大幅に客室単価を上げた結果、稼働率が下がり、収入は微増となった。宴会は婚礼の好調で大幅増となったが、企業の利用は横ばいであり、食堂も前年並みで推移している。

都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・引き続き海外からの宿泊客は好調である。ただし、国内客によるレストラン利用や、企業の宴会利用に関しては、今一つ伸び悩んでいる。	
タクシー運転手	来客数の動き	・暖かくなってきたため、昼間も夜も人の動きが増えている。	
タクシー運転手	お客様の様子	・過ごしやすい気候になっているので、客が利用を控えていると考えられるが、営業収入に大きな影響はない。	
タクシー運転手	お客様の様子	・タクシーの使用頻度が少なく、利用時間もシビアになっている。	
通信会社(経営者)	お客様の様子	・受注状況や、顧客の販売状況に大きな変化はない。	
観光名所(企画担当)	来客数の動き	・来場者数が前年を下回り、苦戦している。	
競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は10,501円で、3か月前の客単価は10,169円であった。単純に比較すると、やや良くなっているように思われるが、今月は大型連休があったため、一時的な改善にとどまる。むしろ大型連休があった割には上昇が少ないので、回復しているとはいえない。	
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	・インバウンドは好調であるが、一巡した感じもある。	
美容室(店員)	販売量の動き	・基本的には3か月前と変わらないが、パーマやカラーのオーダーは多く、高い水準で安定している。	
その他サービス[学習塾](スタッフ)	来客数の動き	・生徒数の増減は特にみられない。	
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	・ゲーム販売は前年比でかなり良かったが、レンタル売上、書籍販売については例年どおりの推移である。	
住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・住宅の購入意欲は衰えていないが、利便性の良い場所は住宅価格が上がってきている。	
住宅販売会社(総務担当)	お客様の様子	・熊本地震の影響で地盤、基礎などに関する問い合わせが増したが、契約量は変わらない。	
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)	それ以外	・不動産取引の状況に変化はみられない。	
その他住宅[展示場](従業員)	お客様の様子	・住宅展示場の来場者数は増加傾向にあるが、増えたのはイベント目的の客である。	
その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・消費税増税の再延期の方向性などがみえないなかで、どちらにも動かない停滞した状況にある。	
やや悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・商店街への来客が少ない。朝一番の客が多くなっている一方、昼間が極端に減少している状況であり、客の高齢化が進んでいる。
	商店街(代表者)	販売量の動き	・単価の下落により、売上が昨年を下回っている。
	一般小売店[鮮魚](営業担当)	お客様の様子	・店頭販売は前月比でマイナス3%と、とにかく国内客の消費が悪い。その分を外国人観光客で何とかカバーしているのが現状である。
	一般小売店[菓子](経営企画担当)	販売量の動き	・5月と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87.4%、関東は5月が95.5%で、2月が98.7%、中部は5月が93.5%で、2月が88.9%、中国は5月が97.1%で、2月が105.8%となり、各地区合計の平均は5月が91.1%で、2月が93.1%と、5月に入ってから非常に悪い。全国的に悪く、関東はインバウンド効果が下降気味である。関西は、インバウンド効果の鈍化や大型商業施設の休業が影響しているほか、熊本地震の影響も多少あるのかもしれない。

一般小売店〔精肉〕（管理担当）	販売量の動き	・今年のゴールデンウィークは大型連休といわれてかなり期待したが、神戸で回遊している客の数はかなり少なく感じた。販売量についても、帰省に合わせて肉を送るような客が少なかったように思う。また、レストラン部門でも、観光客の利用が例年と比べて少なかったと感じる。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・外商顧客向けの高額品販売やインバウンド売上を除くと、身の回り品や食料品の売上が前年を下回っている。一方、急な夏日の到来のため、夏物衣料の本格展開が急務となっている。
百貨店（売場主任）	単価の動き	・入店数はほぼ前年並みで推移しているが、単価が上がってこないのが現状である。月によってばらつきがあるほか、先月は動きの良かった生鮮、総菜関係が良くない。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は目標を達成できない見込みである。これまで売上を支えてきた、インバウンド需要や高額品の需要に勢いがなくなってきた。元々、国内の中間層の需要は厳しい状態であったが、更に厳しさが増しているように感じる。中間層の収入が増えないなかで、消費についてもファッションから趣味や食事へ、モノからコトへとシフトが強まっている。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・インバウンドの売上については、化粧品、食料品はまだ前年比で2けた増を維持しているが、一般物品の売上は前年の半分にまで減少している。合計では37%減となる見込みで、売上全体が前年割れとなった大きな要因となっている。ただし、ボリューム層であるカード顧客の動きは、減少傾向が続いているとはいえ、前月までに比べると好転の兆しがみられる。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・高額な海外ブランド品をプレゼント用に買う顧客が何人かみられ、売上が押し上げられたが、全体的には富裕層顧客でも高級品の買上が低迷傾向である。
百貨店（服飾品担当）	お客様の様子	・3～4月に続いて上向きの兆しがみられない。都心店舗の売上も値引き策を除けば前年を下回り、特に高額品やし好品での買い控えがみられる。反復して購入される化粧品や食品は堅調であるが、主力である婦人服の売上減少に歯止めがかからないなど、ファッションや身の回り品に対する顧客の財布のひもは固い。また、ヒットアイテムがなく、気温対応型アイテムに少し売上回復の兆しがみられる程度である。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・外商を中心に、よく売っていた高額の時計や、高級ブランドの売上が悪くなっている。さらに、インバウンドの動きも落ち着いてきている。
百貨店（商品担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク後までは堅調であったが、中旬からは一部の改装店舗や人気の催事を除き、来客数が低調で厳しい状況にある。商品別では、化粧品や婦人雑貨、食品催事などが引き続き堅調である。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・今まで売上を支えてきたインバウンド消費の減速が進んでいる。近隣の競合店が建て替え工事に入っているにもかかわらず、来客数が伸びておらず、特に婦人服の売上が伸びていない。
百貨店（販売推進担当）	販売量の動き	・販売量、単価共にダウン傾向にある。高額品の動きも鈍く、外商売上が特に不振である。
百貨店（営業企画）	お客様の様子	・食料品の節約志向が加速している。衣料品に加え、先月まで好調であった寝具なども不振である。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク商戦が天候の影響もあって不発に終わったほか、この時期によく売れる牛肉やすしなどの高額品の動きも極端に悪い。その後、セールなどを行い、需要を喚起したものの、価格訴求した商品の動きは良いが、高額品の動きが悪くなっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・家電や寝具などの高単価品で、急に買い換える必要のない商品の買い控えがみられる。
スーパー（店長）	販売量の動き	・食品を中心として特売への関心が高まっており、買上点数は微減となっている。また、家電、寝具などは買い控えの傾向がみられる。衣料品に関しては、やや回復傾向にあるが、高額品の動きは弱い。
スーパー（店長）	販売量の動き	・割引セールを昨年と同じ時期に行っても、昨年よりもかなり厳しい売上となっている。
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・野菜の相場安や衣料品の不振で、売上が前年割れとなっている。

スーパー（経理担当）	販売量の動き	・天候要因もあるが、売上の伸びが鈍化傾向にある。消費者の節約志向の高まりが影響しており、高品質の商品も売れてはいるが、大きく伸びるような状況ではない。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・最近では新店舗のオープンが続いたことで、来客数が前年比で15%減少するなど、客の取り合いになっている。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・取引先との会話では、なかなか厳しい状況にあるといった声が多い。
家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク後の来客数が激減しているほか、あいにくの天候で、季節商品の販売台数が芳しくない。また、電力の自由化によるオール電化への切替えも、需要予測を下回っている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・大手自動車メーカーの燃費不正問題による影響で、販売が少し落ち込んでいる。政府は、消費税増税の再延期を決めたが、世界経済が伸び悩んでいる状況では、日本の景気だけが良くなることはない。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響で、販売量が目標に達していない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	単価の動き	・業界の問題として、主力商品である、のりの価格が高騰している一方、値上がり価格を販売価格に転嫁できていない。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ゴールデンウィークが終わったところから、例年売上が落ちる。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク中はまだ良かったが、その後の平日の来客数は、ファミリー層を中心に大きく減少している。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・昼の比較的安い定食はよく売れているが、夜の家族での来客が減っている。これまでは3世代での食事が多くみられたが、今月は少ない。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・5月のゴールデンウィークは、後半の5～8日に全く勢いがなく、トータルでも昨年よりも大幅に悪かった。また、ゴールデンウィーク明けも例年に比べて団体客が少なく、5月トータルでは昨年よりも大幅に来客数が減少している。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・少し客の動きが鈍くなっているように感じる。ただし、料金が安ければ動くのかといえ、そうでもなさそうである。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク期間中は予想を下回る来客となり、売上、宿泊者数共に前年比でマイナスである。マスコミでは、関西の訪日客の動きは、関東と同様に好調と発表されているが、そのようには感じない。
都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・宿泊予約数などの動きに勢いが無い。以前のように部屋が売り切れるほどの予約は入らず、稼働率も低下している。
都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・インバウンドの動きに大きな変化はないが、国内のビジネス客や観光客の動きが悪化してきた。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・熊本地震の影響で、一部で旅行の行き先が振り替わったほか、キャンセルも発生したため、ゴールデンウィークの落ち込みは仕方がない。一方、カウンター型の旅行代理店にとって、インバウンドの増加はありがたいが迷惑でしかない。
旅行代理店（店長）	お客様の様子	・申込のための来店が減っており、国内旅行、海外旅行共に厳しい。
旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・熊本地震の影響がまだ収まっていない。その後の首都圏での地震もあり、客からは、今旅行に行かなくても、もう少し状態が落ち着いてから行くといった声が多い。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・熊本地震以降、九州方面のキャンセルにより販売は依然厳しい。ゴールデンウィーク以降も、受注は前年を下回り続けている。また、伊勢志摩サミットによる影響も、多少は出ている。
テーマパーク（職員）	販売量の動き	・近隣にできた競合施設の影響が、徐々に表れてきている。
ゴルフ場（支配人）	単価の動き	・消費税増税の再延期などの影響があるように思われ、先行きが不安である。
美容室（経営者）	来客数の動き	・とにかく来客数が減っている。
美容室（店長）	販売量の動き	・新しい客が増えた点は良かったものの、全体的には節約志向が強まっている。

		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・販売物件に対する広告の反響が低下している。	
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・新築分譲マンションの販売価格が上昇している。大阪市内中心部のタワーマンションは、インバウンド需要も一部あり、何とか売れているが、それ以外は総じて苦戦し始めている。	
悪く なっている		百貨店(営業担 当)	販売量の動き	・夏物シーズンの実需期であるが、中間層が夏物として購入するファッションや雑貨の動きが鈍い。食料品の買上客数も伸び悩んでおり、節約志向が更に進んでいる感がある。	
		百貨店(マネー ジャー)	お客様の様子	・従来、母の日商戦で中間層以下の顧客に支持されてきた、洋品アイテムや花などの商材は不振で、数量、単価共に大幅に悪化した。モノから、食事や観光などのコトへのシフトが鮮明である。	
		百貨店(マネー ジャー)	販売量の動き	・天候が良く、ファッションアイテムの動きが戻ると予想していたが、売上は前年比で13.6%減、来客数は8.9%減、販売数量は10.5%減、客単価は0.4%低下と、すべての指標で前年を大きく下回っている。百貨店の成長を支えてきた富裕層と、インバウンドの高額消費が大幅に減少し、特に美術・宝飾品が27.5%減と大幅なマイナスとなっている。	
		スーパー(経営 者)	お客様の様子	・顧客の価格に対する要求がシビアであり、デフレ傾向が強まっている。	
		衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・1万円以上の商品が売れにくくなり、それ以下の商品が売れ筋になっている。	
企業 動向 関連 (近畿)	良く なっている				
	やや良く なっている	プラスチック製 品製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・大きな仕事が入っているわけではないが、受注状況や雰囲気は悪くない。働いた分だけ返ってくるような、手堅い感じがある。	
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・今月の中旬以降、少しであるが受注が増えてきた。例年よりも立ち上がり少し早く感じる。	
	変わらない		食品品製造業 (従業員)	受注量や販売量 の動き	・5月の連休前には在庫が積み上がり、連休明けからは売上が落ちてきた。市場の回復が遅く、月末近くになって何とか売上が回復してきた感がある。
			食品品製造業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・月後半に気温が低下したほか、天気が悪かったこともあり、飲料水の売行きが伸び悩んでいる。
			繊維工業(団体 職員)	受注量や販売量 の動き	・生産量は前年比で微増であるが、消費税増税前と比較すると減少している。
			パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・ゴールデンウィーク後は、少し停滞感を感じる。
			出版・印刷・同 関連産業(営業 担当)	受注量や販売量 の動き	・3月の決算月が終わり、少し需要が伸びてくる期待感があったが、想定していた受注量には達していない。今後2～3か月も、現時点ではあまり増加が見込めない。
			金属製品製造業 (経営者)	競争相手の様子	・過剰生産であった中国製品の生産調整に伴い、市場価格の低下が期待されている。
			金属製品製造業 (管理担当)	受注量や販売量 の動き	・太陽光発電関連の売上は、大手電機メーカーの買収の影響で、全盛期の3分の1になっている。建築土木関連では、大手電機メーカーの工場が始まり、ステンレス商品の納入が始まるが、全体として大きな売上は見込めない。
			一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・大型案件の引き合いが強いものの、具体的な受注までには時間がかかる。
			電気機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・1～4月は輸出が売上の27.8%を占め、4月単月では39.2%であった。近年は海外依存度が高まっており、景況の評価は国内と海外を分ける必要がある。最近海外と国内の景況の差が大きく、国内は悪くなっている。国内の大手企業の業績は良いといわれているが、リストラの効果大きい。
			電気機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・為替が不安定であり、生産計画への心理的な影響が、多かれ少なかれみられる。
			輸送用機械器具 製造業(経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・海外での受注が低調なのに対し、国内は、特に自動車産業からの受注が増加傾向にあり、これらを平均すれば大きな変動はない。
			その他製造業 [事務用品] (営業担当)	受注価格や販売 価格の動き	・新商品を出しても、受注量はそれほど変わらない。
			建設業(経営 者)	受注価格や販売 価格の動き	・土地の価格はまだ下落傾向にあり、人気のエリアを除けば、たたき売りの状態に近い。

		通信業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・変動要素がないため、変化はない。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・消費税増税の再延期を含む政治判断や、日本銀行の無策ぶりが、国民の消費意欲を減退させているように感じる。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・企業の事業内容によって、かなり好不調の差が激しくなっている。
		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・マイナス金利の影響で、不動産の収益物件を購入する人が増え、土地の値段が上がるなど、不動産の売買は景気が良いように感じる。ただし、実体経済は良くなく、賃貸物件では賃料が上がらず、空室率も高いままなので、景気が良いとはいえない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度初めであり、広告関係には大きな動きがみられない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙広告、Web広告の売上が、前年をほんの少し下回っている。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・郊外のショッピングセンターでは来客数が伸びているが、単価は下がっており、全体としては変わらない。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・仕事はいろいろと順調に受注できているが、受注する仕事の中身に創造性がなく、予算も少ないまま固定されている。
		コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・以前は、やや右肩上がりでも推移していたが、ここ最近受注量に変化がない。
やや悪くなっている		食品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク後は悪くなっており、インバウンドの動きも減少している。
		繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・個人の消費が伸びないので、受注や販売が減少している。さらに、エンドユーザーに近い場所での出張販売は、経費もかさむ。特に、宿泊代は都心での価格が高騰している。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・販売数量が前年よりも3%少ない。
		金属製品製造業（営業担当）	競争相手の様子	・同業他社からは、売上が前年比で5～10%落ちているとの声が聞かれる。
		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、売上共に減少している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今月になってから仕事が少なくなっている。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の近隣にできた家具店が、予想以上に売れているため、その影響で配達件数が減少している。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・クライアントからの経営診断や社員教育の問い合わせが少なくなっており、企画書を出しても成約率は非常に低いほか、単価も非常に低く抑えられている。
		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	・連休明けは、仕事が多少は忙しかったが、それが長続きしない。
		その他サービス〔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中は、大阪市内の各駅でにぎわいがみられたが、その後の反動が非常に大きく、トータルでは落ち込んだ。特に、アジアからの観光客の駅利用が減少したため、高額の土産物が売れなくなっている。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	競争相手の様子	・今年に入って円高傾向が進むなか、輸出関連業者への販売が多い関係で、業況が悪くなってきている。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・チェーンストアでは商品価格の引上げによって利幅確保を目指す動きが散見され、そういった先では販売数量が落ちている印象がある。チェーンストア側は掛け算で利益を確保できるが、納品業者の売上は減少傾向とならざるを得ない。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・他社との価格競争に負けている。
悪くなっている		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告が大きく減少しており、これまで維持してきた購読数も徐々に減少している。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・景気低迷で製造業へ悪影響が出ている。
雇用関連	良くなっている	-	-	-

(近畿)	やや良くなっている	民間職業紹介機関(営業担当)	求人数の動き	・4月は落ち着いていた求人数が、ゴールデンウィーク明けから徐々に増加している。当社では派遣社員の登録者数も増加しており、売上の増加が見込まれる。
		学校[大学](就職担当)	求人数の動き	・求人数が前年比で10%の増加となるなど、ここ数年は企業の採用意欲が顕著に伸びている。
	変わらない	人材派遣会社(経営者)	求人数の動き	・労働者派遣法の改正による様々な動きも落ち着いてきており、正社員や派遣社員の動きも本来の姿に戻ってきたように感じる。そのなかでIT関連の仕事は忙しく、いくらでも人材が欲しい状態である。ただし、残念ながら需給バランスが悪く、人手不足の状況が当分続く。
		人材派遣会社(営業担当)	求職者数の動き	・中高年層の求職者の応募が多い。若年層よりも安定志向が強く、求人条件とマッチしない。
		新聞社[求人広告](管理担当)	求人数の動き	・多少の増減はあるものの、新聞求人の特徴的な動きはなく、景気が上下のいずれかに振れる傾向は見出せない。
		新聞社[求人広告](担当者)	それ以外	・新聞広告の推移をみても、年度初めの動きに大きな上ぶれ、下ぶれはない。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・4月の新規求人数は、前年比で7.7%増と、9か月連続で増加している。業種別では、運輸・郵便業、宿泊・飲食サービス業、学術研究・専門・技術サービス業などで増加している。一方、情報通信業や小売業、医療・福祉などでは減少となった。事業所への景況感についてのヒアリング結果では、普通という回答が多い。
		職業安定所(職員)	それ以外	・景気は良くも悪くもないという事業所が多い。
		民間職業紹介機関(営業担当)	採用者数の動き	・求人企業が増えている。
学校[大学](就職担当)	それ以外	・2週間ほど前から、インバウンドの動きが減少していると感じる。来日してからの動きも、買物よりも観光にシフトしているようである。		
やや悪くなっている	人材派遣会社(支店長)	求人数の動き	・4月以降の新規案件が軒並み凍結となり、人材が余っている。	
	人材派遣会社(役員)	採用者数の動き	・一時のおう盛な採用意欲が減退している。	
	アウトソーシング企業(管理担当)	それ以外	・今月は仕事もなく暇である。	
	民間職業紹介機関(営業担当)	それ以外	・企業の採用意欲は依然として高いが、消費者のお金の使い方が以前よりもシビアになってきたと感じる。	
	学校[大学](就職担当)	採用者数の動き	・昨年度の採用に比べて、人数を絞っている企業が出てきている。	
悪くなっている	民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・この数年間は労働者不足が足かせになり、建設の日雇い求人は上向かなかった。一方、今年は仕事そのものがないと嘆く、建設下請会社が目立つ。	