

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)		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	お客様の様子	・小規模店舗による、新規の開業が順調に増えている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	お客様の様子	・卸売の売上に変化はないが、インバウンド効果で店頭の売上が伸びている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・リニューアルをしたため、全体的に客が多く、販売量も多い。食料品についてはパン売場がオープンしたほか、食品コーナーのリニューアルもあり、非常に販売量が多い。
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・全体的には、消耗品を中心にした節約志向に変化はないが、価格に見合った価値のある商品の売上は、ギフトやセレモニー関係を中心に良い。また、高額品にも回復傾向がみられ、その動きに新たな体験などを合わせた仕掛けをすれば、消費マインド喚起への効果が顕著である。
		百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・インバウンドの好調もさることながら、来客の固定客化が進み、来客数全体の60%を優に超えている。それに伴い、来客数が前年比で2けた近い伸びを示している。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・引き続き、化粧品を中心とした婦人洋品、菓子を中心とした食品部門などが好調で、全体を押し上げている。また、インバウンド需要も堅調で、免税売上が過去の実績を上回る月が続いている。
		百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・前月に続き、婦人、紳士衣料は前年を下回っている状況であるが、下げ幅は改善した。花見シーズンの開始が例年よりも遅れ、行楽弁当などで売上の伸びた食料品と、高級ブランドショップ、化粧品が全体をけん引し、店全体でも久しぶりに前年の売上をクリアしている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も特選洋品や化粧品などの婦人洋品を中心に、好調に推移している。また、インバウンド売上も前年実績の約2倍と好調である。食料品が全体的に前年実績を大幅にクリアしており、店全体でも売上目標と前年の実績を上回る見込みであるが、婦人衣料は前年実績の確保に苦戦している状況である。
		百貨店（服飾品担当）	お客様の様子	・4月に入り、3月の気温要因による売上不振からは、やや回復傾向にある。婦人服、紳士服などのカテゴリーは、前年を超えるまでには至っていないが、売上の前年比は5～8%改善し、90%後半にまで盛り返している。また、化粧品が10%以上伸びた服飾雑貨の売上は、前年を上回っており、高級品も含めて3月のマイナスを取り戻しつつある。下見の客が増えているなかで、春商材よりも夏商材の見極めが早くなっており、ベーシックな色目ではなく、今年らしい色目の商材に動きがある。
		百貨店（営業企画）	来客数の動き	・来客数の前年比は、3月が2.3%増、4月が現時点で1.1%増と改善している。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・4月は天候が安定して気温が上昇したほか、桜の開花が例年よりも1週間遅れ、京都への来街者が増加した。その結果、入店客数が前年比で3.5%増加したほか、買上客数は0.1%減と微減であるものの、客単価は3.5%増と上昇し、全体の売上も前年比で増加に転じている。カテゴリー別では、3月の反動で春物衣料が好調、住関連商品も引き続き好調を維持している。一方、高級時計は株価の低下もあってやや苦戦している。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・果物の売行きが良くなっており、春野菜も売れている。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・競合店との価格競争は続いているものの、産地直送や自社開発商品、直輸入品など、価値のある商品をきちんと提供することで、販売量や売上、粗利益の上積みができている。客に商品価値を知ってもらうことが、非常に重要であることを再認識している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・4月から新入社員が入社しており、近くで研修が行われているので、若年層の来客数が増えている。
	コンビニ（店員）	来客数の動き	・急に暑くなってきたので、飲料関連やアイスが売れている。	

	コンビニ(店員)	販売量の動き	・土日の天候が良ければ、アルコールなどのまとめ買いの客が増える。
	高級レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・前月に比べると、やや来客数は回復してきている。
	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・来客数が安定的に伸びている。
	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・ムラはあるものの、来客数が少しずつ伸びてきている。非日常的な時間や空間のほか、コミュニケーションなどを求める形での、外食の需要があると感じられる。
	一般レストラン(企画)	来客数の動き	・前年の11月以降、堅調な営業が続いており、4月の既存店来客数の前年比も103%を超えている。曜日別でも、全ての曜日で前年をクリアしており、良くなっている手ごたえを感じる。
	その他飲食[コーヒーショップ](店長)	来客数の動き	・花見のシーズンとあって、外国人観光客が例年よりも多く見受けられる。
	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・来館人数が増えている。
	都市型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・前月までの一部の客室改装が終了し、今月から高単価での販売を始めている。それでも稼働率は90%を超えており、収入も前年を上回っている。インバウンドは台湾を中心に動いており、東南アジア系も目立つ。宴会についても、前年の大型会合がない分、収入は下がっているが、これまで利用のなかった地元企業からの問い合わせが増えているなど、業態によっては景気が良くなっ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	・今月は外国人宿泊客が増加しており、全体の宿泊人員も前年を上回る状況で推移している。また、宴会、レストラン部門も前年を上回っている。
	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・前年との比較では、熊本地震の反動による影響で良くなっている。
	その他レジャー施設[イベントホール](職員)	お客様の様子	・チケット販売や物販が、以前に比べて伸びているように感じる。
	住宅販売会社(総務担当)	販売量の動き	・請負契約は減少傾向にあるが、不動産が好調で活発に動いているため、トータルでは少し好調である。
	その他住宅[展示場](従業員)	来客数の動き	・住宅展示場の来場数が前年比で伸びている。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・4月初旬の花見時期が終わってから、人出が急に減り、外国人の来街者も急減している。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・年ごとに節約ムードが定着し、特に3～4月は出費がかさむため、必要な物だけが購入されている。
	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105.9%で、1月が102.2%、関東は4月が95.2%で、1月が95.6%、中部は4月が92.9%で、1月が91.8%、中国は4月が111.4%で、1月が108.1%となり、各地区合計の平均は4月が102.1%で、1月が99.5%となった。全国的に数字だけをみると好転しているようであるが、前年の実績があまりにも悪く、一昨年と比べると、まだまだ良くなったとはいえない。
	一般小売店[精肉](管理担当)	お客様の様子	・4月の前半は、入学や入社などのお祝いで肉が売れるが、今年はその動きが弱い。花見の季節でも、屋外でバーベキューがしにくくなったこともあり、肉の売行きが落ちている。ゴールデンウィークに備えて購入が減っているのが、春らしい動きが見当たらない。
	一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・春物衣料の動きが悪い。かといって、夏物もまだ動いていないので、販売量は少ないままである。
	一般小売店[野菜](店長)	お客様の様子	・相変わらず、飲食関係やゴルフ場からの注文も芳しくなく、雰囲気は良くなっているようには思えない。

百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月も前月に続き、売上目標を上回る見込みである。インバウンドの売上が回復してきたこともあるが、それ以外の売上も上向きである。前年は熊本地震の影響で需要が減少したため、その反動が出ているほか、当社の販売促進策などが功を奏し、売上は順調である。ただし、中間層の購買に対する慎重な姿勢には、依然として変化が感じられない。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・相変わらずインバウンドの売上が、前年を10%以上、上回っていることもあり、日々の売上の下支えになっているものの、紳士、婦人衣料の動きが鈍い。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・売上の増加傾向が続いている。特にインバウンド売上は、前月に続いて前年比で30%増と好調であり、売上全体の拡大に寄与している。一方、富裕層の外商売上は前年比で微増と、株安が続いたことで消費意欲が少し低下している。中間層を中心とした、自社カード顧客の売上は減少傾向が続いているものの、ポイントアップなどの特典期間の売上は増加している。全体的な増加率については、ここ数か月大きな変化はない。
百貨店（営業担当）	来客数の動き	・入店客数の増加傾向が続き、前年に大苦戦したボリュームゾーン商材の伸び悩みも、底を打った感がある。また、インバウンドの来客数や売上の増加も続いている。一方、外商を中心とした高額品の動きは弱含みの傾向にある。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・富裕層の優良顧客のうち、上位の客のみが、より高額な商品を今まで以上に買い求めているものの、全体的には金額、販売量共に低迷している。
百貨店（販促担当）	お客様の様子	・今月は入店客数、客単価は前年並みであるものの、購買率が悪く、売上の悪化要因となっている。婦人服は前月より少し回復傾向にあるものの、紳士服、インテリア、食品などが振るわない状況。月中旬に仕掛けたカード関連の販促が苦戦しているほか、外商が苦戦していることなどが、購買率を押し下げている。
百貨店（役員）	単価の動き	・生活用品や化粧品といった日用雑貨のほか、食品などは販売量が伸びているものの、婦人服などの衣料品については、単価や販売金額が伸びていない。客のほとんどが中間所得層であり、可処分所得が伸びていないため、生活防衛意識は変わらない。一方、一部の富裕層については、宝飾品など的高額品の売上が伸びている。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・直近の状況は、店全体の売上が前年比で2.7%増である。これまでと同様に、化粧品が31%増、特選衣料雑貨が17%増とけん引している。また、気温が上がりやすく、桜の開花がやや遅れたこともあり、弁当、総菜が6%増と増えている。訪日外国人売上は前月に続き、化粧品が倍増し、全体では34%増となっている。一方、中間層向けの婦人服、紳士服は、前年を下回る状況が続いている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・年明け以降、特売日や特売品に対する集中度合いが、引き続き高まっている。生鮮相場にも落ち着きがみられるなか、前年並みの売上を得るためには販促の強化が必要であり、利益的に厳しさが増している。また経費面でも、退職者分を補つためのアルバイト時給が前年よりも大幅に上がっており、厳しい状況である。
スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は維持できているが、1人当たりの買上点数が減っている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数、客単価共に、改善していない。外国人客は増加しているが、全体の回復を支えるまでには至らない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・生活防衛意識が高く、割引セールやチラシを入れた日の午前中に、客が集中する傾向が強い。ディスカウント業態に客が流れる傾向が、更に強まっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・単価は横ばいで、来客数も増えず、苦戦している。
スーパー（店長）	来客数の動き	・食料品の動きがやや悪く、来客数が戻らない。当店は総合スーパーで、衣料、住関連の動きは悪くないが、落ち込みをカバーできない。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は横ばいであり、景気の変化は感じられない。

スーパー（経理担当）	販売量の動き	・節約志向は一時的な動きではなく、恒常的な傾向となっている。価格をアピールする商品と、質をアピールする商品に明確に分かれ、消費者が状況によって買いつけている。
スーパー（社員）	単価の動き	・前年は来客数、単価共に、2年前よりも大きく伸びた。今年に入って、来客数の増加傾向はやや鈍化しているものの、堅実な傾向は続いている。ただし、単価はやや低下傾向になっており、売上全体に大きな変化はない。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・イトインコーナーが相変わらず人気で、常に満席に近い状態が続いているが、売上の上限に近づいており、ほとんど伸びはない。
コンビニ（店長）	お客様の様子	・人口の減少や労働者不足が問題になっているが、客の様子や来客数、購買量などに、あまり変化はない。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数はやや増加したものの、客単価が伸びず、全体的に大きな変化はない。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・3か月前の1月とは単純な比較が難しいが、来客数がなかなか増えず、微増と微減を繰り返している。ただし、小売業については、景気だけが停滞の要因ではない。
衣料品専門店（販売担当）	単価の動き	・シーズンに関係なく、価格の低下が見受けられる。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・必要な物以外の消費を抑える傾向がある。家電製品であれば、故障しない限り買換えない傾向が強く、販売量が増えない。
家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・新生活関連の需要により、販売数量が増えている。
乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・来客数が激減しているが、例年どおりである。
その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・株価の変動によって、客の購買意欲が大きく変化する。特に、円高が進むと株価が大きく変動するので、その影響を受けやすい。
その他専門店【医薬品】（経営者）	お客様の様子	・朝晩と昼の寒暖差の大きな日がある。殺虫剤や花粉症関連商品の動きはいまだに鈍いが、風邪薬や冬物商材の動きが活発である。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・特に大きな変化はみられない。ゴールデンウィークに合わせた発注が、前年と同様に入ってきている。
その他専門店【スポーツ用品】（経理担当）	販売量の動き	・北朝鮮問題での不安要素はあるが、現状の店頭での販売状況に大きな変化はない。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・大きな催事では、集客数や売上が前年を少し上回っているが、利益が薄いことから、特価品や処分品などの割合が高まっていると考えられる。
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	・急に暑くなったため、夏物の動きは良かったが、すぐに落ち着く形となっている。
高級レストラン（企画）	販売量の動き	・料飲施設において、低、中価格帯の店舗に対する流動客の入込が鈍い一方、高価格帯の店舗の予約受注数は伸びている。宿泊に関しては、今後3か月の団体予約が伸び悩んでいる一方、個人予約が伸びている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ランチの客単価がかなり下がっている。
一般レストラン（経理担当）	単価の動き	・客単価でみると、客層が低単価層と高単価層とに、明確に二極化している。
その他飲食【自動販売機（飲料）】（管理担当）	販売量の動き	・春になって新商品が出るため、動きはとても良い。気温が上がるにつれて、販売数量は伸びてくる。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今月の前半は良かったが、後半はゴールデンウィーク前の出控えで、前半の貯金を減らしている。ただし、前年に比べて団体客が多く、トータルでは前年を上回る見通しである。
観光型旅館（経営者）	単価の動き	・オフシーズンに入ったこともあり、単価の安い物しか動かない。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・相変わらず景気は低調である。外国人観光客の訪日数は増えているが、あまり当ホテルの宿泊は増加していない。

都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・客室に関しては、海外からの客の動きが相変わらず好調であるが、婚礼、一般宴会の利用は少人数化が進み、売上が落ちている。
都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・春の行楽シーズンでもあり、個人旅行が好調である。5～10名のグループも、インターネットでまとめて予約を入れる傾向がある。前年比でも稼働率、客室単価共に、アップしている。
旅行代理店(店長)	お客様の様子	・客の様子に大きな変化はない。
タクシー運転手	お客様の様子	・花見関連で若干の営業収入の増加はあったが、大きく増えたわけではない。
タクシー運転手	来客数の動き	・神戸は、神戸港の開港150周年ということで、様々なイベントを立ち上げている。その影響もあって、多くの場所から客が訪れるため、移動手段としてタクシーが利用されている。
タクシー運転手	お客様の様子	・京都市内は落ち着いた感じで、公共交通機関を利用する人も多く、利用は横ばいとなっている。
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・海外からの客が明らかに増えてきている。
美容室(店長)	来客数の動き	・決して良くはないが、まずまず順調に推移している。
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	・特に、音楽のレンタル、CD販売では非常に厳しい状況が続いているが、新アイテムの文具雑貨やブックカフェは相変わらず好調である。
その他住宅[情報誌] (編集者)	お客様の様子	・分譲マンションの販売現場では、大阪市内を中心にしたタワーマンションなどは引き続き好調な反面、郊外の実需向け物件は集客に苦戦している状況に変化はない。全般的な価格の高騰により、販売に苦戦している状況が続いている。
一般小売店[時計] (経営者)	単価の動き	・今月は来客数だけをみていると、それほどの落ち込みはなかったが、売上はかなり良くなかった。客が単価の低い電池交換に集中したことが要因と思われるが、近隣の複数の大型商業施設によるリニューアルキャンペーンや、春の大感謝祭などのイベントが続いたため、そちらに客の予算が流れている。
百貨店(営業担当)	販売量の動き	・顧客の若返りがうまく進んでおらず、中心顧客層の高齢化の影響を受けている。小規模なリニューアルにとどまっているため、次の顧客層へのアプローチが進まず、来客数が減少し、売上が落ちている。
百貨店(外商担当)	販売量の動き	・インバウンド売上は、化粧品を中心として好調に推移しているが、婦人服などの衣料品の売上は低迷している。株価が下落したためか、今月は高額な宝飾品の受注件数が減っている。
百貨店(宣伝担当)	お客様の様子	・インバウンド需要は好調を維持しており、全体の売上を底上げしているが、それを除く売上は前年を下回っている。これまで売上の中心であった、一般のリユーム層や高齢者層の購買が落ち込んできている。
スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数の減少に加えて、客単価も低下している。
スーパー(管理担当)	販売量の動き	・販売量は横ばいから、やや下降傾向にある。
家電量販店(企画担当)	来客数の動き	・シングルライフ需要が一巡し、新生活がスタートしたほか、ゴールデンウィーク前ということも重なって、来客数が落ち込んでいる。
乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・決算の3月には呼び込みをかけて集客を図るため、例年4月には販売台数の落ち込みが発生する。
乗用車販売店 (販売担当)	単価の動き	・売上単価が下がっている。
乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・株価の動きも高い水準で安定していたが、実際に身の回りでは、そこまでの盛り上がりを感じない。
住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・毎年この時期は、年度替わりの影響や、レジャーの活発化などで売上を落とす傾向にあるが、企業からの引き合いの減少が気になる。
旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・北朝鮮の軍事行動や米国との間の緊張、フランスでのテロなど、世界情勢を巡る状況が更に混んとするなか、特に学生の旅行については、海外への渡航を延期、もしくは中止する動きが出ている。
旅行代理店(役員)	販売量の動き	・中国、韓国情勢のほか、北朝鮮問題などの政情不安により、近場の海外旅行離れが生じている。

	タクシー運転手	お客様の様子	・新年度の挨拶回りも終わり 法人関係はあまり動きがない。大阪は観光都市であり、韓国人や中国人観光客の数は増えているが、タクシー利用者の数はあまり芳しくない。
	通信会社（社員）	販売量の動き	・通常は比較的好調な、インターネットサービスの申込が落ち込んできている。
	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・不動産の流通では、新築の戸建住宅の成約率に低下傾向が続いており、需要よりも供給が過剰となる状態が続いている。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築分譲マンションのモデルルームの来客数が減少しており、契約数の進捗状況についても悪化している。
	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	・基本的には変化がみられない。
	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	販売量の動き	・年度末が過ぎ、住宅着工の動きが一段落したため、新規の設置件数が減少する。
	x 一般小売店〔衣服〕（経営者）	競争相手の様子	・アパレル関連では、2～4月にかけて、関西で同業他社の廃業が増え続けている。廃業がかなり目立つ傾向にあり、当商店街では今まで空き店舗はなかったが、空きが出始めている。
	x 一般小売店〔花〕（店員）	販売量の動き	・前年に比べて、予約、販売量共に落ちている。
	x 衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・4月末になっても寒い日があるという季節的要因のほか、北朝鮮の問題もあるのかもしれないが、将来に対する不安要素が多く、自分の洋服を買おうとしない。
	x 家電量販店（店員）	来客数の動き	・照明器具の単価下落が激しい。来客数の動きも、決算が終わって落ち着いた様子である。
	x 競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は10,460円で、今月の客単価は9,393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	・経営コンサルタントへの依頼では、人材の育成や研修が大きなウエイトを占めている。同業他社も同じであろうが、この時期は新入社員や新入管理者への対応のほか、年度始めということで、研修や能力開発の需要が増える。
	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・製造量の増加に伴い、売上も少しであるが良くなってきている。5月の連休前の駆け込み受注もある。
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・国内、海外販売のどちらも、前年比で約8%増となっている。
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えて、営業時間内に対応できなくなってきている。残業や休日出勤で乗り切っているのが現状である。
	金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークを前にした駆け込み受注で、例年のない受注量となり、納期の折り合いがつかずに失注が増えている。最近の傾向で残業の上限が厳しくなっているため、対応できずに苦戦している。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・ここ1～2か月、不況のために停滞していた得意先からの発注が復活したり、納入の前倒し要求が目立ち始めた。得意先の在庫整理が進んだためか、市場の回復のためか、今の時点で明らかではないが、年初から4月までの売上は微増で推移しているため、今後の動向に注目している。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上、受注共に、少しであるが増えている。
	金融業（地域担当）	取引先の様子	・売上が伸びている。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・Web広告、紙広告の売上が、前年比で100%を上回ったり下回ったりする動きを繰り返している。
	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	・今月は花見客によるにぎわいが目立った。年々外国人が増えつつあるほか、今年は前年と比べて晴天の日が少なかったものの、開花期間が長かったことがプラス要因となり、中旬までにぎわった。特に、駅ナカのコンビニやスーパーの動きが良い。

	その他非製造業 〔衣服卸〕（経営者）	受注価格や販売 価格の動き	・実用衣料の販売は底堅く、季節なりの順調な販売となっている。天候不順も特になく、週末に晴天が多いことも消費を下支えしている。販売価格に関しても、特価セールを少なくして利益率を確保したいという小売店チェーンの方針を反映し、全体として安定している。
	パルプ・紙・紙 加工品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・1日当たりの受注量、販売量については、季節的要因を考慮すると変化はない。
	金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・材料価格の値上げに伴う、ユーザーとの値上げ交渉が完了したほか、荷動きも通常どおりである。
	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・受注や引き合いの状況を見ると、景況は横ばいのようなのである。
	電気機械器具製 造業（経営者）	取引先の様子	・製造設備の効率化、性能強化には関心があり、投資にも前向きであるが、実施に向けた動きはゆっくりしていると感じる。
	輸送用機械器具 製造業（経理担 当）	受注量や販売量 の動き	・相変わらず、自動車産業の下支えで推移しているのが現状である。設備投資が広範囲に行き渡っておらず、今後どの分野を開拓していくかが課題である。
	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	・新学期が始まったが、例年の動きとそれほど変わりはない。
	建設業（経営 者）	競争相手の様子	・年度末の工事が終わったが、建設資材の高騰や技能労務者不足であると同時に、相変わらず受注価格の激しい競争が続いている。
	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・受注量、単価共に、楽観的にみても横ばいである。
	輸送業（営業所 長）	受注量や販売量 の動き	・事務機器の配送が前年よりも増加しているが、景気が良いかどうかは判断が難しい。
	輸送業（営業担 当）	取引先の様子	・欠品商品の入荷が始まり、例年どおりの動きに戻ってきている。
	金融業（営業担 当）	競争相手の様子	・決算調整などで3月は受注数が少なかったため、4月からの増加を期待したが、微増に終わっている。
	金融業〔投資運 用業〕（代表）	それ以外	・為替も株価も沈滞気味で、一部の企業では値下げの様子もみられる。今しばらくはこの状況が続くそうである。
	新聞販売店〔広 告〕（店主）	受注量や販売量 の動き	・折込収入が減少したまま、回復の兆しがない。
	広告代理店（営 業担当）	受注量や販売量 の動き	・新年度は広告発注が減る傾向にあるが、今年は比較的好調に推移している。
	その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	競争相手の様子	・今年は当初から低迷が続いており、状況に変化はない。
	その他非製造業 〔商社〕（営業 担当）	受注量や販売量 の動き	・新年度になったばかりで、今のところは大きな案件の動きはない。補助金への問い合わせがあり、その内容次第では、夏ごろに製品が動く可能性がある。
	食料品製造業 （営業担当）	受注量や販売量 の動き	・前年と比べて気温が低いこともあり、販売量がやや減っている。
	食料品製造業 （経理担当）	受注量や販売量 の動き	・量販店からの値下げ要求が強まっている一方、原材料価格は高止まりしている。
	繊維工業（総務 担当）	取引先の様子	・エンドユーザーに接して販売する機会が増えている。今まで問屋が受け持っていた部分が、メーカーへ委託されている。問屋が集客イベントを開催し、売るのは商品を作ったメーカーであるため、出張の経費が増えて利益を圧迫している。
	金属製品製造業 （営業担当）	受注量や販売量 の動き	・鋼材価格の値上げによる反動か、今月から売上が落ち込んできている。
	電気機械器具製 造業（経理担 当）	受注量や販売量 の動き	・エンドユーザーの市場離れが統計的に表れており、今後も回復の兆しはみられない。
	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・受注が落ち着いてきている。年度始めで、顧客も動きにくそうである。問い合わせの状況から、土地の動きもやや悪いと感じる。
	広告代理店（企 画担当）	取引先の様子	・服飾関連の売上が減少しており、前年を下回っている。その影響で販促経費の支出に対してもシビアになっている。
	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	・在庫台数がかなり少なくなっている。

	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	・社会情勢が不安定化している。
雇用 関連		-	-	-
(近畿)		人材派遣会社 （支店長）	雇用形態の様子	・派遣社員から契約社員などへの切替えの動きがある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・スマートフォン関連の電子部品のほか、自動車関連の求人が引き続き好調。さらに、最近では金属や業務用機器などの設備投資関連の求人も増えている。また、ホテルの新規オープンが相次ぐ宿泊業や、人材不足感が強まっている運輸業、介護関連の求人も増加がみられる。
		民間職業紹介機関（マネージャー）	求人数の動き	・IT関連やサービス業、製造業の求人の伸びが大きい。
		学校〔大学〕 （就職担当）	それ以外	・ターミナル駅を經由して通勤しているが、乗客の表情に活気を感じる。さらに、車内で新聞を読んでいる人が減ったことに驚いている。スマートフォンなどの普及が影響していると考えられる。
		学校〔大学〕 （就職担当）	求人数の動き	・求人数が前年よりも増加傾向にある。
		人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・新年度に入ってから、前年のような活発な動きがみられない。オーダーはそこそこあるが、単発的な受注ばかりである。来年10月からは、労働者派遣法の改正による3年問題が浮上してくる。正社員でいくか、派遣社員でいくかという難しい選択肢に、企業はかなり慎重になっている。この傾向は当分続く。
		人材派遣会社 （役員）	求職者数の動き	・4月のスタートに向け、求職者数が伸びていたが、4月に入ってから減っている。ただし、企業の求人数には変化がないので、この求職者の減少は一時的な動きと思われる。
		人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・正式には募集していないが、良い人がいれば採用したいという企業が散見される。
		アウトソーシング企業（管理担当）	それ以外	・今月は仕事の依頼が少ない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・ホテルや飲食業などが、インバウンド効果で活性化していることは確かであるが、メーカーなどの基幹産業の低迷は続いている。一方、現場でのアルバイト需要は多く、人手不足である。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・新卒採用が本格的に始まり、採用市場も年間で最も活性化する時期を迎えている。ただし、デジタル世代には新聞求人になじみがなく、縁遠いものになりつつある。とりわけ新卒採用においては、圧倒的にインターネット求人に対する依存度が高い。
		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、前年比で90%台であり、良くも悪くもない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・直近の新規求人数は前年比で5.4%の増加、新規求職者数は1.8%の増加となり、前月までの減少傾向は止まったが、例年この時期は在職者の増加に伴って転職の相談が増える。企業からは、人手の不足や、募集しても応募者がいないとの声が多い。求人の増加傾向は続いているため、雇用失業情勢の改善はしばらく継続する。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・例年と同様に、今年度の予算が執行されるまでは公共工事が減少しており、日雇求人も減少している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	それ以外	・新卒の求人は多く、景気は良いように感じるが、採用予算を使う大手企業の求人がやや減ってきて、その代わりに予算の少ない中堅企業の求人が増えている。そのため、求人全体は増えているものの、身の回りの景気としては、そこまで良いと感じられない。
		人材派遣会社 （支店長）	求職者数の動き	・4月に入り、業務がひとまず落ち着いた感がある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・3月のピークを過ぎ、急に求人件数が激減している。さらに、ゴールデンウィークの休みもあるため、売上は減る。求人とは逆に、求職者数は増えており、派遣の上限が3年に制限されているため、派遣会社を変更する人がかなり多くなっているように感じる。
		学校〔大学〕 （就職担当）	求人数の動き	・求人件数は多いものの、大手の採用予定人数が前年よりも少なくなっている。
	x	-	-	-