

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (近畿)		コンビニ（経営者）	・夏に向けてイベントが増える。
		家電量販店（人事担当）	・改元に向けてのイベントやセールのほか、10月の消費税増税に向けての駆け込み需要、各種のスポーツイベントなど、様々なイベントが重なることで、需要が高まりそうである。
		百貨店（売場主任）	・改元するタイミングであり、しばらく景況感は良くなりそうである。また、晩夏から初秋に掛けて、消費税増税前の駆け込み需要の動きも顕著になる。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要として、いつか買おうと考えている、ブランド宝飾品などの購入は増える。
		百貨店（マネージャー）	・今後、気温は前年並みに上昇し、春物、初夏物が売れるため、ボリューム層による売上が伸びる。高額品についても、株価はしばらく2万2千円台を維持しそうであるほか、消費税増税前の駆け込み需要も増えるため、このまま順調に推移していく。
		百貨店（販促担当）	・秋に控える消費税増税に向けて、高額品や重衣料のほか、定番商品の購入が期待される。良い物や長く使える物を明示しつつ、購買意欲を喚起することが重要となる。ただし、先行購入は出にくく、生活防衛意識も高まることから、打ち出す商品を見極め、増税前の消費の取り込みを強化したい。
		百貨店（宣伝担当）	・気温の上昇により、夏物商材の動きが良くなってきたほか、直近の連休効果もプラスである。また、消費税増税前の駆け込み需要を見込んだ施策を、夏に向けて計画しているため、今後の売上の増加を期待している。
		百貨店（服飾品担当）	・改元に伴う前向きな消費に期待する部分もあるが、10月に迫った消費税増税の影響で、高額商材の購買に勢いが出る。特に、プライダル関連のジュエリーなどは活発に動くと予想される。また、消耗品の要素が大きいコスメ関連は、前回の消費税率引上げ時に、3か月前ほどから徐々に駆け込み需要がみられたことから、今回も同様の動きがあると予想され、これらの影響で客の購買意欲も高まりそうである。
		百貨店（外商担当）	・美術品や家具、宝飾品など的高額商品については、消費税増税前の駆け込み需要が出てくる。
		百貨店（特選品担当）	・今の傾向に加え、2～3か月後は消費税増税前の駆け込み需要のほか、リニューアルオープンに向けた販促なども予定しているため、少しは良くなっていく。
		スーパー（経営者）	・令和が始まるに際しての祝賀ムードと、各社の販促による効果により、一時的に上向くと考えられる。その後、消費税増税前の駆け込み需要につながると予想されるが、増税後は再び落ち込みそうである。
		スーパー（店長）	・外国人観光客が増えており、東京オリンピックや大阪万博の効果で、今後更に増える可能性がある。これに国内客の増加も加われれば、良くなることが期待される。
		スーパー（店員）	・創業祭が続くほか、飲料や酒の動きが良くなることも予想されるため、今よりも良くなりそうである。
		スーパー（企画担当）	・食品スーパーではゴールデンウィークが売上の追い風となる。天皇陛下の御退位、皇太子殿下の御即位などの祝賀関連も含めて、対応していく。
		コンビニ（経営者）	・ファーストフードやコーヒーの売上の増加傾向はまだ続いている。単価の高い商品へと消費がシフトしている傾向もあいまって、客単価の上昇が今後も期待できる。
		コンビニ（経営者）	・近隣のタワーマンションの入居が6月から本格的に始まり、人口も増えてくる。時期的に、飲料水や冷やし麺も売れ始める。
	コンビニ（店長）	・5月末で近くのスーパーが閉店するので、客が多少は当店にも流れてくる。現在の一番の不安材料は、人手不足と人件費の高騰である。	
	衣料品専門店（店長）	・改元による、景気への好影響のほか、消費税増税前の駆け込み需要などに期待している。	
	家電量販店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が、夏物商戦に合わせて増加し、消費が喚起されると予想している。	

家電量販店（企画担当）	・キャッシュレス決済に伴う各社の動きがよい競争となり、消費の拡大につながる。また、家電はエコポイント制度での購入分が買換えの時期に入るため、消費の拡大につながると期待される。
乗用車販売店（販売担当）	・ボーナス商戦や新商品効果に期待できる。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・インバウンドの集客が見込める場所に、店舗をオープンする予定である。今後は小売部門を強化していく。
その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・大型のゴールデンウィークでは、ふだんは来られない客にも来店してもらえる気がする。ただし、天候が悪いようなので、その点が気になる。
その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・10連休中には令和元年のイベントが多いため、購買意欲が高まる。
その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・商品を入替えるほか、季節も変わるため、良くなることを期待している。
一般レストラン（経営者）	・夏季休暇でのインバウンドの訪日や、学生などの来店で、繁華街での集客はまだまだ伸びる可能性が高い。ただし、急に気温が上がると、来客数は減る傾向があるため、注意が必要である。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・消費税率が上がるため、駆け込み需要がしばらく続く。周囲でも駆け込みでの購入の話を聞くため、しばらくは今の状態が続く。
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門の予約率は前年並みであるが、定価を上げた影響で売上が増える傾向にある。一方、宿泊部門では単価、稼働率共に下がっており、今後は価格を見直していくが、前年比での動きは厳しい状況である。
都市型ホテル（総務担当）	・宿泊、宴会共に、2～3か月後の予約は前年を上回るペースで入っている。
旅行代理店（役員）	・国内旅行については、消費税増税前の駆け込み需要が予想される。
タクシー運転手	・気候も良くなってきたため、外出の機会が増えるのに伴い、繁華街でも徐々に乗客が増えていく。
通信会社（経営者）	・取引先の様子では、インフラ関連やホテルの建設関連は、しばらく活況の見込みである。
通信会社（社員）	・消費税増税前の駆け込み需要で、テレビやスマートフォンの買換えが予想されているため、それに連動して加入の申込みが増えることを期待している。
通信会社（企画担当）	・改元による、景気の基調の改善を期待している。
競艇場（職員）	・全国的に売上が伸びている。特に電話投票が好調で、2年前の秋頃からの伸びには、目を見張るものがある。今後もしばらくは、このまま推移しそうである。
その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・年度替わりでの退会者が少なく、無料体験もあるため、新規入会者の増加に期待している。
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・大型連休の影響で仕事が溜まる一方である。必然的に時間外、休日出勤が増えるため、給与面での改善で景気は良くなる。
商店街（代表者）	・買上客数、単価共に悪化しており、大きく変わることは期待できない。
一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税の実施が不透明になっており、増税前の駆け込み需要の動きが予想できない。
一般小売店〔時計〕（経営者）	・客と長年接していると、高齢化の波を感じる。うまく客の世代交代ができればよいが、100円均一ショップなどが身近な世代とは価値観の違いを感じる。財布の余裕があれば変わると感じるが、そう簡単ではなく、先行きの厳しさはまだまだ続く。
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・目立った好材料はなく、インバウンドの動きも読めないため、低空飛行の状況が予想される。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・以前から感じていることであるが、食に関する消費動向は、ものすごく変化している。生活費に占める食費の割合は変わらないとしても、中食や外食の比率が高くなることで、生鮮品の購入コストはかなり抑えられているのではないかと感じる。また、相次ぐ食品の値上がりも消費動向に変化を与えていると感じる。

一般小売店〔衣服〕(経営者)	・今年は大連休があったので、連休後は夏に向けて買い控えが出そうである。これから始まる梅雨や猛暑を考えると、販売量、来客数共に減るのではないかと心配である。
一般小売店〔野菜〕(店長)	・世間一般の状況をみていると、今のところは景気の良くなる気配がない。大型店は別として、小型店舗は難しい。
一般小売店〔呉服〕(店員)	・浴衣のシーズンになるため、少し動きが出てくるが、単価が低いために、訪問着よりも多くの数量を販売する必要がある。最近浴衣を見に来る客も少ないため、期待はできない。
一般小売店〔菓子〕(営業担当)	・4月末からの大連休後の消費が心配である。
百貨店(売場主任)	・日本人客が減少し、夕方からの外国人客の来店が増えている。消費税増税による消費の冷え込みも予想されるが、海外の富裕層をみていると、国内客の購買力の弱さが目立つ。
百貨店(売場主任)	・インバウンド需要は不安定になると予想していたが、大きな変化はみられず、順調に推移している。一方、国内客の需要は厳しくなると予想される。気になるのは、従来の百貨店の主要な取引先が厳しくなっており、商品の生産量の調整や、人件費の抑制、取引条件の変更を求めてくる取引先が目立つことである。今後はこれらの要因が、売上の減少につながるおそれがある。
百貨店(売場主任)	・やはり入店数が今一つ回復しない。近隣に新店舗がオープンし、競争が激しくなっていることもあり、消耗戦となっている。
百貨店(企画担当)	・国内客の売上は、季節商材の不振による影響が弱まったほか、消費税増税前の先行購入により、現状よりも好転しそうである。一方、外国人売上の動きは、前年からの増加傾向の一巡で、やや鈍化しそうであり、全体の傾向も現状並みの動きが続くと考えている。
百貨店(営業担当)	・当店がターゲットとする、40～50代の食品関連の消費意欲は旺盛であるが、経済の低迷といった報道や消費税増税の影響で、一時的に消費が冷え込む可能性はある。ただし、それも一時的な動きと考えており、消費税増税の影響も前回よりも小さくて済む。
百貨店(サービ担当)	・新しい元号になり、景気を刺激するような催しもあるため、今後も状況は大きく変わらない。新しい催しも増えているため、集客力の高まることが期待される。
百貨店(商品担当)	・米中貿易摩擦や中国経済の減速といったマイナス材料と、消費税増税前の駆け込み需要といったプラス材料があり、全体的には一進一退の動きが予想される。
百貨店(販売推進担当)	・消費税増税前の需要もあり、国内客の売上は堅調に推移する。
百貨店(営業企画)	・消費税増税のインパクトは前回よりも弱そうであるが、米中貿易摩擦の影響か、企業業績も芳しくない。景気の転換期を迎えようとしているなか、消費者は更に慎重になる。
スーパー(店長)	・世界情勢や国内景気の先行き不安、可処分所得の減少、消費税増税など、買い控えにつながる要素が多くみられる。
スーパー(店長)	・政策的に良くなる材料はないが、特に悪くなる要因も見当たらない。消費税増税前の特需については、直前まで見込めない。
スーパー(店員)	・連休でお金を使った後は、また節約傾向が強まる。ただし、梅雨に入ると雨量次第で野菜の価格も上がるため、余り変わらない。
スーパー(企画担当)	・外部環境に大きな変化はない。
スーパー(経理担当)	・ゴールデンウィークはスーパーでの需要に大きな変化はなかったが、レジャーや旅行の支出をカバーするため、あるいは消費税増税を見据えた対応として、節約志向が強まる可能性がある。
スーパー(企画)	・消費税増税前の駆け込み需要はあるものの、一部の商品に限定される。むしろ、増税後の販売減が懸念される。
スーパー(開発担当)	・原油や小麦価格の高騰で商品が値上げされ、客の購入量も徐々に減っている。
スーパー(管理担当)	・消費税増税の実施については不透明で、駆け込み需要がそれほどあるとも考えにくい。
コンビニ(店員)	・順調な来客状況であり、ホテル、民泊も周囲でかなり増えているため、しばらく大きな変化はない。

衣料品専門店（営業・販売担当）	・高額スーツやジャケットのオーダーが順調に入ってきている。
乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税の影響への懸念もあるが、しばらくは落ち着いた状況が続くと考えている。
乗用車販売店（営業担当）	・高級車に買い控えが発生していると感じる。
住関連専門店（店員）	・半年前と状況は変わっていない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・気温の寒暖差が大きな日もあるが、総じて4月下旬は暖かい日が続いており、医薬品の動きが悪い。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・消費税増税に向けての購買も、高額、少額を問わず、実用品の購入が優先されそうである。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・物が余っている状況に大きな変化はない。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・今秋の消費税増税の実施が、より現実味を帯びてくるが、基本的には既定路線となっているため、今後数か月に大きな影響は出ない。
高級レストラン（スタッフ）	・しばらくは今の状態が続くと予想される。
高級レストラン（企画）	・インバウンドを中心とした宿泊需要は堅調なものの、法人宴会や婚礼宴会の受注状況が芳しくない。
一般レストラン（企画）	・4月の来客数は少し悪化傾向にあるが、客単価も少し低下しており、ゴールデンウィーク以降は改元による経済効果に期待が集まる。10月の消費税増税については、軽減税率やポイント還元への対応で、投資負担や人的負担も増えるため、景気はやや悪くなる懸念もある。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・各種の値上げによる悪影響はみられないが、消費税率の引上げに向けて、景気が上向きイメージはない。
観光型ホテル（経営者）	・5月も連休の予約が全体を引き上げているが、連休以降はまだまだ空室もあるので、いかに間際予約を取り込めるかが課題である。
観光型ホテル（経営者）	・季節変動の大きいシーズンに入る。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊はインバウンドの先行予約が好調である。一方、6月下旬のG20サミットの影響で、期間中の宴会の取消しが数件発生している。
都市型ホテル（管理担当）	・受注状況や客単価などに、改善する要素が見当たらない。
都市型ホテル（客室担当）	・G20サミットでの特需は見込めるが、それ以外は価格競争の様相を呈している。
旅行代理店（支店長）	・G20サミットや皇太子殿下の御即位、ラグビーワールドカップなど、大きなイベントが目白押しであるが、それが客の旅行マインドの上昇にはつながっていない。
タクシー運転手	・長い連休で出費も増えるため、その影響でタクシーを利用する客は減少する。
テーマパーク（職員）	・衆議院議員の補欠選挙に与党が負けたことで、消費税増税の是非が現実的な議論となりつつある。消費税は低所得者から税金を集め、低所得者向けの施策に使うという、理解しにくい面もあるため、本格的に見直してほしい。
観光名所（企画担当）	・ここ数か月は、状況に変化もなく安定している。ただし、インバウンドの動きで大きく変わるため、引き続き国内客の集客策を検討し、実施していく。
遊園地（経営者）	・4月以降は様々な商品やサービスで値上げが進むため、生活必需品ではない、レジャーへの消費の見通しは不安定である。
競輪場（職員）	・例年であれば良くなっていくが、原油価格の上昇や物価の上昇傾向も進むなかで、良くなるとは思えない。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・消費税率の引上げを控えて、一時的に消費は上向きだが、その後は冷え込む。
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の試合が予定されているほか、家族向けのイベントや、人気グループのコンサートも開催されるため、多くの来場者を予想している。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・関西は自然災害の影響で、解体や建築工事が立て込んでいる。今、注文住宅の契約をしても、消費税増税の期限の9月末には間に合わないため、駆け込み需要は期待できない。

その他住宅 [情報誌] (編集者)	・ 4 月以降の住宅市場での消費者の動きは、前年比でも弱くなっている。低価格物件の動きは更に鈍い状況であるが、中間層向けの物件については動きが上向いている。
一般小売店 [衣服] (経営者)	・ 良くなる要素が見当たらない。例年 5 月は連休疲れで市場も落ち込んでくるため、ヒット商材を探さなければならない。
百貨店 (企画担当)	・ 中国経済の減速による景気の後退が報道されると、消費者心理が冷え込む。
百貨店 (マネージャー)	・ 10 連休、改元といったビッグイベントに際しても、購買意欲が伸びない。今後、消費税増税が目前に迫ることを考えると、景気の改善は見込みにくい。また、6 月に迫った G20 サミットの実施による関西の物流や交通への影響を考えると、引き続き厳しい状況が続く。
百貨店 (売場マネージャー)	・ 貿易問題や消費税増税のほか、直近の企業業績の減速といった不安要素が大きくなることで、多くの客の間では先行きの不透明感が更に高まっており、積極的な消費行動が期待できない。
百貨店 (マネージャー)	・ 消費税増税を控えて、更に節約志向による選択消費が強まることで、より厳しい状況になる。
百貨店 (営業推進担当)	・ 改元に伴う連休後には、反動減の動きが発生すると予想される。
スーパー (店長)	・ 最近ではチラシの配布エリアを広げているが、前年の来客数を維持できていない。
スーパー (店長)	・ ガソリン価格の高騰が続けば、遠方からの車による来客が減る。さらに、ガソリンへの出費が増える分、それ以外の出費を抑える動きにもつながる。
スーパー (社員)	・ 今年に入って、特に食品部門では多くの店舗で販売単価の低下が続いている。客が価格に対してより敏感になっているほか、購入量を減らしていることが要因であり、今後もなかなか消費は上向かない。
コンビニ (店員)	・ 今後は大型連休もなく、通常の動きに戻る。
乗用車販売店 (経営者)	・ 春闘での賃上げ幅は前年を下回り、社会保険料負担も増えているため、消費者は少しでも節約しようと心がけている。
乗用車販売店 (経営者)	・ 車検の予約や新車販売の予約数が、例年よりも減少している。
住関連専門店 (店長)	・ 客との会話から、消費税増税がどうなるか不透明であるため、前倒しで購入を検討する客が多いことに気付く。駆け込み需要を予測して在庫などの十分な準備はしてきたが、品薄状態となっており、今後は欠品による売り逃しの懸念も出てきている。
その他専門店 [宝石] (経営者)	・ 日米間の貿易面での摩擦が、この 2 ~ 3 か月の間に、具体的な形で出てくると予想される。
一般レストラン (経営者)	・ 納税の時期となり、ますます財布のひもは固くなる。
一般レストラン (経理担当)	・ 景気の良くなる材料が見当たらない。
観光型旅館 (団体役員)	・ 10 連休後の消費の減少が気掛かりである。
都市型ホテル (管理担当)	・ 既に始まっている食品や飲料の値上げラッシュ、光熱費の値上がり、消費税増税といった不安要素が多く、先の読みにくい状況が続いている。
旅行代理店 (営業担当)	・ ゴールデンウィークの需要の反動で、第 2 四半期の立ち上がりは弱いと感じる。
タクシー運転手	・ ゴールデンウィークもあり、タクシーの利用率は極端に下がる見込みである。ただし、元号が改まることもあり、予想外に良くなれば有り難い。
通信会社 (社員)	・ 通信会社による新料金プランへの変更により、端末価格が上がる可能性が高い。それに伴い、端末を購入するユーザーは減る見込みである。
住宅販売会社 (経営者)	・ 世帯数の減少による影響が続くと予想される。
住宅販売会社 (経営者)	・ 土地の公示価格は上昇しているが、実際には既に下降局面にあると感じている。
住宅販売会社 (総務担当)	・ 人件費、原材料費の上昇に伴い、原価率の維持が困難となっているが、価格を改定すれば受注量に影響が出る。

	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）	・金融機関の融資姿勢や、中小企業の売上は良くない。
×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・消費税増税を前に、悪影響が出る。
×	一般小売店〔花〕（店員）	・日用品の値上がりが続く、客の節約志向が高まっている。予約件数、単価共に悪化している。
×	衣料品専門店（経営者）	・気温が相当上がらない限り、夏物は動かない。
×	乗用車販売店（経営者）	・ゴールデンウィーク後の動きは例年鈍くなるが、気温がどれだけ高くなるかでエアコン関係の修理需要は変化する。今のところ、先行きは見通せない。
×	乗用車販売店（経営者）	・対外的には、落ち着くと予想されていた米中通商交渉の進展が、再び関税の問題で後退し、世界的な景気低迷につながりそうである。国内的には、ゴールデンウィークの影響で売上が激減することになるため、今後の景気はかなり悪くなる。
×	観光型旅館（経営者）	・6月以降の予約の入込が悪い。地方選挙があった影響が、改元の影響かは分からないが、動きが悪い。
企業 動向 関連 (近畿)	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業の柱が、今年の後半から半分動き出すため、増益の予定である。
	通信業（管理担当）	・G20大阪サミットの盛り上がりで、景気は上向くと予想される。
	食料品製造業（営業担当）	・気温の上昇で飲料水の売上は伸びてくるが、大型のペットボトル飲料は値上げするため、余り変わらない。
	化学工業（経営者）	・様々な新規の問合せも増えているので、今後景気は少し上向きそうである。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・付随的な仕事を取り込む中で、仕事の内容が変化している。一時的のぎではなく、新たな柱になり得る可能性もあるが、しばらくは数字に表れないかもしれない。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・各方面で令和元年に絡めたキャンペーンが実施される。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が少し増えてきている。
	輸送用機械器具製造業（役員）	・新設備に関する、仕様書作成のための問合せが多い。今後の設備計画に結び付きそうな気配が感じられる。
	建設業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は特に感じられず、この流れは今後もしばらく続く。
	金融業（営業担当）	・製造業では、機械に対する設備投資の動きがみられる。新規事業や新製品の受注生産の好調な推移が主な要因である。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・改元を機に、申込みによる購読が増えた。折込収入も良いとはいえないが、前年を上回っている。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・新元号がよいよいよ始まることもあり、しばらくは祝賀ムードが期待できる。ただし、生活必需品ではなく、不動産や旅行会社、プライダル関連など、業界は限られそうである。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今後は夏の製品が販売できる可能性が高い。例年、夏季になると売上が増えて忙しくなる。
	食料品製造業（従業員）	・大型連休中の得意先の売上次第で、今後の売上の推移も変わる。ただし、大きく変化することはない。
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・仕事量に変化はない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・特に、増産、減産の情報がない。
	化学工業（企画担当）	・食品に対する消費の傾向が変化しており、従来の品ぞろえでは利益が出にくくなっている。
	化学工業（管理担当）	・1～3月の落ち込みからは回復しているが、良い状態とはいえない。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・客観的にみると、新聞で全面的カラー刷り広告が増えているなど、景気は良くなっていると感じる。
	金属製品製造業（経営者）	・大きな変化はなく、特殊な製品の注文が増える傾向にある。
金属製品製造業（営業担当）	・現状が改善するまでには、もう少し時間を要する。	
一般機械器具製造業（経営者）	・全体的に景気は少し悪く、数か月先も余り変わらないと感じる。	

	電気機械器具製造業（営業担当）	・今月はゴールデンウィークの仕事で忙しいが、その先の予定はない。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・皇太子殿下の御即位による10連休で、当社を含む製造業への影響は読めず、不安要素となっている。その反面、個人消費の増加には期待している。
	建設業（経営者）	・今後も監理技術者や技能労働者不足は続く。一部の建設資材の納期遅れや品不足も解決できていないため、場合によっては入札に参加できない案件もある。
	輸送業（商品管理担当）	・今年は4～5月に繁忙期を迎えるはずの家具の販売が低迷しているため、6～7月に良くなる見込みはない。
	輸送業（営業担当）	・家具が必要のない家が増えているため、今後も余り変わらない。
	輸送業（営業担当）	・前年よりも荷物量は増えているが、利益の少ない大手通販の比率が高くなり過ぎている。近年の運送業界の課題が、今年は解決できればよいが、不透明である。
	金融業（副支店長）	・取引先との会話でも、受注状況に大きな変化はない。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・2～3か月先になると、消費税増税前の駆け込み需要で、一時的には景気が良かったと感じるかもしれないが、その後が心配される。
	不動産業（営業担当）	・当市からの事務所の撤退が続いており、今後も続きそうである。
	広告代理店（企画担当）	・改元効果に対する期待が先行しており、実際の景気が回復しているようには感じない。
	広告代理店（営業担当）	・良い要素も、悪い要素も含めて、しばらくは広告業界に強いインパクトを与える材料はない。
	司法書士	・消費税増税前の駆け込み需要の動きも、今のところは感じられない。今のような状態が当分の間続く。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・連休明けは少し慌ただしくなると予想されるが、その後が続かない。
	食料品製造業（経理担当）	・消費税増税の実施が徐々に迫ってきている。相変わらず軽減税率の詳細ははっきりせず、戸惑っている。
	繊維工業（総務担当）	・高付加価値商品の動きに変化はないが、低額商品の売行きが良くない。
	繊維工業（団体職員）	・タオル業界だけでなく、他の業界も良くないと聞いている。
	電気機械器具製造業（経営者）	・市況の先行きには不安があるものの、海外取引を拡大する余地は大いにある。ただし、景気の動向の判断については、下降傾向となることが見込まれる。
	建設業（経営者）	・新築案件は消費税増税前の駆け込み需要が落ち着く。小規模のリフォーム工事は、まだ動きがあるかもしれないが、売上としては少ない。
	広告代理店（営業担当）	・問合せはあるが、受注につながっていない。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・今後も新製品が出せないままだと、当社からの代理店離れが進むと予想される。
	× その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今後の経済の動向が見通せない。
雇用 関連 (近畿)	-	-
	職業安定所（職員）	・新元号のスタートに伴い、企業活動が活発化する可能性がある。
	学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税の駆け込み需要があり、9月末までは景気は少し上向き。
	人材派遣会社（経営者）	・世間は景気に対して弱気になっているように感じるが、まだまだ関西では強い動きがみられる。今年の3月末に派遣契約が終了したスタッフが市場に出てきたため、スタッフの確保が容易になってきている。ゴールデンウィーク明けはスタッフの取り合いになりそうである。
	人材派遣会社（営業担当）	・例年どおり、7月採用に向けた動きが徐々に始まる。
	人材派遣会社（営業担当）	・短期的な変化を含め、景気に影響が出るような大きな動きはなさそうである。
	人材派遣会社（支店長）	・しばらくは今の状況が続く。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・前月と同じく、求人数の少ない状態が続いている。今後は上向きとなる材料もない。

	新聞社 [求人広告] (担当者)	・ゴールデンウィークの10連休による効果については、一過性の部分が大きいため、期待できない。
	新聞社 [求人広告] (管理担当)	・新聞広告の求人数に変化はなく、景気の先行きも現状と大きな変化はないと考えられる。米中間の貿易摩擦が続いているほか、米朝会談の行方は不透明である。また、英国のEU離脱問題の先行きもはっきりとせず、欧州の情勢も不安定である。この傾向はしばらく続くとみられ、状況次第で景気はどちらにも動く可能性がある。
	職業安定所 (職員)	・大量離職の話は聞いていないため、変わらない。
	職業安定所 (職員)	・大企業を中心に希望退職の募集案件が出てきているが、求職者の減少傾向に変化はない。最近では求人への伸びが鈍化しているものの、求職者が減り続けている間は、有効求人倍率も高水準で推移すると予想される。
	民間職業紹介機関 (職員)	・公共工事が減少する4月は、建設業の仕事も急激に減少する。この影響で、建設業が主な就労先となる日雇い労働の求人数も、例年は3月に比べて大幅に減少する。ただし、今年は状況が異なり、人手不足の影響で大阪北部地震や台風21号関連の復旧工事が先延ばしとなっているため、例年よりも日雇い求人の減少率が小さい。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・世界的にも景気が減速しているなか、ここ数年続いていた大手企業の大量採用が終わると予想される。その一方、依然として流通や小売系のほか、中小企業の人材不足は続く。全体としては、3か月前に比べて、やや悪い状況が続くそうである。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・短期的に変化する要素が見当たらない。
	学校 [大学] (就職担当)	・10連休での消費の行方に注目したい。
	民間職業紹介機関 (マネージャー)	・企業や求職者の状況から、悪くなっている様子はみられるが、業況に影響が出るまでには2～3か月のタイムラグがある。企業による採用数は、景気の遅行指数と相関があるので、やや遅れて出てくる。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・時期的な影響もあり、求人数が減少するほか、求職者も減っていると予想される。
x	-	-