

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)	良くなる	百貨店（服飾品担当）	・ここ数年は、3月と9月を中心に寒い春と暑い秋という環境が続き、動きが悪かったものの、今月は新商材に消費者がかなり反応している。販促活動に共感すれば、季節に関係なく購入するような、動きの変化が出始めている。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球が開幕し、公式戦が予定されているほか、ほかにも多くのコンサートが開催されるため、多数の来場者を予想している。
	やや良くなる	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・受注が増えており、先行きの受注も見込めるため、やや良くなると予想している。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・少し価格の高い商品が売れ出しているため、今後の景気は良くなる。
		一般小売店 [菓子] (営業担当)	・寒さが和らぎ、人が動く時期となるため、2月よりも販売量が増えることを期待したい。
		百貨店 (売場主任)	・耐震工事の影響が和らぎ、大きなプラスに転じる。
		百貨店 (営業担当)	・競合店の開業から1年となり、底は打ったように思われる。今後も商品の品質のアピールを続けていく。
		百貨店 (商品担当)	・冬物セールは苦戦が続いているが、婦人服を中心とした春物の出足は好調である。インバウンド客向けの売上は飛躍的に伸びており、賃金の上昇が実現すれば、国内客についても全体的な売上増が望めそうである。
		百貨店 (売場マネージャー)	・前年は消費税増税と近隣の大型商業施設のオープンが重なり、非常に苦戦したが、売場改装などの環境整備に向けた投資を積極的に行い、集客力の向上を図っている。
		百貨店 (外商担当)	・株価が順調に上がり続けているほか、春の賃上げ交渉もうまくいき、大幅なベースアップが実現しそうであるため、客の購買意欲も高まっていく。
		百貨店 (営業企画)	・都市部ではインバウンド需要が拡大しているほか、政府機関からは消費税増税の影響が終息といった発表もあった。ただし、地方への波及は実感に乏しい。
		百貨店 (マネージャー)	・富裕層を中心に好調が続いており、徐々に中間層にも明るい話題が増えつつある。
		スーパー (店長)	・前年の4～5月は、消費税増税後の売上が厳しかった時期である。食品の値上げなどのマイナス要素もあるが、新商品やこだわりの商品、話題の商品を丁寧に売っていく時期となる。ゴールデンウィークの休みも長いため、人の動きが活発化すれば、低迷が続く衣料品にも好機が生まれる。
		スーパー (店長)	・10%への消費税増税が延期され、しばらくは景況感が改善するため、身近な消費も上向く。
		スーパー (店長)	・昨年の消費税増税後の落ち込みからの反動や、ガソリン価格の低位安定といったプラス要因と、原料の高騰による値上げなどのマイナス要因が混在している。判断が非常に難しい状況ではあるが、回復傾向が緩やかに進むと予想される。
		スーパー (社員)	・前年の同時期に比べて、競合店の新たな出店や改装計画が増加している。昨年後半から今年前半にかけて、食品スーパー業界が全体として好調なことが、積極的な投資につながっている。今後も更に消費は増加すると予想される。
		コンビニ (経営者)	・新発売されるプレミアム商品やイベント関連商品の売上が好調に推移しそうであり、客単価の底上げにつながることを期待される。
		コンビニ (店員)	・春のパン祭りが始まるため、新商品に力を入れて、品ぞろえを増やしていくなど、客の購買意識を高める努力をしている。
		コンビニ (広告担当)	・4月以降は良くなるという声がマスコミなどで報じられており、そうなってほしいと期待している。
		衣料品専門店 (営業・販売担当)	・次の季節のスーツなどへの問い合わせや、引き合いが多い。
		乗用車販売店 (経営者)	・円安、株高傾向が続けば、富裕層の動きが増える。
		乗用車販売店 (経営者)	・新年度になると、計画どおりに動くのではないかと期待している。
乗用車販売店 (販売担当)	・ハイブリッド車の売行きは良くないものの、新型車の需要が好調であるため、全体では良くなる。		
住関連専門店 (店員)	・新生活需要で実績の向上が期待できる。		
その他小売 [インターネット通販] (オペレーター)	・新しいカタログが出るため、受注量が増加する。		
高級レストラン (スタッフ)	・歓送迎会や慰労会などの予約が増えつつある。		

高級レストラン（企画）	・宿泊を中心に、インバウンド需要が引き続き堅調に推移している。	
一般レストラン（経営者）	・桜が咲く時期には、外国人観光客の増加が見込まれる。また、人事異動に伴う歓迎宴会、4月末からのウェディング需要の増加などで、予約が入ってきている。	
その他飲食【コーヒーショップ】（店長）	・政策効果で企業収益が改善するとともに、円安傾向も当面は続くと予測される。景気回復による直接的な影響はまだみられないが、2次的な効果で消費が上向いていると感じる。	
その他飲食【ファーストフード】（店員）	・前年比でみると売上は若干伸びているが、今後はほぼ横ばいで推移する。	
観光型旅館（経営者）	・外国人の個人旅行客が増えている。	
観光型旅館（経営者）	・桜のシーズンとゴールデンウィークの宿泊の予約は、例年どおりほぼ満室となっている。先行きは期待が持たれ、購買意欲が上向いてくれば、景気回復が実感できる。	
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門の予約率が好調で、大阪全体でも宿泊料金の値上げが多くみられる。宴会部門も、単価は下降傾向であるが、予約率でみると前年を上回っている。	
都市型ホテル（スタッフ）	・好調な宿泊部門に支えられて収支が改善している。ただし、新年度の4月以降は客室単価を大幅に上げるため、客離れにつながるかどうかを見極める必要がある。	
都市型ホテル（客室担当）	・来客数や単価の好調をみる限り、ゴールデンウィークまでは順調に推移する。	
旅行代理店（経営者）	・単価の高い欧州方面への旅行の減少は気になるが、関東のテーマパークが盛り返しており、国内旅行は大きく伸びている。また、株高も好材料となっている。ただし、インバウンド関連の好調や、北陸新幹線の開業による関東からの来訪客の増加で、飛行機や宿泊施設の予約が取りにくくなっており、この影響はまだ読みきれない。	
タクシー運転手	・暖かくなれば、桜の時期には人出が望める。	
通信会社（企画担当）	・株高などで景気回復の気運が高まり、消費マインドが改善する。	
観光名所（経理担当）	・2月は、前月ほど休日に雨や雪が降らなかったため、来客数、売上共に前年比で15%ほど伸びた。当地域で50年続いている行事が行われ、その来客が大きく影響している。前月の減少分が今月に回っているような気がするなど、総じて景気が良いとは感じられず、もう少し暖かくならなければ、景気の判断がつかない。	
パチンコ店（店員）	・新聞などでは景気回復についての記事が増えてきている。	
その他レジャー施設【イベントホール】（職員）	・マスコミにたたかれながらも、安倍内閣の経済政策は着実に成果を上げている。農協改革も進みそうな状況に驚いている。	
その他サービス【コインランドリー】（経営者）	・周囲では徐々に、賃金の上昇や、受注の増加、人手不足といった話が増えつつある。物価上昇に対する懸念もあるが、明らかに市場は活気を取り戻しつつある。	
その他サービス【マッサージ】（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐので、寒い時期は来客数が減少し、暖かくなると増えてくる。	
住宅販売会社（経営者）	・市場の刺激策が効果を上げる。ただし、現在は消費者に届いておらず、単価の上昇に消費者がついてきていない。うまくマインドが上がれば、市場の活性化につながると予想される。不透明感はあるが、やや良くなると思いたい。	
住宅販売会社（総務担当）	・成約までは時間を要するが、需要は増えている。	
その他住宅【情報誌】（編集者）	・企業業績の向上や、給与アップなどが更に強く感じられるようになれば、4～6月も堅調な推移となる。	
変わらない	商店街（代表者）	・インバウンド効果で好調が少し続くが、一般客の買上は減少が続く。あくまでも特需であるため、楽観はできない。
一般小売店【事務用品】（経営者）	・消費マインドの好転は期待できない。	
一般小売店【時計】（経営者）	・長い間常連で来てくれていた客が、年齢や体調のせいで転居されるなど、年々先細りになっていくのを感じる。安ければよいという考えがまだまだ広がっており、適正な商品を適正な値段で買ってくれる客を確保するのが難しい。先行きは決して明るくない。	
一般小売店【精肉】（管理担当）	・外国人客以外の部分で、景気が上向いていると感じることはない。	
一般小売店【衣服】（経営者）	・中小や零細企業が多い街では、物価は間違いなく上がっているという一方、実際の給料は上がらず、家計は苦しいという声をよく聞く。実際、来店してくる消費者の購買意欲も低い。地域や業種によって大きな格差が生まれていると強く感じる。	
一般小売店【酒】（社員）	・株価は高値で推移しているが、高額品の売行きは限定的であり、情勢を見守っている雰囲気がある。	

百貨店（売場主任）	・株価の上昇や大手企業の賃上げなど、収入が増える要素はあるものの、恩恵を受けるのは一部である。国内の消費、特にファッション関連がすぐに改善するとは考えにくい。インバウンド需要もあり、付加価値の高い高額品の動きは期待できるが、全体を押し上げるほどではない。
百貨店（売場主任）	・政府や国による内需拡大策を早期に実施し、東日本大震災の復興策を進めるべきである。海外への支援や援助よりも、自国のことを早急に解決すべきである。
百貨店（売場主任）	・株高による景況感の改善で、高額品の動きは活発化するものの、食料品や身の回り品については消費マインドが高まる要素がない。
百貨店（企画担当）	・新聞では賃金のベースアップや株価上昇の話題が増えているものの、百貨店の売上が伸びる要素は肌で感じられない。
百貨店（営業担当）	・海外の高級ブランド品の値上げも一段落し、売上は一時的に落ちると思われるが、一部の超優良顧客の買上は増える。
百貨店（販促担当）	・3月は更なる反動減が予測され、吸収する手段がない。4月以降は反動増となるが、3月の悪化が響き、苦戦が予想される。
百貨店（サービス担当）	・来月からは、開業1周年フェアの催事企画による集客効果が期待されるが、全店舗の点検の結果、一部で改装工事が行われる。売場面積の減少で前年売上の確保が難しくなる。
百貨店（外商担当）	・景気回復といわれるが、大企業中心の都心部と地方都市では依然として所得格差が大きい。地方都市では、中小企業の業績が伸び悩んでいるのが実情であり、厳しい状況が続いている。
百貨店（商品担当）	・消費税増税後、不要な物はなかなか購入しない傾向が続いている。増税が購買意欲を抑えている様子で、特価でも不要であれば買わない。
百貨店（売場マネージャー）	・昨年5月は消費税増税後の落ち込んだ時期であるが、順調に回復するとは考えていない。消費者の買い控えが続くなど、購買行動が昨年と比べてかなり変化していることから、消費はまだまだ厳しい予測をするしかないと考えている。ボリューム層の回復がカギとなるが、見通しは良くない。ただし、インバウンド関連の好調は継続する。
百貨店（売場マネージャー）	・一定のインバウンド効果はあるが、国内消費の先行きは不透明である。消費の二極化がますます強まり、中間価格帯の商材の動きが鈍い。全体的な動きは変わらないが、中身が変化している。
スーパー（経営者）	・これから卒業・入学と、1年でお金が必要な時期を迎えるため、財布のひもはかなり固くなる。客の様子からみて、良くなるとは考えにくい。
スーパー（経営者）	・買物の様子から格差の広がりを感じる。顧客の大部分が低所得者層の食品販売では、低価格志向が強まっている。
スーパー（店長）	・量販店では最近好調な高額品やインバウンド需要の恩恵があまりない。普段の生活に関する部分が、今すぐに好転するとは判断しにくい。
スーパー（店長）	・3月は昨年の駆け込み需要の反動減で悪くなる一方、4月は昨年の反動で良くなるが、目標をクリアできるかどうかは不透明である。
スーパー（企画担当）	・今後も現在の状態が続くと予想される。
スーパー（広報担当）	・株高の実感を得られない層が大半である。昨年の消費税増税の影響で毎月の売上が上下するなか、先行きの不透明な状態が続く。
スーパー（管理担当）	・原材料費の高騰による価格上昇のほか、在庫不足も懸念される。賃上げの動きも物価上昇に見合ったものとはならず、次の消費税増税に向けて購買力を上昇させる材料は乏しい。
スーパー（企画）	・4月末か5月の給与から所得の増加が実感できれば、消費自体が上向くことはなくても、消費意欲は上向く。このまま夏のボーナス商戦へと向かえば、良い影響が出る。
スーパー（開発担当）	・春闘の結果次第で消費の動きが変わる。
コンビニ（経営者）	・来客数は前年比で変わらないが、価格を安くしても、客の購入ゾーンに入らなければ売れない。
コンビニ（店員）	・売上増につながる要素はなく、厳しい状態が今後も続くとは予想される。
衣料品専門店（経営者）	・今のところは特に良くなる材料がない。
衣料品専門店（販売担当）	・単価を抑え、買い控えをする客が増えていることは確かであるが、購入の動きもみられるため、全体としては変わらない。
家電量販店（経営者）	・客の所得が増える要素や、消費を喚起する要素が見当たらない。省エネ住宅に関するポイント制度が、若干の追い風になることを期待している。

家電量販店（企画担当）	・最近の株価の上昇や中国人観光客の購入増が、大きな売上アップの要因になると予想される。
乗用車販売店（経営者）	・世界的な株高で円安が進行し、日本の大手メーカーは過去最高の利益を計上しているが、我々中小企業はその恩恵を受けていない。原材料価格は高騰し、人材不足で経営環境はますます悪くなっている。
乗用車販売店（経営者）	・新車の販売予約が少なく、車検や一般修理にもあまり変化がみられない。
乗用車販売店（営業担当）	・軽、小型車の売上が好調に増えているが、やはり大型車が売れなければ、身の回りの景気が良いとはいえない。
乗用車販売店（営業担当）	・特に好転する材料がなく、厳しい状況が続く。政府の景気対策の効果が実感できないため、消費マインドが更に低下しているように感じる。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・健康に左右される部分が大きく、これから暖かくなるにつれて花粉症などの商品が動く。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・ＴＰＰに関する交渉が妥結すれば、世の中の様々な面で影響が出てくる。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・景気が上向きになる要因がない。現状は、仕入価格の上昇分を販売先に転嫁できていない。独占的な大手小売店の仕入価格に対する考え方は、高級志向も一部にはあるが、デフレ時期とさほど変わらない。市場を動かす大手の考え方が変わらなければ、業界は良くならない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円安が続くなか、新年度に向けての消費が宝飾品に向かうことはない。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・最近は食料品などの値上げが相次いでおり、全体としては消費意欲の低下が続く。
一般レストラン（企画）	・来客数は関東と比べれば良いレベルにあるが、前年実績を上回るような水準には達していない。
一般レストラン（経理担当）	・賃金のベースアップの状況次第であるが、インバウンド客は堅調に推移する。
一般レストラン（店員）	・天候にも左右されるが、大きな変化の要因が見当たらないため、現状と変わらない動きとなる。
観光型ホテル（経営者）	・３～４月の先行予約も好調であり、引き続き来客数は増える予想している。
観光型ホテル（経営者）	・特に世の中の景気が良くなっているような動きが感じられない。
観光型ホテル（経営者）	・消費税増税後に客単価が下がり、今もその状態が続いている。今後もそれほど変わらないと予想される。
観光型旅館（団体役員）	・来客数は徐々に増えつつあるが、仕入原価が高くなり、経営には支障が出ている。
都市型ホテル（支配人）	・株価の上昇や、円安による外国人旅行者の増加など、景気改善の条件は整いつつあるが、輸入品の値上がりで原価が高止まりしており、企業収益を圧迫している。
都市型ホテル（総務担当）	・予約件数、客室単価共に好調である。
旅行代理店（広報担当）	・頻繁にテロが発生しているなか、旅行マインドを上向かせるのはなかなか困難であり、この状況が更に悪化すると予想される。
旅行代理店（営業担当）	・国内旅行やインバウンド客の動きは堅調であるが、海外旅行の動きはなかなか良くならない。イスラム国関連の報道や、自然災害などによる影響が出ている。
テーマパーク（職員）	・昨年の衆議院選挙以降の傾向として、入場者数は前年を上回る水準となっても、飲食や販売の収入が伸びてこない。いずれ実施される消費税増税への意識が強いこともあるが、どうも理由はそれだけではない。現実の問題として、就労人口の大半を占める層の収入が、期待されたほど伸びていない影響が大きいと感じている。
観光名所（企画担当）	・海外客の動きには期待できるが、全体的に大きく増えることはなく、現状維持と考えている。
遊園地（経営者）	・当面は、景気が変化するような要素が良くも悪くも見当たらない。
競輪場（職員）	・例年の傾向と変わらない。ただし、ガソリン価格が上昇し始めているほか、様々な商品や生活必需品が値上がりしている。賃金や収入は物価の上昇には追いついていないため、悪くなる傾向が進む。
競艇場（職員）	・２月の売上が良くなったのは、特殊事情によるものと考えており、状況に大きな変化はない。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンド客頼みの観光施策には不安を感じる。施設側も含めて、国内客の需要喚起を行わなければ、観光業界全体の本当の底上げにはならない。

		美容室（経営者）	・今月の来客数が減ったのは、客が違う店に移ったからではなく、来店の間隔が1.5倍～2倍に伸びたからである。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・2～3か月ですぐに成果が出てくるものではなく、東京、名古屋で好景気の波及が止まって、関西にはなかなか来ない。あと1～2年はかかるほか、景気が良くなっても、関西は昔のように好調とはならない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・売上の増加傾向に期待したいが、予断を許さない状況でもある。積極的な出店戦略と景気に左右されない施策で乗りきりたい。
		住宅販売会社（従業員）	・これから新たに供給されるマンションは、建築費の高騰により販売価格が高く設定されているため、契約率は低下する。
		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）	・全体の景気はあまり変わらないと思うが、法人や個人の破産や任意整理は増加する。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・3月になると生活用品の値上げが多くなる。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税の影響で消費が減退している。
		一般小売店〔花〕（店員）	・卒業・入学シーズンが近づくと、予約や問い合わせが増えるが、今年は少ないと感じる。予約注文も単価が低く、生花にかかる予算が削られているため、売上アップは見込めない。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税後の売上を調べると、若年層の購入が著しく減っており、世代間の購買力の差がますます広がっていると感じる。次の増税も含めて考えると、この傾向は更に進むと予想される。
		スーパー（店長）	・前年の3月は消費税増税前の駆け込み需要があり、月後半は特に一般食品や雑貨の売上が前年比で130%に伸びた。今年は前年比でみると厳しい状態が予想されるほか、原料高騰による値上げもあり、売上の伸びは期待できない。価格で訴求せざるをえないため、薄利多売となることが予想される。
		コンビニ（店長）	・原材料の値上げに伴って、商品の価格が結構大きく変動しているため、全体的に景気への影響が出そうである。
		乗用車販売店（経営者）	・年度末に向けて、客の購買意欲はやや高まっているものの、4月以降は全く不透明である。
		乗用車販売店（販売担当）	・4月からはエコカー減税の基準が厳格化され、輸入車はほとんどが減税対象から外れるため、販売量の減少が懸念される。3月までの駆け込み需要に力を入れなければならない。
		住関連専門店（店長）	・経済では良いニュースがなく、むしろ国際情勢の暗いニュースが多い。報道は景気に直結することから、大きな影響が出る。
		スナック（経営者）	・春のイベントを2件ほど企画しているため、その結果に期待している。
		都市型ホテル（管理担当）	・春からの電気料金の値上げにより、どのような影響が出るのかは予想ができない。
		タクシー運転手	・企業が雇用者の取り分を増やさず、大企業が中小企業に利益を回さないために、現在のような状況となる。大企業が利益率を下げて、雇用者に回していくことで改善する。
		通信会社（経営者）	・円安などによる材料価格の上昇やコストアップなどで、結果的に消費が低迷する。
		通信会社（社員）	・客の動きが少し止まっている状態であり、夏ごろまで何ともいえないが、既加入者のうち大手通信会社のユーザーが解約し始めれば、売上の減少も避けられない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税の延期により、建築時期が1年以内という客が減少し、じっくり検討するという、2年以内の回答が増加している。
	悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・個人消費が上向く決めに欠けている。
		一般レストラン（経営者）	・4月からの商品の値上げなどに伴い、消費者の財布のひもは固くなり、外食の回数は減る。
企業動向関連	良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・大型案件の受注の確率が高まっているため、ここ数か月で当社を取り巻く状況は良くなる。
(近畿)	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・引き合いや注文、問い合わせなどが増え、受注につながるとみられるため、今後は売上の増加が見込まれる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・既存客の状況にはあまり変化がないように思われるが、新規の問い合わせが少しずつ増えてきている。
		化学工業（経営者）	・大口案件の問い合わせが増えてきているので、もう少し良くなると期待される。
		化学工業（管理担当）	・賃金のベースアップが実施され、消費者の購買意欲が高まると予想される。

	プラスチック製品製造業（経営者）	・手探り状態がまだ続くと思われるが、コストダウンに対応した新商品が立ち上がる予定である。単価は下がるが、販売数量が増えるため、差し引きではプラスの見込みである。
	金属製品製造業（経営者）	・輸入品は減少しているが、そのほかに大きな変化はない。今後は徐々に良くなると期待している。
	電気機械器具製造業（経営者）	・単純な安値競争が無駄なことは新興国で浸透しており、歩留まりを重視することが利益につながるとの認識が深まっている。このことは日本企業にはプラスとなるが、国内景気はアベノミクスの失敗によって大崩れするのではないかと懸念している。
	建設業（経営者）	・暖かくなってから工事が動き出す。年度変わりの異動で賃貸物件も動き始める。
	建設業（経営者）	・年度末に向けて、やや良くなる。
	建設業（営業担当）	・大企業だけでなく、得意分野を持つ中小企業からも、設備投資や事業拡張の計画の話がよく聞かれる。
	輸送業（営業担当）	・春季の異動や新学期に備えて通販の荷物量が増えるため、少しは期待できそうである。
	輸送業（営業所長）	・新規案件が多く、昨年の消費税前増税の駆け込み需要とは違った荷動きがみられる。
	輸送業（商品管理担当）	・今月の売上は昨年に比べて減少しているが、4～5月は新学期が始まるので、少し景気が良くなる。
	通信業（管理担当）	・いよいよ春が到来し、様々な新商品が出て、価格も若干下がると予想される。
	金融業（営業担当）	・3か月先の期待感として、やや良くなればよいと思う。まだまだ好景気には程遠い感覚である。
変わらない	食料品製造業（従業員）	・販売量には大きな変動はないと思う。為替の関係で原料価格が軒並み上昇しており、利益率の低下に今後どのように対応していくかが問題である。各社の輸出は好調であるが、国内販売が中心である当社は大きく変化することはない。
	食料品製造業（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動により、2～3か月は飲料水の販売は前年比で厳しい状況となる。
	繊維工業（団体職員）	・長期的には回復基調にあると思われるが、当面は横ばいで推移し、徐々に回復に向かう。
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・忙しいが、受注量は変わらない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・3月に入ると少し良くなると思われるが、確かな材料が見当たらない。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・年が変わってから数字が上向いてきている。
	電気機械器具製造業（経営者）	・新たな国内の設備投資が増えるまでには程遠いが、円安が安定的に続くことになれば、景気は良くなる。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・住宅着工戸数の増加が見込めないため、現在の状況が継続する。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・今よりも良くなる要因がない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・2～3か月分は受注残があるが、その先の受注がみえてこない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・仕事の量は横ばいで推移している。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・現在の引き合いを確実に受注につなげる営業努力が必要である。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・景気は緩やかな回復基調にあるといわれているが、円安の進行で海外からの輸入部材や海外での加工賃が高騰しており、それを販売価格に転嫁できていない。業界としては回復感がない状況である。
	建設業（経営者）	・建設関係は東京一極集中の傾向が強く、今後も監理技術者、技能労務者不足は続くと思われる。官庁関係は賃金などの予算を上げてくれているが、入札の不調が続いている。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・中東の不安定な情勢が相場の高揚感を冷やしている。海外からの旅行者に対する円安の経済的効果も、限定的なものにとどまる。
	不動産業（営業担当）	・神戸に新たに出てくる企業に対し、税金を安くするなどのメリットが必要である。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込収入が減少しているが、2月は毎年悪くなるため、3月には回復する。
	広告代理店（営業担当）	・それほど大きな動きはみられない。
	広告代理店（営業担当）	・ここ数か月は同じ状況が続いており、新しい好材料も見当たらない。

	経営コンサルタント	・新聞報道などをみると、中小零細企業の従業員は物価が上がる一方で、負担が増加していくばかりである。大企業からの発注金額をみても、明るい気持ちになるような情報は少ない。
	経営コンサルタント	・中小企業の経営者には、政策に振り回されたくないという意識がかなり広がっていると感じる。もらえるものはもらうが、必要不可欠ではない投資はしないとの声がよく聞かれる。
	司法書士	・今月も事件数や案件が少なく、明るい兆しを感じる事ができない。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・周囲からも暇だという声をよく耳にする。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・円安による海外からの観光客の増加に期待しているが、肝心の国内客の消費マインドは低い状態が続く。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・先行き不透明であり、良くなるかどうかは分からないが、悪くなることはない。
	その他非製造業〔会社〕（営業担当）	・一度下がった価格はなかなか上がらない。どれだけ大手ユーザーに入り込み、大量販売できるかがカギとなる。ただし、新年度となる4～5月は、年度末のリニューアルが終わり、押し込み在庫の消化もあることから、商品の動きが減る。
やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・靴下は中国からの輸入が主体を占めているため、利益面では円安の影響で厳しい状態が続いている。この状況を改善するためには、仕入国の変更や高付加価値品の開発、国内生産への移行など必要であるが、それには時間がかかる。
	輸送業（営業担当）	・学習機の早期割引をしているが、通常の配達時期が前倒しになっただけであり、今後は配達件数が減っていく。
	広告代理店（営業担当）	・売上は微減傾向が続くと予想される。
悪くなる	金属製品製造業（営業担当）	・採算が悪化しているなか、春からの電気料金の値上がりで、更に採算が悪化することが予想される。
	金属製品製造業（管理担当）	・電力の買取り問題があったため、メガソーラー関連の受注が減っている。
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・アベノミクス効果も予想が立たず、先行きの展望が開けない。
雇用関連 (近畿)	良くなる やや良くなる	-
	人材派遣会社（経営者）	・株高や円安が継続するほか、各企業の決算予想も良いことから、派遣業界は今後も忙しくなる。ただし、一時は紹介予定派遣が選ばれる動きもあったが、少しトーンダウンし、この先はしばらく派遣でしのごうという慎重姿勢がみられる。需要と供給のミスマッチにより、人材の絶対数が足りなくなる。
	人材派遣会社（支店長）	・しばらくは今の状況が続くが、派遣業界では急速に人手不足感が高まっている。
	人材派遣会社（役員）	・時給は引き続き好転すると予想される。高い時給でないと人が集まらないことも要因である。足元では消費税率の引上げの影響を原油安が緩和してくれているため、時給が上がっている効果を実感しやすくなる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度末を控え、各社がそれなりの利益確保を進めている状況が感じられる。それが広告の出稿やプロモーション活動費用に充当される気配がある。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人数は微増であるが、増加傾向といえる状態にあるため、景気は良くなっていくと予想される。
	職業安定所（職員）	・求人数も徐々にではあるが増える傾向にある。事業所からも、景気が良くないとの声は最近聞かれない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・来年度の求人数は多くなることが予想される。
変わらない	人材派遣会社（支店長）	・昨年の労働者派遣法改正は延びたが、春先には派遣開始から3年という抵触日を迎える就業スタッフが多数いる。抵触日の対応次第では非常に厳しい状況となるが、それほど大きな変化にはならない。
	人材派遣会社（営業担当）	・国会では予算関連法案の審議が遅れそうであるなど、景気が回復するプラス要素が見当たらない。
	アウトソーシング企業（社員）	・新年度に入るが、求人数や採用数は変わらない。
	職業安定所（職員）	・新規求人数、有効求人数は増加しているが、今後は複数の事業所で雇用調整の動きがあり、景気が上昇するとは考えにくい。

	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向にあり、新規求職者には減少がみられる。結果として有効求人倍率は上昇傾向となっているが、正社員の有効求人倍率は1倍に満たない。大企業を中心に非正規社員の正社員化が一部に進んでいるが、新規求人ではパート求人が多い傾向に変化はない。
	民間職業紹介機関（職員）	・日雇い労働者数が、高齢化などで長期的に減少傾向となっている。それに伴い、建設求人業者も受注量を減らしたり、廃業したりという動きが続いている。その一方、労働者が不足しているため、求人倍率は上がりやすくなり、景気が良くみえるという複雑な状況である。
	民間職業紹介機関（大学担当）	・当分は今の良い状況が続くと考えるが、更に上向く要素が特には見当たらない。
	やや悪くなる	-
	悪くなる	-