

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	美容室（店員）	・卒業式や入学式があるほか、春になってヘアスタイルの変化を求める人が増えるため、来客数は増加する。
	やや良くなる	百貨店（サービス担当）	・2月は期末の決算月でもあり、新たな集客催事の開催などで前年実績が確保できそうなため、やや良くなる。
		スーパー（経営者）	・長年の経験から、今月から2月の前半ぐらいが一番悪いような気がする。その後、3月中旬か後半ぐらいには良くなりそうである。
		スーパー（店長）	・例年2月末以降は気温が安定し、3月は消費が増加する月でもあるため、景気の上昇に期待したい。
		スーパー（企画担当）	・競合店が2月から2週間、改装のために店を休むため、その分の上積みが可能である。
		コンビニ（経営者）	・コーヒー類の売上はまだまだ伸びそうであり、それに付随してサンドウィッチやパン、デザート類の売上も伸びることで、客単価の上昇が期待される。
		コンビニ（店員）	・暖かくなると前年と同様に来客数が増える。春向けの新品も次々に出ているため、売上増につながる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・早い時期から、春物スーツのオーダーに関する問い合わせが増加している。
		乗用車販売店（営業担当）	・この先は決算のキャンペーンなどが控えているため、一時的ではあるものの、来客数や自動車の販売台数は今月よりも増加する。
		乗用車販売店（販売担当）	・株値の乱高下やガソリン価格の下落は一時的な動きであり、徐々に安定すると予想される。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新しいシステムが落ち着き、受電もスムーズになると、受注量が増加する。
		高級レストラン（スタッフ）	・暖かくなるにつれて、予約も増えてくる。
		一般レストラン（経営者）	・宴会後やランチのついでに、2～3か月後の歓送迎会の問い合わせをして帰る客が増えている。インターネットで検索して、行ったことのない店で宴会をするよりも、会社近くのなじみの店を選ぶという需要が感じられる。このごろはクーポンでは客が動かず、地道な営業活動やこまめな情報収集に手ごたえが感じられる。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・暖冬により客足が今一つ伸びていない。
		観光型ホテル（経営者）	・今年はオリンピック開催年であるため、やはり消費も上向きになると予想される。
		観光型旅館（経営者）	・桜の開花と新緑のシーズンとなり、ガソリン価格も下がってきていることを考慮すると、遠出して訪れる観光客の増加が期待される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来年度からホテルの各セクションで値上げを実施する予定である。宿泊部門を筆頭に需要が高まっており、増収が見込まれる。ただし、中小規模の宴席については予算が厳しいとの意見が多く、柔軟な対応が必要となってくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンド特需はまだまだ続いており、中国景気の減速気配は感じられない。政治問題が起きない限り、好調は続くと思込まれる。一方、宴会に力強さはないものの、新規受注が伸びてきている。
		都市型ホテル（客室担当）	・客室稼働率は高い状態を維持し、客室単価も今月のような上昇傾向が今後しばらく続くと考えられる。また、株値低迷の影響があるインバウンドについては、原油安による燃油サーチャージの低下が追い風となる。
		都市型ホテル（管理担当）	・原油安に伴う光熱費の低下で、費用が減少する。
通信会社（経営者）	・金融の追加緩和などによる政策効果が期待できる。		
観光名所（経理担当）	・1月は年明けから前年と比べて好天に恵まれ、人出はかなり多かった。その後も比較的暖かい気候が続き、売上は順調であった。ただし、日並びの関係で、年未年始の連休が少なかったことが、売上を押し下げる要因となった。一方、後半は強烈な寒波で客足が鈍り、まだその影響が尾を引いている。結局のところ、月全体では前年を5%ほど上回りそうであるが、当地でかなり以前から続いている、催事の客数の減少が気がかりである。		
競艇場（職員）	・ボートレース業界では、年間の売上が前年を上回るなど好調に推移しており、各地のグレードレースも好成績である。		
住宅販売会社（経営者）	・購入希望客はやや減少気味だが、用地の仕入れは順調に進んでいるため、不動産売買の状況は改善に向かう。		

変わらない	住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税を見据えて、住宅が必要な人の動きが出てくる。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・注文住宅市場は9月末までは駆け込み需要が期待され、徐々に動き出している感がある。
	商店街（代表者）	・客足の引きが早く、閉店前は閑散としている。今後も来客数、単価の伸びない傾向が続く。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	・断捨離という言葉があるが、年配客と話をしていると、それは自発的な考えではなく、若い人から求められていると聞かされる。物を買ったり増やしたりすることを否定されているようで、切ない気がするが、いずれにしてもお金を使うことにはつながらない。若い人にも余裕がほとんど感じられないので、景気が良くなることは想像できない。
	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・株安、円高予想のほか、消費税増税への不安が出てくる。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・受注予約もないなど、しばらくは動きがないという状況である。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・少々購買意欲は上がってきており、景気は現状のままで推移する。
	一般小売店〔野菜〕（店長）	・今のままでは、大きな店舗は良いが、個人営業の店舗は厳しい状態が続く。
	一般小売店〔雑貨〕（店長）	・たばこの値上げ時期によっては、今後の景気は更に悪くなる。
	百貨店（売場主任）	・年明けからの株価低下などによる先行きへの不安が、消費者心理に影響している。高所得者層の顧客も、高額品の購入には慎重になっており、飲食などの手軽な消費に軸足が移っている。
	百貨店（企画担当）	・訪日外国人による爆買いも落ち着き、2月に控える春節の動向が今後のインバウンド売上のかぎを握る。
	百貨店（営業担当）	・売場の変化がないため、大きく流れが変わる要因に乏しい。
	百貨店（営業担当）	・超高額商品を買う、ごく一部の顧客は、更に高額なブランド品や美術品を買い求める。ただし、株価の上昇が望めないため、富裕層の優良客の間でも、全体的には高額品の買上が減っていくと予想される。
	百貨店（商品担当）	・年初の株価の暴落で、先行きへの不安が再燃している。消費税増税が視界に入ってくるにつれて、天候要因のほか、季節のイベント需要で一時的に盛り上がりつつも、すぐに消費にブレーキがかかるため、一進一退の状況となる。中国の景気減速による影響が出てくれば、更に苦しくなる。
	百貨店（マネージャー）	・直近の中国経済の減速や、原油相場の低下を受けて、株式市場に動揺がみられる。また、製造コストや輸送費が安くなった分、物価の伸び率は低迷気味となっている。これらは国内企業の業績悪化の要因となり、企業の防衛意識が強まるほか、この春闘でも賃上げ要求は抑制気味となるため、生活者の節約行動が続くと予想される。
	百貨店（売場マネージャー）	・株価や政治情勢の現状をみる限り、景気が上昇する材料には乏しい。ファッション関連の落ち込みは継続すると思われるほか、株価を考えると、富裕層の消費も少しダウンすることになる。また、インバウンドにおいても高額品の消費が落ち着きを示しており、単価がダウンする傾向にある。
	百貨店（営業企画）	・中国経済の減速リスクや、それに伴う世界的な株価の低下、原油安など、外的環境が悪く、消費者マインドが冷え込む懸念がある。企業業績は悪くないが、環境悪化への警戒感から、春闘でも昨年ほどのベアは望めないため、賃金の上昇による個人消費の回復というシナリオが実現するかは疑わしい。
百貨店（マネージャー）	・免税対象品目の拡大から1年が経過し、全体の売上増を支えてきたインバウンド消費の成長率は巡航速度にまで減速する。さらに、株価の推移も不透明であるため、富裕層の消費回復のきっかけが見当たらない。	
スーパー（経営者）	・天候不順もあり、業況は良くない。	
スーパー（店長）	・不透明感のなかにも、少しの明るさが見え隠れしていたが、閣僚の辞任や高浜原子力発電所の再稼働、日本銀行による追加緩和の動きなどをみる限り、景気が良くなる要因は見当たらない。このところの気温のように、春が春らしく、夏が夏らしくなることを、小売業としては祈りたいところである。	
スーパー（店長）	・2月上旬でプレミアム付商品券の使用期間が終了する。特に、消費や商圏人口が増える要素もないため、営業努力による売上の確保が必要な状況に変わりはない。	

スーパー（店長）	・株式や為替に関する懸念材料があるため、不透明な状況であり、しばらくは好転の兆しを感じられない。
スーパー（店長）	・店舗での離職者が増え、人員確保の難しい状態が続いている。求人誌やチラシなどで募集をかけても、問い合わせの電話も少ない。店舗ではぎりぎりの人員で運営しなければならないため、売場のレベルが落ちるといった悪影響が続いている。既存のパート社員の多能化などによる戦力化が必要で、賃金もアップしなければならない。
スーパー（経理担当）	・株価の乱高下や天候不順など、消費に少なからず悪影響を与える恐れのある要因は、今後も解消されない。したがって、消費は堅調に推移しながらも、落ち込みや回復を繰り返すことが予想される。
スーパー（開発担当）	・原油安や株安などの影響で、相変わらず中小企業の賃金が上がらず、景気は良くならない。
スーパー（社員）	・ガソリン価格の低下は、自動車による客の買回りの増加につながり、当社のような小さな商圏を対象とするスーパーでは、客の来店頻度が徐々に減少するという悪影響が出ている。ただし、来店客の購買意欲は依然として高いため、当面は店頭の売上を支えてくれる。
コンビニ（経営者）	・お得で便利な独自の電子マネーの加入キャンペーンを増やし、常連客との距離を更に近くすることで、ファンになってもらう。
コンビニ（店員）	・今後も景気が上向き兆しが見えない。
コンビニ（広告担当）	・今後については、まだ分からない状況であるが、悪くはならない。
家電量販店（経営者）	・客の財布のひもが緩む要素が見当たらない。給与や収入の増加が見込めないことによる、将来不安が根底にあるように感じる。
乗用車販売店（経営者）	・個人の可処分所得が増加しているとは思えない。
乗用車販売店（経営者）	・車検の入庫台数、新車販売台数のすべてにおいて、特に増加もなく減少もない。
乗用車販売店（販売担当）	・思ったよりも新型車の受注が伸びてこない。
自動車備品販売店（営業担当）	・特に状況を変化させるような材料がない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・気温が低く、空気が乾燥する時期であるため、保湿商材やうがい薬、クリームなどの販売は、活発な動きが続く。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・特に景気が良くなる要因はなく、売上が上がるような状況ではない。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・株価の下落や原油安で、再びデフレに陥る懸念がある。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・為替の変化がなければ、コストも販売価格も据え置きとなるため、購買意欲が高まる要素はない。
高級レストラン（企画）	・先の予約では、宿泊稼働率や1室単価のアップは特段みられず、全体的に前年並みで推移している。
一般レストラン（企画）	・関西地域の売上は2年前の水準を超えてきているが、関東はまだその水準には達しておらず、まだまだ楽観できる状況ではない。
一般レストラン（経理担当）	・今の政権の状況を考えると、この先も経営環境は変わらないと感じる。
一般レストラン（店員）	・まだまだ寒くなるので、家から出なくなり、来客数が減る。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・来客数、単価共に目立った変化はなく、今後回復する好材料もない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・プラスの要因が乏しく、消費税率も上がるため、マイナス要因の方が上回る。
観光型ホテル（経営者）	・今後も宿泊需要は好調に推移する。ただし、昨今のサービススタッフの人手不足により、大幅に実績を伸ばすことは難しい。
観光型旅館（団体役員）	・昨年2月以降は前年の実績を上回るなど、ようやくトレンドが固まってきたが、3月からの耐震工事で宿泊のキャパシティが少なくなる。スタッフや仕入業者の動きをみても、楽観は許されない。
都市型ホテル（支配人）	・国内需要の喚起が必要である。景気は現状のまま推移しそうである。

旅行代理店（経営者）	・インバウンド客が取り込めない中小旅行者にとって、訪日客の増加は、飛行機が取れなくなったり、宿泊施設が取り合いになったり、バス代が上がったりと良いことはない。燃油サーチャージが下がるくらいしか、好材料が見当たらない。	
旅行代理店（店長）	・景気の鈍化や、事故、情勢不安など、良い材料がみられない。	
旅行代理店（広報担当）	・原油価格の低下に端を発した株価の不安定感は、当面続く。また、訪日需要の増加で、近場の旅館やホテルの予約が取りにくくなっているため、春休みの予約状況も思わしくない。2～3か月先の景気も、現状と変わらない。	
タクシー運転手	・依然として一般客や企業関係の予約が順調に推移しており、安定した営業収入となっている。	
タクシー運転手	・仕事関係でも、多少は領収書が使える状態になってきているので、今後も動きは変わらないと期待している。	
タクシー運転手	・下向き傾向にあると感じるが、暖かくなれば多少は良くなると期待している。	
タクシー運転手	・年度末までは景気が上昇する要素はない。	
通信会社（社員）	・繁忙期に入るため、販売増に期待したいが、政府の指導で通信会社の販売施策が変わり、販売店には厳しい状況になりそうである。	
テーマパーク（職員）	・この冬の販売量の増加は、昨年に比べて天候が良いことが大きく影響しており、一概に景気の回復を示しているとは言い難い。現状は、若年層をターゲットとしたイベントで販売量が伸びている。コアターゲットの囲い込みが比較的うまくいっているものの、来客数があまり伸びていない点が気になる。	
観光名所（企画担当）	・インバウンドの影響で、売上は前年比で10%増を続けている。2月は春節なので現状よりも少し増えると考えているが、3月以降は現状のままと予想している。	
遊園地（経営者）	・景気動向が不安定で、先行きの予測が難しい。明らかな好転要素は見当たらない。	
その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球が開幕して3月には公式戦が予定されているほか、人気歌手などのコンサートも開催されるため、多数の来場者数を見込んでいる。	
その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・春以降、ガソリンなどによる外出の活発化を期待したいが、ベースアップの状況なども不透明であり、好転を期待するには無理がある。	
その他サービス[マッサージ]（スタッフ）	・アロマオイルを使ったマッサージで服を脱ぐため、寒い時期になると来客数は減少し、暖かい時期になると回復する。	
その他サービス[学習塾]（スタッフ）	・3月末の年度替わりに伴う変動をみなければ分からない。	
その他サービス[ビデオ・CDレンタル]（エリア担当）	・今後、既存店舗にカフェや新たなアイテムを追加導入することで、商業施設全体の来客数と売上アップを目指す。	
住宅販売会社（経営者）	・一部の地域では取引が活発であるが、特殊な用途に限られる。それ以外の用途や、周辺地域では逆に冷え込んでいるため、全体の底上げが進まなければ、不動産市況は良くならない。	
その他住宅[情報誌]（編集者）	・株価の乱高下や、原油安による企業業績などへの不安はあるものの、総じて現状維持で推移すると思われる。一方、タワーマンションによる節税への対策が強化されることで、これまで動いていた富裕層の行動がどう変化するかが不安である。	
やや悪くなる	一般小売店[衣服]（経営者）	・同業者による閉店がいまだに減らず、我慢の状態が続いている。当社の変革も進んできたが、際立った数字が出るまでには、まだ我慢が必要である。
	一般小売店[精肉]（管理担当）	・明るい材料が全く見当たらない。株価は下がり続け、闇僚のスクランダルや異常気象、選挙などにより、悪い状況は想像できても、良い状況が想像できない。
	一般小売店[衣服]（経営者）	・これから気候がどうなるかは分からないが、春物衣料の動きは気温による影響が大きい。近年は昔のように春らしい時期が非常に短いことから、数か月先の販売も苦戦が強いられる。
	一般小売店[花]（店長）	・1～2月は花屋が非常に暇になるため、厳しくなる。
	百貨店（売場主任）	・原油安、株安の状況が続けば、高額品の売上に影響が出ると予想される。インバウンドの来客数は増えているが、客単価が低下していると感じる。

百貨店（売場主任）	・世界情勢の不安や中国経済の停滞、株安といった外的要因の悪化が気になる。さらに、国内ではアパレル関連の動きの鈍さ、特に中間層を対象とする商品の鈍さが目立ってきており、大手取引先も業績が厳しい状況にある。商品の減産や、販売促進策の見直し、人件費の削減など、後ろ向きの動きが出てこないか不安である。
百貨店（企画担当）	・前年の3～5月は、外国人客による爆買いのピークで大幅な売上増となっていた。今年はその反動で前年割れになると予想している。また、ボリューム層による購入は慎重な傾向が続くとみられ、しばらくは景況の悪化が避けられない。
百貨店（販促担当）	・上昇し続けた株価の急速な下落により、堅調であった高額品の需要や、富裕層の動きの落ち込みが懸念される。これから数か月は明るい話題が少なく、懸念材料が多い。ヒット商品がないため、高額でも買う理由が見つかるような商品の提案が重要となる。
百貨店（商品担当）	・株価の変動が影響しているのか、高額品の購入や、まとめ買いが減っている。
百貨店（服飾品担当）	・防寒系アイテムの好調が続いている一方、クリアランスでは魅力的な価格の商材のなかでも、やや季節性のないアイテムに購買が偏っているため、春物商材の売行きに影響が出そうである。また、大手アパレルが製造するブランドの落ち込みが大きく、ここ数年の悪化傾向に拍車がかかっている。有名なアパレルブランドの商品を買うことは一つのスタイルであったが、それを楽しむだけでは満足しないという顧客心理が大きくなってきている。
百貨店（売場マネージャー）	・今期、アパレル業界が全体的に不振であったため、来期以降に向けて在庫調整や事業縮小を行う取引先が少なからず出てくる。事業の廃止などで撤退する店舗が発生した場合、郊外では新規出店をしてもらえる取引先を探すことが困難になっている。
百貨店（外商担当）	・中国人客の売上の伸びは前年比で依然としてプラスであるものの、景気減速を背景として、増加率が鈍化してきている。インバウンドの売上が今までのように爆発的に増える見込みがないため、トータルの売上は苦戦が予想される。
スーパー（店長）	・卒業や就職などで人口流出が多い時期となる。
スーパー（店長）	・一部の業界においては、強気のベースアップを要求する話も出ているが、生鮮品の高騰やそのほかの食品の値上げを考えると、可処分所得の増加が見込めない状況は変わらない。
スーパー（広報担当）	・株価の下落や原油価格の変動など、消費意欲を押し下げる要素が多い。
コンビニ（店員）	・たばこの値上げが発表されたことから、購買意欲が薄れ、来客数が減少する可能性がある。
衣料品専門店（経営者）	・中国のバブル崩壊や、株価の下落、テロなど、世界的にプラスの要素がなかなか見当たらない。日本国内においても、一度停滞するか、悪くなるのではないかと感じる。
衣料品専門店（経営者）	・ビジネス活動の東京一極集中が進んでいるため、需要が低迷してくる。
家電量販店（店員）	・政治が非常に不安定な状態であるため、更に財布のひもは固くなる。
家電量販店（企画担当）	・家電関連の冷え込みが大きい。株価下落や地球温暖化による気温要因にも大きく左右されるが、今後は景気の回復が期待できない。
乗用車販売店（経営者）	・中国の景気減速による直接の影響はないが、解体車両の価格、いわゆる鉄の価格はかなり下がっている。今後好転するかどうかは不透明であるが、いずれにしても、すぐには当社の取引に波及しない。
住関連専門店（店長）	・客の購買頻度や客単価、1回当たりの購買金額などからは、買い控えの傾向が感じられる。それらが原因で利益率が低下するなど、取引の内容は悪化している。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・世界的な株安のなかで、特に日本が悪いため、株価が2万円円の大台に乗らない限り、今の状況からは良くならない。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・政治不安や株価の不安定さなど、明るい兆しがみられず、厳しい商環境が続く。
観光型旅館（経営者）	・特に明るい材料は見当たらない。
都市型ホテル（総務担当）	・中国景気の変調による影響が少しずつ顕在化しており、中国人客の団体予約が減少し始めている。
通信会社（社員）	・SVOD（定額制動画配信）サービスなど、低額で視聴できるインターネット配信サービスが台頭してきているので、少なからず売上に影響が出ている。

		<p>通信会社（企画担当）</p> <p>ゴルフ場（支配人）</p> <p>住宅販売会社（従業員）</p> <p>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）</p>	<p>・年始から年度末にかけては、受注や販売などによる商品の動きが比較的鈍い。</p> <p>・経済成長の鈍化や株価の低下のほか、消費税率の上げなど、今後は課題が多い。</p> <p>・分譲マンションの販売価格の上昇が続いており、販売状況の悪い物件が増加していくと思われるが、事業主が供給を調整することで、市況は現状維持が続く。</p> <p>・金融機関の不動産向け融資は、少し厳しくなる。</p>
	悪くなる	<p>商店街（代表者）</p> <p>百貨店（マネージャー）</p> <p>衣料品専門店（経営者）</p> <p>衣料品専門店（販売担当）</p> <p>一般レストラン（経営者）</p> <p>競輪場（職員）</p>	<p>・今春、近隣に大型ショッピングモールがオープンする。</p> <p>・今年の春闘は、昨年や一昨年に比べて企業側の賃上げへの慎重な姿勢がみられる。低迷する中間層の消費を改善させる要素が乏しく、消費の増加は期待できない状況である。また、国内外における直近の株価の乱高下、円高の進行による企業業績への悪影響の懸念など、現状ではどちらに転ぶか不透明ではあるが、総合的に勘案すると、悪化する可能性の方が高いと感じている。</p> <p>・セール商品が売れなければ、定価販売の時期になっても売れないことが多いため、3～4月は売上が減る。</p> <p>・春夏商戦に切り替わるが、またクールビズが始まるので若干悪くなる。</p> <p>・良くなる要素が思いつかない。</p> <p>・今月の反動で大きく下がるため、悪くなる。</p>
企業動向関連 (近畿)	良くなる	<p>その他非製造業〔民間放送〕（従業員）</p>	<p>・リオオリンピックをきっかけにした景気浮揚に期待している。</p>
	やや良くなる	<p>食料品製造業（従業員）</p> <p>食料品製造業（営業担当）</p> <p>食料品製造業（経理担当）</p> <p>木材木製品製造業（経営者）</p> <p>出版・印刷・同関連産業（営業担当）</p> <p>プラスチック製品製造業（経営者）</p> <p>金属製品製造業（経営者）</p> <p>金属製品製造業（営業担当）</p> <p>建設業（経営者）</p> <p>建設業（営業担当）</p> <p>その他非製造業〔商社〕（営業担当）</p>	<p>・今月後半は極端に冷え込んだが、この冷え込みも長く続かないので、安定的に売れるのではないかと思う。ただし、販売量が増えるのは価格の安い商品が中心である。</p> <p>・春先の行楽シーズンに向け、イベントに伴う飲料水の購入が増える。</p> <p>・何となく停滞感があったが、徐々に普通だと思える状態に戻りつつあるので、今後は上向く。</p> <p>・今後は生産量が増え、売上、利益共に増加していく見込みである。</p> <p>・先月ぐらいから新規の問い合わせが増えてきたように思う。今までは、価格引下げのための問い合わせが多かったが、新規事業や新案件のための問い合わせが増えてきている。</p> <p>・日本の家電製品の優秀さが世界に認められていることは周知の事実だが、それを自動車に搭載する動きがみられる。</p> <p>・年度末にかけて受注が増えてくる。</p> <p>・2～3月は稼働日数が多い分、売上の増加が期待できる。</p> <p>・年度末にかけて受注が増えると予想している。無電柱化推進法案が国会通過となれば、更に問い合わせや受注が増加する。</p> <p>・くい打ち不正問題によるマンション建設計画の落ち込みはあるが、ホテルや生産施設、研究所などの需要で、引き続き生産体制が追い付かないほどのプロジェクトがある。リスク管理の面から、コストよりも品質を重視する企業が増えていることも、好調につながっている。</p> <p>・家庭向け電力の自由化に伴い、電気関係が注目されるほか、平成28年度も省エネの補助金制度の継続が決まったため、照明のLED化に拍車がかかると考えている。</p>
	変わらない	<p>繊維工業（団体職員）</p> <p>繊維工業（総務担当）</p> <p>繊維工業（総務担当）</p> <p>家具及び木材木製品製造業（営業担当）</p> <p>パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）</p> <p>窯業・土石製品製造業（経営者）</p>	<p>・閑散期でもあり、需要への期待は少ない。</p> <p>・株価の下落により、消費の部分でも不況感が出て、買い控えにつながっている。今後を見据え、付加価値の高い商品の開発を進めているところである。</p> <p>・既存の輸入商品では利益の向上が見込めないため、国内製の新しい高付加価値商品の開発に力を入れている。この分野を更に伸ばすことで、景気が良くなる方向へ転換できると考えている。</p> <p>・特に変化がない。</p> <p>・一部の顧客による爆買いの影響で、増産している取引先もあるが、減産の動きもあるため、全体として変化はない。</p> <p>・ガラス瓶の業界でも、末端の個人消費が上がってこなければ、景気の良さを感じることはない。</p>

金属製品製造業（管理担当）	・今後も関西エリアには目立った物件がなく、活気がない。	
一般機械器具製造業（経営者）	・当社の扱う製品は大型プロジェクト向けが多いので、受注は簡単に決まらない。したがって、今後も景気は大きく変わらない。	
電気機械器具製造業（経営者）	・将来に対する見通しがなかなか立たず、国の動きがそれに拍車をかけている。最近、当社では契約社員を採用したが、政府による給与引上げのキャンペーンは、中小企業からは異次元の動きにみえる。景気の悪い状況が、しばらくは変わらないと覚悟して、日々ひたすら頑張るのみである。	
電気機械器具製造業（経営者）	・世界情勢が不透明で混とんとしている。	
電気機械器具製造業（経理担当）	・業界の規制強化や、伊勢志摩サミットに伴う警備強化の影響を受ける可能性がある。	
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・景気が上向き要因がない。	
電気機械器具製造業（営業担当）	・景気が上昇する要素がない。	
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・自動車業界だけではなく、幅広い分野への新規展開が必要である。	
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・暖冬の影響により、本来は売れるはずのブーツなどが例年に比べて売れないまま、バーゲンの時期に入っている。	
その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新学期の準備が始まる時期となるが、今のところは受注量に変化がない。	
建設業（経営者）	・来年の消費税増税に向けて、需要の活性化を期待するが、もう少し先になりそうな気配である。	
建設業（経営者）	・今後も東京一極集中による、技能労務者や現場監理技術者の不足が続くと予想される。	
輸送業（営業所長）	・年度末の締め関係で通常の荷動きはあるが、継続性は低い。	
通信業（管理担当）	・景気回復の要素がなく、閣僚の収賄問題の影響で悪化する。	
金融業（営業担当）	・やや悪い状態で推移していくように感じる。	
金融業〔投資運用業〕（代表）	・中国の株安によるマイナスと、四半期決算の好調によるプラスが相殺され、どう動くかが読めない。	
新聞販売店〔広告〕（店主）	・事業所や喫茶店などで、経費削減を理由に購読を止める読者が出ている。折込件数の減少で折込収入も落ち、回復の兆しがみえない。	
広告代理店（営業担当）	・クライアントに広告の出稿意欲はあるが、単価が下がっているため、判断が難しい。	
広告代理店（営業担当）	・期末までは良い形で広告出稿の動きが続く。	
司法書士	・不動産の取引では、会社の解散に伴う処理が続いているので、あまり良くならない。	
経営コンサルタント	・ここへきて食品スーパーの業績が回復している理由がよく分からない。例年、2月と8月は売上が低迷するため、全体としては現状維持となることが多い。	
コピーサービス業（店長）	・年度末に近づくにつれて受注は増加するが、前年比では若干減少すると予想される。	
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・それほど大きく変わる要素がない。	
その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・人民元の切下げを中国の景気減速とみる傾向が強まるなかで、株式相場や景気にどのような影響が出るのかは予測がつかない。ただし、この大寒波にもかかわらず、大阪に限っては外国人観光客の数が減少しているようにはみえない。	
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・2～3か月後の受注につながるような、予算の見積依頼があまりないため、今後も変わらない。	
やや悪くなる	化学工業（企画担当）	・例年であれば、年末の食品の最需要期は突出した販売量となるが、例年を下回る伸びであった。連続休暇の日数などの関係で、ハレの日の需要が昨年よりも落ちたためと考えられる。これから需要低迷期に向かい、消費量が伸びないため、やや悪くなる。
化学工業（管理担当）	・為替の乱高下や株安、原油安、中東情勢の混乱などによる不安が大きい。	
電気機械器具製造業（営業担当）	・3月を境に、受注や引き合いが増えていない。	
輸送業（営業担当）	・荷物の量は増えているが、単価の低い通販関係が中心になっており、利益は減っている。	
輸送業（営業担当）	・1～2月にかけて売れる予定の機が一気に売れたため、配達も特定の時期に集中する。	

	悪くなる	化学工業（経営者）	・昨年と比べても大型受注が少なく、かなり厳しくなることが予測される。
		不動産業（営業担当）	・神戸からの企業の撤退を食い止めなければ、神戸の経済は回復しない。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・社会経済が変動をきたしており、先が見通せない。
雇用 関連 (近畿)	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（支店長）	・年度末の駆け込み需要もあると予想している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西の地元企業がプロモーションにかける費用は、2～3月は前年を上回る動きとなっている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・決算期に向けての繁忙期となるほか、新入社員が入るまでの人手不足を補うため、例年は年末からゴールデンウィークごろにかけて求人数が増加する。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・新年度の動きが活発になってきている。入札案件も人数、金額共に昨年を上回っている。この動きは、来年4月以降の消費税増税までは続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・人手不足の状況は今後も変わらない。臨時雇用的な雇用条件は敬遠されているため、求職者と求人条件のミスマッチが続きそうである。
		人材派遣会社（役員）	・企業による求人数の伸びに合わせて求職数が増え、マッチングできれば景気も良くなっていくが、求職数が少ないというジレンマがある。
		アウトソーシング企業（社員）	・雇用形態に大きな変化はない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・中身がどうであれ、求人数は堅調さを維持しており、今後も景気が悪くなるようには思えない。ただし、今年に入っても原油価格は下げ止まらず、それに拍車をかけるようにサウジアラビアとイランが国交を断った。その影響を受けて日経平均が3千円も下落するなど、日本経済を取り巻く情勢は混とんとしている。この先の景気の方向性もはっきりとしない。
		職業安定所（職員）	・企業の求人意欲はおう盛であり、正社員の求人倍率も微増傾向で推移しているが、各業界での大幅な求人条件の改善はみられない。一方、中国の景気後退による影響も、今のところは聞こえてこない。事業所への聴取によると、今後の展望については現状維持とする回答が多い。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・円高や株安によって企業業績が悪化し、将来的には高い求人数が維持できなくなると感じるが、2～3か月先を考えた場合は、このまま変わらないと考える。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・中国経済の減退などのマイナス要因もあるが、雇用情勢は大きく変わらない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・中国経済などの先行きが不透明感を増しているが、大きな変化はなさそうである。
		学校〔大学〕（就職担当）	・株価も含めて先行きに不透明さを感じる。
	やや悪くなる	アウトソーシング企業（管理担当）	・ホワイトデー以降、今のところは仕事が入る予定がないため、やや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・これまで宿泊、飲食サービス業や医療・福祉、卸売・小売業のパート求人を中心として、新規求人の増加傾向が続く一方、新規求職申込件数の減少により、有効求人倍率は1倍を超える水準で推移してきた。一方、ここへきて新規求職申込者に占める事業主都合離職者の割合が前年比で増加するなど、先行きが不安な状況となりつつある。
		民間職業紹介機関（職員）	・例年であれば、公共工事関連の日雇い求人が、この時期から年度末にかけて増える。いまだに増える兆候がないということは、3か月先も求人は伸びないと予想される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・次年度に向けて採用を減らす動きが出るため、求人数が減少してくる。
	悪くなる	-	-