

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)		家電量販店（店員）	・暑い時期となるため、エアコンの売行きが良くなる。
		一般小売店〔珈琲〕 （経営者）	・新規の開店予定が少し先まで入っている。
		一般小売店〔菓子〕 （営業担当）	・気候も良くなり、ゼリー類の販売量の増加が期待できる。
		百貨店（企画担当）	・この数か月の外国人来客数の推移をみる限り、3月の売上規模が5月以降も続くとは推測している。前年の5月ごろからインバウンド売上は大幅に減少したため、その反動による売上の増加効果が出てくる。
		百貨店（営業担当）	・大阪の中心部の数字が上向きであることから、購買意欲のある層は存在し、その客に対応した商材があれば、上向く可能性はある。
		百貨店（売場マネージャー）	・北朝鮮情勢などの不安要素はあるものの、再び株価は安定しつつあり、前年の熊本地震後の買い控えも一巡することから、多少は消費マインドが改善すると期待している。
		百貨店（服飾品担当）	・春物商材の寿命が短く、今から夏まで着回せる衣類や、夏素材の雑貨の動きは良い。各取引先も、黒や茶色といったベーシックな商材を店頭から引上げて、夏色を打ち出した方が動きも良いことから、盛夏に向けた提案を前年よりも増やすことで、結果が出そうな予感がある。購買意欲は決定的には落ち込んでおらず、良い提案ができればまだまだ売れていくと、この4月末には感じられる。
		百貨店（マネージャー）	・北朝鮮やフランス大統領選挙等の国際政治問題があり、先行き不透明ではあるが、上質な商品への富裕客の反応は良く、客単価が上昇傾向にある。インバウンド消費も、前年4月の中国による関税引上げから1年が経過し、プラス基調に転じており、今後も増加を見込む。来客数の動きから、中間ボリューム層にもやや回復の兆しがみられる。
		スーパー（店員）	・連休があると客足が増え、パーベキュー食材などもよく売れる。
		コンビニ（経営者）	・近くでホテルやマンションの建設が始まっており、朝にはたばこや、ひきたてコーヒーが売れ、昼にも利用がみられる。この状況が続く見込みである。
		コンビニ（店員）	・これから暑くなるので、飲料が売れる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・オーダースーツやジャケットなどの単価が上がってきており、高額品も売れている。
		家電量販店（企画担当）	・季節商材を中心に、エアコン、冷蔵庫の販売数が増える。しかも、2000年頃から販売数が伸びた、電気温水器やIHクッキングヒーターなどのオール電化関連商品の買換え需要が出てくるほか、それに伴い、キッチンやバスリフォーム関連も売れると予想される。
		家電量販店（人事担当）	・長期予報では、今夏は猛暑の可能性があり、エアコンなどの販売量の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（営業担当）	・ボーナス商戦や夏のレジャー商戦が控えており、販売台数の増加が予想される。
		乗用車販売店（販売担当）	・ボーナス商戦に向けて、客の動きは良くなる。価格の高い商品でも、顧客が納得し、満足を得ることができれば購入する傾向にある。
		高級レストラン（スタッフ）	・回復傾向にある客足を、何とか伸ばしていきたい。
		一般レストラン（経営者）	・今年はゴールデンウィークが長く、レジャーなどで使われる娯楽費の影響が出るため、後半の外食は落ち込むことが予想される。ただし、最近では極端な外食を抑える傾向がなくなっており、企業内や親しい仲間内でのイベントなどで、外食の利用がよくみられることを考えると、景気は少しずつ回復している。
		一般レストラン（企画）	・来客数と共に客単価も上昇してきており、売上の前年比を押し上げている。この傾向が半年以上続いているため、少し期待がもてる状況である。
		観光型旅館（経営者）	・来館人数が増えている。
	観光型旅館（経営者）	・団体客などの動きは良くなりそうである。	
	旅行代理店（役員）	・ビジネスクラスやクルーズ旅行者、欧州方面など、高額の旅行者が増加している。旅行人数よりも金額の前年比が伸びているなど、良い傾向にある。	
	競輪場（職員）	・前年はやや良くなったので、今年も同じように良くなる。	
	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増える。	

その他住宅〔住宅設備〕(営業担当)	・当社の給与も全国並みにベースアップし、給与、残業手当が底上げされている。
商店街(代表者)	・インバウンドは少し落ち着いてきた様子があり、従来の顧客の減少も止まらない。
商店街(代表者)	・給与と所得が劇的に増加するか、消費拡大のための減税がない限り、消費者の購買意欲は上がらない。
一般小売店〔時計〕(経営者)	・2～3か月先にはボーナスシーズンに入り、近隣の複数の大型商業施設が様々なイベントやキャンペーンを行うため、集客力の違いを考えると、簡単に店の景気が良くなるとは考えにくい。個人店舗のサービスには限界があるため、まずは現状を維持することが課題である。
一般小売店〔精肉〕(管理担当)	・客の動きが落ち着いているように感じる。景気は停滞しているのではないかと。
一般小売店〔鮮魚〕(営業担当)	・好転する材料が見当たらないほか、前受注もないため、このままの状態を推移する。
一般小売店〔衣服〕(経営者)	・このところ商店街の客足がやや減り、活気がなくなっている。来店する客の様子にも、どこか活気がない。商品の購入先が変わっている影響もあるが、消費者の購入姿勢が一層シビアになってきている。
一般小売店〔野菜〕(店長)	・ここへきてデフレの傾向が強くなっている。政府の思惑どおりには進みそうにない。
百貨店(売場主任)	・店舗が前年までの5階から4階にリニューアルとなり、食料品や婦人雑貨の調子が良い。5月後半には大型家具チェーン店が入ってくるため、来客数が増えて全体的に良い動きとなる。
百貨店(売場主任)	・ここ数か月、売上は回復傾向にあるものの、どちらかといえばインバウンドや販売促進策などの特殊要因が中心である。人口や所得も増えないなかで、様々な流通形態が競合しているため、厳しい状況は続くと考えられる。さらに、北朝鮮などの国際情勢による不安が高まるなかで、消費の大幅な活性化は望めない。
百貨店(売場主任)	・周辺施設の改装が進み、エリアの来客数は増えているようだが、当社は競合に対抗する計画が少なく、流動客を取り込む対策が遅れている。
百貨店(売場主任)	・夏物商戦としては、衣料品、ギフト共に回復基調にあるが、今後の株価や景況感が不透明で、高額品は低迷する可能性が高い。
百貨店(営業担当)	・インバウンドの好調の継続と、ボリュームゾーンの顧客層の動きは回復傾向が見込まれるものの、米国の新大統領の政策に伴う円高、株安の懸念から、高所得層は鈍い動きが続く。
百貨店(営業担当)	・限られた顧客だけが、更に高額なブランド品や美術品、高級呉服などを購入しているが、全体的には必要のない商品の消費は伸びない。
百貨店(マネージャー)	・大手スーパーなどが家庭用品や食品などを値下げする一方、選択消費は続き、ファッションやアパレル消費は苦戦が続くと思われる。その分、旅行や余暇、趣味などのコト消費への流れが強まる。一方、コンプライアンス意識の高まりもあり、今後は適正な価格や、適正なルートでの購入が増える。
百貨店(商品担当)	・為替レートが少し円高傾向となり、株価も不安定ななか、国内需要は大きく好転せずに、一進一退の動きとなりそうである。一部を除き、高単価の商材よりも、雑貨や食品などの低単価商品が好調となっている。ある程度は堅調ではあるが、インバウンド需要という不安定要因に左右される形であり、先行きが読めない。
百貨店(サービス担当)	・今後も、新たな催事などの強化や、新ショップの導入効果で集客が期待され、前年実績を確保できると思われるため、状況に変化はない。
百貨店(販促担当)	・海外情勢の不安もあるなかで、大きく好転する要素は見当たらない。カード関連の企画を短期集中させることで、購買の促進を図るほか、前年の水準を維持できるような施策に重点的に取り組む。
百貨店(販売推進担当)	・朝鮮半島での有事が大いに危惧され、消費の冷え込みにつながる懸念される。
百貨店(営業企画)	・入店客数の増加は良い兆しであるが、4月中旬以降は、前年の熊本地震による消費マインドの冷え込みの反動も多少はある。依然として婦人服は低迷しており、客単価が回復しないため、消費の力強さは感じられない。

百貨店（外商担当）	・夏に向けて来客数も増えていくと考えられるが、消費マインドが低く、購買単価の上昇が見込めない。株価の低迷や、政治不安の高まりによっては、大口の高額品の受注が例年よりも少なくなる。
百貨店（マネージャー）	・好調な訪日客向けの売上は、前年に高額品から消耗品へと買物の中身が変化し、客単価が下がったことで、しばらくは前年比での増加が期待できる。国内の富裕層の消費も、現状の不透明な状況でも底堅く推移しており、少しは安心感が持てる。ただし、中間層の消費、とりわけファッション関連の回復なくして百貨店売上の改善は困難であり、好転の材料に乏しいため、当面は現状と同様の傾向が続く。
スーパー（経営者）	・雇用がひっ迫するなか、人件費が上がり、水道光熱費の上昇も予想される一方、肝心の世帯主の収入増加は期待できないため、食料品や家庭の消耗品に対する、客の価格感応度はますます高まると予想される。競合大手も次々と主力商品の値下げを発表している。
スーパー（店長）	・良くなりそうな要素が思い浮かばない。
スーパー（店長）	・北朝鮮問題などの先行きの不安感により、生活防衛意識が更に強くなる。一方、輸入品などの高単価品の動きは良くなっていることから、収入の二極化が進んでいる。
スーパー（店長）	・上向き要素が見当たらない。ゴールデンウィークのほか、プレミアムフライデーの効果が徐々に出てくることを期待している。
スーパー（店長）	・食料品の競合店が近くに5店舗あり、ここ数か月は実績がやや落ちているため、今後も続く見込みである。
スーパー（企画担当）	・来客数の横ばい傾向が今後も続く。
スーパー（企画担当）	・現実的には、まだまだ採用難が続いている状態。現状の人員で効率の良いオペレーションを構築して、まずは前年の売上を上回ることが当面の目標である。
スーパー（経理担当）	・雇用がひっ迫している一方、賃金の上昇は実感できない。ただし、パートタイマーの時給の上昇は賃上げの動きを大きく上回っており、消費をけん引する可能性がある。
スーパー（管理担当）	・景気判断は緩やかに拡大とされているが、現場はデフレ基調から脱却できていないと言わざるを得ない。しばらくは厳しい状況が続くと予想される。
スーパー（社員）	・競合店が増加し、店舗間競争が激しくなったことで、売上の確保が厳しくなっている店が増えてきた。個人消費全体は当面堅調であると考えているが、客の買物先が増加することで、売上不振になる店舗が増えている。
コンビニ（経営者）	・これ以上のイトインコーナーでの売上増は限界に達しており、来客数、客単価共に、しばらくは変化がなさそうである。
コンビニ（店長）	・気温が上がり、コンビニの利用頻度は増えるが、全体としては横ばいで推移すると思われる。客の動きや景気以上に、人手不足の方が心配である。
コンビニ（店員）	・景気が上向き要因が見当たらず、現状維持が精一杯と予想される。
コンビニ（店員）	・初任の店長に変わり、売場作りに不慣れなため、来客の年齢層なども把握できておらず、品ぞろえが悪くなってきている。ゆとり世代で危機感もなく、のんびりしているため、改善するように注意していく。
衣料品専門店（販売担当）	・客の様子をみても、単価の低下は避けられない。
家電量販店（経営者）	・財布のひもが緩む要素が見当たらない。むしろ、北朝鮮の状況などによっては、大変な不況に陥る可能性を感じる。
乗用車販売店（経営者）	・商品価格が上昇している物と、下落している物が混在し、状況は非常に不透明である。
乗用車販売店（経営者）	・新車購入予約台数や車検予約台数などに、あまり変化がない。
その他専門店 [医薬品]（経営者）	・季節の変わり目であり、体調に変化が出る時期である。また、衣服も薄着になるため、ダイエット商材の動きに期待している。
その他専門店 [食品]（経営者）	・特に、大きな変動要因はないように感じる。
その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・円安の動きも激しくなく、コストの面では比較的落ち着いたもの、消費者の意識が宝飾品に向かうきっかけが見当たらない。
高級レストラン（企画）	・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。また、宴会に関しては、直近の入込状況は悪いものの、秋以降の予約が順調に入ってきている。

一般レストラン（経営者）	・年金生活者が多く住んでいる地域であり、外食を控える傾向が進んでいる。
一般レストラン（経理担当）	・景気回復を実感できない所得層が多い。海外経済の不確実性や金融資本市場の変動などにより、いまだに先行きは不透明である。
一般レストラン（店員）	・来客数を増やすために、クーポンや割引チラシを出しているが、これ以上の変化があるとは思えない。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・春先の一時的な観光客の増加で、景気が上向くとは思えない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・新商品が出始めると、最初の動きが一番良くなるが、気温の変化に左右されつつも、今後も好調な水準で推移することが予想される。
観光型ホテル（経営者）	・期待もてる政策もなく、景気が上向きになる感覚がもてない。
観光型ホテル（経営者）	・不安定な国際情勢で、自衛隊関係の宴会が激減すると思われるため、悪い状態がしばらく続くと思われられる。
観光型旅館（団体役員）	・主に東アジアからのインバウンドの増加が堅調であるが、中国経済の変化に影響を受ける懸念もある。
都市型ホテル（支配人）	・国内景気はまだまだ上昇気流に乗ることはないと思われる。北朝鮮問題は深刻で、静観するしかないほか、企業収益の低下や人材不足による人件費の高騰、原材料価格の高騰もあるなど、景気の良くなる材料が見当たらない。
都市型ホテル（スタッフ）	・特別に目立つ動きはない。下振れ要素もなく、現状のまま推移すると予想される。
都市型ホテル（総務担当）	・2か月後の宿泊予約は前年を下回っており、現在の好調が今後も続くかどうかは不透明である。
旅行代理店（店長）	・海外情勢は依然として厳しく、マイナス要素となる。
旅行代理店（支店長）	・世界情勢が劇的に良くなる要素は少なく、政治的な混乱も予測されることから、客の間には、もう少し落ち着いてから旅行するといった意見が多い。ただし、その落ち着くタイミングが全く分からないことから、この状況はしばらく続くことが予想される。
タクシー運転手	・流し営業の収入に大きな変化はなく、一般客や企業関係の予約にも大きな変化はみられない。
タクシー運転手	・桜の時期も終わり、次は5月の祭りとなるが、業況は多少上向くかどうかである。
観光名所（企画担当）	・インバウンド客によって何とか維持してきた来場者数であるが、前月ぐらいから国内客も微増し始めている。状況としてはあまり変化がないと考えているが、期待はしている。
遊園地（経営者）	・景気の好転が見込まれる要素は身の回りになく、現状維持が妥当と考えられる。
競艇場（職員）	・全国的な売上は微増傾向であるが、良くなると判断する材料は今のところ見当たらない。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・環境が大きく変わらない限り、大きく良くなることも、悪くなることもなく、堅調に推移する。
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球では交流戦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が開催されるので、多くの来場者を予想している。
その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・新学期を迎え、一時的に生徒数は増えているが、クラブ活動や定期テストの影響で中学生の退会があると予想される。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・カフェやコンビニなど、相性の良い業態とのコラボ出店を中心とした、新しいタイプの店舗展開を進め、売上、利益のアップにつなげたい。
住宅販売会社（経営者）	・目に見えて良くなったということはない。世界情勢などをみると、不透明で分からないという表現が正しい。
住宅販売会社（総務担当）	・不動産市場の先行きは不透明であるが、足元の傾向は大きく変わらない。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・戸建住宅との間で、郊外の一部では価格の逆転現象も起きている。マンション市場における、都心の好調、郊外の苦戦という二極化の傾向に変化はない。
百貨店（宣伝担当）	・依然として先行き不透明感が強く、一般顧客は一部の富裕層を除き、財布のひもが固い。店頭売上においても、割引での販売が増加しており、節約や不要不急の購買を控える傾向がみられる。
スーパー（店長）	・昇給の一方、可処分所得の増えない状況が続く、日用品に対して消費者の財布のひもが緩まない傾向が続いている。
スーパー（店長）	・競争環境がますます悪化すると予想される。
コンビニ（広告担当）	・米国や北朝鮮、欧州の情勢のほか、国内では4月からの値上げの動きに加え、人手不足などの影響もあるなど、良い要素があまりみられない。

	コンビニ（店員）	・花見の時期は外国人観光客も多かったが、シーズンが終わると減少しているため、次の長期休暇までは少ない状態が続く。
	乗用車販売店（販売担当）	・受注台数はますますであるが、単価の低下が止まらない。
	住関連専門店（店長）	・不穏な世界情勢や政治経済の情勢が続くと、消費者の購買活動も鈍くなることは、これまでの経験から明確に分かっている。現状は自力の営業、企画努力を行うことで、売上を維持しているが、もはやこれ以上の目新しいアイデアや打開策も見当たらず、苦戦が予想される。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・株価の変動は海外の影響を受けやすいので、特に今後の米国、欧州情勢による影響で、株価がどう変動するかに注目している。これから円高傾向が進みそうなので、心配である。
	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・夏物の動きがそれほど伸びていないので、今後は期待できない。
	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・気温が上がりに、乗客数が減っている。今後は暑くなったり寒くなったり、不安定になりそうなので悪くなる。
	観光型ホテル（経営者）	・5月は前年を上回る勢いであるが、6～7月はかなり苦戦しそうな見通しである。先の予約状況も、6月以降は悪い。
	観光型旅館（管理担当）	・大手電機メーカーの決算問題のほか、北朝鮮の不穏な動きと、それに対する米国、中国、韓国の反応など、心理面での不安要素が多く、消費活動にはマイナスとなる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・近隣に低価格のホテルがオープンしたほか、まだ建設中のホテルも多くみられる。宿泊については、民泊で稼働も落ちているなか、厳しい状況になると予測する。一方、宴会については影響がなく、順調に予約数を伸ばしている。
	都市型ホテル（管理担当）	・客室の供給量の増加に対し、需要が追いついていない。新規ホテルや民泊の開業による影響は、繁忙期にはそれほど出ていないが、繁忙期以外では単価の下落につながっている。
	都市型ホテル（客室担当）	・近隣で新しいホテルが開業するほか、世界情勢が緊迫するなか、いつか訪日旅行者の動きが落ち込むのではないかと不安を抱いている。
	タクシー運転手	・ゴールデンウィークは、基本的にタクシーの利用が減る。
	通信会社（社員）	・携帯端末とのセット販売が増えているので、目標達成が少し難しくなっている。
	テーマパーク（職員）	・現状のような、近隣諸国の緊張状態がいつまで続くのかという不安や、現実味のなかった戦争の足音が本当に聞こえてきそうな状態が、経済的にプラスの効果をもたらすことは難しい。
	住宅販売会社（経営者）	・住宅の在庫物件が増えてくると、新規の仕入物件に手を出しにくくなり、流通が悪循環となる。
	住宅販売会社（従業員）	・新築分譲マンションの契約率が悪化する一方、事業用地の取得は厳しい状況にあり、高値で取引されている。今後も販売価格は高騰すると予想され、ますます契約率は悪化する。
	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）	・金融機関の融資基準が厳しくなってきたと感じる。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・ゴールデンウィークは前年よりも休日が1日少なく、住宅展示場の来場数は若干減少する。政府による新築需要の喚起策もないため、当分は苦戦が予想される。
×	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・商店街の通行客数は若干少ない。各店への聞き取り調査では、客単価が前年比で1割強落ちている。
×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・米国の新大統領の動きが読めない。
×	一般小売店〔花〕（店員）	・理由は不明であるが、今月は売上が落ちていて、予約注文も少ない。今後も売上が落ちると予想される。
×	スーパー（経営者）	・情勢不安や格差の拡大など、悪い要素が多い。デフレからの脱却はどうなったのかと感じる。
×	衣料品専門店（経営者）	・消費者の不安要素を取り除くことが必要と思われる。食べることで精一杯で、洋服にまで手が回らない。
×	乗用車販売店（経営者）	・ゴールデンウィーク前でこの仕事量の少なさは厳しい。車検などの決まりきった予定以外、好材料がない。
企業 動向 関連 (近畿)	木材木製品製造業（経営者）	・これまでは需要量に対して供給量が全く見合っていなかったが、この2～3か月の間に供給量が大幅に増えるため、利益、売上共に増加する。
	食料品製造業（営業担当）	・6月の梅雨が明けると、今年は猛暑が予想されているので、飲料水の販売は増える。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・現状よりも、新規案件の見積受注が更に増えている。案件数、仕事量共に増加傾向にある。

電気機械器具製造業 (経営者)	・得意先からの発注が回復傾向にあるなか、海外の得意先からの注文や、新規の引き合い件数も増えている。北朝鮮と米国の衝突がなければ、この先は明るいと期待している。
電気機械器具製造業 (営業担当)	・まばらであるが、仕事が少しずつ入ってきている。
建設業(経営者)	・今後は徐々に受注量も回復していくと思う。また、そのための営業努力を行っていく。
その他サービス業[店舗開発](従業員)	・引き続き、東南アジアを中心に観光客は増加傾向にあるため、テーマパークや名所の観光など、大阪市内はにぎわうことが予想される。
その他非製造業[商社](営業担当)	・補助金頼みの部分が大きいものの、期待したい。ただし、生産委託先でもある朝鮮半島の有事が現実となった場合、製品が安定供給できるかどうかは見通せないところもある。
食料品製造業(従業員)	・先行きについては、米国や中国、北朝鮮などで政治的に不穏な動きもあり、場合によっては影響が出る。原材料などは中国に依存している部分もあるため、不安である。販売面への影響も多少は出てくる。
繊維工業(総務担当)	・靴下の販売は、今年の1～3月までは悪かったが、4月に入ってから好転してきた。その要因は、景気の動向ではなく、高付加価値商品の開発効果が販売面で貢献した影響と判断している。
繊維工業(総務担当)	・問屋が仕入れ、それを消費者に販売するという、今までの流通の役割がなくなっている。問屋はリスクを取らないイベント会社のように見える。
家具及び木材木製品製造業(営業担当)	・配達の様子には変化がない。
パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・顧客から増産の情報はない。また、雇用面での事情により、外部に生産委託する動きが以前からよく聞かれる。
出版・印刷・同関連産業(営業担当)	・4月から夏にかけて、毎年落ち込む時期となるが、今年も2～3か月先の受注状況は良くなく、マイナス要因が多くみられる。特に、製菓会社の発注がかなり落ち込んでおり、開発部門が海外へ移転した影響が大きく出ている。
化学工業(経営者)	・ここへきて得意先による差が出てきた。良くなりつつある企業と、逆に業績が下がっている企業の差は大きく、相殺し合うことで、しばらく景気は変わらないと思われる。
化学工業(企画担当)	・ゴールデンウィークで一時的に消費は活性化すると考えられるが、その後、梅雨や夏季の消費低迷期に突入する。
化学工業(管理担当)	・円高、株安傾向が続く。
金属製品製造業(経営者)	・材料価格の値上げに伴う、製品価格への転嫁も落ち着き、大きな変化はない。
金属製品製造業(管理担当)	・配送に使う、外注のトラックの確保が難しくなっている。確保のために単価を上げれば、利益が出なくなる。値上げを検討しなければいけないが、既に同業他社よりも料金が高いため、顧客離れが懸念される。
一般機械器具製造業(経営者)	・この先の景況は悪くはないが、それほど良くなるとも思えない。
一般機械器具製造業(設計担当)	・就業時間の規制で時間外手当の収入が減るため、消費の抑制につながりそうである。
電気機械器具製造業(経営者)	・海外情勢の変化が激しく、不確定要素が多い。また、国内の経済活動も不透明で、取引先による検討にも時間がかかっているため、急速には活性化しない。
電気機械器具製造業(経理担当)	・次の法規制の問題も出ており、市場全体として資金面の循環が可能かどうか、見極める必要がある。
電気機械器具製造業(宣伝担当)	・景気の良くなる要因が見当たらない。
電気機械器具製造業(営業担当)	・引き合い件数が増えている。
輸送用機械器具製造業(経理担当)	・航空機関連の引き合いはあるものの、遅れ気味で、受注に至っていない。展望は上向きともみられるが、流動的である。
その他製造業[事務用品](営業担当)	・目立った新商品がないため、動きが良くなることは期待できない。
その他製造業[履物](団体職員)	・食料品を中心に値上げが続き、日用品への支出が控えられる恐れがあるため、なかなか売上増加にはつながらない。
建設業(経営者)	・建設業界は東京一極集中が続いている。今後も建設資材の高騰や技能労働者不足、監理技術者不足が進むなかで、厳しい価格競争が続くと予想される。
建設業(経営者)	・人材不足が深刻である。給与は上昇傾向にあるが、実際に雇用できなければ、仕事が受注できず、利益の確保が難しくなる。

	輸送業（営業所長）	・新年度に入って、料金の見直し案が届いているなど、先行きは不透明である。	
	通信業（管理担当）	・北朝鮮情勢による影響が懸念される。	
	金融業（営業担当）	・北朝鮮問題や近隣諸国の動向で、中小企業は右往左往しているため、なかなか上向かない。	
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・北朝鮮を巡る情勢に左右される。大きな動きがみられる可能性もあり、注視する必要がある。	
	金融業（地域担当）	・取引先からの話では、今後も変わらない。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込収入が減少したまま、回復の兆しが無い。	
	広告代理店（営業担当）	・良くなる材料も、悪くなる材料もない。	
	広告代理店（営業担当）	・第1四半期までは、このまま好調さを維持しようである。	
	司法書士	・起業や業務拡大など、先行きに向けた少し明るい兆しはあるが、一時的な動きの可能性があるので、変わらない。	
	経営コンサルタント	・人材の売手市場が続くなか、新しく入社した人や新たな職務となった社員の育成は、企業にとって重要なテーマであるため、夏までは良い状況が続く。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・大型連休前の駆け込み受注もないため、忙しくならない。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・引き合いのほか、設備に関する投資などがあまり良くない状況であるため、今後2～3か月も変わらない。	
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・現在の動きが変わるような大きな要因は見当たらず、消費は実用品を中心に、底堅い状況が続く。	
	食品製造業（経理担当）	・米国の新大統領の方針には一貫性がなく、北朝鮮問題も不安定さが増しているため、経済的な影響が出てくる。	
	輸送業（商品管理担当）	・新学期や引越シーズンが終わり、販売量が減ってくる。	
	輸送業（営業担当）	・利益確保のために運賃の値上げ中であるが、ある大手通販会社には値上げ交渉に応じてもらえなかったため、6月で取引を停止することにしている。	
	輸送業（営業担当）	・少子化や家の建て方の変化で、家具が不要になってきており、売れにくくなっている。	
	広告代理店（企画担当）	・取引先の売れ筋商品を見ると、服飾などの単価が高い物にお金を使わず、家で過ごす需要が高まっていると感じる。夏のセールでもこの傾向は続くと思われ、大きな売れ筋もないため、小売での苦戦が予想される。	
	経営コンサルタント	・製造業の顧客に、中国に製造を委託している会社があるが、北朝鮮の関係で委託を控えている。有事にまでは至らなくとも、先行き不透明な状況が続けば、景気は悪化していく。	
	×	金属製品製造業（営業担当）	・大手ユーザーでは、鋼材の値上げを拒絶する会社が大半であり、価格転嫁は難航することが予想される。人件費の上昇などと重なり、かなりの採算悪化が予想される。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・日本を取り巻く安全保障環境が非常に厳しくなり、将来が見通せない。
雇用 関連 (近畿)		-	-
		人材派遣会社（支店長）	・大手企業においても、人材不足が続いている。
		人材派遣会社（営業担当）	・今後は労働者派遣法などの改正に伴い、そろそろ次の仕事について考えるスタッフや企業が増えるため、人や企業の動きが活発になると予想される。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・2019年から2021年にかけては観光需要が増える見込みである。万博や、統合型リゾート招致などの取組みには期待している。
		民間職業紹介機関（マネージャー）	・京都、滋賀エリアの企業の採用意欲は、引き続き好調である。
		学校〔大学〕（就職担当）	・良くなることを期待している。
		人材派遣会社（経営者）	・新年度に入っても活発な動きがみられず、ゴールデンウィーク明けまではこの傾向が続く。例年はIT関係の大型案件がこの時期に出てくるが、今年は今のところ出でず、派遣業界の停滞が感じられる。ただし、雇用関係が売手市場であることに大きな変化はない。
		人材派遣会社（支店長）	・7月ぐらいからは回復するのではないかとと思われる。
	人材派遣会社（役員）	・慢性的な人手不足は続いている。企業の求人姿勢も、良い人材がいれば採用しようというもので、大きな変化はみられない。	

	人材派遣会社（営業担当）	・6月ごろには、4月入社の新入社員の定着度合いが判明する。その結果次第では、7月に求人数が増えるかもしれないが、一時的な動きにとどまる。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞求人においては、特に景気の先行きを示すような兆候はみられず、現状維持が続くとみられる。ただし、北朝鮮問題を巡る米国の空母派遣や、それに対する北朝鮮の反応、フランスの大統領選挙など、世界は大きなうねりの中にある。これらの結果によって、日本の景気も大きく変化すると予想される。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・オリンピックのような、消費意欲や企業の投資意欲が高まるようなイベントがないため、現状の推移が続くと予想される。
	職業安定所（職員）	・人材不足を背景に、求人は増加が続くものの、少子化などで求職者の減少は続く。
	職業安定所（職員）	・ハローワークでは、求人数の増加と、求職者数の減少が続く、雇用保険の資格決定件数も減少傾向にあることから、雇用失業情勢は改善傾向で推移する。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・政府の新卒採用に対する政策の変更はなく、急な景気の後退も考えられないため、しばらくは変化がない。
	アウトソーシング企業（管理担当）	・今のところは仕事が入る予定もないので、今後も良くない状況が続く。
	民間職業紹介機関（職員）	・社会保険完備の義務付けと、雇用保険の運用厳格化により、建設の日雇い求人は抑制が当面続くと予想される。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・求人は新入社員で補充されているため、夏ごろまでは減る状況が続く。
	学校〔大学〕（就職担当）	・ここ2年で採用した学生の早期離職が目立つため、企業の採用が冷え込むと思われる。
x	-	-