

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) | | その他レジャー施設 [球場] (経理担当) | ・プロ野球シーズンとなるほか、家族向けのイベントやコンサートが12日間開催されるため、若年層を中心に多数の来場者が予想される。 |
| | | その他サービス [マッサージ] (スタッフ) | ・アロマオイルのマッサージでは服を脱ぐため、寒い時期は来客数が減り、暖かい時期になると来客数が増加する。 |
| | | 商店街 (代表者) | ・4月の中旬からは、衣食住が一気に春夏物に移行し、気温の変化を感じることも増えるため、購買意欲は上がってくる。 |
| | | 一般小売店 [鮮魚] (営業担当) | ・先行きは少し不透明であるが、新規の販促事業で売上アップが見込める。 |
| | | 一般小売店 [菓子] (営業担当) | ・例年4～5月は商品の動きも良くなっていくので、販売数量、売上の増加を期待している。 |
| | | 百貨店 (売場主任) | ・季節感が出てくれば、順調に衣料品の売上は伸びる。また、インバウンドの売上は今後も前年比で2けたの伸びが期待できる。 |
| | | 百貨店 (売場主任) | ・大阪の都市部では、相変わらずインバウンドが好調である。郊外の店舗でも高額品が売れ始めているなど、明るい兆しがみられる。 |
| | | 百貨店 (営業担当) | ・美術品や海外高級ブランドの宝飾品に対する、問合せや引き合いが出始めている。また、自宅をリフォームしている客からのインテリアの引き合いも、例年以上に出てきている。 |
| | | 百貨店 (営業担当) | ・日本の景気が悪化しそうなニュースもなく、国際情勢にも前年のようなミサイルの報道がないため、消費者の気持ちは安定している。今後は堅調な消費が期待できる。 |
| | | 百貨店 (サービス担当) | ・来月からは新たな催事を行う予定であり、新規客が来店するため、売上の確保につながる。 |
| | | 百貨店 (営業企画) | ・4月には食料品部門の大型改装が完了する。3月の改装では期待以上の成果が上がったため、期待できる。 |
| | | スーパー (店員) | ・近所のスーパーが閉店したため、その店の客が流れてくることで売上も伸びる。 |
| | | スーパー (企画担当) | ・野菜の価格も一時の高値から落ち着き、主要な商品の販売点数が増えてきている。また、一定の利益も出るようになってきた。海産物や精肉関連も、行楽やバーベキュー需要などで川沿いの店舗では販売が目立っており、今後も期待できる。 |
| | | スーパー (社員) | ・農産品を中心に、食品全体の価格が上昇しているものの、販売数量は余り落ちていない。寒い冬から一転して、暖かい春になったように、気温の変化にメリハリがあると、季節感を店頭で訴求しやすいため、客の購買意欲も当面は堅調に推移する。 |
| | | コンビニ (経営者) | ・これからの季節商材で、ひきたてコーヒーや数種類のデザートが出るため、来客数が増加する。 |
| | | コンビニ (経営者) | ・ファーストフード類を中心に、今後も頻りに割引セールが実施される予定であり、しばらくは売上を押し上げる効果が期待できそうである。 |
| | | コンビニ (店員) | ・暖かくなると来客数が増える。 |
| | | コンビニ (店員) | ・住宅街のコンビニであり、近所の年配客が多く来店するため、暖かくなると来客数が増える。また、周りにも老人介護施設が増え、その入所者や職員の来店が増えている。 |
| | | コンビニ (店員) | ・暑くなれば、冷たい飲物がよく売れる。 |
| | | 衣料品専門店 (営業・販売担当) | ・新規の問合せが増え、単価も上昇している。 |
| | 家電量販店 (企画担当) | ・冷蔵庫やエアコンなどの省エネ家電が売れており、単価アップにつながっている。また、2009年の家電エコポイント制度で購入された商品の買換えが始まるほか、ゼロエネルギー住宅やスマートスピーカー関連の需要も見込まれる。 | |
| | 乗用車販売店 (経営者) | ・賃上げもあり、気持ちに余裕が出てくる。 | |
| | 乗用車販売店 (販売担当) | ・高額車の受注が登録台数の増加につながる。 | |
| | その他専門店 [ドラッグストア] (店員) | ・春先の新商品の広告やCM効果で、20～30代の女性客が少し増えている。特に、ヘアケア商品や化粧品を、新しい物に変えようとする客が多く見受けられる。 | |
| | 一般レストラン (経営者) | ・大型連休などで、この2～3か月は観光客が増加傾向となり、来客数は増加する。ただし、大型連休後は飲食に控えめな傾向となることが多いため、浮き沈みの激しい時期となる。 | |

| | |
|--------------------------|---|
| その他飲食 [ファーストフード] (店員) | ・気温の上昇が続くことから、来客数が伸びてくる。 |
| 観光型ホテル (経営者) | ・観光シーズンを迎え、昼食だけではなく、泊まりの団体客が増えているため、宴会、宿泊部門の売上が期待される。 |
| 都市型ホテル (スタッフ) | ・宿泊料金の値上げ後も、順調に予約が入っている。宴会については、例年開催の総会に加えて、企業の会議などが順調に受注できている。食堂はランチが好調であるが、観光客などのディナー利用では苦戦している。 |
| 都市型ホテル (スタッフ) | ・宿泊は改装が終了し、通常の客室数での販売に戻るため、団体予約も積極的に受注できている。宴会も先行予約が好調である。 |
| 都市型ホテル (総務担当) | ・1～2月とは異なり、4月以降の宿泊、レストランの予約状況は前年を上回っている。 |
| 旅行代理店 (支店長) | ・ゴールデンウィークの予約は堅調であり、気分転換や新たなチャレンジに対する客のマインドは活発になってきている。 |
| 旅行代理店 (役員) | ・低額商品と高額商品の販売量の差が縮まってきている。 |
| タクシー運転手 | ・新年度を迎えて、新しい勤務先や通学先などで人が動き始め、物も動くことで忙しくなる。 |
| タクシー運転手 | ・天候が良くなってきて、外出する機会も増えてきたため、乗客も少しずつ増えている。 |
| 通信会社 (社員) | ・光回線の需要には少し落ち着きが出てきたが、緩やかな増加傾向は続く。 |
| 通信会社 (企画担当) | ・eスポーツにおける今後の発展に期待している。 |
| 競輪場 (職員) | ・ゴールデンウィーク期間となり、当競輪場ではG1競走が開催されるため、期待したい。 |
| 競艇場 (職員) | ・全国発売のSG、G1競走の売上も好調で、設定目標を上回っている。特に電話投票が好調であることから、今後しばらくは上向きに推移する。 |
| その他レジャー施設 [イベントホール] (職員) | ・雇用情勢が改善されてきており、収入が消費に回るようになれば、景気は好転してくる。 |
| その他サービス [学習塾] (スタッフ) | ・予想以上の幼児による新規入会が得られたことで、長期の入会が期待できる。 |
| その他住宅 [展示場] (従業員) | ・来年10月の消費税率の引上げに向けて、来月頃から新築購入客が動き出す。 |
| その他住宅 [住宅設備] (営業担当) | ・年度末の駆け込み需要が出てくればよい。ネガティブな考えであるが、これ以上悪くなることはないため、今後は上向き。 |
| 商店街 (代表者) | ・既存客の客足が減少している。 |
| 一般小売店 [衣服] (経営者) | ・アパレルにしては、ここ数か月は良い傾向が続いている。天候のせい、同業者がとう汰されたせいかわからないが、微増傾向が続いている。 |
| 一般小売店 [時計] (経営者) | ・4月から商品の値上げが公表され、生活必需品も含まれているため、まず生活の防衛姿勢が強まる。給料が上がった話などはほとんど聞いたことがないため、必要な物以外にお金を使うことは考えにくい。 |
| 一般小売店 [花] (店員) | ・固定客が売上を支えている。新規の客は少ないが、売上の増減は余りなさそうである。 |
| 百貨店 (売場主任) | ・インバウンドによる売上の伸びはあるものの、食品などの足元の売上は、大きな変化のない状況が続いている。 |
| 百貨店 (売場主任) | ・消費に対する中間層の慎重な姿勢に変化はないと感じる。景気が良くなる要素としては、外的要因次第と考えている。政治や外交、株価の安定や、気温要因などが挙げられるが、先行き不透明であり、大きな変化はなさそうである。ただし、インバウンドはまだ伸びが期待できる。 |
| 百貨店 (企画担当) | ・外国人向けの売上拡大による増収効果が薄まる動きは、しばらく継続する。一方、外商客の売上は好調を維持すると予想されるが、国内の現金客の売上は減収が当面続くため、今月と同じような状況となる。 |
| 百貨店 (営業担当) | ・インバウンドや富裕層の購入は順調に推移すると予想するが、米国の輸入制限などによる円高、株安の影響もリスクであり、見通しは不透明である。中間層の節約志向も回復する見込みが感じられない。 |
| 百貨店 (販売推進担当) | ・春がなく、夏に突入する形となり、衣料品の受注は少ないままで推移する。 |

| | |
|---------------|---|
| 百貨店（マネージャー） | ・基本的な消費トレンドに変化はなく、シーンなどの使い分けによる選択型の消費が続く。物価動向は直近で前年比プラス1.5%となり、中間層以下の支出も増えているため、結果的に生活必需品への影響が大きくなっている。今後の各企業による賃上げが、マインド面で多少はプラスになるとしても、大きな改善理由にはならない。 |
| 百貨店（販促担当） | ・政局や海外情勢などの不安要素が多く見受けられ、やや消費にも影響が出かねない状況である。ただし、今まで苦戦していた衣料品に動きがみられ、ぜいたくではないものの、楽しもうとする動きが見受けられる。最近は街ブラを含めた楽しみ方など、明るい兆しが出てきている。 |
| 百貨店（商品担当） | ・米国大統領による突然の輸入関税の導入で、貿易摩擦への懸念から、米国経済の悪化が予想される。日本にも大きく影響し、株高の資産効果で高かった購買意欲が下がる懸念もあるため、決して良い見通しはもてない。 |
| 百貨店（売場マネージャー） | ・大手アパレルメーカーの生産調整もあり、今後の在庫確保に苦心しているが、今のところは足元の景気も安定しており、来客数、売上共に前年比は微増で推移している。富裕層の動きは政治情勢や株価などの変化に敏感なため、注視している。 |
| 百貨店（宣伝担当） | ・株価の下落による、国内の富裕層への影響が懸念される一方、これまではインパウンド景気に対して受け身であったが、徐々に積み重ねてきた施策が効果を発揮し始めている。それに伴い、しばらく売上は堅調と考えている。 |
| 百貨店（マネージャー） | ・不安要素であった北朝鮮情勢が安定しつつあり、消費環境は当面維持できる。ただし、国有地売却関連の問題による国内情勢の混迷もあり、株価も大きく下がったため、好調を支えてきた富裕層の消費が不安要素となっている。 |
| スーパー（経営者） | ・これまで円高になれば下がっていた食品価格が、物流費や人件費の高騰などで、4月以降も値上げが相次ぐ。ただし、景気が良ければできた価格転嫁が、現状は進むとも思えない。仕入原価が上昇するなかで、これまでと同様の価格を維持せざるを得ず、利益を出すことが更に難しくなる。また、同業者以外の競合による出店も、主力店舗の近隣に相次いでおり、これもマイナス材料である。 |
| スーパー（店長） | ・また近隣にスーパーができるので、競合が激しくなる。 |
| スーパー（店長） | ・現状の厳しい状況は変わらず、今後も大きな変化はない。 |
| スーパー（店員） | ・野菜の値段は落ち着いてくるが、この時期は果物の種類がないため、厳しい状況が続く。 |
| スーパー（店員） | ・そこまで商品の価格は安くなく、ライバルも多い。今の店には魅力が乏しいため、客足は今後も伸びにくい。 |
| スーパー（企画担当） | ・来客数には変化がない。 |
| スーパー（経理担当） | ・オリンピック期間中は在宅比率が高まるのと同じで、サッカーワールドカップの開催時も懸念される。ただし、野菜の相場も落ち着いてきたことで、他の食品を買う余裕が生まれ、売上は堅調に推移する。 |
| スーパー（管理担当） | ・以前と変わらず、小売業界は苦戦が続いている。賃上げの成果も感じられず、景気回復の実感は無に等しい。 |
| スーパー（企画） | ・賃上げが消費に向かう動きに期待したいが、大幅な賃金上昇ではなかったため、購買意欲の向上にはつながらない。また、4月以降の原材料や製造コストの上昇に伴う、店頭価格の値上げの影響も懸念される。さらに、輸出企業を中心として、企業業績に円高の悪影響が出てくる。 |
| スーパー（開発担当） | ・景気が上向きになる要素はなく、徐々に物価の上昇も始まる。 |
| コンビニ（広告担当） | ・国内では4月からビールや公共料金などの値上げが行われ、海外は米中貿易摩擦や北朝鮮、ロシア関連のマイナス要因で揺れ動いている。それに伴い、株価も影響を受けている。年初には、景気が良くなるという予想もあったが、不安要素の増加により、良くはならない。 |
| 衣料品専門店（店長） | ・自社の業績は前年とほぼ変わらない。大手企業は賃金のベースアップを進めているが、大手だけで実態は厳しい。 |
| 家電量販店（経営者） | ・消費を喚起する要素が、周囲にはみられない。所得増のほか、高齢者の将来不安の払拭が必要である。 |
| 家電量販店（店員） | ・今までと同じやり方では、来期はどんどん衰退していくことになる。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・車検や一般整備、新車の販売などの全てにおいて、例年どおりの予約が入っている。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・車検の件数は変わらないが、自動車用品の販売量は減少している。今後は、ゴールデンウィーク後にどう変化するかである。 |

| | |
|-------------------------------|--|
| 乗用車販売店（営業担当） | ・3月の繁忙期が厳しい結果に終わり、新型車両などが出る予定もないため、苦戦が予想される。 |
| その他専門店〔医薬品〕（経営者） | ・ドラッグストアでは、以前と同様の品ぞろえでは好調が続かない。販売する商品や、業態が変化しているなかで、いち早く客の求める商品や数量に対応し、客を呼び込みたい。 |
| その他専門店〔食品〕（経営者） | ・特に変化する要因はなく、景気が上向いてきている気配も感じない。 |
| その他専門店〔宝飾品〕（販売担当） | ・為替の動きに変化がなければ、景気が上下する要素はない。 |
| その他小売〔インターネット通販〕（企画担当） | ・人件費や物流費の上昇により、食品価格の上昇や1品当たりの内容量の減少が目立っており、消費に前向きとなる環境にはない。消費者が出費を抑制する動きは、当分継続する。 |
| 高級レストラン（企画） | ・宿泊や一般宴会は堅調に推移しているが、婚礼宴会の予約注文数が前年に比べて大きく減少している。 |
| 一般レストラン（企画） | ・来客数に変化がみられないため、良くなるとは言い切れないが、来客数の前年比が横ばいを維持しつつ、客単価が引き続き堅調に推移しているため、売上も堅調な動きが維持できる。 |
| 一般レストラン（経理担当） | ・4月から各種の値上げが実施されるため、財布のひもは固くなる。 |
| 一般レストラン（店員） | ・今月は1人当たりの単価が上がっているものの、2～3か月後にそれ以上上がる要素は見当たらない。 |
| その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当） | ・いろいろな分野で値上げとなる4月は、良い材料が少ない。景気も決して良くなっている雰囲気はないため、変化はない。 |
| 観光型ホテル（経営者） | ・4月以降の先行予約状況も、ますます好調である。 |
| 都市型ホテル（支配人） | ・景気が上昇する具体的な要因がない。人手不足による人件費の高騰、原価の上昇などで支出が増えている一方、売上は伸び悩んでおり、利益が圧迫されている。 |
| 都市型ホテル（管理担当） | ・4月以降の予約は、客室はやや好調であるが、ここしばらくは予約のキャンセルが増えており、予断を許さない状況である。 |
| 都市型ホテル（客室担当） | ・5～6月の予約状況は前年割れとなっているが、予約が間際化していることもあり、訪日外国人の数が落ちない限り、現状のままで推移する。 |
| 都市型ホテル（管理担当） | ・アジアからのインバウンド以外には、回復の兆しが見当たらない。 |
| タクシー運転手 | ・一般客の利用や、企業関係のハイヤー予約などに、大きな増減はない。 |
| 通信会社（経営者） | ・株価下落の影響や、今後の国内政治の状況が懸念される。 |
| テーマパーク（職員） | ・日本銀行の総裁の続投が決まり、大きな金融政策の転換はなさそうのため、当面は劇的に経済状況が変わるとは考えにくい。しばらくは今のようない状態が何となく続きそうである。消費税増税については、一連の北朝鮮問題や米国による輸入関税の導入がどのように影響するかが不透明である。 |
| 観光名所（企画担当） | ・国内客の伸びは厳しく、インバウンドがその分をカバーしている。国内客には景気回復の実感がない人が多いため、伸びは期待できない。 |
| 遊園地（経営者） | ・不安定な天候が中旬まで続き、来客数や売上は伸び悩んでいる。こうした外部要因に加え、客単価などの指標にもプラス要因は少なく、良くも悪くも変化はなさそうである。 |
| その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当） | ・本質的な好材料は特に見当たらないが、何となく好調な雰囲気レジャー全体に広がりがつつある。ただし、施設間やエリア間の競争は残っている。 |
| その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当） | ・当社の企画から生まれた映画をもとに、書籍化や映像レンタルによって一連の提案を行い、客の獲得を目指す。 |
| 住宅販売会社（経営者） | ・ある意味で地価はバブル状態ともいえるが、投資家の動きをみていると、しばらくは上昇が続きそうである。 |
| 住宅販売会社（経営者） | ・余り景気は良くならず、不動産市場ではこのまま需要と供給のバランスが取れていく。 |
| 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） | ・金融政策には目新しい動きがみられない。 |
| その他住宅〔情報誌〕（編集者） | ・株価が不安定であり、現状よりもプラスとなる状況は考えにくい。 |
| 一般小売店〔事務用品〕（経営者） | ・今年度は新年度の予算が出てくるペースが遅い。企業は予算がつきにくく、役所にもお金がないと感じる。 |

| | | |
|----------------------------|---------------------|--|
| | 一般小売店〔精肉〕 (管理担当) | ・食材の価格が高い。原料となる肉も再び上昇基調にあるほか、野菜や調味料関係も高い。購買の中心は低価格商品であると感じる。 |
| | 一般小売店〔衣服〕 (経営者) | ・最近の異常気象は、かつての衣料品の季節感を変えている。数か月後は、間違いなく夏物衣料の動きが出てくるはずであるが、その規模は予測できない。現在の春物衣料の販売量を考えると、夏への期待も薄い。 |
| | 一般小売店〔酒〕(社員) | ・為替が円高傾向にあり、株価の下落が消費のマイナス材料となる。 |
| | 百貨店(マネージャー) | ・国内では、国有地売却関連の問題で内閣支持率が低下し、国外では米中の貿易問題などの影響で、政治的なリスクが高まっている。どう転がるかはもちろん不透明であるが、これまで堅調に推移してきた富裕層の消費に、様子見ムードのリスクが出てきており、楽観はできない。 |
| | 百貨店(外商担当) | ・米国の通商政策などにより、株価が下がることが予想され、富裕層の購買意欲が低迷する。 |
| | スーパー(店長) | ・米中間の貿易摩擦で株安、円高基調が続けば、富裕層を中心に個人消費が厳しくなる可能性がある。ただし、川下のスーパーまで影響が広がるまでには時間が掛かる。 |
| | コンビニ(店長) | ・原料コストの高騰で価格が上がっているほか、配送などの人材不足の影響も価格に出ているため、このままでは販売量が減ると予想する。また、人件費の上昇も激しくなっており、利益への影響が出ている。 |
| | 衣料品専門店(経営者) | ・様々な費用が上昇している影響で、購入の判断がシビアになってきている。買うつもりのある状況でしか、来店しない傾向が強い。 |
| | 家電量販店(店員) | ・ゴールデンウィークが終われば、エアコンの動きが出てくるまで閑散期に入る。 |
| | 住関連専門店(店長) | ・最低限の買物に対して、過度なサービスを要求されることも増えている。そのような客の様子を見ると、株価が上がっても、一般の消費者が潤っているとは到底思えない。 |
| | その他専門店〔宝石〕 (経営者) | ・米国が仕掛けた貿易戦争による弊害が、これから2～3か月の間に少しずつ出てくる。特に米国に対する輸出について、自動車を中心としたメーカーが打撃を受ける。 |
| | 一般レストラン(経営者) | ・商品の値上げや税負担の増加などで、財布のひもは固くなりやすく、外食する機会は減る。 |
| | 観光型旅館(管理担当) | ・北朝鮮が米国や中国と対話を行うなかで、日本が取り残される印象があり、市場では不安感が増す。 |
| | 住宅販売会社(総務担当) | ・イベントでは事前に集客を行っているにもかかわらず、それほど集客が伸びなかったことから、今後の受注動向に陰りが感じられる。 |
| | × 一般小売店〔野菜〕 (店長) | ・仮に貿易戦争が始まれば、非常にまずい状態になる。首相が辞めることになると日本は厳しい状況になる。 |
| | × スーパー(経営者) | ・政局が不安定であるほか、消費税率の引上げへの動きによって悪影響が出る。 |
| | × 衣料品専門店(経営者) | ・3月は春物衣料の定価品が売れておらず、このまま半袖や七分袖などの夏物商材に需要が飛んでしまう。 |
| | × 観光型旅館(経営者) | ・要因は分からないが、4月は更に予約が少なく、前年の60～70%という水準である。 |
| 企業 動向 関連 (近畿) | 木材木製品製造業(経営者) | ・受注量と供給量の調整に長い時間が掛かったが、ようやくバランスも安定してくるようになった。これをベースに実績をしっかりと上げながら、新規のバイオマス事業も早く実績を出したい。 |
| | 食料品製造業(営業担当) | ・気温の上昇やゴールデンウィークもあることから、景気はやや上昇する。 |
| | 繊維工業(総務担当) | ・新規の取引先が増えてきている。 |
| | プラスチック製品製造業(経営者) | ・3月の生産調整による動きの悪さをカバーすべく、取引先からは発注を少しずつ増やすという内示が出ている。 |
| | 一般機械器具製造業(経営者) | ・当社の製品の納期は長いから、ここしばらくは良い方向に向かう。 |
| | その他製造業〔事務用品〕(営業担当) | ・夏休みに向けた新商品の開発を進めているため、受注が増えると期待している。 |
| | 輸送業(商品管理担当) | ・4～5月は引っ越しシーズンとなり、家具などの売行きが良くなる。 |
| | 輸送業(営業担当) | ・個人間売買の荷物が前年の倍に増えており、全体の1割となっている。 |
| | 食料品製造業(従業員) | ・今までは野菜の価格が高騰していたが、気候も良くなり、平常に戻りつつある。当社の製品にはプラスとなるほか、人の動きも活発になるため、購買の増加につながる。ただし、量販店による値下げ販売や、競合他社との競争もあり、低価格品しか動かなくなっている。 |

| | |
|---------------------|---|
| 繊維工業（総務担当） | ・販売をしているが、在庫は減っておらず、売上の増加にもつながらない。 |
| 家具及び木材木製品製造業（営業担当） | ・配達量に特に変わりはない。 |
| パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・取引先からは、増産や減産についての情報がない。 |
| 化学工業（経営者） | ・問合せ、受注量共に、ここへきて落ち着いてきた。悪くなる話は聞かないが、良くなる要素も見当たらない。 |
| 化学工業（管理担当） | ・取引先の生産量は、好調な状況が続くという情報を得ている。 |
| 化学工業（企画担当） | ・食品の消費低迷が長期化している。業種にもよるが、インバウンドを除いて、生鮮品などの消費は鈍化している。 |
| 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・会社の状況は可もなく不可もないが、最近では新車の高級車を目にする事が多い。 |
| 一般機械器具製造業（設計担当） | ・企業の景気は良くなりそうであるが、一般の消費者が実感できるような、収入の増加などは見込めない。 |
| 電気機械器具製造業（営業担当） | ・今は年度末の仕事が入っているが、例年4～5月は仕事が減る。 |
| 電気機械器具製造業（宣伝担当） | ・景気に変化がみられるとは思えない。 |
| 電気機械器具製造業（営業担当） | ・引き合いは減少気味であるが、受注量は横ばいである。 |
| 輸送用機械器具製造業（経理担当） | ・現時点で、5月以降の引き合いは微増の状況である。 |
| その他製造業〔履物〕（団体職員） | ・大企業を中心に業績が改善するなど、景気の回復基調が続いているが、税金や社会保険料の増加による可処分所得の伸び悩みで、個人消費は依然として低迷している。 |
| 建設業（経営者） | ・例年は、年度末が終わると一旦落ち着くが、今年は現状が伸びていないので、今後もこの状況が続く。 |
| 建設業（経営者） | ・若年層の人手不足が深刻である。 |
| 建設業（経営者） | ・技能労務者の人件費や、建設資材の価格が高騰するなか、官庁関係では激しい価格競争が続いている。今後は技能労務者の不足により、厳しい人繰りが予想される。 |
| 輸送業（営業所長） | ・仕事量は増えているが、物流業界は慢性的な運転手不足で、トラックを手放す協力会社も多い。 |
| 輸送業（営業担当） | ・新商品が出る予定もなく、価格が安いだけでは他店と勝負ができない。 |
| 通信業（管理担当） | ・景気の変動する要素がない。 |
| 金融業（営業担当） | ・取引先の状況が良くならない一方、競合相手からの攻撃は続くため、利益の確保が難しい。景気はなかなか良くならない。 |
| 金融業（副支店長） | ・現状の客との会話では、受注が増えているといった声は聞かれない。 |
| 金融業〔投資運用業〕（代表） | ・北朝鮮問題や国有地売却関連の問題などに解決のめどが立たなければ、本格的な景気浮揚は難しい。 |
| 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・今月は折込件数が良いものの、1～2月が悪過ぎた影響であるため、一概に上向いているとは言い難い。 |
| 広告代理店（企画担当） | ・ここへきて、外交、内政共に不安定さを感じており、今までの景気回復の動きが滞っているのを感じる。本当に必要な物以外は、購入意欲の高まりが感じられず、景気の先行きには不安がある。 |
| 広告代理店（営業担当） | ・現在の状況は今年に入ってから続いているため、今後も変化はない。 |
| 経営コンサルタント | ・人材の育成や戦力化は、政府の働き方改革を大きな旗印としつつ、即戦力化や競争力の強化を進めなければならない。そういった企業の問題意識が強い。 |
| 司法書士 | ・不動産の動きは相変わらず少ないが、会社の解散の動きがある一方、起業の話もある。国際情勢の変化は予測が難しいが、それを除けば余り変化はない。 |
| その他サービス〔自動車修理〕（経営者） | ・変わる要素がない。 |
| その他サービス業〔店舗開発〕（従業員） | ・今後3か月の天候は比較的良好との予想であり、テーマパークや歴史公園といった当地の主要スポットはにぎわいそうである。一方、行楽需要とは別に、百貨店やスーパー、コンビニといった小売業は、慢性的な来客数の減少により、今後も厳しい状況が予想される。 |
| その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | ・為替がこれ以上円高になれば悪化する可能性はあるが、現状のまま安定すれば変化はない。 |
| その他非製造業〔商社〕（営業担当） | ・営業の種まきの状況が続いており、当面は当社に関する景気変動はなさそうである。 |

| | | |
|------------------|----------------------|---|
| | 食料品製造業（経理担当） | ・4月からは食品価格や運送料金などの値上げが厳しくなるため、悪影響が出ることを懸念している。賃上げなどの良い動きもあるが、値上げの影響は大きい。 |
| | 繊維工業（団体職員） | ・安定的な需要が見込めない。 |
| | 金属製品製造業（経営者） | ・米国による鉄鋼輸入関税で、鉄鋼関連の市場では警戒感が強まる。 |
| | 不動産業（営業担当） | ・最近の円高によって株価が下がり、景気の先行き不透明感が強まっている。景況感が悪くなり、将来的には景気も悪くなってくる。 |
| | 広告代理店（営業担当） | ・新年度が始まって、今の状況はしばらく続きそうである。 |
| | コピーサービス業（店長） | ・極端に悪くなるとは思わないが、新年度のスタートは比較的控えめな受注量となりそうである。 |
| | × 金属製品製造業（営業担当） | ・材料費の上昇分の転嫁が難航しそうである。 |
| | × 電気機械器具製造業（経営者） | ・悪くなると感じているが、本当のところは分からない。 |
| | × その他非製造業〔電気業〕（営業担当） | ・米国大統領による輸入関税の導入で、世界の経済状況が悪くなっている。今後、日本がどのような対策を講じるのかは不透明である。 |
| 雇用 関連 (近畿) | - | - |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・悪くなる要因は見当たらないほか、直接雇用に積極的な客が多い。また、労働者派遣法の改正から3年を迎えるため、直接雇用などに変えない限り、人を入れ替える必要が出てくる。 |
| | 学校〔大学〕（就職担当） | ・医療系施設による採用意欲が高まっていると感じる。 |
| | 人材派遣会社（経営者） | ・景気の右肩上がりの傾向に変化はなく、人手不足も事実であるため、近い将来には人材の供給が難しくなるなど、売手市場の状態が当分続く。また、労働者派遣法の改正による影響が、いよいよ来年度の後半から本格化するため、その対応に注目して、うまく手を打っていきたい。 |
| | アウトソーシング企業（管理担当） | ・新規の仕事が入ってきたが、例年入っている仕事が無くなってきたため、全体としては変わらない。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（管理担当） | ・米国の保護主義的な通商政策や、国内政治を揺るがす国有地売却関連の問題などで、景気にマイナスの影響があるかもしれないが、新聞求人には今のところ大きな影響はみられない。この先についても、景気が大きく変化することはない。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・来期はサッカーワールドカップくらいしか景気の良い話がないため、2020年の東京オリンピックに向けた機運が、どこまで高まるかに期待したい。 |
| | 職業安定所（職員） | ・企業業績は好調との声が多いが、人手不足の状況が続いているため、今後は受注が抑制される懸念がある。事業所に今後の展望を聞いたところ、前月に比べて、明るい、やや明るいという回答が減少し、現状維持の回答が増えている。 |
| | 職業安定所（職員） | ・個人消費に関連した小売業や飲食サービス業の伸びを期待しているが、これまで一進一退の動きが続いており、スーパーの閉店などの話も聞かれる。これらの産業が伸びなければ、景気は横ばいの動きが続くことになる。 |
| | 民間職業紹介機関（職員） | ・建設関連の日雇求人は、4～7月中旬まで公共工事が減少する影響を受けるため、前年実績と比べての落ち込み度合いを注視していく。 |
| | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・求人自体が減るとは予想していないが、求職者を集めるための費用が今まで以上にかかっており、今後は公共の就職情報サイトや紹介事業も含めた業界内の競争が加速する。 |
| | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・新入社員で人材の補充が進むため、求人数が減少傾向となる。 |
| | 学校〔大学〕（就職担当） | ・採用熱は高まっているが、景気が良く仕事も余り減っていないなか、人員補充ができなくても仕事が回る事が分かれれば、採用が冷え込む可能性がある。 |
| | × | - |