

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	良くなる やや良くなる	-	-
		商店街（代表者）	・当商店街では、積極的に客に喜んでもらえるようなイベントを5月から2回で開催する。同じ物を買うならこの商店街に来てもらえるように、お客様目線でイベントを行う。
		一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・これからは気候も良くなるため、今の状態が続くのであれば景気は上向く。
		一般小売店〔カメラ〕 （販売担当）	・今の状態が続けば、気候も暖かくなり、人の動き自体が活発になっていく。今まで辛抱していた反動もあり、少しずつ良くなっていく感がある。
		百貨店（営業担当）	・上位顧客の一部では、宝飾品や時計、衣類、バッグなどの雑貨に良い物があれば引き合いがあるため、今後も受注が見込める。
		百貨店（販促担当）	・気温の3か月予報では平年よりもやや高めとなっており、より厳しい節電対応となるため、クール商材を中心とした夏物商材の動きに期待できる。一方、高額品の動きは株価や政策が安定、上昇に向かうことが重要となり、予断を許さない状況である。
		百貨店（売場マネージャー）	・景気は停滞ムードである一方、優待セールの日程を直接聞いてくる客もみられる。春物商材は欲しいが、いつ買うかという計画を立て、待てるなら優待の時期まで待つという買い方が多い。
		スーパー（店長）	・東日本大震災による消費の自粛は緩和され、前年よりも消費が伸びる。ただし、長期的にみるとまだ不安定さが残る。
		スーパー（店長）	・前年の東日本大震災以降、商品供給が困難となり、品薄、品切れ状態が続いたため、今年はその反動でプラスの動きも出てくる。その一方、7月までの地上デジタル放送関連の駆け込み需要に伴う反動減や、ガソリン価格の高騰による様々なマイナス要素もあり、予断を許さない状況ではあるが、全体的には緩やかな回復傾向が進む。
		スーパー（経理担当）	・ゴールデンウィークは海外旅行に行く客が増えるなど、消費自体は堅調である。猛暑による電力需給への影響は気がかりであるが、夏商戦には前年よりも期待できる。
		スーパー（開発担当）	・原油価格の高騰が一時的にでも収まれば、気候的に暖かくなり、景気も少し改善する。
		スーパー（社員）	・新商品を紹介したコーナーや、メニューを提案した際の客の反応が良い状況が続いている。また、高品質型のスーパーの方が売上の伸びが良いため、この流れが定着するように期待している。
		コンビニ（経営者）	・買上点数は今まで1～2点であったが、3～4点買う客が増えてきている。
		コンビニ（店員）	・行楽の季節になれば来客数が増える。
		家電量販店（経営者）	・太陽光発電の販売量増加や省エネ家電の需要増により、景気は良くなる。
		乗用車販売店（営業企画）	・市場の流通台数が減ってきているため、期待はできる。
		乗用車販売店（販売担当）	・今月は繁忙月である3月の反動もあり、販売量が減少する傾向がある。これから先は、6月に向かって販売量や来客数が増加する。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金の効果も8月末までは見込めるため、あと4か月間は堅調に推移する。
		乗用車販売店（営業担当）	・来客数は3月と比べると減ってはいるが、前年と比べると増えているので、景気はやや良くなる。
		高級レストラン（支配人）	・今月の販売量は東日本大震災の影響もなく、1月と同じく前年を大きく上回ったほか、来客数も増加しているなど、景気回復の兆しが見られる。
一般レストラン（経営者）	・ウェディング業界が1.5次会に力を入れてきており、レストランでの2次会が激減している。今までは結婚式から披露宴、二次会、三次会という形がスタンダードであったが、経済的、時間的な理由から1.5次会のニーズも増えているため、大口需要の獲得が必要となっている。		
観光型旅館（経営者）	・ガソリン価格の上昇と電気料金の値上がりは、今後の景気に影響してくる。		
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門では全体的に会議利用が減少傾向にあるが、製薬会社による利用は復調傾向にある。宿泊部門は団体客の取り込みが好調であり、東アジア諸国を中心とした海外旅行客の予約が順調なほか、レストランは季節の商品が今年に入ってから好調なため、前年を上回る動きとなる。		
都市型ホテル（総務担当）	・5、6月は宴会件数、宿泊客数共に好調な予約状況であり、当分はこの傾向が続く。		

	旅行代理店（経営者）	・燃油サーチャージの上昇が気になるころではあるが、海外旅行の好調は円高基調が一気に変わらない限り、今後も続く。
	旅行代理店（店長）	・旅行だけでみると、行く人が増えるとお金が動く。まだまだであるが良くなっていく。
	旅行代理店（従業員）	・経営者の景気回復感が上昇している。
	通信会社（社員）	・7月ごろには夏モデルの新製品も発売となり、ボーナス商戦も始まる。ただし、それまでは客の買い控えもあり、一度落ち込む。
	通信会社（社員）	・スマートフォンとのセット申込については、市場がまだ当分は拡大傾向が続く。
	その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・業界の認知度が向上してきたほか、市場シェアも拡大してきている。
	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・毎年暖かい季節になると来客数が増える。
変わらない	商店街（代表者）	・オーバーストアが常態化し、客単価も低水準なままであるため、売上が伸びない。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・デフレ傾向がまだ続くのか、底がどこにあるのかを早く見極めねばならない。
	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・消費税増税の話もあるため、今後良くなるかどうかは不透明である。
	一般小売店〔花〕（経営者）	・電力問題などの今後の見通しが立たない状況で、どのような影響が出るかも分からないため、景気回復は望めない。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・ある程度消費も落ち着きをみせているため、極端に良くなることも、悪くなることもない。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・全体的に不景気な状況は変わらない。さらに、消費者の動きは業種や業態、商品などによって格差が開いていくため、消費者の動きがとらえられなければ非常に厳しい状況となる。
	一般小売店〔雑貨〕（店長）	・たばこ増税やtaspo導入のようなことが起これば、更に売上が激減するが、それがなければ当面は低位安定が続く。
	一般小売店〔花〕（店員）	・依然として顧客の購買意欲は低く、良くなる要素がない。
	一般小売店〔酒〕（店員）	・依然として客単価が低下しているなか、新規客を含めた来客数を増やすための企画を展開している。来客数が前年よりも伸びているにもかかわらず、売上が前年クリアするのに厳しい状況が続いているため、見通しは厳しい。
	百貨店（売場主任）	・今後も大きくは変わらない。
	百貨店（売場主任）	・もっと国内需要を高める対策が必要である。内需拡大策や国内景気対策に税金などを充当するほか、東日本大震災支援のスピードアップによる国内経済の安定や雇用安定、年金対策などの策定と実施が必要である。
	百貨店（売場主任）	・消費税増税の動向や、電力不足による不安感など、まだまだ一般客の消費意欲を阻害する要因が多い。
	百貨店（売場主任）	・購買単価が上がらないなか、来客数の増加がない限り、好転は見込めない。近隣での商業施設の新規出店や、店舗の大型改装などの計画が直近はないため、飛躍的に来客数が増えるとは考えにくい。
	百貨店（売場主任）	・新社会人の消費行動をみても、将来の漠然とした不安で、必要以上の消費を行わない傾向が顕著である。
	百貨店（企画担当）	・消費税増税法案をはじめ、先行きの不透明感が払しょくされず、景気の好転は期待できない。
	百貨店（企画担当）	・前年のゴールデンウィークは東日本大震災の影響で遠出する人が少なく、百貨店で買物客が増えたが、今年は旅行者が増える見込みで売上也厳しくなる。また、6月以降、電力会社からの節電要請の状況によっては、施設運営に影響が出る可能性もある。
	百貨店（営業担当）	・来店促進を試みても、売上は例年よりも落ちる一方、一部の優良顧客は高額な商品をタイムリーに提案することで、更なる売上増につながる。
百貨店（サービス担当）	・クールビズ商戦が本格化する5月から、夏の猛暑対策や省エネ関連商品の強化など、前年以上の品ぞろえとなることで売上は確保できる。	
百貨店（婦人服）	・電機関連企業の大幅な赤字決算で全体的にムードが重く、株価も不安定であり、一時的に好調な商品が出てきても、なかなか持続できない状態が続く。	
百貨店（マネージャー）	・これから夏に向けて、電力事情の悪化などの要因が店頭の動きにどう影響するかが分からない。例えばエコ商材、クール商材といった特徴的な商品にはプラスとなるが、消費者の購買心理といった目に見えない部分への影響が不透明である。	

スーパー（経営者）	・このまま暖かくなっても、客の買物は非常に堅実な動きが続く。味が少々良くても、少し価格が高くなると手を出さないとといった買い方がみられる。
スーパー（店長）	・東日本大震災から1年が経過したものの、社会状況の影響もあって変化は望めない。
スーパー（店長）	・夏の電力不足の状況により、節電関連商品の動きが活発化するの、家計の節約が加速するかの判断が難しい。
スーパー（広報担当）	・電力不足問題が深刻化すれば、営業に支障が出る可能性があり、消費にもマイナスとなることが懸念される。
スーパー（販売担当）	・競合相手との価格競争もあり、単価が下がる傾向にある。客が前年と同じ点数を購入しても、買上金額は前年に届かない状況が今後も続く。
スーパー（企画）	・このまま消費喚起の政策がなければ、景気が回復する見込みは少ない。電気料金の値上げなどの懸念もあり、当面は生活防衛意識の強い状態が続く。
スーパー（管理担当）	・夏に向けた節電のほか、節約の傾向が強まることが懸念される。
コンビニ（店長）	・気温の上昇に伴って売上、来客数も通常は伸びてくるが、近隣では競合先がどんどん増えているため、影響が出るのは必至である。
コンビニ（店員）	・景気の良くなる材料が見当たらない。
衣料品専門店（経営者）	・徐々に小売価格が上がってきているが、売れている物は低価格商品ばかりである。品質の良い商品を求める客もみられるが、結局は価格が合わないため、今後も厳しい状況となる。
家電量販店（店員）	・景気の上向き要素が見当たらない。
家電量販店（企画担当）	・電力不足により、新規購入への意欲が高まらない感がある。
乗用車販売店（経営者）	・新車が売れ始めているので、それに伴って中古車などが売れる。
乗用車販売店（経営者）	・中小企業だけでなく、大企業にも円高の影響が出てきたため、雇用や給料などが悪化に向かう。東日本大震災の影響も長引いている。
乗用車販売店（経営者）	・今後も原子力発電所の問題、電力不足、円高の再進行など、日本経済を取り巻く環境が決して良くないので、景気は良くならない。ただし、東日本大震災の復興需要や税制優遇などで悪くもならない。
乗用車販売店（経営者）	・新車の売行きがあまり良くなく、一般修理もあまり良くないため、見通しは厳しい。
乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金がなくなると予想されている8、9月までは、前倒しで購入を検討する客が増えるため、良い状態がしばらくは続く。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・急に円高になったり株価が上がったりしなければ、景気は今のまま横ばいで推移する。金の価格も、今の状況であれば大きな変化はない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・生活必需品の販売は使用量によって左右される。それ以外の嗜好品や健康食品、高額な化粧品はぜいたく品でもあるが、自分のために買って行く客もみられる。客の買いたい価格で、更に便利で機能的な商品の開発を進めることで、売上増につなげていく。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・家に眠る貴金属の換金も、円高が緩和してからは収まりつつあり、購入のきっかけは増えそうにない。
高級レストラン（スタッフ）	・良くなっていく要素は今のところ見当たらない。
一般レストラン（スタッフ）	・政局の見通しが立たないなか、増税や電力不足などのマイナスの情報はあるが、節約疲れや自粛ムードからの脱却で消費のペースは上がっているため、全体としては今の状況が続く。
一般レストラン（経理担当）	・国内外での政治や経済の情勢に大きく左右される。
一般レストラン（店員）	・悪い材料がなく、商品の回転率も良いため、好調な動きが続く。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・好転する好材料が見当たらない。
観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災以後の日本経済の沈滞、原子力発電所への不安感に加えて、政治情勢の不安定という悪い空気が社会に広がっているため、見通しは良くない。
観光型ホテル（経営者）	・今月は予想以上の売上と来客数となり、景気は右上がりとみられるが、燃料価格が高騰しているほか、新年度を迎えて設備投資などの経費も増える。今後2、3か月の予約状況はまずまずであるが、現状が維持できればよい。

	観光型旅館（団体役員）	・宿泊人員、客単価共に、東日本大震災のあった前年は別として、2年前と比較しても95～96%で推移しているため、急激に良くなる見通しは持てない。
	都市型ホテル（マネージャー）	・今月は比較的好調であったが、先々の予約状況はそれほどでもない。原子力発電所の再稼働問題、消費税増税などの政治的な問題のほか、ロンドンオリンピックによる出控えも懸念しており、ホテルにとってはこのまま景気が良くなるとは思えない。
	都市型ホテル（客室担当）	・間際予約が多く先の予測は難しいが、インターネットによる個人客の取り込みも順調であり、今後も変わらず推移していく。
	旅行代理店（広報担当）	・ロンドンオリンピックの開催も近づき、欧州旅行などに行く人が増える。前年の夏休みに行けなかった分、今年は旅行に2回出かけるという客もいるなど、先行きはやや良い状態が続く。
	タクシー運転手	・今月の売上をみても、結果的に前月と何も変わらない。客の利用状況から判断すると、景気が良くなるという雰囲気ではない。
	タクシー運転手	・当地域ではタクシー会社の年金基金問題もあり、次々と廃業する会社が出ている。その影響でタクシーの台数が減っており、運転手が余っているため、今後も厳しい状況となる。
	通信会社（経営者）	・特に変化を感じる要素がないため、今の状況が続く。
	観光名所（経理担当）	・前年は異例な状況での売上であったため比較は難しいが、例年と比較すれば今月は25%増となっている。ちなみに前年比は17%減である。今月は前月と比べて天候も良く、前月から実施している当地のイベントの営業効果が徐々に集客増につながっている。月末からの連休に向けて天候が良ければ、もう少し来客数も伸びる。
	競艇場（職員）	・東日本大震災の復興需要もあり、景気が底上げされる。
	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・イベント対象者は若年客がほとんどであるが、チケットを買う費用が親から出ているのか、アルバイトで稼いだのかは分からない。親から出ているとすれば、勤務先の景気に左右されるため、今後は分からない。
	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行われるほか、家族向けのイベントや人気グループのコンサートがあるため、多くの来場を予想している。
	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・インバウンド客の増加が期待できるものの、足元の市場には好材料が見当たらない。
	美容室（店員）	・今年の夏は節電もあり、涼しくなるように髪を切る客が増える。
	その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・今後の春のキャンペーンによるレンタルの回復と、大型書店の出店による物販売上のアップに期待したい。
	その他サービス [生命保険] (営業担当)	・依然として景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は伸びない。
	住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要もあまり感じられず、政治が安定するまでは景気の上昇を期待できない。
	住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の復興やエネルギー問題、社会保障、増税、欧州景気など、問題が山積み状態であり、景気回復への期待に乏しい。
	住宅販売会社（総務担当）	・不動産の動き次第で良し悪しが決まるが、一般客は様子見の状況であるほか、政府の住宅施策の効果もよく分からない。
	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)	・何か特別な優遇措置もなく、金融機関の融資姿勢にも変化はみられない。
	その他住宅 [展示場] (従業員)	・ゴールデンウィーク中の住宅展示場への来場者は、年間の2割近くを占めるが、今年は旅行費用の割安感から旅行が増える気配があるため、展示場への来場がどこまで伸びるかわからない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・ボーナスにも期待できず、物価上昇などで消費者は生活防衛に入っているため、前年と同水準か、更に厳しくなる。
	一般小売店 [時計] (経営者)	・一部で高額な時計が売れるなど良くなる兆しが少しみられるが、まだまだ平均的に売れているわけではないため、安心できる状況ではない。夏に向けての予算の優先順位を考えると、時計にはなかなか回ってこない。
	一般小売店 [食料品] (管理担当)	・母の日が終われば、販売量は元に戻る。

	一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・今の消費者の動きと販売量をみる限り、夏場に商品が売れるとはとても思えない。むしろ、夏物衣料は前年より更に苦戦する。冷感商品もいろいろと出ているが、来店時の消費者の様子は、まだ夏本番になっていない影響もあって、反応が鈍い。
	一般小売店〔花〕(店長)	・今年に入って、業種に関係なく閉店や廃業が目立ち、空き店舗がなかなか埋まらない。先行きは不安であり、今年も良い話がなさそうのため、景気は悪くなる。
	百貨店(店長)	・周辺地域の人々の数が減っているように感じるため、先行きの見通しは厳しい。
	スーパー(経営者)	・ガソリンや電気、ガス、水道などが値上げとなる気配があり、消費者が生活防衛姿勢を強める傾向が感じられる。
	スーパー(店長)	・悪化の一番の理由は電力需給の問題である。電気料金の単価上昇懸念に加え、過度な節電対策が業績に悪影響を及ぼさないかが心配される。
	スーパー(企画担当)	・これまでの推移や、競合などの外部環境から判断すると、来客数は下げ止まらない。
	コンビニ(経営者)	・近隣の予備校の学生数が減少しているほか、近隣のオフィスパルの入居率も低水準のまま推移するなど、売上増となる材料が見当たらない。
	コンビニ(広告担当)	・不透明な政治によって、消費増税、物価の高騰、社会保障問題などの不安要素がある。
	衣料品専門店(経営者)	・今後も少しずつ景気は悪くなると思われる。客単価が上がらなければ利益が出ない。
	衣料品専門店(販売担当)	・客からは、電気料金が上がるために会社や自宅で節電するとの声も聞かれるため、今後は厳しくなる。
	衣料品専門店(営業・販売担当)	・クールビズの影響で、夏物スーツやネクタイの受注が減少する。
	家電量販店(店長)	・ロンドンオリンピックによる需要は若干期待できるが、前年のアナログ放送終了前のテレビやDVD、簡易チューナーの需要増の反動や、単価の下落により、現状からの改善にはつながらない。
	乗用車販売店(経営者)	・個人消費の伸びる理由が見当たらない。
	住関連専門店(店長)	・政治や経済、社会の先行きの方向性があいまいなままなので、様子を見守っている。
	一般レストラン(経営者)	・節電による影響が出てくるため、来客数が減少する。
	その他飲食〔ファーストフード〕(店員)	・良いときもあるが、天候の悪い日が多いため、悪くなってきている感がある。今後は消費増税の議論も進むが、その悪影響も出てくる。
	観光型ホテル(経営者)	・ゴールデンウィーク後も今の好調が続くとは考えられない。予約が間際化しているため、先の予約状況からは判断しにくい。原油価格の上昇や電力不足の問題、政局不安などを考えると、先行きは悪化を予想せざるを得ない。
	都市型ホテル(支配人)	・夏場にかけての関東での電気料金値上げや原油価格の高騰など、景気回復の起爆剤になるような明るい材料は見当たらない。特に、大飯原子力発電所の再稼働問題や、年金支給開始年齢の引上げなど、民主党政権に経済活性化の期待感はない。
	都市型ホテル(スタッフ)	・1～3月にかけて受注が大幅に伸びていたが、4月に入って急に動きが鈍くなっている。先行予約も悪く、見込みが立たない状況である。
	通信会社(企画担当)	・原子力発電所の停止による電力需給の不安定化で、やや悪くなる。
	観光名所(経理担当)	・人気の美術展が6月までで終わるため、それ以降の来場者、売上は厳しくなると予想される。
	競輪場(職員)	・前年の傾向からみると悪くなる。電気料金などの物価が上がる傾向にあるほか、経済の回復の兆しもみえない。政治も停滞気味で、あまり良くなる要素がない。
	その他住宅〔情報誌〕(編集者)	・建設費の高騰によるマンション価格の上昇は避けられない状況となりつつあり、消費者の購入マインドへの影響も出始める。ガソリン価格の上昇による消費マインドの低下も発生し始めている。
	悪くなる	一般小売店〔珈琲〕(経営者) ・消費の減退によるデフレの進行が懸念される。 一般小売店〔野菜〕(店長) ・まだまだ社会の状況は悪くなる。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	- 木材木製品製造業(経営者) ・新規事業について次第に条件が整いつつあり、近い将来に実現するため、売上、利益共に大幅に改善する。

	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・依然として不透明であるが、ここへきて欧州の動きが不安材料となり、大手企業や製造業の状況は好転する兆しがみられない。今後、サービス産業は広く浅く窓口を増やしていく戦略が求められる。印刷業が生き延びるためには、紙とITをどのように組み合わせるかが最も重要となる。
	化学工業（経営者）	・一部の業界ではあるが、全体的に売上に活気が出てきており、問い合わせの動きも活発になっている。過去の経験からいって、ほかの業界も遅れて景気が良くなる。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・7月からの再生可能エネルギーの固定価格買取制度スタートや、7月末からのロンドンオリンピックなどにより、太陽光発電、AV関連商品の荷動きが活発化する。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内向けの引き合い件数が増加傾向にあり、受注に向けたアプローチを積極的に実施しているため、見通しは良い。
	建設業（経営者）	・過去に止まっていた案件が動き出したようで、大型の案件が続いている。デベロッパーからも、土地の仕入れに動いているという声が聞かれる。土地が動けば、いろいろなプロジェクトも動き出す。
	輸送業（営業担当）	・前月に続き、工場間での荷物が増えている。今月は特に下請の小さな工場で荷物が増えたため、景気はやや良くなる。
	輸送業（営業所長）	・今年度は早々といろいろな案件が出てきているが、事務所移転の案件が多いため、少しは期待できる。
	金融業（営業担当）	・取引先の厳しい状況は変わらないが、徐々に受注は増えつつある。不安も多いが、今後の期待も含めて良くなる傾向がみられる。
	広告代理店（営業担当）	・来客数が戻ってきているため、ゴールデンウィークと夏のセールに向けて回復していく。
	広告代理店（営業担当）	・注文件数自体が月ごとに増えてきているため、先行きの見通しは良い。
	経営コンサルタント	・今の調子が続けば、やや良くなる感がある。
	コピーサービス業（店長）	・若干の回復傾向を感じるが、劇的な変化は期待できない。ただし、来店客へのヒアリングを集約すると、緩やかではあるが今後も右肩上がりで推移する。
	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・雇用環境などの改善により、消費が刺激される流れが生まれつつある。
変わらない	食料品製造業（従業員）	・大きく動きがあるような状況ではない。売上減に対応して低価格の新商品を販売するが、どこまで今までの売上減をカバーできるかは分からない。何とかして売上を伸ばさねばならず、厳しい状況である。
	繊維工業（団体職員）	・国内の景況感も良くなく、タオルの需要動向にも期待感はない。逆に原油価格の上昇から外注加工費の値上げ要請もあるが、価格転嫁は容易ではなく、採算性がより厳しくなる。
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・今のところは配達量に変化がみられないため、現状維持となる。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・今夏の電力不足が懸念されるが、大きな変化はない。
	化学工業（企画担当）	・著しい原料価格の高騰や販売価格の低迷が進んでいるわけではないが、全体的に低調な状況が続いているため、劇的に改善することはない。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・関西電力の計画停電の話で、前年の関東における工場の稼働時間帯シフトが思い出され、回復の勢いに乗れない懸念がある。
	金属製品製造業（経営者）	・製造業に円高の影響が出始めているため、見通しは良くない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・当社には原子力発電関連の顧客が多いが、それぞれ原子力発電以外の市場への参入を急いでいる。それに伴って新たな投資が必要となり、新しい仕様の発注が多くなってきている。この傾向は今後も続く。
	一般機械器具製造業（設計担当）	・生活必需品などの値上がりで、現状維持が精一杯である。
	電気機械器具製造業（経営者）	・自力で革新を図るにも時間が必要であり、中々成果が上がらない。景気は簡単には良くならないとあきらめているが、自力で景気を良くするにはまだ時間が必要である。
	電気機械器具製造業（経営者）	・欧州の信用不安が高まりつつあり、為替相場が非常に不安定であるため、先行きの見通しは厳しい。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・暖かくなれば電力供給が不安定な状況となるなか、節電、省エネ意識が根付き、店舗や住宅での環境配慮型商品への取替えや買換えが続く。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量は横ばい傾向で、2、3か月先の受注が少ない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・年度末ごろから仕事がない。例年であればゴールデンウィークには仕事があるが、今年は初めて仕事がないため、見通しは厳しい。

	その他製造業〔履物〕 (団体職員)	・原油価格の高騰により、原材料費の値上げの動きがみられるなど、今後も厳しい状況となる。
	建設業(経営者)	・公共工事も東日本大震災の復興が中心となり、それ以外では減少が予想される。また、復興の本格化で業種によっては職人不足や賃金の高騰につながる。
	建設業(経営者)	・これから夏に向けて節電や、消費税率の引上げなどの不安材料が多く、様子見の客が増える。
	通信業(管理担当)	・変化する要素が見当たらない。
	新聞販売店〔広告〕 (店主)	・折込件数が増えつつあるが、区域調整などで配分を減少させるスポンサーも増えており、折込収益の上昇にはつながっていないため、見通しは良くない。
	広告代理店(営業担当)	・新たな良い材料も、悪い材料もみられない。
	司法書士	・案件が少ないほか、会社の解散や組織の簡素化といった話が少なくながらもあるなど、良くなる材料が見当たらない。
	その他サービス〔自動車修理〕(経営者)	・ゴールデンウィーク明けの仕事が入っていない。
	その他サービス業〔店舗開発〕(従業員)	・外国人観光客や新幹線の乗降客が増えている傾向が続いているため、少なくとも大阪については増収の条件が整いつつある。問題は今夏の電力不足である。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(営業担当)	・もう少し中期的な上昇がみられれば、良くなっている実感が出てくるような気がする。
	その他非製造業〔衣服卸〕(経営者)	・5月以降も特に大きく変化するような材料はみられない。一方で、徐々に円高が進行しているため、円高によるメリットも経営を安定させるのに役立つ。
	その他非製造業〔機械器具卸〕(経営者)	・現状は非常に厳しい状況であるため、これから打開できるとは考えにくい。
やや悪くなる	食料品製造業(経理担当)	・原材料費が高止まりする一方、今後は電気料金の値上げが懸念されるなど、厳しい状況が続く。
	繊維工業(総務担当)	・しばらくは取引先からの極端な値下げ要求は落ち着いていたが、新年度から強い要求が出てきている。国内製品のみならず、中国工場の製品ですら、価格が条件に合わないケースが出てきているため、見通しは厳しい。
	繊維工業(総務担当)	・催事型の販売では経費がかかり過ぎ、採算割れが起きることも考えられるが、それに代わる手立が見当たらない。
	化学工業(管理担当)	・原材料価格の高騰による輸出量の減少や、電気料金の値上げによる収益減のほか、電力不足に対する不安がある。
	窯業・土石製品製造業(経営者)	・ガラス瓶の製造業者であるが、3月末で同業者が1社廃業となっているように、先行きは暗い。
	金属製品製造業(営業担当)	・取引先からは強いコストダウン要請がある一方、原材料価格が高止まりしたままであるため、採算はますます悪化していく一方となる。
	その他非製造業〔商社〕(営業担当)	・受注単価の下落に伴い、やや悪くなる。
悪くなる	電気機械器具製造業(企画担当)	・まずは当社の経営状態が改善し、身の回り全体も改善しない限り、2～3か月間で景気は良くなる。
	不動産業(営業担当)	・神戸から企業が撤退する動きが今後も続き、不動産の賃料も下がるため、将来的な景気が悪化する。
	その他非製造業〔電気業〕(営業担当)	・円高で景気回復は見込めない。
雇用関連	良くなる やや良くなる	-
	人材派遣会社(経営者)	・派遣業界全体では底を打っており、特に大阪府下では福祉・介護関係の人材が求められている。ただし、これも4～6月の短期であるため、夏場にはどうなるかが問題である。
	人材派遣会社(役員)	・本格的な東日本大震災の復興需要による景気の押し上げが始まれば、もっと景況感は良くなる。人材派遣では、社会主義色の強い法案に大幅な修正を加えて、労働者派遣法が改正されたこともプラスとなる。ただし、欧州の信用不安といった外部要因には要注意である。
	人材派遣会社(支店長)	・求人数が多く、正社員採用が増えているところを見ると、先行きに明るさが出始めた感がある。
	新聞社〔求人広告〕(担当者)	・関西の地元企業から、新聞広告の出稿への打診が入っている。特に、製造業や医薬品メーカーの堅調ぶりがよく聞かれるため、見通しはやや良い。
	職業安定所(職員)	・新規求人数は前年を25か月連続で上回っている。産業別にみると、製造業では一部に持ち直しの動きがあるものの、全体的には増加幅が小さいため、今後の動向を注視する必要がある。
	民間職業紹介機関(大学担当)	・前年まで採用を控えていた企業の採用増が見込まれるが、現在の景気対策がととても重要になる。

	学校 [大学] (就職担当)	・希望的な感想を含めて、良くなってほしい。
変わらない	人材派遣会社 (営業担当)	・夏場の電力の供給能力が懸念されるため、変わらないというよりも分からない。
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・関西地区については、夏に向かって電力不安も解消していない状態では、今後の状況も依然として良くならない。
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・経済状況の低迷で社会構造、就職構造が変化していることは確実である。関西の雇用情勢はそのなかでも特に緊迫した状況であり、急に良くなるとは考えにくい。
	職業安定所 (職員)	・新規求人数の動きについては、もう2～3か月ぐらい様子をみなければ判断できない。
	職業安定所 (職員)	・求人の増加傾向は当分の間継続する。ただし、企業の採用意欲は高いとはいえず、採用にはなかなか至らない。また、今後も大規模な雇用調整の情報があることから、求職者の増加傾向も当分の間継続する。求人数が増加していても、景気の回復を実感するには至らない感がある。
	職業安定所 (職員)	・今後も雇用情勢は不安定な状況が続く。
	職業安定所 (職員)	・原油や原材料価格の高騰で、収益に影響を受けている事業所もあり、景気が良くなるとは思えない。
やや悪くなる	民間職業紹介機関 (支社長)	・大手電機、電子メーカーの業績が戻らないため、今後も厳しい状況となる。
	求人情報誌製作会社 (企画担当)	・例年の動きからすれば、求人数が減少傾向となる。
	新聞社 [求人広告] (管理担当)	・広告の出稿には持ち直し感があったが、新年度に入って伸びが悪い。株価が低下傾向にあるほか、北朝鮮の核実験や中国国内の政権交代を巡る混乱など、隣国の不安定要素もあるため、しばらくは落ち着かない。
	悪くなる	-