

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 | 乗用車販売店（販売担当） | ・ 政権が代わって、円安、株高傾向となり、客の動きや話の中に変化が見受けられる。 |
| | | 通信会社（社員） | ・ 卒業、入学、新生活シーズンとなり、年間を通して最需期となることから、例年どおり推移すると販売台数の増加が見込まれる。 |
| | やや良くなる | 通信会社（企画担当） | ・ 円安や株高など、良い方向へ進んでいる。 |
| 商店街（代表者） | | ・ 雑貨の品ぞろえの強化により、新たな客が増えている。 | |
| 一般小売店〔自転車〕（店長） | | ・ 何もかも値段が上がリ、販売価格も値上がりしているが、アベノミクスに期待をかけている。 | |
| 百貨店（売場主任） | | ・ 株価の上昇により、客からは前向きな声が聞かれる。 | |
| 百貨店（企画担当） | | ・ 現状の商品の動きは、クリアランスセールを含めて不振が続いているが、政権交代後は株価の動きなど上向きのニュースが多く、期待している。 | |
| 百貨店（営業担当） | | ・ 婦人服の高額品が動き出し、次にヤング層につながっていくことが期待される。紳士関連はまだ厳しい。 | |
| 百貨店（営業担当） | | ・ 円安で海外のブランド品が今後値上がりすることを見越して、高額品を中心に引き合いが増えてくる。 | |
| 百貨店（サービス担当） | | ・ 来月以降はバレンタインデーやホワイトデー商戦、期末決算セールと、前年の催事と変わらないが、政権交代による株価の上昇や円安の影響など明るい話題が多く、やや景気が良くなる雰囲気があるため、購買意欲が上昇することを期待する。 | |
| 百貨店（外商担当） | | ・ 円安、株高傾向が顕著になり、消費者マインドもかなり上昇している。今後はぜいたく品についても、購買意欲が出てくる。 | |
| 百貨店（店長） | | ・ 日本の経済状況が、新政権になりやや落ち着きを取り戻してきたほか、当店においても新機軸での営業政策（大型雑貨店の誘致・導入）を行うことにより、集客が見込める。 | |
| 百貨店（マネージャー） | | ・ 今までどん底に冷え込んでいた消費マインドについても、遅々とした動きではあるが回復傾向にある。特に、来客数が前年比プラスで推移していることから、決して消費者の足が遠のいているわけではない。この消費者の足をいかに実売につなげていくかが勝負であり、今後明暗が分かれてくる。 | |
| 百貨店（商品担当） | | ・ 株価の上昇期待から、定価品、特価品にかかわらず高級品に動きがある。今まで前年割れが多かった店も、売上がほぼ前年並みで推移している。 | |
| スーパー（店長） | | ・ 新政権の施策への期待感がある間は上向く。 | |
| スーパー（店長） | | ・ 実際のところは天候や気温の変化次第であるが、景況感の上昇に期待したい。 | |
| スーパー（店長） | | ・ 依然厳しい状況にあるが、政権交代に伴う円安基調を含む動きが消費者にとって良い方向に進めば、景気回復の兆しが出てくる。 | |
| スーパー（社員） | | ・ 食料品を中心に堅調に推移している現状に加えて、厳しかった前年の消費不振の反動や、昨年末からの株価上昇など、景気回復への期待感が広がっており、これが今後の消費拡大を後押しすると期待している。 | |
| コンビニ（経営者） | | ・ 新製品に対する反応が良くなる傾向はまだ続きそうなので、販売量、客単価共に上昇が期待できる。 | |
| 衣料品専門店（店長） | | ・ 客の反応をみている限りでは、首相の発言による期待感が非常に大きい。すぐには結果が出ないだろうが、少しずつ明るい話題が増えていることを実感している。 | |
| 衣料品専門店（販売担当） | | ・ 暖かくなってくるので、少しは来客数が増える。 | |
| 家電量販店（店員） | | ・ 政権が代わったことへの期待がある。 | |
| 家電量販店（管理担当） | ・ 消費税増税前の駆け込み需要が出てくる。 | | |
| 家電量販店（企画担当） | ・ 政府の明確な物価目標の設定により、景気は上昇する。 | | |
| 乗用車販売店（経営者） | ・ 新型車が出たところなので、そのお陰で来場者も増加し、販売量も確保できている。 | | |
| 乗用車販売店（経営者） | ・ 政権交代してから、株価は上がり、円安に動いている。将来への安心感から、消費が刺激され、小売業や自動車、家電販売などが良い方向に動く。 | | |
| 乗用車販売店（経営者） | ・ まだ数字としては出ていないが、来場者が増えたことや、客の会話の内容も良くなっているため、今後に期待している。 | | |
| 乗用車販売店（販売担当） | ・ 政権も代わり、景気対策への期待感が大きい。 | | |

| | |
|---------------------|--|
| 住関連専門店（店長） | ・ 政情が安定すれば消費者の安心感が生まれて、必需品以外の嗜好品にも目を向けてもらえる。その傾向をこれまでも実感しており、今月もその雰囲気を感じている。 |
| 住関連専門店（店員） | ・ 新生活需要が見込まれる。 |
| その他専門店〔宝石〕（経営者） | ・ 新政権の打ち出した政策が少しずつ実を結び、すべての状況が変化すれば、今よりも良くなる。 |
| 高級レストラン（スタッフ） | ・ 3～4月の打ち上げや送別会の時期には、例年忙しくなる。 |
| 高級レストラン（支配人） | ・ 観光シーズンを迎えての季節変動に期待するだけである。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・ 企業の決算や人事異動が多い時期になるので、使いやすいセットメニューを用意して新規顧客をつかんでいきたい。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・ 市の配布する広告に載せてもらうことになり、街歩きのパルにも参加することが決まり、店の宣伝になるため、来客数は増える。 |
| 一般レストラン（店員） | ・ 商品の販売促進もコンスタントに行っており、不評も聞かれないため、来客は期待できる。ただし、近隣には7月にショッピングモールができるため、その影響は受けそうである。 |
| 一般レストラン（経理担当） | ・ 今後の政策推進への期待感で、海外の投資家も好反応を示している。 |
| 観光型ホテル（経営者） | ・ 寒さが緩んできて外出の機会が多くなるため、今よりも良くなる。 |
| 観光型ホテル（経営者） | ・ 総選挙が終わって新内閣が誕生し、経済政策によって全般的に明るさが出てくる動きになっている。とにかく現時点では最悪の状態であるが、少なくとも現状よりも良くなるという大きな期待を持っている。 |
| 都市型ホテル（支配人） | ・ 今のような円安、株高の状況が続けば景気は良くなる。ただし、個人所得の増加はもう少し先（6か月後）になる。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・ 宴会については、製薬や建設関係の企業からの受注が好調で、前年を上回る予約率となり、単価も上昇傾向である。レストラン部門はランチ営業の伸び悩みはあるが、季節商品をはじめ、気軽に利用してもらえるプランや宴会の2次会プランで夜の利用率が上がっている。宿泊は高単価の客が戻ってきたほか、インターネット予約の料金をコントロールしていることもあり、順調に販売できている。 |
| 都市型ホテル（客室担当） | ・ 新政権となり、市場では円安、株高が予想以上に進んでいる。昨年の訪日外国人が過去2番目の多さとの発表もあり、今後追い風になる。 |
| 都市型ホテル（総務担当） | ・ 新政権による景気刺激策に期待している。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・ 予約件数が伸びているわけではないが、海外旅行の高額商品の申込が増加している。高所得層への株高の影響は大きい。 |
| タクシー運転手 | ・ 新政権の誕生によるリセット効果か、客の乗車機会が増加し、日々の営業収入が例年よりも確実に増加している。 |
| タクシー運転手 | ・ 金融緩和や公共事業などで、多少は景気が回復する見込みである。 |
| 通信会社（経営者） | ・ 政府の景気対策や、円安の影響が出てくる。 |
| 通信会社（社員） | ・ 例年、春先は転居などのためブロードバンドの需要が増加する。今年は少し景気が上向いてきているので、期待していきたい。 |
| テーマパーク（職員） | ・ 政権交代により、何とか現場の閉そく感を打ち破ってほしい。デフレの脱却と、特に低所得層の賃金水準の向上は同時に行わなければならない、難しいかじ取りであるが、とにかく成し遂げてもらいたい。 |
| 観光名所（経理担当） | ・ 1月は昨年に比べて、元旦から月半ば近くまで雪がなく、売上、来客数共に好調であったが、それ以降は土日も含めて雪の予報が多い。数年前の当県北部の豪雪地区を含めた市町村合併により、客足が遠のいてしまっている。当然、体験教室などの予約のキャンセルも相次ぎ、困惑している。ただし、月前半の好調で前期並みの数字は上げられそうで、客から受ける雰囲気からは、幾分は上向きな感じがする。 |
| 観光名所（経理担当） | ・ 3か月後に施設観覧スペースを拡充し、リニューアルオープンする予定である。その告知のため、テレビCMや車内広告などでの露出を増やし、客を呼び込む。 |
| その他レジャー施設〔球場〕（経理担当） | ・ プロ野球が開幕して、4月には公式戦があり、ほかにも人気グループなどのコンサートが開催されるので、多数の来場者数を見込んでいる。 |

| | | |
|-------|----------------------------|--|
| | その他サービス [保険代理店] (経営者) | ・いったん3月決算で株価、為替が少し元に戻る可能性はあるが、しばらくは良い方向で進む。悲観的に活動、報道するのではなく、国を挙げて前向きに活動していけば必ず好転するし、好転させなければいけない。 |
| | その他サービス [マッサージ] (スタッフ) | ・毎年寒い時期になると来客数は減るが、暖かくなってくると増加する。 |
| | その他サービス [生命保険] (営業担当) | ・景気の先行きに対する期待感が高まっているため、生命保険の加入を検討する客が増える。 |
| | 住宅販売会社 (経営者) | ・新政権による具体的なデフレ脱却政策が効果を発揮することを願うばかりである。 |
| | 住宅販売会社 (経営者) | ・政権交代後の期待感がある。紙幣を大量に印刷してデフレを脱却するには大きな不安感もあるが、身動きできなかったところに比べると、少なくとも短期的には良い結果となる。 |
| | 住宅販売会社 (従業員) | ・新政権の政策運営への期待感から、短期的には良くなる。 |
| | 住宅販売会社 (総務担当) | ・段階的な消費税増税のため、大きな駆け込み需要はなく、その反動も少ない。 |
| | その他住宅 [展示場] (従業員) | ・消費増税の懸念から、需要の前倒しで住宅展示場の来場客が急増している。 |
| | その他住宅 [情報誌] (編集者) | ・円安、株高による企業業績の改善により、消費マインドは上昇傾向を示す。マンション購入の検討者についても、消費増税前の検討が今後増加する。 |
| 変わらない | 商店街 (代表者) | ・毎年この時期は売上が悪くなるため、売上の低下を抑えることが課題である。 |
| | 一般小売店 [時計] (経営者) | ・平均年齢が比較的高い店のため、少し姿がみえなければ、亡くなったり、入院といったマイナスの話がよく聞かれる。長い付き合いの客が少しずつ減っていく一方、その分新しい客が増えるとは考えられないため、先行きが不安定であり厳しい。 |
| | 一般小売店 [花] (経営者) | ・株価上昇などの明るい兆しは多少あるが、一般に浸透してくるにはまだ時間がかかる。 |
| | 一般小売店 [精肉] (管理担当) | ・2%の物価上昇は少し目標が高すぎて、どこかであきらめ感が出るのではないかと。国全体で何とかしようという雰囲気は感じるが、実態の底上げは難しい。 |
| | 一般小売店 [鮮魚] (営業担当) | ・好転する材料が見当たらない。 |
| | 一般小売店 [衣服] (経営者) | ・今後も今の状態が続く。 |
| | 一般小売店 [衣服] (経営者) | ・本格的な春が来るまでは、衣料品の動きは悪いと思われる。ただし、最近の消費者の様子や周囲の雰囲気を見ると、数か月前とは違って暗さが少なくなっている。政権が変わり、経済政策もまだ楽観視できないとはいえ、感覚的には希望を持っている。数か月先にはまだ難しいかもしれないが、もうしばらく我慢すれば、景気が上向いているという実感が得られると期待している。 |
| | 一般小売店 [野菜] (店長) | ・新政権になり、確かに変わりかけているが、末端にまで影響が及ぶにはまだまだ時間がかかる。 |
| | 一般小売店 [雑貨] (店長) | ・相変わらず低空飛行を続けている。過疎化ではないが、自分が年を取っていくと共に客の年齢も上がり、亡くなる方も出てくるので、客の数そのものが減っている。健康志向もますます強まってくるので、売上の伸びる要素が見当たらない状態である。 |
| | 一般小売店 [菓子] (営業担当) | ・今後2、3か月先も景気回復は期待薄である。政権が変わり、少しでも景気回復を期待したいものである。 |
| | 百貨店 (売場主任) | ・現状のなかでは大きく下がることはないが、上がることも非常に考えにくいので、今年の動きをベースとして推移していく。 |
| | 百貨店 (売場主任) | ・円安が企業業績に好影響を与える反面、食料品やガソリン価格、電気料金などの上昇による悪影響が懸念される。個人所得の増加は現状では期待できないことから、消費マインドの高まりは期待できない。 |
| | 百貨店 (売場主任) | ・新政権による経済対策が景気回復につながる期待はあるものの、所得が増え、消費に結びつくまでには時間がかかると思われる。春には大阪地区にまた新たな商業施設が誕生し、流通業界の競争は激化する一方である。新たな顧客を獲得できない限り、景気の好転は難しい。 |
| | 百貨店 (売場主任) | ・円安、株高などの効果は一般消費者には無縁であり、増税に対する意識が消費マインドを更に悪化させる可能性がある。 |
| | 百貨店 (企画担当) | ・株価の回復など、プラスの要素がある一方、ガソリン価格の高騰に加え、消費税の増税などのマイナス要素も多く、積極的な消費拡大は期待できない。 |

| | |
|----------------------|--|
| 百貨店（販促担当） | ・政策によって市場環境は変化し始めているものの、客はまだ半信半疑であるため、守りの姿勢はしばらく続くと予測される。一方、消費増税や株高により、高額品の動きには少し明るい兆しが出てくる。 |
| 百貨店（外商担当） | ・一部の大手企業、富裕層は景気の恩恵を受けるが、中小企業が好調になることはなく、一般消費者の給与も上がらない。 |
| 百貨店（商品担当） | ・日本銀行を絡めたインフレ誘導、消費税増税と、当面は家計の支出増が先行する一方、収入面の見通しが不透明なため、活発な消費行動にはつながりにくい。 |
| スーパー（経営者） | ・競合店の数が多いので、客がいろいろな店を回り、当店で買物することはしばらくない。 |
| スーパー（経営者） | ・政府から景気対策は打ち出されているが、現状では給料の上がる気配はない。給料が上がり、消費の動きに反映されるのは、まだまだ先になる。 |
| スーパー（経営者） | ・円安の影響が現在は表れていないが、2、3か月後には原材料高による値上げ圧力など、製造側からの要請は強くなると思われる。ただし、店頭でのデフレ状況はすぐには変わらないため、小売店同士の厳しい消耗戦が続く。 |
| スーパー（店長） | ・三本の矢でも、多くの企業のデフレ予想は変わらない。円安も燃料の輸入が増えればコスト増となり、消費税も上げれば負担増となるなかで、価格を上げないということは賃金でコストを抑制するしかない。物価だけが上昇し、収入が増えないということは、生活水準の低下を招く。 |
| スーパー（店長） | ・新しい局面を迎えることで、期待を持ちたいという気持ちは強いものの、不確定要素が多すぎて、まだしばらく楽観的な展望を持ってないのが正直なところである。 |
| スーパー（経理担当） | ・アベノミクスは期待先行気味で、实体经济にいつ影響が出るかは不透明である。消費増税の時期が近づいて、節約志向が高まる懸念の方が強い。 |
| スーパー（販売担当） | ・客の買物の仕方をみていると、広告に価格を出した商品などには朝から行列を作っても買う意識がみられるが、それを買おうと、ほかの物は買わずに帰ってしまう。また、ポイント何倍、カードサービスデーなどの特典がある日を、うまく使い分けている。 |
| スーパー（開発担当） | ・電気代やガソリン、灯油などが値上がりし、株価も上がっている。デフレからの脱却策の影響かもしれないが、賃金が上がらない今、景気は決して良くならない。 |
| スーパー（企画） | ・円安や株高、公共投資など、先行きの経済活動は上向くと思われるが、4月からの電気料金の値上げや来年の消費税増税問題による消費の後退のほか、賃金上昇は来年以降とみられることから、小売を取り巻く環境の改善は来年以降になる。 |
| コンビニ（経営者） | ・今建設中のマンションが完成時期になってくる。 |
| コンビニ（店員） | ・現状よりも回復する見込みは薄く、しばらくはこのままの状態が続く。 |
| コンビニ（広告担当） | ・低調なトレンドに大きな変化はない。アベノミクスの影響も消費者の心理や行動が変わるまでには時間がかかる。 |
| 衣料品専門店（営業・販売担当） | ・客が新しいスーツを作るという気持ちにならない。 |
| 衣料品専門店（販売担当） | ・買い控えはあるが、それほどでもない。今後の世の中がどうなるかを客はシビアにみている。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・新車の販売、車検の入庫予約など、すべてが全体的に減ってきている。 |
| 乗用車販売店（営業担当） | ・政権が代わり、景気の底上げを期待しているが、自動車取得税の廃止によって恩恵を受ける車種は、元々免税であるハイブリッド車などのエコカー以外となる。現在の消費トレンドに合った車種ではなく、影響は大きくない。 |
| その他専門店〔食品〕（経営者） | ・天候次第である。 |
| その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当） | ・デフレの解消感は全くない。 |
| その他専門店〔宝飾品〕（販売担当） | ・状況を悲観してか、他社では社員の商品横領や行方不明といったトラブルが発生している。 |
| 一般レストラン（スタッフ） | ・新政権となったが、まだ景気の上昇には結びつかない状況であり、しばらくは現在の状態が続く。 |
| スナック（経営者） | ・客1人当たりの価格を下げたことにより、売上は下がっているが、店としての活気が出て、先につながるのではないかと期待している。 |
| その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長） | ・景気回復を期待したいが、消費を下支えする給与水準の変化は当面期待できない。 |

| | |
|--------------------------------------|--|
| 観光型ホテル（経営者） | ・当観光地や県では、今年は目立ったイベントや話題もなく、地域での誘客、販促ツールが特にならない。景気全体が上向いてくれることが頼りであるが、急激な上向きは期待できないため、まだしばらくは厳しい状況が続く。 |
| 観光型旅館（経営者） | ・このところは徐々にガソリン、灯油が値上がりして、家計への圧迫感がある。さらに、公務員の給与や退職金の減額などが景気の動向に影響するのではないかと懸念される。 |
| 観光型旅館（団体役員） | ・一部ではあるが、売上、収益の減少など、景況の変化を見込む傾向にある。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・新政権から景気対策が矢継ぎ早に出され、円安傾向が続いているが、顧客からは持続するかを見極めるとの声が多いほか、反動への不安も強い。春休みに向けて客が動く時期ではあるが、前年よりも予約ペースが遅く、結局は価格競争が続くものと思われる。 |
| 都市型ホテル（マネージャー） | ・宿泊部門は、やや円安に振れていることもあり、訪日外国人は増加が予想される。宴会、レストラン部門は前年並みで推移する予想であるが、株価上昇も含め、期待感は大い。 |
| 旅行代理店（広報担当） | ・政権交代による景気の上向き感という印象のなかで、徐々に現実がみえてくるのが、新年度ぐらいであるという客が多い。 |
| タクシー運転手 | ・良くなるという気配がある。 |
| タクシー運転手 | ・とても寒い日が続いているので、今まで歩いてきた人がタクシーに乗るなど、多少の回転はあるが、夜遅くの人出が少ないので、全体的には変わらない。 |
| 通信会社（企画担当） | ・大きく前進する要素は見当たらない。 |
| 競輪場（職員） | ・例年の傾向からみると、やや悪くなる。政権交代から市況の上昇や円安など、アベノミクスの期待が作用しているのか上向きであるが、今の状況が続くとは思えない。 |
| 競艇場（職員） | ・今月と2～3か月先の購買単価は、同じ水準で推移する。 |
| その他レジャー施設 [イベントホール] (職員) | ・新政権が2%の物価目標、消費税増税に関する負担軽減措置を打ち出しているが、効果が出るのはまだまだ先のように思われる。貿易赤字、円安などの経済面の課題が多すぎるため、生活面にまで手が回るのかどうか疑問である。 |
| その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当) | ・新政権の景気対策がレジャー業界に波及するには時間がかかる。また、円安や原油高による燃料価格の上昇が懸念される。 |
| 美容室（経営者） | ・1月は正月キャンペーンで客単価は下がったが、来客数が増えた分、売上は少し増加している。ただし、2月以降はまた何かキャンペーンをしない限り、増加は見込めない。特に、寒さが収まらない限り、年配客の来店は望めない。 |
| 美容室（店長） | ・今月は在庫がたまっていたため、それを消化するために福袋の販売を行い売上が伸びたが、一過性の動きであり、来月以降は元に戻る。 |
| その他サービス[学習塾] (経営者) | ・2月に無料体験キャンペーンを行うため、その結果次第で生徒数に変化が出る。 |
| その他サービス[ビデオ・CDレンタル] (エリア担当) | ・レンタル、書籍などは少しずつ改善の傾向がみられるものの、CD販売などは予断を許さない状況が続いている。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・マンションの販売状況は引き続き好調に推移すると思われるが、インフレ懸念により土地価格や建築費が高騰し始めており、事業用地の取得に関しては非常に厳しくなってきている。 |
| 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) | ・不動産、建築業界は少し景気が良くなるかもしれないが、3月以降は倒産が増加するほか、雇用の回復も進んでいないため、景気回復にはまだまだ時間がかかる。 |
| やや悪くなる | 商店街（代表者） ・地域内競争の激化で、大変厳しい状況が続く。 一般小売店[珈琲] (経営者) ・為替、株価は動いているが、消費につながっていくかは不透明で、良くなるとは思えない。 スーパー（企画担当） ・2%の物価目標導入によるデフレ対策は、賃金上昇が望めない以上、価格競争に拍車をかけることになるため、小売業としては決して楽観できない。 コンビニ（店長） ・たばこの販売減は収まる気配がなく、それに代わる商材はなかなか見当たらない。今後、コーヒー（ドリップ）のサービスが始まるが、まだ少し先になる予定である。 コンビニ（店員） ・近くにできたコンビニの影響で、来客数が減り、客単価も下がっていく。 衣料品専門店（経営者） ・新政権の誕生で気分的に買う気分は高まっているものの、円安のデメリットが先に来るため、消費が伸び悩む。事実、ガソリン価格がじりじりと上がっている。 衣料品専門店（経営者） ・3か月後はセールが終わり定価販売の時期になるので、よほどの好材料がない限り、現状よりも落ち込む。 |

| | | | |
|----------------------------|--------------------|---|---|
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・車の販売がかなり低迷しており、安くしないと売れない感がある。修理は乗換えサイクルが長くなっているので増えているが、こんな部分が壊れるはずがないなど、意味の分からないクレームがくることもある。1件の単価は下がっているが、数は増えている。 |
| | | その他飲食〔ファーストフード〕（店員） | ・来客数が少ない状況は続いており、今後も売上が増えることはない。 |
| | 悪くなる | 一般小売店〔花〕（店長） | ・消費税の増税や原油の高騰などで、今後も景気はますます後退する。 |
| 企業 動向 関連 (近畿) | 良くなる | 木材木製品製造業（経営者） | ・新規事業の成果が出てくることで、売上、利益は増収増益が見込める。 |
| | やや良くなる | 食料品製造業（営業担当） | ・近々、物価が2%上昇するといわれており、物価が上昇する前に住宅、自動車、食品の売上が一時上昇する。春先になり気温も上昇するため、売上も伸びる。 |
| | | 家具及び木材木製品製造業（営業担当） | ・材木の配達量が増えてきている。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（情報企画担当） | ・季節的な要素が大きい入学シーズンが始まり、大学、専門学校では忙しい時期になっている。その一方、長期的な展望がまだみえず、所得の増大が期待できない現在、消費マインドは高まってこない。安定している医療業界では新しい動きが出てきているため、これからも期待が持てる。 |
| | | 化学工業（経営者） | ・細かな物も含めて、問い合わせ物件が増えてきており、景気が良くなる期待が持てる。 |
| | | 化学工業（管理担当） | ・アベノミクスによる株高や円安がしばらく続く。 |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | ・現在の仕事の動き（量、スピード）をみると、回復の兆しが出てきている感がある。見積の成約率が上がっていることも、評価の対象としている。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・政府のデフレ対策などが具体化してきているので、市場が動き出すことに大きな期待感がある。 |
| | | 金属製品製造業（営業担当） | ・住宅関連の取引先向けの出荷が安定しているのに加えて、一般建築向けの出荷も動きが出つつある。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・円安や株高で雰囲気は良く、景況感も良くなっているため、先行きに期待している。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・当社の取引先は海外にシフトしているので、短期的には今の円安が収入の面ではありがたい。これからドル建て価格を下げるができるため、2か月先は良くなるが、5年後は分からない。しばらくは政治から目が離せないが、公共投資の大幅な増加はいつか来た道であり、先行きが懸念される。 |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・戸建住宅やマンションの建設に勢いがみられ、年度末に向けては、既存物件の省エネ工事もあり、受注増を想定している。 |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・株値上昇や円安など、良くなりそうな感覚は出てきている。 |
| | | 電気機械器具製造業（経理担当） | ・季節的要因から考えると、良くなることが見込まれる。ただし、根本的な景気改善が実現しているような感覚ではない。 |
| | | その他製造業〔履物〕（団体職員） | ・新政権の誕生後に金融緩和政策が発表され、円安、株高に振れた効果が今後出てくることを期待する。 |
| | | 建設業（経営者） | ・4月まではこの状況が続くと思われる。特に太陽光発電事業は、今年一杯は伸びると予想している。 |
| | | 建設業（経営者） | ・消費増税に向けて、積極的な景気刺激策が次々と出てきそうなので、営業もしやすく、個人、企業共に重い腰が上がるのではないかと期待している。 |
| | | 通信業（管理担当） | ・アベノミクス効果で、更に良くなる。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・新政権になり期待感も大きい。今後も景気回復への期待から徐々に良くなる。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・集金や契約継続などで読者と接していても、昨年までは後ろ向きの会話ばかりで、向上する気配すら感じなかったが、1月は景況感の改善からか、読者の気持ちも上向いているように感じる。事実、経済的な理由での購読中止が今はなくなっている。 |
| | 広告代理店（営業担当） | ・広告依頼の問い合わせは増えてきている。 | |
| | 広告代理店（営業担当） | ・気温が上がってくれば、春物が動くほか、外出も増えてくる。 | |
| | コピーサービス業（店長） | ・季節的な特需を期待できない時期ではあるが、来店客へのヒアリングなどを分析すると、今後も店舗やサービスの認知が進み、右肩上がりで推移する。 | |
| | その他非製造業〔民間放送〕（従業員） | ・一本調子の株値上昇局面が終わった後、改めて業績向上が鮮明になる。 | |
| | 変わらない | 食料品製造業（経理担当） | ・円安や株高の動きが激しいが、一般に景気回復が浸透してくるまでには少し時間がかかる。 |

| | | |
|----------|---------------------|---|
| | 繊維工業（団体職員） | ・国内景気の動向に左右されるので、早期の回復を願っている。 |
| | 繊維工業（総務担当） | ・物価の上昇が所得の増加へとつながる予測が立たず、さらに消費へつながるまでのコスト増をうまく吸収できるかが不安である。 |
| | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・顧客と仕入先の様子にかなりの格差がある。全体的には変わらないように感じる。 |
| | 化学工業（企画担当） | ・年末年始の需要期も終盤を迎えて、販売量が落ち着いている。販売量の増加につながるような要因が見当たらない。 |
| | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・先日の業界の賀詞交歓会では、政権交代したことで、1年前とは違って何となく明るい雰囲気であった。ムードだけではなく、確実に政策が実行されれば、今年の後半には期待が持てる。 |
| | 一般機械器具製造業（設計担当） | ・株価などは上昇するかもしれないが、一般的に景気の上昇はまだ先になりそうである。 |
| | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・景気が上向きになるのは、夏ごろから先になる。 |
| | 電気機械器具製造業（宣伝担当） | ・現状、縮小している市場でのシェアの奪い合いとなっている。市場自体が拡大するには、根本的な景気回復による全体的な消費増加が必要であるが、それはまだまだ難しい。 |
| | 輸送用機械器具製造業（経理担当） | ・アベノミクスが最終的に経済にどのような影響を及ぼすかによって、今後の景気は左右されるが、当面急激な改善は期待できない。 |
| | その他製造業〔事務用品〕（営業担当） | ・新学期、入学の時期となるが、例年よりも受注量が減少している。 |
| | 建設業（経営者） | ・東日本大震災の本格復興が始まれば、職人や建設資材の不足や価格の高騰が予想される。厳しい価格競争のなか、工事の受注がより困難になる。 |
| | 輸送業（営業所長） | ・年度末で荷動きは良くなるだろうが、近年はトラックの確保が難しい。 |
| | 輸送業（営業担当） | ・中小の工場では、円安による輸出増で好景気とはなりにくい。逆に荷物が減っている工場が目立っており、不況感がある。 |
| | 不動産業（営業担当） | ・円高が一服したことにより景気のマインドが少し良くなっている。その効果は3か月後にはより一層出てくると思われるが、景気の上昇とまではいかず、横ばいが続く。 |
| | 司法書士 | ・現在のところ、気持ちは前向きになっているが、設備投資をしたり、事業を拡大するには時間がかかる。景気回復の期待感が高まっていると思われるが、短期間では変化はない。 |
| | 経営コンサルタント | ・電機業界での仕事は、各社の苦戦により、しばらくは変わらない。 |
| | その他サービス〔自動車修理〕（経営者） | ・政権が代わって、これから動きが出てくる。 |
| | その他サービス業〔店舗開発〕（従業員） | ・2%の物価目標の導入が発表されたが、所得が増える可能性は低く、単に物価が上がるだけでは経済の回復が期待できない。ただし、何も手を打たないよりも、少しの望みを託して、今後の政府、日本銀行の動きを注視したい。 |
| | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | ・実際のところまだ実感がないので、変化はない。 |
| やや悪くなる | 食料品製造業（従業員） | ・為替、株価などが上昇基調で、デフレ脱却に関するニュースもよく聞か、末端の製品を製造販売している当社には縁遠い話で、まだまだ値下げの商談ばかりである。公共投資の効果が末端の製品までたどり着くには数年かかる。まだまだ耐えなければならない長い期間のハードルが控えている。 |
| | 繊維工業（総務担当） | ・政権交代により中長期的には景気が良くなり、消費者の可処分所得の増加を期待しているが、短期的には消費税の増税といったマイナス要素の方が強く、景気が悪化する。 |
| | 一般機械器具製造業（経営者） | ・顧客の企業再編が落ち着かなければ、新規投資計画も定まらないため、ここしばらくは当社を取り巻く景況は停滞する。 |
| | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・4、5月分の受注が少なく、新規の案件がない。 |
| | 輸送業（商品管理担当） | ・毎年2、3月は集荷の荷物が少なくなる傾向にある。 |
| | 輸送業（営業担当） | ・商品がマンネリ化しており、売上が落ちてきている。 |
| | 広告代理店（営業担当） | ・年度末の広告出稿の動きが今年は振るわない。 |
| 悪くなる | - | - |
| 雇用 関連 | 良くなる 人材派遣会社（支店長） | ・新政権に代わり、公共事業関連を中心とした受注が増えてくる。 |

| | | | |
|-------|----------------|---|---|
| (近畿) | やや良くなる | 人材派遣会社（経営者） | ・年度末を迎え、各分野でかなり忙しくなっている。先行きは新政権になって景気が良くなる期待で、派遣から正社員に切替える動きがみられるため、4月以降もかなり忙しくなるという期待が持てる。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・アベノミクスに対する経済界の期待で、円安、株高となっている。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・求人数、求職者数共に増加している。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・政権が代わり、期待感も含めて多少良くなる。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・硬直した経済状況から、新しい可能性が出てきてほしいという期待感は大い。企業対策や、人材の交流が活発化することを期待する。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（管理担当） | ・本格的に上向くか否かは、今後の政権運営で実績を上げられるかどうかにかかっていると思うが、求人広告に関しては、ここ数か月安定的に増加しており、少なくとも2、3か月の短期では良くなる。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・新政権への期待感からか、株価、為替が上がっている。税制改正大綱も発表されたが、まだ実感はない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・円安傾向により、製造業を中心とした求人の増加が期待されるが、海外経済の減速長期化などによる影響が懸念される。 |
| | | 民間職業紹介機関（大学担当） | ・経済環境の改善による企業の回復傾向は、先の雇用を生み出す可能性が高い。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・円安基調が続き、日本企業の動きが活発化する。 |
| | 学校〔大学〕（就職担当） | ・求人への依頼に来る方々も、心なしか明るい感じがある。 | |
| | 学校〔大学〕（就職担当） | ・2014年3月の卒業見込み者（現3年生）に対する求人数が、昨年よりも増えている。 | |
| 変わらない | 人材派遣会社（役員） | ・3月の年度末に向け、例年どおりの受注は期待できるものの、相変わらず売手市場の状況が続くことが予想される。その結果、直接的に売上増には結びつかない。 | |
| | 職業安定所（職員） | ・円安傾向にあるが、企業業績が好転するまでには至っていないこともあり、先行きが不透明である。 | |
| | 職業安定所（職員） | ・当県は大規模な企業がないほか、下請企業が多く、なかなか仕事が回ってこないため、景気は低調な傾向が続いている。 | |
| | 職業安定所（職員） | ・新規求人の状況には陰りがみえていたものの、1月に入ってから円安や株価の上昇、新政権への期待感が好影響を与えているのか、求人の状況はやや持ち直している。製造業においては、受注状況が芳しくないという声が多く聞かれる一方、明るい兆しがあるという声もある。ただし、周辺では雇用調整や倒産の情報も少なからずあり、景気が好転する感触はあるものの、状況を注視する必要がある。 | |
| | 職業安定所（職員） | ・政府は13年度の政府予算案を閣議決定したが、この予算は雇用面に効果があるかどうか不透明である。 | |
| | 民間職業紹介機関（職員） | ・新規マンションの建設などが目立ち、日雇い求人（建設部門が大半）はまだ増える余地はあるが、労働者の高齢化や人手不足が足かせになっている。 | |
| | 民間職業紹介機関（支社長） | ・製造業においては円安の追い風を期待したいが、採用計画を上方修正するほどの影響はない。 | |
| | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・しばらくは好転する兆しがない。 | |
| | やや悪くなる | - | - |
| | 悪くなる | - | - |