

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	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・ 知り合いが戸建住宅に住み替えようと、今住んでいる築5年のマンションの売却を仲介業者に依頼したところ、すぐに当初の購入価格よりも300万円を超える引き合いが数件出てきたそうである。様々な場面で景気上昇を示す動きが出てきている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・ 商店街でのイベント開催による来客数の増加が見込まれる。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・ 悪い予測ばかりしていたが、大きな変化はなかったため、景気は少し上向きになる。
		百貨店（売場主任）	・ 3月の売上は前年比で26%増、4月は14%減、5月は6%減、3月からの累計は3%増と、大きな落ち込みはない。今後は給与の増加や夏のクリアランスセールなどの販促強化により、購買心理は好転し、前年を上回る動きとなる。
		百貨店（売場主任）	・ 消費税増税の影響が徐々に薄れてくる。ただし、所得が増えているのは一部の消費者に限定されており、大きな回復は望めない。したがって現状より良くなる可能性はあるものの、増税前のレベルまで回復するかは消費者の所得が増えない限り、不透明感が残る。
		百貨店（営業担当）	・ 海外の高級ブランド品の値上げが一段落し、駆け込み需要や買い控えも落ち着いてくるため、高額品の売上は全般的に良くなっていく。
		百貨店（営業担当）	・ 消費税増税の影響がなくなるため、夏物の動きに期待している。
		百貨店（販促担当）	・ 消費者は想定よりも早く消費税増税に慣れてきているように感じられる。今後は増税前の買いため商材が切れてくる時期であり、シーズンも盛夏となるため、消費の回復に期待している。夏のボーナス支給額が増え、株価が堅調に推移すれば、懸案の高額品についても回復していきそうである。
		百貨店（店長）	・ 夏のボーナス支給額が増える見込みとなっており、個人消費には一定の押し上げ効果が見込まれる。
		百貨店（商品担当）	・ 夏のボーナス時期をめぐり、駆け込み需要の反動減は比較的早く落ち着き、当初の見込みよりも軽めに済みそうである。
		百貨店（服飾品担当）	・ 春の消費は3月の駆け込み需要と4～5月の買い控えで少し不安定な状況であったが、夏物商戦の出足は決して悪くはなく、サンダルやパラソルといった商材の売上が今後伸びていく。
		百貨店（売場マネージャー）	・ 富裕層は消費税増税に関係なく回復すると思われる。前回の消費税増税時よりも確実に回復傾向が強い。
		百貨店（外商担当）	・ 7～8月になると、消費税増税の影響はほとんどなくなると思われ、ボーナスの増加や賃上げによって消費マインドが上がっていく。
		百貨店（売場マネージャー）	・ 消費税増税の影響が更に薄れてくる。
		百貨店（マネージャー）	・ ファッション商材が気候の変化に伴って動き出しているほか、夏のボーナス増もあり、宝飾品や時計の下見客が増加してきている。
		スーパー（店長）	・ 5月の結果が良かったので、今後に期待できる。ただし、突発的な要因で方向感が変わる場合もあるため、もう少し様子を見守りたい。
		スーパー（店長）	・ 消費税増税の影響が薄らぐことで、状況は良くなると思われる。ただし、全体的な賃上げ水準次第では、それほど楽観視はできない。
		スーパー（店長）	・ 生鮮品に関しては、消費税増税による値上げもあり、4月以降は前年の売上をクリアしている。一般食品でも回復がみられるため、夏場に向けての新たな商品の訴求を行い、販売点数を増やしていけば、若干の売上増が見込まれる。
		スーパー（店長）	・ 夏に向けて緩やかに回復すると思われる反面、節約志向による販売減も懸念されるため、まだまだ楽観視できない状況が続く。
		スーパー（店長）	・ 販売点数が緩やかに回復してきている。
	スーパー（企画担当）	・ 日用品や住居関連、衣料品の販売回復が期待できる。	
	スーパー（広報担当）	・ 消費税増税の影響が一段落し、ボーナス支給などで消費意欲が喚起される可能性がある。	
	スーパー（社員）	・ 心配された消費税増税の影響も一時的で、客の購入量、金額共に堅調である。賃金の増加もあって、客の消費意欲が高まっていると感じる。唯一の懸念材料は、今夏は冷夏となる予測が出ており、昨年までのような猛暑による売上確保が難しくなりそうなことである。	

スーパー（企画）	・食品では、既に生鮮食品の回復がみられる。一般食品は、一部の品目で駆け込み需要の影響が残るものの、中元商戦などに合わせて回復するだろう。衣料品は気温の変化やトレンドによって消費が拡大するほか、住居関連品も駆け込み需要による購入分が消費されることで、徐々に回復が進む。
コンビニ（経営者）	・近隣ではマンション建設が多く、工事が始まれば作業員の来店が増えてくる。また、アイスコーヒーの新サイズが発売となり、現在は売上が10%ほど増えているが、これからの季節は20～30%ほど増える見込みである。
コンビニ（経営者）	・今年も猛暑の長期予報が出ている関係で、飲料やアイス類の売上が好調に推移することが期待される。また、プレミアム商品の好調も続きそうであり、客単価の上昇が見込まれる。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・クールビズが始まっているが、夏物スーツやジャケットの受注は減っていない。
家電量販店（企画担当）	・消費税増税時の駆け込み需要により、業績好調の企業が増えている。夏の賞与増が期待できるため、消費者の購入意欲も高まることが予想される。
乗用車販売店（経営者）	・4月からの消費税増税後の買い控え感も一段落した。ウクライナや南シナ海の問題もあり、世界情勢は不安定になるかもしれないが、日本国内では過去最高益を出す企業も出てくるなど、やや景気は良くなる。
乗用車販売店（営業担当）	・4月の消費税増税後にみられた、客の動きの冷え込みもかなり落ち着いてきており、今後はますます良くなっていく。
乗用車販売店（販売担当）	・来客数は確保できているので、今後受注量は増えてくる。
乗用車販売店（営業企画）	・7月のボーナス商戦時には回復する。
乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税後の落ち込みもそろそろ終わる。増税したからといって、客足が減少しているわけではなく、良い物は欲しいという感覚は増税前と変わらない。
住関連専門店（店員）	・気温が上がりがきつてしまえば、夏物商品の販売実績が良くなる。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・買い控えも少しずつ落ち着き、生活必需品は動きが戻りつつあるが、消費税増税の影響で少し堅実な購入スタイルになる。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・厳しい状況が続いているが、夏物のセールが始まることもあり、ある程度は購買意欲が戻ってくることを期待したい。
高級レストラン（スタッフ）	・夏のボーナス時期となるため、少しでも客単価、特にアルコール類の単価上昇を期待している。
一般レストラン（経理担当）	・消費税増税後の落ち込みは事前予想の範囲内に収まった感がある。今後を見通すと、個人消費は所得、雇用環境の改善に伴って持ち直しが進むほか、公共投資の拡大が下支えとなり、穏やかな回復が続く。
スナック（経営者）	・多少は潤い、近所の店もにぎわっている。ただし、好景気が予想されるとまではいえない。
観光型旅館（経営者）	・今後、夏の行楽シーズンに入る。天候に左右されるが、予約は順調である。
都市型ホテル（総務担当）	・売上の動きをみると、明らかに4月以降は消費税増税の影響が出ている。ただし、日を追うことに回復しており、6月以降はボーナスの支給増の影響で回復が本格化する。
旅行代理店（経営者）	・国内旅行のマイナスを、海外旅行でカバーする傾向となっている。ビジネスクラスの利用など、高額商品で国内旅行のマイナスをカバーしているため、賞与のアップに期待している。
旅行代理店（営業担当）	・円安の継続や株価の安定、臨時手当の支給、ベースアップの効果などが徐々に出てくる。
タクシー運転手	・大手企業によるハイヤー予約が順調に推移しており、今後に期待できる。
通信会社（企画担当）	・景気回復による可処分所得の増加により、ゲームへの参加者が増える。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・人の動きは悪くないので、レジャーの消費マインドも上がってくると期待している。
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、暖かくなると来客数が増加する。
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は増える。
変わらない	一般小売店〔衣服〕（経営者） ・今夏は冷夏となる様子で、回復の足が引っ張られる気がしている。アパレルでは夏の羽織物を若干多めに手配している。

一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・これ以上好転する材料に乏しいので、我慢比べとなる。
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・はっきりとした理由は見当たらないものの、しばらくはこのままの状態で推移する。
一般小売店〔野菜〕（店長）	・まだまだ小さな企業が回復するまでには至らない。
一般小売店〔花〕（店長）	・消費税増税の影響で横ばいの動きとなる。良くなるよりも悪くなる材料しか見当たらない。
百貨店（売場主任）	・イベントやキャンペーンには客の反応がみられるが、限定品や人気商品に関心が集中している。
百貨店（売場主任）	・今後についても店舗の耐震工事が8月まで続くため、消費税増税の影響からの回復は見込めない。
百貨店（売場主任）	・富裕層や大手企業は景気の良い話があっても、大多数を占める層にはアベノミクスによる好景気の影響もなく、消費税増税による節約意識が強まっている。
百貨店（商品担当）	・景気は少し良くなっているものの、消費税率が上がってからは、増税によって価格が1万円変わるような宝飾品などの買い控えも多い。順調に景気が右上がりというわけではない。
百貨店（サービス担当）	・新しくオープンした商業施設がより観光地化することで、海外観光客の集客などが増えるため、今の傾向に変化はない。
スーパー（経営者）	・客の財布のひもは固く、一品一品を大事に買物している客が多い。
スーパー（経営者）	・消費税増税後も、店舗人員の採用は都市部に近づくほど困難となっており、周辺の時給の水準も、昨年後半からの上昇が著しい。一方、増税後も生活必需品である生鮮品をはじめとする食品の売行きは落ちておらず、季節催事などでは単価の高い商品がしっかり売れている。今後、最も懸念されるのはエルニーニョによる天候不順である。
スーパー（店長）	・ボーナスの支給状況にもよるが、5月に感じた消費税増税の実感が消費意欲を減退させる。ただし、梅雨が短期間で終わり、冷夏にならなければ、更なる落ち込みは回避できる。一方、エルニーニョの影響が農作物などに出れば、消費へのマイナス要素が高まる。
スーパー（店長）	・消費者の生活防衛意識が高く、必要以外の支出が控えられている。
スーパー（経理担当）	・賃上げ、ボーナス増により、消費は堅調に推移する。エルニーニョによる冷夏、長雨の懸念はあるが、当面は現状の比較的良好な状態が続く。
スーパー（管理担当）	・駆け込み需要の反動については、関連する日常品の買い替えや買い足しの時期になってくる。ただし、上向く兆しはない。
コンビニ（店長）	・現在と変わらず、財布のひもは緩めずに、若干悪いまま進んでいく。
コンビニ（店員）	・当店は固定客が多いため、大きな変動はない。
コンビニ（広告担当）	・2～3か月先の景気は、天候要因の影響を受ける程度で、あまり変化はない。
衣料品専門店（経営者）	・夏にかけて、必需品に対する消費税増税の実感が出てくるため、バーゲンに多少の影響が出てくる。
衣料品専門店（販売担当）	・10月ぐらいまでは、悪いままで推移する。
乗用車販売店（経営者）	・消費税率が上がってから新車の注文予約も減り、車検などの一般修理の売上も現状維持である。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・宝飾品や貴金属類では、時計などの実用的な商品には動きがあっても、ぜいたく品とされるアクセサリ類の動きには期待できない。
高級レストラン（支配人）	・今月は3か月前と比べて販売量、来客数ともに減少している。本来、5月は例年良くなるはずであるが、消費税増税による影響として、高級レストランの利用が控えられたと考えられ、今後の回復も難しい。
一般レストラン（経営者）	・あまりにも暑くなると、外食せずに家であっさりとした食事を済ます人が増えるため、大きな期待はできない。
一般レストラン（経営者）	・地域のイベントがあるほか、チラシも入れる予定であるが、猛暑になれば商店街の人通りも少なくなるため、来客数は伸びにくい。
一般レストラン（店員）	・消費税増税の影響が徐々に出てきている。当店で価格を据え置いているが、その分の需要の上乗せが感じられない。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・企業利益が拡大し、夏の賞与も増えるといわれているが、消費税増税後の消費者心理としては、お金を使うのは必要最小限とし、日々の消費では節約意識が続く。

観光型ホテル（経営者）	・やはり消費税増税は大きな負担になっている。同窓会などのイベントではお金を使っても、普段の生活ではなかなか財布のひもは緩まない。
観光型ホテル（経営者）	・大企業では給料が増加するようであるが、中小企業には広がっていないため、まだまだ景気が上向き実感はない。
観光型旅館（経営者）	・客の動きには特に変化がみられない。例年どおり、夏場はスポーツ合宿などで既に予約が埋まっている。
観光型旅館（団体役員）	・昨年の来客数はほぼ前年をクリアしたが、今年に入り宿泊人員が減少傾向にある。売上についても前年を下回る状況である。
都市型ホテル（スタッフ）	・特に目立った予約はないが、今後も宿泊の好調は続く見込みである。一方、宴会の先行予約は前年比で大幅なマイナスと相変わらず悪く、打つ手が見当たらない。
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会、レストランは、消費税増税の影響もあり薄利多売の傾向にある。宿泊は、大阪中心部の活性化で単価は維持できているが、ビジネス利用での出張は単価が伸びず苦戦している。
都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門では引き続き訪日外国人が増加し、テーマパークの新アトラクションの効果もあり、堅調に推移すると思われる。一方、食堂部門は苦戦が続いており、回復の時期は不透明であるが、全館では前年をやや上回る売上で推移する。
都市型ホテル（客室担当）	・市内全体として、客室稼働率や単価が好調のようであるが、夏にはテーマパークの新アトラクション特需も見込めるため、今以上に活気が出る。
旅行代理店（店長）	・急激に良くなることはなく、今の状況が続く。
旅行代理店（従業員）	・賃金アップが消費の増加につながっていない。
旅行代理店（広報担当）	・ボーナスの支給額が予定どおりに増えれば、大きく落ち込むことはない。テーマパークの新アトラクションがオープンすれば、より関西の経済状況は良くなる。
タクシー運転手	・消費税増税が4月から始まり、その影響が出ている。夏のボーナス時期までは悪化が続く。
通信会社（社員）	・ケーブルテレビへの加入が4Kテレビの販売によって回復するのか、様子を見たい。
テーマパーク（職員）	・自分が商品を購入するときにも感じるが、やはり消費税増税を実感させられることが多い。それは確実に自分の消費動向に影響を与えている。商品を購入しているのに、なぜか損をした気分になるというのは、あまり消費全体にとって良いことではない。
観光名所（経理担当）	・今月は天候に恵まれ、連休も天気が良かったため、昨年を上回る来街者数となった。売上も前年比で11%ほど増えている。中でもガラス体験教室はかなり好調で、新しく建て替えた効果もあって45%のアップとなっている。消費者の手作り志向は強く、更に収容人数を増やすべく計画している。まだ改装中の店舗もあるため、すべての店舗がそろえば全体としてはもう少し良くなる。客単価も少し上がってきているため、何となく景気が上向いていると感じる。
遊園地（経営者）	・来場者数、客単価共に、大きな変動がみられない。
競艇場（職員）	・極端に悪くなる要因もないため、変わらない。
その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球の公式戦のほか、人気アーティストのコンサートなどが予定されている。夏休み期間となるため、多数の来場者を見込んでいる。
美容室（経営者）	・この春に美容室が2店舗開業したため、駅から300mの間に約30店舗が出店していることになる。人口の割に店舗数が多く、集客には気が抜けない状態である。
美容室（店員）	・特に影響を受けるような要素がないので、今後も変わらない。
その他サービス[コインランドリー]（経営者）	・消費税増税の影響も一段落するところであり、大きな変化はない。
その他サービス[ビデオ・CDレンタル]（エリア担当）	・今後の大型店出店に向けてブランド価値を向上させるとともに、店舗の改装を進めて売上アップを目指す。
住宅販売会社（経営者）	・刺激となる材料が見当たらない。
住宅販売会社（経営者）	・消費税増税の駆け込み受注分の業務が多忙となり、しばらく次の受注に向けた営業活動が停止している。これを景気が悪いといえよいか分らないが、とにかくアンバランスな状況が続いており、この先が不安である。
住宅販売会社（総務担当）	・建売住宅などの不動産の動きが鈍いほか、客の様子見などで高額物件の動きも悪い。

	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）	・前月と同じ状況が続く。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・徐々に消費税増税の影響が出そうである。この時期から値引きでの販売が増えてくるため、定価販売では売上が確保できない。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	・暑さを回避するために、クーラーで涼しい大型モールに人が集まることが予想される。路面店は集客に頭を使わなければならないが、平均年齢の高い客層を考えると、集客は容易ではない。取扱商品が生活必需品ではなく、目玉になるような新製品もないため、集客に対して懸念を持たざるを得ない。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・豚肉については、流行性下痢の影響で販売量、単価共に大変なことになっている。牛肉も相場が高騰しており、この先はT P Pの影響もあって価格面では非常に不安定である。それらに連動して、販売量には大きな影響が出る。
	百貨店（売場主任）	・日々の食料品や身の回り品における消費税増税の負担感が徐々に高まっている。販売量もさることながら、購買単価のダウンが顕著になる。
	百貨店（企画担当）	・消費税増税後の駆け込み需要の反動減は当初の想定を下回っているものの、増税後は必要不可欠でない物の購買には慎重な様子がみられる。7月のセール時期までこのような状況が続くと、第2四半期は非常に厳しくなる。
	スーパー（開発担当）	・消費税率の引上げで客単価が落ち、売上も前年割れとなっている。高額商品も売れておらず、買い控えが起きている。中小企業ではベースアップの動きもみられないため、まだまだ厳しい。
	衣料品専門店（経営者）	・今後は高額品が売れなくなる。この春夏もヒット商品が出ておらず、厳しい状態が続く。
	家電量販店（経営者）	・消費税増税前にエアコンや冷蔵庫などの夏物家電がよく動いたため、その反動減が予想される。
	家電量販店（店員）	・必要な物以外を購入することが少なくなり、平均購入量がなかなか増えない。
	乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後の落ち込みから回復する兆しが全くない。
	乗用車販売店（経営者）	・これ以上悪くならないように期待するが、良くなる材料がない。
	乗用車販売店（経営者）	・自動車関連はやはり高額な商品が多いため、消費税増税の3%分が客の心理に与える影響は大きい。今のところは不安を払しょくできるほどの好材料はない。
	住関連専門店（店長）	・消費者はレジャーや余暇にまずお金を使い、緊急を要さない高額商品の買い替えなどは、相変わらず後回しにしている。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・4月からの消費税増税による減少がもうしばらく続く。
	その他専門店〔食品〕（経営者）	・中小企業向けの保証協会による融資の保証割合が8割となり、借入が困難になってくる。倒産したときの保証なども設定され、倒産しやすい状況が用意されつつあるほか、中小企業の整理を進める姿勢もみられるなど、良くなる気配はない。今後は、倒産件数の増加や失業率の上昇が進んでいく。
	一般レストラン（スタッフ）	・消費税率引上げの影響が、次第に来客数の動きに出てくる。
	観光型ホテル（経営者）	・先の予約状況では、6、7月は前年を下回っている。大きな団体の予約が少ないほか、客の動き自体が少なくなってきている。
都市型ホテル（支配人）	・夏のボーナスは、中小企業の景気が回復しなければ増加は見込めない。まだまだ関西の個人消費は活性化するまでには至っていない。	
通信会社（経営者）	・今後も、消費税増税前の駆け込み需要の反動が続く気配がある。	
観光名所（経理担当）	・昨年3月のリニューアル効果がなくなり、来場者が減少している。販促活動を強化し、減少幅を最小限にとどめていきたい。	
ゴルフ場（支配人）	・予約の動きが低調になってきているほか、単価の動きも良くない。短期的には景気が若干悪くなると予想される。	
競輪場（職員）	・例年は良くなる傾向となるが、通常は上向くはずの5月の客単価がやや低下しているため、見通しは厳しい。	
住宅販売会社（従業員）	・土地価格や建築費の高騰により、マンションの販売価格が上昇しているため、消費者のマインドが低下する恐れがある。	

		その他住宅 [展示場] (従業員)	・例年、6～7月は住宅展示場の閑散月であるが、今年は特に消費税増税の影響が顕著であるため、来場数が伸びる要素がない。
		その他住宅 [情報誌] (編集者)	・分譲マンションの販売現場では、価格上昇で集客に苦戦するほか、販売不振が顕在化してくることが予想される。
	悪くなる	スーパー (経営者) 住宅販売会社 (経営者)	・消費税増税の影響で消費が鈍っている。 ・今月の集客は2～3か月先の成約に響いてくるので、成約数は落ちる。
企業 動向 関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業 (経営者) 電気機械器具製造業 (経営者) その他非製造業 [民間放送] (従業員)	・新規事業が立ち上がり、初出荷の船積みが終わったため、今後は受注、販売量が増えていく。 ・大手企業の一時的な復調などが、好景気の原因となっている。最近までの景気があまりに悪かった反動もあり、数か月の短期でみると確かに見通しは良い。 ・消費税増税の影響を乗り越えた感覚が強い。再び株価も上昇局面に入りつつである。
	やや良くなる	繊維工業 (団体職員) 繊維工業 (総務担当) 家具及び木材木製品製造業 (営業担当) 化学工業 (経営者) 化学工業 (管理担当) 化学工業 (企画担当) 金属製品製造業 (営業担当) その他製造業 [履物] (団体職員) 輸送業 (営業担当) 金融業 (営業担当) 広告代理店 (営業担当) その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	・国内景気全体はやや回復基調にあり、それに伴いタオルの需要も多少は回復する。 ・円安で海外からの仕入コストが上昇するなか、調達先の変更などで低く抑えることが可能になる。 ・受注が多く、配達が忙しくなっている。 ・東日本大震災の復興関係の案件もここへきてようやく出始めており、少しは良くなっていく。 ・夏季賞与の支給があり、消費者の購入意欲が上がる。 ・現状は以前と変わらず、品質よりも価格を優先した商品が売れているが、徐々に高付加価値商品の需要も高まっていく。 ・新規受注により、売上が増える見込みである。 ・消費税増税後の冷え込みで落ち込んでいる景気が、徐々に上向いてくる。 ・今月後半は、金属やプラスチック関連の工場からの荷物が多かった。海外生産を国内生産に変更する動きがあると聞いている。 ・消費税増税前にまとめて仕入れた材料も少なくなり、新たな注文が出てくる。 ・気温の上昇とともに夏物が動き出す一方、単価は下がるが、7月のバーゲン期に入ることによって少しは良くなる。 ・これから先は夏物商品が出てくるため、少しは良くなる。
	変わらない	食料品製造業 (従業員) 食料品製造業 (営業担当) 食料品製造業 (経理担当) 繊維工業 (総務担当) パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者) プラスチック製品製造業 (経営者) 金属製品製造業 (経営者) 金属製品製造業 (管理担当) 一般機械器具製造業 (経営者) 一般機械器具製造業 (設計担当) 電気機械器具製造業 (経営者) 電気機械器具製造業 (企画担当)	・販促活動などを行った結果、少しは販売につながる企画も出てきているが、大きな売上が期待できる物は少ない。消費税増税直後は客がチラシの価格表示に戸惑っていたこともあり、売上への影響は感じなかったが、時間とともに月当たりの支出の増加に気付き始めたことで、増税の影響が出てきている。 ・消費税増税後はスーパーでの客足が減少傾向にあるほか、今年は梅雨が長くなるとの予報もあり、現状とあまり変わらない。 ・ベースアップや賞与の増額などの明るい話題はあまり聞かれないため、景気上昇には時間が必要である。 ・明るい材料がまだみえてこない。喜ぶべきことではないが、生産の減少で品不足が目立ってくれば、需給のバランスが回復する。 ・顧客からの来月の受注量にも、現状は大きな変化がない。 ・しばらくは低調ながらも、今の状態は維持することができる。 ・駆け込み需要の反動は一過性の動きと考えているが、秋ごろまで続きそうである。 ・名古屋駅前再開発の工事が予定よりも6か月遅れているため、予定していた売上が確保できていない。 ・取引先の投資計画が活発化する気配はないので、短期間で景気が上向き見込はない。 ・受注量は安定しているが、増加傾向が見込めるほどではない。 ・最近の流行では商品のサイクルが非常に短く、考え方によってはチャンスが増えたということになる。インフレ気味の動きも進んでいる。 ・7月以降は売上を取り戻せると見込んでいるが、消費税増税以降は仕入価格や経費の値上がりで、利益が減少傾向にある。

	電気機械器具製造業 (宣伝担当)	・今年は冷夏という予報もあり、エアコンなどの夏物商品の荷動き鈍化が懸念される。	
	電気機械器具製造業 (営業担当)	・相変わらず、仕事はまばらである。	
	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・引き合いの多い案件については、受注に向けた営業努力が不可欠である。価格競争を乗り切るためのコストダウンにも積極的に取り組まねばならない。	
	その他製造業 [事務用品] (営業担当)	・良くなったり悪くなったりする要素が見当たらない。	
	建設業 (経営者)	・受注のめどはあるが、今後は比較的閑散期に入ることを考慮すると、大きくは変わらない。	
	建設業 (経営者)	・東京オリンピック関連工事と東日本大震災の復興本格化により、ますます地方との仕事量の格差が広がる。景気回復による設備投資意欲の高まりを期待したい。	
	建設業 (経営者)	・個人、法人共に、まだ財布のひもは固い。	
	輸送業 (営業所長)	・新規案件に乏しく、変化が期待できない。	
	通信業 (管理担当)	・サッカーワールドカップや、夏のボーナス商戦で少し活気が出てくる。	
	金融業 [投資運用業] (代表)	・米国景気は安定している一方、中国の経済指標は不安定である。円高がこれ以上進むことはないものの、外的要因が気になるところである。	
	不動産業 (営業担当)	・神戸からの事務所の撤退は今後も続く。それに伴って事業所が減少するほか、貸事務所の需要も減り、賃料も下がる。また、社員も減ることで社宅もなくなり、賃貸の相場が下がるほか、空室率が上がってくる。	
	新聞販売店 [広告] (店主)	・購読数の増減はあるものの、大きな変動はない。ただし、折込広告が4月に比べて減っていることが気になる。	
	広告代理店 (営業担当)	・今月の悪さがこのまま続くかどうかは分からない。	
	広告代理店 (営業担当)	・年内は今のままの状態が続きそうである。	
	司法書士	・現状は変化がなく、これといった変動要因も見当たらない。	
	経営コンサルタント	・景気浮揚への期待感が続く。	
	コピーサービス業 (店長)	・今後も極端な変化はないと予想されるが、増加傾向にあるIT関連の案件については先行きが不透明である。	
	その他サービス業 [店舗開発] (従業員)	・消費税率引上げの影響が徐々に出てきている。増税の分だけ客単価は微増となったが、来客数はターミナル駅を中心に、増税前の2～3%減の状態がいまだに続いており、当面はこの傾向が継続する。	
	その他非製造業 [商社] (営業担当)	・消費税率増税の影響で消費は落ち込むと思っていたが、あまり影響はなく、今後はサッカーワールドカップの特需や、省エネ対策などで家電に動きも出てくる。ただし、全体としては海外情勢次第という部分もある。	
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業 (情報企画担当)	・予想では6～8月にかけて印刷や販売促進関連が暇になる見込みである。対策としては、医療業界の安全対策マニュアルの整備や、防災対策関連の販促物などの拡大が中心となる。格安のホテル業界は活況を呈しているため、今後注目に値する。
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	・駆け込み需要の反動減を中心に、消費税率引上げの影響が出てくる。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・受注が増えず、引き合いも少ない。
		輸送業 (商品管理担当)	・今はまだ3月までに売れた分の配送があるが、この先は減少する。
		輸送業 (営業担当)	・今月の売上からみると、夏場の荷動きの少ない時期に入ることもあり、かなりの落ち込みが予想される。
		その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・今後の市場動向が見通せない。
	悪くなる		
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)	・派遣需要が増えているほか、人材紹介の需要も高まり、受注は米国の大手金融機関破たん後で最も多くなっている。また、中途採用なども活発になってきている。
		人材派遣会社 (営業担当)	・今はまだ一部の企業が潤っている状態であり、東京、名古屋、大阪へとうまく利益が循環していけば、企業が雇用に力を入れる余裕も出てくる。雇用情勢が改善すれば、景気も上向きとなる。
		人材派遣会社 (支店長)	・今の状況がこのまましばらくは続く。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・駆け込み需要の反動減による影響はごくわずかで、夏ごろから本格的に回復する見込みである。

	職業安定所（職員）	・ 求人数が前年比で増えており、安定所に来所する求職者数は減っている。また、窓口での事業所からの聞き取りでも、景気が悪いとの声は聞かれない。それよりも、求人を出しても人がなかなか集まらないという声が多く、景気が良くなってきていると感じる。
	職業安定所（職員）	・ 新規求人の傾向は、前月比で10%増加し、前年比でも9%増加している。特に、建設業、製造業、卸売・小売業が増加しており、製造業では自動車部品関連の増加が目立つ。また、管内の小売業では消費税率引上げ後の消費の手控え感は少なく、自動車関連でも夏以降は増産傾向となる。
	職業安定所（職員）	・ 前年よりも雇用保険被保険者数（雇用者数）が増加している。
	民間職業紹介機関（大学担当）	・ 新卒採用は良い傾向にあるが、今後のマッチングに不安を残している。このまま良い方向に進んでもらいたい。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・ 関西の中小企業経営者は慎重になっている。特に不動産や自動車関連、流通業の動きが悪く、雇用に動きが出てくるのは夏以降になる。
	人材派遣会社（役員）	・ 労働者不足の状況はこの先も変わらず、企業の採用意欲もすぐに衰えることは考えにくい。今の状況はしばらく続く。
	アウトソーシング企業（営業担当）	・ 消費税増税の大きな影響はみられない。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ 現時点では、2、3か月後に回復傾向がみられることに確信が持てない。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・ 新聞広告による求人をみる限り、景気の盛り上がりはなく、逆に景気の減速もはっきりとはみられない。ただし、最近インターネットを介した求人が主流となっており、新聞による求人広告が減っているため、景気の上昇傾向が感じられない可能性もある。求人媒体全体の動向をみれば、より正確な景気動向がみえてくるかもしれない。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ 関西経済全体にベースアップの動きが広がっているかどうかは疑問である。
	職業安定所（職員）	・ 訪問先の事業所によると、消費税増税による前倒し納入や販売があったものの、4月以降も影響がほとんどなく、今後についても特に影響がないとの声が多いため、しばらくは現在の状況が続くと予想している。
	民間職業紹介機関（職員）	・ 建設労働者不足が足かせになり、工事の受注を抑えている。この状況を突き破ることは、なかなか困難なようである。
	民間職業紹介機関（支社長）	・ 企業の業績改善もあり、採用意欲は高い。
やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-