

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	百貨店（企画担当）	・消費増税の影響による消費の落ち込みは依然として続いているものの、外商顧客については既に回復基調となっている。また、外国人客向けの売上の急増傾向は、免税対象商品の拡大による影響が一巡するまでは継続する。
		タクシー運転手	・年度末でにぎわっているほか、中国などからの観光客も増えているため、需要が伸びて供給も増えてくる。
	やや良くなる	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・今後もインバウンド客の増加により、来客数の更なる増加が見込まれる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・売れるかどうかは別として、客の出入りが多くなるので良くなる。
		一般小売店〔花〕（店長）	・来客数、販売量共に、多少であるが伸びている。何の影響かは分からないが、良い兆候である。
		百貨店（売場主任）	・耐震工事がほぼ完了し、昨年10月のリニューアルによる効果も出てきているので、少しずつ良くなっていく。
		百貨店（売場主任）	・今後、更なる外国人客の需要により、売上の増加が見込まれる。ただし、株価の上昇や大手企業を中心とした賃金のベースアップなど、購買を刺激する材料はあるものの、恩恵を受けるのは一部にとどまる。全体の購買を押し上げるにはまだまだ時間を要するため、国内客の購買が大きく増えることは期待できない。
		百貨店（売場主任）	・大手企業による賃金のベースアップなどで来客数も増加する。
		百貨店（売場主任）	・春闘での労使交渉の妥結結果などをみても、賃上げの動きには広がりが見られる。また、原油価格も低位で推移しており、製造業や運輸業には追い風となる。5月の大型連休は国内旅行が盛り上がるのが期待されるほか、インバウンド関連も好調な推移が続く。
		百貨店（企画担当）	・3月は前年が消費増税前で売上が伸びた影響もあり、前年比では大きくマイナスとなるが、4～5月は反動増となるため、この調子が続けば3月の落ち込みを取り戻すことができる。
		百貨店（営業担当）	・海外の高級ブランド品や金製品などの引き合いが出てきている。株高の影響もあって、今後も富裕層の優良顧客による美術品、高級ブランド品などの高額品の購入が増える。
		百貨店（営業担当）	・競合店のオープンから1年が過ぎ、客の商品の買い方も安定し、動きが戻ってきつつある。
		百貨店（服飾品担当）	・外国人客向けの売上の伸びがまだまだ続くほか、今年は盛夏商材のセールを7月以降に計画している取引先が多く、夏商戦への期待度が高い。
		百貨店（販促担当）	・消費増税の影響で前年は苦戦したが、今年が良くなるかどうかは不透明な状況である。一部の化粧品などの消耗品には期待できるものの、ファッション関連は不透明感が強い。大きく回復する要素は見当たらず、3月の落ち込みを取り戻すことは困難と予想される。
		百貨店（売場マネージャー）	・企業の決算が好調となるなか、労働分配率が賃金のベースアップなどで上昇している。その結果、可処分所得が増えるため、消費が増える可能性は高いものの、新しい商材やサービスの切り口が明確でなければ、企業格差や業態格差は更に広がる。
		百貨店（売場マネージャー）	・苦戦していたバーゲン期間が終わり、春夏商品が中心の品ぞろえに変更した売場から、売上が回復基調となっている。消費増税によって節約していた客の、購買意欲の回復が感じられる。
		百貨店（マネージャー）	・景気が回復しつつあるほか、春闘による賃金のベースアップで給与所得が増えるため、中間層の消費増が見込まれる。
		百貨店（営業企画）	・株価の上昇、春闘による賃金のベースアップなどの影響が、いずれは消費に波及してくるという期待感がある。
百貨店（外商担当）	・各業界で賃上げが実施され、株高も続いていくことから、高額品を中心に消費意欲は高まっていく。		
スーパー（経営者）	・来月の初めに卒業、入学シーズンが終わるとともに、客の動きが落ち着く。		
スーパー（経営者）	・昨年は消費増税後の買い控えが4月から2～3か月続いたため、その反動によるプラスを見込んでいる。また、大企業中心の賃上げやパートを含む時給アップなどで、消費者の財布のひもが少し緩むことも期待したい。		

スーパー（店長）	・3月後半の落ち込みは想定以上で、春の実需は4月以降に期待がかかる。商品の値上げによる影響は、賃金のベースアップによって相殺されそうである。一方、インバウンド需要の盛り上がりもしばらく続きそうであるが、過度の集中は従来客の客離れにつながる懸念もある。
スーパー（店長）	・消費税増税による落ち込みの翌年となるが、賃金のベースアップなどの良いニュースもあるため、4月以降は上向いてくる。
スーパー（店長）	・今後は昨年の消費税増税の特需による反動も落ち着き、消費の回復が進むと思われるものの、引き続き楽観視できず、予断を許さない状況となる。
スーパー（店長）	・春闘による賃金のベースアップが各社に波及し、徐々に消費が増える。
コンビニ（経営者）	・ファストフードやコーヒーが更に充実し、ファストフードのチェーン店との垣根がなくなっている。今後は客単価だけでなく、来客数の増加も期待できる。
コンビニ（経営者）	・近隣の競合店の閉店で来客数の動きが例年と異なるため、全般的に在庫を増やしていく。ロスも多くなるが、より多くの来客数を望める。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・春夏物スーツ、シャツなどのオーダーが順調に増えてきている。
家電量販店（企画担当）	・春闘での賃金のベースアップが需要喚起につながる。スマートフォンのほか、リフォームなどの住設関連を中心に、来客数の増加が見込まれる。
乗用車販売店（経営者）	・3月は建築や土地の動きが良くなるが、今年は景気の良い年の3月の動きではない。
乗用車販売店（販売担当）	・4月に入ると一服感は出てくるものの、新型車の受注が好調に推移することで、受注量は確保できる。
住関連専門店（店員）	・新生活関連の需要が始まり、ゴールデンウィークには買い増し需要も期待できる。
その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・夏のカatalogが発刊されるため、受注が増加する。
高級レストラン（企画）	・企業による出張や会議、接待利用などの需要が増えている。
一般レストラン（経理担当）	・3～4月の先行予約が好調であり、引き続き来客数は増えると予想している。インバウンドも好調な動きが続く。
観光型ホテル（経営者）	・株高や給与の引上げにより、少し良い方向に向かうという期待感が大きい。
観光型ホテル（経営者）	・燃料価格の下落の影響で消費が増えている。
都市型ホテル（支配人）	・4月以降の賃金のベースアップによる個人消費の底上げを期待している。不安材料は、電気料金の値上げや人件費の高騰による企業収益への影響である。
都市型ホテル（スタッフ）	・客室部門では高単価のプランにも需要があり、売上が伸びている。宴会は、統一地方選挙の動き次第で5月の状況が変わり、予約が6月以降にずれ込むことが予想される。一方、食堂部門は4月からのイベントが好調で、予約件数、人数共に前年を大きく上回ると予想される。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は今月ほどではないが、前年を大幅に上回る予約状況が続いている。一方、宴会の先行予約は悪く、月による増減が大きい。
都市型ホテル（客室担当）	・先の予約については、ゴールデンウィークまでは順調に入っているが、それ以降は昨年並みとなっている。現在に比べると、少し動きが鈍くなると予想される。
タクシー運転手	・現状よりは良くなる。
通信会社（企画担当）	・景気回復が期待できる。
テーマパーク（職員）	・新施設のスタートが思った以上に好調であり、メディアでも多く取り上げられているが、いつまでも続くわけではない。
ゴルフ場（支配人）	・来場者数や予約状況の減少傾向に歯止めがかかりつつあるため、景気は良くなってくる。あとは客単価が上向いてくれば良くなる。
パチンコ店（店員）	・新聞などで明るい記事が増えてきている。
その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	・雑誌や週刊誌をみても、バブル期を思わせるような記事であふれている。一般大衆の期待や願望が反映されていると感じる。
その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・インバウンド関連は引き続き堅調であるほか、春闘での賃上げや株価の上昇ムードなどから、国内のレジャー消費は好転することが期待される。
美容室（店員）	・暑くなるとパーマのオーダーが増えてくる。

	<p>その他サービス [コインランドリー] (経営者)</p> <p>その他サービス [保険代理店] (経営者)</p> <p>その他サービス [生命保険] (営業担当)</p> <p>住宅販売会社 (総務担当)</p>	<p>・あらゆる分野で人手不足となっているため、必然的に賃金が上昇し、消費マインドの改善が進む。</p> <p>・株価の上昇や円安が進むため、景気が悪くなることはないが、企業間の格差が開くことになる。業績の良い企業が、そうでない企業の分を穴埋めし、トータルで景気が良くなるような状況が予想される。ただし、やや良くなるといっても、ほんの少し良くなる程度である。</p> <p>・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。</p> <p>・消費税増税の前の動きに戻ったように感じる。</p>
変わらない	<p>商店街 (代表者)</p> <p>一般小売店 [精肉] (管理担当)</p> <p>一般小売店 [自転車] (店長)</p> <p>一般小売店 [野菜] (店長)</p> <p>百貨店 (売場主任)</p> <p>百貨店 (売場主任)</p> <p>百貨店 (商品担当)</p> <p>百貨店 (サービス担当)</p> <p>百貨店 (商品担当)</p> <p>百貨店 (売場マネージャー)</p> <p>スーパー (経営者)</p> <p>スーパー (店長)</p> <p>スーパー (店長)</p> <p>スーパー (店長)</p> <p>スーパー (企画担当)</p> <p>スーパー (経理担当)</p> <p>スーパー (広報担当)</p> <p>スーパー (開発担当)</p> <p>スーパー (社員)</p> <p>コンビニ (店員)</p>	<p>・売上からインパウンド関連を差し引くと、昨年を下回っている。</p> <p>・テレビや新聞のニュース、株価をみていると、ものすごく景気が良くなっているように感じるが、販売の現場では全く動きがない。逆に、原料の仕入コストが上がり、ダブルパンチとなっている。変化の兆しも感じられない。</p> <p>・今後は仕入価格が上昇するが、販売価格を据え置いても客の購買量は変わらない。今は例年以下の状況であり、残念ながらこの先も上向きになるとは思えない。</p> <p>・まだ状況が変わるところまでは期待できない。</p> <p>・東北の早期の復興や、国内景気の回復などが不可欠である。</p> <p>・ヘビーユーザーには高額品が売れる一方、入店客数は減り続けており、売上全体としては横ばいの状態が続いている。</p> <p>・現状では賃上げが消費の増加に結びつくかどうか、懐疑的になっている。統一地方選挙の影響で消費が一時的に滞ることもマイナス要因である。</p> <p>・来月からは、新しい商業施設が梅田地区で再オープンする影響などで、入店客数が大変厳しい状況となるため、真の力が試される。</p> <p>・値上げに関するニュースは多いが、無駄な物は買わない傾向が続いている。やや高額な物は好調であるが、ボリュームゾーンの婦人服は苦戦している。</p> <p>・上半期に占める3月のウェイトは大きく、春夏商戦は3月に決まるともいわれている。3月が低調である以上、夏物商戦にも厳しい見方が出ており、衣料では単価のダウンもあって期待薄の状況である。一方、インパウンド客の動きは活発であり、前年の3倍となっている。大阪地区とは売上の大きさが異なるものの、好調な動きが目立つ。</p> <p>・都市部と地方の格差が広がっていると感じる。地方では、依然として必要な物以外は売れず、特にぜいたく品は売れないという状況に変化はない。</p> <p>・今春闘でも景気が良いのは一部の職種や企業であり、全体的な賃金増には結びつかない。節約志向は当分の間続くと思われる。</p> <p>・来客数が伸びない。</p> <p>・今期は3～4月の2か月の合計で比較する必要があり、4月の売上が重要になる。3か月先の景気については、気候の影響にも左右されるが、客のニーズに合った売場づくりができるかが重要である。</p> <p>・前年の4月からは消費税増税によって落ち込んだため、今年はその反動で少し良くなる見込みである。ただし、来客数の落ち込みと相殺されるため、大きな変化はない。</p> <p>・賃上げが実施され、所得の増加が実感されるにつれて上向いてくる。節約志向は残るものの、ハレの日の消費や、高額でも少し良い商品に対して、お金を使う動きが増える。</p> <p>・賃金アップに伴う消費回復を期待したいが、賃上げは大手企業に限られている。中小企業は依然厳しい状況であるため、効果は限定的なものとなる。</p> <p>・春闘での賃金のベースアップは大手企業が中心であり、内需型の小売企業はなかなか厳しい。</p> <p>・店頭では食品部門の動きが良く、特に総菜部門の良い状況が続いている。最近の雇用環境の改善が、働く女性の増加につながり、次第にスーパーの総菜部門の業績にも反映されつつあると実感している。この傾向は当面続きそうである。</p> <p>・物価の上昇に伴い、低価格商品に目が向くことは避けられない。景気が良くなる兆しは感じられない。</p>

コンビニ（広告担当）	・まだ大きく好転する要因が見当たらないため、このままの状態が続くと予想される。
衣料品専門店（経営者）	・景気が上向き要因が見当たらない。
衣料品専門店（経営者）	・補正予算によって景気刺激策が実施される見込みであるが、景気の押し上げ効果は疑問である。徐々に物価が上昇している一方、収入が増えていない。
家電量販店（経営者）	・客の財布のひもは固く、年金生活者の不安感の払拭や、給料所得が増える見込みがなければ、景気は良くならない。
乗用車販売店（経営者）	・賃上げの動きは全体に広がっておらず、一部の大企業のみにとどまる。
乗用車販売店（経営者）	・悪くなる感覚はないが、良くなる材料もない。客の収入が増えるどうかは分からないほか、今も増加分が消費に確実に回っている実感はない。
乗用車販売店（営業担当）	・新車の販売台数は変わらず低迷しているが、サービス売上は目標を達成している。現状維持の状態がしばらく続くため、2～3か月先の景気は変わらない。
乗用車販売店（営業担当）	・ベースアップやボーナス増などによる、賃金の引上げが期待される。ただし、中小企業をはじめ、もともと消費税増税の影響で可処分所得が減っていた企業が多いことを考えると、十分な景気の底上げにはつながらず、更なる消費マインドの縮小も懸念される。
乗用車販売店（販売担当）	・賃金アップによって景気は更に上向きになり、消費者の購買意欲も高まる。ただし、一部の賃金アップだけでは全体の押し上げにはつながらないため、全体的な増加を期待したい。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・賃金ベースアップなどへの期待感もあるが、今後どれだけ生活が上向きかは不透明である。4月ごろからは値上げ商品も増えてくるため、一時的に売上は上がるものの、継続は難しい。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・来月の統一地方選挙で変化があれば別であるが、今の状況では変化が起きるとは思えない。以前にも増して、消費の二極化が進んでいる。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・景気が良くなる要素は今のところ見当たらない。統一地方選挙などで消費が冷え込む恐れはあるが、大手企業の決算が増益となることで、半年後は少し上向きことが予想される。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円安が続き、消費者の購買意欲が低迷する。
高級レストラン（スタッフ）	・新入社員や異動してきた同僚との食事会が、ランチ時に増える傾向にある。
一般レストラン（経営者）	・人事異動に伴う歓送迎会、新規顧客の獲得、ウエディングシーズンの到来など、上向き要因はいくつかあるが、それなりの広告費やサービスの費用を差し引くと、極端な上昇はない。
一般レストラン（店員）	・日々の努力の積み重ねにより、今年に入っても売上が変わらないため、今後も下がることはない。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・最大手の会社による、賃金のベースアップなどの報道は聞くが、それが実際に消費の増加につながるかどうかは分からない。
観光型ホテル（経営者）	・先行予約が順調に推移している。
観光型旅館（経営者）	・アベノミクスの評価は、今後の景気によって左右される。
観光型旅館（経営者）	・客の動きが、北陸新幹線の沿線といった一定の場所へ集中しそうである。当エリアは目玉となる観光スポットがなく、苦戦しそうな予感はあるが、今のところは通常の入込状況である。
観光型旅館（団体役員）	・宿泊人員は増えているが、仕入価格などの諸経費が高騰し、経営的にはまだまだ苦しい。
都市型ホテル（総務担当）	・外国人客の予約状況は依然として好調である。
都市型ホテル（管理担当）	・一時的には少し良くなってきたように感じるが、食材価格の上昇や電気料金の値上げなどの不安要素もある。
旅行代理店（経営者）	・国内旅行の3月の駆け込み需要やゴールデンウィークの宿泊の予約が、インバウンド需要の増加で非常に取りにくくなっている。また、海外旅行については、イスラム国関連や飛行機事故の影響が欧州方面で大きく出ている。燃油サーチャージが下がってきているが、それ以上に心理的な落ち込みが大きくなりそうである。
旅行代理店（店長）	・客が不安を感じており、良くなることはないが、悪くなることもないという感覚である。

	旅行代理店（広報担当）	・テロや旅客機の事故など、長期的に客の不安感がぬぐえない状況であり、この状態は今後も続く。
	タクシー運転手	・一般の客や企業の予約は従来どおり推移しており、大きな変化はない。
	観光名所（企画担当）	・リニューアル効果が薄れ、来場者数が減少気味である。来期は開業から25周年となるため、新規イベントなどで集客を図るが、来場者の維持が精一杯の状態である。
	遊園地（経営者）	・良くも悪くも、情勢が変化する材料が見当たらない。
	競艇場（職員）	・4月以降は来場者が増えることも減ることもないため、状況は変わらない。
	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、5月には家族向けのイベントや多くのコンサートが開催されるため、若者を中心に多数の来場が予想される。
	美容室（経営者）	・季節に左右される仕事であり、今後は客の増加が見込まれるが、最近ではカットの客が多いため、客単価は上がらない。
	その他サービス [ ビデオ・CDレンタル ] （エリア担当）	・今後は新しいコンセプトの店舗が続々とオープンする。ブランド価値の向上を目指し、既存店の売上アップにつなげたい。
	住宅販売会社（経営者）	・市内中心部では地価が上昇している一方、周辺部では上昇していない。全体的に上向いている動きはみられないため、現在の状況がしばらく続くと予想される。
	住宅販売会社（経営者）	・新規客の動きは徐々に改善しているが、以前に比べて明らかに予算が少ない。優良な顧客の減少が続いている。
	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）	・金融機関の融資姿勢は変わらないと思われるが、不動産に対する融資金額が減少傾向にある。金融機関に対する融資の申込件数も増えていない。
	その他住宅 [ 展示場 ] （従業員）	・新築住宅の需要喚起につながる目立った政策もなく、当分は低迷状態が続く。
	その他住宅 [ 情報誌 ] （編集者）	・景気にはプラス要素が多いものの、価格高騰局面にあるため、綱渡りの状態が続く。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・売上を増やすために安売りが進むことで、かえって全体の売上を落とすことになる。
	一般小売店 [ 時計 ] （経営者）	・すべての商品ではないが、一部の腕時計や目覚まし時計の値上げの通知が各メーカーから送られてきている。4月から様々な物が値上がりするなかで、必要最低限以外の物を買おうという気にはならないため、しばらくは厳しい状態が続く。
	一般小売店 [ 珈琲 ] （経営者）	・東京への一極集中の傾向がみられる。
	一般小売店 [ 衣服 ] （経営者）	・当地域は零細企業や工場が多い。小さな鉄工所で少しは仕事が出てきたとの声も聞かれるが、実際は給料がアップするまでには至らない。物価は上がっているため、地域の隅々まで賃金アップの動きが広がらなければ、来客数は今後一層減っていく。
	一般小売店 [ 酒 ]（社員）	・株価は上昇しているが、もうけているのは限られた人である。
	スーパー（管理担当）	・円安で製造業などの好調企業による賃上げが目立つが、小売や流通関連はかなり苦戦が続いている。
	コンビニ（店長）	・政治への不信感が高まりそうななか、特に大きな出費をする様子はない。どちらかといえば買い渋りが先行しそうな気がするため、景気が良くなることはない。
	コンビニ（店員）	・4月から様々な物の値段が上がり、買い控える客が増えそうである。
	衣料品専門店（販売担当）	・給与のペースは変わらない一方、食品は値上がりするため、ますます買い控えが激しくなる。
	乗用車販売店（経営者）	・世界的に株価は上昇しているが、零細企業にまでその恩恵は回っていない。逆に、円安で原材料価格が高騰しているが、納入価格を上げられないため困っている。今後も円安・株高が進行すると予想されるため、景気は良くならない。
	住関連専門店（店長）	・年度替わりの時期は、いつも売上や注文が一段落するが、今年は個人消費が戻ってきているといったニュースが増えている。ただし、家具などの生活用品は好影響の波及が遅く、回ってこないこともあるため、とても楽観視はできない。
	その他小売 [ インターネット通販 ]（企画担当）	・70～80代といった主要顧客には消費拡大につながるプラス要因がないため、今後も一進一退の状況が続く。
	一般レストラン（企画）	・春闘によって各社で賃金のベースアップが行われる一方、既に始まっている材料費の値上げが4月以降は加速する。家計を直接的に圧迫する要素であり、外食への支出が減るのではないかと懸念している。
通信会社（経営者）	・物価の上昇による個人消費の低迷が予想される。	

		<p>通信会社（社員）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・携帯電話会社と通信会社による、光回線サービスでの連携が徐々に増えてくるとみられ、その影響が顕著に出てくる。</li> </ul> <p>住宅販売会社（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・建築費などの高騰による影響が、エンドユーザーにも出てきたと感じる。</li> </ul> <p>住宅販売会社（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今後の新築マンション価格は、土地価格や高騰する建築費などから推測すると、現在の価格水準を上回ることは確実であり、エンドユーザーはついて来られない。</li> </ul>
	悪くなる	<p>一般小売店〔花〕（店員）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・繁忙期であったにもかかわらず、売上が伸び悩んでいる。今後、売上が伸びる要素はない。</li> </ul> <p>衣料品専門店（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2～3月の売行きが悪いと、夏物商品の手配をし損なうため、売りたい時に売れる商品がなくなる。また、厚手の春物が残っていたりすると、今後売れなくなる。</li> </ul> <p>一般レストラン（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・値上げの影響で、外食の機会はますます減る。</li> </ul> <p>競輪場（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・昨年はアベノミクスが注目されたが、状況は変わらなかった。今後は賃金が上がるといわれているが、この4月からは物価がそれ以上に上がる。年金の受給金額も増えない。</li> </ul>
企業動向関連 (近畿)	良くなる	<p>一般機械器具製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現在交渉中の商談が順調なため、これから景気は良くなると感じる。</li> </ul>
	やや良くなる	<p>繊維工業（団体職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・政府の景気対策による民需の回復に期待している。</li> </ul> <p>木材木製品製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・受注量が次第に増加していくため、売上、利益共に増加を見込んでいる。</li> </ul> <p>化学工業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・営業からの報告では、比較的明るい話が多くなっている。</li> </ul> <p>化学工業（管理担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・賃金が増えて購買力も上がれば、お金が市場に出回ってくる。</li> </ul> <p>プラスチック製品製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな案件の獲得など、先行きの見通しが良くなりつつある。これまでのローコスト生産が、利益率の引上げに貢献しそつである。</li> </ul> <p>電気機械器具製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・製造業においては、これから無駄な物や効率の悪い物は淘汰され、効率の良い技術が高く評価される時代になる。そのなかで日本の中小企業が力を発揮すると期待しているが、その足を日本の財政問題が引っ張るのではないかと不安である。</li> </ul> <p>電気機械器具製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・給料については、大手だけでなく中堅企業も増えるようになってきている。</li> </ul> <p>電気機械器具製造業（宣伝担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今年は高付加価値の4Kテレビの市場が更に拡大する見込みであり、夏のボーナス商戦では4Kテレビの荷動きが活発になる。</li> </ul> <p>建設業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・年度末の駆け込み需要なども含めて、やや良くなると予想している。</li> </ul> <p>輸送業（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・輸出の増加と原油安で海運事業が好調であり、来月も荷量が多いため、増便することになっている。</li> </ul> <p>通信業（管理担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・統一地方選挙による影響は不透明な部分もあるが、今後は良くなると予想している。</li> </ul> <p>新聞販売店〔広告〕（店主）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・近隣の事業所から、店に折込広告を直接持ち込む客が増えており、折込収入が伸びている。</li> </ul> <p>広告代理店（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ゴールデンウィークに向けての企画が多く、効果が期待される。</li> </ul> <p>その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費税率の引上げから1年が経過し、徐々に影響は薄れてきたように見える。ガソリン価格の高騰もなく、今後は安・近・短の外出が増える。</li> </ul> <p>その他非製造業〔会社〕（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・5月の連休ごろから、補助金を活用した顧客の改修工事が始まっていく。</li> </ul>
	変わらない	<p>食料品製造業（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・すべての価格が高騰しているなかで、赤字覚悟で販売するのか、値上げによって収益を改善させるのかで大きく変わる。今のところは値上げできる状況ではないため、良くも悪くもない状況が続く。</li> </ul> <p>食料品製造業（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・昨年の夏は冷夏であったが、今年は特に飲料水の動きに変化はないと予想される。</li> </ul> <p>食料品製造業（経理担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・食品の値上げが続いており、賃金が上がっても追いつかない。</li> </ul> <p>繊維工業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現状の為替水準では、利益率の上昇が見込めない。国内生産への転換も検討しているが、それには時間がかかる。</li> </ul> <p>繊維工業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者のニーズを的確に反映したものづくりを考えていかなければ、低価格に頼った営業になり、販売が伸びない。</li> </ul> <p>家具及び木材木製品製造業（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・忙しいが、配達料に変化はみられない。</li> </ul> <p>パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・受注量の増加についての話が、顧客から聞かれることがない。</li> </ul>

	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今月は期末需要で受注量は増えたが、現時点では来月以降の新しい動きや案件の話があまり多くない。一部の企業では、新年度から組織変更となる特需もあるが、それほど大きな受注は見込めない。	
	化学工業（企画担当）	・原料コストの販売価格への転嫁が取引先に認められず、利益の出ない状態が続く。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・3か月程度の短期間では変わらない。	
	金属製品製造業（経営者）	・年度末にもかかわらず荷動きは悪いため、新年度になってもあまり期待できない。	
	一般機械器具製造業（設計担当）	・まだまだ物価上昇に賃金がついてきていない。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・新規戸建住宅の着工の回復が見込めないため、大型商業施設の案件はあるが、市場環境は大きく変わらない。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・好調も3月末までであり、特に5月以降の受注が少ない。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・あまり景気の良い話はない。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・引き合いのある案件をいかに確実に受注に結びつけていくのが、企業努力が必要である。引き合い自体は増加傾向にあるが、価格競争が激しい。	
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・大手企業を中心に、春闘による賃金のベースアップへの満額回答が続いているが、中小企業は景気の回復を体感することができない。むしろ円安により原材料費が高騰するなか、販売価格に転嫁できず、経営が圧迫されている状況である。	
	建設業（経営者）	・新年度を迎えて季節も良くなるが、依然として顧客の所得は増えそうにないため、現状維持となっても仕方がない。	
	建設業（経営者）	・技術員や技能労働者の不足が慢性化している。今後、アベノミクスによる景気回復で各企業の設備投資が増えても、深刻な状況が続くと予想される。	
	輸送業（商品管理担当）	・入学や母の日、父の日関連で、少しずつ販売量は増えているように思うが、全体的には昨年よりも悪化している。	
	金融業（営業担当）	・全体的に良くなってきているが、企業規模による格差が大きい。今後も大企業は潤う一方、中小企業はまだ厳しい状態が続く。	
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・株価の今後の揺り戻しが心配である。景気判断が下降気味に推移していることも不気味である。	
	不動産業（営業担当）	・神戸から企業が出て行く動きは今後も続く。	
	広告代理店（営業担当）	・売上が前年を超えているものの、何とか超えている状態であるため、先行きの予測は難しい。	
	経営コンサルタント	・大企業はかなりの賃上げが実現しそうであるが、中小企業の賃上げのほか、人々の消費意欲がどう変わっていくかが重要であり、それによって大きく変わる。	
	司法書士	・今月は少し動きが良かったが、長続きするかどうかの判断が難しい。全体的には大きく変わらない。	
	コピーサービス業（店長）	・特に明るい話題はないが、注文の問い合わせは増加しており、しばらくこの流れは続く。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・周囲からも良い話が聞かれない。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・2～3か月ぐらい前から、値上げの話が各メーカーから出てきているが、得意先に認めてもらうまでに時間がかかるため、状況は芳しくない。	
やや悪くなる	金属製品製造業（営業担当）	・取引先がコストアップ分の価格転嫁をなかなか認めてくれず、ますます採算が悪化する事態が予想される。	
	金属製品製造業（管理担当）	・太陽光発電の大手企業による事業撤退のニュースなど、不安要素が大きい。現在、太陽光関連で当社の売上の6割を占めている。	
	輸送業（営業所長）	・じゅう器の搬入も落ち着き、事務所移転などの案件が数件決まっているが、年度末ほどではない。	
	輸送業（営業担当）	・例年は機の品切れが発生し、納品が5～6月ごろまでかかるが、今年は品切れもなく納品できているため、配達量が減る。	
	広告代理店（営業担当）	・年度初めは、広告の出稿を控える企業が増える。	
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・景気回復の実感が得られない。	
悪くなる	-	-	
雇用関連	良くなる	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・景気は右肩上がりになり、少なくとも消費税率が上がるまでは大きな変化はない。

(近畿)	人材派遣会社(支店長)	・消費税増税の影響がなくなり、統一地方選挙以降も需要が増える。
	アウトソーシング企業(管理担当)	・夏物商品の加工に関する依頼が入れば忙しくなるので、期待している。
	新聞社[求人広告](担当者)	・このまま好調な動きが続く。新年度を迎えて、まずは投資などの意欲が高まると感じる。
	新聞社[求人広告](管理担当)	・求人件数の増加傾向が続いているほか、株価も堅調に推移している。円安で好調な輸出関連以外の企業も業績が堅調であるため、この先も景気は上向く。ただし、関西圏は明確に良くなると断言できる状況にはない。
	職業安定所(職員)	・管内企業からの聴取によると、機械・電機関連の製造業を中心に、景況感はやや良いか、普通という企業が多い。今後の展望も、やや明るくなるか、現状維持という企業が多く、景気が良くなる兆しとみられる。
変わらない	人材派遣会社(営業担当)	・物価の上昇による、一時的な消費の冷え込みがあると予想される。
	新聞社[求人広告](営業担当)	・円安が業績にプラスとなる業種は伸びるが、その逆もある。全体的な値ごろ感の水準が上昇してきているのは確かだ、デフレからインフレに少しずつ移行している。ただし、全業種で社員の収入が伸びているわけではなく、偏りがある。求人も新卒に関しては活発化しているが、30代からの転職は停滞している。正社員化は進みつつも、特別契約の社員のウエイトが高い状態が続いている。
	職業安定所(職員)	・新規求人数が増加傾向で、新規求職者数は減少傾向という状況は変わらないが、臨時パートタイマーや非正規社員の割合が高く、景気回復が実感できるほどではない。
	職業安定所(職員)	・景気が良いと考えている事業所は多く、悪いという声は聞こえてこない。3か月先も今の状況が続くと予想される。
	民間職業紹介機関(職員)	・建設需要は持ち直していくが、高齢化などによる地域の日雇い労働市場の縮小は止められない。関西では賃金も上がる方向にない。
	民間職業紹介機関(営業担当)	・景気は現時点で良くなっているが、更に良くなる要素は見当たらない。
やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-