

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）	・最もボリュームの大きい自社カード顧客の売上はいまだに回復基調には戻っていないものの、急激に拡大している外国人向け売上の増加傾向は当面継続する。また、株価の上昇による資産効果もあり、外商売上が活発になっている。現状の傾向が続けば、景気は良くなる。
		百貨店（服飾品担当）	・化粧品の高額商材の売上が、東京都内や関西圏などで大きく伸びてくる。中国との内外価格差が激しい化粧品の高額商材などは、現地で15万円する商品が7～10万円で購入できる場合もあって品切れが多く、既に夏に向けて生産を始める動きがある。また、夏のセールに関しても、今年はしっかりと定価で販売を行い、7月初旬になってから値下げ処分していくことが予測される。
住関連専門店（店員） 観光型旅館（経営者）		・販売が前年を上回っており、減少する懸念は少ない。 ・夏休みの予約も好調である。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・インバウンドの好影響がしばらくは続きそうである。
一般小売店〔衣服〕（経営者）		・景気についての話はあまり聞かれないが、日常の買物客をみていると悪くなる理由はない。	
百貨店（売場主任）		・当店は昨年5～8月に非常に大きな耐震工事があり、売場面積が縮小していた。そういった環境の変化も含めて良くなると期待している。	
百貨店（企画担当）		・ゴールデンウィークによる来客数の増加や、インバウンド関連の売上に期待している。	
百貨店（営業担当）		・インバウンド客の買上は更に増えていくほか、富裕客は株価の上昇によって資産が増え、その一部は海外高級ブランド品の購入に回る。	
百貨店（売場マネージャー）		・苦戦しているなかでも、バーゲン商材以上に定価品の動きが中旬以降は良くなってきており、客単価が上がりつつある。	
百貨店（商品担当）		・インバウンド売上は更に伸びる。買上品目も化粧品や時計だけでなく、靴や食器にまで拡大している。	
百貨店（営業企画）		・企業の好決算や株高などで徐々に消費マインドが改善している。また、地方創生の一環でプレミアム付商品券の販売も計画されており、一時的にでも個人消費が刺激される。	
百貨店（外商担当）		・企業の賃上げや株高が続いていることから、今後は更に消費マインドが改善し、高級海外ブランド品や美術品などの売上が増加する。	
スーパー（店長）		・前年の落ち込みによる反動は、ボーナス時期までは続く。昨夏は消費税増税や天候不順、野菜高騰などのマイナスが大きく、消費も低迷したが、少なくとも増税による落ち込み分は戻る。また、そのころから各地域でプレミアム付商品券などの発行が予定されており、プラス効果に期待している。	
スーパー（店長）		・株価の上昇や大手企業の賃上げの影響が、街角景気にも徐々に波及しつつある。	
スーパー（経理担当）		・賃金の上昇や賞与の増加、株高効果などにより、消費マインドは確実に上昇していく。節約する場面では引き続き厳しく節約するものの、ハレの日や行楽などのイベントを中心に、積極的にお金を使う場面も増加していく。	
スーパー（企画）		・春の賃上げ効果が本格的に出てくる5月以降の月給や、ボーナスの増加分が消費に回るかがポイントである。少なからず消費意欲は高まるはずであり、すべてが貯蓄や預金へ回るとは思えないが、投資や消費拡大の足掛かりとなってほしい。	
スーパー（社員）		・従来のような販促に頼らなくても、安全性や素材をしっかりアピールした商品や売場は売上がアップしている。今春から正社員やパート社員の賃金が上昇する傾向もはっきりしてきたため、客の余裕のある購買につながり、好調が当面は続きそうだと実感している。	
コンビニ（経営者）		・新発売となるプレミアム商品がすべてヒットしているため、まだまだ客単価の上昇が期待できる。	
コンビニ（経営者）	・近隣で2棟のマンション建設工事が本格的に始まり、作業員の利用が多くなりつつある。海外からの客の利用も増加してきている。		
コンビニ（店長）	・気温が上がりと、客の来店回数が増える季節となる。客の雰囲気も悪くないので、季節に合った商品をそろえることにより、商品の動きや来客数が増え、景気も良くなる。		
コンビニ（店員）	・販売促進に力を入れた結果、売上が伸びたため、今後も店舗改装やアイテムの増加を計画している。		

衣料品専門店（営業・販売担当）	・クールビズが始まり、スーツは売れなくなるが、その代わりにシャツやジャケットなどの購入を検討している様子である。
家電量販店（経営者）	・住宅エコポイントの効果は、客への提案によって今後も続くことが期待される。
家電量販店（企画担当）	・長期の天気予報では、ゴールデンウィークは晴天が続き、気温も夏日となる日が例年以上に多いため、エアコンなどの季節商品の需要増加が見込まれる。
乗用車販売店（経営者）	・ベースアップの効果や、夏期賞与の増加が期待される。
乗用車販売店（経営者）	・客の動きが昨年に比べて良くなっている。4月は雨が多く、電話での問い合わせが多かった。客に元気が出てきたようである。
乗用車販売店（営業担当）	・新型車の発売効果で、今よりは少し良くなる。
乗用車販売店（販売担当）	・各企業におけるベースアップなどの影響もあり、期待も込めて良くなる。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・都市部にはインバウンド客が訪れる店舗を持っているが、多い日は1日の売上が20～30万円になる。これですべてが良くなるとは思えないが、ムードは良い。
その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・問い合わせが増え続けている。
高級レストラン（スタッフ）	・気候が良くなり、夜の客足が増えることを期待している。
一般レストラン（経営者）	・休暇シーズンに向けたインバウンド対策の強化やイベントの開催により、経費は若干増えるが、景気は上向き。
一般レストラン（経理担当）	・予約状況が良く、日常的な来客数も増えている。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・客単価や来客数は悪化しているが、売上は伸びている。
都市型ホテル（支配人）	・宿泊部門はもちろん、宴会部門でも株主総会や歓送迎会の予約が昨年以上に増加しており、期待が持てる。
都市型ホテル（スタッフ）	・客室部門は、予約率と宿泊単価が前年を大きく上回っている。料飲部門では宿泊客のレストラン利用が少なく、苦戦しているものの、前年並みの予約は獲得できている。宴会部門も好調で、小宴会場の利用を促進している。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の伸びが止まる様子はなく、周辺企業からは中国人客目当てのタイアップ企画が多数寄せられてきている。一方、宴会の先行予約は極端に悪く、景気判断としては単純に良いとはいえない。
都市型ホテル（管理担当）	・電気料金の高騰、原材料の値上げなどによってどのような影響が出るのか、見極めていかなければならない。
旅行代理店（経営者）	・国内旅行は堅調であるため、欧州を中心に海外の危険なイメージが落ち着けば良くなる。報道も収まってくれば、日本人の飽きっぽさもあり、上向くのではないかと期待している。
旅行代理店（店長）	・全般的には旅行客が増えてきているようである。検討しながらも客は最終的に旅行に出かけるため、今後は良くなっていく。
タクシー運転手	・桜の季節は終わったが、これから修学旅行生が増えるため、多少は良くなる。
タクシー運転手	・企業関係のハイヤー予約は順調に推移しており、外国人観光客の増加も好結果につながっている。
通信会社（企画担当）	・景気が改善していると感じる。東京オリンピックに向けて、これから一気に景気が拡大する可能性がある。
テーマパーク（職員）	・昇給やボーナスの増加など、消費を刺激する要素が夏前まで続くほか、アルバイトが買手市場から売手市場に変わるなど、景気にプラスとなる要素が確実に増えてきている。
美容室（店員）	・パーマのオーダーが好調であり、今後しばらくは続きそうである。
その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・周囲では中小零細企業に勤めている人が大半であるが、賃上げがあった話をよく聞く。数年前までは耳にすることがなかった話である。
住宅販売会社（経営者）	・依然として投資家やデベロッパーの動きが活発なため、1年程度は上向きに推移すると考えられる。ただし、エンドユーザーがそれについてくるとは限らない。
住宅販売会社（総務担当）	・来客数は良くないが、具体的に購入を検討している客が多く、契約に至る割合はやや高い。

	<p>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）</p> <p>その他住宅〔情報誌〕（編集者）</p>	<p>・不動産の取引件数は横ばいかもかもしれないが、購入意欲は少し増しているように感じる。</p> <p>・好調な企業業績に伴って賃上げ気運が更に高まる。低金利の環境が継続するという前提で、引き続きマンション市場はやや良くなる。</p>
変わらない	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・5月は天候に恵まれ、行楽地への外出が多くなるため、お金が買物に回る期待は薄い。今後は目先を変えた販売企画で戦うつもりである。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・今年に入って訪日外国人客の利用が増え、その影響を強く感じられるようになってきた。一方、国内客は節約志向が続いているのに対し、商品はどんどん値上がりしているため、非常に判断が難しい状況である。
	一般小売店〔花〕（店長）	・花の需要は、5月の大イベントである母の日で持ち直すが、気温の上昇する6～7月は厳しくなる。
	一般小売店〔野菜〕（店長）	・本当に良くなるのは、来年以降となる。
	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・依然として販売量が伸び悩む状態が続いている。動いているのも安価な商品ばかりである。
	百貨店（売場主任）	・外国人客による需要の更なる増加や株価の上昇により、高額品関連の売上増が期待される。ただし、一般客の財布のひもが緩むことは期待できず、売上全体を押し上げるまでには至らない。一方、ファッション関連商品は大幅な伸びが期待できないため、販売数量よりも単価の引上げへと、品ぞろえの方向性が変化してきている。
	百貨店（売場主任）	・日用品である食料品の動きが、自家需要、ギフト共に鈍いことから、引き続き財布のひもは固い。
	百貨店（売場主任）	・まだまだ国内需要の喚起や東日本大震災関連の対応、中小企業の活性化を含む、景気対策、経済対策の実施が必要である。
	百貨店（売場主任）	・富裕層については健康や美容に対する消費が活発化しているが、一般層は必要のない物を買わない傾向が続いている。
	百貨店（営業担当）	・客の食品の購入動向が固定化してきており、現状は変化がみられない。
	百貨店（販促担当）	・衣料品の不振が長らく続いており、好転する気配が感じられない。一方、高額品や季節消費関連は堅調で、株価の高値安定が続けば、更なる増加にも期待できる。全体的にはプラスとマイナスが相殺され、ほぼ変化がないと予想される。
	百貨店（マネージャー）	・ボリューム市場では単価が上がっているものの、買上点数が減少している。ボーナス需要や夏のセール商戦の見通しも不透明である。
	百貨店（サービス担当）	・来月中旬から新しくギフトセンターを開設することで、お中元商戦に弾みが出ることを期待する。
	百貨店（商品担当）	・株価が堅調に推移すれば、宝飾品や時計、特選雑貨などの高額品は安定的な動きとなるが、全体の賃金上昇がどこまで消費に結びつかかは、かなり疑わしい。
	百貨店（マネージャー）	・インバウンド関連の特需や、円安・株高を背景に各種指標は良くなっているが、生活必需品が値上がりしている一方、実質賃金は期待したほど上がっていないため、節約ムードは続く。そのためファッション関連の消費は改善しない。
	百貨店（マネージャー）	・高価格帯の商材の動きは、インバウンド客の需要も加わって引き続き底堅いものの、中間層の消費動向が見通せない状況である。4月上旬は天候の影響などもあって苦戦が続いたほか、中旬以降の天候回復後も、春物商材などの動きが鈍い状況が続いている。
百貨店（売場マネージャー）	・6月ごろには本格的に回復するという見方も多いが、予断を許さない。今年度もファッション関連のトレンドは弱く、春商戦が厳しかったことを考えると、夏商戦も厳しいと予測せざるを得ない。インバウンドについては今の傾向が続くと考えられ、大阪や東京ほどの大きな売上ではないものの、増加傾向が続くことは間違いない。	
スーパー（経営者）	・競合店が多いため、景気の良し悪しというよりも、客はお買得品を求めて右往左往している。	
スーパー（経営者）	・企業の業績好転の発表に伴い、ベースアップや夏の賞与にも期待できそうである。生鮮品の相場高を客が受け入れ、引き続き堅調に推移することが予想される。ただし、ドラッグストアも含めたライバルの出店ペースは落ちることなく続いており、加工食品類や菓子類などの価格は、値上げ後も実勢ペースではあまり上昇していないため、利益の圧迫要因となる。	

スーパー（経営者）	・景気回復の波は都市部や大企業の一部の限定的なもので、地方や中小企業との格差は広がっていると感じる。
スーパー（店長）	・現状はやや良い状況であるが、これ以上に良くなる要素は企業努力にゆだねられる。
スーパー（店長）	・我々の主たる客層や、生活必需品などの主な取扱商品については、相変わらず財布のひもが固い。今すぐには様々な経済効果も期待できないため、急な変化はない。
スーパー（店長）	・日々の買物で、極端に高単価商品の購入が増えているわけではない。買物額自体が増えていない状態であり、消費が上向き気配はない。
スーパー（企画担当）	・来客数は前年並みの推移となっている。
スーパー（広報担当）	・客の購買行動が劇的に好転する要素は見当たらない。
スーパー（開発担当）	・大阪の中小企業の賃上げは見込めない一方、徐々に食料品などの値上げが進む。
コンビニ（店員）	・ほぼ固定客で占められているため、大きな変化は見込めないが、週末セールでの来客数の増加を期待している。
衣料品専門店（経営者）	・具体的な変動要因がない。
衣料品専門店（販売担当）	・ゴールデンウィークが明けると、消費が回復すると期待している。
乗用車販売店（経営者）	・車検や修理の際も、以前のような必要最低限という言葉は客からは聞かれなくなってきたが、それでも厳しい注文は続いている。見積ばかりで、売上にならないという状況は、これからも変わらない。
乗用車販売店（経営者）	・新車の販売や車検予約のすべてで、大きな変化がない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・大企業の良好な景気の影響が、食品業界に届くまでには1年以上はかかる。景気が悪くなり、落ち込むのは速いが、良くなるのは時間がかかる。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・来客数が増加するという傾向は変わらない。夏に向かい、少しずつ消費意欲は上昇しているため、よほどの株価の暴落がない限りは現状のまま推移する。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・売れる商品が、定価品よりも特価品となる傾向がみられる。
一般レストラン（店員）	・4月は特に悪かったが、全体として大きな変化はない。
一般レストラン（企画）	・消費税増税後の落ち込みによる反動増を期待したが、4月に入ると客単価は低下傾向となり、売上にマイナスの影響が出ている。食に関する支出については、今後も大きく変わらないと予測している。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・企業収益は好調と報じられているが、ベースアップを行った大企業と比べて、当社では給与増に全くつながっていない。
観光型ホテル（経営者）	・地方ではデフレの傾向が濃厚であり、販売価格の低下が続いていることが一番の問題である。この問題が解消されなければ、景気が良くなるとは思えない。
観光型ホテル（経営者）	・先行予約状況をもて、引き続き予約の申込や問い合わせが多い。
観光型旅館（経営者）	・消費税増税やガソリン価格の変動、物価の上昇などで景気の浮き沈みが続いているが、気分的には落ち着いてきている。
観光型旅館（団体役員）	・前年と比較すると、宿泊人員や売上は96～99%と前年を下回っている。客1人当たりの宿泊単価や売上も前年の水準には至っていないため、宿泊人員を増やすことで、収益のバランスを取らねばならない。
都市型ホテル（総務担当）	・円安傾向は今後も変わらない。
都市型ホテル（客室担当）	・3～4月は、稼働率、客室単価共に順調な推移であったが、ゴールデンウィーク後から夏休み前までは稼働率が落ち着き、今までの勢いが若干衰えてくる。宴会も依然として落ち込んだままであり、全体を考えるとあまり良いとは思えない。
旅行代理店（広報担当）	・夏休みやシルバーウィークに向けて、客の旅行に関するマインドは高まってくる。海外での地震や事故などのマイナス要因も多いため、ちょうど現在と変わらない状態となる。
旅行代理店（営業担当）	・インバウンド関連や国内旅行の動きは堅調であるが、海外旅行や個人旅行はなかなか上向いてこない。
タクシー運転手	・大阪は特に、景気の良くなる起爆剤が見当たらない。海外からの旅行者が多く、景気が良くなっているように思われるが、本質的な部分は変わっていない。

	タクシー運転手	・駅などの待ち時間の様子を見ても、以前と変わらない利用となっている。
	観光名所（企画担当）	・外国人観光客の来場者数は増加しているが、全体的には低調である。今後は客が増える時期となるが、前年の水準の維持が精一杯である。
	観光名所（経理担当）	・4月は天候に恵まれず、休日ごとに雨が降ったせいか、来客数、売上共に前年よりも約10%減っている。例年の花見や祭り目当ての客も、雨で散々であった。ただし、天候だけが原因ではないような気もしている。特に、平日は閑散とした日が多くなり、例年よりも来客数が減っている。総じて景況感が良いとは感じられず、集客策を何とか講じていかなければ飽きられてしまう。
	遊園地（経営者）	・株価の上昇といった景気回復のトピックスはあるものの、実際の売上などに回復の動きはみられない。実体経済への影響はまだ限定的といわざるを得ない。
	パチンコ店（店員）	・景気は少し回復傾向にあるが、そこまで良くなるとは思えない。
	競輪場（職員）	・一部の投資家や企業からは良い話が聞かれるが、一般消費者にはほど遠く、一気に回復するとは考えられない。厳しい状況は今後も変わらない。
	競艇場（職員）	・特に景気が向上する要因が見当たらない。
	その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球の試合が予定されているほか、家族向けのイベントや人気グループのコンサートが開催されるため、多くの来場を予想している。
	美容室（経営者）	・このところは様々な業種の店が閉店となり、商店街が徐々に寂しくなってきた。雨が多かった影響が、客足が遠のいているため、連休に期待したい。
	その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・商業施設内への大型店舗のオープンが続いており、今後のブランド向上による売上貢献に期待したい。
	住宅販売会社（経営者）	・契約見込物件が急に増え、その対応に苦慮しつつある。以前にもこういった動きは何度かあったが、なぜ注文をバランス良く振り分けられないのか、その対策を考えなくてはならない。
	その他住宅 [展示場] (従業員)	・注文住宅市場では消費税増税の反動減がようやく収まりつつあるが、政府の税制面などの新築住宅対策は弱く、現状維持が精一杯と感じる。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費者の節約が進むなか、売上至上主義は衰退する。
	一般小売店 [時計] (経営者)	・同業者ではないが、近隣の複数の店が閉店したほか、今後も閉店の予定がある。地域としてシャッター通りになると、活気がなくなるので心配である。良くなる材料はなく、先行きの見通しも立たない。
	一般小売店 [珈琲] (経営者)	・大阪の消費は観光客が支えていくという実感が出てきている。大阪の観光地や繁華街、ホテルの利用者のほとんどがアジア系の観光客であり、観光が一巡すれば更に悪くなると予想される。
	一般小売店 [花] (経営者)	・3～4月は行事が多く、何とか売上は伸びたが、夏に向かって消費が減少するため、夏過ぎまでは落ち込む。
	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・インバウンド客の動きも一段落すると思われ、それに伴い売上も少し減少することで、やや悪くなると予想される。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	・景気回復を実感している消費者が少ない。マスクミなどでは徐々に景気が回復していると報じられているが、物価の上昇を強く感じるなかで、趣味にかける金額は一層厳しくなっているとの声をよく聞く。この調子では、数か月後の景気に対しては不安しか感じられない。実際のところ、アベノミクスの効果がどの程度出ているのか、全く分からない。
	一般小売店 [自転車] (店長)	・ただでさえ売れないのに、また値上げが予定されている。
	スーパー（店長）	・奈良県の南部は良くないが、中部では上向き傾向が続いている。
	スーパー（管理担当）	・今の傾向が続けば、更なる原材料費の高騰も予測され、販売代金への転嫁が避けられなくなる。買い控えに拍車がかかる可能性がある。
	コンビニ（広告担当）	・今月から日用品の値上げが続き、天候の影響で野菜も値上がりしているため、消費者の購買意欲は向上しない。
	衣料品専門店（経営者）	・平成26年度の補正予算に関する事業の本格実施が、8月以降にずれ込むと聞いている。ほかの都市が先に実施された場合は、更に遅れると考えられる。
	衣料品専門店（経営者）	・3か月先も景気が上向くことはない。消費者が購入しなければ、売上は伸びず、賃金も上げられない。

		衣料品専門店（販売担当）	・急に暑くなったため、Tシャツの売行きが早まっただけという気がする。
		乗用車販売店（経営者）	・一部の人は、株高で所得が増えているようだが、外国人観光客を除く国内の全体的な消費は横ばいである。このまま円安基調が続けば、輸入品の値上げなどで消費は落ち込み、景気は更に悪くなる。
		自動車備品販売店（営業担当）	・4月からの生活用品や電気料金の値上げに対し、更なる節約の進行が考えられる。新商品の発売時期と重なるが、新商品への反応が鈍く感じられる。
		住関連専門店（店長）	・もう何年もの間、売上の良い状態が半年以上続くことはない。相変わらず景気は不安定であり、経営に影響が出ている。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・電気料金などの値上げが控えており、消費者の価格に対する目は一段と厳しくなる。
		一般レストラン（経営者）	・消費者の財布のひもはますます固くなり、外食を控える傾向が強まる。
		観光型ホテル（経営者）	・消費税増税に向けて、普段の節約傾向が更に厳しくなる。
		観光型旅館（経営者）	・バス料金の改定による影響がいよいよ出てきている。中小企業の団体旅行やツアー旅行、日帰りツアーの集客が厳しくなりそうである。
		住宅販売会社（経営者）	・現状の顧客の動きが続けば、状況は良くならない。
		住宅販売会社（従業員）	・地価や建築費の高騰に伴い、新築マンションの販売価格は上昇が続いている。都心の好立地については富裕層や海外からの投資目的での購入もあるが、一般ファミリー向けのマンションについては売行きが落ちる。
	悪くなる	一般小売店〔雑貨〕（店長）	・6月から一部のたばこが値上げとなれば、更に売上が落ち込むことが予想される。
		一般小売店〔花〕（店員）	・天候不順で原価が高騰しており、夏季の仕入金額が上がる見込みであるため、利益が出にくくなる。さらに、値段が高くなることによって買い控えが進むため、売上也落ちると予想される。
		一般小売店〔酒〕（社員）	・外需は好調のようだが、内需についてはデフレに慣れた消費者が価格の上昇を嫌がっているため、当面は国内需要の伸びは期待できない。
企業動向関連 (近畿)	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業（従業員）	・原材料の高騰により、競合他社が値上げに動いている。当社も同じく原料価格が上がって厳しい状況であるが、まだ値上げには踏み切っていないため、他社からの乗り換え需要が出てきている。
		食料品製造業（営業担当）	・気温の上昇で飲料水の販売が増えるほか、ゴールデンウィーク中の販売も伸びてくる。
		繊維工業（団体職員）	・4月下旬になり、ようやく一部に引き合いなどが出てくるようになってきている。現状は改善に向かっているとはいえませんが、期待感を持っている。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・季節的に忙しくなる時期となる。
		木材木製品製造業（経営者）	・現在提案中の新規事業が徐々に軌道に乗り、売上、利益共に増加が見込まれる。
		化学工業（経営者）	・昨年はみられなかった、大口の新規案件の問い合わせが散見されるようになってきている。
		化学工業（管理担当）	・夏季ポナスが支給されて消費者の購買意欲が上がり、市場にお金が回る。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・市場の雰囲気は悪くない。景気の回復気運に乗って、緩やかにではあるが現行のプロジェクトが進行している。しばらくはこの状態で推移する。
		金属製品製造業（経営者）	・統一地方選挙も終わり、経済が動き出すことを期待している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・大きな商談が成立しそうであり、今後の見通しとしては期待が持てる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・大手企業、中小企業共に生き抜くために努力しており、当社も体質の根本的な改善を図る努力をしている。懸念材料は、政府が財政状況に目隠しをしているため、日本経済が破たんに向かうことである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・グローバルな時代に入っており、為替は重要な要素であるため、現在の為替が安定すれば景気は良くなる。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・単価の高い4Kテレビの新製品が登場し、更なる普及の促進が期待できる。

	電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数の増加に伴い、受注も少しであるが増えている。
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・今の状態のまま、夏物商品の動きが良くなることを期待している。
	輸送業（商品管理担当）	・5～6月は母の日や父の日があるため、販売量が増加する。
	輸送業（営業所長）	・昨年は消費税増税後で荷動きが鈍かったが、今年は新規案件の話も多く、少しは期待できそうである。
	金融業（営業担当）	・少しずつ良くなってきているように思えるが、4～5月の動き次第である。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読数が減少しつつあるが、広告の折込件数が増えており、収入が伸びている。
	広告代理店（営業担当）	・夏物商品が動き出すが、バーゲンよりも定価品の販売の方が期待できる。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・国内景気の回復は海外からの観光客の消費にかかっている。それに影響されて、国内客の購買意欲が多少なりとも改善することを期待している。
	その他非製造業〔会社〕（営業担当）	・平成27年度の補助金への反応から、顧客の省エネに対する考え方や取組方針が分かり、対応しやすくなっている。
変わらない	繊維工業（総務担当）	・円安による利益率の減少に対し、様々な手は打っているものの、いまだに取り戻せていない状況である。販売先への価格転嫁は、全くといってよいほど受け入れてもらえない。中小企業は景気の先行きに対して明るさを感じていないのが現状である。
	繊維工業（総務担当）	・得意先の取引先にまでアプローチをしていかないと、販売につながらないのが現状である。消費者に近いところで販売すれば確実であるが、経費がかさみ、採算が圧迫される。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・顧客からの受注量が増加している案件が少ない。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・昨年4月以降は、消費税増税後による買い控えで売上は減ったが、今年は昨年以上の売上を見込んでいる。ただし、現状ではまだその動きが感じられない。
	化学工業（企画担当）	・給与所得面での顕著な改善がない限りは、個人消費が増えるような状況にはならない。
	金属製品製造業（管理担当）	・電力の買取制限の問題で、太陽光関連の受注が減少しているが、空調関連は若干ながら受注がある。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・依然として戸建住宅の着工数が増加しないため、大きな改善は見込めない。
	電気機械器具製造業（経理担当）	・動きの鈍い要因が明確にならない限り、先行きは読めない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・相変わらず仕事が入ってこない。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・引き合いは増加しているものの、今年の後半に集中していると感じる。着実な営業活動により、受注に結びつけていくことが課題である。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・アベノミクスの効果による株価の上昇や、輸出企業を中心とした大企業の賃上げ、過去最高益など、景気の良い話題は出ているが、中小企業まではその恩恵が届いていない。
	建設業（経営者）	・突発的な要素があれば変化する可能性はあるが、この3か月は閑散期に当たるため、今の状況は変わらない。
	建設業（経営者）	・良くなる兆しが全く見当たらない。
	建設業（経営者）	・今後も現場技術員や技能労務者不足のほか、建設資材が高騰するなかでの厳しい価格競争が続く。仕事量は増加傾向にあるものの、諸問題を抱えながらの受注競争が強いられる。
	輸送業（営業担当）	・スポーツやレジャー用品の工場は、例年4月は景気が良くなるが、今年は荷動きがかなり減っている。
	輸送業（営業担当）	・今のところは下がる要素も上がる要素もない。
	通信業（管理担当）	・好景気となる要素がない。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・今後は株価の揺り戻しがある。現在の株高は為替が支えており、景気が良くなって上がっているわけではない。
	不動産業（営業担当）	・神戸から企業が撤退する動きはこれからも続くため、景気は底ばいが続く。
	広告代理店（営業担当）	・今年の状況から考えて、今後も同じ傾向が続くと予想される。
	広告代理店（営業担当）	・しばらくは今の状態が続く。
	司法書士	・大きな変化を及ぼす要因は見当たらないので、変わらない。
	経営コンサルタント	・当面は現状の動きが続くように感じる。中小企業には相変わらず様々な助成金が用意されており、徐々に利用者が少なくなってきた感もあるが、特に悪い材料はない。

		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にもあまり期待できない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・ほとんど変化がない状態である。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・アベノミクスの効果がまだまだ浸透していない。
	やや悪くなる	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・当面は大企業のベースアップや昇給、中小企業での賃金アップに期待したいが、大きく状況が変化するとは考えにくく、販売数量が増加するとは思えない。その一方、円安の定着化によるコストアップも吸収できない状況であり、輸入企業の倒産やリストラが加速するため、景気の腰折れにつながる事が懸念される。政府にはバランスの良い経済政策を求めたい。
	悪くなる	金属製品製造業（営業担当）	・人手不足のため、賃金のベースアップに踏み切らざるを得ず、更に収益が悪化することが懸念される。
雇用 関連 (近畿)	良くなる	人材派遣会社（支店長）	・例年は4月に一度落ち込むが、今年は継続した受注がみられたため、3か月先の見通しは明るい。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・今後は派遣法改正が審議される予定であり、通過することを前提として事業を進めている。派遣先の企業もそれを見越しており、紹介予定派遣や正社員の採用がますます増えてきている。
		人材派遣会社（営業担当）	・観光シーズンに入ると、更に外国人観光客が増加することで、特にサービス業での人手不足感は高まるが、求職者の動きが追いつかない。
		人材派遣会社（役員）	・企業が人材の確保に動いているため、競争によって賃金は上昇していく。今後、人材の確保に成功した企業の景気は良くなるが、企業間格差は拡大すると予想される。
		アウトソーシング企業（営業担当）	・設備投資やシステム投資意欲の高い企業が多い。
		アウトソーシング企業（管理担当）	・来月ごろから仕事の依頼が入ってくる予定であるため、やや良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・大手企業の新卒求人や中途採用が活発化しており、求人の動向をみる限り、景気は好調を維持すると考えられる。戦争のぼっ発やギリシャの経済破たん、すぐには考えにくい中国のバブル崩壊といった世界的な問題が発生しなければ、当面は上向きの状況が続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大卒の求人だけでなく、雇用環境全体が改善している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・雇用情勢から人手不足感がうかがえる。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・生産活動が鈍化しているため、物流関連の受注は少ない傾向が続くと見込まれる。ただし、長期の案件が増えていることで、回復の期待も出てきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西地場産業からの求人の動きが鈍く、特に中小企業が良くない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・業種によって格差はあるが、力のある会社は積極的に人材を集めている。中小企業のなかにも格差が出てきている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向にあるものの、パート求人が多く、正社員求人は伸び悩んでいる。一方、新規求職者に占める在職者の割合が低下している。電力需要が増加する夏季に向けて、電気料金の引上げが実施されれば、価格転嫁が厳しい中小企業の製造業を中心に、経営が圧迫されるとの声もあり、先行きの不透明感が強まっている。
職業安定所（職員）		・管内企業によると、製造業、卸売業等からは今後の展望を現状維持とする声が多かった。正社員求人の割合にも大きな増加はみられず、好転は見込めない。	
職業安定所（職員）		・引き続き現在のままで推移する。	
民間職業紹介機関（職員）		・人出不足の状況は依然として続くが、建設日雇い労働者の賃金は、関東と違って関西では上がっていない。	
	民間職業紹介機関（営業担当）	・今月と同じく、良い状況が続くと考えられる。	
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-