

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：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 [球場] (経 理 担 当)	・プロ野球が開幕し、公式戦が行われるほか、多くのコン サートが開催されるので、多数の来場者を予想している。
	やや良くなる	一般小売店 [花] (店 長) 一般小売店 [花] (店 員) 百貨店 (売 場 主 任) 百貨店 (外 商 担 当) スーパー (店 長) スーパー (社 員) スーパー (企 画) コンビニ (経 営 者) コンビニ (店 長) コンビニ (店 員) コンビニ (店 員) 衣料品専門店 (営 業 ・ 販 売 担 当) 高級レストラン (ス タ ッ プ) 一般レストラン (店 員) その他飲食 [ファース ト フ ォ ー ド] (店 員) 観光型ホテル (経 営 者) 観光型旅館 (経 営 者) 都市型ホテル (ス タ ッ プ) 都市型ホテル (ス タ ッ プ) 都市型ホテル (客 室 担 当) 都市型ホテル (管 理 担 当) タクシー運転手 通信会社 (社 員)	・ 3 ~ 5 月は行事が多いので、来客数、販売量共に伸びる。 ・ 客の節約志向に変化はないが、極端な売上減はない。繁忙 期を迎えるので売上増が期待される。 ・ 耐震工事に伴い、駅ビルに新店舗が導入されるため、集客 力が高くなる。百貨店側だけでなく、駅ビル全体が完成す るため、魅力の向上による好転を期待している。近隣に大型商 業施設がオープンする影響は懸念されるものの、一時の厳し さは改善される。 ・ インバウンドは当面好調を続けると予想されるほか、近隣 の同業他店が改装で売場面積を大幅に減らしているため、食 品を中心に当店へ客が流れ込んでくる。 ・ 現状は朝一番と夕方以降の来客数の落ち込みが大きく、そ の分苦戦しているが、気温が上がって春物の需要が高まれば、 回復していくと予想される。 ・ 店頭では、価格を重視して購買する様子に変化はないが、 以前のように価格が安くなければ売れないという状況から、 質の良い商品で値ごろ感があれば、よく売れる状況に変わっ てきている。これは、客の購買力が増えてきたためと考 えており、当面は堅調な消費が続く。 ・ 4 月にかけては、気候の変化に伴う需要や、卒業や異動、 入学、新生活関連などの需要が増える。さらに、マイナス金 利の影響で住宅ローンや住宅市場の動きが活況になるほか、 来年 4 月の消費税増税に向けて、消費財の購入増加が見込ま れる。 ・ ファストフードと飲料やコーヒー類、デザートなどのセッ ト購入が更に増えそうな予兆があるため、客単価がまだまだ 上昇することが期待される。 ・ 気温が早く春らしくなれば、来客数のベースが上がるの で、販売量の増加につながる。総菜関係のキャンペーンも予 定されているため、その効果に期待している。 ・ 春休みに入ると、レジャーやイベントに出かける人が増 える。 ・ 春のキャンペーンの展開などで、パンの販売に力を入 れる。 ・ 春夏物スーツなどのオーダーが早くから入っている。 ・ 春に向けて、卒業や入学、就職、昇進などを祝う機会が増 える。 ・ 1 年前と比べて、この寒い時期でも情報誌に広告を掲載す ると来客数が増加した。このまま暖かくなれば、客は更に足 を運びやすくなる。 ・ 来年 4 月の消費税増税に向けて、来客数や単価が上がって きている。 ・ 燃料安の影響で、旅行客が増える。 ・ 特に良い材料はない。 ・ 宿泊を中心に需要過多であり、宴会、食堂を含めた料金 アップを実施したが、客の勢いは衰えていない。 ・ インバウンドによる客室収入増が、継続して売上に寄与し ている。新年度から各種宿泊料金をアップさせるため、どの ような影響が出るかは注意が必要となる。宴会や食堂につ いては、前年並みの見込みである。 ・ 客室の 3 ~ 4 月の予約は順調に入っており、客室単価も上 昇しているため、今月の落ち込みは一時的なものと考えてい る。 ・ 光熱費の上昇も落ち着きをみせている。円高の悪い影響が 出なければ、このまま若干上向き加減で推移する。 ・ 春休みに入れば、暖かくなって外出も増えるため、多少は 動きが増えることを期待している。 ・ 消費者に商品を選択する目を持つ人が増えつつあるのでは ないか。一時的なキャンペーンに反応する客が、減少傾向に あると感じられる。

	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・世間の経済状況は、株価の乱高下によって悲観的な論調が多く見受けられるが、本当にそうなのかと疑問を感じる。先日も、CDの売上が減少している一方、その代わりにコンサート公演回数が増加し、チケット代が上がってもよく売れているという記事を見たが、このような形に変化していくと感じる。
	美容室(店員)	・気温が上がリ、髪を切る客が増えるため、今後は良くなる。
	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仕事のため服を脱ぐので、どうしても寒い時期は来客数が減少する。
	住宅販売会社(経営者)	・春の移動時期を迎えるので、流通量が多少なりとも増える。
	住宅販売会社(総務担当)	・集客が増えていることを考えると、良くなる傾向にあると感じる。
	その他住宅[展示場](従業員)	・注文住宅は、消費税増税前の経過措置の9月末までは契約数が伸びると予測するが、消費税増税の実施が不透明になってきたので、今後の動向を注視したい。
変わらない	一般小売店[花](経営者)	・消費税率の引上げなどが消費を抑え込む傾向にあり、生活必需品ではない商品の売上には期待できない。
	一般小売店[時計](経営者)	・近隣の大型商業施設をみていると、大型リニューアルをしてから2~3年もしない間に、店が激しく入替わっている。当店の近くにも貸店舗の看板がよく出ており、にぎやかな場所かどうかは関係なく、店を維持することが難しくなっている。2~3か月先のゴールデンウィークでは、お金は行楽に向かうため、時計を扱う店には回ってこない。
	一般小売店[衣服](経営者)	・良くなる材料が全くない状態であったが、円高によって海外からの仕入れに少し明るさが出始めた。この状態が続いてほしい。
	一般小売店[鮮魚](営業担当)	・今のところは受注の予定がないほか、好転する材料もない。
	一般小売店[衣服](経営者)	・客に価格を合わせれば商売にならないため、この先景気が良くなることはない。
	一般小売店[野菜](店長)	・アベノミクスの効果はいまだに中途半端である。
	百貨店(営業担当)	・良い動きになる要因があまり見当たらない。
	百貨店(サービス担当)	・来月からも集客が見込める新規催事などを予定しているほか、新ショップの導入により、前年の実績が引き続き確保できそうである。
	百貨店(商品担当)	・不安定な株価や原油安による経済の停滞感に加え、マイナス金利が需要喚起に逆効果となっている。年金生活者は特に消費に慎重になっている状態である。
	百貨店(マネージャー)	・年明けから続く円高、株安は、中国などの新興国経済の減速や米国経済の先行き不透明感、原油安の影響が絡み合っている。企業はその影響を慎重に見極めている状況であり、この春の賃金交渉も厳しい局面となる。そのため、個人所得はそれほど増えるとは思えず、消費の低迷が続く。また、マイナス金利などで、住宅ローンの借換えを含む、少しでも無駄を省く動きが増える。全体的には様子見の節約傾向が続く。
	百貨店(売場マネージャー)	・株価下落の影響もあるが、消費意欲を高めるような対策はなかなか難しい。消費者の物を見る目が変化し、低価格志向が定着しているため、ボリューム層の回復にはまだ時間がかかる。
	百貨店(営業企画)	・中国の景気減速リスクが継続するほか、株価も不安定な動きが続く。マイナス金利政策の副作用を含めた効果も不透明であるなど、外的環境が悪く、マインドの改善が望めない。
	百貨店(マネージャー)	・インバウンド需要は前年を維持するのが困難な状況であり、株価の先行きも不透明である。
	百貨店(商品担当)	・まだまだインバウンドは強く、特に中国人観光客の数は増えていくと思われる。国内客の売上についても、高額品の動きに株安の影響は出るものの、ボリューム商品のファッション関連は堅調な推移となる。
	百貨店(服飾品担当)	・秋冬のバーゲン商戦に関しては、客が秋冬物の値下げ商品を買うというよりも、通年で使える汎用性の高い商材に人気があった。春物にも活用できる商品など、やや保守的な買い方をとするケースが目立つ。このような動きから、春商戦も買い控えの傾向が予測される。大きなファッションの流行が生まれ、景気の回復感が広がらない限り、現状の曇りがかった消費の傾向は続く。

百貨店（売場マネージャー）	・地元人口の減少や高齢化、ショッピングセンターとの競合などにより、季節の始めにファッションとして購入するような感度の高い客は、少なくなりつつある。実需期に購入する客についても、必要な物を必要な時に買うという意識が強くなっているようで、ますます気候などの影響を受けやすくなっている。
百貨店（マネージャー）	・年初と比較して株価は落ち着いてきたものの、上昇の動きは小幅にとどまっている。また、マイナス金利が導入されたことで、住宅ローンの借換え申請が増えているようである。借換えの恩恵は、手続きに一定期間を要することや、諸費用による一定の負担増などを勘案すると、数か月後に出てくると予想される。直近の2～3か月は、小売にとって厳しい状況になることが懸念される。
スーパー（経営者）	・客の買物から、厳しく慎重な雰囲気が感じられる状況は、当分続きそうである。
スーパー（経営者）	・景気上昇につながるニュースが少ない。春闘のニュースをみても昨年ほどの熱気はなく、正社員の賃金上昇は限定的と思われる。増えるのはパートが中心であり、当社でもパートタイマーが非常に集まりにくい。時給を全体的にアップせざるを得ず、収益面での厳しさが出てきそうである。
スーパー（店長）	・株価対策やマイナス金利政策の効果がみられない。
スーパー（店長）	・2年前の消費税増税による影響の裏返しで、3月後半は上向き、4月前半は厳しくなる。為替や株価の動きなど、景況感が上向き情報も少なく、春闘の結果が芳しくなければ、商品の動きが良くなることはない。
スーパー（店長）	・先行きは不安要素が多く、政府の施策にも即効性がない。当分の間は現状維持が精一杯である。
スーパー（店長）	・変わらないと考えるが、変えていく行動が必要である。人の採用も厳しい状態で、来月には契約更改があるが、社会保険の適用拡大に伴う影響で、契約労働時間が削減されることも考えられる。店舗では、よりスキルの高い人にはマルチジョブをお願いし、効率化を図るなど、店舗力を上げていく必要がある。
スーパー（店長）	・春先は人口の流出が増える一方、流入は少ない。
スーパー（広報担当）	・確実に良くなるという要素が見当たらない。
スーパー（開発担当）	・原油価格は下がっているが、中小企業の賃金は上らず、横ばいのままである。この春の組合交渉でどれだけの賃上げが見込まれるのか、それ次第でこれからの景気が左右される。
コンビニ（店員）	・来客数が回復する見込みは薄く、大きな変化はない。
コンビニ（広告担当）	・一般の中小企業の賃金が増えなければ、多くの消費者の購買意欲は変わらない。各小売業者で企業努力をしても、今後2～3か月で大きく変わるとは思えない。
衣料品専門店（経営者）	・マイナス金利の経済効果は乏しく、景気の回復策が手詰まりになっているように感じる。
衣料品専門店（販売担当）	・シーズンが変わってもクールビズが始まるため、景気は変わらない。
家電量販店（経営者）	・客の財布のひもが緩む要素がない。収入の増加のほか、将来不安が払しょくできるような要素や景気対策が出てくることに期待する。
乗用車販売店（経営者）	・例年に比べて、車検の予約台数、新車の販売台数のすべてにおいて、あまり変化がない。
乗用車販売店（販売担当）	・新型車の受注は依然として限定的であるが、既販車の落ち込みはないため、乗り切れそうである。
その他専門店 [宝石]（経営者）	・株価の暴落が当面は続くと思われるため、客の購買意欲は上がらない。
その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・円高の兆しがみられるものの、早くは進まないと思われされる。
その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・カタログの発刊時期でもないため、受電数は変わらない。
その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	・景気の回復につながるような、明るい材料が見当たらない。当面は一進一退の動きが続く。
高級レストラン（企画）	・宿泊や婚礼、宴会の受注は好調であるものの、特に低価格帯の店舗では、料飲客数の動きが不安定である。
一般レストラン（経営者）	・今年のゴールデンウィークは、為替相場の影響もあり、旅行業界では大きな動きが予想される。一方、飲食業界は花見シーズンのケータリングのほか、繁華街に動きが集中する形になる。

一般レストラン（企画）	・昨年末からは改善傾向がみられたが、今月の来客数をみると、現状維持の動きとなる。ここへきて客単価の伸びも鈍化しており、景気を反映したものとなっている。	
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・消費税増税の軽減税率に関する議論の推移には興味があるが、煩雑で混乱をきたすような実務対応が必要になる不安はある。景気が良くなるための施策を期待したいが、今の議論は消費税の回収方法ばかりであり、本末転倒ではないかと疑問を感じる。	
観光型ホテル（経営者）	・世界的な傾向であるが、原油安や株安など明るい話題がみえてこないため、現状維持が精一杯である。	
観光型ホテル（経営者）	・国内外の客による需要は活発であるが、接客スタッフが人手不足のため、予約の制限が必要になりそうである。	
観光型旅館（経営者）	・かなりガソリン価格が安くなっているが、利用客がなかなか増えず、客単価も横ばいであるため、先行きにはあまり期待できない。	
観光型旅館（経営者）	・人件費や物価の上昇のため、値段を上げる予定であるが、自信を持てるような状態ではない。	
観光型旅館（団体役員）	・宿泊の予約状況は、外国人客を含めて現状維持もしくはプラスとなっているが、選挙が始まると観光業界は停滞するため、先行きには懸念を持っている。	
都市型ホテル（総務担当）	・海外からの予約状況は、相変わらず好調である。	
旅行代理店（経営者）	・フランスを避ける形で、欧州方面に少し動きが出てきた感がある。燃油サーチャージや円高傾向も若干のプラス材料である。ただし、株価の動きも読みにくいため、力強さは全く感じない。	
旅行代理店（店長）	・国内旅行が回復しつつある一方、海外旅行が激減しているため、景気が回復するとはいえない。	
旅行代理店（営業担当）	・今のところは変わらないが、これ以上、円高や株安が続けば、厳しくなる可能性はある。	
タクシー運転手	・年末年始の繁忙期以降の落ち込みを懸念していたが、大きな変化もなく推移している。	
タクシー運転手	・業績が向上している得意先が見当たらない。	
通信会社（経営者）	・消費マインドの変化の兆しがみられない。	
通信会社（企画担当）	・海外景気の悪化によって、国内の経済指標が伸び悩んでおり、実体経済への影響が懸念される。	
テーマパーク（職員）	・プラスであれマイナスであれ、経済に大きな効果を与えるのは特殊なイベントではなく、日常的な経済政策や金融政策である。当面、参議院選挙までは経済政策に大きな変更がなさそうであり、しばらくは今の流れでの推移となる。	
観光名所（経理担当）	・前月に続いて比較的暖かい日が続き、月前半は良い数字となっていたが、寒さが戻ると、来客数、売上共に減少している。当地域で以前から続いている、かなり大きな催事も、来客数があまり伸びずに苦戦している。全体的には前年比で5～6%の来客数、売上の増加となりそうである。うるう年で1日増えたとはいえ、景況感が良い感覚はなく、景気の判断がつかない。	
観光名所（企画担当）	・来場者数は前年比で10%増が続いている。インバウンドによる一定の来場もあり、当面はこの傾向が続くと考えている。	
遊園地（経営者）	・マイナス金利政策の影響や世界経済の不安定さで、景気の先行きが読めないが、それらの外部要因に左右されないような営業施策を確実に実行し、現状維持に努めたい。	
ゴルフ場（支配人）	・良くも悪くも動いていない。	
競輪場（職員）	・例年の傾向から、全体的には変わらない。	
競艇場（職員）	・全国の業界内の売上状況をみても、ほぼ横ばいであり、目立った動きはみられない。	
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・ここまで消費意欲が下がると、企業の業績が好転するとは考えにくい。大企業は先行き不安から投資を控えるほか、中小企業は警戒感が強まり、会社の存続に精一杯となる。	
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・アイテムの変更や追加をはじめとする改装を推進し、集客と売上のアップを目指したい。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・客の買物に対する意欲があまり感じられない。今後はインバウンド需要も弱まりそうである。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・肉の相場は高止まりしているが、売行きが悪いために値上げはできず、負のスパイラルに巻き込まれている。これから春のお祝い関連の動きが出てくるが、不安な要素が多過ぎる。

一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・物価が上がっても、給料が上がらないので苦しいという消費者の声を聞くと、数か月先の景気が良くなるとは到底思えない。
一般小売店〔酒〕（社員）	・ユーロ安による円高還元セールを期待する声が増えており、事前の買い控えが想定される。
百貨店（売場主任）	・マイナス金利政策に対する様子見もあり、積極的な消費は控えられている。
百貨店（売場主任）	・株安などの影響が大きくなり、購買意欲は低下すると予想される。
百貨店（売場主任）	・中国を中心とする世界経済の動きが不安定になり、日本でも株安や円高への不安が高まる。また、中国経済の減速により、今まで売上を支えていたインバウンド需要にも陰りが出てきている。国内の大多数の人は、収入の大幅増が見込めないなか、景気の改善要素が見当たらない状況である。
百貨店（企画担当）	・これまで売上をかさ上げしていた訪日外国人の購買に陰りがみられる。特に、春節の訪日外国人売上が予想外に低迷しており、この傾向が続くと売上全体に大きな影響が出る。
百貨店（企画担当）	・ボリューム層の購買状況が好転する要素は少ない。堅調な富裕層の動きも、株価の下落が続けば悪化に転じる不安がある。何よりも、去年は4～6月にインバウンド売上が急増したが、直近の動向から推測する限り、今年は前年割れとなる見通しである。これらを勘案すると、今後数か月の景況は極めて厳しいと認識している。
百貨店（営業担当）	・株価が低迷し、為替も不安定な状況であれば、一部を除く富裕層の優良顧客の間でも、高級ブランド品や宝飾品、美術品などの買上が伸び悩む。
百貨店（販促担当）	・衣料品の不振を補ってきた高額品の販売については、株価の低下が懸念材料である。富裕層の心理が冷え込むと、もともと多く売れる物ではないため、落ち込みが心配される。衣料品の不振に打開策はなく、メーカーも厳しい環境である。イベント需要などの取り込みを確実にしていくことで、落ち込みを最小限に抑えていく。
スーパー（企画担当）	・閉店中の近隣のドラッグストアが新装オープンする。
スーパー（経理担当）	・景気の不透明感が強く、株安による年金不安をあるような報道のほか、一部では賃上げの見送りムードもあり、節約志向が高まりつつある。将来の安心感が提供できなければ、今後消費は厳しくなる恐れがある。
スーパー（管理担当）	・来年度の賃金交渉も状況は厳しい。健康保険の適用拡大に伴う経費の増加はかなりの規模になるため、ペアに対する期待は薄い。また、マイナス金利についても、恩恵よりもマイナス面の方が目立つ。
コンビニ（経営者）	・競合店ができたことで、客が分散している。これから季節が良くなるため、デザートの実を揃えつつ、購入しやすいプラスワンの商材をそろえていく。
家電量販店（企画担当）	・マイナス金利政策による景気の先行き不安から、消費の冷え込みにつながる可能性がある。
乗用車販売店（経営者）	・予想外のマイナス金利まで導入されたが、むしろ効果は逆に出ているように感じる。
乗用車販売店（経営者）	・原油安や株安、円高、中国経済の減速などの影響で、世界経済だけでなく、日本経済の先行きも怪しくなっている。先行きが不透明なため、客も消費を手控える傾向があり、今後よほどの好材料が出てこなければ景気は向上かない。
住関連専門店（店長）	・これまでの傾向から考えると、かつて経験したことのないマイナス金利についても、ある程度の効果がみえない間は、顧客は慎重になる。売上はとにかく世間の情勢や風潮に左右される。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・価格競争は更に激化すると考えられるため、サービスによる差別化を心掛けたい。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・年度末に向けて、外食業界では少し景気が落ちていくと予想される。
一般レストラン（経営者）	・春には桜通りの花見で人出は増えるが、様々な税金の納付時期であり、財布のひもが固くなる。
一般レストラン（経理担当）	・現在の経済環境の厳しさから、賃上げは考えにくいいため、景気は横ばいか減速に向かう。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・銀行は当てにならないほか、国の景気底上げ策も裏目に出ているようにみえる。
都市型ホテル（支配人）	・インバウンド景気にも少し陰りが出てきたと思われる。客単価が数か月前よりも下がっており、今後も良くなる材料は見当たらない。一方、マイナス金利の影響はまだ判断できる段階ではない。

		旅行代理店（広報担当）	・ゴールデンウィークの日並びは、真ん中の2日間を休めば10連休と、決して悪くないにもかかわらず、需要が伸びてこない。
		その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・消費税増税に対する不安がある。
		住宅販売会社（経営者）	・年度末までは仕事の見通しがつくものの、次年度は計画道路の実行に関する予算が3割カットとなるため、勢いが落ちる。
		住宅販売会社（従業員）	・一般向けのファミリーマンションは販売価格が上昇しており、売行きが悪化していく。また、これまで富裕層が購入していた高額マンションも、株価の低迷が続けば、売行きが悪化が加速すると予想される。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・マイナス金利の影響で、住宅ローン金利の低下は更に進んでいるが、経済環境の先行きに対する不安感が高まっている。そのため、モデルルームへの来場者数が減少し、購入決定に移行する割合も低下している。
	悪くなる	商店街（代表者）	・近隣に大型商業施設がオープンするため、大きな影響を受ける。
		一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・消費税率のアップに身構えて、節約志向が強まる。
		スーパー（経営者）	・アベノミクスやマイナス金利政策などの失敗が、よく報道で目にされるようになった。実際に、身の回りの景気回復は一向に感じられない。客の様子も、デフレが騒がれていた時期と変わっていない。
		衣料品専門店（経営者）	・客が買い控えをしており、おしゃれをして外出しようという客は、以前に比べて減少している。
		乗用車販売店（経営者）	・例年1～2月は販売が落ち込む時期であるが、ここまでひどいとは想像しなかった。円高、株安による直接の影響はないと考えていたが、ひどい有様である。今後の好転など見通せるはずもない。
企業動向関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・受注量、受注金額共に増加し、利益も増える。
	やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・春夏商戦に向けて、イベントなどで各社の新商品の販売が伸びる時期なので、売上は伸びてくる。
		食料品製造業（経理担当）	・売上が前年を3%ほど上回る状態が続いている。取引先が商品に興味を示すことが多くなっている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・顧客によって波はあるが、全体的に受注量は増えてきているように思う。先の受注見込みも、昨年の受注量よりも増えているように感じる。
		化学工業（経営者）	・不安材料は多いが、大口案件が少しずつ決まっているため、今後は多少良くなる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・建築関係の案件がここしばらくは続く。現時点で5月末までの注文が入っており、その先についても内示がある。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・8月のオリンピックに向け、5月後半ごろからテレビやブルーレイレコーダーの需要増が期待できる。
		建設業（経営者）	・4月中旬ごろまでは、現状の伸びが続くと予想される。3月末の決算に伴う案件の増加も予想されるが、大きな伸びにはならない。
		建設業（経営者）	・マイナス金利政策に伴う住宅ローンの金利引下げや、消費税増税に向けての駆け込み需要に期待する。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・中国経済の動向次第という不透明感も残るが、今の地政学的な要因による株価の下落が、徐々に回復するのは確実である。
		広告代理店（営業担当）	・3月以降、気温が上がれば春物に動きが出てくる。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・季節の変わり目には商品構成が変わるが、当社は通年商品が多いため、あまり大きな変動はない。商品構成上、インパウンドの影響もほとんど受けない。輸出にも大きく依存していないため、中国の景気変動による直接的な影響もない。
		繊維工業（団体職員）	・特段の変化はなさそうである。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・何も変化がない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・先行きを予想するのはかなり難しい。
		化学工業（企画担当）	・販売価格、販売量共に大きな変化は感じられず、今後好転する材料も見当たらない。
		金属製品製造業（経営者）	・年度末を控えて、景気が良くなることを期待している。
		金属製品製造業（営業担当）	・特に、これといった前向きな話は聞かれない。

金属製品製造業（管理担当）	・短納期の受注が増えているため、収益が上がらない。	
一般機械器具製造業（設計担当）	・良くなる要因が見当たらない。逆に悪くなる要因はあるが、それなりに現状維持は可能である。	
電気機械器具製造業（経営者）	・世界情勢の変化は大きい、海外と国内の工場のバランスを取りながら、慎重に日常業務を進めていく。	
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・海外取引は商社を通じて円建てで受注しており、為替の変動には左右されないが、海外からの引き合いが受注に結び付いていない。	
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・年明けから株価が乱高下しており、景気動向が判断しにくい状態が続いている。マイナス金利の効果がどう出てくるかを注視したい。	
その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新学期が始まるころであるが、受注量に変化はないため、売上にも期待できない。	
建設業（経営者）	・今年度は好調であっても、4月以降の企業業績が好調かどうかは不透明である。一方、技能労働者、監理技術者不足は慢性化しつつある。	
輸送業（営業所長）	・運転手不足により、運転手を他社から借り受ける庸車を行っているため、経費も高くなっている。	
輸送業（営業担当）	・販売件数が伸びる要素がない。	
通信業（管理担当）	・変化する要素がない。	
金融業（営業担当）	・GDP成長率の予想が低迷気味であり、先行きが不安である。	
新聞販売店〔広告〕（店主）	・2月はやや良いが、若干であるため、まだ景気が良くなるとは思えない。	
司法書士	・事件数や案件は相変わらず少なく、大きな変化が起きる要因も見当たらないため、変わらない。	
コピーサービス業（店長）	・新規の問い合わせなどの件数が多いため、比較的好調に推移する。	
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・受注が3か月で大きく変わることはなく、今後は何か対策を考えなければならない。	
その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・今年のゴールデンウィークは、真ん中の2日間を休日にするれば最大で10連休になることから、旅行会社をはじめとする様々な業界で、顧客の獲得に躍起となっている。駅ナカでも各種イベントが盛りだくさんである。	
その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・輸入物価については、中期的な円安の影響で上昇傾向がはっきりしている。消費者の間では可処分所得の増加が実感されないなかで、財布のひもは締めこすすれ、購買意欲に火がつくという状況には程遠い。	
その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・再度、省エネ関連の補助金が下りることになっており、これによって問い合わせが増えると思われる。製品自体が動き出すのは5月の連休か、あるいは夏休みごろになる。	
やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・自社製品をユーザーに直接販売することは、マージンを取っている得意先の役割を否定することにつながり、なかなか難しい。催事で商品を説明するためには出張も大切であるが、人手の問題もあり、販売増が難しい状態である。
	繊維工業（総務担当）	・靴下に関しては、主力取引先への販売が、今までに経験したことがないほど減少している。利益の改善に努力してきたが、販売量の減少で更に悪化している。
	化学工業（管理担当）	・円高及び株安の動きが続く。
	一般機械器具製造業（経営者）	・通常の商談だけに注目すると、これからは当社を取り巻く状況は悪くなる。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・世界情勢が不安定であり、特にこれからは中国経済の落ち込みが不安である。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・年度末までの受注状況は良いが、その後が続かない。
	輸送業（商品管理担当）	・今は4月に向けた新生活や新学期に関する買物があるため、良くなっているが、それが過ぎると落ち着く。
	輸送業（営業担当）	・今月は大口取引先2社による電子部品の生産がストップするなど、厳しい。
	不動産業（営業担当）	・神戸の不動産事情はまだ模様となっており、売買は引き続きマイナス金利のおかげで買い手が増え、活発になっている。地価は上がると思われるが、实体经济は良くないため、賃料の上昇や空室率の低下にはつながらない。
	広告代理店（営業担当）	・クライアントからの発注が、昨年12月から連続で前年を下回っている。
	広告代理店（営業担当）	・例年と同様に、期初は広告出稿が抑えられる。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・昨年よりも受注量や見積依頼が減っているため、悪くなる。

	悪くなる	経営コンサルタント	・大きな要素でいえばマイナス金利が目されるが、消費者心理への悪影響が強くなっている。先行きに希望が持てず、節約への意識が強くなっているため、更に悪化する。
		その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・日本銀行による金融緩和策の効果が不透明で、様々な混乱を招いている。
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)	・今の状況が続くそうである。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・期末だけでなく4～5月にかけても、百貨店や大学、製薬メーカーといった関西が強い産業で、新聞広告への出稿が多く見込まれる。
	変わらない	人材派遣会社 (経営者)	・株価の動きとは関係なく、右下がりの傾向が続いている。労働者派遣法の改正を受けて、派遣スタッフが正社員を目指す動きが顕著になっており、当分はこの傾向が続く。正社員指向が強いことで、派遣スタッフを集めきれない状況が続くそうである。
		人材派遣会社 (営業担当)	・景気の底上げとなるような、将来的に有効な政策が特にない。
		新聞社 [求人広告] (管理担当)	・求人という視点で見れば安定している。景気が悪化するとすれば、国内要因ではなく、明らかに中国経済の減速や原油価格の低下といった海外要因である。株価もこうした海外要因に振り回されており、3か月先の景気が下向くか上向くかを判断することは極めて難しい。したがって、方向性は判断できず、変わらないというほかない。
		職業安定所 (職員)	・このところは求人の微増傾向、求職者の減少傾向が続いている。ただし、円高、株安の動きを警戒し、求人の動きが少なくなっている。
		学校 [大学] (就職担当)	・円高の進行や株価下落と、環境が良くない。
	やや悪くなる	人材派遣会社 (役員)	・今月は、求職者の数が昨年に比べて増加傾向にある。派遣先から終了を言い渡されたケースや、4月を目前に正社員採用を前提とした紹介予定派遣に応募するケースなど、様々なケースが考えられる。ここ3か月、次の派遣先を求めて登録にくる状況を見てみると、業績不振企業の増加も考えられる。
		アウトソーシング企業 (管理担当)	・月末になって依頼がなくなってきたので、やや悪くなる。
職業安定所 (職員)		・新規求人は、人手不足である宿泊、飲食サービス業、医療、福祉業で充足が進んでおらず、当面はこのような状況が続くと思われる。なお、長年にわたって地域経済に貢献してきた複合型テナントビルが、駅前商業施設の開業により1月末に閉鎖したため、周辺の商店街への影響が懸念される。	
民間職業紹介機関 (職員)		・建設資材や人材の関東シフトにより、関西では工事の着工量が制約され、日雇い求人も出にくいという声から聞かれる。	
民間職業紹介機関 (営業担当)		・3月の決算時期に向けて、人事・労務事務や経理補助業務の需要が増え、受注が増加する傾向にあるが、今後2～3か月は新入社員の補充により、受注が減る傾向となる。	
民間職業紹介機関 (営業担当)		・世界経済の景気後退のため、売上や利益が減少すると同時に、経済活動も縮小に向かう。結果として、採用活動も伸び悩むのではないかと予想される。	
学校 [大学] (就職担当)		・景気が頭打ちとなってきた際には、まず求人数の動きに出てくる。	
	悪くなる	-	-