

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)		*	*
		一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・4月からは、宴会受注や花見に関するインバウンド需要が見込める。
		一般小売店〔花〕(店長)	・4～5月は休日も多く、忙しくなる。
		百貨店(売場主任)	・今の傾向は徐々に緩やかになるものの、今後も継続すると思われる。また、5月に大手家具チェーンの店舗がオープンするため、更なる相乗効果が期待できる。
		百貨店(企画担当)	・昨年は5月以降、為替の影響もあって外国人売上が大幅に減少した。現状の傾向が続くならば、5月以降は更に売上の好転が期待できる。
		百貨店(マネージャー)	・前年4月の中国の関税引上げから続いていた、インバウンド消費の大幅な減少が一巡。訪日客の増加と共に、今後は増加することが予想される。ファッション関連も、春の訪れと同時に、入店客数の増加傾向を踏まえた回復を見込んでいる。
		百貨店(サービス担当)	・いろいろな新ショップ導入などで来客数を確保することにより、前年の売上を確保できる状況に変化はない。特に、新商業施設の周年記念イベントや、ゴールデンウィークなどに向けた集客策により、入店客数、レジ客数などの増加が今後も期待できる。
		百貨店(販売推進担当)	・固定客を確保する戦略が成功している。インバウンド向けにも1年前から推進しており、一定のリターンが期待できそうである。
		コンビニ(経営者)	・常温のショーケースに入ったデザート、パンケーキなどが近々発売される。このようなプラスワン商材が出てくる。
		コンビニ(経営者)	・コンビニの軽飲食店としての使い方が定着しつつあるため、食品や飲料の売上はまだ増えることが期待できる。
		コンビニ(店長)	・気温が上がれば、もう少し来客数に期待できる。
		コンビニ(店員)	・暖かくなって、近くの公園などで休日を過ごす人が増えると、来客数が増加すると共に、飲み物などを買う客が増える。
		コンビニ(広告担当)	・海外情勢の影響で、物価や公共料金などの上昇につながる。その一方で、給料が少しでも増えればよいが、微増程度にとどまる。
		衣料品専門店(営業・販売担当)	・冬物スーツのオーダーが遅い時期まで続いたほか、春夏物も早い時期からオーダーが入っている。
		高級レストラン(スタッフ)	・少しずつ、送別や歓迎、お祝い事などの予約が増えてきている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊部門はインバウンドこそ落ち着いてきたものの、国内旅行やビジネス利用で予約が伸びている。宴会部門も会議を伴うパーティーが順調であり、収入増を見込んでいる。
		都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊では、改装も終わって新しくなった部屋に付加価値をつけ、高額プランとして販売中である。先行予約は好調であり、インバウンドもコントロールしつつ、安定した受注が続いている。宴会は企業の動向が不安定で、突出した伸びは期待できない。競合会場である、近隣の公共施設が4月から耐震工事に入り、1年間の休館となるため、一部の利用者が流れてきているが、単価は非常に安い。
		旅行代理店(支店長)	・今年のゴールデンウィークは日並びも良く、客の旅行申込の出足は好調である。ここ最近はや高も進んでいる。
		旅行代理店(役員)	・ゴールデンウィークやお盆、夏休みなどの休暇を利用した旅行の申込が、従来以上に先行分を含めて多い。また、インターネットの格安旅行代理店の破産も、リアル店舗にとっては追い風となっている。
		タクシー運転手	・これから花見や入学式のシーズンになり、外出する人が増えてくる。それに伴いタクシーの需要も増加する。
	タクシー運転手	・京都に桜が咲き始めると、客は増加する。	
	通信会社(社員)	・仮想移動体通信事業者によるサービスを大規模に拡充する予定であり、新規顧客の獲得につながると考えている。	
	通信会社(企画担当)	・アミューズメント施設の売上に、改善傾向がみられる。	
	競輪場(職員)	・グレードの高いレースが開催されるので、客単価は上がる傾向となる。	
	競艇場(職員)	・業界全体の売上は微増であるが、ここ数年は上向き傾向が続いている。来年度もやや上向きの推移が見込まれる。	
	その他レジャー施設 〔イベントホール〕 (職員)	・企業からの求人が増加しており、個人消費も底堅いため、全体として良くなっていく。	

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、寒い時期になると来客数が減少し、暖かくなると増加する。
その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	・年数が経過したエレベーターのリニューアルに対する、客の関心が高まっている。
商店街 (代表者)	・顧客の品定めが慎重であり、数年前から変わらない。
商店街 (代表者)	・近隣の大型店やスーパーが、売上を確保するために多くのイベントを打ち出している。一方、当商店街の幹部には集客の危機感がなく、発想も的が外れている。
一般小売店 [事務用品] (経営者)	・小売業の構造的な問題なのか、景気が良くなることはないように感じる。
一般小売店 [精肉] (管理担当)	・春休みに入り、街には人があふれているが、商品は動いていない。ただし、外食関連は良いのではないかと。新生活が始まる時期には食品関連も活発化してくるはずであるが、今はコンビニでお金を送る人が多く、そのお金は主にコンビニで使われる。少しでもおいしい物を送ってあげようとする習慣もなくなってきている。
一般小売店 [衣服] (経営者)	・現在の販売量が悪いと、数か月後に夏物に変わったからといって、販売量が増えていくとは思えない。消費者の年齢層も、高齢者がより一層増えてきたように感じる。年金生活への不安を口にする人も多く、財布のひもは固い。
一般小売店 [野菜] (店長)	・停滞している経済が動き始めるのかどうか、疑問に思う。
一般小売店 [花] (店員)	・予約は例年とほぼ同じ水準であり、特に売上が伸びる要素は見当たらない。
一般小売店 [菓子] (営業担当)	・人が動く時期になり、販売量にも多少は期待したい。
百貨店 (売場主任)	・停滞感が強いなかで、顧客の消費を喚起する起爆剤になる要素が生み出せていない。消費のインターネット通販へのシフトが一気に進むなか、社会の変化への対応に精一杯になっている。競合店も、従来から増床やブランドの囲い込みなどの手は打っているが、売上の減少を食い止める程度で、消費を拡大させるまでには至っていない。
百貨店 (売場主任)	・ここ数年の傾向としては、春が短く、夏が長い。それに伴い、段階的な品ぞろえと効果的なプロモーションにより、顧客の購入意欲を喚起することが必要となる。その一方で、ギフト需要は前年並みと予想している。
百貨店 (売場主任)	・国内客の生活防衛意識は高まっており、消費が劇的に増えるとは考えにくい。ファッション部門は気温にも影響されやすいが、外的要因にも限界があり、夏物商材は昨年以上の期待はできない。さらに、ブランド品などではヒット商品にも欠けるため、現状と大きくは変わらない。
百貨店 (営業担当)	・極端な二極化が更に進むと予想される。美術品の引き合いが出てきて、明るい見通しが感じられる一方、富裕層にも買物を控える層が増えてきている。
百貨店 (営業担当)	・客の消費行動に少し明るさがみえてきたものの、米国の新大統領就任による好景気の陰りと共に、株安、円高の動きがみられるため、日本の景気にマイナスの影響が出てくる可能性がある。
百貨店 (服飾品担当)	・化粧品品の伸びはまだまだ続くと思われる反面、衣料品や靴、雑貨に関しては、買い控えがまだ続く可能性がある。春物から夏物商材への切替えが早めに進むことを各取引先とも予測し、夏商戦への取組が早まると予想されるが、気温の上昇ペースは例年どおりと思われるため、秋冬商戦に続き、春夏商戦も苦戦を強いられる。
百貨店 (販促担当)	・消費に対する、ある種の守りの姿勢が、特にファッション関連で30代以上の客に強くみられる。若年層はそもそも比率が低く、明るい兆しもみえてこない。米国の新政権や国内政治などの動きも不透明であり、見通しが立ちにくい状況である。
百貨店 (外商担当)	・好調なインバウンド売上は更に増加が見込まれ、売上の増加に寄与していくと考えられるが、主力の婦人服は売上が低調な状態から抜け出せそうになく、トータルでは上昇が見込めない。また、富裕層の購入への影響が最も大きな株価が不安定なため、この先も安定した状態が続くかどうかは不透明である。
百貨店 (売場マネージャー)	・政情が不安定さを増しており、株価の動きも落ち着きがなくなっているように見受けられる。これまで好調であった高価格帯の商品が、引き続き動くかどうかを注視している。
百貨店 (商品担当)	・内外の不安要因から景気全般に力強さがなく、先行きは不透明である。必要な物しか購入しない選択消費の傾向も強く、消費全体の底上げは進まない。

百貨店（マネージャー）	・今春の賃上げ動向も予測されたとおりの結果で、個人消費を押し上げる効果はない。今後もモノやサービスの価格については、消費者の価値判断に基づき、厳しい状況が続くと予想される。
百貨店（マネージャー）	・米国の新大統領による政権動向や、欧州の大統領選などの結果次第では、経済状況が今後更に不透明となる可能性が高い。現状は比較的堅調に推移している富裕層の消費も、状況によっては失速する懸念がある。一方、韓国の情勢が不安定なことから、日本への旅行者は当面増加が続くことが考えられ、訪日外国人売上は底堅い推移が期待できる。ただし、日本国内の中間層の消費回復なくして、景気の改善は困難であると考えられる。
百貨店（宣伝担当）	・今は景気の回復傾向が続いているものの、外部環境は不透明な状況が続いていることから、将来不安が払拭され、中間層の個人消費が活発化するまでには至らない。プレミアムフライデーを含め、消費喚起に直結する施策を今後も期待する。
スーパー（経営者）	・給与の伸びが前年比で大幅にダウンするなか、食料品やビールなどの値上げが広がる。顧客の節約志向が強まる一方、パート採用は困難なため、時給を大幅にアップしての採用を目指さざるを得ない。また、電気代も今後値上げとなるなど、売上の拡大が容易ではないなかで、コストアップが進むため、利益が確保しにくい環境が続くそうである。
スーパー（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
スーパー（店長）	・外国人観光客が一般の食品を購入する姿が増えており、今後少し期待が持てるかもしれないが、全体を底上げするほどのボリュームはない。
スーパー（店長）	・来客数が増えているときは、後で単価の上昇がいついてくるが、今のようない場合は、厳しい状況が続く。
スーパー（店長）	・来客数が増える要素はないため、昨年並みか、やや落ちる可能性もある。チラシへの反応も悪くなっているが、チラシをやめると落ち方が尋常ではないため、続けなければならない。
スーパー（店長）	・購買意欲が好転するような環境になく、引き続き消費者の財布のひもは固い。自治体による振興券の発行や減税など、景気の刺激策が必要と考えられる。
スーパー（店員）	・良くなってほしいが、あまり変わらないように感じる。
スーパー（企画担当）	・来客数は、今後も前年並みの推移が続くと予想される。
スーパー（経理担当）	・花見やゴールデンウィークの行楽など、消費が喚起される季節が到来するものの、株価の低迷や賃上げ率の鈍化などのニュースが、消費マインドを冷やす可能性がある。
スーパー（開発担当）	・月ごとに客単価が下がっている特売品は売れるが、し好品や高級品などの売上は伸びてこない。
スーパー（社員）	・1店舗ごとに見ると、昨年並みの売上を確保するのが厳しい状況であるが、消費は食品を中心に堅調であり、チラシやイベントなどの販促で消費を喚起すれば、まだまだ売上を確保できる見込みはある。
コンビニ（店員）	・住宅地内に店があり、遠くへ買物に行けない年配客による来店が多い。決まった物の購入が多いため、あまり変化がない。
家電量販店（経営者）	・客の所得が上がるような傾向もなく、年金保険料を始めとして負担が増えるばかりで、財布のひもが緩む要素がない。
家電量販店（店員）	・決算期も終わり、セールで購入した客の買い控えが考えられる。ゴールデンウィークでの戦略が重要となる。
家電量販店（企画担当）	・単価の高い商品を購入するのは限られた客だけであり、大多数の客は節約志向で、お買い得商品を選ぶ。
乗用車販売店（経営者）	・新型車は売れるが、それが市場全体には波及しない。
乗用車販売店（経営者）	・新車の販売や車検の予約台数などが少し増えてきているが、あまり変化はない。
乗用車販売店（販売担当）	・最近は受注が厳しくなってきたが、何とか持ちこたえられそうである。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・個人消費はいまだに弱い。来月から新年度になるが、住宅関連や家電製品などは少しは動くと思われるものの、ベースアップの状況も今一つであり、好転する要素は少ない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・日本全体の景気は上向きなのかもしれないが、これまで食品業界はデフレの筆頭といえる価格帯で推移している。低価格の外食チェーンなどは安さを売りにしているところもあり、すぐにはこのスタイルや価格帯を脱することはない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円高のわずかな動きでは、この業界に好影響を及ぼすことはないと考えられる。

その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	・ 商況としては一進一退の動きが続くと感じる。食品などの定番品には底堅さを感じるが、ファッション関連など、必ずしも必要ではない商品については、全体としてマイナスの傾向が続いている。
その他小売 [インターネット通販] (オペレーター)	・ 新商品が少ないため、売上が増えることは期待できない。
一般レストラン (経営者)	・ 梅雨時期になるので、来客数は減少傾向となる。
一般レストラン (経理担当)	・ 年度末や異動のシーズンということで、宴会の予約も多くなっているが、単価は例年よりも低く抑えられる傾向にある。
一般レストラン (企画)	・ 来客数は前年を継続して上回っているが、前年比の伸び率は一進一退である。また、客単価も今月はほぼ前年並みにまで低下している。利用回数は減少していないと判断しているが、一度に利用される金額が徐々に低下してきており、まだまだ先行きが良くなるとは思えない。
その他飲食 [コーヒーショップ] (店長)	・ 景気の良くなる材料がない。
観光型ホテル (経営者)	・ 4月も前年を上回る着地予想であり、引き続き好調が持続すると予想される。
観光型ホテル (経営者)	・ 来客数は増えているが、平日と土日、祝日の売上の差が激しい。平日の悪化を休日で穴埋めしており、トータルとしてはプラスマイナスゼロというのが実情である。
観光型ホテル (経営者)	・ 特に有効な経済対策がない。実体経済にお金が回っていないという構造は、今後の日本経済には良くない。実体経済において実需を増やすような経済政策を待ち望んでいる。
観光型旅館 (経営者)	・ 4月は少し予約の動きが鈍いものの、5～6月は入込が良い。
観光型旅館 (団体役員)	・ 昨年から開始している耐震工事が来年3月まで続き、宿泊可能人数が減少した状況での営業のため、景気がすぐに浮上して、売上が増えるという見込みは立ちにくい。
都市型ホテル (支配人)	・ 今月に入って株安、円高傾向になったが、当面は大きな変動もないと予想される。
都市型ホテル (客室担当)	・ 予約の間際化が進んでおり、先の予想は難しいが、月末を迎えると前年を上回る状況が続いている。
都市型ホテル (総務担当)	・ 4月前半の桜のシーズンは高い予約率であるが、それ以降は前年を下回っている。
旅行代理店 (店長)	・ 特に減少することもなく、海外旅行は少し増えてきているが、国内旅行は減少しているため、厳しさは変わらない。
タクシー運転手	・ 今の状態よりも良くなることはないが、新年度の挨拶回りなどの期間中は、現状維持が予想される。
タクシー運転手	・ 一般客や企業の予約関係にも、大きな増減はない。
通信会社 (経営者)	・ 特に、変化の兆しは見受けられない。
観光名所 (企画担当)	・ 特に来場者が増加する要因もなく、粛々と現状維持の施策を続けるのみである。
遊園地 (経営者)	・ 来客数、客単価共に横ばいで、プラスの要因が特段見当たらない。同業他社の設備投資が活発なため、その影響が出ている可能性が考えられる。
その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・ プロ野球シーズンが始まり、5月には家族向けのイベントのほか、多くのコンサートが開催されるので、若者を中心に多数の来場者が予想される。
その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・ インパウンドはこれまでのような増加は見込めないと思われるが、神戸全体のキャンペーン効果にも期待して、これまでと同じ水準と予想している。
美容室 (経営者)	・ 近隣でのショッピングモールの建築が未定であり、先行きは不透明である。
その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・ 現状維持はできるが、生徒数や受講科目数の増加につながるかどうかは不透明である。
住宅販売会社 (経営者)	・ 少なくとも、これ以上悪くなってほしくないというのが心情である。
住宅販売会社 (総務担当)	・ 特に好転する要因もない。年度末決算を控えた、各社による値引き攻勢もあり、受注競争が激化している。
その他住宅 [展示場] (従業員)	・ 新築市場は、低金利の慢性化と消費税増税の再延期による様子見で停滞気味となっている。今後も、改善する要素は残念ながら見当たらない。
その他住宅 [情報誌] (編集者)	・ 外部のリスク以外での大きな環境変化はみられない。企業業績と景況感、消費行動との連動性が薄くなっていると感じる。

一般小売店 [時計] (経営者)	・本格的な行楽シーズンに入っていくため、買物に予算が回るのは難しい。特に、年配客からは海外旅行の話がよく出てくるため、物を買うよりも、楽しむための使い方が多いと感じる。先行きには楽観できる要素がないため、良くなるとは思えない。
一般小売店 [衣服] (経営者)	・数字がアップする要因はないが、大きく下がる材料もなく、微減状態が続く。各社が利益率アップとなるような、適度な円高を期待している。
百貨店 (営業企画)	・米国の新大統領就任による影響に陰りが始めている。米国の株価低迷や円高基調が、景気の低迷に波及するリスクがある。
スーパー (店長)	・米国の経済政策への期待感が薄れ、円高、株安が進んでいく傾向が避けられないため、日本経済にとってはマイナス要因となる。
スーパー (管理担当)	・値上げを繰り返している電気代が、更に大幅な値上げとなるため、財布のひもが固くなることは想像に難くない。
衣料品専門店 (販売担当)	・日用品や食料品などの値上げに関するニュースもあり、衣料品などが厳しい状態になると心配している。
衣料品専門店 (販売担当)	・買い控えが続いているのに加え、不必要な物は買わない傾向が強い。
家電量販店 (店員)	・決算が終わって4月は落ち込むが、ゴールデンウィークで回復する。暑くなればエアコンの動きもピークとなるため、6月ごろ以降は今と同じ状態に戻る。
家電量販店 (人事担当)	・春の行楽や、ゴールデンウィークに伴う消費が増えるため、家電の消費は低調になる。
乗用車販売店 (経営者)	・好材料がない。作業単価への客の反応が軟化し、こちらの見積が通りやすくなってきたものの、これが続くかどうかは不透明である。
乗用車販売店 (経営者)	・国会では国有地売却関連の問題ばかりで、景気や経済の話が進んでいない。この騒動はしばらく続くと思われ、構造改革や景気対策に国民の関心が向かうまでは時間がかかるため、これからも景気は良くならない。
乗用車販売店 (営業担当)	・例年、4月以降はしばらく落ち込む時期となるが、今年は先行きを不安視する顧客の声が減らず、現状の働き方に対する疑問の声も増えている。それらの状況が、購買意欲を抑制しているように感じる。
乗用車販売店 (販売担当)	・自賠償保険料などの減額はあるものの、エコカー減税が縮小されるため、客の販売意欲にはマイナスとなる。
住関連専門店 (店長)	・例年、季節が良くなってレジャーシーズンになると、売上が落ちる傾向となるが、今年は世間の購買や消費意欲そのものが落ち着いてきた感がある。客との会話でも、買うのは今でなくてもよいという雰囲気を感じられる。
その他専門店 [宝石] (経営者)	・米国と日本の貿易に摩擦が生じるほか、中国との間にも問題が出てくると思われるため、今後は今よりもやや悪くなる。
高級レストラン (企画)	・先の予約状況を分析すると、宿泊の客室単価の伸び悩みや、婚礼、宴会の受注減がみられる。
一般レストラン (経営者)	・ゴールデンウィーク中は、繁華街では観光客の来客数が増える一方、オフィス街は長い休みとなり、来客数は減る。また、中盤から後半にかけては、ゴールデンウィークでの出費から、客の財布のひもが固くなる。さらに、会社内のイベントも減るため、飲食への出費の減少が予想される。
一般レストラン (店員)	・春休みに入り、子ども連れの客が増えているが、2～3か月後は学校も始まり、通常の状態に戻る。
その他飲食 [ファーストフード] (店員)	・気温が上がらず、来客数が減っている。
観光型旅館 (経営者)	・良い話が聞かれない。
観光型旅館 (管理担当)	・大手電機メーカーの決算問題やガソリン価格の上昇など、マイナスに強く作用する要素がある。
都市型ホテル (管理担当)	・ここ数か月、客室単価は下落傾向が続いており、今後も下落が続くことが予想される。客室の供給が、需要を上回った感がある。
テーマパーク (職員)	・韓国の大統領選までに、北朝鮮が行動を起こす不安や、それに対して米軍も対応を取るといった、まことしやかな情報が飛び交っている。この状況では、消費を促進する政策以前に、地政学リスクの影響が少なく済むような、安全対策などの準備が求められる。国会が国有地売却関連の問題に振り回されているのを見てみると、暗い気持ちにしかならない。
その他サービス [ビデオ・CD レンタル] (エリア担当)	・時間の使い方が、家でゆっくりと映像や音楽を楽しむ形に変わってきている。それに伴い、書籍とともに、ゆっくりとカフェで過ごす傾向も顕著になっている。

		住宅販売会社（経営者）	・需要の減少に合わせて、供給を調整する状況が悪循環となるため、先行きの見通しは厳しい。
		住宅販売会社（従業員）	・新築マンションでは、完成時に売れ残る戸数が増えており、値引きも多くみられる。値引き物件と、今後の販売予定マンションと価格の乖離が生まれることで、市況が冷え込む。
	×	スーパー（店長）	・ますます競争が激しくなると考えられる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・様々な社会コストの増加が影響してくる。神戸は都市間競争に負けており、交流人口を取り込めていない。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・現在販売中の製品は、需要の半分以下の生産能力しかなかったが、工場を増やし、増産できる目途が立ったため、今後は売上、利益共に増加する。
		食料品製造業（従業員）	・季節が良くなり、外に出る機会も増えてくるので、年初からの落ち込みもカバーできると思う。新製品もいくつか出す計画であるため、期待したい。
		食料品製造業（営業担当）	・春先からゴールデンウィークに向けて、気温の上昇と同時に飲料水の売上が伸びてくる。
		金属製品製造業（経営者）	・原料価格の上昇に伴う鉄鋼製品の値上げのなかで、品質の良い日本製部品の人気上がり、受注価格、受注量共に安定している。
		建設業（経営者）	・季節的な要因があるかもしれないが、例年に比べても問い合わせの件数は増えている。
		食料品製造業（経理担当）	・大企業による賃金のペースアップは小さく、中小企業はもっと小さいため、期待感がない。今後も現状維持が続く。
		繊維工業（団体職員）	・生産量に大きな変化はないが、タオルメーカーの受注見通しが芳しくないようである。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量に変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・今の状態がしばらく続くように感じる。
		化学工業（経営者）	・景気ウォッチャーを長く続けているが、これほど先行きが見えないことは初めてである。取引先との話でも、良い話と悪い話が混在している。あまり良くなるような期待は持てないが、大きく落ち込むこともなさそうである。
		化学工業（企画担当）	・原料価格が高止まりするなか、販売価格に転嫁するのは難しいと考えられる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・販売量、受注量の動きは横ばいであるが、雰囲気的には少し重い。新製品の試作状況が芳しくなく、以前の試作の量産が立ち上がるという内示は出ているものの、出足は遅れそうであるため、しばらくは現状維持が続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・この2～3か月の動きとしては、現状と変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・小さな企業が言うべきことではないが、日本銀行や政府による政策に不安を感じている。ただし、海外情勢の混乱に相殺されて、市場動向はそれほど悪くなっていない。今後も為替が円高に大きく振れない限りは、大きな心配はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・日本は米国の変化による影響を大きく受ける。米国の新大統領の公約がどこまで実現するのかは不透明であり、その結果によって円高、株安の方向が決まると感じている。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・政治的に不安定な要素もあるが、今月の景気から、それほど変動があるとは思えない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・同業者も同じような状況である。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・航空機関連の引き合いはあるものの、受注自体が遅れ気味である。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・年明けから、個人消費の低迷が続いている。百貨店では衣料品関係の売上が低迷しており、靴業界にも影響が及んでいる。
		建設業（経営者）	・例年と異なり、4月以降も受注残がある。ただし、景況感としては変わらない。
	建設業（経営者）	・全体的には仕事量が増加傾向にある。来年度の工事受注が遅れているのか、官庁関係の入札では激しい価格競争が続いている。	
	輸送業（営業所長）	・案件は多いが、料金の見直しも多い。	
	通信業（管理担当）	・変動要素が見当たらない。	
	金融業（営業担当）	・年度末にもかかわらず、受注量が例年よりも少なく感じる。	

	金融業 [投資運用業] (代表)	・ここへきて政府から企業に対し、労働条件の見直しを迫っている。これはそのまま、企業にとって収益減となるケースが多い。それらが一因となり、大量閉店を余儀なくされた企業もある。ただし、こういった労働条件を吸収できる体質がしっかりと根付かなければ、力強い景気底上げにはならない。	
	不動産業 (営業担当)	・神戸からの企業の撤退により、賃貸相場が住宅、事務所共に下がっている一方、低金利による不動産バブルで、土地の値段だけが上がってきている。そのミスマッチが景気の低迷を招いている。	
	新聞販売店 [広告] (店主)	・購読数が少し減り、折込収入にも上向く気配がない。	
	広告代理店 (企画担当)	・先行きの不透明感が拭えず、大きなお金を使うというよりも、近場で楽しむ傾向が強くなっている。高級な物が売れたり、ぜいたく品を購入したいという声も聞かれない。割引やポイントアップへの反応も、以前ほどの勢いはなく、消費意欲が高まっている実感がない。	
	広告代理店 (営業担当)	・前年の売上を超えるか下回るかという、一進一退の状態が続いている。	
	司法書士	・変化を起こすような要因が見当たらないため、現状維持である。	
	コピーサービス業 (店長)	・特別な需要は期待できないが、比較的安定した受注量になりそうである。	
	その他サービス [自動車修理] (経営者)	・決算月であるにもかかわらず、全く良くない状況である。	
	その他サービス業 [店舗開発] (従業員)	・米国の新大統領の政権動向や、韓国の大統領選など、日本経済に影響を与える不安要素はあるものの、大阪の景気に限って言えば、どこ吹く風である。当社グループのホテルも、半年先まで稼働率は軒並み90%超となる見込みである。	
	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	・今後2～3か月の状況はまだみえないが、今と同じような状態となる。	
	その他非製造業 [衣服卸] (経営者)	・爆発的な消費拡大要因は見当たらないが、末端の小売価格が値上がり傾向にあることから、売上は徐々に増加する流れが続く。	
	繊維工業 (総務担当)	・靴下の業界では、相変わらず輸入品の安い商材が売れ筋であり、利益の確保が難しい状況に変化はない。	
	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・製薬メーカー以外でも、全体的に発注量が減っているように思う。この3月の受注量も、例年の年度末の需要に比べると、やや落ちている。4～5月も大きな特需はなく、昨年よりも若干落ち込む見込みである。	
	化学工業 (管理担当)	・為替や株価が安定せず、先行きの見通しが立たない。	
	電気機械器具製造業 (営業担当)	・受注量が少なく、引き合い件数も伸びてこない。	
	輸送業 (商品管理担当)	・引っ越しなどのシーズンが終わりつつあるため、売上は減少する。	
	輸送業 (営業担当)	・人手不足の解消のため、単価の安過ぎる大手通販会社の運賃に対し、値上げ交渉を行っている。今月は決裂したため、来月中の再交渉に期待している。	
	輸送業 (営業担当)	・これから売れなくなる時期に入るほか、新商品もないため、客を引き寄せることが難しくなる。	
	広告代理店 (営業担当)	・例年どおり、年度初めは広告予算が絞られ、受注も縮小気味になる。	
	経営コンサルタント	・今月は春先特有の動きがいろいろとみられる。3～4月を終えると、米国の新大統領就任による金融市場への影響に陰りが出るほか、国内消費も伸びないなどの悪材料が目立ってくる。	
	その他非製造業 [商社] (営業担当)	・省エネ関連の案件が減少していく。	
	×	金属製品製造業 (営業担当)	・鋼材価格の値上がり分を販売価格に転嫁するのにに対し、大手ユーザーの抵抗が強く、採算が圧迫されることが予想される。
	×	その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・世界的に政治経済が不安定で、先行きが見通せない。
雇用 関連 (近畿)			
		新聞社 [求人広告] (営業担当)	・大阪では、統合型リゾートや万博招致などの取組のほか、2019年のワールドカップラグビー、2020年の東京オリンピック、2021年の関西マスターズゲームズなどの、ビッグプロジェクトに向けた取組が始まりつつある。
		学校 [大学] (就職担当)	・大きな変化がない限りは、企業の求人意欲は高まることが考えられる。

	人材派遣会社（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・人材派遣業界については、ゴールデンウィーク明けまで鈍い動きが続く。ただし、右肩上がりの大きなトレンドに変化はない。人材派遣は水道の蛇口のようなものであり、今後も必要不可欠なため、経営者が上手に使っていくと思われる。短期的には、5月の中ごろから、6月にかけて忙しくなる。
	人材派遣会社（支店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・そこまで突発的に動きは変わらない。
	人材派遣会社（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・売り手市場の状況であり、損害保険業界のほか、ニッチな市場では慢性的に人手不足となっている。
	人材派遣会社（役員）	<ul style="list-style-type: none"> ・労働者の数が極端に増加するとは考えにくいほか、企業が大幅に求人数を増やすとも考えにくい。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・新聞求人では、引き続き縮小均衡の状況が続いており、少なくとも景気が上向くとは予測できない。日本経済を左右する米国においては、イスラム圏からの入国規制や、医療保険制度の廃止といった米国の新大統領による政策が、司法当局や議会からの反対で否決されるなど不安な兆しはあるが、経済そのものは盤石と考えられる。総合的にみて悪くなるとは思えず、当面は現状のまま進むというのが妥当な見方と考えられる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	<ul style="list-style-type: none"> ・新年度を迎えてどのような動きがあるのか、地場産業の活性化に期待している。
	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・完全失業率は低下し、雇用保険の被保険者数は増えている。求人を見ても、企業の生産活動の堅調さが表れており、景気の回復が感じられる。ただし、近畿の非正規求人の割合は5割超と依然として高く、各ハローワークからの報告でも、パート求人の方が大きく増えている傾向は変わらない。また、新聞報道によると、今年の春闘では昇給幅も伸びそうにない。
	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・ハローワークの窓口では、求人数の増加や、求職者数の減少傾向が継続しており、雇用失業情勢は改善傾向が続くと見込まれる。一方、管内事業所への今後の展望についてのヒアリングでは、現状維持との回答が多い。
	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・今後2か月程度は、離職者や転職者希望によって求職者が増える時期となるが、例年の傾向であり、景気の変動とは連動しない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・先月はやや悪化すると予想していたが、新卒の採用が充足できていない企業が多く、しばらくは良い状況が続くと考えられる。
	学校〔大学〕（就職担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・新年度が始まる割には、全体的に雰囲気は盛り上がりがない。
	人材派遣会社（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・今が求人のピークとなるため、今後は少し落ち着くと予想している。
	人材派遣会社（支店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・例年、4月以降はしばらく落ち着くため、状況としては悪くなりそうである。
	民間職業紹介機関（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・業者の間では、建設業界での社会保険完備の義務付けや、雇用保険の運用厳格化の問題による雇用抑制は、しばらく続くとの声が聞かれる。
	民間職業紹介機関（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・4月スタートの求人が一巡し、新入社員で求人数も充足するため、これからの時期は求人数が減少傾向となる。
	学校〔大学〕（就職担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・大学生の就職活動が早期化しており、景気は良いように感じるが、企業の業績はそこまで良くなっていない。
x	-	-