

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	商店街（代表者）	・客単価を上げるために、客の好みに合った雑貨商材を強化してきた結果、口コミで来店する客も増え、売上に貢献している。	
		一般小売店〔食料品〕（管理担当）	・新商品はそのまま売れると思われるほか、もうすぐ中元時期に入るため、その分でも忙しくなる。	
		百貨店（売場主任）	・大幅なりニューアルを控えており、街自体の集客が増えるため、間違いなく売上は増加する。ただし、恐らく当店や周辺店舗の売上は増収となるが、ほかの地域の売上が幾分か減少する可能性がある。	
		百貨店（マネージャー）	・アベノミクス効果が総選挙までは続き、外商を中心に富裕層の消費が活発化する。また、大半の企業が春闘でアップ回答をしており、消費税率引上げ前までの消費は好調に推移する。	
		家電量販店（企画担当）	・地価の高騰、株価の上昇、円安傾向などで、景気回復の雰囲気が高まっている。	
		都市型ホテル（客室担当）	・先の入込状況も良く、前年比で4月が130%、5月が125%である。海外からの団体客は少ないが、個人客はインターネットで予約を入れており、今後も期待できる。	
		旅行代理店（従業員）	・ボーナスの増額で個人消費の増加につながる。	
		通信会社（社員）	・昨年までは、経費の削減や家庭内のコストダウンに対する要求が高かったが、今年からはスマートフォンやタブレット端末の導入意向も、少しずつではあるが高まりつつある。家庭内の通信コストの上昇にもつながることを期待したい。	
		やや良くなる	商店街（代表者）	・アベノミクスによる賃上げやボーナス増加の影響がどのように出てくるかに期待したいが、中小店舗はなかなか回復しない。
			商店街（代表者）	・期待感も含めて、良くなってほしい。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）		・ちょうど春休みやゴールデンウィーク、夏休みなど、客が動き出そうとするイベントが多く控えており、良くなるのではないかと期待感は大い。ただし、その反面、日常の消費マインドの冷え込みを解消することは難しい。	
	一般小売店〔衣服〕（経営者）		・来客数が次第に増えているので、景気は上向きとなる。	
	一般小売店〔家具〕（経営者）		・日本銀行総裁の発表や株価の上昇で、やや良くなると期待している。	
	一般小売店〔花〕（店長）		・このまま少しずつでも伸びてくれればよいが、アベノミクスに期待したい。	
	一般小売店〔酒〕（社員）		・駅前的大型ショッピング施設のオープンに伴い、来客数が増加する。	
	百貨店（売場主任）		・大型店ほど著しい改善はないが、少しずつ良くなっていく。	
	百貨店（売場主任）		・高額品が動き始め、予想以上にカラフルな衣料品が売れたり、明らかに消費者のマインドが景気に対して前向きになっている。	
	百貨店（売場主任）		・給与所得が増える実感がまだない中で、電気やガス料金、食料品などの値上げによるマイナス効果はあるものの、株価上昇に伴う資産効果がそれを上回るため、消費意欲は高まる。	
	百貨店（企画担当）	・今般の給与増の動きに加え、消費増税が近づくこともあって、欲しい物は今のうちに買っておこうという、消費拡大に向けた動きに引き続き期待したい。		
	百貨店（営業担当）	・景気回復の期待から、高額衣料品が売れていくことを期待している。		
百貨店（売場マネージャー）	・アベノミクスによる景気回復が、一般顧客の購買行動に変化をもたらしている。メディアで取り上げられる機会も多くなり、顧客が良い方向に影響されている。			
百貨店（店長）	・現状はアベノミクスによる政策への期待感が大きく、実際には具体化されていないものの、今後の動向に期待が持てる。			
百貨店（サービス担当）	・今月末から建て替え前の売り出しセールが始まることや、特選洋品ブランドの値上げ前の駆け込み需要などで、前年並みの売上が確保できそうな状況である。			
百貨店（商品担当）	・経済指標が上向き、所得増が進みつつあるため、消費への好影響が期待できるが、消費増税が控えていることもあり、期間限定の改善にとどまる。			
百貨店（外商担当）	・株高、円安基調がしばらく続くとの見方から、雰囲気や消費マインドが更に良くなると考えられる。また、当初は一部の富裕層だけが感じていた景気の上向き感を、より多くの人を感じるようになったことで、今後は更に良くなる。			

百貨店（販促担当）	・徐々に高額品に動きが出ているように、景気全体が上向きつつあるのを追う形で、客の動きが良くなることを期待している。特に、給与面の変化には時間を要するものの、株価が継続して上昇すれば、購買への反応も良くなる。
スーパー（店長）	・前月までは慎重な見方をしており、いまだに全面的な改善の判断はしにくい。店頭からの動きからは、わずかながら上向いていきそうな気配が感じられる。
スーパー（店長）	・天候や気温の条件もあるが、流れは良い方へ向かっている。
スーパー（社員）	・景気回復への期待感が客の購買心理に良い影響を与えつつある。イベント日やこだわり商品では買上単価も高くなっているなど、昨年に比べて販売促進による集客効果が高まってきている。
コンビニ（経営者）	・近隣にマンションが建ち、昼夜を問わず日用雑貨や身の回り品のほか、調理用食品がよく売れるようになっている。5月から6月には店の前にもマンションが建つので良くなる。
コンビニ（経営者）	・ファストフードの好調は続くほか、好感感からプレミアム商品などの売上増も期待できるため、客単価はまだ上昇しそうである。
コンビニ（広告担当）	・やや良くなるというよりも、良くなってほしいというのが実情である。アベノミクスの効果に期待したいところであるが、電気料金の値上げなどの不安要素も一部にあるため、微妙なところである。
コンビニ（店員）	・暖かい季節になって外出の機会も増えるため、来客数が増える。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・売上にはつながりにくい。来客数や問い合わせは増加している。
家電量販店（経営者）	・消費増税前の大型商品の購入や、電気料金の値上げで省エネ家電への買換えに拍車がかかるため、家電業界の動きは活発化する。
乗用車販売店（経営者）	・具体的な要因は特にないが、何となく世の中全体が上向いているような気がする。
乗用車販売店（経営者）	・アベノミクス効果で市場に安心感が出ている。今後、経済面だけでなく外交、政治面でも国民に安心感が広がり、消費が拡大する。
乗用車販売店（経営者）	・新車販売の好調がもう少し続く。
乗用車販売店（経営者）	・アベノミクスで客の気持ちが一時的に緩んできたことは確かであるが、財布のひもが緩むまでには時間がかかりそうである。今までの冷え込み方が異常であり、少々暖かくなってもなかなか緩まない。ただし、回復し始めると早い。
乗用車販売店（販売担当）	・株高の影響がすぐに出るとは思わないが、徐々に客の動きは活発になる。
乗用車販売店（営業担当）	・最近の来客数や単価の動きをみていると、徐々にではあるが回復している。
高級レストラン（支配人）	・来客数が3か月前に比べて増えており、先行きはやや良くなるが、客単価が低下しているという課題は残る。
一般レストラン（経営者）	・円安の影響で食料品などの価格が上昇するなか、レストランなどでの料金は据え置きになるので、外食に割安感を感じる可能性がある。
一般レストラン（スタッフ）	・政権交代以降、多分に期待感が先行しているが、春闘の結果などから、節約傾向の変化が消費者である一般の社員にも波及している。ただし、関西地区の伸びは他地区より若干低い状況ではある。
一般レストラン（経理担当）	・春になって客が動きやすい時期となる。大きな自然災害や事件がなければ、ゴールデンウィークなどの大型連休なども控えているので期待が持てる。ただし、単価の下落傾向は続いており、どこまで上げられるかが課題となっている。
スナック（経営者）	・世間の波に乗って、良くなってほしいと願うだけである。
観光型ホテル（経営者）	・以前よりも動きは出てくるが、今までのマイナス分を補えるほどではない。
観光型ホテル（経営者）	・非常にこれから先の景気に期待している。
観光型旅館（経営者）	・4月の予約状況も好調である。
観光型旅館（団体役員）	・季節的な動きもあると思われるが、1～3月は月を追って街歩きをしている客が多くなってきている。
都市型ホテル（支配人）	・アベノミクス効果による円安や株高が続けば、一時的なものだけでなく継続して景気が回復する。
都市型ホテル（スタッフ）	・客室、宴会、会議部門共に、昨年の予約率を上回っている。宴会では総会や歓送迎会などが好調で、不調であった会議とそれに伴う宿泊も増えている。レストランについては、企画商品をアピールして集客を行っている。

都市型ホテル（総務担当）	・宿泊、宴会の予約が好調であり、単価も上昇しつつある。
旅行代理店（経営者）	・株高の好影響や、関東のテーマパークのCMが流れ始めたことで、国内旅行の受付も増加傾向にある。
タクシー運転手	・少し良くなるような気配があり、活気が出てきていると感じる。
タクシー運転手	・金融政策の効果が出るほか、4月に入れば入学シーズンとなるため人が動く。
タクシー運転手	・政権交代後、一般客の乗車機会が増加し、企業の営業関係やハイヤー予約も確実に増えている。
通信会社（経営者）	・為替政策をはじめとする景気対策に期待している。
通信会社（企画担当）	・円安、株高の恩恵による景気回復の持続に期待している。
観光名所（経理担当）	・3月のリニューアル効果が長く続くように、あの手この手で施策を打っていく。
その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球のシーズンとなり、5月には家族向けのイベントや、そのほかのコンサートも多いので、若者を中心に多数の来場が予想される。
その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・例年良くなる時期であるとともに、世の中の景気上昇の雰囲気の後押しとなる。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・しっかりとした理由よりも、期待感による部分が多いが、株高、円安がもう少し続いているうちに、何らかの手ごたえがあるはずである。
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、暖かい時期になると来客数が増える。
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が増える。
住宅販売会社（経営者）	・消費税の増税前であることが主な要因とみられるが、同業者も住宅の受注ラッシュとなっている。しかし、なかには消費税とは関係のなく購入する客もいるなど、景気の上昇が感じられる。
住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が活発化してくる。
住宅販売会社（総務担当）	・消費税の増税を前に、ますます駆け込み需要が多くなる。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場への来場者数が増加しているなど、しばらくは消費税による駆け込み需要が見込まれる。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・景気の上向き感が、個人の給与所得にも少しずつ出てくるなかで、消費意欲が上向き傾向となっている。まだまだ不安要素はあるものの、緩やかな上向き傾向となる。
変わらない	一般小売店〔時計〕（経営者） ・マスコミなどで取り上げられている景気の良さが、今のところは地域の雰囲気として全く感じられない。それよりも食品などの身近な物の値上げが明らかとなり、年配客を中心にあきらめムードの方が強い。先行きが全く不透明で、どんよりのした感がある。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当） ・食に携わる商売は相変わらず価格競争が激しく、好転するまでには少し時間がかかる。
	一般小売店〔衣服〕（経営者） ・少しずつではあるが、景気は良くなりつつある。ただし、中小企業や零細企業が集まる地域では、景気が良くなるという実感が出てくるのは、まだまだ先である。
	一般小売店〔野菜〕（店長） ・景気の回復効果が末端にまで回ってくるまでには、時間がかかる。
	一般小売店〔花〕（店員） ・客の節約志向は変わらず、客単価が低くなっており、販売量も伸び悩んでいる。今後も客の節約意識は変わらない。
	百貨店（売場主任） ・先行きは長期的な展望がなく、特に東日本大震災の復興の道筋がみえていない。国内の企業も安定しておらず、不安定要素が多すぎる。
	百貨店（売場主任） ・景況感は良くなると予想されるが、主力の衣料品の動きがいまだにみえてこない。アベノミクス効果も、可処分所得に増加の兆しがなければ、一般消費者の購買意欲は向上しない。
	百貨店（企画担当） ・この調子がどこまで続くのが不安である。全体的な入店客数は減少していることから、売上増は一時的な動きのようにも思える。
	百貨店（営業担当） ・高額品を購入する数少ない客に対する、各社からのアプローチが更に激しくなり、競争が激化する。

百貨店（売場マネージャー）	・富裕層による購入の増加はしばらく続く。また、自動車大手が円安で利益水準を上方修正した動きなどから、消費者が変化の風を感じるとされる。株価上昇による含み益が出る企業も多いなか、消費者にまで効果が及ぶのはまだ先のこととはいえ、良い雰囲気は中間所得層にまで広がり、消費行動は活発化する。ただし、昨今の天候の変化などがマイナスに働く恐れもあるため、全体としては今月の動きが続く。
スーパー（経営者）	・競合店や客の雰囲気をみると、景気が上向くような感じは全くない。
スーパー（経営者）	・アベノミクスの効果は一部の地域や業種、企業に限られており、全体に波及するには、まだまだ時間がかかる。
スーパー（経営者）	・4月に入り、光熱費の値上げや、円安、相場上昇などによる小麦粉の値上げなどが予定されている。収入が上がらないなか、とうもろこしなどの原料価格の上昇や、それに伴う各種食料品の値上げ、紙の値上げなど、家計を直撃する要素が増加傾向にある。小売業ではスムーズに価格転嫁できると思えず、収益の大きな圧迫要因になる。
スーパー（店長）	・アベノミクス効果の悪影響が始まっており、円安による輸入価格の高騰で、穀物や燃料関連商材の値上げが確定である。厚生年金、国民年金保険料の増額や電気、ガス料金などの支出増も確実な一方、賃金に関しては輸出関連以外の業種では見込めないか、上がったとしても手当てなどの縮小で相殺されるため、家計収支は悪化する。
スーパー（店長）	・来客数、客単価共に若干の悪化が続くなど、販促強化週とそうでない時の差が大きい。通常は更に節約傾向が進んでいるように見受けられる。
スーパー（店長）	・アベノミクスによって景気が回復傾向にあるようにみえるが、小売の現場では効果が実感されるまでに時間がかかる。電気料金や物価、消費税などが値上げされるなか、給料は上がらない人の方が多い。
スーパー（経理担当）	・株高や賃上げ報道が相次いだことで、消費マインドの改善も見込まれるなど、消費環境はやや上向きにある。一方、業界ではオーバーストアや競争の激化が続き、業績の向上は見込みにくい。
スーパー（広報担当）	・電気料金の値上げなどによる家計の負担増加が懸念される。
スーパー（企画）	・一部の大手企業で給与のベースアップや賞与の積み増しなどが始まるものの、円安や原料高による4月からの店頭価格の上昇、年金保険料や自動車保険料の値上げ、5月からの電気料金の値上げなど、個人消費が伸びる要素は少ない。株価は大幅に上昇しているものの、企業収益の改善などの実体経済を反映したものではない。
スーパー（販売担当）	・価格競争によって単価が下がっており、買上点数が昨年を上回っても、売上は上回らない状況である。景気が上向いているような報道が多いが、販売の現場ではまだまだそのような状況は感じられない。
スーパー（管理担当）	・流通業界では、大手企業は春闘の回答が良いかもしれないが、中小企業は依然としてかなり厳しい状況であり、賃金交渉にも明確に表れている。
スーパー（開発担当）	・株価が上がって円安になっても、小売業にはあまり恩恵がない感がある。
コンビニ（店長）	・気温の変化で来客数の増減はあるが、たばこの販売の減少が止まらない。消費税が上がることによる影響も今後は心配であるが、ここ2、3か月は横ばいとなる。
衣料品専門店（経営者）	・客の収入が増えているわけではないが、仕事は徐々に増えていると感じている。ただし、光熱費の増加や物価の上昇が懸念材料であり、実際に収入が増えない限り、本格的に景気が上向くとは考えにくい。
衣料品専門店（販売担当）	・消費税率が上がるまでは変わらない。
乗用車販売店（経営者）	・少しずつ客は戻ってきているが、まだまだである。自動車ディーラーでは新車が売れ始めているらしいが、中古車に回ってくるのは当分先になる。
乗用車販売店（販売担当）	・新車は4月からの新規需要が終わると新たな材料も少ないため、これからの期待感は薄い。
住関連専門店（店長）	・浮き沈みが激しい売上状況が長年続いており、ここまでのわずか数か月だけの好調ではまだ安心できない。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・米国や欧州の不安定要素が出てこない限り、今の状況は変わらない。

その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・厳しかった冬もようやく終わろうとしている。3月末ぐらいから暖かくなってくる予報のため、衣替えによる衣類などの整理で、防虫剤や紫外線カットの日焼け止めクリームも動き出す時期となる。最近では自分の香りを持ちたいというし好があり、シャンプーやリンス、洗剤などの新商品の開発が活発であるため、売上に貢献する。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・今後は天候次第である。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・給与などの人件費アップに結びつくまでは、景況感は回復しない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・売上の見込める展示会などの催事がない。
高級レストラン（スタッフ）	・引き続き、歓送迎会などの予約が既に入っている。
一般レストラン（経営者）	・景気が回復するとしても、仕入価格がどんどん値上がりしているため、利益は少ない。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・給与水準が上がらない今、消費拡大につながる要素が見当たらない。
観光型旅館（経営者）	・ガソリン価格の高止まりに加え、電気、ガス料金の値上がりや公務員給与の減額など、景気の先行きは不安材料が多いため、良くなる期待感が薄い。
都市型ホテル（スタッフ）	・先行予約は宿泊、宴会共に、これといった大型案件もなく、景気の動向に左右される。直近でどこまで予約を伸ばせるかが良し悪しの分かれ道となる。
都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門は、国内の観光客が関東のテーマパークに集中する可能性が高く、エリア全体での苦戦が予想される。料飲部門では、企業の宴会需要や個人のレストラン利用はやや上向き期待はあるが、総選挙により動きが鈍化する可能性もあり、全体では現状と大きく変化することはない。
旅行代理店（広報担当）	・総選挙に向けて政府は景気を盛り上げようとしているが、客は冷静であり、マインドはなかなか盛り上がってこない。ボーナスが前年を大きく上回るなど、回復の実感が広がれば変化も出てくる。
タクシー運転手	・現在は歓送迎会などにタクシーで繁華街へ繰り出しても、電車で帰る人が多い。週末の動きは少し良くなるとしても、週の前半の動きが悪い。
通信会社（企画担当）	・為替、株価の影響で期待感が出てきている。
観光名所（経理担当）	・今月は寒暖の差が激しく、不順な気候となり、月前半の入出はやや少なかったが、中旬からは多くなった。売上としては前年を13%ほど上回る水準となっている。また、観光バスの台数は前年を下回っているが、電車や自動車での来場が増え、家族客や若い人のグループ、PTAなどの来客数が多くなってきている。中国（台湾）人客もまた来るようになってきているなど、やはりメディアの影響で、どことなく景気が少し上向いている。
ゴルフ場（支配人）	・来場者数は一時よりも増えているが、回復の兆しが出てくるのはもう少し先のようである。
競輪場（職員）	・春闘で良い方向に向かっているとの報道があるが、様々な物が値上がりして家計を圧迫するため、それほど期待できない。
競艇場（職員）	・前月、前々月の購買単価は下げ止まり傾向にあり、同様の水準で推移しているが、今後飛躍的に上昇したり、来場者数が増える状況にはない。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・政府が経済成長の政策をいろいろと出しているが、消費者に波及するまでには時間がかかる。また、TPPへの交渉参加を決めたことによる賛否もあり、景気がどちらに傾くのかは何ともいえず、様子見の状態になる。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・観光、行楽業界では、国内景気の回復による反応はまだまだ鈍い。ただし、円安による海外からの客の増加は期待したい。一方で、エネルギーコストの増加という不安要因もある。
美容室（店長）	・消費税増税については、かなり収益面に影響が出る。
美容室（店員）	・パーマやカラーの単価が上昇しており好調で、今のよう状況が3か月後も続く。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・書籍販売とカフェの併設店では、カフェにつられて書籍売上や来客数が増えているが、レンタル売上は価格競争からいまだに脱却できていない。特に、レンタル単独店は厳しい。
住宅販売会社（従業員）	・為替、株価の動きは、新政権への期待感が先行しているようにしか思えず、実体経済が上向きまでにはまだまだ時間がかかる。

	住宅販売会社（従業員）	・景気回復とインフレへの期待感から、消費者のマンション購入に対する買い得感がかなり高まっており、消費税の増税までは好調な状況が続く。	
	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）	・正規雇用者数が増加しない限りは、良くも悪くもならない。	
やや悪くなる	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・株高や円安により、経済状況に変化がみられるが、消費への影響はまだまだである。	
	スーパー（企画担当）	・競合店の出店で来客数の減少に拍車がかかる。	
	衣料品専門店（経営者）	・今月よりも、5、6月にかけて悪くなるような気がする。単価が下がっていて、販売量も減っているため、売上は前年比で2割以上悪化する。	
	乗用車販売店（営業担当）	・今の好調な状況が続くとは思えない。	
	住関連専門店（店員）	・毎日の目標は達成しているが、前年比は大幅に伸びていない。円安になっている影響で、前年と同等の売上では利益がマイナスに転じる。	
	一般レストラン（経営者）	・4月からは値上げラッシュとなるため、年金生活者は財布のひもが固くなる。	
	一般レストラン（店員）	・商品数が少なくなっている。新たな商品が出てくればよいが、マンネリになると売上は落ちる。	
	通信会社（社員）	・例年どおり閑散期になるため、来客数、販売数共に減る。	
	美容室（経営者）	・客には年金生活者が多く、4月から商品の値上げが多くなると、女性は自分の買物を控えるため、来店が間延びする。	
	悪くなる	-	-
企業動向関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・今後、取引先との新たな契約が決まり、販売額や利益が増える。
		化学工業（経営者）	・新規の注文が次々に入ってきており、しばらくは現在の好調が続く。
		金属製品製造業（管理担当）	・当面は太陽光発電関連が好調な見込みで、5月に新工場が完成する。ただし、建築、土木関連は低調なままで、東日本大震災の復興事業に解体工業者が取られているため、名古屋駅前再開発などの大型プロジェクトも遅れている。
やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・今後は気温上昇と共に、飲料水の販売も増える。	
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量が多く、忙しくなっている。	
	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・医療関係では幹細胞関連で新薬や治療方法の開発が期待されており、今後の治験の進展が、大きく業績に寄与するものと期待している。	
	化学工業（管理担当）	・アベノミクス効果による円安で輸出量が増加するほか、賃上げで消費も増加する。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・新規案件が出てきているので、順調に進めば良くなる。	
	金属製品製造業（経営者）	・全体的に良い方向に向かっているが、今のところ動きは変わっていない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・小口の受注が順調であるため、この推移が続けば大口の受注にも期待できる。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・製造業の景況感悪くない感はあるが、非製造業ほど急速には良ならず、2～3か月のうちに良くなっていく。	
	建設業（経営者）	・政府による金融政策に期待する。	
	建設業（経営者）	・例年、年度末以降は受注が減少するが、今年は消費税問題や再生可能エネルギーの固定価格買取制度などが追い風となる。	
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・消費者が好景気に向かっていることを実感する。	
	不動産業（営業担当）	・賃貸相場は下がっているが、土地の相場は底を打って上がり始めている。そういった動きから、賃貸市場は悪いが、土地の売買状況は上向いている。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・マンションや新築戸建物件などの不動産のほか、自動車関連の広告が目立って増えていて、月間の折込件数が増えている。	
	広告代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークに向けて気温が上がれば、春夏物や行楽用品雑貨の動きも活発になってくる。	
	広告代理店（営業担当）	・広告の出稿を考えているという案件が増えてきている。	
	経営コンサルタント	・4月に入ると、季節的に小売業の売上が増える。	
コピーサービス業（店長）	・大阪駅周辺の商業施設のオープンで再度活性化が促され、全体的な底上げが期待できる。ただし、立地などによる勝ち組、負け組がはっきりし始めるため、楽観視はできない。		
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今年になってからは景気の底打ち感があるため、これからは上向いていく。		

	その他非製造業 [ 衣服卸 ] ( 経営者 )	・消費者のマインドが上向いていることが好調を下支えしているため、当面はこの状況が持続する。
	その他非製造業 [ 民間放送 ] ( 従業員 )	・今年も猛暑となることが予想され、夏に関する産業のにぎわいが期待できる。
変わらない	食料品製造業 ( 経理担当 )	・ベースアップや一時金の増額などの明るい話題はあるものの、景気回復の実感が全くない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業 ( 経営者 )	・大きく景気に変化し、製品の取引量が増加するとは思えない。
	化学工業 ( 企画担当 )	・原料相場は種別による高低があり、全体的にはプラスマイナスゼロの状態である。今後はゴールデンウィークでの販売増が若干見込めるものの、全体的には大きな需要増につながるとは思えない。
	一般機械器具製造業 ( 設計担当 )	・給与の増加が見込めない。
	電気機械器具製造業 ( 経営者 )	・各国の政府、金融当局が金融緩和を進めているため、数か月という短期であれば海外経済の破たんは回避できる。円安についても、3か月ぐらいは崩れないと期待している。
	電気機械器具製造業 ( 営業担当 )	・引き合い案件が減少しており、年度末以降の受注がみえてこない。
	電気機械器具製造業 ( 宣伝担当 )	・今後の状況は、今とあまり変わらない。
	電気機械器具製造業 ( 営業担当 )	・今の仕事が終われば、次の予定がない。
	輸送用機械器具製造業 ( 経理担当 )	・海外受注といっても、国内企業の関連会社との取引がほとんどである。製造業を営む中小企業にとって、本来の意味での海外展開は今後欠かせないが、リスクが伴い、課題も山積している。
	その他製造業 [ 事務用品 ] ( 営業担当 )	・受注量が増加する状況が今後も続く。
	その他製造業 [ 履物 ] ( 団体職員 )	・アベノミクスの効果により、円安、株高傾向が続き、輸出企業を中心に景気回復が見込まれる。ただし、我々の業界では円安による原材料価格の高騰が続き、その値上がり分を価格に転嫁できずにいるのが現状である。
	建設業 ( 経営者 )	・東日本大震災の本格復興や政権交代による公共工事の増加で、職人不足や賃金・建設資材価格の高騰が今後予想される。建設業は、景気回復後に企画や設計が増えてからの施工となり、回復がワントーン遅れるため、早い景気回復を望む。
	輸送業 ( 商品管理担当 )	・4月から給料が上がるが、物価も上がるといわれているので、全体としては変わらない。
	輸送業 ( 営業所長 )	・円安や株高が話題になっているが、景気に反映されるのはまだまだ先である。
	通信業 ( 管理担当 )	・アベノミクスでしばらくは好調が続く。
	金融業 ( 営業担当 )	・内需の拡大や景気の改善が今後望めるものの、物価の上昇が先行することが、どのように作用するかがかぎとなる。
司法書士	・期待感が高まるものの、具体的に景気回復を実感できない状況であるため、当分の間は現状と変わらない。	
その他サービス [ 自動車修理 ] ( 経営者 )	・いろいろと手を打っているが、これという対策がないので難しい。	
その他サービス業 [ 店舗開発 ] ( 従業員 )	・TPPへの交渉参加による効果は様々で、農林水産関連の生産は大幅に減るが、消費拡大は期待できる。いまだに未知の部分が多いが、全容がもう少し明らかになるにつれ、景気にも大きく変化が出てくる。	
その他非製造業 [ 電気業 ] ( 営業担当 )	・実体経済が良くなっているとは思わない。	
やや悪くなる	食料品製造業 ( 従業員 )	・今後期待できる新製品もあり、それぞれ売れているが、既存の売上のベースとなる製品は他社との競合で廉価販売の対象となっており、売上が落ちている。既存品の売上に新商品分が加わればよいが、現状は新商品が既存品の売上を奪っているような状況である。デフレ脱却を図るような方策を業界全体で考えなければ、景気は良くなるならない。
	繊維工業 ( 団体職員 )	・昨年末からの運送代の値上げ要請や、今後の電気料金の値上げなど、製造コストの増加要因があるなか、容易に価格転嫁はできず、先行きは不透明である。
	繊維工業 ( 総務担当 )	・まだまだこの円安の方向性は続く。
	繊維工業 ( 総務担当 )	・まだ景気の底上げ感が伝わってこない上に、加工代などが上がっている状況から考えて、それぞれの取引先で利益の確保が厳しい状態である。
	化学工業 ( 経営者 )	・円安による原材料の値上げに対し、それを販売価格にすぐには転嫁できない。

		窯業・土石製品製造業（経営者）	・ガラス瓶を作っているが、製品の動きが悪くなってきている。特に末端の消費者のニーズに左右されるほか、電気やガス料金の値上げを前にコストの削減も迫られているなど、景気が悪い方向に向かっている。
		金属製品製造業（営業担当）	・実需が出てくるのは少し先になる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・取扱商材の関係で、新年度の始まりは厳しい状況が予想される。一般的には新生活関連や、円安、株高による需要増で、良い方向へ向かう。
		輸送業（営業担当）	・燃料や材料の輸入価格が上がり、利益の出ない中小企業の工場は休業している所もある。
		輸送業（営業担当）	・繁忙期であるこの時期に売上が落ち込んでいるので、先行きは厳しい状況となる。
		広告代理店（営業担当）	・新年度の良い受注の話は聞こえてこない。しばらくは様子見の時期となる。
	悪くなる	-	-
雇用 関連 (近畿)	良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・アベノミクスに伴う円安による輸出企業の利益押し上げや、株高による富裕層の個人消費の活発化、日本銀行の新総裁の就任による量的緩和期待からの海外資金の流入など、景気回復の明るい材料が目白押しである。
		学校〔大学〕（就職担当）	・株価が上昇して、企業収益が改善されているため、求人数の増加が予想される。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・円安効果か、今まで弱っていた家電メーカーのIT部門が人集めをしており、4月から一段と良くなる環境がそろってきている。ただし、雇用情勢は改善されるとしても、相変わらず需給バランスが崩れているため、人集めには苦労する。
		人材派遣会社（役員）	・正社員志向の流れは依然として大きなものがあるが、派遣を含め、事務系の求職者数も着実に伸びている。
		人材派遣会社（支店長）	・このままの傾向がしばらくは続く。ただし、人材確保には苦労する。
		アウトソーシング企業（社員）	・新年度から園児数が増える。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人数が6か月以上にわたって上向いているほか、株価の上昇や円安の状況も続いており、悪くなる要素は今のところ見当たらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4月にオープンする大規模事業が景気を押し上げており、関連の広告出稿も多い。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新年度の新聞に対する広告の申込状況をみると、年度始めは様子見状態であるが、引き合いの状況からいけば4月以降は徐々に回復してくる。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加傾向がみられるものの、主要産業別にみると製造業の動きがほかの産業に比べて非常に弱い。円安・株高などによる雇用面へのプラスの影響は見受けられない。
		職業安定所（職員）	・円安や株価の上昇、景気回復の期待感もあり、輸出関連企業が今後緩やかに良くなっていく。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設労働者不足という問題はありながらも、公共事業の増加などの潜在的な圧力が強いので、当地の日雇い求人（多くは建設部門）も少しずつは増えていく方向となる。
	民間職業紹介機関（大学担当）	・今後の経済は良い方向に向かっていく。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・医療系大学の特性かもしれないが、就職志願者が倍増している。	
変わらない	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・経済全体が何か良くなるのではないかと兆しは感じるが、求人に直接影響するまでには少し時間がかかる。	
	職業安定所（職員）	・前月は株価の上昇や新政権による公共事業の増加への期待感からか、求人の動きが活発となっていたが、直近はその勢いが薄れてしまっている。採用数も伸びておらず、企業の採用意欲が高まっている感触もない。さらに、新規求職者数もやや増加傾向に転じているなど、今後の景気が良くなるかどうかは微妙な状況である。	
	職業安定所（職員）	・一時的な欠員補充のための求人が多い。	
	職業安定所（職員）	・政府は円安や株高効果で景気回復を宣伝しているが、この効果が雇用面に出てくるかどうかは、しばらく様子を見る必要がある。	
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-