

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	乗用車販売店（販売担当） 都市型ホテル（客室担当） 旅行代理店（営業担当） 通信会社（企画担当）	・今のままの市況が続けば、し好品である乗用車の販売量が増える。 ・昨年に比べて予約状況が良く、6月は前年比で140%である。特に海外からのインターネット予約の入込が良く、円安が追い風になっている感がある。 ・旅行などのレジャー需要の高まりは、株高などと相関関係が高い。 ・円安、株高は、間違いなく好景気を促すことが期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者） 商店街（代表者） 一般小売店〔衣服〕（経営者） 一般小売店〔事務用品〕（経営者） 一般小売店〔衣服〕（経営者） 一般小売店〔衣服〕（経営者） 一般小売店〔花〕（店長） 一般小売店〔酒〕（社員） 百貨店（売場主任） 百貨店（売場主任） 百貨店（企画担当） 百貨店（営業担当） 百貨店（店長） 百貨店（服飾品担当） スーパー（店長） スーパー（店長） スーパー（広報担当） スーパー（企画） スーパー（社員） コンビニ（経営者）	・大企業と零細企業では格差があると思うが、ボーナスや給料がアップし、少しでも日用品の購入が増えることを期待している。 ・買上点数の増加が見込まれ、顧客ニーズに合った商材を的確に仕入れることができれば、消費のムードは良くなっているので、売上は伸びる。 ・需要は前月よりも良いムードであり、特別な天候不良がなければ6、7月の夏物衣料の販売には期待できる。 ・アベノミクスへの期待が高まっている感はある。夏に向けた省エネや熱中症対策関連で、商品が動くことを期待している。 ・景気が回復するという期待感が広がっているので、明るいムードになっている。 ・景気が上向いているという実感はまだないが、感覚的には消費者の気持ちが以前と比べて明るくなっているように感じる。零細企業や工場が集まる地域であるため、景気の回復を実感できるのはまだ先かもしれないが、以前よりも将来に希望が持てる気がする。 ・アベノミクスの影響がどうかは分からないが、少しずつではあるが販売量の伸びがみられる。 ・梅田地区の大型商業施設開業に伴い、来客数が増加している。 ・株価上昇による資産効果などにより、富裕層の消費が引き続き活発化する。 ・大型リニューアルが終わってオープンする予定であり、街自体が大きく変わり、集客が見込める。また、客の財布のひもも少し緩む傾向にあるため、現状よりは良くなる。ただし、この傾向がいつまで持続するのかわからない。 ・梅田地区の活性化が進み、次は阿倍野地区の活性化が始まるため、取りあえずは集客や売上の確保ができる。大阪が元氣を取り戻す機会にもなる。 ・天候が安定すれば衣料品の販売増が期待できる。宝石の催事が動き出しており、改装後の和食割烹レストランも好調である。 ・現状ではアベノミクスにより活気付いており、特に高額商品の売上動向にも表れつつある。ただし、これが持続するかどうかは、企業の利益増が労働者の給与に反映されていくかどうかにかかってくる。 ・自分の時間を大切に感じる感覚が、高齢層だけでなく若い世代にも芽生え始めている感がある。それぞれ何に価値を感じるのかは若干違うものの、お金を使うときにはきっちりとお金をかけてくるライフスタイルが徐々に浸透している。 ・景気回復による直接的な恩恵はまだ先だと思うが、販促を含め、天候が良ければ、来客数や販売額が増加している。 ・円安の影響で国産品の需要が増えるため、販売機会の拡大につながる。 ・電気料金の値上げなど、家計の負担感が増す要因はあるが、夏季賞与に企業業績の回復が多少なりとも反映され、一般消費者が所得増を実感できるようになれば、日々の消費にもプラス効果が期待できる。 ・直近は気温が低く、初夏らしい商品の動きはみられないが、気温の上昇で衣食住共に上向く。 ・気温の高い日には、食品部門を中心に春物商材の動きが例年よりも良くなっている。価格の高いこだわり商品などの動きも堅調で、今後は客の消費はもっと増えると期待している。 ・最近の傾向として、それほど暑くないのに、水やお茶の売上が前年比で10%ほど伸びている。今後季節的に暑くなってくるので、飲料水やアイスクリームの販売が増え、売上が増加する見通しである。

コンビニ（経営者）	・好況感により、プレミアム系の商品の売上がまだまだ上がってきそうと、客単価の上昇が更に期待できる。
コンビニ（店員）	・行楽やスポーツのシーズンになるため、来客数が増え、販売量も増えていく。
衣料品専門店（販売担当）	・円安の進行で、少しずつではあるが、来客数が増えることを期待している。
家電量販店（経営者）	・消費税率の引上げを控え、客の大型家電の買換え需要が増えてきている。
家電量販店（企画担当）	・購入商品の単価が上がってきており、このままボーナス商戦を迎えると、更なる伸びが見込まれる。
乗用車販売店（経営者）	・全体に良くなっているが、天候が不安定なため、衣料品関係のほか百貨店の動きも悪い。天候が安定すれば人の動きも変わり、更に良くなる。
乗用車販売店（営業担当）	・先月に比べると販売量にあまり変化はないが、単価は確実に上がってきている。
乗用車販売店（販売担当）	・4月に入り、受注に少し一服感はあるが、夏場を前にRV車やエコカーなどの売行きが徐々に回復する。
住関連専門店（店員）	・現在は端境期で売上が伸びていないが、これからは気温が上昇し、夏物の売上げが見込める。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・株高などで景気が復調する気配を感じて、消費が増える可能性はある。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・カタログなどについて新規の取組を進めているため、売上の拡大を期待したい。
一般レストラン（スタッフ）	・来客数の増加傾向は関西地区ではやや鈍いものの、全国的には大都市を中心に続いている。消費動向の好転は期待感が先行しているとみられるが、浮かれた印象ではなく、底堅い印象を受ける。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・最近の傾向として、少し高価な物を買う客が増加している。
観光型ホテル（経営者）	・気温の上昇に伴う動きや、婚礼シーズンということもあり、今よりも客の動きが出てくる。
観光型ホテル（経営者）	・現状では景気が良くなったという実感は全くない。ただし、世の中全体のムードが明るくなってきているのは事実であり、何らかの形で波及してくることを期待している。
観光型旅館（経営者）	・小規模なグループからの問い合わせが多く入ってきている。
観光型旅館（団体役員）	・昨年秋以降、宿泊人数は増加傾向にある。この調子で上向きになるのではないかと期待している。
都市型ホテル（支配人）	・円安や株高の好影響が景気を押し上げている大きな要因である。今後は、梅田地区や阿倍野地区での商業施設の開業が、関西の個人消費の引上げに大きく寄与する。
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門では、製菓、建設関係を中心に講演会などを受注できている。小規模の会議は減少傾向にあるものの、出張での宿泊が増加しており、単価も上昇傾向にある。レストランは、平日の昼間の利用が減少しており苦戦しているが、土日の利用は好調であり、常時予約待ちとなっている状況である。
都市型ホテル（スタッフ）	・ここ最近の傾向として、先行予約は宿泊、宴会共に良くないが、直近で伸びるため、特に根拠はないが感覚的には期待できる。
都市型ホテル（総務担当）	・6月までの宿泊客室の見込稼働率が前年を上回っている。予約の入り方が早く、高単価の部屋もよく予約が入っているなど、人の動きが活発になった感がある。
旅行代理店（経営者）	・海外旅行は株高もあり好調であったが、急速な円安がマイナス要因にもなり、見極めが難しい。超先行での受注はあるが、韓国向けの間際予約が伸びずに相殺されている。国内旅行は、関西にとって大きな商品である関東のテーマパーク向けの予約増を期待している。
旅行代理店（従業員）	・円安であるが、高額な海外旅行が増えている。政治が経済を変えている実態が鮮明になっており、今後は一層の期待感が広がり、投資マインド、消費マインドが高まる。
旅行代理店（広報担当）	・夏休みの旅行の申込が、前年よりも10%以上増えている。客との話でも、ゴールデンウィークに申し込みなかった客が、旅行自体をやめるのではなく、早めに夏休みの旅行を申し込んでいることがある。景気が悪く、旅行そのものをやめるのではなく、行く日程さえあれば行こうというマインドはどんどん高くなってきているので、これから景気は良くなっていく。
タクシー運転手	・雰囲気的なことでは、暖かくなってきて人通りが増えているほか、行楽や買物に出かける人も増えているように見受けられる。

タクシー運転手	・政権交代による政策の本気度が実感できるほか、期待感との相乗効果も表れてきている。
通信会社（経営者）	・株高などによる実質的な変化があるわけではないが、今後は効果が出てくると期待がある。
通信会社（社員）	・好調な状況は当分維持できると考えているが、固定回線の需要は増加していないので、シェアが安定してきたら伸びにくくなる。
通信会社（社員）	・通信会社の施策によっても左右されるが、閑散期も明け、新製品の発売により販売も伸びる。
テーマパーク（職員）	・少々高額ではあっても、それなりの価値があれば買っても構わないと考えている客は、以前に比べれば確かに増えている実感はある。政治が好影響を与えているのか、来場者の消費動向をみていると、レジャー関連への個人消費は伸びてきているように感じられる。
観光名所（経理担当）	・3月の施設リニューアル後、来客数が前年比で10%強のアップとなっている。この状態を夏か、できれば秋口まで引っ張るために、集客施策を打っていく。
ゴルフ場（支配人）	・予約状況は前年比でマイナスであるが、先々月、先月よりも減少幅が小さくなってきているので、今後は良くなる。
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）	・客からの問い合わせの件数や質が、ここ数年の閉そくした状況とは違う。
住宅販売会社（経営者）	・アベノミクスの成果が目に見えるようになり、インフレ指向が強まれば、景気は上向く。
住宅販売会社（経営者）	・しばらくは今のような需要があると考えられる。
住宅販売会社（総務担当）	・土地価格の上昇が関東方面から関西にも一部波及しつつあり、消費増税の駆け込み需要で契約も増える。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・注文住宅需要は、9月末までの契約が消費税率据え置き期限なので、駆け込み需要が続く。
変わらない	・5月以降はエリア内の競争激化で予測がつかない。
商店街（代表者）	・景気が良くなっているとの統計もあるが、生活に密着していない業種には、まだまだ浸透するまでに時間がかかりそうである。企業の経費削減は今までどおり続きそうで、数字として実感できるのはまだまだ先になる。
一般小売店〔時計〕（経営者）	・それぞれの人のによって、財布の余裕や格差を感じる人が多い。安ければ何でもよいという風潮が変わらない限り、まだまだ景気は良くならない。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・本当に国民の所得が上がり、デフレからの脱却が進むのか、まだまだ不透明で分からないが、節約志向は変わらないと予想される。牛丼も280円となったが、消費の二極化が進むのか、全く想像がつかない。
一般小売店〔食料品〕（管理担当）	・電気料金の引上げで、利益率はあまり良くないが、6月からはお中元シーズンで売上も伸びてくる。
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・まだ様子見の状態、デフレ脱却とまではいかない。
一般小売店〔野菜〕（店長）	・本当に景気回復が進んでいるかどうかは、1年後に分かる。
一般小売店〔花〕（店員）	・一般消費者の意識は、まだまだ節約志向が強く、購買意欲が高まる様子はない。
百貨店（売場主任）	・今後についても周りの環境は変わらないので、変化はない。
百貨店（売場主任）	・来年の消費税率の引上げまでは、良い景況感が続きそうである。ただし、梅田地区の大型商業施設のオープンなどで、エリア間競争が更に激化する。
百貨店（売場主任）	・関西地区では梅田地区の開発によるエリア間競争が激しくなってきた。そのため顧客の流出を防ごうと値引き合戦が行われており、一時的には消費が活発化するが、中長期的にはその反動でプラスマイナスゼロとなる。また、梅田地区の開発に関しては、テレビなどで話題になっているほど客は関心を持っていないため、全体の消費に大きな影響はない。
百貨店（営業担当）	・地域間競争は更に激化する一方、消費税率が上がることを受けて、新築の高級マンションへの転居が増加し、高級家具の引き合いが増えてきている。
百貨店（サービス担当）	・公共施設の歩道橋改装工事がほぼ完成し、客の来店する導線が確保されたことで、来客数が増加し、売上も増えることに期待している。
百貨店（商品担当）	・大阪では梅田地区の商業集積が一段と強まり、来街客が大幅に増加するため、他地区の集客が伸び悩み、売上への悪影響が懸念される。

百貨店（売場マネージャー）	・アベノミクスの影響もあり、企業の賞与水準も悪くないため、現状の動きが継続する。
百貨店（売場マネージャー）	・宝飾品や高額バッグ、時計など、一定の購買はみられるものの、中間層はまだ反応が良いとは決していえない。旅行関連は好調と聞いているが、ファッションや雑貨への消費が増えるまでにはもう少し時間がかかる。企業業績が好転することで、6、7月のボーナス消費には期待したいところである。
百貨店（外商担当）	・全般的に消費マインドは引き続き上昇していくと思われるが、当地区は4月末と6月に競合他店の新規出店や増床オープンが控えており、競争がますます激化する。
スーパー（経営者）	・競合店の多い地域であるため、価格競争や客の奪い合いが続く。
スーパー（経営者）	・アベノミクスの効果も限定的で、社会全体の景気浮揚にはまだまだ程遠い。特に、地方経済はいまだに冷え切った状態である。
スーパー（店長）	・アベノミクスの効果は夏のボーナスに反映しない。特に、中小企業や小売業では消費税の問題も不透明であり、燃料や穀物などの輸入商品も絡み、円安の悪影響がこれから出てくる。
スーパー（店長）	・月の前半は、気温の上昇で衣料品関連は好調が続いたものの、食料品を中心に苦戦が顕著となり、来客数、客単価共に悪化傾向が続いている。景気の先行きは不安定な要素が多く、まだまだ流通企業にとっては逆風の状態である。
スーパー（店長）	・世間的には景気に対する好材料が伝えられているが、店頭での来客数、販売量の動きからみると、短期間で上向くという判断はできない。
スーパー（企画担当）	・競合他社との競争激化は今後も続く見込みであり、楽観できる材料はない。
スーパー（経理担当）	・天候や気温に左右される面があるものの、全体の基調としては底堅さを感じられる。セールやイベントへの客の反応も、以前のような手ごたえのない状況から脱しつつある。
スーパー（販売担当）	・客の様子をみていると、ポイントが何倍であるなど、店ごとの特典のある日を使い分けている傾向がある。目玉商品の価格が10円でも変動があると、それに対して非常に敏感に反応するなど、まだまだ安い価格の商品を買い回る状況が続いている。
スーパー（開発担当）	・政府の景気対策で円安や株価の上昇が進んでいるが、賃金が上がらなければ好景気とはいえない。
コンビニ（店長）	・暖かくなると来客数は増えると思うが、景気の回復が一般の消費者に行き届くまでには、まだまだ時間がかかる。
コンビニ（店員）	・売上の増加につながる材料もなく、現状のまま横ばい状態が続く。
コンビニ（広告担当）	・2～3か月先では、まだ変わらない。
衣料品専門店（販売担当）	・クールビズ関連の購入を含め、景気の様子をみる客は増える。
家電量販店（店員）	・客の様子や単価、販売量などみても、まだ景気に変化はない。
乗用車販売店（経営者）	・アベノミクスによる実体経済へのプラス効果が全くみられない。
乗用車販売店（経営者）	・全般的に仕事の量が減ってきている。軽自動車は売れているが、修理、車検の売上は良くない。
乗用車販売店（経営者）	・徐々に客は戻ってきているが、長期連休前になると仕事が途切れるなど、まだまだ不安材料が多い。
乗用車販売店（営業企画）	・先行き不透明で様子見の状態となる。
住関連専門店（店長）	・政治に期待感はあるが、既に対策が打たれている感が消費者に生まれ始めている。
その他専門店 [宝石]（経営者）	・現在のような為替の円安状況が大幅に変化しない限り、今の景気は持続する。
その他専門店 [医薬品]（経営者）	・大きく変わる要素は見当たらないが、当業種からみればコマーシャルの影響もあり、ボディソープやシャンプー、リンスなど、香りの強い新商品の販売が増えている。高品質の商品も多く、化粧品のようにファッション化が進む傾向にある。
その他専門店 [食品]（経営者）	・新規の得意先が出てきている。
その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・ここ数年の円高の状況に比べれば、少々円安傾向が進んでも商品の価格帯が変わるわけではないため、購買意欲の向上にはつながらない。
高級レストラン（スタッフ）	・大型商業施設がオープンし、梅田地区全体が活気付く。

高級レストラン（支配人）	・3か月前の販売量を上回っているが、来客数は4月の目標値には届かないなど、梅田地区の大型商業施設の開業による影響は免れない。	
一般レストラン（経営者）	・集客見込みのあるイベントが増えるため、景気は良くなるが、年始からのマイナスを徐々に解消するのにとどまり、全体的にはあまり変わらない。	
一般レストラン（経理担当）	・景気は上向きといわれているが、一部の業種に限られたものであり、飲食業に影響が出てくるのはもう少し後になる。	
一般レストラン（店員）	・景気が上向きの状況はまだまだ感じられず、収入も変わらない。	
スナック（経営者）	・このまま同じ方針でよいのか、これからの客に合わせていく方がよいのか、この状況では判断が難しい。	
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・来客数の動向に変化がみられない。企業収益の改善が賞与などに反映し、消費拡大につながると期待しているが、それはまだ先である。	
観光型ホテル（経営者）	・予約が間際化しているため、まだ何ともいえないが、昨年よりははやや良くなるのではないかと期待している。	
都市型ホテル（マネージャー）	・好調が続いていた客室部門は、海外からの観光客が減少する時期となるが、宴会部門も前年並みの予約状況で推移するなど、ホテル全体ではほぼ前年並みの予想である。ここ数か月は同じような傾向が続いており、大きな変化は期待できない。	
タクシー運転手	・これから観光客が増えて、多少は良くなる。	
タクシー運転手	・ゴールデンウィークに消費が集中し、それ以外の消費が見込めない。	
通信会社（企画担当）	・好転する材料がない。	
観光名所（経理担当）	・今月の前半は気候、天候に恵まれた。土日や祭日のほか、桜の見ごろも好天が続いたことで、来客数、売上共に増えた。ただし、後半は月末に連休が控えているためか、来客数は伸び悩んでいる。一方、アベノミクスの効果か、少し購買単価が上がってきており、前年比では8%程度の上昇となっている。	
競艇場（職員）	・ここ数か月、単価の動きは回復傾向にあるものの、単価を押し上げる起爆剤は見当たらない。	
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・景気回復策や、電気・ガス料金の値上げ、円安、消費税の二段階増税など、暮らしを直撃する要素はたくさんあるが、ある程度は客の開き直った対応も考えられるなど、先行きは不透明である。	
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の交流戦や家族向けのイベント、人気グループのコンサートがあるので、多くの来場を予想している。	
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・円安によるインバウンド客の増加は更に期待できる。ただし、神戸地域での余暇消費の獲得競争は、新規の商業施設開業などもあって厳しくなっており、それを上回る市場拡大までは期待できない。	
美容室（経営者）	・商店街では、閉店が2店舗、開店が1店舗と、動きが出てきている。一方、駅周辺にはマンションが多いが、年金生活者が多い。物価が高くなっても、年金は引かれるばかりで苦しくなると考えている人が多く、カットだけにしておく人が増えている。	
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・新しいパッケージ内容での改装や出店により巻き返しを図りたいところであるが、少し時間がかかる。	
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。	
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）	・一概にはいえないが、消費は少し増加傾向にはあるものの、身の回りでは今までと変わらない状況である。物価だけが上昇しているようにも感じる。	
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・9月末までは好調な状況が続く。ただし、施工コストの上昇が顕著であり、今後の販売物件は価格が上昇せざるを得ない状況のなか、下半期は販売が低調になる可能性もある。	
やや悪くなる	百貨店（販促担当）	・今後も大型商業施設のオープンが続き、消耗戦の様相となる。来客数への影響は避けられず、数か月にわたって影響が出る恐れもある。一方、株価上昇などで景況感の改善が浸透すれば、購買率や客単価が上昇する可能性もある。
	スーパー（店長）	・来客数は減少しているが、60歳以上の客は増えている。日々の食料品、消耗品に買物が集中しているため、売上が伸びず、良くて現状維持である。
	スーパー（管理担当）	・中小の小売流通業者は依然として厳しい状況にある。原油などの燃料価格もかなり高騰しており、経費削減で対応することは難しい。

		衣料品専門店（経営者）	・他地域での新規オープンなどによる影響を受ける可能性が高い。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・クールビズが始まり、夏物スーツ、ネクタイなどの売上が減少する。
		一般レストラン（経営者）	・梅田地区での大型商業施設の開業に伴い、週末の来客数が減り、売上に影響が出る。
		観光型旅館（経営者）	・石油製品の価格は下がっているが、電気料金や小麦価格の値上がり、公務員給料の引下げなどで、生活に関する不安感が出てくる。
		競輪場（職員）	・昨年の傾向よりも悪くなっている。アベノミクスの効果はまだ実感できず、様々な物が値上がりしているが、それに賃金の上昇が追いついていない感がある。
	悪くなる	百貨店（企画担当）	・景況の好転による好影響は継続しているが、梅田地区や阿倍野地区での大型商業施設の開業など、当社を取り巻く競合の激化は避けられず、厳しい状況になっている。
		衣料品専門店（経営者）	・既に円安の影響で、ウォン高や元高が進み、韓国や中国からの輸入品が2割5分から3割ほど値上がりしているため、今後衣料品は値上げせざるを得ない。
企業動向 関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新たな取引先との契約が始まる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・海外の取引先を増やさざるを得なくなって、5年以上が経過する。ようやく海外取引にも慣れ、海外シフトに成功したと思っただけ矢先に、願ってもない円安が到来したため、今後の取引に期待できる。
		その他非製造業 [ 民間放送 ] (従業員)	・そろそろ広告出稿にも上向きの兆候が出てきたと感じている。
	やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・ミネラルウォーターの売上が伸びている。今後も備蓄品としての購入のほか、気温上昇に伴って売上が伸びる。
		食料品製造業（経理担当）	・円安や株高にはメリットとデメリットがあるが、メリットの方が多く、雰囲気も良くなってきたと感じる。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達が増えつつあるが、受注が増えている。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・医療業界では、変わらず学会や研究会が頻繁に実施されており、学術印刷物の受注は安定している。新薬開発は製薬企業だけでなく、大学の研究室との共同研究などに幅が広がってきており、再生医療の市場も今後はグローバル化が進んでいく。
		化学工業（経営者）	・問い合わせは増えてきているように思うので、しばらくは期待できる。
		化学工業（管理担当）	・アベノミクス効果、円安による輸出量の増加のほか、賃上げや賞与の支給もあり、経済は活性化する。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・全体としての傾向は悪化気味ではあるが、自動車や重機関連がそれを上回り、差し引きで見通しはやや良くなる。
		金属製品製造業（経営者）	・円安、株高、東日本大震災の復興需要により、3か月先に期待している。
		金属製品製造業（管理担当）	・現在、太陽光発電用のパネルの生産が追いついていないが、6月ごろには生産の見通しが立ったため、全体的に出荷量が増える。
		電気機械器具製造業（経営者）	・円安、株高は景気にとって良い材料であるため、時間がかかるかもしれないが、良くなることは間違いない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・住宅市場が活性化すると関連業界まで消費拡大が見込めるほか、円安で輸出企業が好調を維持する予想のなか、設備リニューアルに伴う受注拡大も見込める。
		その他製造業 [ 履物 ] (団体職員)	・アベノミクスの効果が徐々に出てきて、個人消費が活発化することを期待する。
		建設業（経営者）	・消費増税の関係もあるのか、企業の設備投資の案件が徐々に増えている。
		建設業（営業担当）	・受注後も、建設労務費や建設資材の価格が上昇しているが、契約済みの案件では物価上昇による値上げは認められない。拡大している建設市場のなかで、受注金額も緩やかに上昇し、適正な利益が確保できるようになることを期待したい。
		金融業（営業担当）	・現在の受注の増加傾向をみれば、先行きは良くなる。
		金融業 [ 投資運用業 ] (代表)	・アベノミクス効果で良くなる。
		不動産業（営業担当）	・土地や不動産を取得したいというニーズが、個人、法人共に高まっている。土地の取引は増えているが、実際にその建物に住んだり、借りたいという人は増えておらず、実体経済としてはまだまだ厳しい。
		新聞販売店 [ 広告 ] (店主)	・戸建物件や新築マンションなどの不動産関係や、自動車販売、エステなどの折込件数が増えている。

	広告代理店（営業担当）	・関西では阿倍野地区で大型商業施設の開業が控えているので、2～3か月は活発な動きとなる。
	広告代理店（営業担当）	・ここ3か月間の企業全般の様子をみると、広告に対して非常に積極的になってきている。
	広告代理店（営業担当）	・夏に向けて、テレビコマーシャルも含めて少しは戻ってくる。
	経営コンサルタント	・クライアントの食品スーパーでは、円安の影響で商品の値上げが増えてきているが、まだ卸業者等が価格上昇分を負担しており、店頭価格には影響が少ない。これらが本格化してくるまでは、売上が前年を上回る傾向は続く。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・関西では大型商業施設の開業ラッシュが続くため、ゴールデンウィークを中心ににぎわいをみせることになる。
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・今のところ、消費マインドの向上が実用衣料の購買につながっているとはいえないが、徐々に雰囲気明るくなるなかで、プラスワン需要が期待できる。
変わらない	食料品製造業（従業員）	・新聞やテレビでは、一部の企業は景気が良いと伝えているが、中小企業では販売先からの要請もあり、安価な物しか動いていないので、売上はなかなか上がらない。このような状況がしばらくは続く。
	繊維工業（総務担当）	・染め代、糸代などの原材料価格が確実に上がってきている。景気回復基調とはいえ、実感できるようになるまでは時間がかかる気がする。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・消費が上向かなければ、生産増もない。ただし、医薬品関連の受注は新製品の発売などで増加している。良くなる要因と悪くなる要因があり、全体としては変わらない。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・瓶を製造しているが、円安や電気料金の値上げが響いている。
	金属製品製造業（営業担当）	・新規案件の話など、売上アップにつながる話がある一方で、取引先が海外生産で現地調達を増やすなど、仕事が減る話も多い。
	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の投資計画が実施されるのは、もう少し先になると思われるため、景況はここ数か月横ばいとなる。
	一般機械器具製造業（設計担当）	・昇給が見込めない社員が多い。
	電気機械器具製造業（経理担当）	・企業が設備投資に向かっているような状況には至っていない。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・より好転する要因は、まだ見当たらない。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内での引き合いは増加傾向にあるが、現在は海外での仕事为主であるため、当面は現状維持のまま推移する。
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新商品の開発が進んでいないため、売上の増加が期待できない。
	建設業（経営者）	・今の状態がしばらく続く。ただし、消費税の増税なども控えており、土地の動きは活発になることが予想されるので、この先に期待したい。
	建設業（経営者）	・アベノミクスにより為替や株価が急激に変動し、景気回復の雰囲気があるため、实体经济を引っ張ってほしい。一方、官庁関係の発注量は増加傾向にあるが、技能労働者の賃金や建設資材価格の高騰で予算が合わず、不調の可能性もある。
	輸送業（営業担当）	・担当している地域には中小工場が多いが、世間でいわれているような好景気は全く感じられず、来月の予定も小規模工場は良くなる気配がない。
	輸送業（商品管理担当）	・ニュースなどで景気回復といわれているが、生活面で変わることはない。
	輸送業（営業担当）	・配達件数が減少しており、増える見込みもないので、この状態が続く。
	通信業（管理担当）	・まだまだ良くはならない。
	司法書士	・期待感が高まるものの、それに見合った案件もなく、当面は現状のまま推移する。
	経営コンサルタント	・季節変動の要因がかなり大きく、6月ぐらいからは現状維持となる。
	コピーサービス業（店長）	・駅周辺の新規商業施設の動きも落ち着くころだと思われるが、それまでは新規顧客の利用が見込め、リピーターの増加も期待できるため、順調に推移する。
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・例年、ゴールデンウィーク明けには忙しくなるが、今年はどうなるか分からない。	
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・4月から始まった新規取引がうまく続けば、今の水準を保つことができる。	
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・平均的には大手から良くなってくるため、半年ぐらい遅れて何らかの動きが出てくる。夏場以降に期待している。	

		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・実感として、良くなっているとは感じていない。
	やや悪くなる	繊維工業（団体職員） 繊維工業（総務担当） 電気機械器具製造業（営業担当） 輸送業（営業所長）	・季節要因により需要は多少増加すると思われるが、運送代や電気料金、原材料の綿糸価格などのコスト上昇が重なっている。需要動向をみても、値上げ交渉は難しい状況である。 ・中国工場での生産品に対して円安が重くのしかかっているが、当社の規模では値上げを求めることは不可能である。一方、国内生産も依然として採算が合わない状態である。 ・2、3か月先の受注が少なく、引き合いも減少している。 ・3、4月の好調が継続するとは思えず、荷動きは鈍化する。
	悪くなる	化学工業（企画担当）	・円安の影響を受けて輸入原料の価格が高騰するものの、商品価格への転嫁は容易でないため、利益が圧迫される。
雇用 関連  (近畿)	良くなる やや良くなる	- 人材派遣会社（経営者） 人材派遣会社（支店長） 人材派遣会社（役員） 人材派遣会社（営業担当） 新聞社〔求人広告〕（営業担当） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 新聞社〔求人広告〕（管理担当） 新聞社〔求人広告〕（営業担当） 職業安定所（職員） 民間職業紹介機関（職員） 民間職業紹介機関（大学担当） 民間職業紹介機関（営業担当） 学校〔大学〕（就職担当） 学校〔大学〕（就職担当）	- ・4月の中旬以降、円安効果が出てきていた家電メーカーやIT関係は、既に先取りで雇用していたため、動きは一段落している。そのほかの企業も変わらない。そのなかで公共事業関係、インフラ関係は忙しく、かなりの人を募集している。全体としては、需給環境は落ち着いてきている。 ・事業拡大や新工場の新設などを進めている企業もあり、需要の拡大が見込まれる。 ・景気回復への期待感が、徐々にではあるが実体経済に反映しつつあり、今後2～3か月はこのトレンドが継続する。 ・円安により輸出関連企業の業績が改善することは良い材料であるが、アベノミクスの第3の矢である、成長戦略策定に思い切りがないことが気になる。 ・今後2、3か月先になれば、参議院選挙に向け、上向き傾向になることが期待される。 ・実体経済への影響は分からないが、アベノミクス効果で株価が上がっていることによる心理的効果が大きい。関西の地場産業も、梅田地区や阿倍野地区での大型商業施設の開業による波及が大きい。 ・ここ半年以上、安定的に求人がある。株高や円安傾向など、現在の経済情勢を加味すると、やや良くなる。 ・経済が動き始めると、人も動き始めるのではないかと期待感は大い。 ・新規求人数が若干増加している。 ・全国、当地域共に建設労働者不足で、求人はもう頭打ちと何度もいわれているが、日雇い求人数はもう少し伸びていくと予想される。 ・先月から就職活動の開始時期が新聞をにぎわせているが、今年度は12月で、来年度は3月と、最良の決着となった。混乱なくスムーズに改善が進むことを期待している。 ・大学への求人案件数が増えてきている。 ・急激な円安も落ち着いており、生活に関連する商品価格への影響も大きくないため、景気回復への期待感が大きく感じられる。 ・学生たちの雰囲気のみみても明るさが感じられる。
	変わらない	アウトソーシング企業（社員） 求人情報誌製作会社（企画担当） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員）	・人件費や雑費などは、現状と変わらない。 ・東京の動きが大阪にまで広がり、大手メーカーの動きが消費者向けサービス業や一般消費者に届くまでには、更に時間がかかる。 ・4月の窓口は、年度始めの割に落ち着いた状況である。周辺で倒産や大規模な雇用調整などの発生もなく、雇用情勢が悪化する材料は特に見当たらない。ただし、新規求人数の推移は順調ではあるが、製造業の動きは鈍いままであり、雇用情勢が更に良くなっていく感触はない。今後、求職者の減少傾向が続き、事業所の人手不足感が強まることで、労働条件の向上や賃金アップにつながることを期待する。 ・政府やマスコミは円安や株高効果による景気回復を宣伝しているが、この結果が雇用面に効果があるかどうかは、もう少ししばらく様子を見る必要がある。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・大手各社の決算次第であるが、悪くなるのではないかとと思われる。
	悪くなる	-	-