

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（営業担当） 乗用車販売店（販売担当） 都市型ホテル（客室担当）	・ 新型車の販売もあるため、かなり景気は上向くと予想される。 ・ 円安、株高の影響が徐々に出始める。客との会話では、株などで利益が出ているという人も多い。 ・ 現在の状況をそのままに、夏も個人旅行の予約が堅調に入っている。海外客も増えており、悪くなる要素が見当たらない。
	やや良くなる	商店街（代表者） 一般小売店〔衣服〕（経営者） 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（売場主任） 百貨店（企画担当） 百貨店（営業担当） 百貨店（服飾品担当） 百貨店（サービス担当） 百貨店（店長） 百貨店（マネージャー） スーパー（店長） スーパー（店長） スーパー（店長） スーパー（広報担当） スーパー（社員） コンビニ（経営者） コンビニ（経営者） コンビニ（広告担当） 衣料品専門店（営業・販売担当） 家電量販店（経営者）	・ 夏の賞与が増加する期待があり、購買意欲の上昇に期待している。 ・ 客の出入りが少し激しくなってきた、売上も増加しているので、これから良くなる。 ・ 円安や日経平均株価の上昇が情報媒体で報じられていることから、全体的に良い雰囲気広がっていく。 ・ 大規模な改装が実施された直後となるため、来客数が大幅に増え、売上も現在よりも大幅に増加する。また、株価が一時的に下がっているものの、景気回復に対する期待は大きく、客の消費も上向くことが予測される。 ・ 製造業を中心とした夏のボーナスの増加に伴い、景況感は良くなると思うものの、購買に結びつくかどうかは販売側のプロモーション次第となる。 ・ 高額商品の購買者だけでなく、中間層も景気の明るいニュースに反応している。劇的に購買量が増えることは期待できないが、来シーズンの衣料品の予約会などの反応をみると、目先の実需以外のプチゼいたくへの意識は高まっていると感じる。 ・ 関西地域については、4月の梅田地区の商業施設開業に続き、来月中旬には阿倍野地区での開業も控えており、客の購買意欲が高まることが予想される。 ・ 郊外に立地しているため回復の動きは遅いが、期待している。 ・ 話題の新スポットが関西圏に多く出現し、外出したくなる要因ができたこともあり、消費意欲がかきたえられる状況にある。また、株価上昇のニュースを景気の良さの表れと考える客が多いことから、消費も増えやすくなる。 ・ 来月中旬に先行開業する新商業施設のオープン効果で、売上と来客数の増加は間違いないが、固定客としての囲い込みができるかが今後の課題である。 ・ 一時的な株価の乱高下はあるものの、今後もアベノミクスにより、当面の間は安定した経済状況が続く。 ・ 製造業中心であるが、夏のボーナスが増えるほか、アベノミクスに対しての高評価の表れである政権の支持率も高い。 ・ 来月は気温の上昇とともに猛暑の予想も出ており、季節品の動きが昨年より早く出るなど、大きなプラス要因になる可能性がある。ただし、食品を中心に節約の動きがあり、株価も不安定感が強いなど、実質的な景気回復にはまだ時間がかかりそうである。 ・ アベノミクスの影響で給与や賞与を上げた会社の従業員による、消費の増加が期待される。 ・ 総じて季節商材の動きが良いことで、来月以降の好調につながるほか、買上点数も維持できている。 ・ 原材料相場の高騰や円安により、各種商品の値上げが相次ぐことが懸念されるが、賞与の支給で多少なりとも手取り収入の増加が実感できれば、耐久消費財を中心に消費のプラス効果が期待できる。 ・ 飲料関連、乳製品などの日配食品や防虫剤など、春夏物商材の動きの良い状態が続いている。また、そう菜など、売り方を工夫したこだわり商品などの伸びも良く、当面はこの傾向が続くと期待している。 ・ 店舗の前のマンションが完成し、6月中旬ごろから入居が始まる予定で、隣のマンションとともに徐々に来客数が増える見込みである。 ・ ファストフードの売上はまだ伸びそうで、高額商品の売上増も期待できるため、客単価の上昇が予想される。 ・ アベノミクスの効果に期待したいが、現状の動きからは読み取れない。 ・ 客の欲しい洋服についての会話が多くなってきている。 ・ 消費税の増税前に、単価の高い家電製品への買換えを検討する傾向が強まっており、販売量の増加が見込まれる。

家電量販店（店長）	・電気料金の引上げによる省エネ家電商品の販売台数の増加と、消費増税前の商品単価アップが好調の要因である。ただし、消費増税後の来年4月以降の需要は、極端に落ちると予想される。
家電量販店（店員）	・アベノミクス効果で、世間は景気が上向き傾向にあると思っているが、まだ庶民にとっては上向きにはなっていないのが現実である。
家電量販店（企画担当）	・アベノミクス効果が出てきており、各メーカーから新製品が発売されたこともあってスマートフォン需要が高まるほか、電気料金の値上げによって省エネ家電への買換えが進む。
乗用車販売店（経営者）	・参議院選挙に向けて一段と景気浮揚策が講じられるが、株価が非常に不安定になってきた気がする。
乗用車販売店（経営者）	・女性の財布のひもは緩くなってきているが、男性の財布はいまだに固い。男性が使わなければ、大きなお金が動かず、空気も重くなってきている。
乗用車販売店（経営者）	・現政権への安心感や、株高、円安など消費を刺激する材料が多いため、今後もしばらくは景気の改善が続く。
住関連専門店（店員）	・気温の上昇で春夏商材の実績が上向きになる。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・大手企業のボーナスがアップするという情報が心強い。これが給与の増加に波及していけば、更に良くなる。
高級レストラン（支配人）	・販売量、来客数、単価共に、わずかであるが前年を上回りつつあり、今後に期待できる。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・来客数が徐々に伸びてきている。低単価のセルフ喫茶業のため、単価に大きな変化はみられないが、実質的な給与増がまだないながらも、先行きに対して心理的な余裕が感じられるようになってきた。低価格商品に限定されるものの、消費行動が回復してきたのではないかと感じる。
観光型ホテル（経営者）	・市制70周年ということもあってイベントも多く、街自体が活気付いている。
観光型ホテル（経営者）	・現時点では景気が良くなっているとの実感はないが、世の中の動き全体が明るくなってきているため、将来的には良くなる。
観光型旅館（経営者）	・夏休みの予約も好調であるが、単価が伸びるかが問題である。
観光型旅館（団体役員）	・宿泊人員は前年を7か月連続で上回っており、ようやく2年前の水準に戻ってきた。この調子でいくと、今年度の宿泊総数は昨年を上回り、2年前に追いつく。
都市型ホテル（支配人）	・国内景気の上昇による、景気回復を期待する。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊はまだ不透明であるが、宴会などの7、8月の先行予約は順調で、会議だけの会合が宴会付きになったりしている。ただし、来月の宴会は前年比で記録的なマイナスとなる。定例会合の中止など、ある程度の理由はあるが、その代わりとなる会合が全く動かない。宿泊も動きが鈍く、全体収入も大きく減少する。
都市型ホテル（総務担当）	・中高年の来客数が現在目立っているが、今後、夏季賞与が増額支給されることから、会社勤めの若い世代の来客が期待できる。
タクシー運転手	・ボーナスのシーズンであり、暑くなるため、少しの距離でもタクシーの利用が見込まれる。夜の街も、人が今までよりも多い気がする。
タクシー運転手	・今までは8時間勤務で7～8千円から1万2～3千円程度の売上であったが、ここ最近は1万6～7千円程度と良くなっている。
タクシー運転手	・5月の連休が明けて、低下気味の景気であるが、これからは梅雨や株主総会、参議院選挙で上がっていく。
タクシー運転手	・景気回復の見通しが徐々に具体化しつつあり、流し営業での客単価は変わらないが、乗車機会の増加により営業収入に反映されている。
通信会社（経営者）	・地域経済まで実体経済の回復が広がることを期待する。
通信会社（社員）	・新規商品などの投入を夏以降に控えており、需要の増加に期待している。少しずつであるが、割安感を打ち出す販促から目新しさ（スマートテレビなど）のアピールに変えていることで、反応が良くなりつつある。
ゴルフ場（支配人）	・客の予約状況の推移をみると、前年と比べて改善しているので、今後も少しずつ良くなっていく。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・経営者のやる気が良い方向に変わっている。最近、株価は乱高下しているが、それが落ち着き、投機的な動きが静かになれば、景気は徐々に改善していく。
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、毎年暖かい時期になると来客数が増える。

	<p>その他サービス〔生命保険〕（営業担当）</p> <p>住宅販売会社（総務担当）</p> <p>その他住宅〔展示場〕（従業員）</p>	<p>・景気の先行きに対する期待感が高まっているため、生命保険への加入を検討する客が増える。</p> <p>・消費増税前の駆け込み需要が少し出始めている感がある。</p> <p>・9月末までの注文住宅の契約は、消費増税の対象外なので、駆け込み需要が見込まれる。</p>
変わらない	商店街（代表者）	<p>・各店舗で扱う商品は高級志向の商品とは異なり、質や消費する量も毎日限られている。アベノミクスによる先行きへの期待を感じられるのは、現実としてはまだまだ先である。</p>
	一般小売店〔花〕（経営者）	<p>・株価の上昇などの明るいニュースもあるが、小売業に浸透するにはまだまだ時間が必要である。</p>
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	<p>・外食部門では法人の利用が少し増えてきたが、売上よりも経費の増加が進んでいるので、どう判断すればよいのか分からない。最終的にプラスとなれば歓迎すべき動きであるが、まだ実感はない。</p>
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	<p>・すぐに変動することは考えにくく、横ばいで推移する。</p>
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	<p>・ここ数日株価が下落している様子を見ると、今後の景気に対して楽観視はできないが、悪化していくようにも思えない。</p>
	一般小売店〔野菜〕（店長）	<p>・閉店の増加など、最後の淘汰が始まっている。</p>
	百貨店（売場主任）	<p>・阿倍野地区で商業施設がオープンするなど、周りの環境が厳しくなる。</p>
	百貨店（売場主任）	<p>・政治経済の長期安定化が優先である。</p>
	百貨店（営業担当）	<p>・美術品、高級ブランド品、金製品などの高額品のイベント開催が増えている。株価の上昇が続けば、あとしばらくは買上金額が増える。</p>
	百貨店（商品担当）	<p>・大阪市内は小売店舗の出店ラッシュが続いていて、商圈間の競合が一層激しくなり、予断を許さない状況である。</p>
	百貨店（商品担当）	<p>・一部の富裕層だけが高額品の活発な購入を続けている様子で、一般的な消費者については、天候が良いため夏物の婦人服や日ざし関連の雑貨が好調なだけである。また景気が良いとまではいえない。</p>
	百貨店（外商担当）	<p>・全体的な景気の上昇は続くと考えられるが、関西地区ではエリア間競争が非常に激しくなっており、4月末の大型商業施設のオープンの影響を受けて売上は減っている。6月には阿倍野地区の百貨店の増床オープンも控えており、その影響により売上の減少は避けられない。</p>
	百貨店（売場マネージャー）	<p>・一般消費者に関する景気回復はまだであり、消費行動が変化、向上するにはまだ少し時間がかかる。また、気候、気温（猛暑）の予測から、消費行動がどのように変化するのが読みづらい。</p>
	百貨店（売場マネージャー）	<p>・担当エリアの特性上、株価の動きが顧客動向に大きく影響する。乱高下が続いている状況では、一時は緩んだように思われた財布のひもが元に戻り、様子見の状況が続く。</p>
	スーパー（経営者）	<p>・今月末に近隣で商業施設が開店するので、その影響をどのくらい受けるのかが非常に気付きである。毎日の商品管理に気をつけている。</p>
	スーパー（経営者）	<p>・円安や政府売渡価格の上昇などで生活必需品の値上げが相次ぐ。ただし、店頭価格のデフレ傾向は落ち着きをみせたといっても、仕入価格だけが上昇し、販売価格は変わらない状況に陥る可能性が高く、収益面では厳しくなる。一方、昨年7月が冷夏であったのに対し、今年は平年並みの予想であり、これがプラス要因となる。</p>
	スーパー（店長）	<p>・直近の株価は不安定であり、参議院選挙の結果次第で景気の流れも左右される可能性がある。客の購買動向をみても、堅実で慎重な動きとなっている。</p>
スーパー（店長）	<p>・大阪近郊では、梅田地区や神戸で商業施設のオープンがあったばかりだが、市内中心部や阿倍野地区でもオープンするため、既存店舗の落ち込みと新規店舗の目標割れが続く。円安で増えている外国人旅行者の取り込みも我々の業態では困難であり、先行きは不透明である。</p>	
スーパー（店長）	<p>・今のトレンド以下にはならない。</p>	
スーパー（経理担当）	<p>・ボーナスが増加見込みで、株高効果などの好要因も残るなか、寒さが長引いた後で急に暑くなり、梅雨入りも例年より早いなど、不安定な気温や天候が続いている。猛暑予測もあるが、天候要因が売上の動向を大きく左右する懸念がある。</p>	
スーパー（販売担当）	<p>・競合相手との価格競争により、平均単価が下がる傾向にある。客の買上数量は昨年を超えているが、単価が下がっている分、買上金額が昨年を上回る状況にはならない。</p>	

スーパー（開発担当）	・アベノミクスで円安、株高となっているが、あまり中小企業には関係ない。一部の大手企業のみが潤っている感が否めない。
コンビニ（店長）	・気温の上昇に伴って来店頻度が増え、来客数は増えるが、全体的に売上が伸びることはない。円安や株高などで景気回復のムードはあるが、不安定であり、身の回りの景気に影響が出るほどではない。
衣料品専門店（販売担当）	・電気料金などの光熱費の値上げや、消費税の増税もあり、景気が良くなってもどうなるかわからない。
乗用車販売店（経営者）	・一般的に車の在庫台数が減ってきている。2、3か月前の新車購入や車検、そのほかの予約も少ない。
乗用車販売店（経営者）	・車を手放す客の割合が高まっており、購入する客と比べれば、まだまだ数が増える。
乗用車販売店（販売担当）	・一部の車種でマイナーチェンジがあるものの、材料としては乏しい。
乗用車販売店（営業担当）	・直近の2、3か月で、購買意欲を刺激するような要素は見当たらない。
住関連専門店（店長）	・消費者の購買意欲や心理的な安心感は政治次第の部分があるため、選挙が終わらないと何ともいえない。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・政府から第3の矢が発表されて、それが着実に実行されると、今の景気の良さは続く。ただし、外的要因があれば変わる。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・これからじめじめとした、体には良くない気候になってくる。気分的に明るくなるような香りや制汗剤、除湿商品の品ぞろえや、客の購入意欲を高めるような陳列を行うことで、売上の増加を期待している。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・まだまだ何も変わらない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・このまま円安が続けば、円高時代のコストで作られた商品の価格を合わせると、利益が得られないという状況が考えられる。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・晩夏物から初秋物の季節となってくるが、消費税の増税論議の活発化が予想される。先行きの不安が増大するため、積極的な購買は期待しにくい。
高級レストラン（スタッフ）	・暑くなるにつれて、職場近くで飲んで帰るグループ客が増えてくる。
一般レストラン（経営者）	・飲食業界がアベノミクス効果の恩恵を受けるまでには、まだまだ時間がかかる。
一般レストラン（経営者）	・毎年暑さで昼は特に人通りが少なくなる。夜の来客数に期待したいが、先行きはわからない。
一般レストラン（経営者）	・総選挙までは現状維持であり、その後の消費増税決定以降は、心理的なショックを上回る好況感があるかどうかである。
一般レストラン（経理担当）	・円安が続けば海外からの観光客の増加が期待されるが、消費税の増税を考慮するとあまり景気は良くならない。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・テレビでは景気が良くなっているという報道があるが、一部のみであり、来客数は以前と変わらない。
観光型ホテル（経営者）	・今後、団体旅行の宿泊単価や付帯消費が改善すれば本物だが、そこまでにはまだまだ時間がかかる。
観光型旅館（経営者）	・例年よりも予約の動きが少しだけ早い。
観光型旅館（経営者）	・ガソリン価格が下がりがつつあるが、電気やガス料金の値上がりのほか、食料品の一部値上がりによる景気への影響が出てくる。
都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門は、先行予約が前年をやや上回る状況で堅調に推移すると思われるが、宴会部門の法人利用は株価が乱高下する状況が続くようであれば、大きく増加するとは思えない。
旅行代理店（経営者）	・国内旅行は、アベノミクス効果でやや昨年を上回って動きそうである。一方、円安の影響による、海外旅行の価格上昇や買物での割高感がどのように効いてくるのか、予断を許さない。
旅行代理店（従業員）	・参議院選挙までは、現状が大きく変わることはない。
旅行代理店（広報担当）	・下期に向けては、消費税率の引上げを実際のものとする客の消費が、耐久消費財の方に回る。ただし、今年は年末年始の休みが9連休となり、既に予約の申込もある。
観光名所（経理担当）	・リニューアル効果が最大限に得られるように、継続的な情報発信を行っていく。何とか夏場までは好調を維持したい。
観光名所（経理担当）	・今月も天候に恵まれ、連休も好天が続いたことで、昨年を上回る来街者があり、売上は前年比で7.3%増となっている。なかでもガラス体験教室はかなり伸びた。やはり手作りへの関心は強く、もっと受け入れ体制を拡充すべく計画している。アベノミクスの心理的効果かもしれないが、少し購買単価が上がってきたように感じる。

	その他レジャー施設 [ イベントホール ] ( 職員 )	・最近の株価の異常な変動、急激な円安など、アベノミクスの結果が異様な形で表れている。いつ円高になるかも分からない状況下で、今後を予測するのは難しい。
	その他レジャー施設 [ 球場 ] ( 経理担当 )	・6月はプロ野球の交流戦があり、8月には人気球団の試合がある。ほかにも人気グループのコンサートがあり、夏休み期間でもあるため、多数の来場者を見込んでいる。
	美容室 ( 経営者 )	・ボーナスの支給額が増えた人はそれなりに使うかもしれないが、年金生活者の財布のひもは固い。店で景気が良くなった話は聞かれず、今月は周囲で4店舗が閉店となっている。
	その他サービス [ ビデオ・CDレンタル ] ( エリア担当 )	・レンタル売上は前年比で復調の兆しがみられるものの、本格的な回復とはまだまだ言い難い。書籍売上のアップ策として、カフェなどの導入で集客を目指す。
	住宅販売会社 ( 従業員 )	・新政権への期待感を反映した株価の上昇は既に一服感が出ており、实体经济が上向く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 )	・不動産市場では価格調整が予想される。一般的な景気は、今後の長期金利の動向によっては後退もあり得る。
	その他住宅 [ 情報誌 ] ( 編集者 )	・現在以上に上向き感が高まらないと思われるものの、消費税率アップ前の駆け込み契約を促進する動きが、景況感にどこまで影響を与えるのか、今後注視する必要がある。
やや悪くなる	商店街 ( 代表者 )	・今後は勝ち組のいない競争が続くと予想される。
	一般小売店 [ 時計 ] ( 経営者 )	・メーカーや代理店の体制が少しずつ厳しくなってきたり、無償修理の範囲が狭められており、対応の難しさを感じるものが多くなっている。メーカー側の経費削減や、購入者の使い方の問題もあり、間に立つ小売店としては予想外の出費も考えなければならない。この先、この状況が良い方向に変わることは望めそうにない。
	一般小売店 [ 花 ] ( 店長 )	・梅雨の影響が多少出てくる。
	百貨店 ( 売場主任 )	・株価の変動による消費面での資産効果の低下や、前年と同様に、夏物セールのスタート時期の分散化による購買意欲の低下などが懸念される。
	百貨店 ( 企画担当 )	・ボリューム層の客の購買が伸びていないなかで、来月には阿倍野地区での商業施設の先行開業があるなど、競争状況は更に厳しくなる。現在は固定客の売上を支えに前年並みの売上で推移しているが、消費税率引上げ前の駆け込み需要が出てくるまでは、厳しい状況が続く。
	百貨店 ( 販促担当 )	・アベノミクス効果と競合相手の増加が、売上を相殺し合う状況が続く。特に、夏休み期間は新商業施設への来場の増加が予測され、やや悪くなる可能性もある。商圈人口に対し、商業施設が過剰となるなか、消耗戦となることが危惧される。
	スーパー ( 企画担当 )	・株高、円安でデフレ脱却や景気の回復感はあるとしても、スーパー業界の競争は激しく、現状維持すらできない状況は変わらない。
	スーパー ( 企画 )	・7月以降、円安の影響で商品の仕入原価が上昇に転じ、一部では店頭売価の値上げも行われる。消費者は価格によりシビアとなることから、競争が激しくなり、業界内での淘汰が進む。また、電気料金などの生活関連の出費も増加していることから、追い打ちの形となる。現状は株価や円安の恩恵を受けるよりも、圧倒的に負の影響を受ける人の方が多い。
	スーパー ( 管理担当 )	・円安による原材料価格の高騰が、追い打ちとなりそうである。
	衣料品専門店 ( 経営者 )	・電気料金やガス料金などが値上がりしているが、個人の収入は増加していないため、節約ムードがより一層高まる。
	一般レストラン ( スタッフ )	・景気の回復期待を象徴していた株価が急落したほか、円安による輸入品の価格上昇が生活に影響を及ぼし、家計支出が抑えられる懸念がある。
	一般レストラン ( 店員 )	・新たに大手スーパーがオープンするが、フードコートがあるため影響が出てくる。
	スナック ( 経営者 )	・可もなく不可もなくといったところで、このままでは大きな改善は期待できない。
都市型ホテル ( スタッフ )	・例年のビジネス街での宴会利用が伸び悩んでおり、観光目的での宿泊やランチ、ディナーの予約は期待できるものの、大きな収入は見込めない。	
テーマパーク ( 職員 )	・温暖化の影響が、夏としての暑さを感じる期間が長くなっているため、夏の暑さを売りにできない娯楽施設などはやはり厳しくなる。	
競輪場 ( 職員 )	・本場のところは景気が良いとは思えない。今後は、見せかけの景気につられて金利が上昇する。	

		競艇場（職員）	・1人当たりの購買単価は現在と同じ水準で推移していくと考えているが、来客数は減少傾向にあり、全体としては悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・業界内で、大手と中小零細企業の格差が広がりつつあるように感じる。全体の景気が変わるだけで、中小零細企業にその恩恵が及びにくい状況になってきている。
		住宅販売会社（従業員）	・土地価格の上昇と建築費の急激な高騰により、新築マンションの販売価格は上昇傾向にあり、消費者のマインドが冷えてくると予想される。
	悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・アベノミクスとマスコミは報じているが、実際のところ消費者は洋服を買わない。昨年以上に買わなくなっており、新しいトレンドやヒット商品がない。
企業動向関連	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業が立ち上がり、売上、利益共に大幅に増える。
		その他非製造業〔会社〕（営業担当）	・問い合わせ件数、受注量が増加傾向にある。
(近畿)	やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・真夏日、猛暑日がどれくらい続くかによるが、各メーカーが熱中症対策の新商品を出してくるので、やや良くなる。
		食料品製造業（経理担当）	・アベノミクス効果で景気は上昇する雰囲気になっている。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達が増え忙しくなっている。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・消費増税の決定が目前に迫っており、いろいろと産業界では販促に力を入れている様子が見える。大学や専門学校は新しく独自の学科を増やして生徒の確保を図っているほか、医療業界では新薬の開発、ジェネリックの利用拡大など、国が取組を進めている関係で、今後も期待できる産業ととらえている。
		金属製品製造業（経営者）	・適度な円安となり、海外案件の引き合いが出てきているため、成約に期待している。
		金属製品製造業（営業担当）	・建築関連について、初夏から動きが出てくるという取引先がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・お金が市場にあふれてきて、みんなが金持ちになったような気になるため、一時的に経済は良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・円安、株高という環境が長く続けば、景気が良い方向に向かう。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・昨年を上回る出荷の動きは続くが、今後は円安の影響で海外生産品の利益の維持が厳しくなることが課題である。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・今年は早い梅雨入りと、7～9月の猛暑予想により、夏物商品の荷動きの活発化が期待できる。
		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と株価上昇が続き、企業業績も回復してきている。その効果が、個人消費にも出てくることを期待している。
		金融業（営業担当）	・これから少しずつ景気は回復する。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・アベノミクスが有効に機能しつつある。
		広告代理店（営業担当）	・月後半から気温も上がってきており、夏に向けての衣料が動き出してきている。
		広告代理店（営業担当）	・各企業からの広告出稿の問い合わせが、先々でも増えてきている。
		経営コンサルタント	・製造業も小売業も多額の助成金が投入されているお陰で、経営者の事業意欲は高まっているように感じる。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・梅田地区での商業施設の開業効果は思いのほか大きく、同施設にあやかうと、同地区のショッピングセンターや大型店舗も盛り上がりを見せている。良い意味で競合意識が働いているため、今夏も盛り上がり期待できる。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・客の間に、お金を使おうという意識が出てきているように感じる。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・夏物商材が少し動くような気がする。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・夏に向けたビールなどの季節商品の広告展開が、アベノミクス効果で大幅な増加が見込まれる。
変わらない		食料品製造業（従業員）	・電気料金の値上げに続き、為替の影響で多くの原料メーカーから値上げ要請がきており、7月に値上げが集中する。競争も激しいが、量販店の力が強くて製品価格への転嫁が難しいため、厳しい状況が続く。今以上に販売量が増加する要因も見当たらないので、現状が維持できればよい。
		繊維工業（団体職員）	・取引先からの受注は必要最小限であり、受注量の予測も難しい。コストアップなどの状況も、当面は変わらない。
		繊維工業（総務担当）	・為替レートが輸入コスト面でプラスに働くことは考えにくい。

	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・円安の影響でややマイナス要因が先行するようであるが、大幅な悪化はない。	
	化学工業（経営者）	・世間で騒がれているほど引き合いや新たな物件が出てきているわけではなく、当面は大きな変動はない。	
	化学工業（管理担当）	・アベノミクスの効果が不透明なほか、参議院選挙の与党の獲得議員数によって経済状況が変化する。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・一部の高額商品がよく売れているといった報道を耳にする が、末端の部品加工業への発注増は見込めない。従来客の深堀りや、新規開拓を頑張っても現状維持であり、気を抜けない状態が続く。	
	金属製品製造業（管理担当）	・今後も、新規の大型物件の受注予定がない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・当社の商品は設備投資関連が多いが、顧客の投資意欲は活発ではないため、市場が活性化するまでには時間がかかる。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・5月に入ってから、仕事の受注がなくなっている。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注がなく、引き合いも少ない。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・引き合いのウエイトは圧倒的に海外の物件が多く、まだまだ国内での活発な動きはみられない。	
	建設業（経営者）	・円安などに伴う原材料価格の高騰で、コストの上昇が懸念される。	
	建設業（経営者）	・受注は微増のままで変わらない。ただし、公共事業などでこれまで動きのなかった電線類の地中化などが動き出すケースもあり、それらが具体化してくると良くなっていく。ただし、それはもう少し先である。	
	建設業（経営者）	・建設資材の高騰や技能労務者の不足が進んでいるほか、民間関係は相変わらず厳しい価格競争が続いている。	
	輸送業（営業担当）	・工場からの荷物は少し増えたが、輸入原料が値上がりして利益が減っているようである。	
	輸送業（商品管理担当）	・年々インターネット販売が増えており、家具もネットで購入されるため、配達は変わらない。	
	輸送業（営業担当）	・配達件数が増える好材料もないので、今後もこの状況が続く。	
	輸送業（営業所長）	・円安や株高でにぎわう大企業がある一方、中小企業までは浸透しない。	
	通信業（管理担当）	・変化する要素が見当たらない。	
	不動産業（営業担当）	・土地を買いいたいという客は増えてきているが、そこに建物を建てても、賃貸で住みたいという需要が神戸には少ない。神戸から事業所が出ていくことで、従業員の社宅ニーズも減少していく。	
	司法書士	・マスコミなどでは景気回復の動きは感じられるものの、自分の周りではそこまで至っていない。この状態が当分続く。	
	コピーサービス業（店長）	・新規客、リピート客共に増加傾向にあるため、極端な落ち込みはない。今後は目新しさを求める客にうまくアピールできるかがポイントとなる。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・株価が上がって、これから少しは良くなってほしい。	
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・先行きが不透明である。	
	やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・染め加工賃や、絹糸などの原材料の値上げ要請がきている。販売先にその理解や承諾を得ることが、最近の販売のスタートになっており、うまく転嫁できていないため、利益の圧迫は避けられない。
		化学工業（企画担当）	・輸入原料の多い食品分野は、原料コスト上昇分の製品価格への転嫁が必須であるが、ユーザーとの調整がスムーズにいくとは考えにくい。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・賃金の増加が見込めない状態で、物価が上昇しそうである。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・回復に向かっていていると思っていた折込が、5月は極端に落ち込んでいる。
		広告代理店（営業担当）	・少し円高が進み、様子見をしている企業もあるので、しばらくは広告出稿が増えるとは思えない。
		経営コンサルタント	・大手電機メーカーの業績悪化の影響が大きい。
	悪くなる	-	-
	良くなる	-	-
雇用 関連  (近畿)	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・アベノミクス効果の今後が注目されるが、関西の経営者は非常に慎重であり、参議院選挙まではあまり動かない。
		人材派遣会社（経営者）	・求人数が増えるなど、企業が活気付いている。

	人材派遣会社（支店長）	・新工場の設立や大型商業施設の開業で、求人数や求職者数も増えてきているため、少しずつであるが良くなっていく。求人にも様々な職種があるが、接客業や製造業を中心に今後も増える見込みである。
	人材派遣会社（営業担当）	・アベノミクスの影響で当面は好調が持続するであろうが、第3の矢である成長戦略を実行に移さなければ、市場の期待を裏切ることになる。
	人材派遣会社（役員）	・登録者数は堅調に推移しており、事務系の派遣オーダーも前年比、前月比共に順調に伸びている。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・今後夏場に入ってくると、猛暑になる予想もあり、若干は景気が上昇傾向となる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・しっかりとした手ごたえは感じられないが、アベノミクスなどの効果により、各企業とも前向きな動きが感じられる。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人広告の堅調さは既に6か月以上続いており、一時的なものとは思えない。景気は上向いている。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・良くなってほしいという思いも含め、成長戦略が着実に動き始めることで、関西の経済や人材基盤が安定する。
	職業安定所（職員）	・新規求人数が前年と比べて増加している。
	職業安定所（職員）	・新規求人数が前年比で17.5%増加しており、主要産業別にみると、生活関連サービス業、娯楽業以外の産業が前年を上回っている。製造業も3か月ぶりに前年を上回っているが、電気料金の値上げによる悪影響などの懸念材料も残り、今後の雇用への影響を注視する必要がある。
	民間職業紹介機関（大学担当）	・景気回復に伴い、緩やかな雇用の回復が期待できる。
	学校〔大学〕（就職担当）	・金融情勢は少し不透明であるが、期待している。
変わらない	人材派遣会社（支店長）	・参議院選挙まではあまり動きがない。
	アウトソーシング企業（社員）	・求職者に動きがない。
	職業安定所（職員）	・景気の先行き判断指数は改善傾向にあるが、この結果が雇用面に効果があるかどうかはもう少し様子を見る必要がある。
	職業安定所（職員）	・現状は景気の緩やかな回復という表現がぴったりと当てはまる。新規求人の動きは順調であり、世間では景気の浮揚感が漂っている。ただし、事業所からはまだ増産や設備投資にはつながっていないとか、円安によってダメージを受けているとの声も多く、今後更に良くなるかどうかは不透明である。
	民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の事業所は人手不足の状況を訴え続けており、求人数が減少するような動きはない。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（企画担当）	・人にも物にも積極的な投資が行われている状況にはみえない。そのため、回復の兆候が出てきても波に乗り遅れる。
悪くなる	-	-