

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	その他レジャー施設 [ イベントホール ] (職員)	・日本を取り巻く政治情勢なども落ち着いてきており、国民の関心が今後は消費に向かうと予想される。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税に慣れ、買いためしていた商品も消化されるため、動きが出てくる。
		百貨店（売場主任）	・4月は想定以上に回復しており、株価なども安定していることから、今後は前年並みの動きに戻る。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税の影響も6月後半には緩和され、逆に財布のひもを締めていた反動が出るため、クリアランスセールは好調が期待できる。
		百貨店（企画担当）	・平成9年の消費税増税時も、月が過ぎるごとにマイナスの影響は薄まっており、今回も3か月後には悪影響がかなり薄まると予想している。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税後の買い控えは予想以上であるが、富裕層顧客からは、景気が悪いとか、お金が減ってきたという声は聞かれない。海外高級ブランド品の値上げはあるが、今後は高額品の動きも戻ってくる。
		百貨店（営業担当）	・婦人衣料品は駆け込み需要の反動減もあまりみられず、シーズンに対応した商品は動いているので、今後は回復していく。消耗品も使い終われば、1、2か月で動きが戻ってくる。
		百貨店（販促担当）	・今月の後半は、前半に比べると持ち直している。特に、夏物の新商品などに動きがみられるため、気温も上がり季節商品が入れ替わる5月に入ると、更に上向くと予測される。買いためした商材のストックが切れ始めると、物の動きも良くなりそうである。夏のボーナスが昨年よりも増える人が多くなれば、消費税増税による悪影響の緩和も期待できる。
		百貨店（商品担当）	・前回の消費税増税後よりも落ち込みが小さいなど、駆け込み需要の反動は少ない。
		百貨店（服飾品担当）	・買上のサイクルが2～3か月である化粧品は、3月の駆け込み需要からその期間が過ぎれば戻ってくる。また、春商材から夏商材への切替えが必要なタイミングになれば、客足も戻ってくるのが予測される。
		百貨店（売場マネージャー）	・前回の消費税増税時に比べて、4月の減少は大きくない。客は新たな提案があれば消費を増やす様子がみられるため、今後は期待も込めて良くなる判断している。特に、富裕層については確実に良くなると見込んでいる。ファッションについてはセール時期と重なるため、販売機会の増加が期待される。
		百貨店（マネージャー）	・賃金のベースアップや株価の下支えなど、前回の消費税増税時よりも条件が良い。今月もその影響からか、増税の影響は少なく済んでいる。夏には店側の仕掛けにもよるが、消費は回復しそうな気配がある。
		百貨店（外商担当）	・今月は消費税増税前の駆け込み需要の反動により、売上の落ち込みはあったが、予想していたよりも落ち込み幅は小さかった。高級時計や宝飾品は今月は売れていないものの、リビング関連や婦人服、食料品の落ち込みはなかったため、時間がたてば売上也戻ってくる。
		百貨店（売場マネージャー）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要で、高級ブランドや高額寝具、高額調理用品、ギフト対応の婦人洋品や保存食品などに動きがみられた。今月は反動減で苦戦しているが、今後は多少回復傾向が進む。その一方、増税前に駆け込みがあっても、意外に反動が少なく、駆け込み需要のプラス効果が目立つ商品もある。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響については、想定以上に早く回復の兆しがみられる。賃金のベースアップからボーナス時期へとスムーズに移行できれば、良い方向に向かうことが期待される。
スーパー（店長）	・消費税増税の影響も落ち着き始めるところで、今よりは上向くと予想される。ただし、季節品の売行きは気候に影響されるため、楽観視はできない。		
スーパー（店長）	・駆け込み需要が大きかった商品も、少しずつ回復に向かってくる。ただし、今後の商品に求められる値頃感や価値観の変化については、予想が難しい状況であることは間違いがない。		
スーパー（経理担当）	・駆け込み需要の反動減を早期に脱するほか、賃金のベースアップやボーナスの増加、雇用状況の改善などによる消費への好影響も見込まれるため、しばらくは堅調に推移する。		

スーパー（社員）	・新店舗や改装店舗のオープンセール、季節の催事、店頭イベントへの反応が良いなど、客の消費意欲の堅調さは今後も続く。
コンビニ（経営者）	・たばこの売上も元に戻り、ひきたてコーヒーに新サイズが加わるほか、新製品も増えるため、売上の増加につながる。
コンビニ（経営者）	・消費税増税の影響はほとんどないと予想され、更にプレミアム商品やファストフードの売上が好調に推移することで、客単価が上昇する。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・クールビズであっても、スーツやジャケットを着用する人が増えてきているように感じる。
乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税の影響で今は良くない状態であるが、5月からは落ち着いてくるため、2、3か月後の景気はやや良くなる。
乗用車販売店（販売担当）	・現在は受注数が落ち込んでいるものの、徐々に回復する。
乗用車販売店（販売担当）	・3か月ぐらい経過すれば、ある程度は来客数も増加する。来年には更なる消費税増税があるため、駆け込み需要などで少しずつ良くなる。
住関連専門店（店員）	・キャンペーンなど、客にとって特典のあるサービスを実施することで、前年並みにまで回復する見込みである。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・買いためされた商品も少しずつ消化され、購買は回復しつつあるが、17年前の消費税率が5%になった時には、回復に2か月程度かかった。今回は環境が少し違うため、早めの回復を期待している。
一般レストラン（経営者）	・スポーツ関係の大きな試合のほか、店の周年イベントなどもあり、キャンペーンによる集客の増加を目指しやすい。
一般レストラン（スタッフ）	・消費税増税による悪化予想に反し、現状は底堅く推移しているが、その要因は分析できていない。テレビ番組での紹介がイメージアップに寄与したことを考えると、消費者はお金の使い方を吟味していると思われる。
一般レストラン（店員）	・顧客の入れ替わりがあっても、数字が変わらなかったことから、新たな客が定着すると数字は伸びる。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・消費税率の引上げで、3月末に来客数が増加したが、それ以降は変化がない。
観光型ホテル（経営者）	・今年は皇室の方がお見えになるイベントがあるため、節約ムードのなかではあるが、若干良くなる。
都市型ホテル（総務担当）	・4月の月末にかけて徐々に来客数が回復しつつあるため、6月ごろには前年並みに戻ってくる。
旅行代理店（店長）	・昨年はかなり旅行に行く人が増えたが、その流れで今年も出かける人が多く、減少するイメージはない。飛行機もビジネスクラスの間い合わせが多いなど、高額商品を求める客が増えている。
旅行代理店（従業員）	・消費マインドは決して悪くない。
旅行代理店（広報担当）	・夏休みの先行受注は好調である。消費税増税の影響が一服するところであり、ゴールデンウィークは旅行をあきらめて、夏休みに行くという客も多い。
旅行代理店（営業担当）	・4月は一時的に消費税増税の影響が出たが、5月以降は予約状況も持ち直しつつある。
ゴルフ場（支配人）	・消費税増税分の単価アップにもかかわらず、予約状況が前年並みに推移すれば、景気は良い方向に向かう。
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は増える。
変わらない	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当） ・消費税増税後も、このまま同じように推移する。
	一般小売店〔衣服〕（経営者） ・消費税増税で、しばらくは買い控えが続く。
	一般小売店〔衣服〕（経営者） ・消費税増税後に、消費の落ち込みがどこまで進むかが分からない。増税前も当店はそれほどの動きがなかったため、増税後も大きな落ち込みはない。ただし、増税後の生活に慣れてくる数か月後に、どのような状態になっているかは不透明である。
	一般小売店〔野菜〕（店長） ・なかなかデフレ脱却は難しい。
	百貨店（売場主任） ・経済の長期安定化のための政策や、貿易黒字化などの対策が必要である。
	百貨店（売場主任） ・不透明な部分はあるが、消費税増税の影響が続く。店舗の耐震工事による影響もあり、楽観視できない。
	百貨店（売場主任） ・予想以上に消費税増税の影響が感じられないため、逆にいえば、数か月先に今よりも上向くとは考えにくい。一部の商品を除き、客は増税に関係なく、欲しい物を購入する傾向にある。ただし、先買いや不要不急の商品に対する購買が控えられ傾向は更に強まる可能性がある。

百貨店（売場主任）	・各社による夏のボーナス支給動向次第ではあるものの、消費税増税の影響は思ったよりも早く落ち着く心配がある。
百貨店（売場主任）	・価格を気にせずに購入する客は一部の富裕層に限られており、中所得層による来客数の減少傾向は、消費税増税前も増税後も変わらない。
百貨店（商品担当）	・賃上げに先行した消費税増税は、消費マインドにマイナスの影響をもたらしている。生活必需品を除き、ボーナス時期か秋ごろまでは影響が残る可能性もある。
百貨店（サービス担当）	・ゴールデンウィークで来客数の増加が予想されるが、衝動的な消費を目当てに様々なイベントで消費意欲の刺激をねらっても、直接の効果は期待薄である。消費税率引上げの影響はまだまだ続くことが予想される。
スーパー（経営者）	・入学やゴールデンウィークなど、様々な要素で客の出費が重なる。
スーパー（経営者）	・消費税増税によって消費に悪影響が出ている。
スーパー（経営者）	・賃上げの影響が果たして中小企業まで波及するかどうかであるが、現在の状況を見る限り、増税後の景気悪化の報道も少なく、4月以降に食品メーカー各社が仕掛けた新商品やイベントなども好調である。駆け込み需要による家庭内在庫の消費が進めば、今落ち込んでいる商品も売上の回復が進む。
スーパー（店長）	・新しい商品やサービスに対する客の動きは良い状態が続くが、5月が終わるころには増税の厳しさを実感するのではないかと。収入が上向きにならない状態が続くと、冷夏や梅雨の影響で商品の動きが極端に停滞する。
スーパー（企画担当）	・消費税増税後の買い控えの影響は今後も続く。
スーパー（広報担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減で落ち込んでいる状況からは確実に持ち直すか、節約志向が強まり、増税前の水準を下回る可能性もある。
コンビニ（店長）	・来客数などには変化があまりなく、それほど良くなったり悪くなったりする動きは、急に起こりそうにない。
コンビニ（店員）	・景気が良くなる要素は見当たらない。
コンビニ（広告担当）	・今後2～3か月は、公共料金の値上げによる悪影響が出てくる。また、夏にかけての天候の変化にも影響を受ける。
衣料品専門店（販売担当）	・消費税増税から2か月目でクールビズも始まるが、とりあえずは様子見となる。
家電量販店（店員）	・良くなる理由が見当たらない。
乗用車販売店（経営者）	・オバマ大統領の来日や、気候が良くなっていることなどで雰囲気は明るいため、これから夏に向かって物が動き始める。
乗用車販売店（経営者）	・消費税率が変わっても特別な変化はなかったため、これからも大きな影響はないと見込んでいるが、好材料もないため、次は夏の休暇に向けての客の動きに注意したい。
乗用車販売店（営業担当）	・例年4、5月は販売量、来客数が落ち込む月であるが、今年は反動減の影響を受け、夏を過ぎるまで落ち込みが続くと予想される。
住関連専門店（店長）	・想像していたよりも、消費税増税による消費者の購買意欲への影響は小さい。
その他専門店 [宝石]（経営者）	・今月からの消費税増税の影響は2～3か月続く。
その他専門店 [食品]（経営者）	・一般市民の消費が上向きになるには、大企業の経営状態が良くなり、全体の所得が上向きにならないと見込めない。
その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・消費税増税が始まったが、生活必需品の購入を優先する客ばかりではない。生活に必要な物ではない宝飾品の付加価値をいかに高めて、購入を提案できるかにかかっている。
その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）	・賃上げムードはなく、消費税増税の影響ばかりが目につくが、影響自体は小さい。
その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	・消費意欲の一層の悪化はないと考えるが、70代を中心とした顧客層での消費の回復には時間がかかる。
高級レストラン（支配人）	・3か月前よりも来客数が増えたことで、販売量も多くなっているが、前年の水準には届いていない。2～3か月先の動きも読めない。
その他飲食 [コーヒーショップ]（店長）	・現在は売上増で推移しているが、足元の来客数は前年を5%程度下回っており、今後の販促対応を検討中である。景気の回復が実感できる状況ではない。
観光型旅館（経営者）	・夏場を迎え、行楽気分が高まることを期待する。
観光型旅館（経営者）	・消費税率引上げの影響はさほど感じられないが、5月中旬～7月中旬の予約状況を見ると、一般客の予約が全く入っていない。
観光型旅館（団体役員）	・予約の動きが遅く、ぎりぎりまで申込がない。当分はこのような動きが続く。

都市型ホテル（支配人）	・消費増税前の駆け込み需要の反動減で、景気に一服感がある。今後も様子見の状況が続く。
都市型ホテル（スタッフ）	・客は消費増税に関しては仕方がないという反応であるが、仕入価格の上昇による値上げに対しては理解が進まず、収支は悪化する傾向にある。
都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門は、外国人観光客の増加やテーマパークの新アトラクションのオープンにより、引き続き好調を維持する。宴会部門もほぼ前年並みの推移となるが、食堂部門は減収傾向が続くと予想される。
都市型ホテル（客室担当）	・消費増税による消費意欲の減退が心配であるが、明るい話題ではテーマパークの新アトラクションが7月にオープンする。国内外から注目されており、大阪市内は今以上に活気が出る。
旅行代理店（経営者）	・特に、消費増税の影響は感じていない。昨年の関東のテーマパークや伊勢神宮、出雲大社の好調の反動で国内旅行が落ち込む分、賞与の増額もあり、昨年は弱かった海外旅行が伸びると予想している。
タクシー運転手	・今月のような暇な状態が続く。
タクシー運転手	・アベノミクス効果と消費増税の影響が打ち消しあい、現状維持となる。
タクシー運転手	・企業関係の予約は相変わらず順調であり、営業収入も安定している。
通信会社（経営者）	・駆け込み需要の反動減がいつまで続くか、今後の状況が不透明である。
通信会社（企画担当）	・景気回復が期待される一方、市場環境は厳しい状況が続くなど、メリットとデメリットが混在しており、先行きは不透明である。ただし、一時のように悪くなる一方ではないと感じる。
観光名所（経理担当）	・今月はおおむね天候に恵まれ、まだ改装中の店舗が3件あるが、その店舗分を除けば、前年よりも売上は7%ほど伸びている。今年は月末が連休になっていないため、伸び率はもっと高くなるかもしれない。当施設は県外からの来客数が多く、ほとんど観光客なので、消費税率の引上げはあまり影響がないように感じる。やはり今月も、販売店舗よりも体験教室の方が数字は格段に良くなっている。
遊園地（経営者）	・来園者数や売上などは、良くも悪くも大きな変化はなく推移している。
その他レジャー施設 [ 球場 ]（経理担当）	・プロ野球の交流戦が開催されるほか、家族向けのイベントや人気歌手のコンサートもあるので、多くの来場者を予想している。
美容室（経営者）	・当店は消費税率を据え置きしている。年配の客が多く、年金が減るなかで物価が上がれば、自分の身の回りの買物が後回しになると考え、据え置くことにしたが、周囲の便乗値上げの動きに驚いている。
美容室（店員）	・これからパーマやカラーの注文が増加する一方、来店周期が伸びているため、差し引きでは変わらない。
その他サービス [ 保険代理店 ]（経営者）	・国民の所得は増えないので、景気回復は進みにくい。政治の面でも日米関係や、韓国、中国との外交関係に変化はなく、その影響で株価も好転しない。よほどの好材料がない限り、急に良くなることはなく、現状維持となる。
その他サービス [ ビデオ・CDレンタル ] ( エリア担当 )	・新しいタイプの大型店舗の出店に加えて、積極的な移転・改装により、前年並みの売上を目指す。
住宅販売会社（経営者）	・消費増税前の駆け込み需要の反動減が落ち着くまでは、しばらくこのままの状態が続く。
住宅販売会社（経営者）	・住宅購入客の集客は少し落ちたが、販売量や契約量に影響が出るほどではない。
住宅販売会社（総務担当）	・特に好転する要素もなく、しばらくはこの状況が続く。また10%への消費税率引上げ前に、一部で駆け込み需要が出てくることが予想される。
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）	・不動産市場はしばらく現状維持が続く。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・5月も売上の減少が続く。
一般小売店 [ 時計 ] ( 経営者 )	・今のところ、消費増税の話題は出てこない。ただし、2~3か月先は消費増税が浸透し、家計にどの程度の影響を及ぼすかが実感されるため、そのころには気を引き締めなければならない。
一般小売店 [ 衣服 ] ( 経営者 )	・5月後半にどこまで持ち直すが非常に不安である。ここで動かなければ、夏のセールに期待するしかない。

一般小売店〔花〕（経営者）	・消費増税の影響で、税込均一価格での契約の場合は、実質的に売上減となっているほか、客単価も低下傾向にある。小売業には景気回復の兆しがみられない。
一般小売店〔花〕（店長）	・消費増税に伴う買い控えはまだ続く。
百貨店（店長）	・消費増税による売上減は想定範囲にとどまっているものの、今後の物価上昇によっては消費環境の悪化も予想される。
スーパー（店長）	・この地域は消費増税後、景気が戻ることはない。増税前と同じく、悪いままで推移する。
スーパー（開発担当）	・消費増税後の消費の落ち込みはひどく、前年の売上から3割減少しており、今後も当分はこの傾向が続く。
スーパー（管理担当）	・現在の動きがしばらく続くことが容易に想像できる。同業他社に比べて対応も後手を踏んでいる感が否めない。
衣料品専門店（経営者）	・生活に関連するコストが上昇している。当社も運送会社が大幅な値上げをしたため、客に負担を求める部分が大きくなった。また、メーカーからも商品の輸送コストの一部負担を求められるなど、経費が増えてきている。
家電量販店（経営者）	・夏物商品やエアコン、冷蔵庫の需要が消費増税前にシフトしたため、若干販売量が減少する。
家電量販店（店長）	・4月に比べれば、ましな状態になる。
乗用車販売店（経営者）	・消費税率が上がる前に、車検や修理、新車販売が好調となったため、仕事が減ってきている。
乗用車販売店（経営者）	・消費増税の影響もあるが、3年前の東日本大震災による販売減で、初回の車検を迎える自動車が激減している。消費者が増税に慣れてくる8月ぐらいまで景気は落ち込む。
高級レストラン（スタッフ）	・人の動きが少し落ち着く季節となる。
一般レストラン（経理担当）	・消費税率の引上げによる影響は6月末ごろまでは続くため、3か月先の業況は現在とあまり変わらない。
観光型ホテル（経営者）	・5月は引き続き好調の見込みであるが、6、7月は少し落ちてくるのではないかと予想している。
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門は消費増税の影響が少なからずあり、客の予算内で提供するため、結果として商品単価が落ちている。宿泊部門は、インターネット料金などの調整で単価は維持できているが、レストランのランチ利用が落ち込んでいる。
通信会社（社員）	・消費増税による冷え込みがいつまで続くか、少し不安である。
テーマパーク（職員）	・家計では、生活に必要なでない娯楽に回される予算の優先順位が低いためか、入場者数が前年を下回っている。明らかに消費増税の影響であると感じており、この波が去るまではしばらく時間が必要である。
観光名所（経理担当）	・昨年3月のリニューアルによる集客効果も落ち着き、4月以降は来客数が前年比で減少傾向にある。これから集客が増える季節となるが、前年の水準を維持することは難しく、できるだけ減少率が大きくならないように、販促活動を進めていく。
競輪場（職員）	・昨年は景気が上昇傾向となったが、今年は消費増税の影響が大きく響きそうである。
競艇場（職員）	・消費増税の影響や、年金支給額の減少などが取りざたされるなか、余暇に使えるお金が少なくなる。
住宅販売会社（経営者）	・先月に比べて問い合わせ数はわずかに改善したが、景気上昇の実感はない。
住宅販売会社（従業員）	・土地価格や建築費の高騰を要因に、マンションの販売価格が上昇してきている。これまでは何とか高い契約率を維持してきたが、この春以降の売出し案件では、更なる販売価格の高騰により、売行きが悪い物件が多くなる。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・マンションの販売価格の高騰は今後更に進むことから、販売状況は厳しくなっていくことが予測される。
悪くなる	
一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・東京オリンピック特需により、関西では停滞感が強まるなど、影響が徐々に出てくる。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・豚流行性下痢が発生し、流通量の減少と価格の高騰がみられる。そのほかにも鳥インフルエンザの発生や、牛肉の相場の高騰など、4月に始まったことではないが、明るい材料がない。
一般小売店〔花〕（店員）	・ますます消費者は無駄な物を買わないようになるため、売上の悪化が予想される。
家電量販店（企画担当）	・来年に検討されている更なる消費増税や、3月までの消費の前倒しなど、先行き不安がぬぐえない。
乗用車販売店（経営者）	・消費増税前の駆け込み需要の反動が全く消えない。

		その他住宅 [ 展示場 ] ( 従業員 )	・消費増税月である4月は、住宅展示場の来場客が極端に少なくなっている。昨年末で新築需要は一段落し、住宅取得に慎重な客が多いように見受けられる。
企業 動向 関連  (近畿)	良くなる やや良くなる	繊維工業 ( 団体職員 )	・消費増税の影響が落ち着き、景気も増税前の水準に回復することを期待している。
		家具及び木材木製品製造業 ( 営業担当 )	・受注量に変化はなく、多い状態が続いている。
		化学工業 ( 経営者 )	・ものづくり助成金や設備投資促進税制などを最大限に利用し、競争力の強化と生産性向上のための大規模な設備投資を予定しており、これらの効果が夏から秋にかけて出てくる。
		化学工業 ( 管理担当 )	・賃金のベースアップのほか、夏季賞与の支給が6～7月に行われるため、消費が拡大する。
		プラスチック製品製造業 ( 経営者 )	・消費増税の反動は思ったほど出でず、無駄な物は買わないが、必要な物は買い求めるというスタイルが続いている。その結果、現状維持からプラスの間で推移することが予想される。
		金属製品製造業 ( 営業担当 )	・取引先からは、先の案件はたくさんあるため、7月ごろから注文を増やすと聞かされている。
		輸送用機械器具製造業 ( 経理担当 )	・国内企業からの引き合いを、確実に受注につなげていくことが最大の課題である。
		建設業 ( 経営者 )	・案件の問い合わせなどがたくさん入っているので、今後はやや良くなる。
		建設業 ( 営業担当 )	・建築費の上昇が販売価格に転嫁されてきており、今後は利益の回復が期待できる。ただし、受注後の物価上昇が予想を大きく上回るケースがあり、顧客とトラブルになるケースもある。
		輸送業 ( 営業担当 )	・4月の落ち込みは予想よりも少なく、月末には回復している。来月には荷物量が増える予定である。
		通信業 ( 管理担当 )	・ゴールデンウィークで旅行などの出費が増える。
		金融業 ( 営業担当 )	・一時的な駆け込み受注の増加によって在庫が減少し、供給の正常化が図られる見込みである。
		金融業 [ 投資運用業 ] ( 代表 )	・現政権は株価をにらみながら政権運営をしている。今年に入ってから2千円の株安は、今後改善される。
		広告代理店 ( 営業担当 )	・企業全体が広告に関して積極的になってきている。
広告代理店 ( 営業担当 )	・今月の反動で、少しは広告出稿も戻ってきそうである。		
変わらない		食料品製造業 ( 従業員 )	・食品の場合は賞味期限のある物とない物があり、賞味期限のない物は消費増税前はかなり動いたため、増税後の荷動きは悪いと聞いている。賞味期限のある物は、先行きも安定した荷動きとなる。
		食料品製造業 ( 営業担当 )	・しばらくは買い控えが続く。飲料水の自動販売機でも売価が上がっており、客離れが生じる。
		繊維工業 ( 総務担当 )	・輸出企業とは異なり、国内生産の空洞化により輸入に大半を依存する中小企業にとって、円安による仕入コストの増加分を転嫁したいが、買手側は全く考慮してくれない状態が現在も続いている。今後も回復には期待できない。
		繊維工業 ( 総務担当 )	・値上げが進んでいる原材料費、加工賃が、うまく販売価格に転嫁できれば悪くなることはない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業 ( 経営者 )	・消費量が大きく変化している取引先が少ないので、今後も変わらない。
		化学工業 ( 企画担当 )	・海外輸入原料の高騰分を、販売価格に転嫁できない状況が続いている。
		金属製品製造業 ( 管理担当 )	・大型物件が秋ごろには始まる予定であるが、詳細が未決定のため、先の見通しが立たない。
		電気機械器具製造業 ( 経営者 )	・消費増税の影響が出ている。また、世界情勢は複雑な部分があり、米国経済の動向に左右される。
		電気機械器具製造業 ( 企画担当 )	・消費増税前の駆け込み需要の反動減が2～3か月は続くと思われるほか、新製品の生産の遅れによる影響が出る。
		電気機械器具製造業 ( 宣伝担当 )	・状況の改善はまだ期待できない。
		電気機械器具製造業 ( 営業担当 )	・販売は今一つであるが、修理の方はまだましである。
		その他製造業 [ 事務用品 ] ( 営業担当 )	・消費増税の影響もなく、受注量に変化がないため、今後も変わらない。
		その他製造業 [ 履物 ] ( 団体職員 )	・靴業界では高額商品の駆け込み需要の反動で、既に3月には落ち込みがみられたため、4月以降は売上の落ち込みがあまりない。

	建設業（経営者）	・東京オリンピック関連工事や、東日本大震災の復旧本格化による技術員や技能労働者不足、建設資材の高騰で、地方はますます厳しくなる。また、消費税増税後の設備投資意欲の動向が不透明である。	
	建設業（経営者）	・オープンハウスなどの集客は好調であるが、消費税増税の影響は少なからず出てくると予想される。	
	不動産業（営業担当）	・神戸からテナントが出て行く動きは今後も変わらないため、神戸の事務所や住宅の賃料は下がり続ける。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要で折込が増えた分、4月はやや少なめであるが、心配していたほどではない。	
	司法書士	・3月が特に忙しいわけでも、4月が極端に暇なわけでもなく、消費税増税の影響はあまり感じられなかった。ただし、良くなる要因も見当たらないので変わらない。	
	経営コンサルタント	・株価の動きをみても分かるように、世界経済は不安定であるほか、消費税増税の影響も続くため、好転する見通しは立っていない。	
	経営コンサルタント	・クライアントのスーパー売上は、消費税増税の影響から回復するが、卸売価格が上昇している製品が多いため、客の買上額は伸びない。	
	コピーサービス業（店長）	・消費税増税の影響はさほどないように感じるが、今後の不透明感はぬぐえない。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今後も状況が変わることはない。	
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・消費税増税後の新価格にも慣れ、違和感がなくなってくるころであるが、買い回り品ほど増税の影響が顕著に出るため、店舗間で価格競争が進むことになる。収入が増える見込みがない状態での増税であるため、影響は当分続くことが予想される。	
やや悪くなる	食料品製造業（経理担当）	・消費税増税時に値上げした物が多くみられるため、一段落した後に落ち込む。	
	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・4～6月は広告や販促物が動き始める時期であるが、現状は各企業とも夏商戦の準備段階といったところである。住宅関連では内覧会や見学会などの催事が実施され、販促物の計画もあるが、6月以降の受注となる。医療業界においては夏と秋に学会が予定されており、これも6月以降の受注となる。	
	金属製品製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の調整が、夏過ぎまでは続く。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・一般的に景気は良くなっていると聞くと、当社を取り巻く環境の好転は期待できない。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	・業界による好不調の差が拡大する。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・例年の動きであるが、年度末の後は引き合いが減少し、受注量も大幅に減少する。	
	輸送業（営業担当）	・売上が落ちており、2～3か月は良くなる見込みがない。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・サッカーワールドカップなどのイベントがあり、家電業界では景気の良くなる感覚はあるが、消費税増税の影響で総じてコストにシビアになっていくと予想される。復興特別法人税の廃止分を社員に還元する企業もあるようだが、個人に還元しても貯蓄に回るだけで、やはり企業が設備投資や経費に使わなければ景気は良くならない。	
	悪くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・大胆な金融緩和がこれから悪い方に影響するのではないかと。政府の外交政策も良くない結果につながる事が懸念される。
その他非製造業〔電気業〕（営業担当）		・消費税増税の影響もあり、今後の見通しが立たない。	
雇用関連（近畿）	良くなる	人材派遣会社（支店長）	・大手企業の新卒採用では予定よりも内定を多く出すなど、良い人材の確保に努めている。現在は長期の案件が増えているほか、3か月や半年といった中期的な案件も増えてきている。また、消費税増税の影響で生産が低迷している企業もあるが、一時的な動きであると考えている。
		アウトソーシング企業（営業担当）	・各社のIT投資が増えている。
やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・4月は消費税増税による消費の落ち込みがみられるものの、2、3か月後には、景気の落ち込みも解消される。	
	人材派遣会社（支店長）	・消費税増税後も特に大きな変化はなく、求人数が伸びている。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減は一時的な動きにとどまる。今後はしっかりと回復の予兆がみられ、2、3か月先の新聞広告の出稿申込みも例年以上となっている。	
	民間職業紹介機関（大学担当）	・期待を込めて、良くなることを願っている。	

変わらない	人材派遣会社（経営者）	・新年度に入ったというのに、まだ7月以降の動きがみえてこない。
	人材派遣会社（役員）	・先行きが読みにくい状況になっており、現時点では変わらないと判断している。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞の求人広告数は、若干の振れ幅で増減する状態が続いている。今後良くなるかどうかの見通しは立てにくく、基本的には変わらない。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・阿倍野地区の大型プロジェクトが求人を引っ張っているが、1年を迎えた梅田地区のプロジェクトは落ち着いてきている。売場を中心とした商業施設や飲食店には集客の限界を感じるため、エンターテインメント関連のほか、中高齢者の向学心を満たすための情報産業などの充実も必要である。
	職業安定所（職員）	・求人数は引き続き順調であるが、景気の見通しが悪化していることから、消費税増税後の求人や雇用面の動きを注視したい。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で増加しているものの、伸び方が鈍化している。
	職業安定所（職員）	・4月に入っても新規求人数は大きな動きもなく、ほぼ前年並みである。窓口での聴取によると、消費税増税の影響は少ないといった声や、影響があっても業績は前年の90～95%で推移するとの声が多い。
	職業安定所（職員）	・消費税増税前は景気回復傾向にあったが、増税後は消費を控える動きにより、景気は伸び悩む。
	職業安定所（職員）	・新規求人数が、前年、前月と比べて減少している一方、有効求人数は前年比で減少しているのに対し、前月比では1.5%増加している。
	民間職業紹介機関（職員）	・労働者を確保できないので受注を控えているという建設業者の声は多い。悪くはならないが、良くなるとまではいえない。
学校〔大学〕（就職担当）	・コンテナ船の動きをみていると、中小型船が多く、大型船の動きが鈍いため、景気回復には至っていないように感じる。	
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新聞広告の出稿状況を見ると、現状では5月のゴールデンウィーク以降の動きが非常に鈍く感じられる。
悪くなる	-	-