

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)	良くなる やや良くなる	商店街（代表者）	・外国人客の購買が期待でき、しばらく好調が続くそうである。		
		百貨店（企画担当）	・季節商品の需要のピークが2か月後に到来し、夏物商材の需要に期待できる。店頭でも買い回りが増えると考えられる。3月は春物商材のピークと思われがちであるが、気温の低下や天候の乱れなどもあり、夏物商材ほどは動きが活発ではない。		
		スーパー（店長）	・緩やかではあるが、来客数に回復傾向が感じられる。		
		スーパー（店員）	・暖かくなると野菜の値段が下がってきて、客も増える。		
		スーパー（広報担当）	・販売促進や、価格政策、話題づくりなどを仕掛けた商品には、良い反応がみられるなど、やや消費に意識が向かいつつあると感じる。		
		コンビニ（経営者）	・季節的な動きも含めて、周辺のマンション居住者による、平日の夜や土日の利用が増えることを期待している。		
		コンビニ（経営者）	・コーヒー類の売上が増える傾向はまだ続く予想され、それに伴ってデザートやサンドイッチ類のプレミアム系商品の売上も伸びるため、客単価アップが期待できる。		
		コンビニ（店員）	・花見やゴールデンウィークなどの、レジャーに伴う需要に期待できる。		
		一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィークやボーナス支給、ウェディング需要、イベントなど、景気の上向き要素が増えるため、期待できそうである。		
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・消費税率が上がるので、それまでに購入しておこうという人が増える。		
		観光型ホテル（経営者）	・今後は豪華客船の来航予定もあり、良い影響があることを期待している。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・需要過多により値上げを実施したが、客足は止まらず、好調となっている。会議や宴会の単価上昇はなかなか見込めないものの、予約率は前年を上回る傾向である。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の好調はまだまだ継続する。ただし、4月から各種宿泊料金を大幅にアップしたため、客の動向が気になるところである。		
		タクシー運転手	・外国人観光客の増加に伴い、ハイヤー予約などの観光需要がやや増加している。		
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルのマッサージのため服を脱ぐので、寒い時期には来客数が減少するが、暖かくなると増加する。		
		住宅販売会社（総務担当）	・マイナス金利政策の効果や消費税増税前の駆け込み需要で、住宅販売は少し増加する。		
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税の判断は5月末ごろといわれているので、まだ4～5月は駆け込み需要による来場増が見込めそうである。		
		変わらない		商店街（代表者）	・ゴールデンウィークまでは、近隣で競合店がオープンした影響を受ける。
				一般小売店〔時計〕（経営者）	・人口が増えるどころか減少する一方で、いろいろな理由で姿をみなくなった客も多い。そういう状況のなかで、物を買って楽しむという雰囲気はない。現状を打破できる材料もなく、今よりも景気が良くなるとは考えにくい。
				一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・まだまだ景気回復といえるまでには、我慢が続くと感じている。
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・今のところは受注の見込みもなく、好材料が見当たらない。				
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今年の夏はどのようになるのか、予測がつかない。最近の消費者の動きをみると、数か月で気分が変わり、気軽に買物をするようになるとは思えない。				
一般小売店〔野菜〕（店長）	・日本だけではなく、世界的に厳しい流れになっているため、当面景気は良くならない。				
一般小売店〔花〕（店長）	・4月までは高水準の販売が続くものの、母の日以降、5月中盤からは販売増加が見込めないため、景況は変わらない。				
一般小売店〔花〕（店員）	・3月の繁忙期も例年どおりの販売量であった。客の節約志向は変わらないが、売上が大幅に下がることもないので、しばらく状況は変わらないように感じる。				
百貨店（売場主任）	・マイナス金利政策や株安による影響が、どの程度出てくるかが不透明である。一方、外国人向けのプロモーションには更に経費を投下し、販売への効果をねらう。				
百貨店（営業担当）	・強みであった菓子や総菜の動きがあまり期待できない。				
百貨店（サービス担当）	・今年はゴールデンウィークの日並びが良く、休暇を連続して取得できるため、来店促進イベントの強化による集客で、前年実績の確保を目指す。				

百貨店（商品担当）	・マイナス金利政策による景気浮揚への期待は空振りである。消費税増税の先送りや、ベアの前年比半減、夏の選挙の行方なども、消費に対してプラスには作用しないため、厳しい状況は続きそうである。
百貨店（販促担当）	・消費が不振であり、特に衣料品が良くないが、その要因ははっきりしない。結果的に対応策が定まらないため、苦戦が予測される。夏物は冬物よりも単価が低く、不振による影響は小さいものの、回復への起爆剤が見出せないため苦しい展開である。食品は来客数からすれば堅調であり、今後は更なる来店への動機付けが重要となる。
百貨店（売場マネージャー）	・メーカーの生産調整も見受けられ、先行きは不透明である。伊勢志摩サミットでの自粛ムードが景気に悪影響を及ぼす可能性もある。
百貨店（外商担当）	・政情不安や円高、株安への不安により、消費マインドが低下しているため、特に富裕層を中心とした高額品の受注は減っていく。
百貨店（営業企画）	・春闘による賃上げには昨年ほど期待できず、個人消費が回復する見込みが乏しい。さらに、外的環境の悪化による景気の腰折れリスクもある。消費税増税の見送りが決定し、景況感が改善することを期待している。
百貨店（マネージャー）	・3月の衣料品の落ち込みは、気温の上昇とともに回復する。マイナス金利政策や株安などの不安要素はあるが、富裕層の消費意欲は安定的に推移しているため、今以上に悪化することはない。ただし、インバウンド消費は横ばいの傾向が続く様子である。
スーパー（経営者）	・今年は大型連休となるため、家族全員での食事機会の増加などが期待できる一方、これまで相場を支えてきた農産品では、野菜、果物共に、昨年に比べて大幅に値下がりすることが予想されている。また、パートタイマーが非常に集まりにくく、求人単価が大きくアップしている一方、正社員給与の伸びは昨年を下回るため、財布の引き締め傾向は今後も強まると予想される。
スーパー（店長）	・消費者の景況感が上昇するためには、順調な季節の変化と、地元のプロ野球チームの好調しかない。一方、当モールは改装が落ち着き、来客数は前年並みか、若干の増加を見込んでいる。春闘の結果については、近隣ではあまり関係がなさそうである。
スーパー（店長）	・為替、株価の動きや、国内外の情勢にも良い材料が見当たらない。悪化する懸念こそあれ、改善するという判断は下しかねる。
スーパー（店長）	・昨年と比較してもプラス要因がないため、現状の動きが続く。
スーパー（企画担当）	・来客数の推移が横ばいであるため、この先もほぼ同じ推移となる。
スーパー（経理担当）	・消費税増税の延期が取りざたされているが、もともと駆け込み需要は少ないという見方もあり、増税の有無にかかわらず大きな影響はなさそうである。賃上げも昨年に比べて低水準であるため、増税の延期がプラス要因にもなりにくい。
スーパー（管理担当）	・消費税増税の先延ばしが濃厚な状況で、ベアの規模もここ数年ほどは大きくないなど、物価上昇に合わせた所得の増加は一向に見込めない。
スーパー（企画）	・マイナス金利の影響で、一部の業種については景況が改善するものの、消費は低調であり、海外も国内も社会環境は不安定である。先行きに対する不透明さから、全体としてはプラスの要素が少ない。
スーパー（開発担当）	・春闘での大手企業の回答はあまり良くないため、中小企業の賃上げも期待できない。
スーパー（社員）	・昨年末の賞与や今春の賃金アップが、多くの企業で堅調に進んでいるほか、パート賃金も増加している。また、ガソリン安などによって家計に余裕ができてきている。これらが当面は続くこと期待できることから、比較的好調な売上が続く。
コンビニ（店員）	・4月からのたばこの値上げに伴い、客の購買意欲が低下すると予想される。
衣料品専門店（販売担当）	・客の間に、買い控えや単価を抑える動きが増えている。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・スーツやジャケットといった必要な物への購入意欲は強く、販売量も増加している。
家電量販店（経営者）	・消費を喚起する要因が見当たらない。所得増につながる政策や消費を喚起する政策などの、景気対策に期待している。
乗用車販売店（経営者）	・車検の申込や、新車の販売台数が例年どおりで、全般的にアップする材料が見当たらない。

乗用車販売店（販売担当）	・車両販売は受注残もあり、安定した販売が見込めるが、サービス売上は車検対象が少ないため、厳しくなる。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・来年に消費税率を上げるかどうかによって、これからの景気も変わる。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・通常と変わった様子はなく、季節商品や日常的に使用する商品はいつもどおりに動いているが、一定価格を超える商品の動きは芳しくない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・販売量については、変化がみられないと予想される。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・来年の消費税増税の論議などで、先行きが不透明であり、消費には前向きになれない状況が続く。
その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新しいカタログへの反応は薄くなるが、夏物を購入する客が増加する。
高級レストラン（スタッフ）	・4～5月は忙しく、その後はいったん客足が落ち着く。
高級レストラン（企画）	・全体的な販売単価はアップするものの、インバウンドの前年比での増加傾向は鈍化する見通しである。
一般レストラン（経営者）	・近隣でスーパーが開店するため、昼の営業では来客数も伸びそうだが、ほかには良い要素が見当たらず、何ともいえない。全体的に、消費者の財布のひもは固くなっている。
一般レストラン（経理担当）	・国内経済は不安定であり、明るい材料が見当たらない。
一般レストラン（店員）	・1か月前に近隣でドラッグストアがオープニングセールをやっていた影響が、一時は来客数の増加がみられたが、今は少しずつ落ち着いてきている。
観光型ホテル（経営者）	・ここしばらくは特に不安材料も見当たらないので、今後も好調が続くと予想される。外部環境が良いため、若干の単価アップも実施したい。
観光型旅館（経営者）	・ガソリン価格が下がっているにもかかわらず、車での利用者数が伸びていないように感じる。
観光型旅館（経営者）	・先の予約の動きも鈍い。
観光型旅館（団体役員）	・耐震工事が始まり、組合加盟施設でも7施設が対象となっているため、受入可能人員が著しく減少する。また、周辺の仕入業者の売上も減少が懸念される。
都市型ホテル（客室担当）	・先の予約状況には少し陰りがみえており、ゴールデンウィークの集客も昨年に比べて弱いように感じる。
都市型ホテル（管理担当）	・海外からの宿泊者に関しては、動きが活発であるが、国内客の動きには今一つ元気がない。
旅行代理店（店長）	・変わる要素が見当たらない。
旅行代理店（営業担当）	・円高、株安の影響が気になるが、今のところは変わらない。
旅行代理店（広報担当）	・テロや災害がこれ以上発生しないとしても、一度冷え込んだ客のマインドは、なかなか向上しない。夏休みまでは、現在の状況が続くと考える。
タクシー運転手	・タクシーは、最低限の利用という傾向ができてきているが、お酒を飲むと運転できないほか、高齢者によるタクシーの利用増もあるため、好調が続く。
タクシー運転手	・新年度を迎え、4月は忙しくなるが、5月に入れば落ち着く。景気が上向く材料がないので、先行きはまだまだ不安である。
通信会社（企画担当）	・ソーシャルゲームの台頭で、アミューズメント施設の集客力が弱まっている。
テーマパーク（職員）	・ニュースでも頻繁に消費税増税が取り上げられるようになり、現実はどうなるのかという視点で考える必要が出てきた。選挙が控えているなかで増税の実施は決断しにくいいため、恐らく増税はない。その結果、現状は特に景気対策がないため、何となく今のような不安定な状態が続くと予想される。
観光名所（経理担当）	・今月は土日や休日、3連休も天候に何とか恵まれた。寒の戻りはあったが、全体的に天気が良かったため、売上、来客数共に、前年比で113%となった。琵琶湖の周辺には桜の景勝地が多いため、これから暖くなれば来街者数は増える。一方、飲食や体験教室の売上は伸びているが、物販はなかなか伸びていない。顧客ニーズを的確に捉えた品ぞろえがますます要求されていることから、景気が良いとは、とても思えない。

	観光名所（企画担当）	・売上などは前年を上回っており、良い状況が続いているが、これにはインバウンドの影響が大きい。インバウンドがどう動くのかによって、来場者の増減に影響が出るため、国内客はもちろん、インバウンド対策も強化して来場者を維持していきたい。
	遊園地（経営者）	・営業上の施策に対して、客からの声をはじめとする反応はあるものの、来客数は伸び悩んでいるため、現状維持が妥当と判断される。
	ゴルフ場（支配人）	・政治の動向が不安である。
	競艇場（職員）	・全国発売されるグレードレースの売上も、ほぼ横ばいで推移している。
	その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球のシーズンが始まるほか、5月には家族向けのイベントや、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。
	美容室（経営者）	・どの店もそれほど変化がみられない。1人で経営していた店が閉まったり、大きな宝石店が規模を縮小したり、居酒屋がオープンしたりと、このところは動きが出ているが、人の動きはいつもどおりで変化が感じられない。
	美容室（店員）	・短めのヘアスタイルが多くなり、手入れをこまめにしないといけないため、今の良い状況が続く。
	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・年度替わりとなり、また新たに児童が入会するのではないかと期待がある。
	その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・新規アイテムの導入による売上アップや収益の改善を目指す。
	住宅販売会社（経営者）	・春の移動時期に販売が伸び悩んでいるということは、今後も期待できない。
	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）	・全般的に景気の動向は良くない。
やや悪くなる	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・原料の相場が上がり、販売価格を上げざるを得ないが、商品の動きが更に悪くなる可能性がある。
	百貨店（売場主任）	・インバウンド関連の売上も、既に通常の動きとなり、大きく売上全体を押し上げるほどのインパクトはない。むしろ国内客による売上が徐々に減少していることが、将来に向けての大きな不安材料だと感じている。
	百貨店（売場主任）	・国内の消費が極端に上向くことは考えにくい。一部を除いて所得が増えないなか、物の購入は抑え気味になるほか、店舗もオーバーストア状態にある。インターネットなどの無店舗販売の勢いもあり、百貨店の取引先だけでなく、店頭売上も苦戦し、在庫による圧迫などで収益が下がっている。様々な観点から、良くなる要素が見当たらない。
	百貨店（企画担当）	・昨年度の上半期はインバウンド売上の急増に支えられ、大幅な売上増となった。今月の状況を見る限り、これから数か月のインバウンド売上はその反動で減収となる見通しであり、厳しい商況になると予想している。
	百貨店（営業担当）	・これまで動きの良かった富裕層の動きに不透明感が出てきている。インバウンドの動きも、免税売上の前年割れが続く。
	百貨店（営業担当）	・海外の高級ブランド品の価格も高止まりしている。1～2年前にみられた値上げ前の駆け込み需要もなく、ほかの百貨店との競争も更に激しくなるなど、景気が後退に向かっている。
	百貨店（服飾品担当）	・客の間には、買う理由がない物を買わない様子がみられる。商品の背景やエピソードなど、新しい発見や感動がない商品では、いかに売場の品ぞろえが豊富でも、厳しい状況となっている。インバウンド効果で好調な化粧品や、一部のラグジュアリー関連を除けば、景気への不安で客の財布のひもは固くなっており、買う理由を提供する仕掛けの完成度によって、今後の売上が変化する。
	百貨店（マネージャー）	・中国経済の減速や原油安など、比較的大きな外的要因による企業業績への影響が大きくなっている。そのなかで、今春の賃上げは各企業が前年よりも金額を抑え気味である。そのため、消費者心理としては、生活防衛意識や節約意識が更に強くなると思われる。ただし、自分の外側を飾るようなモノ消費は減退しても、自分の内側を飾るようなコト消費は根強いと予想される。

		百貨店（マネージャー）	・春闘の交渉結果では、ベアを継続実施した企業も多かったが、増加幅が前年から半減した企業が多く、政府主導の賃上げも腰折れムードとなってきた。多くの企業からは経済の先行きを懸念するコメントが聞かれるなど、消費マインドの改善につながる要素が乏しいため、更に生活防衛意識が高まっていくと考える。
		スーパー（経営者） スーパー（店長）	・人口の減少もあって、個人消費は減る一方である。 ・マイナス金利政策で、住宅ローンの返済負担は軽減されつつあるが、日々の生活への影響は極めて小さく、相変わらず可処分所得が減り続けるイメージはぬぐえない。高額商品が売れるよりも、日用品、食品への節約志向が終わらない限り、景気回復にはつながらない。
		コンビニ（店長）	・たばこの値上げによる買い控えで、販売量が減少するのではないかと心配している。
		コンビニ（店員）	・4月からは様々な値上げが実施されるため、消費者の節約意識が高まる。
		家電量販店（企画担当）	・消費税増税の実施による駆け込み需要を予想していたが、延期が検討されようとしているため、消費の足踏みが予測される。
		乗用車販売店（経営者） 住関連専門店（店長）	・マイナス金利政策には予想されたほどの効果がなく、直近の企業業績も悪化している。 ・客の様子をみると、マイナス金利の影響などをうかがっているようで、住宅購入やリフォームの計画が先延ばしになっている。住宅関連の商材を扱っているため、消費者のそういった計画が遅れると、受注の回復は更に遅くなる。
		一般レストラン（企画）	・春闘も戻すばかりであるが、可処分所得が増えないことには、外食の需要増は望めない。特に、関西の景況感は関東に比べて悪いと思われる。低単価業態に比べて高単価業態が苦戦していることも、その理由の一つである。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・景気が上向き好材料が全く見当たらない。
		都市型ホテル（支配人）	・マイナス金利政策の影響は大きく、景気は上昇気流に乗らないと思われる。世間全般にみて、景気が上向いている状況とはいえない。
		旅行代理店（経営者）	・ベルギーでのテロ事件で、今後は欧州全体への不安感が高まる。少しずつ戻りかけていた、フランス以外の旅行に対する影響は必至である。
		通信会社（社員）	・テレビ需要の先がみえないほか、携帯電話の積極的な買換え需要の低下も、ケーブルテレビの加入予測の難しさにつながっている。
		競輪場（職員）	・消費が増える要素が見当たらず、探し出すこともできない。
		住宅販売会社（経営者） 住宅販売会社（従業員）	・次年度の公共事業などでは、予算がかなり削減される見通しであり、住宅関連にも影響が出る。 ・これまで市況をけん引してきた、都心部のタワーマンションの売行きが、販売価格の高騰によって鈍ってきている。
	悪くなる	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員） 一般小売店〔雑貨〕（店長） 一般小売店〔酒〕（社員）	・マイナス金利政策で不安感が倍増している。また、消費税増税に警戒して、あまりお金を使わなくなっている。 ・4月からのたばこの値上げにより、売上の更なる減少が予想される。 ・消費税増税による駆け込み需要や、TPPの開始による輸入品の値下がりなど、全く先のみえない予想しか業界には流れていない。大阪の消費者の頭はそれほど悪くないため、静観する状況が予想される。結果として、特に小売は伸びにくくなる。
		スーパー（店長）	・当市の周辺にディスカウントストアが増え、ファミリー層や大家族のまとめ買いが増えることで、市内の消費が落ちる。
		衣料品専門店（経営者） 衣料品専門店（経営者）	・売上が悪く、2～3か月後は更に悪くなる。 ・実質的な所得が増加しない限り、財布のひもが一層固くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・現在の不調は、東日本大震災から5年目になることが原因という同業者もいるが、この景気の悪さは説明しようがない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・売上が少ないなか、新たな商品の仕入れも限られるため、売上増につながらないという悪循環が考えられる。
企業動向	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規の商品サンプルの評価が良いので、受注量を増やし、売上及び利益の増加を目指していく。

関連 (近畿)		その他非製造業 [ 民間放送 ] ( 従業員 )	・リオオリンピックに向けて、各オフィシャルスポンサーの広告活動も活性化し、個人消費の増加に向けたカンフル剤になる。
	やや良くなる	食料品製造業 ( 営業担当 ) 繊維工業 ( 総務担当 ) 出版・印刷・同関連産業 ( 営業担当 ) プラスチック製品製造業 ( 経営者 ) 電気機械器具製造業 ( 経営者 ) 電気機械器具製造業 ( 宣伝担当 ) 通信業 ( 管理担当 ) 広告代理店 ( 営業担当 ) その他非製造業 [ 商社 ] ( 営業担当 )	・これから気温の上昇によって飲料水は伸びてくると思う。特に、今年のゴールデンウィークは休みが長いので需要が増える。 ・販売チャネルの見直しや、高付加価値商品の開発により、利益率の向上を図っていく。 ・例年に比べ、4月の受注見込みが少し多く感じられる。 ・建築関連の得意先からの引き合いが増えている。緩やかな増加ではあるが、期待が持てる。 ・当社の輸出比率は30%台を維持している。国内景気は高コストの体質がまだ強い為、景気は極めて悪い。大手企業の好業績は、海外展開の拡大やリストラの上に成り立っているもので、国内事業に限れば悪いはずである。当社も輸出がわずかながら助けになっており、今は最大の努力を輸出の拡大に向けているため、業況は緩やかに良くなっていく。 ・8月のリオオリンピックに向けて、AV関連商品の荷動きの伸びが期待できる。 ・参議院選挙に向けて、やや好調になると予想している。 ・4～5月に気温が上がれば、春夏物がもっと動くようになる。 ・省エネ関連の補助金もあるため、案件は増える見込みである。
	変わらない	食料品製造業 ( 従業員 ) 繊維工業 ( 団体職員 ) 繊維工業 ( 総務担当 ) 家具及び木材木製品製造業 ( 営業担当 ) パルプ・紙・紙加工品製造業 ( 経営者 ) 化学工業 ( 経営者 ) 化学工業 ( 管理担当 ) 窯業・土石製品製造業 ( 経営者 ) 金属製品製造業 ( 経営者 ) 金属製品製造業 ( 営業担当 ) 一般機械器具製造業 ( 経営者 ) 電気機械器具製造業 ( 営業担当 ) 電気機械器具製造業 ( 営業担当 ) その他製造業 [ 履物 ] ( 団体職員 ) 建設業 ( 経営者 ) 建設業 ( 経営者 ) 建設業 ( 経営者 ) 輸送業 ( 商品管理担当 ) 輸送業 ( 営業所長 )	・春に向けて外出する機会も増えるため、販売数量の増加を期待するが、国内での販売増は期待薄である。海外向けも日本食ブームで商談は進んでいるが、実際に動くまでには、まだ時間がかかりそうである。 ・大きな変化もなく、現状のままで推移する。 ・消費者の動向に販売状況が左右されているため、春闘や株価の動向に注目している。顧客は中間層が大半であり、賃金や景気の影響がはっきりと数字に表れている。中間業者の在庫保有力が低下するなか、製造元の販売力が重要になっているため、催事などに直接出向いて販売することで、売上を確保している。 ・受注量に変化はない。 ・顧客からは、なかなか個人消費が良くならないとの声がよく聞かれる。 ・1～2月の急激な景気悪化に比べると、随分と持ち直したが、問い合わせや新規案件の話はそれほど多くない。まだしばらくは、景気は弱含みのままと予想される。 ・円高で輸出が伸びず、株価も2万円を下回っているため、景気の上昇は期待できない。 ・原材料の費用に占める電気代とガス代の割合が大きく、それが計画を下回っていれば会社の収益は増えるが、需要に変化はないので、状況はあまり変わらない。 ・業種によって動きがまちまちで、同じ業界でも品種による差が大きい。 ・特にこれといった良い話はなく、秋口まではあきらめるといったムードが漂っている。 ・長期にわたる案件は安定しているが、短期のスポット的な案件が大変悪い状態である。今後もこの状態が続くと予想される。 ・受注は減少しているが、年度末からの繰り越しがあるので、売上は横ばいである。 ・景気が良くなる話がない。 ・大企業の景気は回復基調のように思えるが、中小企業はその恩恵をあまり感じる事ができない。 ・今後も東京一極集中が続く。技能労務者不足も慢性化しており、労務費の高騰だけの問題ではなくなりつつある。 ・消費税増税の駆け込み需要に少しは期待していたが、見込み客の購買意欲が低下する。 ・現状から大きく変わる気配は感じられない。 ・引越しシーズンであるため、4～5月はしばらく忙しい。 ・新規案件も少しずつ増えてきているが、運転手不足もあって協力会社のトラックも減少しており、トラックの確保が厳しい。

	金融業（営業担当）	・サラリーマンの多くが、住宅ローン金利の見直しについて銀行に問い合わせているが、新築物件は売れていない。新聞の広告にも住宅関連が多くみられるが、どんどん売れているわけではないのが現状である。	
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・アベノミクスで驚くような矢を放ってもらわない限り、現状からの大きな景気底上げは期待薄と感じる。	
	不動産業（営業担当）	・収益物件は売れていて、土地の値段は上がっているが、実際のテナントの賃料相場は下がり、空室率は上がっている。そういった状況から、将来的には景気は横ばいか、やや悪化する。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込件数が伸びているのは良い傾向であるが、購読者が減少気味のため、あまり良くなっているとは思えない。	
	広告代理店（営業担当）	・Web媒体、紙媒体共に、広告の受注が前年を下回る状態が続いている。	
	司法書士	・年度末にも事件数が伸びなかったため、このままの状態が続く。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・多少は4月から忙しくなってもらわなければ厳しい。	
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・中国経済の先行き不透明感は否めないが、個人消費にまで影響が及んでいるとはいええないため、関西ではインバウンド効果がまだまだ続く予想される。	
やや悪くなる	一般機械器具製造業（設計担当）	・企業の設備投資によって、一見すると景気の改善が見込めそうであるが、物価上昇に賃金の増加が追いつかず、個人消費が抑制されそうである。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・世界的に景気が不透明なため、メーカーの経営者は在庫に関して非常に慎重である。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	・伊勢志摩サミットの開催が予定されており、業界では自粛ムードが感じられる。	
	輸送業（営業担当）	・工場関係の荷物が減る一方、単価の安い通販の荷物は増えているため、利益が減っている。	
	広告代理店（営業担当）	・年度始めは、広告出稿の手控えがみられそうである。	
	経営コンサルタント	・発表されている統計や消費動向をみても、下降傾向にある。また、今年度予算も一般の消費者が明るい気持ちになれる要素は比較的少なく、消費税増税もあるため、上向くとは考えられない。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・これから先も円高の影響が続くのであれば、受注量が減少する。	
悪くなる	金属製品製造業（管理担当）	・大手電機メーカーからの太陽光関連の受注は、残念ながら増加のめどが立たない。	
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・日本銀行によるマイナス金利政策の効果が逆方向となるなど、今後の景気対策の方向性が見通せない。	
雇用関連 (近畿)	良くなる	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・4～5月を乗り切れば上昇に向かう。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・期待も込めて、特に百貨店、流通企業といった地元企業に元気が出てきてほしい。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・派遣社員は、良いときには蛇口を大きく開き、悪いときには閉めるという、水道の蛇口のように使われている。今月に関しては、来年度に向けてまだまだ慎重な動きが続いている。正社員を増やす動きがトーンダウンし、派遣社員を増やしているように感じる。
		人材派遣会社（営業担当）	・7月の参議院選挙に向けて、積極的な景気対策が出てくることを期待したい。
		アウトソーシング企業（管理担当）	・通常の仕事はあるが、新たな仕事が入る気配はないため、今後も現在の状況が続くそうである。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞求人には縮小均衡の動きが続いており、2～3か月程度では変わらない。ただし、景気は資源安や中東情勢の混乱、それに伴う欧州の社会不安など、外部要因に大きく左右されており、どちらに動くかは判断が難しい。
		職業安定所（職員）	・このところ、求人に大きな動きはみられない。卸売業や製造業等の事業所への聴取では、今後の展望について現状維持とする声が多い。
		職業安定所（職員）	・新規求人では、人手不足の医療や介護関連、インバウンド効果が出ている宿泊、飲食サービス業を中心に、求人増の動きが続く。一方、大手家電メーカーのリストラが本格化し、周辺企業への影響が懸念される。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・好転する大きな要素が見当たらない。

やや悪くなる	人材派遣会社（役員）	・ 昨年の時点では実質賃金が伸びると予想されていたが、ここへきて予想を下回る状況になっているため、景気はやや悪くなる。
	民間職業紹介機関（職員）	・ 日雇を含む建設労働者の不足や、首都圏へのシフトで、当地での求人数は伸びそうにない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・ 新入社員が入社することにより、いったん受注は減少する。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・ 求人動向は変わらないが、企業の人材採用に対するお金のかけ方が、少し厳しくなってきたと感じる。近い将来、この業界もやや下向くのではないかと考えている。
	学校 [ 大学 ]（就職担当）	・ これから景気が悪くなれば、2016年3月卒の採用を増やした企業が、今後は採用数を絞ってくると思われる。
悪くなる	-	-