

8. 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)		コンビニ（経営者）	・近くに大型ショッピングセンターができる。
		コンビニ（店員）	・来客数、客単価共に良い状態が続いているので、しばらくは、この状況から悪化することはない。
		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で服を脱ぐため、寒い時期は来客数が減り、暖かくなってくると増える傾向にある。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・3月末～4月にかけては受注の予定もあり、販促イベントも予定しているため、良くなる可能性が高い。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・4月は気候が良くなり、人の動きも3月と同様に活発となることで、贈答品の売上は伸びると期待している。
		百貨店（売場主任）	・新たな元号の下、消費税増税までは国内消費は堅調に推移すると予想している。
		百貨店（営業担当）	・改元のほか、消費税率の引上げも迫っているため、美術品や海外高級ブランド品に対する引き合いが増えてくる。
		百貨店（販促担当）	・ラグビーワールドカップが始まるほか、東京オリンピックの1年前ということで、スポーツイベントの華やかな雰囲気により気分が高揚し、消費も良い方向に向かうことが期待される。また、秋の消費税増税を強く意識する時期になり、夏物商材を今年のうちに買っておく動きが期待できる。その際、今買えばお買得といった、消費意欲を喚起する商材の提案が鍵になる。
		百貨店（外商担当）	・5月1日の改元や6月下旬の大阪でのG20など、通常にはないイベントが行われることで、消費者の心理が高揚し、購買意欲の上昇につながると予想される。
		百貨店（マネージャー）	・改元に伴い、消費意欲が高まる。
		コンビニ（経営者）	・コーヒーマシンが新調され、コーヒークラスの売上が更に増加しそうである。それに伴い、パンや菓子類の売上増も見込まれ、客単価の更なる上昇が期待できる。
		コンビニ（経営者）	・プラスワン商材のお総菜のコーナーが好評であり、更に品ぞろえも増えつつある。男女問わず、購入がみられるため、今後も伸びていく。
		コンビニ（店員）	・例年どおり、気温が上昇すると来客数は多くなる。
		衣料品専門店（店長）	・気候に左右される業態であり、今月は朝晩の気温の低い日が続いていたが、来月からは気候も持ち直す。また、消費税増税前の駆け込み需要が出てくるとも期待される。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・オーダースーツやジャケット、シャツなどの、複数点のまとめ買いが多い。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が更に加速し、販売量がより一層増えると期待している。
		家電量販店（企画担当）	・2009年度に実施された家電エコポイント制度から10年が経過し、買換えが予測される。また、今年10月から太陽光発電の固定価格買取制度が順次終了するため、蓄電池の購入や、自動車での蓄電の動きが、電気自動車の普及とともに加速していくと予想される。
		住関連専門店（店長）	・今の好調が、消費税の引上げ前の駆け込み需要が原因とすれば、夏頃までは好調が期待できる。ただし、利益の回復につながるかどうかは、慎重に見極める必要があり、楽観視はできない。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・今年は比較的温暖な気候のため、量販店の動きも良くなっている。
	観光型旅館（団体役員）	・5月の連休での予約が、ほぼ満室に近づいている。天候に左右される要素はあるが、期待は大きい。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門は価格の見直しを行ったが、例年どおりの予約であり、増益が見込まれる。食堂部門も、平日は満席になったり空席が目立ったりと不安定な面もあるが、Web経由での先行予約も入ってきており、前年比ではプラスと予想している。一方、客室部門は梅田地区の単価や稼働率が軒並み下がっており、当ホテル周辺も同じ状況となっている。価格だけの問題ではなさそうであるが、海外の予約サイトも含めて販売方法を見直すことで、増収が見込まれる。	

都市型ホテル（スタッフ）	・この1～2年で、大阪市内では新規ホテルの開業によって約1万室増えている。現状では、従来の予約ルートなどに大きな影響は出しておらず、宿泊団体や宴会の先行予約も順調である。ただし、新規ホテルの認知が上がってくると、影響は避けられない。
都市型ホテル（客室担当）	・このまま訪日外国人の増加は続くほか、ゴールデンウィークの10連休やG20サミットの開催もあるため、期待できる。
都市型ホテル（総務担当）	・宿泊部門の3か月先の予約状況については、客室単価は前年を下回っているが、売上ベースでは前年を上回っている。また、宴会の予約についても、前年を上回っている。
旅行代理店（店長）	・改元を1つのきっかけに、ゴールデンウィークの10連休もあるため、消費者の気持ちが前向きになっている。
旅行代理店（役員）	・大型連休や3連休が多く、家族旅行や三世代の旅行需要が増えつつある。今後この動きは加速すると予想される。
タクシー運転手	・年度替わりでの利用に加え、観光シーズンにも入ることで、利用率が上がる。
通信会社（社員）	・4Kテレビへの買換え需要が増えているほか、高齢者のスマートフォンの買換えも増加している。また、自宅のブロードバンドを光回線にするケースも増えている。
通信会社（企画担当）	・新年度で取引先の予算が増えるため、販売機会も増える。
遊園地（経営者）	・ゴールデンウィークの10連休は、不透明な部分はあるものの、消費全体としてはプラスの効果が大きい。
競輪場（職員）	・G1レースの開催があり、客単価は上昇傾向となる。ただし、様々な物価が値上がりするため、大幅には上がらない。
競艇場（職員）	・引き続き電話投票が好調で、全国発売のSG、G1競走の売上が伸びている。この電話投票の好調は、しばらくは続くと考えている。
商店街（代表者）	・10年以上もデフレが続いており、今後も変わりそうにない。
一般小売店〔時計〕（経営者）	・来月から食品を始めとして、生活に密着する商品の値上げが決まっている。それに比べて年金はもちろん、給料が上がったという話はほとんどないため、生活に余裕が出ることは望めない。特に、アルバイトやパートの厳しい状況を聞いていると、景気は決して良くならない。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今年は4月末からの10連休などの大型イベントに期待しており、事前の販促計画にも大きな経費を掛けている。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・景気に関しては、この先も良くなる要因が何もない。短期的な材料はあっても、根本から変化するような要素は何もないため、自社で客に働きかけ、動きを作っていくしかないと考えている。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・元号は新しくなるが、新しくなったからといって景気が上向くとは思えず、消費者からも特に関心のある様子はみられない。一方、大阪の今後を心配する声は多く聞かれるが、数か月後に景気に変化するとは感じられない。
一般小売店〔自転車〕（店長）	・新生活関連で、通勤や通学用の自転車の相談に訪れる客が少ない。
一般小売店〔呉服〕（店員）	・近隣に同業他社の店舗がオープンする。その店では低価格品の販売やレンタルを行うようで、当店とは取扱商品が違うものの、同じ呉服店ということで客が流れそうである。
百貨店（売場主任）	・インバウンドの売上を拡大させる、効果的な施策が見当たらない。
百貨店（売場主任）	・販売量は増えているため、今後期待しているものの、どうなるかは非常に微妙な状況となっている。
百貨店（企画担当）	・外交問題や災害による悪化がなければ、現在のような、国内客の売上のマイナスを外国人売上でカバーする傾向が続くと予想している。
百貨店（営業担当）	・政府統計をみても景況が改善しているとは言い難く、足元の消費者の動きも活発化していない。10連休によって一時的に消費は改善するものの、長くは続かない。
百貨店（営業担当）	・消費税増税の開始までは、現状のままで推移する。以前の消費税増税時と比べて、客からの問合せもないため、混乱なく導入されそうである。駆け込み需要の影響で、増税後は一時的な買い控えもあるが、業績への大きな影響はない。
百貨店（サービス担当）	・来月からはショップの入替えや見直しを行う予定である。売上などの状況は大きく変わらないが、海外の観光客の動向次第では変化が出てくる。

百貨店（販売推進担当）	・消費増税の駆け込み需要もあるため、当面、国内需要は順調に推移するものの、インバウンドの動向次第で大きく変わるため、予断を許さない状況である。
百貨店（商品担当）	・天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位に伴う連休を控え、消費はレジャーやサービスに流れる見込みである。小売業界は、来店客の獲得のための対策に知恵を絞っている一方、統一地方選挙による減速は避けられないため、やや厳しい見通しである。
百貨店（宣伝担当）	・春夏物商材の最需要期と、ゴールデンウィーク商戦に向けた施策を多数仕掛けているが、大型連休で国内外の旅行に行く人が増えるほか、G20サミットに伴う交通規制の影響もあり、楽観視はできない。
百貨店（特選品担当）	・1月にインバウンドの来客数、売上が減少したのを除き、今月の傾向が続いているため、しばらくは今の状態が継続しそうである。
スーパー（経営者）	・改元やゴールデンウィークの10連休は、仕掛け次第で消費がかなり盛り上がる。ただし、英国のEU離脱問題や、米中貿易摩擦の改善など、海外情勢の好転がなければ、間違いなく消費マインドは悪化する。今月からの乳飲料や乳製品、塩、基礎調味料などの相次ぐ値上げも、財布のひもを固くすると予想され、母の日以降の消費について非常に懸念している。
スーパー（店長）	・チラシによる販促エリアを拡大したところ、客に反応があったため、今後の戦略を見直していく。やや悪いという予測から、変わらないという状況までは改善しそうである。
スーパー（店長）	・改元やゴールデンウィーク、消費増税前の駆け込み需要が予想されるが、景気の後退局面入りの不安に加え、4月の賃金のベースアップも低水準となりそうである。可処分所得が上がらない状況で、大きなプラス要因となるかは判断が難しい。
スーパー（店長）	・大阪の選挙の結果によって、動きがあるかもしれないが、そのほかに変化の材料が見当たらない。
スーパー（店員）	・まだ野菜価格は安い状態が続くほか、大型連休に入っても、連休と関係がない高齢者は毎日買物に来るため、余り変わらない。
スーパー（企画担当）	・外部環境の変化がなく、5%程度の前年割れが続くと予想される。
スーパー（企画担当）	・競合対策として、チラシの強化やエブリデー・ロー・プライスを導入し、集客の増加を図る。売上は一定の増加が見込まれるが、利益は減少が予想されるため、販売点数を増やすことで粗利の確保を狙う。
スーパー（開発担当）	・景気の良くなる要素がない。
コンビニ（店長）	・消費税率が上がるまでは、特に売上等に変化はない。
コンビニ（店員）	・景気の上昇につながる材料が見当たらない。
家電量販店（店員）	・決算時期と同様の特典があるため、今後も変わらず推移する。
乗用車販売店（経営者）	・車検や一般整備の入庫台数は増加しているが、車両の販売は低迷している。
乗用車販売店（販売担当）	・お祝いムードも一旦落ち着いている。
乗用車販売店（営業担当）	・消費税の増税も控えているため、様子見が続く。
乗用車販売店（販売担当）	・消費増税の影響が懸念されるが、し好品としての車種を扱っているため、よく考えて購入を検討する客が多いと感じる。
住関連専門店（店員）	・特に良くなる要素がない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・ドラッグストア業界は同業他社による出店が多いほか、異業種との商品の競合もあり、依然として厳しい競争が続いている。既存店の改装などで地域密着の品ぞろえを増やし、売上を維持していく。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・米国と中国の貿易摩擦の行方次第で、客の消費意欲や株価が変動するため、注意が必要である。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・大型連休に向けて消費を控える動きが、集客や販売に影響を及ぼしそうである。

その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費税率の据置きがあったとしても、消費が一時的に回復するだけである。株価が大幅に上昇するなど、景況感が大きく変わらない限り、景気に変化はない。
高級レストラン（スタッフ）	・ゴールデンウィーク中も忙しくなりそうである。
一般レストラン（店員）	・春休みに入って家族連れが増え、売上が伸びている。ゴールデンウィークに入るため、この動きが続きそうである。
一般レストラン（経理担当）	・良くなる材料が見当たらない。良くなるとしても、一部の地域や一部の業種のみである。
一般レストラン（企画）	・天候や気温のほか、季節要因によって変動しているが、既存店の来客数は前年の水準を継続的に上回っている。安定しているが、更なるプラス材料は見当たらない。また、客の価格に対する目は、更に厳しくなってきている。
観光型ホテル（経営者）	・4～5月の予約では、大型連休の期間は順調に入っているが、それを除くとまだまだこれからの動き次第である。ただし、最近は間際の動きが良かったため、期待はできる。
観光型旅館（経営者）	・10連休などの見通しが立たない。
都市型ホテル（管理担当）	・ゴールデンウィークの10連休には期待しているが、順調に予約が伸びているのは、前半部分と後半部分に偏り、その間の4月30日～5月2日は伸び悩んでいる。また、改元の時期であり、イベントなどでの盛り上がりにも期待しているが、その後の反動も気になるところである。
旅行代理店（支店長）	・夏休みもお盆の日並びが良く、連休になる会社が多いと予想されるが、ゴールデンウィークと同様に、客の動きにつながるまでには時間が掛かる。
タクシー運転手	・大阪万博関連の企業による、ハイヤー予約などを期待していたが、ほぼ横ばいの状況である。
タクシー運転手	・今の状態が続く。
タクシー運転手	・これから暖かい季節となり、野外での行事も増える。乗車回数も多少は増えると予想されるが、全体では横ばいの状態が続く。
通信会社（経営者）	・東京オリンピックや大阪万博関連の動きもあり、京都の建設業は活況となっているが、人手不足と世界景気の先行きが不安材料である。
観光名所（企画担当）	・現状はインパウンド頼みの部分がある。このまま維持していくと同時に、来場者のベースとなる国内客へのPRも強化していく。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・コンサートなどのイベント開催は順調であるが、人手不足の問題や消費税率の引上げなどが、今後どのように影響するかは不透明である。景気には多少なりともマイナスに作用しそうである。
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球のシーズンとなるほか、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ため、若年層を中心に多数の来場者が予想される。
その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・受講する教科数や、入会者の増加がなかなか見込めない。
住宅販売会社（従業員）	・ここ数年、新築マンション価格は上昇傾向にあったが、販売状況が芳しくない。デベロッパーは販売価格を慎重に決定するようになっているため、現状の売行きが大きく変わる要素は見当たらない。
住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響もあり、少し落ち込むものの、全体としては現状のままとなる。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・3月は消費税増税の駆け込み需要を期待したが、増税後も支援策が充実しているという、政府のアナウンスが効き過ぎて、駆け込み需要はほとんどみられなかった。今後もその傾向は変わらない。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・不動産価格の上昇が続いていることから、実需層の購入意欲は高まる気配がない。
一般小売店〔花〕（経営者）	・ゴールデンウィークの影響で得意先も休みにになり、売上が減少する。一般客の注文も減少するため、経費などを考えて、当社も連休にすることにしている。

百貨店（売場主任）	・インバウンド需要は、中国の電子商取引法の施行で不透明になっている。また、世界経済が不安定であり、今まで売上を支えてきた需要には期待できない可能性がある。国内客は、中間層の消費が引き続き芳しい状態ではなく、景気が上向く要素に欠ける。また、アパレルの更なる落ち込みも予測される。
百貨店（企画担当）	・世界経済の不安定感や株価の乱高下など、消費に対するマイナス要因が継続している。
百貨店（マネージャー）	・気温の低い日が続き、春物衣類の動きが悪い。株価も一時2万1千円を割り込むなど不安定な動きをみせ、高額品の動きもやや悪い。
百貨店（売場マネージャー）	・4月はゴールデンウィーク前の商戦に期待できるが、ゴールデンウィーク後の5月中旬以降は、消費税増税や景気減速などでデフレマインドが強まる可能性が高い。先行きの不透明感も強いいため、積極的な消費は期待できない。
百貨店（営業企画）	・インバウンドは復調しているが、景気は転換期を迎えつつあるほか、消費税の引上げも控えているなど、個人消費を取り巻く環境は厳しい。
百貨店（マネージャー）	・中国経済の減速や米中貿易摩擦など、海外情勢に不安がある。また、消費者の間で消費税増税を意識した購買の動きがより鮮明となり、守りの消費が目立ってきている。その結果、消費の分野や場面についての二極化が進み、コストパフォーマンスを重視した消費が増えたと予想される。
スーパー（経営者）	・車で約1時間ぐらいの場所に大型ディスカウントストアが出店して以降、週末の来店が減ったり、買い置きできる商品の売上が落ち込んだりしている。やはり客は安売りに流れる傾向がある。
スーパー（店長）	・当店の隣に食品スーパーが4月末に出店予定であり、更に苦戦することが予想される。
スーパー（店長）	・英国のEU離脱問題や米中間の貿易摩擦、主要国の景気減速などで、先行きの不透明感が強い。さらに、冷夏の予報により、季節商材の動きは鈍くなりそうである。
スーパー（管理担当）	・10連休などが控えているが、消費動向も読めず、爆発的に消費が活発になるとは思えない。
スーパー（社員）	・消費税増税が控えていることで、既に客が支出を抑える傾向がみられる。さらに、今春は食品メーカーによる値上げが例年以上に多く発表されているため、しばらく消費は抑制気味に推移しそうである。
衣料品専門店（経営者）	・4月は3月よりも悪くなる。4月は10連休にお金を使うため、洋服には回らないほか、主婦は自分の物は辛抱しようとする傾向にある。
家電量販店（人事担当）	・新元号の施行による改元セールに期待しているが、ゴールデンウィークの10連休などは、行楽に消費が集中する可能性が高い。
乗用車販売店（経営者）	・政府が発表する数字ほど、実体経済は良くない。
乗用車販売店（経営者）	・年度末でもこの仕事量であるため、4～5月は見込みがない。ゴールデンウィークも混雑するだけで、仕事にはならない気がする。
その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・結局、デフレスパイラルから抜け出すことは難しいのかもしれない。一度安い物を買ってしまうと、その値段に下がるまでは買い控えるほか、クーポン券がなければ、ついで買いもなくなる。春の新商品の動きも悪いいため、余り期待できない。
その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・地域的に高齢者が多いため、4月の出費を抑え、ゴールデンウィークの10連休での出費に備えている。
高級レストラン（企画）	・ゴールデンウィークの予約状況は前年を上回っているが、連休明けはインバウンドの個人客を中心に、前年よりも不調となっている。
一般レストラン（経営者）	・今年のゴールデンウィークは10日間であるため、オフィス街での売上は激減が予想される。また、G20サミットの開催でも、交通規制による来客の減少が予想される。
一般レストラン（経営者）	・10連休などの大型の休みがあるため、外食に対しては、消費者の財布のひもは固くなりそうである。

	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・値上げが徐々に進んでおり、10連休も用事がなければ、それほど魅力的ではない。国内での消費増を期待するならば、3連休の方が効果は出そうである。	
	観光型ホテル（経営者）	・世界経済の情勢からみても、日本経済が今後良くなる兆候はほとんど見当たらない。	
	都市型ホテル（管理担当）	・関西国際空港の開鎖以来、来客数の動きは大きく盛り返すことのない状態が続いている。	
	旅行代理店（営業担当）	・夏休み次第ではあるが、日用品や食料品を中心とした値上げもあり、今の好調な勢いを維持することは厳しいと感じている。	
	テーマパーク（職員）	・消費税増税が実施されるのであれば、消費は縮小し、景気は後退する。過去の歴史から、経済政策の失敗は必ず社会の混乱を招く。	
	美容室（店員）	・大型連休により、客が分散する可能性が高い。	
	住宅販売会社（経営者）	・建築、土木などのインフラ整備で、少し景気は良くなってきたと感じていたが、なかなか一般家庭の所得は上がらないのが現状で、今後は厳しくなると考えられる。	
	住宅販売会社（経営者）	・ホテル関連の需要に支えられてきた土地の取引も、ホテルが飽和状態となり、既に地価の下落が始まったといってもよい。公示地価の公表により、各地で値上がりしていると錯覚しがちだが、あくまでも前年の数値であることを忘れてはならない。	
	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）	・金融機関の融資姿勢は一段と厳しくなり、消費動向も下降気味になると予想される。	
	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・春からは、当社の担当エリアに同業他社が参入してくる。実際に始まらないと分からないが、売上減はやむを得ない。	
	×	一般小売店〔野菜〕（店長）	・大手はともかく、中小の個人店舗はますます厳しい状況に追い込まれている。景気が回復してきたといわれた時も大して上向いていなかったが、世界的に景気後退するような雰囲気も出てきている。
	×	一般小売店〔花〕（店員）	・先の予約件数が例年に比べて減少しており、客単価も落ちている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・統一地方選挙や参議院選挙の影響が出る。また、消費税増税への対応が進み始める。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・従来の仕事に加え、新たな取引先が増えるため、今後は利益が増えていく。
		通信業（管理担当）	・新年度に元号が変わり、その先にはゴールデンウィークもあるため、景気は一気に上向くと考えられる。
		食料品製造業（従業員）	・一部の店舗では他社製品を安売りし、利益、売上共に減少したため、再び当社の製品に戻りつつある。大型連休もあり、微増ではあるものの、売上は伸びていくと予想される。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・新元号関連の印刷物や、消費税増税に合わせた印刷物が増加し、若干は受注量が増えそうである。
		化学工業（経営者）	・新規案件の話が幾つも入ってきているため、少しは景気が上向く。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・新元号の施行により、関連する需要が活発になる。
		輸送業（商品管理担当）	・毎年4～5月は、繁忙期で出荷量が増える。
		輸送業（営業担当）	・引っ越しの時期が先送りとなっているため、売上は増えそうである。
		金融業（営業担当）	・量的な拡大傾向が少しずつ進んでおり、単価も上昇傾向にある。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・1～2月が悪過ぎたため、折込件数や折込収入は例年の水準に戻りつつある。
		経営コンサルタント	・まだまだ建設関連は伸びそうである。ただし、資材の高騰、人手不足は既に顕著となっている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・来月には新元号が発表される。天皇陛下の崩御とは異なり、祝賀ブームによる影響が少なからず期待できる。
		繊維工業（総務担当）	・メーカーが消費者向けの催事に参加し、販売するケースが増えている。中間の間屋による販売が減少しているため、社員1人当たりの日々の販売金額が伸びない。
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・仕事内容に変化はない。	

パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先からは、特に変化するような情報はない。
化学工業（企画担当）	・連休で消費は一時的に回復するものの、その後は消費低迷期に突入する。
化学工業（管理担当）	・客からの発注見込み量が低迷したままである。一方、化学品の原材料価格の上昇は、一息ついた感がある。
プラスチック製品製造業（経営者）	・催事を除いた月次での動きには変化もみられるが、四半期での実績は変わらない。目新しい案件はあるが、立ち上がるまでにはもう少し時間が掛かる。
窯業・土石製品製造業（経営者）	・ガラス瓶の製造では、景気の良い話は出てこない。求人難が大きな問題となっている。
金属製品製造業（経営者）	・天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位に伴う、大型連休はあるが、受注量に大きな変化はない。
一般機械器具製造業（設計担当）	・収入の増加が見込めない。
電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が少ないまま、横ばいで推移する。
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・個人消費の低迷が依然として続いている。中小零細企業にとっては、景気の回復を実感できない状態が続いている。
その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・受注量は例年と変わらないため、今の状態が続く。
建設業（経営者）	・受注は今のままで大きく変わらずに推移すると予想される。一方、再生可能エネルギーの固定買取制度の一部終了や、土壌汚染対策法の改正といった制度の変更もあるため、その影響がどうなるかは不透明である。
建設業（経営者）	・現状でも監理技術者や技能労務者が不足するなか、今後の働き方改革により、工期の厳しい作業所では工事の遅延も予想される。官庁関係の工事はもちろんであるが、民間工事も、働き方改革を反映した工期の設定や、適正な経費を盛り込んだ発注が望まれる。
輸送業（営業担当）	・人手不足を解消するための値上げや荷物量の削減が、この2年間で定着してきた。今の価格では営業活動ができないが、現状を維持しながら人材確保を進めていく。
金融業〔投資運用業〕（代表）	・野党の認識不足が恨めしい。有権者はもっと経済と政治の結び付きを認識すべき。野党議員に大きな顔をさせている間は、本当の意味で日本の好景気を実感することはないと、最近思うようになっていく。
金融業（副支店長）	・今後の見通しについてヒアリングしても、受注が増加しそうな話がなかなかない。
広告代理店（企画担当）	・ゴールデンウィーク後は需要が減り、落ち込むことが予想される。
広告代理店（営業担当）	・売上の前年比が、ここ数か月は100%前後で推移している。
司法書士	・改元により、一時的な動きは一部で出てくるものの、今の状態が当分続く。
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・かなり動きが落ち着いている。
その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・19年度も照明器具に関する補助金があるようで、業況はその内容次第となる。
食料品製造業（経理担当）	・給料の改善の動きは少なく、食品などの値上げで生活は厳しくなる。
食料品製造業（営業担当）	・4月以降、大型容器の飲料水が値上がりしていくため、売上はかなり減る。
繊維工業（総務担当）	・主力製品である靴下で伸びているのは、特殊用途の商品だけで、販売量の多い一般用の商品は減少しているのが現状である。
金属製品製造業（営業担当）	・しばらくは生産調整が続くようである。
一般機械器具製造業（経営者）	・引き合い件数が減っているため、今後数か月は景気の悪化が進むと予想される。
電気機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月は先行きが読めないため、景気は変わらないと考えてきたが、徐々に世界経済に対する不安が大きくなってきている。
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内での引き合い件数は減少している。海外からの引き合いは増加傾向にあるものの、受注活動を積極的に行う必要がある。

	不動産業（営業担当）	・不動産向け融資が徐々に厳しくなっている。今後は更に厳しくなると予想されるため、景気は下向きになってくる。
	広告代理店（営業担当）	・新年度の広告予算を削減した得意先が幾つかみられる。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・設備投資や、先の見積依頼が減ってきている。値上げとなる商材も多く、不安材料となっている。
	× その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・株安もあり、今後の見通しが立たない。
雇用 関連  (近畿)	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・改元や、ゴールデンウィークの10連休による景気の変化に期待している。
	人材派遣会社（営業担当）	・新入社員がこの10連休により、例年に増して5月病になるなど、早期退職者が増えると予想される。その場合、7月頃から派遣などの人材補充ニーズが増えてくる。
	アウトソーシング企業（社員）	・給料が少し上がっている。
	人材派遣会社（経営者）	・新年度を見据えて様々な動きが出てくると予想されるが、どの企業も慎重な態度を取っている。今後も派遣をうまく使っている企業が、この状況を乗り越えていくと予想される。
	人材派遣会社（支店長）	・新年度になっても、新元号への対応や消費税増税への対応がしばらく続く。
	人材派遣会社（役員）	・取引先企業の人事担当者との打合せでも、今後3か月や半年での変化はほとんどないという感触である。一方、景気判断に影響を与えるほどではないものの、4月からは残業管理が厳しくなる。結果として残業が減り、実質的に給与がマイナスとなる派遣労働者も出てくる。また、4～5月はゴールデンウィークの10連休により、時給で働く派遣労働者は減収となる。
	アウトソーシング企業（管理担当）	・最近、間際に単発の仕事が入ることが多いため、今後もその状況が続く。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・大阪万博の決定により、多少は景気が上向いた感はあるが、開催自体がかなり先なので中だるみしている。求人数も、増加傾向から通常の動きに戻りつつある。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞の求人広告に、この先の景気を方向づけるような動きはみられない。特に、企業の多くが決算を迎える年度末のこの時期は、求人にも大きな動きが出にくい。新年度が始まれば何らかの動きが出るかもしれないが、輸出関連の下請企業が多い関西の景気は、今後も国際情勢や海外の経済動向に大きく左右される。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は減少傾向にあるものの、依然として求人倍率は高く、人手不足感は強い。特に、建設や土木、保安、介護サービスの求人は多い一方、希望する求職者は少なく、この傾向は当分続きそうである。
	職業安定所（職員）	・製造業の新規求人のうち、金属製品や汎用機械などは増えているが、電気機械などは減少しており、産業機械関連の増加傾向も足踏み状態となっている。直近では海外経済の変化による影響を注視している。
	職業安定所（職員）	・特に大きな変化はみられず、状況については変わらない。
	民間職業紹介機関（職員）	・当所の調査では、前年に比べて人手不足が深刻化したという事業所は、全体の7割を占めている。現状、建設関連の日雇い求人事業所のうち、外国人研修生などの活用実績があるのは現時点で1割に満たない。やはり危険な現場作業ではコミュニケーションについての懸念が大きい。一方、建設業の未経験者の受入れについては、積極的な姿勢が見受けられる。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・人手不足であるのに加え、直接雇用の希望者が増えているため、マッチングが難しい状況である。
人材派遣会社（営業担当）	・今のところ、時給は高い水準で推移しているが、求人数は落ち着いてきている。これに伴い、需要と供給のバランスが変化することで、時給も下がってくる。	
職業安定所（職員）	・米国と中国の貿易摩擦による中国経済の減速に伴い、自動車関連などの製造業では、生産減などの影響が少なからず出てくる。	
民間職業紹介機関（営業担当）	・世界情勢の推移に影響される。	

	民間職業紹介機関（営業担当）	・人手不足の影響で、採用数を増やしたいという企業は多いが、採用予算が減っている企業も多く、業界の見通しは厳しくなると考えている。また、周囲の企業では、採用難のほか、人手不足と働き方改革が重なり、業務の拡大が進んでいないなど、全体としてもやや悪くなりそうである。
	学校〔大学〕（就職担当）	・東京オリンピック関連の需要が一段落し、企業にも特需が終わったという雰囲気が広がっている。
x	-	-