

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	百貨店（服飾品担当）	・今月後半から天候が回復し、気温上昇と共に盛夏商材が活発に動き出している。一昨年から夏のセールを後ろ倒しにしている大手百貨店に、各取引先が合意し始め、セールの開催が前年の6月後半の開始から、今年は7月8日となる様子である。これらの動きに合わせて、盛夏商材の追加生産や企画商材の投入などが予定されている。
		コンビニ（経営者）	・イートインコーナーを作ったことで、ひき立てコーヒーの購入客が増えている。今後は更に多くなり、それに比例してドーナツの売行きも良くなる見込みである。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・順調に予約が入っている。これまでの感覚では、タレントのライブはせいぜい2日間であったが、今日の人気女性歌手のライブをみても3日間である。タレントグッズもよく売れている。
やや良くなる		商店街（代表者）	・販路や販売商材を多様化させると同時に、商品に対する専門知識の豊富さを販売の増加につなげている。
		一般小売店 [精肉] (管理担当)	・このままインパウンドによる好影響が、地方にも徐々に浸透していけば良くなると思われる。ただし、地震や火山の噴火による影響で外国人客が来なくなった時には、急に大変なことになるであろう。一方、足元の国内客を考えるとまだまだ厳しく、購買傾向も少しでも安い物を探す傾向にあると感じる。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・最近の雰囲気を見ると、景気は良くなる。
		一般小売店 [菓子] (営業担当)	・暑い日が続けば、季節商品の売上が伸びるので期待したい。
		百貨店（売場主任）	・昨年に耐震工事を行ったところであるが、5月からは次の大きな耐震工事が入っている。一方、少しずつではあるが、ファッション関連を中心に売上が伸びている。
		百貨店（企画担当）	・売上の大半を占める、自社カード会員の売上減少傾向は、昨年の消費税増税以降、継続している。ただし、外国人客や外商顧客の売上増加がそれをカバーしており、全体の増収傾向は当面継続する。
		百貨店（営業担当）	・高額品を買う客が増えてきている。インパウンド客による高額品の購入に影響された感もあるが、今後も明るく元気に買物する客が増えていく。
		百貨店（外商担当）	・株価の上昇や賃上げ、訪日外国人客の増加など、現状はマイナスとなる要因が見当たらない。これからクリアランスの時期に入ってくるため、先行しての商品提案やイベント開催によって売上が変わってくる。
		百貨店（マネージャー）	・今まで売上げをけん引してきた、富裕層やインパウンド需要の好調が続くのに加え、ボリューム層の回復傾向に期待している。
		百貨店（営業企画）	・地方創生の一環で実施される、プレミアム付商品券の販売が7月に予定されている。
		百貨店（売場マネージャー）	・前年は消費税増税の影響で婦人衣料の盛夏物の品ぞろえが少なく、8月まで持たずに大苦戦した。今年は商品発注量も多く、例年よりも10日ほどバーゲン開始を後倒しする取引先も多いことから、7～8月は在庫量、売上高共に上向くと楽観視している。
		スーパー（店長）	・気温が急に高くなり、飲料などの夏物商材の需要が増え、主力商品の売上は前年を大きく上回っている。売れる時に、いかにチャンスロスなく展開できるかが重要となってくる。
		スーパー（社員）	・改装した店やイベントを実施した店など、積極的な販促を行った店舗の売上は、前年に比べて大きく伸びている。客の消費意欲が高まりつつあることを実感している。
		コンビニ（経営者）	・コーヒー類のメニューが更に充実してきており、売上の増加がかなり期待できるほか、それに伴うデザート類の売上増も期待できる。プレミアム商品の新商品への反響も、今まで以上に良くなることが予想される。
		コンビニ（店長）	・気温が上がり、冷凍食品やアイスコーヒー、ソフトドリンクの需要が増えることで、来店回数が増えることを期待している。
		コンビニ（店員）	・販促に力を入れ、買いやすい売場作りを進めていく予定である。
衣料品専門店（経営者）	・神戸では8月に補正予算関連のプレミアム付商品券の販売が実施される。今回は百貨店、スーパーでも使用可能であるため、大きな期待はしていないが、少しでも売上を確保したい。		

衣料品専門店（営業・販売担当）	・夏物スーツやジャケットの注文が多く、贈答品の購入も多い。	
家電量販店（経営者）	・省エネ住宅のエコポイントの効果や、電気料金の値上げによる節電意識の向上で、省エネ家電の需要増に期待が持てる。	
乗用車販売店（経営者）	・賃上げや夏期賞与の増加の効果が、そろそろ波及し始めるのではないかと期待している。	
乗用車販売店（経営者）	・今年は人や物、お金が全体的に、例年に比べて活気があるように感じる。	
乗用車販売店（販売担当）	・夏季の賞与増と、新型車の発売効果に期待している。	
その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新しいカタログが発刊予定のため、受注が増える。	
高級レストラン（スタッフ）	・ビールや白ワインなどと一緒に、夏季メニューの需要が一気に増える。	
一般レストラン（経営者）	・新規事業を開始して、初めての夏を迎える。読めない部分も多いが、ビジネス街は猛暑や盆休みなどで落ち込む分、ケータリングを強化する機会にもなる。また、繁華街ではインバウンドや日本人観光客が増加するので、対策を強化すれば業況も上向く。	
一般レストラン（経営者）	・7月から市のプレミアム付商品券が発売されるが、予約販売であり、今一つ知らない人が多い。当店でも使用できるが、実際にどれだけ動くかは不明である。ただし、地域のバルイベントにも参加するため、来客数は増える見込みである。	
観光型ホテル（経営者）	・プレミアム付商品券の利用で消費が増える。	
都市型ホテル（スタッフ）	・平日はビジネス客、休日は訪日客の利用で、宿泊は好調に推移している。宴会部門では予約が好調であるが、レストランのディナーは苦戦を強いられている。宿泊客による朝食利用は稼働率に比例して増えているものの、暑気払いなどのレストラン予約が前年に届かない状況である。	
都市型ホテル（スタッフ）	・1年以上続いている外国人客の増加は、円安が今後も続き、中国との政治的な関係に変化がない限り、当分は続くと思われ。	
都市型ホテル（客室担当）	・先の予約数は順調に推移しており、客室単価も下がる傾向はみられない。	
旅行代理店（従業員）	・外国人観光客の増加による宿泊料金の上昇も、景気を押し上げる要因になる。	
タクシー運転手	・企業や一般客のハイヤー予約については、今後も増加傾向が続く。	
通信会社（企画担当）	・景気は上昇傾向にあり、少なくとも今よりも悪くなる要素は見当たらない。	
テーマパーク（職員）	・これから夏休みにかけて、賃上げやボーナス増など、景気を刺激する要素が増えるので期待している。	
遊園地（経営者）	・客の購買動向では、商品の選別姿勢は変わらずシビアであるが、要求を満たす物であれば、消費単価が上昇しているように見受けられる。	
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は増える。	
住宅販売会社（総務担当）	・次の消費税増税を控え、不動産が顕著に動き出している感がある。	
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）	・不動産に限っていえば、一般事業法人の不動産需要は増加しているように感じる。金融機関の融資姿勢も積極的になっている。	
変わらない	商店街（代表者）	・インバウンド関連を除くと相当悪い。
	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・景気がすぐに良くなるとは思えない状況である。
	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・観光関連の特需が継続している。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・受注ペースは今後も変わらず、このまま推移する。
	一般小売店〔野菜〕（店長）	・個人商店が良くなるまでには、まだまだ時間がかかる。
	百貨店（売場主任）	・外国人客を対象とした売上の増加はしばらく期待できる。また、国内客の需要も、株価の上昇や一部の企業業績の回復により、特に高額品の売上は増加が見込める。ただし、これらの売上増加は全体を大幅に押し上げるほどではなく、長期的に続くとは限らない。来客数が増えないなかで、大きな改善は見込めない。

百貨店（売場主任）	・早く東日本大震災の復興や、国内の消費回復、内需拡大への対応を進める必要があるほか、国内企業に対する援助などの消費対策も必要である。
百貨店（売場主任）	・景気回復のニュースとは裏腹に、中間層による購入は減少しており、将来に向けて安心できる状況とは言い難い。
百貨店（企画担当）	・景気回復や株価の上昇などで新聞紙上にはにぎわっているが、一般の消費者が実感できるまでには、もう少し時間がかりそうである。
百貨店（営業担当）	・ファッションが目立ったトレンドがなく、クリアランスの開始も遅れる様子であるため、先行きが不透明である。
百貨店（売場マネージャー）	・平均給与が増えているとの報道もあるが、消費に波及するまでには至っていない感があり、今後も抑え気味となることが予測される。また、神戸地区では、春ごろから大阪地区の影響を受ける傾向がみられ、秋にかけての大型商業施設の開業による影響も懸念材料である。また、インバウンド向けの販売も2～3倍に増える傾向はあるが、元々が少ないため、全体としての消費の水準については、一昨年を少し下回る動きが続くと考えざるを得ない。
百貨店（マネージャー）	・大手企業を中心に決算の内容は良いが、円安や株高、海外需要の好調による影響が大きい。一方、中小企業は各コストの上昇で、まだまだ厳しい状況が続く。
百貨店（販促担当）	・夏のクリアランスについても、慎重な購買行動が続く。ただし、ボーナスなどが増えれば気分的に高揚し、良い物にお金を使う人が増えるため、提案を強化して仕掛けていく。奉仕価格で勝負する戦略からの変化が重要になると予想される。
百貨店（サービス担当）	・今年からお中元の早期ギフトセンターを新設し、好調に推移している。また、今夏は猛暑が予想され、季節商品の販売も好調に推移するため、前年の実績は確保できる。
百貨店（商品担当）	・全般的な雰囲気は消費に積極的とはいえ、賃金アップが実現しても、消費の増加に直結するとは思えない。
百貨店（マネージャー）	・賃金増や夏の賞与増、株価の連騰など、景気の明るいニュースがみられる一方、為替の推移次第では輸入コストの上昇など、家計にマイナスとなる材料もあり、消費マインドの回復は期待できない。
スーパー（経営者）	・競合店がたくさんあるため、曜日やチラシの内容によって客が動いている。
スーパー（店長）	・ゴールデンウィーク以降は少し低迷気味である。今後の景気回復の要因は見当たらず、現状維持か、更に厳しい状況にもなり得る。夏のボーナスに向けての動き次第である。
スーパー（店長）	・全体的には、世間でいわれているほど賞与が増加するわけではない。ボーナス商戦も、量販店の立場からは、あまり変わらないという見通ししか立たない。
スーパー（店長）	・輸入品の値上がりよりも、電気料金の値上げは更に厳しく、気温の低かった昨年よりも暑くなれば、なおさら厳しくなる。ただし、健康食品や新商品には客の目が向かいやすくなっているなど、購買意欲はまだ衰えていない。また、インバウンドに関する部分はもう少し好景気が続く。
スーパー（店長）	・電気料金や物価の上昇が響き、消費の二極化が更に進む。
スーパー（企画担当）	・来客数の増減はないと予想される。
スーパー（経理担当）	・例年は梅雨入りや梅雨明けの時期、夏場の気温に売上が左右されるが、今年は消費の地合いが良かったため、よほどの異常気象にならない限り、順調に推移する可能性が高い。
スーパー（広報担当）	・付加価値の高い商品への支出がやや増えている感覚はあるが、まだまだ足元の状況は不安定である。
コンビニ（広告担当）	・好転する要素が見当たらない。天候の変化や催事などの結果次第である。
衣料品専門店（経営者）	・良くなる要因が見当たらない。
乗用車販売店（営業担当）	・政府の景気対策が中小企業で働く人にも届き、それによって購買意欲が高まるような気配を感じない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・急に売上が伸びることはないが、チラシなどを入れた時には、健康食品や化粧品など、若干単価の高い商品を購入する頻度が高くなっている。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・全体的に今の傾向は変わらない。ただし、円安が進めば、メーカーの出荷価格が上がるので影響が出る。
一般レストラン（経理担当）	・特に景気が上向くような材料は見当たらない。
一般レストラン（店員）	・大幅に上向く要因がない。

一般レストラン（企画）	・ 今月は前年の消費税増税の影響が少し残ると考えていたが、結果は予想を大きく下回った。6月以降もどのようになるのか全く予想がつかない状況である。ただし、前年の6月は長梅雨であったが、今年は暑くなるとの予報であり、賞与支給以降の消費動向に注目したい。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・ 政府は景気が底入れし、回復傾向にあると考えているが、実生活でそれが感じられる材料はほとんどない。何らかの変化を期待したいが、大阪都構想も実現しないなど、景気回復を期待できるレベルの変化が見当たらない。
観光型ホテル（経営者）	・ 7月以降はまだよく分からないが、6月の先行予約状況は引き続き好調である。
観光型旅館（経営者）	・ 円安による物価の動向や、電気料金の値上げによる影響が懸念される。
観光型旅館（団体役員）	・ この3か月に限っていえば、パンダの双子の赤ちゃんが公開されたことや、アジアを中心とするインバウンドの宿泊客が増加した。ただし、この先については、好調が続くかどうかの見通しは立たない。
都市型ホテル（支配人）	・ 1ドルが120円程度、日経平均株価が2万円以上といった状態がいつまで続き、外国人観光客の増加がいつまで続くのかは分からない。電気料金の値上げや、輸入原材料のコスト上昇で物価が上がるなか、賃金との差はなかなか埋まらないため、個人消費の増加はしばらく望めない。
都市型ホテル（管理担当）	・ 6月からの電気料金の値上げがどのように影響するかは、不透明な状況である。
都市型ホテル（総務担当）	・ 宿泊・宴会、料飲共に好調であり、今後もこの傾向が続く。
旅行代理店（経営者）	・ 9月のシルバーウィークの予約は前年比で300%を超える動きとなっているが、インバウンド客の急増もあり、ホテルや飛行機が予約しにくくなっている。プラスとマイナスが交錯し、なかなか浮上しきれない。
旅行代理店（店長）	・ 円安がますます進んでいるほか、給料が上がった企業の話などを聞いていると、少しは良くなっていく期待はあるが、確たる実感がないため、今と変わらないのではないかと感じている。
旅行代理店（広報担当）	・ 実際にボーナスが支給されてから客は動き始めるが、間際の申込を含め、現状と変わらない状況となる。
旅行代理店（営業担当）	・ 引き続き、現状から大きく改善する見込みがない。
タクシー運転手	・ 国内客の利用が減少している。外国からの旅行者の利用は増加しているが、それによって景気が良くなるとは思えない。
通信会社（経営者）	・ 諸物価の更なる上昇が予想される。
観光名所（企画担当）	・ ここまでは来場者数が何とか前年を超えている。夏場にイベントを集中させ、集客に力を入れるが、2～3か月先も今の水準を維持するのが精一杯とみている。
観光名所（経理担当）	・ 今月の前半は連休中も含めて良い天候に恵まれた。少し暑さが厳しいほどで、多くの人でにぎわったが、後半はやはりその反動で動きが鈍くなっている。一方、他県の中高生の団体客や中国、台湾からの客が、バスツアーで多数来ていたが、あまり購買にはつながっていない。消費全体の動きは分からないが、財布のひもは固いように感じる。売上の前年比も6%減となっている。
競輪場（職員）	・ 生活用品全般や電気料金などの価格が上がっている一方、賃金の上昇は少ないため、消費は悪化すると思う。ただし、お盆や夏休みの時期に入るため、少しは良くなることから、全体としては変わらない。
競艇場（職員）	・ 業界に大きな動きはなく、例年と同じ流れで推移していくと考えられる。秋以降に期待している。
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・ プロ野球の試合や人気グループのコンサートなどが予定されており、夏休み期間でもあるため、多数の来場者を見込んでいる。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・ インバウンドに関しては、基本的にまだ伸びる余地はあるが、地域間競争はどんどん激しくなると考えられる。国内市場自体は伸びているという実感がない。
美容室（経営者）	・ 連休後は客足が遠のく。今はカットの客が多く、売上の増加にはつながらない。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・ 今の日本は昔のような好景気を感じることはできず、ましてや短期間で景気が良くなることはない。成熟した国として、しっかりと経済対策を立て、バブル崩壊のようなことが起きないように、今から足元を固めながら対策を取ってほしい。

	<p>その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)</p> <p>住宅販売会社 (経営者)</p> <p>その他住宅 [展示場] (従業員)</p> <p>その他住宅 [情報誌] (編集者)</p>	<p>・主たる商品のレンタル売上、書籍売上は前年並みの動きが続いているため、今後の新店効果に期待したい。</p> <p>・急に増えた問い合わせも落ち着いてきた。悪くなるとは思わないが、今後の営業展開に注意していきたい。</p> <p>・消費税増税の影響は少し和らいだ感はあるが、税率が10%に上がるまでには少し期間があり、今すぐに住宅を購入する要素がないため、新築住宅市場は今後も厳しい状況が続く。</p> <p>・一部の富裕層の動きは更に活発化する一方、一般的なサラリーマン層の動向には大きな変化はない。高額消費は引き続き好調が予想され、都心マンションや京都市内中心部の不動産への購入意欲は高まる。</p>
やや悪くなる	<p>一般小売店 [時計] (経営者)</p>	<p>・光熱費のほか、食品を中心に値上がりが決まっている日用品は結構多い。生活に必要な順にお金を使うとすれば、当店は順番がなかなか回ってこない。実際に時計の修理を受ける際も、見積だけで断られるなど、厳しさを感じる場面は多い。また、そういった客は新しい商品を購入することはないため、2~3か月先に良くなっているとは思えない。</p>
	<p>一般小売店 [衣服] (経営者)</p>	<p>・大阪都構想の反対による影響が、大阪市内に出てこないとは思えない。来店客からも、今後の大阪の景気が心配という声をよく聞く。ただでさえ来客数や販売量が減っているのに、今以上に大阪の勢いがなくなるかと思うと、今後に明るさは感じられない。</p>
	<p>一般小売店 [花] (店長)</p>	<p>・これから暑くなるので、販売量、来客数共に減少する。花屋では夏は一番暇なシーズンである。</p>
	<p>百貨店 (売場主任)</p>	<p>・円安や電気料金の値上げで、製品コストが現状よりも上がるため、各種商品の値上げは必至の状況となる。加えて、消費者の生活コストの上昇が、消費マインドを押し下げると予想される。</p>
	<p>スーパー (店長)</p>	<p>・実質賃金は上がっていない。夏のボーナス増で高額品の購入は見込まれるが、日用品の購入への節約志向はますます高まると予測される。</p>
	<p>スーパー (開発担当)</p>	<p>・今月から各分野での値上げが続いている。中小企業の賃金のベースアップも期待できず、ますます消費の冷え込みが進む。</p>
	<p>衣料品専門店 (販売担当)</p>	<p>・収入が変わらないため、消費者物価が上がると悪くなる。</p>
	<p>乗用車販売店 (経営者)</p>	<p>・新車の購入予約、車検の予約共に減少している。消費税率の引上げ前に、新車がたくさん売れた影響が残っている。</p>
	<p>乗用車販売店 (経営者)</p>	<p>・円安が更に進行することが予想されるが、既に塗料や部品の値段は既に上がっている一方、販売価格には転嫁できない状況である。中小企業の経営はますます厳しくなり、景気は悪くなる。</p>
	<p>住関連専門店 (店長)</p>	<p>・夏はレジャー費に消費者の出費が向かうため、物販は大きな影響を受ける。特に、今年は景気の本格的な回復が遅れる一方、レジャーや娯楽への消費の優先順位は高いままであるため、物品購入の優先順位がかなり下がっている。年々深刻な状況となっている。</p>
	<p>その他専門店 [食品] (経営者)</p>	<p>・外食産業を中心に動いているメーカーや卸売業者には、マイナスの要素しかないように感じる。利益の圧迫によって、景気は悪化することが予想される。当社も増収減益の見込みであり、利益の確保が厳しくなっている。</p>
	<p>その他専門店 [宝飾品] (販売担当)</p>	<p>・円安の進行が再び注目されるなか、コストと販売価格がみ合わない。</p>
	<p>その他小売 [インターネット通販] (企画担当)</p>	<p>・円安などで一層の物価上昇が見込まれるなか、引き続き消費を抑える動きが続く。</p>
	<p>観光型旅館 (経営者)</p>	<p>・6月からの予約の動きが、急に鈍くなっているように感じる。</p>
	<p>タクシー運転手</p>	<p>・今は修学旅行生が多いが、今後は悪くなる。</p>
<p>タクシー運転手</p>	<p>・これから暑くなると、近場の距離でも利用する客が増える。今後、神戸は外国船が入港してくるなどのイベントが予定されているため、今よりも動きは増えるが、夜は活発に動かない状態が続く。</p>	
<p>通信会社 (社員)</p>	<p>・客のライフスタイルの変化に伴い、現在のサービスの訴求力が徐々に低下している。提供しているサービスを大幅に見直していかなければ、厳しい状況となる。</p>	
<p>住宅販売会社 (経営者)</p>	<p>・地方では景気の高揚が感じられない。</p>	

		住宅販売会社（従業員）	・今後の新築マンションの販売価格は、現状の水準よりも高値で売り出されることから、少し契約率が落ちてくると予想される。
悪くなる		一般小売店〔花〕（店員）	・販売量が減ってきている。これから夏に向けて気温が高くなるため、更に花離れが進み、売上は落ち込むことが予想される。
		スーパー（経営者）	・都市部と地方、大企業と中小企業の格差が拡大しており、全体では悪くなる方に向かっていると感じる。
		衣料品専門店（経営者）	・2～3か月後は昨年よりも良くなるという感触はない。天候に左右されると思うが、昨年よりも落ち込むような気がする。
		家電量販店（企画担当）	・家電量販店の大手が約40店舗を閉店するとニュースが流れ、日本の家電メーカーも早期退職などのリストラを進めていることから、厳しい状況にあると感じる。
		自動車備品販売店（営業担当）	・原材料費や電気料金の上昇懸念から、客の販売意欲が徐々に下がってきている。
	企業動向関連 (近畿)	良くなる	一般機械器具製造業（経営者）
電気機械器具製造業（経営者）			・5月までの売上は良くないが、5月の中旬から残業が増え始めたほか、受注も増えている。今の受注状況であれば、景気が良くなることは間違いない。その原因が季節変動などの外的要因によるものか、自力による改善の成果によるものかをしっかりと見極めて、原因を把握したい。
やや良くなる		食品製造業（従業員）	・業界では各社の値上げの動きが出てきており、値上げ交渉も始まっているようであるが、当社は今のところ値上げの予定はない。多少ではあるが、値上げに反発する業者の動きも出てきている。今年中に値上げの動きがあるかもしれないが、それまでは受注が増える可能性がある。
		食品製造業（営業担当）	・気温が上昇し、このままの天候が続けば、売上は伸びてくる。
		繊維工業（団体職員）	・やや良くなるという期待感を持っている。
		木材木製品製造業（経営者）	・現在は新商品が市場に浸透するまでに時間がかかっているが、ある程度認識されれば売上が伸び、利益も増加する。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・多くの分野で見積案件が増えているので、徐々にではあるが、回復の兆しがみえてきている。内容としては、多品種少量生産の見積が更に増え、注文数は少量になっているが、需要自体は増えていると感じる。
		金属製品製造業（経営者）	・6～7月の受注は回復する見込みである。
		金属製品製造業（営業担当）	・取引先からは、7月ごろから案件が動き出し、注文が増えるといわれている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・円安や株高により、日本も我々の業界も良い方向に向かう。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・今年の夏もかなり暑くなると予想されるため、エアコンや冷蔵庫などの荷動きが活発になるほか、需要が伸びている4Kテレビの新製品を、各社がこの夏に投入してくるため、更なる需要増が期待できる。
		輸送業（営業担当）	・スマートフォンなどの携帯端末の部品工場が好調で、荷物の量が増えている。来月も増加が続く。
		金融業（営業担当）	・大阪市の住民投票の結果、大阪都構想の敗北が決定したことにより、大阪の発展には時間を要する。
		変わらない	食品製造業（経理担当）
家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達には忙しいが、特に大きな変化はない。		
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・顧客からは良くなるような話が聞かれない。		
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・毎年、夏は需要が減るために売上も落ち込む。今年も今のところは大きな需要も見込めず、昨年の実績を維持することで精一杯である。		
化学工業（経営者）	・客からは特に悪くなる話は出ていないが、大口案件は特になく、良くなりそうな話も全くないため、当面は変わらない。		
化学工業（管理担当）	・東南アジアの景気が悪くなり、輸出量が減る。		
化学工業（企画担当）	・夏季には食品需要が低迷するほか、日常的に購入する食品の購買動向が変わる要因も見当たらない。		
窯業・土石製品製造業（経営者）	・新聞では全面カラー広告が増えている。世の中の動きをみていると、景気が良くなっているように思うが、我々の受注量や販売量は少ししか増えていないため、しばらくは変わらない。		

	電気機械器具製造業 (企画担当)	・一般的には、経済環境が改善すれば消費は活性化するが、住宅関連の受注状況が良くないことが懸念材料である。
	電気機械器具製造業 (営業担当)	・周りからは景気の良い話が聞かれない。
	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・引き合いが年度後半に集中しているため、できるだけ早く受注に結び付けていくのが今後の課題である。
	その他製造業 [事務用品] (営業担当)	・新しい企画がないので、しばらくは今の状態が続く。
	その他製造業 [履物] (団体職員)	・円安の進行により、海外から調達する原材料費や海外での加工賃が上昇している一方、販売価格には転嫁できず、メーカーにしわ寄せがきている状態である。
	建設業 (経営者)	・現状から予想すると、今後も変わらない状態が続く。ただし、無電柱化に関しては、無電柱化推進法案が国会に提出される可能性もあり、問い合わせが増えてくれば、受注増につながる。
	建設業 (経営者)	・身の回りでは厳しい話しか聞こえてこない。
	建設業 (経営者)	・好決算の取引先は設備投資意欲があるが、そうでない取引先は慎重である。新聞などでは大企業の好決算がよく報じられているが、中小企業の決算はよく分からない。
	輸送業 (営業所長)	・新しい案件の依頼を受けるが、人材募集を行っても人が集まりにくい。人手不足が解消されない。
	輸送業 (商品管理担当)	・来月は父の日があるので、その分は荷物量が増加する。
	金融業 [投資運用業] (代表)	・米国の株高と円安に支えられて、ここまで株価は上がってきたが、実体経済を反映していないところが危うい。
	不動産業 (営業担当)	・神戸から企業が撤退している限り、需要の減少が続く。できるだけ法人税率を下げるなどして、企業の誘致を進めなければならない。
	新聞販売店 [広告] (店主)	・3～4月は折込件数が上向いていたが、5月は小幅ながら3～4月を下回っている。
	広告代理店 (営業担当)	・ここ数か月は良い話が聞かれないが、悪い状況もあまりみられない。
	司法書士	・現在のところは案件が非常に少ないので、現状維持ができればよいと考えている。
	経営コンサルタント	・良い材料も悪い材料もない。ただし、中小零細のコンサル業は、もはや淘汰され尽くした感がある。
	経営コンサルタント	・サラリーマンでいえば、ボーナスの動向に大きく左右されるほか、それによって中小商店の動向も大きく変わる。大企業のボーナスが好調であるのに対し、まだ一般の消費者のところまでは回復の動きが広がっていない。
	コピーサービス業 (店長)	・印刷関係の明るいニュースは聞こえてこないため、好調に推移するとは言いえないが、ある程度の受注は見込めそうであり、現状維持で推移すると予想する。
	その他サービス [自動車修理] (経営者)	・この忙しさがこのまま続けばよいが、先行きは不透明である。
	その他サービス業 [店舗開発] (従業員)	・現在の傾向はしばらく続くと予想されるが、夏場の天候に左右されるため、現状では何ともいえない。
	その他非製造業 [商社] (営業担当)	・一度価格が下がれば、なかなか上げられない。新製品や新工法などを提案していくしかない。
	その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・隅々にまで景気回復の影響が届いていない。
やや悪くなる	繊維工業 (総務担当)	・靴下は海外からの輸入商品が販売の主体であり、今の為替レベルでは十分に収益が得られない。その一方、一部の国産商品を利益に見合う金額で販売するのも難しい状況である。
	繊維工業 (総務担当)	・中間問屋の在庫が減っておらず、メーカーへの受注も減少している。
	金属製品製造業 (管理担当)	・大手電機メーカーの太陽光発電関連の仕事が会社全体の6～7割を占めているが、先行きが心配である。
	一般機械器具製造業 (設計担当)	・物品価格の値上げに、収入の増加が追いつかない。
	電気機械器具製造業 (営業担当)	・案件が少なく、受注が落ち込み始めている。
	通信業 (管理担当)	・電気料金の値上げが景気の回復を妨げる。
	広告代理店 (営業担当)	・今年に入って、月を追うごとに売上が前年よりも悪くなっている。
悪くなる		
雇用 関連	良くなる 人材派遣会社 (支店長)	・このままの状態がしばらくは続くと予想される。

(近畿)	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・景気的好調は今年度末まで続くと予想している。いまだに労働者派遣法の改正案は国会を通過していないが、この件はあまり派遣需要に影響しないと思われる。派遣、契約社員、紹介予定派遣のすべてで、売手市場となる動きが今後も続く。
		人材派遣会社（役員）	・企業、求職者共に動きが活発で、時給が上がっている。
		人材派遣会社（営業担当）	・人手不足感に変化はない。企業は少しずつではあるが、中高年層の活用を前向きに考え始めている。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・有効求人数、有効求人倍率共に改善しており、株価も2万円を超え、更に上を目指している状況から、景気はこの先も上向いていくと予想される。
		職業安定所（職員）	・管内企業への聴取によると、機械器具製造業や情報サービス業の企業からは、今後の展望はやや明るいとの声が多く聞かれる。
		民間職業紹介機関（職員）	・この数年はみられなかった、建設日雇い求人数の大きな落ち込みが進んでいる一方、作業員の不足感は続いているので、間もなく需給の改善がある程度は進む。
	学校〔大学〕（就職担当）	・期待を込めて、若者が元気になってほしい。	
変わらない		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後2～3か月の状況をもても、ほぼ現在のペースで動く見込みである。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・大阪都構想の問題が落ち着いた一方、インバウンド観光客の増加などで現場が徐々に変化している。変化が起こる際は人の動きも活発になる。今後は調子の良い業種と悪い業種に分かれていくことが予想される。
		職業安定所（職員）	・新規求人数、新規求職者数共に増加しつつあるが、新規求人では正社員以外のパート求人の割合が多く、正社員求人は伸び悩んでいる。一方、小売業の担当者からは、電気料金や商品価格の値上げのほか、急に暑くなったことで来客数が減少しているものの、プレミアム付商品券の販売予約が5月から始まったため、期待が高まっているとの声が聞かれる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・悪くなる理由も、更に良くなる理由も見当たらないため、当分は今の状況が続くと予想している。
	やや悪くなる	アウトソーシング企業（管理担当）	・例年依頼される仕事が、今のところ入る予定もなく、厳しい状況である。
	悪くなる	-	-