

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）	・商店街も客の高齢化に伴い、偶数月の年金支給月にイベントを開催している。イベント参加者には商店街の店舗協賛のクーポンを配布しており、少しずつ成果が上がっている。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・飲食店のチェーン店による出店が好調である。
		一般小売店〔花〕（店長）	・安倍政権になってから、多少良くなっているように思う。伸び幅は小さいものの、今後も少しずつ良くなる。
		百貨店（売場主任）	・ギフトも1週間遅れで立ち上がったため、これから良くなると予想される。
		百貨店（営業企画）	・悪材料の出尽くして、マインドはやや改善する。
		スーパー（企画担当）	・既存店売上の前年比がようやく100%を超えてきたほか、7月には新店オープンもあり、チラシ強化などによる売上が見込まれる。懸念されるのは粗利益の動きであるが、価格競争に巻き込まれることなく、自社の価値訴求をしっかりと行っていきたい。
		コンビニ（経営者）	・イートインコーナーの認知度がますます上がり、近隣の喫茶店からも客が流れてくるのが予想され、来客数、客単価共に改善することが期待される。
		コンビニ（店員）	・学校の長期休暇となり、子どもの来店が増えるほか、弁当などを購入する親子連れも増える。
		家電量販店（店長）	・映像商品へのリオオリンピック特需が期待されるほか、気温の上昇で季節家電が動く。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税の再延期など、プラスに作用する要素が増えると思われる。ボーナス商戦に向けての踏ん張りどころである。
		乗用車販売店（営業担当）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響と合わせて、夏のレジャーに向けた買換え需要の高まりにより、今後数か月は受注の増加を予想している。業界全体の市場回復ではなく、一時的な動きではあるものの、にぎわいを期待している。
		高級レストラン（スタッフ）	・夏のボーナス時期には、回復すると予想される。
		一般レストラン（経営者）	・時期的に周年イベントが増えるほか、夏の休暇によるインバウンドの増加、ボーナスの支給など、来店する理由が増えるため、特に繁華街は景気が良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの集客は落ち着いた感があるが、国内旅行や個人の出張などで宿泊の予約率は上昇している。宴会部門も、社内会議や暑気払いの引き合いが多く、好調に推移している。
		旅行代理店（支店長）	・復興状況にもよるが、夏休みに向けて、熊本を応援するために旅行へ行こうといった機運が高まってくる。夏休みの海外旅行は、毎年行っている客からは申込が入っているので、今後の海外情勢にもよるが、堅調に推移しそうである。
通信会社（企画担当）	・夏休みシーズンに近づき、アミューズメント関連の来客数の増加が期待できる。		
変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・客の商品選別の時間が長く、買物に慎重になっている。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・消費税増税の再延期で、消費マインドが向上するとは思えず、慎重な傾向は変わらない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・前受受注もなく、好転する材料が見当たらない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・本当の意味での景気回復は難しい。
		百貨店（売場主任）	・昨年度の下半期と比較して、上半期は店頭売上が更に厳しさを増している。大手ファッション取引先の業績も、一部で回復の動きはあるが、大半は回復していない。これまでは定価品強化の傾向から、バーゲン時期を遅らせるような対策を取ってきたものの、在庫消化が進まないなか、バーゲンや値引き販売が増える可能性が高い。それに伴い、今よりも良くなる要素が見当たらない。
		百貨店（売場主任）	・クリアランスセールの魅力が年々下がっている。気温の変化にもよるが、秋物商材の早期投入も含めたフレキシブルな対応が必要である。
百貨店（売場主任）	・来店するたびに、数十万円、数百万円の買物をする富裕層が目立つ一方、絶対的な来客数の減少や、客1人当たりの購入点数の減少など、ボリューム層の購買意欲の減退が続いている。		

百貨店（企画担当）	・インバウンド売上の大幅な前年割れ傾向は、10月ごろまで続くと認識している。昨年はインバウンド売上のシェアが全体の約20%まで拡大していたため、当面は売上減によるダメージが継続する。
百貨店（営業担当）	・ファッションの動きが鈍いので、現状維持ではないかと予想される。
百貨店（販促担当）	・価格が安いだけでなく、価値に見合ったコストパフォーマンスを求める傾向が強く、客単価が下がりやすいので、苦戦が予想される。夏場は特にヒットアイテムがないと傾向が変化しにくいほか、今年は賞与や景気動向の変化にもあまり期待できない。
百貨店（服飾品担当）	・各取引先がクリアランスの前倒しを検討し始めており、この売上傾向では7月の2週目にスライドしつつあったセール開始日が、7月1日に戻ることになりそうである。これから盛夏商材を新商品として仕掛けることで、前年比で110%と唯一好調な化粧品販売との連携を狙う小売店が多くなる。
百貨店（サービス担当）	・今後は、新ショップ導入などの店舗展開の見直しや、新企画の催事開催などにより、来客数の増加と売上確保に努力していきたい。
百貨店（商品担当）	・一時的に堅調な動きはみられるものの、期間を通してみると不調に終わる傾向が続いている。夏の参議院選挙が衆参同時となれば、消費行動の抑制が大きくなるほか、熊本地震の復興の動きも遅く、需要拡大に結び付いていないため、大きな景気浮揚にはつながらない。
百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税が再延期となる可能性が高くなり、今年度は駆け込み需要がなくなるため、当初の見通しを下方修正しなければならない。
百貨店（マネージャー）	・消費税増税の再延期については、株価などの景気動向にもよるが、消費者のマインドを変える要素とはなりにくい。今後しばらくは現状維持が精一杯である。
スーパー（経営者）	・消費税増税の再延期は決まったが、先行きの景気は不透明である。冷夏であった昨年、一昨年と違って、猛暑の予報が出ていることが期待要因である。また、リオオリンピックに向けた盛り上がりについては、ブラジルの政情不安もあり、業界での機運はいつもに比べて希薄な感じがする。
スーパー（店長）	・当店の南と北で、競合店舗がリニューアルオープンしている。
スーパー（店長）	・消費税増税前のタイミングでの消費増など、大きな変化の要素がない。
スーパー（店長）	・参議院選挙の結果や、消費税増税の再延期などの決定次第で、今後の景気が左右される。
スーパー（店員）	・競合店が多く、週末はかなり客が流れているので、状況は変わらない。
スーパー（企画担当）	・野菜の相場安が今後も続くと思われる。衣料品は猛暑の期待から、夏物が売れる見込みであるが、予測としては楽観視できない。
スーパー（経理担当）	・ボーナスはやや伸びており、所得は減っていないと思われるが、節約志向が根強い。消費税増税の再延期も、消費へのインパクトは少ないと思われ、しばらくは消費の伸び悩み傾向が続く。
スーパー（社員）	・当社のような食品中心のスーパーは、競合店同士で客の購買を奪い合っているため、消費全体は堅調であるものの、昨年よりも伸びている実感はない。消費税増税が再延期となるかどうかの決定が、今後の消費動向を大きく左右するように感じる。
スーパー（開発担当）	・具体的な景気対策もなく、賃上げもそれほど期待できないため、現状維持となる。
スーパー（管理担当）	・消費税増税は再延期になりそうであるが、その一方で消費拡大の材料は乏しい。
コンビニ（店員）	・今後も現状維持のまま、大きな変化はない。
コンビニ（広告担当）	・今後2～3か月は大きな変化もなく、天候の影響で多少の変化がある程度と予想される。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・スーツのオーダーやプレゼント用の購入など、必要な物は売れ続けている。
家電量販店（経営者）	・客の財布のひもが緩む要素が全く見当たらない。収入増や支出減につながる施策のほか、超高齢化社会を背景とした年金問題などの将来不安を払しょくする政策がなければ、消費マインドは明るくならない。
家電量販店（店員）	・客からは、家計のやりくりが大変という言葉がいまだに多い。

家電量販店（企画担当）	・消費税増税に対する様子見が、消費に影響し、販売実績につながっていない。
乗用車販売店（経営者）	・車検の予約台数、新車の購入台数のすべてにおいて、あまり変化がない。
住関連専門店（店長）	・売上が伸びたといっても、緩やかな動きにとどまる。安定した伸びとはいえ、売上が毎年落ちる夏をカバーできるほどではない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・同業他社や同じ商品を販売している競合店に対し、ソフト面も含めて勝てる物がどれほどあるかがポイントになる。客に選ばれる店舗づくりが優先される。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・これから3か月の間に参議院選挙があり、東京都知事選挙もあるかもしれない。それにより世の中の状況が変化することも考えられるが、今のところ大きな変化はない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・熊本地震の影響はそれほどでもないが、売上の確保は難しい。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・消費税増税の再延期など、一時的には消費にプラスとなる材料もあるものの、すぐに消費の拡大に結び付くとは思えない。消費者の慎重さを強く感じる。
その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・例年よりも受注が増えており、この状態がしばらく続きそうである。
高級レストラン（企画）	・料飲客数や、宿泊におけるインパウンド需要は堅調に推移する見込みであるものの、宴会の受注件数が伸び悩む傾向にある。
一般レストラン（企画）	・ファーストフード業態の好調さに比べて、非日常での利用が多いレストランでは、来客数の動きが更に厳しくなると予想している。ただし、関西は1～3月が他地区よりも低水準での推移となっていたが、ほぼ全国と同じ水準になってきている。
一般レストラン（経理担当）	・熊本地震の直接的な影響はないと予想されるが、良くなる材料がない。依然として日々の生活に響く値上げが多い。
一般レストラン（店員）	・来客数は確実に減っているが、常連客が定期的に来店してくれるほか、単価も悪くない。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・景気回復の材料が見当たらない。政府による景気対策は空回りしていると感じる。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・気温の上昇に伴い、来客数は徐々に増加しているが、熊本地震の影響であまり伸びがなく、先行き不安が漂っている。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・大きなプラス要因が見当たらない。あまりに猛暑になると外に出るのも控えるため、期待できない。
観光型ホテル（経営者）	・消費税増税が再延期になる方向であり、駆け込みで買物する必要も今のところはないため、あまり変化はない。
観光型ホテル（経営者）	・大手家電メーカーの不振や大手自動車メーカーの燃費不正問題など、明るい話題がない。一般市民の間にも楽観的な雰囲気はないため、今の状況が続く。
観光型旅館（管理担当）	・熊本地震の対応や東京都知事の問題などで、政治不信が高まっている。一般消費者の懐具合はまだまだ良くはなっておらず、むしろ財布のひもが固くなるような要素が多い。
都市型ホテル（管理担当）	・元気があるのは海外からの客だけで、国内客の利用が伸び悩む傾向が続いている。
旅行代理店（店長）	・良くなる要素が見当たらない。
旅行代理店（営業担当）	・上向く兆しがみえない。
タクシー運転手	・神戸港では、大きな船の出入りや週末の行事も増えており、人の活発な動きがそのまま続く。
タクシー運転手	・特に景況の上向く要素がない。
タクシー運転手	・企業や一般客のハイヤー予約も、比較的安定した状態で推移している。
通信会社（経営者）	・消費税増税の再延期の有無によって左右される。
観光名所（経理担当）	・今月は連休中も天候に恵まれ、曜日の関係で切れ目はあったものの、来客数は昨年並みで、売上も昨年とほぼ同じ水準となった。ただし、連休以降は急激に来客数、売上共に落ち込んでおり、月トータルでは前年比で10%弱の減少となりそうである。一方、最近台湾からの観光客が急激に増えており、当地を訪れた後の行き先は多方面にわたっている。台湾からの客による購入は、こちらの対応が遅れている影響で、今のところはわずかとまっている。全体的にみて、景気動向はあまり良くない印象である。
遊園地（経営者）	・目立ったプラス要素はなく、消費の動きからは景況感の改善がみられない。消費税増税の再延期も、結果的にマイナスに作用するリスクが大きいのではないかと。

ゴルフ場（支配人）	・熊本地震による影響のほか、サービス業の先行きが不安である。
競艇場（職員）	・全国の売上状況をもても、目立った動きがなく、景気は横ばい状態にある。
その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・景気の回復傾向が感じられる一方、消費の冷え込みによって給与の増加が遅れているため、総じて現状維持となる。
その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の交流戦を始めとする試合のほか、人気グループのコンサートなどが予定されている。夏休み期間となるので、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）	・大きな変動要因はない。
美容室（経営者）	・激安の美容室や大手チェーン店も、来客数は少なくなっている。外からのぞくと、この時間でもう営業が終わっているのかと思うことが多い。
美容室（店員）	・気温はどんどん上がっていくので、パーマのオーダーは増えると予測され、高い水準のまま維持できる。
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、夏場は来客数が増えるが、冬場になると減少する。
その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・無料体験への申込が少ない。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・今月も新しい複合タイプの大型店舗を続々と出店している。今後はこの新業態やアイテムの導入を進め、全体の売上アップにつなげていきたい。
住宅販売会社（経営者）	・これ以上悪くなることはないと思われるが、良くなる要素も見当たらない。新築物件の完成在庫も増えていると聞いており、一部の地域を除いて大きな変動はないと予想される。
住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税が再延期となる傾向であり、駆け込み受注がなくなるため、現状維持となる。
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）	・マイナス金利が導入されたが、一般の消費者にはあまり影響がないため、景気にも変化はない。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税の再延期で、期待していた駆け込み需要が見込めなくなっている。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・分譲マンション業界では、価格の上昇で販売環境が厳しくなっている現場が増えている。好転する気配はなかなかみられない状況である。
やや悪くなる	
一般小売店〔時計〕（経営者）	・今年の8月にはリオオリンピックがあり、消費者の関心が集まるため、買物に出かける人が少なくなる。そういったイベントへの関心や興味に打ち勝つようなヒット商品にも期待できないため、売上、来客数共に厳しくなる。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・神戸全体で見ると、景気や観光のすべてにおいて、周辺の大阪、京都、奈良に比べて遅れている。インバウンドも同様であり、夏休みに向けてこの傾向が更に強まることで、神戸だけが取り残されていくように感じる。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・一時期は上がった商品単価も、最近はまた安価な商品へと、購入の動きが移行している。ただし、安価な商品ばかりが売れるわけではなく、時々より高価な物や、価格に関係なく消費者が気に入った物を購入するケースがある。消費者の動きが、以前にも増して二極化しているような気がする。
百貨店（営業担当）	・円高、株安のほか、中国を中心とした新興国の伸び悩みなど、今後景気が回復する見通しが立たず、早期の消費意欲の改善が見込めない。
百貨店（営業担当）	・インバウンドの売上は減少傾向であり、富裕層優良顧客からの海外高級ブランド品や美術品の引き合いも減ってきている。
百貨店（商品担当）	・株価が上昇しない限り、客の購買意欲は上がらず、今の状況も変わらない。
百貨店（外商担当）	・円の動きや株価の不安定な状況が続いているため、高額商品を購入しようとする動きが減少する。
百貨店（販売推進担当）	・外商売上の不振が継続しており、その傾向がとどまる気配はない。
スーパー（店長）	・関西企業は夏のボーナス増もなかなか期待できないなかで、消費の増加を促す要素が見当たらない。
スーパー（店長）	・足元の個人消費が弱く、熊本地震の影響もある。昨年のプレミアム付商品券の反動減が出てくる7～9月には、景気が落ち込むと予測される。
スーパー（店長）	・近隣の競合店による影響が一巡していない。食料品は昨年並みの動きであるが、衣料品の動きが厳しい。住居関連も、競合店の影響で更に厳しい動きである。

コンビニ（経営者）	・フランチャイズ間のブランド競争で新店舗が乱立し、お互いの売上の減少を招く。	
衣料品専門店（経営者）	・参議院選挙や政治不信などの問題から、より一層消費が低迷すると考えられる。また、高齢者の間では余裕のない生活が続いている。	
衣料品専門店（経営者）	・自然災害が世界全体で発生しており、世界の経済状況も非常に悪く、回復の要素が見当たらない。	
乗用車販売店（経営者）	・再びデフレ傾向が強まっているとともに、個人消費も依然として低調である。	
乗用車販売店（経営者）	・沖縄の女性死体遺棄事件や、東京都知事の政治資金問題、大手自動車メーカーの燃費不正問題など、国内には問題が山積して、国民が消費を増やす雰囲気ではない。今後、夏のボーナス商戦に入っても、例年ほど百貨店や小売店の売上は増えない。	
乗用車販売店（販売担当）	・コンパクト車全体の受注は安定しているが、高収益車の受注が伸び悩んでいる。	
その他専門店〔食品〕（経営者）	・これからも値上げは期待できないため、利益が間違いなく圧迫される。	
一般レストラン（経営者）	・景気の見通しが非常に不透明であり、外食に対する支出は厳しくなりそうである。	
観光型ホテル（経営者）	・6月も団体客、個人客共に、昨年よりも先行予約がかなり少ない。ここへきて、来客数の動きは昨年よりも確実に悪くなっている。	
観光型旅館（団体役員）	・旅館の各施設では先月から耐震工事が始まっているため、収容人員や仕入れのほか、売上が減少するのではないかと懸念される。あと1年半ぐらいの間に9施設前後の耐震工事が予定されている。	
都市型ホテル（支配人）	・当面はマイナス金利の影響や、熊本地震の復旧・復興、梅雨入りなどで、回復が遅れると思われる。景気の良くなる材料は見当たらず、景気回復には時間がかかりそうである。	
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の好調は続くが、高止まりの状態であり、今後の大幅な増加は見込みにくい。宴会の予約状況も悪く、企業関係からは景気の良い話が聞こえてこなくなっている。	
都市型ホテル（客室担当）	・円高によるインバウンドの集客不足に加え、最近の宿泊料の高騰に伴う国内客の敬遠などもあり、先行きは非常に不安定である。	
都市型ホテル（総務担当）	・節約志向が強まってきたのか、それとも宿泊単価が上がり過ぎたのか、原因は不明であるが、国内客の動きが良くなく、予約率も悪化している。	
旅行代理店（経営者）	・夏休みの海外旅行の受付の出足が良くない。リオオリンピックと参議院選挙は旅行にとって逆風であり、家電に消費が流れるほか、外出の動きにも影響が出る。とにかく、国内、海外共に、旅行の受付に力強さがない。	
タクシー運転手	・修学旅行の時期も6月中旬に終わるので、また下り坂になる。	
通信会社（社員）	・顧客ニーズの多様化が予想以上に進んでおり、インターネットの接続サービスだけでは訴求力が落ちてきている。	
テーマパーク（職員）	・恐らく伊勢志摩サミット後には方針が出る消費税増税の問題のほか、熊本地震によって各種イベントを自粛しないと決めた気分になることが、景気を縮小させる空気を作る。何となくすっきりしない状態がいつまでも続くのは、やはり消費を停滞させる気分を生み出すと、つくづく感じる。	
観光名所（企画担当）	・インバウンド客はある程度確保しているが、国内客の出足が今一つである。今のところ、前年の水準の維持は難しいと予想している。	
競輪場（職員）	・良くなる要素がない。	
住宅販売会社（経営者）	・客の希望物件をみると、利便性を求める傾向があるので、取引件数は落ちてくる。	
住宅販売会社（従業員）	・これまで新築マンション市況をけん引してきた、大阪市内のタワーマンションの販売価格が坪単価300万円を超えてくることから、新規案件の売行きは鈍化する。	
悪くなる	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員） 一般小売店〔花〕（店員）	・景気対策が前に進んでおらず、熊本地震や災害への対応も後手に回っているほか、マイナンバーも機能していない。 ・理由は分からないが、売上が落ち込んでいる。先の予約注文なども少なく、明るい兆しがみえない。

		百貨店（マネージャー）	・海外経済の下振れリスクへの警戒感が強いほか、国内の個人消費は停滞気味で、実質賃金の上向き傾向も一部に限られる。非正規社員などの低所得者や、団塊世代の完全リタイアで消費意欲の減退が進むなか、モノ消費が伸びる要素は少ない。そのため、消費税率を上げようが、先送りしようが影響はあまりなく、むしろ日本の構造的な問題であり、社会保障や雇用システムの将来設計のメッセージが必要と感じる。
		スーパー（経営者）	・給料は上がらず、消費税増税が実行されれば、当然に消費は落ち込む。
		衣料品専門店（経営者）	・ある程度は価格の高い商品が売れなければ、売上が低迷してしまう。
		乗用車販売店（経営者）	・浮き沈みはあるが、ゆっくりと下降しており、良いところがない。
		一般レストラン（経営者）	・近隣にスーパーがオープンしたが、安さが売りのスーパーではないため、人通りが増えていない。近くにあった高めのお寿司店も閉店するなど、消費者はやはり安さ重視であり、財布に余裕がない。
企業 動向 関連  (近畿)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・受注量、販売量が増え、売上、利益共に増加する見込みである。
	やや良くなる	食品製造業（営業担当）	・これから梅雨の時期に入り、一時的に売上は下がるものの、今年は猛暑になると予想されているため、梅雨が明ければ売上は伸びる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・メーカーの在庫整理にも落ち着きが見られる。手堅いながらも、必要な物は作っていくという意思を感じる注文が増えている。納期は通常どおりであるが、少量、多品種の注文が多い。
		建設業（経営者）	・不動産に関する問い合わせからの受注も増えており、不動産が動いていると思われる。この動きはしばらく続く。
		輸送業（営業担当）	・自動車部品の工場が来月から生産増となり、荷物量も増える予定である。
		広告代理店（営業担当）	・月末からは夏物処分のバーゲンセールとなり、売上は伸びる。
		広告代理店（営業担当）	・政治の状況次第では、新たな経済政策によって広告の仕事も増えるかもしれない。
		変わらない	食品製造業（経理担当）
		繊維工業（総務担当）	・利益率向上のために商品開発に力を入れているが、消費者の反応が期待したよりも鈍い状況が続いている。
		繊維工業（団体職員）	・主力商品である、白タオルなどが苦戦している。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・いつもと仕事量に変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・顧客による生産の増加計画の情報がない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・夏は例年落ち込む傾向にあるが、今年も今のところは大きな需要も見込めず、例年どおりに少し落ち込む見込みである。
		金属製品製造業（経営者）	・製品によっては改善しつつあるが、鉄鋼全体では依然として生産が過剰である。
	金属製品製造業（管理担当）	・関西、関東共に目立った物件は少ないが、造船関連の受注が増えそうである。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いが受注に至るまでには、長い時間がかかるので、短期的な景況としては横ばいである。	
	一般機械器具製造業（設計担当）	・中小企業では昇給が行われていない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・円高、株安の動きが感じられるところに、最近は不安定感も強まっており、かなり悪影響が出ると思われるため、しばらくは安定しない状態が続く。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・今年の夏は猛暑の予想のため、エアコンや扇風機などの夏物商品の荷動きが活発になると期待される。ただし、あくまでも気温要因によるものであり、景気が良くなるとは言い難い。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・今月は仕事の予定がない。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・航空機関連の受注が増加傾向にあるものの、2～3か月の期間では大きな変動はない。	
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新商品への反応が薄いため、状況は変わらない。	
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・景気動向が低迷しており、個人消費も減少しているせいで、靴メーカーへの発注量が増えずに苦慮している。消費税増税の再延期についての話題が、唯一の好材料である。	

	輸送業（営業所長）	・新規案件は増えつつあるが、運転手不足ですぐには注文にこたえられない時がある。
	輸送業（商品管理担当）	・来月は父の日があるが、母の日もそれほど売上は伸びなかったため、横ばいで推移する。
	通信業（管理担当）	・変動要素がないため、変わらない。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・良くなる要素が見当たらない。それに対し、悪くなる要素はあちこちでみられる。
	金融業（営業担当）	・設備投資が少なく、取引先の売上は横ばいである。
	不動産業（営業担当）	・マイナス金利の影響で、不動産に対する銀行の融資態度が非常に甘くなっているため、不動産を購入する人が増える。ただし、実体経済が良くないため、賃貸市場も良くない状況が続く。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込収入が減少傾向で上向く気配がなく、維持してきた購読数も落ち始めている。悪いなりに頑張るものの、これ以上落ちると苦しい。
	広告代理店（営業担当）	・東京、名古屋、九州は好調であるが、大阪だけが伸び悩んでいる。
	司法書士	・不動産はあまり動かず、良くなる要素も見当たらないので、このままの状況が続く。
	経営コンサルタント	・特に変化する要因がない。ただし、当社の業務は、熊本地震によって行政関連の予算や用途が限定されてくるため、厳しくなると予想される。
	コピーサービス業（店長）	・問い合わせ量にあまり変化がみられないため、今後数か月は現状維持が続く。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・大きく変わる要素がない。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・これから夏場にかけて猛暑が予想されるが、行楽客の増加に加え、伊勢志摩サミットの効果もあり、インバウンド需要が更に期待できる。
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・過去の円安による大幅な輸入物価の引上げや、数量、品質ダウンなどの影響が、消費マインドの低下という形で徐々に顕在化している。景気動向は中期的には下振れ予想であるが、当面は低位ながら堅調な動きが続く。
やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・既存品の売上に大きな変動はないが、相変わらず安価な製品が中心に動いている。取引先の新店オープンの情報もあまり聞かれず、当社と取引のある設備メーカーも、新規の依頼が減ってきているようである。
	繊維工業（総務担当）	・国内景気の悪さで消費意欲が下がっているせいか、買い控えが起きている。
	化学工業（経営者）	・得意先や業界内の良い話がほとんどなく、先行きが不安である。
	化学工業（企画担当）	・連休の特需で、一時的に食品関連産業は売上が伸びた。ただし、今後は梅雨から夏季の消費低迷期に入っていくため、景気は伸び悩む。
	化学工業（管理担当）	・消費税増税の問題がどうなるかが不透明なほか、米国による利上げの6月実施が定かではないため、円安、株高傾向には移行しない。
	金属製品製造業（営業担当）	・自動車関連の取引先による、発注の内示数量が落ちてきている。
	電気機械器具製造業（経営者）	・最近までは、やや良くなると期待してきたが、今回の伊勢志摩サミットでの首相発言などをみて、急に不安になってきた。V字回復どころか、パニックが起こらないかが心配である。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注の減少が著しく、ノルマの半分程度にとどまっているほか、引き合い件数も増えてこない。
	建設業（経営者）	・人材不足のため、公共工事はもちろん、民間工事でも請負を断らざるを得ない可能性が出てきている。
	輸送業（営業担当）	・配達件数の伸びる要素がないので、このままでは減る一方である。
	経営コンサルタント	・身近なところでは、消費税率の引上げや物価の上昇により、消費は停滞している。その影響で企業側も思い切った投資ができず、社員の採用にも非常に慎重になっている。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・為替が円高傾向となっており、輸出関連業者への販売が停滞している。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・製品に競争力がなくなって、代理店が離れてしまうことで、販路が更に減っていくと予想される。
悪くなる	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・景気の先行きは回復が見込めない。
雇用関連	良くなる	-
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）
		・7月にはある程度回復することが予想される。

(近畿)	職業安定所（職員）	・生産用機械器具製造業の求人が増加しており、設備投資の拡大が期待される。	
	民間職業紹介機関（営業担当）	・ボーナス支給後に辞める社員の補充や、参議院選挙の出口調査などの大型案件もあるため、注文の増加が見込まれる。登録者数が増えており、マッチングしやすい状況になっている。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・企業の採用意欲はまだまだおう盛であり、今後も期待できる。	
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・景気を変動させる要素は様々であるが、右肩上がりの回復傾向に変化はなく、派遣業界の動きはこれから更に活発になる。IT関連での人材の取り合いだけでなく、自動車業界では派遣を活用する動きが戻る可能性もあるため、人材の争奪戦が活発になる。
	人材派遣会社（営業担当）	・企業側の基準が変わらず、求職者との求人内容のミスマッチが埋まらない。	
	人材派遣会社（役員）	・企業からの採用オーダーが減ってきている。	
	アウトソーシング企業（管理担当）	・しばらくは今の状況が続くそうである。	
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人数に動きがみられない以上、この先の景気の方角性についても動きはない。グローバル経済の下では、国内の経済要因よりも、英国のEU離脱問題や、米国の大統領選挙の行方、相変わらずの中国経済の減速傾向といった外的要因によって、この先の景気が左右される。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・参議院選挙や消費税増税などがどうなるかは全く未定で、見当がつかない。各種の数字も前年並みを予想している。	
	職業安定所（職員）	・このところ求人数は増加傾向で、求職者数は減少傾向で推移しており、全体的に雇用失業情勢は改善傾向で推移している。また、管内事業所に対する今後の展望についてのヒアリングでは、現状維持か、やや明るいとする事業所が多い。	
職業安定所（職員）	・大多数の事業所が現状維持と予想している。		
民間職業紹介機関（営業担当）	・変化の要因が見当たらない。		
学校〔大学〕（就職担当）	・すべてにおいてインパクトのある材料が見当たらない。		
やや悪くなる	民間職業紹介機関（職員）	・首都圏では、広範囲にわたって大型の建設作業員用の宿舍が進出、展開しているとの報告がある。その反面、関西圏では工事着工の兆しがないとの声が聞かれる。	
民間職業紹介機関（営業担当）	・世間では夏のボーナスが減ってきているなど、全体的に消費減速につながる要素が多く、そろそろ企業の拡大戦略も変化してくる。結果として、採用環境も以前に比べて悪化すると感じる。		
学校〔大学〕（就職担当）	・採用人数を昨年と比べて絞っている企業があるほか、内定状況も悪くなりそうである。		
悪くなる	-	-	