

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)		家電量販店（店員）	・かなりの猛暑となるため、エアコンが売れる。
		家電量販店（人事担当）	・今年は猛暑の長期予想もあり、季節家電の動きが活発になる。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・世の中の変化や、そのきっかけがなければ、当面は同じような状態が続くのではないかと。
		一般小売店〔酒〕（社員）	・消費に関しては、価格に見合うと判断されれば、高額商材の購入も比較的早い段階で決まる事例が増えている。
		百貨店（売場主任）	・周辺エリアの商業開発が再び活性化し、来客数が増加しているほか、ホテルの開発ラッシュに伴う今後の観光需要の拡大で、来客数の増加による売上増が見込めるようになってきた。また、この流れに乗って、当社でも開発機運が高まりつつあり、顧客の消費を刺激できそうな条件が整い出している。
		百貨店（売場主任）	・郊外店は少し苦戦しているが、都心店のインバウンド売上は、まだまだ力強く推移している。化粧品は、郊外店にまで波及効果が出始めている。
		百貨店（企画担当）	・外国人売上については、前年の売上減の反動で、11月後半までは大幅な増加が続くと予想される。また、減少傾向にあったボリューム層の婦人服、紳士服の動きにも、下げ止まりの兆しがみられる。外商顧客の売上も堅調なことから、当面の売上は前年を上回る見込みである。
		百貨店（営業担当）	・食品売場の改装が続き、これまでの売場とは違った趣向で展開するため、客の買物に際しての高揚感が更に高まると予想される。
		百貨店（販売推進担当）	・前年の第1四半期に若干の落ち込みがあった影響で、今年は好調である。来客数も著しく増加した影響で、直近は良い。ただし、今後もこの好調が継続するかどうかは疑問で、やや勢いは落ちると予想される。
		百貨店（服飾品担当）	・春物市場は縮小したが、盛夏市場はサンダルや天然素材雑貨の売上動向をみる限り、拡大傾向にあり、婦人服もスカートアイテムが徐々に動いているなど、今後が期待される。気候も、今年はかなり気温が上昇するとの予想から、ボディケア用品や暑さ対策商材は動くと思われ、9月以降も好調が続くと予想される。
		百貨店（マネージャー）	・北朝鮮や国際的過激派組織によるテロなど、国際情勢は先行き不透明であるが、猛暑の長期予想による夏物消費の好調、インバウンド消費の反動増、富裕層の顧客による宝飾品や金製品といった、資産保全商品への需要増などが予想される。春先とは異なり、消費の潮目が良い方向へ動いていると感じる。
		スーパー（経営者）	・前年は、リオデジャネイロオリンピックで買物などの外出を抑える傾向があったほか、2年前のプレミアム付商品券の反動もあり、7～8月の売上は苦戦したが、今年はこれらの反動が期待できる。また、猛暑の予想で、季節商材の販売が伸びることを期待している。ただし、電気代や加工食品、酒類の値上げにより、需要にどの程度の影響が出るのか、不安も大きい。
		スーパー（店長）	・記録的に暑い夏になるとの予想なので、夏物の動きが良くなると期待している。
		スーパー（店員）	・フルーツの種類が増える時期となるため、売行きが良くなる。
		スーパー（企画担当）	・日中の気温も高くなり、飲料や涼感商材が堅調に推移している。酒税法の改正に伴い、6月からはビールやその他酒類が値上げとなるため、駆け込み需要にも期待できる。収益も改善し、全体の利益増にも寄与すると思われる。
	スーパー（社員）	・スーパーを中心に、食品を販売する競合店の出店が増加している。このため、個々の店舗では業績への悪影響が大きいと見られるが、当社が店舗展開している大阪、奈良地域は、食品全体の消費額がまだまだ伸びる余地があるため、競争しながらも、当面は消費喚起を続けていく。	
	コンビニ（経営者）	・フラッペは現在4種類で、1か月で200杯ほど売れているが、これからますます暑くなるので増える可能性がある。コーヒーよりも単価が2～3倍高い商材が動き始める。	
	コンビニ（経営者）	・イートインコーナーの利用による売上増は、これ以上はなかなか望めないが、6月から酒類の安売りが禁止となる影響で、スーパーや量販店からコンビニへ、酒類の売上が一部シフトすることが期待できる。	

	コンビニ（店員）	・のんびりした店長であったが、本部の担当者が変わり、いろいろと指導を受けた結果、担当者が自分で売上を伸ばすような売場作りを始めたため、少し期待ができる。
	コンビニ（店員）	・近くでイベントや祭りが開かれるほか、夏休みシーズンで旅行者も増加する。
	衣料品専門店（営業・販売担当）	・夏物オーダースーツの注文に加え、秋物の注文も入ってきている。
	家電量販店（店員）	・今夏は猛暑が予想されており、エアコンの需要は必ず増えるため、販売量の増加が期待される。
	乗用車販売店（販売担当）	・自動車業界は9月に向けて繁忙月となるため、客の動きが活発になる。
	乗用車販売店（営業担当）	・ボーナス商戦と夏のレジャーに向けての拡販で、現在に比べて受注台数の伸びは予想しているが、国内の景気回復の結果ではなく、年間のサイクルによる動きである。
	高級レストラン（スタッフ）	・引き続き、この調子で推移してほしい。
	高級レストラン（企画）	・企業による宴会の予約の伸びが、前年に比べると良い。
	一般レストラン（経営者）	・3か月後はボーナス支給時期で宴会ニーズが増えるほか、夏休みに入って旅行者が増加、イベントも増えるなど、来店動機が増える要素はたくさんある。繁華街、ビジネス街共に、飲食店の景気は上向きとなる。
	観光型ホテル（経営者）	・地元の自治体以外への発信が活発になってきているため、少しは良くなる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・特に目立つ要素はないが、先行予約が好調である。特に、宿泊に関しては、実際では取れないとの認識が定着しているため、早期予約が目立っている。
	旅行代理店（役員）	・世界の社会情勢は不安要素であるものの、ある程度はエリアも想定されているため、観光需要は増える。
	その他レジャー施設 [イベントホール] （職員）	・来客者によるグッズの販売状況や、来場者の様子から、徐々に景気が上向いていると感じる。販売量の増加や、企業の生産増が、賃金に反映されれば、消費は更に増える。
	その他サービス[マッサージ] （スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、暖かくなると来客数が増加する。
	その他住宅[住宅設備] （営業担当）	・日が長くなり、遅くまで現場の作業を行う結果、残業手当が増える。
	商店街（代表者）	・単価の低下、来客数の減少が続く。
	一般小売店[時計] （経営者）	・この夏の気温については、かなりの暑さが予想されている。今の暑さでも既に客足が落ちており、客の年齢層が高い当店では、良い結果が出るとは思えない。また、所得の格差が年々広がり、自由に使えるお金を持っている人が減少しているように感じる。傾向として、良い方向に向かっているとは思えない。
	一般小売店[精肉] （管理担当）	・現状、神戸の街全体を活性化させる要素はない。自分たちで何か動きを生み出さなければと思うばかりである。
	一般小売店[野菜] （店長）	・景気の回復が実体を伴うまでには、まだまだ難しい。
	百貨店（売場主任）	・猛暑が予想され、夏物衣料やギフトとしての飲料水が活発に動く。
	百貨店（売場主任）	・経済を含め、世界情勢の非常に不安定な状況が続いている。今後、株価、為替変動の大きなリスクがなければ、インバウンドの好調が続くなど、現状の状態は続くと考えられる。ただし、国内客の需要は、所得が増加する要因に乏しいほか、将来への不安もあり、現状よりも改善するとは考えにくい。
	百貨店（営業担当）	・中間層の顧客の動きに明るさがみられるものの、外商客向け催事の来場数や、高額品の動きが伸び悩んでおり、今後の富裕層の動向に不透明感がある。
	百貨店（営業担当）	・景気の上向き傾向は、一部の富裕層では更に好調になるようである。高級ブランド品の売行きが伸びる一方で、中価格帯の商品の売上は更に減少することが予想される。
	百貨店（宣伝担当）	・世界情勢の変動によって、顧客の動きが左右される状況が続いている。インバウンドを中心とした新しい客が増える一方、既存の国内客、特に中間層と65歳以上の客の低迷が続いており、予断を許さない状況が続く。
	百貨店（サービス担当）	・今後、生活必需品の食料品などの値上げにより、消費の鈍化が懸念される。ただし、インバウンド効果に変化はなく、前年実績を確保できそうであるため、状況に大きな変化はない。

百貨店（販促担当）	・心理的な変化のきっかけが見当たらない。株価も決して低くなく、むしろ高止まり傾向にあるが、変化がないために消費への影響がない。節約志向というよりも、今の買い方に慣れてしまい、節約意識すら持たなくなっていることを危惧している。猛暑となる予想の夏に向けて、必要と思わせる商品の提案ができるかどうかが重要である。
百貨店（営業企画）	・3月以降、少しずつではあるが基調が回復している。フランスの大統領選挙が順当に終わったことも、市場に安心感を与えている。ただし、個人消費に力強さが感じられず、節約志向も依然として根強い。
百貨店（売場マネージャー）	・近年、季節の端境期での衣料品販売が苦戦するなか、今年の8月も激しい残暑が予想されているため、厳しい状況になると思われる。イベントやバーゲンの強化で集客を図り、実績を確保したい。
百貨店（外商担当）	・海外の政情不安も依然として続いており、国内の株価上昇が期待できる状態ではないので、富裕層による高額品の購買意欲が伸びない。
百貨店（商品担当）	・商品別の好不調はあるものの、総じて改善している。ただし、インバウンド需要の影響が大きく、安定感には疑問が残る。米国やフランスのほか、アジアの政情も不安定で、テロの不安もあるため、景気の推移は安定感に欠けると予想される。
百貨店（マネージャー）	・大きな改善要素が見当たらないなか、堅調な消費動向は続くと思われる。今後は購買チャンネルが多様化し、買い回りから見回りへと変化するが、その際に新たな体験を提供するような売り方がカギになる。心理的な部分では、北朝鮮の動向が注目される。
スーパー（店長）	・食品の動きが悪いままとりそうである。衣料品はまだ前年並みに推移すると予想される。
スーパー（店長）	・北朝鮮問題や米国の政治に対する不安もあり、消費者の生活防衛意識は高く、更にディスカウント業態へシフトする傾向が強まる。
スーパー（経理担当）	・今夏は猛暑が予想される。これまでの例では、売上に好影響を与えるケースが多いが、あまりに暑いと悪影響が懸念される。
スーパー（管理担当）	・景気対策にも目立った材料はないため、現状の水準がしばらく続くと思われる。
コンビニ（店員）	・景気の上昇につながる要因が見当たらない。
コンビニ（広告担当）	・国内外で不安なニュースが毎日のように流れている。国会では、国民生活の改善に関係のないテーマが議論され、海外では米国大統領や北朝鮮問題のほか、国際的な過激派組織などの不穏な動きが続いているため、良くなるよりも、変わらないか、悪くなる不安の方が大きい。
衣料品専門店（販売担当）	・ unnecessaryな物を買わないだけでなく、必要な物も買い控えるようになる。
家電量販店（経営者）	・所得増のほか、将来不安の払拭につながるような要素が見当たらない。
家電量販店（企画担当）	・かなりの猛暑となって、エアコンを中心とした夏物商材が動かない限り、米国大統領の動向もあって、大きくは変わらないと感じる。
乗用車販売店（経営者）	・海外経済の動向による影響が不透明である。
乗用車販売店（経営者）	・好転の兆しは感じられないが、単発であれ、仕事量が増えている。客からの依頼内容も、より突っ込んだ物があるため、少なからず仕事は増える。
乗用車販売店（経営者）	・新車の販売、車検の予約状況は、ほぼ前年並みで推移している。
その他専門店 [医薬品]（経営者）	・ドラッグストアという業態にこだわらず、生活に関連する商品であれば、商品の仕入量や在庫を意識し、早めに対応することで売上に繋がる。
その他専門店 [食品]（経営者）	・特に良くなる要素がない。
その他専門店 [宝石]（経営者）	・株価に影響を与えているのは、米国や欧州、中国の動きであり、今後も状況は変わらない。
その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・大きな催事などでは、訪日外国人客などのスポット客による売上の変動はあるものの、従来の顧客の購買意欲には変化が感じられない。
その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・最近カタログを発刊しても、すぐに受電数が落ち着くため、今の状態が続く。

その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	・特に、高単価のファッションでの売れ筋商品が見当たらず、売上は一進一退の状況が続く。
一般レストラン (店員)	・4月末からランチを始めた。最初は来客数も多かったが、ランチだけの注文のため、客単価が低い。客が増えても、単価の上がる見込みがない。
一般レストラン (経理担当)	・特に目立つ動きがない。下振れの要素もなく、現状のまま推移すると予想される。
一般レストラン (企画)	・来客数、客単価のバランスにばらつきがあり、良くなると断言できる状況ではない。ただし、緩やかではあるものの、前年に比べると良くなっている兆しはある。
その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	・全体的に人手不足で、サービスの向上に手が回らない。
観光型ホテル (経営者)	・特に目立った経済政策がない。次の消費税の増税をどうするのかなど、いろいろな問題が山積しているが、政治の動きが期待とは全く違っている。
観光型旅館 (経営者)	・インターネットの紹介サイトを介した民泊が、一般のホテルの客を取り込み、地方の旅館、ホテルに回ってくるはずの外国人客も取り込んでいる。
都市型ホテル (支配人)	・夏休みのレジャーにより、観光地では客足が増加すると思われるが、市内観光はインバウンド頼みになる。国内景気は、まだまだ上昇傾向とはならない。
都市型ホテル (スタッフ)	・宿泊は民泊の影響もあり、やや予約率が低下している。食堂はランチの企画商品が好調であるが、やはりディナーが苦戦している。宴会部門は、会議、パーティー共に、前年並みの予約率で推移している。
都市型ホテル (総務担当)	・宿泊では、1～2か月後は前年を上回る予約客数が見込まれるが、客室単価は前年に比べて1割弱下がっている。また、宴会の予約は前年を上回っているが、レストランは下回っている。
旅行代理店 (支店長)	・夏休みの旅行に対する申込の出足は鈍いものの、海外旅行から国内旅行にシフトする動きもあるなど、客の旅行マインド自体が冷え込んでいるわけではない。
旅行代理店 (営業担当)	・ボーナスが出る、来月以降の動きに期待しているが、個人消費の動向は不透明である。
タクシー運転手	・企業の営業関係での利用や、一般客の予約件数も現状維持である。
通信会社 (経営者)	・ガソリン価格の推移が懸念材料である。
通信会社 (企画担当)	・ゲームセンターの売上は下げ止まっている状態ではあるが、上昇に転じるほどでもない。
テーマパーク (職員)	・特定のコア層をターゲットにしたイベントが成功しているので、とりあえず前年並みの数字は確保できそうであるが、根本的な問題は解決していないのが不安材料である。
観光名所 (企画担当)	・インバウンド客については、一定の来場者数がある。国内客の動きもある程度は落ち着くため、このままで推移すると考えている。
競輪場 (職員)	・お盆の時期となるので、若干の期待はあるが、例年はそれほど上向かない。
競艇場 (職員)	・全国発売の高いグレードの競走にも、売上に目立った動きはなく、ほぼ横ばいである。
その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・プロ野球の交流戦や、人気チームの主催試合のほか、人気グループのコンサートなども予定されている。夏休み期間となるので、多数の来場者を見込んでいる。
その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・生徒数が増えて忙しい割に、全体の増収が少ないため、あまり期待できない。
住宅販売会社 (経営者)	・地価の上昇に対応した流通量の増加が感じられないため、現状の水準で推移すると考えられる。
住宅販売会社 (経営者)	・住宅需要は低迷しているが、相続などの案件が増えている。
住宅販売会社 (従業員)	・分譲マンション市場は、供給数が一定水準で推移する一方、需要は減少傾向にある。物件の選別が進むことにより、人気、不人気案件がより明確になってくる。
住宅販売会社 (総務担当)	・太陽光発電や、ゼロエネルギーハウスなどの増加に伴い、単価上昇の傾向が強く、延床面積が縮小気味である。
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)	・業種によっては好調であるため、一概に悪くなるともいえない。
その他住宅 [展示場] (従業員)	・住宅ローン金利は依然として低いが、政府の住宅政策では、新築需要を喚起する考えがないため、今後も需要の伸びは期待できない。

	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・マンション価格が下落する要素は当面見当たらない。市場動向は、予想しにくい状況が続く見込みである。
	商店街 (代表者)	・今の消費ムードの冷え込みをみると、良くなる要素が見当たらないほか、爆発的なヒット商品もない。
	一般小売店 [花] (経営者)	・今年も猛暑予想が出ているので、仕入や売上に影響が出そうである。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	・夏物衣料の立ち上がりが悪ければ、バーゲン時期に入っても期待できない。
	百貨店 (マネージャー)	・連日、今夏は猛暑と報道じられており、地域性や店舗特性を考えると、あまり良い環境とはいえない。訪日外国人の売上は、引き続き好調に推移すると考えられるものの、国内の中間層向けの婦人服、紳士服などは、羽織物の動きが鈍くなり、シャツやTシャツなどが売上の軸となるため、客単価の更なる低下につながる。
	スーパー (店長)	・景気の先行き不透明感のほか、社会保障費の増加、今夏のボーナス減少などで、可処分所得の減少が予想される。
	スーパー (企画担当)	・売上、取引件数は、前年割れの傾向が続く。
	スーパー (開発担当)	・物価の上昇や原価などの値上げで、景気は緩やかに下降する。
	コンビニ (店長)	・近くの競合店がたばこの販売を始めたため、少しずつ影響が出始めている。
	乗用車販売店 (経営者)	・他の業種でもよく聞か、我々の自動車修理業界も、お陰様で仕事はあるが、人手不足が深刻で売上が増えない状態となっている。今後もますます人手不足による賃金アップがコスト増に波及して、景気が悪くなる。
	乗用車販売店 (販売担当)	・売上単価の低下が止まらないほか、受注台数も厳しくなっている。
	住関連専門店 (店長)	・商談が増えても、手間やコストがかかる割に、値引きを要求される案件が多いので、結果として利益は減ると思われる。輸入業のため、不安定な為替による悪影響もある。
	一般レストラン (経営者)	・6月から値上げ商品が増えるため、外食の機会はますます少なくなる。
	その他飲食 [ファーストフード] (店員)	・ここ数週間で気温が急上昇しており、来客数が減少している。今年はかなり暑くなると予想されているので、今後の来客数が心配である。
	観光型ホテル (経営者)	・6～7月の予約はそれほど良くない。特に、団体客の動きが少し悪いようである。
	観光型旅館 (管理担当)	・米国大統領による政策の迷走や、北朝鮮のミサイルに対する社会の不安感が、消費を鈍らせる。
	都市型ホテル (管理担当)	・6月1日以降の酒類、特にビールの値上げは、飲料の原価に大きな影響を与える。また、ガス料金もアップし、収支に影響を与えることが懸念される。原子力発電所の再稼働による電気料金の低下を期待したい。
	都市型ホテル (客室担当)	・近隣にオープンした新規ホテルの影響か、それとも予約の間際化が原因かは判断できないが、前年比で売上が76%と苦しい状況にある。
	タクシー運転手	・神戸港の開港150周年ということもあり、順調に人出が増えている。ホテルは満室が続いているほか、気候もこれから暑くなるため、タクシーにも乗ってくれると期待している。
	タクシー運転手	・修学旅行も来月後半にはなくなるため、落ち込みが出てくる。
	タクシー運転手	・これといって景気の良くなる要素がない。梅雨入り後はタクシー利用率が上がるかもしれないが、根本的に景気を押し上げる材料が見当たらない。
	通信会社 (社員)	・テレビコンテンツに関する消費動向が変化してきている。4K放送や定額制の動画配信など、魅力のあるサービスの認知が広がっているため、新たなサービスを生み出さなければ、厳しい状況が続く。
	その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・新発売のタイトルにもよるが、主たるアイテムである、音楽、映像レンタル売上の厳しい状況は続く。
×	スーパー (経営者)	・ディスカウントストアの出店などで価格競争が進み、デフレ傾向が一層深まるため、景気回復は望めない。
×	スーパー (店長)	・競争が激化する。
×	衣料品専門店 (経営者)	・今年は7月が県知事選挙、10月が市長選挙と、選挙の年である。前半だけでなく、後半にも不安材料が多い。
×	衣料品専門店 (経営者)	・お金がないのではなく、無駄やぜいたくをしないようになってきているため、単価が安い物しか売れず、来客数も減っている。収入が安定しなければ、安心して買物はできないが、企業からすれば売上が伸びないため、人件費は上げにくい。

企業 動向 関連 (近畿)	木材木製品製造業（経営者）	・現在の生産量は受注量に比べて少ないため、販売量が伸びない。今後短期間で生産量を増やし、販売量を増やしていく。
	輸送業（営業担当）	・運賃の値上げが一度は決定したが、10月に延期となったため、荷物量は一段と増え続けている。
	食料品製造業（営業担当）	・今年の夏も猛暑になると予想されているので、飲料水の売上が伸びてくる。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・増えている品目には、量産試作関連の案件も含まれている。試作から量産試作となり、更に量産へという通常の流れからすると、そろそろ量産の発注が見込まれる。
	一般機械器具製造業（経営者）	・小型案件の注文が増えているので、早晚、大型の注文にも期待できる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・海外からの引き合いがなかなか受注につながらないが、社員のスキルは徐々に向上している。今はひたすら自助努力を続けており、近い将来には成果が生まれると考えている。
	建設業（経営者）	・着工時期がずれている案件が、今後着工していくほか、現在までの受注残を足していくと、良くなると思われる。
	不動産業（営業担当）	・神戸からの企業の撤退により、事務所や住宅のニーズが減ってきている。今後も続くと思われるため、神戸の景気は横ばい傾向から脱せない。
	その他非製造業〔会社〕（営業担当）	・既存の補助金に高効率の照明器具も適用となり、それを活用するユーザーが出てくる。
	食料品製造業（従業員）	・今年は猛暑との情報が流れているため、当業界には悪条件となる。極端に影響があるとは思えないが、天候はその時になってみないと分からず、先行きは少し厳しくなる。
	繊維工業（総務担当）	・靴下のような低価格商品では買換え需要が少ないほか、海外からの低額品が市場の大半を占めている現状では、市況の好転は期待できない。
	繊維工業（総務担当）	・販売方法をもっと工夫していくか、流通の仕組みを変更しなければ、経費がかかる割に、売上は伸びない。
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量には変化がない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・6月に入ってからのことは、現時点では分からない。
	化学工業（経営者）	・少し良くなりそうだと思っても、次の月には悪化するなど、受注が安定しない。
	金属製品製造業（経営者）	・人手不足ではあるが、大きな変化は起こらない。
	一般機械器具製造業（設計担当）	・景気が良くなるような要素がない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・世の中の動きは、スマートフォンを始め、IoT、人工知能、ドローンといった第四次産業革命に関する要素が増えているため、良い方向に向かう。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が伸び悩んでいる。引き合いはあるが、受注までには至っていない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・6～7月の仕事が未定であり、何とも判断できない。
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・景気の変動要因が見当たらない。	
その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・売上を左右するような商品もないため、変わらない。	
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・個人消費の低迷が続いており、百貨店を始めとする小売関係が不振のため、靴メーカーへの発注量が増えず、苦労している。	
建設業（経営者）	・人材不足により、思うように受注できなくなる恐れがある。	
建設業（経営者）	・技能労務者、管理技術員不足のなか、今後も厳しい価格競争が続くと予想される。工賃や建設資材の高騰も予想され、厳しい環境での経営が続く。	
輸送業（営業所長）	・運賃の見直しについて考慮してくれる荷主もいるが、交渉の進行は遅い。	
通信業（管理担当）	・変化の要素が見当たらない。	
金融業（営業担当）	・現状を打開する、新企画が見当たらない。	
新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込件数の落ち込みで、折込収入が減少しており、回復の兆しが無い。	
広告代理店（営業担当）	・今年は毎月の売上が、前年比で100%前後の推移となっている。	
広告代理店（営業担当）	・引き続き、広告出稿は好調に推移する。	
司法書士	・案件が少なく、大きな変動要因もないことから、このままの状態が継続する。	

	経営コンサルタント	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今後は、コンサルティング関連やマーケティング、販売競争などが注目テーマとなる。あるいは人材の能力強化、働き方改革などが、引き続き重要になってくる。
	コピーサービス業（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今年度は様子見の傾向がみられるため、上期は厳しい状況が予想される。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・ これという情報がない。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 梅雨入り、梅雨明けの時期は例年どおりで、今夏も猛暑の予想であるため、行楽需要には期待できる。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 好転していく材料や動きがないため、今後もあまり変化はない。
	食品品製造業（経理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 6月からは多品種にわたる値上げが始まることもあり、良くなる材料がない。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 8月までの受注がまだ予測できない。また、良い話も耳に入っていない。
	化学工業（管理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 円安による原材料の値上がり傾向が非常に強い。
	化学工業（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 連休に関する特需が期待されたが、販売状況に好影響はなかった。これから梅雨や、夏季の消費低迷期に突入するため、好転する可能性は低い。
	金属製品製造業（管理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 6月からも鉄材関係の値上げがあり、1工場だけで、50万円以上の利益損失がある。太陽光関連の見通しも暗い。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 引き合いはあるものの、受注に至るか否かが不透明である。営業努力により、いかに受注に結びつけていくのが課題である。
	輸送業（商品管理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 引っ越しシーズンが終わり、家具などの販売量が減少している。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 北朝鮮情勢の先行き、株価の停滞など、良くなる材料がゼロである。
	金融業（副支店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 米国大統領のロシア関連問題による影響が出てくる。
	広告代理店（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 夏のバーゲンの販促経費を減らしているクライアントが多い。少ない予算で、数多くのにぎわいを演出できるような要望が多く、大きな売上にはつながらない。
	金属製品製造業（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本企業、特に大企業は、まだまだコストアップを受け入れる体制にはない。このままでは、弱い立場の中小、零細企業の経営が立ちいかなくなる。自社の収益だけを考えるのではなく、日本経済全体を考えたリーダーシップを期待したい。
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 景気の先行きが不透明である。
雇用 関連 (近畿)		-
	人材派遣会社（支店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・ ここ2～3年はみられなかった、5G対応の基地局の増設案件が大量に出始めている。
	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 足元では、東大阪地域を中心に、中小製造業からの求人が増加している。中小企業にも景気回復の動きが広がっている。
	学校〔大学〕（就職担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今の傾向が続くことを祈っている。
	人材派遣会社（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 来年の9月ごろには労働者派遣法改正の3年問題がやってくるため、今後も当分の間、雇用に関しては二極化する。ゴールデンウィーク明けもあまり力強さが感じられず、この状況がしばらく続く。ただし、景気は右肩上がりのトレンドに変わりはないため、人材派遣業界への一定の需要はある。
	人材派遣会社（支店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現状維持だと予想される。
	人材派遣会社（役員）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業は人手不足のなかで、限られた労働力でやりくりしている。求職者にはひとまず仕事があるため、極端な不景気になることはない。この状況は今後も続くと予想される。
	人材派遣会社（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ Web登録での求職者がかなりのスピードで増えている一方、求人倍率の上昇もあり、案件に対する実際の応募数は減少している。
	人材派遣会社（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 7～8月には、9月に向けた募集案件による受注の微増を予想している。求職者の動きに期待したい。
	アウトソーシング企業（管理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今後も仕事が入ってくる予定はなく、先行きは厳しい。

	新聞社 [求人広告] (管理担当)	・新聞求人に、この先の景気を左右する動きはみられないが、広告業界では若手、中堅社員の転職が増加している。長時間労働の問題や、時間外労働の報告義務といった政府の対策で、社員に過剰な労働を課せなくなったため、新卒、キャリアを含めた社員の増員に伴い、業界の求人が動いている。この傾向は、広告業界のみならず大手企業全体に広がっているとみられ、今後は求人市場が盛り上がる。ただし、現時点でこれが景気の先行きを占うものとは考えられない。将来的に、企業が労働生産性を上げるために、本気で取り組むようになれば、景気は上向いていく。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・今後も売上は前年比で10%減を見込んでおり、景気回復の手ごたえは得られていない。
	職業安定所 (職員)	・求人数の増加と、求職者数の減少が継続し、雇用保険受給者数も減少傾向であることから、雇用失業情勢は改善が進んでいる。ただし、管内事業所に対する今後の展望のヒアリングでは、現状維持とする事業所が約7割を占める。
	民間職業紹介機関 (職員)	・建設日雇い求人での社会保険完備の義務化と、雇用保険の運用厳格化による混乱のほか、雇用の抑制がしばらく続くため、景気の基調は横ばい傾向と予想される。
	民間職業紹介機関 (マネージャー)	・堅調に推移すると予想している。
	学校 [大学] (就職担当)	・大手企業では採用数が絞られてきており、求人数は減っている。ただし、大手企業以外の求人数の増加が上回っているため、景気としては変わっていない。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・新卒の人材への需要は高まるが、公的機関の活用や大学への求人など、採用に予算をかけない企業が増えてくる。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・毎年の傾向であるが、夏はお盆休みもあり、求人の動きはほとんどない。
x	-	-