

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)		家電量販店（店員）	・今年梅雨入りも早いといわれており、既に暑い日が増えているので、エアコンの販売台数も伸びてきている。従来のエアコンに不満がある人が多く、より快適な商品を買求める動きが増えているため、現在は20万円前後のエアコンがよく売れている。少し単価が落ちたととしても、台数が確実に増えるので、景気は良くなる。
		家電量販店（人事担当）	・梅雨に向けて、扇風機や除湿機が動くほか、気温の上昇に伴いエアコンなども活発に動き始める。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・お中元商戦の波に乗り、少しでも販売量が増えることを期待している。
		百貨店（売場主任）	・5月中旬以降、来客数、売上共に回復傾向にある。
		百貨店（営業担当）	・富裕層の優良客は、購入に有利な時期を選ぶなど、タイミングには慎重になっているが、来年の消費税増税も見据えて、高級ブランド品や美術品を買う客は更に増えてくる。
		百貨店（営業担当）	・中間層の節約志向は根強く、ボリュームゾーンのファッションや食品の伸び悩みが予想されるが、夏のボーナスの増加による需要の下支えが期待される。また、富裕層マーケットの堅調な動きや、インバウンドの伸びも続く。
		百貨店（服飾品担当）	・4月に売上が大きく伸びたサンダルなどの盛夏商材が、5月に入ってやや陰りがみられたものの、天然素材を使用したバッグや帽子、雑貨類が中旬以降に回復傾向となった。近年は盛夏商材が6月に投入され、8月まで定価で売っていく形となり、商品に幅と興行きがあるため、夏物商戦は活性化することが予想される。夏物のコスメ関連の実需も、現状の傾向を維持する可能性が高いため、更なる売上アップにつながる。
		百貨店（マネージャー）	・今夏は猛暑になるとの予測もあり、衣料品や雑貨、家庭用品、食品などの夏物商材に対する、中間ボリューム層の購買意欲の回復につながることを期待している。また、富裕層による高額品の購入や、インバウンドによる免税売上の右肩上がりの動きは当面続くと予測している。
		コンビニ（経営者）	・季節的に来客数が増えてくるが、自動レジの導入で客さばきが早くなるため、売上の増加に期待している。
		コンビニ（店員）	・お盆休みや夏休みの時期には、旅行客の来店が増える。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・高額のおオーダースーツが売れている。また、同じ客でも単価が上がっており、低価格品の売上が減少している。
		乗用車販売店（営業担当）	・ボーナス商戦や夏季休暇のレジャーに向けた需要により、購買意欲のある客が増える。それに向けたキャンペーンやフェアも予定しているため、短期的ではあるが回復に向かうことが予想される。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・夏に向けて、掃除用品がかなり動いている。また、若い女性や男性の間では、免疫力を高める商品やダイエット食品、プロテイン、栄養ドリンク剤の購入が、以前に比べて伸びている。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・初夏の陽気が購買意欲を上げてくれると期待している。
		一般レストラン（経営者）	・周年イベントがあるため、一定の集客数は見込めるが、単価が安いので利益は少ない。
		観光型旅館（経営者）	・県内にある大型の旅館が、リニューアル工事を経て営業を再開している。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は低料金のホテルの参入が目立ち、単価や稼働率が下降気味である。その反面、宴会場の新規参入は少ないため、おおむね前年並みの受注状況となっている。酒税の引上げで単価を変更したこともあり、収入は若干プラスで推移している。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・先行予約は順調なため、直近の需要がどこまで伸びるかが重要となる。	
	旅行代理店（店長）	・テロなどもなく、平穏な雰囲気であるため、これから夏に向かって伸びてくる。	
	旅行代理店（支店長）	・夏休みの旅行の申込みは堅調であり、働き方改革などの影響で、早くから予定を立てる客が多い。そういった雰囲気が、周りにも広がっている様子がみられる。	
	旅行代理店（役員）	・政情不安の懸念は少なく、企業の好景気に引っ張られて団体客の需要が伸びるなど、個人消費にもプラスの要素が増える。	
	タクシー運転手	・上半期の株主総会を経て、少し動きが出てくると予想される。	

通信会社（社員）	・夏のボーナス需要も、ある程度見込めるのではないかと予想している。
通信会社（企画担当）	・これから夏休みシーズンが近づいてくるため、ゲーム関連の売上アップが期待できる。
競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走における電話投票の伸びが、前年に続き好調である。
美容室（店員）	・ボーナスも出るため、懐具合は良くなる。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・新築需要については、消費税増税の時期が迫っているので、ここ数か月で客が動く可能性はある。
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・夏の繁忙期に入るため、仕事が暇になることはない。
商店街（代表者）	・格安店では、かれこれ10年以上も好調な状況が続いている。
一般小売店〔花〕（経営者）	・景気回復の兆しがみられない。
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・新規受注もなく、なかなか上向く材料が見当たらない。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・季節商材の立ち上がりの動きが鈍く、現在も販売量が少ないため、数か月先も販売量が大きく増えるとは思えない。
一般小売店〔野菜〕（店長）	・大型店舗には景気の良い店もあるようだが、小型店舗には景気回復の波が及んでおらず、現状は良くなる要素がない。
百貨店（売場主任）	・季節の変化に伴い、季節商材が好調に売れると予想される。
百貨店（売場主任）	・インバウンド以外の消費が低迷している。食品や紳士衣料など、本来は大きく変動することのない商品が不振続きとなっている。足元の消費が良くなる兆しはない。
百貨店（売場主任）	・インバウンドの需要は更に増加することが期待されるが、国内客については、積極的な消費が期待できない。特に、主力ターゲットの40～50歳代は、教育費や家のローンなどでモノの消費に消極的であるほか、若年層も通信費といった物販以外への投資が優先する傾向にあるため、ファッション関連の消費が上向く要素には欠ける。
百貨店（販売推進担当）	・衣料品の不振が続いており、定価での販売が困難になる一方である。6月末からのバーゲンセールでも、単価のダウンが予測される。一方、唯一の明るい話題として、高額品が一部の外商客の間で好調に推移している。ただし、全店に影響を与えるほどの、販売量のインパクトはない。
百貨店（サービス担当）	・インバウンド効果はまだ続く雰囲気があり、それに伴うショップなどの入替えや改装などで、売上は確保できる。状況としては大きく変わらないと予想され、インバウンド効果も続く。今後も様々な催事を企画していくことで、集客も可能だと考えている。
百貨店（商品担当）	・米朝首脳会談やイスラエルの米国大使館移転問題など、米国大統領の行動次第で、為替や株式相場が不安定化する懸念が強い。景気の先行きは弱含みとなるほか、インバウンド需要も鈍化するため、起爆剤となる商材が出てこなければ厳しくなる。
百貨店（マネージャー）	・国内客の高齢化が進み、消費税増税や社会保険料の負担増などへの不安から、それぞれの価値と価格のバランスを考えた選択消費が続く。将来に備えた、身の丈にあった消費行動と、新たな体験などの価値を重視した行動が、当分は続くと思われる。
百貨店（販促担当）	・世界情勢、国内政治共に、不確定要素が多い。株価の推移に影響が出ると、不況感が高まるため、消費の冷え込みが懸念される。直近では大ヒット商品にも期待できないため、日々の売上を確保するために、様々な意味で、少し良い価値を感じてもらうことが必要となる。
百貨店（商品担当）	・今年に入ってから、来客数、売上共に同じような傾向が続いている。特に大きな変化は感じられないため、3か月後も今のままで推移する。
百貨店（売場マネージャー）	・実需による購入が増えているため、バーゲンセールの期間はそれなりの売上が期待できそうであるが、メーカーの生産調整により商品の確保が難しくなっている。
百貨店（営業企画）	・企業業績は良いものの、個人消費は回復していない。北朝鮮関連のリスクや米国の保護貿易主義など、世界経済の先行きが不安定である。
百貨店（宣伝担当）	・国内消費の不振を、インバウンド売上で補う状況は変わらないと予想しているが、今後は世界情勢の変化による影響も出てくることから、楽観視はしていない。ただし、夏のボーナス増のニュースや、酷暑となる予想から、入店客の増加が期待できるため、取り込みに向けての対策を行っていく。

スーパー（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・競争の激化による価格競争の継続で、来客数や客単価の改善が進まない。住宅地に立地するスーパーでは、インバウンドの恩恵も極めて限られており、生鮮品の強化などが差別化の武器となる。ただし、有効求人倍率の上昇は若干落ち着いたものの、時給のアップが著しい一方、既存パート社員とのバランスもあって極端には上げられず、パートの確保がままならない。
スーパー（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・生活必需品への支出を極力抑えようとする傾向は変わらない。
スーパー（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・気候なども前年と余り変わらない。
スーパー（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・夏のギフトも年々減少傾向にあるほか、行楽用の買出しも現地で確保が主流となっているため、夏の買物は減少傾向となる。
スーパー（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・可処分所得の減少による先行き不安や、メリハリ消費、インターネット通販や中古品の購入といった節約志向で、個人消費の増加は望めない。米国による自動車関連の輸入関税や北朝鮮政策などが、世界経済に及ぼす影響も大きい。
スーパー（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・特に大きな環境の変化がなければ、状況は変わらない。食品や生活必需品での節約志向は強く、財布のひもは固い。
スーパー（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・来客数の減少には改善の見込みがなく、このままの状態が続く。
スーパー（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームセンターと格安スーパーの新店舗が、近隣に来月オープンする予定であるが、先行オープンしたホームセンターの影響で、店舗の売上は上昇している。格安スーパー対策を確実に行えば、相乗効果で更なる上昇が見込まれる。生鮮品を強化して、こだわりの商品や産直品などを客にアピールし、価値を知ってもらうことが必要である。
スーパー（経理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・サッカーワールドカップの開催時は、いつも在宅率の変化などで多少の影響を受けるが、今回は代表への期待が低いいため、影響は少なそうである。逆にサッカーワールドカップに関連したセールも盛り上がりを見込めることになる。
スーパー（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・非食品部門の苦戦はこれからも続く。ただし、当社の中心商品である食品に限れば、販促効果による堅調な動きが続いており、当面は全体を支える状況が続く。
スーパー（管理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・原料価格が上がってきており、仕入コストへの影響が懸念される。
スーパー（開発担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・関西では景気の回復感が全く感じられない。中小企業が多いため、景気がなかなか上向かない。
コンビニ（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・今の様子では、景気が急に良くなったり、悪くなるといった変化はないが、良くなる要素が見当たらないのが実情である。
コンビニ（広告担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・国内では、日用品の一部値上げやガソリン代の値上げなどもあるが、今後2～3か月では大きな変化はない。海外では、北朝鮮と米国の交渉が続いているが、地政学的リスクも一時的緊張感が薄れている。
コンビニ（店員）	<ul style="list-style-type: none"> ・全体的に大きな変化はない。
家電量販店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・財布のひもが緩む要素はない。省エネ家電のエコポイント制度からちょうど7～8年が過ぎて、買換えの時期にきているため、需要を刺激するような施策に期待している。
乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・特別に良くなる要因が見当たらない。
乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・板金関連の仕事が増える一方、用品販売や一般整備が減っている。理由は分からず、需要がいつまで続くのかも分からない。
乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・新車の販売、買換え共に台数が少なく、横ばい状態である。高齢になって廃車にする客が増えている。
乗用車販売店（販売担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・他社の新型車による効果で、市場が盛り上がることを期待している。
乗用車販売店（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・輸入車部門全体の苦戦が続いている。新車が売れず、中古車の相場も下がっているため、状況の改善は難しい。
その他専門店 [医薬品]（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・競争の厳しい業界であり、生き残るためには、客に喜んでもらえるサービスを提供するしかない。プライベートブランド商品の開発などによる、同業者との差別化が、生き残っていく道である。
その他専門店 [食品]（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・夏の天候などにも左右されるが、特に大きく変わることはない。
その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・北朝鮮情勢の安定が期待外れとなることで、経済効果も薄れる。

その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・宝飾品に分類される高額ブランド時計はぜいたく品であるが、実用品としての側面もあるため、多少は時期による売上の変動がある。一方、装飾品として買われる宝飾品は、売上の増えるタイミングが判断しにくい。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・配送料や人件費の上昇に伴い、商品の値上げが増えているため、購買を絞る動きが更に目立ってくる。
高級レストラン（スタッフ）	・梅雨時期に入るため、余り期待はできない。
高級レストラン（企画）	・インバウンドの伸びはあるものの、今後3か月の婚礼宴会の受注数が大きく減少している。足元の料飲客数の動きも悪く、今後の改善は期待しにくい。
一般レストラン（経営者）	・今後の相次ぐ値上げにより、どのような影響が出るのかが不透明である。
一般レストラン（企画）	・来客数の前年比が、3月以降は上昇傾向にあったが、5月が天候不順であったとはいえ、ゴールデンウィークの営業が落ち込むなど、現段階で景気が良くなっているとは考えにくい。ただし、売上全体は前年を上回っており、景気の改善傾向は継続している。
一般レストラン（経理担当）	・政情不安が停滞感を生んでおり、消費にも影響を与えている。
一般レストラン（店員）	・10%値引きのクーポンや新しいフェアといった販促でも、売上や来客数が増えないため、2～3か月先も増える見込みがない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・全体的に余裕がない。
観光型ホテル（経営者）	・宴会の減少が売上に大きく影響しており、この傾向は前年と同じである。
観光型ホテル（経営者）	・経済状況の改善のための政策もなく、世界的な不安材料も解消されないため、日本の経済状況が良くなる確信はもてない。
観光型ホテル（経営者）	・6～7月の先行予約状況は、やや前年を上回っている。当地域では耐震工事中の施設が2軒あるため、景気が上向いたというよりも、その影響が大きい。
観光型旅館（経営者）	・良くなる要素がない。
都市型ホテル（管理担当）	・外国人宿泊客に勢いはあるが、国内客の利用には不安が残ることから、先行きが読みにくくなっている。
都市型ホテル（客室担当）	・予約が間際化していることもあり、7～8月の予約も前年割れの状況である。外国人旅行者は引き続き増えるものの、ホテルの供給も増えている。
都市型ホテル（総務担当）	・7～8月の宿泊予約については、件数、売上共に前年を下回っているほか、宴会の予約も前年割れとなっている。
都市型ホテル（管理担当）	・アジアからのインバウンド以外の受注状況に、力強さがみられない。宴会においても規模の縮小が見受けられる。
旅行代理店（営業担当）	・個人消費の動向が不透明である。
タクシー運転手	・貸切りの依頼が増えているほか、修学旅行生が多く京都を訪れている。
タクシー運転手	・大きな社会的変化が起きない限り、今のところは現状の流れが続く。
タクシー運転手	・一般客の利用や企業関係のハイヤー予約は安定しており、大きな変化はない。
通信会社（経営者）	・経済情勢に大きな変化の兆しはない。
テーマパーク（職員）	・現在の経済状況で消費税増税を行うとは考えられない。北朝鮮情勢の動きは、いわゆるリーマンショック級の事態に相当するため、今回こそ消費税増税の延期ではなく、凍結を宣言してほしい。そうすれば内需が拡大して景気は回復し、その結果として税収も増える。
観光名所（企画担当）	・大きな変化がない限り、インバウンド客は安定して来場すると予想されるが、国内客は停滞気味のため、集客策を検討していく。
遊園地（経営者）	・前月と同様に、利用者数は順調に推移しているものの、客単価が伸びない。要因は様々であるが、消費に慎重な様子が見受けられ、景気動向は一進一退という印象がある。
競輪場（職員）	・物価の上昇の影響か、前月よりも客単価が下がっている。好転するようには思えないが、更に悪化することもなく、今月とそれほど変わらない気がする。
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球では交流戦などの試合があり、それ以外にも人気グループのコンサートなどが開催される。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)	・入会者の動きは順調であるが、中学生は定期テストの結果次第で退会もあり得る。
住宅販売会社 (経営者)	・宿泊施設やホテルの建築が相変わらず進んでおり、そのパブルが弾けるまでは、現状のままで推移する。
住宅販売会社 (経営者)	・客の動きが安定してきている。
住宅販売会社 (総務担当)	・消費税増税に向けた駆け込みの動きなどがみられない。秋以降に顕著な動きが出てくることを期待している。
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)	・特に政策的な変化はないので、景気も余り変わらない。
その他住宅 [情報誌] (編集者)	・国内の経済環境は堅調に推移する一方、地政学リスクの顕在化に不安がある。
一般小売店 [衣服] (経営者)	・夏に向けて、気温が高めで推移しているにもかかわらず、店頭も仕入先メーカーも商品の絞り込みや在庫調整を進めている。
一般小売店 [時計] (経営者)	・今月は売上、来客数共に、3か月前よりも若干良くなっている。ただし、全体の様子でみると、ベースが上がっている感覚はない。必要性から購入してくれているが、余裕があるわけではない。安定して景気が良くなっているとは到底思えず、先行きはまだまだ用心しなければならない。
一般小売店 [精肉] (管理担当)	・古くからの専門店は、時代の流れに対応しなければ一気に衰退する。特に、情報発信力が必要な社会に対応していくためには、景気の流れに乗れるかどうか、又は逆風に耐え、悪い時期をしをのけるかにかかっている。
百貨店 (企画担当)	・今月のような傾向が続きそうである。今後2～3か月は、インバウンド売上の増加によって前年を上回る動きとなるものの、伸び率は鈍化していくと予想している。
百貨店 (マネージャー)	・米国と北朝鮮の問題などもあり、業界による差はあるが、決算発表はおおむね好調であった。今後も、国内の富裕層や訪日外国人にけん引される状況が続く。その一方、国内の中間層の消費は上向く材料に乏しい。節約志向によるものではなく、これが本来の姿として根付いており、回復が期待できる状況ではない。
百貨店 (外商担当)	・政情不安が続く可能性があり、株価は下がると予想されるため、富裕層を中心とした購買意欲は低下する。
スーパー (経営者)	・単価の動きや客の様子をみると、低価格志向が強まっている。
スーパー (店員)	・近くに24時間営業のスーパーがオープンするため、土日はかなり客が減りそうである。
スーパー (店員)	・閉店したスーパーの跡地に、新たなスーパーが入るため、客の流れが変わることが予想される。
家電量販店 (企画担当)	・世界情勢の不安定さから、消費の増加にはつながりそうにない。関西の百貨店に限っては、インバウンド需要によって活気付いているが、家電までは需要がなかなか回ってこない。
乗用車販売店 (経営者)	・国際的には、米朝首脳会議が無事に開催されるかに関心が集まっている。その一方、国内では国有地売却関連や獣医学部新設問題で国会が紛糾していて、景気対策にまで議論が及んでいない。しばらく国内外の問題は解決しないと予想されるため、景気は良くなるらない。
住関連専門店 (店長)	・商談の数は変わらないが、例年よりも予算の少ない客が増えている。また、客との会話では、消費に関する予算のアンバランスさを感じられる。衣食住では食が一番で、次に衣、最後に住という順位であり、食と衣では手軽で安価な物を繰り返し購入する一方、費用をためて住を改善させようとする人が減っている。
その他専門店 [宝石] (経営者)	・これから2～3か月先は、米国と日本の貿易において、少し日本のマイナス面が大きくなるため、その影響が株価などに出てくる。
その他小売 [インターネット通販] (オペレーター)	・送料の値上げにより、売上が減少する可能性がある。
その他飲食 [ファーストフード] (店員)	・商品には、寒い時期に動く物が多い。予想以上に気温が上昇しているため、今後数か月は厳しい状況が続く。
観光型旅館 (管理担当)	・北朝鮮と米国、中国、韓国が歩み寄る一方、日本が取り残されている感がある。米国との貿易問題が拡大する懸念もあり、景気の上昇にプレーキが掛かる気がする。
その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・景気が上向きであるにもかかわらず、所得の伸びは余りない。4月からの物価の上昇で消費が更に低調になっているため、必要な物以外の嗜好品に対する消費が鈍い。

	その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・カフェや文具関連で売上全体をカバーしているが、主たるアイテムの売上減少に歯止めがかからない状況である。
	住宅販売会社 (従業員)	・販売不振の分譲マンションの販売期間が長期化し、在庫については販売価格が下落傾向にある。これに伴い、新築マンションの販売に影響が出ることも懸念される。
×	衣料品専門店 (経営者)	・梅雨に入って雨が降ると、気温が下がって夏物が売れにくくなるが、梅雨が明ける頃にはセールに入るため、やはり売れなくなる。
×	衣料品専門店 (経営者)	・経済指標は好調な状態を示しているが、消費者にまで金が回っていない。
企業 動向 関連 (近畿)	*	*
	食料品製造業 (営業担当)	・梅雨が明けてからは、今年も猛暑となる予報であるため、飲料水の売上は少し良くなる。
	木材木製品製造業 (経営者)	・需給のバランスがようやく取れてきたが、国内の販売には波があり、なかなか予定どおりにはいかない。
	建設業 (経営者)	・季節要因では、例年6月以降は売上が徐々に伸びるので、今後はやや良くなる。
	その他非製造業 [商社] (営業担当)	・補助金の支給状況次第ではあるが、良い方向になることを期待している。
	食料品製造業 (従業員)	・先々の企画も決まっていないので、大きく伸びることも、落ち込むこともなく、現状維持の状態が続く。
	繊維工業 (総務担当)	・人材の確保次第で、売上が良くも悪くもなるという状況であり、我慢の経営となっている。
	繊維工業 (総務担当)	・靴下の販売では、高付加価値商品が一時注目を集めていたが、最近は安い商品しか売れない傾向が再びみられる。
	家具及び木材木製品製造業 (営業担当)	・仕事量に変化はない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	・様々な要因で変化するため、分からない。
	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・様々な業種と取引があるが、どの業者からも良い話が聞かれない。前年の実績と比べても、特に代わり映えはない。
	化学工業 (管理担当)	・取引先からは、発注数量の減少についての情報は出ていない。化学品の原材料の値上げが続いているが、製品価格に転嫁できていないため、利益は減少気味である。
	プラスチック製品製造業 (経営者)	・定番商品の注文はあるが、新規案件が少ない。2～3か月後も、受注はこのままの状態が予想される。
	窯業・土石製品製造業 (経営者)	・業界内では、求人の募集に対して求職者が応じてくれない状況が続いている。今後、徐々に生産能力を落としたり、ラインを間引く動きが出てくれば、生産にも大きな影響が生じる。
	一般機械器具製造業 (経営者)	・次々と受注があるとは思えないが、少し良い状況が続くそうである。
	一般機械器具製造業 (設計担当)	・株価などには改善がみられるが、一般の消費者の実感として良くなるまでには、もう少し時間が掛かりそうである。
	電気機械器具製造業 (営業担当)	・相変わらず仕事が少なく、暇な日が多い。
	電気機械器具製造業 (宣伝担当)	・サッカーワールドカップなどのイベントもあるが、この前後で景気の変動があるとは思えない。
	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・現状からの大きな変化はない。引き合いをいかに受注に結び付けていくかが課題である。
	その他製造業 [履物] (団体職員)	・景気は回復基調にあるが、将来の負担増に備えるため、個人消費は依然として低迷が続いている。靴メーカーへの発注も増えず、苦労している。
	建設業 (経営者)	・官庁、民間工事共に、発注量が前年に比べて少なめである。今後も価格競争が激化することが予想される。
	建設業 (経営者)	・特に良くなる材料がない。
	輸送業 (営業担当)	・同業者の値上げにより、単価の低い通販関連の荷物ばかりが増えたため、利益は全く増えていない。
輸送業 (商品管理担当)	・引っ越しなどのシーズンが終わり、販売件数は減っている。この状態がしばらく続く。	
通信業 (管理担当)	・ボーナス商戦までの間、買い控えが発生する。	
金融業 (営業担当)	・東京オリンピックに向けた動きもあり、関西地区も景気の回復傾向が見込まれるが、本格的な回復の動きではない。	
金融業 (副支店長)	・関西では大きな公共工事の話もないため、景気は当面変わらない。	
不動産業 (営業担当)	・神戸からの企業の撤退は今後も続く。それに伴い、神戸の景気はなかなか良くならない。	
広告代理店 (企画担当)	・海外情勢の影響を受けることが多く、国内景気は安定せず、回復が停滞している印象を受ける。	

	広告代理店（営業担当）	・現場では、9月頃までは明るい状況が続くような感覚がある。	
	経営コンサルタント	・人手不足であり、求人の競争も激しくなっている。また、生産性を高めるために、社員の能力向上やシステムの工夫、マーケティング戦略の検討などが更に必要となってくる。全体としては、今の状況がしばらく続く。	
	司法書士	・案件が少しあるため、現状維持はできそうである。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・大きく変わることはない。	
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・梅雨入りから梅雨明けの時期ほか、夏を迎える時期については、ほぼ例年と同様である。サッカーワールドカップなどのイベントが目白押しであるが、景気浮揚につながるとは思えない。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・取引先の予算や見積りも余り増えておらず、ほとんど変わらない状態が続いているので、今後も変わらない。	
	食料品製造業（経理担当）	・原油価格も上がる一方で、好転の兆しがみえない。	
	繊維工業（団体職員）	・これといった要因は不明であるが、需要が減退している。	
	化学工業（経営者）	・新規案件の話が少ないため、景気の先行きが良くなるとは考えにくい。どちらかといえば、悪くなる可能性がある。	
	化学工業（企画担当）	・梅雨に入るほか、夏は食品の需要が低迷する。	
	金属製品製造業（経営者）	・在庫調整という名目で、全体的に荷動きが悪くなっている。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数が少なく、受注も増えていない。	
	広告代理店（営業担当）	・今年になって売上が前年をずっと下回っている。	
	×	金属製品製造業（営業担当）	・今後も、ユーザーに対するコスト上昇分の価格転嫁は、難航することが予想される。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・分からないのが本音であるが、不安定な政治を勘案すると、下振れする可能性が高い。
	×	新聞販売店〔広告〕（店主）	・読者の新聞離れにより、購読数の減少が進んでいる。折込収入も減少しており、回復の兆しがみられない。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・景気が不安定で、国の経済政策もはっきりしない。
雇用 関連 (近畿)	人材派遣会社（支店長）	・4～5月でこの状況であるため、7月以降は急速に人材不足となる。	
	職業安定所（職員）	・減少が続いてきた求職者数については、直近は減少幅が小さくなっており、中高年層では増加に転じている。人手不足による求人の増加に伴い、より良い仕事を探す求職者や、定年後も就労を希望する求職者が増えている。今後は労働条件の改善や、就業率の上昇が見込まれる。	
	民間職業紹介機関（マネージャー）	・新卒採用が落ち着く時期となり、中途採用に労力を割けるタイミングとなるため、求人数、成約数共に若干伸びる。	
	人材派遣会社（経営者）	・右肩上がり景気の動きはまだ続く。業種の区別もなく、ほとんどの業種から注文がきているが、相変わらずマッチングには至らず、かなりアンバランスな状況が続いている。一方、慎重にマッチングしているつもりでも、いざ派遣がスタートすればクレームが多く、少し心配している。	
	人材派遣会社（営業担当）	・特に、大きな変動要素が見当たらない。	
	人材派遣会社（役員）	・現在の求人案件が早期に充足されるとは考えられない。求職者からの賃金や時給の引上げ圧力は続いており、1年前や半年前と同じレベルの賃金、時給では人が集まらない。人材市場における現在の状況は、少なくとも今後数か月は続くと言われる。	
	人材派遣会社（営業担当）	・夏限定の繁忙要員ニーズや、長期雇用など、働き方を幾つか提案することで、求人依頼に対応したい。	
	アウトソーシング企業（管理担当）	・新規の仕事が入る予定もないので、今の状況が続く。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・サッカーワールドカップの勢いに期待していたが、全く手応えがない。盛り上がり欠けそうで、通常どおりの動きになりそうである。	
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞での求人数からは景気の方角性を読み取れないが、グローバル化で世界経済はつながっているため、日本を取り巻く関係国の動き次第で、どちらの方向にも進む可能性がある。米国が自動車に対する25%の輸入関税に言及したり、北朝鮮との首脳会談が中止になるなど、これらの行方によって、どちらにも向かう可能性がある。	

	職業安定所（職員）	・企業訪問によるヒアリングでは、業績は好調との声が多い。製造業で受注が増えているほか、サービス業でも人手不足が続いている。ただし、ハローワークに出される求人の賃金は上昇しておらず、消費には回っていないため、景気の回復感はない。
	民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の日雇求人は、公共工事が動き出す7月中旬頃までは、いつも求人が大幅に減少する。今年の減少度合いを注視しているが、現時点では前年や一昨年と同じ水準で推移している。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・世の中の景気は良い状態が続くほか、新卒の就職活動の時期も変わらないので、しばらくは学生の動きに変化はなく、周囲の景気も変わらない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・2020年の東京オリンピックまでの期待度は余り変わっておらず、維持されている。
	学校〔大学〕（就職担当）	・ボーナスの動きも良い傾向にあり、増額が期待できるが、引き続き様子を見たい。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・時期的な影響もあり、毎年夏頃には求人数が減少する。
	x	*