

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）	・7月末に、新作スマートフォン向けゲームが配信され、当商店街にも人気スポットが設置されているため、集客のチャンスと考えている。
		百貨店（売場主任）	・今月だけが前年比でマイナス5%と落ち込んだため、8月以降、周りの環境が落ち着いてくれば少し戻ってくる。
		百貨店（企画担当）	・前年にインバウンド売上が急増した反動については、9月以降は小さくなっていく。今が反動減の影響が最も大きい時期であるため、今後はマイナスの動きが緩和される。
		百貨店（営業担当）	・新ショップを導入するため、新規顧客の増加が期待される。
		百貨店（外商担当）	・欧州の政情不安が一段落し、株価が戻ってきたほか、政府の経済対策が決定することにより、消費マインドが幾分回復してくる。
		百貨店（営業企画）	・英国のEU離脱問題やテロ、円高といった外的要因が落ち着いてきたほか、参議院選挙での与党の圧勝も安心感につながった。大型の経済対策が具体化すれば、年後半に向けて徐々に回復してくることが期待される。
		スーパー（店員）	・梅雨が明けて、スイカや桃、メロンなど、単価の高い果物がよく売れ始めている。また、今後は野菜の価格も下がっていくことが予想される。
		スーパー（社員）	・多くの店舗で、競合店による新たな出店の影響を受けているが、一定の来客数は確保できている。この状況は当面続くと予想されるほか、今夏は暑くなることから、スーパーでは例年以上に活発な商品の動きにつながる。
		コンビニ（経営者）	・イートインコーナーでの利用をねらった飲食品で、プレミアム系商品がこれからも開発される予定であり、それに伴って客単価の上昇が期待できる。
		コンビニ（経営者）	・客の健康志向が強くなり、野菜のサラダのほか、スムージーなどの野菜ジュースがよく売れているなど、プラスアルファの購入がみられる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・秋物オーダースーツの注文が順調に入ってきている。今年は夏物と秋物の間の閑散期がないように感じる。
		高級レストラン（スタッフ）	・例年、お盆前後は顧客の予約が増える。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会の先行予約は依然として厳しいが、宿泊は好調な状態が続く。
		旅行代理店（役員）	・海外旅行は、過激派組織によるテロなどが発生し続けているものの、あまりにも多発しているため、客が麻痺してきている感もある。欧州方面の復調が見受けられることで、今後はやや良くなると期待している。
		タクシー運転手	・海外の危険度が増しているため、旅行先には国内を選ぶ傾向が強まっている。ホテル関係でも客は増えており、今後は夏にかけての暑さやレジャー客の増加で利用が増える。
		タクシー運転手	・これから京都はお盆の寺参り関係で人出が増え、9月に入ると修学旅行生も多くなるため、良くなる。
		タクシー運転手	・新作スマートフォン向けゲームで人が動けばよいと思う。また、観光地では短い距離でも利用が見込まれる。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税の延期で駆け込み需要はなくなったが、過去最低の超低金利がプラス要因になっている。
		変わらない	
一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・景気対策として、内閣改造後に何か手が打たれる見込みであるが、地方が実感をえられるかどうか不安である。景気が回復するまでには時間がかかる。		
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・前受受注や新規開店の情報がないため、このままの状態推移する。		
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・経済が好転しているとはとても感じられず、数か月先も景気が良くなっているとはどうしても思えない。数か月先は秋冬物が動くはずの時期であるが、どうなるか心配である。		
一般小売店〔野菜〕（店長）	・どうすれば良くなっていくのか、見当がつかない。		
一般小売店〔花〕（店員）	・客の節約志向は変わらないが、例年どおりの売上があるため、節約しつつもお金を使っているように感じる。		
百貨店（売場主任）	・長期予報では9月の残暑が厳しいため、秋物の立ち上がりは苦戦が強いられる。一方、外国人観光客の売上も期待薄である。		

百貨店（売場主任）	・これまで需要を支えてきたインバウンド需要や高額品需要が、直近で回復するとは考えにくい。中間層の所得が増えない限り、需要が回復する見込みはない。百貨店、取引先共に、直近は売上が伸びないと予想されるなか、経費削減などで利益をいかに安定させるかが重要であり、大きく改善するとは考えていない。
百貨店（売場主任）	・売上が劇的に増えるような状況の変化がない。むしろ、これまでのインバウンドの増加による反動や、富裕層をねらった投資が裏目に出始めている。
百貨店（営業担当）	・景気が良くなる要素が見当たらないなか、高額品の購買意欲の低迷や、低価格志向の継続、インバウンド売上の不振が続く。
百貨店（服飾品担当）	・今秋は気温の低下が期待できるため、顧客の関心が軽衣料から重衣料にスライドすることで、昨年以上の購買が予想される。ただし、顧客の購買意欲やスタイルが大きく変わることはない。百貨店を買物の中心として活用している顧客は、客単価が前年比で101%と上昇しているため、中間層の購買意欲が今後のかぎであり、モノ以外の好奇心をくすぐるようなアプローチが求められる。
百貨店（サービス担当）	・来月の催事などに変化はなく、海外観光客の免税額も減少傾向にある。今後は、全社的に売場のリニューアルを進め、来客数の増加による売上確保に努めたい。
百貨店（販促担当）	・今後数か月は、消費に影響を与える要素が見当たらない。リオオリンピックは外出が抑えられるため、マイナスの影響となる。一方、暑さが長引けば、8月は夏物の動きが活発になるものの、9月以降は秋物の動きが鈍る。参議院選挙は終わったが、株価や景気の見通しは難しい。
百貨店（売場マネージャー）	・株価が今のところ落ち着いているためか、高級ブランドや宝飾品などの売上も、現在は堅調に推移している。ただし、ファッション部門はファストファッションなどとの二極化がますます顕著になっており、百貨店のボリュームラインである冬物の定価商品がどこまで動くのかを注視している。
百貨店（商品担当）	・英国のEU離脱問題による影響が徐々に小さくなり、参議院選挙の結果も、経済に好影響を与えている。株価が安定的に推移すれば、一進一退ではあるものの、大きく崩れることはない。
百貨店（マネージャー）	・英国のEU離脱問題による金融市場の冷え込みが終息した。株価も落ち着き、富裕層の購買力は維持されているが、インバウンド消費は今月も前年比で20%の減少となっている。来客数も減少傾向となるなど、中間ボリューム層の消費意欲が戻ってきたとは感じられず、今後も厳しい状況が続く。
スーパー（経営者）	・チラシなどに掲載されているバーゲン品を狙って、客が競合店などを買回っているようで、デフレ傾向は変わっていない。
スーパー（店長）	・昨年のプレミアム付商品券の反動もあり、今後も相変わらず悪いままである。
スーパー（店長）	・現在の単価ダウンの背景には、夏休みやお盆での出費もあり、冬までは節約が続くと予想される。
スーパー（店長）	・8月は、プレミアム付商品券の反動が7月よりも大きく影響し、販売点数、単価共にダウンが予想される。
スーパー（店長）	・今月を含めて、給料日以降は販売が伸びるが、翌月の下旬にかけて売行きが鈍る動きが続いている。月トータルでは昨年並みか、やや下回る状況となっている。
スーパー（経理担当）	・全体として景況感はパツとしないが、状況が大きく悪化する要因も当面は見当たらず、小康状態が続く。
コンビニ（広告担当）	・外的要因によって変動するが、小売業では日々の大きな変化は出にくい。中長期的に変化してくる可能性はある。
コンビニ（店員）	・暑さで飲料やアイスの購入が増えている。
衣料品専門店（経営者）	・相変わらず良くなる要因が少ない。株価は少し持ち直しているものの、良くなる決定打がない。
衣料品専門店（販売担当）	・いつまで続くかは分からないが、買い控えが続く。
乗用車販売店（経営者）	・車検予約、新車販売台数のすべてにおいて、変化がない。
乗用車販売店（販売担当）	・販売台数は増加しているが、単価が下がってきたため、良くもなく、悪くもない。
乗用車販売店（営業担当）	・各メディアから発信される情報は、負の要素の強い内容ばかりである。各家庭にとって、今後の生活を楽観視できる材料は何もないため、買い控えの意識が更に強くなる。

その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・今年の長期天気予報では、8月は暑い日が多くなる。天候に左右される業種であり、夏は暑くないと季節商材の動きが鈍くなるため、売上には良い影響が出る。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・特に景気の良くなる理由が見当たらない。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・消費の改善につながるプラス要素はなかなか見当たらず、今のような状況が続く。
その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新しいカタログも発刊されるため、しばらくは今の状態が続く。
高級レストラン（企画）	・今後の為替動向のほか、企業の宴会需要、個人消費に不安要素がある。
一般レストラン（経営者）	・会社関係による飲食店の利用機会が少ない時期となり、インバウンドの需要も減少しつつあるため、期待は薄いですが、ウェディング事業に動きが出てくるほか、小規模のパーティーを地道に取り込むことでバランスを取る。
一般レストラン（企画）	・販促活動を強化すると来客数は増えるが、その後は反動が出るため、トータルでは大きく押し上げるには至らず、まだまだ景気が良いとはいえない。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・景気回復を期待させる明確な経済対策もない。先行き不安から、消費者の財布のひもは依然として固い。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・客単価は上がっているが、売上は前年から変わっていない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・気温に左右されると予想され、気温が高過ぎると外出する人が少なくなる。新商品もないなど、今のところは可もなく不可もない。
観光型ホテル（経営者）	・最近は売上が振るわず、来客数も増えていない。団体客による昼食の予約も今のところは多くないため、大きな変化はない。
観光型ホテル（経営者）	・アベノミクスという言葉に幻惑されて、景気が良くなっているように感じていたが、客の様子をみると非常にシビアで、デフレへの対応に神経を使っている。現在よりも良くなるような政策もみられないので、変わらない。
観光型旅館（団体役員）	・大型施設が耐震工事に入っており、町全体の経済状況が良くない。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門については、インバウンドの動きも落ち着きを見せていることから、大幅な伸びは期待できない。宴会は順調に予約が入っているものの、価格の面では厳しい要望が増えてきている。
都市型ホテル（客室担当）	・国内の旅行者については、代理店が集客に苦労しているものの、インターネット経由では順調に伸びている。一方、インバウンドは団体客の催行率が良くないが、インターネット経由の個人客は順調に予約が入っており、トータルでは現状と変わらない。
旅行代理店（店長）	・旅行に関しては良くなる要素が見当たらない。
旅行代理店（営業担当）	・個人消費が回復する起爆剤がなければ、なかなか回復にはつながらない。
通信会社（経営者）	・特に変化の兆しが見られない。
通信会社（社員）	・4K放送などの充実が遅れているが、地上デジタル放送への移行から5年が経過しているので、テレビなどの買換えは伸びつつある。これらの機会に販促を行わなければ、売上を維持するのは難しい。
テーマパーク（職員）	・施設内では、イベントや有料施設、飲食店、販売店が客の取り合いをしている。とにかく来場者が増えないことには、収益が増加傾向にはならない。
遊園地（経営者）	・来客数、売上共に、前年比では一進一退である。インバウンド効果も落ち着きつつあり、先行き不透明な印象が強い。
競艇場（職員）	・全国的に売上は横ばいで、大きな変化が見られない。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・催事全体としては、昨年並みの稼働率を確保できると思われるが、物販などの売行きには波があり、全体的に横ばいの状態が続くと予想される。
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・夏休み期間となり、8月にはプロ野球の公式戦が開催されるほか、人気グループのコンサートもあるので、昨年並みの来場者を見込んでいる。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・多少の変化はあるとしても、先行き不透明感が強く、重苦しい経済環境となる。増収増益の企業についても、設備投資を控え、様子を見守る状況が続く。大企業は問題ないが、零細企業の間では倒産の動きが増えてくる。

	その他サービス [ マッサージ ] ( スタッフ )	・オイルマッサージは服を脱ぐため、暑い時期になると来客数が増える。2～3か月後はまだ秋であり、それほど変わらない。
	その他サービス [ ビデオ・CDレンタル ] ( エリア担当 )	・夏休みに入っても、リオオリンピックの開催などで、時間消費型サービスは売上アップがあまり期待できない。
	住宅販売会社 ( 経営者 )	・当社は量販店ではないので、このところの状況が、周りの景気に改善によるものとは判断しにくい。他社の様子をみても、同じようには売上が伸びていないと感じる。
	住宅販売会社 ( 総務担当 )	・先行きの不透明感はあるが、客自体は動いているため、大きな変化はない。
	その他住宅 [ 情報誌 ] ( 編集者 )	・低金利やマイナス金利によって下支えされているものの、価格の上昇で実需層の動きが更に悪化する懸念がある。
やや悪くなる	一般小売店 [ 時計 ] ( 経営者 )	・電池交換の価格に対して、人によって安い、高いなどとの反応が異なる。持っている時計や、価値観によっても違うと思われるが、所得が平均的に上がっていないと感じる。
	一般小売店 [ 珈琲 ] ( 経営者 )	・中国からのインバウンド客は、中国政府の内需拡大策の発表があつてから、減少が目立っている。大阪市内の商業地でも来客数の減少がみられる。
	一般小売店 [ 精肉 ] ( 管理担当 )	・参議院選挙が終わったが、何もなかったように変化がない。東京都知事選挙を控えているが、前向きには何も変わっておらず、雰囲気为重苦しいと感じる。世界的にテロの発生が増え、リオオリンピックもいろいろな問題を抱えてのスタートであり、活気が感じられない。
	一般小売店 [ 花 ] ( 店長 )	・涼しくなるまでは、売上、販売量は減る。
	一般小売店 [ 酒 ] ( 社員 )	・円高により、高所得者の購買意欲が下がっている。セールの打ち出しで回復を図っているが、特に目立った効果は出ていない。
	百貨店 ( 営業担当 )	・インバウンドによる高級品の購入は徐々に減少している。優良顧客においても、高額品の買上が増加する要素は見当たらない。
	百貨店 ( 販売推進担当 )	・百貨店では高額品の不振が長期にわたって続いている。さらに、インバウンド需要も、中国の関税上げや円高などで日本離れが続き、その大半は欧州に流れている。また、若者の消費意欲は依然として低いため、急激に悪くなることはないが、良くなる兆候は全くない。
	百貨店 ( マネージャー )	・英国のEU離脱問題、中国経済の失速といった外部環境の影響はあるが、国内の個人消費は慎重な姿勢が続く可能性が高い。中間層のモノに対する価値観が大きく変化してきている。また、徐々に高齢化が進んでいる団塊の世代の富裕層も、今後は消費意欲が減退していく傾向が強い。
	百貨店 ( マネージャー )	・参議院選挙後は株価が改善傾向にある一方、外食産業などを中心に、値下げを実施した企業の業績が回復する傾向がみられる。これまでは値上げに対する理解が浸透しかけていたが、大きく変化してきた。消費者の節約志向が強いという認識を企業も持ち始め、価格戦略を見直す動きが広がりがつつある。今後、百貨店では厳しい商戦が避けられない。
	スーパー ( 店長 )	・可処分所得が実質的に減っている状況で、日常の買物が増える要因が見当たらない。節約志向はまだ加速していくと予想される。
	スーパー ( 店長 )	・昨年に景気対策として実施されたプレミアム付商品券の影響が、8～9月に客単価の面で出てくる。また、円高、株安により、富裕層の間で買い控えが出てきている。
	スーパー ( 企画担当 )	・農産物、水産物の不振が今後も続く一方、衣料品や住居関連ではカバーしきれないと予想される。
	スーパー ( 管理担当 )	・すぐに悪化に向かうとは考えられないが、英国のEU離脱問題を含めて、世界経済には良くないニュースが多く、景気的好転する材料が見当たらない。
	コンビニ ( 店長 )	・お盆で出費がかさんだ影響で、買い控えが進む。
コンビニ ( 店員 )	・旅行シーズンが終われば、来客数もいつもどおりに落ち着く。	
家電量販店 ( 経営者 )	・客の財布のひもが非常に固い状況にある。所得の低下による将来不安が原因と感じる。	
家電量販店 ( 企画担当 )	・消費税率のアップが延期され、具体的な経済政策もみえてこないため、しばらくは景気の低迷が続くように感じる。	
乗用車販売店 ( 経営者 )	・世間では不確定要素が次々と増え、不安感が高まっている。	

	乗用車販売店（経営者）	・参議院選挙は終わったが、落ち着くまでは時間がかかる。まだ東京都知事選挙が終わっていないため、政情が安定しているとは感じられず、消費が刺激される材料もない。それに伴い、今後しばらくは景気が落ち込む。	
	住関連専門店（店長）	・毎年、夏のリゾートシーズンは受注が減るが、今年は例年よりも早めに受注案件が一段落したため、更に落ち込むことになる。今年に入って、春以降は受注が増えているものの、ただの前倒し受注の可能性があるため、楽観はできない。	
	一般レストラン（経営者）	・商店街の人通りが少なく、残暑も厳しくなりそうのため、良くなるとは感じられない。	
	一般レストラン（経理担当）	・為替の変動による、今後のインバウンドへの影響が読めない。大幅に良くなる要因も見当たらないため、現状のような、若干勢いの弱い傾向が続く。	
	一般レストラン（店員）	・夏休みに入り、祖父母と来店する客が増えたが、2～3か月先は夏休みも終わり、普通の月に戻る。	
	観光型ホテル（経営者）	・8月の先行予約は極端に悪くはないが、ここへきて伸び悩んでおり、9月は昨年よりも大幅にダウンする見込みである。	
	観光型旅館（管理担当）	・年金受給年齢が75歳まで引き上げられる可能性があり、また、年金積立金の株式運用による損失が数兆円規模との話もあり、消費者の将来に対する不安から、消費は引き締められる。	
	都市型ホテル（支配人）	・まだまだ景気回復とはいえない。為替や株価は不安定であり、企業業績も人件費の高騰や人材不足、食材の原価率アップなどが足を引っ張っている。景気回復にはもう少し時間がかかる。	
	都市型ホテル（総務担当）	・国内観光客の節約志向が目立つ。大阪の中心部を避け、宿泊価格の低いホテルを求めて、大阪以外のホテルに宿泊する傾向がある。	
	旅行代理店（支店長）	・これだけ頻繁にテロが起きているため、不穏な雰囲気があることは否めない。また、通常であれば、オリンピック後はその開催地への旅行が増える傾向にあるが、今回は期待できない。	
	通信会社（企画担当）	・スマホゲームの台頭で、手の込んだゲームが売れにくい。	
	ゴルフ場（支配人）	・災害などの影響なのか、客足が伸びない。	
	美容室（店員）	・秋冬に向けて髪を伸ばしたり、ボリュームをアップする客が増えるため、来店周期が若干延びる。	
	住宅販売会社（経営者）	・不動産市場では、しばらく供給過多の状態が続く。	
	住宅販売会社（従業員）	・新築分譲マンションは、価格の高騰で投資やセカンドハウス需要が中心となるなど、住居としての需要が減ってきたため、販売状況は悪化してくる。	
	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）	・不動産価格が高騰しているため、金融機関の融資姿勢が変化し、取引件数は減少傾向となる。	
悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・お金が回っていない。政府の経済政策の失敗がボディーブローのように効いている。	
	衣料品専門店（経営者）	・3か月先も景気は悪くなる一方と予想される。良くなる気配がなく、ヒット商品も生み出せていないのが現状である。	
	乗用車販売店（経営者）	・同業者をみても暇な店舗が目立つ。客は必要がなければ、部品すら交換したがる。予防整備なども、なかなか受け入れられないと感じる。	
	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円高、株安が続き、コストも下がらないなど、販売環境が厳しい。	
	都市型ホテル（管理担当）	・8月以降、アジアからの予約は激減しており、特に団体客の決定率が悪化している。また、国内客ではプライダル関連が悪化しており、来客数が減少している。	
	競輪場（職員）	・例年悪くなる傾向にあり、この流れを覆す要素が見当たらない。	
	企業動向関連	良くなる	木材木製品製造業（経営者）
(近畿)	やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・残暑が厳しくなる予想であるため、飲料水の売上はしばらく良い。
		化学工業（企画担当）	・食品需要が低迷する季節が終わり、年末の最盛期に向かっていく。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・停滞気味であるが、受注量、販売量に月ごとの変化は少ない。新規案件の立ち上げりを加味すると、ややプラスの動きとなる。
		金属製品製造業（営業担当）	・建築関係で少し動きが出てきたという報告が上がってきている。

	輸送業（営業担当）	・例年7月に荷物が増えるのを見越した、社内のシステムや人員増加の準備がうまくいった。荷主からも高評価で、荷物がかなり増えている。
	通信業（管理担当）	・レジャーなどが更に好調となる。
変わらない	食料品製造業（従業員）	・秋になれば、食品関連の流れも変わってくると思うが、期待できる新製品もないので、先行きは厳しい状態が続く。
	食料品製造業（経理担当）	・アベノミクスの手詰まり感があるなど、環境が良くなるらない。
	繊維工業（団体職員）	・これまでと比べて大きな変化はなく、しばらくは消費税増税前の水準が続く。
	繊維工業（総務担当）	・消費者の購買意欲が低下したまま、回復する兆しが全くみられない。
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・ここしばらくは状況に変化がない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・顧客からは、季節要因以外の増産の情報がない。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・1回の発注ロットが小さくなるなど、できるだけ在庫を持たず、必要部数だけを発注する傾向がより強くなってきている。
	化学工業（経営者）	・ここ2年間、耐震工事に予算を取られていた分野は好調であるが、それ以外の分野では従来品の売上は大きく落ち込んでいる。新規案件の増加と相殺すると、今後もしばらくは景気に変化はない。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・参議院選挙も終わったが、その結果として景気が上昇するようには思えない。アベノミクスの3年間の実績は、中小企業には影響が出ていない。
	金属製品製造業（経営者）	・大きな変化はなく、横ばい状態が続いている。
	金属製品製造業（管理担当）	・関西エリアでは建築物件情報が少なく、大手電機メーカー関連の今後の受注も不透明である。
	一般機械器具製造業（経営者）	・石油関連の市場では、まだ長期の投資環境が良くない。受注残が多いので、短期的には景況も悪くないが、中期的に景気が良くなることはないと思われる。
	一般機械器具製造業（設計担当）	・先月時点では悪くなると予想したが、受注量の減少はみられなかった。しばらくは現状が維持できそうである。
	電気機械器具製造業（経営者）	・英国のEU離脱問題による影響や、テロ、米国の大統領選挙など、世界の動きが不透明であるため、注意が必要である。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数が増えてこないほか、いつもの取引先からの発注が減少している。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・周りでは景気の良い話が聞かれない。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・景気が良くなる要因がない。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・海外からの受注は少ないが、引き合いはあるため、今後に期待している。
	建設業（経営者）	・8月もお盆があるため、9月以降にならなければ本格的に動かないかもしれない。
	建設業（経営者）	・東京への一極集中や、熊本地震の復旧、復興で、監理技術者、技能労務者不足が深刻になると思われる。建設業界では二極化が進みつつある。
	建設業（経営者）	・周りでは景気の良い話が聞かれない。
	輸送業（商品管理担当）	・母の日や父の日などのイベントも終わり、年末まで大きく動くことはない。
	金融業（営業担当）	・関東は東京オリンピック関連の動きもあり、条件は良いが、関西での景気回復は、もう少し時間が必要である。
金融業〔投資運用業〕（代表）	・もはや黒田バズーカには期待できない。政府主導で金融政策を実行してほしい。	
新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込収入は今が悪い状況なので、今よりも悪くなってほしくないが、毎週2回入っていたスーパーのチラシが1回になったり、不動産関係の広告も減っているため、先行きは良くない。	
広告代理店（営業担当）	・しばらくは大きな変動要素がない。	
広告代理店（営業担当）	・今年に入って、売上は前年並みで推移している。	
司法書士	・事件数は相変わらず少なく、案件もあまりないため、良くない状態が続く。	
経営コンサルタント	・これまでの状況を踏まえて、政府も大型の経済対策を打ち出すようである。どのような影響が出てくるのかを見守りたい。	

	コピーサービス業（店長）	・やや低迷気味に推移するのではないかと予想する。問い合わせ件数も若干少なく、勢いが無い。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・取引先も暇で、仕事回ってこない。	
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・中国人観光客の減少は否めないが、その一方で欧米のほか、タイやシンガポールなどの東南アジアからの観光客が増えている。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・輸出関連の取引先が多いので、為替が110円まで上がれば景気が上向き可能性はあるが、105円から106円であれば下火になる可能性があり、心配である。	
やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・明るい材料に乏しく、外注先でも仕事量が減っている。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・国内ではどこからも良い話が聞かれない。ASEANで利用が増えている当社製品は、実は日本企業の海外拠点からの注文が多く、その分だけ国内の仕事が減っている。EUでは引き合いがあっても、関税が壁になっている。全体的に言えば、海外市場は成功しているものの、取引先の開拓には時間がかかる。	
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・昨日、大手靴卸問屋が民事再生法の適用を申請し、その連鎖と思われる靴メーカーの適用申請も続いた。今後は業界全体への影響が懸念される場所である。	
	不動産業（営業担当）	・米国の利上げの見送りで円高が進み、ますます神戸から事業所が撤退しているように感じる。今後もこの状態は続くと思われ、景気は緩やかに悪化していく。	
	経営コンサルタント	・食品関連の業種は、例年8月と2月は需要が落ち込むため、余計に悪くなると心配している。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・開発中の新製品の販売が始まるころには、他社の競合品の価格が下がり、割高になると予想される。	
悪くなる	化学工業（管理担当）	・円高、株安のほか、英国のEU離脱問題によって先行きが不透明になっている。	
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・政府の景気対策が不透明である。	
雇用関連	良くなる	-	
(近畿)	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・先の求人依頼の相談も増え始めている。
		アウトソーシング企業（管理担当）	・8月に仕事が入る予定があるため、やや良くなる。
		民間職業紹介機関（職員）	・熊本地震の復旧工事関連の日雇い求人が、いくらか出始めているとの声が、建設下請業者や日雇い労働者から聞こえてきている。
変わらない		人材派遣会社（経営者）	・9月以降、下半期は例年よりも落ち着いた動きとなり、政府の補正予算の編成次第では8月下旬ごろから動きが活発になってくる。
		人材派遣会社（営業担当）	・10月の行楽シーズンになれば、観光やホテル業界などで求人が出てきそうだが、求職者の動きを刺激するほどではない。
		人材派遣会社（支店長）	・英国のEU離脱問題やリオオリンピック、東京都知事選挙など、先行きは混とんとしており、しばらくはあまり期待できない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・前月は英国のEU離脱問題による景気への大きな懸念から、悲観的な回答になった。今月になって、今のところは極端な株価下落や円高もみられず、求人数も安定しているため、2～3か月は景気に大きな変化はないと予想している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・リオオリンピックと、その後の東京オリンピックに向けて、社会全体の機運がどうなるかを注視したい。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・インバウンドの中心が団体客から個人客に移行してきており、爆買い現象も落ち着いている。しばらくはこの状況が続いた後、2019年のラグビーワールドカップ、2020年の東京オリンピック、2021年のワールドマスターズゲームに向かって上昇していくことが予想される。
		職業安定所（職員）	・このところは求人数の増加が続いている一方、新規求職者数は減少が続いており、雇用・失業情勢は改善傾向で推移している。ただし、管内事業所への今後の展望に関するヒアリングでは、現状維持とする声が多い。
		職業安定所（職員）	・影響があるとすれば円高によるもので、受注量が減少すると予想している。ただし、英国のEU離脱問題の影響もないため、全体としては現状維持である。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・先行きには不確定要素があり、予測できない。
		民間職業紹介機関（マネージャー）	・京都に関しては、大阪の大企業に求職者が流れる傾向がある。採用数という点では伸びが少なく、現状維持の可能性が高い。

	学校 [ 大学 ] ( 就職担当 )	・ 気分的にも明るさが感じられない。
やや悪くなる	人材派遣会社 ( 役員 )	・ 企業の採用意欲が昨年に比べて後退している。求人も少ないことから、市場の縮小が続くような気がする。円高基調が早急に反転するとは思えず、今後は更に景気が悪化することが予想される。
	職業安定所 ( 職員 )	・ 企業にヒアリングしたところ、中国経済の減速や英国のEU離脱問題による為替相場の変動などに伴い、先行きの不透明感が増している。
	民間職業紹介機関 ( 営業担当 )	・ 季節的な問題で、夏から秋にかけては求人が減る傾向となる。今年は企業からの要望が細かいため、人選に苦労している。
	民間職業紹介機関 ( 営業担当 )	・ 景気低迷の影響が徐々に出てくる。
	学校 [ 大学 ] ( 就職担当 )	・ 東京オリンピックのための設備投資は一段落しているが、結局のところ、関西までは波及してきていない。
悪くなる	-	-