

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)		百貨店（販売推進担当）	・固定客化の勢いはとどまる気配がない。ハウスカード、外商、友の会の加入率も、当初の計画を大幅に上回っている。このまま固定客化や顧客の囲い込み策を継続、強化していくことにより、不振部門であるアパレルの浮上も大いに期待できる。
		家電量販店（店員）	・7月の第1週目の土日は、気温が30度を超える予報であり、エアコンや扇風機が売れると予想している。
		家電量販店（人事担当）	・猛暑により、エアコンや冷蔵庫、洗濯機の販売が伸びる。
		百貨店（売場主任）	・消費マインドが上向きである状況は変わらず、株価の安定を背景に、高額品も動く。
		百貨店（営業担当）	・お金を比較的自由に使える高齢者層の消費意欲を、新たな提案で刺激する方法はまだある。消費者は自分が納得した物しか買わないが、生活を充実させたい若年層の取り込みができれば、更に景気は良くなっていく。
		百貨店（外商担当）	・インバウンドが引き続き好調を維持すると考えられるほか、9月からの商品の入替えによる、売上の増加が見込まれる。
		百貨店（営業企画）	・今月の悪化は、販促関連や天候の影響による一過性の動きと考えられ、中期的なトレンドに変化はない。
		百貨店（宣伝担当）	・前月から訪日外国人の優待ルールが変更になったが、変更後も売上は維持できている。売れ筋が消耗品に移行していることから、今後繰り返し購入が予想され、好材料として期待している。
		百貨店（マネージャー）	・富裕層の消費意欲が回復しているため、高額品を中心に需要が増える。今夏は猛暑の予想であり、夏物商品の強化によって需要を取り込みたいが、台風などの発生や、極端な猛暑による来客数の減少が不安要素である。
		スーパー（店員）	・夏休みやお盆になると、単価の高い果物が売れる。
		コンビニ（経営者）	・今年は例年より暑くなるということで、飲料水の動きが良くなる。また、酒類の安売りができなくなるため、コンビニの利用も多くなり、おつまみ類の売上の増加にも期待できる。
		コンビニ（経営者）	・ドリンクやフード類の機能性商品の売上が増加傾向にあり、客単価の上昇が少し期待できる。
		コンビニ（店員）	・夏は来客数が増え、販売量も増える傾向にある。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・夏物スーツのオーダーに加え、コートなどの冬物の問い合わせも多い。会社の制服の引き合いも増えている。
		家電量販店（店員）	・今夏は猛暑が予想されるため、エアコンの販売量は前年よりも増える見通しである。さらに、ボーナス支給後は客の購入率も上がり、セット買いも予想される。
		乗用車販売店（販売担当）	・株価が2万円台で推移しており、今後も高い水準を維持すると予想される。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・天候に左右されることが多いほか、6月にビールなどの価格が上がったことで売上は落ちたが、一時的な影響と考えられる。また、今年の夏は厳しい暑さが予想されるため、清涼感のある商品の動きが期待される。
		一般レストラン（経営者）	・ボーナスの支給時期を迎え、消費者の動きが増えると思われる。多少なりとも支給されるといった話も聞くため、景気への影響が期待できるかもしれない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・経済対策の影響はみられないが、節約疲れからか、日常の買い回り品や飲食に関する消費は戻りつつあると感じる。
		観光型旅館（団体役員）	・繁忙期が到来することもあり、期待度は高い。
	都市型ホテル（スタッフ）	・大きなイベントはないが、宿泊に関しては売手市場であり、高めの価格が続く。宴会の先行予約も良く、特に企業や各種団体による周年行事の宴会が目立つ。	
	都市型ホテル（管理担当）	・引き続き、海外からの宿泊者は好調に推移しているほか、レストランでの高額メニューの注文も好調である。費用面でも、電気料金の低下など、明るい兆しがみえてきている。	
	タクシー運転手	・他府県にはない、大阪ならではの食文化の評判は良く、大阪独自の観光地も根付いてきたと感じる。	
	通信会社（社員）	・2020年の東京オリンピックの特需につながるような、ボーナス商戦の伸びが少しずつでも出てきてほしい。	
	競艇場（職員）	・全国発売のスペシャルグレードやG1の競争では、売上が前年度を上回っている。特に、電話投票の売上が好調である。	

住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税の前には、購入検討中の客にも動きが出てくると予想される。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・一部の富裕層による動きは相変わらず活発であり、投資目的での購入が業界を下支えしている。
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・夏休みなどを控えた休日出勤に伴い、一時的に給与が増える。
商店街（代表者）	・購買の決定に慎重で、単価が上がらない。消費マインドが冷えたままであると感じる。
商店街（代表者）	・商店街の来客数が停滞している。
一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・変化する要因が見当たらない。
一般小売店〔時計〕（経営者）	・今年の夏は、例年よりも暑くなるといわれている。熱中症対策の必要性から、電気料金の負担が増えても仕方がないという声が、年配客だけでなく、小さな子どもを持つ若い客からも聞かれる。レジャーにもお金がかかるため、当店で消費が回ってくるとは考えにくい。
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・お中元の前受注が、現時点で前年比8%のマイナスとなっており、先行きが不透明である。
一般小売店〔野菜〕（店長）	・日本銀行が株価を買い支えている状況であり、とてもではないが、景気が良くなっているとはいえない。
一般小売店〔花〕（店員）	・販売量は特に変わっておらず、売上が減る要因、増える要因共に、見当たらない。
一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・今月は順調であるが、今後2～3か月も維持できるとは断言できない。
百貨店（売場主任）	・インバウンドの好調は、少なくとも半年は続くと考えられる。ただし、消費に対する、国内客の中間層の姿勢はますます厳しくなっており、改善する要素が見当たらない。業績が好調な取引先も限定的であるため、現状の傾向は続く。
百貨店（売場主任）	・入店客数は前年比で0.1%減と、ほぼ前年並みながら、客単価が下がっている。また、前月と同じく、アニサキスの報道以降、生食が主流の関西各店では鮮魚の売上が10%減と、極端な落ち込みが目立っている。
百貨店（企画担当）	・前年の11月から拡大傾向に転じたインバウンド売上の影響が一巡するまでは、今月と同様の動きが続くと予想している。お中元ギフトやクリアランスの立ち上がりは前年割れとなっているが、インバウンド売上の増加分がそれを上回り、増収となる構図が続く。
百貨店（営業担当）	・中間層の客の動向は順調に推移すると思われるが、富裕層の買上が伸び悩み始めており、高額品の売行きに不透明感がある。
百貨店（営業担当）	・景気の良い状態が更に継続すると予想される。高級ブランド各社は、今まで購入のあった優良顧客をイベントに招待したり、新商品の早期案内などで売上を伸ばす。
百貨店（マネージャー）	・今月は好調に推移しているが、天候要因による影響が大きく、楽観できる状況ではない。特にアパレルでは、前年は7月1日にスタートした夏のクリアランスセールが、今年は今月末にスタートすることもあり、7月の売上減少が予想される。また、メーカーによる減産や、猛暑による夏商戦の長期化もあり、本格的な秋が始まるまでは、アパレルを中心に厳しい状況が予想される。
百貨店（サービス担当）	・当分はインバウンド効果が好調に推移すると予想される。入店客数やレジ客数は前年実績の約5%増で推移し、売上目標、前年実績共に上回る。
百貨店（販促担当）	・県知事選において、4候補者の政策にも大きな違いが見当たらないなど、変化のきっかけがない。現状は個人の収入が増加しておらず、消費に慎重な状況が続くと思われる。食料品の限定品や人気商品によって集客し、店では商品全体をアピールするという、基本的な対策を徹底していく。
百貨店（商品担当）	・免税売上が全体に占める割合が拡大し、国内需要の動きが判断しにくくなっている。催事の好不調や、進物品の需要、他業態との競合、客の厳しい目などを考慮すると、先行きは不透明である。
百貨店（マネージャー）	・全体的には緩やかな回復傾向にあるが、個人消費は二極化の状態が続いている。コト、モノ消費共に、単価はシビアで、価値観に合った選択消費が続くと思われる。今後のファッション消費の動向を占うためにも、7月上旬からスタートするクリアランスの動きと、定価商材の動きを見極めていきたい。

百貨店（服飾品担当）	・近年は8～9月の売行きがかなり厳しい。10月初旬までは、一定の気温の低下がみられない状況が続くことから、秋物商材の動きは前年並みにとどまる。また、気温にあまり関係のない、ハンドバッグやアクセサリといったアイテムも、最近は新作の早期買いよりも、じっくりと商材を見極める購入スタイルが定着しているため、初速には期待しにくい。一方、化粧品品の伸びは衰える感覚はなく、今後も微増が続くと予想される。
百貨店（売場マネージャー）	・実需に左右される傾向がますます強まっており、気候が涼しくならなければ厳しいと思われる。シャツやブラウスなど、端境期でも使える商品を充実させ、前年の実績を確保したい。政権運営が不安定になりつつあり、経済政策に支障が出ないかと心配している。
スーパー（経営者）	・猛暑の予想で、飲料やアイスクリーム、素麺、冷麺などの季節商材の好調が期待される。また、前年は一昨年のプレミアム付商品券の影響で前年比が大きく落ち込んだため、その反動増も期待できる。ただし、今年はお盆休みが少しずれるため、帰省需要への影響が気になる。また、暑くなり過ぎると外出頻度が落ちるため、この2点が懸念材料である。
スーパー（店長）	・食品は売上の増加要因が見当たらない。衣料品や住居関連商品は猛暑需要に期待できるものの、食品の落ち込みをカバーできるほどのボリュームはない。
スーパー（店長）	・競争の激しい地区なので、なかなか客が増えない。何かを変えなければ、来店動機が高まらない。
スーパー（店長）	・販促による客の取り回りで、客の買い回りが増えることから、競合店を含めて、今と同じ状況が続く。
スーパー（店長）	・株高の影響で、富裕層による高額品の購入は増えると予想されるが、一般的な買物については、生活防衛意識がまだまだ強く、割引やチラシ折込日に売上が集中する傾向が続くそうである。
スーパー（店長）	・猛暑の予想で、季節商材は堅調な動きが予想される一方、日々の食品への総支出額は抑えられる傾向が続く。
スーパー（企画担当）	・来客数が安定しているほか、今年は冷夏の予想ではないため、夏物商材は例年並みに動く。
スーパー（企画担当）	・既存店舗の売上がなかなか伸びず、苦戦している。特に、鮮魚部門ではアニサキスの問題もあり、客がなかなか生魚を買ってくれない。7月は土用の丑の日も控えており、アニサキス問題とは関係のないうなぎを、いかに売り込めるかが好調のかぎとなる。
スーパー（経理担当）	・夏のレジャーシーズンを迎え、ボーナスの動向には多少左右されるが、現時点では堅調な消費が予想される。
スーパー（社員）	・今後も競合の厳しい状況が続くと予想され、大きくは伸びない客の消費を、多くの店舗で取り合うことになる。ただし、客の消費意欲は堅調であるため、他社を上回る魅力を訴求することで、まだまだ売上の伸びを伸ばすことができると期待している。
スーパー（管理担当）	・景気が好転する材料や兆しはなく、しばらくは我慢の期間が続くそうである。
スーパー（開発担当）	・政府の見解では景気は上向きであるが、賃金アップは期待できず、今期のボーナスも増える見込みがない。この状態で景気が良くなるとは思えない。
コンビニ（店長）	・売上、来客数の様子はそれほど変わらず、気温が上がれば売上も悪くなることはない。ただし、求人の不調など、人手不足が経営に影響を与えそうな深刻な問題になっている。
コンビニ（広告担当）	・大きく好転する要因はなく、ほぼ現状維持となる。
コンビニ（店員）	・来客数も安定しており、現状維持が予想される。
衣料品専門店（販売担当）	・客からは、不要な物は買わないとの声が聞かれる。
家電量販店（経営者）	・客の財布のひもが緩む要素が見当たらない。所得を増やし、将来不安を払拭するような景気対策が期待される。
乗用車販売店（経営者）	・特に上向き要因が見当たらない。
乗用車販売店（経営者）	・新車の販売や車検の予約、修理台数は例年並みで、あまり変化がない。
乗用車販売店（販売担当）	・モデルチェンジが続いているが、以前に比べると盛り上がり欠ける。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・猛暑による、外食関係への影響が不安視される。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・為替の変動も特に感じられないが、消費者の購買意欲をかきたてる要因も見当たらない。

その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	・顧客数の減少傾向に歯止めがかかれば、売上の減少は続いて、減少幅の縮小につながる。
高級レストラン (企画)	・近隣の競合レストランも同じような状況となっているほか、婚礼や宴会の相談に関する、新規の来館者数の減少が続いている。
一般レストラン (企画)	・景気の大きな変化は期待していないが、7～8月は前年が悪天候やリオデジャネイロオリンピックの影響で苦戦したことから、今年はその反動で良くなると予想している。
その他飲食 [ファーストフード] (店員)	・今月の気温の上昇により、客単価がかなり下がっている。今後2～3か月も暑くなると思われるので、客単価や客足が悪化する。
観光型ホテル (経営者)	・今の状態がしばらく続くと予想される。
観光型ホテル (経営者)	・世の中の動きが混乱しており、世界的にも大きな変化が起きそうなので、今後の見通しが非常に不透明である。
観光型旅館 (経営者)	・身の回りに変わった様子はないが、採用がかなり厳しい。都心部の景気が良い影響で、求人への応募が減っていると感じる。
都市型ホテル (支配人)	・しばらくは今の状況が続く。
都市型ホテル (スタッフ)	・大阪中心部の宿泊単価は落ち着きをみせており、イベント日以外は高単価での販売が難しい状況である。宴会についても、費用を抑える企業が目立ち、厳しい状況である。
都市型ホテル (客室担当)	・これからも市内各地で新規ホテルの開業が予定されており、ますます競争力が必要となる。
都市型ホテル (総務担当)	・今後2～3か月については、宴会の予約は前年を上回っているが、宿泊の予約は前年を下回っており、客室単価も低下している。
旅行代理店 (店長)	・今は良くなってきたものの、今後どうなるかは、世界情勢や国内情勢を含め、政治要因にも左右される。
旅行代理店 (支店長)	・新しいイベントや新施設の開業といった、明るい材料が見当たらない。景気は良くなっているとの報道はあるものの、客には実感がなく、夏休みの間際需要についても期待が薄い。
旅行代理店 (営業担当)	・個人消費の伸びる要素が見当たらない。
タクシー運転手	・例年どおり、天候や季節の変化に左右される。タクシーの利用は、暑くならない限り大きくは変わらない。
タクシー運転手	・日本三大祭りの1つが行われ、多くの国内客が京都を訪問するが、近年は宿泊ができないため、目にみえて減少している。今年はせめて横ばいにとどまることを期待している。
タクシー運転手	・企業関係のハイヤー予約は比較的順調である。
通信会社 (経営者)	・特に、変化の兆しや展望はない。
テーマパーク (職員)	・日本を取り巻く様々な脅威は全く取り除かれていないが、何も起きない状態が続いている影響で、国会では何をしたいのかがよく分からない議論が続いていた。このような状況で、健全な物の見方ができる方が不思議である。
観光名所 (企画担当)	・前年の実績は上回っているものの、今一つ伸びがないため、しばらくは変化がないと考えられる。
遊園地 (経営者)	・国内外共に、政治情勢が不安定であり、安定した経済成長が望める環境にはない。官民一体となって成長する機運が求められる。
その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・プロ野球の交流戦は終わったが、今後も人気球団の試合が8試合予定されているほか、多くのコンサートも開催されるので、多数の来場者を予想している。
その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・特に、変化が期待できる材料はない。
その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	・アロマオイルを使うマッサージで、服を脱ぐため、暑い時期には来客数が増加する。
その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・今後の改装や増床、移転などにより、より多くの顧客満足が得られる店づくりを目指したい。客の需要は強いと感じる。
住宅販売会社 (経営者)	・目にみえる形での景気の良さは感じられない。地価は上昇しているが、実勢取引の金額はそれほど上がっていない。
住宅販売会社 (経営者)	・販売状況が改善する要素が見当たらないので、あまり変わらないと予想される。

	住宅販売会社（従業員）	・新築マンションの販売価格がここ数年で急激に上昇し、実需とのかい離が出てきている。ただし、販売価格は下落基調に変わっておらず、販売にも時間はかかっているが、止まるまでには至っていない。	
	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）	・不動産取引の状況や金融機関の融資姿勢に、前月との変化はみられない。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・来場数が増加する要因が見当たらない。低金利もここまで続くと普通になり、新鮮さが無い。消費税増税も再来年の予定であるため、しばらくは様子見の状態が続く。	
	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・米国大統領が何をするか分からない。	
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・すぐ近くに大型商業施設がオープンするため、何らかの影響を受けると予想している。専門店としての立ち位置をもっと明確にしなければ、大変なことになりそうである。ただでさえ人口が減っているのに、スーパーが次々に進出している。	
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・夏物商材のセールにはあまり期待できない。真夏の暑さの影響で、販売量、来客数共に減るのではないが。ボーナスに関しても、消費者はあまり期待している様子はなく、財布のひもが緩むとは思えない。	
	百貨店（売場主任）	・売上の主力となる衣料品に明るい兆しが全くみられない。比較的単価で、多くの数量を売る必要のある商品は動いているが、来客数が劇的に増える要素が見当たらない。	
	コンビニ（店員）	・通常の売上に戻る。	
	家電量販店（企画担当）	・各企業のボーナス支給額が減っているため、大きな消費拡大にはつながらない。	
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・今後は海外、特に米国との貿易摩擦が生じると思われる。それによって株価が下落することで、現在の状況よりも悪くなる。	
	一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。残暑が続けば、商店街の人通りはますます少なくなる。	
	一般レストラン（店員）	・ボーナスが出るなど、客にとって収入が増える月となったが、来客数は増えていない。	
	観光型旅館（経営者）	・ホテル、旅館を利用する外国人旅行者が減っており、民泊へ流れている。	
	観光型旅館（管理担当）	・海外事業の不振などによる、大企業の赤字が取りざたされるなか、大手自動車部品メーカーの倒産など、不安要素が増えている。また、政治に対する不信感も増しているなど、プラス材料が見当たらない。	
	旅行代理店（役員）	・最繁忙期の夏場においては、インバウンドの激増による在庫不足もあり、実績が伸びない。	
	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・賃金の伸び悩みや、値上げによる消費の減退、売上の停滞などで、お金が消費よりも貯蓄に回っているため、景気回復の実感がない。	
	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・退会の話が徐々に出てきている。夏休み前に更に増える可能性もある。	
	×	スーパー（経営者）	・価格競争が厳しくなっていると感じる。大部分の消費者が低い価格を求めているので、資金力が大きく、システムの整ったディスカウントストアに集中しつつある。
	×	スーパー（店長）	・商品単価や買上点数が悪化している。
	×	衣料品専門店（経営者）	・公共料金の上昇が生活を直撃している。
	×	衣料品専門店（経営者）	・前年に比べて売上が10%落ち込んでいる。
	×	競輪場（職員）	・今月の客単価が上がった反動で、例年はやや悪くなる。
企業 動向 関連 (近畿)	木材木製品製造業（経営者）	・現在は商品の需要と供給のバランスが取れておらず、効果的に売上、利益を得ることができていない。今後は両方を改善することで、早く良い結果につながるようにしたい。	
	輸送業（営業担当）	・人手不足解消策として、9月の運賃値上げがほぼ決定したが、今月も荷物量が増え続けている。	
	食料品製造業（営業担当）	・梅雨が明けると、一気に気温上昇が見込めるため、飲料水の売上は伸びる。	
	化学工業（管理担当）	・受注量が好調なため、やや良くなる。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・試作関連の注文も増えている。量産を見据えた試作も含まれているので、徐々に量産品の受注につながる。新規受注の案件も増えているなど、机上の話にとどまらず、実際に物を作るための予算が増えているため、しばらくはこの動きが続く。	
	金属製品製造業（経営者）	・地域によっては、災害の復興需要や、東京オリンピックなどの新規需要が動き出している。	

建設業（経営者）	・今の受注や問い合わせの状況からすると、今後は少しずつ良くなる。特に、下半期に向けて良くなることが予想される。
建設業（営業担当）	・土地の売却情報が少ない状況が続いている。建築用地さえあれば、新たな設備投資を行うニーズは継続的に出てくる。一方、土地のニーズに比べると非常に少ないが、資金調達のために不動産を売却したり、有効活用する情報もあることから、当面は建築需要の安定した状況が続く。
輸送業（商品管理担当）	・来月、再来月はお中元の時期となるため、販売量が増加する。
金融業〔投資運用業〕（代表）	・現政権になって、株価は2.5倍となっている。このままの勢いが続けば好調が期待できる。その一方、勝ち組と負け組の格差が開くことによる悪影響も懸念される。
広告代理店（営業担当）	・クライアントからの問い合わせが増えてきている。
食料品製造業（従業員）	・この先は猛暑になる予想であるが、どちらかといえば、当社の製品は夏場には消費が落ちる傾向にある。ただし、夏場には辛口の製品が受けるので、関連する商品を増やして売上を伸ばしたい。
繊維工業（総務担当）	・特殊な付加価値商品は問題ないものの、売上の中心を占めるボリューム商品は低迷しており、売上が減少している。
繊維工業（総務担当）	・従来の商品開発や提案では、消費者のニーズや購買意欲が高まらない。若者向けの商品をリサーチしていく必要があり、情報が下流から上流に素早く還元されなければ、メーカーが対応できず、在庫の元になる。
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）	・顧客からは、増産計画に関する情報がない。
化学工業（経営者）	・新規の案件が少なく、良くなる要素は見当たらないが、これ以上悪くなるような話も出ていない。しばらくは、景気があまり良くない状態が続く。
化学工業（企画担当）	・市場での商品価値の低下が顕著であり、高機能な製品よりもコストパフォーマンスが最優先されるため、利益の出ない状況が続く。
窯業・土石製品製造業（経営者）	・中小のガラス瓶製造業者は、数字上は良くも悪くもない。新聞紙上では景気が良いといわれているが、その実感はない。社員のボーナスを増やすなど、対応は進めているが、生活が苦しいとの声が聞かれる。
金属製品製造業（営業担当）	・鋼材価格の転嫁はなかなか進まない。
一般機械器具製造業（経営者）	・市場の方向性が不安定なため、思い切った投資ができない。投資意欲があっても決断に至らないようで、今後も迷走すると感じる。
一般機械器具製造業（設計担当）	・受注量の増加が見込めない。
電気機械器具製造業（経営者）	・海外との取引は、成果が出るまでに時間がかかる。海外取引を担えるスタッフの育成は困難で、不足しているため、景気が良くなることは期待できるものの、2～3か月では時間が足りない。
電気機械器具製造業（経営者）	・世界の政治情勢は混とんとしており、経済面にも影響が出てくる。
電気機械器具製造業（営業担当）	・大型案件もなく、やや悪い状態が続く。
電気機械器具製造業（営業担当）	・この先は景気の良くなる要素がない。
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・今年は猛暑の予想であるため、エアコンなどの夏物商材は活発な荷動きが期待されるが、季節要因によるものであり、景気が良くなるわけではない。
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・自動車産業以外の引き合いを、いかに受注に結び付けるかが課題である。中小企業の設備投資は相変わらず鈍い。
その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・夏休みに入るため、少しは売上が増えると思われるが、全体としては例年どおりと予想される。
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・個人消費の低迷により、衣料品関係の売上が伸びない。靴メーカーの受注量が伸びず、苦戦する状態が続いている。
建設業（経営者）	・問い合わせや来場数は増えていると感じる。予算が厳しく、成約に至る確率は低下気味である。
建設業（経営者）	・今後も東京一極集中の動きが続くと予想される。技能労務者、監理技術者共に、東京に引き寄せられているように感じる。
輸送業（営業所長）	・新規案件が乏しい。

	通信業（管理担当）	・しばらくはボーナスの影響で好調が続く。
	金融業（営業担当）	・中小企業がもっと活気を取り戻さなければ、景気は変わらない。
	金融業（副支店長）	・外部要因をみても、米国大統領や北朝鮮などの問題は流動的であり、景気が右肩上がりでは推移するとは予想しにくい。
	不動産業（営業担当）	・神戸からの企業の撤退は、今後も続くと思われる。現状、神戸では土地の値段が上がリ、収益物件の利回りは下がるなど、土地の動きは良いが、実体経済は全く良くなっていないため、将来的にも景気は悪いままとなる。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読数は維持できているものの、折込件数がかなり落ち込んでいる。少々上向いても、良いといえる水準にはならない。
	司法書士	・起業や業務の拡大といったような案件がなく、現在と同じような状態が続く。
	経営コンサルタント	・人材不足で、社員の個々の能力を強化する必要がある。各社の要求は継続的なものであり、今後も教育訓練によって管理職を強化したい。
	コピーサービス業（店長）	・特別なプラス材料もないため、今の状態がしばらく続く。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今の状況が変わる要素はない。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今の状況からみて、今後も大きな変化は起こらない。
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・当面は特に景気が刺激される材料もなく、ほぼ現状どおりの販売の地合いが続く。
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今後の経済展望が見通せない。
	繊維工業（団体職員）	・ギフト需要が低迷しているとの声があるため、7月の動きが懸念される。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今後2～3か月で大きな需要は見当たらず、伸びる傾向の業種もない。毎年夏は売上が落ち込む時期であるが、今年は例年を下回る見込みである。
	金属製品製造業（管理担当）	・材料費の値上がり止まらないが、販売価格に転嫁できず、1つの工場ですら毎月100万円以上の損失が出ている。今後は、販売価格を仕入金額に合わせなければならないが、それに伴う顧客離れが懸念される。
	広告代理店（企画担当）	・セールが終わった後も猛暑が続くと予想され、外出機会の減少を懸念している。商業施設では、セール後の失速が例年よりも大きくなる可能性がある。
	広告代理店（営業担当）	・今のところは良い材料が見当たらない。
	× その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・新製品の開発や販売ができていない以上、淘汰されることになる。また、今の状況が続けば、ターゲットとする業界を取捨選択する時期が、そう遠くない段階で訪れる。
雇用 関連 (近畿)	-	-
	人材派遣会社（支店長）	・しばらくは今の動きが続く。
	職業安定所（職員）	・直近の有効求人倍率が1.49倍と、昭和48年5月以来の高水準となり、雇用失業情勢は着実に改善が進んでいる。また、前年比で求人数が増加している一方、有効求職者数と雇用保険受給者数は減少傾向が続いている。管内事業所への今後の展望についてのヒアリングでは、現状維持とする事業所が約7割で、明るい、やや明るいとする事業所が2割を占めている。
	学校〔大学〕（就職担当）	・インバウンドの動きが活発になっているように感じられる。都心部のターミナル駅では、最近また観光客が増えている。
	人材派遣会社（経営者）	・今後も当分の間、企業は慎重な姿勢となる。採用に關していえば、世間でいわれているような力強さが全く感じられない。右肩上がりのトレンドには変わらないが、例年はゴールデンウィーク明けに大きな案件が出てくるものの、今年は全くみられなかった。今後、当分は緩やかな採用の動きが続く。
	人材派遣会社（営業担当）	・これから夏にかけて、求職者、求人数共に、別の月に比べて減少傾向となるため、9～10月までは現状のままとなる。
	人材派遣会社（役員）	・このまま人手不足の状況が続けば、経済活動に支障が出る可能性がある。
	アウトソーシング企業（社員）	・雇用の正社員化が進まない。
	アウトソーシング企業（管理担当）	・季節商材の仕事が入ると思われるが、それ以外は期待できない。

	新聞社 [求人広告] (管理担当)	・新聞求人を見る限り、景気が良くなるとは考えにくい。決算発表のシーズンを迎え、輸出企業を中心とした大企業の好決算が新聞をにぎわしているが、中小零細企業が多い関西が、大企業の好決算による恩恵を受けているとは、残念ながら感じられない。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・このまま、上振れすることもなく推移していく。
	職業安定所 (職員)	・景気回復や人材不足の傾向は変わらず、求人伸びは続くと思われる。その一方、大手自動車部品メーカーの倒産に伴う下請企業の雇用動向や、中国景気の減速懸念など、注意すべき点もみられる。
	民間職業紹介機関 (職員)	・建設日雇求入での社会保険加入の義務化と、雇用保険の適用厳格化の影響により、現場の混乱と雇用の抑制が続いている。また、人手の確保が困難なことから、新規の事業に手を出すことができないといった声も、事業所からは聞かれる。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・現在の好調さは、世の中の景気が良いからではなく、就活時期が理由であるため、いつまで続くのかは分からないが、2～3か月は今の状態が続く。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・季節的な要素もあり、紹介依頼件数、求職者数共に、あまり動きがないと思う。例年は、9月ごろから徐々に良くなる傾向となる。
	学校 [大学] (就職担当)	・人材不足に変化はなく、求人の勢いは前年並みである。
	人材派遣会社 (営業担当)	・求職者の動きについては、8月ごろまでは転職活動が落ち着く。
	学校 [大学] (就職担当)	・中小企業の採用意欲は高いものの、本当に必要な人数を採用しようとしているのか、周辺企業の影響なのかが分からない。企業が必要な人数を採用できる手段を選び、適正な規模の採用活動をすれば、過当競争がなくなり、採用関連ビジネスは縮小する。
	x	-