

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（-：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	コンビニ（経営者）	・梅雨も明け、3か月予報では猛暑といわれているため、飲料水やアイスクリーム、クールめんなどが売れる見込みである。
		コンビニ（店員）	・今年は例年よりも気温が高くなると予想されているため、飲料やアイスクリームなどの売上増加が見込まれる。
都市型ホテル（客室担当）		・夏休みの予約状況も好調で、前年比で40%増となっている。ボーナス支給時期も近づき、今後は本格的に夏の旅行の動きが出てくる。	
通信会社（社員）		・新しいセットトップボックス（受信装置）を使った新サービスを検討中であり、これらのサービスが新たな顧客層の刺激につながる。	
やや良くなる		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・これからギフトシーズンに入るので、法人関係が良くなっているとすれば、少しは上乘せが期待できる。
		百貨店（売場主任）	・近隣の市では政策として、65才以上の人に対して、今までは5と0のつく日だけが100円でバスを利用できたが、平日が100円と変更になる。それによって来客数が増え、食料品を中心に上向きになる。
		百貨店（サービス担当）	・今後も来客数の増加は期待できるが、2回、3回と来店してもらえる環境づくりと、催事などの強化が課題になる。
		百貨店（店長）	・政権の安定化により経済の安定化が見込める。
		百貨店（マネージャー）	・政治経済の安定化が徐々にみえてきたほか、消費税率アップの前に消費が活発になるとの声が、店頭で聞かれ始めている。
		スーパー（社員）	・今年は例年よりも天候が安定しており、夏物衣料・雑貨・飲料などの売行きが堅調である。イベントやチラシへの反応も良いなど、客の購買意欲の高まりが今夏の消費増につながる。
		コンビニ（経営者）	・プレミアム商品はまだまだ売上が伸びる可能性が高いと思われ、客単価の上昇が期待できる。
		コンビニ（広告担当）	・公共料金の値上げや物価の高騰などもあるが、アベノミクス効果で少しは良くなるように期待したい。
		家電量販店（店長）	・消費増税により、冷蔵庫・洗濯機・エアコンなどの生活必需品については、事前の買換え需要が発生する。
		家電量販店（企画担当）	・暑くなってくるため、販売の増加につながる。
		乗用車販売店（経営者）	・賞与などが前年よりも少し増えるようなので、個人消費に回ることを期待したい。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の発売では売行きも好調で、まだこの波は続きそうである。
		高級レストラン（スタッフ）	・梅雨が明ければ、お盆休みまでの間に、客足が回復する。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・1品単価は下落が続いているが、客単価は戻ってきており、売上が伸びている。
		観光型ホテル（経営者）	・イベントの多い時期に入るため、人の動きが出てくることを期待している。
		観光型旅館（経営者）	・夏休みは格安航空会社（LCC）を利用して、安近短ではなく、安遠短か安遠長の旅行が増える傾向も考えられる。
		都市型ホテル（総務担当）	・法人による宴会の開催件数が増加傾向にある。また、客室の予約率も高水準を維持している。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行が増加している。
		タクシー運転手	・もう少しすると梅雨のシーズンも明けて、暑い時期に入ってくる。夏休みになり、タクシーの利用が昼間にも増える。夜についても上向きの雰囲気是三宮近辺やホテルで見受けられる。これから暑い時期になるとタクシー業界は上向く。
		タクシー運転手	・企業関係のハイヤー予約が安定して増加傾向にあり、一般客も増加しているなど、全体的に回復感がある。
		通信会社（企画担当）	・現状の期待感が实体经济に波及することを期待している。
		観光名所（経理担当）	・3月のリニューアル効果が持続し、今月も好調である。このまま秋口まで販促や広告を行いながら持続させたい。
		観光名所（経理担当）	・今月は梅雨入りした割に、中頃まで天候は良好であったが、中々売上は思っているほど伸びていない。例年のように中高生の団体やPTAのグループ、大学のサークルの客が多く来場し、ガラス作りの体験教室もにぎわっているものの、物販の方はまだまだ少し売上が厳しい。景気の回復は掛け声だけで、実感はまだまだ乏しい感がある。一方、バスツアーの客よりも、電車や自動車で来る客の方が増えており、営業面ではありがたい傾向がみられる。
		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、毎年暖かい時期になると来客数が増えるため、良くなる。

	<p>その他サービス〔生命保険〕（営業担当）</p> <p>住宅販売会社（総務担当）</p> <p>その他住宅〔展示場〕（従業員）</p>	<p>・景気の先行きに対する期待感が高まっているため、生命保険の加入を検討する客は増える。</p> <p>・今後、ますます消費増税が近づくにつれて契約量が増える。</p> <p>・消費増税の関係で、現行税率が適用となるのは注文住宅で9月末までの契約という条件があるため、それまでは契約数が増加する。</p>
変わらない	商店街（代表者）	・アベノミクスもあり期待が先行しているが、地元企業においては給料アップやボーナスの話があまり聞かれないなど、動きが悪い。
	商店街（代表者）	・百貨店や商業施設の間では、売上の先取り化が進む。マーケットが縮小するなかで競合の激化も進むなど、悪循環が続くため、どこも厳しい状況である。
	商店街（代表者）	・近隣に大手スーパーが乱立しており、なおかつ新規オープンもあるため、前途多難である。
	一般小売店〔花〕（経営者）	・顧客の様子からみて、まだまだ経費を抑える傾向があるため、良くなる兆しがみえてこない。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・少しだけ状態が上向いたまま推移している。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今月の売上の状態からみても、来客数と売上のどちらも伸びることはない。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・本格的な夏になると、衣料品の売行きが悪くなる。景気が停滞しているとは思わないが、上向いているという実感を得るにはまだ至っていない。参議院選挙後にどのような動きになるかは分からないが、大きな変化があるようには感じられない。
	一般小売店〔野菜〕（店長）	・アベノミクスの効果もまだまだ末端には届いていない。
	一般小売店〔自転車〕（店長）	・仕入商品は徐々に値上がりしているが、客は少しでも安い物を選ぶ。状況はずっと変わらないため、まだまだ景気が上向くようには思えない。
	一般小売店〔酒〕（社員）	・大阪地区に関しては、梅田地区、阿倍野地区での商業施設の開業というトピックスはあるが、その他地区の物販部門では景気の回復による売上の増加は見込めない。また、輸入関連では円安の影響が大きく、値上げが必須となるなど、厳しい環境が想定される。
	一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・各地で飲食店の新規出店があり、やや盛り上がりを見せているが、これが継続するかどうかは楽観視できない。一過性の好調ではなく、シーズンを通じた需要があるかどうか注目したい。
	百貨店（売場主任）	・富裕層を中心に引き続き高額品の消費の伸びが期待できるものの、食料品やガス料金などの生活必需品の値上げや、収入の増加も部分的であることから、大きな景気の好転は期待できない。
	百貨店（売場主任）	・参議院選挙までは好調が維持できそうである。
	百貨店（企画担当）	・今年に入ってから同業他社との競合は激化しており、今月の状況から好転するとは思えない。自店に関しては、景気好転による売上増というプラスと、競合激化によるマイナスの両面を抱えており、当面は現状維持となる。
	百貨店（企画担当）	・アベノミクス効果が、そろそろ落ち着いてきているように感じる。株価、為替も上げ下げはあるが、一定の水準で安定し始めているように感じる。
	百貨店（営業担当）	・富裕層の中でも、下のランクの顧客も徐々に高額品を買うようになり、買うまでのスピードは遅いものの、そろそろ出てくる。値上げ前の駆け込み需要にも期待できる。
百貨店（営業担当）	・セールの期間が前倒しとなるため、7月は厳しくなると予想されるが、全体的には今の傾向が続く。	
百貨店（売場マネージャー）	・株価や為替の動向にも左右されると思うが、一般消費者の動きは依然として慎重である。特に、衣料品はトレンドにもよるが、増加傾向ではなさそうに見える。	
百貨店（売場マネージャー）	・アベノミクスの行方を様子見している感が強い。ボーナスが増えた企業は一部にとどまり、世間一般も全体的に様子見となっている。	
百貨店（商品担当）	・高額品は好調であるが、一部の富裕層を中心にした動きであり、全体的に好調とは言い難い。	
百貨店（服飾品担当）	・店頭の動きは今月に入ってやや弱含みになってきており、株価や為替の激しい動きなど、不安定な要素が反映されている。ただし、決定的に悲観的な要素もないことから、横ばいで推移する。	

百貨店（外商担当）	・株価が乱高下しているため、消費者心理も不安定になっていると考えられるが、来客数、売上共に前年を上回る状態が続いている。景気そのものは底堅く、このような状態がしばらく続く。
百貨店（商品担当）	・景気回復の所得への波及や、来春の消費税率アップをにらみ、年末にかけて消費は安定する。ただし、不安定な株価や円相場といった不安材料もある。
スーパー（経営者）	・厳しい競争がしばらく価格のみならず、様々な意味で続く。大型店ができたことで、近隣との競争が一段と激しくなっている。
スーパー（経営者）	・輸入関連商品の値上げ情報が入ってきている。景気動向に与える良い要素、悪い要素が交錯していて、どう動くのかが予測しにくい状況である。
スーパー（経営者）	・周辺では残業が増えたという話や、賃金が増えそうだという話があまり聞かれず、商品の値上げが先行する。ただし、家庭内に在庫がある商品の価格転嫁は簡単には進まない予想され、収益圧迫の懸念が高まっている。
スーパー（店長）	・輸入関連商品の価格上昇が、じわじわと押し寄せる。また、ボーナスも一部の大手企業を除いては良い状態に近く、いったん上向いた購買意欲も減退する。また、来年の消費税の増税に向けて、消費者の商品に対する見極めは厳しくなるため、それに対応して販売方法をどの程度変えられるかが、企業ごとの好不調の境目になる。
スーパー（店長）	・外的要因によるプラスが見込まれる一方、当店を取り巻く環境は依然として好転しているとはいえない状況が続いており、現状から大きくプラスに向かうとは思えない。
スーパー（店長）	・例年、晩夏・初秋期は購買意欲が高くない時期であり、現状維持であれば良い方である。
スーパー（店長）	・競合店の出店計画が多く、業界は競争が激しくなる。来客数は維持できても、買い回り客が多くなって単価が上がらないため、厳しい状態が続く。
スーパー（店長）	・店頭で感じる客の購買動向は依然として堅実で、大きく変化する気配が感じられない。
スーパー（経理担当）	・気温や天候に左右される部分も大きいですが、消費の地合いは悪くない。バーゲンやイベント、販促策への反応も良くなってきており、仕掛けの工夫により需要を引き出せる状況になりつつある。
スーパー（広報担当）	・消費の傾向はしばらく変わらないと予想しているが、原料価格の値上げなどの懸念材料がある。
スーパー（販売担当）	・競合先との価格競争もあり、商品単価が下がる傾向にある。商品単価が下がっている分、客の買上点数が増えても、売上トータルとしては昨年の金額に達しない傾向が続いており、今後もこの状態が続く。
スーパー（開発担当）	・政府の景気対策は効果が出ているとは思えない。株価も為替も落ち着いてきているほか、中小企業で働いている者としては、状況にあまり変化はない。
コンビニ（店長）	・為替や株の動きをみると、大きな意味での経済は動いているようだが、身の回りに関してはほとんど何も変わっておらず、今後3か月ぐらいでは変化が表れない。
コンビニ（店員）	・気温の上昇に伴ってアイスクリームや飲料の販売数は増えるが、パンや弁当は落ち込みそうである。全体的に売上が伸びることはない。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・まだまだ消費者は出費を控えようとしており、低価格品を求めている。
乗用車販売店（経営者）	・製造業と小売業に分けると、小売業は上り調子ではない。
乗用車販売店（経営者）	・新車購入、車検の予約が少なく、すべての仕事の受注量が少ない。
乗用車販売店（販売担当）	・アベノミクス効果が社会に波及し、客である中小企業の社長などの景況感が良くなれば、輸入車の販売量も増加する。
乗用車販売店（販売担当）	・受注台数も前年並みであり、新しい材料にも乏しいため、しばらくはこの状態が続く。
その他専門店 [宝石]（経営者）	・為替の変動と株価の乱高下は続くと思われるが、金の価格は高いままとなっているため、宝飾業界としてはこのままで推移する。
その他専門店 [医薬品]（経営者）	・梅雨が明けると、殺虫剤や日焼け止め、制汗剤、飲料水などの動きが良くなる。
その他専門店 [食品]（経営者）	・新規店の営業状況次第である。
その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）	・参議院選挙後の株価次第でムードが変わる。

その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・先日決まった皇室用のティアラを製造するメーカーでは、売上が増加するかもしれないが、ティアラ自体は実用性があまり高くないため、便乗販売は難しい。
高級レストラン（支配人）	・季節変動によって観光客が増えても、特に外国人旅行者はレストランでの消費行動には結びつかない。
一般レストラン（経営者）	・賞与支給額も中小企業では改善されず、生活感としてはまだ楽観視できない状況にある。
一般レストラン（経営者）	・生活食料の値上げなどで財布のひもが固くなり、外食の機会は少なくなる。
一般レストラン（スタッフ）	・株価が上昇し、消費がやや活発になっているが、景気好転の実感はあまり感じられない。今後は、このままずっと上向き傾向が続くとは思わないが、一気に落ち込むこともない。
スナック（経営者）	・企業関係の客というよりも、個人営業の客が来店しており、前向きな雰囲気を感じる。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・企業業績には先行きの不透明感が強く、賞与なども増えにくいため、期待感はあるが財布のひもは固い。株高などで一部の高級品の販売量が伸びているとも聞かすが、日常の喫茶需要にはその恩恵は感じられない。
観光型ホテル（経営者）	・消費の第一線を占めるような業種については、アベノミクスの効果は表れてきていないので、大きな期待は持っていない。
都市型ホテル（支配人）	・株価の乱高下や、不安定な為替相場など、現在の景気も本物ではない。円安による原材料価格の高騰、梅田地区、阿倍野地区の商業施設のオープンによるオーバーストアのほか、雇用情勢の悪化などもみられる。また、パートなどの定時社員が採用しにくい状況であり、時給が上昇しているため、企業収益も圧迫される。
都市型ホテル（スタッフ）	・梅田地区の商業施設の開業と共に、大阪駅周辺の宿泊施設の稼働率が上がっている。本町エリアの需要も高まってきているが、婚礼部門の収入は落ち込んでおり、低予算での婚礼を希望する客が目立っている。一方、宴会部門では定例開催の会合に加え、講演会、会議の予約が戻ってきており、予約率が上昇している。
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会の先行予約は好調であるが、直近の宴会や会議は低価格化が進んでおり、収支が合わなくなってきている。食堂も食料原価が軒並み値上がりしており、7月から部分値上げを試みるが、動向は不透明である。一方、宿泊は予約の間際化が顕著であり、先が読めない。
都市型ホテル（マネージャー）	・先の予約状況は、特に大きな特殊要因もなくほぼ前年並みに推移しており、宿泊、宴会共に間際需要がどれだけ伸びるかが大きなポイントとなる。間際需要についても、現状から極端な増減があるとは思えない。
旅行代理店（経営者）	・円安となっていることで、下半期の海外旅行の価格が上がる懸念もあり、中国、韓国向けの改善も期待できないなど、海外旅行の先行きが不透明である。国内旅行の好調で、合計では前年を上回ることを期待している。
旅行代理店（店長）	・旅行に関しては、それほど単価が上がっているようにも思えない。来客数は多くなっているが、景気が良くなっている感じはなく、旅行や余暇に関する予算はまだ増えていない。
通信会社（経営者）	・地方経済や一般消費者といった、実体経済の回復にまでは至っていない。
テーマパーク（職員）	・企業が業績を上げて、国際社会での日本経済の地位が上がっても、給与所得者の所得が増えるわけではないが、現状は成長している実感があまりない。
ゴルフ場（支配人）	・予約状況を考慮すると、特に良くも悪くもなく、これから急変することも考えにくい。
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、夏休み期間中に6試合が予定されているほか、コンサートも開催されるので、多数の来場を予想している。
美容室（経営者）	・周囲で閉店の動きが増え、売上も伸びず、気持ちが落ち込むことが多い。様々なアイデアを出してキャンペーンを行っても変化がないなど、今は静観の時かもしれない。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・まだまだ現状は景気回復とまではいえないため、少し明るい兆しが出てきた状況を維持し、今後期待したい。中国経済が悪化するリスクも控えており、企業、投資家にとっては不安材料も多い。ただし、何とか様々な問題をクリアして状況を好転していかなければならず、この踊り場を乗り越えれば、少しずつ景気は良くなっていく。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・書籍の売上は順調な推移となってきているが、全体的な売上は、まだまだ前年割れが続いている。

	住宅販売会社（経営者）	・消費増税前の受注から、増税後の住宅ローン減税に焦点を置いた受注にシフトしつつある。本格的な景気回復とはいえないが、徐々に閉そく感から解放されつつある。
	住宅販売会社（経営者）	・現状を当面維持していく。
	住宅販売会社（経営者）	・経済政策の効果がまだ表れているようには思えない。目に見えて景気が回復しているという安心感が得られなければ、良くならない。
	住宅販売会社（従業員）	・足元ではアベノミクス効果への期待感は薄く、現在の状況が継続する。
	住宅販売会社（従業員）	・分譲予定のマンションに対する事前の問い合わせが増えており、しばらくの間は好調な状況が続く。
	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）	・実際のところ、実体経済が良くなっているかどうかは疑問である。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・マンションの施工コストの上昇により、販売予定価格を上げざるを得ない状況が少しずつ出てきている。おう盛な購入意欲と相殺され、今後は横ばいの状況が想定される。
やや悪くなる	一般小売店〔時計〕（経営者）	・衝動買いが何件かみられ、明るい兆しを感じることもある一方、修理の値段でちゅうちよする客も少なくない。比較的財布のひもを緩めている人と、そうではない人の格差を感じないわけにはいかない。まだまだ見通しが明るいとは思えない。
	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・アベノミクスによる効果は表れているものの、一般消費財については効果がみられない。
	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・参議院選挙の結果待ちで、株価が動かない。
	一般小売店〔花〕（店長）	・商売柄、6～8月は厳しいほか、ボーナスカットなどで今後はますます厳しくなる。
	百貨店（売場主任）	・今月は店のオープン効果があり、売上は好調であったものの、その好調がどこまで続くかは不透明である。むしろ今後はいったん落ち着き、売上、来客数などはベースダウンする。
	百貨店（販促担当）	・急激な株価上昇の後に急落し、購買に対する前向きな動きがやや冷え込んでしまった感がある。実態として所得増加などの具体的な動きがあまりみられないなか、夏のクリアランス時期についても、必要な物のみ購買するという近年の傾向が続きそうである。また、夏休みには新規施設への流れが強まることも懸念される。
	スーパー（店長）	・競合店の出店計画もあり、更に厳しくなるのではないかと予想している。
	スーパー（企画）	・原料高や円安の影響により、7月以降は目に見える形で食品を中心に店頭価格の上昇が進む。月給やボーナスの増加が消費に回ればよいが、電気料金の値上げや金利の上昇といった生活に関する出費の増加懸念から、貯蓄に回る可能性がある。参議院選挙もあることで、政治や経済の先行きに対する不安感は依然として大きい。
	衣料品専門店（経営者）	・物価上昇が顕著になってきているが、家計の収入は現状維持であるため、消費については悲観的にみている。
	乗用車販売店（経営者）	・特に、景気を左右するほどの良い材料があるわけではない。その上、ブラジルやトルコなどの新興国のデモや、中国経済の財政危機などが心配である。今後は、アベノミクスで少し株高・円安が進んできた動きに調整が入る。
	住関連専門店（店長）	・アベノミクスへの期待感が不安に変わりつつあるなか、消費が一時的に減る要因となる参議院選挙も控えており、世の中の勢いが止まりやすい要素が目立つ。
	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・消費増税の議論の本格化が予想され、購買が一層慎重になることが予想される。
	一般レストラン（経営者）	・お盆休みや夏休みに入るので現状維持は難しいと思うが、なるべく悪くならないように営業活動を進めたい。
	一般レストラン（経理担当）	・景気が良くならないことで、疑心暗鬼な部分もあるが、客の間にはまだ少し期待が残っているため、まだ一進一退の状態が続く。これから参議院選挙が始まるが、結果次第でどう変わるかは不透明である。
観光型ホテル（経営者）	・7月は元々年間でも一番動きが悪いが、参議院選挙と地域の知事選も重なり、ますますマイナスの影響が強まる。	
観光型旅館（経営者）	・公共料金の値上がりの影響が夏場には顕著に出るため、出控えや買い控えで景気が良くなることは期待できない。	
旅行代理店（広報担当）	・参議院選挙が終わり、消費増税が決定されると、耐久消費財を購入する客が増加する。その動きが収まるまで、旅行需要は悪化する。	

		タクシー運転手	・夏祭りや催し物があるので、多少良くなる期待はあるが、見通しは厳しい。
悪くなる		スーパー（店長）	・ファミリー層などの客が大型ショッピングセンターに取られる。
		スーパー（企画担当）	・当店から半径2キロ圏内に、競合店が出店予定である。
		衣料品専門店（経営者）	・昨年よりも売上が悪い状況が続いているので、商品を仕入れられず、今後セールになっても売上が期待できない。プレセールも良くない状況である。
		乗用車販売店（経営者）	・ボーナス月ということもあり、もう少し小売が伸びないといけないが、伸びていない。どちらかといえば、仕入業者の間だけで商品が回っているような状態で、出口がみえない。
		一般レストラン（店員）	・今の景気は、輸入に関して非常に厳しい。単価の低い商品を取り扱っているため、少しの円安でも非常にづらい。
		競輪場（職員）	・物価が上昇しているのに対し、賃金は増えていない。また、電気料金や生活必需品の値上がりもあるなど、アベノミクス効果には実感が無い。
企業動向関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業が開始となり、売上、利益共に増える。
		金属製品製造業（営業担当）	・新規製品の立ち上げが数点あり、引き合いも活発なため、秋からは売上が増える。
やや良くなる		食料品製造業（営業担当）	・梅雨が明け、昨年と同様に真夏日や猛暑日が続けば、飲料水の売上も連動して伸びてくる。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量が多く、忙しい。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・住宅業界では、家電量販店が住宅メーカーを傘下におさめるなど、住宅、エネルギー、家電の複合戦略で顧客の満足度を上げ、売上の拡大を図っている。今後は企業の分離ではなく、目的を持った異業種同士の統合で顧客満足度を上げていく動きが増える。
		金属製品製造業（経営者）	・市場は様子見の状態であるが、円安により輸入品が減少している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・結果はまだあまり出ていないが、今は業務が多忙であり、手ごたえは大いに感じられる。3か月後はやや良くなるという消極的な期待ではなく、自力で良くするという気概であり、手ごたえもある。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・参議院選挙の結果にもよるが、アベノミクスの効果が消費者の購買意欲の向上につながることを期待している。
		建設業（経営者）	・少しずつではあるが、消費税率が上がるまでに建てたいという案件が増えてきている。
		建設業（経営者）	・今後も受注の見込みがあり、漸増傾向が続く。
		金融業（営業担当）	・政治の動向や参議院選挙の結果により、大きく変わる。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・アベノミクスの効果が具体的に出てくる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読数も折込広告も減少傾向とはいえ、大幅な落ち込みでもない。購読の予約が獲得できているほか、7月の参議院、県知事の選挙戦に向けた広告にも期待できる。
		広告代理店（営業担当）	・今月末から夏のセール時期に入ってくるが、各店とも販売を強化していくので良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・問い合わせと注文が先々まであり、見通しが立ってきている。
		経営コンサルタント	・各種助成金の効果で景気が上昇するか否かについては、これを利用している企業もみんな懐疑的である。ただし、このチャンスを活かそうと行動を起こしているため、若干であっても景気は良くなる。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・梅雨明け後は恐らく昨年並みの猛暑が予想されるため、駅構内ではコンビニを中心にソフトドリンクなどの売上が大幅に伸びる。一方、大半を占めるスイーツ関連の店舗は、昨年と同様に苦戦を強いられることになる。梅田地区にオープンした大型商業施設については問題が山積しているが、今しばらくは他府県からの集客が期待できる。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・円安、株高のほか、輸出企業の好調が給与面にも波及することが期待され、消費は緩やかに改善していく。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・米国の金融当局による出口戦略の提示は、長い目でみれば景気浮揚の証拠である。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・引き合い件数が増加している。
変わらない		食料品製造業（従業員）	・新製品の売上は良いが、既存品は良くない状況が続いている。既存品の売行きは販売価格に大きく左右されるが、一部で原材料の値上げもあるため、廉価販売ができない状況にあり、その辺りの影響も出ている。
		食料品製造業（経理担当）	・株価や円相場の乱高下が激しいことや、電気料金の値上げが大きく影響してくる。

繊維工業（団体職員）	・受注量が減少するなか、原料価格や電気料金、外注加工料の高騰などで採算が悪くなっている。
繊維工業（総務担当）	・現在、中国工場や中国での協力会社から多くのソックスを輸入しているが、円安の影響を受け、利益率が大幅に下がっている。今後、為替の水準が変わらないとしても、国内の得意先との売買金額を上げることができないため、利益の確保が難しい状態が続く。
化学工業（経営者）	・問い合わせ案件に大きな変化はなく、当面の景気は変わらない。
化学工業（管理担当）	・為替や株価が安定する見通しが立たない。
プラスチック製品製造業（経営者）	・参議院選挙後の評価は、もう少し先になる。現状をみると商品の買換えサイクルが長くなっており、需要がなくなることはないが、供給過多の状況はしばらく続く。必要な物や、なくてはならない物、価格が高過ぎない物が低いレベルで安定する。
窯業・土石製品製造業（経営者）	・資材の値上がりで困っているが、一般的なムードが黒から明るい色に変わりつつあるため、相殺すると変わらない。
金属製品製造業（管理担当）	・太陽光発電関連は、今後2年間は現状維持となる。購入時の補助金が継続するかどうか、今後の売上に影響を及ぼす。
電気機械器具製造業（経営者）	・世界的に経済の不透明さがあるため、景気の方向感がなかなかつかみにくい。
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・本格的な夏の暑さによる、夏物商品の更なる荷動きの増加は期待できるが、トータルの状況は変わらない。
電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が伸びず、引き合いも増えていないので、今後も悪いまま、横ばいで推移する。
電気機械器具製造業（営業担当）	・相変わらず、仕事の予定が少ない。
電気機械器具製造業（企画担当）	・今後も住宅分野の活況は続くと思われるが、全体としては落ち込みを感じるなど、読みきれない状況である。
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・アベノミクスで設備投資減税が導入されたとしても、実際にどのような効果を企業にもたらすのかが不透明であり、急速に設備投資が出てくるかどうか予測できない。
その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新製品の開発はなく、受注量にも変化がない。
建設業（経営者）	・厳しい価格競争のなか、今後の技能労務者不足の対応に苦慮しており、板挟み状態となることが予想される。
輸送業（営業担当）	・中小の工場は荷物の増減がないものの、レジャー用品の工場では受注が多く、好調である。
輸送業（営業担当）	・配達件数が増える要素はないため、今の状況が続く。
輸送業（営業所長）	・少しは景気が良くなっていると感じるが、中小企業にはまだまだ及んでいない。
不動産業（営業担当）	・神戸から企業が流出していることもあり、神戸の就業人口が減少してきている。それに伴い、事務所や住宅の賃料が下げ止まっておらず、将来的には景気が横ばいか、悪化する可能性がある。
広告代理店（営業担当）	・しばらくは変化する要素がみられない。
司法書士	・今月は案件がいくつかあるが、これが偶然なのか継続性があるのかが分からない。特に理由がないため、偶然と考えるべきか、判断に迷う。
コピーサービス業（店長）	・観光客の増加などへの期待は大きいですが、不透明な部分も多いため、おおむね標準的な推移となる。
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・アベノミクスの効果がまだ感じられない。
その他サービス〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・現在、景気が回復中でやや良くなっているため、それ以上の上昇は考えられない。今の動向で推移することを望む。
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・商品が動くためには、工場の設備や商品の見積が出てくるはずであるが、今はそれもないので動きが感じられない。
その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・アベノミクスが浸透するかどうか不透明である。
やや悪くなる	
繊維工業（総務担当）	・物の値上がりが販売価格に転嫁しにくいいため、収益が圧迫される。
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・季節的にはお中元用のケースが活発に動く時期であるが、非常に少ないようである。
化学工業（企画担当）	・円安の影響などで、今後ますます原料価格は高騰するが、製品の販売価格に転嫁しきれずに利益が圧迫される。
一般機械器具製造業（経営者）	・今後数か月の動きでは、投資計画に弾みがつくような状況ではない。産業全体での投資が増えなければ、鉄鋼関連の投資も上向きにくい状況である。

		一般機械器具製造業 (設計担当)	・投資家は良いのかもしれないが、物価の上昇に収入がつかせていない。	
	悪くなる			
雇用 関連 (近畿)	良くなる	学校 [大学] (就職担当)	・アベノミクスの効果で、低迷していた景気が回復していくのではないかと期待感がみられる。	
	やや良くなる	人材派遣会社 (経営者)	・先行きの見通しは明るい、IT関連については先送りされており、参議院選挙の結果次第となる。	
		人材派遣会社 (経営者)	・求人が増え続けている。	
		人材派遣会社 (支店長)	・6月ということもあるが、求人数、求職者数共に増えてきている。夏に向けて集中的に短期オーダーも増えてくるため、良い流れにはなっている。	
		職業安定所 (職員)	・有効求人数が増加しており、有効求人倍率も上昇傾向が続くと考えられる。ただし、有効求職者数の減少の勢いは弱く、高止まりで推移している。	
		職業安定所 (職員)	・しばらくは企業の活動が活発になる。	
		職業安定所 (職員)	・徐々にではあるが、景気は上向いていると感じる。	
		民間職業紹介機関 (支社長)	・転職者の中には、現職企業からの引き留めで転職を取りやめる人も多くなっている。若干ではあるが、雇用状態や賃金の改善が見込めるかもしれない。	
	変わらない		人材派遣会社 (支店長)	・参議院選挙次第ではあるが、しばらくこのまま不安定な状況が続く。
			人材派遣会社 (役員)	・当面は盛り上がり欠ける。参議院選挙が終わってからの政局や、成長戦略の具体策による部分が大きく、即効性はあまり期待できない。
		人材派遣会社 (営業担当)	・円安頼みの景気回復には持続性がない。成長戦略を政府がしっかり描いてほしい。産業空洞化を防ぐために、法人税率引下げを実施し、雇用の流動化を進め、実質的な経済成長を実現しなければならない。	
		アウトソーシング企業 (社員)	・退職者はいるが、入社してくる人がいない。	
		新聞社 [求人広告] (営業担当)	・参議院選挙後の状況がまだみえてこない。	
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・今後も特に変わらない。住宅業界には消費増税前の駆け込み需要などのプラス材料があるものの、ほかの業界はマイナスのままとなる。新聞広告全体でも前年並みとなる見込みである。	
		新聞社 [求人広告] (営業担当)	・梅田地区や阿倍野地区の開発による活性化が進んでいることは確かであるが、大きな実感がない。	
		新聞社 [求人広告] (管理担当)	・株価、求人共にこの半年は順調に推移してきたが、いずれも動きが鈍くなっており、調整局面に入っているように感じられる。	
		職業安定所 (職員)	・新規求人数は高止まりの様相をみせているが、企業の採用意欲は幾分上向き気味の感触がある。企業からは、水準が米国の大型金融機関の破たん前に戻りつつあるという声が多く聞かれるが、思ったほど良くなっていないとの声も多い。設備投資や人件費のアップにつながるのは、まだ先のようなのである。	
		民間職業紹介機関 (職員)	・建設部門を中心とした日雇い労働市場は、労働者不足の制約があり、更なる拡大は厳しいというのが、末端の事業主たちの声である。	
		民間職業紹介機関 (大学担当)	・経済に少し不安があり、社員の賃上げなどに行き着く前に、景気が悪化する可能性も懸念される。	
		民間職業紹介機関 (営業担当)	・景気の好転を大きく実感できる要素がない。	
		学校 [大学] (就職担当)	・参議院選挙後は活発な動きになることを期待している。	
	やや悪くなる	職業安定所 (職員)	・景気については先行き不透明感が出てきた。このことが雇用面にも出てくることを心配している。	
	悪くなる	-	-	