

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (近畿)		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・直近の状況は、店全体の店頭売上が前年比7%増と好調に推移している。梅雨の時期ではあるものの、雨に見舞われた日が4日間と、前年の14日間に比べて非常に少ないこともあり、幅広い品目で前年を上回っている。引き続き、化粧品は31%増、特選衣料は35%増と前年を大きく上回り、訪日外国人売上もそれぞれ倍増という状況である。さらに、これまで苦戦が続いていた中間層向けの婦人服、紳士服も、2～3%の伸び率ではあるが、前年を上回って推移している。
		百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・来客数、固定客率共に、6か月以上にわたって伸び続けている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は11,103円で、3か月前の客単価は9,918円であったため、良くなっている。ただし、これは最高グレードの競走によるものと考えられ、本来の景気はさほど変わっていない。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・東京オリンピックまでの動きかもしれないが、ゲストハウスの増加は少なからず経済にプラスになっている。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・夏物商材への需要が増え、今月は順調に販売できているので、売上も好調である。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・梅雨入り後も晴天が続く、衣料品や身の回り品に加え、お中元ギフトの受注も順調に推移しており、月末からのクリアランスセールにも期待がかかる。また、インバウンド売上も相変わらず好調である。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・インバウンドの売上は、3～4月の前年比30%増から、5～6月は50%増と拡大傾向が続いている。特に、化粧品の売上が前年からほぼ倍増となっている。外商顧客や自社カード会員を中心とする中間層の売上は、前年比で微減となっているものの、インバウンド売上の増加が上回り、全体では9.6%の増収となっている。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・ボリュームゾーンの婦人服や婦人雑貨が堅調で、中間層の客の動きが回復傾向にある。インバウンドの来店数、買上額も増加が続いている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・最近の改装により消費が喚起できている。販促用に準備した商材には目もくれず、自分の買いたい物だけを買うなど、買物の仕方がシビアなのは変わらないが、客単価は上がっている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月もインバウンド効果で好調に推移し、特に化粧品の売上が前年実績の約2倍で推移している。また、食料品も全体的に好調なほか、苦戦していた婦人服、紳士服などの衣料部門も、ようやく気候も安定してきたことで、前年の実績を確保できそうな状況である。
		百貨店（役員）	来客数の動き	・3か月前が悪過ぎた。沿線の商業施設の改装などで客の動きが変化し、来客数、販売数量の全てが大きく変わった。全国的にも、前年からの婦人服を中心とした衣料品の落ち込みは変わらず、最近では客の動きがすっかり落ち着いている。他社の強みや、当社の強み、弱みははっきりと表れている。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・都心店舗を中心に、免税売上が好調に推移している。シーズン中盤から衣料品が好調となり、住関連の一部を除いて、全体的に順調な状況である。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・6月に入り、盛夏商材や化粧品関連の動きが前月よりも更に活発になり、前年比で6～7%アップと好調に動いている。不調であった春物商材から、盛夏商材への切替えが早かったこともあり、サンダルやパラソルといった商材の売上が軒並み前年をクリアし、スカートも徐々に前年を上回っている。一方、生鮮関連の食料品では鮮魚が苦戦し、アニサキスによる風評被害が出ていると思われる。今後は、一部の百貨店、ショッピングセンターが実施している、6月30日からのクリアランスセールの前倒しによる影響が予想されるものの、引き続き盛夏商材は売れそうである。
	百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・なかなか気温が上がらず、衣料品の販売は前年割れが続いているものの、化粧品や服飾雑貨はインバウンド需要にけん引されて大幅増となり、店全体でも前年の売上を維持している。	

百貨店（外商担当）	販売量の動き	・毎月、インバウンド売上は前年を上回っており、好調に推移している。今では売上の15%程度を占めており、重要な柱となっている。
百貨店（マネージャー）	単価の動き	・6月は天候が安定し、雨の日が少なく、入店客数も前年並みに回復した。中間ボリューム層の買上率が低いなど、消費意欲は低調であるものの、富裕層による宝飾品や時計の購入、リフォーム需要に伴う家具の大口受注で、客単価が前年比で2けた近く上昇したため、全体の業績は好調に推移している。プレミアムフライデーにより、クリアランスセール開始が当初計画の7月1日から1日前倒しになることも、大きなプラス要因である。
百貨店（宣伝担当）	販売量の動き	・売上が前年比で10%増、入店客数が5%増と好調である。梅雨入り後も天候に恵まれたこともあるが、これまで好調を維持してきた雑貨、特選宝飾品に加え、衣料品の動きが良くなってきたことが大きい。
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・梅雨に入ったが、天候は良く、飲料関連、涼味関連の販売量が堅調に推移しており、売上の前年比はプラスとなっている。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・今月の中旬ごろから、まとめ買いの客が増えている。先週末からのフェアも重なり、プラス1品の購入も多い。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・海外要因だけでなく、国内にも値上げなどのマイナス要素はあるものの、雨の少ないことが好調の大きな要因となっている。
乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・今月は車両単価が非常に高くなっている。
その他専門店【医薬品】（経営者）	お客様の様子	・蒸し暑い日や日差しの強い日があり、飲料関連や日焼け止めなどの季節商材の動きが良かった。一方、殺虫剤の動きは前年を下回っている。
その他飲食【コーヒーショップ】（店長）	来客数の動き	・来客数が前年、一昨年よりも増えてきている。
都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・インバウンド効果は続いており、朝食利用を含めて全体を押し上げている。高止まりの状況で伸び率は低いですが、前年の水準はクリアしている。地域全体で客室稼働率が高い日は、高額な料金設定でも需要があり、利用者も諦めている。一方、食堂や宴会ではベースの金額はあまり変わらないが、1品の追加注文があるなど、付加価値を求める客が目立つ。
都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・客室に関しては、引き続き海外からの宿泊者で好調であり、レストランも今月は高額商品の販売が伸びている。宴会、プライダルに関しても、大型案件が入ったことで好調となっている。
旅行代理店（店長）	お客様の様子	・客からの旅行に関する相談が増えている。行き先が決まっているわけではなく、どこかに行きたいという感覚であり、余裕が出てきたと感じられる。
旅行代理店（役員）	販売量の動き	・テロなどで海外への旅行を控える動きも、一部の方面に限定されつつあり、海外旅行の予約が伸びている。
タクシー運転手	お客様の様子	・大阪の観光にも、他府県にはない大阪らしさが出ている。
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・ここ数か月、続いてきた来場者の落ち込みが、ようやくプラスに転じ始めている。
住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・これまでは市内中心部だけの地価上昇であったが、徐々に周辺部も上昇基調となっている。
その他住宅【展示場】（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場への来場数は、天候が良かったこともあり、前年比で2割増である。
その他住宅【情報誌】（編集者）	来客数の動き	・分譲マンションの購入検討者は、一部で前年よりも増加している。価格高騰の影響で苦戦する動きもみられるが、低金利のほか、更なる価格上昇を前に購入意欲が高まっている。
商店街（代表者）	お客様の様子	・インバウンド客の数が減少しているほか、従来の顧客が戻らず、客単価は低いままである。
商店街（代表者）	販売量の動き	・春から販売量は停滞しており、客の新規獲得が難しくなっている。
一般小売店【珈琲】（経営者）	お客様の様子	・飲食店でのコーヒーや食品の購入量は横ばいである。

一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・今年6月と3月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は6月が95.1%で、3月が110.0%、関東は6月が96.5%で、3月が98.5%、中部は6月が105.6%で、3月が81.5%、中国は6月が95.4%で、3月112.2%であり、各地区合計の平均は6月が97.4%、3月が102.0%となっている。6月に入り全国的に少し低迷している。店舗によってばらつきがあり、一概に不調とはいえないものの、中元商戦に向けての不安材料である。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	販売量の動き	・前年に比べて、販売量は微減の状態が続いている。前年よりも良い部門もあるが、全体で見るとやはり微減である。今後は、お中元や夏休みといったイベントがあるものの、長期的にはあまり変わらないと予想される。
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	販売量の動き	・特に、卸売の売上が前月比で5%ダウンしている。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・セール待ちの消費者が多いのは、例年と同じであるが、特に夏物衣料の動きが悪く、全体的な販売量が減っている。
一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・まだまだ飲食店やゴルフ場などの客足は悪く、良くなっているとは思えない。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月もインバウンドが好調で、集客策が功を奏したため、目標は達成できそうである。ただし、売上好調な商品は限られるなど、全てが順調とはいいがたく、一部の客による購買が好調の要因である。大多数の客は不要不急の買物には消極的であり、価格に対する厳しきにも変化はない。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・祝日など、数量の大きな商品が売れる日にも、食料品のパーティーセットなどの動きは今一つである。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・優良顧客からは、景気が悪いとの声は聞かれない。プレゼントとして高額な宝飾品を購入したり、高級ブランド品に関心を寄せる富裕層の客が増えてきている。
百貨店（販促担当）	来客数の動き	・ここ数か月はあまり変化がない。衣料品は総じて不振で、雑貨は堅調、高額品はやや苦戦している。食品での競争が激しくなっており、少し苦戦の傾向にある。変化の兆しが見いだせず、展開を打開する具体的な策も見当たらない、厳しい状況である。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・今月は天候に恵まれたが、ファッション商材の客単価は、富裕層や上位顧客が安定的に推移したものの、新規客などの単価は低く、堅実な消費が続いている。一方、インバウンド需要は消耗品が中心であるが、回復傾向となっている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・売上は前年を下回る状況が続く、改善傾向にはない。食品も、野菜の相場安、鮮魚関連のアニサキスなど、悪化要因が多い。客の高齢化で、販売は小分けパックにシフトせざるを得ないこともあり、単価が上がりにくい。チラシでの集客も、目玉品のみ購入が目立ち、それ以外の商品への効果が出にくい。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が増えなければ、単価が下がる傾向にある。来客数を増やすための集客チラシを毎週入れているが、売上は横ばいで推移している。
スーパー（店長）	単価の動き	・来客数が増えているにもかかわらず、売上は横ばいである。客1人当たりの買上単価が下がっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が大きくダウンする傾向が続き、6月からは1人当たりの買上点数も減少傾向になっている。割引セール期間に、購入が集中する傾向が強い。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数の推移に変化はなく、落ち着いてきている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・天候要因に左右される部分もあるが、現状の消費動向は、可もなく不可もない状況である。
スーパー（社員）	販売量の動き	・競合する各社の出店、改装が活発な状況が続いている。このため、スーパー間の価格競争が厳しく、前年よりも店頭価格は低下傾向にある。その一方、客の1回当たりの購入数量は堅調に増加しており、売上は前年の実績を上回っている。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・イートインコーナーの利用率は相変わらず高く、ファストフード類やドリンクの売上は好調であるが、この数か月はほぼ横ばいとなっている。

	コンビニ（店長）	お客様の様子	・プレミアムフライデーや公務員のボーナス支給で、月末、月初は来客数も増え、にぎやかになっているが、期間全体の売上は変わっていない。
	コンビニ（店員）	販売量の動き	・ファストフード商品の売上がやや好調であるが、全体的に大きな変化はない。
	コンビニ（店員）	来客数の動き	・観光客が増えている。
	衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・オンシーズンにもかかわらず、客の買い控えがみられ、単価の動きもない。
	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・家電の買換えサイクルが長くなっており、販売量、金額共に増加しない傾向が強い。
	乗用車販売店（販売担当）	単価の動き	・モデルチェンジの効果もあり、販売台数は悪くないものの、単価が下がっている。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・株価による影響が大きく、株価が安定していると客の購買意欲は高まる。今の水準のまま推移すると変わらないが、外的要因や為替の変動による株価への影響は避けられない。
	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・特に大きな変化はなく、ギフト関係は伸び悩んでいる。
	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・商品購入後の、客の思い違いによるクレームなどがあり、高額商品に限らず、消費意欲と価格のバランスや、商品と企業に対する信用のバランスが不安定である。余裕をもって購入する消費者は多くないと感じられる。
	その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・景気の上昇に対する実感が無い。
	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・カード会員への優待率アップの回数を、前年よりも政策的に減少させ、今年は6月に初めて実施した。その結果、顧客数が減少傾向となる一方で、売上は上向くなど、一定の効果が出ている。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・企業の決算期の影響もあり、今月は前半の動きが鈍く、後半は動きがみられる。特に、ここ数か月は個人客よりも団体客の動きが多い。個人的な飲食費の負担を抑え、必要枠で出費する消費者の動きをみると、景気が上向きとはいえないと感じる。
	一般レストラン（企画）	来客数の動き	・来客数の動きはやや悪化しているが、前年11月からの回復傾向がそのまま続いている。来客数の前年比をみると、関東と比較して関西の減少幅がやや大きくなっているものの、予想以上に客単価がアップしており、売上全体は好調に推移している。
	観光型ホテル（経営者）	お客様の様子	・外国人観光客の来館が増加傾向にある。
	観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・夏の予約の動きは少し遅いようであるが、特に変わった様子はない。
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・宿泊者数は伸びておらず、外国人旅行者がマンションや住宅に宿泊する、民泊の影響が出てきている。
	観光型旅館（団体役員）	単価の動き	・1～2か月前から、状況が落ち着いていると感じる。
	都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・ここ数か月は、ほぼ横ばい状態が続いている。宿泊稼働率は少しアップしているが、単価は下がっている。人材不足については派遣頼みの状況で、経費が高騰し、収益が圧迫されている。
	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・今月の宴会及びレストラン収入は、前年を上回っているが、宿泊収入は前年を下回っている。前月は3部門共に前年を上回ったため、今月は厳しい状況である。
	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・ボーナス支給が受注の増加につながらず、8月の予約も伸び悩んでいる。
	タクシー運転手	来客数の動き	・前月はイベントが多かったが、最近は少なく、動きが悪くなっている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・気温の上昇や天候不順により、客の乗車機会は増えたものの、営業収入に大きな変化はない。
	通信会社（経営者）	お客様の様子	・客の受注状況に大きな変化はない。

その他レジャー施設 [ 飲食・物販系滞在型施設 ] (企画担当)	来客数の動き	・天候要因からすれば、もう少し集客が良くなると思われたが、前年比では伸びていない。
その他サービス [ ビデオ・CD レンタル ] (エリア担当)	販売量の動き	・特に、音楽レンタルなどが厳しい環境にあり、ブックカフェや新業態への転換が進んでいるものの、利益的には厳しい状況が続いている。
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・低い水準ではあるが、住宅販売の状況は安定している。
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・新築マンションの販売センターへの来場数は減少しており、一部に早期完売する物件はあるものの、全体的に販売期間は長くなっている。
住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・展示場への来客数は前年並みであるが、契約の交渉にはつながらず、購入検討中の客が増加している。
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)	お客様の様子	・前月と、不動産取引の状況に変化はみられない。
その他住宅 [ 住宅設備 ] (営業担当)	単価の動き	・エレベーターのリニューアル工事費が少し上がったため、受注は横ばいとなっている。
一般小売店 [ 花 ] (経営者)	お客様の様子	・経費の削減で単価が抑えられており、閉店となる店舗も目立つ。
一般小売店 [ 時計 ] (経営者)	来客数の動き	・月の前半はまずまずの出足であったが、中盤になって落ち込んだ。天候に左右される部分も大きい。近隣の様々な大型モールのイベントによる影響が大きい。メーカーによる配送料金の値上げなどで厳しくなっているため、注文を受けても利益率が目減りしている。
百貨店 (売場主任)	販売量の動き	・食料品などの日常的な消費は安定しているが、衣料品の不調が更に進んでいる。
百貨店 (営業企画)	販売量の動き	・前年比での売上や入店客数のトレンドが悪化している。
スーパー (経営者)	単価の動き	・雨が少ないなど、天候面は順調で、客足も前年並みとなったが、野菜の主力商品の相場安、アニサキス報道による鮮魚の売行き不振、ビール類の値上げなどが重なり、売上の面では非常に厳しい状況が続いている。
スーパー (店長)	販売量の動き	・食品の値上げ報道や、アニサキスによる水産関連の風評被害、同業他社の価格攻勢などで、食品の客数減と、それ以上の買上点数の減少が顕著となっている。
スーパー (店員)	来客数の動き	・雨の日が多いこともあり、来客数が少ない。
コンビニ (経営者)	販売量の動き	・梅雨に入っても雨の日は少ないが、気温の差があるため、クール商材の売行きが不調である。売上は前年比で20%減となっており、それに付随して、おにぎりの動きも低調である。
家電量販店 (企画担当)	それ以外	・季節的な要素が強く、ボーナス商戦である6月の第2～3週目の土日が涼し過ぎたため、エアコンなどの季節家電と冷蔵庫などの白物家電の販売が大きく落ち込んでいる。
家電量販店 (人事担当)	販売量の動き	・気温が上がらず、エアコンなどの季節家電の販売が振るわない。
乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・ボーナス商戦の時期であるが、顧客の動きが非常に遅く、販売台数が伸び悩んでいる。
高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・梅雨などで、天候や気温が不安定なこの時期は、ランチ、ディナー共に予約が入りにくい。
高級レストラン (企画)	来客数の動き	・低、中価格帯のレストランでは、特に夜の早い時間の集客が落ち込んでいる。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今まであまり売れなかった、低価格商品ばかりがよく売れている。夜もアルコールを注文する人が少なかったため、売上の伸びが芳しくない。
都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・新しく開業したホテルの料金につられて、地区全体で単価が下がっている。その影響で稼働率は前年と変わらず推移しているが、売上は前年比で98%にとどまっている。

	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・英国でたびたび発生しているテロの影響で、欧州方面への旅行が軒並みキャンセルや変更となっている。欧州から変更となった場合は、販売額が下がってしまうので、非常に厳しい状態である。
	タクシー運転手	お客様の様子	・京都市内の雰囲気を見ていると、手を挙げてタクシーを止める客も少なく、電話での配車依頼も減少している。
	通信会社（社員）	販売量の動き	・申込状況は継続的に悪化している。テレビサービスの陳腐化は、現時点では止めにきいたため、4Kサービスの定着などに期待したい。
	美容室（店長）	来客数の動き	・なかなか予約が入らず、売上は前年比で2割減少している。
	その他サービス 〔学習塾〕（スタッフ）	来客数の動き	・少しずつ、退会する生徒が出てきている。
x	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・前月末から、顧客の来店が減っている。
x	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・雨の時期であるほか、セール待ちで、6月に入ってから売行きが悪い。
x	家電量販店（店員）	来客数の動き	・3か月前は決算で来客数が多かったが、今月はエアコン需要がピークであるにもかかわらず、来客数は少ない。なかなか厳しい状況にある。
企業 動向 関連  (近畿)	-	-	-
	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月は、前年よりも出荷量が少し増えているものの、出荷価格については厳しい交渉となっている。外食関連にも、業況の良い企業と、悪い企業の差が出てきたように感じる。
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が好調である。
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・リピート品の注文量が増えており、発注スパンも短くなっている。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車、建機業界を中心に、日本が強い材料や部品の荷動きが活発である。国内の工作機械関連も、新規発注分の納品に時間がかかるようになってきている。
	通信業（管理担当）	それ以外	・ボーナス商戦で活気付くと考えられる。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・株価が2万円を突破した。このまま右肩上がりが続けば、景気のけん引役になる。
	広告代理店（企画担当）	取引先の様子	・6月に入り、担当施設の売上が前年並みに回復しているなど、プレセールでの売上も好調なスタートとなっている。梅雨とはいえ、雨が少なく、夏のセールの本格的なスタートに向けて、消費者の夏物への購買意欲が高まっていると感じる。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上は前年並みであるが、紙媒体、Web媒体共に、問い合わせが増えてきている。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・特に景気が改善しているとは感じないが、クライアントをみていると、新たな事業や新製品の開発を行っている企業が、それなりに成果を出している。何をしても結果が出ず、新たな取組が行われない状態ではなくなったと感じる。
	食料品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・上半期の決算を迎える企業が多いためか、販売価格を下げて薄利多売で商売している店が多く、売上はあまり伸びていない。
	食料品製造業（経理担当）	それ以外	・複雑な組合せの商品の注文が多く、対応に時間がかかる。大量には生産できないため、売上が上がらない。
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・問屋では、単価が下がっても売上を維持している先と、売上が減っている先がみられるが、いずれにしても売上は伸びていない。
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・今月の中旬以降は、生産量が急激に減少している。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月の後半から、引き続き受注量が若干少ない。材料メーカーも同じ状況のようである。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気の傾向に減速感はないが、景気自体は不安定である。製造業はどのような投資をすべきか、手探り状態といえる。
一般機械器具製造業（設計担当）	受注量や販売量の動き	・受注量の変動は少なく、収支がほぼ一定である。	

電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・ここ2～3か月は、これまで停滞していた顧客や業界からの引き合いが増えており、新たな顧客とのコンタクトも増えている。まだ受注量に大きな変化はみられないものの、特に海外からの引き合いの増加が目立つ。
電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・ここへきて製造設備の増設の話が徐々に増え、特に品質面では、前向きに設備投資を進める動きがある。
電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、引き合い件数共に少ない。
電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前月は少し仕事があったが、今は途切れている。
輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車産業は相変わらず堅調である。他産業からの引き合いも増加傾向にあるものの、確実に受注につなげる営業努力が求められる。
その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・梅雨にもかかわらず、雨があまり降らず、傘の売上もそれほど伸びていない。
建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅にかけられる予算が厳しいクライアントが多い。その一方、性能や設備の向上が加速し、価格は上がる傾向にある。
建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・官庁関係、民間関係の案件共に、相変わらず厳しい価格競争が続いている。労務費や建設資材コストも高騰しつつある。
建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・問い合わせや、見積依頼が少し増えているように感じる。土壌汚染調査も若干増えており、土地が動いている様子である。
金融業（営業担当）	それ以外	・不動産の動きが悪い。需要は多いものの、物件情報が少ない。特に需要の多い、準工業地域の不動産情報があれば、景気の傾向も少しは変わる。
金融業（副支店長）	取引先の様子	・客から入手する決算書の内容については、業況がほぼ横ばいのケースが多い。
不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸から企業の撤退する動きが相変わらず続いている。事務所の需要が減ることで、賃料が下がり、社宅の需要が減っているほか、住宅の賃料も下がってきている。
新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・購読数、折込件数共に微増であり、良いといえるほどではない。
経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・経営コンサルタントとして、企業向けに人材育成や教育訓練を行っている。昨今は人手不足や春の新入社員採用などで、教育訓練の仕事が忙しい。
コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・受注量の変化は感じられず、前年度と比べても増減の動きがない。
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の販売台数が少ない状況が続いている。
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・今年に入って動きに変化はなく、現状の状態が続いている。
その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年から好調であった日本製の商品についても、かなり出回っている感が強い。販売をけん引するレベルではなくなっており、平均的な売上の動きが続いている。
その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・需要がそれほど増えているとは思えない。
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ここ3か月の売上は、主要顧客10社のうち7社が前年を下回っている。当社の売上の推移をみても、ここ3か月は右下がりになっている。
金属製品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・鋼材価格の値上がり分を転嫁できていない。自動車関連では転嫁が進んでいるが、それ以外では大手ユーザーの抵抗が強い。
金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・材料費の値上がりは止まらないが、販売価格に転嫁できない。1つの工場、毎月100万円以上の値上げによる損失が出ており、夏のボーナスにも影響が出る。
電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・設備投資に関しては、前期の後半から全く動きがみられず、停滞している状況にある。

	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・事務機器や家具の配送も、4月に比べて一段落した様子である。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・少し好調が続いていた広告の出稿に、やや陰りがみられる。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・新製品という意味で、当社は他社よりも遅れている。また、業界全体として、価格の下落や案件の減少傾向が進んでいると感じる。
	x	*	*
雇用 関連 (近畿)	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年比で2けた台の増加率となるなど、大幅に求人が伸びている。特に、今月は建設業や設備投資関連の製造業が大きく伸びており、設備投資意欲の旺盛さが感じられる。
	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・求職者数が増えてきている。
	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・通信会社による次世代の基地局増設案件が増え出し、それに伴う求人が増えている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・新卒の人材ビジネス業界では、大学3年生の夏のインターンシップなど、就活の早期化が顕著である。そのための需要も増え、業界全体として景気が良い状況にあるなど、前月までの予想とは若干変わってきたと感じる。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・町内の小さな医療機関からも求人依頼が増えており、患者の増加している様子が感じられる。
	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・新卒採用の対応に追われているのか、人員が現段階で充足されつつあるのか、企業の採用活動に大きな動きが全くみられない。そのなかでIT関係では底堅い需要があり、この動きだけが当分続きそうである。
	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人企業数に減少傾向はみられない。
	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・企業の求人数は減っていないが、人手不足の深刻化による影響か、派遣での登録者の数が伸びない。
	アウトソーシング企業（社員）	雇用形態の様子	・正社員が退職しても新たな補充はなく、パートやアルバイトの雇用になる。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・新聞広告における求人数には、今月も景気を占う動きはみられなかった。新卒採用のピークは過ぎたが、Webでの求人が主流となっており、Web求人の数は増加している。ただし、これは景気によるものと構造的な変化の両方の側面があり、今回は景気の方向性を示すほどの盛り上がりは感じられない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・直近の新規求人数は前年比で14.1%増加し、新規求職者数は2.4%減少している。募集しても応募がないとの声は依然として多く、人材確保ができないため、仕事量を増やせないとの声も上がっている。その一方、管内事業所への景況感についてのヒアリングでは、普通とする事業所が8割超を占めている。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・建設日雇求人の動向は、前年比で微増、一昨年比で減少の傾向がみられ、いずれにしても長期低迷傾向が続いている。
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・中小企業を中心に採用者数が増えているが、今後景気が悪くなると、一気に冷え込むのではないかと予想している。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数は前年と変わっていない。
	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣に関する求職者の減少もあるが、何よりも今月は、派遣の求人数が減少していると感じた。その分、紹介予定派遣や直接雇用の求人数は増加傾向にあり、結果として、景気はやや下向きとなっている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・新聞広告の営業を行っているが、株価が上昇しているほど、各企業の好調さはうかがえない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・3か月前に比べて、紹介の依頼件数、求職者数が減少している。4月は人員がかなり入れ替わるため、依頼が増えていたが、現在は依頼件数、求職者数共にかなり落ち着いた状況である。
x	アウトソーシング企業（管理担当）	それ以外	・今月は仕事の依頼が全くない。