

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（企画担当）	・前年度、インバウンドの売上が増加に転じたのが11月末ころからであった。現状はインバウンド売上の拡大傾向が続いているため、今後2～3か月は間違いなく売上が伸び、売上全体を好転させる。
		百貨店（販売推進担当）	・ハウスカードの普及率の上昇に加え、優良顧客である外商客の来店頻度や稼働率が前月に大きく改善するなど、もろもろの活性化策が成功した。今後も継続的な対策を行うことにより、更なる来客数の増加や、売上の拡大につながる。
		百貨店（営業担当）	・富裕層の優良顧客による、高級ブランド品などの買上が更に伸びる。
		百貨店（服飾品担当）	・都心店舗は改装後の集客状況が良い。ファッションの先行買いというよりも、鮮度の高いプロモーションができていれば、価格にとらわれない動きがみられる。また、やや販売単価が下がりつつある郊外店舗も、販売数量は前年を上回っている。今年の秋冬商材は素材感のあるファーやムートンなどが中心となり、商品単価はアップするため、来客数が直近の傾向を維持できれば、売上増が期待できる。
		スーパー（店員）	・お盆に入ると、お供えの野菜や果物セットなど、単価の高い物が売れる。
		スーパー（企画担当）	・梅雨が明けて一気に気温も上がり、夏本番ムードとなってきたことで、夏物商材の販売量が増えている。土用の丑の日も好調な実績となった。年間を通して売上が多い月になるため、8月はお盆商戦に向けて販促の強度を上げ、売上の拡大を図る。
		コンビニ（経営者）	・秋口には、店の隣地にホテルがオープンするため、利用客が今よりも8%ほど多くなると期待している。
		コンビニ（経営者）	・健康ブームもあり、サラダや機能性飲料の売上が少しずつ伸びてきている。今後も成長が予想され、客単価の上昇が期待できる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・秋冬物オーダースーツの引き合いや、問い合わせが入ってきている。
		家電量販店（企画担当）	・天候の影響も大きな要因となり、エアコンや冷蔵庫などの夏物家電以外にも、百貨店のインバウンドによる好調や、飲食店、特にファミリーレストランの売上も好調のようである。
		乗用車販売店（販売担当）	・自動車業界では、3の倍数月に販売台数が大きく伸びる。顧客もそれをよく知っているのも、この2～3か月先は良くなる。株価も2万円台前後の高い水準を維持しているのも、このまま伸びてほしい。
		一般レストラン（経営者）	・現在のパターンで広告の強化を続けていけば、伸びる余地がまだまだある。ただし、経費の見直しや人材の確保、安定した品質のサービス提供など、改善点は多々ある。
		一般レストラン（企画）	・営業時間を短縮したが、ランチ、ディナーのコアタイムの営業が引き続き堅調である。その傾向は客単価の動向にもみられ、今年度はこの好調が続く。
		その他飲食【ファーストフード】（店員）	・気温が上昇するなか、来客数は少しずつ安定してきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・大幅な収入の増加は見込めないが、客単価が少しずつ伸びており、宴会も新規の問い合わせが増えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、レストランは前年を上回る実績であったが、宴会、会議の利用が落ち込んでいる。10月以降は宴会、会議共に予約が好調に伸びている一方、宿泊、レストランの予約は前年を下回りそうである。
		タクシー運転手	・ただ単に観光都市として発展するためではなく、規制なども同時に充実させていかねばならない。利益だけを追わない都市開発も必要であり、特に交通インフラの充実が求められる。
	タクシー運転手	・神戸は開港150周年のイベントで盛り上がっているのも、休日になると、その周辺は人の動きが割と多い。	
	競艇場（職員）	・全国発売のスペシャルグレードの競走は売上が前年を上回っており、ほかの競走にも多少は好調なイメージがある。	
	その他レジャー施設【飲食・物販系滞在型施設】（企画担当）	・夏場に向けて、神戸の開港150周年イベントの盛り上がり期待したい。	
	商店街（代表者）	・以前とあまり変化のない状況が続いており、今後も変わらない。	
	商店街（代表者）	・今のところは、販売量が安定しており、今後も変わらない。	

一般小売店〔時計〕 (経営者)	・客の様子をみていると、若年層よりも年配客の格差を感じる。年金生活の厳しさや、先のみえない介護の厳しさなどが会話に出てくるが、現在の生活に余裕がなく、物を買うとか、増やすという余裕が感じられない。景気の厳しさは当分続く。
一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・好転する材料が見当たらないほか、前受注もない。
一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・夏休みやお盆休みが控えているが、動きに波はあるものの、平均すると変わらない。近隣での大型モールの開店も、どの程度の影響が出るかは分からない。
一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・セールの売上が芳しくなかったため、単価の上がる秋冬物の売行きに期待が持てるとは思えない。この先、景気が良くなるのが不安である。
一般小売店〔野菜〕 (店長)	・政府の対策は大企業や大型店舗などに向けられており、弱小店舗などには、いつ恩恵が回ってくるのか疑問である。
一般小売店〔花〕(店員)	・特に売上が増える要素はなく、販売量も変わらないため、景気に変化はない。
百貨店(売場主任)	・インバウンドの動きには引き続き期待できる。ただし、オーバーストア状態や、インターネット通販などの店頭以外での売上の増加、若年層の百貨店離れ、中間層の消費抑制、アパレルの不振といった、国内の消費構造の根本的な問題は解決されおらず、現状よりも大幅な改善は期待できない。
百貨店(売場主任)	・来客数は安定しており、客単価にも大きな変化のない状況が続いている。定価品の販売には若干厳しさがあるものの、セール品への反応はみられるため、物への関心が無くなっているというよりも、価格と価値のバランスに対する、要求レベルが高くなっている。
百貨店(営業担当)	・中間層の節約志向が根強く、ボリュームゾーンのレディース、メンズ共に、衣料品や雑貨などに対する購買意欲の上昇が期待できない。
百貨店(外商担当)	・インバウンド売上は、引き続き好調に推移していく。ただし、海外の高級ブランド品の値上げが相次いで実施されることで、売上の下振れが懸念される。
百貨店(営業企画)	・与党の支持率低下など、政治が混乱しているため、金融政策の効果は期待できない。個人消費も依然として力強さに欠ける状況で、地方の景気が改善する要素が見いだせない。
百貨店(マネージャー)	・富裕層による購買やインバウンド消費は春先から改善しており、プラスの要素といえるが、衣料品の不振が改善する兆しがなく、マイナスの要素となっている。全体的には厳しい状況が続く。
百貨店(マネージャー)	・訪日外国人の売上は、高額品から生活必需品にトレンドが変化した11月ごろまでは、前年比での増加が見込まれる。また、現政権の支持率は大きく低下しているが、株価は2万円台を大きく割り込むこともなく、均衡を保っていることから、富裕層の消費は今後も底堅い推移が期待される。一方、中間層や高齢者の消費意欲の低下が改善に向かう要素は一切見当たらず、本格的な秋に突入するまでの間は、全体的に厳しい商戦となる。
百貨店(サービス担当)	・来月からは、夏休みイベントや食料品などの催事の強化による、集客効果やインバウンド効果で、上半期の売上目標、前年実績は確保できそうである。
百貨店(商品担当)	・内閣支持率の低下傾向が、秋以降の景気に悪影響を与える。また、インバウンド需要の鈍化に対する懸念もあり、先行きは楽観できない。
百貨店(マネージャー)	・国内外の政治経済問題もあるが、足元は堅実な選択消費が続くと思われる。有効求人数は多い一方、求められるスキルや知識のミスマッチも多く、働く側の所得の増加にはつながっていない。
百貨店(宣伝担当)	・売上は好調であるが、前年比の伸び率がこれまでよりも小さくなっている。インバウンド消費も、件数は増えている一方で買上単価は低くなっており、訪日外国人の需要の変化を感じる。足元は堅調なため、急激な落ち込みは想定していないが、市場の先行きは不透明であり、消費者の慎重な購買行動が続く。
スーパー(店長)	・良くなる要因が見当たらない。
スーパー(店長)	・景気が落ち着いてきていると感じるのは、この1か月であり、まだ大きな変化はない。

スーパー（店長）	・競合相手のスーパーも値下げを進めているため、競合のチラシが入ると、午前中は厳しい状況となる。昼から来客数が増えても、野菜などの価格を下げて競合対策をしているため、客単価のダウンで売上がうまく上がらない。値下げをやめると来客数が落ちるため、やめられない。
スーパー（店長）	・オーバーストアで可処分所得も上がらない状況では、消費が上向くことはないため、小売業界は厳しい。
スーパー（店長）	・今以上には悪くならないと思うが、客の生活防衛意識は非常に強く、チラシの折込日や割引セール時に、買物が集中する傾向が強まっている。
スーパー（企画担当）	・来客数の動きが安定している。野菜の売上は前年比で90%と落ちているが、加工食品、畜産品、鮮魚などでカバーできている。
スーパー（経理担当）	・残暑の続く時期や、台風の状況に左右される面はあるが、売上の大きな悪化要因は見当たらず、当面は現在の水準で推移する。
スーパー（社員）	・食品部門は底堅く売上を確保している反面、衣料品や雑貨部門の売上は前年比で減少が続いている。食品以外の分野の売上が伸びてくなければ、景気が上向くとは考えにくい。
スーパー（開発担当）	・夏のボーナスが増えたという話もなく、大阪の中小企業はまだまだ厳しい。
コンビニ（店長）	・客の様子や周りの状況は、良くも悪くもない。ただし、人手不足の状況は厳しくなる一方のため、景気よりも今後の店舗運営が心配である。
コンビニ（店員）	・歳の若い店長のやる気のなさや、努力をしない姿勢が、販売量や来客数にはっきりと表れている。
コンビニ（広告担当）	・政治情勢が微妙な状況で、国民の生活を守ることに十分な議論ができていないが、大きな台風や天候不順、猛暑による渇水などがなければ、現状から大きな変化はない。
コンビニ（店員）	・深刻な人手不足により、客のニーズに対応できなければ、売上にも影響が出るのは間違いない。
衣料品専門店（販売担当）	・再就職、再雇用的人員が増えて、地域の活気がなくなっている。これからもこの状況は変わらない。
家電量販店（店員）	・8月は少し落ち込む時期であり、どこまで数字が伸ばせるかによって景気の判断も変わる。
家電量販店（店員）	・9月決算の関係で、今の忙しさがそのまま続く。
乗用車販売店（経営者）	・マスコミが報じているほど、景気は良くない。
乗用車販売店（経営者）	・新車販売、車検の予約台数は、ここ2～3か月はあまり変化がない。修理の依頼についても期待はできない。
乗用車販売店（経営者）	・お盆前ということもあり、整備関連の売上が伸びたが、車両販売は振るわない。まだまだ買い控えが続くそうである。
乗用車販売店（販売担当）	・高級車市場が活発に動いている反面、大衆車は単価が下がったまま戻らない。
その他専門店【医薬品】（経営者）	・蒸し暑い日や気温の高い日が続いており、体力的に厳しい日もある。季節商材であるドリンク類や殺虫剤、UVクリームなどの品ぞろえと演出の工夫で、売上増につなげていく。
その他専門店【食品】（経営者）	・特に大きな要素もなく、食品業界が上向きになるとは感じられない。
その他専門店【宝石】（経営者）	・株価は国内情勢よりも海外の影響を受けやすい。今の状況のままであれば変わらないと思われるが、欧州や中国、米国による影響がどう出るかは要注意である。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	・次々と起こる災害からの復旧や事前の備えなどが優先されて、売上の増加するきっかけが見当たらない。
その他小売【インターネット通販】（企画担当）	・値引きセールを行っても、買上数量や単価のプラス効果は限定的であり、今後もその傾向は変わらない。
その他小売【インターネット通販】（オペレーター）	・見た目や機能性よりも、金額で購入を判断する客が増えている。
高級レストラン（スタッフ）	・夏休みは、大人だけでゆっくり食事する機会が少ないため、しばらくは厳しい状況が続く。
高級レストラン（企画）	・宿泊の客室単価は高水準で推移しているものの、宴会、特に婚礼宴会の予約状況が芳しくない。
一般レストラン（経理担当）	・良くなる要素が見当たらない。今後2～3か月も天候不順や猛暑が続くと思われるため、客単価や客足への影響が懸念される。
その他飲食【自動販売機（飲料）】（管理担当）	・気温が高くなっても、気候が安定しない。景気もなかなか上向き様子がみられず、厳しい状況である。

観光型ホテル（経営者）	・繁忙時にプラスになっても、閑散期のマイナスを十分に補えておらず、依然として厳しい状態である。
観光型ホテル（経営者）	・新しい経済政策や、景気を良くするような対策が出てこないため、デフレマインドが消え去ることはない。
観光型ホテル（経営者）	・8月は繁忙期であるが、例年に比べて特に予約状況が良いということはない。9月に関しては、団体客の先行予約が入っているものの、ここへきて動きが少し鈍くなってきている。
観光型旅館（経営者）	・先の状況も、今と変わらない。
都市型ホテル（支配人）	・インバウンド頼みであり、国内客の消費の伸びは鈍い。中国の景気が悪化すれば、国内景気にかなりの影響があると思われるが、当面の景気に変化はない。
都市型ホテル（管理担当）	・夏以降の予約の動きがやや鈍化していることは気になるが、現状はほぼ維持可能である。
都市型ホテル（総務担当）	・宿泊の予約状況を見ると、客室単価の下落が今後2～3か月は続く。一方、宴会の予約状況はおおむね順調に推移しており、レストランの予約もほぼ前年並みで推移している。
旅行代理店（支店長）	・連休の日並びも悪く、新しい需要を喚起するようなイベントや新規開業も予定されていないため、客の気持ちに大きな変化はない。
旅行代理店（営業担当）	・先行きは不透明である。
タクシー運転手	・観光需要はやや減少しているが、企業関係の予約は比較的順調に推移している。
通信会社（経営者）	・現状、特に変化の兆しはない。
テーマパーク（職員）	・景気対策や防衛政策を本格的に論じなければならなかった国会で、国有地売却関連や獣医学部新設問題に時間を浪費した。ミサイルが現実になっており、デフレは終わってないにもかかわらず、何も解決案が提示されていない。
観光名所（企画担当）	・状況に変化はない。インバウンド客次第のところがあり、今後どうなるかが不安である。
遊園地（経営者）	・政局は不安定であり、自社努力以外の要素による景気回復の兆しはみられない。客の消費行動には、良くも悪くも大きな変化がなく、営業努力による現状維持が精一杯である。
ゴルフ場（従業員）	・交通の便などは明らかに良くなっているが、車の利用が必要な場所だと、ガソリン代や高速料金などが必要となる。それにプレー料金も必要となると、やはり全国的にガソリン代や高速料金が値下がりすることを願うばかりである。
その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・夏休み期間中となり、8月にはプロ野球の公式戦が6試合開催される。そのほかにも多くのコンサートが予定されているため、前年並みの来場者を見込んでいる。
その他サービス[ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・自宅、職場に次ぐ3つ目の居場所である、サードプレイスとして支持される店作りがテーマであり、この夏休みの企画に期待したい。
住宅販売会社（経営者）	・地価の上昇傾向が、市内中心部から徐々に周辺部に波及しているが、成約についてはあまり伸びがみられない。
住宅販売会社（経営者）	・新築住宅の需要は増加しているが、継続性があるかどうかを見極めたい。
住宅販売会社（総務担当）	・前年比で見ると、月前半は微増で、後半は微減となったため、全体ではあまり変わらない。
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）	・金融機関による融資姿勢の緩和がみられない。
その他住宅[展示場]（従業員）	・慢性化した低金利では、住宅需要を喚起するまでには至らない。新築住宅の購入希望者が増えるような政策も、特に打ち出されていない。
その他住宅[情報誌]（編集者）	・価格の低下要因も見当たらないため、しばらくは今の状況が続く。
一般小売店[事務用品]（経営者）	・政治に関して、また空白の時期が生まれそうである。
一般小売店[珈琲]（経営者）	・東京オリンピックに向け、建築関係の企業が関東に人員を動かし始めたため、関西での出店工事のコストが上昇している。
一般小売店[花]（経営者）	・夏は生花があまりもたないの、販売量に影響が出る。
百貨店（売場主任）	・猛暑の後も気温が下がらず、秋物衣料が伸び悩むことになる。
百貨店（売場主任）	・日用品の生鮮品の単価ダウンが顕著である。ただし、安くなっても販売数量が思ったほど伸びず、景気の悪さを感じる。

	百貨店（販促担当）	・消費を促進する起爆剤が見当たらない。むしろ政治不安で株価が下がった場合、現状よりも悪化する可能性がある。安いだけでは売れる状況になく、高額品では希少性を、日用品では機能性をアピールするほか、商品を購入した際の幸福感など、買う理由を提案し、購買意欲の向上を図り続ける必要がある。販売数が前年を上回る状況ではないため、値下げに頼らない戦略が求められる。
	百貨店（売場マネージャー）	・英国のEU離脱問題や米国の大統領選挙以降、株価、為替相場が安定するようになり、ほぼ1年が経過することから、現在は好調な化粧品や高級ブランドの伸び率の鈍化が見込まれる。ボリューム商品の動きも芳しくないため、全体としても厳しくなる。
	スーパー（経営者）	・政権の不安定さやアベノミクスの限界など、周囲では良い話が聞かれない。消費マインドも落ち込む可能性がある。
	スーパー（管理担当）	・景気は緩やかな回復傾向にあるというが、小売業ではそれを全く実感できない。まだまだ個人消費は厳しい情勢が続く。
	スーパー（企画）	・社会や経済、景気などの先行きに対する不安感から、不要不急の消費には慎重になり、消費は更に減る傾向となる。
	コンビニ（店員）	・例年7～8月が売上のピークなので、秋口は全体的に売上が落ちる。
	家電量販店（人事担当）	・夏の繁忙期を過ぎ、年末までは買換え需要がメインとなる。
	乗用車販売店（経営者）	・自民党の支持率が下がり続けている一方、民進党も一枚岩ではない。また、政治の混乱で、政府も景気対策までは手が回っていない。北朝鮮のミサイル問題もあり、しばらくは国内外の情勢が落ち着かず、景気は良くならない。
	乗用車販売店（営業担当）	・夏のレジャーシーズンは、乗客数自体の落ち込みが予想される。レジャーシーズンはメンテナンスなどの依頼が増えるが見込まれるものの、販売台数は伸びない。
	一般レストラン（経営者）	・残暑も厳しくなりそうで、良くなる要素がない。
	一般レストラン（店員）	・2～3か月前と比べて、乗客数はあまり変わらないが、客単価が上がっている。
	観光型旅館（管理担当）	・不安定な政局の影響で、消費を控える動きが出る。
	都市型ホテル（客室担当）	・新しいホテルが開業し、これからも開業が予定されていることを考えれば、先行きには不安しかない。また、清掃関連の人員確保が難しく、慢性的に人手が不足している。求人の募集を出しても集まらない。
	都市型ホテル（管理担当）	・予約から宿泊までの期間が短くなるなど、宿泊予約の間際化が進んでいるため、収入の状況が直近になるまで判断できない。
	旅行代理店（役員）	・社会情勢や自然災害の影響だけでなく、インターネットの利用やインバウンドの増加による在庫不足が影響し、ここ数年では最も悪い実績となっている。この流れに歯止めをかけることはできない。
	タクシー運転手	・京都では、夏は観光客が少ない。外国人客は多いものの、タクシーの利用は少ない。
	通信会社（社員）	・携帯電話事業者によるセット販売が強化されており、対抗策を用意しておかなければ、現状維持も困難となる。
	通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設やパチンコ施設の需要が低下している。
	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・給与などは横ばいにもかかわらず、物価が上昇気味で、消費に向かうよりも貯蓄に向かっているためか、近隣の店舗の客足も芳しくない。
	その他サービス[学習塾] (スタッフ)	・夏の体験学習の体験者が思ったよりも少なく、秋以降は退会者が出る予想である。
	住宅販売会社(従業員)	・分譲マンションの完成在庫が増加しており、契約数は変わらないものの、実態は値引きの幅が大きくなってきている。
	その他住宅[住宅設備] (営業担当)	・取引先による部品価格の値上げにより、消費者が部品交換を渋る傾向が出てくる。
×	スーパー（店長）	・ますます競争が激しくなり、客は価格に敏感になってきている。
×	衣料品専門店（経営者）	・市長選挙の悪影響が出る。都議会議員選挙などの動向をみると、激しい選挙戦が予想される。
×	衣料品専門店（経営者）	・客は高い物を買うのは不安なため、安い物を中心に買うようになっている。

	x	住関連専門店（店長）	・政治の混乱、停滞などで世間が混んとしている時期は、客の消費意欲や消費活動が必ず鈍化する。今年は、受注が増える春から初夏にかけて、世間の情勢が不安定となり、苦戦したまま閑散期の夏を迎えてしまった。それに伴い、厳しい時期が長引くことになる。
	x	競輪場（職員）	・前年の傾向からみると、悪くなっている。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・販売量と供給量のバランスが以前よりも改善され、売上、利益共に、より効果的に増加する。
		食料品製造業（営業担当）	・しばらくは残暑が続く予報であるため、飲料水の売上は良くなる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・リードタイムが短く、余裕のない生産を強いられている。納期確保のため、更に先の注文の内示まで受けている。
		金属製品製造業（経営者）	・特に、自動車関連の受注量は増加傾向にあり、全体的に荷動きが活発である。
		金属製品製造業（営業担当）	・秋以降は、建築関係などで少しずつ需要が増えてくる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・景気が良くなることは期待できるが、2～3か月では時間が足りないという状況は、ほとんど変わっていない。最近の政治家や政府高官の口の軽さをみていると、当社の状況が良くならないのは、彼らのせいではないかと考えたくなる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数が増えているので、受注の増加に期待している。
		経営コンサルタント	・百舌鳥・古市古墳群の世界文化遺産への国内推薦が決定した。地元では、これに勝機を見いだそうとする動きが活発化してくる。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・猛暑は、東南アジアからの観光客には影響がなさそうである。炎天下の行楽地を悠々と観光しているため、今後も行楽地を中心ににぎわいが予想される。
		食料品製造業（従業員）	・秋口に入ると、市場に出回る生鮮品も変わってくるので、多少は売上増が見込まれる。ただし、猛暑がいつまで続くかなど、天候に左右される要素も多いため、不透明な部分もある。
		繊維工業（総務担当）	・需給のバランスがどこで調整されるのかははっきりせず、底打ちとまではいかない情勢である。ただし、一部の商品だけは販売店が産地で直接買い付けており、作れば売れるという在庫リスクのない商品となっている。そういった需給バランスの調整が、この業界ではいつ実現するのか分からない。流通に関する商慣習も、業況を不安定にさせている。
		繊維工業（団体職員）	・年末に向けて、お盆明けから徐々に受注量が増えると期待しているが、まだ兆しがみられない。
		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、新製品の発売や増産の情報も入ってきているが、大きな変化はない。
		化学工業（管理担当）	・8月は稼働日が少ないため、出荷量が減少しているものの、9～10月は好調な状態を維持できる。
		化学工業（企画担当）	・適正利益を取れる商材の販売予定がなく、年末の需要期までは改善の見込みがない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・しばらくは、大きな景気の変化はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・世界の政治経済は混んとしているが、足元の注文が増えてきているので、それに対応していく。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・8月の仕事の予定があまり入っていない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・景気の良くなる要因が見当たらない。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・2～3か月後の受注予測も、前年と比較して大差はなく、景気の大変動は感じられない。中小企業の設備投資は相変わらず鈍い。	
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・依然として個人消費が伸び悩んでおり、靴メーカーへの発注の減少が続いている。	
	建設業（経営者）	・受注量は現在よりも更に増えるというよりも、今の状態が継続していく、良い傾向となる。	
	建設業（経営者）	・東京一極集中が進み、地方との仕事量の格差が開いている。東京には潤沢な予算の案件も多く、技能労務者が吸い寄せられている部分もある。	
	通信業（管理担当）	・上向き要素がない。	
	金融業（副支店長）	・関西を商圏にした取引先が多いが、公共工事も大型の案件は関東に集中しており、関西には良い案件が少ない。	

	金融業 [投資運用業] (代表)	・せっかくアベノミクスの効果が徐々に浸透してきた時期に、野党による政権批判で、また経済のけん引力が削がれる形となっている。	
	金融業 (営業担当)	・国会議員の足並みがそろわない状況では、何をしても無駄である。	
	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ため、景気は悪いまま変わらない。	
	新聞販売店 [広告] (店主)	・前月に比べて若干上向いているものの、折込広告の動きは低迷しており、回復の兆しがみられない。	
	広告代理店 (営業担当)	・今年になって、売上は前年比で100%前後の推移が続いている。	
	司法書士	・会社関係の登記には景気に左右されない物が多いが、不動産はあまり動いていないため、現在と同じような状態が続く。	
	経営コンサルタント	・暑さや大雨、天災といった、荒っぽい天候であるが、これからは更に暑さが厳しくなるため、夏物商材に対するニーズは引き続き強い。今後も、その点での販売促進などが活発になる。	
	その他サービス [自動車修理] (経営者)	・盆休み明けも、忙しくなることはなさそうである。	
	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	・夏物商材はこの暑さでよく動いているが、それ以外の商品の動きはあまり芳しくないで、この2~3か月先も大きくは変わらない。	
	食料品製造業 (経理担当)	・インバウンドの動きが落ち着き、物価上昇もままならないなど、アベノミクスは伸び悩んでいる。	
	繊維工業 (総務担当)	・売上の推移から判断すると、かつての低価格商品しか売れないような状況に似ている。	
	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・ここ3か月の受注減の勢いが止まりそうにない。良い話はほとんど聞こえてこない。	
	建設業 (経営者)	・製品単価の値上げや工法によるコストアップ、人件費の高騰などによって、工事の見積額は上昇傾向にある。消費者の所得がそれに追いつくまでは、購入をためらうことになる。	
	輸送業 (営業担当)	・昨今は労働環境の改善が最優先となってしまう、営業活動が全くできていない。荷物の受注を減らすことが、正しい行為になっている。	
	輸送業 (商品管理担当)	・お中元の時期や夏休みも終わるため、財布のひもは固くなる。今後2~3か月の景気は今よりも少し悪くなる。	
	輸送業 (営業担当)	・店舗面積が減るため、売上が減少する。	
	広告代理店 (企画担当)	・災害や世界情勢など、不安定な要素が多い。政権も安定していないので、先行きに不安があり、大きな消費を行う意欲が感じられない。	
	広告代理店 (営業担当)	・しばらく回復する材料は見当たらない。	
	×	化学工業 (経営者)	・ここへきて新たな案件が減っている。得意先との話でも悪い内容が多いため、景気は悪化に向かう。
	×	その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・経済の先行きが見通せない。
	×	その他非製造業 [商社] (営業担当)	・下半期にはターゲットの業界を選別し、新たな企業を狙う予定になっている。実績や業績の面では、我慢の時期に入ってきている。
雇用 関連 (近畿)	-	-	
	人材派遣会社 (営業担当)	・例年8月は人の動きが比較的鈍くなるが、それ以降は求人数も増加傾向となる。	
	人材派遣会社 (支店長)	・ようやく底を打った感じがあるため、伸びていきそうである。	
	人材派遣会社 (営業担当)	・例年7~8月は求職者の動きが鈍い。秋にスタートする求人に対応し、9月以降は求職者が動き出す。	
	職業安定所 (職員)	・京都府の有効求人倍率が高水準で推移するなど、雇用失業情勢は着実に改善が進んでいる。雇用保険の適用事業所数と被保険者数も、増加傾向が続いている。	
	職業安定所 (職員)	・大阪では大手電機メーカーの不振により、ここ数年間は電気機械器具関連が低調であったが、産業用機械は好調に転じている。それに伴い、部品として使用される電気機械器具関連の求人が上向ってきている。	
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・年末に向けての受注が増え、求職者も増える傾向にある。東京に関してはオリンピック関連の受注もますます増加し、安定してきている。	
	民間職業紹介機関 (マネージャー)	・今後も堅調な動きが予想される。求人環境は良くなるものの、成約数は現状維持で推移する。	
	学校 [大学] (就職担当)	・企業の採用意欲が前向きに感じられる。	

	人材派遣会社（経営者）	・企業は今後を慎重に見極めようとしている。短期の契約で対応しつつ、下半期からはもう一段の景気回復が期待されるため、良くなれば正社員へという動きが出てくる。
	人材派遣会社（役員）	・企業が業績を伸ばすための人材確保には困難が伴う。
	アウトソーシング企業（社員）	・夏休みなどでパートの人数は増えたものの、パート期間が終われば、また常勤のパート不足となる。求人募集をかけても応募はない。
	アウトソーシング企業（管理担当）	・2～3か月後も、通常商品を除いて仕事が入ってくる予定はないため、状況は変わらない。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞求人数からは、前月と同様に、今後の景気の方角を示すような動きはみられない。獣医学部新設問題などで政権の支持率が急落するなど、政治は不安定であるが、大手輸出企業を中心に企業業績は安定している。米国の株価も一定の水準を維持し、日本の株価も2万円付近で推移しているため、北朝鮮の暴発でもない限りは、景気に大きな変化はない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気が良くなる要因が全く見当たらず、現状のまま推移する。
	民間職業紹介機関（職員）	・例年、建設日雇求人は梅雨明けの公共工事のスタートと共に動き出す。夏休みに伴う学校の耐震化工事などが一例であるが、大阪府内ではほぼ終了し、改修や補修など、人手をあまり必要としない、規模の小さな工事を中心になっている。また、人手不足が深刻で、新規の工事を受けられない状況にあるといった声が、事業所からは寄せられている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・現状をみる限り、更に良くなる要素も、悪くなる要素も見当たらない。接しているクライアントも方向感が定まらないため、プラスマイナスゼロで変わらない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・今後も現状の動きが続くと思われるが、先行きの見通しはあまり明るくない。
	-	-
x	-	-