

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)	良く なっている	通信会社（社員）	販売量の動き	・特筆すべき動きはないが、申込数などは依然として増加傾向である。
		住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要か、3か月前、前年と比べても受注量が大きく増加しており、10月以降が心配である。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	単価の動き	・来客数が増加しているわけではないが、一部の客は高くても良い物には財布の口を開いてくれる。特に雑貨に関しては、複数の商品を購入する客が増えている。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・東京オリンピックの開催決定で、今後は景気が上向いていくという期待感が高まった。9月中旬からは商品の受注も順調であり、この勢いが続いてほしい。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・台風の影響を含めても、衣料品などの販売量が前年比でプラスとなっている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・高額な宝飾品やブランド衣料品を買うかどうか迷った時に、買う方を選ぶ客が大部分となっている。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・ファッション関連には大きな変化がないものの、依然として高単価の時計の動きが好調である。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・秋物の売行きはまずまずで、定価品も特価品も売れている。消費税率が上がる前に、必要な物は買っておきたいという様子である。
		百貨店（売場マネージャー）	それ以外	・買上点数、客単価の両方が良くなっている。実際の消費が多い地域であるが、今年は気温も下がりにくいのに先行消費がみられる。また、今回初めてお墓の購入相談会を行ったが、高額商材でもあるためか、消費税増税前の駆け込みとみられるリフォームや移設などの相談が多い。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・海外ブランド品や高級時計の売上が、依然として好調な推移となっている。また、顧客層の範囲が、今までの超富裕層から幅が広がっているように感じられる。
		百貨店（店長）	単価の動き	・店全体の販売単価が若干上昇傾向にある。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・売場は秋の季節感となっているが、依然として夏物の売行きが好調である。特に、衣料品は秋物の動きがやや鈍く、食品の売上がそれを補っている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・プレミアム商品の売上が好調で、客単価の上昇に貢献している。
		コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・コンビニは出店が拡大傾向にあるが、局地的に増え過ぎて整理される店も出てきている。その周辺から客が流れてきており、来客数が前年比で2%ほど増えている。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	お客様の様子	・客が欲しい物、必要な物をはっきり口にするようになってきている。
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・消費税増税を控え、リフォーム案件、太陽光発電、大型家電の動きが良い。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・消費税増税を見越した動きで、冷蔵庫の販売台数は前年比で109.5%、販売額では106.9%となっている。洗濯機も販売台数が106.2%で、販売額が120.8%と、白物家電や調理家電は好調に推移している。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・アベノミクスの影響で全体的に良くなりつつあるが、良い部分と悪い部分が極端であり、良い部分が増えるためにはもう少し時間がかかる。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・売上や販売量に特に変化はないが、引き合いも多いため、客の消費意欲が刺激されてきていると感じる。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・今月発売の新型車の売行きが好調で、サービス関連の売上も順調である。		
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・厳しい商況が続くなか、主力のカタログ誌については、早くから秋物が堅調に動いている。		

	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊は年度当初から好調で、特にビジネス客の動きが活発化している。1室単価も上がっており、安定している。また、宴会でも一般企業の会合が活発化しており、件数が大幅に伸びているものの、宿泊と違って単価自体が上がる状況にはない。一方、食堂は朝食利用が大幅に減少し、売上がダウンしている。出張者が朝食代を浮かせている状況で、個人の景況感は依然として悪い。
	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊稼働率が前年比で5%以上アップしている。特に、国内の観光客の動きが良く、ツインルームの利用客が大幅に増えている。
	旅行代理店(店長)	来客数の動き	・気軽に旅行の相談があり、間際の子約客が多くなった。価格よりも内容重視となり、単価も少しは上がってきている。
	タクシー運転手 通信会社(経営者)	お客様の様子 お客様の様子	・客の乗車機会が確実に増えている。 ・建設業、不動産業を中心に、消費税増税に伴う駆け込み需要がみられる。
	パチンコ店(店員)	お客様の様子	・先月は消費税増税によるマイナスのイメージが強かったが、オリンピックの開催が決まってからは、景気が良くなり始めるのではないかと人が増えている。
	その他サービス [保険代理店] (経営者)	お客様の様子	・オリンピック招致決定など、日本復活への明るい材料があり、前向きで真面目に日本のことを考えている人は、経営的にも前向きになっている。
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・オフィス移転を検討する理由として、立地条件の改善などの前向きな理由が増えてきている。
	その他住宅[展示場] (従業員)	来客数の動き	・9月の住宅展示場への来場者は、台風にもかかわらず前年比で1割近く伸びている。
	その他住宅[情報誌] (編集者)	お客様の様子	・オリンピックの開催決定以降、消費マインドが高まり、マンション購入検討者の動きが活発化してきている。来場者数は増加し、成約までにかかる時間も短くなる傾向がみられる。
変わらない	商店街(代表者)	お客様の様子	・給料が上がっていないなかで、日用品や食料品が値上がりしており、消費者は特売価格での買物を増やしている。
	一般小売店[精肉] (管理担当)	販売量の動き	・夏休みが終わった後、9月は3連休が続いたことで浮き沈みはあったが、よし悪しが判断できるような材料はない。日常の買物はほとんど変わっていないと感じるが、連休やイベントでは動きが良くなっている。
	一般小売店[衣服] (経営者)	来客数の動き	・気温がまだ高いため、秋冬物商材の動きが悪い。
	一般小売店[衣服] (経営者)	販売量の動き	・政治は落ち着いているような気がするが、相変わらず商品の売行きは良くない。
	一般小売店[野菜] (店長)	お客様の様子	・相変わらず、取引先の飲食店の動きが悪い。
	一般小売店[花] (店長)	販売量の動き	・夏の猛暑の影響で、生花の出荷量が少なくなっている。商品の高騰で販売量も減っている。
	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・今月は目標達成の予定であるが、店頭以外の特殊な売上が計上されており、決して良いとは言えない。輸入商品などの高額品を購入する客は一部に限られており、大半の客は価格には依然としてシビアである。また、不要不急の商品に対する購入は消極的である。
	百貨店(企画担当)	来客数の動き	・8月のお盆をピークに来客数の減少が進んでおり、ピーク時に比べると7割くらいまで落ち込んでいる。
	百貨店(企画担当)	お客様の様子	・外国人向けの売上や高額品の売上は、引き続き好調な動きをみせている。一方、季節商材に関しては、シーズンの立ち上がりは販促を行っても動きが鈍く、季節の変化を感じる気温になるまでは売れないという動きが定着している。この傾向は3か月前と比較しても変化がない。
	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・衣料品の売行きはクリアランスセールの前倒しの影響で判断が難しいが、食品は堅調である。来客数は良くないものの、客単価は前年比で上昇している。
	百貨店(サービス担当)	お客様の様子	・今月は台風の影響で雨の日が多く、来客数の減少で売上が減る傾向ではあったが、今までの状況に変化はない。
	百貨店(商品担当)	販売量の動き	・月前半は週末に天気が崩れ、入店客数が伸び悩むなど厳しい状況であった。後半は天候が安定して気温も下がり、秋物が動き出したほか、販売のペースも上がってきている。

百貨店（販促担当）	来客数の動き	・来客数は厳しい状況が続いており、一部の高額品以外に目立った動きはない。衣替えの時期ではあるが、例年と特に変わった動きもなく、競合の激化で子ども服やヤング婦人服の苦戦が続いている。
百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・気温がやや低下したため、客の購買意欲は昨年よりも高まっている。一方、高額品は絵画や時計などが依然として好調であるが、ファッション関連の厳しさは続いている。入店客数も減少傾向にあり、梅田地区への流出が継続している。
百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・ハンカチや靴下など、売上が来客数に影響されやすい、比較的低価格の商品の動きが悪くなっている。ただし、一部の消費意欲の高い顧客は、秋の新商品への反応も良く、鮮度の高い物は高額でも動きがある傾向は変わらない。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・夏休みが終わり、秋になって食品の購買意欲は出てきているが、単価の高い物には手が届かず、お買得商品に集中している。
スーパー（経営者）	それ以外	・生鮮食品の売上は相場との関係で比較的順調に伸びているが、昨年よりも雨が長く、気温も月前半に大幅に低下した影響で、清涼飲料やアルコール飲料が大きく落ち込んでいる。また、米も在庫余剰感が強く、前年比で単価が1割以上ダウンしており、値下がり傾向が続いている。値上がり品の動きも悪いため、少し良い物が売れているという事実はない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数が減り、単価が上がった分で売上を維持している状態である。GDPは伸びているのかもしれないが、小売各店舗では買い回りが多く、現状維持がやっとの状況である。
スーパー（店長）	来客数の動き	・気温の変動などの影響で、部分的に上向きの動きも出てきているが、依然として楽観視はできない状況である。
スーパー（店長）	販売量の動き	・売上の推移や客単価をみても大きな変化はなく、ほぼ同じ傾向である。気温が高いため季節品の動きが鈍く、食品以外はむしろやや悪化傾向となっている。
スーパー（店長）	それ以外	・売上の前年比は95～96%で推移し、3か月前から同じ状態が続いている。
スーパー（店長）	単価の動き	・天候の影響で、月前半は秋物が動いた。後半は台風などの影響もあったが、9月全体でも良好な結果となっている。野菜が高騰しているが、漬物やカット野菜などの打ち出しが奏攻し、トータルで売上が確保できている。買物に付随するポイントや割引券に対する反応も良くなってきた感がある。
スーパー（広報担当）	来客数の動き	・前月に比べて売上はやや回復傾向にあるが、来客数に大きな増減はなく、野菜や畜産関係の相場高に伴う単価の上昇の影響が大きい。ただし、販売点数は減少気味である。
スーパー（企画）	単価の動き	・8月末以降、気温は一時的に上がったが、衣料、住居関連の販売が不振である。一方、食品の動きは堅調となっている。
スーパー（社員）	来客数の動き	・チラシを投入した日や催事を開催した時は、来客数が大きく増加する。一方、やや涼しくなったとはいえ、気温が高い昼間の来客数の減少が、全体に大きな影響を与えている。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・ここ数か月は、天候や祭日の曜日回りの影響で月間の売上が良くないものの、平日の売上や販売数は特に変化していない。
コンビニ（店員）	お客様の様子	・低価格商品を買求める客が目立ち、客単価が伸びない。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・特に変わりはないが、購入の間隔が広がりつつある客が出てきている。
その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・客によって、景気の良し悪しの差が大ききように思われる。中小企業や個人商店では景気の良さが実感できず、一部の景気の良い業種や株を持っている人は実感できている。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・販売量が変わっていない。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・興味はあっても、実際に購入を考えている客が少ない。

一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・単価が低く、お買得感のある物がよく売れる。宴会は飲み放題付きで3000～3500円の条件で、ボリュームのあるメニューがよく出る。また、ウエディングも単価が下がっている。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3連休が2回もあったために外食の回数が減ったのか、来客数が伸びず売上も悪かった。近隣で飲食店が開店したが、人通りが少なくにぎわっていない。
一般レストラン (店員)	お客様の様子	・単価の低い昼食についても、来客数に変化はない。
一般レストラン (経理担当)	単価の動き	・客単価は相変わらず低いままであるが、来店頻度が増えてきた。盆期間なども集客状況が良くなっている。
その他飲食 [コーヒー ショップ](店 長)	来客数の動き	・低単価のコーヒーショップを運営しているが、来客数はほぼ前年並みである。今夏は例年よりも気候は良かったが、利用が思うように増えず、単価にも変化がない。
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・日によってバラつきはあるものの、9月は連休が2回あったことで、全体的に好調を維持している。
観光型旅館(経 営者)	お客様の様子	・エステなどの高額なサービスが売れ出している。
観光型旅館(経 営者)	お客様の様子	・9月は3連休が2回あり、最初の3連休は台風の影響で国道が通行規制となったため、来客が途絶えてしまったが、後の3連休は天候にも恵まれ、昨年を上回る集客となった。月全体では大学生のサークルや社会人の合宿などもあり、大きな落ち込みにはなっていない。
観光型旅館(団 体役員)	単価の動き	・入込客数は昨年10月から前年を上回っているが、宿泊単価については94～95%と低迷している。
都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・株価、為替共に一喜一憂の状況で、不安定な動きになっている。オリンピックの招致決定で景気は上向くと思われたが、なかなか上昇気流に乗ることは難しそうである。海外からの信頼を得るにも、もう少し時間がかかるため、当面は足踏み状態が続く。
都市型ホテル (マネー ジャー)	来客数の動き	・宿泊部門は海外からのインバウンド客が堅調に推移しているものの、宴会部門とレストラン部門が苦戦している。特に、宴会部門の法人需要が一向に回復してこない。全体的にはここ数か月と同じような状況である。
都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・今年は3連休が2回あることなどで、稼働率、客室単価共に、昨年を上回っている。
旅行代理店(経 営者)	販売量の動き	・前年比では、国内旅行は関東のテーマパークに引っ張られて好調であるが、海外旅行は韓国向けの減少が戻らず、やや不調の流れがずっと続いている。その結果、ほぼ前年並みの動きとなっている。
旅行代理店(広 報担当)	お客様の様子	・消費税率の8%への引上げが事実上決定し、客の消費意欲に変化がみられる。駆け込み需要で耐久消費財が買われる一方、旅行は後回しとなるため、やや悪い状況は変わらない。
タクシー運転手	来客数の動き	・時期的に9月の中旬を過ぎると暑くなるため、近くであれば歩いて行く人が増え、客の回転が良くない。
通信会社(社 員)	販売量の動き	・スマートフォンの新製品の発売前は買い控えがみられた。発売後も取扱店が限られたほか、在庫不足で全体的に販売が伸びていない。
競艇場(職員)	単価の動き	・単価の動きについては3か月前と変わらず、横ばいで推移している。
その他レジャー 施設[飲食・物 販系滞在型施 設](企画担 当)	お客様の様子	・台風による被害で集客には影響が出ているが、行楽客のマインド自体はそう変わっていない。
美容室(店長)	来客数の動き	・今月はまずまず調子が良く、前年並みであったが、先月と比べると状況はあまり変わっていない。
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	・CD販売の落ち込みを新発売のゲームソフト売上でカバーし、全体的には前年を何とかクリアしている。
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・建築業界の一部では、消費税増税前の駆け込み需要がみられるものの、不動産流通業界にはさほど影響が出ているようには感じない。

		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要は落ち着いてきているが、建築関係の原価が高止まりしている。
		住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・9月の新築マンション分譲は、しゅん工時期に関係なく消費税率が5%で契約できることもあり、非常に好調に推移している。
		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)	それ以外	・一般の消費動向は、あまり変化がない。
やや悪くなっている		一般小売店〔時計〕(経営者)	販売量の動き	・今月に入り、少し涼しくてしのぎやすい日もあったので、前半には来客数が戻ってくる気配もあったが、半月ばの台風の直撃で、その後1週間は来店客がほとんどみられず、販売量も失速してしまった。自然災害の前に人の気持ちがあたえてしまい、物を買うという気持ちの余裕がなくなっている。
		一般小売店〔鮮魚〕(営業担当)	それ以外	・9月に入っても気温が高く、生ものは敬遠されているようである。連休も続いて、消費が冷え込んでいる。
		一般小売店〔菓子〕(経営企画担当)	販売量の動き	・9月と6月の売上前年比を各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は9月が98.3%で、6月が94.8%、関東は9月が87.1%で、6月が99.2%、中部は9月が87.2%で6月が98.0%、中国は9月が98.5%で、6月が94.3%となり、各地区合計の平均は9月が93.8%で、6月が96.3%である。9月に入っても、状況としてはあまり変わらず、依然として厳しい状態にある。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・衣料、住居関連は堅調であるが、主力の食品が来客数の減少で低迷している。
		スーパー(企画担当)	来客数の動き	・来客数は前年比で95%の推移が続いている。
		スーパー(管理担当)	販売量の動き	・購買点数が若干ながら減少傾向にある。
		コンビニ(広告担当)	来客数の動き	・夏の猛暑時に比べると少し悪くなっているが、単純な比較は難しい。
		衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・台風の通過後は気温も低下気味であるが、来客数は低調である。神戸は市長選を控えているという事情があるものの、それにしても悪い。
		家電量販店(企画担当)	来客数の動き	・季節指数が低下する時期で、絶対的な集客が落ち込んでいる。
		その他専門店〔医薬品〕(経営者)	それ以外	・来客数、客単価、1品単価、買上点数のすべてが、8月よりも悪化している。厳しい暑さも朝晩はしのぎやすくなり、猛暑で動いていた商品の動きが少なくなっている。
		高級レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・連休続きで出費が増えたからか、普段の外食交際費を抑えている人が多いように感じる。
		一般レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・関西地区の売上は全体では前年を上回っているが、関西以外の地域と比較すると低調な状況である。特に、大阪の中心部では前年を割り込んでいる。
		スナック(経営者)	来客数の動き	・月上旬は客の動きが良かったが、中、下旬は全くゼロの日が続き、最悪の状態となっている。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・夏の暑さも和らぎ、人がタクシーを利用する機会が少なくなっている。
	テーマパーク(職員)	来客数の動き	・来場者数の伸びが停滞している。公共交通機関での来場を期待して、マイカーの駐車料金を値上げしたため、その影響が出ているのかもしれない。	
	その他サービス〔保険代理店〕(経営者)	それ以外	・台風18号の影響で、近隣の人気のある町が被害を受けている。	
悪くなっている		衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・今年は8月末から秋物のセール商品が売れ出し、夏物のセールが全く売れなくなった。今年は秋商戦の動きが例年よりも早いようで、まだ夏物の在庫がたくさん残っている。
		競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は9,869円で、3か月前の10,850円よりも下がっている。
企業動向関連	良くなっている	金属製品製造業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・昨年度は、売上100億円を初めて達成することができたが、今年度は、150億円を達成できそうである。低調であった建築土木関連の商品も動きをみせている。

(近畿)		金属製品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・年初から順調であった自動車、住宅向けに加えて、ここへきて一般建築向けにも動きが出てきた。さらに、円安効果で輸出も増えてきている。
	やや良くなっている	食料品製造業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・9月は3連休が2週続き、イベント用として当社の低価格商品に動きがあり、売上は前年比で3%増加した。しかし、油断はできない。
		化学工業(企画担当)	それ以外	・ここ数年は市場で需要がみられなかった高額商品(食パンなど)がヒットし、景気の底打ち感が食品業界でも感じられるようになってきている。
		電気機械器具製造業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要により、住宅(戸建、マンション)関連のLEDの受注の好調が継続している。
		その他製造業[事務用品] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・売上に動きがみられるようになってきている。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・土地の動きが活発化している。それに伴い、問い合わせや引き合いが増えており、受注も増えてきている。
		輸送業(営業所長)	受注量や販売量の動き	・四半期決算ということもあり、今月は通常よりもトラックの稼働率は高くなるが、今年も事務機器などの荷動きが好調である。
		金融業[投資運用業](代表)	受注価格や販売価格の動き	・オリンピック関連銘柄の売買が活発である。
		広告代理店(営業担当)	取引先の様子	・郊外店では来客数が増えているものの、まだ売上が増加するまでには至っていない。一方、都心のショッピングセンターでは少し客単価が上がってきている。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・クライアントの業界で明るさが出てきており、当社の受注にも同じ傾向がみられる。
		コピーサービス業(店長)	受注量や販売量の動き	・来客数、売上共に、微増ではあるが順調に推移している。来店客との会話の内容に、あまり変化はみられない。
	その他サービス業[店舗開発] (従業員)	受注量や販売量の動き	・日中は相変わらず暑いが、朝晩の涼しさからか駅ナカでも朝食需要が好調で、サンドイッチやおにぎりがかかり売れている。また、例年よりもやや早く、ホットコーヒーも売上を伸ばしており、概ね好調となっている。	
	その他非製造業[民間放送] (従業員)	受注価格や販売価格の動き	・東京オリンピックの招致成功により、景気浮揚への期待感が高まっている。	
変わらない	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・連休中に台風がきたものの、その前後は気候も猛暑ではなく、過ごしやすくなってきたせいか、少し荷動きが良くなってきたように感じる。まだまだ活況とはいかないが、安価な製品は動いている。	
	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・国産品への引き合いが多少増えているようであるが、製造コストの上昇分が転嫁できずにいる。	
	出版・印刷・同 関連産業(情報 企画担当)	受注量や販売量の動き	・9月は決算期であるが、売上は微増となっている。住宅メーカーや検査受託企業、医療業界、大学・予備校などがプラスとなっている一方、関西が地盤の弱電は不振で回復していない。	
	化学工業(管理 担当)	受注量や販売量の動き	・国内向けの販売数量が変わらない。	
	プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・建築関連の仕事が動き出したが、電気製品関連は低水準であり、差し引きでは変わらない。	
	金属製品製造業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・景況感は良くなっているが、具体的な荷動きへの影響はまだ出ていない。	
	電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・メーカーによる生産は忙しさを増しているが、生産機械を作るための設備メーカーには動きがない。	
	電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・前月に続き、売上、受注共に低調なままである。	
	輸送用機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・設備投資に対する政府の優遇策があるにもかかわらず、相変わらず動きは鈍い状況である。	
	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・消費税増税の関係で、9月中の契約、3月末までの工事完了という案件が増えている。一方、工事の依頼はあっても職人不足が深刻な状況である。	
	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・労務単価や資材コストが徐々に上がっているため、公共工事、民間工事の予定価格が実勢と合わなくなっている。落札しても利益が出ない。	

		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・良くも悪くもない感じである。
		通信業（管理担当）	それ以外	・市場では商品価格が結構値上がりし始めている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・アベノミクスによる景気の回復傾向が進んでいるが、仕入価格の上昇が先行し、中小企業の業況改善がみられない。回復までには、まだまだ時間が必要である。
		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・事業所が神戸から出て行くことで、事務所の賃貸需要が減り、その社員の住宅需要も減ってきている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告量は前年に比べて確実に増えており、前年比で110%を維持している。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告出稿の良い材料が、今年度に入ってからみられない。特に、関西は顕著である。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・クライアントの食品スーパーの来客数や売上が、前年を下回ったまま回復しない。
		その他サービス 〔自動車修理〕 （経営者）	取引先の様子	・忙しくもなく暇でもない状態で、売上は増えていない。
		その他非製造業 〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費自体は堅調な印象であるが、9月の半ばの3連休に台風が襲来し、全国的に小売店の売上が極端に落ち込んだ影響が強く、9月全体では前年割れの取引先が続出している。景気の腰折れ懸念はないが、足元は苦戦している。
		その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	競争相手の様子	・輸入製品は円安のために仕入価格が高くなっている一方、販売価格の改定ができずに苦心している。
	やや悪くなっている	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・取引先からの注文が、売れた分だけ変わってきている。見込みよりも購入が減り、10%はダウンしている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・内需関連、特に食品会社が円安の影響で苦戦している。また、消費税増税の影響も懸念材料となっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・当社は原子力発電所関係の顧客が多いが、需要見通しが悪く、設備投資の計画が不透明である。このため、この分野の景況感は良くない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注量が横ばいから上向きになった一方、受注価格、販売価格の低下が継続しているため、人件費の削減に走る傾向が続いている。
		輸送業（商品管理担当）	取引先の様子	・物価が上がっている一方、給料が上がることはない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込収入は横ばい状態であるが、読者が経済的な理由から減少している。
	悪くなっている	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・国内に比べて活気があった海外市場が急激に縮小しており、海外向けの受注量や販売量の減少にはっきりと表れている。国内は一時的に少し回復しつつあるが、海外の悪化が大きいと、全体としても悪化が進んでいる。スマートフォンやタッチパネル、自動車などの低価格競争があまりに激しく、どこも採算が取れなくなっている。今は下請企業がそれを吸収しているが、どこまで耐えられるかは分からない。
雇用関連	良くなっている	-	-	-
(近畿)	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・動きそのものは出てきているが、本格的な回復には結びついていない。大きな動きが出てくるのは年末ぐらいになる。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数は確実に増加傾向にある。消費税増税の方向性は長期的にみれば良い流れであり、景気回復への期待感も高まりつつある。短期的には景気の下支えとなる効果的な経済対策が打てるどうかのポイントとなる。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・最近では人材の不足感が顕著に出てきており、受注先行となっている。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・比較的幅広い業種で求人が多く出てきている。特に、少額投資非課税制度の導入や消費税増税に向けた人材の需要などもあり、求人数が増えてきている。年末に向けて、やや上向き傾向となっている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・新聞広告への出稿状況からみると、9月に入って東京オリンピックも決まり、多少上向きになっている。

	民間職業紹介機 関（支社長）	求人数の動き	・求人数は依然として伸びているが、業種ごとにばらつきがある。建設などは引き続き堅調である。
	学校〔大学〕 （就職担当）	求人数の動き	・夏以降の追加求人のために、来校する企業が増えている。
変わらない	人材派遣会社 （営業担当）	採用者数の動き	・建設関連企業での求人が微増となっているが、ほかの業界では求人増の動きは特に感じられない。
	アウトソーシング 企業（社員）	雇用形態の様子	・人手不足の状況は変わらないが、人件費などの問題で人員の補充がない。
	新聞社〔求人広 告〕（管理担 当）	求人数の動き	・当社が取り扱う求人広告はやや低調で、潮目が変わってきたように感じられる。
	職業安定所（職 員）	雇用形態の様子	・求人及び求職者の動きが良くない。面接会などを行っても、求職者が前年の3分の2程度しか集まらない。大手製造業の参加もなく、募集があっても正社員求人は出てこない。
	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人数は19か月連続で前年を上回ったが、フルタイム求人は減少しており、パート求人の増加に下支えされたものである。ただし、製造業ではフルタイム求人が増加し、新規求職者の減少傾向も続いていることから、現在の状況に変化は感じられない。
	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人数の動きについては、医療・福祉、卸売・小売からの求人は引き続き増加しているが、建設業や製造業からの求人は減少している。
	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・求人数の増減をみても、以前と同様の動きである。
	民間職業紹介機 関（職員）	求人数の動き	・日雇い求人数（主に建設土木業）は更に増える勢いであるが、労働者不足に強く制約されて、伸びきれない状況が続いている。
	学校〔大学〕 （就職担当）	それ以外	・大阪港周辺の荷動きは、3か月前より活発になっているように感じるが、今後については判断が難しい。
やや悪く なっている	新聞社〔求人広 告〕（担当者）	それ以外	・新聞求人広告の動きが悪い。前年割れとなっており、特に中小企業の元気がない。
悪く なっている	-	-	-