

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	-	-	-
	やや良くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・秋冬商材に動きが出始めている。
		一般小売店〔食料品〕（管理担当）	販売量の動き	・金額の高い商品が昨年よりも売れている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・月末になって気温が下がってきたので、秋物商品が売れ出している。
		一般小売店〔酒〕（社員）	単価の動き	・良い商品さえあれば、単価が高くても動きがあるほか、まとめ買いの数量が増加傾向にある。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・天候不順で季節商品の動きは鈍いものの、外国人客や外商顧客による高額品の購入が依然として好調を維持しており、売上も前年を上回る見込みとなっている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・富裕層の優良顧客のうち、今までの買上額の多い顧客に絞った催しでは、美術品や海外高級ブランド品の販売点数が過去最高となり、超高額品も飛ぶように売れた。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・時計や海外ブランド品、美術品が依然として好調に動いている。また、外商の得意客を招いてのホテル催事の売上も過去最高を記録している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は増えておらず、売上は引き続き厳しいが、買上点数が増えることで、1人当たりの購入金額は増えている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・気温が下がって冬物が動き始めたほか、単価も上昇している。少し良い布団やブランド衣料、紳士靴などが顕著で、意識的に単価を上げた商品も好調に動き始めている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・野菜の高騰による単価の上昇や、一般食品の値上げに対応した消費者のまとめ買いなどで、売上は若干増えている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が増加しているので、商品在庫を従来よりも1割ほど増やし、欠品率を低くしている。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	お客様の様子	・最近来店していなかった客が来店し、購入するようになってきている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税を控え、太陽光発電やリフォーム、高額家電の引き合い、販売量が増加傾向にある。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が、新車の販売が好調である。
		住関連専門店（店長）	販売量の動き	・昨年に比べると少ないが、コンスタントに受注が増えている。ただし、消費税率引上げ前の駆け込み需要の可能性もあるので、楽観視はできない。
		住関連専門店（店員）	販売量の動き	・気温の変化に伴い、販売量が増えてきている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今秋向けに力を入れてきたウェディングパーティー獲得強化策の効果がでており、売上が伸びている。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	来客数の動き	・前年に比べて来客数、客単価共に回復傾向にあり、ここ3か月は上昇トレンドとなっている。
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・団体客が増加し、単価も上昇している。
	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊は引き続き好調であり、宿泊客数、客室単価共に前年を上回っている。特にビジネス客の動きが活発である。一方、宴会は件数こそ前年並みであるが、単発の大型会合の受注がなく、金額では前年比マイナスである。	
	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊稼働率が前年を上回っており、高稼働率が継続している。	
	旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・消費税の増税が発表され、耐久消費財に消費が流れると思っていたが、ここへきて年末年始が9連休となる客を中心に、国内旅行の申込が増えている。冬のボーナス増に期待している客も多い。	

	タクシー運転手	お客様の様子	・流し営業での客の乗車機会は、確実に増加している。
	タクシー運転手	お客様の様子	・客の流れが良くなっている。
	通信会社（経営者）	お客様の様子	・建築関係を中心に、消費税増税の駆け込み需要がみられる。
	パチンコ店（店員）	来客数の動き	・昨年よりも来客数が増えている。
	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	それ以外	・奈良の観光地では、土日や祝日は当然ながら、平日も休日かと思えるほどの人出であった。ここ数年はこのような記憶がない。
	その他サービス [コインランドリー]（経営者）	来客数の動き	・季節の変わり目で、新規来店客やリピート客がやや増えている。
	住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・当社の主力である戸建住宅や戸建用地の流通では、顕著な動きがみられないが、投資用物件は利回り重視ながらも、活発な取引が行われている。
	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・9月までは、消費税増税の駆け込み需要で前年よりも大きい伸びとなった。その反動減については、現状はそれほど大きく落ち込んでいない。
変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・週末しか売上が伸びなくなってきた。平日の客足の引きが早い。
	一般小売店 [時計]（経営者）	来客数の動き	・しのぎやすい気温になってきたお陰で、来客数が戻ってきている。全体の単価は低く、売上には結びつかないものの、来客数が安定して増えている。
	一般小売店 [精肉]（管理担当）	販売量の動き	・8、9月の勢いが完全に10月で変わっている。なぜかは分からないが、10月は全体的に悪く、年末を前に不安な動きである。
	一般小売店 [衣服]（経営者）	販売量の動き	・冬物素材の動きが鈍い。まだ本格的な寒さが実感できない影響かもしれない。
	一般小売店 [菓子]（営業担当）	販売量の動き	・進物の売上は今月も低迷している。売れるのは低価格商品ばかりで、なかなか売上に結びつかないのが現状である。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・10月に入っても気温が下がらず、台風による雨の影響もあり、秋物需要が激減しているが、バーゲンや催事、物産展などの売上は好調で、景況感が悪くなっているとはいえない。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は天候不順もあって、アパレルを中心に厳しい内容となり、売上目標は未達の予定である。大型改装により、来客数は倍以上に増えてきているが、来客数に比例した売上の伸びがない。依然として客が商品を見る目は厳しく、不要不急の商品は購入を控え、商品価格を厳しく評価する傾向は変わらない。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・高額品や限定品といった価値のある商品や、必要としている商品に買物が集中し、食品関係の人気が目立つ。その一方、まだまだ消費全体の動きは鈍く、先行きも不透明である。
	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・来客数は増えているものの、売上に繋がっていない。少し気温も下がって、購買意欲が高まると期待していたが、今のところは効果が出ていない。
	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・台風が多かったことで来客数が減り、売上が一時的に減少している。特に婦人服の減少が目立つ。また、消費税の増税が決まって、少しラグジュアリーブランドや宝石などの高額品の売上に影響が出ている。駆け込み需要が年明けに始まるまでは、今のようない控えの状態が続く。
	百貨店（店長）	販売量の動き	・10月に入って売上が思わしくなく、販売量も減っている。
	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は台風の接近などで雨の日が多く、来客数が減少したことで、売上は大変苦戦している。おせち料理や福袋の予約は高額商品から動いているが、売上全体の押し上げには繋がっていない。
	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・10月は天候、気温が安定せず、週末の台風の影響もあり、やや厳しい状況である。衣料品では、トレンド商品は動き出しているが、量的には全体をけん引するまでには至っていない。
	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・10月はまだまだ暑さが続き、秋物衣料の動きが悪い。ただし、高額品の時計は依然として好調に動いている。

百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・台風や不安定な気温の影響もあるが、消費税増税の発表後も高額品は好調に動いているものの、生活関連商品の動きが先月ほどは良くなく、落ち着いた推移となっている。
スーパー（経営者）	単価の動き	・いくら味が良くて、値打ちのある商品を並べても、値段が高ければ売行きが悪い。値ごろ感を出して買いやすくするなど、販売方法を工夫している。
スーパー（経営者）	競争相手の様子	・生鮮品は相場の影響もあって堅調に推移しており、値ごろと判断されれば、ちょっと良い商品も動きが活発である。ただし、保存ができ、品質に差がないような加工食品や消耗品類は動きが鈍く、チラシ価格も前年比で低下傾向にある。所得が必ずしも増えていないなかで、メリハリをつけた消費行動が顕著になっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・販売量や顧客の購買動向に大きな変化はなく、食料品を中心に必需品の動きもほぼ横ばい傾向にある。一方、気象条件が不順で季節品の動きが鈍く、全体としては厳しい状況となっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・月前半は真夏日などの異常気象で、季節品を中心に大幅な販売減となり、大苦戦の状況となった。ただし、月後半は気温も昨年並みとなり、回復傾向にある。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年比で97%と、ここ数か月は同じような動きとなっている。売上も同様であり、客単価は前年と変わらない。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・売上の動向は底堅い状況ではあるが、増加する気配はあまり感じられない。関東エリアに比べると、やや伸び悩んでいる。
スーパー（広報担当）	お客様の様子	・客単価は上昇傾向となっている。ただし、農産、畜産物の相場上昇の影響が大きく、逆に販売点数は減少している。必需品の購買意欲はみられるものの、プラスチックの出費は抑える傾向となっている。
スーパー（社員）	競争相手の様子	・肉や野菜などの生鮮食品の価格が上がっているにもかかわらず、広告売日を中心に売上は堅調に推移している。ただし、先月と今月は当社の商圏内に競合店が相次いで出店したことで、競争が厳しさを増しており、来客数の減少している店舗が増えている。
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子をみていると、日替わり商品やナショナルブランドの目玉商品は朝から走ってでも購入するが、お買い得商品以外を買い回ることはなく、目的の商品だけを買求める状況が続いている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・プレミアム商品などの売上は相変わらず好調で、客単価は上がっているが、来客数が減少しているため売上は横ばいである。
コンビニ（店長）	単価の動き	・ここ数年は全体的に横ばいであるが、たばこ販売の落ち込みを弁当や総菜、コーヒーなどの商品が補い、かろうじて持ちこたえている。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・近隣の競合店に客が流れ、売上の低迷が続いている。
コンビニ（広告担当）	お客様の様子	・大きくは変わっておらず、大手メーカーはアベノミクスの影響で効果が出ている一方、小売業界にはまだ変化がみられない。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・物価だけが上がり、給料が変わらなければ、実質的には給料の減少につながるという意見の客が増加している。
家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・消費税増税前の買い控えが起きている様子である。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・アベノミクスで上向いたと思われたが、不安定な状況が続いているため、客が慎重になっている。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・月前半の受注量は良かったが、後半の伸びが今一つである。自動車取得税、エコカー減税の動向も気になる。
乗用車販売店（営業担当）	単価の動き	・今月は軽自動車の商談が多く、収益面ではなかなか伸びない。
乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・卸売価格が若干上昇したが、例年よりは低い。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・販売量は前年と変わらない。

その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・購入目的の客が少ない。
その他専門店 〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・円安による物価上昇が顕著となっている。当社でも今月から本格的にコストアップによる値上げが始まる。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・気温の高い状態が続き、コートやセーター、冬物布団など、季節商材の動きが鈍い。朝晩が冷え込むようになって、ようやく動きが出てきたが、本格的な動きには程遠い。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・予約や、団体の貸切などが入っているときは良いが、予約以外の来客が少ない日がある。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・近隣に新店舗がいくつか開店したものの、あまり客が入っていないようだ。商店街も人通りが少ない。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数の傾向をみると、依然として大阪市内は前年に届かない一方、大阪市周辺は前年をクリアしている。大阪市内の商業施設に左右されている状況であり、ここ数か月間は同じ傾向が続いている。
一般レストラン（店員）	お客様の様子	・新規客も少ないが、常連客にも変化がみられない。客単価もさほど変わっていない。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・元々、団体観光客が増える時期ではあるが、団体客、個人客共に前年よりも好調である。
観光型旅館（経営者）	それ以外	・続けざまに発生した台風の影響や国道の通行止めにより、京阪神地域からの客足が途絶えた状況となっている。
観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・宿泊の総売上、1人当たりの消費単価、宿泊単価、総宿泊料金のいずれも、引き続き前年を下回っている。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・季節外れの台風で各地に被害が出ている。酷暑も終わり、過ごしやすい季節が到来したかと思っただが、一気に気温が下がり、食欲の秋はそう長く続かないようである。2～3か月前と比較しても景気の大きな変動はない。
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・客室部門は依然として海外からの観光客が好調に推移しており、全体の収入を押し上げている。一方、食堂部門も前年を上回っているが、宴会部門は伸びていないため、全体的に良くなっているとは思えない。
都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・台風の影響を受けながらも、稼働率、客室単価共に前年を上回っており、売上は前年比で110%となっている。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・国内旅行は関東のテーマパークや、伊勢・志摩、出雲方面の好調で、順調に推移している。海外旅行は悪かった昨年を超えてきているが、大幅増とはいかず、全体で何とか前年を上回る状態が続いている。
旅行代理店（店長）	お客様の様子	・来客数が減っている。
タクシー運転手	来客数の動き	・いつものように雨や台風の際には客が増えるが、それ以外は通常どおりの落ち込みとなっている。
タクシー運転手	競争相手の様子	・消費税の増税が決定し、急に消費マインドが弱くなっている。
通信会社（企画担当）	お客様の様子	・景気が良くなった印象はない。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	お客様の様子	・天候要因により集客状況はやや不調であるが、買物の傾向などに大きな変化はない。消費税増税が決定したものの、今のところレジャー消費に影響らしきものはみられない。
美容室（店長）	販売量の動き	・今月の売上は比較的良かったものの、8、9月と合計すると変わらない。
美容室（店員）	販売量の動き	・今年は成人式の前に写真を撮っておく人が多く、売上は伸びているが、通常のカットやカラー、パーマなどは平年並みとなっている。
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	・前年を上回ってきた勢いも一度落ち着いたようである。古いタイプの店舗が多い関西地区の売上は、全国と比べてもあまり良くない。
住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・消費税増税の決定で駆け込み需要はあるが、建築、土木共にコストが上っており、以前よりも利益率は下がっている。

	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・テナント企業は引き続きコスト重視のスタンスとなっており、立地改善や人員増による賃借面積の増加といった前向きな需要は乏しい。
	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)	販売量の動き	・全体的な景気は横ばいで推移している。
	その他住宅〔情 報誌〕(編集 者)	販売量の動き	・マンション販売では、9月末の駆け込み購入はそれほど大きくなかった。新しく発売されている物件に関しても、以前よりも好調という状況ではない。
やや悪く なっている	一般小売店〔珈 琲〕(経営者)	それ以外	・消費税増税の決定に伴い、高額商品に対する投資や支出が増え、不動産の購買意欲も高まっている。その一方、当社の売上は減少している。
	一般小売店〔衣 服〕(経営者)	お客様の様子	・製造業などは受注状況が良く、景気が上向いているとの話は聞かれるが、大阪ではいまだに大量のリストラが行われるなど、上場会社を含めた企業の苦労が伝えられている。それに伴い、主婦などの間で防衛本能が働き、財布のひもがまた締め直されている。
	一般小売店〔鮮 魚〕(営業担 当)	お客様の様子	・当店の客でも月2回の買物が1回に減るなど、日用品や食料品については消費マインドが冷め、節約志向が強まっている。
	一般小売店〔菓 子〕(経営企画 担当)	販売量の動き	・今年10月現在と7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10月が80.2%で、7月が91.8%、関東は10月が103.7%で、7月が100.4%、中部は10月が95.4%で、7月が89.6%、中国は10月が101.7%で、7月が119.2%となり、各地区合計の平均は10月が88.9%で、7月が96.7%である。10月に入っても状況としてはあまり変わらないが、特に関西地区で悪い状態が続いている。
	一般小売店 〔花〕(店長)	それ以外	・夏の猛暑で花の相場が上がっていたが、最近では秋らしくなり、花の供給量や価格も安定しつつある。ただし、行楽シーズンで販売量は減少している。
	百貨店(売場主 任)	販売量の動き	・今月は高めの気温や台風が続いた影響で、売上は計画を下回る厳しい状況である。10月は秋物の主力アイテムとなるセーター、ジャケットが売れる時期であるが、このまま秋物を飛ばして冬物へ顧客の関心が向かうと、消費税率アップなどで生活の先行きが不透明ななか、消費マインドの上昇は望めない。特に、若年層の消費マインドは、収入が少ないなかで全く期待できない。
	百貨店(売場主 任)	お客様の様子	・京都地区では、9月中旬の水害や、10月前半の高い気温、台風の影響、消費税増税の発表などにより、消費マインドの低下が感じられる。
	百貨店(売場主 任)	来客数の動き	・9月は堅調な推移となったが、10月は厳しい状況にある。来客数が前年比でマイナス7%であるほか、気温が高かったこともあり、ファッション関連も厳しい。
	百貨店(営業担 当)	来客数の動き	・台風の影響により、衣料品関連が不振で、秋物商品も動いていないが、食品の動きは堅調である。
	百貨店(販促担 当)	来客数の動き	・10月に入り、中途半端な気候や台風などが響き、ファッション関連の動きが鈍い。来客数も同様に苦戦し、売上の低迷につながっている。消費税増税の決定による影響はすぐには出ていないが、物価上昇の動きが消費心理を冷え込ませている。明るい雰囲気は縮小傾向であることも懸念される。
	百貨店(服飾品 担当)	販売量の動き	・購買意欲自体は下がっていないが、月初の気温が非常に高く、秋冬物に対する購買意欲はあまり高まっていない。また、例年は気温の低下とともに、化粧品ファンデーションはパウダー型からリキッド型へと切り替わるが、今年はそれがみられなかったほか、消耗品などのアイテムも不振となっている。
百貨店(売場マ ネージャー)	来客数の動き	・気温が高いことで消費者が今着る服に迷っており、ファッション関連商材の売行きは厳しい。また、消費税増税が決定したことで、ボリューム層の消費マインドがやや低下し、財布のひもをいったん締めているように感じる。さらに、神戸地区では新しい商業施設の集客が好調で、前年よりも消費が分散する動きが続いている。	

	百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・経済状況が悪くなっている感覚はなく、年末賞与に関する各企業の明るいニュースも聞かれるが、あまりにも気候が不安定で、本来売れるべき商品が売れていない。	
	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・アベノミクス効果がやや薄れてきている感覚がある。株価上昇への期待も薄い。やはり基本給が上がらないことには、消費者もし好品には手を出しにくい。	
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・1品単価は上がったが、買上点数が減っている。商品の価格などにより、購入店舗を選別しているのではないかとと思われる。	
	一般レストラン（経理担当）	それ以外	・台風、大雨などの悪天候が客足に影響し、連休中の来客数は前年を若干下回っている。	
	観光型旅館（経営者）	それ以外	・今月は度重なる台風の影響で、宿泊のキャンセルが相次ぎ、出足をくじかれた感覚である。	
	通信会社（社員）	単価の動き	・新機種在庫不足のほか、1台当たりの利益が少ないため、収支は厳しい。	
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・消費税増税の次に、企業による値上げが始まれば、消費者の動向に影響を与えることは必至である。	
	競艇場（職員）	単価の動き	・3か月前の購買単価を100とした場合、今月の1人当たりの購買単価は94%で6ポイントの低下と、やや悪くなっている。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・10月の住宅展示場への来場数は、9月の駆け込み需要の反動で前年比4割減である。	
	悪くなっている	一般小売店〔野菜〕（店長）	来客数の動き	・客の動く気配が全くない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が減少している。異常気象の影響が大きいと思われるが、購買意欲も感じられない。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・天候不順によって来客数が減少しているが、それ以上に客は物価の上昇を敏感に感じ取っているようである。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・10月に売れるはずの少し高めの洋服が売れず、単価の低い実用衣料が売れている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9,195円で、3か月前の客単価は10,017円であった。これでは景気が上向いているとはいえない。
企業動向関連 (近畿)	良くなっている	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・国内向けと海外向けの販売量が同じぐらい増え、全体でも前年比で17%増加している。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・取引先から増産の要請を受けているが、生産能力が一杯でこたえることができない。
	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	・イベントの景品用の注文が増加しており、売上は前年比で微増である。
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・企業の一部に大口の受注案件があり、産地の加工量は前年比で微増となっている。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・アベノミクス効果により、土木建築関連は消費税増税前の駆け込み契約などでにぎわっているが、まだ荷動きが増えるまでには至っていない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・電子部品の需要は世界的に伸びているが、低価格化が進み過ぎている感覚がある。大手企業も収益が落ちているほか、低価格受注の増加でアジアのメーカーも足踏みしているが、苦境の打開に向けた動きはみられる。国内の製造業も全く同じ状況である。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・マンションを中心とした住宅向けや、施設の省エネ改修向けの商品出荷が好調である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注や引き合いが増えてきている。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・消費税増税の駆け込み需要や、台風の被害に伴う工事需要の増加で、近隣の同業者も忙しそうである。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・昨年に比べて売上が20%増となっている。
		輸送業（商品管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・お歳暮シーズンに入りつつあるのか、物流量が少し増加している。
		金融業（営業担当）	それ以外	・アベノミクス効果は大きく、消費税増税による需要の減少や、今後の景気後退が予想される。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・下期になり、広告出稿に増加の兆しが出てきている。

変わらない	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・秋の穏やかな気候になると商品が動き出す。今年も台風の影響か天候不順の日が多く、今一つの結果となっている。製品は前年並みの量を確保しているの、前年比で減少していないだけ、まだましである。	
	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・前年よりも気温が高いため、飲料水の売行きは好調であったが、月後半からは販売が減少している。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節的要因を考慮すると、変化はないと感じる。	
	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	・消費税増税の駆け込み需要で、住宅関連による販売促進の動きは活況を呈している。その一方、弱電業界の受注量は減少しており、弱電業界に依存している印刷会社の倒産も出てきている。エネルギー関連も先がみえない状況で、宣伝資料を減らしていく方向である。	
	金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・予定していたほど、受注が増えていない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・アベノミクスによる円安、株高によって、一般消費者向け製品は良くなった。さらに、ここへきて生産設備への投資も引き合いが増えている。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・特に変化はなく、同業者も同じような様子である。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・国内の設備投資はやや上向き傾向とされているが、当社は依然として停滞が続いている。	
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末に向けての受注に変化がない。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注、引き合いの状況はそれほど変わらない。東京オリンピック効果や消費税増税に関しても、それほど反応はない。	
	建設業（経営者）	取引先の様子	・消費税増税の決定で、9月末までの契約や3月末に終了する工事、小型の工事の依頼はあるが、技能労務者不足で対応に苦慮している。	
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・第2四半期が終わって、事務機器の出荷が減っている。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・読者数は増えておらず、減少傾向であり、折込広告も横ばい状態である。	
	経営コンサルタント	それ以外	・消費税率のアップに対し、もう少し駆け込み需要が増えると思っていたが、取引先の様子をみていると、生活必需品はもちろん、耐久消費財にもその兆候がみられない。	
	やや悪くなっている	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・アウトソーシングの流れが若干増えているように感じるが、全体としてははっきりとした結果には結びついていない。
		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	・この先も大幅に良くなることはなく、変わらないが、悪くなる。
		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	・今年も台風が多く、直撃こそ免れたものの、台風接近のたびに主要駅は混乱し、駅ナカ店舗は大打撃を受けた。また、例年はホット商材が売れる時期であるが、今年はやや気温が高いことから、販売につながっていない。
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）		取引先の様子	・設備投資に関する引き合いがないため、変わらない。	
繊維工業（総務担当）		受注価格や販売価格の動き	・消費税率の引上げで駆け込み需要が出てくるのは、建設のリース関係や、年間購読料などの見込購入によるものがほとんどで、この業界は特に関係がない。逆に、加工賃などの値上がり分を販売価格にうまく転嫁できず、苦戦を強いられている。	
化学工業（経営者）		受注量や販売量の動き	・この2か月は急激に売上が落ちている。一時的な動きと最初は楽観視していたが、受注量も一向に戻ってきていない。	
一般機械器具製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・当社には原子力発電関連の顧客が多いが、この分野での投資が保留となっており、受注量が減っている。	
一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・受注量の変動は少なくなったが、賃上げがない状態で、生活必需品の値上げが影響してきている。		

		通信業（管理担当）	それ以外	・市場の価格水準がやや高くなっているため、景気が良くなるらない。	
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上は前年を上回っているものの、今年前半からの伸びを考えると、勢いは落ちてきている。	
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・関西の家電関係の企業に対するコンサルティングを行っているが、この業界自体が苦しい状況にある。	
	悪くなっている	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・問い合わせ件数が減っており、単価も下落している。	
雇用 関連 (近畿)	良くなっている				
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・最近では全業種にわたって、紹介予定派遣や一般派遣の需要が増えつつある。塗料関係の派遣依頼なども出てきているが、派遣会社の人材不足は否めない。	
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・先月に比べ、様々な職種の求人が増加してきている。	
		アウトソーシング企業（営業担当）	採用者数の動き	・人が動かないのか、求人が増えて人材の取り合いが激しくなっているのかは分からないが、有期雇用での採用の難易度が多少上がってきている印象がある。	
		求人情報誌制作会社（企画担当）	周辺企業の様子	・景気が少しは良くなっているという企業が増えている。	
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・新聞の広告出稿量からみると、若干ではあるが上向き傾向であるように感じられる。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は大幅に減少しているが、求人を募集している事業所は減っておらず、正社員求人の割合も下がっていない。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・直近の新規求人数は20か月連続で前年を上回り、フルタイム求人や製造業も堅調に増加している。一方、新規求職者数は減少が続いており、当所の有効求人倍率は、前年よりも0.17ポイント、前月よりも0.05ポイント上昇している。	
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・オリンピックの開催が決まり、建設業の求人増につながっている。特に北陸は、富山の新幹線の工事も含めて活況となっている。	
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・ここへきて求人募集に訪れる企業が増えている。新規の求人や、求人を復活させる企業が増加している。	
	変わらない		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣求人数は相変わらず堅調に伸びているが、それが売上増に結びついていないのが現状である。
			人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・正社員希望の求職者は増加傾向にあるが、社員登用の可能性がある紹介予定派遣の案件数は伸びていない。はっきりと紹介予定派遣といわず、社員登用の予定はあるといった表現を、最近をよく目にする。
			人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・ある意味で景気が良いのかもしれないが、新規登録者数が激減している。
			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最近減少している。内需型の中小企業が多い関西には、アベノミクスの経済効果が波及していないということかもしれない。
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の推移をみると、関西の企業からの出稿には大きな動きがみられず、景気が良くなっている感覚がない。
			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・小売業からの求人は引き続き増加している。また製造業求人も2か月連続で、前年よりも20%以上増えている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数及び求職者数に大幅な変動がみられない。	
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・必要な数の日雇い労働者を確保できないので、受注を制限しているという建設下請業者が相変わらず多い。	
		民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・企業の採用意欲はやや高まってきており、業種によっては人手不足の状態になっている。	
	やや悪くなっている	-	-	-	
	悪くなっている	-	-	-	