

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	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・音楽業界はコンサートバブルの状況となっている。当ホールでも、月末の2日間は人気アイドルグループによるコンサートが行われたが、平日の2回公演であるにもかかわらず、30代女性を中心に立ち見が出るほどの超満員である。グッズ販売も好調で、朝早くからたくさんの女性が並んでいる。
	やや良くなる	百貨店(売場主任)	・これから8月商戦となり、セール品が中心となるが、気温が高いこともあって売行きに期待できる。
		百貨店(企画担当)	・梅雨が明けて、天気が安定するほか、お盆の集客は人気スポットを含めた施設全体で増えるため、8月は期待している。
		百貨店(企画担当)	・外国人客による売上の急増が一巡する今年の11月までは、売上の増加基調が継続する。
		百貨店(営業担当)	・化粧品を中心としたインバウンド客向けの売上は更に伸びていく。また、海外高級ブランドの販売イベントが増えているため、購入点数、購入金額共に増える。
		百貨店(服飾品担当)	・9～10月の気温が毎年高めの推移となるなか、季節性の強い商材であるブーツやマフラーなどの動き出しが、どんどん遅くなってきている。その一方、季節商材以外の商品については、新商品への消費意欲が依然として高い。ハンドバッグや小物といった気温の推移に左右されない商材が、今後数か月の売上をけん引する。
		百貨店(商品担当)	・まだまだ中国人客が増える様子であり、爆買いは拡大していく。化粧品はこの1年間、前年比で50%増の売上が続いている。
		百貨店(売場マネージャー)	・プレミアム付商品券の利用が始まるほか、県内での国体開催で人の動きが増える。また、以前から行われていた道路などの大型インフラ事業も完了するため、やや良くなると期待している。
		スーパー(店長)	・プレミアム付商品券の利用によって、単価が上がっている。ただし、来客数、販売点数は伸びていない。
		コンビニ(経営者)	・リニューアルで売場面積を2割程度増やし、それに伴って品ぞろえを充実させたため、近隣マンションの住人による来店が増え、土日や祝日も売上は前年比で10%ほど増えている。今後もこの傾向が続く見込みである。
		コンビニ(経営者)	・弁当やデザート類など、特に食品分野のプレミアム商品の売上がまだまだ伸びそうなほか、外国人観光客の来店も増えることが期待される。
		コンビニ(店長)	・来客数が増えた影響や、今夏の気温が高いことで、ソフトドリンクやアイスクリーム、冷たいめん類の販売が更に増えるため、当店の販売はもうしばらく伸びる。
		衣料品専門店(経営者)	・来月に迫ったプレミアム付商品券の販売に、多少なりとも期待している。
		衣料品専門店(営業・販売担当)	・早くも秋冬物のオーダースーツやジャケットの注文、問い合わせが多く入っている。
		その他専門店[医薬品](経営者)	・今後も天候に左右される。7月の台風通過後は暑い日が続いており、体力維持に関する商材などはよく動いている。8月も厳しい暑さが続くようである。
		その他専門店[食品](経営者)	・9月の大型連休などで、外食全体では少し良くなると思われるが、大きな変化は見込めない。
		高級レストラン(スタッフ)	・夏休み中はあまり期待できないが、秋以降は客足も増えてくる。
		一般レストラン(経営者)	・シルバーウィークがあるため、売上の増加が見込まれる。平日の売上は減少するが、大きなパーティーなど、休みの日しかできない集まりの問い合わせが多い。
		その他飲食[ファーストフード](店員)	・プレミアム付商品券が各地で販売されるため、購買意欲が出てくる。
		観光型旅館(経営者)	・11月以降はこれまでの反動で悪化することが予想されるが、それまでは好調が続く。外国人客も増えており、関西国際空港のLCC就航に伴う好影響が出ている。その需要をどう吸収するかは、個々の企業に任されている状況であるが、長期的な視点での対応が求められる。
都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊部門は、客室単価を大幅に上げてても需要が多く、売上の前年比はプラスとなっている。宴会部門についても、例年の大型宴会に加え、中小宴会場の需要も目立っている。レストラン部門は苦戦を強いられているが、中規模のパーティーの問い合わせもあり、前年比では収入増となる予想である。		

	都市型ホテル（スタッフ）	・特に目立ったイベントはないが、宿泊ではインバウンド客の増加による増収効果が継続する。他部門の減収を補って余りある増収である。
	都市型ホテル（客室担当）	・周辺のホテルを含め、宿泊の稼働率、客室単価共に落ちる気配がなく、順調に推移している。為替の影響もあり、旅行先が海外から国内にシフトしているほか、円安のため海外からの客が増えており、いわば二重の増加となっている。
	都市型ホテル（管理担当）	・しばらくは外国人客の増加により、好調に推移する。
	タクシー運転手	・海外からの観光客の増加が見込まれる。
	テーマパーク（職員）	・今のところは販売が昨年以上の水準で推移している。この状況は、次の消費税増税の時期が近づくまでは続く。
	観光名所（企画担当）	・夏休みが終わった後、秋の観光シーズンに入るが、好調な状態をできるだけ維持していきたい。
	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、寒い時期よりも暖かい時期の方が来客数は増加する。
	住宅販売会社（総務担当）	・次の消費税増税の駆け込み需要が出始め、増加傾向が顕著になる。
	その他住宅【情報誌】（編集者）	・引き続き高額化が進むマンション市場において、インバウンドや富裕層の需要が更に活発になることで、市場の活性化が見込まれる。
変わらない	一般小売店【衣服】（経営者）	・当社を含め、商店街全体で対策を取ってきているが、売上の微減が続いている。ほかの地域に負けないように新企画を打ち続けているが、いつまで続くかは分からない。
	一般小売店【時計】（経営者）	・年金の支給額が減ってきたことや、物価の上昇で実感として所得が目減りしているとの声が、客からよく聞かれる。100歳以上の方が珍しくなくなってきた現在としては、年配の人でも先行きの不安を抱えている。安心して欲しい物を買えるという状況が、年配の人にも若い人にもないため、今後は厳しくなる。
	一般小売店【事務用品】（経営者）	・経済の良くなる材料がない。
	一般小売店【鮮魚】（営業担当）	・受注見込みに変化はなく、このままの状態推移する。
	一般小売店【衣服】（経営者）	・8月末にはプレミアム付商品券が販売されるため、期待している。
	一般小売店【衣服】（経営者）	・夏から秋に移るころの残暑の状況によって、売行きが変わってくる。衣料品は冬場が勝負であるため、その立ち上がり時期である秋の気候が気になる。
	一般小売店【野菜】（店長）	・変わる要素が全くない。
	百貨店（売場主任）	・政局の不安定さに加え、いまだに解決の見通しが立たない原子力発電所問題や震災の復興など、不透明な要素が多い。早期の国内経済の安定や、成長の足がかりが必要である。
	百貨店（売場主任）	・一般の消費者の動きが活発になっているとは言い切れない。外国人客向けの免税効果が一巡するまでは、景気の良し悪しの判断は難しい。
	百貨店（営業担当）	・競合店との差別化が進んでいる。今までにない品ぞろえで、この流れを維持していく。
	百貨店（外商担当）	・株価や金、銀価格の上昇を背景に、全体的に景気は好調を維持していくと考えられる。インバウンド客の増加が始まったのは、昨年の9月ごろからであるため、いかに拡大を続けていくかがポイントである。
	百貨店（営業企画）	・期待していたプレミアム付商品券の動きは今一つ盛り上がっていない。百貨店業界全体をみても、都市部と地方の格差が縮まる気配はない。
	百貨店（売場マネージャー）	・6月までの消費動向と変わらず、消費税増税がいまだに重荷となっている。野菜や輸入商品の物価上昇などで、消費者の負担が目に見えて増える傾向にあり、外食や衣料品の節約がますます顕著になると思われる。特にボリューム層においては、回復基調には程遠いかもれない。ただし、良い商品や欲しい商品であれば、少し高くても買う傾向はまだ残っているため、期待は持ちたい。
	百貨店（マネージャー）	・大企業の好決算に支えられ、一部では所得が増えているものの、円安などで食品や公共料金をはじめとする物価が上昇している。市場規模の大きいボリューム層の消費マインドが悪化しているため、実感として良いイメージはわからない。

百貨店（販促担当）	・前年を上回る推移となっているが、衣料品に対する購買意欲の力強さは感じられない。一方、食品や雑貨には品質を求める傾向が感じられ、引き続きけん引役を期待できる。変化が期待できる要素は見当たらないため、現状と同じような推移が予測される。
百貨店（サービス担当）	・来月は期末でもあり、店全体でのバーゲンの強化や新しいショップの導入などにより、できるだけ前年実績を確保するだけでなく、それ以上の売上を確保し、今期の売上目標に少しでも近づくように努力したい。
百貨店（商品担当）	・プレミアム付商品券による消費拡大を期待しているが、生活必需品への使用が中心で、全体的なプラスにつながるかは不透明である。
スーパー（経営者）	・競合店が多いため、なかなか値上げが実施できない。販売価格や特売価格が以前にも増して下がってきている。
スーパー（経営者）	・地方創生のプレミアム付商品券の効果は限定的な様子である。消費者は商品券を購入しても利用には慎重であり、売上の増加には至っていない。
スーパー（店長）	・プレミアム付商品券の販売が7月31日からスタートし、期待が大きい。
スーパー（店長）	・国内のみならず、国際情勢にも不確定要素が多い。販売面、商品調達面の不安感がぬぐえない状況では、これから上向くとは判断できない。
スーパー（店長）	・収入は増加しているものの、見通しは明るくない。株価の安定感もない。消費者は目先の価格変動に敏感で、野菜やガソリン価格の変動で買物先も変化する。当面はインバウンド以外に好調が期待できる要素がない。そのインバウンド消費も、商品ごとの売上の差が大きくなってきている。
スーパー（経理担当）	・ボーナスの増加や、プレミアム付商品券の発行の本格化が、消費には多少の上乗せ材料となる。猛暑も一部の商品には好影響を与えられ、全体的に売上は安定的に推移する。その一方、ゲリラ豪雨や台風などの天候要因に左右されるケースも想定される。
スーパー（広報担当）	・食料品の回復は底堅い一方、季節商品の動向に左右される衣料品、住居関連については、予断を許さない状況である。
スーパー（社員）	・客の購買意欲は堅調に推移している。ただし、チラシや特典ポイントを増やしたり、価格を引き下げたり、イベントを増やしたりと、常に客の消費意欲を刺激しなければならず、なかなか自律的に売上が増える環境にはならないと感じる。
スーパー（開発担当）	・物価の上昇が止まらない。今後は徐々に景気に影響が出てくる。
コンビニ（広告担当）	・先の予想としては、関西圏はまだ大きく好転することはなく、良くて若干の改善にとどまる。また、台風やゲリラ豪雨など、この夏の天候によっては悪化する可能性もある。
コンビニ（店員）	・この先の状況を考えても、特に大きな変化はない。
衣料品専門店（販売担当）	・クールビズが数か月続くとされるため、夏物衣料は当分上向きにはならない。
家電量販店（経営者）	・プレミアム付商品券の販売効果に期待しているが、客の財布のひもを緩める要素がほかにはなく、大きな期待は持てない。
乗用車販売店（経営者）	・自動車販売には、国内消費を引っ張っているインバウンドによる直接的な効果はない。
乗用車販売店（経営者）	・新車や中古車の売行きに変化はなく、車検などの修理予約件数にもあまり変化がみられない。
乗用車販売店（販売担当）	・新型車の受注残がある分、販売量は減っていないが、受注量は一度落ち着くと考えている。
乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税による可処分所得の減少が続いているため、10%への増税を控えた駆け込み需要が出てくるとしても、期待はできない。
乗用車販売店（販売担当）	・中国経済の動向に左右されると考えている。崩壊すれば日本も大きな打撃を受けるが、それは中国の対策によって避けられる。
乗用車販売店（営業企画）	・10月に向けて来客数は増えてくるが、昨年を超えるとは考えていない。
自動車備品販売店（営業担当）	・ボーナス支給額が増え、夏休み前の駆け込み需要は増えたが、期待したほどではなかった。販売量の若干の増加も一時的な動きであり、今後もしばらくは横ばい状態が続く。
住関連専門店（店長）	・商談の数が戻ってきたため、何とかしのいでいるが、円安がこれだけ続くと、輸入業はいつまでも苦しい状態から抜けられない。企業努力も限界にきている。

その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・宝飾品を購入する優先順位の低さは、今後も大きく変わらない。プレミアム付商品券の利用についても、生活用品や家電が優先される。
その他小売 [インターネット通販] (オペレーター)	・秋冬物の商品の受注は多少増加すると思われるが、大きな動きはない。
その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	・他社との競合もあり、今後も厳しい状況が続く。
高級レストラン (企画)	・特に、国内客の消費動向を刺激する要因が見当たらない。
一般レストラン (経営者)	・市のプレミアム付商品券が利用できる店に登録したが、商品券は売れ残っているらしく、販売効果への期待が低下している。
一般レストラン (経理担当)	・景気を刺激する好材料が見当たらない。
その他飲食 [コーヒーショップ] (店長)	・夏の賞与が増えていると、新聞では報じられているが、単価や来客数をみても変化はない。恐らく大企業に限られた話であり、消費回復につながっているとは感じられない。
観光型ホテル (経営者)	・政治への不信感もあり、景気の回復感が消費者にまで伝わらないため、節約志向が続き、客単価が上がらない。
観光型ホテル (経営者)	・今後もこの好調は当分続く。
観光型旅館 (経営者)	・台風が増える季節に突入し、客の動きが鈍る可能性はあるものの、予約の出足は例年並みである。
観光型旅館 (経営者)	・円安がどこまで続くのか、原油価格はまだ下がるのではないかなど、先行きが気になる。景気動向の不安定さに関係なく、消費が増えることを期待したい。
観光型旅館 (団体役員)	・今年度前半は、単価の低下を宿泊人員の増加で補っていたが、これから先は食材価格の高騰や耐震工事への対応が必要となり、安穩としていられない状況である。
都市型ホテル (支配人)	・インバウンドによる景気の後押しがいつまで続くかは分からない。国内景気の回復にはもう少し時間がかかりそうである。
都市型ホテル (総務担当)	・宿泊客の事前予約は、依然として高水準を維持しており、販売単価も高値で推移している。
旅行代理店 (経営者)	・国内旅行はとにかく早期の申込を取り込まなければ、間際需要ではホテルも飛行機もインバウンドの影響で非常に取りにくくなっている。海外旅行は欧州方面が低調な一方、ハワイが好調となっており、人気エリアは確保が難しくなっている。
旅行代理店 (店長)	・当社では感じられないが、ニュースでは景気が良くなっている話をよく耳にする。全体で見ると変化はなく、旅行も高額なプランが増えていない。単価も昨年に比べて下がっており、良くなっているとは思えない。
旅行代理店 (広報担当)	・9月の5連休を控え、旅行マインドは好調に推移している。夏休みが取れない客でも、9月の5連休付近に休みを取る人が多いため、良い状況は今後も続く。
旅行代理店 (営業担当)	・法人需要は堅調とみているが、個人需要の動向が不透明である。
タクシー運転手	・企業関係の利用や、一般のハイヤー予約は比較的安定している。
タクシー運転手	・良くなってほしいという期待はあるが、これから先は、株価などがどう動くか分からない。
タクシー運転手	・来月も大きな祭りがあるため、良くなると思われるが、最終的には横ばいとなりそうである。
通信会社 (経営者)	・物価の上昇による小売の低迷が心配される。
通信会社 (企画担当)	・景気は回復しているといわれているが、実感はない。
観光名所 (経理担当)	・7月は雨や台風の影響で、いろいろな催しが中止や延期となり、環境としてはあまり良くなかった。そのため、観光バスの台数が前年よりも減っている。また、下旬には梅雨明けと共に炎暑となり、来客数、売上共に前年比で7～8%の減少となっている。一方、物販は良くないが、飲食と体験教室は頑張っているため、何とか8月には持ち直してほしい。
遊園地 (経営者)	・ギリシャ問題や中国の景気情勢など、不確定要素が増えた。レジャーや観光分野では訪日外国人の増加が需要を支える傾向が強いため、国際情勢の変化によるリスクを感じる。
競艇場 (職員)	・業界全体で特に目立った動きはなく、大きな変動は期待できない。

	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開催されるほか、9月には人気グループのコンサートもあるので、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)	・新しいタイプの大型店の健闘に続き、新アイテムの導入を含む店舗の改装など、新たな店舗パッケージの展開に期待したい。
	住宅販売会社 (経 営 者)	・販売不調の明確な原因が分からないため、周囲の景気の動きを敏感に感じるしかない。
	住宅販売会社 (経 営 者)	・今年度分の受注目標はほぼ達成し、後は仕事をこなすだけである。しかし、今のところは来期の受注見込みが不明確で、楽観できる要素はない。
	住宅販売会社 (経 営 者)	・状況が変化する要素がない。
	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)	・金融機関や客の状況には変化がみられないので、3か月先もあまり変わらない。
やや悪くなる	商店街 (代 表 者)	・高齢者は介護保険の負担が増加する。
	商店街 (代 表 者)	・単価が下がっており、来客数も伸びていない。
	一般小売店 [精肉] (管 理 担 当)	・身の回りのことだけをいえば、良い要素はない。原料の価格が高騰するだけでなく、数量も減少していることで、末端では変化が起きている。肉の場合は、和牛から国産牛へ、国産牛から輸入物へと変わり、更に牛肉から豚肉へと変わっている。抜本的な対策が必要だと考えている。
	一般小売店 [花] (店 長)	・夏は暑いので生花販売が落ち込んでいる。花の持ちも悪い ため、少し涼しくならないと販売量も伸びない。
	一般小売店 [酒] (社 員)	・大阪に関してはオーバーストア状態である。一部を除いてパイの取り合いとなるため、客が安い方へ流れる傾向は今後も続く。
	百貨店 (売 場 主 任)	・客によるファッション関連の購入意欲が、以前よりも減退しているように感じる。また、百貨店のファッション関連をけん引してきた大型ブランドが、ライセンス契約の終了で販売できなくなった。大手アパレルの苦戦が引き続き予測されるなか、改善を期待できる要素が見当たらない。
	百貨店 (マネージャー)	・昨年から今年の春先まで消費をけん引したインバウンド需要について、中国株の暴落などにより、百貨店の高額商品の需要にも影響が出始めている。
	百貨店 (マネージャー)	・海外の株式相場が乱高下している。日本においてはインバウンドによる観光ブームに支えられ、大きな影響はないとの見方もあるが、楽観はできない。不安定な値動きが続けば、国内の株式市場にも影響が及ぶことが想定され、富裕層が消費に対して慎重な姿勢となることが懸念される。
	スーパー (経 営 者)	・ギリシャ問題は一応落ち着いているが、上海株の下落、中国や新興国経済の減速により、景気後退や賃金の上昇一服、冬期賞与の伸び率の鈍化などが考えられ、消費者の財布のひもが固くなる。
	スーパー (店 長)	・可処分所得が実感として増えていないほか、国内経済の先行きの不安が払しょくされていないため、不急の買物への節約志向は更に強まっている。
	スーパー (店 長)	・9月末に競合店の出店計画があり、一時的な売上減少が予想される。まずは盆商戦を強化し、売上の上積みを図るほか、競合対策も重要になってくる。
	スーパー (管 理 担 当)	・円安などによる原料高騰に伴う値上げが続いており、生活必需品でも買い控えの傾向が更に強まることが懸念される。
	衣料品専門店 (経 営 者)	・中国もバブル崩壊の様子であり、インバウンドの入込が冷え込む可能性がある。
	家電量販店 (企 画 担 当)	・家電では特にヒット商品がなく、省エネ家電だけではなく将来の見通しが立たない。
	乗用車販売店 (経 営 者)	・ボーナス商戦が期待外れとなるなど、思った以上に客の財布のひもは固い。自動車用品、中古車も全く動かず、好材料がない。
乗用車販売店 (経 営 者)	・国内的には、集団的自衛権の問題やオリンピックのメイン会場の問題があるほか、国際的にはギリシャや中国の問題で景気の先行きが見えず、不安要素が多い。消費を刺激する材料が今のところ少ないため、しばらく景気は悪くなる。	
一般レストラン (企 画)	・原材料価格の高騰が企業の経営を圧迫している。小売業では価格を据え置き、容量変更などで対応できても、レストランではそれができない。販売価格に反映せざるを得ず、安全や安心を担保するためには材料変更もできない。そのために、外食でも高付加価値戦略を実施している企業は、来客数で苦戦している。	

		その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	・商品の値上げが8月から増えてくる。
		通信会社 (社員)	・光回線のインターネットサービスについては、当社の占有率がほぼ上限に達している。現時点では、他社サービスからの取り込みを進めている状況であるが、法改正などで営業活動が制限されるため、伸びが鈍化する。
		通信会社 (社員)	・新商品の発売前になるため、ユーザーの買い控えが始まる。
		競輪場 (職員)	・例年の傾向からすると、やや悪くなる。
		住宅販売会社 (従業員)	・今後販売されるマンションへの事前問い合わせが少ない。販売価格は上昇傾向にあるため、契約率も落ち込む。
		その他住宅 [展示場] (従業員)	・注文住宅市場では好転の兆しがなかなかみられない。10%への消費税率引上げの経過措置まで、まだ1年以上あるため、需要喚起が難しい。
	悪くなる	衣料品専門店 (経営者)	・今は消費者が洋服にお金をかけられない経済状況であり、今後もメーカーや小売店の倒産が大量に発生する。
企業 動向 関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業 (経営者)	・商品が不足するなか、購買意欲は依然として高いため、販売数量の増加によって、売上、利益共に増える。
		金属製品製造業 (営業担当)	・建築関連が本格的に動いてくるほか、自動車関連も秋から増産と聞いている。ただし、中国の景気減速の話が気になる。
	やや良くなる	食料品製造業 (従業員)	・輸出関連の商談が活発に行われるようになってきた。日本製の製品は品質が良いことが広く知られてきたほか、東南アジアの一部で景気が良くなってきた影響もある。
		食料品製造業 (営業担当)	・昨年8月は冷夏であったが、今年は猛暑が続いているため、飲料水の売上が伸びる。
		出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・昨年の夏に比べて2割ほど受注量が増えている。秋に向けた新たな案件の話も出始めている。
		化学工業 (経営者)	・新たな取組や新規商材の売り込みが実を結びつつある。2~3か月後に一気に良くなるとまではいえないが、徐々に良くなっていく。
		化学工業 (企画担当)	・現在はバターをはじめとする原料の供給不足に加えて、原料の価格も高騰しており、販売が低迷している。夏季の食品低迷期を過ぎて年末の最需要期を迎えるために、状況は改善する。
		プラスチック製品製造業 (経営者)	・昨年との比較では、新規の見積件数がかかなり増えてきているので、先行きの見通しは暗くない。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・企業活動の内容次第では良くなる可能性があるなど、世界経済にも救いの余地がある。
		電気機械器具製造業 (企画担当)	・9月以降は、マンション向けとリニューアルを中心に、住宅関連の受注量が回復すると予想されるため、良くなっていく。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・秋口からの引き合いが増えてきている。
		輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・受注には至っていないが、仕事の引き合いが増加傾向にある。
		建設業 (経営者)	・ホームページへのアクセスが増えていることから、受注の増加が予想される。
		金融業 (営業担当)	・先行きへの期待感があり、上向いてほしい。ただし、現状は業種による景気の差がはっきりしている。
		広告代理店 (営業担当)	・インターネット広告の売上が伸びてきているが、明確な理由はなく、不安定である。
	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	・輸入製品については、ドル高が落ち着いて値上げも少なくなってきたため、販売がしやすくなっている。	
	変わらない	繊維工業 (団体職員)	・需要の回復感が現状では感じられない。
		繊維工業 (総務担当)	・繊維関係の中小企業は、円安が進むなかで、海外製品の輸入コストを下げることに限界を感じている。
		家具及び木材木製品製造業 (営業担当)	・忙しい状態が続いており、配達量に大きな変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	・個人消費が良くないためか、顧客からは増産の予定が聞かれない。
化学工業 (管理担当)		・中国の株価下落に伴い、観光客の爆買いが減るほか、米国のクリスマス商戦もまだ始まらない。	
窯業・土石製品製造業 (経営者)		・中小企業の製造業には、電気料金の値上げが重荷となる一方、外国人客による爆買いの波及効果もないため、景気が良くなる材料はない。	
金属製品製造業 (経営者)		・猛暑の影響で荷動きが悪くなるため、秋需に期待している。	
		一般機械器具製造業 (経営者)	・既にこの数か月わたって、若干ながら上向きの状況が続いている。この傾向は今後も続く。

	一般機械器具製造業 (設計担当)	・収入と支出のアンバランスな状態が、まだまだ解消されていない。
	電気機械器具製造業 (経営者)	・中国経済の動向や米国の利上げ時期などによって、新興国の為替がどう変化するのが非常に不透明である。
	電気機械器具製造業 (宣伝担当)	・現状から良くなる要因が見当たらない。
	電気機械器具製造業 (営業担当)	・今月は仕事があるものの、来月の予定はあまり入っていない。
	その他製造業[事務用品] (営業担当)	・新商品の動きに期待できないため、状況は変わらない。
	その他製造業[履物] (団体職員)	・国内製の商品が見直されていることで、やや受注は増加傾向にあるが、円安で原材料費が上昇傾向にあるため、利益率が下がる傾向にある。
	建設業(経営者)	・周囲では夏のボーナスも期待したほど増えておらず、住宅への投資が増えるまでには至らない。
	建設業(経営者)	・今後も東京への一極集中や、東北の復興の本格化で、現場管理技術員や技能労務者の不足は深刻になると予想される。そのなかで厳しい価格競争が続く。
	輸送業(商品管理担当)	・お中元の季節でも発送数が増えなかったため、9~10月も期待できない。
	金融業[投資運用業] (代表)	・先行きに特に明るい材料が見当たらない。ただし、日本株が暴落するような材料もない。
	不動産業(営業担当)	・仕事が減っていることが、神戸から企業が撤退していく大きな要因である。神戸空港を活性化し、神戸を仕事のある街にしていきたい。
	広告代理店(営業担当)	・このまましばらくは、今の状況が続く。
	司法書士	・今月は先月よりも更に事件数が少なく、会社の設立や増資といった内容の案件もない。また、好転する要素も見当たらない。
	経営コンサルタント	・全体的な消費マインドとしては弱含み傾向であり、猛暑や野菜の高騰などから、先行きに希望が持てない。業者も手は打っているが、来客数、単価共に、現状維持が精一杯である。
	コピーサービス業(店長)	・特に好転が期待できる材料が見当たらないため、今後も若干の減少傾向になると予想している。
	その他サービス[自動車修理] (経営者)	・大きく変わる要素が見当たらない。
	その他非製造業[衣服卸] (経営者)	・基本的な構造は変わらないので、厳しい状況が続く。タオルや実用衣料に関しては、インバウンドによる需要の対象にならないほか、食料品との競合にも弱い。
	その他非製造業[電気業] (営業担当)	・実体経済が一向に良くならない。
	やや悪くなる	
	食料品製造業(経理担当)	・卸売の動きが良くない。
	繊維工業(総務担当)	・きものの日の制定で、和装への関心が高まっているが、それに見合ったイベントや企画がなければ、一過性の動きで終わってしまう。業界全体としての取組を期待している。
	金属製品製造業(管理担当)	・今後も関西には目立った物件がないため、定時時間内の仕事を確保できない事業部が出てくる。
	輸送業(営業担当)	・お中元の荷物が前年の10%減になっている。百貨店の荷物が特に減少しているように感じる。
	通信業(管理担当)	・回復の要素が見当たらず、更に悪くなる可能性もある。
	その他非製造業[商社] (営業担当)	・円安の影響が輸出企業には良い方向に出ているが、輸入企業にはマイナスの影響が大きい。そのまま値上げができればよいが、それができないため、利益が減少している。
	悪くなる	-
雇用 関連 (近畿)	良くなる	
	やや良くなる	
	人材派遣会社(経営者)	・長期的な右肩上がりの傾向に変わりはないが、8月中は鈍い動きが続く。一方、労働者派遣法の改正案の見通しははっきりしないため、派遣会社が動きにくくなっている。
	人材派遣会社(営業担当)	・秋採用の企業求人がお盆明けから出てくると思われる。それに伴い、求職者の動きも活発になる。
	人材派遣会社(支店長)	・工場内でのライン新設や作業員の増員といった動きがあるなど、製造業が少しずつ良くなり、今後の回復の兆しが出てきている。また、短期案件だけでなく、長期的な案件も増えてきている。

	新聞社 [求人広告] (管理担当)	・ 求人広告は安定的に推移しており、国内に景気減速のリスクも見当たらないことから、景気は良くなると考えている。海外でもギリシャ問題に解決の道筋がついたことや、中国の株価もひとまず落ち着きを取り戻したことから、2～3か月先も景気は全体的に良くなる。
	職業安定所 (職員)	・ 来春の高卒予定者に対する求人を、6月20日から受理しているが、前年比で大幅に増加している。業種別では製造業、飲食業、卸・小売業などが中心であり、職業別にはサービス、生産工程の職業、販売などが中心となっている。企業の間には、若年労働力の確保に積極的な姿勢がみられる。
	学校 [大学] (就職担当)	・ 政治的リスクが心配であるが、先行きに期待している。
変わらない	人材派遣会社 (役員)	・ 時給は上昇基調にあるものの、諸物価の高騰がその効果を打ち消しているため、景気への大きな影響はない。ギリシャ危機や中国株の暴落はあったが、日本の株価や債券価格が高いことは、一部の富裕層を中心とした購買意欲は衰えない。また、ホテル業界の求人の増加傾向が示すように、円安基調が続く限りは、インバウンド消費の増加が続く。
	アウトソーシング企業 (管理担当)	・ しばらくは仕事が入る予定があまりないため、厳しい状況が続く。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・ 第3四半期にかけても、関西の地場企業には、アベノミクスでいわれるような景気回復の実感が出てこないと感じる。
	職業安定所 (職員)	・ 新規求職申込数は、前月比、前年比共に減少傾向が続いていたが、在職者の割合が少し上がり、昨年並みとなった。新規求人数は微増傾向であるが、正社員の割合が非正規社員を下回っており、企業による採用条件の改善はみられない。なお、大手アパレル会社や電機メーカーの希望退職者の募集など、将来的な不安材料はあるが、現状では景気に大きな影響が出るまでには至っていない。
	民間職業紹介機関 (職員)	・ 建設資材と作業員の東京シフトが少しずつ顕著になり、関西方面は着工自体が後回しにされている。建設業者からは、思わぬ落ち込みが続きそうだという声が聞かれる。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・ 2～3か月で求人状況に変化があるとは思えない。
やや悪くなる	人材派遣会社 (支店長)	・ 労働者派遣法の改正などによる影響が出る。
	アウトソーシング企業 (社員)	・ 夏休みが終わり、普段の生活に戻る。
悪くなる	-	-