

8. 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)		スーパー（店員）	来客数の動き	・近隣のスーパーが、改装で23日間閉店していたため、その客がこちらのスーパーに買いに来たことで、来客数、売上が増えている。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・酷暑でエアコンの販売台数が激増している。前年の夏は在庫切れが多かったが、今年は工事便の減少の方が2週間以上早い。
		家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・記録的な猛暑により、エアコンや冷蔵庫、洗濯機を中心に販売量が激増しており、配達が追い付かなくなっている。
		家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・7月中旬から続いている酷暑により、エアコン販売が大変好調である。それに輪をかけるように、冷蔵庫の故障による買換え需要が起きている。8月の盆前までは勢いが続きそうである。
		その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	それ以外	・今月は来客数、販売量、単価共に目標金額の90%に達し、商業施設の売上も90%を超えている。来客数が前月よりも増加し、認知度も上がったほか、猛暑の影響で冷却グッズや化粧品も売れている。
		一般小売店[菓子]（営業担当）	販売量の動き	・お中元などで夏物商材の売行きが好調で、売上も順調に伸びている。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・今年2月の競合店の閉店直後は、そう目立った動きはなかったが、5月以降は入店客数が増加している。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・平成30年7月豪雨や台風のため、農産物の相場が急上昇しており、客単価が上昇トレンドにある。また、熱中症対策のドリンクや飲料、かき氷など、酷暑による特需も発生している。土用のウナギも価格の高騰で販売点数は落ちたが、金額では前年を上回った。ただし、総菜の丼などは、中国産などの割安な物は伸びたが、国産物は厳しい。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・若い年齢層の来店が増えている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・猛暑対策のグッズが好調。また、土用の丑の日も想定以上で、メリハリ消費は続いている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・異常な高温の影響もあり、食品では飲料やアイス関連の動きが良くなり、住関連ではエアコンや扇風機、熱中症関連の対策グッズがよく売れ、来客数のアップにつながっている。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・猛暑が続くなかで、飲料、アイスなどの真夏商品の販売量が一気に増加し、一部の商品は欠品状態である。特に、飲料では水や機能性飲料などの熱中症対策商品の伸びが異常である。今後少しは気温も下がってくるようであるが、まだまだ暑い日が続くので、販売量が極端に落ちることはなさそうである。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・平成30年7月豪雨の被害による農作物の不作がもたらした相場の上昇や、猛暑によって夏物商材の動きが良いことから、売上は比較的好調に推移している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・猛暑で水分補給をするため、2リットル入りの水の売上が前年比で200%、500ミリリットルが168%となっている。コーヒーは121%、お茶は134%である。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・酷暑の影響で、飲料や冷菓、冷たい麺類の売上がかなり好調で、全体の売上増に寄与している。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・大雨の後は、ずっと天候が良い上に高い気温が続ぎ、冷たい食品やソフトドリンク、特に熱中症関連の物がよく売れている。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・この暑さで、飲料やアイスがかなり売れている。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・いつもと変わらず、お昼時にはレジ待ちの行列ができています。夏休みに入り、学生の来店数もかなり増えています。
		コンビニ（店員）	お客様の様子	・このところの暑さで、飲料水の売行きや来客数も増えているが、一時的な動きにとどまる。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・猛暑の影響で、エアコンの動きが前年度の1.5倍となっている。
	その他小売[インターネット通販]（オペレーター）	販売量の動き	・送料が有料になったが、相変わらず受注の電話は多く、カタログの請求も増えている。	

一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・天候不順であった割には、来客数に大きな影響はない。
旅行代理店(役員)	販売量の動き	・サッカーワールドカップ後に来店客も増え、国内旅行、海外旅行共に単価アップも図れたものの、結果としては台風、平成30年7月豪雨の影響で大幅にキャンセルが出ている。
通信会社(社員)	販売量の動き	・ボーナス時期と重なり、テレビの購入などが増加している。
観光名所(企画担当)	来客数の動き	・これまでよりもインパウンドの客が増加しており、前年と比べて、やや良くなっている。
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・地価の上昇はやや落ち着いたようであるが、高止まりしている感がある。
その他住宅[住宅設備] (営業担当)	お客様の様子	・エレベーターのリニューアルの依頼が増加しており、以前よりも活発になってきている。
商店街(代表者)	単価の動き	・相変わらず購入単価が低い。
一般小売店[衣服] (経営者)	お客様の様子	・夏物バーゲンセールに入っているが、消費者の購買意欲はそれほど高くないように感じられる。実際、販売量は例年に比べてやや減っている。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・平成30年7月豪雨とその後の猛暑により、入店客数は減っているものの、インパウンドが好調で何とか前年の売上を上回っている。高額商品が好調である。
百貨店(売場主任)	単価の動き	・平成30年7月豪雨の影響で、29日までの入店数は、前年比で1.8%減少しているが、担当の食料品の店頭売上は1.8%増と好調に推移しており、底堅い。
百貨店(営業担当)	来客数の動き	・今月は平成30年7月豪雨や台風の影響で、多少は売上が落ちたが、直接の影響だけではなく、メディアでの被害状況の報道が影響して、必要以上の外出を控えたり、買物を控えるような動きがあったと感じる。
百貨店(サービス担当)	お客様の様子	・今月もインパウンド効果は変わらず、好調に推移しているが、インパウンドを除いた数字はほぼ前年並みである。全体的には化粧品が好調で、前年比20~30%増で推移している。一方、来客数は増えているが、単価は低下している。
百貨店(マネージャー)	お客様の様子	・天候不順もあるが、全体的に物への消費は非常に慎重な姿勢がうかがえる。特に、夏のセールでは値下げをしても爆発力がなく、服飾、婦人靴などは苦戦している。パラソルなどの季節アイテムだけが必要なため売れている。選択消費、節約消費の傾向が根強い。
百貨店(服飾品担当)	販売量の動き	・6月18日の大阪北部地震直後に大きく売上が傾き、今年のクリアランスの時期に、各社のばらつきがみられたことから、7月初旬は混とんとした形となった。4日からクリアランスをスタートしたが、天候不順や5~6日は大雨で店舗を閉めたことが影響し、前半戦は前年比で90%前後での推移となった。後半から、徐々に買うタイミングがずれただけの客が戻り、前年を上回るペースとなったため、前半のビハインドを何とか取り戻せるような状況である。好調な商品は、化粧品や高級ブランド、バッグであり、これらの売上は共に10%アップしている。不調な商品は靴や雑貨で、年齢層の高いゾーンが厳しい。また、婦人服関連は前年並みの売上に落ち着く様子である。
百貨店(売場マネージャー)	販売量の動き	・セールの開始を6月に前倒ししたことによる反動減や、平成30年7月豪雨や台風による来客数の減少、また6月の大阪北部地震以降、インパウンド売上の伸び率の鈍化など、不利な要因が重なった。ただし、催事イベントの強化や、2品の購入で10%割引などの再値下げの訴求で、何とか前年実績を確保することができている。
百貨店(外商担当)	販売量の動き	・平成30年7月豪雨の影響で客の消費マインドが冷え込んでいる。特に、宝飾品や高級海外ブランドなどの高額品の受注が減少している。インパウンドの伸びも、今月は予想を下回っている。
百貨店(マネージャー)	販売量の動き	・今月の店頭売上は、前年比2%増で推移している。訪日外国人の売上は45%増であり、それらを除く国内売上は1.4%減と低調である。初旬の平成30年7月豪雨、中旬からの猛暑などの影響もあり、来客数は5%減と回復がみられず、特に販売数量が9%減と大きく減少している。

スーパー（店長）	販売量の動き	・気候変動による平成30年7月豪雨や炎暑により、季節商材や熱中症対策商品などの販売が異常値となっている。
スーパー（社員）	お客様の様子	・新たな競合店の出店や販売競争の激化に加え、今夏は早い時期から気温の高い日が多く、客の来店回数が減少している店舗が増えている。それでも、土用の丑の日でのウナギ販売や飲料のケース販売など、客の要望を捉えることで、全体の売上を確保している。
スーパー（企画）	来客数の動き	・平成30年7月豪雨と猛暑の影響で、生鮮食品を中心に1品単価が上昇し、客単価が上がっている。夏物衣料や生活関連品も好調であるが、暑さが長続きすると売れなくなる物の方が増えてきて、マイナスの影響となる。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・異常な暑さのせいで、パンや弁当の売上が落ち込んでいるが、冷たい飲料が伸びているので大きな変化はない。
衣料品専門店（店長）	単価の動き	・例年の7月に比べて、客単価が約5千円下がっている。
家電量販店（店員）	販売量の動き	・今夏の猛暑の影響で、エアコンの売上は好調に推移している。今後も暑さは続く見通しで、しばらくは売上が安定する見込みである。
その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・当社のビジネスで一番影響を受けるのは、株価の高騰や下落で、国際情勢からの影響を受けやすい。また、金価格の高騰や下落による影響も受けるが、今のところは安定している。
その他専門店【医薬品】（経営者）	それ以外	・厳しい暑さが続いており、飲料や衣料品の洗剤、シート型のスキンケア商品、防臭対策の男性化粧品などの動きが良い。一方、殺虫剤や米の動きが悪い。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	競争相手の様子	・展示会などでは、商品のラインナップによって客層や客数が違うが、特に売上が上がっているケースはみられない。
その他小売【インターネット通販】（経営者）	お客様の様子	・今年の異常な暑さのため、外に出るのを控え、必要な物だけを買込む。衝動買いは頭になく、バーゲンセールも同じで、価格を下げて売れない。Webも同様であり、この値段で送料が出るのかと感じる。売上のために物を作るという商売の考え方は、今の若い人達には通用しない。高くても自分が欲しい物を買う時代であり、それを買いやすくする工夫が必要である。
高級レストラン（企画）	来客数の動き	・企業からの宴会の受注は好調であるが、夏期の宿泊需要が例年と比較して低迷している。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月はイベントが2つもあり、来客数が増えたが、平日は猛暑の影響で商店街の人通りも少ない。
一般レストラン（経理担当）	来客数の動き	・大阪北部地震、平成30年7月豪雨、猛暑と続く自然災害で、心理的に消費が伸び悩んでいる。また、インバウンドの予約キャンセルも、限定的であるが目立っている。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・売上前年比の伸び率は、ここ3か月はほぼ横ばいが続いているが、継続して100%をクリアしており、大きな変化はみられない。ただし、関東地区の来客数には少し良い変化が出てきている。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・自然災害が続いたほか、酷暑により客足が止まっている。
都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・インバウンドは相変わらず好調であるが、旅行代理店経由の国内客による個人旅行は元気がなく、低迷が続いている。また7月については、平成30年7月豪雨や台風12号によるキャンセルも相次ぎ、売上に影響を与えている。
旅行代理店（店長）	お客様の様子	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨、台風などが続き、客の動きは多くなかった。生活自体に不安があり、旅行は二の次になっている。旅行に行く人は行く、行かない人は行かないと、はっきり分かれており、景気の良さは感じられない。
タクシー運転手	来客数の動き	・暑さが続いており、無線での呼び出しも伸びている。客も暑さに耐えかねてタクシーを利用することが増えている。
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、客の乗車機会が増え、営業収入が若干増えている。
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。

テーマパーク (職員)	来客数の動き	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨、台風と、どうにもならない天災が続いている。
その他レジャー 施設 [ イベント ホール ] (職員)	来客数の動き	・各地で大阪北部地震、平成30年7月豪雨などの自然災害が続く一方、諸物価が上昇しており、可処分所得が減少している。
その他レジャー 施設 [ 飲食・物 販系滞在型施 設 ] (企画担 当)	単価の動き	・平成30年7月豪雨による道路事情の悪化で来客数が落ちているため、景況感は分かりにくい。消費単価に、特段の大きな変動はない。
美容室 (店長) 美容室 (店員)	販売量の動き お客様の様子	・新しい化粧品の販売が堅調に推移している。 ・ボーナスなどの収入がある時期でも、特に変化はない。
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	・このたびの平成30年7月豪雨などの災害による影響もあり、稼げるはずであったが、売上前年比の減少傾向に加えて、更に厳しい状況となっている。
住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・高齢化の影響が徐々に始まって、相続後の売り物件が多くなっているが、住宅購入世代の減少で需要は下がる一方である。
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・新築分譲マンション価格は全体的に上昇しているが、駅直結物件は周辺相場より高くても好調であるが、駅徒歩10分を超えると価格を抑えても集客は苦しい。
住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・身の回りだけでいえば、好景気であると感じられる。不動産関連については、銀行融資が拡大していることも要因となっている。
その他住宅 [ 展 示場 ] (従業 員)	来客数の動き	・7月の猛暑で集客イベントの効果も薄い。展示場への来場数は思ったより伸びておらず、前年並みである。
一般小売店 [ 珈 琲 ] (経営者)	単価の動き	・直営店舗での客単価は、フードの注文点数の減少により低下している。
一般小売店 [ 精 肉 ] (管理担 当)	それ以外	・関西においては、前月の大阪北部地震や、今月の平成30年7月豪雨の影響が大きい。特に、大雨の時期がお中元商戦の最大の山場であったことや、いまだに出荷できない地域があることを考えても、これからも大きく影響を及ぼすことになる。また、この影響で農畜産物にも影響があり、長期的に厳しい状況になると予想される。
一般小売店 [ 鮮 魚 ] (営業担 当)	それ以外	・平成30年7月豪雨の災害や大阪北部地震のほか、季節要因と言いたくはないが、直接的に影響を受けている。売上也3か月前から5%ダウンし、前年比でも8%ダウンしている。
一般小売店 [ 菓 子 ] (経営企画 担当)	販売量の動き	・7月現在と4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7月が94.9%で、4月が103.5%、関東は7月が100.3%で、4月が103.7%、中部は7月が82.6%で、4月が98.6%、中国は7月が62.2%で、4月が93.4%となり、各地区合計の平均は7月が85.6%で、4月が101.4%と非常に悪い。特に中国地区、そのなかでも広島地区においては平成30年7月豪雨の影響もあり、回復まではかなりの時間を要する。ただし全国的に悪いなか、関東地区においてはインバウンド効果が効いている。
百貨店 (売場主 任)	来客数の動き	・今月は目標達成の見込みである。ただし、大阪北部地震以降はインバウンドの来客数が落ち込んでいる。また、平成30年7月豪雨や高温の影響により、国内客の来店も落ち込んでいる。アイテムではアパレルが厳しく、化粧品や特選雑貨、シーズン雑貨は好調であるなど、好不調のばらつきが激しい状態である。
百貨店 (企画担 当)	お客様の様子	・2度の台風通過と急激な気温の上昇で、国内客の来店数は減少しているとみられ、売上にマイナスの影響が出ている。27日から始めた盛夏商材のセール第2段も、初日から台風接近の情報が流れ、思うような集客ができず、苦戦している状況である。外国人売上は前年の7月から売上が増えたので、前月までと比較すると伸び率は低くなっている。

百貨店（営業担当）	販売量の動き	・不要な物は購入しないという節約志向が強く、ファッションのセール品の販売が伸び悩んでいる。また、インバウンドの購入の伸びが緩やかになり、これまでの中間層マーケットの苦戦をカバーする勢いが落ちている。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・月初の平成30年7月豪雨や、その後の記録的な猛暑により、店頭売上はインバウンドも含めて思わしくなかった。一方、富裕層の優良客においては余り影響もなく、海外高級ブランド品や高級婦人服のクリアランスの購入は、例年どおりである。
百貨店（販促担当）	お客様の様子	・前月の大阪北部地震に引き続き、今月は平成30年7月豪雨の影響で前年比は大幅に悪化した。梅雨明け後は極端な暑さが続いており、入店客数は低迷している。機能が明確になっている雑貨や衣料は好調に推移している一方、価格訴求のみの商品は苦戦している。土用の丑の日は堅調であったが、食品でも高額な肉などが苦戦している。
百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・前月の大阪北部地震に続き、平成30年7月豪雨、猛暑の影響で国内客、インバウンド客共に入店客数が減少しており、売上も今月に入り前年割れをしている。盛夏品が動き、衣料品は持ち直してきたが、インバウンド客と富裕層のシニアが中心の化粧品、宝飾が苦戦している。
百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・インポートを始めとする特選洋品や化粧品は依然好調ではあるが、ボリュームゾーンの不振が目立つ。また、入店客数は前年を上回るものの、クリアランスでの値下げ率には敏感であり、初秋物などの先物への反応は非常に弱い。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・7月上旬の平成30年7月豪雨により、営業時間などの支障が出た地方店舗は、その影響をばん回できず、全体的にも厳しい月末を迎えている。都市型店舗ではセールの時期で国内需要が高いため、シェアは幾分低めであるが、免税売上が好調を維持し、全体を押し上げている。また、猛暑対策の洋品雑貨も好調である。
百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・7月前半の平成30年7月豪雨の影響は、月の業績に対して5%分のマイナス要因となる。今月はクリアランスセールの1週目の土日が前年よりも1日少なく、当初からマイナスの予測であったが、豪雨と酷暑による入店客数の減少と、豪雨の被害による消費マインドの低下、インバウンド消費の前年比の伸び率が100%増から30%増まで鈍化したことなどが要因となり、苦戦している。
スーパー（店員）	単価の動き	・猛暑で野菜がかなり高くなったため、売行きがすごく悪くなっている。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨、酷暑などの天候要因で来店機会が減っている。特に、最近の酷暑で外出機会が減っているのか、来客数に影響がある。来月になれば、今度は台風やゲリラ豪雨もあると予想され、心配である。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・ボーナスが出たにもかかわらず、最近の株価の低迷もあってか、客の購買意欲が高まっていない。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・今回の大阪北部地震、平成30年7月豪雨により、自宅や勤務先が被害を受けた客が多い。必要なメンテナンスや修理には一定の需要があるものの、購買意欲が高まるような状態ではない。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・特別低金利などの施策にも反響が少ない。マーケティング費用は増加しているが、販売量は減少傾向である。
乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・例年の7月よりも来客数が20%ダウンしている。
住関連専門店（店長）	それ以外	・輸入業では、現地価格の高騰と為替レートの不安定な動きから、これまでと同じような売上となっても、自動的に利益が減ってしまっている。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月は大阪北部地震、平成30年7月豪雨、猛暑と続いたせいか、平日の予約が激変している。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・6月の大阪北部地震や7月前半の平成30年7月豪雨の影響がかなりあり、来客数は激減している。インバウンドの来客数も激減している。7月後半になり、ようやく通常に戻ってきたが、波は大きい。
一般レストラン（店員）	販売量の動き	・高い金額の商品よりも、お買得なセットの方がよく動いている。

	その他飲食[自動販売機(飲料)](管理担当)	それ以外	・物流が安定していない。平成30年7月豪雨、台風などで、在庫や物流が混乱している。
	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・猛暑のため、好天にもかかわらず海水浴客が少ない。また、平成30年7月豪雨による自粛ムードがある。
	都市型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・6月の大阪北部地震で約120室が被災し、改修に年末まで掛かるため、単純比較はできないが、稼働率が伸びていない。宴会は前年並みで勢いが無い。レストランは酷暑のためか、来客数が減少している。外出を控えているのかもしれない。
	都市型ホテル(総務担当)	来客数の動き	・6月の大阪府北部地震に加え、7月上旬の平成30年7月豪雨の影響により、宿泊、宴会、レストラン共にキャンセルや来客数の減少が発生し、売上は前年を下回っている。
	都市型ホテル(客室担当)	単価の動き	・月初に起きた平成30年7月豪雨によるキャンセルはあったものの、その後も客室単価が前年に比べて8%低めで推移している。外国人比率も7.5ポイント下がっており、厳しい状況である。
	旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・本来であれば、夏は暑く、冬は寒い方が旅行の販売は伸びるが、余りの猛暑ぶりに客が外出を控える傾向がある。特に、熟年層が主流の販売店では、来店者数が落ち込み、受注が減少している。
	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨、台風などの自然災害などによるキャンセルが発生し、大きな影響が出た。夏休みの需要が高まる時期で、買い控えも出ている。
	通信会社(社員)	販売量の動き	・前年同時期に比べると、販売量も来客数も減っている。
	競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は8,836円で、3か月前の客単価は9,089円である。前月の大阪北部地震や今月に入っている平成30年7月豪雨などの災害による影響も、少なからずある。また、豪雨の後の酷暑というべき気温の上昇も、足を遠のかせている。また、物価も上昇しているため、この影響もあるように感じる。
	美容室(店員)	来客数の動き	・今月は、大阪北部地震や台風、平成30年7月豪雨などの気象状況の影響が大きいため、比較ができない。
	住宅販売会社(総務担当)	来客数の動き	・長雨と暑さのために来客数が減少していて、今後の契約に響いてくるように感じる。
	その他住宅[情報誌](編集者)	来客数の動き	・猛暑による外出の減少が、少なからず消費の総量に影響している。不動産販売の現場では、以前からの価格高騰や自然災害による心理的影響も含め、マイナスの影響がある。
×	一般小売店[時計](経営者)	来客数の動き	・今月は来客数が少なかった。前月の大阪北部地震や平成30年7月豪雨、月末の台風と、立て続けに大きな自然災害があり、いまだにブルーシートが目立つ状況で、買物をする気持ちの余裕はほとんどない。客との会話では終始その話が出てくる。精神的にも肉体的にも、立ち直るのに時間が掛かる。
×	一般小売店[衣服](経営者)	来客数の動き	・7月は過去最低を記録した。各店が前年比で大幅にダウンした中で、大阪北部の各店は2けたのダウンである。特に、大阪北部地震による営業中止に続き、平成30年7月豪雨による避難指示などで、業務に入れない日が多く続いた。その後、盛り返しを期待したが、日々の売上が前年を上回るのが限界である。
×	一般小売店[貴金属製品](従業員)	来客数の動き	・暑くて高齢者が外出しない。
×	一般小売店[野菜](店長)	お客様の様子	・当店は飲食店やゴルフ場などに商品を納品しているが、この暑さで特にゴルフ場は客の入りが悪いようで、当店の売上もかなり悪い状態である。
×	百貨店(営業企画)	お客様の様子	・異常な高い気温が続いており、不要な外出を避ける客が多い。婦人服が不調である。
×	スーパー(企画担当)	来客数の動き	・酷暑のため、来客数が前年比で90%の状況である。食品以外の業態であるため、不要不急の買物は控えられる。
×	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・大阪北部地震の影響や、1週間以上続いた平成30年7月豪雨などの天災により、客足が悪い。

	x	衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・バーゲンセールに入っても、価格に対してシビアである。商品を気に入っても、今月の支出が多ければあきらめる傾向が強い。財布のひもが非常に固い。
	x	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・6月の大阪北部地震に続き、7月は平成30年7月豪雨や台風12号で大量キャンセルが出た。8月の予約状況もその影響を引きずってか、非常に悪い。
	x	観光型旅館(経営者)	販売量の動き	・6月下旬の大阪北部地震、7月上旬の平成30年7月豪雨の影響で、予約数は前年の2~3割減で推移しており戻らない。
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	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨の影響も一時的なもので、8月に入ると長期のお盆休みもあり、製品の在庫確保に動いている。夏休みに入り、夏祭り向けの業務用製品も少しずつであるが、動いてきている。
		プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新規の客からの引き合いが増えている。従来の発注業者の許容範囲をオーバーしたのかは分からないが、見積り価格も通りやすい。また、リピートオーダーもきており、仕事量が増加している。
		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	・平成30年7月豪雨による影響はあったものの、その後の記録的猛暑により、駅構内の店舗は自販機を含めて商品不足になるほど、清涼飲料水の売行きが好調となっている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・季節要因を考慮しても、災害、天候のせい、状況は悪い。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・仕入れ商品や材料価格の値上がりが続いている。
		金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車、自動車部品などの米国輸入関税問題は気になるが、自動車関連市場は大きな変化もなく推移している。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・ここ数か月は受注に大きな変化は感じない。
		電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・月後半の酷暑により、エアコンなどの夏物商材の荷動きは活発であるが、天候に影響を受けた結果であり、景気が良くなっているとは言い難い。
		輸送用機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・受注済の製作などで工場の負荷は非常に高い状況にあるが、新規の受注見込みは落ち込んでいる。
		建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・依然として物件の単価は低いままである。
		建設業(経営者)	競争相手の様子	・官庁関係の入札は相変わらず厳しい。民間関係も監理技術者や技能労働者不足のなか、厳しい価格競争が続いている。猛暑で技能労働者の仕事がペースダウンし、工程管理が厳しくなってきた。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・HPからの問合せが、やや少なくなってきたように感じる。客の動きも余り変わらない状況で、これから増えてきそうな気配はある。
		輸送業(営業担当)	取引先の様子	・無料引取りキャンペーンを行ったが、販売件数は増えていない。
		金融業(営業担当)	競争相手の様子	・取引先の受注量が、減少傾向にある。
		金融業[投資運用業](代表)	それ以外	・日本の景気は株価に左右され、その株価はニューヨークの株価に、ニューヨークの株価は米国の様々な経済指標に左右される。今後日本経済が大きくジャンプアップするためには、実行可能な日本独自の経済政策が必要となる。米国に依存した現状では、少しぐらい景気が浮揚しても、それは一時的な幸運がもたらした結果にすぎない。
		金融業(副支店長)	取引先の様子	・サッカーワールドカップの開催による効果も、大阪の地元企業にはほとんどなく、受注が増加したといった話もない。
		不動産業(営業担当)	取引先の様子	・地元から企業の撤退が続いている。それにより事務所の空室率が上がり、賃料も下がっている。また、社宅のニーズも減り、空室率も横ばいになっている。
		新聞販売店[広告](店主)	受注量や販売量の動き	・購読数は変わらないものの、折込件数が減少しており、回復の兆しが無い。
		広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・前月に比べて、広告出稿の状況には大きな変化がない。

	広告代理店（企画担当）	取引先の様子	・夏物のバーゲンセールが各施設で順調に推移している。また、連日の暑さのせいで、暑さ対策商品の購入や、涼みに来店する客が増えている。	
	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・前年同時期に比べて、受注量の変化は感じられない。	
	その他サービス 〔自動車修理〕 （経営者）	受注価格や販売価格の動き	・単価が低くなる傾向にある。	
	その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	取引先の様子	・今年は梅雨明けが早かったほか、その後は猛暑が続いているので、当社が扱っているスポットクーラーなどの夏物商材が、8月分まで飛ぶように売れている。	
	食料品製造業（経理担当）	それ以外	・天候異変による災害が多発しており、元の状態に戻すことは大変である。	
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・当社の社員が地方の催事に行って販売しており、得意先はただ道案内をしているように感じる。得意先がその先に販売し、それがまたその先へと流れていく構図が崩れ、メーカーが直接販売しているため、人手や経費が増加し、利益を圧迫している。	
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・中間価格帯の靴下の売行きが低迷してきたことが、業界の景気を押し下げている。	
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・当社の3事業部のうち、製品出荷量が若干減少している事業部が2つある。	
	電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・今は混乱が極まっている。長い不況で何とかしなければいけないという気持ちが凝縮され、そのベクトルが良い方向に向きかけたが、国際政治の衝突、特に北朝鮮と米国のあつれきが混乱を拡大させた。前月は一気に解消されたように見え、安心したが、再び怪しい雲行きとなっている。正直、先はまた見えなくなり、先行き不安である。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上が減少している。	
	通信業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・異常気象の影響で野菜価格が高騰している。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙広告、Web広告共に、今年になって売上が前年を下回っている。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小企業の客の売上をみていると、小売業や飲食業の売上が前月を下回るケースがある。季節的な変動ではなく、8月の落ち込みが懸念される。	
	経営コンサルタント	それ以外	・猛烈な暑さのせいで秋物商戦が始まらず、衣料品の売行きも良くない。台風や平成30年7月豪雨の影響で野菜価格の高騰もみられる。	
	その他非製造業 〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新製品の販売の遅れと、価格の下落が激しい。	
	x	金属製品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・鉄鋼材料やその他の製造資材、経費の値上がりに対し、価格転嫁が進まない。
	x	その他非製造業 〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・先行きが見通せない。
雇用 関連 (近畿)	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・大型案件の発注も多く、大阪の市況が底を打った感はある。この動きはまだまだ続きそうである。	
	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・人材不足で雇用条件が上がっているように感じる。	
	人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・派遣に関しては、改正労働者派遣法の施行から3年が経過し、直接雇用の動きが増えてきた。全体ではないものの、紹介手数料の交渉などを含めて、企業側に受入れの動きが増えていると感じる。	
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・建設関連の日雇求人は、例年よりも梅雨明けが早まった影響を受け、前年同月と比較すると増加傾向となっている。ただし、熱中症対策や酷暑による健康管理の必要性から、毎日の就労が難しく、人手不足の状況は強まっている。	
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数は堅調に推移しており、大手企業の中にも確保できていない企業が散見される。	
	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・これは毎年のことであるが、7月の中旬以降、企業の動きが鈍くなってきている。一方、IT関連の需要は衰えることなく、買手市場が続いている。IT関連以外の全体的に鈍い動きはお盆過ぎまで続く。	
	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・採用数に増減は余りみられず、良い人材がいれば採用したいというスタンスである。	

	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・3か月前や1年前と比較して、人手不足は相変わらずで、求人数は堅調である。また、一般派遣で求めるレベルの人材を集める難易度は増しており、特に正社員を前提とした求人の人気は更に高まっている。さらに、雇用後の年収条件についても、一般的な事務職種であれば、これまでは300万円程度が妥当な水準であったが、それが330万円～350万円へと相場が上昇している。
	アウトソーシング企業(社員)	雇用形態の様子	・一時金が出るわけでもなく、ふだんと変わらない。
	アウトソーシング企業(管理担当)	それ以外	・大阪北部地震の影響で商品の入庫が遅れたほか、キャンセルも続出したので、予定していた仕事が中止となっている。
	新聞社[求人広告](管理担当)	求人数の動き	・新聞広告の求人数に関しては、今月も景気の方性を示すような動きはみられない。福祉、運送、建設関係は人手不足が続いているが、これらは慢性的な傾向で、2～3か月前と大きな変化はない。
	新聞社[求人広告](担当者)	それ以外	・酷暑が続く、世の中全体や広告業界の動きが鈍いと感じる。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・直近の近畿の新規求人数は前年比で20か月連続の増加となったが、大阪北部地震の影響もあって増加幅は0.5%にとどまり、20か月で最も小幅な伸びとなった。ただし、地震による求人の取消しは数件にとどまり、7月に入って求人の伸びも戻っている。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・新規求職者数、新規求人数が共に減少傾向にあるものの、新規求人倍率は2倍を超えており、依然として高止まりで推移している。20～30代の女性と、65歳以上の男性の求職者が多い。一方、職業相談を行っても紹介に至らないケースが増えている。
	職業安定所(職員)	雇用形態の様子	・新規求人数は前年並みとなってきたが、引き続き高い有効求人倍率の推移となっており、人手不足感が強い。
	民間職業紹介機関(マネージャー)	求人数の動き	・企業の採用意欲は引き続き好調。ただし、大阪の企業と比較するとまだ鈍い。京都はコストにシビアな企業が多いため、紹介料に見合った人材を求める傾向は引き続き強い。大阪は未経験者募集など、柔軟に条件を変更して採用を行っている。
	民間職業紹介機関(営業担当)	求人数の動き	・新卒に関しては、ここ数年にないぐらいの求人の状況で、景気が良い状態が続いている。ただし、そういった状況と就職活動の実質早期化が影響してか、学生の就職意識は全般的に低下している。
	学校[大学](就職担当)	それ以外	・消費が上向きではないようで、今夏2度目のパーゲンセールを始めている店が大変多くみられる。
	民間職業紹介機関(営業担当)	求職者数の動き	・前月と比べて求職者が激減しており、人選に苦戦している。時期的な動きもあるが、求人数もかなり減っている。
	x	-	-