

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	－	－	－
		一般小売店〔衣 服〕（経営者）	単価の動き	・セールでは店舗間の格差はあるが、微増といえ前年 比では増えている。特に、今月に限っては単価の上昇 が全店的な傾向としてみられる。
		百貨店（企画担 当）	お客様の様子	・今月はクリアランスセールの日程が変わり、最終的 に販売日数が減ったことによる売上の不振が、全体の 不調となっている。しかし、2度の立ち上げでは客の 反応が良く、購入意欲が感じられる。
		百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・相続税や消費税の増税の影響か、優良顧客に対する 店外催しで、美術品、ブランド宝飾品を複数の顧客に 多く買ってもらうなど、景気に対して明るさが感じら れる。
		百貨店（商品担 当）	単価の動き	・セールの時期がずれ込んでいたために、月初は苦戦 したが最終的にはほぼ取り戻せた。また、貴金属など 高額品の売行きが順調である。
		スーパー（店 長）	来客数の動き	・月前半は天候、気温共に不安定で季節商材を中心に 動きが鈍く、苦戦傾向が続いたが、後半は梅雨明けを 機に季節商材の動きが活発化し、回復傾向となってい る。
		スーパー（社 員）	販売量の動き	・今月になって、気温上昇と共に扇風機や寝具、肌 着、飲料などの夏物の動きは例年以上に活発となっ ている。特に、売出し時の客の購入量は以前より増え たと感じる。
		コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・気温が35度以上と暑く、飲料水を買う客が多くな り、来客数が前年比で4%増となっている。一方、気 候のせいかわからないが、たばこの売上は前年比で 2%落ちている。
		家電量販店（経 営者）	販売量の動き	・節電家電への買換え需要が堅調で、エアコン、冷蔵 庫の販売の動きが活発である。
		家電量販店（企 画担当）	販売量の動き	・ようやく夏本番がやってきたので、エアコンを中心 に季節商品が売れてきている。
		乗用車販売店 （営業企画）	単価の動き	・6月以降、若干ではあるが単価が戻りつつある。
		乗用車販売店 （営業担当）	販売量の動き	・エコカー補助金の利用をねらって前倒しで購入を検 討する客が増加しており、前年同月比で約130%と なっている。
		その他専門店 〔医薬品〕（経 営者）	お客様の様子	・特に7月の下旬から、暑い日が続いている。そのた め冷却材の動きが活発である。特に、頭や首、手足を 冷やす商品や、寝る時に体を冷やすジェルシート、ス ポーツ飲料などの動きが良い。
		高級レストラン （スタッフ）	単価の動き	・急激に猛暑となったことで、ディナーに限らず、ラン チタイムにもビールの売上が伸びている。
		観光型旅館（経 営者）	来客数の動き	・天候に恵まれているので、来館数がアップしてい る。
		通信会社（社 員）	販売量の動き	・例年7、8月は、加入申込が減少するが、今年は好 調に伸びている。
		その他レジャー 施設〔飲食・物 販系滞在型施 設〕（企画担 当）	来客数の動き	・行楽客の動きは、天候の割には悪くない。ただし、 我々の地区は比較的堅調であっても、神戸の観光全体 としてはそれほど良い状況でもない。
		住宅販売会社 （経営者）	単価の動き	・半年前ぐらいから停滞していた価格帯でも、反響が 増えてきたように感じる。
		その他住宅〔情 報誌〕（編集 者）	お客様の様子	・消費税の増税前に不動産購入希望者の駆け込み需要 が発生することを前提に、不動産会社がその準備に 入ってきている。まだ消費者の心理にまで影響が出始 めている実感はないが、更なる金利の低下もあり、現 在の検討者は確実に前向きな姿勢を強めている。
	変わらない	商店街（代表 者）	来客数の動き	・猛暑につき来店頻度が少なくなっている。
		一般小売店〔時 計〕（経営者）	来客数の動き	・売上は3か月前に比べて下がってはいるが、来客数 は例年に比べると伸びが著しく良かった。内容的には 商品の購入というよりも電池交換や修理が多かった が、来客数が増えたことは嬉しい。

一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・安い物しか売れない時期なのに、その中でも必要な物だけを選んで買う傾向になってきている。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・本格的な夏に入り、衣料販売業にとってはとても厳しい季節となった。節電商品の動きも悪い。セールでは少し動きがあったが、例年に比べると悪く、景気が上向いているとはとても思えない。
一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・売上が戻ることもなく、低位で安定してしまっている。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・まだまだ東日本大震災の影響や、円高で輸出が不安定な状況も続いている。自動車や電機産業など、国内景気は依然先行きがみえない状態であるため、早急に国内景気の安定や消費の安定等、国内経済の建て直しが必要である。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・今月はお中元の時期になるが、前年比で5%減少ということで厳しい状況となっている。先月から変わっていないというのが現状である。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・7月はファッション部門でクリアランスセールのスタートが後ずれし、分散化したため、客には分かりにくい展開となり、セール全体の盛り上がりには欠けた。その結果、入店数、売上共に例年を下回る結果となっている。ただし、消費意欲を喚起する内容があれば買う意欲は感じられる。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・7月初旬の2日間にわたる大型催事では、宝飾品や雑貨を中心に当初の目標を上回る受注を獲得できている。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は計画停電の不安や節電など、消費を促すような話題が少なく、来客数が前年よりも5%ほど減少しているが、夏のクリアランスバーゲンの売上は好調に推移している。しかし、お中元ギフトは前年実績の確保が難しい状況である。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・婦人服部門が夏物の値下げ時期を遅らせた影響で、前半から好不調の判断が困難な状況が続いた。中旬以降に値下げが始まってからも、前年比での回復は鈍い。
百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・全体の傾向として景気はまだ沈んでおり、成熟した顧客が賢く買物をする状況は変わらないが、一方で商業施設のリニューアルや新規オープン等、コトとつながった消費は堅調であり、自店でも改装後は入店客が継続的に増加している。宝飾品や高級ブランド品などは好調に推移しており、高額なジュエリーは購入決定率が上がっている。
スーパー（広報担当）	販売量の動き	・前月後半から今月前半にかけては、昨年との気温差が大きく、季節商材の不振により厳しい状況であった。月後半からは梅雨明けにより、ようやく夏物の動きが活発になっているほか、昨年の地上デジタル放送の特需による反動減も解消に向かうため、売上水準は回復傾向にある。ただし、必需品を中心とした節約志向は依然強く感じられる。
スーパー（開発担当）	単価の動き	・客単価は前年からさほど変動はない。
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子をみていると、ポイント何倍や特価のシール、雨降りのサービスなど、サービスのある店を曜日などで使い分けて、少しでも安く買おうという動きがみられる。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・購買点数がなかなか増加しないが、減少もしない。
スーパー（企画）	お客様の様子	・相変わらず、景気が上向き明るい材料がない。衆議院での消費税増税法案の可決や電気料金の値上げなど、消費を促す動きが全くない。しかし、それは今に始まったことでなく、継続している。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・中旬までは相変わらず客単価が低調なまま推移していたが、梅雨明け以降の猛暑によりドリンクや冷菓類の売上が急増している。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・このところは特に販売量、来客数に変化はみられない。様々なキャンペーンを継続して行っているなかでの現状維持であるため、実際は景気が下向いているかもしれない。

衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・春以降、単価が下がっているにもかかわらず来客数が減っているため、売上が伸び悩んでいる。高額商品を置いてもなかなか売れず、バーゲンになってから少し動き出しているのが現状である。
乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・お盆前の駆け込み修理があり、順調である。
乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・気温の上昇のせいか、来客数が激減している。販売台数も前年よりも少ない。
その他専門店 [宝石] (経営者)	お客様の様子	・円高と株安の連鎖反応が止まらない状態であるので、客は心理的に購買意欲が高まっていく状況にはない。
その他専門店 [食品] (経営者)	販売量の動き	・販売量は前年比で変わらない。
その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	お客様の様子	・優良顧客のニーズも、予想がつかない状況が増えている。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・昼の来客数は平均だが、夜のファミリー層が若干少ない。この時期は地元の祭りなども重なるため、商店街では夜の人通りが少ない。
一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・昨年6月にテレビで紹介されて好調となった反動による減収を見込んでいたが、それより若干悪い状況で推移している。客単価はほぼ同じであるが、来客数の減少が影響している。
一般レストラン (店員)	来客数の動き	・先月同様、動きが良い。
その他飲食 [コーヒー ショップ] (店)	販売量の動き	・梅雨明けまでの平均気温が前年を下回り、冷たい飲料の販売量が伸び悩んでいる。平均気温が前年を3度下回っていたため、来客数は3%減っている。
観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・昨年7月は、東日本大震災から3～4か月が経過して自粛ムードも払しょくされ、かなり客の動きも活発になったが、今年はそれほど活発な動きはない。消費税の増税に備えてか、一段と低価格志向が進んでいる。
観光型旅館 (経営者)	お客様の様子	・夏休みになりスポーツ合宿等で宿泊客は増えてきているが、集客率は数か月前から相変わらず伸び悩んでいる。
観光型旅館 (団体役員)	来客数の動き	・5月に引き続き、6、7月と今一つ回復の兆しがみえない。
都市型ホテル (マネージャー)	来客数の動き	・宿泊部門では、計画停電やオリンピックの開催による出控えなどが懸念されたが、今のところは東日本大震災の影響を受ける前の一昨年を上回っており、堅調に推移している。宴会部門は一般企業の業績の悪化や、団体、協会などへの補助金の減額により需要の減少が目立つ。レストラン部門は宿泊客の増加の恩恵を受けている店舗以外は、来客数が減少傾向である。
都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・前年に比べて国内の客は減っているが、外国人客が戻ってきており、売上は前年と変わらない。
旅行代理店 (経営者)	販売量の動き	・昨年の7月は東日本大震災の影響から抜け出してきた時期であるため、直近3か月の前年比を比較すると伸び率は落ち着き、辛うじて前年並みの受付状態となっている。間際傾向がますます強まり、月前半は遅れ気味であったが、夏休み以降は一気に伸びている。
旅行代理店 (広報担当)	お客様の様子	・夏休みの旅行者数は確かに増えているが、円高や格安航空会社の就航による座席数の増加などを加味すると、まだまだ慎重な動きである。8月の申込は好調であるが、9月の現状での申込状況はまだまだ低調である。
タクシー運転手	お客様の様子	・前月比で2割以上の増収となったが、季節的要因や猛暑によるものである。例年の厳寒期と同様に、一時的な増収傾向にあるだけで、景気の動向とは無関係である。
タクシー運転手	来客数の動き	・昼間は暑かったり雨が降ったりで利用がみられるが、夜は無線の状況や街の動きをみても、良くない状態が続いている。
タクシー運転手	競争相手の様子	・お盆前であるほか、厳しい暑さや強烈な雨がおり、そういった面で恩恵を受ける企業が伸びている。
通信会社 (経営者)	お客様の様子	・消費税による心理的な影響がみられる。

テーマパーク (職員)	来客数の動き	・今年も猛暑になりそうな雰囲気があるほか、やはり節電の影響からか、来客数の伸びに勢いがあまり感じられない。	
パチンコ店 (店員)	来客数の動き	・来客数が伸び悩んでいる。	
その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	お客様の様子	・景気の低迷がいわれるなかでも、各イベントの入場者数はほぼ変わらない。また、自分の趣味や興味のある物については購買力が衰えていないように見受けられ、グッズ販売やCD販売などは変わっていない。	
美容室 (経営者)	来客数の動き	・カットの客は増えたが、単価が上がらないので変わらない。	
美容室 (店員)	来客数の動き	・髪を短く切る人は増え、それと同時にパーマやカラーをする人も増えたが、髪の高い人は髪を1つにまとめるため来店周期が長くなるので、全体的には変化が少ない。	
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	・文具、中古本、リサイクルなどの新しい強化アイテムは順調に売上が伸びているが、レンタル、販売は相変わらず前年割れである。	
住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・新規顧客数は伸び悩んでいる。	
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・慢性的な市場の物件不足が続いている。	
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・大規模マンションを2プロジェクト販売中であるが、どちらも200戸前後が即日完売となり非常に好調である。	
住宅販売会社 (従業員)	それ以外	・電力問題、増税問題、欧州情勢等、国内外に経済活動の阻害要因となる事柄が多く、企業マインドは引き続き低調である。	
住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・消費税の増税前の駆け込み需要はまだみられない。	
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)	お客様の様子	・事業用物件などの不動産取引の状況については、あまり変化はない。	
やや悪くなっている	商店街 (代表者)	販売量の動き	・今年の夏のバーゲンは昨年よりも早くスタートしたために、7月に入ってから極端に息切れし、売上也厳しい状態が続いている。
	商店街 (代表者)	お客様の様子	・期待していたボーナス効果もなく、客が通りを歩いていない。
	一般小売店 [珈琲] (経営者)	お客様の様子	・飲食店の来客数の減少が顕著である。
	一般小売店 [精肉] (管理担当)	販売量の動き	・お中元期に入り少し荷物量は動いているが、ギフト以外の動きが異常に悪い。夏休みにお金を置いているのか、賞与が出ているにもかかわらず非常に動きが悪い。また、昨年の食品の放射能汚染問題から1年が経過し、今年はお中元が盛り返すと信じていたが、これも前年並みに終わりそうである。
	一般小売店 [食料品] (管理担当)	販売量の動き	・注文数が減って売上が減っているため、部署を統合することになっている。
	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	単価の動き	・来客数に変化はないが、安価な物しか売れない。売上は前月比で92%となっている。
	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95.2%で、4月が101.7%、関東は7月が88.3%で、4月が98.0%、中国は7月が92.6%で、4月が103.4%、中部は7月が96.1%で、4月が120.8%となり、各地区合計の平均は7月が94.0%で、4月が105.0%である。先月に引き続きお中元商戦が良くない。
	百貨店 (売場主任)	販売量の動き	・大手ファッションメーカーと百貨店との取組による一部クリアランスセールの後ろ倒し策は、月を通して一定の効果があったものの、例年の集中的な売上の総額を上回ることはできていない。

百貨店（売場主任）	お客様の様子	・当月はクリアランスセールの日程が例年と異なり、客の動きが分断されたほか、月前半や前年に好調であった盛夏商材の不振が影響し、目標は達成不可能な状況である。また、商品の価格が下がるまで購入を控え、不要不急の商品は購入に慎重になるという、客の従来の姿勢が一層鮮明となっている。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・夏のクリアランスのスタートが分散化し、売上も減少している。
百貨店（販促担当）	販売量の動き	・セールの日程変更により、購買のピークが分散している。スタートを遅らせたブランドではセール前の定価品の動きも鈍く、購買意欲をそいでいる感がある。セール時期にも増して重要なのは気候であり、後半はようやく夏らしい気候になり、少し動きが出始めたものの、単価の低下により売上が増加するには至らない。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・前年好調であった冷感素材の商品群の動きが芳しくない。気温が上昇して回復傾向にはあるが、単価のダウンもあり、売上を大きくけん引できそうにない。また、高額品についても美術品や高級時計に動きがみられるものの、全体を底上げするまでには至っていない。
スーパー（経営者）	単価の動き	・競合店が非常に多いためか、今月は客単価が前年比で2割ぐらい低くなっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・月前半は天候不順の影響が大きく厳しい状況であった。中旬以降は梅雨明け後に若干盛り返したが、前半分を取り戻すまでの回復力はない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・昨年は東日本大震災の特需があったため、今月はその反動減が出ている。節電、猛暑対策グッズで穴埋めを図りたいが、出足は良くない。ギフトも年々縮小傾向で、更なる企画が必要となっているが、追いついていない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・先月から続く局地的豪雨、風水害などで天候に対する不安が大きく、本来動くべき夏物や涼感商材、食材への客の反応は鈍い。
スーパー（店長）	販売量の動き	・衣食住の各業種共に厳しいが、必需品であるはずの食料品でさえも前年の水準に2%程度届かない。夏物バーゲンも大きな山場がなくパワー不足で、水着やUV関連、涼感関連も動き出しが遅れている印象がある。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年比で96%前後の推移となっており、ポディーブローのように効いている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・天候不順の影響とされていた売上の伸び悩みが、梅雨明け以降も継続している。学校の夏休み入り後も、今一つの状況が続いている。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・月の前半は前年並みの来客数であったが、梅雨明け後の酷暑の関係で来客数が落ち込んでいる。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・買い控えが進んでいる。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・エコカー補助金制度が7月で終わりそうであり、駆け込み需要を期待していたが、意外と盛り上がりせず、逆に補助金終了後の自動車業界の落ち込みが懸念されている。春ぐらいの方が消費はおう盛だったように感じる。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・7月は雨が多いほか、雨が上がると暑くなるため、人の動きは非常に悪い。
乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・エコカー補助金の終了をアピールしているが、客の反応が冷ややかである。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・どの仕入先も、初夏の頃から注文が減ってきたとあって、頻繁に営業に来るようになった。実際、販売の動きが鈍化している。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・夜の営業の絶対的な来客数が伸び悩んでいる。夏休みに入り、レジャー需要が増えるので繁華街にはぎわうが、オフィス街は仕事が終わると食事をして帰る人が減る。
一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・気候要因や不安定な政治が消費の勢いを失わせてしまっている。

	都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・異常気象や計画停電の不安、節電目標等で、数か月前よりも景気は下向きになっている。相変わらず個人消費の伸びは鈍く、単価アップにつながっていない。夏休みの集客にもあまり期待できない。	
	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊、宴会、食堂共に来客数の減少が続いているとともに、単価も下げ止まったままで改善の様子がない。宴会では、計画停電の可能性により、取消しが数件発生している。食堂では、夏休み限定で土日のランチバイキングの価格を下げたが、来客数は戻っていない。	
	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・レストランの来客数が減少し始めた。ランチタイムは変化がないが、ディナータイムの来客数は前年比で10%以上減少している。宴会の予約の動きには変化がないことから、個人の消費意欲が低下していると考えられる。	
	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・九州での大雨の影響で受注件数が減少している。	
	タクシー運転手	お客様の様子	・市内を流していても、どの施設も車の行列で超満員である。	
	競輪場 (職員)	単価の動き	・今月の客単価は9,682円で、3か月前の客単価の9,918円よりも下がっている。	
	競艇場 (職員)	単価の動き	・3か月前の購買単価と比べ、今月は約5%低下しているなど、下落傾向に歯止めがかからない。	
	その他サービス [学習塾] (経営者)	来客数の動き	・今月は無料体験キャンペーンを行ったが、例年よりも参加者が少ない。	
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・所得の差がはっきりしているのかどうか分からないが、住宅ローンの審査状況を聞いていると、住宅の高価格帯は売れていてローンも好調のようであるが、低価格帯はローンが下りないことが多い。当然、低価格帯の値段は下がっている。中所得層は住宅を購入済みか、購入意欲があまりないようで、新築住宅の価格低下が進んでいる。	
	その他住宅 [展示場] (従業員)	お客様の様子	・住宅展示場来場者の動向については、最近は特に無料でもらえる景品に対する反応が鋭く、所得の低い層の来場数が伸びている。	
悪くなっている	一般小売店 [野菜] (店長)	お客様の様子	・飲食店の動きが相変わらず悪いままである。	
	一般小売店 [花] (店長)	来客数の動き	・この暑さで日中の客足の伸びが悪い。夕方からは好調であるが、1日当たりでは確実に減っている。	
	百貨店 (店長)	来客数の動き	・今月に入り、店の来客数が大幅に減少傾向にある。	
	スーパー (経営者)	お客様の様子	・6月に引き続き商品単価が下落し、買上点数も特売時以外は3、4月に比べて落ちている。関西の家電メーカーの相次ぐ巨額損失や消費増税、社会保険関係の負担増、電気料金の値上げなど、消費マインドを冷え込ませる話題に事欠かない。土用のうしの日も、マスコミによる価格が高いという報道により、全くの不振に終わっている。	
	高級レストラン (支配人)	販売量の動き	・販売量もさることながら、単価、来客数のすべてにおいて前年を下回っている。	
企業 動向 関連 (近畿)	良くなっている	—	—	
	やや良くなっている	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・企業や店舗の設備投資の案件が増えてきたように思われる。
		建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・先月よりも電話での問い合わせも多く、案件も増えてきている。
		広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・今まで広告出稿の営業をかけていても、話にならなかったクライアントから連絡がくるケースが増えているほか、ホームページでの問い合わせが増えている。
		広告代理店 (営業担当)	取引先の様子	・各施設の夏のセール時期が分散化しているため、好不調が分かれている。関西では足並みがそろうことは難しいのか、やはり早めに仕掛けた店が好調である。
		広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・この時期にしては、交通広告などの出稿が好調である。
変わらない	食品品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・今月中旬までは天候も悪く足踏み状態であった。後半にかけて天候も安定し、少しは荷動きも良くなったが、3か月前よりもトータルでは販売価格が低下したため、結果はあまり良くない。	

食料品製造業 (営業担当)	受注価格や販売 価格の動き	・気温の上昇と共に飲料水の販売が増加しているが、増収減益の状況である。今月は前年比で雨天がやや多いこともあり、受注量を増やすために他社との価格競争が増えていることが原因である。	
食料品製造業 (経理担当)	受注量や販売量 の動き	・小ロットの受注が多く、物流時の負担が重くなっている。	
化学工業(管理 担当)	受注量や販売量 の動き	・電子部品では、自動車部品用と建設材料用、半導体部品用の3つの用途において、受注量がいずれも3か月前と変わらない。	
電気機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・製造業では設備投資の話もあるが、なかなか決まらない。また、延期や消えてしまうケースが多い。	
電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・住宅着工が低迷しているが、店舗系とマンション系の受注でカバーしている。	
電気機械器具製 造業(宣伝担 当)	受注量や販売量 の動き	・薄型テレビ等のAV商品は、オリンピック需要の伸びもなく停滞している。家電量販店の来客数自体が少なく、荷動きは依然鈍化傾向にある。	
輸送用機械器具 製造業(経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・国内の受注は改善の兆しがみられず、価格競争の激化が認められる。前年度に受注した海外物件で売上を維持しているのが現状である。	
その他製造業 [履物](団体 職員)	受注価格や販売 価格の動き	・デフレ現象に歯止めがかかっている。	
建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・長引く景気低迷で設備投資に活気がない。公共事業関係の発注量も減少傾向にある。	
輸送業(営業所 長)	受注量や販売量 の動き	・精密機器の配送が少し落ちているが、事務所移転などの業務が好調で売上を確保できている。	
輸送業(営業担 当)	取引先の様子	・特に変化もなく、例年どおりの動きとなっている。	
通信業(管理担 当)	それ以外	・良くもなく悪くもない。	
金融業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・景気は横ばい状態である。消費電力を削減するためにサマータイム導入を採用する企業も多く、企業努力はうかがえるが、景気の上昇にはつながらない。	
新聞販売店[広 告](店主)	受注量や販売量 の動き	・携帯端末に読者が流れているようで、他紙に奪われることもなく、購読を中止する傾向にある。拡張活動を頑張っているが、読者数を維持するのがやっとであり、増えていかない。	
経営コンサルタ ント	取引先の様子	・クライアントである食料品や衣料品等の生活必需品関係の小売店では、店側も客側も消費税率のアップを警戒して、慎重に売り時、買い時を見定めているような感がある。その意味では、やや売上や買上は盛り上がっていないような気はするが、悪化しているとまではいえない。	
経営コンサルタ ント	受注量や販売量 の動き	・コンサルタントの仕事で関西を中心に活動しているが、全体としてはまだ明るい傾向が出てきていない。	
コピーサービス 業(店長)	受注量や販売量 の動き	・以前に比べて大きな変化が感じられない。うちの印刷や暑中見舞いの印刷の受注も順調に伸びているが、来客数の微減等のマイナス要素も多く、不安定さを感じる。	
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	・例年だと、7月は駅構内店舗の売上が大幅に落ち始める時期である。大半の店舗がスイーツ関係であるためだが、今年は梅雨明けが遅かったこともあり、中旬までスイーツ店舗が好調に推移した。ただし、梅雨明け後は壊滅状態となっている。	
やや悪く なっている	繊維工業(団体 職員)	受注量や販売量 の動き	・ごく一部の企業を除いて、全般的に受注量などが減少している。
	繊維工業(総務 担当)	受注量や販売量 の動き	・京都は祇園祭で交通規制のため、集散地の問屋が1週間商売ができない状態になり、通常月よりも取引が減っている。
	パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・製紙メーカーが大幅な減産を実施している。
	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	・7、8月は受注産業にとって低迷の時期であるが、一方で大学、専門学校の業界では来年の新学期に向けての準備が進んでおり、営業にとっては大切な活動の時期である。また、住宅業界でも環境や省エネに配慮した住宅が販売され始めている。

		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・円高で輸入材料を使った製品の価格が低下し、荷動きの悪化や、価格面でも苦戦している企業が多数見受けられる。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在は年内一杯まで十分な受注量があるが、新規の引き合いが低調である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上、受注量共に落ちている。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・例年よりも新商品の発売点数が少ない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・昨今の円高の影響で、輸入商材が各地から出回ってきているので、注文がぐっと減少している。
	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	・海外流出などで全体的な国内生産が減っており、少ない注文を取り合っている感がある。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・6月以降、出荷量が2割ほど減少してきている。
		不動産業（営業担当）	それ以外	・神戸から事業所がなくなってきた。円高の影響だと思われるが、事業者がいなくなることで事務所の空室率が上がって、賃料が下がっている。また、そこで働いていた人がいなくなり、神戸の賃貸マンションの相場も下がり、神戸の景気が悪くなっている。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	取引先の様子	・取引先の会社では、倒産や閉店が多くなっている。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・企業の活動が低迷している。
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（役員）	求人数の動き	・様々な政治、経済的な懸念があるなかでも、求人数は前年比で着実に伸びている。求職者数の不足も出始めており、求職者は強気に就業先を選択している。
		人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・受注が増えており、紹介予定派遣による社員採用の動きもかなり活発である。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	求人数の動き	・求人数が安定的に伸びている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数が減少している。企業の整理などで離職者が減少していることが要因と思われる。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・日雇求人の紹介窓口での求人票は、季節の割には多い状況になっている。
		民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・2013年3月卒の学生の内定率が上がってきている。発表されているモニター調査の数値は高めであるが、東日本大震災があった昨年、一昨年に比べると、実態としても内定率は上がってきている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・取引先企業で業績が回復している会社が増えている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・新聞等では大手企業が採用数を抑えている記事をよくみかけるが、我々が普段からお付き合いしている中堅、中小企業の話を見ると、採用に対して積極的な姿勢がみられる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・一般派遣は力強い動きがあるが、IT関係の派遣は今までと流れが違う感じがする。インフラ関係の企業でのIT業務は今までと変わらないが、電機メーカーの技術者が余ってきている。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人は増えているが、景気が良くなっているとは実感できない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・求人広告を扱う広告会社は業界の低迷に合わせて大きな変化をしてきている。求人広告を主力としていた広告会社は倒産、廃業し、総合力のある会社のみ残っている。雇用の流動性も極めて低迷していると感じる。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・新規求人数は前年同月比で約20%の増加と、5か月連続で増えたが、伸びはやや鈍化し、前月比では10%以上減少した。特に、卸売・小売業やサービス業で前月を大きく下回っており、今後注視する必要がある。一方、新規求職者数は減少傾向が続いているが、求職者のうち雇用保険受給者の占める割合が上昇している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・新規求人数の動きについては、卸売、小売業からの求人が増えて、前年比で若干増加している。
	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・関西圏の電機メーカーがまだ求人を増加させるほどの復活をみせていない。
やや悪くなっている	人材派遣会社（支店長）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・改正労働者派遣法による派遣活用離れが顔をのぞかせている。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・新聞への広告出稿量で見れば、第1四半期の2けた増に比べ、第2四半期に入って低迷しているように感じられる。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・子会社が取り扱う求人広告は、この2か月は微減となっており、景気は下降しつつあるように感じている。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・医療系大学の求人数についても、医療現場での新陳代謝が少ないのか、各事業体の求人数が減っている。8月の大学での合同就職説明会への参加申込み伸び悩んでいる。
悪くなっている	—	—	—