

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	・新商品もほぼ出そろい、また通信会社の施策もあり、販売台数は最も売れる3月の販売台数に近づきつつある。
	やや良く なっている	一般小売店 [花]（店長）	来客数の動き	・ライバル店2店舗の閉店に伴い、多少であるが来客数の増加がみられる。客単価は厳しいが、前年よりも来客数は伸びている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・猛暑の8月にもかかわらず、秋のパーティーなどに向けて、婦人服や婦人雑貨、宝飾品などが例年の8月にはない好調な売行きとなっている。
		百貨店（商品担当）	来客数の動き	・特価品など、お得感のある商品のまとめ買いが増え、売上が順調である。本日に不景気なときは、特価でもまとめ買いなどを控える傾向が続いていたため、少し景気が良くなっている。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・婦人ファッション関連商品で夏のバーゲンを遅らせた影響で、8月に入っても活況である。来客数もオリンピック明けから盛り返している。
		百貨店（外商担当）	単価の動き	・消費マインドは低いままであるが、個人個人の客の好みに合った商品を提案できれば高額品でも売れる。また、孫の出産の記念品や七五三、ブライダルなどの式関連で動くお金が多くなっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・夏休みに入り、お盆期間を中心に来客数の回復がみられるほか、猛暑続きで夏物商材が活発に動いている。
		スーパー（社員）	来客数の動き	・競合が引き続き厳しい状況にあることや、野菜相場がやや低めに推移したことから、店頭価格の低下は続いている。ただし、イベントやチラシの打ち出しに対する客の反応は良く、売上は何とか前年に近い数値を確保できている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・8月中旬以降は気温が上がり、飲料水はもちろん増えているが、軽食のサンドイッチや冷たいめん類がよく売れている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・節電につながる付加価値の高い高級白物家電の販売量が伸びている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・エコカー補助金の駆け込み需要が少しはあるように感じる。
		乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・来場者数は前月比で120%と上向きであるが、例年この時期は増えているので、どこまで継続するかが問題である。
		その他専門店 [医薬品]（経営者）	お客様の様子	・大雨の日が何日かあり、その雨の影響で客足が鈍った日もあったが、総じて厳しい暑い日が続いたことで、冷却剤や飲料水関連、ビールなどの動きが良い。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・お盆期間中の家族利用数が例年に比較して多くなっている。ただし、その反動で23日以降は落ち込んでいるが、8月全体で見ると上向き基調になっている。
		その他飲食 [コーヒーショップ]（店長）	来客数の動き	・7月の梅雨明け以降の好天で、来客数が安定して伸びている。
		旅行代理店（店長）	競争相手の様子	・旅行に行く人は増えている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・7月の初旬ぐらいからの暑さ、時々降るゲリラ豪雨、夏休みなどの影響が出ている。駅待ちにおいて、客はあまりの暑さに短距離でも乗ってくる。子ども連れが多い地域ということもあり、好調に推移している。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・夏モデルの新機種も出そろい、ある通信会社のスマートフォンと携帯電話とのセット割引が好調である。8月末までのキャンペーンもあり、市場が動いている。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・例年は落ち込む7～8月の営業成績がほとんど悪化していない。8月においても好調である。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9,869円であった。3か月前の客単価は9,403円と、お盆期間で少し良くなっている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・消費税増税を受けて、それまでに建物の建築を始めたのと声が聞こえ始めている。
		住宅販売会社（総務担当）	来客数の動き	・消費税増税法案の可決に伴い、駆け込み需要の兆しがみられ、来客数が前年よりも伸びている。

変わらない

商店街（代表者）	お客様の様子	・平日、週末に関係なく、相変わらず客足の引きが早い ため、売上が伸びない。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	お客様の様子	・最近の傾向として、ゴールデンウィークやお盆休みなど、イベント時には消費が活性化されるが、そのリバウンドが日常の消費をそれ以上に抑制しているように感じる。トータルすると少しずつ縮小傾向に向っており、食べ物に対するお金の使い方も随分変化している。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・月初めからセールが始まったが、例年どおりで特に変わった様子はない。
一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・低位安定したまま変化はない。
一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・今月も知り合いの店が2か所閉店となっている。
一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・依然として、必要な物以外の買い控えが続いている状態である。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・ファッション関連では8月も暑い日が続き、夏物セール品及び夏対応の定価品の動きが良く、販売数量は前年を上回ったものの、秋物商材の動きが悪く単価ダウンにつながり、売上は前年を下回った。消費者は購買意欲はあるものの、気温対応やクールビズによるファッションのカジュアル化、先取り需要の減少により、売上増は見込みにくい。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・大きく状態は変わっていない。全体的には良くも悪くもなく、ほぼ昨年どおりの動きである。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・夏物の最終処分、秋物の情報発信や提案といった端境期の売上が低迷しており、本当に必要な物しか購入しないという消費者心理が表れている。
百貨店（売場主任）	来客数の動き	・今まで以上に必要のない物は買わないため、非常に単価が下がってきているほか、流行にとらわれない物を好む。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・例年、お盆明けから動き出す秋のファッションアイテムがほとんど売れず、今の気温に合った薄い素材の秋の雰囲気を感じ込んだ商品に少し関心が集まる程度である。顧客が冷静な購買行動を取っていることが、売上内容や会話からも感じられる。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・当月は目標を達成する見込みであるが、先月の不足をカバーできるほどではない。悪い月ばかりではないものの、複数月の累計で比較すると、目標や前年の水準をクリアできていない。来客数が伸びていないこともあるが、客の消費意欲は低下している。
百貨店（販促担当）	販売量の動き	・来客数は前年を上回るものの、購買客数の減少で売上が苦戦している。夏物セールの売上は堅調であるが、初秋物の動きが鈍い。また、食品の生鮮品やそう菜の動きも鈍く、真夏の食卓に変化が出ている模様である。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は、ギフト解体セールや最終のクリアランスが婦人服商材中心に好調に推移したことにより、目標を達成することができた。また、猛暑対策商材も婦人用品を中心に好調に推移したが、ゲリラ豪雨の影響で来客数は前年を下回っている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・厳しかった6、7月と比較すれば若干持ち直したものの、3か月前とは変わっていない。食料品は前年並みの実績が確保でき、食品以外もほぼ前年に近い水準で着地する。ただし、8月の中旬以降、夏物の動きが前年に比べて極端に鈍くなっている。
スーパー（店長）	単価の動き	・昨年の東日本大震災直後の特需による単価アップの反動で、前年比では不振が続いている。夏のギフトは縮小傾向の上、競合店の増加で更に売上減少と厳しい状況となっている。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数の動きに変化はなく、前年比で96%となっている。
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子をみていると、ポイント何倍であるとか、お買得シールが貼ってあるとか、特典がつく店を使い分けて、少しでもお得な買物をしようとする動きがみられる。
スーパー（開発担当）	お客様の様子	・特売品の売上があまり上がらない。

コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は若干増加傾向となったが、セール品の方に購入が流れがちで、客単価は逆に下がってしまっている。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・近隣に競合店が出店して以来、売上が前年比で15%減の状態が続いている。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・3か月前と比べて、大きく好転している点は少ない。
乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・2月と8月は景気が悪いと昔からいわれるが、当てはまっている。今年は暑過ぎたこともあり、上向きにならない。売れても単価は低い状態である。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・お盆で店舗自体が休みなので、来客数、販売量が減っている。ただし、事故修理が多いのでサービスの売上は目標の90%となっている。
その他専門店 〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・販売数量が変わらない。
その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・低価格帯の商品でもなかなか売上がつながらないほか、高額商品は購入後のキャンセルが珍しくない。
その他専門店 〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・消費が拡大するニュースがない。徐々に消費税率引上げの期日に向けて駆け込み需要が拡大すると思うが、必要最小限の消費にとどまっている。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・売上、来客数、客単価共に目標をクリアしているが、これは猛暑の影響と考えられる。元々来客数は前年を下回る目標が組まれており、景気好転を反映した結果ではない。
一般レストラン（店員）	来客数の動き	・流れは変わらず、来客数は多い。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以後、関西地方は大きな経済的な刺激もなく、政治の問題や消費税の増税、原子力発電所の問題の收拾についても非常に国民の間に不安が高まっており、消費に目が向けられていない。
観光型ホテル（経営者）	単価の動き	・8月はオリンピック開催による巣ごもり現象が懸念されたが、オリンピック閉幕後は集客も回復し、来客数ではほぼ昨年並みとなった。しかし低価格志向のため、販売量の伸び率では昨年を下回る結果となっている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・海水浴シーズンで天候に恵まれたので、良くなるはずが微減となった。原因はよく分からないが、団体が東北や九州方面に向かったのではないかと考えられる。
観光型旅館（団体役員）	単価の動き	・宿泊人員などは、辛うじて前年比で95～96%を保っているが、1人当たりの消費単価や宿泊単価は災害のあった昨年は別として、一昨年と比較すると85%程度で非常に厳しい状況である。
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・宿泊部門は外国人観光客が大幅に増え好調であったが、宴会部門とレストランの高額店舗が低調であった。全体的には景気が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	・アジアからの団体客が戻り、宿泊人数は増えているが、インターネットからの予約客は料金に敏感なため、客室単価が上がらない。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・海外旅行が昨年を上回り、国内旅行が昨年並みという流れが継続している。円高が継続していること、団塊世代が本格的にリタイアし余暇ができていること、そして平和産業といわれる旅行業界で、決定的なダメージになるような事件が起きていないことが原因である。
タクシー運転手	お客様の様子	・客の動きは2～3か月前と変わっていない状態である。
タクシー運転手	お客様の様子	・前月同様、猛暑による影響で客の乗車機会が増加傾向にあるが、あくまで季節的な要因であって、降雨時に空車がなくなる状況と同じで、景気うんぬんの問題ではない。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・受注状況に特に変化がない。
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・季節や天候に左右されやすい商売ながら、来客数は安定した成長をみせている。
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	・ここ最近の状況は変わらないと思うが、昨年と同じイベントの開催があったので比較すると、入場者数は減っている。また、レストラン、売店などの売上も昨年よりやや減っている。	
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	・オリンピックによる出控えが感じられ、またお盆の天候が非常に悪く、集客は大きく落ち込んだが、それ以降は天候要因もあるものの、行楽の客足は堅調である。	
美容室 (経営者)	来客数の動き	・チラシを打っても効果なし、リーフレットも反応なしという状況のため、今は何もしないで我慢の時である。	
美容室 (店員)	お客様の様子	・基本的に客の様子からすると、景気が回復したようには感じられない。気温の上昇と共に髪をカットしたり、軽くしたいという客が増え、それに伴いパーマやカラーの需要が増えている。	
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	・オリンピックの影響もあったものの、特にレンタル売上は相変わらずの値下げ競争による消耗戦が続いており、前年比で90%割れの地区が出ている。	
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・当社が販売中の新築分譲マンションは、400戸以上の規模にもかかわらず、計画以上の販売状況で推移しており、近畿圏のマンション契約率も6月以降は80%以上と、好調とされる70%を大きく超えている。	
住宅販売会社 (従業員)	それ以外	・欧州情勢、消費増税など、国内外のマイナス材料が依然として残っており、個人、企業共に経済活動は停滞気味である。	
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)	販売量の動き	・不動産業に限っていえば、物件の供給の増加はみられない。	
その他住宅 [展示場] (従業員)	来客数の動き	・住宅展示場の来場組数は8月は前年並みである。	
その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・新築マンションの販売現場では、集客量は堅調に推移し、販売も好調な物件が発生している。ただし、好調な物件がある一方で、不調な物件については引き続き販売に苦戦している。消費税増税に向けた駆け込み需要はまだ発生していない状況である。	
やや悪くなっている	商店街 (代表者)	来客数の動き	・猛暑続きのため来店頻度が減少している。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	販売量の動き	・お盆過ぎから例年以上に売上が減少し、価格を下げても反応が非常に鈍いため、8月全体では前年比で96%に終わっている。
	一般小売店 [菓子] (経営企画担当)	販売量の動き	・8月現在と5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8月が92.0%、5月が104.2%、関東は8月が91.8%、5月が83.5%、中部は8月が97.3%、5月が107.8%、中国は8月が99.4%、5月が103.6%となり、各地区合計の平均は8月が93.7%で、5月が100.7%となっている。先月に引き続き、中元商戦だけでなく帰省商戦も良くない。
	一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	それ以外	・売上が前月比で95%、前年比で90%と落ち込んでいる。
	百貨店 (企画担当)	お客様の様子	・来客数が大幅に減っているのに対し、レジ客数は増えている。お盆に家族で出かける場所の選択肢から、百貨店は外されている。また、買上単価も前年に比べて低下している。
	百貨店 (企画担当)	お客様の様子	・猛暑が続くなか、夏物はセールがほぼ終わり、秋物は動く気配がない。消費税率上げも決まるなど先行きの不安も加わり、必要になってから買うという客の傾向が一層強まっている。
	百貨店 (店長)	来客数の動き	・この数が月間、様々なイベントを開催しているにもかかわらず、入店客数が前年を割っており、なかなか減少に歯止めがかからない。また、顧客の購買単価も上がっていない。

百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・お盆明け以降、それまで比較的順調に推移していた夏物衣料や夏物寝具の動きが鈍化し、著しく悪くなっている。店頭での動きをみると、来客数よりも客単価の悪化が顕著である。突発的な雷雨の影響も否めないが、それ以上に購買心理の冷え込みが感じられる。
スーパー（経営者）	単価の動き	・旬の物ではさんまが新物で、店側がこの価格だったら売れると思っていても、客はその値段では買わない。昨年までと全く違って、単価が低いように感じる。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・既存店当たりの来客数減少と商品単価の下落が続いている。来店は特売初日に偏る傾向がより顕著になり、特に時間に余裕があるお年寄りには朝からチラシを片手に何軒も回り、より安い物を求める動きが確実に増えている。
スーパー（店長）	単価の動き	・今月は夏物関連の動きがやや鈍くなるなど、景気回復の動きはみられず、低迷傾向となっている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・消費者は社会的な諸事象に敏感で、八レの日の買物や、旅行などの分野は堅調であるが、必需品以外はますます客の購買が低調である。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・例年、梅雨明け以後は天候が安定し、気温の上昇と共に夏休みや盆商戦によって売上が増加していくが、今年はその気配がなく低迷している。
スーパー（企画）	お客様の様子	・季節商材のセールや訳ありバーゲンなどを実施しても、客は本当に必要な商品やすぐに使用する商品しか購入しない。近い将来に必要なになるかもしれないといった動機では、価格がたとえ安くても購入しない。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・ここ1年ぐらいの間、たばこの販売が落ちてきている。値上げや厚生労働省の喫煙対策が成功してきている。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・安い目玉商品を中心に売れるようになっているが、客による買い控えの動きが目立つ。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・節電も一段落しているが、月末の残暑が厳しいため来客数が落ちている。当社の場合、高齢の客が多いことも影響している。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・クールビズが始まってから、客の買い控えが進んでいる。
乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・新規来店数が少なく、既存の客にエコカー補助金をアピールしても反応が鈍い。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・エコカー補助金の駆け込み需要が予想に反して止まってしまい、販売量は例年どおりの月となっている。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・来客数が減っている。夏は毎年落ち込む季節だが、それとは別に、緊急性の高い必要な物から購入していくと、家具などは購買の優先順位が低いいため、後回しになっている。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・昼夜共に来客数が落ち込んでいる。特に、夜はワインがあまり売れず、客単価が低い。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・お盆中は昼夜共に2世代の家族で来店した客が多く、客単価も上がって良かったが、お盆を過ぎてからは来客数が激減している。
一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・来客数はほとんど増減がなく、強いていえば少し減っている。ここ何か月間かの統計をみると、客単価も少し落ち気味である。
観光型旅館（経営者）	単価の動き	・客の利用者数は前年並みではあるが、食事関係や土産物関係の物販は伸びてこない。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・異常気象の影響で各地で被害があるほか、酷暑、省エネ、計画停電の不安などもあり、関西の景気は回復基調にない。2～3か月前から売上や来館者数は増加していない。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊、宴会共に前年よりも大きく伸びたが、スポーツの団体による長期宿泊という特殊要因のみで、それを除くと大幅なマイナスとなる。宿泊単価は下がったままで、市場全体でも同様である。食堂は、例年ランチバイキングが夏休みの家族連れでにぎわっていたが、販売単価を下げて来客数の減少に歯止めがかからない。
都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・観光客、ビジネス客共に宿泊客数が減少している。特に、ビジネス客の減少が顕著である。東日本へ需要が移行していると考えられる。

	旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・竹島、尖閣諸島の領有権の問題が、客の旅行マインドにも影響してきている。特に、秋の旅行で動く、熟年層に旅行を控える動きが出てきている。その分を国内に振り替えるというよりは、いったん中止、もしくは延期しようという動きである。	
	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・節電が生産に悪影響を及ぼしている。	
	観光名所（経理担当）	来客数の動き	・8月に入り、来場者、売上共に前年比で10%減の状況である。	
	その他サービス 〔保険代理店〕 （経営者）	お客様の様子	・例年景気は良くないが、昨年まで好調であった企業でさえ徐々に減収減益の状態になってきている。国民全体の消費意欲の減退による影響が大きい。	
	その他サービス 〔学習塾〕（経営者）	来客数の動き	・夏休みの無料体験キャンペーンへの参加者のうち、受講につながる割合が低かったため、生徒数は低い水準で推移している。	
悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・今年はいまにも天候による影響が大きく、通行人も全くみられない。	
	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・暑さや突然の雨のほか、オリンピックの影響なのか、来客数がめっきりと減少している。月中旬の真夜中から夜明けにかけての集中豪雨で、店のある付近では一部で床上浸水するなど、大きな災害に見舞われた。幸い店は大した影響もなく、営業が続けられたものの、それ以降は客足が遠のき、地域全体が時間が止まったような状態である。	
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・衣料品が売れにくい夏場ということもあるが、来客時の客の様子からも購買意欲が感じられない。消費税増税に対しての不安を口にする客も多い。	
	一般小売店〔花〕（店員）	販売量の動き	・繁忙期であったが、客が必要最低限の商品しか買わないことが多く、例年に比べて全体的に販売量が落ちている。	
	家電量販店（企画担当）	それ以外	・家電メーカーの相次ぐリストラで、量販店も大きな影響を受けている。	
	一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・飲食店同士での交流でも、お盆前ぐらいから急に客足が減ったという声が多い。客からは、夏季休暇を利用しての海外旅行や国内レジャーなどで費用がかかるために、外食代を節約しているとの声も多い。	
	スナック（経営者）	来客数の動き	・オリンピックや猛暑、大雨など、様々な悪影響が重なり、暇な月となっている。	
		-	-	-
企業動向関連 (近畿)	良くなっている やや良くなっている	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・8月の気温では猛暑日が続いたこともあり、飲料水の受注量が増加し、景気が上向きである。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・やや良くなっているというには恥ずかしい動きであるが、あまりに厳しい為替問題をはじめ、欧州の信用不安が続くなかにしては、そこそこの回りには活気がある。
変わらない		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・8月はお盆休みがあり、昨年よりも休みが多かったが、休み前後の荷動きは昨年以上であった。ただし、月末近くになってくると少し荷動きも停滞した感がある。お盆が明けても気温も真夏のような状態が続いているため、もう少し涼しくなると荷動きも良くなる。
		食料品製造業（経理担当）	それ以外	・猛暑が続き、季節商品の売行きが悪い。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・会社全体としては、8月の売上は過去最高になった。ただし、LED、ソーラーパネル関連以外は非常に売上が悪く、足を引っばっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は原子力発電関連の顧客が多いが、新規投資の動きは極めて少ない。しかし、原子力発電の技術を活かした製品開発が活発である。この新しい動きはまだ定着していないので、大きな受注に至っていないが、通常ベースの引き合いは続いている。
		一般機械器具製造業（設計担当）	受注量や販売量の動き	・現状は横ばい状態である。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・世界的な景気動向に方向感はなく、不透明感が漂っている。メーカーの投資に対する方向性も乏しく、国内においては勢いが無い。ただし、開発に関してはその限りではない。

	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・家庭用の照明器具は省エネ照明の価格競争が厳しく、苦戦が続いているが、ほかの商材では順調さを維持できている。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・家電量販店への来客自体が減っており、実売が伸び悩んでいる。
	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、売上共に低調なままで、横ばい状態である。
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注価格や販売価格の動き	・デフレにより販売価格は低下してきているが、原材料価格は上昇しており、生産者の利益を圧迫している。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・公共工事は発注量が減少し、厳しい価格競争が続いている。民間の工事も設備投資が低調である。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・工事1件当たりの単価が依然低調である。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・最近、客からのクレームや、商品の値引きの催促が増えている。
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・20日や月末の締切り前はまとまった仕事があるが、通常日との差が大きい。
	通信業（管理担当）	取引先の様子	・これと違って変わらない。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込収入が落ちているが、8月は毎年良くないほか、購読数は維持できている。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・各企業の広告を出す意欲は高まってきており、問い合わせは増えてきている。前年比も100%超で毎月推移しているが、問い合わせが増えている割には売上が伸びていない。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告受注の動きが7月から芳しくない。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・クライアントのものづくり系中小企業の売上をみると、景気悪化の感はあるものの、まだ売上は落ちていない。
	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・来客数や売上は、緩やかであるが右肩上がりの推移を継続している。ただし、安定するまでには至っておらず、受注量などが不安定な日も多い。
	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	・受注量の動きは、平行線が続いている。
	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	・連日の猛暑によりソフトドリンクは好調であるが、スイーツを筆頭に大幅な売上低迷が続いている。ただし、お盆期間だけをみると、今年は曜日並びの関係で分散休暇が増えた影響か、11～19日まで土産などの売上に増加がみられた。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・建物管理業に携わっているが、新築物件も少ない状態である。
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・6月や7月初旬は、梅雨に伴う天候不順で涼しい日や雨模様の週末が続いていたため、夏物商戦は前年を1～2割下回る厳しい状況であったが、梅雨明け後の猛暑で、7月中旬より夏物衣料や身の回り品は前年をかなり上回る販売量を記録している。
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	・受注量などが減少気味である。
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・取引先での催事の集客も、内容次第で差が出てきている。人が集まる仕組みのない取引先では経費増により催事自体が縮小し、取りやめになるケースもあるため、販売の減少が続いている。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	取引先の様子	・一部の顧客は忙しくなっているようだが、大半の顧客は売上が苦戦している。

	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	・8月の受注量については営業日数も少なく、得意先も稼働しているところがまばらであるため、受注量に大きく影響してくる。そのなかで安定しているのは医療業界で、特に介護付き高齢者向け賃貸住宅が好調である。また、大学関係の来年度向けの募集案内、講義概要の作成準備なども一部で活発な動きをしている。一方、電機関連などの弱電業界の発注量は極端に減っている。	
	化学工業（企画 担当）	それ以外	・米国の干ばつの影響で、穀物相場からほかの市場へ影響が出始めている。	
	化学工業（管理 担当）	受注量や販売量 の動き	・電機などの弱電メ-カ-のリストラにより、受注量が前年比で約10%減少している。	
	金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・為替の影響で輸入品中心の相場展開となり、国内物が激減している。	
	金属製品製造業 （営業担当）	受注量や販売量 の動き	・円高の影響が本格化してきている。部品の現地調達化により出荷量が減少している。	
	電気機械器具製 造業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・相変わらず、景気が悪い。	
	輸送用機械器具 製造業（経理担 当）	受注量や販売量 の動き	・国内受注が低迷している。	
	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・8月に入って、少し受注量が減少してきた。また、ホームページからの問い合わせ数も減ってきている。	
	金融業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・取引先は受注が伸び悩んでいて、3か月前とほぼ横ばいか、取引先によってはわずかに減少している状態が続いている。	
	経営コンサルタ ント	取引先の様子	・関西圏のクライアントが多いが、まだ明るい傾向は出ていない。	
	その他非製造業 [機械器具卸] （経営者）	取引先の様子	・企業も海外の生産に踏み切り、年々国内生産が少なくなっている。消耗品の需要も少なくなっており、受注も減っている。	
	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	・8月は稼働日数が少ないため例年落ち込むが、昨年よりも悪い。電力問題もピークは過ぎたが、後を引きずっている感がある。
		不動産業（営業 担当）	それ以外	・円高で神戸から事務所や輸出業者が減っている。そういった影響で事務所のニーズが減り、賃料が下がる。また、従業員がいなくなるので住宅の賃料も下がる。
		その他非製造業 [電気業]（営 業担当）	受注量や販売量 の動き	・依然、景気回復の兆しがみえない。
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 （支店長）	求人数の動き	・家電メーカーが苦戦するなか、設備、機械関連企業は堅調である。
		人材派遣会社 （役員）	求人数の動き	・今年に入って求人数は総じて堅調な伸びを示しており、企業の人材確保意欲には底堅いものがある。
		求人情報誌製作 会社（企画担 当）	求人数の動き	・サービス系の求人数が例年のトレンドに合わせて増加している。
		職業安定所（職 員）	求人数の動き	・新規求人数を主要産業別にみると、すべての主要産業において前年同月を上回っている。なかでも卸売業、小売業では、前年同月比で23.1%増加しており、ドラッグストアチェーン店やスーパーマーケットなどの大量求人もあり、24か月連続して前年同月を上回っている。情報通信業においてもスマートフォン販売の好調を背景として人材不足感が出ているとの事業所からの声もあり、前年同月比で33.5%増加と大きく伸びている。
		民間職業紹介機 関（職員）	求職者数の動き	・建設の日雇労働者不足のため、求人票の未充足枚数が増えてきている。
		民間職業紹介機 関（大学担当）	採用者数の動き	・今年度の動向はこの夏の間は停滞気味ではあるが、秋の採用動向は少し良くなりそうな気配がある。
		民間職業紹介機 関（営業担当）	求人数の動き	・前年よりも取引先の大学にきている求人数が増えていることと、学生の内定数が前年の同時期と比べて改善されている。

変わらない	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・お盆明け以降、若干ムードが悪くなってきており、その後回復しない。沈滞ムードのまま求人数も減ってきている。10月以降の案件もいまだに結論が出ないほか、市町村関係も予算がつかず、契約がかなりばっさり切られるケースも出てきている。
	新聞社 [求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・求人案内広告の売上そのものは、前月とほぼ同じ状況で推移しており、求人数をみる限り、プラスもマイナスもない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は、前年同月比で約10%の増加と6か月連続で増えたが、今年3～4月をピークに増加幅は鈍化している。産業別にみると、製造業は堅調に増加しているが、建設業、小売業、宿泊サービス業、医療業などで前年を下回った。しかし、前月は減少した運輸業や卸売業が増加に転じるなど、月によっての変動があり、この辺りの傾向は判断が難しい。一方、新規求職者の減少傾向は続いている。
	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、卸売、小売業者からの求人が増え、前年同月比で大幅に増加している。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・派遣などの求人数が伸びている一方、正社員求人の増加幅が小さいなど、雇用環境の厳しさは変わっていない。
	職業安定所 (職員)	採用者数の動き	・求人数は増加傾向であるが、採用条件が悪く採用者数が伸びない。会社としての仕事は増えたものの収益が伸びないため、採用条件も良くなならない状況である。
	民間職業紹介機関 (支社長)	採用者数の動き	・関西圏の上場企業の四半期決算が前年比で15%減と大きく減少している。投資意欲が減退しており、新規求人への意欲も減退している。
学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・求人数の動きについては、あまり変化はないが、医療系の特徴で欠員補充が多く、定期採用を行う企業は少ない。ただし、慢性的な人手不足が続いているようである。	
やや悪くなっている	人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・個人消費はシニアを中心に堅調といわれているが、欧州の信用不安とそれに連動した中国の輸出減少が進んでいる。
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・新聞への広告出稿量でみると、現在は第1四半期に比べ明らかに落ちている。
	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、前年比でも3か月前と比べても回復の兆しがみえない。消費増税決定による心理的影響も考えられる。
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・新聞各紙共に、求人広告は更なる減少傾向にある。秋口から来年にかけての百貨店の開店や大規模再開発の開業には大きな期待を寄せているが、人の流れやお金の流れが停滞していることは確かである。
悪くなっている	-	-	-