

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 やや良くなる	-	-
		商店街（代表者）	・夏休みも終わり秋のおいがすると、物欲が増してくると確信している。秋一番は、敬老の日をターゲットにイベントを開催して消費を促す。
		一般小売店〔花〕（店長）	・ライバル店の閉店に伴い、来客数の伸びが見込まれる。当店の商圈全体でも花業界の店舗数は減少しているため、今後の売上増加や、新規来店客を確保する戦略が課題である。
		スーパー（社員）	・客の消費意欲は堅調である。秋にかけてイベントの打ち出しの増加を計画しているため、天候が安定すれば、食品部門を中心に消費は堅調に推移する。
		コンビニ（経営者）	・ファーストフードの売上が上がってきているため、更に販売を強化すれば客単価の上昇につながりそうである。
		家電量販店（経営者）	・節電志向の高まりにより、白物家電の単価アップと太陽光発電の販売増加につながっているため、景気は良くなる。
		家電量販店（管理担当）	・消費増税の駆け込み需要で、住宅の売行きが伸びそうである。
		乗用車販売店（販売担当）	・9月は決算月で繁忙のため、客の動きが良くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・9月には通常の流れになる。
		高級レストラン（支配人）	・販売量が前年同月比で大きく減少し、回復の兆しはみえない。観光シーズンに入り、販売量としては今月を上回ることは確かであるが、微増にとどまる。その理由としては、関東や東北方面への観光客の流れがある。
		一般レストラン（経営者）	・宴会シーズンに備えて営業が始まるので、シーズン中ほどではないが多少は盛り返す。
		観光型ホテル（経営者）	・8月は過去最低の売上だったが、9月からはどの部門もばん回するかのように予約が既に入っているため、今月よりも大分売上は上がり、利益も右肩上がりになってくる。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・季節の変わり目は例年共に来客数が増加傾向となる。また、先日もテレビで布団のダニ対策としてランドリーの活用が放映されていた。
		住宅販売会社（経営者）	・消費増税関連の駆け込み需要が期待できる。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・最近の来場者の傾向をみると、消費増税法案の可決による影響で1年以内に建築したいという客が増加しているため、短期的には契約数が増える。		
変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・客の行動に大きな変化が感じられない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・婦人衣料では、価格の持ち直し感が春に続いて出てくる期待感はあるが、9月の残暑がどこまで景気に影響するか不安である。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・今まで実感していなかった自然災害の怖さを目の当たりにして、地域全体の雰囲気は元どおりに回復するまでには、かなりの時間がかかると思われる。物を買おうという気持ちは生まれないので、最低限の物以外は買物しない状態が続き、今後は厳しくなる。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・消費税率の引上げにより、企業の経費削減、一般消費者の購買意欲低下など、徐々に影響が出てくる。
		一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・景気が良くなる材料は見当たらない。しかし、節約生活に疲れた層が、少しお金を使いそうな傾向がみられるので、良くも悪くもならない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・毎回書いているように、良くなる材料がない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・このままの落ち着いた状態で、秋物、冬物商戦は推移していく。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・健康に害のないたばこでも発売されない限り、売上増加は見込めそうにない。
		一般小売店〔花〕（店員）	・繁忙期であっても売上が伸びにくいなど、売上が伸びる要素がみつからない。
		一般小売店〔酒〕（店員）	・先月までと同様に、近隣百貨店のグランドオープンが客足に影響し、売上が低迷している。夏の特別セールを開催し、来客数を増やす機会を設けることはできたが、安さにこだわった商品に購入が集中している。まとめ買いは増えたが、前年の売上を下回る結果となっている。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・業界では厳しい状況がこの先も続き、景気回復は望めない。

百貨店（売場主任）	・所得の伸びが期待できない環境であり、景気が良くなるとは考えにくい。
百貨店（売場主任）	・これから大阪駅周辺で百貨店のオープンが控えており、当地域はどこまでいけるか分からないが、状態はあまり変わらない見通しである。
百貨店（売場主任）	・ヒット商材が不在のまま、秋物実需の景気が良くなるとは考えにくい。
百貨店（売場主任）	・国内消費が低迷している。円高が進み過ぎているほか、政府の国内需要の対策や東日本大震災の復興策も不透明でスピードが遅い。原子力発電所の問題への対策や、完全な解決もまだできていない。
百貨店（売場主任）	・客が自分のペースを守り、無理をしない消費が定着してきており、表面的な流行に踊らされることがなくなってきている。消費税の増税や領土問題など不安なニュースが多いなか、大きく景気に変化する兆しは感じられない。
百貨店（売場主任）	・人口減少、少子高齢化、所得の伸び悩み、増税、デフレといった社会環境のなか、流通を取り巻く環境はオーバーストア状態で、売上が伸びる状況は考えにくい。限られたパイをいかに奪い合うかであるが、通常の販売促進策だけでは限界がある。抜本的な大きな対策がない限り、厳しい状況が続く。
百貨店（企画担当）	・気候の変化が激しく、ゲリラ豪雨など客の足を鈍らせる出来事も多い。また、大手電機メーカーのニュースなど景気の良い話が少ない。
百貨店（営業担当）	・店外催しなど優良顧客に対しての販促策では、今まで同様、高額品への財布のひもが緩くなる。
百貨店（サービス担当）	・今年の夏は計画停電が実施されることはなかったが、今後も引き続き省エネや地震対策などを企業として継続して考え、より安全安心な企業体制を作り上げることにより、来店する客に信頼される企業が今後は生き残っていく。
百貨店（商品担当）	・売上の推移をみていると、まだ景気が完全に良くなっているというには力不足である。
百貨店（商品担当）	・消費税増税、中国や韓国との領土問題による影響など、中長期的な経済環境の不安要因があるため、季節変化による需要などで一時的に活況となっても、継続するとは思えない。
スーパー（経営者）	・生鮮食品でもおいしい魚、旬の出始めの松茸などを、この価格で十分売れるだろうと思って仕入れても、今年の場合は少しでも高いと販売が非常に厳しい状況である。
スーパー（経営者）	・夏らしい気候が続き、夏物商材の動きは良い方であったが、相変わらず単価の低迷は続いているため、買い控え傾向は変わらない。
スーパー（経営者）	・消費増税、社会保険料負担の増加、景気減速感のまん延、政治の停滞による将来展望の不透明感など、何をとってても明るい材料はない。心理的な閉そく感を打破するトピックスがない限り、好転は望めない。
スーパー（店長）	・消費を大きく後押しするような材料が見当たらず、むしろ後ろ向きな条件の方が多い。この状況下では、急速に回復するめどが立たない。
スーパー（店長）	・消費増税への不安と、原料価格の高騰による小麦粉の値上げ傾向などの様々な不安要素があるなかで、今後の景気回復の状況は非常に予測しにくい。
スーパー（店長）	・電気料金、消費税など消費者への負担が増える話題ばかりで景気回復につながる情報がないため、状況は変わらない。
スーパー（企画担当）	・競合状況や景気動向、気温変化などの外部環境は、平年並みと予測される。
スーパー（経理担当）	・消費税率の引上げ法案が成立し、将来の生活に対する漠然とした不安などで、消費者の生活防衛意識が強まった可能性がある。
スーパー（販売担当）	・競合店との価格競争もあり、単価が下がる傾向がある。客の買物点数は昨年を上回っているが、客単価が上回らず、売上自体も昨を下回る傾向が続いている。
スーパー（開発担当）	・原油価格がじりじり上昇しているほか、政府の景気対策がみえてこない。
コンビニ（経営者）	・最近クレジットカード類の使用が多くなってきており、購入点数も3品ぐらい買うようになってきている。
コンビニ（店員）	・涼しくなると飲料やアイスなどの売上が落ちる。
コンビニ（店員）	・来客数が回復する期待も少なく、今後の見通しも厳しい状態である。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・秋物衣料の立ち上がりも、例年に比べて売上に結びつかない。

乗用車販売店（経営者）	・自動車の売行きが非常に悪く、そのほかの車検、一般修理の予約もあまり見込めない。
乗用車販売店（営業担当）	・消費を刺激するような明るい材料はない。
乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金が終わっていくので販売台数が伸び悩むのではないかと思う。また、新しい補助金が出てくると考えて、買い控える人も増える。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・天候次第である。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・変わらぬ円高や格安航空運賃などによって、貴金属の購入よりも旅行の方が優先される。
一般レストラン（店員）	・周りの景気はあまり良く感じないが、店舗の動きは良い。
一般レストラン（経理担当）	・景気低迷、増税への不安、社会保障への不安に加え、夏の猛暑のため、来客数がある程度減るのは覚悟しているが、秋になって涼しくなったときに、どれだけ客の気力や体力、消費マインドが回復するかは不透明である。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・今月は天候の安定による一過性の好調であり、楽観視できない。
観光型旅館（団体役員）	・個人旅行は例年どおりであるが、団体旅行が低調である。また、一般旅行会社経由の商品については低価格化が目立つ。海外からの観光客は、個人客は少し動いているが、全体的にはまだ回復に至っていない。
都市型ホテル（支配人）	・現状維持となる。これから台風シーズンになるが、最近の降雨量をみていると、かなりの大雨になると思われる。個人消費の前に、災害復旧が先決となる。
都市型ホテル（スタッフ）	・立地条件から受注があまり期待できない盆休み以外は、例年並みの受注となっている。昨年は東日本大震災で延期された会議や宴会がこの時期に行われたため、前年には届かないものの、毎年開催されるものは正式な予約が入っている。今後は、小宴会場などの予約を取りこぼさないよう販売し、受注を上げていかなければならない。
都市型ホテル（総務担当）	・宿泊予約率が改善しない状態が続いている。ただし、宴会予約は10月以降、増加しつつある。レストラン部門は、前年度の反動減が大きいため、期待できない。
旅行代理店（経営者）	・9月は連休の日並びが悪く、売上は良くないが、先行きの海外旅行の受付は悪くはない。格安航空会社の話題もあり、旅行需要は堅調に推移している。
旅行代理店（店長）	・単価は上がっていない。安く賢く旅行する人が増えており、価格競争になっている。
タクシー運転手	・これから京都は行事もないが、大きくは変わらない。
タクシー運転手	・現在は季節的要因で何とか通年平均以上の営業収入が維持できているが、それ以外の営業収入が増える要因は何ら見当たらない。むしろ、この先のぎややすい季節となるころに、反動がくる不安がある。
通信会社（経営者）	・特に変化の兆しがみられない。
通信会社（社員）	・ブロードバンド加入者は飽和状態にあり、新規獲得は厳しいが、乗換え需要が増加傾向にある。
通信会社（企画担当）	・大手電機メーカーなどの国内企業が危機的状況にあるが、韓国や中国への経済支援の削減による、国内経済対策の充実が期待される。
観光名所（経理担当）	・今年の夏も昨夏同様、本当に酷暑そのもので、耐え難い暑さである。残暑というよりも、真夏の暑さがそのまま続いている。当地も涼を期待して来てもらう場所ではないため、客の数は例年に比べて減少している。観光バスの台数も例年より少なく、昨年からかなり落ち込んでいるが、来客数の減少の割に売上は例年よりも13%ほど多くなっている。ガラスの製作体験教室の参加者も、前年や例年に比べてかなり増えている。ただし、飲食や物販店の売上は例年を上回っているが、昨年に比べると落ち込んでいる。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・行楽やレジャー業界の外部環境として、好転につながるものは特になく、自助努力しかないが、現在の経営環境ではそれにも限界がある。
美容室（経営者）	・季節が良くなると、旅行に出かけることが多くなるため、夏に控えていたパーマ客が戻ってくるのを期待したい。
美容室（店員）	・基本的に秋になると来店周期が延びる。髪を伸ばす客も増えるので、今後は変動が起こりにくい。
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仕事をしているが、服を脱ぐので毎年夏は来客数が増えるが、最近増加がみられない。

	<p>その他サービス〔生命保険〕（営業担当）</p> <p>その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）</p> <p>住宅販売会社（経営者）</p> <p>住宅販売会社（従業員）</p> <p>住宅販売会社（従業員）</p> <p>住宅販売会社（総務担当）</p> <p>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）</p> <p>その他住宅〔情報誌〕（編集者）</p>	<p>・依然として景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は伸びない。</p> <p>・強化アイテムの中古本、リサイクル系の売上は拡大傾向であるが、主たるアイテムの不調により売上全体は前年割れである。</p> <p>・新築の契約は伸び悩んでいるが、改修の依頼が増えている。全体としては悪くないが、来年度の新築見込みを獲得していきたい。</p> <p>・マイナス材料の解消の兆しが乏しい。</p> <p>・低金利が続いており、消費税増税までの駆け込み需要もあるため、当分は好調な販売状況が続く。</p> <p>・駆け込み需要が終わった後の反動を考えると、最終的には変化がない。</p> <p>・政府の政策に動きもなく、変化が起こるような事柄もない。</p> <p>・関西においては、大手電機メーカーの業績悪化に伴う消費マインドへの悪影響が出始めている。関わりの深いエリアでは取引企業、その従業員などで不安感が表面化しつつある。大阪の百貨店の全面開業など、年末商戦に向けた激戦が梅田で発生するなかでの消費の盛り上がり期待したい。</p>
やや悪くなる	<p>一般小売店〔精肉〕（管理担当）</p> <p>百貨店（企画担当）</p> <p>百貨店（販促担当）</p> <p>百貨店（店長）</p> <p>百貨店（外商担当）</p> <p>百貨店（マネージャー）</p> <p>スーパー（店長）</p> <p>スーパー（店長）</p> <p>スーパー（管理担当）</p> <p>スーパー（企画）</p> <p>コンビニ（店長）</p> <p>コンビニ（広告担当）</p> <p>衣料品専門店（経営者）</p> <p>衣料品専門店（販売担当）</p>	<p>・消費税の増税が決まったが、食材のなかでも大きなウェイトを占める牛肉関連は、米国からの輸入緩和なども受けて低価格化していく。特に、神戸牛などの特別な商材は別として、和牛の食生活におけるポジションは非常に厳しいものになる。</p> <p>・秋物が本格的に動くのはまだ先になると予想されるほか、競合店の増床オープンを控え、買い控えが生じる懸念がある。</p> <p>・大阪の百貨店のグランドオープンにより、街及び店舗の集客力低下が懸念される。消費に関して特段の変化が起きる要素はなく、政局動向による政策の変化によって、消費動向が変わる可能性がある。また、消費税率の上げがより具体化した場合には、高額品の動きなどにも大きな変化が起こり得る。</p> <p>・消費増税の導入が正式に決まったことや、政治の先行き不透明感、あるいは近隣諸国との外交問題など、景気を左右する諸問題が山積みされている。</p> <p>・全体的には売上は減少傾向であるが、希少価値のある物や本当に気に入った物であれば高額品でも動くと感じられる。秋には競合他店の地域一番店がオープンするので、少なからず影響があると考えられ、それによって売上が落ち込む可能性が高い。</p> <p>・足元の消費の悪さに加え、秋冬の主流となるウォームピズ、ウォームライフ商材も、この夏のクール関連商材と同様に出尽くした感があり、大きな伸びは期待できない。また、経済環境や社会環境の悪化も懸念材料となる。</p> <p>・消費税の増税が決定し、秋の解散総選挙も予想されるなか、当地は区長も交代したので、現状の生活保護費の削減を心配する声がある。</p> <p>・増税の決定や政治の混迷、領土問題、電機関連の不況感が根強く拡大している感がある。</p> <p>・景気振興策も示されず、増税のみが先走り決定したように、消費者はとらえている傾向が強い。</p> <p>・消費税の増税など、将来的な不安要素が非常に強く、また政府も景気回復の施策を打つ気配が全くない。今後、消費者の買い控えや節約志向が強くなっていくのは明白である。</p> <p>・ここ数年、わずかずつではあるが、確実に販売量や来客数、来店頻度が減少してきている。この傾向に歯止めをかけるような経済政策がないように感じる。</p> <p>・消費増税、原材料価格の高騰、社会保障への不安、民主党への不信感などの不安要素が多い。</p> <p>・今後は秋になって平均単価が少し上がるので、更に買い控えが進む可能性がある。</p> <p>・より一層買い控えが進むと思われ、景気は悪くなる。</p>

家電量販店（店長）	・各メーカーの四半期決算の状況が思わしくない。量販店として各メーカーからの支援が減ってきている状況のなかで、客単価向上策は何とかなるが、来客数、販売量の向上への具体的対策がみえてこない。	
乗用車販売店（経営者）	・良くなる要素を探しているが、一つとしてない。領土問題や政治のぐらつきなどがあり、先行きが心配である。	
乗用車販売店（経営者）	・この夏は暑かったため、エアコンなどの修理の需要はあったが、これから秋に向けての材料があまりない。これからどうなるかはよく分かっていない状態である。	
乗用車販売店（販売担当）	・今後はエコカー補助金が終了し、モデルチェンジなどの好材料も乏しい。	
住関連専門店（店長）	・政治の不安定な時期や過渡期はいつも買い控えが起こる。国会の解散もこれまで同様、影響がある。	
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・ドラッグストアは8月は取扱商品の動きが増える月であるが、今後は気候が良くなることで体調も良くなるため、動く商品は減っていく。ただし、暑さの疲れによる疲労回復剤やビタミン剤などの動きは良くなる。	
一般レストラン（経営者）	・消費が抑えられる傾向にある。	
一般レストラン（スタッフ）	・政局の不安定さ、領土問題、増税、電力、原子力発電所の問題など、景気全般が好転する要素は見当たらない。猛暑が支えた消費であるため、秋からの見通しは明るくない。	
スナック（経営者）	・7月後半から8月にかけて、病院関係や公務員などの期待していた客がぱったりとみられない。	
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・2～3か月先はあまり変わらず良くない状態が続く。節電などで外出を控えている人が多い。	
観光型ホテル（経営者）	・販売単価を下げることにより、今までの来客数及び販売量はある程度維持することはできる。しかし、従来の利益率を確保するのは非常に難しい見通しである。	
観光型旅館（経営者）	・増税や社会、政治不安から景気は良くなる要素がない。	
都市型ホテル（スタッフ）	・定例の会合で、見積金額の引下げ依頼が増えてきており、相見積での競合も激しくなっている。従来は、低価格の会合もある反面、高単価の会合もあったが、その割合が低下してきている。	
都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門の外国人観光客は堅調に推移すると予想しているが、中国、韓国との関係が悪化すれば大きく影響を受けると思われる。宴会部門は予約状況も芳しくなく、国政選挙も予想されているなど、企業や団体の利用の更なる減少が見込まれる。	
都市型ホテル（客室担当）	・隣国との竹島、尖閣諸島の領有権問題の浮上により、外国人客の日本離れが懸念されるなか、秋の国内旅行も東高西低の状況は変わらない。	
旅行代理店（広報担当）	・竹島、尖閣諸島問題は解決のめども立たないなかで、事態が動かない状況が続くと思われるので、更に影響が出る。	
タクシー運転手	・気候が穏やかになってきて、汗をかかなくなる状態が増えてくる。ここ1か月ぐらいいは大丈夫であるが、それ以降はタクシーに乗る客自体が減ってくる。	
通信会社（社員）	・夏商戦も終わり、来客も落ち着く。また、冬モデルが発売されるまでは買い控えが起きる。	
通信会社（企画担当）	・好転する材料がない。	
テーマパーク（職員）	・増税法案も通り、領土問題を争点に隣国との関係も怪しい雲行きのなかで、景気だけはそれとは別に成長するとは思えないほか、具体的に世の中がどういう方向に進んでいくかもみえてこない。	
観光名所（経理担当）	・これから秋冬の集客イベントを予定しているが、前年度を維持できれば良い方で、全く期待できない。	
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・9月は人気アイドルグループなどのコンサートがあるので集客は期待できるが、プロ野球シーズンが終了となる10月中旬以降は、企業イベントなどが主となるため、集客は減少する。	
悪くなる	商店街（代表者）	・この先の天候がどう変化するか分からず、良くなるめども立たないので期待できない。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・消費増税に対する不安を口にする消費者が多い。経済が安定しているときならまだしも、社会経済が不安定なこの時期での増税は、今後の景気を一層悪化させるのではないかと強く懸念している。
	家電量販店（企画担当）	・韓国などのアジア企業のパワーに押され、日本メーカーが苦戦している。
	乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の終了による反落が始まる。

		観光型旅館（経営者）	・行楽のシーズンを迎えるが、ガソリンなどの高騰が家計に影響することが懸念される。	
		競輪場（職員）	・例年からみると悪くなっており、これを覆す要素が見当たらない。	
企業 動向 関連 (近畿)	良くなる やや良くなる	-	-	
		食料品製造業（従業員）	・今までが底であったため、これからは気温も下がり食品の荷動きは良くなる。遅まきながら、当社にも東南アジア方面の輸出が少しはあるが、国内の減収分を少しでもカバーできればと、もう少し拡販することを考えている。	
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量が多く、忙しいためである。	
		木材木製品製造業（経営者）	・新規事業の開始が時間の問題になってきているため、効果はおのずと表れる。	
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・9月の中間決算の影響があるかもしれないが、これからの第3四半期に向けて良くなっていくと期待している。医薬品では後発医薬品のシェアが25%を超えて勢いを増しているなど、国の後押しもあり成長している。いささか企業が乱立気味であるが、今後は合併などが進んでいくと思われる。関西で期待されている再生医療の推進と、ロボット産業の発展も、国を挙げて支援してほしい。	
		化学工業（経営者）	・8月はここ10年のなかでも最も悪かったが、問い合わせなどは増えてきているので、緩やかながら景気は回復する。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・秋から年末に向けて戸建住宅やマンションの需要増が見込まれるため、やや良くなる。	
		建設業（経営者）	・公共工事の入札案件なども出てきているので、少し改善すると思われる。また、太陽光発電の引き合いも増えてくることが予想される。	
		コピーサービス業（店長）	・年賀状の印刷シーズンに突入するが、需要自体は毎年微増の状態であり、今年も強化路線で進む予定である。また、大阪駅周辺の新しい施設開発など、若干明るい話題も多い。	
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・昨年の東日本大震災以降、カレンダー上の催事日やイベント日は、絆消費などで前年に比べて大きく売上を伸ばす傾向がみられる。特に、今秋については曜日配列から3連休が続くこともあり、増収が期待できる。	
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・株安の一服感を受けて、消費者の財布のひもが緩むことを期待している。	
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・現在は問い合わせ件数が増えている。	
		変わらない	食料品製造業（営業担当）	・9月以降も残暑が厳しいようであれば、飲料水の販売量は増加傾向となる。
			繊維工業（総務担当）	・靴下製品の販売状況は徐々に悪化していると、販売先の売上が示している。今後良くなる要因などが見出せない以上、この状況が続いていくものと判断している。
繊維工業（総務担当）	・イベントが前倒しの傾向にあり、今後の3か月に集中して行われるため、前年並みの売上を維持できる。ただし、その後の売上には不安がある。			
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・売上が季節的要因以外で増加する話を、顧客から聞くことがない。			
窯業・土石製品製造業（経営者）	・瓶を作っているが単価は高くない。中身が充てんされるとそれ相応の商品となるが、売行きは良くない。末端の消費が伸びていない。			
金属製品製造業（管理担当）	・LED、ソーラーパネル関連は売上が見込めそうだが、それ以外の部門の売上見込みが立たない。			
一般機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月は大きな案件がないので、大きな金額の受注は見込めない。			
一般機械器具製造業（設計担当）	・最低の受注量で推移している。良くなる要因がないのが正直なところである。			
電気機械器具製造業（経営者）	・欧州の動きがすっきりしない。円高も気になるところであり、新興国にも良いニュースがない。			
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・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）	・特に目立った大型物件がなく、このままの状態が続くそうである。			
電気機械器具製造業（営業担当）	・京都の豪雨で仕事が少し入ったが、その先の予定がない。			
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・現在仕掛中の海外向け案件の受注残がある。			
その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・人気商品が開発できない限り、売上は上がらない。			

	その他製造業 [履物] (団体職員)	・猛暑やゲリラ豪雨などの天候不順の影響が出てきそうである。
	建設業 (経営者)	・長引く景気の低迷により、民間の工事では活気ある設備投資も期待できない。官庁関係も発注量は減少傾向にある。
	建設業 (経営者)	・内外の政情不安の影響で、住宅など高額の出費を見合わせる雰囲気が見受けられる。
	輸送業 (営業担当)	・電子部品メーカーの不景気で倒産した下請工場もあり、影響は来月以降も広がる。
	輸送業 (営業担当)	・客の反応からシビアな感じが伝わってくるため、今後もこの状況が続く。
	輸送業 (営業所長)	・顧客からの継続的な案件提案はあるが、新規顧客の案件が乏しい。
	新聞販売店 [広告] (店主)	・8月は毎年折込件数が落ちるので、売上は良くないが、購読数が維持できているので変化はない。
	広告代理店 (営業担当)	・広告に対する問い合わせは増えており、前年を上回る動きはこのまま続くがそれ以上の材料がないので、全体としては今の状態が続く。
	広告代理店 (営業担当)	・しばらくは良い材料が出てこない。
	経営コンサルタント	・クライアントの製造計画は、受注の横ばいを想定したものとなっている。ただし、基本的には小ロット生産を基本にして、景気の悪化に備えている。
	司法書士	・今月はお盆休みもあり、いつもより更に事件数の少ない月であったが、現在の案件も少なく、今後も増加する見込みもないので、このままの状態が続く。
	その他サービス [自動車修理] (経営者)	・各地の災害でより一層厳しくなる。
	その他サービス業 [ビルメンテナンス] (営業担当)	・今後も新築案件が少なく、今ある物件の取り合いのようになっている。
	その他非製造業 [衣服卸] (経営者)	・実用衣料の販売は堅調だが、今後特に販売が好調に転じる兆しや理由がない。消費税増税決定の影響は、駆け込み需要も勘案すると、必ずしも消費量が減るとはみていないが、消費マインドの冷え込みを助長することは間違いない。
やや悪くなる	繊維工業 (団体職員)	・法人需要などが中心となるなか、国内景気には低迷感があり、当地のタオルへの需要も厳しくなる。
	化学工業 (管理担当)	・円高、ユ・ロ安による輸出量の減少やエコカー補助金の廃止により、自動車販売が減少する。
	金融業 (営業担当)	・電気使用量の調整や消費税の増税など、企業経営を圧迫していく要素ばかりであり、まだまだ厳しい状態が続く。
	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	・金物卸業界では、小売店である零細企業が年々廃業や倒産になり、販売先が減少しているため、売上も減少している。
悪くなる	化学工業 (企画担当)	・今後はますます米国の干ばつによる影響が、そのほかの市場へ波及する。
	プラスチック製品製造業 (経営者)	・決して悲観論ではないが、良くなるポイントが少な過ぎる。また、消費税率引上げに伴う駆け込み需要が予想されるが、業界としてはもう少し後の時期にずれ込む。
	金属製品製造業 (経営者)	・ユーザーの現地調達の方が急激に進み、中小の物づくり企業にとって大きな転換期であり、最悪の事態になりつつある。
	金属製品製造業 (営業担当)	・現地調達へのシフトに伴う注文のキャンセルの話が増えてきている。
	不動産業 (営業担当)	・神戸から事務所がいなくなっているが、その要因である円高はこれからも続くと思われるので、神戸の経済はまだまだ悪くなる。
	経営コンサルタント	・消費税の増税が決まったほか、政治の混乱で先行きが不透明であり、悪天候などの暗い材料も多いので悪くなる。
雇用関連	良くなる	-
(近畿)	やや良くなる	人材派遣会社 (支店長)
		・選挙次第で分からないが、しばらくは好調が続く。
		求人情報誌製作会社 (企画担当)
		・例年どおり8月から求人件数が増加し、過去のトレンドからいくと9、10月は増加する。製造業の生産計画が今後減少しなければ、基本的には上向いてくる。

	職業安定所（職員）	・ 求人増加傾向は、製造業が堅調に推移していることもあって、しばらくは継続する。その一方、新規求職者数が大幅に増加する要素は見当たらない。中国や韓国の情勢、解散総選挙、消費増税など先行きに不安要素はあるものの、大手物流業からの情報として、米国の大手金融機関の破たん以降は減収減益状態であったが、ここにきてようやく種々にわたって物が動いてきたとの話もあり、景気は緩やかな上昇傾向となる。
	民間職業紹介機関（大学担当）	・ 経済の回復は足踏み状態であるが、そろそろ現実的に人員の確保が求められる時期になってくる。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・ 8月に入って、特に益明け以降、ムードがかなり変わってきている。特に派遣の規制強化のほか、大手電機メーカーの問題などで、企業にとっては派遣社員や正社員を雇う意欲は減退してきている。新しい案件は見受けられるが、実際の予算がつかかどうかは保留のケースが多く散見される。10月以降は少し心配な動きが出てくる。
	人材派遣会社（役員）	・ 米国や新興国の景気動向、欧州の信用不安の行方など、世界経済の動きに影響される部分が多く、数か月の期間でみればこれらの懸念はまだ解消されない状態が続くため、現状が継続すると考えざるを得ない。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ 内政問題も外交問題も非常に流動的であるほか、関西経済を引っ張る電機業界の一角も厳しい状態であり、景気が上向き要因に乏しい。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ 関西、特に大阪エリアに関しては来年にかけて期待はするものの、経済全体の方向性が良くなる要因が具体的に出てこない限り、景気回復の大きな流れはできない。
	職業安定所（職員）	・ 全体的に求人は増加傾向にあるが、製造業においては、長引く円高による影響が出ている事業所もあり、先行きに期待できないとの声も聞かれる。
	職業安定所（職員）	・ 新規求人数の動きは前年比で7か月連続で増加しているが、円高や欧州の信用不安の拡大もあり、先行きは引き続き不透明である。
	職業安定所（職員）	・ 欧州の信用不安、円高の長期化などで先行き不透明感が高まっており、求人の大幅な増加は見込めない。
	職業安定所（職員）	・ 中小、零細企業が大半を占める当地域では、目にみえた景気回復は当分望めない。
	民間職業紹介機関（職員）	・ 登録事業所側の反応からすると、日雇求人数が伸びる余地はあるが、建設の日雇労働者数の減少が足を引っ張っている状況である。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・ 短期的には変わらない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・ 今後の求人については、10月以降の様子をみたい。
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・ 欧州の信用不安のほか、関西では大手家電メーカーの先行きが懸念される。有効な景気対策がなく、景気の上昇機運を感じられない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 特に、関西の地場産業の元気がない。消費増税の決定で早い企業は動いてくると思うが、まだみられない。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・ 貿易相手国として第1位の中国や第3位の韓国との間で領土問題が過熱しており、経済面へ飛び火することがあれば、求人などへのマイナスの影響も出てくる。
	民間職業紹介機関（支社長）	・ 下期は通期利益を確保すべくコスト削減に向かう企業が増えそうである。新規投資や求人などに意識が向かいにくいと感じる。
悪くなる	-	-