

## 7. 近畿（地域別調査機関：リそな総合研究所（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）	単価の動き	・この4月以降の傾向として、インターネットサービスの加入コースでは、高付加価値で少し価格の高い物を選ぶケースが増えてきている。
	やや良く なっている	一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・特に高額品が動いたわけではないが、腕時計の購入、バンドの交換、修理とバランスよく動いて、売上を伸ばすことができている。特に、若い客が興味を持って買ってくれたことが、最近にない動きであり嬉しく感じた。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・先月に一部、改装オープンを行い、来客数は従来の倍となっている。新たな客層も取り込めており、従来と比較しても売上は大幅に増加している。ただし、目標には達しておらず、客の購買も、まとめ買いや先行購入などの動きは消極的であるため、必ずしも良い状態とは言えない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・クリアランスセールスタートが、今年は6月28日で、前年は7月1日であったこともあり、今年は来客数、売上共に前年比は大きくマイナスとなった。ただし、6、7月の合計では高額品が好調を維持し、全体でも前年を上回っている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・高級ブランドの宝飾品や高額な美術品などの購入を迷う場合も、今が買い時だと考えて買う傾向が強まっている。
		百貨店（サービス担当）	来客数の動き	・今月は新しい商業施設のオープン後、初めてのお中元商戦であったため、来客数の増加につながり、売上も前年を大きく上回っている。そのなかでも、宝飾品や美術工芸品が好調に推移している。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・株価の上昇に伴い、海外ブランドの時計や高級ブランド品の売上が、一部の富裕層によって急伸（前年比30%増）している。一方、リビング関連やファッション衣料品は、クリアランスの前倒しを含んでも前年比で微増（3%増）である。
		百貨店（店長）	単価の動き	・特に、ここ数か月は店舗での客単価が上がってきている。
		百貨店（服飾品担当）	単価の動き	・前月、前々月に続き、高額のアクセサリーなどの動きが良く、カラットの大きなダイヤやパールなどが売れている。また、客からは、もっと大きな宝石が欲しいという声も聞かれる。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・引き続き、海外ブランド品や高級時計、宝飾品が好調に推移している。最近は特に、来年の消費増税を意識して購入する客が見受けられる。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・少し高価な商品の売行きが上向いている。以前に比べると、少し高価な果物、新鮮な野菜、新しい商品や、珍しい商品の動きが良い。その一方、低単価品を選ぶ目は厳しいなど、景気が上向いている感はない。少し高価な商品と、安い商品を組み合わせることで、支出が増えないようにしている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今年の傾向として、中食の売行きが前年比で3%ほど減少しているが、夏物商材のアイスクリームや飲料水は売上増となっている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・ファストフードを中心に、プレミアム系の商品の売上が相変わらず好調で、客単価が上昇傾向にある。
		コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・猛暑や早い梅雨明けなどの天候要因により、飲料やアイスクリームなどの販売が好調であるが、まだアベノミクスの効果は日常生活品などには出ていない。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・猛暑でエアコンや冷蔵庫の販売量が増えており、特に節電志向の高まりで、高付加価値商品の動きが良い。
家電量販店（店長）	単価の動き	・節電効果の高いエアコン、冷蔵庫への需要が高まるなど、消費増税や電気料金値上げの影響が出始めている。		
住関連専門店（店長）	来客数の動き	・商談に積極的な客が徐々に増えてきた。また、観光客からの受注も増えてきている。		
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・猛暑日が続いているが、ランチ、ディナー共に、来客数の動きは好調である。		

一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・来客数、客単価共に、前月に続いて前年を上回っている。アベノミクスへの期待感に高単価戦略がうまく合っている。さらに、いろいろなテレビ番組で紹介されるように働きかけを行っていることも影響している。	
観光型旅館(経営者)	販売量の動き	・夏らしい天候にも恵まれ、今月は入込客の状況が良かったが、来月のお盆の予約状況は鈍く、海外や遠方への旅行が人気である。	
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・例年よりも予約の動きが少し速い。	
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・6月は特殊要因で大幅減収となったが、今月は宿泊、宴会、食堂共に、前年の売上を上回っている。出張が増えているほか、会合関連の問い合わせも増えてきている。ただし、販売価格の上昇には客の抵抗があるほか、仕入価格や光熱費の上昇により、収支は良くならない。	
都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊では客室稼働率が依然として高水準を保っているほか、宴会の開催件数も前年を上回っている。ただし、宴会の1件当たりの販売単価は、まだ回復していない。	
旅行代理店(店長)	来客数の動き	・申込客が増え始めており、海外旅行ではソウルやタイといったアジア方面が増えているほか、年末の旅行にも早い時期から問い合わせが始まっている。	
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・高額な旅行の受注が増えている。	
タクシー運転手	お客様の様子	・遠距離、近距離を問わず、流し営業で比較的容易に乗車する客が増えている。	
タクシー運転手	来客数の動き	・暑い日が続いているが、雨天など天候が崩れた場合は、タクシーに動きが出る。	
パチンコ店(従業員)	来客数の動き	・若干であるが滞在時間が伸びて、来客数も増えている。	
その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	来客数の動き	・奈良では日本人観光客だけではなく、外国からの観光客が、暑い時期になっても増えていることを実感している。	
住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・消費税の増税をにらみ、建築請負、不動産販売共に、前年に比べて少し増加傾向となっている。	
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)	お客様の様子	・一部の法人、個人に限られるが、不動産の取得需要は若干高まっている。	
その他住宅 [展示場] (従業員)	来客数の動き	・今月の住宅展示場への来場者は、前年比で2割増の伸びとなっている。	
その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・マンションのモデルルームへの来場者数や成約率は、引き続き高水準で推移している。消費税率の引上げ前の駆け込み需要というよりも、金利の先高感による部分が大きい。	
変わらない	商店街(代表者)	お客様の様子	・暑さによって商店街の通行人が減っている。大型商業施設の夏商戦もあり、そちらに流れている部分もある。地元企業はまだまだ営業状況が苦しい。
	一般小売店 [事務用品] (経営者)	販売量の動き	・夏の商品の動きが悪いのは例年と同じであるが、これからの秋冬に向けた商談が出てこない。
	一般小売店 [食料品] (管理担当)	販売量の動き	・お中元の時期であり、今月までは売上は順調に伸びている。
	一般小売店 [精肉] (管理担当)	お客様の様子	・景気が全体的に良くなっているとは感じられない。ただし、円安を背景に外国人観光客が増え、何らかの好影響を受けていることは感じる。日常レベルの消費では、デフレや節約の基調に変化はなく、厳しい状況は全く変わっていない。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	単価の動き	・物の値段が先に上がっても、売上が足踏み状態のため、景気の回復はまだまだ遠い。

一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バーゲンの開始時期が遅れたせいか、客足が鈍い。高騰する野菜やその他の食料品への支出が増え、衣料品にまで手が回らないという消費者の声も耳にした。以前のように経済への不安に関する声は少ないが、上がり始めた物価に対して給料の増加が見込めない分、生活が圧迫されている実感が強いという消費者が多いように感じる。</li> </ul>
一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・この暑さで来客数が激減している。</li> </ul>
一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まだまだ納品先の店は、客の動きが悪く、厳しい。</li> </ul>
百貨店（売場主任）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今年はクリアランスの立ち上がりを6月に前倒ししたため、7月の売上は前年と比較して悪いが、屋上のビアガーデンや地階の食料品売場を中心に、来客数は増えている。</li> </ul>
百貨店（売場主任）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新しいマーケットが生まれてはいるが、消費や雇用が安定しておらず、国内の景気も先行きは不安定である。</li> </ul>
百貨店（企画担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来客数は前年の倍以上に増えているにもかかわらず、購入客が非常に少ない。必要以上の物を購入しない傾向がみられる。</li> </ul>
百貨店（営業担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・衣料品のセール時期のずれにより、婦人服の販売が低迷している。食料品は堅調に伸びているが、お中元商戦は参議院選挙後も客が戻ってこない。</li> </ul>
百貨店（商品担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪市内では大型商業施設の出店や増床が相次ぎ、そのたびに客の流れが変わるため、売上や来客数の変化と、実際の景気との関連が読みづらい。さらに、今年は全商品ではないものの、夏物の値下げが6月に前倒しとなり、7月の売上が厳しいため、一度は持ち直していた消費が再び少し厳しくなっている。</li> </ul>
百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来客数に大きな変化はない。顧客の動向からは、ギフトの購入は全般的に減少傾向で、シビアに選別している様子がみられる。また、定価品の動きは2極化し、秋物の販売が前年よりも大きく増えている一方、値下げ商品に前年よりも反応が出たり、安売り関連の催事にも反応がある。</li> </ul>
スーパー（経営者）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今月に入ると、上旬から中旬は参議院選挙の影響からか、客の動きがおかしかった。後半以降も単価の低い物しか動かない状況である。</li> </ul>
スーパー（店長）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来客数は増えているが、単価は低めの推移となっている。店舗の増加に伴って買い回り客が増えているため、単価が伸びない。</li> </ul>
スーパー（店長）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・気温の状況などの外的要因もあり、上向きとは言い難い状況が続いている。</li> </ul>
スーパー（店長）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・普段の買物は販売量や単価も変わらず、購買動向にあまり変化はみられない。ギフトや夏休み需要で一部に堅調な商品もあるが、全体的には横ばい傾向である。</li> </ul>
スーパー（店長）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原料価格の値上げによる関連商品の価格変更により、客の買い控えがみられる。広告商品も若干値上げしたため、販売量が減っている。安いだけでは売れず、今後は価値のある商品の販売が必要になってくる。</li> </ul>
スーパー（経理担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・梅雨明け直後の猛暑により、季節品を中心に販売が上向いたが、7月中旬以降はゲリラ豪雨に見舞われるなど、天候が不安定になり季節品の動向が一服している。天候や気温に大きく左右されるなど、消費には力強さが今一つ感じられない。</li> </ul>
スーパー（広報担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・6月の好調は季節品が前倒しで売れただけで、今月はペースダウンしている。ただし、トータルで見れば大きな変化はない。</li> </ul>
スーパー（社員）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・例年以上に気温の上昇が急であり、実用衣料や冷菓などの動きが良くなっている。ただし、昼間の気温の高い時間帯は、来客数が例年よりも落ち込んでいるため、全体に伸び悩んでいる店が多い。</li> </ul>
スーパー（販売担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来客数の動きをみていると、広告初日の目玉商品を買うために、かなり短時間に来客が集中するが、それを買った後と他の商品を買わずにレジに並ぶため、午前中は来客数が増加するものの、トータルで見ると変化はない。</li> </ul>

スーパー（企画）	単価の動き	・継続的な客単価、1品単価の上昇はみられない。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・従来と変わらず、購買点数の増加がみられない。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客は固定客に限られ、単価も横ばい状態が続いている。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・趣味や自分の好きな物にはお金を使うが、仕事着などは節約している。
家電量販店（店員）	お客様の様子	・まだまだ消費者の間では景気の回復感はない。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・参議院選挙も終わり、総理の声ばかりが大きくなっているが、アベノミクスの効果は、末端の小売業者には伝わってこない。一般的に大企業の業況は良いが、中小企業の小売業にまでは全体的に波及してこない。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・4月からの月間受注台数に変化がみられない。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・客からは、株で儲けた人と、損をした人の話が多いが、株を持っていない客は景気回復の恩恵を受けていない。収入の格差が3か月前よりも大きくなっているように感じる。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・梅雨の時期が短かったこともあり、6月下旬から暑い日が続き、水物や日焼け止めなどの売行きが良かったが、その反動か、7月に入って来客数が減っている。
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・売上の前年比は変わらない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	来客数の動き	・催事において、特に来客数の増加はなく、売上にも目立った増減がない。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・アベノミクス効果はレジャーや大きな買物には現れているように見受けられる。ただし、飲食業界に恩恵が出てくるのは、まだまだ先である。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・猛暑で商店街の人通りも少なく、特に高齢者が歩いている姿は見かけない。割引券をチラシで入れたため、昼間は来客があるものの、売上は変わらない。
一般レストラン（経理担当）	単価の動き	・アベノミクスへの期待感が高まっていたが、生活者には実感がない。逆に、物価や各種料金の値上げにより、期待感がなくなっている。
一般レストラン（店員）	来客数の動き	・暑さのせい、来客数に伸びがない。
スナック（経営者）	来客数の動き	・プライベートイベントを開催したお陰で、わずかに売上が増えている。
観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・例年に比べて若干は来客数が増えているが、2～3か月前よりも客単価が落ちている。
観光型旅館（団体役員）	単価の動き	・宿泊人員総売上や消費単価は前年を上回っているが、1人当たりの宿泊単価は96%止まりである。2年前比でみても約95%止まりとなっている。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・景気は上昇傾向となっている感覚があったが、株価は乱高下、円安傾向も一時ストップし、参議院選挙後も景気浮揚とはなっていない。逆に、輸入品の値上がりなどで企業収益が悪化し、景気は横ばい状態で推移している。
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・宿泊部門は、訪日外国人の動きが活発で好調を維持しており、宴会部門も前年を上回っている。レストラン部門は参議院選挙の影響が少しあったのか、ほかの部門に比べるとやや鈍い動きとなっている。
都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・春以降、梅田、阿倍野地区にオープンした商業施設の影響もあり、市内全体が潤っているように感じる。当ホテルも、稼働率、客室単価共に、前年を上回る見込みである。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・テーマパークが大きく引っ張る形で国内旅行は伸びているが、海外旅行の受付は円高の影響か、昨年を上回っていない。
旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・円安が進んでいるため、海外旅行需要が伸びてこない。景況感の好転と円安による価格上昇傾向が綱引き状態となり、前年よりも少し低調な推移となっている。一方、国内旅行は東京方面が絶対好調で、海外の不振を国内がカバーしている。
タクシー運転手	競争相手の様子	・企業の利用が若干みられるが、この夏の暑さで歩くのは疲れることが原因である。

	通信会社（企画担当）	競争相手の様子	・ライバル会社の主力メダルゲーム機の販売状況が良くないと聞いている。
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・やはり、暑さの影響は大きい。屋外のレジャーでは熱中症の危険が増し、年少者や高齢者層の客が多い施設では、特に厳しい。
	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9,707円で、3か月前の9,433円よりも少し上昇しているが、良くなっているとまではいえない。
	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	・海外からのインバウンドが堅調で、イベントに対する国内観光客の反応も悪くない。ただし、物品購入意欲などが特に伸びているとは思えず、消費単価も変わらない。
	美容室（店長）	来客数の動き	・来客数の減少が続き、現状維持が難しい状況である。
	その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	競争相手の様子	・新規の出店情報をあまり聞かなくなっている。
	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	・ようやくレンタル売上が前年を上回るようになってきており、CD売上の落ち込みをカバーしている。また、書籍関係も順調に推移している模様である。
	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・消費税の増税を見込んで、来年4月までの販売計画を立てて分譲しているが、建材などの価格も少しずつ上がってきており、来客数も減っている。
	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・アベノミクスの影響が既に影を潜めた感もあるなか、消費増税などの景気減退要因もあり、景気が上向き期待感は薄い。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築マンションの購入意欲は非常に高く、一部の物件を除いて販売状況は好調に推移している。販売状況の芳しくない案件も、価格を少し下げるとすぐに動き出す状況である。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・大阪は、4、6月の大型商業施設の開業による地域間、地域内競争の激化で、既存店舗の売上に悪い影響が出ている。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街では猛暑で客の出足が鈍いほか、目的買いが多く、買物を楽しむような雰囲気がない。結果として客単価も上がらず、来客数が減れば売上もすぐに減るような、厳しい月となっている。
	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	来客数の動き	・参議院選挙期間中の来客数の減少が話題になっていた。時間つぶしにカフェ、喫茶店に来ていた客が減少している。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・今年は早い時期から暑いため、客は生ものを敬遠している様子である。
	一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・今年7月現在と4月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は7月が88.5%で、4月が88.3%、関東は7月が107.5%で、4月が92.0%、中部は7月が91.6%で、4月が73.7%、中国は7月が99.2%で、4月が97.6%となり、各地区合計は7月が93.7%で、4月が86.7%となっている。一部で前年を上回った地区もあるが、依然として厳しい状態には変わりなく、回復傾向に転じることはもちろん、前年並みに回復することさえ難しい。
	一般小売店〔花〕（店長）	来客数の動き	・暑さの影響で、夕方までの来客数がかなり減少している。夕方からの客では売上は伸びない。
	一般小売店〔酒〕（社員）	来客数の動き	・来客数が、ここ半年で初めて前年割れとなる見込みである。高額品の動きは良いが、フェアなどの価格訴求がなければ売上が見込めない状況は、前年と比較して景気が良いとは感じられない。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・6月については、ファッションのクリアランスの前倒しもあり好調に推移したが、7月に入って厳しい状況にある。

	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・5月より免税売上がほぼ前年比で倍増となっており、外国人観光客による売上は確実に売上増につながっている。また、外商顧客による100万円前後の高額品の購買も、好調な状況である。一方、来客数は前年比で4%減となっており、梅田に加えて阿倍野地区の百貨店のリニューアルによる影響を受けている。来春は阿倍野地区の百貨店が本格オープンとなるため、顧客流出が予想され、状況は厳しくなる。	
	百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・今月はセール時期となり、フリー客やマーケットが動く時期でもあるが、昨年来の商業施設の開業や増床でマーケットが分散し、既存店は厳しい状況である。特に、衣料品の落ち込みが激しい。また、クリアランスのスタートが分散したことも悪化要因となっている。	
	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月に入り、来客数が前年や前月よりも減少している。また、客単価も前年割れと苦戦が続いている。特に、月中旬以降の動きが悪く、再値下げなどの商品も購入点数が伸びない。必要な物を厳選して購入する傾向は、依然として変わらない。	
	スーパー（店長）	単価の動き	・今月に入り、前月までの反動もあるものの、衣料品や住居関連品が非常に苦戦している。本当に必要な物以外は、購買意欲が感じられない。	
	スーパー（企画担当）	単価の動き	・来客数が前年比で97%あるのに対し、売上は95%と開きがある。	
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・おにぎりや弁当の販売量が伸びないほか、今年のような販売については、価格の高騰やスーパーなどとの価格競争で伸びていない。	
	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・今年の春夏はヒット商品がない。以前のヒット商品も値崩れが激しく、客は単価の安い商品にしか目を向けない。	
	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・政府による景気対策やその効果を報道で見聞きし、実際には何も良い影響を受けていないことを、ほぼすべての客が感じている。自動車の購入につながるような様子はみられない。	
	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・主力のカタログ事業が婦人服を中心に苦戦が続いている。また、猛暑にもかかわらず、冷感寝具などの動きもあまりみられないなど、なかなか客の購買に結びつかない。	
	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・7月はやはり参議院選挙や知事選の影響もあったのか、4～6月に比べてやや勢いは減速したものの、昨年と比べると良くなっている。	
	タクシー運転手	お客様の様子	・世間では景気が良くなっているといわれているが、客をみていると日に日に悪くなっているように感じる。	
	通信会社（社員）	販売量の動き	・夏モデルの前倒し販売や、通信会社の施策に左右されており、厳しい状態である。売るために投資を行っても、販売台数、利益共に、数か月前に比べてかなり悪い。	
	悪くなっている	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は低水準で、顧客の年齢が高いため、天候に左右されやすい。今月は天候が安定していなかったことが、来客数が減少した大きな原因と判断している。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・海の日を境に来客数が減少している。ゲリラ豪雨なども影響し、エアコンを中心とした季節商品の動きが止まっている。
企業動向関連（近畿）	良くなっている	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	・猛暑効果も相まって、駅ナカの各店では飲料を中心に菓子類、チルド食品がよく売れている。熱中症の発生増加をニュースでみた人が、予防対策として関連商材を買い求めているようであり、駅構内の熱気も購買意欲を高めている感がある。
	やや良くなっている	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・先月は、国内向けの建築材料の販売数量が前年比で約25%減であったが、今月は約10%の減少でとどまっている。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・建築関係の動きは今一つであるが、自動車関係などを中心に出荷量は増えている。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・建築・土木関連の出荷量が増えてきている。以前はほとんど残業することがなかったが、最近では2時間以上の残業や休日出勤などで対応している。また、太陽光発電関連は相変わらず好調である。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・悪いながらも、受注が増加している様子である。

	金融業〔投資運用業〕(代表)	それ以外	・株価の上昇効果が出ている。
	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・紙媒体、インターネット媒体共に、今年に入って出稿が前年比で110%を維持しており、安定してきている。
	その他非製造業〔衣服卸〕(経営者)	受注量や販売量の動き	・梅雨明け以降、実用衣料の消費は盛り上がりを見せている。暑さの到来とともに、売上も急伸した。最近土日に雨が多いため、月後半は例年並みの売上に収まっているが、全体として水準は上がってきている。
変わらない	食料品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・新製品の売上は伸びているが、量販店向けの家庭用製品は前年を下回っている。プライベートブランドの台頭により、既存製品の販売量が落ち込んでいることが原因である。業務用製品は大きな変化もなく、販売は堅調とまではいかないが、何とか売上を維持している。
	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・例年並みに一定の受注がある。
	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	・最近の見積などの引き合いについて、来年4月以降の見積は消費税を8%と表示しているが、客からはあまり良い感触が得られない。一方、住宅業界は消費税増税を想定して販売促進を図っているため、来年の3月までは受注量が増えるが、弱電関係はなかなか受注量の増加に結びつかない。
	金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・為替が円安になり引き合いが出てきてはいるが、原材料価格の値上げなどで、決まるまでには至っていない。
	電気機械器具製造業(経営者)	それ以外	・現在の身の回りの状況と、将来の見込みが大きく崩れており、景気動向が読みにくい。今は円安の恩恵を受けているが、中堅・大手企業の海外移転の動きは加速している。政府は個人の収入も徐々に増えるとの見通しを示しているが、そう簡単ではない。
	電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・製造メーカーの設備投資がやや増加する感はあるが、増加や減少が続くような一定の方向性は不透明である。
	電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・例年よりも早い梅雨明けにより、今月中旬ごろまではエアコンをはじめとする夏物商品が堅調な荷動きであったが、後半は失速気味である。
	電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注量、売上共に低迷したままである。
	電気機械器具製造業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・戸建住宅やマンション向けの製品が好調であるが、家電関連は相変わらず価格競争が厳しく、伸び悩んでいる。
	輸送用機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・国内受注が伸び悩んでいる。引き合いは海外の方がウェイトが大きくなっている。この傾向は前年度の流れと同じである。
	その他製造業〔事務用品〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注量や売上に変化がない。
	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・主要な客の受注が一段落しているように感じる。ただし、消費税の増税を控え、不動産会社は忙しくしていると聞いているため、来月以降にこの好影響が出てくる。
	建設業(経営者)	それ以外	・最近、技能労働者不足が問題になってきている。東日本大震災の本格復興が始まれば、より深刻になる。
	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・住宅ローン融資の実行が難しい客が多い。
	輸送業(営業所長)	受注量や販売量の動き	・通常の荷動きであり、変化はみられない。
	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・例年どおりの動きとなっている。
	輸送業(商品管理担当)	受注量や販売量の動き	・お中元で受注量が伸びている。
	不動産業(営業担当)	取引先の様子	・神戸では事業所が減り、それに伴う転勤も少なくなっている。それによって賃貸や事務所の需要もなくなり、賃料の低下や空室率の上昇につながっているが、景気自体は横ばいで推移している。
	新聞販売店〔広告〕(店主)	受注量や販売量の動き	・折込件数は、増えもせず、減りもしないという状態で推移している。
	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年度始めから広告の動きはあまり良くない状態が続いているが、2年前よりは良くなっている。

	経営コンサルタント	取引先の様子	・中小企業向けに用意されている各種の助成金が、事業意欲を刺激している。景気の改善を実感している事業者はいないが、助成金に背中を押され、新製品開発や新規事業に着手している。	
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・アベノミクスの効果も出ておらず、変化がない。	
	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・若干ではあるが客単価の上昇がみられる。ただし、継続的な動きかどうかの判断は難しい。	
	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	・自動車保険が昨年末に改定になってから、保険での修理が減少している。お盆休み前にもかかわらず、入庫台数が少ない。	
	その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	取引先の様子	・輸入している商材単価が上がってきているが、現状は得意先に価格転嫁できていないため、利益が減っている。非常に苦しい状態である。	
	その他非製造業 〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・生産が拡大していない。	
やや悪くなっている	繊維工業（総務担当）	競争相手の様子	・予想外の会社が自己破産となり、利益確保の難しさをひしひし感じている。販売量は前年比で2割ダウンしており、このままで良いはずがない。生産と販売のバランスがずれ始めているため、再調整が必要である。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・食品メーカーなどが、原料値上げで包装量を変更したりしているが、販売量は減少している。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・本業ではない自動車業界にけん引されている状態では、不安定要素が多く、受注のタイミングによって好不調が大きく変わる。本来は家電業界の回復が指標となるが、まだまだである。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は鉄鋼関連の顧客が多いが、新規設備投資の案件が少ない状況である。このため、具体的なプロジェクトの動きが鈍い。	
	通信業（管理担当）	それ以外	・野菜の価格が高騰し、ほかの商品も円安によって価格が上昇しているにもかかわらず、消費者の収入が増加していない。	
悪くなっている	○	○	○	
雇用関連 (近畿)	良くなっている	－	－	
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・参議院選挙も与党の圧勝で幕が下りたが、経済界には良い風となりそうである。選挙から日数が経っていないほか、お盆も近く、猛暑でもあるため、本格的な雇用関係の動きは9月からという雰囲気になってくる。
		人材派遣会社（支店長）	周辺企業の様子	・製造業はまだまだ落ち込んでおり、非常に厳しい状況であるが、物流業に関しては例年よりもオーダー数が伸びるなど、動きが少しずつ出てきている。
		人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・仕事を紹介したスタッフから、正規雇用ではないが、ほかの案件が決まったことによる辞退が相次いでいる。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・一時的勢いはなくなったものの、求人広告は引き続き安定的に出稿されており、景気は上向いていると感じられる。
		民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・徐々に採用関連は回復し始めており、今後の景気動向が大きなカギとなる。
		民間職業紹介機関（支社長）	採用者数の動き	・成約件数が伸びており、特にインターネット媒体での採用が増えている。
変わらない		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数は前年比では着実に伸びているものの、経済全体では成長戦略が当初の期待値を下回っている印象があり、目立った変化は期待できない。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・参議院選挙の結果次第ということで、模様眺めの動きがあったように感じられる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新聞の求人広告量には、いまだに目立った変化はみられない。
		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、アベノミクスの効果にはまだ実感がない。地元からの出稿は前年比で1割減と、梅田や阿倍野地区での商業施設のオープンによる盛り上がりも落ち着いた様子である。

	新聞社 [求人広告] (営業担当)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・優秀な人材を確保したいという傾向が強まっており、新聞の求人広告にも少しずつ反映されつつある。自動車メーカーの期間従業員の募集が徐々に動き始め、転職の面接なども水面下では動き始めていると聞く。</li> </ul>
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新規求人数は17か月連続で前年を上回ったものの、パート求人の増加によるものであり、一般求人の減少や製造業求人の減少などの不安要素がみられる。ただし、新規求職者数は減少傾向が続き、高卒求人も大幅な増加を示しているなど、景気が下向きという感触はない。</li> </ul>
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新規求人数の動きについては、医療・福祉、卸売・小売業、宿泊・飲食サービス業からの求人は引き続き増加しているが、建設業は減少している。</li> </ul>
	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・建設部門の日雇い求人では、人手不足がずっと問題になっている。建設業者は、せっかく仕事の声がかかっても、これ以上は引き受けられない状態が続いている。</li> </ul>
	民間職業紹介機関 (営業担当)	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特筆すべき変化が感じられない。</li> </ul>
	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・求人依頼の件数については、例年とあまり変化はないが、少し立ち上がりが遅いように感じる。今後の景気動向を確かめるため、慎重になっているのかもしれない。</li> </ul>
やや悪くなっている	—	—	—
悪くなっている	—	—	—