

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	百貨店（服飾品 担当）	販売量の動き	・化粧品の上昇が順調に回復している。4月は前年比70%、5月は80%、6月は90%であったが、店舗によってはほぼ前年並みに売上が戻っており、基礎化粧品などのよく使う商品の売上は完全に回復している。アクセサリーなどの装飾品関連も順調に回復し、消費税増税の影響はほぼなくなっている。
		コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・猛暑により、アイスコーヒーなどの飲料水が好調である。また、アイスクリームを平らなケースに入れて選びやすくしたことで、売上が前年比で150%に伸びている。
	やや良く なっている	百貨店（企画担 当）	来客数の動き	・夏休みに入り、入店客数が更に増加している。今夏の旅行地として大阪の人気が上がっていることも好材料である。
		百貨店（企画担 当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で、自社カードを使って買物をした客の落ち込みが、5月中旬以降は大きくなっていた。請求が届いて高額品を購入したという実感が高まり、消費に消極的になったことが推測される。今月に入り、これらの客の売上は回復傾向をみせているため、今後は少しずつ好転していく。
		百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・競合店との競争による影響が出ていた食品の売上が、少し回復している。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・先月から当店への来客数は増加傾向にあり、購買点数、購買金額も改善している。
		百貨店（マネー ジャー）	販売量の動き	・消費税増税前に大幅に売上が増えた宝飾品や時計を除けば、販売量、金額共に前年を上回り出している。特に、テレビなどで取り上げられた商品は、高額品でも好調に販売を伸ばしている。
		百貨店（外商担 当）	単価の動き	・消費税増税の影響が顕著であった宝石や時計の売上が回復してきている。特に、高級品の受注が戻ってきたことで、購買単価が上がってきている。
		百貨店（売場マ ネージャー）	それ以外	・消費税増税の影響がみられた4月に比べると、婦人服やリビング関連は回復しているが、今月にスタートしたセールでも身の回り品や靴関係、紳士服飾はあまり良くない。ボリューム品を扱う売場が良くないことで、単価、数量共に苦戦している。
		スーパー（店 長）	単価の動き	・来客数は減少傾向が続く、単価も若干の上昇にとどまっていたが、ようやく梅雨明けで季節品が動き出すなど、回復の兆しがある。
		スーパー（店 長）	単価の動き	・価格と品質のバランスに対する意識が高まっているのか、1品単価が上がってきている。一方、来客数はオーバーストアの影響でなかなか回復してこない。
		スーパー（店 長）	単価の動き	・消費税増税後の単価アップによる影響が大きい。日持ちのする商品や雑貨、一般食品の売上は低迷していたが、回復傾向となり、売上、粗利益共に前年を上回っている。
		スーパー（企画 担当）	販売量の動き	・消費税増税直後の影響が薄らいできている。
		スーパー（社 員）	販売量の動き	・水産品、畜産品を中心とする生鮮食品の動きの良い状態が続いている。相場が高いことも要因であるが、今月に入って気温の高い日が多く、バーベキュー関連商品やうなぎなど、夏物商材の販売量が増加している。
		スーパー（企 画）	来客数の動き	・4月の消費税増税から丸4か月経過した。回復度合いについては、客単価や1品単価は前年を下回ることもあるが、来客数や買上点数は前年を上回っている。品目別には、食料品は好調であるが、衣料品や住居関連は7月の天候不順で季節商品を中心に回復が遅れている。
		コンビニ（経営 者）	単価の動き	・依然としてプレミアム商品の売上が好調に推移しており、高単価のうなぎ関連商品も昨年よりも売上が増えたことで、客単価が上昇している。
		衣料品専門店 （営業・販売担 当）	お客様の様子	・例年は7月に入ると夏物のオーダーが減るが、今年はオーダーが続いている。
		家電量販店（経 営者）	販売量の動き	・エアコンを中心に夏物商品の販売量が例年並みに戻るなど、ボーナス増の影響で販売量の増加につながっている。
乗用車販売店 （経営者）	お客様の様子	・例年7月は動きが良くなるが、今年は特に家族で来店して車を購入する客が多い。		

乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・消費税増税後、駆け込み需要の影響で販売量は減少したが、3か月以上が経過し、反動減も薄れてきたように感じる。無駄遣いではなく、良い物は高くても購入するという傾向が強い。	
高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・日によって波はあるものの、平均してディナーの予約は多い。	
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・周年イベントで発行したインターネットのクーポンによる効果が続いており、新規顧客が増加しているが、利益は少ない。また、次回の来店動機にはなるが、短期的な効果は期待できない。	
一般レストラン (店員)	来客数の動き	・例年は夏に向かって動きが悪くなるが、今年は売上などが落ちていない。	
都市型ホテル (支配人)	単価の動き	・外国人観光客の宿泊が最近多くなっている。テーマパークの人気もあり、かなり関西地区に活気が出てきている。特に、宿泊部門では売上が前年比で15%増という状況が、ここ2～3か月続いている。	
都市型ホテル (総務担当)	単価の動き	・宿泊客の客単価が上昇傾向にある。	
旅行代理店(店長)	単価の動き	・客は単価をあまり気にせず、行きたいエリアなどで検討している。	
旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・法人需要は引き続き堅調であり、一般客に関しても4月の消費税増税時に比べると上向いている。	
タクシー運転手	お客様の様子	・消費税増税があったものの、客の乗り控えもなく、順調に推移している。	
タクシー運転手	競争相手の様子	・周辺企業への訪問者が増えているほか、この暑さもあり、タクシーの利用率が上がる傾向にある。建築関係の警備員なども増え、景気が良くなっているように感じる。	
住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・消費税増税による落ち込みがなくなり始めた感があり、来客数も伸び始めている。	
変わらない	一般小売店〔衣服〕(経営者)	お客様の様子	・今月の売上は29日現在で前年比98%、来客数は95%の数字が出ている。
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店舗の平均で見ると、関西は7月が92.0%で、4月が98.9%、関東は7月が90.6%で、4月が96.2%、中部は7月が81.2%で、4月が84.9%、中国は7月が95.0%で、4月が87.1%となり、各地区の平均は7月が89.2%で、4月が94.1%となっている。相変わらず全国的に非常に悪い。唯一、大阪の阿倍野地区の新商業施設関連は好調であるが、ほかの地区は厳しい状態が続いている。7月に入り、お中元時期もピークを過ぎたが、経過は良くなく、しばらくは全国的に厳しい状態が続く。	
一般小売店〔衣服〕(経営者)	競争相手の様子	・月初めから近くの百貨店でバーゲンが始まったので、来客数が減少している。	
一般小売店〔衣服〕(経営者)	販売量の動き	・夏場は毎年衣料品の動きが悪いが、今年はセール時期に入っても客足が鈍い。それに伴い、1人当たりの購入単価が下がり、全体として販売量も落ちている。	
一般小売店〔野菜〕(店長)	お客様の様子	・飲食店がまた1軒閉店した。まだまだ本当に厳しい。	
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・今月は前年を上回る期待感があったが、6月末からのクリアランスセールも盛り上がることなく、来客数、売上共に前年を2%ほど下回る結果となっている。	
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・輸入ブランド品の売上が苦戦しており、前年を10%下回っている。お中元商戦は期間累計で前年比3%減と想定よりも悪い。ただし、衣料品を中心としたセールの売上は好調に推移しており、全体としてはわずかに前年を下回る程度となっている。	
百貨店(売場主任)	お客様の様子	・消費税増税後、食品関係や消耗品などの動きはやや戻りつつあるが、高額品やぜいたく品などは苦戦を続けている。バーゲン品も目的に応じた購入が中心で、現状は良くない。限定品や消耗品などに購入が限定されている。	
百貨店(営業担当)	単価の動き	・優良顧客の店頭販売は昨年よりもわずかに増えてきたが、高額品の引き合いや買上が低迷している。	
百貨店(サービス担当)	お客様の様子	・今月は猛暑の影響で来客数が伸び悩んでいる状況で、全体的に売上不振となっているが、浴衣や水着などの夏物商材は前年並みの人気がある。	

百貨店（商品担当）	販売量の動き	・夏のボーナス商戦では、夏物のクリアランスやお中元ギフトに期待していたが、期待どおりとはいかず、台風や雷雨などの影響も受けて厳しい状況となっている。
百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・来客数は前年比で約3%減少している。お中元ギフトに関しても、単価は前年並みであるが、来客数は約5%減少している。ファッションの夏のクリアランスセールは客が分散する傾向にあり、高額品には回復がみられるものの、まだ昨年の実績には届いていない。指輪などのブライダル関連についても、3月の駆け込み需要の反動減がいまだに続いている。ただし、化粧品には回復傾向がみられる。
百貨店（営業企画）	販売量の動き	・来客数の動きは芳しくなく、5月にみられた回復基調が悪化に転じた感がある。ボーナスが増えたと報じられているが、消費に力強さがない。
百貨店（商品担当）	単価の動き	・夏物セールの動きが芳しくない。また、消費税増税前に売上が増え、増税後に落ち込んだ宝飾品の売上は夏になっても増えていない。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・昼間が暑すぎるため来客数が少なく、夕方に集中している。
スーパー（経営者）	それ以外	・生鮮食品の単価は上がっているが、購買量に変化はない。また、気温要因で落ち込んでいた酒類や飲料なども、気温の上昇と共に回復している。消費税増税の影響で売上が落ち込み、出遅れていた同業者の大半も、生活必需品である食料品に関しては売上が改善している。
スーパー（店長）	販売量の動き	・梅雨明けが前年よりも遅くなり、リゾート関連商品や盛夏商材の動きが極端に落ちている。バーゲンの動きは消費税増税前と同じく、良い商品の割引品は動いているが、販売点数は伸びていない。食品でも良い物や新しい物、旬に関する物は動いているが、安価な商品を大量に買うことはない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・ボーナス支給の増加により高額品の動きは良い。
スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税増税の影響は落ち着いてきているはずだが、3か月前とあまり変わらないぐらい厳しい状況である。気候条件が悪かった影響で、衣料品や寝具関係の苦戦はある程度予想していたが、食料品や生活雑貨についても前年比で数%の落ち込みがある。ボーナス商戦も盛り上がっていない。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・梅雨明け以降、急激に気温が上昇し、土用のうしの日も含めて盛夏商品の動きが良くなっている。また、株高の影響もあり精肉が売上をけん引している。
スーパー（広報担当）	お客様の様子	・価値のある商品への支出が増えている反面、生活必需品への節約志向は根強い。消費税増税の影響は一段落したが、天候要因などで季節品の動きが鈍く、来客数も予想どおりには伸びていない。
スーパー（開発担当）	単価の動き	・客単価に変化はみられないが、高額商品は動いている。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・相変わらず購買点数が伸びておらず、し好品の動きも低迷している。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・気温が上がってきたので、夏場らしくアイスクリームや飲料の販売が伸びている。特に、今年はドリップ式の100円のアイスコーヒーが伸びている。来客数は若干増えているが、全体としては前年比で横ばいか、若干のプラスといったところである。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・3か月前に比べて揚げ物やパンの売上は落ち込んでいるが、アイスコーヒーやアイスクリームなどは好調であり、全体的には変わらない。
コンビニ（広告担当）	お客様の様子	・3か月前と比べて大きな変化はないが、好転する動きもない。
衣料品専門店（経営者）	競争相手の様子	・昨年よりも売上が1割ぐらい落ちている。また、競争相手が価格で対抗しようとしているため、今後は更に売上が落ちる。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・客の動きが落ち着き、前年並みの売上となっている。
乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・ボーナスが出るこの時期でも、4～6月の落ち込みをカバーできるほど単価が上がらない。

住関連専門店 (店長)	販売量の動き	・例年この時期は、レジャーにお金が使われることでインテリア業界が落ち込む。今年は消費税増税の影響で販売が伸び悩んだまま、この季節を迎えている。売上回復のきっかけもなく、増税から4か月ほどが経過してしまっただけの状態である。
その他専門店 〔医薬品〕(経営者)	来客数の動き	・既存店舗は来客数が少しずつ減少する傾向にある。競合他社による出店の影響もあるが、特に7月中旬までは梅雨が長引き、暑い日も少なかった関係で、季節商品の動きが非常に悪かった。特に、飲料や殺虫剤、ドリンク剤、化粧関連のスキンケアの動きが鈍い。
その他専門店 〔宝石〕(経営者)	お客様の様子	・4月以降、消費税率が8%に上昇したことで、客の様子や購買意欲は以前に比べて悪化しているが、これから徐々に戻っていく。
その他専門店 〔宝飾品〕(販売担当)	販売量の動き	・販売量の減少はそれほど目立っていない。
その他専門店 〔スポーツ用品〕(経理担当)	販売量の動き	・景気が上向いている感覚が全くない。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・飲食店は天気に左右されやすく、昼は来客数が伸び悩み、週末の夜などは来客数が多くなっているが、平均すると変わらない。
一般レストラン (経理担当)	お客様の様子	・消費税増税後の駆け込み需要の反動減も落ち着き、消費は前年並みに近づいてきている。このトレンドが大きく変わることは考えにくく、消費者心理が好転してきている。
観光型ホテル (経営者)	お客様の様子	・決して良くはないが、宴会などは例年どおりの予約が入ってきている。
観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・例年7月は年間でも最も動きが鈍くなるが、今年は例年並みか、やや良い動きとなっている。
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・前年並みの利用者数で、3か月前とも同じ水準であるが、客単価が若干低下気味となっている。
観光型旅館(団体役員)	単価の動き	・宿泊単価が依然として前年比で94.6%と、改善がみられない。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊はテーマパークの新アトラクション効果ははっきりと表れており、満室となる日が続いている。また、客室単価も確実に上昇し、エリア全体に経済効果が出ている。その一方で、宴会や飲食部門の低迷は続いており、法人、個人共に需要が弱い。消費税率が5%時の価格に据え置いているため、仕入原価の上昇もあって利益が減少している。
都市型ホテル (マネージャー)	来客数の動き	・客室部門は、訪日外国人の増加で前年を大きく上回っている。一方、食堂部門は4月からの減収傾向が続いており、厳しい状況から脱出できていない。
都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・宿泊部門では売上が前年比で108%と好調である。パート・アルバイトの契約更改に伴って6月に賃金を上げたが、それを上回る売上を上げることができている。
通信会社(経営者)	お客様の様子	・消費税増税による消費の低迷がみられる。
通信会社(社員)	販売量の動き	・ボーナス商戦を迎えて4Kテレビの購入が少し増えてきているが、ハイビジョンの導入時にケーブルテレビへの加入が増えるほどの動きにはなっていない。
通信会社(企画担当)	単価の動き	・減少傾向にあった、メダルゲームのメダル貸出金額が下げ止まっている。
テーマパーク (職員)	販売量の動き	・消費税増税の影響は落ち着いたものの、思ったほど客足が伸びていない。
競艇場(職員)	単価の動き	・客1人当たりの購買単価は、前月比で99.5%とほぼ横ばいの状況である。
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	・天候要因を除けば、特に人の動きが良いとは思えない。ただし、施設間にはバラつきがある。
美容室(店長)	来客数の動き	・店の仕入方法が変わり、売れた分だけ費用を負担すればよくなったことで、コストの負担が軽くなっている。
美容室(店員)	販売量の動き	・カットで終わる客と、パーマとカラーもオーダーする客との差が激しく、全体としては良いとも悪いともいえない。

	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	・稼ぎ時であるこの時期の売上が、店舗によっては悪 化しており、取扱アイテム構成の見直しを図ってい る。
	住宅販売会社 （経営者）	お客様の様子	・特に変化はみられない。地価の下落は止まったと いってよいが、上昇に転じたわけではない。購買意欲 の向上もみられない。
	住宅販売会社 （経営者）	来客数の動き	・今月に関しては、特に目立った変化がない。
	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）	それ以外	・金融機関の融資姿勢が厳しくなりつつある。
	その他住宅〔展 示場〕（従業 員）	来客数の動き	・住宅展示場の7月の来場数は、6月に回復の兆しが あったが、その後は足踏み状態で伸び悩んでいる。
やや悪く なっている	商店街（代表 者）	販売量の動き	・夏のセールスの早期化が進んでいる一方、セール後の 売上が伸びない。
	商店街（代表 者）	競争相手の様子	・消費税増税後、商店街では売を増やすアクション を起こさなかったが、周囲のスーパーは増税前よりも 値段を安くするなど、集客に努力している。その結 果、商店街の来客数は減少が進んでいる。
	一般小売店〔時 計〕（経営者）	お客様の様子	・消費税率の引上げからしばらくは増税の実感がな かったが、2～3か月が経過した最近、増税の影響が 徐々に出ており、物価全体が上昇したと感じている客 が増えている。特に、年配客からは生活が厳しいとい う言葉をよく聞く。今使っている物を工夫してぎりぎ りまで使うなど、物を購入して楽しむという気配は感 じられない。
	一般小売店〔精 肉〕（管理担 当）	お客様の様子	・7月に入り、通常であればギフトを中心に売上も上 がってくるところが、台風の影響もあったのか動きが 悪い。雨も少ないなど、出掛けやすい状況でありなが ら動きが悪く、特に法人のギフトは件数が絞り込まれ ている。月後半は台風の影響が出ると予想していた が、月末は更に失速感がある。賞与が増えたといわれ る割には、夏休みに入っても動きが悪い。
	一般小売店〔鮮 魚〕（営業担 当）	単価の動き	・食品については安価な商品しか売れない状況であ る。
	一般小売店 〔花〕（店長）	それ以外	・梅雨が明け、暑さも半端ではなくなっているので、 日中の来客が少ない。
	百貨店（売場主 任）	お客様の様子	・今月の売上は前年を上回っているものの、目標には 達しない見込みである。セール時期となり、活況を期 待したものの、セールの前倒し傾向や暑さの影響もあ り、厳しい状況となっている。来客数は増えているも の、買上の増加につながらないなど、支出の抑制傾 向が顕著である。特に、高額品やオーダー商品、ス ーツ関連の売上が厳しい状況となっている。
	百貨店（売場主 任）	来客数の動き	・耐震工事が始まり、売場面積が狭くなっている。入 店客数が減少しているため、食料品も影響を受けてい る。
	百貨店（販促担 当）	販売量の動き	・セール時期に入り、低調な動きとなっている。セ ールのスタートから例年以上に動きが鈍く、好天候な がら夏物商品への反応が薄い。近年は必要な物しか購 入しない傾向があるものの、今年は特にセールが消費 を後押しする動きもみられない。その反対に、定価品 でも必要であれば購入がみられる。
	家電量販店（店 長）	来客数の動き	・レジ客数は前年比で90%となっている。単価は前年 とほぼ同じ推移であるが、販売量が減少している。
	家電量販店（企 画担当）	来客数の動き	・大変な猛暑で、季節商品の売行きが良くなると思 ったが、絶対的な集客が見込めない。非常に厳しい状 況で苦戦している。
	乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・4月の消費税増税後、やはり消費が冷え込んでお り、高額商品が売れていない。
	乗用車販売店 （販売担当）	販売量の動き	・7月の受注台数は前年の8割程度にとどまっている。 る。
その他専門店 〔食品〕（経営 者）	販売量の動き	・企業からの贈答品の注文などは年々減少している。 外食にも大きな伸びはなく、全体的に悪化している。	

	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	単価の動き	・顧客の買上単価、買上点数の悪化が目立っている。相次ぐ食料品の値上げもあり、衣料品を中心に買い控えが起こっている。
	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・6月までは客単価のアップに支えられて売上は前年をクリアしていたが、7月に入って前年を下回る傾向となっている。
	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・7月は上旬に台風が来たこともあり、キャンセルが多く出た。その影響もあるが、すべての予約数が落ちている。
	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・夏商戦の出足が遅く、海外旅行は何とか昨年並みの予約受付であるが、国内旅行が伸びていない。テーマパークがにぎわっているものの、関西の旅行代理店には利益が出ない商材である。
	旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・夏休みの旅行の申込は、国内旅行を中心に大変順調となっている。実際にボーナスを手にした客が、予想よりも支給額が多かったため旅行に行くといった声も聞く。ただし、秋口に向かっては、もう一度財布のひもを引き締めて節約するといった声が多く、景気としては下向きの動きとなる。
	タクシー運転手競輪場（職員）	お客様の様子 単価の動き	・京都を訪れる観光客が少ない。 ・今月の客単価は9,644円となった。3か月前の客単価は9,712円であったため、やや悪くなっている。
	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・マンションの建築費が高騰している。事業用地は確保したものの、販売価格が大幅に上がることから、マンション建設ができずに事業が凍結される案件が出てきている。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・分譲マンションの販売現場では更なる価格上昇が目立ちつつあり、今後の販売は厳しい状況となることが予測される。
	悪くなっている	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	販売量の動き ・自社を取り巻く環境は、販売量の減少や原料価格の高止まりなどで悪くなっている。販売先の飲食店でも客の購入量が減少している。
企業動向関連 (近畿)	良くなっている	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き ・稼働日数の影響もあるが、消費税増税前の3月よりも売上が伸びている。
	やや良くなっている	食料品製造業（経理担当）	それ以外 ・様々なイベントに景品として使われることが増えている。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き ・土木、建築関連の受注量が増えているが、ソーラーパネル関連は落ち着いている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き ・当社には原子力発電関連の顧客が多いが、原発以外の分野で引き合いが増えている。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き ・4～5月は消費税率引上げの影響で需要が落ち込んだが、今月は前年を上回る荷動きとなるなど、落ち込みは改善されてきている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き ・受注はまだであるが、受注の可能性のある引き合いが増加傾向にある。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き ・民間工事、公共工事共に案件が多く、断らざるを得ない状況である。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き ・折込件数が少し増えているなど、やや回復傾向にある。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子 ・各ショッピングセンターでは6月下旬から夏物の処分に入り、少し売上が伸びている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き ・新たな企業による広告の出稿がみられる。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き ・4月以降、日用品の店頭動きが鈍い状態が続いている。また、企業からの名入れタオルやプレミアム商品の注文も非常に悪い。月前半の主力量販店でのタオルの売上は、前年比で95%前後の推移であった。19～21日の3連休は天候が安定し、それを境に気温も非常に高くなってきたため、ようやく商品が店頭で動き出している。
	変わらない	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き ・前年よりも梅雨の期間が長い。7月後半から気温の上昇に伴い飲料水の需要も伸びてきたが、前年に比べて販売量が少ない。
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き ・消費税増税後、受注量が減少したままであり、徐々に悪影響が蓄積している。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き ・受注量、販売量共に前年とほぼ変化がなく、先月に比べると少し増加している。
化学工業（管理担当）		受注量や販売量の動き ・3か月前と販売数量が変わらない。	

金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・消費税増税の後遺症が残っている。
電気機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・メーカーからの設備の引き合いが増えているが、受注になると決まりにくい状況である。
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、引き合い共に減少している。
その他製造業 [事務用品] (営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・例年どおりの動きとなっている。
建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・7月の動きは前月と変わらず、少し止まっているようにも感じる。ただし、電線類の地中化に関しては、政治家が動き出したということもあり、問い合わせは増えている。ただし、受注にはつながっていない。
建設業 (経営者)	競争相手の様子	・消費税増税前の駆け込み工事は一段落したが、技能労務者不足や建設資材の高騰といった状況のなか、相変わらず厳しい価格競争が続いている。
輸送業 (営業担当)	取引先の様子	・配達件数、1件当たりの単価共に悪化している。
通信業 (管理担当)	それ以外	・物価が高い。
金融業 [投資運用業] (代表)	それ以外	・ドル円の為替が円安方向に変動しないため、株価が上昇しない。
不動産業 (営業担当)	取引先の様子	・神戸から事業所が撤退している。神戸の事務所を閉鎖し、大阪やその他の地域に移っていくケースが多い。事務所の空室率が上がり、賃料が低下しているほか、従業員の社宅ニーズも減少してきている。
経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・今回は、助成金の有効活用についての駆け込み相談が多い。
経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・消費税率の引上げ以降は影響が大きく、クライアントの業績も振るわない。
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	・盆休み前にもかかわらず、取引先からの入庫が少ない。慌ただしさもないまま、休みに入りそうである。
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	・駅構内に限れば、3か月前に比べて客単価が平均で6～8%低下している。これは買上点数の減少によるものであるが、消費税率の引上げによって買物を必要最小限に抑えるという、買い渋りが影響している。
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	・消費税増税の余波がまだ続いている。
その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	取引先の様子	・消費税増税を実施した直後はあまり良くなかったが、6月以降は徐々に戻ってきている。7月に入ってから昨年も少し良くなってきている。
その他非製造業 [電気業] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響を受けている。
やや悪くなっている	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き ・消費税増税後は、製造、販売共に落ち込んでいる。そろそろ消費者の買い置きの商品も底をつく時期であるが、まだ購買意欲が下がったままであると感じる。あまりの暑さに食欲が減退し、冷たい食品に需要が流れている可能性もある。
	繊維工業 (総務担当)	受注量や販売量の動き ・一般品の動きが悪く、販売を進めると値段交渉になり、値引きの対象となるため、取引先ごとのオリジナル商品を作ることで、値段や注文の確保を図っている。
	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 ・建築業界の戸建住宅関連では販促物の動きが悪く、マンションも現在は低迷しているようである。また、家電業界も依然として販促物の制作は伸びておらず、受注量は低迷したままである。一方、格安のビジネスホテル業界は順調に棟数が増えており、受注も拡大している。
	電気機械器具製造業 (企画担当)	受注量や販売量の動き ・新規の戸建住宅やマンション向けの受注量が減少しており、着工減少の影響が出始めている。
	輸送業 (営業所長)	受注量や販売量の動き ・精密機器の配送や関連商品の配達、やや減少している。
	輸送業 (商品管理担当)	受注価格や販売価格の動き ・商品の動きが少ない。
	金融業 (営業担当)	受注量や販売量の動き ・住宅の販売が減少しているように感じる。消費税増税前に契約がかなり増えた影響が出ている。

	その他非製造業 [商社] (営業 担当)	取引先の様子	・ディスプレイなどの看板業界では毎年7～8月にかけて案件数が減るが、特に近畿から中四国の案件数が減っているように感じるほか、出荷数量も減っている。	
	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	・建築関係はまだ受注が続いているが、家電関係は低調となっている。
		広告代理店 (営 業担当)	受注量や販売量 の動き	・5～7月の3か月間の売上は、月を追うごとに前年比が悪化し、右肩下がりととなっている。
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 (支店長)	求人数の動き	・様々な業種で増員のオーダーが増えるなど、業務量の増加で人員を増やす企業が多くみられる。今後の見通しも長期的に改善すると考えている企業が多い。
		人材派遣会社 (役員)	求職者数の動き	・大阪中心部での有効求人倍率が2.90倍と高くなっている一方、大阪の郡部では0.50倍とやや微妙な動きになっている。実際の人材会社の受注状況にも同じ傾向がみられ、全体的にはやや上向いていると感じる。
		新聞社 [求人広 告] (担当者)	それ以外	・広告の動きをみても、関西企業の回復が顕著にみられ、前年を上回っている。
		職業安定所 (職 員)	求人数の動き	・新規求人数は前年に比べて大幅に増加している。業種別にみても、2、3業種で減少しているものの、それ以外の業種では軒並み増加している。その一方、求職者は引き続き減少傾向にあり、今後2、3か月も求人増、求職者減の傾向が続くと予想している。
		職業安定所 (職 員)	求職者数の動き	・新規求職申込件数は前年比で12.6%減少し、そのうち事業主都合の割合が24.2%減少している。また、自己都合離職者も17.0%減少しているほか、雇用保険の受給者も6.1%減少している。
		民間職業紹介機 関 (大学担当)	採用者数の動き	・新卒採用の内定率は79.3%と、昨年に比べて3.3ポイント上昇している。
変わらない		人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・今月中旬から雇用関係はつなぎの状態が続いている。この傾向は毎年盆過ぎまで続くため、今のところは良くも悪くもない。
		人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人数には減少の動きがみられないなど、人手不足の状況に変化はない。
		アウトソーシ ング企業 (営業担 当)	求人数の動き	・米国の大型金融機関の破たんや、東日本大震災の後に人員削減が進んだところへ、アベノミクスによる景気の回復が重なり、極端な人手不足に陥ったのであり、経済状況がそこまで良いわけではない。
		新聞社 [求人広 告] (営業担 当)	求人数の動き	・関西圏、特に大阪では飲食業、サービス業、介護・医療分野での人手不足が顕著となっている。人件費の高騰やエネルギー不足、ガソリンの高騰による日々の生活への影響も出始めている。その反面、大幅な世帯収入のアップにはつながっておらず、バランスが悪い。この状況がしばらく続くことで、今後の方向性が決まってくる。
		新聞社 [求人広 告] (管理担 当)	求人数の動き	・関西を基盤とする中小企業の新聞求人広告については、現状維持の状態が続いており、景気の方角感は判断しにくい状況である。
		職業安定所 (職 員)	求人数の動き	・前月と同様に求職者は前年比で減少しており、事業所からは求人がなかなか充足しないとの声がよく聞かれる。景気は良くなる方向にはあるが、3か月前との比較では変わらない。
		民間職業紹介機 関 (職員)	求人数の動き	・建設関連の下請業者は、労働者数を確保できないため、これ以上仕事を受注できないというところがほとんどである。
		民間職業紹介機 関 (支社長)	それ以外	・特に変化がなく、こう着状態であると感じる。
		学校 [大学] (就職担当)	それ以外	・求人は増えているが、採用担当者から景気が上向いているという声は聞かれない。
		学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・医療機関での看護師の求人については、慢性的な人手不足を背景に、求人数の増加が続いている。また、ここへきて医療技術職の求人も増加している。
やや悪く なっている		人材派遣会社 (支店長)	採用者数の動き	・派遣の受注が極端に減っている。
		アウトソーシ ング企業 (社員)	それ以外	・消費税率が上がり、目にみえない出費も増えている。夏休みに入って家族旅行なども増えるが、年末に向けて給料が増えるわけでもないで、更に厳しくなる。

悪く なっている	新聞社 [求人広 告] (営業担 当)	周辺企業の様子	・新聞への広告量をみると、急速に落ち込んでいて る。
-------------	---------------------------	---------	-------------------------------