

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 | 良く なっている | 競輪場（職員） | 単価の動き | ・今月の客単価は10,221円で、3か月前の9,405円からは上がっているが、お盆休みで一時的に回復したと思われるため、楽観視はできない。 |
| | (近畿) | やや良く なっている | 一般小売店〔珈琲〕（経営者） | それ以外 |
| 一般小売店〔酒〕（社員） | | | お客様の様子 | ・予算よりも少し高めの商品でも、気に入れば購入する客が少し増えたように感じる。 |
| 百貨店（売場主任） | | | 来客数の動き | ・8月は天候が不順であったが、来客数、売上共に前年を上回っている。 |
| 百貨店（企画担当） | | | 単価の動き | ・消費税増税後、少しずつ回復に向かっており、高額品の動きも良くなってきている。 |
| 百貨店（企画担当） | | | お客様の様子 | ・消費税増税直後は大きく落ち込んでいた外商の上得意客による購買状況は、ほぼ前年並みにまで回復している。外国人客の売上も前年比で約150%と好調な推移が続いている。一方、ボリューム層である現金カード客の売上はまだ前年割れしているものの、6月ごろに比べると改善がみられる。 |
| 百貨店（営業担当） | | | お客様の様子 | ・雨が多いなどの天候不順で、店頭客による売上は思わしくなかったが、月後半から上向いてきた。優良顧客による高額品の引き合いも増えてきている。 |
| 百貨店（店長） | | | 販売量の動き | ・8月末で閉店する影響もあり、非常に販売量が増えている。 |
| 百貨店（マネージャー） | | | 販売量の動き | ・天候不順で客足は鈍っているが、売上はファッション関連や住文化用品のほか、美術品や呉服、宝飾品を中心に、前年比で微減か微増の水準にまで回復している。 |
| 百貨店（売場マネージャー） | | | 販売量の動き | ・3か月前に比べると、消費税増税の影響が大きかった時計の売上が回復傾向にある。また、影響が比較的少なかったファッションアイテムは、セールでの販売は前年並みであるが、秋物は例年どおり順調な立ち上がりを見せている。特に、メンズファッションが好調である。全体的には販売量はほぼ前年並みに戻っており、天候不順の特殊事情を除くとプラスになる。 |
| 百貨店（商品担当） | | | 来客数の動き | ・生活必需品の食品のほか、化粧品は前年並みに売上が回復しているが、宝飾品などは前年比で15%のマイナスが続いており、売上不振である。服や靴も天候不順で動きが悪い。 |
| スーパー（店長） | | | 来客数の動き | ・来客数、客単価共に、改善傾向がみられる。 |
| スーパー（店長） | | | 販売量の動き | ・食品の販売点数が回復傾向にあり、単価もやや上昇している。 |
| スーパー（企画） | | | 単価の動き | ・客単価は上昇しているが、他社との競争やオーバーストアによる客の奪い合いが続いている。来年の消費税の再増税に向けて、ますます競争は激しくなる。 |
| コンビニ（経営者） | | | 来客数の動き | ・Sサイズのアイスコーヒーが中高年の女性に人気であり、数人のグループが何組も来店するなど、来客数が増えている。今ではアイスコーヒーのカップを持って歩くこともトレンドになっている。 |
| コンビニ（経営者） | | | 来客数の動き | ・台風や豪雨により、花火大会などの多数のイベントが中止となった。かなりの影響が予想されたが、トータルでは来客数に大きな影響はなく、売上も目標との大きな差はない。 |
| 乗用車販売店（経営者） | | | 販売量の動き | ・今年になって全体的に客の動きが良く、客単価も上昇しているので、良い方向に向かっている印象である。東京はバブルであると聞かすが、早く東京並みのバブルを味わいたい。 |
| 一般レストラン（経営者） | | | 来客数の動き | ・ファミリー層の来客数が伸びている。 |
| 一般レストラン（経理担当） | お客様の様子 | ・平日、土日共に来客数が回復している。特に、土日の親子3代の客が以前よりも少し動いているように感じる。また、宴会も平均的に入ってきているほか、インバウンド客の動きも堅調である。 | | |
| 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・今月は天候が悪く、海のレジャーは動きが良くない。 | | |

| | | | |
|----------------------------|-----------------------|---|---|
| 都市型ホテル (支配人) | 単価の動き | ・消費増税の影響で景気は後退すると予想していたが、意外に影響はあまり大きくないようである。ただし、原材料や燃料価格の上昇、特にガソリン価格の高止まりで、今後は企業収益の改善にブレーキがかかる。 | |
| 都市型ホテル (スタッフ) | 来客数の動き | ・夏休みとなり、宿泊は国内旅行を中心に好調である。特に、今年はテーマパークの新アトラクション効果が顕著に表れており、国内外からの観光客が大幅に増加している。下がり続けていた客室収入も、十数年来のレベルとなった。一方、宴会や食堂収入は厳しく、競合店も同じような状況となっている。特に、企業による会合が減少傾向である。 | |
| タクシー運転手 テーマパーク (職員) | 競争相手の様子 来客数の動き | ・法人が夏休みに入っているため、動きが鈍い。 ・近隣の競合施設に大型のアトラクションがオープンし、その影響が懸念されたが、予想に反して来客数が伸びている。理由の一つとして、施設内では外国人客がかなり目につく。 | |
| 遊園地(経営者) | 競争相手の様子 | ・競合各社の投資が活発になっている。 | |
| その他レジャー施設 [イベントホール] (職員) | それ以外 | ・コンサートは相変わらずの満員で、グッズもよく売れている。特に、先日の人気歌手のコンサートはかつてないほど立ち見客が入ったが、客のほとんどは中高年であった。また、梅田や阿倍野地区の繁華街を平日に歩いても、夏休み中ということもあって人であふれている。 | |
| 住宅販売会社 (経営者) | 来客数の動き | ・不動産売買に関する相談が増えている。景気が良くなってきたとまではいえないが、これによって市場が刺激される。 | |
| 変わらない | 商店街(代表者) | 販売量の動き | ・9~10日の台風で売上が減少し、その後は回復がみられない。今月は天候不順の影響が大きい。 |
| | 商店街(代表者) | お客様の様子 | ・消費増税前にまとめ買いした商品も6月には底をつき、消費ムードも良くなると思っていたが、大手スーパーや百貨店、家電量販店では、4月後半から投げ売り状態が続いている。客には価格への不信感があり、慣れない外税表示で購買意欲が低下している。特に、高齢者が買物を我慢しており、それでも生活に支障がないことを覚えた。来店頻度の減少が売上悪化につながっている。 |
| | 一般小売店 [時計] (経営者) | 販売量の動き | ・3か月前と日中の暑さの違いを考えると、来客数の若干の落ち込みは仕方がない。販売量についても、腕時計や目覚まし時計の売行きは今一つであるが、修理の依頼は多い。インターネットで時計を購入する動きは増えているが、修理は店頭で持ってくる傾向がみられる。時計を修理して使う客が多いことにも、嬉しさを感じる。 |
| | 一般小売店 [事務用品] (経営者) | 販売量の動き | ・特に変化を感じるような販売の動きはない。天災が続いているため、今後は心配である。 |
| | 一般小売店 [菓子] (経営企画担当) | 販売量の動き | ・8月と5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8月が99.3%で、5月が92.6%、関東は8月が99.1%で、5月が94.6%、中部は8月が81.2%で、5月が101.4%、中国は8月が96.9%で、5月が91.8%となり、各地区合計の平均は8月が95.7%で、5月が94.4%であり、相変わらず全国的に非常に悪い。唯一、関西の阿倍野地区だけは好調であるが、ほかの地区では依然として厳しい状態が続いている。これには、8月の台風などによる天候不良も大きく影響している。 |
| | 一般小売店 [衣服] (経営者) | お客様の様子 | ・8月は天候が悪く、客足は減少したが、売上はさほど落ち込んでいない。 |
| | 一般小売店 [衣服] (経営者) | 販売量の動き | ・夏場は衣料品の動きが非常に鈍い。今年の8月も例年どおりの動きであるため、数か月前の悪い状態に比べると、今月が特にひどいわけでもない。 |
| | 一般小売店 [菓子] (営業担当) | 販売量の動き | ・西日本ではお中元商戦での災害が多く、販売量はお盆明けから落ち込んでいる。 |
| | 百貨店(売場主任) | 販売量の動き | ・今月の売上だけをみると、天候不順の影響で前年を下回っているが、衣料品や食料品の基調は変わっていない。 |

| | | |
|--------------|--------|--|
| 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・季節商品の限定品などの限られた商品で、低価格品は堅調な売上を示しているが、販売量は大きく伸びていない。また、高額品などは売上、販売量が低迷しており、特にぜいたく品は客から敬遠されている。 |
| 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・今月は気象などの影響もあり、目標は達成できない見通しである。気象条件以外にも、消費税増税による消費の抑制、取引先による商品在庫の調整による影響もある。客の消費動向は決して積極的とはいえず、一部の客を除いて、今必要な商品だけを購入するという慎重な姿勢が続いている。 |
| 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・耐震工事で売場面積が2割減少している。これが非常に悪い影響を及ぼしており、全体的な来店客の減少につながっている。ただし、来月には耐震工事も終わるので、リニューアル効果も含めて期待できる。 |
| 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・夏物のセールによる食品売場への波及効果を期待していたが、4月に近隣でスーパーが開業した悪影響がまだ残っている。 |
| 百貨店（外商担当） | 来客数の動き | ・消費税増税の駆け込み需要の反動減はほとんど感じられなかったが、天候不順などで来客数は前年割れが続いている。特に、夏のバーゲンは婦人服を中心に、大きな盛り上がりもなく終わっている。 |
| 百貨店（サービス担当） | 来客数の動き | ・今月は台風の影響で土日に雨が多く、夏野菜の高騰のほか、夏物衣料やエアコンなどの家電の売行きが不振であったが、来客数の状況に変化はなく、先月と同じ傾向となっている。 |
| 百貨店（商品担当） | 販売量の動き | ・台風や突然の豪雨など、気象要因による影響が大きい。全体的に来客数が少なく、売上也厳しい状況である。 |
| 百貨店（販促担当） | 販売量の動き | ・天候不順の影響が大きく、来客数は低調で、夏物の販売が不振である。秋物衣料は比較的堅調に推移しているが、夏の割に気温が上がらず、雨も続いているため、価格が安くても全体的に興味を示さない客が多い。また、高額品も消費税増税前の水準には至らない状況が続いている。 |
| スーパー（店長） | 来客数の動き | ・台風などの天候不順の影響で、食品以外の商品を中心に、季節品の売上が大苦戦となっている。 |
| スーパー（店長） | 販売量の動き | ・消費税増税の影響は和らいできているはずが、実際にはあまり変わっていない印象である。天候不順もあるが、衣食住のすべてで季節品の動きが鈍くなるなど、客の購買動向には慎重さがみられる。 |
| スーパー（店長） | 来客数の動き | ・人口減少による来客数の減少や、交通の便が良くファミリー層が市外に出してしまうため、土日、祝日の来客数が減少している。 |
| スーパー（企画担当） | 来客数の動き | ・売上は前年比で95%という状態が続いている。 |
| スーパー（広報担当） | 来客数の動き | ・客単価は上昇しているものの、来客数の前年割れが続いている。 |
| スーパー（社員） | 来客数の動き | ・前年に比べてチラシによる訴求を強化した効果もあり、客の買上数は大きく増加している。ただし、競合店の出店があった店舗を中心に来客数が減少しており、売上全体は前年並みにとどまっている。 |
| コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・たばこの売上には下げ止まり感がなく、右肩下がりとなっているが、弁当やコーヒーなどの販売が好調で、全体的な売上は維持できている。 |
| コンビニ（店員） | お客様の様子 | ・販売量、来客数共に伸び悩んでいる。 |
| コンビニ（広告担当） | 来客数の動き | ・近畿は関東や中部ほどの売上の伸びがみられない。さらに、西日本の天候不順などで、来客数は少なめで推移している。 |
| 家電量販店（経営者） | 販売量の動き | ・駆け込み需要の反動減が今も続いている感がある。特に、夏物家電の動きが悪い。 |
| 乗用車販売店（販売担当） | 販売量の動き | ・消費税増税から4か月が経過したが、販売量の動きは変わらない。 |
| 乗用車販売店（営業企画） | 来客数の動き | ・来客自体は今月後半から明らかに増加しているが、車両単価や成約率などは低下している。 |
| 乗用車販売店（販売担当） | 来客数の動き | ・8月に入っても客の来店が少なく、時間帯も午後集中しており、全体の来客数が増えない。 |
| 住関連専門店（店長） | 販売量の動き | ・消費税増税以後の売上の落ち込みからは回復しつつあるが、売上がこれまで以上に伸びているわけではない。依然として楽ではなく、売場の全体的な状況は変わっていない。 |

| | | |
|------------------------------|--------|---|
| その他専門店 〔医薬品〕（経営者） | 販売量の動き | ・気温が一番高い季節であり、飲料、殺虫剤などの動きが良くなるはずが、土日に雨や台風が重なったほか、暑くない日も続いたため、販売量が前年比で10～20%減少している。 |
| その他専門店 〔宝石〕（経営者） | お客様の様子 | ・新たに買物をする客は以前よりも減少しているが、修理や金製品目当ての客は相変わらず多い。 |
| その他専門店 〔食品〕（経営者） | 販売量の動き | ・販売量にはあまり変化がなく、減少傾向もみられないが、販売単価はいまだに下降傾向にある。大手の食品販売店などでは、食品は安さが一番という感覚がまだ残っており、こだわり商品などを販売している店はごく一部である。 |
| その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当） | お客様の様子 | ・客は来店しているが、売上に結びつかない。 |
| その他小売〔インターネット通販〕（企画担当） | 単価の動き | ・買上点数の減少のほか、買上単価の低下が目立っている。 |
| 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・夏休みに入り、繁華街は観光シーズンで食事やカフェの需要が増え、客足は絶えない。一方、オフィス街はお盆休みに入り、集客策などの効果も悪化している。 |
| 一般レストラン（店員） | 販売量の動き | ・夏には悪化する傾向が、今年はみられない。 |
| その他飲食 〔コーヒーショップ〕（店員） | 来客数の動き | ・利用客数、単価共に前年と同じような動きであるが、台風の影響がある分、前年を割り込んでいる。 |
| 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・観光客は決して減少していないが、日帰りの観光が多い。遠方からの客には、水害の影響でキャンセルがみられる。 |
| 観光型ホテル（経営者） | お客様の様子 | ・8月の夏休みシーズンであり、地域全体としても家族連れを中心ににぎわう時期であるが、今年はテーマパークの新アトラクション効果で大阪が盛り上がりつつあるため、その波及効果も追い風となっている。ただし、台風11号とそれ以降の天候不順による悪影響もあり、結果的には前年並みの販売量となった。また、売店の売上をはじめ、館内消費が年々減少するなど、付帯売上が低調となっている。 |
| 観光型旅館（経営者） | 単価の動き | ・台風11号の影響で、利用客の減少と客単価の低下につながっている。 |
| 観光型旅館（団体役員） | 単価の動き | ・宿泊単価が前年、2年前の水準を下回り、上昇の気運がみられない。 |
| 都市型ホテル（総務担当） | 単価の動き | ・宿泊部門は引き続き好調を維持している。1部屋あたりの販売単価も高水準で推移している。 |
| 都市型ホテル（マネージャー） | 来客数の動き | ・宿泊部門は外国人観光客の増加により好調な推移が続いているが、食堂部門は前年を下回る状況が続いている。国内の一部を除き、個人消費全体が低迷している。 |
| 都市型ホテル（客室担当） | 単価の動き | ・テーマパークの新アトラクション効果もあり、旅行会社からの個人予約が増え、宿泊売上は前年比で110%となっている。 |
| 旅行代理店（経営者） | 販売量の動き | ・国内、海外共に、旅行の受付客数は前年を下回っている。海外は客単価の上昇により、金額ベースでは何とか前年を上回っているが、国内は下回っている。 |
| 旅行代理店（店長） | お客様の様子 | ・毎月良くなっていると感じていたが、今月は変化がない。料金で旅行を決めるよりも、内容で決める客が多くなっている。 |
| タクシー運転手 | お客様の様子 | ・消費税増税による客の乗り控えが懸念されたが、その心配もなく、比較的順調に推移している。 |
| 通信会社（社員） | 販売量の動き | ・夏のボーナス商戦は一段落したが、売上が大きく落ち込むこともない。 |
| ゴルフ場（支配人） | 来客数の動き | ・前年比で来客数が3か月前と同じぐらいの水準で推移しているため、景気のトレンドは変わっていない。 |
| 競艇場（職員） | 単価の動き | ・客1人当たりの購買単価は、3か月前と変わらない。 |
| その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当） | 販売量の動き | ・天候要因により業績自体は非常に苦戦している。ただし、天候要因を除くと景気が悪いという感覚はない。 |

| | | | |
|-----------|------------------------------------|--------|--|
| | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・大手スーパーが閉店したため、近隣の2件のスーパーに客が流れている。その結果、閉店したスーパーの前にあった店も閉店となっている。 |
| | その他サービス 〔保険代理店〕 （経営者） | お客様の様子 | ・数年前に比べると良くなっているが、ここへきて停滞感が出てきており、これ以上は良くなれないという不安を感じている客が多い。経営者は、長く続く好景気などあり得ないと考えているので、今のうちに少しでも業績をアップさせようとしている。 |
| | 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 | ・稼ぎ時の夏休みであるが、レンタルの平均売上は期待外れの前年割れとなっている。ただし、カフェやコミックのレンタル、文具販売などは好調である。 |
| | 住宅販売会社 （経営者） | 販売量の動き | ・営業状況については、特に変化がみられない。 |
| | 住宅販売会社 （総務担当） | 販売量の動き | ・消費税増税に伴う負担増の影響が、金額面で条件の厳しい客が多く、成約までに時間がかかる。 |
| | 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 | ・不動産取引については横ばいである。 |
| | その他住宅〔情報誌〕（編集者） | お客様の様子 | ・新築分譲マンションの価格上昇が予想されるなか、その顕著な動きがまだ出てきていないことから、景況感の変化はまだ表面化していない。 |
| やや悪くなっている | 一般小売店〔精肉〕（管理担当） | お客様の様子 | ・8月に限って言えば、台風や天候の影響が大きい。全体的にはお中元などの需要が減っている。ただし、その分が日々のおかずの購入に回るわけではなく、レジャーや携帯電話料金などに割かれている。この動きで景気を判断するのは難しく、業界による好不調の差が大きくなっている。 |
| | 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当） | それ以外 | ・売上が前年比で5%減少している。例年、盆明けは下降気味であるが、今年は特に悪い。 |
| | 一般小売店〔野菜〕（店長） | 販売量の動き | ・天候不順で物の値段が高くなり、ますます動きが悪くなっている。 |
| | 一般小売店〔花〕（店長） | 販売量の動き | ・暑さのせい、販売量、来客数共に厳しい状況である。 |
| | 百貨店（服飾品担当） | 販売量の動き | ・消費税増税後、徐々に戻ってきていた売上が、7月後半から8月にかけて少し停滞気味になっている。4～5月に前年比で70%から80%に落ち込んでいた化粧品が、6～7月には90%台にまで回復したものの、8月も前年の売上には戻っていない。増税後に買物動向が変化し、節約志向の強い顧客が全体の約5%から8%ぐらいに増えている。 |
| | 百貨店（営業企画） | 来客数の動き | ・天候状況があまりに悪く、どの程度の影響が出るかは予想が難しい。 |
| | スーパー（経営者） | お客様の様子 | ・8月は暑い、日中は外出を控えているのか、客が少ないように感じる。また、食欲も感じられないような、非常に慎重な買い方となっている。 |
| | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・前年と比べてそれほど暑くならず、飲料や涼味商品などの売行きが悪い。また、お盆商戦の期間中は、台風などの天候不順の影響で売上は前年を下回っている。 |
| | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・今夏は天候不順で来客数が減少している。また、当初いわれていたような賃金の増加がみられない一方、商品の値上げは順番に進んでいるため、支出の増加は見込めない。 |
| | 衣料品専門店（経営者） | 単価の動き | ・本当に必要な物で、バーゲンで安くなっている商品だけを購入しており、おしゃれをする余裕がみられない。 |
| | その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当） | 販売量の動き | ・第1四半期だけで消費税増税の影響がなくなるとは思わなくなっている。 |
| | 高級レストラン（スタッフ） | 単価の動き | ・これまでワインをボトルで注文してくれていた客が、最近はグラス単位でしか飲まなくなっている。 |
| | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・天候要因もあるが、高齢者の来客数が減少し、以前は少なかった領収書を書いてほしいという客が増えている。 |
| | 観光型旅館（経営者） | お客様の様子 | ・豪雨によるキャンセルのほか、バス料金の改定もあるなど、先の見通しが立たない。 |

| | | | | |
|------------|-----------|--------------------------|------------|--|
| | | 旅行代理店（広報担当） | お客様の様子 | ・天候不順の影響が大きい。豪雨被害の報道などで、旅行を少し控えるという客の声も聞かれる。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・客の動きをみていると、日に日に悪化しているように感じる。公共交通機関を利用する人が増えている。 |
| | | 通信会社（経営者） | お客様の様子 | ・消費税増税による駆け込み需要の反動減が続いている。 |
| | | パチンコ店（店員） | 来客数の動き | ・来客数が減少している。 |
| | | 美容室（店長） | 販売量の動き | ・例年に比べて化粧品のみとめ買いが少ないなど、消費税増税の影響が続いている。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | 競争相手の様子 | ・新築マンションの販売状況は、一部で好調な物件が目立っているが、全体的には苦戦する物件が増え始めている。 |
| | | その他住宅〔展示場〕（従業員） | 来客数の動き | ・住宅展示場の8月の来場数は、台風の影響もあってかなり落ち込んでいる。 |
| | 悪くなっている | 一般小売店〔衣服〕（経営者） | お客様の様子 | ・8月は各店舗の売上が前年比で5～7%減少している。天候要因もあるが、衣料品に対する客の購入意欲がみられない。 |
| | | 一般小売店〔貴金属製品〕（従業員） | 来客数の動き | ・消費税増税の影響が続いている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・天候不順などの事情はあるものの、財布のひもが固い。 |
| | | 家電量販店（企画担当） | 販売量の動き | ・8月の悪天候により消費の冷え込みが目立つ。また、お盆休みの帰省などに支出が回され、家電商品の購入が見込めない。 |
| 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（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・消費税増税以降は売上の前年割れが続いていたが、やっと今月に入って前年を上回ることができた。増税後の4か月分のマイナスを取り返すまでには、もう少しかかりそうである。商品別には家庭用が少し上向きになってきているが、業務用が少し停滞している。 |
| | | 化学工業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・6、7月と非常に悪かったが、ここへきて売上もようやく昨年並みに戻ってきている。 |
| | | 金属製品製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・消費税増税後の回復の動きが思っていたよりも弱い。特に住宅関連が良くない。 |
| | | 金属製品製造業（管理担当） | 受注量や販売量の動き | ・関西の物件に目立った動きはないが、名古屋駅前の物件が動き始めたため、出荷量が増えている。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・国内設備投資が前年比で15%増えており、国内での引き合い件数が増加傾向にある。 |
| | | 金融業〔投資運用業〕（代表） | それ以外 | ・ここへきて、ようやく8か月間停滞していた円ドルレートが円安方向に動き出している。 |
| | | コピーサービス業（店長） | 受注量や販売量の動き | ・数か月前に比べると微増であるが、昨年よりも明らかに受注量が増えている。 |
| | | 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 | ・ビルの管理業では受注量は増えているが、管理している物件の清掃パートなどの人員確保が非常に難しくなっている。以前から働いているパートの間にも、ほかに楽な仕事があるので、いつでも辞めるといって考えの人が増えている。このままでは、受注してもサービス提供が困難になっていく。 |
| | 変わらない | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・稼働日数を考慮すると変化はない。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・3月は消費税増税前で非常に売上が伸び、その受注残が4月までであったものの、5月以降は悪くなっている。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・盆休みで稼働日数が少なかったため、全体的にはあまり良くないが、1日当たりの稼働状態は改善している。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・取引先からの引き合いが増えている。 |
| | | 一般機械器具製造業（設計担当） | 取引先の様子 | ・取引先からの受注量は増えつつあるが、金額が抑えられている。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・アベノミクスで景気が良くなるということであったが、なかなか製造業には浸透せず、ようやく5月ごろから設備投資の引き合いが増えている。 |

| | | | |
|-----------|-----------------------------|--------------|--|
| | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・景気の全体的な環境が悪いときは、特に受注量や販売量の推移が気になる。引き合いは相当活発であるが、顧客は資金繰りに相当苦労している。顧客の現場スタッフは設備の新設を強く希望しているが、予算が認められないという声をよく聞く。 |
| | 電気機械器具製造業（宣伝担当） | 受注量や販売量の動き | ・今月は天気の良い日が多く、例年に比べて気温が低いことから、エアコンなどの夏物商品の荷動きが鈍い。また、テレビなどのAV関連商品も荷動きが鈍化傾向にある。 |
| | 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、売上共に横ばいである。 |
| | 電気機械器具製造業（営業担当） | 取引先の様子 | ・今年はお盆の仕事が入っていない。 |
| | 電気機械器具製造業（企画担当） | 受注量や販売量の動き | ・戸建住宅の着工戸数の減少に比例して、受注量が減少している。家具関係は消費税増税後の駆け込み需要の反動減が大きい。 |
| | 電気機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・きっかけがあれば設備投資を行う意思はあると感じるが、積極的に設備の更新投資を行う考えはないようである。表面的な景気は良い雰囲気があるものの、本当に良いのか、一過性の動きなのかを見極める傾向が強い。 |
| | その他製造業 [事務用品] (営業担当) | 受注量や販売量の動き | ・売上、販売量共に変化がない。 |
| | 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・案件は増えているが、価格は依然として厳しく、利益が伸びない。 |
| | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・3か月前に比べると、受注量や引き合いなどはあまり変わっていない。関東方面では業者が少ないことによる引き合いもあるが、それに対しては当方の対応が難しい。 |
| | 通信業（管理担当） | それ以外 | ・天候不順の影響があるのか、夏休みに入った割には、良くも悪くもなっていない。 |
| | 金融業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・アベノミクスにより景気は上向きとなったが、中小企業の間では長続きしなかった。消費税率の引上げ後は低迷傾向に変化し、それ以降は横ばいの状態である。 |
| | 不動産業（営業担当） | 取引先の様子 | ・神戸から事業所の撤退が続いている。事務所の空室が増え、社宅などの必要もなくなっている。それに伴い、賃料の低下や空室率の上昇が進み、神戸の景気が悪くなっている。 |
| | 新聞販売店[広告](店主) | 受注量や販売量の動き | ・8月になると、折込件数はいつも落ちるので何ともいえないが、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 | ・この1か月くらい、広告出稿には大きな動きがみられない。 |
| | 経営コンサルタント | 受注量や販売量の動き | ・顧客企業の設備投資や事業開発費には、一定の予算が計上されている。その予算は予定どおり執行されており、低減や見直しの動きはない。 |
| | 経営コンサルタント | 受注量や販売量の動き | ・主に関西の家電メーカーの関連会社がクライアントであるが、やや回復傾向にあるといわれながらも、全体としては変わらない状況である。 |
| | 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 | ・盆休みが終わっても忙しくならない。 |
| | その他非製造業 [機械器具卸] (経営者) | 取引先の様子 | ・工具の卸売では、夏はスポットクーラーなどの注文が増えるが、天候などに大きく左右される。今年は8月に大きな台風や雨が多く、気温も上がらなかったため、非常に商品の動きが悪く、前年を下回っている。 |
| やや悪くなっている | 食料品製造業（経理担当） | 取引先の様子 | ・天候不順のほか、消費税増税による影響が徐々に出ており、受注が小規模になってきている。 |
| | 食料品製造業（営業担当） | 取引先の様子 | ・8月中旬までは、天候不順で飲料水の売上が前年と比べてかなり悪い。月下旬の天候は良かったが、トータルでは悪いままである。 |
| | 繊維工業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・流通先での在庫が減ってないため、新規の受注が減っている。 |
| | 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 | ・業界別には戸建住宅関連の販売促進が低迷しており、秋から年末にかけての販促に期待したい。一方、医療業界ではジェネリック医薬品の利用が増加を続けている。また、安全基準の見直しに伴い、書類の改定やネットでの配信が多くなっている。 |

| | | | | |
|------|-----------|-------------------|------------|---|
| | | 化学工業（管理担当） | 受注量や販売量の動き | ・国内の建築関連の受注が、前年比で約15%減少している。 |
| | | 輸送業（営業担当） | 取引先の様子 | ・例年、お盆期間中は売上が伸びるが、今年は全く増えておらず、配達の手を減らしたほどである。家具をはじめ、別になくてもよい物の購入は後回しにされている。 |
| | | 輸送業（営業所長） | 受注量や販売量の動き | ・関西国際空港での輸入貨物の配送が減少している。 |
| | | 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、前年の売上を大きく割り込んでいる。 |
| | | その他非製造業〔衣服卸〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・不要不急の商品に対しては、財布のひもが予想以上に固い。消費税増税後は依然として商況は改善していないというのが実感である。一方、最近の天候不順が消費に与える影響は大きく、特に寝具やインテリア商品といった高額商品への需要が更に減少している。 |
| | | その他非製造業〔商社〕（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・8月は稼働日が少ないということもあるが、キャンペーンを打っても顧客の反応は良くなく、受注量や販売量は増えていない。 |
| | 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 | ・生産量は7月に続き、8月も前年比で約87%と大幅なマイナスとなっている。消費税増税の影響のほか、タオルの輸入の増加で深刻な状況にある。 |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・既存の仕事の発注量が小口化するなど、必要な分を必要なだけ発注する動きが徹底されている。 |
| 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） | 雇用形態の様子 | ・これまでは短期的な案件も多かったが、現在は中長期的な案件が増えてきている。契約期間でいえば、半年などの契約を結ぶ企業が増えてきている。 |
| | | 人材派遣会社（役員） | 求人数の動き | ・企業の求人数は減っていない。特に、正社員、紹介予定派遣といった無期雇用の求人が多くなっている。その一方、労働契約法や労働者派遣法の改正による影響で、人材派遣に対する応募者の数が少なくなっている。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | 求職者数の動き | ・5～6月が最悪であっただけに、求人数、求職数共に若干上向いている。 |
| | | アウトソーシング企業（社員） | それ以外 | ・臨時求人を出したところ、応募の動きがみられる。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | それ以外 | ・新聞広告の出稿の推移をみると、百貨店、流通、不動産など、関西の地場企業による出稿が増えている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は引き続き増加傾向にある。業種別にみても、大きな割合を占める製造業や小売業で大きな伸びを示している。派遣業からの求人も増加しており、製造業へのまとまった派遣もみられる。一方、求職者は引き続き減少傾向である。 |
| | | 民間職業紹介機関（支社長） | 採用者数の動き | ・採用者数は底堅く推移しており、人手不足による若手の採用も増えている。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（経営者） | 求人数の動き | ・中途採用の需要が出てきている。人材の供給が追い付かない状況で、派遣社員よりも正社員や契約社員の需要が増えつつある。中小企業の経営者は、総じて下半期の景気は良くなると考えている。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・求人数は一定数あるが、長期的な需要ではなく、期間限定業務が増加傾向にあるように感じる。 |
| | | アウトソーシング企業（営業担当） | 求人数の動き | ・ITエンジニアや医薬情報担当者などの職種では需給バランスが崩れており、米国の大手金融機関の破たん前にみられた売手市場にほぼ戻っている。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・大型商業施設の開業効果も落ち着き、安定した状況にある。その一方、海外からの来訪客が増加し、ホテルなどのサービス業では人手不足となっている。アルバイトの募集単価も上昇している。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（管理担当） | 求人数の動き | ・当社が取り扱っている新聞求人広告は、3か月前に比べてやや落ち込みがみられる。ただし、求人に限らず、このところは新聞広告全体に鈍化傾向がみられることから、景気の悪化というよりも、インターネットの活用に伴う新聞への依存度の低下が遠因とみられる。 |
| | | 職業安定所（職員） | 雇用形態の様子 | ・求人数の伸びには若干の落ち着きが感じられるものの、正社員の求人数は堅調に増加している。 |

| | | | |
|-----------|-----------------|---------|--|
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は前年比で6.1%増加しているものの、正社員求人は増加していない。また、産業別には建設や医療関連で有資格者の求人が増加しているが、実際の採用に結びついていない。また、中小企業の求人では、社員の高齢化に伴う後継者の求人が多く、受注の増加に伴う求人は自動車などの限られた業種となっている。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・職種にもよるが、建設業では土木技術者の募集が県内では充足しないため、他府県に依頼する事業所もある。また、有料の広告を利用しても効果がなかったため、職業安定所に求人を出す動きもある。景気は良い状況にあるが、3か月前も良かったことから、全体的にはあまり変わらない。 |
| | 民間職業紹介機関（職員） | 求人数の動き | ・下請の建設業者は人手を確保できる範囲内ではか仕事を受けないため、日雇い求人は頭打ちの状態が続いている。 |
| | 学校〔大学〕（就職担当） | 周辺企業の様子 | ・今月は、百貨店などの大規模商業施設を訪れる機会が多かったが、客足が鈍いように感じた。客が多いのは、子ども用品売場などの限られた場所だけである。 |
| やや悪くなっている | | | |
| 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 | ・新聞への広告出稿量を見ると、ここ数か月は明らかに減少している。 |