

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）	来客数の動き	・都心店舗、郊外店舗共に、入店客数が前年比で5～6%ほど増えており、集客の勢いかなりある。都心店舗では海外客の流れが更に大きくなり、郊外店舗でも、鮮度のある売場づくりができている店は入店客数が多く、客層の若干の若返りがみられる。また、中国で展開していない商材の売行きは相変わらず良く、品切れが発生しているほか、接客対応でも販売スタッフやカウンターの不足が出始めている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月上旬に2回目のリニューアルオープンを行った。イートインコーナーを作り、チラシを近隣の会社へ直接配った効果で、売上は前年よりも10%伸びている。
		都市型ホテル（総務担当） その他レジャー施設【イベントホール】（職員）	来客数の動き それ以外	・宿泊部門が先行して良くなっていたが、ここへきて飲料部門の来客数も前年を上回る動きが続いている。 ・梅田地区大型書店に本を買いに行ったが、一帯は若年客であふれており、書店もある程度の来客状況であった。百貨店の物産展は、エレベーター待ちの客で長蛇の列となっており、リニューアルオープンした商業施設も満員状態であった。
やや良く なっている	やや良く なっている	一般小売店【時計】（経営者）	それ以外	・今月は売上、来客数共に悪化することなく、順調に推移したが、内容をみると決して物が売れたわけではない。ほとんどが修理や電池交換であり、修理は口コミで来店した客が多かった。ただし、商品が多く売れたわけではない点を差し引けば、今月の数字はまずまず良い水準となっている。
		一般小売店【精肉】（管理担当）	それ以外	・インバウンド客による売上の増加傾向は景気の改善と呼べるのか、それによって業績が回復すれば景気が良いといえるのかは判断が難しい。5月はゴールデンウィークに伴う観光や、インバウンド客によるレストランの利用で売上は好転したが、通常の小売店は微減となっている。
		一般小売店【衣服】（経営者）	単価の動き	・格安の商品が伸び悩んでいる一方、割高の物が売れ、来客数も伸びている。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・外国人売上の拡大傾向は依然として継続している。1日の平均売上は2月の4,400万円から、5月は5,100万円となっている。外商顧客の売上も増加傾向を維持しており、5月の全店売上は前年比で3割増になる見通しである。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・今までは一部の超優良顧客が高額な商品を購入していたが、今月は更に顧客層が広がり、海外高級ブランドの時計や美術品などを買う客が増えてきている。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・宝飾品や海外の高級ブランド品が好調に動いている。先日開催された富裕層を対象としたホテルでのイベントも、前年や2年前を上回る結果となった。人気のある時計やバッグなどは、100万円を超える商品であっても入荷待ちの状態である。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・4月に比べてインバウンド需要に一服感がみられ、店頭業績の伸びは前月比で鈍化している。一方、天候の安定と初夏の訪れとともに、紳士服や子供服、リビング関連ではボリューム層の動きが回復傾向にある。
		百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・3か月前の売上は前年比で6%減であったが、今月は7%増で推移している。郊外店にはインバウンドの恩恵がなく、消費税増税後は高級ブランドが苦戦していたが、やや復調している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・一過性の動きかどうかは別として、今月は昨年や一昨年よりも上向きの傾向がみられる。これには天候や気温条件が良かったことで、後押しされた部分も多分にある。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・全般的に単価は上昇基調にあり、食品や日用品の販売点数も増えつつある。来客数も前年を上回る日が増えてきている。
		スーパー（社員）	単価の動き	・競合店が増加する一方、8割以上の既存店で来客数が前年よりも増加している。これによって売上も堅調に推移しているが、競合店を意識した価格を打ち出していることが大きな要因である。客の購買意欲を高める仕掛けがまだまだ必要である。

コンビニ（経営者）	単価の動き	・相変わらずプレミアム商品の売上が好調である。また、コーヒーの売上増加に伴い、ドーナツなどのデザート類の売上も連動して上がってきており、客単価の上昇傾向が続いている。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・昨年の秋から悪い状態が続いている。2～4月は寒く、天候不順もあり、売上は前年比で30～40%減の状態が続いてきたが、5月に入って昨年並みの数字が取れるようになってきている。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・省エネ住宅のエコポイントの効果でリフォーム案件が増え、それに伴って省エネ家電の動きも良い。
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・4～5月にかけての連休は慌ただしく終わった。人やお金の動きが激しくなり、活気が出ているように感じる。
高級レストラン（企画）	単価の動き	・高額商品の需要が高まっており、繁忙期と閑散期の差が縮まりつつある。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・6月の周年イベントに先行して開催しているキャンペーンが好調で、特に企業による20名ぐらいの宴会需要が増えている。会社の人事関係も落ち着いてきたらしく、ランチの新規常連客の獲得もますますである。
観光型ホテル（経営者）	それ以外	・地元の商工会が発行するプレミアム付商品券が、お買得感などで話題となっている。消費者に利益を還元しようという姿勢が伝わり、購買意欲が高まっている。
観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク中の来客数が前年比で8%増えた。各宿泊施設の稼働率は100%となり、日帰りの温浴施設の利用客も1,000人を超えた日が3日間続いた。
観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・宿泊人員や売上、消費単価、宿泊料金の各項目が、ほぼ前年を上回っている。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊の好調が継続しており、米国の大型金融機関が破たんする前の水準を超えている。けん引しているのは、マスコミも報じているように中国人客の大幅な増加であり、大阪地区全体でも客室単価は前年比で120%を超えている。一方、食堂は宿泊客による朝食需要の増加で、収入は上がっているが、ランチ、ディナータイムは大幅な減少が続いている。
都市型ホテル（管理担当）	販売量の動き	・引き続き、客室部門は海外からの観光客による宿泊が堅調に推移している。春になってからは、消費税増税の影響が一段落したのが、10%への税率上げが延期されたことへの安心感が、食堂部門も売上が伸びてきている。
都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・稼働率はやや落ち着いてきたものの、インバウンド関連の需要による継続的な押し上げにより、高い水準で推移している。また、客室単価も上昇中である。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・建築関係の団体旅行の受注が増えている。
旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・夏休みの旅行の申込が、当初は芳しくなかったが、5月中旬に入って国内旅行を中心に伸び出した。ボーナスの支給額が前年よりも増えそうであり、客の財布のひもが緩みつつある。
タクシー運転手	お客様の様子	・京都市内は、7月末まで修学旅行生が多い。
タクシー運転手	お客様の様子	・流し営業での営業収入が順調に推移している。
テーマパーク（職員）	販売量の動き	・景気が回復傾向にあることは間違いないが、施設内での消費が消費税増税前の水準に達していないところが気になる。
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	・インバウンドによる底上げがほぼ定着し、一過性の好調ではなくなっている。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	お客様の様子	・すべての取引先ではないが、しっかり経営を行ってきた会社は売上が増加している。ただし、取引先の本音はこの状態が少しでも続けばよいというものであり、誰もずっと続くとは考えていない。
住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・新規分譲地への申込を含め、土地購入の動きが出てきている。
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）	来客数の動き	・身の回りの法人の需要が増加しているように感じる。

変わらない

商店街（代表者）	販売量の動き	・人出は多いが、売上の増加につながらず、客足の引きも早い。
一般小売店〔珈琲〕（経営者）	それ以外	・大阪市内の商業施設や観光地などでは、海外からの観光客が目に見えて増加しているが、地元の景気回復には直結していない。
一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・新年度になり、予算が決まってくる時期を迎えているが、見積などの新たな商談が思ったほど出てきていない。
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	販売量の動き	・卸売、店頭販売共に、売上はほぼ横ばいである。
一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・5月と2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5月が86.0%で、2月が115.6%、関東は5月が93.4%で、2月が106.9%、中部は5月が95.2%で、2月が111.5%、中国は5月が108.2%で、2月が92.7%となり、各地区合計の平均は5月が91.1%で、2月は108.9%と、全国的に同じような傾向となった。原因としてはっきりしているのは、2月はバレンタインの好調で前年を上回っただけであり、それを除けば悪い状態が続いている。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・客単価は上がっているものの、来客数自体が減っているため、全体としての販売量は減少している。
一般小売店〔花〕（店長）	販売量の動き	・販売量、来客数共に減少しているが、理由は分からない。
一般小売店〔野菜〕（店長）	来客数の動き	・個人商店ではなかなか良い話が聞かれない。相変わらず閉店する店が増えている。
一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・相変わらず安価な商品ばかりが動いている。
百貨店（売場主任）	来客数の動き	・全体的には5月になって少し上向き、前年の水準に近づく傾向がみられる。単価自体が大きく変わったわけではないが、昨年の耐震工事による落ち込みの反動で、今年は改善に向かっている。株価の上昇に伴い、婦人服や紳士服の売上が2～3か月前よりも改善している。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・前年の消費税増税の影響もあり、3～5月の累計で考えると、ほぼ前年どおりの売上推移となっている。ただし、外国人観光客による売上増の効果を差し引くと、厳しい状況に変わりはない。
百貨店（売場主任）	来客数の動き	・依然として消耗品のほか、限定品などの希少価値の高い商品に購入が集中している。また、客が高齢化するなかで若年層の動きが変化しているほか、IT関連企業の高所得者に購買意欲がみられる。
百貨店（売場主任）	来客数の動き	・売上は増加傾向にあるが、入店客数は減少が続いており、外国人客や一部の高額品購入者に偏った売上構成となっている。
百貨店（企画担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク後は来客数、売上共に、非常に厳しい状態が続いている。唯一の好材料は、外国人観光客の売上が好調なことである。特に、オープンから2年目を迎えていることもあり、昨年のオープン効果の反動で前年比の動きは厳しい。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・食料品の動きは回復しているが、婦人ファッション関連の回復が遅れている。
百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・販売量が減少している。前年は消費税率の引上げから2か月目で落ち込んだことから、前年比では増加しているが、一昨年と比べると微減となっている。また、今年は日曜日や祝日が多いため、各指標は良くみえるものの、実態は厳しい。株高の影響で富裕層の購買意欲は高まっている一方、中間層、特に30～40代による購買の減少が目立っている。
百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・百貨店では入店客数の減少傾向が続いている。買上率はアップし、買上単価も富裕層の消費増などでアップしているが、買上点数は減少傾向が続いている。消費者が状況に応じた選択消費の動きを強めているほか、商品、サービスに対する価値の判断が、小売以外でも厳しくなっている様子が見られる。

百貨店（販促担当）	販売量の動き	・前年の5月は消費税増税から2か月目に当たるが、今年の推移は前年並みとなっている。衣料品の動きが厳しく、雑貨や高額品が堅調という傾向に変化はない。衣料品は、季節需要以外は厳選して購入される傾向が強く、プロモーションなどの効果が少ない状況である。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も特選洋品や宝飾品、時計などの高額商品が好調であるが、全体的に来客数、レジ客数共に、前年よりも10%程度減少している。売上も前年並みで推移している。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・前年は消費税増税後で落ち込んだため、今年との単純な比較は困難であるが、好調とは言い切れない。ただし、婦人雑貨や化粧品は好調を維持している。
百貨店（営業企画）	競争相手の様子	・景気回復の実感に乏しい。特に、地方への波及にはなお時間を要すると感じている。都市部でも郊外型の店舗は同じような状況である。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・月初は買物の動きもスムーズであるが、月の中旬を過ぎると、急に財布のひもが固くなる。
スーパー（店長）	単価の動き	・食料品は生鮮相場の影響などで単価が上がっており、売上も上向きであるが、消費税増税の影響を考慮しても、住関連と特に衣料品の落ち込みが大きい。消費者による衣料品の買い控えや、店舗の選別の動きが顕著にみられる。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数、単価共に、昨年よりも上向いているため、景気は良い方である。
スーパー（店長）	お客様の様子	・堅実な買物の仕方が定着し、無駄な物は買わなくなっている。商品の値上げが増えたほか、野菜の高騰もあったが、そういったことが不調の理由ではない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数の減少は落ち着きつつあるが、増えることはない。必要以上に購入しないため、客単価も上がらず、特に過疎化が急速に進んでいる地方は厳しい。
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・売上の前年比が105%となり、一見良さそうに感じるが、前年の消費税増税による落ち込みの反動や、野菜の高騰による影響を勘案すると、横ばいの評価となる。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・気温の上昇が例年よりも早く、衣料品の売行きが好調である。日用品も、日焼け止めや殺虫剤などの季節商品の動きが良く、農産物の相場高もあり、売上のプラス要因となっている。
スーパー（広報担当）	来客数の動き	・前年比などの数字は良くみえるが、昨年の消費税増税後の落ち込みを考えると、実質的に好転しているとは言い難い。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・ここ3か月は特に大きな変化はみられないが、お総菜や冷凍食品の動きは好調である。たばこや雑誌の販売減が全体の足を引っ張っている。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・今月も低調なまま変化はない。売上はオリジナル商品の投入などで下げ止まっているが、天候要因による野菜の高騰や、4月からの食品の値上げなど、厳しい状況は変わらない。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・買い控えの動きがみられる。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型車を投入しているため、来客数は若干増加しているものの、販売台数の増加にはつながっていない。
乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・一部車種では客の動きが活発化しているが、全体的にはあまり変わらない。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・客には買い控えの様子が感じられない状態が続いている。欲しい人は買ってくれるため、この数か月間は売上が落ちていない。ただし、様々なサービスを行い、薄利の取引で身を削った結果であり、景気が回復したわけでも何でもない。
その他専門店【医薬品】（経営者）	単価の動き	・ドラッグストアでは、客1人当たりの買上点数が平均5.5点となっているが、1点当たりの単価が少しずつ上がっている。今月は前年よりも2%ほど上がっており、高い品質を求める傾向が強まっている。
その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・相変わらず株や資産を持っている人の景気は良い。それ以外の人の景気は相変わらず良い状態にはなく、今後もこの傾向が続く。

その他専門店 〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・景気が良くなる要素はなく、若干下がっているようにも感じる。各商品が値上がりしている影響で、売上が減っている小売店も多い気がする。外食産業では食品卸業者が思うように値上げできておらず、利益の面ではマイナスとなっている。
その他専門店 〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・店頭では特に大きな変化はない。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・直近の売上は、消費税増税後に落ち込んだ前年を下回っている。主要顧客の70～80代の購買意欲の低下が顕著である。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・商店街は人通りもまばらで、グループよりも1人で訪れる客の方が多い。
一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・春の歓送迎会での来客数、客単価は前年並みで推移している。株価は近年の最高値を更新しているが、景気の回復感ほど客の懐具合は良くなっていない。ただし、インバウンド関連の売上は好調である。
一般レストラン（店員）	お客様の様子	・来客数、売上共に、変化がない。
その他飲食 〔コーヒーショップ〕（店長）	来客数の動き	・消費税増税による価格変更から1年が経過したが、来客数は今も微減傾向が続き、単価上昇分で何とか売上を維持している。節約志向は依然として続き、消費者は日々の出費をできるだけ抑制していると感じられる。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・団体客や個人客、インターネット予約、インバウンドと、すべてが順調に稼働しており、好調を維持している。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・今年はゴールデンウィークの期間が例年よりも長く、売上にも貢献してくれたが、その後の動きが鈍くなっている。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・2～3か月前と比較して、全体的に景気は変わっていない。世間では外国人観光客の増加でにぎわっているようであるが、実体経済が良いとは一概にいえな
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・今月中旬から海外旅行の申込が昨年並みに動いてきたが、IS関連のニュースが増えると高額商品が中心の欧州方面が伸びない。株高や昇給といったプラス材料はあるものの、国内旅行を含めた全体では、昨年並みの動きとなっている。
旅行代理店（店長）	来客数の動き	・景気が良くなっているという認識はあるが、実際には客の来店が少ない。旅行などのレジャーについては、客の優先順位では一番でないため、判断が難しい。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・国内旅行やインバウンド客の動きは堅調であるが、海外旅行は個人客の動きが依然として厳しい。
タクシー運転手	来客数の動き	・イベントや大きな会議が行われる際は、利用客の動きがみられるが、それ以外はタクシーの利用自体は多くはない。
タクシー運転手	競争相手の様子	・企業による配車依頼の無線は、限られた場所ではか鳴らなくなっている。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・物価や原料コストの上昇により、個人消費が停滞している。
通信会社（社員）	販売量の動き	・客の申込内容が大きく変化し、テレビの多チャンネルコースの新規獲得がかなり厳しくなっている。また、既加入者による解約も増加傾向にある。ネットサービスの申込は現在のところ好調であるが、値下げによる訴求などでしのいでいる状態である。
パチンコ店（店員）	来客数の動き	・悪くなっているとは思わないが、良くなっているとも感じない。
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	・新タイプの大型店のオープンが続いているが、タイトルごとの好不調もあり、既存店のセル関係の売上前年比が悪い。
住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・今年に入ってから販売量が低迷している。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	お客様の様子	・5月の展示場の来場数は前年比で増えているが、消費税増税の影響を見越してフェアの期間を延長したからであり、各出展企業の動向は依然として厳しい。

		その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・一部の都心分譲マンションは、来場客や成約数が増加傾向にあるものの、全体としては前年から横ばいか、微増にとどまる。今後は価格上昇の継続による影響が懸念される。
やや悪くなっている		商店街(代表者)	お客様の様子	・先行き不安による購買意欲の低下や、人口の高齢化による年金生活者の増加の影響が出ている。
		百貨店(売場主任)	来客数の動き	・今月は目標が未達となる見通しである。外国人客の需要は伸びているものの、昨年の改装オープン効果の反動もあり、来客数は前年比で15%減となっている。特に、衝動買いが多い洋品関連の動きが苦戦している。また、アパレルでも高額品は堅調であるが、来客数の変化の影響を受けやすいカジュアル商材が不調である。
		百貨店(マネージャー)	販売量の動き	・これまでの傾向どおり、買上客単価は千円程度上がっているものの、今月は買上点数が前年比マイナス1.5%程度で推移している。3か月前もマイナスであったが、1%以下の減少であった。依然として商品選別の目が厳しく、特に必要ではないが、ついでに買っておくという動きが少なくなっている。
		スーパー(店長)	お客様の様子	・3月の売上減が想定以上に大きく、4月も思ったほどは取り戻せなかった。今月も前年比で98%という状態である。一般食品や青果物などの値上げもあり、販売点数は若干減少している。単価アップで売上は若干伸びているが、予断が許されない。
		衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・客による購入は最低限にとどまっている。
		乗用車販売店(経営者)	単価の動き	・株価は上がっているが、円安で原材料価格が高くなり、経営は苦しい。
		乗用車販売店(営業企画)	来客数の動き	・来客数が前年比で減少してきており、上向くめどが立たない。
		その他小売[インターネット通販](オペレーター)	販売量の動き	・受注には至っていないが、問い合わせの電話が増えている。
		高級レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・ランチは安定した流れがあるものの、ディナーの変動が日によって激しい。
		一般レストラン(企画)	来客数の動き	・5月に入り、来客数の前年比が大幅に低下している。関東と比較するとまだ良いが、ゴールデンウィークは特に前年を大きく下回る水準で推移した。今までは良かった平日も来客数が落ちており、客単価も前年は上回ってはいるが、上昇幅は徐々に低下してきている。
		競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は9,911円で、3か月前の客単価は10,396円であった。
		美容室(店長)	来客数の動き	・来客数の前年比での減少が続いている。また、メーカーによる化粧品の開発力の低下を感じる。
		住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・新築マンションの販売価格は、土地代や建築費の高騰により上昇し続けている。これまでは何とか売れてきたが、一部の案件では販売不振となっており、そろそろ限界に近づいてきたのではないかと感じる。
悪くなっている		家電量販店(企画担当)	競争相手の様子	・家電メーカーでは工場閉鎖やリストラが行われているほか、競合相手の家電量販店の状況を見ると、厳しいと感じる。
		その他専門店[宝飾品](販売担当)	単価の動き	・売上の増加傾向はみられない。
企業動向関連(近畿)	良くなっている	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・中国市場に関する大型プロジェクトを受注している。
	やや良くなっている	食料品製造業(営業担当)	取引先の様子	・消費税増税の影響で4月までは売上が良くなかったが、5月は気温の上昇の影響もあり、売上が上向いている。
		プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今まで止まっていた注文が出てきた。新規案件の増加ではなく、あくまでも従来の案件であり、発注量の純増にはつながっていない。3か月前からは改善がみられるが、特別な要因は見当たらない。
		輸送用機械器具製造業(経理担当)	取引先の様子	・ここへきて国内の設備投資がやや活発な動きをみせている。引き合いの数も増加傾向にある。
	その他製造業[事務用品](営業担当)	受注量や販売量の動き	・例年よりも、受注量が増えている。	

	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・急激な変化はなく、少しずつ改善しているように思えるが、時間がかかりそうである。	
	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	・5月の連休明けから少し忙しくなった。同業者も忙しくなっている。	
	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	・2月以降、主要駅構内ではアジア方面からの外国人観光客などでにぎわっており、土産を中心に売上が好調に推移している。	
変わらない	食料品製造業 （従業員）	受注量や販売量の動き	・昨年は消費税増税の駆け込み需要があり、比較的売上も順調であったが、今年も極端に落ちることはなく、少しずつではあるが伸びている。決して消費者の収入が増えているとは思えないが、購買意欲は高まっているように感じる。	
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・需要に多少動きが出ているようであるが、全体としてはまだまだである。	
	出版・印刷・同 関連産業（営業 担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は3か月前に比べて少し増えているが、依然として価格競争に伴う値引きが続いており、利益は少し落ちている。	
	窯業・土石製品 製造業（経営 者）	受注量や販売量の動き	・業界の動向をみると、受注、販売共に、徐々に良くなってきてはいるが、これで景気をどう判断してよいか分からない。	
	電気機械器具製 造業（経営者）	取引先の様子	・ここへきて円安傾向が進んでおり、輸入と輸出とでは反対の影響がみられるが、円安や株高はムードを良くするため、投資意欲も高まってきているように感じる。	
	電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年4～5月は売上が落ちるので、季節変動と考えられるが、その原因となる要素は見当たらない。周辺店舗の閉鎖や転売をみていると、やはり景気はかなり悪いとしか思えない。	
	電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークで営業日数が減少した影響はあるが、特に大きな変化は感じない。	
	建設業（経営 者）	受注量や販売量の動き	・受注、販売状況共に、やや良い状態が続いているが、問い合わせの数などには変化がない。	
	建設業（経営 者）	取引先の様子	・相変わらず技能労務者が不足し、建設資材が高騰するなかで、厳しい価格競争が続いている。	
	建設業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・住宅ローンが組めない客が増えてきたように感じる。まだまだ家計は厳しいようである。	
	輸送業（営業所 長）	受注量や販売量の動き	・昨年は少なかった、事務所の移転作業が増えている。	
	通信業（管理担 当）	受注量や販売量の動き	・受注量はそれなりに順調であり、そのほかの状況にも特に変化はない。	
	金融業〔投資運 用業〕（代表）	取引先の様子	・中小企業が円安の恩恵を感じるまでには至っていない。それが今後のアベノミクスの課題であると感じる。	
	不動産業（営業 担当）	取引先の様子	・神戸からの企業の撤退が続いていることで、事務所のニーズが減り、社宅のニーズも減ってきている。それによって賃料も下がるなど、神戸の経済が停滞している。	
		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	・広告の引き合いには、4月から大きな変化がみられない。
		経営コンサルタ ント	受注量や販売量の動き	・新年度になったが、年度末と比べ、当社を取り巻く環境には大きな変化がない。
	経営コンサルタ ント	それ以外	・身の回りの衣食住に関する商品を注意深く観察しても、上向きの状況にはなっていない。回復までには時間がかかりそうである。	
	コピーサービス 業（店長）	受注量や販売量の動き	・受注量に変化はみられない。あまり良い話は聞かれず、今のところは平行線となっている。	
	その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	競争相手の様子	・今年の2～4月ごろから、商品の値上げについて各取引先に伝えているが、あまり商品を購入してもらえず、話がそのまま流れている。	
やや悪く なっている	繊維工業（総務 担当）	受注量や販売量の動き	・消費者向けの催事の集客が少ないため、必然的に売上などが減っている。メーカーへの注文も減少気味である。	
	金属製品製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・年度明けの新たな需要は期待外れの感があり、5月は連休と重なって最悪の状態となった。6～7月は多少の回復は見込めそうであるが、大企業の景気判断と中小企業の感覚には大きなズレがあるように感じる。	

		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・関西エリアの受注が少ない一方、中部エリアの受注は順調である。
		一般機械器具製造業（設計担当）	それ以外	・物品の値上がりの動きに、消費者の収入がついてきていない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が少ない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・大阪だけが前年の売上を下回っている。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・新年度となって補助金も落ち着き、案件が少し減少気味である。製品の価格勝負となる案件が増え、コストダウンを余儀なくされている。
	悪くなっている	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けから、すべての同業者で仕事量が落ちている。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が前年比で約34%減となっている。
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（経営者）	求人数の動き	・連休明けからは景気が良くなり、全業種で派遣、正社員共に忙しくなっている。いわゆる売手市場であり、関西ではインフラや金融関連でIT系の人材の動きが活発になっている。
		人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・求職者のうち若年層は正社員志向が依然として強く、企業の採用意欲も衰えてない。また、年収水準も上がってきている。一方、子育てが落ち着いた35～49歳の女性はパート職の求人が多く、企業の採用意欲はこの層にも及んでいる。
		人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・40代後半の求職者でも、紹介予定派遣で仕事が決まるケースが増えてきている。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・業界では人材が集まらず、低迷しているように感じるが、世間的には求人数も増え、景気は上向き基調である。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・今月も当社が取り扱う新聞求人広告は、安定的に好調を維持している。これから急激に増加していくことは考えにくい、持続性が出てきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数が増加している。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人企業数の伸びが勢いを増している。
		学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・毎日の通勤時には、大阪駅で目にするアジアからの外国人団体客の数が非常に多いと感じる。
	変わらない	アウトソーシング企業（管理担当）	それ以外	・例年依頼される仕事は入ってきていないが、イレギュラーの仕事が今のところは継続的に入っている。
		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、大企業の収益回復は感じられるが、中小企業にまでは及んでいないため、ほぼ前年と同じ傾向となっている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新卒市場は活発に動いている。ホテルや観光関係はインバウンド効果で動きが増え、転職市場でも即戦力を求める企業が増えてきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人がなかなか充足せず、中小企業では人手不足感が高まっている。求職者の動きとしては、条件の良い会社への転職を希望する在職者が多い。求人数、求職者数共に、推移に大きな変化はみられない。
		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1.1%減少した。製造業や医療・福祉などで増加がみられるものの、小売業や飲食業、宿泊業などの多くの業種で減少となった。観光客は増加しているが、求人にはあまり影響は出ておらず、一気に景気上向きとはいかない様子である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・宿泊、飲食サービス業や医療、福祉業では人手不足が続いているため、採用活動は活発である。求人窓口に来所する求人企業も増えている。ただし、中小企業の製造業の担当者からは、電気料金の値上げが実施され、今年の夏が猛暑になった場合のコストの上昇を心配する声が多く、景気が良くなっている印象はない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・企業の求人意欲が高い。実際に求人を出しても、なかなか人が取れないとの声が多く聞かれる。
		学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・求人、採用状況は昨年度並みである。

やや悪くなっている	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・建設日雇い求人数が、季節的な変動を大きく超えて落ち込んでいる。ここへきて住宅建設や公共工事の着工が低調に推移している。
悪くなっている	-	-	-