

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（営業担当）	単価の動き	・富裕層の優良顧客で、今まで高額品の購入がなかった客からの、高級家具や高級ブランドの宝飾品などへの引き合いが非常に増えている。高額品を集めた店外での催しも好調である。
		百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・都心店舗におけるインバウンド効果は、この数か月で収まることはないと思われる。現地でまだ展開していない商材への問い合わせや、取り寄せが増え、商材不足がかなりの頻度で発生している。日本製の化粧品のほか、人気ファッションブランドのハンドバッグなどは、店頭商材が全くなっている。郊外においても一定の買い回りがみられ、来客数は前年比で106%、客単価は100.7%と上向ってきている。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・先日店内で実施された、得意客向けの特別招待会では、過去最高の来客数と売上を記録した。また、有名作家の美術品の展示会では、高額品が中心であるにもかかわらず、ほぼ完売した。さらに、インバウンド売上は前年の3～5倍で推移している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数、買上点数、客単価共に回復しており、ステーキやマグロなどの高単価商材の動きも良い。日本経済全体の成長が一般消費者にも波及し、消費の増加につながりつつある。
		住関連専門店（店員）	販売量の動き	・ボーナス支給によって高単価の商品が売れている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・和歌山地区では国体に向けたイベントが開かれ、外国人旅行者も増えているなど好調である。
		都市型ホテル（総務担当）	単価の動き	・宿泊部門が好調である。1部屋当たりの販売単価が、前年比で10%程度は上昇している。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は11,530円で、3か月前の客単価は10,118円であった。ただし、今月の客単価は、最高グレードのレースを開催したためであり、一時的な上昇である。
やや良く なっている		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・受注量が増加しており、先行きの受注もある。
		一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・6月と3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6月が84.7%で、3月が86.7%、関東は6月が115.1%で、3月が92.8%、中部は6月が98.0%で、3月が85.3%、中国は6月が115.5%で、3月が105.5%となり、各地区合計の平均は6月が96.4%で、3月が90.4%となった。全国的に多少は上向ってきている。関西は昨年に阿倍野地区で大型商業施設が開業した反動減で伸びが弱い一方、東京を含むほかの地区は、3月に比べて前年比が上向き傾向となっており、全国的には多少上向ってきている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・昨年に大きな耐震工事があり、不完全な状況で営業を続けたが、昨年10月にリニューアルオープンした。その後は改善しており、いろいろな販促策によって前年並みを維持している。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・全体的な力強さはないが、高額品や婦人雑貨、中元品などの動きは堅調である。夏のボーナスを前に微妙な時期ではあるが、都市部を中心に少し期待が持てる。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・クリアランスセールスタートが7月上旬となったが、6月中旬以降、定価品の売上が伸びるかどうかは不安がある。直近の定価品の動きは、前年にセール前の買い控えが出た反動もあるが、前年比20～30%増で推移している。また、客単価も高価格ゾーン、ボリュームゾーン共に、前年よりも伸びている。
		百貨店（商品担当）	来客数の動き	・インバウンドの売上が3月以降伸び続けている。売れ筋商品についても、時計や化粧品以外のファッション全般に広がっている。
		スーパー（広報担当）	単価の動き	・牛肉の希少部位や厚切りのステーキが売れるなど、高付加価値商品の動きが良い。
スーパー（社員）	来客数の動き	・消費税増税後の落ち込みによる反動で売上が増えた4月以降、売上が大きく増加する店舗が増えてきた。ポイントカードをみると、これまでスーパーの利用が少なかった客の来店が増加している。		

	コンビニ（経営者）	単価の動き	・午後8時以降になると、外国人の客が国内客よりも多くなり、1人当たりの単価が15%ほど上がっている。
	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なことに加えて、コーヒー類の新商品が大人気であり、結果として客単価が押し上げられている。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・一番近い競合店の閉店が決まり、そちらからの客が増えている。
	コンビニ（広告担当）	お客様の様子	・3か月前に比べると、多少は良くなっている感はあるが、まだまだ本格的に良くなっているとは判断できない。
	家電量販店（企画担当）	単価の動き	・電力会社による電気料金の値上げに伴って、省エネ家電の需要が高まっている。ボーナス商戦に重なったこともあり、単価のアップにつながっている。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・昨年と比べて、来客数や単価、販売台数が上向きとなっている。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	単価の動き	・株価が高騰しているため、買上単価が上がっている。株価の上昇が続けば、この傾向も維持されるが、株を持っていない客は景気が良いとはいえない。
	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月に入り、団体客によるディナーの貸切りが増えた。ランチも5名以上のグループが多くなっている。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ウェディング需要はやや低迷し、その代わりに会社による中規模から大規模の宴会が増えている。また、会社の経費で使用するため、料金をカード払いする客も増えた。飲食代の経費が落ちるようになってきたということであり、一部では会社の景気が良くなってきたとの声も聞かれる。
	観光型ホテル（経営者）	お客様の様子	・プレミアム付商品券の利用で、客単価が上がっている。
	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・ホテル業ではインパウンド客が増加している。
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊部門では、中国、韓国からの観光客の大幅な増加による増収効果が拡大している。これは限られたエリアだけではなく、広範囲にわたって売上を押し上げており、確実に客室単価は上昇している。その影響で朝食売上も増収となっている。一方、宴会やランチ、ディナーには効果が出ておらず、客単価が上がる見込みはまだない。
	都市型ホテル（管理担当）	販売量の動き	・海外からの宿泊客は順調に増加し、食堂部門の売上も順調に伸び始めている。
	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・宿泊では客室単価の上昇が続いている。インパウンド関連をはじめ、国内観光客の需要も好調である。また、最近ではレストランの来客数も増加している。
	旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・ボーナスの支給が始まり、予想よりも増えていたという客が多いため、夏休みの旅行受注の増加につながっている。心配なのはMERS（中東呼吸器症候群）の影響であり、日本に感染が広がらないことを願う。
	タクシー運転手	お客様の様子	・流し営業での客の乗車機会が増加している。営業収入の大きな伸びはないものの、順調に推移している。
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・施設への来客数だけではなく、販売量にも増加傾向がみられる。
	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・受注が前年よりもやや増加傾向である。特に不動産が堅調に動いている。
	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）	それ以外	・全体的に消費は増加傾向にある。
変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・インパウンド客の売上を差し引くと、前年比が相当悪い。
	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	お客様の様子	・取引先の各店舗の様子をみていると、客が増えている店舗よりも、圧倒的に減少している店舗の方が多い。当チェーンの直営店、FC店でも、客1人当たりの購入金額が減少している。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・どん底の状態から横ばいに上向いてきたことが大きい。各店舗とも前年の水準はクリアできている。

一般小売店〔精肉〕（管理担当）	お客様の様子	・外国人観光客による好調と、景気との関係をどう判断するかが難しい。それによって企業が活性化し、景気が良くなることはあるかもしれないが、国内客だけをみると厳しい状況が続いている。特に、食品は値上がりする商品が多く、家計を圧迫している。高コストの肉は最も消費が減らされやすいため、非常に厳しい状況である。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・天気の良い日を見ると、来客数、売上共に上向きである。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・販売量、来客数共に例年並みである。ただし、来店した客からは、今後の景気に対する明るい声を聞くことはない。
一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・なかなか良い状態にならない。相変わらずゴルフ場や飲食関係の動きが悪く、苦戦している。
一般小売店〔酒〕（社員）	単価の動き	・高価格商品の動きは良いが、日用品の購入単価は下がり、販売量も減っていると感じる。
百貨店（売場主任）	来客数の動き	・今までと同様に、季節商品は苦戦している。限定品や見切り品、ブランド品のアウトレットなどは動いている。特に、特定ブランドの商品、海外観光客向けの商品、化粧品、食料品やお菓子の限定品、家電製品などが好調である。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・インバウンド効果で売上が伸びているものの、それ以外の売上は横ばいが続いている。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・ボリュームゾーンの婦人服や食品については、売上の減少傾向が続いているが、急増している中国人観光客や、富裕層の外商顧客の購買意欲は高く、売上は増加している。店全体の売上が前年比で2けた増となる傾向が、今年の2月ごろから続いている。
百貨店（企画担当）	競争相手の様子	・6月に入っても売上の伸びが感じられない。その一方で、他社はインバウンド売上が好調な分、前年比は伸びているが、その数字を除いて考えると、どの会社も前年割れの状況である。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・衣料品の動きはやや回復しているが、食品は2年前と比べてまだ良くない。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・月前半は好調に推移し、売上は前年比で2けた増の勢いであったが、父の日が曜日巡りの関係で月後半にずれただけ、紳士衣料を中心に前年を割り込んだ。一方、月後半はクリアランスセールの後ずれや、土日が前年よりも2日減ったことなどが大きく影響している。
百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・セールの開始を7月にずらしたことで、売上トータルでは厳しいが、定価品は前年比で7%増と堅調に推移している。
百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・直近3か月と今月をみると、ボリューム層を中心に消費は厳しい状況である。特に、季節商品は夏本番であるにもかかわらず、販売数量が減少している。代表的な商品では、サンダルや傘などの数量が前年比で1割程度減少している。また、梅雨に入り、関西では天気の崩れはあまりないものの、各地でゲリラ豪雨の情報もあり、以前よりも天候による客足への影響は大きくなっている。一方、大阪ではインバウンド売上は好調な様子であるが、神戸地区はまだまだ少ない。一方、ギフト関係は前年並みで推移している。
百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・基本的に、阪神地区では訪日外国人の増加による影響が目立っており、商品の動きは好調である。ただし、国内客の買い方をみると、依然として単価や数量に厳しく、特に消耗品が苦戦している。
百貨店（販促担当）	単価の動き	・今月も高額品が好調で、衣料品が不調という傾向に変化はない。特に、セール品の動きが鈍く、客の慎重姿勢がより強まっている。消費者の心理には、セール品は不要不急の商品という意識があり、内容の見定め以前の問題となっている。その一方、高額品は、ブランド品などの安心感のある商品の人気が高く、それに希少性も加われば、更に高額な商品も動きも活発となっている。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月もこれまでの傾向に変化はなく、前年と同じような状態である。催事場の拡大や食料品売場の新ショップ導入などの改装効果は出ているが、入店客数やレジ客数はほぼ前年並みで推移している。

百貨店（外商担当）	単価の動き	・株価が近年の最高値を更新したが、恩恵を受けるのは一部の富裕層だけであり、まだまだ中低所得者や地方都市では景気回復の実感がない。中小企業にも同じことがいえる。
百貨店（営業企画）	単価の動き	・4月以降、来客数は前年を上回るようになったものの、6月の客単価はマイナス2%前後で推移している。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・店の両側に大きなスーパーがあり、客は常にそちらのチラシや価格を参考にしている。来店しても、買物をするかもしれない、しないこともあるといった動きが顕著にみられる。
スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数、1人当たりの販売点数共に横ばい傾向で、販売数量が伸びていない。衣料品、住居関連の季節商品の動きは鈍く、お中元商品の出足もあまり芳しくない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・なかなか景況感が上向いていると感じられないのは、生活必需品や購入頻度の高い商品は購買点数が増えてきているが、ハレの日の買い方にまだまだ節約志向が感じられるからである。例えば、父の日には和牛のステーキを多くそろえたにもかかわらず、売上はオーストラリアの牛肉の方が伸びている。赤身が好まれているという問題でなく、需要自体が非常に弱いと感じる。
スーパー（店長）	お客様の様子	・食料品のみならず、円安の影響による値上げラッシュや、一部の大手企業の不振や不正など、景気に水を差す情報があふれている。賃金上昇や株価上昇などが報じられているが、量販店の客はその恩恵をあまり受けない層が中心であるため厳しい。
スーパー（店長）	お客様の様子	・消費者は各店舗の特売日に買い回っている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・売上は前年比で95%と、先月よりも3ポイント悪くなっている。青果に関しては価格の上昇もあり、売上は前年をクリアしているものの、利益は確保しにくくなっている。気候も前年に比べると暑さがなく、夏物商材の販売量が伸びていない。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は例年並みの推移である。前年比では100%を超えているが、前年は消費税増税の影響で落ち込んだため、その分は差し引いて判断している。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・天候要因もあり、4～5月にみられた売上の好調さは落ち着いている。雨が多かったり、気温が低くなったりすれば、この傾向が続くことになる。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・従前と変わらず、購買点数の増加がみられない。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・業種による景気の差はあまりなく、横ばいか下向きで推移している。
衣料品専門店（販売担当）	単価の動き	・リピーターの客も低額商品を選ぶようになっている。
乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・1件当たりの粗利率は上がっているが、来客数が減少している。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・案件数や問い合わせ件数は、昨年よりも増えている実感がある。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・購入単価の動きが二極化している。消費者は、趣味や化粧品などでは単価にこだわらないが、生活必需品や毎日使用する商品はチラシ商品を優先する傾向がある。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・需要は伸びていない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・販売量に増減の変化がみられない。
高級レストラン（企画）	来客数の動き	・飲食部門における来客数の伸び悩みがみられる。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・週末の来客数は回復傾向にあるが、平日が回復するまでには至っていない。
一般レストラン（経理担当）	競争相手の様子	・2～3か月前と比較しても、状況の極端な変化はない。同業他社は良い店と悪い店がはっきりと分かれているが、個々の店の力であり、全体的な景気の影響ではない。

一般レストラン (店員)	競争相手の様子	・売上などに大きな変化はない。
その他飲食 [コーヒー ショップ] (店 長)	来客数の動き	・外国人客による利用の増加は感じるものの、来客数は依然として前年割れとなっている。インバウンドを除けば、国内客の利用は減少していると感じる。
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・6月も引き続き好調を維持している。個人客、団体客共に動きが良く、特に大口の団体客が例年以上に多い。
都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・相変わらず外国人観光客による売上が増えており、国内客による消費とは異なる動きとなっている。一方、円安や人件費の高騰により、利益は減少傾向にある。
旅行代理店(経 営者)	販売量の動き	・海外旅行では、MERS(中東呼吸器症候群)で韓国、I S I L 関連で欧州が不安視されているにもかかわらず、予約受付では前年比で130%以上に伸びている。一方、好調が予想された国内旅行は、インバウンドの増加を受け、沖縄や有名観光地向けの予約が取りにくく、受付は前年比で90%の推移となかなか波に乗れない。
旅行代理店(店 長)	単価の動き	・一時は価格の高い商品の販売が増えていたが、今は高い商品を求める客が減ってきている。安い商品で何度も旅行に行きたいという客が増えている。
旅行代理店(営 業担当)	販売量の動き	・訪日インバウンド客の動きは依然として活発であるが、海外旅行の個人需要が伸び悩んでいる。これまで堅調であった国内旅行も、少し伸びが鈍化している。
タクシー運転手	お客様の様子	・通勤ラッシュの時間帯での、バスや地下鉄の利用状況に変化はない。
タクシー運転手	競争相手の様子	・法人や高齢者による利用が減少している。
通信会社(経営 者)	お客様の様子	・受注状況などには、特に変化がみられない。
観光名所(企画 担当)	来客数の動き	・非常に小さな変化ではあるが、状況は良くなっている。ただし、まだ良くなっているという実感が得られるまでには至っていない。
パチンコ店(店 員)	お客様の様子	・ボーナス時期にもかかわらず、大きな変化がない。
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	・天候要因や消費税増税後の落ち込みによる反動を除いて、昨年よりも伸びている要素はあまりない。ただし、インバウンドは引き続き堅調である。
美容室(店員)	来客数の動き	・単価は悪くないが、先月と来月に客が分散してしまい、今月は手薄となっている。
その他サービス [ビデオ・C D レンタル] (エ リア担当)	販売量の動き	・書籍、レンタル売上共に、前年並みで推移している。大きな変動要因がない限り、このまま推移する。
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・地価については、販売価格は明らかに上昇しているが、売行きは良くない。価格の上昇に、市場や消費者がついてきていない。
住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・マンション、戸建住宅共に、各デベロッパーの事業用地の取得意欲は非常に強い。また、収益目的の投資用物件や物流用地の取得意欲も高く、土地価格の高騰が止まらない。
住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・同業者の二極化傾向が顕著になってきている。業績が上がっている企業と、下がっている企業が混在している。
その他住宅[展 示場] (従業 員)	来客数の動き	・住宅展示場の6月の来場数は、昨年並みで変化がない。
その他住宅[情 報誌] (編集 者)	お客様の様子	・株値上昇などの影響は、分譲マンション市場での客の動きにはあまり出ていない。都心の高額物件や、一部の好立地物件は早く売れるようになっているが、通常の物件には大きな変化がない。
やや悪く なっている	商店街(代表 者)	来客数の動き ・先行きの不安や生活用品の値上げで、節約の動きが強まり、消費者は活発な買い回りを控えている。

一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・ 近くの大型商業施設がサマーセールを開催し、キャッシュバックや芸能人が参加する大きなイベントなどでかなり盛り上がっている。一方、近隣の商店街でも地元密着のイベントが催されたが、近くの子供たちが遊んでいる程度で、売上の増加にはつながらなかった。地域の個人店には、キャッシュバックなどの大きなイベントを開く体力はなく、集客が非常に難しくなっている。
一般小売店〔花〕（店長）	それ以外	・ 暑くなり、天気も思わしくないので、売上自体が落ちている。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・ 関西地区ではそれほど雨が降っていないにもかかわらず、売上は伸びていない。外国人観光客による売上を差し引くと、悪化しているといわざるを得ない。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・ 今月は売上目標を下回る見込みであり、上半期で一番苦戦を強いられている。天候不順によって季節商品の動きが鈍いことが大きな要因である。クリアランスセールの時期が前年と比べて遅いこともあり、客も商品の購買に対して慎重な姿勢となっている。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・ 4～5月までと比べ、6月は雨の降った日数が昨年比で倍増し、降雨量も格段に多い。そのために来客数が伸びず、降雨日以外の回復も少ない。また、先月までは、来客数の伸びを売上点数の伸びが上回っていたが、雨の影響で生鮮品以外を買い控える傾向が強く、売上点数が伸びていない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・ 単価は維持しているが、来客数が伸びない。
スーパー（開発担当）	販売量の動き	・ 販売量と共に来客数も伸びていない。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・ 近くに新しい道路が開通して人の動きが変わり、来客数が減少している。客単価も前年に比べ、やや落ちている。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・ 衣料品はほぼ韓国や中国から入ってきている。今年は為替の影響や、韓国や中国の人件費の上昇により、価格が前年よりも3～5割上がっている。それに伴い、売れるのは前年よりも安い商品が中心となっている。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・ 電気料金をはじめ、様々な商品の値上げの影響が出ており、今月に入って悪化している。一方、プレミアム付商品券に関する動きもみられ、神戸での発売はまだであるが、問い合わせがきている。
家電量販店（経営者）	販売量の動き	・ 気候の不順も影響し、夏物商品のエアコンや冷蔵庫の動きが非常に悪い。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・ 自動車のぼん金塗装を行っているが、円安で塗料などの原材料がコスト高となるなか、客に価格転嫁できないので困っている。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・ 具体的な経営指標や販売台数の悪化はもちろんであるが、何よりも客の購買意欲が下がる一方である。政府による景気対策への評価と、実際に感じられる部分とのギャップが大きい上に、物価上昇だけが結果として残ったと感じている人が多い。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・ 消費税増税が先送りになり、4月以降は購買意欲が上がったように思われたが、今月は非常に動きが悪い。
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・ 外食関連ではあまり売上の変化はみられないが、仕入価格の高騰で利益の確保が難しくなっている。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・ ここ3か月は来客数の前年比が良くなると予想していたが、それを大きく下回る状況が続いている。関東と比較して、これまでは優位な状況にあったが、徐々に差がなくなってきた。
観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・ 桜の開花時期を除けば、稼働率が落ち込み、客単価も下がっているなど、客は買い渋りの動きを強めている。
通信会社（社員）	販売量の動き	・ 多チャンネルテレビの申込数の減少に、既加入者の解約傾向が重なり、テレビサービスの加入総数の前月割れが続いている。
美容室（店長）	販売量の動き	・ 客の節約志向が高まり、プラスアルファの消費が減少している。また、多めに購入するという動きも少なくなっている。
悪くなっている		

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	・業務用で新規商品の採用が少しずつ決まっている。 業界では、数か月前から値上げの動きが活発になって いるが、当社はまだ値上げに踏み切っていないため、 その影響が出ているのかもしれない。
		出版・印刷・同 関連産業(営業 担当)	受注量や販売量 の動き	・取引先が顧客に送るダイレクトメールの数や発送頻 度が、3か月前に比べて少し増えている。それに伴 い、発注量も増えてきている。
		プラスチック製 品製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・在庫調整をしていた企業が発注をかけてきたよう で、まとまった数の注文が入っている。
		電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・国内では大手企業からの値下げ要請が厳しい一方、 海外企業はあまり価格に厳しくないが、それは景況の 差というよりも、円安の影響である。一方、受注量や 販売量の方は、取引先の景況を反映した動きとなっ ている。
		輸送用機械器具 製造業(経理担 当)	取引先の様子	・国内での受注が、航空機や自動車などを中心にみら れ、引き合いも増加傾向にある。
		建設業(経営 者)	取引先の様子	・無電柱化推進法案がニュースなどで取り上げられて いることもあり、無電柱化に関する問い合わせが増え ている。また、関東方面を中心に、土壌汚染調査も案 件が増えつつある。
		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、売上の前年比が 110%前後と良くなってきている。
		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	・梅雨入り後も日中は比較的晴れ間もあり、駅構内は 週末を中心ににぎわいをみせている。
	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	・梅雨入りしたこともあり、来客数が減り、売上があ まり伸びていない。
		食料品製造業 (経理担当)	受注価格や販売 価格の動き	・原材料の値上がりにより、販売価格の引上げを申し 出ているが、なかなか認められない。
		繊維工業(団体 職員)	受注量や販売量 の動き	・今月に入り、ごく一部の商品に引き合いもあるが、 メインの商品への受注はない。
		パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・顧客によって動きに大きな差があり、内需関連では 受注量が減少している。
		化学工業(経営 者)	取引先の様子	・まだ具体的に景気が良くなってきたとはいえない が、少し景気が良くなる雰囲気が出てきている。
	化学工業(管理 担当)	受注量や販売量 の動き	・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	・円安により海外向け商品は微増の傾向であるが、国 内向け商品の荷動きが悪く、全体的には生産量、販売 量共に減少したまま戻っていない。	
	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・この数か月は引き合いが多く、今月に入って大型案 件の受注が決まるなど、景況感の良い状態が続いてい る。	
	電気機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・企業には設備投資意欲がみられ、予算を組む動きも あるなど、前向きな様子うかがえる。	
	電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・受注量や出荷量には大きな変化がみられない。	
	電気機械器具製 造業(宣伝担 当)	受注量や販売量 の動き	・単価の高い4Kテレビの荷動きは、前年に比べてや や増える傾向はあるものの、夏物商品を含む家電製品 の全体的な動きは低調な状況である。	
	その他製造業 [事務用品] (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・ここ数か月、受注量に変化がない。	
	建設業(経営 者)	受注価格や販売 価格の動き	・3月末まで続いた、技能労働者の不足や建設資材の 納期の問題は収まりつつあるが、一部で慢性化してい る。このような問題を抱えつつ、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	・1物件当たりの単価は相変わらず低水準である。予 算不足で契約に至らない顧客が増えている。	
	輸送業(営業所 長)	受注量や販売量 の動き	・今月中旬まで好調であった、移転作業の依頼が停滞 気味である。	
	通信業(管理担 当)	受注量や販売量 の動き	・悪い状態が続いている。	

	金融業（営業担当）	取引先の様子	・アベノミクスにより、株価の上昇や景気の回復が進んでいるとしても、中小企業の回復については、大きな成果が表れていないように感じる。	
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・大企業のベースアップや定期昇給については評価できるが、相変わらずその好調が末端の下請企業には届いていない。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先のなかでも、食品などの生活必需品を扱う小売業の売上が伸びていない。原材料費の値上がりに伴う販売価格の上昇を差し引けば、むしろ実質的な売上は減っているくらいである。	
	経営コンサルタント	それ以外	・コンサルタントとして契約後、しばらく小売業の動向に注目しているが、今のところ変化はない。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	競争相手の様子	・夏期の商品の売行きが良くないので、昨年と変わらない。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・仕事量が落ち着いた感があり、取引先でも受注案件の減少がみられる。	
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	・催事での販売はほとんどが現物販売で、仕立てからの注文はほとんどない。その販売も前年比で10%減少している。	
	金属製品製造業（営業担当）	競争相手の様子	・売上が前年よりも10～20%ダウンしたという同業者の声が多く聞かれる。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・以前は半期か四半期ごとに設備投資を行う企業が多かったが、現在は一斉での設備更新というよりも、小規模な更新を繰り返し行うケースが多く、先行きの受注の見通しが立たない。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が減少している。	
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・客単価は少し上がっているが、配達件数が減っている。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸から企業が撤退しており、企業の事務所や住宅のニーズが減っている。賃貸市場でも賃料の低下や空室率の上昇がみられるなど、景気が低迷している。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込の件数が減り、折込収入が減少している。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今月は4～5月に比べて広告出稿が伸びていない。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	取引先の様子	・取引先からの車の在庫台数が、6月に入ってからは先月よりも少なくなっている。	
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	・景気は右肩上がりの局面に入っており、今のところは人材紹介、派遣を問わず、かなりおう盛な採用意欲がみられる。また、以前は客の要求が厳しかったが、取引先が妥協してきている。とりあえず人を補充したいという気持ちがあり、少々危なっかしいと感じている。
		人材派遣会社（役員）	雇用形態の様子	・最近人手不足もあり、限られた人材の争奪戦となっている。時給の上昇傾向は止まらず、派遣社員の手取りは増えている。ただし、諸物価も値上がりしているため、手放して景気が良くなっているとは言い難い。
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・繁忙期に伴う増員で、期間限定の求人案件が微増となっている。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・受注は多いものの、人材不足でなかなか厳しい状況である。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・正社員はボーナスが出ており、夏休みに向けての旅行やレジャーの動きが増えている。
		アウトソーシング企業（管理担当）	それ以外	・夏物商品の加工依頼が順調にきている。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・夏を迎えて中だるみの時期であるが、新聞の求人広告は今月も安定しており、引き続き景気は上向いている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・新卒の採用活動の時期が変わった影響もあるが、求人数は高水準で推移している。

	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・就職活動の後倒しが始まった影響で、求人数にも少し変化があり、中堅企業からの求人が増えている。
変わらない	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数 (原数値) の伸びに一服感がみられる。
	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・ハローワーク以外の職業紹介サービスを利用する事業所が増え、求職者もそちらを利用するケースが増えてきている。全体的には、無職ではなく転職希望の人が多く、状況としては3か月前と大きく変わらない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・有効求人数は前年比で1.4%増えている。正社員求人の割合は年間を通じて47～50%で推移しており、依然として雇用の不安定さがみられる。新規求人では、半導体関連が好調な製造業で16.1%増加した。不動産・物品賃貸業では、レンタカー需要への対応から倍増している。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は前月比で減少したものの、前年比では増加した。内訳としては、フルタイム求人は前月比、前年比共に減少し、パートタイム求人は前月比で減少したものの、前年比では増加している。
	学校 [大学] (就職担当)	周辺企業の様子	・今年度は企業の採用意欲が向上しているものの、決して景気が上昇したわけではないとの声がよく聞かれる。
やや悪くなっている	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・新聞広告は前年比で90%の推移となるなど、景気回復の実感はない。
	民間職業紹介機関 (職員)	周辺企業の様子	・建設下請業者からの声によると、建設資材、作業員共に関東へのシフトが強まり、関西は意外なほど落ち込んでいる。
悪くなっている	-	-	-