

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (近畿)	良くなる	百貨店（服飾品担当）	・最近の傾向はそのまま継続すると思われる。また、来月から春夏商品のクリアランスが始まることから、外国人客によるセール買いも期待できる。
		観光型旅館（経営者）	・9月から始まる国体やインターハイが全体の底上げとなり、訪問客が増える。宿泊客が増えれば、滞在時間の増加によって様々な消費が喚起されるため、景気も良い方向に向かう。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅業界では、独自色を出している企業が業績を伸ばしている。今までの形態にとらわれないアイデアを打ち出すことができれば、十分に良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔家具〕（経営者）	・株価が上がってきており、ボーナスも出ているため、少しは期待できる。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・プレミアム付商品券の販売を6月末に行ったため、2～3か月後に良くなる。
		百貨店（売場主任）	・少しずつ改装の効果が表れている。改装していない食料品売場も前年並みとなり、生鮮品を中心に売上が維持できていることから、先行きは少し明るい。
		百貨店（企画担当）	・一般の消費者が、ボーナスの増加で景気回復を肌で感じる事ができれば、夏商戦で好転するチャンスがある。ただし、クリアランスセールの後倒しによる影響がどう出るかは不安である。
		百貨店（営業担当）	・高額品の売上は好調に推移すると思われるが、量販品の売上は今後も低迷する。
		百貨店（外商担当）	・株高基調が今後も続くことで、富裕層を中心とした高額品の受注が見込める。また、訪日外国人客の増加ペースが更に上がることで、売上をけん引していく。
		百貨店（マネージャー）	・高級時計の催事を開催したが、売上は前年を大きく上回るなど好調に推移した。高額な輸入時計が富裕層に人気となり、インバウンド客による購入も売上を押し上げた。
		百貨店（営業企画）	・ボーナスの支給やプレミアム付商品券の販売などが、個人消費を刺激する。
		百貨店（マネージャー）	・株価は2万円台をキープし、賞与、賃金増などが消費に好影響を及ぼす期待もある。また、商品の値上げに踏み切る動きが拡大しており、値上げが市場に受け入れられる環境になりつつあると感じる。
		百貨店（商品担当）	・インバウンド売上がまだまだ伸びる勢いであり、高額品や特選ブランドの売上が好調に推移している。
		スーパー（店長）	・7月末から大阪市でもプレミアム付商品券が発行され、消費の増加に期待が持てる。
		スーパー（店長）	・プレミアム付商品券が販売される。
		スーパー（社員）	・雇用環境が良くなったことによる家計所得の増加や、株高などにみられる景気の本格回復への期待により、客の購買意欲は昨年までと大きく変わっている。この傾向は当分続くことを期待している。
		コンビニ（経営者）	・外国人客の多い店に関しては、今後は免税店の申請を行う見込みもあり、売上の増加につながる。
		コンビニ（経営者）	・コーヒー類などのファストフードはまだまだ売上が伸びそうな勢いで、プレミアム商品の売上も安定的に伸びることが予想されるため、客単価の上昇が今後も期待できる。
		コンビニ（店長）	・競合店がなくなることで、更に客は増えそうである。それに加えて、気温の上昇がソフトドリンクやアイスなどの需要を高め、来店回数が増えることも期待できる。
		コンビニ（店員）	・市が発行するプレミアム付商品券により、来客数、販売量共に増える見込みである。
		衣料品専門店（経営者）	・神戸ではプレミアム付商品券が8月中旬に発売されるため、多少は期待している。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・この時期から秋冬物のオーダースーツなどの引き合いが増えている。例年はみられなかった動きである。
		衣料品専門店（販売担当）	・プレミアム付商品券が出るので、少しは変わることを期待している。
		家電量販店（経営者）	・景気対策のプレミアム付商品券の販売効果に期待している。
		家電量販店（企画担当）	・秋には更に電気料金が上がる。気温の本格的な上昇が7月後半になると予測されており、エアコンを中心とした季節家電の販売が見込まれる。
乗用車販売店（経営者）	・春先の質上げのほか、夏のボーナスも増えているため、少しは回復につながってほしい。		

乗用車販売店（経営者）	・全体的に良くなっているという話を聞く。8月は夏枯れとなるが、その影響を受けずに上向いていくと期待している。
一般レストラン（経営者）	・インバウンドの需要がシーズンインで増えるため、ここ数か月は良くなる見込みである。インターネットなどの広告を増やし、更なる集客を図る。
観光型ホテル（経営者）	・来客数が増え、客単価も上がってきている。
観光型ホテル（経営者）	・オフシーズンにインバウンド客が増加していることで、将来の見通しは明るくなっている。
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門では、中小規模の暑気払いの宴会が多くなっている。宿泊も依然として好調であり、客室単価、稼働率共に前年を大きく上回っている。食堂部門は宴会部門と同じく、中小規模のパーティーなどの受注が順調に入っている。
都市型ホテル（スタッフ）	・夏休みの客室の先行予約については、異常なほど予約が集中しており、いかに単価を効率良く上げるかが課題となっている。一方、宴会の先行予約は前年よりも悪い。
都市型ホテル（客室担当）	・ボーナスの増額による消費の増加が見込まれる。ホテルの宿泊も、7、8月共に昨年よりも順調に推移する見込みである。
タクシー運転手	・企業関係や外国人観光客の予約が増加しており、この先も期待が持てる。
タクシー運転手	・これから暑くなり、少しの距離でもタクシーに乗る客が増えてくる。ホテルでの客待ちでも、観光客に加えてビジネス客の動きが多少は増える。暑い季節になれば、タクシーもそれなりに動く。
テーマパーク（職員）	・夏のボーナス増の影響がプラスに作用するものの、その影響力の大きさについては不透明である。消費動向に大きなプラスが出ることを期待している。
観光名所（企画担当）	・今年は開業からの周年記念を迎える。今後は多くの記念イベントや特別展を開催するため、昨年以上の来場者が見込まれる。集客のためのテレビCMも放映する予定である。
遊園地（経営者）	・来場者数や売上には、前年比で増加する傾向がみられる。
競艇場（職員）	・目立った動きはないものの、業界全体では売上の回復が若干期待される。グレードレースの売上も比較的好調に推移している。
その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・国内旅行の動きが増えているため、集客増に期待したい。
その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・景気の先行きに対する期待感が高まっているため、生命保険の加入を検討する客は増える。
住宅販売会社（総務担当）	・土地、建売住宅共に、動きに活気があり、良い物件は抽選になっている。
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）	・株価の上昇のほか、金融機関の融資姿勢が前向きであるなど、良くなる傾向にある。
変わらない	商店街（代表者）
商店街（代表者）	・生活用品の値上げや光熱費の増加により、節約の動きが続く。
一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・何とかインバウンド客によって支えられている。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・消費税の増税による値上げに対して、給与所得の増加が追いついていない。また、大手電機メーカーの早期退職などによる関西圏の雇用環境の変化から、消費の減退が予想される。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・横ばい状態が2か月続いたが、7月から始まる夏のセールが少しでも良くなるために、梅雨明けが早まることを期待している。
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・良い部分とそうではない部分が混在している。それぞれの企業がうまく対応できるか、特にインバウンドのバブルを乗り越えていけるかが問題だと思う。全く恩恵が届いてない層もあるため、早くすべての消費者の所得が増えてほしい。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・夏季休暇を利用したインバウンド客の増加で、今後は更に良くなる可能性がある。
一般小売店〔野菜〕（店長）	・夏に向けて、天候次第で客足が左右される。景気は現状維持か、多少良くなる。
一般小売店〔酒〕（社員）	・依然として、株価の回復などと実体経済の動きが合っていない。
	・地方への景気の波及が新聞などで報じられているが、あくまでも株高による富裕層の購買が目立っているだけである。ギリシャ問題もあり、株価の下落も想定されるため、直近での景気回復は期待できない。

百貨店（売場主任）	・インバウンドの需要は引き続き期待できるものの、国内客の需要は決して伸びているとはいえない。株価の上昇、大手企業を中心とする所得増加などの好材料はあるものの、その恩恵があるのは一部に限られており、国内の需要全体を押し上げるほどの効果はない。
百貨店（売場主任）	・もっと政府が国内の景気対策を抜本的かつ早期に実施し、原子力発電所の問題も解決する必要がある。震災復興のスピードアップも必要である。
百貨店（売場主任）	・来客数は減少しているが、売上は変わらないという状況に変化はない。一部の富裕層に支えられている構造が続いている。
百貨店（売場主任）	・家庭向け電気料金の引上げや、円安による輸入品などの値上げが相次ぐなか、消費者の財布のひもが緩む気配はない。
百貨店（企画担当）	・外国人売上の急増は昨年11月から始まっており、一巡するまでは現在の好調が続く。
百貨店（営業担当）	・食品が主体の店であるため、大きな改善は見込めない。
百貨店（売場マネージャー）	・7月はプレミアム付商品券などの販売があり、期待しているが、短期的な効果にとどまる。
百貨店（売場マネージャー）	・食品業界では値上げがささやかれており、消費の動向を大きく左右すると思われる。賃金アップが幅広く進まなければ厳しい。また、食品もさることながら、衣料品なども原材料価格が高騰しており、冬物商品の値上げが余儀なくされるメーカーも出てくる。値上げに対する消費者の目はますます厳しくなると予測されるため、景気の回復は期待できない。
百貨店（マネージャー）	・直近の家計調査では消費支出が前年比でプラスに転じたが、あくまでも前年の消費税増税による影響の反動と考えられる。今後は、円安の影響による原材料価格の上昇で、食料品などの値上げが予想され、中低所得者の買い控えが続くほか、中小企業への景気回復の波及にも影響が出る。その結果、更なる消費の二極化と、選別消費の動きが広がり、物やサービスに対する消費者の見方も厳しくなる。
百貨店（販促担当）	・7～8月はクリアランス主体の動きとなるが、消費者がセールに対して慎重になることが懸念される。セール時期の分散化もあり、一気に盛り上がることはないため、落ち着いた動きが予想される。その一方、株高の継続などで高額品への需要は続きそうであり、全体としては現状に近い動きとなる。
百貨店（サービス担当）	・今年は、夏のクリアランスセールの開始時期が7月にずれ込むほか、自治体発行のプレミアム付商品券についての問い合わせも増えているため、需要の拡大が期待される。
百貨店（商品担当）	・一部の商品や時期が限定的に盛り上がりつつも、長く続く見込みはない。今後、好調が一巡する訪日外国人客の消費頼みでは、厳しい状況となる。
スーパー（経営者）	・競合店が多いので、このまま厳しい状態が続く。
スーパー（店長）	・昨年の消費税増税後は販促によって来客数を確保したが、その翌年ということで、来店客の獲得に苦戦する。
スーパー（店長）	・普段の生活に関する部分では、大きな変化は出にくいように感じる。ただし、プレミアム付商品券の効果には期待したいところである。
スーパー（店長）	・各市町村のプレミアム付商品券の発行により、大型店では売上の若干の増加が見込まれる。今後はお盆商戦のほか、ランドセルやフォーマルウェアなどの売上の確保が課題となる。また、来年から短時間労働者に対する社会保険制度が変更となるため、量販店各社や飲食業では対応が進みつつあるが、賃金負担の増加が重くのしかかる。
スーパー（店長）	・店側は各社とも利益重視が鮮明で、大きく原価を割って特売商品をつるというよりも、付加価値を高めることで単価アップを図っているが、消費者がまだその動きについてきていない。
スーパー（企画担当）	・最近の推移から判断すると、今後も変化はない。
スーパー（広報担当）	・大きな変化はないが、天候次第で良くなる可能性も、悪くなる可能性もある。
コンビニ（広告担当）	・今月よりも良くなる要因が見当たらない。今後2～3か月は現状維持となる。
コンビニ（店員）	・来客数が増加する見込みは薄く、景気回復も厳しい状況にある。
衣料品専門店（経営者）	・景気の良くなる要素が見当たらない。
衣料品専門店（販売担当）	・夏は客の購入動向に変化が出にくい。

乗用車販売店（経営者）	・新車の購入や車検の予約の動きには、あまり変化がない。
乗用車販売店（経営者）	・好材料はないものの、悪い材料もないため、状況を静観していく。
乗用車販売店（販売担当）	・新型車の発売に期待しているが、効果はそれほど長続きしないと考えている。
乗用車販売店（営業担当）	・今の状態では、自動車を生生活必需品と位置づけている一部の客以外は購入しない。その要因は数多くあるが、購入する理由が見当たらない様子である。
乗用車販売店（販売担当）	・業界は天候不順に左右されることはないが、夏物商品の売行きが悪くなる市場もあるほか、家庭向けの電気料金も上げられているため、マイナスに転じる。
自動車備品販売店（営業担当）	・賃金が上がらないため、特にこれといった動きがみられない。
住関連専門店（店長）	・いつも売上が落ちる夏休みシーズンが始まるので、売上の増加は期待できないが、抱えている案件が昨年よりも増えているので、ここ数か月の状態は維持できる。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・梅雨の時期であり、天候と同様に、商品の動きや購買意欲は今一つ良くない。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・現状は株価の高騰が続いているため、この傾向が変わらなければ3か月先も大きな変化はない。株価が下がることになれば、それにつられて単価の高い商品の売上も落ちる。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・原材料価格の高騰が続くようであれば、当面は良くはならない。大手外食業者などは、利益確保のために価格の上昇部分を各業者に負担させているので、利益面では更に悪くなる。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・ボーナス時期になっても、宝飾品購入の優先順位は低いと考えられる。
高級レストラン（スタッフ）	・ランチ、ディナー共に、リピーターを増やせるように頑張る。
高級レストラン（企画）	・4～6月の傾向から、今後も大きな変化はないと判断される。
一般レストラン（経理担当）	・特に景気が上向くような材料は見当たらない。
一般レストラン（店員）	・自販機や給茶機の動きに大きな変化はない。悪くなる要因はないことから、横ばいの動きとなる。
一般レストラン（企画）	・ボーナス商戦に入っても、傾向に大きな変化はみられないが、天候の長期予報もマイナス要素ととらえている。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・企業業績は改善していると報じられているが、自分の給与、賞与は前年とほぼ変わらず、生活用品の値上がりによる節約を続けなければならないと考えている。来店客からも同じような声が多い。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・材料の値上がりを販売価格に反映せざるを得ない状況で、商品の値上げが進んでいるため、消費者の購買意欲が戻ってくるまでには時間がかかる。
観光型ホテル（経営者）	・例年7月は来客数が減るが、想定以上に減る要因は今のところない。また、夏休みなどの先行予約はこれからであるが、それなりに好調を維持していくと予想される。
観光型旅館（経営者）	・大型連休といった動きやすい日に、客が集中しているような気がする。また、購入の価格帯も二極化の傾向が激しい。
都市型ホテル（支配人）	・企業収益の増加で個人所得が増え、個人消費の押し上げにつながると思われるが、もつしばらくは現状維持が続く。
都市型ホテル（総務担当）	・天変地異がなく、ギリシャに端を発する経済混乱が起こらない限り、現在の好調は続く。先行予約の状況も好調である。
旅行代理店（経営者）	・インバウンド客の増加による悪影響が進み、海外向けの飛行機のほか、国内の飛行機や宿泊も含めて、空きの確保が問題になってくる。貸切バスなども、法改正で価格が非常に高くなったこともあり、非常に確保しにくくなってきている。
旅行代理店（店長）	・欧州方面への客が戻ってきているが、ハネムーンや記念旅行が中心であり、通常の観光旅行としての客は減ってきている。まだ旅行以外の目的にお金を使うことが優先され、旅行に出かける余裕がない人も多い。一方、女子旅については、計画的に出かける人が多い印象がある。
旅行代理店（広報担当）	・9月には5連休があるため、夏の需要が9月までは続く。
旅行代理店（営業担当）	・海外旅行については各国の情勢が不透明であるほか、国内旅行も自然災害の影響によって先行きが不透明である。
タクシー運転手	・輸出の増加などで製造関連は忙しそうに見えるが、それ以外の業種は暇なようである。

	タクシー運転手	・通勤時間帯の人の動きは変わらないが、8月の行事に伴って多少は利用が増える。
	通信会社（社員）	・インターネットサービスなどの加入は堅調な状態であるが、テレビサービスの契約減少が改善されなければ、現状維持は困難な状況である。新しいサービスの開発が必要となっている。
	観光名所（経理担当）	・6月は例年ほど梅雨の影響は受けておらず、天候には恵まれたが、営業的にはあまり良くなく、売上は前年比で5%減となっている。2店舗が改装中であり、その影響があることは分かっているが、天候に恵まれた割には来客数も売上も伸びていない。来場者は観光客がほとんどなので、今年は他の名所などに流れている可能性がある。地方創生の掛け声は聞こえてくるが、いかにコンスタントに客を呼び込んでいくかが重要であり、今後の他地域との競争が思いやられる。
	その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球の交流戦は終わったが、通常の公式戦が予定されているほか、人気グループのコンサートが開催されるため、多数の来場を予想している。
	美容室（経営者）	・平均すると売上は何か月も変わっておらず、これからもしばらくは変わりそうにない。プレミアム付商品券の販売が8月から始まるが、それが終わると、祭りが終わった後のように静かになる。
	美容室（店員）	・残暑が厳しそうなので、気温次第で客足は変化するが、基本的にはトリートメントの単価が上がる。しかし、髪へのダメージが増えれば、パーマのオーダー比率は下がりそうなので、全体としては変わらない。
	その他サービス [ビデオ・CD レンタル] （エリア担当）	・ブックカフェのオープンや、新しいアイテムの追加投入が予定されているほか、店舗の改装計画が続く。
	住宅販売会社（経営者）	・大手企業を中心に景気が回復しているといわれているが、中小零細企業や消費者にはまだ全く実感がない。肌で感じられるまでは、景気の上昇による恩恵は出てこない。
	住宅販売会社（従業員）	・新築マンション価格は上昇傾向にあるため、販売面では少し減速するが、事業用地の取得に関しては、引き続き強気な姿勢が継続する。
	その他住宅 [情報誌] （編集者）	・分譲マンションの実需層にとっては、価格が上がっている認識がそれほどない状態が続いており、購入への焦りなどは発生しない。
やや悪くなる	一般小売店 [時計] （経営者）	・客と話をしていると、以前よりも経済的に潤っている人が増えていることを感じる。しかし、お金の使い方としては、海外旅行や携帯電話の購入などが中心で、当店で使ってくれるわけではない。値引きやポイントサービスなど、少しでも割安感を求めていると感じる。
	一般小売店 [衣服] （経営者）	・衣料品が売れにくい夏場に入るが、バーゲンの売上にも期待できない。この時期になっても、消費者からはバーゲンまで購入を待つという声が聞かれない。消費者の購入ルートがこれまでとは変わってきたせいか、それとも購入する商品が変わってきたせいか、理由ははっきりと分からない。最近では、当店の商店街を訪れる買物客の数が次第に減ってきている。
	一般小売店 [花]（店長）	・夏の暑さのほか、天候不順による農作物の生産減少、商品の高騰など、この2～3か月は売上に悪影響を及ぼす要素が多い。
	スーパー（経営者）	・加工食料品の値上げが7月以降も続くほか、天候不順や飼料高騰などの影響で生鮮品の値上がりも予想される。1割も値上げされた電気料金も、夏場のピークの支払いが9～10月に発生する。値上げの動きで家庭への負担が増えているところに、ギリシャ問題の影響も出てくるとすれば、消費者の財布のひもは確実に固くなると予想される。
	スーパー（経理担当）	・ボーナスが増加する見込みであり、消費の基調は変わらないと思われるが、梅雨が長引いて冷夏となる予想もあり、これまでの堅調な売上に水を差される懸念がある。
	スーパー（開発担当）	・電気料金や小麦製品、油などの値上げで、関連商品の単価が上昇している。
	スーパー（管理担当）	・食品の値上げが始まっている。今年は冷夏の予想もあることから、生鮮品価格の高騰も懸念される。
	乗用車販売店（経営者）	・円安で製造コストが上がっているほか、社会保険料や税金などの負担も増えている。零細企業の経営は本当に難しくなってきた。アベノミクスが始まる前の方が今よりもましてあり、今後もこの状態が続く。
	観光型旅館（経営者）	・賃金、ボ・ナスなどは増加傾向であるが、物価や電気料金の値上がりによる影響が懸念される。

		<p>通信会社（経営者） その他住宅〔展示場〕 （従業員）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・円安などによる、原材料費の上昇の影響が出てくる。 ・2年後の消費税増税を見据えて、今後は注文住宅市場が伸びる要素はない。住宅展示場の来場者もイベント目的の客が多く、真剣に家を建てたいという客は減少している。 	
	悪くなる	<p>スーパー（経営者） スーパー（店長） 衣料品専門店（経営者） 競輪場（職員）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・都市部と地方の格差、天候不順、人口流出など、負の要素ばかりである。 ・9月末に競合店が近隣にオープンする予定であり、ある程度は苦戦が強いられる。他店にない、こだわり商品やおすすり商品の価値をしっかりと客に伝え、1人でも多くのファンを獲得することが大切である。一方、プレミアム付商品券がどれくらい売上に影響があるのかも、気になるところである。 ・食品や日用品などの生活必需品の物価が上がっているため、特に女性客は衣料品にかけのお金を切り詰めているようにみえる。 ・今月に客単価が上がった反動で悪くなる。改善する気配や要素が乏しい。 	
企業 動向 関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな事業の成果が次第に出てくることで、売上、利益共に増加していく。 	
	やや良くなる	食料品製造業（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> ・業界での値上げの傾向が強まっているため、値上げを行っていない当社には、価格に厳しい顧客から多少の引き合いが増えてくる。天候に左右される部分もあるため、これから安定した気候になれば、荷動きも良くなる。 	
		食料品製造業（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・梅雨明け以降、気温の上昇に伴って売上は伸びる。 	
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・今月の売上は前年とあまり変わらないが、今の段階で来月や2か月先の受注もある程度予想できており、量も増えている。 	
		化学工業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・営業会議では3か月先の売上対策が増えており、金額も高額化しつつあるなど、多少は明るさが出てきている。 	
		化学工業（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・食品販売の低迷する夏が終われば、消費が活性化してくる。 	
		プラスチック製品製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・ホテルなどの宿泊施設の建設やリフォームの案件が出てきている。現在好調の観光や、将来の東京オリンピックを見据えた投資が、実際の工事として動き出している。 	
		金属製品製造業（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・取引先からは、7月ごろから発注を増やすといわれている。 	
		電気機械器具製造業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・第1四半期が悪過ぎたこともあって、少し良くなる見通しである。今後も、他社の半歩先に行く製品を提供し、顧客からコスト面や性能面で評価される物を作っていくことが重要となる。 	
		電気機械器具製造業（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・住宅関連の案件が少ない状況が続いているが、今後は住宅購入者への物件の引渡しが増えてくるため、受注量も増加する。 	
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・引き合いの増加を、いかに受注につなげていくかが課題である。 	
		建設業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・年度後半に向けて、季節要因はあるものの、需要が増えてくることが予想される。 	
		通信業（管理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ボーナス商戦には若干潤う期待が持てる。 	
		金融業（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・最近の株価上昇の背景には、中国からの観光客の爆買いによる家電量販店や化粧品メーカーなどの業績好調もある。ただし、過去に経験したバブルの気配もあるため、今後は危機感を持って経営を行う必要がある。 	
		変わらない	<p>繊維工業（団体職員） 繊維工業（総務担当） 家具及び木材木製品製造業（営業担当） パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） 化学工業（管理担当） 窯業・土石製品製造業（経営者） 一般機械器具製造業（経営者） 電気機械器具製造業（経営者） 電気機械器具製造業（宣伝担当）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・受注への期待感はあるが、全く不透明である。 ・消費者の好みに合った商品が提供できていないため、商品開発や更なるコストダウンを模索している。 ・このところ配達量は毎月変わらない。 ・良くなる要因を顧客から聞くことがない。 ・夏のボ・ナスが支給されるが、円安による身の回り品の値上げで購買意欲が低下するため、市場にお金が流通しない。 ・世間の空気がアベノミクスを中心に良いムードになっているが、受注量や販売量の動きは依然として変わらず、先行きにプラスとなる動きが一切ない。 ・この先も景気の良い状況が続く。 ・最近の状況をみていると、米国の金利がいつ上昇するのかがはっきりすれば、今後の方向性も明らかになってくる。 ・現状よりも良くなる要因がない。

	電気機械器具製造業（営業担当）	・相変わらず受注の動きはまばらである。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・年度末が過ぎて、一時的に受注が減少している。このまま横ばいの傾向が続く。	
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新商品が少ないため、状況は変わらない。	
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・円安、株高の動きにより、大企業を中心に業績がアップしているが、我々のような中小企業にはその実感が乏しく、景気回復が感じられるまでには至っていない。	
	建設業（経営者）	・低価格を売りにする業者が増えている。顧客もそちらに流れており、薄利となっている。	
	建設業（経営者）	・大手企業の好決算による設備投資の動きは期待できそうであるが、中小企業の設備投資意欲は不透明である。	
	輸送業（営業所長）	・見積依頼が少なく、期待感が持てない。	
	輸送業（商品管理担当）	・昨年の消費税率の引上げによる影響が残っている。	
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・最近の株価の急騰は实体经济の回復を反映したものではない。米国の好景気でドル買いが進み、円安が株高につながっただけである。とても現状は景気が回復しているとは言い難い。	
	広告代理店（営業担当）	・9月までは良い要素が見当たらない。	
	広告代理店（営業担当）	・単月で見ると売上は伸びているが、更に良くなる理由は見当たらない。	
	司法書士	・今月も先月に続いて事件数が少なく、案件もあまりないので、良くなる要因も見当たらない。	
	経営コンサルタント	・大阪市内中心部の大型小売店は良くなってきているが、それ以外の周辺部は変わらない。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・入庫台数を大きく左右する要素が見当たらない。	
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・ギリシャ問題が日本国内にも飛び火し、円高を引き起こす可能性がある。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・特に変化がない。	
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今後の展望がはっきりしない。	
やや悪くなる	食料品製造業（経理担当）	・食品などの値上がりかひどくなっており、少々の賃金アップでは追い付かない。	
	繊維工業（総務担当）	・円安による仕入コストの増加をカバーするために努力を続けているが、いまだに克服ができない。	
	金属製品製造業（経営者）	・ユーロ圏の不安がなくなるまでは、大きな変化はない。	
	輸送業（営業担当）	・安価な通販の荷物が増えている一方、高額店の商品の売上は減っている。運送業者は潤っているが、景気が悪化していると感じる。	
	輸送業（営業担当）	・円安がいつまで続くかが分からず、景気も不安定である。	
	不動産業（営業担当）	・神戸からの企業の撤退が続いており、これから景気が悪くなる。不動産取引は増え、売買金額も高くなっているが、賃貸の実需が追い付いていない。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込件数の減少が続いており、回復の兆しがみえない。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・海外ブランドのOEM生産については、円安の影響で仕入価格が上昇しているが、販売価格は値上げできず、そのまま利益の減少につながっている。	
	悪くなる	-	
	良くなる	-	
雇用関連	やや良くなる		
(近畿)	人材派遣会社（経営者）	・景気は右肩上がりの局面にある。一方、労働者派遣法の改正がまだ参議院を通過していないが、26業種に該当する派遣スタッフを中心に不安が高まっており、今後はその対応が一つの課題となってくる。	
	人材派遣会社（役員）	・現在の傾向は今後も続く。	
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・増加しているとまでは言い難いが、求人数は安定しており、株価もITバブル時の水準を超えている。今後も景気は良くなっていくと楽観している。	
	職業安定所（職員）	・事業所からは、今後はやや良くなるか、現状維持とする声が多かった。新卒の求人説明会への参加事業所数は、好調であった昨年よりも更に増えており、若年層の採用に積極的な姿勢がうかがえる。また、今週から高卒求人の受付が始まったが、好調な出足となっている。	
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・労働者派遣法の改正が見込まれ、今後の動きが注目される。

	人材派遣会社（営業担当）	・近年はアジアからの観光客が増えているが、夏に向けて更なる増加が予想される。それが経済の起爆剤となり、景気の上昇につながればよい。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気回復の波が、関西の地元企業までは届いていない。首都圏の企業のみが良くなっていると感じる。
	職業安定所（職員）	・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）	・足元の状況が継続すると予想される。
	職業安定所（職員）	・新規求職者数は減少傾向が続き、特に事業主都合の離職者は減少している。一方、新規求人は小売業を中心にパート求人が増えているものの、正社員の求人は伸び悩んでいる。今後も新規求職者は減少傾向が続く一方、新規求人数に大幅な増減はないと予想される。
	民間職業紹介機関（職員）	・業者からは、建設資材、作業員の関東へのシフトが長期的に進み、関西では仕事量も求人数も当面は上向かないとの声が聞かれる。このところは賃金も上がっていない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・これ以上良くなる理由と、悪くなる理由が見当たらない。
やや悪くなる	アウトソーシング企業（管理担当）	・暇な時期となり、今のところは仕事が入る予定もない。イレギュラーな依頼が入らなければ、業況は悪くなる。
悪くなる	-	-