

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	コンビニ（店長）	来客数の動き	・一番近い競合店が閉店したため、来客数が飛躍的に伸び、それに伴って売上も好調である。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・和歌山県ではインターハイや国体の大型イベントがあり、宿泊者数の底上げにつながっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊ではインバウンド客の増加による大幅な増収が続いている。夏休み前にダブルルームや広めのシングルルームをツインルームに改装し、受け入れ体制を強化した。常連客からは大阪一帯でホテルが取れないとのクレームが多発している。一方、宴会は厳しい状況が続いており、全体的に外需頼みの状態である。
		その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	それ以外	・日曜日に京都の美術展に行った。真夏で観光客はそれほど多くないと予想していたが、よく行くカフェは1軒目が団体客の貸切りで、2～3軒目は長蛇の列であった。学生のころから40数年通い続けてきた店であるが、このようなことは記憶にない。しかも日本人客だけである。このようなささいなことからも、景気回復が実感される。
やや良く なっている		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・入店客数は前年並みに増えてきているが、クリアランスの開始を遅らせた効果は出ていない。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・衣料品のクリアランスセール開始が7月にずれ込んだ影響もあり、売上は前年の1割増で推移している。特に、輸入ブランドや宝飾品などの富裕層向け商材は2割増となり、インバウンドに支えられた化粧品も3割増と好調である。その一方、食料品、日用品は前年並みにとどまっている。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・外国人客による売上の急増と、富裕層の堅調な購買の裏で、前年割れが続いていたボリューム層の売上が前年に近い水準まで回復している。セールのスタートが7月にずれ込んだ影響もあるため、今後の動向に注目している。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・高額な商品でも気に入れば購入し、買上決定までの時間も短くなっている。また、海外の高級ブランドの宝飾品については、顧客層が広がっているほか、今までよりも高額な商品が売れている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・生鮮食品の売上が回復しており、入店客数も増えている。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・例年は7月上旬か6月下旬からスタートする夏のクリアランスセールであるが、今年は7月10日前後から実施している。6～7月の売上合計をみると、台風の影響があったものの、昨年を上回る勢いで各店舗共に推移している。低価格志向の強い客はセールの開始を待って購入する一方、今欲しい物を買うという客は、盛夏商材の定価品の購入が大きく伸びた。年ごとにセールの構造が認知されていくため、セール初日の売上が徐々に重要視されなくなっている。ただし、欲しいと思われせる仕掛けに対しては大きな反応がみられる。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・今回はクリアランスセールの開催時期を遅らせたが、店頭の上上には影響せず、むしろ前年比では増えている。インバウンド売上も増加が続いている。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・クリアランスの開始が7月上旬に変更となったが、直近の特価品の売上が前年を10%ほど上回り、ほぼ計画どおりに推移している。一方、定価品は前年比で5%増という計画に対し、4%増程度で推移しており、客単価も前年を上回っている。店全体は依然としてインバウンド需要に支えられ、化粧品や高級ブランドのハンドバッグなどが非常に好調に動いている。婦人服については、高価格帯は引き続き堅調に推移し、ボリュームゾーンも売上、客単価共に改善がみられるなど、売上の裾野が広がっているように感じられる。
		百貨店（商品担当）	来客数の動き	・インバウンド売上は、3月から前年比で2倍の増加が続いている。心齋橋周辺はアジア人が多く、日本ではないように感じる。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・かなり天候や気温に影響された月となったが、梅雨が明け、夏物商品の酒類や飲料、アイスクリームの売行きが伸びてきた。3か月前の前年比からは2ポイント改善している。

	スーパー（広報担当）	来客数の動き	・天候要因で衣料品の販売が振るわないものの、食料品は来客数、客単価共に、比較的堅調に推移している。
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・イトインコーナーを作って2か月になるが、朝食での利用も徐々に増えている。サンドイッチやパンなどの軽食が売れ、前年比で10%ほど伸びている。
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・相変わらずプレミアム商品やファストフードの売上が好調であることに加えて、外国人観光客のまとめ買いが目立つようになり、客単価が上昇している。
	コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・各種原材料価格の高騰による値上げが続いていたため、大きく上向いているわけではないが、気候の影響もあり、少しずつ来客数が増加傾向にある。
	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・自動車に関しては、ギリシャや中国の問題に左右されることなく販売できている。客の考え方も二極化しており、価格の高い車と安い車が売れ、中間価格帯の車は伸び悩んでいる。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・株価は乱高下しているが、夏のボーナスが昨年に比べると少し増えているため、来客数や客の購買力は少し上がっている。
	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・イベントやチラシの効果で、来客数が増加している。また、リピーターは安価な物と高価な物を使い分け、その時の人数や用途によって注文は変わるが、客単価の平均は上がっている。自己負担額はあまり変わらないが、会社が予算を負担する割合が増えている分、単価の高い宴会も多く、景気は回復している。
	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・7月も前年比で来客数、販売量共に大きく増加した。売店などでの1人当たりの購買量も増えてきている。
	都市型ホテル（管理担当）	販売量の動き	・引き続き海外からの宿泊者は好調に推移している。それに伴い、レストランの収入も緩やかであるが増え始めている。
	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・宿泊においては、稼働率、客室単価共に上昇傾向が続いており、夏休みに入って更に上昇が加速している。また、レストランについても来客数が増えている。
	旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・ボーナスが支給され、夏休みの旅行の申込が増加傾向にある。訪日外国人客の増加に伴って、サービス業に勤めている客の消費が増加している。
	タクシー運転手	来客数の動き	・突然の雨や、暑い日が続いており、駅やホテル前での客待ちの回転が良くなっている。暑さのため、近場でも乗ってもらえる状態が続いている。
	タクシー運転手	競争相手の様子	・夏の暑さで利用客が増えているほか、景気が少し上向きなのか、企業の利用も増加している。
	テーマパーク（職員）	販売量の動き	・昇給やボーナス、自治体が発行するプレミアム付商品券などで消費が刺激されているため、今後にも期待したい。
	観光名所（企画担当）	来客数の動き	・夏場に入り、来場者数が前年を少し上回ってきている。
	住宅販売会社（総務担当）	来客数の動き	・前年に比べてイベントの集客が良く、具体的な検討客も増加傾向にある。次の消費税増税前にはもっと良くなる。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・都心部のタワーマンションを中心に、富裕層の実需以外の購入事例が増えている。セカンドハウスの需要や投資目的、節税対策など、理由は様々である。こういった行動の背景には、海外情勢の先行き不安が高まっている一方、国内景気は安定している部分がポイントになっている。
変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・依然として免税売上が差し引くと昨年を下回る。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費者の節約ムードに大きな変化はない。高齢者は介護保険の負担増を気にしているほか、小売はインターネット通販に注文が集中している。インターネットモールの手先各社に売上が独占され、薄利となっており、先行きの不安が高まっている。
	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	来客数の動き	・非常に暑く、商店街のイベントでは何とか人が集まってくるが、平常時は人通りがまばらである。これでは売上が増えない。

一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・7月と4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7月が84.0%で、4月は95.2%、関東は7月が103.1%、4月が98.4%、中部は7月が94.8%で、4月が91.8%、中国は7月が120.2%で、4月が125.5%となり、各地区合計の平均は7月が95.2%で、4月が98.6%となっている。地区によって好不調の波があるが、全国的に悪い。特に、関西は昨年大型商業施設の開業特需による反動減が出ているが、中元商戦も苦戦している。一方、東京を含む他地区はほぼ前年並みをキープしているが、決して好調とはいえず、何とか現状を維持している状況である。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・バーゲン時期に入っているが、消費者の目立った動きがない。バーゲンだからといって、以前のようにまとめ買いをする動きが減っている。
一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・相変わらず安い物しか売れず、ますます厳しくなっている。
百貨店（売場主任）	来客数の動き	・依然として買われている商品は、限定品やブランド品などの貴重品である。食料品についても、限定品や催事品のほか、特別出店などの際は並んでも買う。その一方、安いだけの商品や、高いだけの商品には見向きもしない。全体的にみると食品は好調である。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・引き続き販売量は減少し、中価格帯以上の品質の良い物が売れるなど、一部の高所得者に偏った売れ方をしている。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・今月は売上目標を達成できる見込みである。ただし、クリアランスセール開始が前年よりも遅く、盛夏商品が遅れて動いてきたことが大きな要因である。一部の高額所得層の購入で高額商品の動きは良いものの、中間層によるボリューム商品の購入の動きは、相変わらず良いとはいえない。
百貨店（企画担当）	単価の動き	・クリアランスセールの開始の後ろ倒しや、不安定な気候により、売上は鈍い。セールでの販売単価も低く、まとめ買いによる買上が減っている。前年比ではプラスだが、インバウンドの売上が引っ張っているだけである。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・ボーナス支給を経て、消費が大きく増える時期だったが、婦人、紳士の雑貨や贈答品などは部分的に活況となっているものの、全体を押し上げる動きにはつながっていない。台風などの気象要因も痛手となっている。
百貨店（売場マネージャー）	単価の動き	・従来、婦人服のセールは6月下旬からであったが、今年は7月に入ってからスタートとなったため、売上に占める定価品のシェアが高く、1品単価は前年比で7.8%上昇、売上は6%増と好調に推移している。ただし、6～7月では単価が9.4%増である一方、売上は1%減と前年に届いておらず、景況感としては横ばいである。
百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・大型台風などの天候不順による影響もみられるが、大きくは消費の低迷というしかない状態である。百貨店の7月商戦は、ギフトとセール、ボーナス商戦でボリューム層の来店や購買が盛り上がるが、今年は非常に厳しい。特に、レディース関連のアパレル商品と、婦人靴などの雑貨が苦戦し、セールの売上は前年比で2けたのマイナスである。また、ギフトは早期注文などで6月は厳しいながらもまずまずであったが、7月に入って更に3%程度悪化している。
百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・インバウンド需要で伸びている大阪を除いて、入店客数、売上の減少傾向が続いている。消費税増税の影響が長期化し、高額所得者については客単価が上昇しているが、人数の多い中間層は来客数、売上共に減少が続いている。7月のクリアランスも、時期の分散や天候要因などで、予想どおりの厳しい立ち上りとなっている。
百貨店（販促担当）	販売量の動き	・セールの開始時期が分散するなか、今月の売上は前年並みで推移している。衣料品は前月までと同じく弱含みであるが、雑貨や高額品、食品がけん引し、全体では前年を少し上回っている。

百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・週末の台風の接近といった天候不順により、来客数が前年よりも約10%減で推移している。ただし、お中元商戦は前年並みの売上を確保し、全体の売上も新しい催事効果などで約10%増となっている。
百貨店（営業企画）	お客様の様子	・入店客数は5月以降持ち直してきているが、7月1日から開始されたプレミアム付商品券の利用状況は、食品やギフトの購入に偏っている。生活防衛を強く意識した利用と判断されるため、景気が回復しているとは言い難い。
スーパー（店長）	販売量の動き	・全体では変わらないものの、食料品は堅調である一方、衣料品や住関連の季節品の動きには今一つ力強さがない。一方、極めて限定的であるが、プレミアム付商品券の効果は少なからず感じる。
スーパー（店長）	販売量の動き	・消費の二極化がいわれるなかで、お金の使い方ははっきりしている。不要物は安くても買わない傾向が顕著である反面、土用のうなぎは高額商品が売れ、昨年よりも売上は増えている。一方、衣料品については、メーカー品ではなくファストファッションなどで購入店舗を決めて、欲しい物を買っている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・西宮市ではプレミアム付商品券の利用が開始されたが、利用先は通常の買物と大きく変わらず、消費が喚起されている状況ではない。7割前後が食品への利用で、プレミアム分が売上のプラスにはつなげていない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・3か月前は、単価、来客数共に改善していたが、現状はどちらも伸びがストップしている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・直近は天候要因に大きく左右されたが、梅雨明け以降は天候が安定している。猛暑による出控えが懸念されるものの、売上に安定感が出てきている。
スーパー（社員）	来客数の動き	・春以降、多くの店舗で前年の売上を大きく上回る状況が続いている。価格競争が厳しいため、店頭価格は低下しているが、それ以上に客の来店回数が増加しており、売上の好調さにつながっている。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・近くに競合店や新たな道路ができ、来客数が減少しているため、販売量も伸び悩んでいる。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・お盆休みの前で、点検などによる入庫は多いが、販売台数は伸びていない。
乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・来客数が昨年を下回っており、特に乗り換え層の動きが悪い。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・例年の動きではあるが、7～8月は各家庭で旅行などのイベントがあるため、自動車への出費はそれまでに済ませるか、旅行などが終わってからとなる。自動車の購入はもちろん、メンテナンスの依頼も減少する。今年は景気の回復が実感できていないこともあり、特に顕著な状態となっている。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・今年に入っても、引き合いは途切れることなく続いている。ただし、客も予算に余裕がないため、売上が増えても経営に余裕が出るには程遠い。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・7月中旬の土日に台風が接近し、売上が前年比で30%ほど減少した。その後の戻りは今のところみられない。
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みられない。昨年と比較すると、やはりギフトの売上は右肩下がりとなっている。景気だけではなく、慣習そのものが薄れている影響も大きい。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・物価の上昇感だけが残っている。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・来客数が思わしくないなか、購買意欲のある客も少なくなっている。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・夏物商品の在庫処分を行っているが、値引きをしても消費者の反応は鈍い。必要な物以外は買わないというスタンスが、より鮮明になってきている。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・予約が多い日の翌日は、予約が減るといった状態が続いている。
高級レストラン（企画）	来客数の動き	・特に、低額メニューに対する需要や来客数が減少する傾向がみられる。

一般レストラン (経理担当)	お客様の様子	・インバウンド関連が好調であり、国内客は個人利用よりも宴会での利用が堅調である。	
その他飲食 [コーヒー ショップ](店 長)	来客数の動き	・来客数の推移には、特に変化はみられない。前年をわずかに下回る推移となっている。	
その他飲食[自 動販売機(飲 料)](管理担 当)	単価の動き	・顧客の入れ替わりが激しい。	
観光型旅館(経 営者)	来客数の動き	・相変わらず二極化の傾向が進んでいるほか、予約が少し前倒し気味になってきている。	
観光型旅館(経 営者)	来客数の動き	・台風11号の影響で、降雨による通行規制や崩土による一部通行止めがあり、2日間ほど予約のキャンセルが続いたが、全般的には昨年並みの利用があった。客単価も3か月前と同様の動きとなっている。	
観光型旅館(団 体役員)	単価の動き	・宿泊人員は2月以降、前年を上回っているが、1人当たりの宿泊単価は依然として前年を下回っている。	
都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・ギリシャ問題や中国のバブル問題による経済の先行き不安が、景気浮揚の足を引っ張っている。国内景気のは好調はインバウンドの増加によるもので、決して国内消費が増えているわけではない。宿泊は好調であるが、宴会、レストランの売上は前年比でマイナスである。	
都市型ホテル (総務担当)	単価の動き	・外国人旅行者の勢いは変わらず、販売単価は高値を維持している。	
旅行代理店(経 営者)	販売量の動き	・シルバーウィークの旅行申込が大きく伸びているが、その分7～8月の申込が減っている。全体としては国内、海外旅行共に前年並みである。ただし、国土交通省によるバス料金の大幅値上げやインバウンド客の増加の影響で、団体客向けのバスの確保や料金交渉が非常に難しくなっている。	
旅行代理店(店 長)	お客様の様子	・旅行の申込が減っており、特に欧州方面の客が激減している。円安の進行が原因であるが、それだけではないと感じている。	
旅行代理店(営 業担当)	販売量の動き	・前月と比較しても、全体的に大きな変化はみられない。	
タクシー運転手 通信会社(経営 者)	お客様の様子 お客様の様子	・流し営業での収入が、安定した形で推移している。 ・客の受注状況などに、大きな変化はみられない。	
競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は10,351円で、3か月前の客単価は10,220円である。比較すると少し上がっているが、前月からは低下しているため、傾向に変化はない。	
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	・音楽や映像の販売による売上は、前年比が相変わらず厳しい状況であるが、夏のキャンペーンやそれ以外のアイテムの貢献により、全体的には上向き傾向となっている。	
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)	お客様の様子	・3か月前と経済の実態はあまり変わらない。	
やや悪く なっている	一般小売店[衣 服](経営者)	お客様の様子	・台風などの影響もあるが、売上などの数字が上がってこない。ボーナスが増えているとマスコミでは報じられているが、商店街全体でも売上は前年を割り込んでいる。
	一般小売店[鮮 魚](営業担 当)	来客数の動き	・外国人客の来客状況に変化はないが、日本人客が減っており、その分売上が悪くなっている。
	一般小売店[精 肉](管理担 当)	販売量の動き	・お中元の最盛期に入るが、前年と比べて動きが悪い。特に法人の動きが悪い。新聞では、百貨店は久しぶりにギフトの動きが良いと報じられているが、苦戦している。ただし、百貨店で客自体は増えており、景気の良くなっている影響が感じられる。
	一般小売店[衣 服](経営者)	単価の動き	・商品単価を下げて販売量を増やすことで、現在の売上を支えている。経費はそのままなので、利益が出ない状態が続いている。
	一般小売店 [花](店長)	それ以外	・猛暑で日中の客足が伸びない。朝夕に集中しているが、来客数は少ない。

一般小売店 〔酒〕（社員）	お客様の様子	・7月は来客数と購買点数、客単価のすべてが悪化した。売上の増加がみられる店舗は、ほぼインバウンド消費によるかさ上げである。
百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・月初に雨の日が多かったほか、梅雨の期間中は気温が例年よりも低かったため、夏物衣料の動きが鈍かった。また、中旬の台風の影響で公共交通機関が混乱したことも、入店客数の減少に大きく響いた。今年はクリアランスセール開始が7月に後ずれしたが、京都地区では祇園祭りの影響を受けやすくなったこともあり、売上は前年を下回っている。
スーパー（経営者）	競争相手の様子	・今月に入ってメーカーによる様々な商品の値上げが実施されたが、チラシへの掲載価格や、競合店の姿勢は値下げ傾向である。コストは上がっているが、販売価格が下がっているため厳しい。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・6月に続き、昨年比べて天候が不順であったほか、パンや菓子類の値上げや野菜相場の高騰が続き、客の価格に対する感度は上がっている。例えば土用のうしの日でも、専業主婦世帯などのゆとりのある客は国産品が中心であるが、夕方に多い兼業主婦世帯や単身者は、より安い商品を求める傾向がみられる。また、牛肉の売行きが悪く、豚肉、鶏肉へのシフトが進んでいる。
スーパー（店長）	販売量の動き	・消費の二極化傾向に大きな変化はなく、良い物が売れる傾向はあるが、半数の顧客は消費が鈍ってきている。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・バーゲンに突入し、一定の来客数はあるものの、売上が伸びない。特に、財布のひもが固く、プレミアム付商品券の販売を待っているようにも感じる。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・クールビズが影響しているのかもしれないが、夏物商品の動きが非常に悪い。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・エアコン、冷蔵庫などの夏物家電の動きが悪く、故障しない限り、買い換えない傾向が強まっている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車販売は軽自動車税が増税となった4月から停滞している。
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	・注文や問い合わせを含めた電話の件数が減少している。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客の話では、製造業の景気がかなり悪いらしい。また、猛暑で商店街の人通りが少ない。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・来客数の前年比での回復がみられない。高額なメニューが増えている影響もあり、土日に比較して平日の回復がみられず、悪化傾向となっている。特に、日常的な利用が減少している。
タクシー運転手	お客様の様子	・乗客数や、手を上げてタクシーを止める人の数が、徐々に少なくなっている。
通信会社（社員）	販売量の動き	・ケーブルテレビのテレビサービスの加入申込が大幅に減ってきている。インターネットサービスの加入数はまだ維持できているが、昨年と比較して申込の増加率が上がっていない。
美容室（店長）	販売量の動き	・相変わらず客の節約志向が強く、セット販売している化粧品のランクが下がっている。
住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・物件広告に対する客の反響がかなり悪くなっており、購買意欲の向上がみられない。販売の入口でもある、広告への反響が悪いというのは深刻な問題である。
住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・問い合わせの客が減ってきている。
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・マンション広告への反響や集客数が落ちてきており、予想と比べて半分程度となっている。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の7月の来場組数は、前年比で約1割減少している。
悪く なっている	一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き ・連日の暑さで、熱中症やゲリラ豪雨の心配があるため、外出を控える人が増えている。昼前後は外を歩く人が極端に少ない。また、今必要な物でなければ買物を先送りする傾向が強まっており、新しい物を購入しない。今月は電池交換以外、売れているという実感が無い。

		衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・昨年と比べて単価の安い物が売れている。洋服は輸入品が中心であるため、為替の影響や現地の工賃の上昇で、価格は前年比で1.5～2倍になっているが、客は安い物を求めているのが現状である。
		家電量販店(企画担当)	来客数の動き	・平日の来店客の動きが悪い。天候不順の影響もあるが、世界経済の様子から判断すると、状況は厳しくなってきた。
企業 動向 関連	良く なっている	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・方向感としては景気が良くなっていると感じるが、それは4～5月の成績があまりにも悪かったためである。7月の成績もあまり良くなかったが、3か月前が悪過ぎた反動で良くなっている。
(近畿)	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	・今までなかった東南アジア向けの製品輸出が、少しずつ伸びてきている。国内向けに大きな動きはないが、業務用の出荷が少し上向きになってきている。
		食料品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・7月中旬ごろまでは天候が悪くなかったが、後半は気温が上昇し、飲料水の販売がかなり伸びている。
		出版・印刷・同関連産業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・例年、夏は需要が落ち込む傾向となるが、2～3か月前に比べて受注量はやや増えてきている。
		化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・営業面での意識改革が進み、売上、利益共に大幅に増加してきたが、営業部門のマネジメントの強化が大きな要因であり、景気回復によるものとは言い切れない。
		プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・盆前の駆け込み需要かどうかの判断は難しいが、商品へのリピート注文の周期が短くなってきた。
		金属製品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・停滞気味であった建築向けの製品が、徐々に動いてきている。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・大型案件の注文が続いているなど、受注環境は悪くはない。
		輸送用機械器具製造業(経理担当)	取引先の様子	・海外からの日本帰りの動きが一部にみられ、それに伴う設備投資や改修工事が発生している。ただし、やや良くなっているとはいえ、中小企業の設備投資の動きはまだ鈍いと感じる。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・少しずつであるが、受注が伸びてきている。問い合わせやホームページへのアクセスも増えてきている。
		広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・インターネット広告の売上が前年を上回ってきている。
		広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・テレビスポットCMなどの発注が活発になっており、昨年よりも好調である。
		その他非製造業[機械器具卸](経営者)	受注量や販売量の動き	・昨年よりも、スポットクーラーなどの季節商品の受注が伸びている。
	変わらない	食料品製造業(経理担当)	取引先の様子	・輸出関連の売上が伸びている。
		繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・主要商品の受注量が低迷したままである。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	取引先の様子	・インターネット通販の取引先は好調であるが、そのほかの製造業の取引先などは良くない。
		化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・販売数量には変化がない。
		金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今の為替条件によって輸出向けは数量的に維持できているが、大きな変化もなく、良くなる気配は感じられない。
		一般機械器具製造業(設計担当)	受注量や販売量の動き	・受注量及び単価はほぼ横ばいの状態である。
		電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・製造業では設備投資に対する意欲が高まりつつあるが、社会情勢の不透明感もあって慎重な姿勢であり、引き合いから注文までに時間がかかる。
		電気機械器具製造業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・戸建住宅向けの受注量は大きく変わっていないが、マンション向けの受注量は、若干であるが良くなりつつあると感じる。
		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テレビのシェアは右肩上がりの傾向にあるが、家電製品全体で見ると消費税率が8%になった前年と、金額ベースでほぼ同じとなっている。
		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。

	その他製造業 〔事務用品〕 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・新商品の動きがそれほど感じられない。	
	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・東京一極集中の状態であり、相変わらず技能労務者が不足するなかで、厳しい価格競争が続いている。一時に比べると緩和されたが、人手不足の問題は慢性化してきている。	
	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・住宅ローンが組める客と、組めない客の二極化が進んできたように感じる。	
	金融業(営業担当)	取引先の様子	・今年度の始めとほぼ変わらない状態である。政権の支持率と同じで、景況感は右肩下がりとなっている。	
	金融業〔投資運用業〕(代表)	それ以外	・中国株の暴落や、大手電機メーカーの不正会計による株式市場への不信感など、好材料がない。	
	不動産業(営業担当)	取引先の様子	・神戸から企業が撤退する動きが続いている。それに伴い、事務所や社宅のニーズも減っているため、賃料や空室率にも影響が出ている。	
	新聞販売店〔広告〕(店主)	受注量や販売量の動き	・折込広告の件数が減少したまま、回復の兆しが無い。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・当社のクライアントをみると、製造関連の会社は比較的好調であるが、小売関連が良くない。特に、日用品や食料品を扱う中小の小売業の売上は、ほとんど伸びていない。	
	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	・多少の動きはあるが、これといった大きな動きはない。	
	その他非製造業 〔電気業〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・依然として経済対策の効果が出ていない。	
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	・消費者向け催事が中心の取引先に対しては、売上が前年比で15%強の減少となっている。集客が減少しているほか、在庫リスクを減らすために、委託商品のみの販売となっている。メーカーにとっては、商品を貸す手間を考えると採算が合わなくなっている。	
	金属製品製造業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・関西には目立った物件がなく、注文があっても、単価や納期の問題ですぐになくなってしまふ。	
	通信業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・ボーナス商戦の真っ最中である割に、売行きは今一つで低迷している。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・小売業の店頭販売を中心に手伝っていると、来客数や単価の悪化が実感される。	
	コピーサービス業(店長)	受注量や販売量の動き	・数か月前に比べれば若干の減少にとどまっているが、昨年に比べると減少傾向にあるように感じる。	
	その他非製造業 〔衣服卸〕(経営者)	受注量や販売量の動き	・当社がターゲットとしている年収600万円以下の世帯では、消費税の増税後、可処分所得の減少が明らかで、食品以外の購買意欲は落ちている。一部の百貨店を除く小売店では、売上の減少が顕著であり、苦戦を強いられている。7月中旬までの梅雨も、例年以上に涼しく雨が多かったため、夏物衣料の不振の原因となっている。	
	その他非製造業 〔商社〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・関西では大きな案件もなく、落ち着いた感じがある。	
悪くなっている	-	-	-	
雇用 関連	-	-	-	
(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	・長期的な右肩上がりの傾向に変わりはないが、盆休みを前に夏休みモードに入っており、動きが鈍い。
		人材派遣会社(支店長)	求人数の動き	・受注自体は増えているように感じるが、人材不足でなかなか思うような結果に結びつかない。
		人材派遣会社(支店長)	雇用形態の様子	・紹介予定派遣の利用や、派遣後に直接雇用を行う企業が増えてきている。また、失業率が下がり、有効求人倍率が上がってきている。
		アウトソーシング企業(社員)	それ以外	・夏休みに入ってボーナスも出ているので、国内旅行や海外旅行に行く人が増えている。
		新聞社〔求人広告〕(管理担当)	求人数の動き	・新聞の求人広告は動きに変化がなく、安定的な出稿があるため、景気は上向いていると感じている。関西の中小企業にも、好景気の波が届き始めたのかもしれない。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・設備投資の動きに伴い、製造業の求人が増えている。

	学校 [大学] (就職担当)	それ以外	・大型商業施設に行く機会が多かったが、来客数が増えているように感じられる。
変わらない	人材派遣会社 (役員)	それ以外	・派遣社員の時給は、人手不足もあいまって高水準で推移している。同じ理由で企業の求人意欲も衰えていない。その時給上昇分が消費に回れば景気の上昇につながるが、諸物価も上がっており、ぜいたく品の購買意欲の上昇にはつながっていない。
	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・求職者の動きが停滞気味である。特に、労働者派遣法の改正を控えて、先々への不安を感じており、派遣案件への応募の減少が目立つ。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数はここ数か月間、増減を繰り返しており、一進一退の状況にある。有効求人数も前年比でわずかに減少し、有効求人倍率は0.93倍と1.00倍を下回っているため、景気が上向きとは判断できない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は産業ごとに多少の増減はあるものの、フルタイム、パートタイム求人共に、前月比、前年比で微増となった。ただし、正社員求人数の伸びは鈍く、非正規社員の割合が多い状況が続いている。
	民間職業紹介機関 (職員)	それ以外	・建設部門の賃金が上がれば、当地域の日雇い労働市場が長期的な縮小傾向にあっても、景気は上向きと判断できるが、なかなか賃金は上がってこない。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・求人数の多い状況が続いている。
やや悪くなっている	アウトソーシング企業 (管理担当)	それ以外	・今月はほとんど仕事の依頼が入ってきていない。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・新聞広告の推移をみても前年を下回ることがほとんどで、景気回復の実感に乏しい。
悪くなっている	-	-	-