

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：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（経営者）	来客数の動き	・例年よりも暑かったほか、酒類の品ぞろえを増やしたことで、来客数は前年比で30%増となり、たばこの売上も20%増えている。
	やや良く なっている	一般小売店〔衣服〕（経営者） 百貨店（企画担当）	お客様の様子	・この暑さにもかかわらず、秋物の立ち上がりは比較的良い。
			販売量の動き	・中国人を中心とする外国人客の売上は、依然として堅調な動きが続いている。外商顧客の売上も、前年は消費税増税の影響で落ち込んでいたことから、前年比では増加傾向が続いている。ボリューム層については、6月はセールの開始が後ずれしたことで悪化したものの、この2か月は前年の水準にまで回復しつつある。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・今月の売上も、都心型の店舗で前年比120%以上、郊外型の店舗でも110%となっている。前年は雨が多かったことを除いても、ファッション販売の端境期ともいえる2月と8月が、今年は売上増となっている。インバウンドを除いた売上でも、贈答用を除く自家需要商品の売上が109%とアップするなど、高額商品を購入する客層の動きは引き続き良い。
		百貨店（販促担当）	販売量の動き	・8月は来客数や販売額、客単価などが前年を上回っている。アイテムでは雑貨関連が好調で、食品も堅調であるほか、今夏の暑さが後押しし、セールも好調となった。ただし、前月に比べれば上向きであるが、婦人衣料は苦戦しており、前年並みの推移である。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・市内だけで使用できるプレミアム付商品券であるため、市外の大型ショッピングセンターに行かなくなっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・昨年は月前半の売上に台風などの影響が出たが、今年は天候にも恵まれた。地域の祭りに伴う需要や、お盆なども好調に推移し、売上は前年比で103%という結果になった。猛暑続きで、飲料などが前年を大きく上回っている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・夏のギフトやお盆商戦などの商品単価が上がっている。また、プレミアム付商品券の利用が多く、1人当たりの購入単価も上がるなど、良い傾向がみられる。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・7月末に発行された大阪市のプレミアム付商品券の効果が大きい。特に、家電などの高額品が売れているほか、食品も単価が上がってきている。
		スーパー（広報担当）	販売量の動き	・気温の上昇に伴い、衣料品や住居関連の季節商材がようやく動き出している。食品の動きは、生鮮を中心に引き続き底堅い。
		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。また、月前半の猛暑の影響により、ドリンク類の売上が増えた。特に機能性飲料が好調で、客単価が上昇している。
		コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・現状がやや良くなっているのは、天候の影響である。猛暑によって来客数が増え、飲料などがよく売れている。ただし、今後は原材料の高騰による値上げの影響が出てくるため、この好調は夏の間に限られる。
		住関連専門店（店員）	単価の動き	・商品の平均単価が上がっている。
		高級レストラン（スタッフ）	単価の動き	・夏休み期間ということで、平日に1人で来店する客のほか、夫婦で来店し、少しぜいたくなランチを頼む客が多かった。ワインの注文もよく出ている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・お盆過ぎからは、平日の飲食店の利用者が徐々に増えている。特に、繁華街は夏休みの利用客や外国人客が増加している。ビジネス街では会社負担での大規模な宴会が増えていることから、確実に景気は上昇しているように感じる。
		一般レストラン（経理担当）	来客数の動き	・相変わらずインバウンドの利用が多い。今後は国内需要の掘り起こしが必要になってくる。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・夏休みを境に、来客数に変化が出ており、前年を上回ることができそうである。単価を上げ、付加価値を高める戦略を進めるなかで、8月はハレの日が多いこともプラスに作用している。また、関東と比較しても、継続的に関西の方が好調となっている。		

	その他飲食 [コーヒー ショップ](店 長)	来客数の動き	・今年の夏は、好天に恵まれて喫茶需要が伸び、来客数、客単価共に好調である。
	観光型旅館(経 営者)	来客数の動き	・ふるさと割などの効果や、京都縦貫道の全線開通効果が出ている。
	観光型旅館(団 体役員)	来客数の動き	・宿泊客数については、2～8月は前年比で110%の動きとなっている。高野山の開創1200年や、熊野の文化遺産、赤ちゃんパンダの誕生など、景気とは別の要因で人が動いている。
	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が続いており、最近では団体客に加えて個人客も増えている。インターハイや高校野球での受入れもあり、今月はほぼ100%に近い稼働率となったほか、客室単価も前年比で約120%に上昇している。一方、宴会はオフシーズンであるが、前年並みの推移となった。全体的に景況感は良くなっているが、宴会や会議などの受注増加や単価アップにつながるまでには、まだ時間がかかる。
	都市型ホテル (管理担当)	販売量の動き	・引き続き海外客による宿泊の好調に加え、ここ数か月はレストランの売上も好調に推移している。
	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・依然として客室稼働率は高水準を維持しており、客室単価も上昇傾向が続いている。
	タクシー運転手	来客数の動き	・夏休みであるほか、非常に暑いため、少しの距離でも利用してもらえる。ホテルの利用が増え、出入りする客が増えている。
	観光名所(企画 担当)	来客数の動き	・前年に比べ、来場者が徐々に増えてきている。一番大きな要因は外国人観光客の増加とみられる。
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・受注が過去3か月に比べて好調で、前年も上回っている。特に不動産の動きが好調である。
変わらない	商店街(代表 者)	お客様の様子	・購入に慎重になっており、決定するまでに時間がかかる。売上も昨年を超えられず、微減の状態がずっと続いている。
	一般小売店[衣 服](経営者)	販売量の動き	・8月15日までは売上が前年を上回る推移となっていたが、月後半は数字が上らず、特に秋物の購買が極端に落ち込んだ。8月全体では前年比で98%となっている。
	一般小売店[時 計](経営者)	販売量の動き	・月前半は修理や電池交換が中心であったが、月後半の10日間ぐらいで腕時計が何本か動き、安定した売上となった。携帯電話で時間をみることに抵抗を感じる人は多く、おしゃれを兼ねた時計の購入がみられる。特徴としては、今月はクレジットカードを使う人が目立っている。
	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85.9%で、5月が89.4%、関東は8月が102.1%で、5月が97.0%、中部は8月が100.0%で、5月が95.1%、中国は8月が87.3%で、5月が114.8%となり、各地区合計の平均は8月90.5%、5月94.6%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、関西は阿倍野地区の大型商業施設による特需の反動減で、中元、お盆商戦も良くななく、苦戦している。関西以外では前年並みとなっている地区もあるが、決して好調とはいえず、何とか維持しているのが現状である。
	一般小売店[精 肉](管理担 当)	販売量の動き	・全体の景気の動きはあまり感じられない。お盆は全体的に消費意欲がおう盛であったものの、古くからにぎわっている市場は、今年は特に悪かったように感じた。すぐ近くのショッピングセンターは非常ににぎわっていたので、好不調の差がみられる。
	一般小売店[衣 服](経営者)	お客様の様子	・夏のセールに大きな動きはなかった。消費者の購買意欲は感じられるものの、バーゲンだからといって気軽に買う消費者は少ない。
	一般小売店[野 菜](店長)	競争相手の様子	・問屋で買物していても、閉店していく店が増えており、寂しくなっている。
	百貨店(売場主 任)	販売量の動き	・食料品の売上はほぼ前年を上回っているが、ファッション関連は約3%減となり、トータルでも1.5%減で推移している。まだまだセールでの販売が中心となっており、単価が上がってこない。
	百貨店(売場主 任)	販売量の動き	・外国人観光客による売上の増加を除いても、衣料品が好調である。ただし、秋物の定価品ではなく、夏物のバーゲン品の売上シェアが高い。

百貨店（売場主任）	来客数の動き	・百貨店などの小売業では、外国人観光客による売上増で一時的な効果は出ているが、季節商品のほか、ファッション関連の一部のブランド品以外は相変わらず苦戦している。特に、ファッション関連で長く続いているカジュアル化の傾向で、価格が下がっていることから、高額品にはマイナスの動きもある。その傾向は日本にも出ており、低価格化の動きが進みつつある。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は売上目標に若干届いていない。月前半は好調に推移したが、中旬からは失速した。特に、中旬以降はバーゲンよりも定価品を強化したが、期待したほどの成果が出なかった。さらに、国内客の商品に対する評価は厳しく、単価が安いからといって、以前のように積極的に購入する傾向はますます減っている。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・8月の中旬までは、猛暑による影響で来客数が減り、高額品の引き合いも低迷していた。暑さが落ち着いた後半以降は、秋物衣料の購買が例年よりも少し増え、高級ブランド品の引き合いも出てきている。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ファッション関連はセールを中心に堅調であり、食品も動きに変化はない。一方、集客の目玉である専門店が好調となっている。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上は前年の3～4倍で推移しており、売上全体を押し上げる大きな要因となっている。また、国内客についても、クリアランスは衣料品を中心に好調に推移している。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・プレミアム付商品券による需要喚起が期待されたが、消費の底上げ効果は限定的である。一方、特選洋品や婦人雑貨は好調であるが、インバウンド効果は少し頭打ち気味である。
百貨店（売場マネージャー）	単価の動き	・今夏はバーゲンの開始時期を後倒したこともあり、月前半の各部門の売上は前年比で1割近い伸びを示すなど、好調に推移した。お盆前後もまだまだ暑く、秋物への切替えも進まなかったが、下旬に入って少し涼しくなっただけからは、定価品に再び動きが出てきた。1品単価も前年比で5.9%上昇している。
百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・8月にしては、今年はあまり商品の動きが大きくない。熱中症の報道が多いように、気温が高いことで来客数に影響が出ている。昨年との違いといえば、台風の影響に左右される傾向が大きいためであり、売れている商品やアイテムは特に変化していない。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・5～7月の累計でクリアランスの結果を検証すると、夏物商戦の売上は微増となっている。特に、猛暑でパラソルやサングラスなどの紫外線対策商品は好調となったが、婦人服ではボリューム層が苦戦し、インバウンド需要が好調という図式は変わらず、大きな改善はみられなかった。また、ボリューム層の価格にシビアな購買姿勢には変化がみられない。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も入店客数は前年比で約5%減となっているが、婦人用の身の回り品の特選洋品や、美術工芸品の高額商品は好調に動いている。また、催事やギフト解体セールも好調であったが、婦人服や紳士服は前年実績の確保が難しい状況であり、店全体では引き続き前年並みで推移している。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・真夏日が続く、夏物衣料（紳士服飾、子ども服）を中心に前月のマイナス分を取り戻している。インバウンドの消費も堅調な動きとなっている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・競合店が多いため、客がその日によってどの店に行くか、チラシをみて動いている。特売を行っても対象商品だけが売れ、ほかの商品のついで買いがみられない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・食料品を中心とした普段の生活必需品の動きは堅調であるが、そのほかの商品の動きは芳しくない。結果として、全体的には横ばいの傾向となっている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・期待されたプレミアム付商品券の利用は、当初こそ高額商材に流れたものの、週を追うごとに食品へと流れ、70%以上が通常の買物に使用されているのが現状である。円安の影響による値上げに加え、野菜の高騰などもあり、景気が上向いているとは言い難い。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年並みの推移となっている。

スーパー（経理担当）	販売量の動き	・各自治体でプレミアム付商品券が発行され、使用される機会も増えているため、若干のプラスの影響が出ている。ただし、気温の変化が激しく、天候も不順なため、売上は一進一退の状況である。
スーパー（社員）	来客数の動き	・農産品を中心に、食品部門が好調に推移している。大半の店舗では、昨年に比べて客の来店回数が増加している。競合店が増えているなかで、客の来店回数が増加していることから、購買意欲が高まっていると感じられる。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・特に大きな変動もなく、来客数、単価共に伸び悩んでいる。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・今年の夏は湿度が高く、暑過ぎるほか、雨の影響で客の購買意欲が低下している。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・衣料品を買い控えている客が多い。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・家電製品の買換えサイクルが伸びている。故障しない限り、買換えない傾向が強い。
乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・思った以上に来客数が増えていない。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・ほとんどの人が景気対策による何らかの恩恵を得ているものの、好況を伝える報道などとのギャップが大きいため、購買意欲がわかない様子である。
自動車備品販売店（営業担当）	来客数の動き	・特に良くなる材料はなく、悪くなる材料も見当たらない。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・季節に関係なく、この3か月は売上、来客数共に横ばいの状況である。経済不安のニュースよりも、凶悪犯罪や安保問題のニュースの方が目立っていたため、あまり影響を受けなかったように感じる。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・中国の株価下落に伴って、日本や米国の株価も下がっている。株価の動きは国際的に連動しやすく、客の心理も乱高下するため、今後注意していかなければならない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・月中旬を過ぎるころまで、暑さの厳しい日が続いた。そのため、飲料関連や制汗剤、紫外線対策商品などの動きが、昨年よりも非常に良かった。また、インバウンドによる買上の増加も、プラス材料になっている。
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・食品業界では低迷が続いている。まず建設業界や輸出関連の景気が良くなり、その数年後に食品業界にも影響が出てくるため、まだまだ時間がかかる。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・株式市場の動きが不安定となり、景況感に悪影響が出ている。また、円高傾向の進行は輸出企業にとって不安要素でもあり、アベノミクスに暗雲が広がっている。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・来客数と同様に、販売量にもほとんど動きがない。
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	・電話がかかってくる件数に変化はなく、新しいカタログへの反応も少ない。
高級レストラン（企画）	来客数の動き	・価格が比較的低い商品の売上が伸びない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・お盆までは家族連れなどで来客数が伸びたが、お盆以降は減少している。近隣の店も客の数が少ない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・親会社が変わったことで、特に自販機の販売への影響はなく、伸びる気配はみられない。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・8月は元々調子の良くなる月であるが、稼働率はピークに近い状態であるため、前年比での上積みはあまり見込めない。全体的には、相変わらず好調を維持している。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・相変わらずインバウンド頼みで、宿泊の好調を保っている。一方、宴会、レストラン部門の予約状況はあまり芳しくない。
都市型ホテル（総務担当）	単価の動き	・客室の販売単価が依然として好調を保っている。

	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・シルバーウィークの国内旅行の予約、問い合わせが増加しているが、既に旅館、飛行機の予約が取りにくい状況である。海外旅行では、単価の高い欧州方面が政情不安などでどうしても回復しにくく、全体を押し下げる要因になっている。
	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・インバウンド客の動きは依然として活発であるが、海外旅行に対する個人需要が伸び悩んでいる。
	タクシー運転手	お客様の様子	・流し営業での売上は依然として好調に推移しており、遠距離、近距離を問わず順調となっている。
	通信会社（経営者）	お客様の様子	・受注状況などに、大きな変化はみられない。
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・今夏の猛暑に加えて、東アジア情勢の悪化や中国株の下落により、海外からの観光客が減っている。
	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は10,005円で、3か月前の9,904円よりも上がっている。
	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・インバウンドは堅調であるが、国内の一般観光客の動きは必ずしも良くない。
	美容室（店員）	来客数の動き	・先月に来られなかった客が、今月は来店している。
	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	・夏のキャンペーン効果もあり、ゲームソフトや新アイテム関連の売上は伸びているものの、レンタル、書籍売上の傾向には大きな変化がみられない。
	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・来客数の動きが芳しくない。
	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か月前と比べて、購入希望者の数はあまり変わらない。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・8月の住宅展示場への来場数は、前年とほぼ同数であった。特に目立った客の変化はない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	競争相手の様子	・商店街で商売をしているが、近隣の大型スーパーが盆明けから利益を無視した動きに出ている。これには商店街はかなわない。
	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	販売量の動き	・お盆前までは通常どおりの推移であったが、盆明けは販売量が減少傾向にある。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	お客様の様子	・8月の酷暑の影響や、商品の若干の値上がりにより、一気に食品に対する支出が抑えられている。
	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・この8月は気温が高く、人出が少ない。
	一般小売店〔花〕（店長）	単価の動き	・猛暑の影響や商品価格の高騰により、販売量、価格共に悪化している。
	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・今までは悪いなりに、正月やゴールデンウィークなどの季節需要は集客、売上共に好調であったが、お盆の動きは非常に悪くなっている。
	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・京都地区では、台風の接近といった売上の減少要因はなかったが、前年の売上を若干下回っている。店全体では、引き続き特選衣料や化粧品などで、インバウンドのおう盛な需要がみられるものの、依然として中間層の購入が前年を下回っている。気温が高止まりしていることもあり、秋物衣料などの定価品の売上が若干苦戦しているほか、特価品の販売数量が前年比で2けた減となっている。客単価については、売れ筋商品の変化はあるものの、3か月前からは低下傾向にあり、前年も若干下回っている。
	百貨店（営業企画）	販売量の動き	・入店客数はほぼ前年並みを維持しているが、レジ客数が減少傾向である。プレミアム付商品券の利用は食品が中心であるなど、顧客の生活防衛意識はやはり高いと感じられる。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・衣料品の売上は7月までの低迷を脱したが、8月に入ってからの気温上昇で、夏物商材の売上が後ずれしただけである。また、住居関連では敷きパッドや冷感商材、アウトドア、プール関連が好調で、8月の売上を底上げしているが、食品は苦戦している。

	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・神戸市ではプレミアム付商品券の発売が始まったが、当社の客はほとんど手に入れることができなかった。商店街では対策を講じているが、売上へのプラス効果は限定的である。
	家電量販店(企画担当)	来客数の動き	・今夏の酷暑によって、エアコン需要が一気に高まり、季節商品の売上アップにつながった。また、プレミアム付商品券の利用も多く、景気回復につながったと感じる。ただし、その反動のほか、お盆を過ぎてから夜が涼しくなり、急に秋めいてきたこともあり、来客数が激減し始めている。
	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・6月から仕事量が前年比で1割ぐらい減っている。8月は少し回復しているが、お盆休みで稼働日数が少ないため、売上が上がらない。
	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・2～3か月前に比べると、学生が夏休みに入っていることで売上全体は伸びている。ただし、県内や村内で販売された、プレミアム付商品券の効果が出てくると期待したものの、利用者が前年比で10%ほど減少している。
	旅行代理店(店長)	お客様の様子	・旅行でも料金重視の客が増えているように感じる。提示された条件に料金面で折り合えなければ、申込にはつながらず、安い商品に変更となる。
	旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・タイでのテロや、北朝鮮と韓国の関係悪化などで、渡航の延期や中止を決める客が増えている。
	タクシー運転手	競争相手の様子	・お盆までは暑さで景気が良かったが、お盆明け以降は出費が控えられている。その後は株価も下落したため、利用が冷え込んでいる。
	通信会社(社員)	販売量の動き	・テレビの多チャンネルサービスの売上ダウンが継続している。減少率は少し縮小しているが、回復基調には戻っていない。
	美容室(店長)	販売量の動き	・客の節約志向が強まり、化粧品のまとめ買いがかなり少なくなっている。
	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・広告に対する反応が極端に少なくなっている。
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・都心部のタワーマンションや駅前の再開発マンションは販売好調であるが、実需が中心のマンションは、販売価格の上昇に伴って苦戦し始めている。
	悪くなっている	その他住宅[情報誌](編集者)	・急激な株価の下落に伴い、不動産市況は一気に冷え込む恐れがある。都心のタワーマンションなど、実需以外の購入がこのところ目立っていただけに、反転した時の混乱が懸念される。
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	・今年の夏は猛暑となり、調味料の売行きは今一つかと思っていたが、販売量は増えている。海外からの観光客の消費が増えているほか、少しずつではあるが、新規取引も増えてきている。
	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・昨年と比べて、8月上旬の気温が高く、雨も少なかったため、飲料水の売上がかなり伸びた。特に、熱中症対策の商品がかなり動いている。
	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8月は受注量が減少するが、今年は例年ほど落ち込んでいない。新規の問い合わせも、3か月前に比べると増えている。
	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・大口の商談が続いているなど、景況感は悪くない。
	電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・8月は夏枯れの時期であるが、休日が多いこともあって生産現場は忙しい。営業部門も夏枯れを感じさせないほど活気がある。ただし、成約に至る率は高いとはいえず、特に海外は東アジアの動きが悪い。得意先である台湾の大手スマートフォンメーカーの1社が傾きかけているなど、東アジアの動きからは目を離せない。
	電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量の動き	・店舗関連のリニューアル案件や、完工したマンションからの受注量が増加している。
	電気機械器具製 造業(営業担 当)	受注量や販売量の動き	・引き合いの件数が増えている。
	輸送業(営業所 長)	受注量や販売量の動き	・関東ほどではないが、関西でも事務所の新設や、現在より大きめの事務所に移る企業が増えるなど、移転の案件が増えている。

	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の売上が徐々に増えている。ただし、受注の内容をみると、特に単価が厳しいようである。収益状況と受注の動向が比例するかどうかは、疑問である。
	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の伸びが前年を超え、紙媒体の売上も前年並みを維持している。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・SPA（製造小売）や製造業の取引先では、新規事業や新たな販路開拓に向けた取組意欲が高まっている。決して資金に余裕があるわけではないが、気持ちに余裕が出てきたように感じる。
	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	・今年のお盆休みは最大9日間となるなど、長期休暇の会社も珍しくない。猛暑にもかかわらず家族連れなどの外出機会が増えたせいか、主要駅は軒並み前年を上回る乗降客でにぎわい、駅ナカ店舗もその恩恵を受けた。特に、人気テーマパークの来場が増えている効果は絶大であり、他府県や外国人旅行者による土産の購入も、売上好調の要因となっている。
変わらない	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・生産量は前年比で増えているが、これは昨年の消費税増税後の落ち込みによる反動である。2年前と比較すると、依然として減少している。
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注ロットは明らかに小さくなってきている。ただし、注文のスペンは短くなっており、必要な物を必要な時に購入するスタイルが徹底されてきている。
	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・円安により、海外向け商品は有利に展開できるが、国内では荷動きが鈍っている。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・最近の世界情勢の変化が激しいため、冷静な判断が求められる。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・薄型テレビは4Kテレビの増加で単価がアップしているが、トータルの販売台数が伸び悩んでいるため、売上は前年並みとなっている。全体的にみても、ほぼ前年並みであるが、消費税率が8%に上がる前の水準は大きく下回っている。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・航空機業界など、一部の特定産業の動きは活発となっている。ただし、中小企業を中心とした設備投資は、消費動向の改善がみられないなかで、依然として低調である。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量にそれほど変わりはないが、電話やホームページでの問い合わせは少し増えている。また、異業種からの新規参入の相談も増えてきている。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・技能労働者や現場監督技術員の不足が慢性化してきている。そのような人手不足のなかで、工期の厳守を最優先とした上での価格競争が進んでいる。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・相変わらず、一般サラリーマンの年収は低いままである。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・良い材料も悪い要素もない。今の急激な株安もいずれは沈静化し、再び株高に戻っていく。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸から事業所が撤退し、それに伴って事務所や社宅のニーズが減っている。その結果、神戸の景気が停滞していると感じる。
	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・受注量は若干減少気味であるが、微減であるため、悪くなったという判断はできない。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	取引先の様子	・休み明けも忙しくなっておらず、状況に変化はない。
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	競争相手の様子	・今夏は昨年よりも気温の高い日が多かったため、季節商品が思ったよりも伸びている。	
やや悪くなっている	食料品製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・中小企業では賞与の支給が前年を下回っており、物価上昇の動きに賃金が追い付いていない。
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・得意先からの注文が減ってきている。社員が催事に出向き、消費者に直接販売して売上を立てており、出張コストが利益を圧迫している。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・内需関連の取引先からの受注量が減少している。
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・盆休みで稼働日が少し減っている。
	金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・例年、盆休み前はプラント関連の商品の受注があるが、今年はなかった。全体的に受注量が減っている。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・客の数が減少しているほか、新しい配車システムに変更したため、1台当たりの配達件数が減り、配達に時間がかかるなど、無駄が多くなっている。

		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・夏場の広告の出稿を見合わせる動きがみられる。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・大阪の小売業の状況は、天候や暑さの影響もあって悪くなっている。
		その他非製造業〔 社 〕（営業担当）	取引先の様子	・景気対策の効果も、中小企業や地方の企業にまでは回っていない。また、大企業は収益性の低い工場を閉鎖していることから、ますます悪化していく。
	悪くなっている	新聞販売店〔 告 〕（店主）	受注量や販売量の動き	・新聞の購読数が減少しているほか、例年8月は折込収入が悪化するが、今年は極端に落ち込んでいる。
		その他非製造業〔 業 〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・株価の動きが不安定である。
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（役員）	それ以外	・スタッフの時給が上がっている。人手不足のため、時給を上げなければ人が集まらない状況になっている。時給アップ分が消費に回れば景気も良くなるはずだが、物価も上がっているため、賃金の上昇効果が出てくなくなっている。
		新聞社〔 人 告 〕（管理担当）	求人数の動き	・新聞の求人広告は依然として一定水準を維持しており、安定的な出稿があるため、景気は上向きとみている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数（原数値）が前年比で増加している。
		学校〔 学 〕（就職担当）	雇用形態の様子	・採用活動の後ろ倒しの影響で、採用は中小企業が先行し、大手企業が後を追いかける形となっている。採用数は前年度よりも増えているように感じている。
		学校〔 学 〕（就職担当）	求人数の動き	・企業から寄せられる求人が、前年比で6.6%増となっている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・盆明けから少し動きが出てくると予想していたが、そのような雰囲気はなさそうである。上半期中はこの動きが続くと予想される。
		人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・労働者派遣法の改正を前に、求職者は派遣会社の動向や対応をじっくり見定めている。転職希望者もより慎重になっている。
		新聞社〔 人 告 〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の推移をみると、3か月前の4～5月とはほぼ変わらず、前年比で90%前後となっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で減少している。医療・福祉や卸売業では増加がみられるものの、製造業や小売業、飲食業など、多くの業種で減少した。また、有効求人倍率は0.96倍となり、前年よりも低下したものの、前月よりはわずかに上昇している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数については、産業ごとのばらつきはあるものの、増加傾向が続いている。
		民間職業紹介機関（職員）	それ以外	・当地域の日雇い労働者は徐々に減少が進んでいる。そのなかでも賃金が上がれば景気は上向きといえるが、東日本とは異なり、関西では上がっていない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・求人数の多い状態が続き、優秀な人材はなかなか採用できない状況となっている。
		学校〔 学 〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数の前年比での伸び率は、昨年並みとなっている。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・紹介予定派遣の依頼が多く、派遣での採用が極端に減っている。
	悪くなっている	-	-	-