

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) | | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・高級ブランド婦人服のクリアランスでの売上が好調であり、ブランド宝飾品も例年以上に引き合いがあるなど、売上は更に上向いている。 |
| | | 百貨店（販売推進担当） | 来客数の動き | ・来客数は7か月連続で前年実績を上回っており、固定客化や、地元沿線での顧客の囲い込みが更に進んでいる。また、消耗品の売行きが継続的に好調であり、来店頻度も増加している。 |
| | | 家電量販店（人事担当） | 販売量の動き | ・気温の上昇に伴い、エアコンを中心とした季節商材の販売が伸びている。また、高付加価値商品の販売に注力することで利益も確保されている。 |
| | | 一般小売店〔事務用品〕（経営者） | お客様の様子 | ・新年度に入って、官公庁では新たな予算の策定時期を迎えており、参考見積を含めて、案件が多くなっている。 |
| | | 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・今月の売上は目標、前年の水準共に上回る見込みである。ただし、インバウンドの動きやパーゲン商品は好調であるものの、売れるアイテムは限定的である。客は不要不急の商品の購入には消極的であるが、季節商材などの実需商品や、値段が高くて客にとって価値のある商品は、購入する傾向が強い。 |
| | | 百貨店（企画担当） | お客様の様子 | ・富裕層による外商売上は、前年から微増である。一方、ボリューム層である自社カード顧客の売上は、クリアランスセールを6月に前倒しした影響もあり、若干の前年割れとなっている。特徴的なのはインバウンド売上であり、今月は前年比で78%増えている。来客数、客単価共に前年を大幅に上回っており、全体の売上を押し上げている。 |
| | | 百貨店（営業担当） | 単価の動き | ・富裕層の購買意欲が回復しており、宝飾品、絵画、時計などの高額商品の動きも活発化しつつある。また、化粧品や高級ブランドの雑貨を中心とした、インバウンドの購買意欲も高い。 |
| | | 百貨店（役員） | 来客数の動き | ・業界では衣料品が苦戦しているが、クリアランスで消費者にとって適切な価格になったため、店頭販売では衣料品が少し伸びている。それと同様に、お中元商戦で暑い日が続くなか、来客数も増加している。ただし、全体的に食品、化粧品などの日用品は好調であるが、購買単価が下がってきているため、売上は伸びていない。 |
| | | 百貨店（商品担当） | 販売量の動き | ・特選雑貨や化粧品、子供服を中心に、訪日外国人の免税売上が依然として好調に推移している。衣料品の夏物セールもまずまずの動きである。 |
| | | 百貨店（服飾品担当） | 販売量の動き | ・7月に入り、気温の上昇と梅雨が重なるという、例年に近い環境となっている。初旬はクリアランスの開始時期が各店舗で異なったため、客が店を選ぶ動きに多少なりとも影響が出た。6月にセールを開始した店舗は、7月に入って苦戦したものの、都心店舗は高額品のクリアランスを早めた影響もあり、好調に推移している。また、衣料関連は店舗によるばらつきはあるものの、サンダルやパラソルなどの夏物商材は好調で、いずれも前年の売上を数%上回っている。さらに、春から好調の化粧品関連も、好調を維持している。スキンケアを中心に、新しく開発された商材が国内ブランドと一部の海外ブランドで好評であり、売上をけん引している。 |
| | | 百貨店（外商担当） | 販売量の動き | ・株価が高値で安定してきたため、富裕層の購買意欲が高まっており、宝石の大口受注や、美術品の注文も増加している。さらに、インバウンド売上は前年比20～30%増で推移している。 |
| | | 百貨店（宣伝担当） | 販売量の動き | ・売上は店頭、店外を含めて堅調で、特に富裕層による特選品、宝飾品の購買意欲が高まっている。クリアランスの衣料品の動きに加え、イベントなどに伴うハレの日消費の増加が、引き続き見受けられる。 |
| | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・来客数は増えず、1人当たりの買上単価が上がっている。いろいろな店の買い回りが減っている可能性があるなど、景気が落ち着いてきている。 | |
| | スーパー（店員） | 販売量の動き | ・スイカや桃などの青果物がよく売れており、夏野菜もよく売れている。 | |

| | | | |
|--|-------------------|--------|---|
| | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・近隣での建設工事も終盤にさしかかり、それに伴って作業人数が多くなっている。また、アイスコーヒーの種類が増え、利用客が増えている。 |
| | コンビニ（広告担当） | 来客数の動き | ・政治の様々な問題や、局地的な豪雨などの異常気象はあるが、比較的好天が続いているほか、猛暑のため、夏場に強い飲料や手軽に買えるファストフード関連、食品関連の動きが増えている。 |
| | コンビニ（店員） | 販売量の動き | ・気温の上昇に伴い、飲料水やアイスクリームなどの売行きが好調である。 |
| | コンビニ（店員） | 来客数の動き | ・夏休みに入って、旅行者や家族連れが増えている。 |
| | 家電量販店（店員） | 来客数の動き | ・エアコン需要のピークで、売上と販売台数は増えたが、単価が落ちているため、やや良くなっている程度である。 |
| | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・今月は梅雨が明けたほか、エアコン需要などの繁忙期で売上はまずまずであった。ただし、猛暑の予測の割に、月後半は失速したため、やや期待外れとなっている。 |
| | 家電量販店（企画担当） | 来客数の動き | ・3連休の厳しい猛暑の影響で、来客数が急増し、エアコンの販売が盛り返した。しばらくは継続的な需要が見込めそうである。 |
| | 乗用車販売店（販売担当） | 販売量の動き | ・ボーナス商戦とまではいかないが、3か月前に比べると販売台数は伸びている。 |
| | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・企業の歓送迎会が増える時期であるほか、四半期決算の時期であり、店内やインターネット広告の強化によって、団体客の宴会需要が伸びている。また、ケータリング需要の増加で売上が上昇している。一方、夏休み時期に入り、繁華街では予約客のほか、通行客による来店が増加している。 |
| | 一般レストラン（経営者） | お客様の様子 | ・外食店では、週末のみならず平日の来客数が増加基調にある。 |
| | 一般レストラン（企画） | 単価の動き | ・前年の11月以降、来客数が前年比で回復している。今年度に入ってからは、営業時間を短縮したにもかかわらず、前年を上回る水準で推移している。ゴールデンウィーク以降、特に6月以降は客単価にも大きな変化が出ており、前年を50円以上上回っている。これには、土日の営業が好調なことも影響している。 |
| | 一般レストラン（経理担当） | お客様の様子 | ・回復ペースはやや緩やかになりつつも、堅調に推移していたが、九州北部豪雨や猛暑により、消費の動向に陰りがみられる。 |
| | 観光型旅館（団体役員） | 来客数の動き | ・夏季の繁忙期に入って以降、天候に恵まれており、入込の動きは更に期待できる。 |
| | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・宿泊の稼働率は95%を超えており、販売価格を上げると集客は減る状態にあるが、前年比では微増である。宿泊料金の上昇で、国内客が減少する一方、朝食需要の高いインバウンドが増えているため、レストラン収入が大きく伸びている。また、酷暑の影響もあり、喫茶利用が大きく伸びている。 |
| | 都市型ホテル（管理担当） | 来客数の動き | ・宿泊に関しては、インバウンドは引き続き好調である。中国からの団体客は、個人旅行に変化しており、欧米からの個人客も好調に推移している。ただし、国内の個人旅行は相変わらず元気がない。一方、レストラン売上や宴会売上は、このところ順調である。 |
| | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・大阪市内も観光都市として発展してきている。 |
| | テーマパーク（職員） | 来客数の動き | ・子供の夏休みを迎え、ファミリー層がようやく動き出している。 |
| | 競輪場（職員） | 単価の動き | ・3か月前の客単価は9,335円で、今月の客単価は9,463円と、数字的にはやや良くなっているが、実感はない。 |
| | 住宅販売会社（経営者） | 販売量の動き | ・今月になって、新築住宅や建替えの需要が増え、販売戸数が増加している。 |
| | その他住宅〔住宅設備〕（営業担当） | お客様の様子 | ・エレベーターのリニューアルの相談や引き合いが増加傾向にある。 |
| | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・客足の引きが早く、特に中高年の早さが目立つ。 |
| | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・商店街の交通量の増減はないが、買物難民といわれる高齢者の客が多い。 |
| | 一般小売店〔珈琲〕（経営者） | 来客数の動き | ・夏休みに入り、来客数が微増となっている。 |

| | | |
|-------------------|---------|---|
| 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店舗の平均で見ると、関西は7月が98.8%で、4月が103.2%、関東は7月が84.9%で、4月が98.3%、中部は7月が98.5%で、4月が102.1%、中国は7月が94.5%で、4月が97.0%となり、各地区合計の平均は7月が95.5%で、4月が101.1%となっている。お中元商戦の出足が悪く、全国的に少し低迷している。店舗によるばらつきがあまりなく、全体的に悪いのは不安材料である。 |
| 一般小売店〔精肉〕（管理担当） | 販売量の動き | ・景気の面で見ると、何も変化がないように感じる。お中元シーズンが終わろうとしているにもかかわらず、静かな動きとなっている。企業の注文がかなり減っている一方、規模は異なるものの、個人客の利用は自家需要や親しい人への贈り物などの動きが活発である。ただし、販売量や金額ベースでは、企業の減少分に追いつかない。 |
| 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当） | それ以外 | ・毎月の売上は、ほぼ変わらず推移している。ただし、仕入商品の値上がり分がなかなか価格転嫁できず、経常利益が減少している。 |
| 一般小売店〔野菜〕（店長） | 競争相手の様子 | ・景気回復はまだまだであり、道のりははるかに遠い。特に、小規模な店ほど実感が無い。 |
| 一般小売店〔菓子〕（営業担当） | 販売量の動き | ・夏物商材の売上が順調に伸びているので、好調である。 |
| 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・月初のクリアランスセールは活発であったが、中旬以降は失速している。インバウンド売上が好調なため、全体としては前年を上回っているが、国内客の財布のひもは固くなってきている。 |
| 百貨店（サービス担当） | お客様の様子 | ・今月もインバウンド効果が続いていて、売上目標、前年実績共にクリアできそうな状況である。また、化粧品や特選洋品、アクセサリーも依然として好調に推移しているほか、今月は子供服の売上が好調に推移している。 |
| 百貨店（売場マネージャー） | 販売量の動き | ・バーゲン時期になると好調に転じていた衣料品が、今年は前年を5%ほど下回ったままで推移しており、厳しい状況である。ただし、化粧品や高級ブランド、食料品は前年を上回っており、店全体としては前年の売上を維持している。 |
| 百貨店（マネージャー） | 来客数の動き | ・夏のセールが6月30日にスタートしたため、今月はその分のマイナスを予想していたが、それを上回る買い控えが目立つ。中間ボリューム層による、セールで衣料品を買う動きが更に少なくなっている。インターネット通販や、スマートフォンでの中古品売買などにシェアを奪われ、リアル店舗の存在感が低くなっている。 |
| 百貨店（販促担当） | 販売量の動き | ・ここ数か月は傾向に大きな変化がなく、衣料品は厳しい一方、雑貨は堅調に推移している。クリアランスの本番となり、晴天の日が多いにもかかわらず、来客数は若干苦戦している。購買率も厳しく、クリアランスのスタート時は動かず、半額以下に下がってようやく動くといった、客の慎重な消費動向が表れている。ボーナス月であるが、高額品にも目立った変化はない。 |
| 百貨店（マネージャー） | お客様の様子 | ・百貨店を取り巻く環境は、インバウンド需要もあり、数字の上では恩恵を受けている。ただし、富裕層に比べて、中間層以下の動きは低調であり、クリアランス商戦でファッション商材の価格が下がっても、慎重で堅実な消費行動となっている。その結果、アパレル関係の夏物商戦は苦戦する傾向にある。 |
| 百貨店（営業企画） | 競争相手の様子 | ・6月上旬に近隣の商業施設が大型の改装を行った影響で、来客数が減少している。ただし、長く不振が続いていた婦人服、婦人洋品雑貨は持ち直してきており、基調が読みにくい。 |
| スーパー（店長） | 単価の動き | ・客単価が下がってきているほか、販売点数も減少気味である。来客数は少し増えてきているものの、売上が上がらない。 |
| スーパー（店長） | お客様の様子 | ・数か月単位で見ても、景気の回復は感じられず、価格をある程度下げて集客を図っても、必要な物しか買ってくれない。限られたパイを奪い合っており、競合相手に売り負けている。 |

| | | |
|------------------------|--------|---|
| スーパー（企画担当） | それ以外 | ・今期は売上、利益共に、前年割れが続いている状況である。競合店の出店や改装オープンなどの影響が続いている。対抗策として値下げなども実施しているが、全体的には既存の水準を上回るほどの改善には至っていない。 |
| スーパー（企画担当） | 来客数の動き | ・来客数は、前年の水準を維持できている。 |
| スーパー（経理担当） | 販売量の動き | ・猛暑が続いているが、売上の大きな変動はない。生鮮品に限ると、野菜の相場安や、アニサキスに起因する魚の売上低迷などの影響が出ている。 |
| スーパー（開発担当） | お客様の様子 | ・来客数や客単価が伸びるわけでもなく、平行線のみである。 |
| スーパー（社員） | お客様の様子 | ・客の普段の買物には、大きな変化はみられない。ただし、季節の催事といったイベントの打ち出しを強化すると、来客数が増えて、活発に買物をするなど、消費意欲は底堅い。 |
| コンビニ（経営者） | 単価の動き | ・高額なプレミアム商品の売上があまり伸びず、客単価が上昇していない。 |
| コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・比較的安定しており、来客数、販売量、売上に大きな変化はない。電子タバコが品薄で、入荷すれば完売という状況が続いているが、入荷数が限られているため、月の売上を引っ張るほどではなく、傾向としては全体的に安定している。 |
| コンビニ（店員） | 来客数の動き | ・来客数はやや減少しているが、売上に大きな変動はない。 |
| 衣料品専門店（販売担当） | お客様の様子 | ・シーズンであるにもかかわらず、不要な物は買わない客が増えている。 |
| その他専門店【医薬品】（経営者） | お客様の様子 | ・今年の梅雨は雨が少なく、蒸し暑い日や気温の高い日が多かったため、ドリンク類や日焼け止めのUVクリーム、基礎化粧品の売上が好調である。 |
| その他専門店【宝石】（経営者） | お客様の様子 | ・株価が客の購買意欲の向上に影響する。今は株価が2万円前後で推移しているが、この状況が続けば、客の動きも同じような推移となる。 |
| その他専門店【食品】（経営者） | 販売量の動き | ・各商品の価格を値上げしたため、売上自体は横ばいであるが、販売量が若干減っている。 |
| その他専門店【宝飾品】（販売担当） | 販売量の動き | ・催事による売上は、季節的な要因よりも、その催事の行われる地域や客層の購買意欲に大きく左右される。 |
| その他小売【インターネット通販】（企画担当） | お客様の様子 | ・値引きセールを行ったが、期待したほどの受注にはつながっていない。 |
| 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・ディナーは好調であるが、ランチは低調な動きが続いている。 |
| 高級レストラン（企画） | 来客数の動き | ・低価格帯、中価格帯の料飲施設の集客に苦戦している。一方、客室の単価は高水準で推移している。 |
| その他飲食【自動販売機（飲料）】（管理担当） | 単価の動き | ・大きな目玉もなく、例年どおりの動きとなっている。 |
| 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・海水浴場の集客状況は、前年に比べて好調であるが、消費単価が上がっていない。天候に恵まれ、日曜日の客足は多いが、土曜日が少ない。 |
| 都市型ホテル（支配人） | 販売量の動き | ・人手不足は深刻であり、派遣社員の賃金や、時間外勤務手当などの人件費が増加している。また、異常気象による光熱費の高騰といった経費の増加で、利益が圧迫されている。景気は上昇しているといわれるが、個人消費にはあまり影響がない。 |
| 都市型ホテル（客室担当） | 単価の動き | ・繁忙期でも相変わらず間際予約が多いが、今月は前年を上回る売上となりそうである。 |
| 都市型ホテル（管理担当） | 来客数の動き | ・前年比で国内の旅行者が減少する一方、アジアからの旅行者は増えており、結果として変化はない。 |
| 都市型ホテル（総務担当） | 来客数の動き | ・宿泊部門では、客室稼働率は前年を上回っているものの、客室単価の下落により、今月の売上は前年を下回る見込みである。一方、宴会及びレストラン部門は、利用の増加により、前年を上回りそうである。 |
| 旅行代理店（営業担当） | 販売量の動き | ・個人客の需要が喚起できず、伸び悩んでいる。 |

| | | |
|-------------------------------|--------|--|
| 旅行代理店（支店長） | お客様の様子 | ・夏休みの旅行の間際予約が相次いでいるが、為替の影響で海外旅行から国内旅行へのシフトも進んでおり、売上は変わっていない。毎年旅行に行く客からは、今年も申込が入っているが、新たな需要はあまりみられない。 |
| タクシー運転手 | 来客数の動き | ・客の動きはあるが、必要最小限であるほか、企業の利用に対する領収書の発行が増えている。 |
| タクシー運転手 | お客様の様子 | ・気温の上昇に伴って客の乗車機会は増えているが、あくまで天候要因によるもので、一時的な動きである。 |
| タクシー運転手 | お客様の様子 | ・悪いなりに前月と変わらない状態であり、バスや電車の利用が多く、タクシーは少ない。 |
| 通信会社（経営者） | お客様の様子 | ・受注状況に大きな変化はない。 |
| 通信会社（社員） | 販売量の動き | ・ケーブルテレビへの加入については、減少傾向が続いている。一方、ブロードバンドサービスへの加入は、現時点で持ち直している。 |
| ゴルフ場（従業員） | 来客数の動き | ・サービス業の特徴として、周囲の同業者の価格を、客がいち早く調べている。インターネットなどで、客の情報収集の動きが明らかにスピーディーになっていて、業界の方が遅れているような錯覚に陥る。 |
| その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当） | お客様の様子 | ・集客、消費共に停滞感があり、インパウンドの底上げも落ち着いてきている。ただし、来客数が減っているわけではない。 |
| 美容室（店長） | 来客数の動き | ・今月も引き続き、売上の前年割れが続いている。 |
| 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 | ・夏休みの時期に入った影響が、レンタル以外の書籍のほか、物販系の売上が好調である。 |
| 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・分譲マンションのモデルルームへの来場数は、相変わらず低空飛行の状態であるが、途切れることはない。 |
| 住宅販売会社（総務担当） | 単価の動き | ・太陽光発電の需要が増えており、1棟当たりの単価を押し上げているが、販売件数が微減のため、売上は変わらない。 |
| 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 | ・周囲からは、変化があるという話は聞かれない。 |
| その他住宅〔展示場〕（従業員） | お客様の様子 | ・住宅展示場への来場者のアンケートによると、1年以内の住宅購入希望者の割合に変化はない。 |
| その他住宅〔情報誌〕（編集者） | お客様の様子 | ・分譲マンション業界では、更なる二極化の傾向がみられる。富裕層のほか、投資目的での検討の動きは活発であるものの、実需による一次取得者層の動きは鈍い。低金利による後押しはあるものの、価格高騰によるマインドの低下もみられる。 |
| 一般小売店〔時計〕（経営者） | 来客数の動き | ・日中の暑さが半端ではなく、人の出入りが非常に少なかった。時計は急いで買う物ではないが、需要自体が減少していることを感じる。今月は来客数、売上共に少ない。 |
| 一般小売店〔衣服〕（経営者） | 販売量の動き | ・夏物セール売行きが良くない。来客数の変化は少ないものの、購入単価が下がっているため、全体的な売上が落ちている。 |
| 百貨店（売場主任） | 単価の動き | ・食料品の店頭売上は、前年比2.0%減で推移している。土用の丑の日も、2,000円を超える商品の動きが悪く、1,500円前後が売れ筋となり、単価のダウンを招いている。常備商品も同様で、高級志向の商材の動きが悪い。 |
| スーパー（店長） | 販売量の動き | ・猛暑で日用品は動くが、消費に力強さが感じられない。衝動的な支出はせず、モノ消費を抑えて、コト消費を増やす傾向が強い。 |
| スーパー（店長） | 来客数の動き | ・来客数の減少が顕著で、特に住関連の落ち込みが大きい。100円ショップやドラッグストア、家具チェーン店で買物する傾向がより顕著になっている。一方、1品単価や客単価は横ばいである。 |

| | | | |
|--------|--------------------------|------------|---|
| | スーパー（企画） | 来客数の動き | ・これまででは、消費が伸びない衣料品や住関連の不振を、堅調な食料品が下支えしていたが、今後は回復の見込みが立ちにくい。春以降の景気の状態や、6月からの酒類の値上げもあり、食料品でさえ生活防衛意識や節約志向が強まってきている。 |
| | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・今月は少し上向いている。6月後半の知事選挙の影響により、6月に来店できなかった客が、7月になって来店している。 |
| | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・大手企業は好決算を発表しているが、下請企業には恩恵が回ってきていない。社会保険料などの負担が増えており、中小企業の経営は本当に厳しい。 |
| | その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター） | 単価の動き | ・必要な物であっても、単価の安い物を探し、類似品と金額を比べて購入する客が増えている。 |
| | 観光型ホテル（経営者） | 販売量の動き | ・7月は年間を通して最も低調な月であるが、前年よりも更に販売量が減少している。期間限定で値引きプランも多く出しているが、他社も同様に値引き商品を数多く出しているため、少々の値引きではインパクトがない。 |
| | 観光型旅館（経営者） | 来客数の動き | ・夏に向けた予約の動きが遅い。 |
| | 旅行代理店（役員） | 販売量の動き | ・来客数自体が伸びない。この時期は年間の最繁忙期であり、常に店頭がにぎわうのが通例であるが、客を待たせずに案内できる状況が続いている。 |
| | 百貨店（マネージャー） | お客様の様子 | ・直近の動向は、化粧品や特選衣料、宝飾時計などが前年から2けた増となっており、店全体では前年を若干上回る推移となっている。ただし、6月30日からスタートしたクリアランスの売上は、婦人服で前年比10%減、紳士服で8%減と非常に苦戦している。立ち上がり日が悪天候ではあったものの、消費者の夏のクリアランスに対する購入意欲の低さがみられる。以前であれば、普段は百貨店をあまり利用しなくても、クリアランスには足を運ぶ客が多くみられたが、特に今年はそういった動きがない。店頭の様子や買上データをもて、大幅に減少している。 |
| | 衣料品専門店（経営者） | 単価の動き | ・夏に入ってから、単価の安い商品を中心に売れるようになってきた。2万円のTシャツは高いと見て見向きもされない。 |
| | 住関連専門店（店長） | 販売量の動き | ・客単価が低くなっている上に、来客数が微減となっているので、販売量、売上共に減少している。 |
| | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・暑さの影響で、近隣の商店街には人が歩いていないため、来客数が増えない。 |
| 企業動向関連 | - | - | - |
| (近畿) | 食料品製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・7月に入り、気温上昇に伴う飲料水の販売量が急激に増えた。特に、梅雨時期に雨が少なかったため、客の動きが多い。 |
| | 食料品製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・販売量は安定してきているが、注意が必要な様子もうかがえる。 |
| | プラスチック製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・リピート品の発注量の増加に加えて、納期が短縮されるといった、過去のインフレ時のような動きがある。 |
| | 金属製品製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・建築関係の出荷量が増えてきている。 |
| | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・継続的に案件が受注できている。案件の規模もこれまでに比べて少し大きめとなり、中規模の物が増えてきた。この状況は今後も続く。 |
| | 輸送業（営業担当） | 取引先の様子 | ・取引先の店舗改装により、現品限りの商品がよく売れている。 |
| | 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 | ・梅雨明け後に猛暑となったこともあり、盛夏商材が一気に売上好調となった。それと同時に、中国人を中心とした観光客が増えたこともあり、ターミナル駅を中心ににぎわっている。 |
| | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・お中元の時期であるものの、あまり変化はない。 |
| | 化学工業（管理担当） | 受注量や販売量の動き | ・4～6月は製品の平均出荷量が目標を達成し、7月も目標をクリアする見込みである。 |
| | 金属製品製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・当面は荷動きが活発である。特に、自動車関連では取引先からの注文の内示も増加傾向にある。 |

| | | |
|---------------------|--------------|--|
| 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注量や引き合いには、この3か月間は大きな変化がない。 |
| 電気機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・顧客からの引き合いは相変わらず増えており、特に海外からの増加が目立つ。ただし、海外の引き合いは国内に比べて注文につながりにくく、業績向上のためには、やはり国内市場の活気が必要となる。期待しながらも、最近は辛抱強く耐えている。 |
| 電気機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・ここへきて引き合いが受注につながりつつあり、良い方向に向かっている。 |
| 輸送用機械器具製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・国内の動きに大きな変動はなく、自動車業界からの引き合いが多い。海外からの受注は、現地調達の会社が増加しつつあり、中小企業による獲得が難しくなっているため、今後の対策を検討する必要がある。 |
| 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・来社や見積依頼の件数は増えているが、予算不足で成約できない顧客も増えている。 |
| 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・技能労働者や監理技術者不足であるが、官庁関係の入札では激しい価格競争が続いている。 |
| 金融業（副支店長） | 取引先の様子 | ・取引先の決算書については、横ばいの内容が多い。 |
| 金融業〔投資運用業〕（代表） | それ以外 | ・株価も2万円を超えたところで停滞気味であり、今一つ相場に力がない。まさに景況感の力不足を象徴している。 |
| 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・得意先の動きが、普段よりも鈍いようである。先行きの見通しや、資金繰りなどの不安材料がある。 |
| 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。その影響で事務所のニーズが減り、賃料が下がっているほか、社宅のニーズも減っている。 |
| 新聞販売店〔広告〕（店主） | 受注量や販売量の動き | ・折込件数が若干上向いていると感じるが、良くなっているというほどではない。 |
| 広告代理店（企画担当） | 取引先の様子 | ・夏商戦において、ファッション関連は6月の先行セールは良かったが、7月になって動きが悪くなっている。美容関連もインバウンドの動きが一段落し、大きな売上が上がらず、前年比の伸びが落ちている。 |
| 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・Web広告、紙広告共に、売上は前年比で100%前後の推移となっている。 |
| 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・製造業や小売業の取引先にも、やり方次第では売上が伸びるという意識が定着してきた。これまでの方法では売上は上がらないものの、前向きな姿勢がみられる。 |
| 経営コンサルタント | 受注量や販売量の動き | ・コンサルタントとして、販売促進や人材育成、教育などのテーマで活動している。クライアントの様子でいえば、人手不足への対応や、春先に採用した新入社員、昇進したばかりのリーダーに対する、継続的な教育のニーズが多い。 |
| 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 | ・盆休み前の忙しさが無い。 |
| その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | 取引先の様子 | ・暑さの影響で夏物商材がよく動いているが、それ以外の商品の動きはあまり芳しくない。 |
| 食料品製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・猛暑が続くと、当社の製品はどうしても動きが悪くなる。また、景気が良かった場合も、外食などが増え、家庭内での使用が減る傾向にある。 |
| 繊維工業（総務担当） | 取引先の様子 | ・取引先の自己破産や、同業者の民事再生、M&Aなどの話が耳に入るようになってきた。自力では業績が維持できない企業が出てきて、表に出ない会社整理、廃業などによる冷え込みを感じる一方、淘汰が進んできたとも考えられる。ただし、品薄感はあるものの、売上は伸びていない。 |
| 繊維工業（団体職員） | 受注量や販売量の動き | ・前月中旬以降、受注量が減少し、今月も減少が続いている。 |
| 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・ここ3か月の受注量が極端に減ってきている。毎年、夏の需要は減る傾向にあるが、想定以上に減少している。周囲からも良い声は聞こえてこない。 |
| 化学工業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・売上、利益共に前年を大きく下回っており、景気は非常に悪くなっている。 |
| 電気機械器具製造業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・3か月前よりも売上は減少しているが、受注が少しだけ上向きなため、今後に期待している。 |
| 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・秋に向けたテレビスポットCMの動きが鈍くなっている。 |

| | | | | |
|----------|--------------------------------|---------------------------------|---|-----------------|
| | その他非製造業 [商社] (営業 担当) | 受注量や販売量 の動き | ・ 案件数の減少と、製品価格の下落の動きが激しい。 | |
| | x | その他非製造業 [電気業] (営 業担当) | 受注量や販売量 の動き | ・ 経済の先行きが見通せない。 |
| 雇用 関連 | - | - | - | |
| (近畿) | 人材派遣会社 (支店長) | 求人数の動き | ・ ここしばらくは上向き傾向にある。 | |
| | アウトソーシ ング企業 (管理担 当) | それ以外 | ・ 月末になり、少しであるが仕事が入っている。 | |
| | 職業安定所 (職 員) | 求人数の動き | ・ 新規求人数は増加が続き、人手不足対策としての正社員の求人も増加傾向となっている。企業からは、業績が好調との声も徐々に増えている。 | |
| | 職業安定所 (職 員) | 雇用形態の様子 | ・ 直近では、これまで横ばいで推移していた I T 技術者の正社員求人が多く出ている。企業の間では、生産性向上や省力化につながるシステム開発の需要が増えている。 | |
| | 民間職業紹介機 関 (マネー ジャー) | 採用者数の動き | ・ 京都では、求人数が前年比で 120%、採用数は 110% と、製造業を中心に堅調な動きとなっている。 | |
| | 学校 [大学] (就職担当) | 求人数の動き | ・ 求人依頼で来校する企業が増えたほか、かなり大きな規模の企業が動いている。 | |
| | 学校 [大学] (就職担当) | 求人数の動き | ・ 医療職の採用シーズンでもあるが、前年に比べて求人を依頼する医療施設が増加している。実際に求人数も増えている。 | |
| | 人材派遣会社 (経営者) | 求人数の動き | ・ ここ数か月、人材派遣業界では短期の契約で少し様子をみる動きが増えており、派遣の本来の基本的な動きになりつつある。 | |
| | 人材派遣会社 (営業担当) | 求人数の動き | ・ 7 月に入り、求人数が減少傾向にある。 | |
| | 人材派遣会社 (役員) | 求職者数の動き | ・ 人手不足の状況が月を追うごとに深刻化し、派遣事務で働く若年層は枯渇している。 | |
| | 新聞社 [求人広 告] (管理担 当) | 求人数の動き | ・ 新聞求人数は、徐々に悪化する状態が続いている。ただし、これは求人を中心に W e b に移行している構造的な変化であり、景気の先行きを示すような動きはみられない。 | |
| | 新聞社 [求人広 告] (担当者) | それ以外 | ・ 新聞広告の推移をみると、ここ最近では前年比 90% で推移しており、景気の上振れ感はない。 | |
| | 民間職業紹介機 関 (職員) | 求人数の動き | ・ 建設日雇求人は、公共工事が動き出すまでの端境期にあるほか、梅雨の時期は天候にも大きく左右される。今のところは目立った変化もなく、低迷した状況が続いている。 | |
| | 民間職業紹介機 関 (営業担当) | 求人数の動き | ・ 時期的な影響もあり、求人数が減少しているほか、求職者も少し減少している。 | |
| | 民間職業紹介機 関 (営業担当) | 求職者数の動き | ・ 企業の求人は多い一方、求職者数は減っていると感じるため、景気のやや良い状態が続いている。ただし、企業の採用に対する予算が、厳しくなっている。 | |
| | * | * | * | |
| x | - | - | - | |