

8. 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) | | コンビニ（店長） | 来客数の動き | ・近くのスーパーが閉店し、客の数が増えている。 |
| | | 競輪場（職員） | 単価の動き | ・今月の客単価は11,087円で、3か月前の客単価は9,389円と、今月は非常に良くなっている。ただし、高位ランクのレースの開催が原因であると考えられ、一時的な上昇にとどまる。 |
| | | 一般小売店〔珈琲〕（経営者） | 販売量の動き | ・G20大阪サミットによる交通規制のため、大阪市内での卸売関連の納品が前倒しになっている。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | 販売量の動き | ・春先から前月までは、消費が力強さに欠けていたものの、今月は月初から前年を上回る売上を記録している。梅雨入りが大幅に遅れた影響を受け、外出しやすい天候が続いたほか、気温もやや低めで推移したため、本来は5月に売れる、初夏向けの薄手の羽織物が好調である。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・来客数が1日当たり100人ほど増えている。 |
| | | スーパー（店員） | 販売量の動き | ・今月は漬け物系がよく売れている。 |
| | | スーパー（企画担当） | 販売量の動き | ・梅雨入りが遅れており、天候も良いため、夏物商材の動きが伸びている。特に、飲料関連がアップしており、生鮮関連でも野菜は安価であるため、販売点数が増えている。 |
| | | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・近隣に最近完成したタワーマンションの入居がかなり進んでおり、生活用品の売上が増えている。青果や調味料などの売上も増加傾向にある。 |
| | | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・気温が上昇しているため、100円のアイスコーヒーがよく売れている。また、若い人への健康志向により、サラダチキンやカット野菜もよく売れている。 |
| | | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・お中元シーズンが始まるので、販売量が増える。 |
| | | コンビニ（店員） | 来客数の動き | ・暑くなり、冷たい物が売れる。 |
| | | 家電量販店（経営者） | お客様の様子 | ・消費税増税を前に、高額家電やリフォームの動きが良くなっている。 |
| | | 家電量販店（店員） | お客様の様子 | ・量販店にとっての景気は上向きである。季節的に暑くなればエアコン需要が高まるほか、消費税増税の時期も近くなり、購買意欲が高まってくる。 |
| | | 一般レストラン（企画） | 来客数の動き | ・来客数の前年比は5月で底を打ち、6月に入って回復傾向がみられる。長期間のゴールデンウィークの影響からようやく脱したと感じる。 |
| | | 通信会社（社員） | 販売量の動き | ・ボーナス支給月になり、おおむね消費も増えていると感じるが、消費税増税前の駆け込み需要とも考えられる。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | お客様の様子 | ・春先には感じられなかった、客の購買意欲が感じられる。ただし、地価が安定したと判断しただけかもしれない、楽観視はできない。 |
| | | その他住宅〔住宅設備〕（営業担当） | 販売量の動き | ・消費税増税の前に、部品交換をしたいという問合せが増えている。 |
| | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・必要な物だけを買う傾向が強くなり、購入の決定までの時間が長くなっている。 | |
| | 一般小売店〔時計〕（経営者） | 来客数の動き | ・今月は若干であるが、来客数が伸びた。ただし、ここ2～3か月の落ち込みが大きかったため、安心できる状態ではない。近隣の大きな商業施設ではサマーセールなどの大きなイベントをしているため、集客などは比べ物にならないが、ここ2～3か月の数字をみると少し健闘している。 | |

| | | |
|-------------------|--------|---|
| 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店舗の平均で見ると、関西は6月が97.5%で、3月が91.4%、関東は6月が98.7%で、3月が105.7%、中部は6月が111.5%で、3月が97.6%、中国は6月が94.2%で、3月が97.8%であり、各地区の平均は6月が100.2%で、3月が96.6%となった。6月は3月に比べるとやや上向き傾向になっている。ただし、3月はホワイトデー商戦が不調と要因ははっきりしており、状況に大きな変化はない。 |
| 一般小売店〔衣服〕（経営者） | 販売量の動き | ・バーゲンセール待ちの動きが増え、販売量が少し減っている。例年の動きと大きくは変わらないため、景気の動向に変化は感じられない。 |
| 一般小売店〔菓子〕（営業担当） | 販売量の動き | ・今月も前月と同様に、販売量の芳しくない状況が続いている。 |
| 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・今月は売上が目標を上回る見込みであり、インバウンド需要やバーゲンセール商品の動きが好調である。ただし、前年は大阪北部地震があり、今年はG20大阪サミットがあるため、今月の売上は、ほぼ前年並みとなる予定である。客は欲しい商品を購入する際、うまくチャネルを使い分けており、日常的なボリューム商品については、百貨店のシェアが徐々に低下している。 |
| 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・6月は、入店客数が前年比で2.0%増、食料品の売上は3.0%増とやや持ち直したが、前年は大阪北部地震の影響で18日以降、売上が苦戦したことを考えると、余り景気が上向いているとは思えない。 |
| 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・富裕層の優良客の上位10%では、海外の高級ブランドの時計や美術品などの購入が、買上点数、金額共に良くなっている。一方、それ以外の客は、富裕層であっても買物を控える動きが増えてきている。 |
| 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・G20大阪サミットの影響がどうかは分からないが、20日過ぎ頃から来客数、売上の伸びが鈍化している。これが7月になれば通常の動きに戻るのか、今のところは疑問である。 |
| 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は変わらず推移しているが、月末のG20大阪サミットに伴う売上減により、苦しい状況となっている。特に、クリアランスセールの立ち上がりガサミットと重なったため、前年実績を大きく下回る状況である。 |
| 百貨店（商品担当） | 販売量の動き | ・関西は梅雨入りが遅れ、良い天候が続いたため、都市部を中心に来客数が順調で、インバウンドも好調を維持している。化粧品に加え、夏物の婦人洋品や雑貨のほか、国内外の富裕層が支持する高級ブランドも順調に動いている。ただし、地方や郊外では、インバウンドの恩恵も薄く、都市部に比べて厳しくなっている。 |
| 百貨店（売場マネージャー） | お客様の様子 | ・雨が少なく、来客数も前年を上回っているが、好調な特選洋品を除くと、婦人服を中心とした衣料品の苦戦が続いている。また、安定していた食料品も、ギフト需要の低迷で悪化している。一方、インバウンド需要は郊外や地方店で大幅に減っており、都市部の大型店に集中する傾向が強まっている。 |
| 百貨店（販促担当） | 販売量の動き | ・6月は例年よりも雨が少なく、梅雨入りが遅れている。前年は大きな地震が大阪で発生して落ち込んだが、各アイテムの売上前年比は伸び悩んでいる。気候にメリハリがない影響か、雨関連の雑貨はもちろん、夏用の雑貨、ファッションも動きが鈍い。食に関しても、暑くなると動く揚げ物の総菜や、クール系の商材も、波のない動きに終始している。また、消費税増税を意識した高額品にもまだ動きは見受けられない。 |
| 百貨店（営業推進担当） | お客様の様子 | ・一般的な消費財の動きは堅調であるが、嗜好品や高額品は一部の富裕層や訪日客の購入にとどまるほか、衣料品のボリューム商品の動きも鈍い。こういった商材を扱う売場では、来店者の滞留も少なく、需要の高まりは感じられない。 |

| | | |
|---------------------|--------|--|
| 百貨店（販売推進担当） | 販売量の動き | ・梅雨入りが遅れるなど、例年よりも暑く、天候の良い日が多かったため、夏物衣料を中心によく動いた。インバウンドは前年並みで、高級ブランド品や時計が引き続き好調となっている。月末のクリアランスセールを前年と同じ曜日に立ち上げたが、G20大阪サミットの影響で同期間は前年比で2割以上のマイナスとなった。最終的には月全体で微増となっている。 |
| 百貨店（宣伝担当） | お客様の様子 | ・世界的な経済不安が続いているほか、消費税増税もあり、客の財布のひもがなかなか緩まないと感じている。今月末にはクリアランスもスタートするが、G20大阪サミットの影響で、周辺ホテルのインバウンド客も少なくなっている。 |
| スーパー（店長） | 来客数の動き | ・前年の大阪北部地震による特需の反動を除くと、大きな消費の変化はみられないが、ランドセルや化粧品などに消費税増税を見据えた動きが出てきている。 |
| スーパー（企画担当） | 販売量の動き | ・消費税増税前の駆け込み需要で、家具は好調であるが、そのほかの商品はそれほどでもない。トータルで見ると、状況は変わらない。 |
| スーパー（経理担当） | 販売量の動き | ・梅雨入りが大幅に遅れたため、雨による悪影響が少なく、売上は堅調に推移している。ただし、梅雨入り後は平年の動きに戻る。 |
| スーパー（販売促進担当） | 来客数の動き | ・消費税増税の実施が確定的となったほか、直近の年金の問題などもあり、財布のひもがより固くなったように感じる。既存店の来客数の推移からも、競合各社を含め、伸び悩みの状態が続いている。 |
| スーパー（管理担当） | 販売量の動き | ・販売量は緩やかに減少している。 |
| スーパー（エリア統括） | 単価の動き | ・梅雨入りが遅れたとはいえ、天候不順が続く、消費意欲は前月と同様に上向いていない。また、前年の大阪北部地震の特需が大きく、今年は食品以外の販売が伸びず、客単価に大きく影響している。 |
| コンビニ（店員） | お客様の様子 | ・常連客が多く、決まった物を購入するなど、ふだんどおりの動きとなっている。 |
| コンビニ（店員） | 販売量の動き | ・人手不足により、店内の焼きたてパンや手作り弁当の品ぞろえに影響が出ており、売上が伸び悩んでいる。 |
| コンビニ（店員） | 来客数の動き | ・来客数と販売量は、安定した動きが続いている。気温が上がってくるにつれて、例年と同様に飲料水の販売も伸びている。 |
| コンビニ（広告担当） | お客様の様子 | ・客同士の会話や、常連客の様子をみると、毎日同じ物しか買わないなど、余り買物していても楽しくない様子である。 |
| 乗用車販売店（営業企画） | 単価の動き | ・単価は上がっているが、来客数は減少しているため、様子見の状況である。 |
| 住関連専門店（店長） | お客様の様子 | ・大企業はわざと納期を遅らせて、支払の先延ばしを図っている。長期にわたる無理な商品の仮押さえや、事後的な約束の変更など、こちらに負担を要求してくるケースが増えてきた。大企業との仕事では利益が上がらず、資金繰りも悪くなってしまった。 |
| 住関連専門店（店員） | お客様の様子 | ・まとめ買いが少なく、安価な物しか売れない。 |
| その他専門店【医薬品】（経営者） | 販売量の動き | ・基礎化粧品やスキンケアの動きは良いが、生活必需品は最低限しか購入しない。 |
| その他専門店【宝石】（経営者） | お客様の様子 | ・米国と日本と貿易交渉でどのような影響を受けるか、また参議院選挙の勝敗によっても、景気の動きは変わってくる。 |
| その他専門店【食品】（経営者） | 販売量の動き | ・特に大きな変化はないが、G20大阪サミットなどで少し経済が止まっていると感じる。 |
| その他専門店【ドラッグストア】（店員） | 来客数の動き | ・5月の連休以降の買い控えが落ち着き、6月は来客数が前年比で110%以上となった。客単価はクーポンの影響で上がらなかったが、売上も100%以上となっている。夏に向けて体をメンテナンスするサプリメントや、健康維持関連の動きが最も良い。 |
| その他専門店【宝飾品】（販売担当） | 販売量の動き | ・来客数、売上共に低迷したままである。 |

| | | |
|---------------------------|---------|--|
| その他小売 [インターネット通販] (経営者) | お客様の様子 | ・節約ムードは変わらず、消費意欲は良くもなく、悪くもない。近隣のスーパーでは、価格が少し上がっている。 |
| その他小売 [インターネット通販] (企画担当) | 販売量の動き | ・インバウンドは引き続き好調に推移しており、特に化粧品の動きが良く、売上全体をけん引している。その一方、全体としては、紳士服やリビング関連商材が前年を下回る厳しい状況となっている。 |
| 高級レストラン (スタッフ) | 来客数の動き | ・有り難いことに、コンスタントに予約が入っている。 |
| 高級レストラン (企画) | 来客数の動き | ・前年に比べて、販売単価の低迷と来客数の増加傾向が続いている。 |
| 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・ランチ営業では大人数での貸切りが数回あったが、夜の時間帯は人通りもまばらで、来客数が増えることはない。 |
| 一般レストラン (経理担当) | 単価の動き | ・10連休の反動減からの回復も束の間で、G20大阪サミットの開催による大規模な交通規制や、参議院選挙、消費税率の引上げなどで、消費者の購買意欲の低下が少しずつ進んでいる。 |
| その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当) | 競争相手の様子 | ・日々の生活で、プラスに転じる材料が見当たらない。 |
| 観光型旅館 (経営者) | 来客数の動き | ・この地域だけか、10連休以降は本当に動きが悪い。 |
| 都市型ホテル (スタッフ) | 来客数の動き | ・前年は大阪北部地震の影響で収入が大幅にダウンしたため、前年とは比較ができない。今年は一昨年に比べて、各部門とも収入が伸びている。宴会とレストランが特に好調である。G20大阪サミットの影響としては、企業活動や観光面では大幅に悪化しているが、その代わりに、警察関係者の団体による宿泊を大量に受注できている。一方、海外客では、韓国には自粛の動きがみられるが、タイからの客は、航空券が安いこともあって増加している。 |
| 都市型ホテル (総務担当) | 来客数の動き | ・宿泊部門は、稼働率、客室単価共に、前年を上回る状況で推移している。前年は大阪北部地震の影響で多くの宿泊キャンセルがあったため、前年を上回っているのは当然であるが、前月と比べても客室稼働率は高い。また、宴会、レストラン部門についても、前年を上回る状況で推移している。 |
| 都市型ホテル (客室担当) | 販売量の動き | ・G20大阪サミットという特需に恵まれながらも、6月全体では稼働率が前年よりも3ポイント下がっている。ただし、ホテル全体では宴会やレストランの利用もあり、前年を上回りそうである。 |
| 都市型ホテル (管理担当) | 販売量の動き | ・アジアからのインバウンドの団体による利用は減少しているが、それを補うように、海外の個人客の利用が増えている。 |
| 旅行代理店 (店長) | お客様の様子 | ・今年是一年始早々からゴールデンウィークの勢いがあった分、連休明けは客の動きが悪くなっている。夏の旅行も、前年は今の時期に勢いがあったが、今年は動きが鈍い。連休後、一旦戻したように感じるが、大きくは変わっていない。 |
| 旅行代理店 (営業担当) | 販売量の動き | ・夏のボーナスが前年並みで、夏の家族旅行が10連休にシフトしたこともあり、旅行マインドは高まっていないと感じる。 |
| タクシー運転手 | お客様の様子 | ・G20大阪サミットにより、人が余り外出しない。 |
| タクシー運転手 | 来客数の動き | ・客との会話では、以前と変わらない状況が続いている。 |
| タクシー運転手 | お客様の様子 | ・地下鉄やバスの利用が多く、昔のような雰囲気ではない。 |
| タクシー運転手 | お客様の様子 | ・6月中旬以降の、G20大阪サミットでの警備による交通渋滞などを懸念していたが、大きな影響もなく、営業収入は前月並みで推移している。 |
| 通信会社 (経営者) | お客様の様子 | ・建設業、不動産を中心に、受注状況が活発となっている。 |
| 美容室 (店長) | 来客数の動き | ・今月の売上は若干悪かったが、想定どおりである。 |
| 美容室 (店員) | 単価の動き | ・基本的に単価が高く、パーマやカラーのオーダーも増えている。 |

| | | |
|-----------------|---------|---|
| その他住宅〔展示場〕（従業員） | お客様の様子 | ・住宅展示場でのアンケートでは、1年以内に家を建てるという回答の割合が増えていない。 |
| その他住宅〔情報誌〕（編集者） | お客様の様子 | ・消費税増税を控えた、直前の駆け込み需要の動きはほぼない。手厚い増税対策による影響と考えられる。 |
| 一般小売店〔衣服〕（経営者） | 競争相手の様子 | ・今月は前半から苦戦が続き、最後にG20大阪サミットで客足はほぼゼロになった。月末最後の4日間は、売上がほぼゼロに近い状態で終了している。 |
| 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当） | それ以外 | ・2か月前よりも売上が5%ダウンしている。 |
| 一般小売店〔精肉〕（管理担当） | お客様の様子 | ・例年6月は、ゴールデンウィークと夏休みのはざままで雨も多く、客の動きが鈍くなる。今年はいまだに梅雨入りしておらず、気温も大きく上がっていないなど、過ごしやすい年であったため、消費の活性化を期待したが、G20大阪サミットがギフト商戦に水を差した感がある。最近はお中元商戦のピークが早まり、7月の前半には終わってしまうが、6月後半の物流が期待できず、ここまでは失速している。 |
| 一般小売店〔呉服〕（店員） | 来客数の動き | ・来客数が極端に減少している。例年は振袖を見に来る客がいるが、今年は土日であっても、1人も来店しない日がある。 |
| 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・身の回り品、衣料品共に、大きく前年を下回っている。一方、輸入ブランドや宝飾品は相変わらず好調で、トータルでは前年並みの推移である。 |
| 百貨店（企画担当） | お客様の様子 | ・しばらく増収傾向が続いているが、今月はその要因であるインバウンド売上の増勢が鈍化している。上旬は、中国の端午節の休日に絡んだ航空運賃の高騰が響き、下旬は、G20大阪サミットの開催による周辺宿泊施設の不足や交通規制の影響が響いた。増勢の鈍化は今月だけと考えられるが、来月以降の回復具合に注意する必要がある。また、国内富裕層の外商客の売上も、実態は前年比で横ばいととどまる。消費税増税を前に増加に転じてもおかしくないが、前月からの株価下落の影響もあってか、積極的な消費はみられない。 |
| 百貨店（企画担当） | 販売量の動き | ・5月のゴールデンウィーク後から、売上がやや減少傾向にある。また、年金の2000万円不足問題以降は、消費者の購買意欲が減退しているように感じられる。 |
| 百貨店（マネージャー） | 販売量の動き | ・時計や宝飾品、美術品などの高額品の売行きは良く、平均単価は前年比で4.6%上昇しているが、免税売上が前年比で6.1%減とインバウンド売上が不調で、販売量も2.9%減と不調である。 |
| 百貨店（外商担当） | 販売量の動き | ・G20大阪サミットによる、市内の厳戒態勢や交通規制、周辺の娯楽施設や飲食店の休業で、消費マインドが下がっている。開催前と開催中は来客数が大幅に減少し、売上に直接的な影響が出ている。 |
| 百貨店（服飾品担当） | 来客数の動き | ・6月の前半は好調に推移し、来客数も伸びたが、月後半はG20大阪サミットの開催が響いた。交通網がストップし、客足が大きく減少したことで、売上のダウンにつながっている。その状況で、各店舗では月前半の伸びに助けられ、前年を上回る結果となったが、前月比ではややダウンの傾向がみられる。一方、G20大阪サミットの影響でインバウンドが下振れした結果、化粧品は何とか前年を上回ったものの、前月よりも伸び率は鈍化している。また、ラグジュアリー関係は10%アップを維持したほか、雑貨関連では季節商材が前年を上回る形で着地している。 |
| 百貨店（営業企画） | 単価の動き | ・来客数は継続的に前年並みを維持しているが、客単価、買上率は低下している。 |
| 百貨店（特選品担当） | 販売量の動き | ・ゴールデンウィーク以降は、インバウンド売上の鈍い状態が続いている。6月中旬からは改善の兆しもあるが、高額品を中心に、まだまだ元には戻っていない。 |

| | | |
|--------------------------|--------|--|
| 百貨店（マネージャー） | お客様の様子 | ・5月の大型連休明け以降は、ファッションを中心に慎重な購入となり、客単価が下がる傾向が続いている。また、世界的な流れとして、ESGという視点からの購入も出始めている。単なる価格や品質だけでは、購入の説得性がなくなってきている。 |
| スーパー（経営者） | 販売量の動き | ・食品類の値上げが相次ぎ、販売点数が落ちている。一度値上げしたものの、売行きが落ち、再び値下げすることもあるなど、利益面の懸念材料でもある。新店舗を出しても、売上が計画を下回ることが多く、人手不足で時給がアップするなか、利益も出にくい。また、前年は大阪北部地震による特需があったが、今年はそれもない。 |
| スーパー（社員） | お客様の様子 | ・前月から今月にかけては、例年よりも天候が安定している。雨も少なく、客の来店が前年を上回った店舗が多かった。ただし、客は新たな競合店を買い回りするケースも見受けられ、販売額は余り増えていない。 |
| 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・天候不順の影響もあり、来客数が低調である。 |
| 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・3か月前に比べて、来客数がかなり減少している。単価はほぼ変わらないが、来客数や件数が減少傾向にある。 |
| 家電量販店（店長） | お客様の様子 | ・長期利用による劣化や、安全性に問題のある状態など、今までは購入につながるようなケースでも、部品の交換や修理を依頼されるパターンが増えた。インターネットなどでの情報が増え、重視する優先順位が変化している。 |
| 家電量販店（企画担当） | お客様の様子 | ・G20大阪サミットによる物流の遅延や、交通渋滞による集客減のダメージが大きい。それに加えて、今年は今までで最も梅雨入りが遅い。例年はエアコン商戦で工事も進んでいる時期であるが、遅延が予想され、売上への影響も大きくなりそうである。 |
| 家電量販店（人事担当） | 販売量の動き | ・例年に比べて梅雨入りが遅く、気温の上昇も遅いため、季節商材の販売量が増えない。消費税増税に向けての駆け込み需要も、今のところは感じられない。 |
| 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・株価も低迷しており、安心して消費してもらえない環境ではない。 |
| 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 | ・注文の際に、送料を気にする客が増えている。 |
| 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・月中旬までは順調であったが、後半になるに従い、繁華街、オフィス街共に、来客数は減少した。G20大阪サミットの期間中の仕入れや来客の動きが全く読めず、在庫は過剰となり、余分な人件費もかかっている。 |
| 観光型ホテル（経営者） | 販売量の動き | ・6月は、団体客が前年比でやや増えたが、個人客が低調であったため、全体では前年を下回った。団体客が増えたのは、同じ地域内で耐震補強工事を行っている施設があり、需要が流れてきた影響である。 |
| 都市型ホテル（管理担当） | 来客数の動き | ・市内でのホテルの新規開業により、需要と供給のバランスが崩れてきている。この兆候は今後も続き、供給過多の状況がますますひどくなる。 |
| 旅行代理店（支店長） | お客様の様子 | ・夏休みに向けての旅行需要が上がってこない。客と話をしている中、国内で開催予定の大きなイベントもあり、夏休みの旅行は検討中との声が多い。7月を間近に控えても、まだ旅行マインドが上向かない。 |
| 旅行代理店（役員） | 来客数の動き | ・ゴールデンウィークの10連休で支出が増え、休暇も取得した反動が、過去数年と比べても来客数が少ない。 |
| テーマパーク（職員） | 来客数の動き | ・消費税増税の影響が出始めているのかもしれない。数字上は、既に入場者数の減少を含め、買い控えも出始めていると感じる。 |
| 住宅販売会社（経営者） | 販売量の動き | ・不動産の売却案件が郊外で増えているが、需要が少な過ぎる。 |
| 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・不動産の収益物件については、5億円までの物件に対する金融機関の融資が厳しくなっているため、売行きが悪い。 |

| | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------|---|
| | | 住宅販売会社 (総務担当) | 販売量の動き | ・消費税増税前の駆け込み需要が落ち着いたことで、売上は前年比で約1割ダウンしている。もう少し様子を見なければ、今後の影響は分からない。 |
| | × | 一般小売店〔野菜〕(店長) | お客様の様子 | ・取引先の飲食店やゴルフ場などを回ると、非常に客の入りが悪くなっている。原因は分からないが、このままいけば、来年辺りからかなり悪くなっていく。 |
| | × | 衣料品専門店 (経営者) | 単価の動き | ・5月末～6月にかけて、特價品を中心に売れており、定価品の売行きが悪くなっている。 |
| | × | 乗用車販売店 (販売担当) | 販売量の動き | ・客の動き自体が少なく、商談に至っても、最終の購入につながる件数が非常に少ない。 |
| | × | 通信会社(社員) | 販売量の動き | ・新料金プランの開始で、来客数、販売量が落ちている。前年に比べても悪い。 |
| 企業 動向 関連 (近畿) | | * | * | * |
| | | 食料品製造業 (営業担当) | 取引先の様子 | ・例年よりも梅雨入りが遅いこともあり、飲料水の売上が少し伸びている。 |
| | | 化学工業(経営者) | 受注量や販売量の動き | ・前年の6月は大型物件の成約で好調となったが、今年は大型案件なしで、ほぼ同額の売上を達成した。全体的に景気は良くなってきている。 |
| | | 金融業(営業担当) | 取引先の様子 | ・関西には大きな話題があり、成長性も感じるが、中小企業の業況にはまだまだ改善がみられない。業況はやや上向きであるものの、過去に低成長が長く続いたため、改善には時間が掛かる。 |
| | | 出版・印刷・同 関連産業(企画 営業担当) | 受注量や販売量の動き | ・受注量の前年比に変化はない。 |
| | | プラスチック製 品製造業(経営 者) | 受注量や販売量の動き | ・5月末～6月初旬は忙しかったが、6月中旬からは落ち着き出している。G20大阪サミットの開催を控え、前倒しとなる仕事が多かったが、月全体で平均すると通常どおりである。 |
| | | 一般機械器具製 造業(経営者) | 受注量や販売量の動き | ・前月も景気は下向き傾向であったが、今月も同様の雰囲気である。大型案件の引き合いはあるが、プロジェクトがいまだに初期段階であり、実現する可能性の低い案件が多い。 |
| | | 電気機械器具製 造業(宣伝担 当) | 受注量や販売量の動き | ・前月に比べて気温が落ち着いていたことから、エアコンなどの夏物素材の荷動きがそれほど活発ではない。 |
| | | 電気機械器具製 造業(営業担 当) | 受注量や販売量の動き | ・売上が少しだけ増えたが、受注は減少している。 |
| | | 建設業(経営 者) | 受注量や販売量の動き | ・前月や2か月前と余り変わらない。ただし、問合せは依然として堅調なため、今後に期待したい。 |
| | | 建設業(経営 者) | 受注量や販売量の動き | ・厳しい価格競争の中で、建設資材の一部や技能労務者の不足により、建設資材や工賃が高騰している。 |
| | | 輸送業(営業担 当) | 取引先の様子 | ・イベントを開催しても、売上が落ち込んでいる。 |
| | | 金融業〔投資運 用業〕(代表) | それ以外 | ・韓国などになかなか毅然とした対応を取れない日本政府に、国民が失望している。もっとリーダーシップが発揮されなければ、国民は政府の施策にはついていかず、結果として景気浮揚の雰囲気もなかなか作り出せない。 |
| | | 金融業(副支店 長) | 取引先の様子 | ・G20大阪サミットがあり、経済効果が期待できると新聞紙上にはにぎわっているが、取引先からは、受注が3か月前と比べて良くなっているという声はない。多いのは横ばいという声である。 |
| | | 広告代理店(営 業担当) | 受注量や販売量の動き | ・Web媒体、紙媒体共に、広告売上が前年を下回っている。 |
| | | 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 | ・取引先からは、良い話が聞かれない。 |
| | | 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 | ・梅雨入りが遅れていることもあり、比較的好天に恵まれ、週末は関西近郊の行楽地がにぎわっている。大阪駅を始めとするターミナル駅や新幹線の発着駅も、大型の土産店を中心に売上好調である。一方、衣料品や雑貨品の店舗のほか、スイーツ店は低調な売上となっている。 |
| | その他非製造業 〔機械器具卸〕 (経営者) | 取引先の様子 | ・最近2～3か月は、ほぼ変化なく動いている。 | |

| | | | | |
|--------------------|--------------------------------|-------------------------|---|---|
| | その他非製造業 [商社] (営業 担当) | 受注量や販売量 の動き | ・今年度も補助金制度が始まったが、当社の製品が補助金対象の性能に合わず、問合せは少ない。 | |
| | 食料品製造業 (経理担当) | 取引先の様子 | ・5月の連休後は売れ残りが多かった。6月の後半はG20大阪サミットで物流に影響があり、取引先の動きが鈍くなっている。 | |
| | 繊維工業 (総務 担当) | 競争相手の様子 | ・中価格帯の靴下の売行きが、最も悪くなっている。 | |
| | 繊維工業 (総務 担当) | 取引先の様子 | ・消費者に直接説明して販売することで、売上につながる状態であるが、出張経費の増加と人手不足が進んでいる。売上に対する経費率は、以前よりも20%上昇している。 | |
| | 繊維工業 (団体 職員) | 受注量や販売量 の動き | ・一般的に需要動向が芳しくない。 | |
| | パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者) | 受注量や販売量 の動き | ・G20大阪サミットによる影響か、月末に向けて多くの客が生産調整を行っている。 | |
| | 化学工業 (管理 担当) | 受注量や販売量 の動き | ・電子部品や半導体関連の販売量は、5月の稼働日の減少による影響がなくなり、6月は前年比で若干の減少という水準にまで戻ったが、建設資材関連の出荷量は大幅に落ち込んだままである。 | |
| | 金属製品製造業 (経営者) | 受注量や販売量 の動き | ・米中間の関税問題の影響で、全体的には売上がやや減少しているが、今のところ話題になるような大きな変化はない。 | |
| | 金属製品製造業 (営業担当) | 取引先の様子 | ・動きが良くないという卸売問屋が多い。 | |
| | 電気機械器具製 造業 (経営者) | それ以外 | ・世界情勢が騒がしい割に、為替レートはそれほど変化せず、今のところは受注もそれほど落ちていない。ただし、毎日息を凝らして、ニュースなどで世界情勢の変化を追っている。 | |
| | 輸送用機械器具 製造業 (役員) | 取引先の様子 | ・自動車メーカーでは、計画されていた設備投資が無期限保留や延期となるケースが数件出ている。それに加えて、予定額の減額を目的としたスペックダウンや、案件をまとめることでの値引き依頼も数件発生している。4月の段階で実施が決定した案件も、中止となっている。 | |
| | 不動産業 (営業 担当) | 取引先の様子 | ・当市から企業が撤退しており、社宅のニーズもなくなっている。賃料の低下や空室率の上昇により、景気が悪くなっている。 | |
| | 広告代理店 (企 画担当) | 取引先の様子 | ・G20大阪サミットの影響で、営業の自粛ムードが強まっている。改元で盛り上がった頃に比べて、消費者の動きも停滞していると感じる。 | |
| | 広告代理店 (営 業担当) | 受注量や販売量 の動き | ・決算発表の後は、消費税増税への対策か、広告出稿を控える得意先が多い。 | |
| | 経営コンサルタ ント | 受注量や販売量 の動き | ・3か月前は季節的にも多忙であり、小売業などで人材の採用や育成が忙しかったが、それに比べると、今は忙しくない。 | |
| | × | 食料品製造業 (従業員) | 受注量や販売量 の動き | ・大型連休明けから受注が激減している。連休中は思ったほど在庫が消化されず、連休前の在庫が市場に滞留している。また、G20大阪サミットの影響で、月末の出荷数も減ってきている。 |
| | × | 新聞販売店 [広 告] (店主) | 受注量や販売量 の動き | ・広告の折込件数が激減している。 |
| 雇用 関連 (近畿) | | - | - | |
| | | 職業安定所 (職 員) | 求人数の動き | ・新規求職者数が微減傾向のなか、令和2年3月の高卒求人数は申込件数が前年比で14%増え、一般求人も同様に増加している。大卒が採用できないと感じた企業が、高卒にシフトしている。 |
| | | 人材派遣会社 (経営者) | 求人数の動き | ・関西経済の基調は強い。その中で将来的に派遣は必要不可欠だと感じる企業は、積極的に動いている。特に、インフラ関係、建設、自動車関連のオーダーは多い。その中でもIT技術者やシステムエンジニアなどの需要が多く、買手市場となっている。残念ながらマッチングする人材がなかなか見当たらないのが現状である。 |
| | | 人材派遣会社 (役員) | 求人数の動き | ・5月は大型連休の影響で、一時的に求人数は落ち込んだが、6月は持ち直している。 |

| | | | |
|--|-----------------------|---------|--|
| | 人材派遣会社 (支店長) | 求人数の動き | ・G20大阪サミットや米中貿易摩擦による不透明感が拭えない。 |
| | 新聞社 [求人広告] (営業担当) | 求人数の動き | ・求人数は悪い状態のままであり、変わっていない。 |
| | 新聞社 [求人広告] (管理担当) | 求人数の動き | ・人手不足が常態化している企業から、安定的に求人が出てくる傾向に変化はなく、新聞求人数に景気の方向性を示すような変化はみられない。 |
| | 新聞社 [求人広告] (担当者) | それ以外 | ・関西の地元企業による新聞広告の推移は悪いままで、前年比で80%ほどの水準で推移している。 |
| | 職業安定所 (職員) | 求人数の動き | ・求人数は横ばいである。 |
| | 職業安定所 (職員) | 求職者数の動き | ・直近の近畿の有効求人倍率は低下した。有効求職者の増加が、倍率が低下した原因であるが、10連休の影響で、連休明けに求職者が多く来所した部分もある。 |
| | 民間職業紹介機関 (職員) | 求人数の動き | ・慢性的な人材不足が続いている。 |
| | 学校 [大学] (就職担当) | 求職者数の動き | ・医療系の雇用に大きな変化はなく、慢性的な人手不足は否めない。今後は外国人労働者への需要が増えると予想される。 |
| | 人材派遣会社 (営業担当) | 求人数の動き | ・6月に入り、派遣の求人件数が落ち込んできている。 |
| | 人材派遣会社 (営業担当) | 雇用形態の様子 | ・派遣料金などにシビアな取引先が増えてきている。今後、同一労働・同一賃金によって、今よりも派遣料が上がることを想定した対応と考えられる。 |
| | 職業安定所 (職員) | 雇用形態の様子 | ・事業所への訪問や窓口での聞き取りでは、全体的に景気が下方傾向にあるという意見が圧倒的に多い。 |
| | 民間職業紹介機関 (マネージャー) | 周辺企業の様子 | ・企業からの採用募集の問合せが急激に少なくなっている。地域による差は大きいですが、状況は決して良くない。 |
| | 民間職業紹介機関 (営業担当) | それ以外 | ・経団連が新卒学生による就職活動の開始時期の申し合わせを撤廃して、数か月が経過した。それに伴って活動の早期化が加速し、本来4年生は申合せの対象であるにもかかわらず、活動が終盤を迎えているような状態になっている。そのため、景気が良くて活動がうまくいっているのが、早期化のために学生がいないのかという判断が難しい。ただし、少なくとも学生の動きが鈍いという事実は、新卒採用市場ではマイナスであるため、やや悪くなっていると判断している。 |
| | 民間職業紹介機関 (営業担当) | 求職者数の動き | ・労働者派遣法が改正された影響で、派遣スタッフの雇用形態への考え方が変わりつつある。直接雇用につながる働き方を希望する人が増え、マッチングしにくい状況が続いている。 |
| | 学校 [大学] (就職担当) | 採用者数の動き | ・前年よりも就職活動が1か月ほど前倒しと聞いているが、内定報告の件数はそれほど伸びていない。報告に来ていないだけかもしれないが、世間でいわれているような好調な動きではない。 |
| | x | - | - |