

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	良く なっている	スーパー（経営者）	それ以外	・ 今月はまさに猛暑による効果が大きい。飲料やビール類、アイスクリームなどの売上が前年以上に伸び、それ以外の落ち込みをカバーしている。また、野菜の相場高に加え、月後半にはスイカやメロン、桃などの果物も伸びている。昼間よりも夕方以降に客足が伸びるため、夕方の時間帯に強い店は売上がより一層伸びている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ 酷暑により飲料水の売行きが良いほか、今年の特徴としてアイスキャンデーの売上が前年比で130%増となっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・ 例年8月は長期休暇の関係で店舗の稼働率が落ちるほか、レジャーに出掛ける人が増えるため受注も落ち込む。それが今年は、土日の1回当たりの受注がリーマンショック以降、最高となっている。
		自動車備品販売店（営業担当）	販売量の動き	・ 新規顧客が獲得でき、販売台数は右肩上がりとなっている。自動車保険の契約も獲得できている。
	やや良く なっている	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・ 連日の猛暑で来客数の減少が心配されたが、意外と安定した推移となっている。ただし、景気が良いわけではなく、家にいても暑いからという客が大半のため、客単価は低い。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	お客様の様子	・ 売上は相変わらず低迷しているが、客の様子には明るさがある。どこかに出掛けたという話や、車での移動がスムーズだったという明るい声も聞かれる。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・ 1品単価が上向き始めている。販売量は伸び悩んでいるが、買物をするなら価値のある良い物を買いたいという傾向が出てきつつある。
		百貨店（婦人服担当）	販売量の動き	・ 3か月前は売上が最近で最も落ち込んだ時期であるため、それに比べれば高額品、一般の商品共に、売行きは回復しつつある。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・ 1品単価は低いままで、買上点数は微妙に増えている。来客数も回復したようにみえるが、相変わらず買回りが多い。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・ 猛暑続きでリゾート関連を含む季節商材の売行きが堅調に推移している。水着関係は婦人、紳士、子ども用で前年よりも6%増え、家電ではエアコンや扇風機などで30%増えている。食料品では、スイカがお盆後も前年比で50%増えたほか、飲料やアイスクリーム類も20%増となっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・ 前月から猛暑特需が続いている。食料品では主に飲料や氷菓子、ビール、住生活関連では熱中症や紫外線対策商品などが売れ、販売点数、来客数共に伸びている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・ 猛暑により飲料やビール類、アイスクリームなどの売上は大きく伸びている。今夏は雨が少ない影響もあり、販売が上向いている。
		スーパー（広報担当）	お客様の様子	・ 前月に続き、季節商材を中心に売行きは好調に推移している。ただし、暑過ぎたこともあり、盆期間や日中の来客数は減少している。
		スーパー（企画）	お客様の様子	・ 猛暑で気温が急上昇したことで、盛夏商材のドリンク、アイス類や、冷却グッズの販売が大きく伸び、全体の底上げにつながっている。前年が冷夏で厳しかったこともあり、7月後半以降は売上が前年を上回っている。
スーパー（社員）	単価の動き	・ 前年から続いていた単価の下落に歯止めが掛かっている。夏の始めに雨が多く降った後、一気に猛暑となったため、特に野菜や鮮魚の価格が上昇している。それに伴い、家庭での調理を減らし、惣菜といった手間のかからない商材の動きが良くなっている。		
コンビニ（店長）	販売量の動き	・ 猛暑により、飲料やアイスクリームの販売量が著しく伸びている。商品によっては売上が前年の160%となっており、全体を押し上げている。		

	家電量販店（店長）	単価の動き	・9月でエコカー補助金が終了するため、省エネ家電のエコポイント制度も終わると勘違いし、購入を急ぐ客が出てきている。2011年に地上デジタル放送が始まるテレビは、14日以降の販売台数が前年比で120%となっている。
	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・自動車業界ではエコカー補助金が9月末で終了となるが、9月初旬で予算が消化される可能性も出てきている。ディーラーによるアピールもあり、一時的な動きではあるものの、店は例年と全く異なるにぎわいとなっている。
	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・エコカー補助金がもうすぐ終了することから、購入を検討する客が増加している。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年はお盆を過ぎると平日の来客数が落ちるが、今年は月末まで好調が続いている。
	一般レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・連日の猛暑で主婦が火を使う炊事を避けており、それが外食の利用増加につながっている。ただし、あくまで天候要因であり、景気自体が良くなっているわけではない。
	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・景気全体は良くないが、当地域では平城遷都1300年祭が続いているため、来客数が増加している。
	通信会社（社員）	販売量の動き	・例年夏は販売量が悪化傾向となるが、今年は落ち込みが少ない。
	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・不動産市場では需要と供給のバランスが取れてきている。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・これまででは低価格のマンションしか売れていなかったが、適正な価格の新築マンションでも売行き好調な物件が出始めている。
変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・暑さのせいで来客数が少なくなったのに伴い、売上も減少している。
	一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・5月と8月の売上前年比を上位5店舗の平均で見ると、5月が103.9%で、8月が98.4%となっている。前月と同様に前年を下回っており、相変わらず厳しい状態が続いている。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・客の様子や販売量を見ると、景気が上向いている感はない。ただし、前月までとは違い、完全に消費者の動きが止まっているわけでもない。店頭での商品の見せ方や販売方法次第で、購入意欲を刺激することは可能である。
	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・今月に入っても飲食関係の取引先は不調で、苦戦している。
	一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・タスポ導入以降、たばこの販売量は長期低迷が続いている。
	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・中元商戦も終わって陳列を秋物商品に入れ替えつつあるが、残暑で販売量もなかなか上がってこない。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・店舗の工事中でもあり、来客はあっても販売量が増えていない。特に、暑さの影響で販売量が増加しにくい。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は品切れ商品が出るなど、夏物商材を中心として好調に推移している。ただし、それ以外の商品では苦戦が続いており、特に高額品やビジネス関連は厳しさが増している。価格が安くても、不要不急の商品は購入を控える傾向に変化はない。
	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・物産展などの催事を開催しても、来客数があまり増えないほか、生鮮食品の動きも悪い。
	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・来客数は前年超えが続いているものの、買上げにはなかなか結びつかない。客の間では非常に慎重な動きが続いている。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・連日猛暑が続いているものの、衣料品では夏物セールの盛り上がりは今一つである。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・猛暑が続き、円高、株安も進むなか、富裕客の間にプレゼント需要などはあったものの、必要に迫られない高額品の消費は全くみられない。

百貨店（売場担当）	販売量の動き	・外商客を中心にした富裕層の高額消費が株安で低迷している一方、ボリューム商品は猛暑で紫外線や冷房対策の商品が売れている。特に、カーディガンなどの羽織物やパラソル、アームウェア、手袋、帽子の購入は前年を上回るなど、顧客層によって売上の推移が異なっている。
百貨店（サービス担当）	来客数の動き	・猛暑の影響で来客数は前年比で減少しているが、中元の解体セールや夏物衣料のバーゲンは好調に推移するなど、低価格志向は依然として続いている。売上全体としては、ほぼ前月と同じ水準で推移している。
百貨店（商品担当）	お客様の様子	・景気の悪い状況が長引いているが、不要な物は購入しないという客の様子に変化はない。客単価は下がったままであり、購入に関してかなり慎重になっている。
百貨店（外商担当）	単価の動き	・来客数は横ばいであるが、宝飾品や衣料品といった高額商材の動きは良くない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・猛暑で飲料やエアコンなどがよく売れ、客単価は若干上昇したが、来客数の前年比は相変わらず90%前半で推移している。
スーパー（店長）	来客数の動き	・前月と同様に売上は前年比で98%、来客数は99%で推移している。一方、猛暑による効果は季節商品のエアコンや、夏物衣料のTシャツ、ショートパンツなどにも表れている。
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・来客数は前年比で92%、売上は88%となっており、減少傾向に大きな変化はない。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・購買点数が継続的に上向いてこない。
スーパー（販売担当）	単価の動き	・客は安い商品を買ってすぐにレジへ並ぶため、購入点数は前年を上回っているが、1品単価の低下で客単価は前年を割り込んでいる。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・猛暑の影響で冷菓類や飲料の売上は増加したものの、それ以外の商品は売上が伸びていない。あくまでも気候要因による一時的な売上増であり、景気が上向いている感はない。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・ここ数か月は特に大きな動きがなく、良くも悪くもない状態が続いている。雨が少なく、気温が高いというコンビニにとっての好条件がそろっており、もっと販売が伸びてもよいところであるが、特に変化はない。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・バーゲンが終わりに近づき、低額品しか売れなくなっているため、客単価の低下につながっている。これまではバーゲン末期でも少し高い商品が売れていたが、今年は低額品しか売れない。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・客単価、販売数量共に変化はない。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・猛暑でエアコンの動きは良いが、客は単価の低い商品を好む傾向が強いなど、消費者の景況感は依然として悪い。
家電量販店（店員）	単価の動き	・平均単価が前年の水準を上回らないなど、客の間には依然として価格の低い商品を探す傾向がみられる。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー補助金が9月までは続くため、売上が大きくは落ち込んでいない。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・例年2月と8月は暇であるが、今年の8月は特に円高と猛暑の影響で苦戦している。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・前年に比べれば販売台数は伸びている。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・客の慎重な姿勢は全く変わっていない。補助金やエコポイントといった特典を受けることに慣れ、ただ商品を買うだけでは満足しなくなっている。それに伴い、競合他社や他店とのサービスの競争が激化している。
その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・円高に伴う株安や、政治に対する不安感、例年以上の厳しい暑さにより、消費マインドの低下が進んでいる。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・前年の販売量を何とか維持している状況である。

その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	来客数の動き	・円高、株安が進むなかで、消費者の購入意欲が高まらない。
一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・3か月前ほど来客数が伸びていないほか、客単価も横ばいで推移している。夏休みのイベントなどに期待したが、非常に雨が多かったり、気温が高かったりと、期待は完全に裏切られている。
一般レストラン (経理担当)	単価の動き	・夏休みに入って忙しくなっているものの、客単価は上がらない。
観光型旅館(経営者)	単価の動き	・客は価格に敏感になっているものの、需要が全くない状態ではない。
観光型旅館(団体役員)	お客様の様子	・夏は年間で入込客が最も増えるが、今年はほぼ前年並みとなっている。宿泊以外の消費が低迷していることで、客単価は低下している。
都市型ホテル (マネージャー)	来客数の動き	・第1四半期の後半から全体の動きが鈍り始め、今月も上向く気配が感じられない。特に、宴会部門が苦戦を強いられているなど、法人需要に陰りが出ている。
都市型ホテル (総務担当)	単価の動き	・客室稼働率は前年を上回っているが、単価を下げているため、売上は前年を下回っている。
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・前半は予約のペースが好調であったが、中旬以降はかなりペースダウンし、悪かった前年並みにまで落ちている。年末の海外旅行の販売も始まっているが、客の反応は良くない。
旅行代理店(店長)	来客数の動き	・前年は新型インフルエンザで来客数が落ち込んだが、現在の来客数は前年並みがやっとの状況となっている。
旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・前年は夏休みの旅行受注が新型インフルエンザで落ち込んだため、今年は増えると期待していたが、2年前に比べてもさほど伸びていない。ただし、8月の旅行の間際予約があるなど、円高の影響で良い動きも出てきている。
タクシー運転手	競争相手の様子	・暑さで仕方なくタクシーを利用する客が増えているが、それ以外は増加の動きがみられない。
タクシー運転手	来客数の動き	・連日の猛暑で昼間はタクシーの利用もみられるが、夜になると激減する。繁華街も人出が減っている。
タクシー運転手	競争相手の様子	・空車の多い状況が続いている。
タクシー会社 (経営者)	お客様の様子	・稼ぎ時である夜間の利用が非常に少ない。街ににぎわいがないため、特に会社関係の利用が減っている。タクシーに乗らずに、公共の交通機関を利用する習慣が定着している。
通信会社(経営者)	お客様の様子	・周辺の企業が倒産している。
通信会社(経営者)	お客様の様子	・スマートフォンが人気を集めているものの、よく売れる機種は限られており、利益率も極めて低い。それ以外の商品は機能面で新鮮味がなく、買い換え需要の掘り起こしにはつながっていない。
通信会社(企画担当)	それ以外	・必ずしも悪い方向に進んでいるわけではないが、前月から状況に変化がない。
パチンコ店(店員)	競争相手の様子	・他店でも来客数が前年比で若干落ち込んでいるなど、あまり上向いている感はない。
競輪場(職員)	販売量の動き	・来客数、購入単価共に、悪化傾向に歯止めが掛からない。
その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	お客様の様子	・一部アーティストの関連グッズ販売が好調であるほか、猛暑で売店のドリンク類の売上も好調に推移している。ただし、入場者数は横ばいとなっている。
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	・天候要因が大きく影響しているが、行楽客の動きは悪くない。暑過ぎて外出を控える傾向もあるものの、今のところ大きな実感はない。
美容室(店員)	お客様の様子	・客からの話を聞く限り、それほどの変化はない。
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	・夏休み期間中でレンタル売上が少し改善しているものの、他社とのレンタル価格の競争は相変わらず続いている。

	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・一部の人気エリアでは販売が順調に進んでいる物件もあるが、全体としてはまだまだ客足が鈍い。
	住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・今年は特に暑く、お盆のイベントも来客数が例年に比べて少ない。また、住宅版エコポイント関係の動きにも落ち着きが見られる。
	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)	それ以外	・身の回りでは年収の低下といった悪い話が多いものの、不動産業界では取引件数が増加傾向となっている。
	その他住宅〔展 示場〕(従業 員)	来客数の動き	・酷暑にもかかわらず、住宅展示場への来場者数は前年並みとなっている。
やや悪く なっている	商店街(代表 者)	販売量の動き	・客足の引きが早く、売れる時間帯が短くなっている。
	一般小売店〔精 肉〕(管理担 当)	販売量の動き	・前月に続き、ホテルやレストランへの卸売の動きが非常に悪い。ホテルでは、宿泊客は多いものの、ホテル内で食事をする人が非常に少ないとの声が聞かれる。観光客が多い時期にレストランが動かないため、状況としては厳しい。
	一般小売店〔鮮 魚〕(営業担 当)	来客数の動き	・これだけ猛暑が続けば、客足は当然遠のく。生ものの消費も控えられるため、売上は必然的に悪化している。
	一般小売店〔食 料品〕(管理担 当)	販売量の動き	・今年は猛暑の影響で注文が入らず、売上が伸び悩んでいる。
	一般小売店〔衣 服〕(経営者)	来客数の動き	・猛暑のため、来客数や売上共に伸びていない。
	一般小売店〔菓 子〕(経営者)	来客数の動き	・この猛暑が売上にかかなりの悪影響を及ぼしている。
	一般小売店 〔花〕(店長)	お客様の様子	・贈答品の単価が低下し、一般家庭による花の購入量も減少している。衝動買いも一切みられない。
	百貨店(売場主 任)	お客様の様子	・猛烈な残暑により、盆明けから秋物衣料が動かず、買上客数、客単価共に悪化している。
	百貨店(売場主 任)	販売量の動き	・バーゲンが一段落した中旬以降、猛暑の影響で初秋物の販売量が著しく悪化している。
	百貨店(マネー ジャー)	販売量の動き	・来客数は増えているが、なかなか買上げにつながらない。販売量が増えておらず、これから増える気配もない。
	スーパー(経営 者)	競争相手の様子	・競合店のチラシをみると、今月は明らかに原価割れの価格が目立つ。
	コンビニ(広告 担当)	単価の動き	・今月も猛暑となり、飲料や氷菓を求める客で来客数が伸びている。ただし、購入単価は依然として低い状況が続いている。
	衣料品専門店 (営業・販売担 当)	販売量の動き	・夏物商材のセールを行っても、販売量が少ない。
	乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・猛暑が厳しく、チラシやテレビCMによる来客数の増加もみられない。1店舗当たりの販売台数も、前月の16.4台から13.2台へと減少している。
	住関連専門店 (店員)	販売量の動き	・厳しい残暑により、冬物商材を下見する客が前年に比べて少ない。今年はぎりぎりになるまで待つ客が多い感がある。
	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・長引く猛暑で食欲が落ちているほか、外出する気にならないため、ランチの時間帯はなかなか客が増えない。ただし、ディナーに関しては、ビールやワインの注文単価が上がってきている。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・夏休み期間中の繁華街のランチ売上は、猛暑により予想を大きく下回っている。不景気でディナーの売上も悪化しているほか、客の来店頻度も減少している。	
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・この暑さで昼間の来客数が大きく減ったものの、夜の来客数は増えている。ただし、客単価が低いいため、売上にあまり変化はない。	
観光型ホテル (経営者)	単価の動き	・円高や株安などの影響もあり、宿泊単価、ホテル内での売上共に悪化が止まらない。前年は新型インフルエンザの影響で宿泊単価が下がったが、今年は更に悪化している。飲料や土産物の売上もかつてないほど低い水準である。	

		観光型旅館（経営者）	単価の動き	・来客数は例年並みとなっているが、客単価が落ちている。
		都市型ホテル（支配人）	単価の動き	・過当競争により、単価は下落傾向にある。同業他社の売上も前年比で伸びていないなど、3か月前よりも景気は悪化している。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊やレストラン、サマーイベント共に個人客の動きが大幅に落ち込んだ。競合店も同様で、近隣の飲食店では割引販売が常態化している。法人客と同様の落ち込みが、一般客にも出始めている。
		都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・前月に続いて宿泊は高稼働率となっているものの、単価が全く上がらない。稼働率の向上を優先した値下げが常態化しているため、需要が増えても客室単価をなかなか上げられない。また、一般宴会は相変わらず企業の自粛ムードが強く、予約が例年以上に少ないなど、深刻な状況となっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・タクシー業界は猛暑により好調を保っているが、根本の景気動向は悪化している。やはり、企業の利用が少ない状態では、上向いている感はない。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・今夏のように猛暑で外出が控えられている状況では、来客数の増える余地は少ない。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・価格に対する客の目が厳しくなっている感がある。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・猛暑で商店街の人通りが少なく、売上が落ち込んでいる。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・新規案件が増えていない。
	悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・猛暑により、涼を求めてスーパーへ出掛ける人が増えている。今月に入って、客の間には消費疲れしている様子もみられる。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・今年は例年にない猛暑で商店街への来客数が急激に減少している。特に、高齢者の来客が落ち込んでいる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・今夏は猛暑の影響で夏物衣料がよく動いているものの、カットソーなどは在庫が少なく、売り逃しが出ている。仕入先の在庫にも余裕がないため、手の打ちようがない。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	それ以外	・材料価格が世界的に上昇しているものの、円高の影響で仕入価格は維持できている。ただし、輸入品の円高還元セールなどが増えているため、消費がそちらに流れる恐れも出てきている。
		スーパー（店員）	単価の動き	・野菜などの値段が上昇しており、悪影響が出ている。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・盆明けから仕事が少なくなっている。車検などでは客の要望も少なく、付属注文を受けることもない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・酷暑の影響で購買意欲が低下している。特に、発汗量が増えているため、ジュエリーやネックレスを身につける気がしないといった声が多い。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・今月は悪化を覚悟していたものの、最悪の月となっている。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・新規問い合わせの動きは底を打ったものの、その後は改善がみられない。
企業動向関連	良くなっている やや良くなっている	-	-	-
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は前年比で10%前後良くなっているが、継続的に受注できておらず、不安定感がぬぐい切れない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業界に活気は出つつあるが、継続的な動きかどうかは判断が難しい。注文の納期については、相変わらず短いままである。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・エコカー補助金が9月に終了するため、自動車関連の出荷量は順調に推移している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ほんの少しであるが、受注量が増えている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・各分野の試作品に対する評価が良いため、量産に向けての注文が増え始めている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・先行きは不透明であるが、外部要因が大きく変化しており、受注量は徐々に増えている。

	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商業施設、住宅共に受注量は増えているものの、単価は相変わらず低いままである。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体の広告も、業種によっては前年を上回り始めている。
変わらない	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・景気の悪い状況は変わっておらず、猛暑で食品全般の売行きが悪化している。プームによって売上の伸びている商品もあるが、あくまで一時的な動きにとどまる。生活必需品では価格競争も激しくなっており、通常の価格では受注につながらない。
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・原材料の綿糸価格が高騰しており、値上がり前に年末需要向けの商品を確認する動きもあるが、受注全体としては前年比で減少している。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・7、8月に限れば受注、販売量共に増えているが、一時的な動きであり、全体としては良くなっている感はない。
	金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・鋼材価格の値上げにより受注量が少し落ちているほか、円高の影響も多少出てきている。
	金属製品製造業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・鉄などの材料価格が値上がりしているが、販売価格に転嫁できないどころか、値下げの話が出てきている。
	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・前年と比べても、受注案件のボリュームが非常に小さくなっている。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・過去数か月間の業況は順調に推移しており、現在も好調が続いている。
	電気機械器具製造業（経営者）	競争相手の様子	・金属加工に使うセンサーの需要が順調に伸びているが、ここへきてエコカー補助金の期限切れもあり、設備投資に慎重な動きが出始めている。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・エアコンが非常に活発な荷動きを示しているが、連日の猛暑に押し上げられたもので、根本的な景気回復によるものではない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず業況は横ばいで推移している。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	取引先の様子	・受注状況に変化がなく、取引先には活気がない。
	建設業（経営者）	競争相手の様子	・相変わらず同業者の倒産や廃業が続いている。
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・関西国際空港からの輸入貨物の配達では、自動車部品関連が増えている。9月末でのエコカー補助金の期限切れが影響しており、予定以上に売上は増えているものの、継続的な増加は見込めない。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・テレビを中心とした広告の引き合いは、相変わらず低調な状況が続いている。
経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・顧客企業の多くは業績が改善していない。	
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・ここ数か月は、景気の上向いている感が全くない。	
やや悪くなっている	食料品製造業（経理担当）	それ以外	・異常な暑さが続いており、売れ筋商品も限られてきている。
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・得意先の催事では集客がうまくいっておらず、売上もかなり悪いため、当社への注文が減少している。取引先が客にうまく商品説明できるようにするなど、売上を伸ばす工夫をしている。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月に入ってから、一部の顧客を除いて受注量が減少している。特に、輸出の多い顧客からは値下げ要求が来ている。
	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	取引先の様子	・海外向け販促物には円高の悪影響が出始めているが、電機などの弱電企業では1ドル80円程度の円高は折込済みで、液晶や3D商品の販促に力を入れている。その一方、欧州からの輸入企業では、創業以来の利益を出しているケースもみられる。
	化学工業（企画担当）	それ以外	・販売量はおおむね順調であるが、6月以降は減少傾向がみられる。また、原料価格が上昇し始めている。
化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が3か月前に比べて10%減少している。	

	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年に入って輸出が好調に推移し、業績は大きく改善しているものの、国内取引は不調が続いている。受注量や販売量の推移をみると、海外取引と国内取引の差が極めて大きい。	
	通信業（管理担当）	それ以外	・株安や円高による悪影響が出ている。	
	金融業（支店長）	取引先の様子	・建売関連の取引先では、建て替え契約が今回の急激な円高で見合わせとなるケースが3件続くなど、非常に不安定な状況となっている。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・毎年8月は良くないが、今年は極端に悪い。折込件数は前年より大幅に少なく、購読者数も伸びていない。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・衣料関係のバーゲンやセールでは販売が伸びておらず、秋物商材も暑さで全く動いていない。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・3か月前までは取引先の間には回復感もあったが、小売業ではエコポイント制度やエコカー補助金の終了、製造業では円高の進行などで、完全にマインドが悪化している。	
	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・提案書などの小さなサイズの印刷注文が減っている一方、ポスターなどの大判サイズの注文は、各社が内製化できないこともあって顕著に伸びている。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・最近になって競争が再び激しくなっている、これまでの価格では売れないため、利益が圧迫されている。	
悪くなっている	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・当地域では海運会社の統合、撤退が進むなど、企業による不動産需要が減少し、賃貸価格も低下している。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	それ以外	・円高が進んでいることで、輸出企業の業績に悪影響が出ている。	
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・円高による悪影響が出ている。	
雇用関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・製造業務では多くの業種で人手不足感が強まっているが、事務系業務では増員を控える企業が目立っている。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・今回の円高による影響が懸念されるものの、派遣需要は製造業を中心に上向き始めている。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数が増えつつあるなど、企業が採用に少し前向きになっている感がある。ただし採用基準は厳しく、要望にマッチする人材がいれば採用を検討するという姿勢のため、雇用情勢は相変わらず厳しい。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	求人数の動き	・今月は前年比、前四半期比共に、前月に比べて改善している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が4か月連続して増加している。特に、製造業、運輸・サービス業の求人数が増えている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業を中心に受注が戻ってきているため、求人数が続いている。ただし、パートや契約社員といった非正規求人が中心で、正社員の求人は動きが弱い。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・学校の耐震工事が増えているほか、酷暑で交代要員を確保する必要もあり、日雇求人が増えている。ただし、生活保護への緊急避難などで日雇労働者が減少しているため、求人数が求職者側の対応力を大きく上回っている。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・この時期の案件としては例年並みであり、下半期の契約延長や更新についても、ほぼ現状と変化はない。	
	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・ここ2か月は、関西地区での求人件数が前年比130～140%で推移しており、大きな変化はない。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が伸び悩んでいるほか、求人の半数をパートが占めている。企業の間では、正社員の人件費を払えるほど収益が上がっていない。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比でマイナス0.1%と微減にとどまり、平成22年1月からの回復傾向に足踏み感が出てきた。特に、サービス業でマイナス63.9%と大きく減少している。	



	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で若干増加しているものの、リーマンショック前の水準には戻っていない。製造業で若干増加傾向がみられるほか、介護や医療関係の求人が目立つ。
	民間職業紹介機関（支社長）	採用者数の動き	・採用者数は引き続き前年比で135%程度と回復が続いているが、最近の円高、株安の影響もあり、求人の動きが停滞している。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・上半期の採用戦線に乗り遅れた、中堅以下の企業による採用が多少みられる程度である。
やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・求人広告の推移については、東京は回復傾向にあるものの、大阪は全く回復の動きがない。特に、関西の地元企業の動きが悪い。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新聞の求人広告は低迷が続いており、出稿の動きからは経済が活性化している感はない。一方、中小企業の間では、連携や技術開発、販路開拓、インターンシップ制度の活用といった、新たな取組を始める企業が出てきている。
	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・求人企業数が伸びていない。
悪くなっている	-	-	-