

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			
	やや良く なっている	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・回復傾向にあるものの、6月は来客数、売上共に前年を下回っている。27日にクリアランスセールがスタートしたが、売上は低調である。こだわりのある商品の動きは良いものの、全体的には単品買いが多く、客単価も下がっている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・先月に比べ、化粧品や特選洋品などの売上が上向している。消費税増税の影響が薄らいでいると感じる。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・4月時点では前年比で70～80%であった化粧品の売上が、5月には80～90%に戻り、この6月は更に10%ほど回復し、90～100%と前年並みに戻った店舗が出てきている。また、高額品のジュエリーなども回復しており、買い控えも徐々になくなってきている。この月末から7月にかけてのバーゲンでは、更に回復傾向が強まると予想される。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・先月ごろから、特に来客数の増加が顕著になっている。また、客単価も若干上がってきている。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・紳士服や雑貨、子ども服は前年比で微減にまで回復してきているが、家庭用品が8%減と回復しきれず、苦戦が続いている。ボーナス支給に期待して美術品や呉服、宝飾品の販促企画を強化したため、前月よりも回復したが、11%減と前年には届いていない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・積極的な購買意欲はまだみられないが、良い商品の価格の低下には非常に敏感である。むしろ話題商品や旬の商品に関しては、これまで以上に反応が良い。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・4～5月に比べると、食品を中心に消費税増税後の反動は回復傾向にあるため、良い方向に進んでいることは間違いない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・高額品の販売は3か月前よりも回復が進んでおり、生活必需品も販売点数は回復している。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・食料品については消費税増税の影響がなくなり、増税前よりも底堅い動きがみられる。
		スーパー（社員）	単価の動き	・新たな競合店の影響を受ける店舗を中心に、店頭のお客様が減少している。ただし、果物や牛肉など比較的価格の高い生鮮食品の動きが良いこともあり、客単価は堅調に上昇している。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・プレミアム商品が相変わらず好調で、客単価が上昇してきている。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要により、増収増益の企業が増えたためか、賞与支給額が上がり、消費意欲が高まっているように感じる。
		乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・少しであるが、車両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	・周年イベントなどの販促効果もあり、来客数は伸びているが、コストが若干かかっているため利益は少ない。
		一般レストラン（経理担当）	来客数の動き	・消費税増税で客足が遠のくと予想していたが、来客数は伸びており、会社の宴会にも景気回復の影響がみられる。インバウンド客の利用も、月を追うごとに増加傾向となっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・宿泊は継続的に好調を維持しており、単価も上がってきている。一方、宴会は法人の利用に勢いがなく、税込価格は消費税増税前から変わっていない。実質的には3%分の売上が減少している状況であり、利益率の高い宿泊部門で全体をカバーしている。
	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊は客室稼働率が高水準で推移している。また、レストランの利用客が前月と比べて増加している。	
	旅行代理店（店長）	お客様の様子	・旅行の内容を決めて来店する客が増えている。	
	旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・ボーナス支給が始まり、予想よりも良かったのか、夏休みの旅行申込に勢いが出てきている。7月15日にオープンするテーマパークの新アトラクションの予約状況は予想よりも良く、客の期待の大きさが表れている。	
	タクシー運転手	お客様の様子	・流し営業での営業収入が順調に推移している。	

	タクシー運転手	競争相手の様子	・トラックやダンプカーなど、建築関係の交通量が増えている。
	通信会社（社員）	販売量の動き	・6月のボーナスシーズンに入り、申込数が増えてきた。今のところは先月の落ち込みを取り戻してきている。
	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	それ以外	・当社の夏季賞与は昨年に比べて増加している。
	その他サービス [コインランドリー]（経営者）	競争相手の様子	・小規模のランドリーの出店を、街中でもよく目にするようになってきている。
	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	・不動産の取引件数は少し増えているように感じられる。
	その他住宅 [展示場]（従業員）	来客数の動き	・6月になって、ようやく住宅展示場の来場数が増加傾向になっている。
変わらない	一般小売店 [菓子]（経営企画担当）	販売量の動き	・6月現在と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97.7%で、3月が102.7%、関東は6月が83.6%で、3月が101.4%、中部は6月が86.1%で、3月が92.5%、中国は6月が93.8%で、3月が94.4%となり、各地区合計の平均は6月が91.7%で、3月が98.9%となっている。全国的に非常に悪く、唯一関西が阿倍野地区の商業施設の開業で好調となっているが、ほかの地区では依然として厳しい状態が続いている。6月に入り、お中元の繁忙期を迎えるが、全国的に厳しい状態が続く。
	一般小売店 [精肉]（管理担当）	それ以外	・景気が上向けば、必ず企業が潤うわけではないことを実感している。豚肉は世界的に供給が不足し、売りにくくても売れない状況である。また、牛肉は相場が昨年よりも上がった影響で需要が減り、年末には宮崎の口蹄疫が発生した年よりも出荷が減少するといわれているなど、景気の回復を感じるができない。
	一般小売店 [鮮魚]（営業担当）	販売量の動き	・消費税率の引上げ後、しばらく時間が経過したので、客の動きに落ち着きが出てきている。
	一般小売店 [衣服]（経営者）	お客様の様子	・来客数は増えているが、品定めが厳しく、財布のひもが固い。
	一般小売店 [野菜]（店長）	お客様の様子	・相変わらず飲食関係の動きが悪く、厳しい状態である。
	一般小売店 [花]（店長）	単価の動き	・暑さの影響で花が日持ちしなくなったため、客単価が下がっている。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・高額品の消費税増税による影響はいまだに解消されていない。お中元商戦では来客数に変化はないが、送付先の件数が大幅に減っており、出費に対する慎重さが増している。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税による高額品の買い控えはなくなってきた。また、海外高級ブランド品の催しでは、来場客数や売上高は昨年と変わらず好調である。
	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・4月に食品スーパーが開店し、好調であった生鮮3品が影響を受けている。対面販売ゾーンはそれほどでもないが、低価格品が厳しい。
	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月中旬からお中元の早割がスタートし、前年実績の約10%増で好調に推移しているが、店全体の売上は苦戦している。また、近隣の新施設のオープンから1年になり、ようやく前年との比較ができる状態になっている。
	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・来客数は堅調に推移している。商品の動きも全体的には前年並みの推移である。ただし、依然としてブランド品や高額品などの動きは回復しておらず、苦戦が続いている。
	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・時計、宝飾、美術品など的高額品の動きは依然として低調であるが、婦人服や身の回り品は消費税増税前と変わらない。担当している客の売上も、前年を上回ってきている。
	スーパー（経営者）	単価の動き	・今月の10日過ぎぐらいから、客単価が落ちている。身の回りの食料品でも、単価の低い物しか動かない。

スーパー（広報担当）	来客数の動き	・消費税増税による影響を除くと、大きな変動はない。
スーパー（開発担当）	お客様の様子	・販売量は増加しておらず、むしろ減ってきている。また、高額商品の売行きも良くない。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・以前と同じように購買点数の増加がみられない。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ひきたてアイスコーヒーのSサイズの販売が伸びており、たばこも一緒に購入する動きがみられる。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・消費税の増税による買いだめなどにより、4月は影響を受けたが、その後は昨年レベルにまで回復している。今のところは増税の影響が感じられない。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・必要な物だけを買っていく常連客が多いので、なかなか売上が伸びない。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・この時期は、日々の天候によって売上は多少左右されるが、全体的にはガソリン代や公共料金、原材料費の高騰などの影響が続くなか、大きな好転は期待できない。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・6月はセール前の落ち込みがあるため、昨年と同じくらい悪い。
衣料品専門店（販売担当）	単価の動き	・客が単価の安い商品を探すようになっている。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・大阪の景気は東京に比べて悪いという印象である。東京はオリンピックを控えて大きな工事やお金が動き、ちょっとしたバブルが発生している。大阪には大きな仕事がなく、人もお金も動いていない。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・6月に入っても、受注は前年比で8割程度の推移である。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売台数が目標の90%にとどまっている。
その他専門店【食品】（経営者）	単価の動き	・量販店などでは低価格販売を前提とした仕入れが現在も続いている。それどころか、以前よりも更に安く仕入れようとする動きを感じる。この動きは、大手量販店に続いて、中小の量販店にも広がっているように感じる。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	販売量の動き	・常連客による売上はみられるが、増加というほどではない。
その他専門店【スポーツ用品】（経理担当）	販売量の動き	・駆け込み需要の反動減は3か月で一巡しそうであるが、収入面のアップの実感がないため、需要を押し上げるまでには至らない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・気候が不安定なときは高齢者の体調も悪くなるようで、近隣の商店街も人通りが少ない。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は前年の水準をクリアできていないが、客単価が上がったことで、売上は前年を上回っている。
一般レストラン（店員）	販売量の動き	・この1か月は大きな動きがない。
その他飲食【コーヒーショップ】（店長）	来客数の動き	・消費税増税と同時に販売価格を見直したことで、単価が上昇し、来客数の減少を補っているようにみえるが、税抜売上、収益共に前年を下回っている。特に、来客数は日を追うごとに減少幅が大きくなっている。
観光型旅館（団体役員）	単価の動き	・宿泊人員は前年比で微増であるが、宿泊単価は前年比、前々年比で95%止まりである。
都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宿泊は外国人客を含めて増加傾向であるが、宴会部門は少々苦戦している。
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・宿泊部門は訪日外国人の増加により、引き続き好調に推移している。宴会部門も前年並みの収入となっているが、食堂部門は減収傾向に歯止めがかからない。消費税増税による影響であれば、そろそろ回復してきてよい時期だと思うが、予想以上に低迷が続いている。販売価格ではなく、個人の消費マインドの問題ではないかと感じている。
都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・例年6月は閑散月であるが、訪日外国人の増加により前年比で105%と好調である。ただし、レストラン部門は近隣にできた大型施設の影響で、いまだに立ち直っていない。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・法人需要は引き続き好調であるが、個人需要はなかなか上向いてこない。
タクシー運転手	お客様の様子	・街の様子に変化がない。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・消費税増税やパソコンの買換えなどの特需が終わりつつある。

	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・学生の修学旅行シーズンが終わり、集客は夏休みに向けて減少傾向となるのが例年の動きであるが、今年は特に減少が大きい。
	競艇場(職員)	来客数の動き	・3か月前と比べて客1人当たりの購買単価は若干ながら改善しているが、本場の来場者数が減少傾向にあるため、全体としては変わらない。
	美容室(店員)	来客数の動き	・来月に予約が多く入っている分、今月は停滞気味である。
	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	・DVDやCD、書籍売上は若干の前年割れの傾向がみられるものの、カフェ併設店舗はカフェの売上が好調のため、売上全体は前年をクリアしている。
	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・依然として購買意欲の高まりは感じられないが、地価については値下がり止まりと判断してもよい。
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・消費税増税の影響か、特に購入を急がない客は動きが悪く、消費税率の10%への引上げまでにと考える声が多い。
	その他住宅[情報誌] (編集者)	お客様の様子	・分譲マンションの販売現場では、消費税増税の影響は少なく、来場数、成約数共に堅調な動きとなっている。ただし、今後は建築コストの上昇による影響が懸念される。
やや悪くなっている	商店街(代表者)	販売量の動き	・早期の値引き販売合戦が続いている。それでも売上は昨年水準を超えられない。
	一般小売店[時計] (経営者)	販売量の動き	・天気予報にない突然の大雨など、天候に左右される日何日もあり、客足の減少によって時計はあまり売れていない。TPOに合わせて1人で何本も着替えるように持つ傾向が減り、1本あれば事足りるという人が多い。今月の売上も修理に依存する割合が高く、バンドを含む商品の動きは少ないなど、活気のない月となっている。
	一般小売店[珈琲] (経営者)	それ以外	・直営店のパート、アルバイトの採用が難しくなっている。大阪の最低賃金に合わせて時給を調整したものの、採用には至っていない。
	一般小売店[衣服] (経営者)	販売量の動き	・夏物衣料の動きが鈍い。大手が夏のバーゲン時期を早めている影響かもしれないが、今月は例年よりも販売量が減っている。
	一般小売店[雑貨] (店長)	販売量の動き	・消費税率引上げに伴うたばこ料金の値上げにより、売上が落ち込んでいる。
	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・消費税増税後は、高額品を中心に低迷している。限定品や消耗品はそれほどでもないが、食料品などは変化がないようにみえても厳しい状況である。やはり、単価の低下や売上の不振が目立つ業界では、価格を下げたり、奉仕品を増やしたりする結果、売上や単価の悪化につながっている。
	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・消費税増税から2か月が経過し、4～5月に比べると改善が進むと期待していたが、逆に目標達成率は5～10%程度悪化している。特に、高額品や重衣料などの動きが鈍い。クリアランスセール待ちの客が多く、価格に対してシビアな状況は以前よりも強くなっている。
	百貨店(企画担当)	販売量の動き	・消費税増税後に大きく落ち込んだ売上は、5月上旬には予想よりも早い回復の兆しをみせていたが、5月下旬からはマイナス幅が拡大してきている。高所得者層については増税前の駆け込みによる反動は薄まっているが、売上の中心である現金カードの利用者については回復が遅れている状況である。
	百貨店(商品担当)	販売量の動き	・消費税増税の影響はかなり弱まっているが、食料品などの不要不急の物以外は買い控えているようである。
	百貨店(売場マネージャー)	販売量の動き	・4月の動向は想定範囲内であり、5月もやや回復傾向にあったが、6月は順調な回復とはいえない。宝飾や家具などは動きがまだまだ鈍く、お中元なども単価は前年並みであるが、客数がやや減少傾向にある。ボーナス商戦の盛り上がりも今のところは感じられない。夏物商品ではサンダルが非常に苦戦するなど、ファッション関連が停滞傾向となっている。
百貨店(営業企画)	来客数の動き	・来客数が回復していない。5月は前年比で4.0%減で、6月は25日現在で6.7%減となっている。	

	スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前といえば消費税増税前の駆け込み需要の時期に当たるため、それに比べると今月は悪くなっている。さらに、それを差し引いても、今月は昨年と気温の動きが違うため、季節品の動きが鈍い。増税後の回復も、対象商品の販売量は少し足踏み状態の感がある。	
	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・競合店の出店のほか、別の競合店の改装による影響で来客数が減少し、状況は悪化している。	
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・消費税増税については、客が覚悟していたので、あまり影響が出なかった。その一方、諸物価の上昇がボディブローのように効き始めている。6月に入ってスタートしたバーゲンに顧客が引き寄せられ、定価品の販売に影響が出ている。	
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・4月以降は自動車販売が落ち込んでいる。特に、6月は販売だけでなく、修理などのサービス売上も減少している。	
	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・消費税増税の駆け込み需要の反動減により、来客数や販売量が減少している。	
	住関連専門店（店長）	販売量の動き	・消費税増税の影響が顕著であり、4月から連続して受注が激減している。春ごろの売上の伸びは、景気回復によるものではなく、単なる駆け込み受注であったことを実感している。	
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・天候の影響が非常に大きい。からっとした晴天が少なかったため、あせもの薬や冷却剤、水虫薬、スキンケア用品など、暑い時期に動く商品は軒並み前年割れである。	
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べて来客数が少なくなっている。消費税率が引き上げられてからは変わっていないが、もう1～2か月すれば変化が出てくる。	
	高級レストラン（スタッフ）	単価の動き	・ランチでは食後のコーヒーを頼む客が少なくなっているように感じる。小さなことであるが、単価の微妙な動きがみられる。	
	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・5月までに比べると、勢いが落ちてきている。前年が良過ぎたこともあるが、販売量が減少している。	
	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・はっきりとした理由は分からないが、急に予約が動かなくなっている。	
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・一般観光客や、アウトドアなどのレジャーでの来客数が、全体の1%未満になっている。	
	観光名所（経理担当）	来客数の動き	・昨年のリニューアル効果がなくなったこともあるが、それ以上に来場者が減少している。	
	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9,799円と、3か月前の9,865円から下がっている。	
	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・今月は、新聞広告やインターネット広告の反響が極端に減っている。	
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築マンション分譲では、今年3月に駆け込み需要があったため、集客はあっても契約には慎重になっているように感じる。	
	悪くなっている	百貨店（売場マネージャー）	それ以外	・消費税増税の駆け込み需要の反動減については、品目によって回復状況に大きな差がある。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・消費増税後の駆け込み需要の反動減で、夏物商戦の中心商品である冷蔵庫などの販売量が減少している。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・消費税増税の駆け込み需要の反動減に、マーケット自体の縮小傾向も加わり、ファッション商品を中心に前年を下回る動きが続いている。
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（営業担当）	取引先の様子	・前年よりも気温が2～3度低く、飲料水の販売が良くなかったが、月後半からは売行きが良くなっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前から受注量、販売量共に増加しており、利益が出る水準に達している。ただし、3か月前が悪過ぎたことも事実である。市場はいまだに厳しい環境にあり、今の低価格での競争環境に適応した企業が増えている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・引き合い件数が増加傾向にあり、受注に向けての積極的な行動が求められる。
	通信業（管理担当）	それ以外		・ボーナス商戦で景気が良くなっている。

	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・取引先のショッピングセンターでは、4月の消費税増税の駆け込み需要の反動で、売上が前年比70%まで落ち込んでいたが、今月は飲食店や食品の販売を中心に90%台まで戻りつつある。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・各種助成金が大盤振る舞いされているため、仕事の依頼が増え、対応できなくなっている。景気が良いとは思えないが、お金は動いていると実感している。
変わらない	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後、東京の取引先からの受注が大きく減少したが、そのほかの地域からは多少の影響にとどまっている。現在もその状況に特段の変化はない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年と比較して、受注量や販売量に変化がない。
	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の駆け込み需要の反動かと思っていた受注減であるが、得意先からの新しい話も減っており、景気の腰折れとみた方が良いかもしれない。
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の駆け込み需要が3月にはあったが、今月の受注量に大きな変化はない。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新年度以降は減速状態のままで、盆明けまで続きそうである。
	金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・目立った物件がない。
	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響と稼働日数の関係で5月は少し落ち込んだが、今月は3月以前の数字にほぼ回復している。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・製造メーカーからは、円安に対応して国内で生産しようというムードは感じるが、設備投資の規模は限定的である。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・住宅向けの製品は消費税増税後の反動減が大きくなり、出荷量は維持できている。店舗向けも、4月の大幅減少を底に少し回復している。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が伸びない。
	その他製造業【事務用品】（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・例年どおりの受注量であり、変化はみられない。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・この時期は比較的受注が少なく、今年も例年とあまり変わらないという感覚である。
	建設業（経営者）	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み工事も一段落して、受注動向は平準化しつつある。一方、監督技術員や技能労務者不足は相変わらず問題となっている。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・相変わらず、受注金額、利益率共に低いままで、原材料、人件費は高騰傾向にあるため、利益の確保はますます厳しく、給与も上げにくい状況である。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・建売住宅の販売については、消費税増税前の駆け込み需要が建築資材の価格上昇につながり、販売価格の上昇を招いているため、売行きが厳しい状態となっている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き
	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・受注量の極端な変化はないが、制作に時間を要する注文が増加傾向にある。
	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	・梅雨入り直後は長雨が続いたが、中旬は好天に恵まれた。夏日が続いた影響もあり、駅構内ではソフトドリンクやアイスコーヒーなどの飲料に加え、アイスクリームなどの冷菓子の売上も好調であった。他方、お土産を中心に客単価の伸び悩みが続いており、売上の低迷につながっている。
やや悪くなっている	食品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響が、受注量が減ってきている。5月に続き、6月も売上が伸びていない。関西は、関東や九州方面のように気候の大きな変動もなく、雨の日が少なかったため、外に出られない日が多かったわけではないが、家庭用、業務用のどちらも最低限の受注にとどまっている。
	食品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・暑くなるのが早いと、暑さ対策の商品は伸びているが、そのほかの商品は伸びていない。

	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・老舗の間屋と取引先の加工会社が自己破産となっている。利益が上がる構造になっておらず、良くない結果につながったが、消費税増税による前倒し購入のつげが出ていると感じる。仕入や加工代などの値上げ分の転嫁が課題であるが、販売価格の転嫁につながらないのが現状である。	
	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	受注量や販売量の動き	・一般企業による販促物の需要が少なくなっている。特に、製造業においては皆無である。関西では弱電業界の発注量も減少しており、価格競争が激しくなっている。比較的安定しているのは医療業界と住宅関連業界だけである。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の顧客は原子力発電関連が多く、新たな分野に進出しようとしているが、時間がかかるため、引き合いや受注量が停滞している。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・前年は消費税増税への不安から設備投資を控える声が多かったが、今年はその余波もあり、販売量の減少が目立つ。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前は消費税増税前の駆け込み需要があったため、単純な比較はできないが、前年を下回る荷動きとなっており、増税の影響からまだ立ち直っていない状況である。	
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・配達件数が減っている。	
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前が異常であったのか、荷動きが鈍化している。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込件数が減少しており、収入が落ちている。	
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・経営コンサルタントで関西の教育訓練を担当しているが、大手企業がまだ回復しきれずに苦闘している。	
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・3月の消費税増税前の駆け込み需要の反動がまだ残っている。	
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の悪影響が出てきている。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・看板業界では、消費税増税前後は価格表記の変更などの依頼が増えていたが、それも落ち着いてきている。	
	悪くなっている	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規案件の受注が減っている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・原因は不明であるが、紙広告とインターネット広告のどちらも前年の売上を下回っている。
雇用関連 (近畿)	良くなっている	アウトソーシング企業（営業担当）	求人数の動き	・採用難の傾向が強まり始め、求人数が増加し続けている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・建設業界の求人がかなり増えており、建築土木系の人手不足が顕著に表れている。東京オリンピックや東日本大震災の復興事業などで、今後もバブルの様相が強まる。
	やや良くなっている	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・これまで6か月連続で有効求人倍率が上昇するなど、求人数が伸びてきている。求人数の増加で人材の確保が難しくなっており、人材派遣会社を利用する企業も増えている。
		人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・建築系やIT系を中心に、複数名の募集や、増員を理由とする求人が最近増えている。
		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、関西の地場産業の企業による動きが活発化している。
		民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・6月1日時点の新卒学生の内定状況は、昨年と比較すると4.1ポイント上昇している。そのなかでも理系学生の状況が好転している。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・今のところ、消費税増税の反動は派遣業界ではみられない。前年比で横ばいの動きであるが、人材不足の状態が続いている。
		人材派遣会社（役員）	採用者数の動き	・企業の採用ニーズはおう盛であるが、昨年の秋ごろに比べると一段落ついた感覚はある。人手不足は否めず、限られた労働力のなかで各企業の模索が続いている。

	新聞社 [求人広告] (営業担当)	採用者数の動き	・ 求人件数が現場の業務で増加していることは確かであるが、景気自体の高揚感はない。この状況は急には変わらない。
	新聞社 [求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・ 当社が取り扱う、中小企業を主体とした関西圏の新聞広告の求人数に大きな動きはない。良くも悪くも変化は感じられない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・ 新規求人数は前年比で7.1%増となった。ただし、建設業、製造業、派遣業などは増加しているが、卸売業、小売業、飲食業、宿泊業などで減少しており、業種間のばらつきがみられる。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・ 新規求人は前月比で18.8%減、有効求人数は6.2%減となっている。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・ 前月と同様に来所する求職者数が減っているが、求人側からはなかなか充足できないとの声が聞かれるため、景気は良いと思われる。全体としては、景気が上向きであった3か月前と大きくは変わらない。
	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・ 建設業の人手不足が、日雇い労働市場の求人増の足かせになったまま推移している。
	民間職業紹介機関 (支社長)	求職者数の動き	・ 職場での引き止めや、賞与などの労働条件のアップによって、求職者が転職を思いとどまるケースが出始めている。
	学校 [大学] (就職担当)	それ以外	・ 求人数が昨年よりも増えているので、採用担当者に景気の回復が理由かと質問しても、決してそういったわけではなく、来年の選考開始時期の変更を見据えた対応という回答が多い。
	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・ 医療系の求人では、医療技術者の需要が少し増えているように感じるが、あまり変化はない。
やや悪くなっている	人材派遣会社 (支店長)	求職者数の動き	・ 消費税増税の影響か、求人数、求職者数が激減している。
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	周辺企業の様子	・ 新聞への広告出稿量をみると、若干低迷傾向にある。
悪くなっている	-	-	-