

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連 (近畿)	良くなる	百貨店（服飾品担当）	・客の消費スタイルが、本当に自分の欲しい物にはお金をかける形にはっきりと変わっている。早くも入荷した秋物商材の動きは順調で、特に高額な商材には買い控えが感じられない状況である。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税後の反動も薄れ、財布のひもが徐々に緩んできている。景気対策も充実しているの、良くなってほしいという気持ち強い。
	やや良くなる	百貨店（企画担当）	・テーマパークに新アトラクションがオープンしたことにより、阿倍野地区の大型商業施設との相乗効果が期待できる。
		百貨店（企画担当）	・外商の上位顧客については、消費税増税前の駆け込み需要の反動も一巡したとみられる。また、今後は現金顧客の購買意欲も緩やかに回復するため、数か月後は現状よりも好転する。
		百貨店（営業担当）	・書店を新たに導入したため、来客数の回復を期待している。
		百貨店（営業企画）	・消費税増税前の駆け込みで売上が大幅に伸びた化粧品や保存食品などは、反動減が長く続いていたが、ようやく回復基調となっている。
		百貨店（売場マネージャー）	・現状はボリューム品が苦戦しているものの、気温の関係で回復してくると思われる。食品は百貨店が強く、安心安全の観点から売上が伸びると予想されるほか、リビング関連や高額品も既に回復傾向にあるので、今後は良くなっていく。
		百貨店（外商担当）	・先月ぐらいから、客との会話で消費税増税の話がほとんど出なくなったことから、現在は景気への影響はほとんどないと考えられる。今後は政策や株価、燃料高などに大きく左右されるものの、消費マインドは上向いていく。
		百貨店（売場マネージャー）	・昨年の10月は気温や天候要因の影響が大きかったが、今年も気温は平年を少し上回ると予測されているため楽観視できない。また、アパレルメーカーも春夏商材の消化があまり進んでいないといわれており、秋口は生産がシビアになる。化粧品やブライダル関連の動きは回復する見通しであるが、消費者のシビアな動きは継続しそうである。
		百貨店（マネージャー）	・海外からの旅行者の増加など、景気を後押しする材料があるため、徐々に回復する。
		スーパー（店長）	・ガソリン価格の高騰など、景気の先行き不安を高めるマイナス要素はあるが、緩やかな回復の兆しが出てきている。楽観視はできないものの、今後は景気回復の動きが進む。
		スーパー（店長）	・気候条件にもよるが、季節も変わるため、新しくスタートできると信じている。景気の改善が感じられず、確かな材料もあまりない状況であるが、先行きに期待したい。
		スーパー（店長）	・中国での食肉の期限切れ事件の影響もあり、食の安全に対する意識が更に高まることで、単価の上昇による売上の増加が期待される。
		スーパー（店長）	・7月後半からの暑さにより、アイスクリームや飲料系の販売量が急激に伸びている。今後はお盆商戦も控え、果物セットなどの高単価商品の販売が始まる。中国の食肉の期限切れ問題もあり、土用の日のうなぎなどは、高単価であるが国産がほぼ100%という状態であった。これからは更に、国産、安心・安全などのキーワードが重要と感じる。
		スーパー（企画）	・食料品は堅調な動きを維持するほか、季節が変わることで、衣料品、住居関連と共に消費が回復するのではないかと。ただし、消費者による企業の選別の動きは更に顕著となる。
		スーパー（社員）	・実用衣料、消耗雑貨や加工食品など、日常的な購入商品に大きな変動はみられないが、イベント開催日や土日は生鮮食品やこだわり食品の動きが活発である。今後は賃金の増加などが消費の拡大を後押しすると期待している。
		コンビニ（経営者）	・プレミアム商品といった高額商品の売上がますます好調に推移し、客単価の上昇につながる事が期待される。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・秋冬物オーダースーツについての問い合わせが多い。
		家電量販店（経営者）	・駆け込み需要の反動減を脱し、通常の消費に戻る。
乗用車販売店（経営者）	・今までも特定の業者が良くなることはあったが、最近は一般的に景気が良くなってきているように感じる。		
一般レストラン（経理担当）	・客単価が上昇しつつあり、予約客も増えてきている。海外からの観光客についても堅調に推移している。		
その他飲食「ファーストフード」(店員)	・企業決算が良く、賃上げも実施されたことで、消費者の購買意欲は高まっている。景気回復に向けた企業の足並みもそろっている。		

	観光型ホテル（経営者）	・ 8、9月の先行予約状況はやや良くなってきている。特に要因は把握できていないが、テーマパークの新アトラクション効果などもあると考えられる。
	都市型ホテル（支配人）	・ 消費税増税後の駆け込み需要の反動減も影響が薄れてきており、景気は回復基調に戻りつつある。その反面、人手不足や人件費の高騰、ガソリン価格の値上げなどによる利益の圧迫は続きそうである。
	タクシー運転手	・ 流し営業での営業収入は順調に推移しており、企業関係の予約も引き続き順調である。
	タクシー運転手	・ タクシーや建築関係など、末端の業界が忙しくなってきたため、今後の景気回復につながっていく。
	遊園地（経営者）	・ 夏休み以降、多方面からの来場が見受けられ、客単価も高水準を維持できている。夏ならではのレジャー関連消費に期待が持てる。
	ゴルフ場（支配人）	・ 予約状況を考慮すると、今月と来月は悪くなっているが、2～3か月先の予約は悪くないので、やや良くなるのではないかと予想される。
	その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・ 順調に予約が入っており、日々のコンサートも立ち見が出るほどである。当ホールの収益にはならないが、グッズの売上が1公演で億単位になることもあると聞いている。
	その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・ 景気の先行きに対する期待感が高まっているため、生命保険の加入を検討する客は増える。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・ 住宅展示場への来場数は、消費税増税の駆け込み契約の反動で、今期は前年比で2割近い落ち込みを示していたが、徐々にではあるが回復傾向にある。
変わらない	商店街（代表者）	・ 集客のためのアクションがないなど、商店街の悪い部分が出ている。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	・ 消費税率が上がって、価格表示が外税となり、レジで余分に支払っていると感じている客が多い。年金も含めて収入を支出が上回っているため、不安感からますます財布のひもは固くなる。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・ 売上が増える要素はみられないが、この数か月は客単価が前年比で平均3～5%上昇する状態が続いている。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・ 消費税増税の影響がまだ残っているのか、買物が非常に細かい。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・ 例年、秋冬は衣料品業界が待ち望むシーズンであるが、ここ数か月の様子を考えると、冬だからといって全く期待できない。更なる消費税増税前の最後の冬ということもあり、冬物衣料にどれだけの動きがあるのか予想が立たない。また、時代の変化に伴って販売ルートが大きく変わってきており、我々のような小さな店舗にとっては、そういった変化をどう乗り切るかが大きな課題である。
	一般小売店〔野菜〕（店長）	・ 変わる要素があれば教えてほしい。
	一般小売店〔雑貨〕（店長）	・ 近隣に大きな道路ができ、その道路沿いにコンビニが2店舗オープンしたことで売上が落ちていたが、消費税率の引上げで更に追い打ちをかけられている。
	百貨店（売場主任）	・ 高額品を中心に、消費税増税前の駆け込み需要の影響がまだ数か月は残り、電気代、ガソリン代などの上昇による負担感もあることから、景気の好転は期待できない。
	百貨店（売場主任）	・ 当初は消費税増税の影響が今月辺りから薄まると予測されたが、確かに改善傾向にはあるものの、客は決して消費に積極的ではなく、むしろ支出を抑える傾向が続いている。収入が増えない限り、支出は増えない状況であり、ここ数か月で景気が大幅に改善するとは考えにくい。
	百貨店（売場主任）	・ 東日本大震災の早期復興や雇用の安定など、もっとインパクトのある景気対策が求められる。
	百貨店（売場主任）	・ 耐震工事が9月まで続き、10月はオープンに備えた工事となるため、見通しは厳しい。
	百貨店（営業担当）	・ 優良顧客の海外高級ブランド品や美術品の引き合い、買上については、他社との競争が更に激化すると思われるが、全体的には回復に向かう。
	百貨店（店長）	・ 今後の景況感については不透明な部分もあり、消費税増税や人材不足によるコストアップが足かせになる可能性もある。
	百貨店（販促担当）	・ 非常に見通しが立てにくい状況にある。購買心理を把握できていないのが現状であり、対策が立てられそうにない。新たな企画を繰り返し、動きのかぎを探る展開となりそうである。
百貨店（サービス担当）	・ これから本格的に暑い時期に入るので、アイスクリームなどの冷菓商品の展開場所を前年よりも増やし、清涼感の演出を強化することで売上の拡大に努める。	

百貨店（商品担当）	・世帯収入の増加を実感できないなか、公共料金の値上げやガソリン価格の高騰、消費税率の再引上げなどで先行きに不安があるため、ヒット商品が出て、そのほかの商品を買い控える動きが増える。
百貨店（商品担当）	・雑貨類や洋服など、原料価格や人件費の上昇で、秋以降は値上げが避けられない業界が多い一方、客単価はそれほど上がっていないのが現状である。
スーパー（経営者）	・競合店との競争が激しく、今後も現在の状況が継続する。
スーパー（経営者）	・日々消費する食品への節約志向は、消費税増税によって強まっているように感じられる。
スーパー（経営者）	・春以降、パート社員の採用が非常に難しくなっており、特に都心に近くなれば時給が前年比で1割以上アップしている。転職を防ぐために既存のパート社員の時給も上げざるを得ない地域もあるため、都心に近いほど共働き世帯の収入は増える。
スーパー（店長）	・ワンランク上の商品を購入する傾向と節約志向とが共存している。節約してワンランク上の商品を買いたい、大量には購入しない傾向が続く。秋物の出足が遅れると、衣料品全体の景気後退感が強まるが、良い物をそろえることで在庫は減る方向となる。
スーパー（店長）	・今月との比較では大きな変化はない。
スーパー（企画担当）	・競合状況などの外部環境も落ち着いてきているので、先行きは良くも悪くもならない。
スーパー（経理担当）	・売上は引き続き堅調に推移しそうであるが、中国の食品の期限切れ問題などで安全性への不安が拡大すると、総菜や外食などへの悪影響が懸念される。
スーパー（管理担当）	・原料価格の値上がりによる物価上昇の傾向に加え、鶏肉などへの風評被害も懸念される。
コンビニ（経営者）	・人気のひき立てコーヒーによって、客が客を呼ぶ期待があり、来客数が増えると共にプラスワンの購入が見込まれる。
コンビニ（店長）	・コーヒーなどの認知度が上がれば、販売はもう少し伸びそうであるが、商品の単価は安い。更にほかの商品との連携が出てこなければ、現状維持が精一杯である。
コンビニ（店員）	・現状では景気が良くなる要因は見当たらない。
衣料品専門店（販売担当）	・多くの客は現状維持で推移する。
乗用車販売店（経営者）	・景気全体が踊り場となっているような気がする。
乗用車販売店（経営者）	・ボーナス直後の動きの悪さからして、今後を悲観したい気持ちになるが、車のアクセサリ商品には動きが若干みられる。カーナビやオーディオ商材については今後に期待している。
乗用車販売店（経営者）	・新車の購入予約が少なく、車の車検や点検の予約状況もあまり変わらない。
乗用車販売店（販売担当）	・ここ3か月は受注の動きが鈍く、しばらくはこの状態が続くそうである。
住関連専門店（店長）	・物価の上昇や輸入食品の安全問題など、消費者が不安になるニュースや事件が多発しており、景気回復の実感がない。客との会話でも、消費が楽しくない、お金を使いたくないといった消極的な雰囲気を感じられる。
その他専門店 [宝石]（経営者）	・これから3か月間の景気の状態が今のままであればよいが、今よりも悪くなり、更に消費税率10%への引上げが決まると苦しくなる。
その他専門店 [医薬品]（経営者）	・消費税増税の影響は徐々に薄れている。ただし、医薬品業界は同じ商品を販売する同業他社も多いため、更に競争が激化している。今後は消費者目線の取組などによる差別が必要であり、知恵の出し合いとなる。
その他専門店 [食品]（経営者）	・外食関連の伸びは、景気全体が良くなった後に出てくる。
その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・販売単価は低下する可能性があるものの、販売量は特に変わらない。
高級レストラン（支配人）	・外国人観光客が目立つが、レストランの利用は少なく、3か月前と比べても販売量、来客数共に大きく減少するなど、景気の好転につながる要素はない。
一般レストラン（経営者）	・残暑がまだまだ厳しくなりそうである。商店街の人通りはまばらで、近隣の大型ショッピングセンターに人が集まると予想される。
一般レストラン（店員）	・このまま夏は良い状況で稼働するほか、固定客の来店頻度も変わらない。

観光型ホテル（経営者）	・現状はデフレ状態から脱却できていない。期待できるのは欧米人の客が増加していることであり、街中では東アジアや欧米の観光客が多いため、宿泊の増加につながることを期待している。	
観光型旅館（経営者）	・バス料金の改定で、ツアー客の入込や集客の見込みが立たない。	
観光型旅館（経営者）	・景気の回復が地方まで届いていないほか、ガソリン価格の高騰や高速料金の一部値上がりで客足が遠のく。	
観光型旅館（団体役員）	・当ホテルは海水浴場に近いが、夏本番であるのに予約の動きが非常に遅い。週末でも空室があるため、景気が上向くとは言い難い。	
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は好調が続いており、単価も確実に上昇している。飲食部門のマイナスを宿泊がカバーするという傾向が、地区全体のホテルで進んでいる。	
都市型ホテル（客室担当）	・宿泊部門だけを見ると、世界情勢が悪化して訪日外国人が減らない限り、悪くなる要素が見当たらない。	
都市型ホテル（マネージャー）	・客室部門では訪日外国人の増加傾向が続く見通しであり、好調に推移する。一方、宴会部門や食堂部門は先行き不透明であり、季節的な要素よりも個人の消費マインドや中小企業の業績に左右されるため、景気が良くなると思えない。	
旅行代理店（経営者）	・予約受付が年間で最も増える6月後半～7月にかけて、昨年を下回る流れとなっている。テーマパークの新アトラクション人気、関西の旅行代理店の足を引っ張ることが懸念される。	
旅行代理店（店長）	・今は良いが、今後はどうなるか分からない。旅行については先行きが見通せない。	
旅行代理店（営業担当）	・海外旅行需要には不安要素があるものの、おおむね堅調な推移が続く。	
タクシー運転手	・今は下り坂とも感じられるが、今後は横ばいでの推移が見込まれる。	
通信会社（経営者）	・消費税増税による物価の上昇などで、消費者が買い控えを行っている。	
通信会社（社員）	・景気回復の兆しは少しみえてきたが、ケーブルテレビの加入との連動性はあまり期待できない。	
通信会社（企画担当）	・今後の景気回復の状況次第で変わる。	
観光名所（経理担当）	・7月は雨が少なかったほか、それほど暑くもないなど、天候要因は良好であった。大きな台風の影響はあったものの、売上は前年比で10%強のプラスとなり、来客も若年層のグループが増えてきている。体験教室の人気が引き続き高く、売上は前年比で30%近く伸びているため、今後種類を増やす予定である。何となく景気が良くなっていると感じている。	
観光名所（企画担当）	・秋の団体シーズンの取り込みを強化するほか、個人客向けの販促を行い、来場者の確保を図っていく。	
競艇場（職員）	・良くも悪くもなく、現状のままで推移する。	
その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・夏休み期間中となり、8月にはプロ野球が6試合開催され、9月には人気グループのコンサートもあるので、昨年並みの来場者を見込んでいる。	
その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・海外旅行などの方が、やや堅調な動きとなる。	
美容室（経営者）	・この暑さでカットの客は増加したが、パーマは減少気味である。周囲では空き店舗の売却が2件出ている。	
美容室（店員）	・客の来店サイクルが一定になりつつあるため、変わらない。	
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・特に、レンタル売上の前年比は更なる悪化が予想されるため、人気を集めているブックカフェの強化を図りたい。	
住宅販売会社（経営者）	・今の状態が通常なのではないかと感じているため、市場や経済を刺激する材料がなければ、現状のままで推移する。ただし、次の消費税率の引上げ前に何らかの刺激がなければ、後退する恐れがある。	
住宅販売会社（総務担当）	・次の消費税増税までは現状維持が続き、増税前にまた駆け込み需要が出てくると感じる。	
その他住宅〔情報誌〕 （編集者）	・新築マンションの品薄感から、中古物件の動きが活発になったり、中古の流通価格に上昇の兆しが出ている。全体的には横ばいで推移すると予想される。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・競争激化と消費税増税の影響で、売上の減少が継続する。
	一般小売店〔珈琲〕 （経営者）	・消費税増税以降は販売量が減少しているため、引き続き悪くなる。

	一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・中国の食肉の期限切れ問題による影響が少なからず出るほか、豚肉をはじめとする相場が高いことも良くない材料である。通常の景気の動きとは関係のない部分で、業界全体が厳しい状況となる。特に、豚肉の需給は10月ぐらいが最も厳しくなるが、それに伴って牛肉の価格もかなり上がってくる。	
	一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・大型店の安売りが続いたため、来客数は減少し、販売価格も落ち込む。	
	一般小売店〔花〕(店長)	・この暑い時期が終わらなければ集客は難しい。9月の前半までは来客数、売上共に悪くなる。	
	百貨店(売場主任)	・ガソリン代の高騰、猛暑による電力使用量の増加などで、ますます消費者の財布のひもは固くなる。物販の催事や来店を促進するイベントにより、来客数を維持していくしかない。	
	百貨店(売場主任)	・厳しい販売状況が続くなか、近隣に大型のショッピングモールが出店するため、一時的であったとしても、客足の鈍ることが予測される。	
	スーパー(店長)	・原油価格の高騰による物価上昇が懸念される。	
	スーパー(開発担当)	・原油高のため消費者は行楽を控えるほか、関連商品の値上げが進む。	
	コンビニ(広告担当)	・原材料や石油価格の高騰から、日常的な購入商品の価格高騰が定着してきている。	
	家電量販店(店長)	・梅雨明けが遅く、夏の期間が短かった影響が出ている。また、エルニーニョ現象の影響で、今冬の天候が予測しにくい。	
	家電量販店(企画担当)	・新製品のヒットが見込めず、商品単価も下落しているなど、回復傾向がみられない。	
	乗用車販売店(経営者)	・製造業を中心に、円安効果やアベノミクスによって最高益を上げている企業もあるが、まだまだ中小零細企業には恩恵が回ってきていない。今後も中小企業の業績が急回復する可能性は低く、しばらく景気は下向きの動きとなる。	
	乗用車販売店(営業担当)	・新車の販売台数やサービスの申込がかなり落ち込んできている。この状態が続くと、2～3か月後は更に悪くなる。	
	その他小売〔インターネット通販〕(企画担当)	・主要顧客である70代を中心とした層については、消費の好転はなかなか望めない。	
	高級レストラン(スタッフ)	・例年、夏期休暇の後には予約が減る。	
	一般レストラン(経営者)	・盆以降は9月後半ごろまで期待できない。	
	一般レストラン(スタッフ)	・7月の不調は雨が多かった影響と考えられるが、消費税増税の実感が出てきたことも、消費マインドに悪影響を及ぼしている。	
	観光型ホテル(経営者)	・客の収入が増えるわけでもなく、特に良くなる要素が思い当たらない。	
	都市型ホテル(スタッフ)	・消費税増税後の4～5月は落ち着いていたが、6月からの小宴会の需要が居酒屋やビアホールに流れている。立食パーティーも料理数で調整し、前年度の予算に近づけるといった要望が多い。	
	都市型ホテル(総務担当)	・テーマパークのイベントが一段落することにより、集客力が弱まる懸念がある。	
	旅行代理店(広報担当)	・期待と話題を集めたテーマパークの新アトラクションがオープンし、一息ついた感があるほか、夏休みに例年よりも消費を増やした家庭が多いため、その反動で引き締め動きが出てくる。	
	テーマパーク(職員)	・夏のイベントで集客を凶っているものの、なかなか集客には結び付かない。近隣の施設で大型のアトラクションがオープンしたばかりなので、この夏は集客に苦戦しそうである。	
	住宅販売会社(従業員)	・新築マンションの販売価格が上昇傾向にあり、購入意欲の減退が見受けられる。今後も建設費はしばらく上昇することから、販売価格の上昇によって売行きは鈍化していく。	
	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)	・倒産件数が増加する。	
悪くなる	衣料品専門店(経営者)	・3か月後、気温の低下が早まれば秋物は売れるが、暑さが続くと秋物が売れないまま冬になるため、売上は減る。	
	高級レストラン(店長)	・消費税増税の影響か、客の動きが悪くなっている。	
	競輪場(職員)	・アベノミクス効果があった昨年でも悪くなったため、良くなる要素が見当たらない。	
企業動向	良くなる	木材木製品製造業(経営者)	・新規事業が動き出し、売上、利益共に増えていく。

関連		金属製品製造業（営業担当）	・新規の受注もあり、更なる増収が見込める。
(近畿)	やや良くなる	食料品製造業（従業員）	・そろそろ良くならなければ困る。新製品も2～3品出ているが、売行きは今一つである。さらに、中国の食肉の期限切れ問題の影響もこれから出てくる。
		食料品製造業（営業担当）	・今年の夏は残暑が長引く予想であり、飲料水の売上も昨年を上回る。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・医療業界は安定しており、電子化された情報の提供方法を提案することで、まだまだ拡大していく。レジャー業界やビジネス向けの格安ホテル業界も、引き続き販促に力を入れる方向である。
		化学工業（経営者）	・落ち込んでいた売上が、ここへきて少しずつ回復してきている。得意先との会話でも、お盆明けぐらいからは動き出しそうな話が出てきている。
		金属製品製造業（経営者）	・各業界での受注の内示や、予想が上向きつつある。
		金属製品製造業（管理担当）	・9月から名古屋駅前再開発工事の納入が始まる予定である。工期が1年以上となるため、その間は売上の増加が見込める。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・受注量が若干ながらも増加傾向となっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・弱気な中でも、新しい技術を求める顧客が増えている。ただし、新製品の開発というよりも、製品の歩留まり向上を目的としたものが多い。国内の大手企業はかなり雇用者に負担をかけているが、一時の自信を喪失した状態からは少し回復したようにみえる。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・増加傾向にある引き合いを、確実に受注へ結び付けていく。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・秋までこのままの株価で推移するとは考えにくい。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・7月は折込件数がやや回復している。8月は毎年数字が良くないので判断が難しいものの、秋ごろからの復調を期待している。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・4～7月前半までの動きは、駆け込み需要の反動減の影響である。さすがに8月以降は元に戻り始めると予想している。
		変わらない	
繊維工業（団体職員）	・回復までには、もう少し時間がかかりそうである。		
繊維工業（総務担当）	・現在も、円安による海外からの仕入コストの上昇分が十分に吸収できていない。ただし、取引相手国の見直しも進んでいるため、今後は徐々に改善していく。		
繊維工業（総務担当）	・取引先ごとに製品を分けていけば、販売量が確保できるはずであるが、消費者への販売がうまくいかなければ注文が増えない。		
家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達は忙しいが、毎月の配達量は変わらない。		
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・大きな変化はないように感じるが、ガソリン価格の上昇によって運送コストが上がることを懸念している。		
化学工業（管理担当）	・個人の消費意欲が上がってこない。		
化学工業（企画担当）	・原材料価格が高騰しているが、販売価格へ転嫁できていない。猛暑で食品の消費が落ち込んでいるため、販売量の増加による利益の確保も当面は難しい。		
プラスチック製品製造業（経営者）	・現状維持となるか、持ち直すことが予想される。今が底であると思われるほか、季節の切り替え商品が動き出す。		
一般機械器具製造業（経営者）	・最近引き合いが増えているが、ここ数か月の間に受注につながるかどうかは不透明である。		
電気機械器具製造業（経営者）	・2～3年前に比べて円安であるが、慎重に投資するという姿勢は変わらない。		
電気機械器具製造業（企画担当）	・リニューアル物件向けの受注量は確保できているが、新規着工向けの受注量は厳しい状況が続く。		
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・特に良くなる要因がない。		
電気機械器具製造業（営業担当）	・特に大きな物件もなく、明るい材料がない、横ばい状態が続くそうである。		
電気機械器具製造業（営業担当）	・いつもお盆に入る仕事が今年はない。		
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・アベノミクスの効果により、大企業を中心に好決算が続く、給与、賞与もアップしているが、我々中小企業には、その恩恵がまだ届いていない。		
その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新商品の開発が進んでいないため、今のところは変わる見込みがない。		

	建設業（経営者）	・10月以降に向けて、7～8月は少し受注が落ち着くと考えられる。ただし、政治の動きや東京オリンピックなどの外部要因によって状況が変わる可能性もある。
	建設業（経営者）	・今後は東京一極集中や東日本大震災の復興本格化により地域格差が広がる。全国に景気回復の動きが広がることで、中小企業に設備投資意欲が出てくることを期待したい。
	建設業（経営者）	・案件数は多いが、相変わらず受注するには厳しい価格となっている。
	輸送業（営業所長）	・関西国際空港での輸入貨物の配送が減少しており、回復の兆しがみられない。
	輸送業（営業担当）	・必要な物は売れているが、余分な物を買わない傾向がみられる。
	輸送業（商品管理担当）	・消費税増税が影響しているようで、販売量が減少している。
	金融業（営業担当）	・各企業の今後の受注について、現状では予想しにくく、前年との比較では対応できない。
	不動産業（営業担当）	・神戸から事業所が撤退する動きはこれからも続くと思われ、景気は底の状態が続く。
	広告代理店（営業担当）	・急激には良くなるもの、少しずつ回復の兆しが出てくる。
	司法書士	・登記の件数は相変わらず少なく、案件もあまりないことから、現状維持の状態が続く。
	経営コンサルタント	・昨年から行われてきた助成金がそろそろ終了となる。まだこれを有効活用しようとする企業は多く、景気を刺激する効果はある。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今の状況が変わる要素はない。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・原油価格の高騰が続くなか、外出機会が減少するほか、節約志向が更に強まることが懸念される。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・消費税増税の余波がどの程度続くかは予測できない。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・2～3か月後については、見積りや設備投資も含めて変化はない。
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今後の取引先の動きには期待できない。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・取り立てて大きなプロジェクトもなく、イルミネーションの設置が増える11月ごろから動きが出てくる。
やや悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・電気料金とガス代の値上げが、相当大きく影響する。
	輸送業（営業担当）	・建設材料のほか、各種の部品工場の製造は増えているが、それ以外はほとんど製造量が落ちている。
	通信業（管理担当）	・日照りが続いているため、野菜価格が高騰する。
	広告代理店（営業担当）	・夏物の需要期が終わり、秋物に移行していくが、この間のイベントや販促の機会が例年に比べて少なくなっている。
	経営コンサルタント	・消費税率の引上げの影響はやや落ち着くと思われ、それに伴って業績も徐々に上向く。
悪くなる	広告代理店（営業担当）	・5～7月の売上は月を追うごとに前年比が悪化し、先行きが読めない。
雇用 関連 (近畿)	良くなる やや良くなる	—
	人材派遣会社（支店長）	・業種によってはまだまだ厳しいところもあるが、全体的にどの業種も依頼件数が増えてきており、今後の見込みも良い。また、求人数は増えているが、求職者が不足していることから、安定した仕事に就いている人が多いと判断できる。
	人材派遣会社（役員）	・人手不足で事業縮小の動きが加速すれば話は別であるが、東京の好景気が大阪に波及してくれば期待が持てる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西の景気も良くなってきているようで、不動産、医薬品業界の動きが目立っている。不動産は特に相続税の改正もあり、各ハウスメーカーの動きが活発である。
	職業安定所（職員）	・来春の新規高卒求人は、製造業、小売業、サービス業を中心として、前年よりも大幅に増加しているなど、若年労働力の確保に積極的な企業が増えている。また、人材確保のために賃金をアップする事業所もみられる。
	民間職業紹介機関（大学担当）	・企業の採用意欲が減退する動きはみられない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・医療機関に限れば順調に回復しているように感じる。病院の建て替えなども増えている。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・今後の見通しは不透明で、景気は悪くなっていないように思うが、中小企業の経営者は慎重である。
	人材派遣会社（営業担当）	・景気が上昇する要因が特に見当たらない。

	人材派遣会社（支店長）	・しばらくは、急激に良くなるとは考えにくい。
	アウトソーシング企業（営業担当）	・シニア層を中心とした個人消費は増えているが、貿易収支は黒字に戻っておらず、メーカーの黒字もリストラによるものが中心である。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞の求人広告をみる限り、変化はほとんどない。海外事情や大手企業の動向にかかわらず、この先も景気は変わらない。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・どのような世代、職種でも安定した収入が確保でき、最低限の生活が維持できる環境の整備が必要であり、特に高齢者の増加に伴う就業対策が急務となっている。
	職業安定所（職員）	・製造業などでは依然として求人需要は多い。今以上の需要は期待できないかもしれないが、しばらくは今の状態が続く。
	民間職業紹介機関（職員）	・労働者不足が求人の抑制につながる構造は続くが、賃金が上がれば景気は良くなるため、その点は注目される。ただし、当地域では賃金が上がる見込みは当面ない。
	民間職業紹介機関（支社長）	・投資や資金の動きが一巡したのか、求人、求職者側双方に疲労感がみられる。人手不足による生産への影響や景気の減退を懸念している。
やや悪くなる	○	○
悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新聞の広告量からみると、この先1～2か月は落ち込みそのような状態である。