

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)	良く なっている やや良く なっている	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・大きなイベントがあり、来客数が増えている。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・秋に向けて商品の売行きが良くなっている。単価の低い物に限られるが、少しずつ消費が増えそうな感じが出てきている。
		一般小売店〔花〕（店長）	販売量の動き	・彼岸や敬老の日があったほか、決算月でもあるため、多少であるが販売量は伸びている。昨年と比べて多少良くなっている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・中国の株価暴落の影響か、インバウンドの売上が低迷しつつあるものの、百貨店の売上は好調に推移している。
		百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月も前年を上回って推移している。来客数は前年並みであるが、購買率や客単価が少し改善し、売上をけん引している。内容は前月までと大きく変わらず、衣料品が苦戦している一方、雑貨や食品、高額品の動きは堅調である。
		百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・天候や気温の影響がファッション関連に出ている。特に、残暑の厳しかった9月初旬は、前年よりも好調に推移した。一方、直近までは富裕層の購入に頼った売上構成になっていたが、今月に入ってボリューム層の動きが出てきている。株価の影響もあるが、富裕層による絵画や宝飾品の購入が鈍くなっていることが気になる。シルバーウィーク中の売上は、期待を少し上回る水準であった。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・今月に入り、前半は雨が多くて低調であったが、中旬以降は回復に向かい、来店客には買物に対する意欲がみられる。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・野菜や果物をはじめ、生活必需品が8月の天候不順によって値上りしており、売上が押し上げられている。昨年と違い、シルバーウィークがまとまった連休となったため、ごちそうやバーベキュー関連商材などがよく動いた。天候が安定していたこともプラスとなり、来客数、単価共に良くなっている。
		スーパー（店長）	それ以外	・プレミアム付商品券による効果が出ている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・今までは住関連の販売が増えれば、食品の買い控えが起きていた。今月は衣料品の苦戦が続いているものの、住関連が売上をけん引するとともに、食品も売上が安定しており、客単価の低下はみられない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・客がプレミアム付商品券をまだ持っているため、3か月前よりも来店客は多い。ただし、利用の勢いがなくなってきた。地域柄、帰省が年末に集中するため、年末の孫との買物に商品券の利用が集中するかもしれない。
		スーパー（広報担当）	来客数の動き	・生鮮食品の相場高がけん引している感はあるが、食料品は全体的に底堅い動きとなりつつある。食品以外は相変わらず低調であるが、靴や服飾品、電化製品、健康器具など、話題の商品や付加価値の高い商品への支出は増えている。
		スーパー（社員）	お客様の様子	・来客数が増えている。新しい客は一度に多くの商品を買わないため、店全体の客単価はあまり変わっていないが、一度に多くの商品を買う客の数は、確実に増加している。その結果、売上が好調な店舗が増えている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・コーヒーなどのファストフード商品の売上が、引き続き増えている。プレミアム系商品の売上も好調であり、客単価の上昇傾向が続いている。
自動車備品販売店（営業担当）	販売量の動き	・店に看板を付けたことで、近所の新規客が増えている。		
一般レストラン（経営者）	単価の動き	・夏休みに続き、中秋節、国慶節など、アジアの休日に伴う来日が増加する一方で、繁華街でのインバウンドの増加が加速している。ただし、一時よりも中国人客が減り、それ以外のアジアからの小規模な団体が増えているように感じる。中国経済の減速による影響かもしれない。		

	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・この1年以上、ほぼ同じ状況が続いている。中国人観光客を中心とした宿泊が大阪全域で大幅に増え、客室単価もエリアで上昇を続けている。一方、宴会部門の売上は前年比で微増にとどまり、単価が上がる傾向はみられない。レストランも、宿泊の増加による朝食収入の大幅増に支えられているが、ディナーは前年比で若干マイナスである。
	都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・稼働率は高水準を維持しており、客室単価も上昇中である。レストランについても、日によってばらつきはあるが、来客数が増えている。
	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・先月に引き続き、訪日外国人の増加によりホテルは潤っている。
	その他レジャー 施設 [イベント ホール] (職員)	来客数の動き	・中国の経済情勢やドイツの自動車メーカーによる不正問題など、突発的な問題で株価が一時的に急落しているが、長い目で見れば右肩上がりが続くと予想される。
	住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・マンションや戸建分譲用の事業用地の情報が少なくなっている。デベロッパー各社による事業用地の確保に向けた競争が激しくなっている。
変わらない	商店街 (代表 者)	販売量の動き	・シルバーウィークは好天に恵まれ、昨年よりも人出が増えたことで、売上は良かった。ただし、その前後は外国人客を除くと昨年を下回っている。
	商店街 (代表 者)	お客様の様子	・いつものとおり、消費者は必要な物だけを購入している。先行きへの不安が高まっていると感じる。
	一般小売店 [時 計] (経営者)	来客数の動き	・今月の中旬から暑さが落ち着き、天気にも恵まれたため、客足が少しずつ戻ってきた。ただし、日曜日の来客数の落ち込みが激しく、シルバーウィークは完全に開店休業状態となるなど、休日と平日の差が大きく、良いとも悪いともいえない。
	一般小売店 [珈 琲] (経営者)	お客様の様子	・大型店舗や法人店舗は好調であるが、個人オーナーの小型店舗が苦戦中である。特に、消費税増税分の転嫁などが滞っている店舗は、利益が顕著に悪化している。
	一般小売店 [菓 子] (経営企画 担当)	販売量の動き	・9月と6月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は9月が101.7%で、6月が92.0%、関東は9月が108.6%で、6月が105.6%、中部は9月が101.9%で、6月が90.5%、中国は9月が101.2%で、6月が127.1%となり、各地区の平均は9月が102.9%で、6月が98.8%となっている。店舗による好不調はあるが、全国的に前年を上回る動きはめずらしく、好調な様子がうかがわれる。しかしこのまま安定した動きになるかどうかは、しばらく様子を見る必要がある。
	一般小売店 [精 肉] (管理担 当)	お客様の様子	・9月のシルバーウィークで感じたことは、食品の販売は連休であっても以前のように盛り上がることはなく、外食やレジャー関連に消費が大きくシフトしている。消費の傾向が変化し、業種によるよし悪しが分かれていると感じる。
	一般小売店 [鮮 魚] (営業担 当)	来客数の動き	・シルバーウィークもあり、得意先のある梅田方面、阿倍野方面はまずまず売上が上がっているが、既存店では逆に減少している。
	一般小売店 [衣 服] (経営者)	お客様の様子	・小売店の業況は天候次第であるが、9月末に夏日になったため、秋物の売行きが悪くなっている。
	一般小売店 [菓 子] (営業担 当)	販売量の動き	・進物の動きが悪く、低迷した状況が続いている。
	百貨店 (売場主 任)	来客数の動き	・入店数は前年比でマイナス2%となったほか、売上に占める食料品の比率が高い。当店は商圏が3キロと狭く、年配の客が多いため、今月のように雨が多くなると売上に影響が出る。特に、ファッション関係については、まだまだ厳しい。
	百貨店 (売場主 任)	販売量の動き	・3～8月の上半期の売上は前年比で1.1%増となったほか、単月でも8月は1.8%増、今月も同じような推移である。特に、リニューアルオープンした食料品売場が好調となっている。

百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は目標達成の見込みである。ただし、例年に比べて気温が低く、シルバーウィークもあるなど、条件は決して悪くないが、売れているアイテムやブランドとそうでない物の差が大きい。客は、欲しい商品であれば金額が少々高くても購入するが、関心のない商品は金額が安くても見向きもしない。その傾向が、より一層はっきりしてきている。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・今月の20日ごろまでは、店頭売上や優良顧客による高額商品の引き合いが低迷していたが、気候も安定した後半からは、店頭売上は昨年以上に増加した。また、高級ブランド品の購入も増えてきている。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・食料品は堅調であるが、衣料品にまだ大きな動きがない。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・特選洋品や化粧品はインバウンド需要が根強く、堅調に推移しているが、衣料品は好不調の波があり、不安定な動きである。一方、食品の動きは催事も含めて安定している。プレミアム付商品券などの景気刺激策による影響は、ほとんど感じられない。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も入店客数は前年を下回っているが、シルバーウィーク期間中は好天となった影響で、食品催事や特選洋品のほか、婦人用の身の回り品が好調に推移している。今月は売上目標が達成できそうな勢いである。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・この半年間、百貨店では入店客数、買上客数、買上点数が減少する一方、買上単価の上昇傾向が続いている。国内客は必要な物を選んで消費している一方、インバウンドの消費による売上の押し上げが続いている。
百貨店（服飾品担当）	単価の動き	・9月に入り、前半は気温や台風の影響により、入店客数が伸びずに苦戦したが、後半からは新規入荷商品を中心に売上が回復した。化粧品では前年比で2けた以上の伸びがあるほか、この時期に秋冬の売上がピークとなるバッグ類も、都心型の店舗では120%以上の伸びをみせている。衣料品でも、輸入ブランドの高額なダウンジャケットやコートの動きが活発で、昨年よりも大きく売上を伸ばしており、商品単価もアップとなっている。
百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・大型連休となったシルバーウィークは、地元以外の観光客も多数来店し、好調に推移した。ただし、国体の開催以降は来客数が激減し、9月としては前年並みの入店、売上にとどまっている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・相変わらず、不安要素はいろいろと出てくる。直近では電気料金の値上げである。また、中国の景気後退による不安感や、政治への不信感などもあり、消費が好転する要素はない。プレミアム付商品券の利用可能期間もあとわずかとなってきているが、食品や消耗品で消化されているのが現状で、百貨店や専門店の比率は大きく下がっている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・季節の移り変わりが早く、衣料品は回復傾向となり、鍋物商材の動きも良くなっている。シルバーウィークも好天が続き、売上は堅調であった。
スーパー（企画）	来客数の動き	・お盆までは良かったが、8月末から9月にかけての天候不順や、世界的な株価下落を受けて、消費が停滞している。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・4月に店舗を改装した直後に、競合店が閉店したため、来客数、売上共に好調に推移している。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・たばこの売上が前年よりも5%減少したが、弁当の特注などで全体的に変わりはない。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ぜいたく品にはまだまだ消費者の手が出ないように感じる。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・プレミアム付商品券は期待外れで効果がなかった。地元商店街が兵庫県の支援を得て実施しているポイントセールの方が、売上に貢献している。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・今月に関しては秋冬物の買い控えがみられる。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・故障しない限り、家電品を買い換えない客が多く、無駄な消費を抑える傾向がみられる。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・点検サービスの在庫などが多く、売上も増えているが、新車販売の台数が少ない。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・依然として状況は変わっていない。9月が中間決算となっているが、販売台数は前年の約7割となっている。

その他専門店 〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・中国の経済状態の悪化に伴い、株価が日米共に下がっているため、その影響で客が神経質になっている。株を持っている客の心境に変化がみられる。
その他専門店 〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・9月の近畿地区は落ち着いた気候となった。17日からダイレクトメールを投入したこともあり、来客数や買上点数が増え、売上も確保できている。
その他専門店 〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・売上は昨年よりも少し増えているが、仕入価格の高騰などで利益率は下がっている。売上の伸びも景気回復の影響ではないように感じる。
その他専門店 〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・株安ムードでは、景気も盛り上がらない。
その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・宝飾品購入の優先順位が低い客と、順位を考える必要がないほど余裕のある客の差が、顕著にみられる。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・他社との連携により、今まで展開できていなかった低価格帯の商品を販売したところ、顧客の反応が予想以上に良かった。ただし、全体としては厳しい状況が続いている。
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	・電話がかかってくる件数や客単価には変化がない。
高級レストラン（スタッフ）	単価の動き	・シルバーウィーク中は、お盆休みのように夫婦で少しぜいたくな食事を楽しむ客が多かった。
高級レストラン（企画）	来客数の動き	・料飲部門の来客数の動きに不安がある。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・シルバーウィークは非常に多くの客が来店したが、その前後の調整が大きく、トータルとしては厳しい状況となっている。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・シルバーウィークは前年を大きく上回る集客となったが、それ以前の推移は前月までと大きく変わっていない。ただし、関東と比較すると9月も優位性は維持している。
一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・中国の景気減速の影響で株価が下がっている。景気の減速とまではいかないが、これまでの伸びの勢いが少しなくなり、停滞感が出てきた。一方、シルバーウィークやプレミアム付商品券への期待感で、内需が高まってきている。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	来客数の動き	・シルバーウィークは行楽地が好調となったようであるが、市街地の喫茶需要は逆に低迷した。また、雨も多く、客足は低迷している。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・顧客の入れ替わりは相変わらず多いが、新規客が毎月しっかり取れている。
観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・9月は5連休のシルバーウィークも好天に恵まれ、売上の増加に大きく貢献した。また、地方創生関連の政策に伴い、当地域でもお土産の購入券を宿泊客に配布したことから、売店などの付帯売上高も大きく伸びている。
観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・プレミアム付商品券の利用など、行政のバックアップが追い風となっている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・シルバーウィークの客の入込が良く、前年比で約20%増えている。客単価も2～3か月前と比べて、5%ぐらいは伸びている。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・法人の宴会予約は昨年並みであることから、企業業績は改善していない。しかし、宿泊は相変わらずインバウンド効果によって好調である。
都市型ホテル（総務担当）	単価の動き	・依然として海外からの宿泊客は多く、客室の販売価額は高水準を保っている。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・訪日インバウンド需要は引き続き堅調であるが、海外旅行の個人需要は厳しい状況である。
タクシー運転手	来客数の動き	・気候が良くなってきたため、近距離は歩く人が増えているが、酒を飲む機会が増えているため、全体の利用状況は変わらない。
タクシー運転手	お客様の様子	・流し営業での収入は3か月前と大きな変化はなく、特に景気が良くなっているという印象はない。

	タクシー運転手	競争相手の様子	・9月に入って涼しくなった影響で、タクシーの利用率が低下している。
	タクシー運転手 通信会社（経営者）	お客様の様子 お客様の様子	・行事もないため、横ばいとなっている。 ・個人消費が低迷しているとの声が聞かれる。
	テーマパーク（職員）	販売量の動き	・今月はシルバーウィークの影響で好成績となっているが、それ以外のウィークデーの状況があまり良くない。
	ゴルフ場（支配人）	競争相手の様子	・景気の動きや状況についての判断が難しい。
	パチンコ店（店員）	お客様の様子	・景気の悪い話をよく耳にする。
	美容室（店員）	来客数の動き	・シルバーウィークがあったため、来店周期が延びている。
	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	・DVDのレンタルや販売、ゲーム、書籍などの全アイテムについて、珍しく前年並みの売上で推移している。
	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・あまり良くない状態で安定している。資材の値上がりなどで販売価格が少し上がると、客が敏感に反応する。
	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・引き続き来客数が低迷したままである。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・マンションと戸建住宅を比較した場合、マンション購入者の比率が高まっている。ライフスタイルが都市型にシフトし、車を持たないという考えも定着しているように感じる。また、投資用の区分所有物件の売行きも好調のようであるが、郊外の戸建住宅の分譲地は未売却の空き地が目立っている。
	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・先月までは契約件数が少し増加傾向にあったが、今月はシルバーウィークなどの影響もあり、最終決断までに時間がかかっている。
	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	・不動産の取引価格や取引事例については、あまり変化がみられない。
	その他住宅[展示場]（従業員）	来客数の動き	・9月の住宅展示場の来場数は、前年と同じぐらいで変わらない。
やや悪くなっている	一般小売店[衣服]（経営者）	販売量の動き	・夏物バーゲンの動きが非常に悪かった。来客数も減ってきており、店のある商店街を往来する人の数が更に減ったように感じる。消費者の購入場所は、商店街や町の小売店からますます離れていっている。
	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・富裕層向けの外商売上は、前月と同様に前年比で微増を維持しているが、売上全体を押し上げていた外国人観光客の売上が落ちてきている。外国人観光客の数にはそれほど落ち込みはないが、7月ごろまでと比べると、百万円を超えるような高額品の販売点数が減少してきている。
	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド消費は依然として好調であるが、国内客による高級時計や海外ブランドの高額品の購買は減少している。中国の景気減速による世界的な株安が、客の消費マインドの低下要因となっている。
	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・気温の低下に伴い、中価格帯の秋物衣料は堅調な動きとなっているが、高価格帯の衣料や耐久消費財の動きにブレーキがかかっている。特に、購入特典がない期間の売行きが悪いなど、客は価格メリットに敏感である。
	百貨店（営業企画）	販売量の動き	・競合の影響も否定できないが、百貨店の代表商材である婦人服の販売が芳しくない。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・プレミアム付商品券の特需も一服し、日経平均株価も1万7千円台と、アベノミクスが停滞している。安保関連法案の成立などで先行きの不透明感が高まり、消費にも陰りがみられる。特に食品以外の動きが鈍い。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・季節が変わっても、秋物商品の動きが活発になってこない。生活必需品以外は横ばいか、若干の悪化傾向となっている。

		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・例年よりも、昼の時間帯に雨が多い。気温も下がり、飲料水やひきたてコーヒー、冷やし麺の売上が急減している。
		コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・夏は好天の影響で良かったが、今はやや下向きとなっており、元に戻っている。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・一気に季節が秋めいて涼しくなったため、夏物処分のセールへの来店状況が厳しくなっている。一方、シルバーウィーク期間の秋晴れは、来客数の増加に大きく貢献している。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・少し前まで景気や株価の話をしてきた客が、今は先行きが不安だと悲観的になっている。世界的な景気低迷が日本にも影響を与えている。
		乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・来客数は例年並みであるが、9月後半は明らかに減ってきており、減少の動きが早い。
		住関連専門店（店長）	お客様の様子	・客と会話をしていると、関心がグルメやレジャー、旅行、生活必需品にしか向いていないと感じる。また、9月はここ数年、売上が以前ほど増えなくなった。シルバーウィークなどの連休が増えたせいで、消費をレジャーに取られている。物販は観光やグルメ以外は販売機会を失っており、来客数も減少傾向にある。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・シルバーウィーク直前の問い合わせは多かったが、ホテルも航空券も取れない。高額な欧州方面の予約が、政情不安や難民問題で大きく前年を下回っており、昨年の水準の維持に苦戦している。
		旅行代理店（店長）	単価の動き	・海外旅行や高額商品、ビジネスクラスなどの予約件数が減ってきている。高額商品の相談自体が減っており、旅行の優先順位が下がってきていると感じる。
		旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・シルバーウィークが好調に推移し、間際受注も多く発生したため、今月の状況は良い。ただし、ドイツの自動車メーカーの不正問題による世界経済への影響の懸念が、客から早くも出ており、少し様子を見るといった声も聞かれる。
		美容室（店長）	単価の動き	・客の節約志向が強まり、購入する化粧品のランクが下がっている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・広告に対する客の反響が非常に悪い。
	悪くなっている	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・昨年に比べて涼しくなる時期が早いものの、秋物の売れない状況が続いている。また、昨年までは9月になっても夏物が売れていたが、今年は夏物も秋物も売れない状態であり、在庫が増えるため、今後の仕入れにも影響が出る。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客の話では、製造業がかなり悪いとよく聞く。近隣の飲食店も今月で閉店になり、大型連休は商店街の人通りが少なかった。
		競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は11,085円であり、今月は9,993円と下がっている。
企業動向関連 (近畿)	良くなっている	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は前年比で約20%増と大変好調であり、消費税増税後の悪化分を除いても10%以上伸びている。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・海外の取引先向けの販売量は大きく増えていないが、技術的な相談が活発になってきている。海外でも企業の淘汰は進んでおり、勝ち組の動きが出てくれば実需も増える。海外の取引先には日本企業の海外拠点も含まれており、国内の取引先はいまだに元気がないが、海外向けの手伝いをすることが増えてきている。
	やや良くなっている	食料品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・天候に恵まれ、イベントが予定どおりに行われており、販売量は前年を3%ほど上回っている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・特に、新築マンション向け商品の受注量が増加してきている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・航空機を中心とした引き合いが増えている。
		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	・今年のシルバーウィークは19～23日の5連休であり、天候に恵まれたこともあって、大阪市内の各駅は軒並み乗降客でにぎわった。テーマパークは相変わらず大盛況のようであるが、歴史的建造物も根強い人気があり、同期間中は外国人旅行者を中心に周辺駅で混雑がみられた。

	その他非製造業 [民間放送] (従業員)	受注量や販売量の動き	・世界経済の先行きには不透明感が増しているものの、国内の広告市況にはまだその影響を感じない。
変わらない	食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・9月に入って気温が急に低下したため、飲料水の売上が思った以上に伸びていない。
	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・主力商品に対する法人需要の動きが悪い。
	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	競争相手の様子	・内需関連の製品の動きが悪い。
	出版・印刷・同関連産業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・先月から今月にかけて、受注量は少し増えてきたように感じるが、来月の見通しがまだ立ってこない。周囲でもあまり良い話は聞かれない。
	化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・国内向け、海外向け共に販売数量に大きな変化はない。
	プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・発注量、受注量共に、底に近い水準で推移している。商品の動きは悪いものの、完全に止まってはいない。
	金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・輸出関連の製品は好調であるが、輸入品と競合する製品は採算が悪く、対抗できる状態ではない。
	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・最近の受注状況は変則的で、継続的な取引は停滞気味である。一方、大型案件の引き合いが活発となっている。大型案件は交渉期間や納期が長いいため、まだその恩恵はないが、成約に至れば、継続取引の不調を補ってくれると予想される。
	電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・生産自体は増産傾向にあるが、世界の種々の変化があるために、今後の計画は慎重な気がする。一方、研究開発については前向きとなっている。
	電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・ほぼ前年並みの荷動きとなっており、景気が上向く傾向はみられない。
	電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・売上は増えたが、受注が減少している。
	その他製造業 [事務用品] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注量に変化がない。
	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・販売量は微増が続いている。市場全体としては、少し上向いているように感じるが、販売量はそれほど増えていない。
	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・技能労働者や現場監理技術者の不足が慢性化している。そのような状況のなか、厳しい工期や建設資材の納期問題を抱えての、価格競争が繰り広げられている。
	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・契約間近になってから、案件が他社の値引き攻勢によって奪われるケースが続いている。
	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・配達金額はあまり減っていないが、件数が昨年比で10%ほど落ちている。
	金融業[投資運用業](代表)	それ以外	・中国の株安による影響が一段落するまでは、株に手を出せない。出来高も減ってきている。
	新聞販売店[広告](店主)	受注量や販売量の動き	・折込件数や購読数が少し減りつつあるが、極端な減り方はしていない。
	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・前年の売上を何とか上回る月が続いているが、大きく超えているわけではない。
	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・広告は関西で特に大きな動きもなく、安定している。
広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・今月はシルバーウィークに販促イベントが集中し、受注につながったが、8月から9月前半にかけては低迷したので、全体的には変わらない。	
コピーサービス業(店長)	受注量や販売量の動き	・今月の上旬は受注量がやや減少するかと思われたが、結果的には例年どおりの推移となった。	
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	・9月は決算期やシルバーウィークがあつてバタバタしたが、売上は増えていない。	
その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	取引先の様子	・引き合いや見積、受注量にはほとんど変化がない。	
やや悪くなっている	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・今月はシルバーウィークがあり、連休前までは少し上向いていたが、休み明けからは少し停滞している感がある。何とか昨年並みぐらいまで持ち直したかったが、小売店での売行きが芳しくなかった。

	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・得意先の在庫調整が進んでいないため、受注が減ってきている。	
	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・シルバーウィークの影響で、出荷量が思いのほか伸び悩んでいる。	
	金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・土木や空調、太陽光関連などで目立った受注がない。若干ながら、ステンレス関連の受注があるくらいである。	
	通信業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・野菜の高騰で物価は上がり始めている。	
	金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・中国の株式市場が不安定なため、受注額が定まらず、今後の不安材料にもなっている。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸から事業所が撤退しているため、賃料が下がっているほか、空室率が上がっている。また、賃貸マンションや社宅のニーズも減るといった状況が続いている。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・クライアントの売上をみていると、製造業はかなり順調であるが、小売業、特にスーパーマーケットの売上が増えず、前年を下回る状況が続いている。	
	経営コンサルタント	それ以外	・近隣の商店街や各小売店の状況を見ると、かなり急速に悪化している。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・取引先の仕事量が減っており、それに合わせて当社の出荷量も減っている。	
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・アベノミクスが浸透していない。	
	悪くなっている			
雇用 関連 (近畿)	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・需給のバランスが良く、入職数が増えてきている。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・3か月前と比べて、新規顧客からの受注獲得や既存のクライアントからの長期オーダーが増えている。また、求人企業もかなり増えており、求人誌をみても、直近では珍しいほどの求人数となっている。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・新聞の求人広告には落ち込みがみられず、今月も安定している。求人は中小企業が主体であるが、採用意欲が感じられるなど、景気は引き続き上向いている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・労働者派遣法が改正されたが、今のところは派遣先企業やスタッフの動きに変化がない。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・労働者派遣法の改正で、企業が直接雇用へ切り替えている流れはあるが、ここへきて派遣求人数がやや減り始めている。景気動向との関連を含め、背景は今のところ不明である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・広告出稿の推移をみても、好景気になったという実感が乏しい。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は前年比で10.7%増加した。製造業をはじめ、チェーン展開するスーパーや飲食店などで増加がみられた半面、生活サービス・娯楽業、卸売業、宿泊業では減少となった。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は産業ごとに多少の増減はあるものの、全体的には増加傾向が続いている。中途採用者や新規学卒者を対象とした就職面接会では、求職者の参加人数が以前に比べて少なく、採用枠の確保に不安が生じている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・インバウンド需要の影響で、宿泊、飲食サービス業の新規求人は好調であるものの、製造業の新規求人数の増加には一服感がみられる。
		民間職業紹介機関（職員）	それ以外	・当地の日雇い労働市場は、建設作業員不足が進んでいる。賃金がいくらでも上がらなければ、状況は上向かない構造になっている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・新卒に関しては、9月以降も採用活動が継続している。就活時期の変更もあったが、それ以上に人材が不足している感がある。
学校〔大学〕（就職担当）		求人数の動き	・各企業の採用担当者からは、来年度の新入社員の確保が厳しいという話がよく聞かれる。ただし、昨年度よりも求人数を増やしたわけではないとのことである。	
学校〔大学〕（就職担当）		求人数の動き	・求人数が順調に伸びている。	

	学校 [大学] (就職担当)	採用者数の動き	・学内で合同就職説明会を実施したが、病院などからの参加希望は増えている。雇用の情勢については、医療関連ではまだまだ人手不足が続いているように感じる。
やや悪くなっている	人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・アジア系の外国人観光客数が、以前に比べて減少傾向にあると感じる。
	アウトソーシング企業 (管理担当)	それ以外	・今月に入り、仕事の依頼が止まっている。
悪くなっている	-	-	-