

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)		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・8月に入り、食料品の日用品関連の動きが良く、入店客数も7月に比べて増えている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・今月の売上は前年比で27%増と大幅な増収となる見通し。主な要因はインバウンド売上の急増で、5月時点では免税売上が55%増であったが、8月は92%増と更に拡大している。これまで好調であった化粧品売上の増加に加え、今月は特選ブランドの売上が目立っている。店全体の売上に占める免税売上のシェアは、5月の27%から8月は34%にまで上昇している。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・引き続き、富裕層を中心とした高額商品の動きが良い。また、客単価が高いインバウンド消費も継続的に伸びている。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・月初旬の天候不順により、7月後半から回復していた盛夏商戦のスピード感は一度落ちたものの、中盤以降は徐々に盛り返した。特に、都心店舗の化粧品の売上は前年比で120%、郊外店舗でも105%と伸び、婦人関連の売上がけん引している。一方、衣料品関連は、都心店舗では好調なもの、郊外店舗はやや前年を下回る形になっている。雑貨関連では、靴の単価がダウンして前年割れとなっているが、パラソルなどの商材は好調を維持している。秋の先行商材も、バッグやアクセサリーを中心に買上額は高く、ブランドによる差はあるものの、春から好調であったブランドは秋商材の動きも良い。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・衣料品売上は前年を下回って推移しているものの、インバウンド売上が非常に好調で、売上全体の15%に迫る勢いとなっている。トータルとしても、前年を大きく上回っている。
		百貨店（売場マネージャー）	単価の動き	・今年は前年と比較して涼しかったこともあり、これまでずっと厳しかった衣料品に動きが出てきた。夏物セール商材よりも比較的買やすい価格帯の、秋物薄手の定価商品が好調となり、単価も上昇している。また、輸入ブランド、化粧品、食料品は前月に続き堅調で、店全体の売上も前年を上回っている。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・今月は猛暑となったが、京都地区は天候にも恵まれ、入店客数が前年を4%ほど上回っている。また、紳士、子供ファッション、リビング用品の売上も、前年並みに回復してきた。インバウンドの免税売上では、時計の需要が回復し、前年比で倍増している。美術品や時計、宝飾品など的高額商品の売上も20%増加するなど、富裕層の需要増も顕著である。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・店舗全体では、前年を若干上回って推移している。婦人服などの一部で前年割れがみられるが、そのほかの商品は健闘しており、全体でも買上客数が前年比で0.5%ほど増えている。また、引き続き訪日外国人の売上が化粧品、特選衣料、雑貨で2倍以上の増加となっている。
		百貨店（宣伝担当）	販売量の動き	・売上、入店数共に好調である。特に、入店数は猛暑日が続いているほか、雨が少ないこともあり、前年比で7%増と大きく伸びている。アイテム別には、インバウンド売上のシェアが大きい雑貨、特選宝飾品だけでなく、婦人服、紳士服も前年を上回っており、インバウンド売上を除いた基調が回復してきている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・楽観はできないが、8月は食品の買上点数が回復基調にあり、食品以外でもレジャー関連の支出が安定している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の減少が続いているが、傾向としてはやや良くなっている。客単価は横ばいの動きであったほか、お盆など、ハレの日の需要も堅調である。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・アイスコーヒーのシーズン限定商品や、常温のフライドチキンなどにより、売上増につなげている。
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・猛暑の影響もあり、ドリンク類の売上が好調であった。また、イートインコーナーの利用率も相変わらず高く、コーヒーやファストフード類の売上も好調である。	

コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・西日本は雨が少なく、蒸し暑い猛暑日が続いている影響で、飲料、アイス、生鮮品などが売上に貢献している。根本的に大きな変化はない。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・暑い日が続く、アイスや飲料水などの、プラス1品の購入が多い。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・例年どおり、お盆期間は予約で満席になるほどの来客数となっている。
高級レストラン（企画）	来客数の動き	・8月に入り、料飲施設の来客数が増加傾向にある。また、宿泊に関しても、客室単価の伸びはないものの、稼働率は高水準で推移している。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・お盆休みや休日の増加で、実質的な営業時間は減少しているにもかかわらず、売上は横ばいであった。また、繁忙期の前に、繁華街ではインパウンドの集客策として、ファサードの工事や外国人向けのメニュー変更など、事前の対策を実施した。その結果、効果的な売上増につながっている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・平日の来客数が増加傾向に推移している。
一般レストラン（企画）	単価の動き	・来客数の前年比は、前年のリオデジャネイロオリンピックの反動を考えると少し悪化していると思われるが、6月以降は客単価が前年を50円程度上回っており、売上を支えている。関東、関西、関西以西共に、同じ傾向がみられる。
都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・引き続きアジアからのインパウンドにより、宿泊は好調である。婚礼については、少人数の利用が増えているが、8月は順調に受注できている。
タクシー運転手	来客数の動き	・神戸では開港150周年ということで、各地で様々なイベントが行われている。それに加えて雨もそれほど多くなく、暑い日が続いているので、タクシーの利用が増えている。
美容室（店員）	単価の動き	・猛暑続きのため、夏用のスッカリ系のシャンプーなどを追加購入する人が増え、頭皮のスパといった追加メニューのオーダーも増加している。
住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・毎年8月は閑散期となるが、今年は予想に反して住宅契約件数が2けたとなるなど、非常に良い結果となった。特に新築住宅の需要が多かったが、これが一時的な動きかどうかは、先行きを見守る必要がある。
住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・依然として、市内中心部の地価は高めで推移している。それにより消費者の需要が高まるわけでないが、不動産業界の雰囲気は底上げしているのは確かである。
その他住宅[展示場]（従業員）	来客数の動き	・8月の住宅展示場への来場数は、前年比で約1割増加している。
商店街（代表者）	お客様の様子	・客足の引きが早く、19時には客がいなくなる。
商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の通行量は、いつも真夏になると減少し、販売量が少なくなる。
一般小売店[事務用品]（経営者）	販売量の動き	・暑い夏となったが、商談は低調で、秋に向けても案件は少ない。
一般小売店[菓子]（経営企画担当）	販売量の動き	・8月と5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8月が101.6%で、5月が116.7%、関東は8月が101.7%で、5月が87.2%、中部は8月が98.0%で、5月が93.7%、中国は8月が96.7%で、5月が94.8%となり、各地区合計の平均は8月が100.2%で、5月が103.6%となっている。全体としては5月も8月も前年を超えており、まずまずに見えるが、相変わらず店舗、地区でばらつきがあり、安定していない。
一般小売店[精肉]（管理担当）	販売量の動き	・景気全体としては変わらないが、傾向としては、このお中元商戦は厳しいと感じる。特に、法人の利用が減るなど、儀礼的な慣習はますます減少傾向にある。その代わりに、個人の消費は活発であるように思うが、レジャー要素の強い分野に偏っている。
一般小売店[鮮魚]（営業担当）	それ以外	・店頭の様子をみていると、少し暇だと感じたが、売上はほぼ横ばいである。
一般小売店[野菜]（店長）	それ以外	・デフレ脱却への取組はどこへいったのか、相変わらず安売りでしか物が売れない。

一般小売店 〔酒〕（社員）	お客様の様子	・高単価の客は、相変わらず来客数の前年割れが続いている一方、低価格帯のワインの売行きも前年を少し上回っている。出費を絞るでもなく、太っ腹に使うでもない、安定した状況にある。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月も目標達成の見込みである。傾向としては従来と変わらず、インバウンドが好調な上、国内客についても都心部は集客効果があり、前年比で増収となっている。ただし、今月はほぼ全部門が好調であるが、化粧品、高額品などに引張られる傾向に変化はなく、客の財布のひもが緩くなった実感はない。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・外国人観光客の売上が、前年比40%増と大きく伸び、売上全体の増加に寄与した。また、安定的な株高傾向により、高額品も好調に推移している。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・インバウンドの売上は好調を継続している。富裕客についても、月後半の海外高級ブランド、秋冬物衣料の受注が、例年よりも好調になっている。
百貨店（役員）	単価の動き	・富裕層による高額品の需要はみられるが、中間所得層の購買意欲が上向いているとは思えない。化粧品、食料品などの生活必需品は伸びているが、衣料品、特に婦人服、子供服の落ち込みが回復してこない。地方都市は中小企業が多く、景気が良くなっても消費者の可処分所得が増えていないため、消費にお金が回らず、生活に必要な物以外は買い控えられている。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・台風や暑さなどに苦戦している店舗はあるが、都市型店舗は免税売上が依然として好調である。売上が低めとなる8月には大きな力となり、全体を支えている。
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に変化はなく、目標や前年実績を大幅にクリアできそうである。特に、化粧品や特選洋品は、相変わらず好調に推移している。また、夏休みの催事企画も好調で、来客数、レジ客数共に、前年比の約5%増で推移している。
百貨店（販促担当）	来客数の動き	・来客数が前年割れとなっている。購買率や客単価は前年を上回っているが、客の減少で売上も苦戦している。衣料品が不振で、雑貨や食品関連が堅調という傾向も、前月までと大きな変化はない。関西の夏は暑いため、涼しさを感じられる食品が、好調に推移している。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・夏物衣料は全体的に、鮮度の高い定価商材の動きは堅調であるが、特価商材は不調である。その時に必要な物を求める傾向は、ここ数か月変わらない。安くても必要のない物は買わない傾向が続いている。また、全体的には関西はインバウンド需要が好調で、それを除くと微減状態であるなど、国内の個人消費は厳しい状況が続いている。
百貨店（営業企画）	販売量の動き	・6月の競合店のリニューアル以降、売上の減少が続いている。台風のほか、施策の違いなどの特殊要因が多く、原因の特定が難しい。入店客数などは回復傾向にあるが、消費に力強さが感じられない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・夏休みやお盆でのイベントではお金を使い、その分、普段の生活費を節約するような買物の傾向が見受けられる。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年並みでも、販売点数が減ってきている。もう1品買ってもらうための施策が必要であり、試食のほか、売り込みのために売場を広げたりしているが、大きな効果はみられない。
スーパー（企画担当）	それ以外	・上半期を振り返っても、全体では売上が前年割れとなっている。改装店舗は前年を若干上回っているものの、既存店の前年割れをカバーできる数字ではない。近年オープンした店舗も、状況は良くない。競合店の出店や、人材不足による売場のサービスレベルの低下なども、要因の一つである。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年並みで推移している。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・小売各社による値下げの発表は、消費者の低価格、節約志向への対応と報じられているが、一概に消費が減少しているとはいえない。良い物には支出を惜しまないが、不要な物や価値を感じない物には支出をしない傾向が進んでいる。

スーパー（社員）	販売量の動き	・当社が出店している地域では、例年以上に暑い日が続いており、夏物衣料や雑貨の動きが良い。堅調な食品部門と合わせて、全体の販売数量は増えている。
コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は減ったが、単価が伸びたため、全体としては横ばいである。要因としては、電子たばこの販売の好調が挙げられる。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・暑さの影響で、飲料や冷たい物がよく売れている。夏休みでもあり、来店する客にも家族連れが多い。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・天候に左右され、パンやファストフードの売上は日による差が大きかったが、全体的に大きな変化はない。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・ unnecessaryな物を買わなくなった客が増えている。
家電量販店（経営者）	販売量の動き	・猛暑効果でエアコンなどの動きは良いものの、夏物家電以外の動きが悪く、販売増につながらない。
乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・例年どおりの動きである。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・客からの問い合わせの動きに変化はないが、具体的な商談に発展しないケースが増えている。
その他専門店【医薬品】（経営者）	それ以外	・化粧品では、カウンセリング販売による女性のしわ取り用の商品や、泡の出る洗顔商品の動きが良い。同じ用途の商品であっても、メーカーがどれだけ力を入れているかによって、販売数量が全く違う。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・目的買いの客も、在庫がなかったり予算が合わなかった場合に、探しても買うほどの執着がない。
その他小売【インターネット通販】（企画担当）	お客様の様子	・カタログ掲載品について、トップの商品については客の反応があるが、2点目の購入にはなかなかつながらない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食店は天候に左右されやすいほか、暑さが厳しい昼間は、近くの商店街にも人通りはなく、来客数が伸びていない。
一般レストラン（経理担当）	それ以外	・回復ペースはやや緩やかになりつつも、関東での集中豪雨や、関西の猛暑などで客足は失速しており、消費動向に陰りがみられる。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・例年どおりの動きであり、来客数、売上共に大きな変化はない。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊はインバウンドを中心に好調が続いている。例年利用のあるスポーツ団体が予定より早めに退館したが、キャンセル分の空室を高単価で販売できたため、収入が増えた。さらに、朝食の利用も大幅に増えており、宿泊と共に前年比で約110%と伸びている。一方、宴会部門は低調で、前年割れとなっている。
都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・客室単価が前年割れとなる傾向は、これまでと変わらないが、客室稼働率はほぼ前年並みとなっている。一方、宴会及びレストラン部門は、前年を上回る見込みである。
都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・アジア圏、特に中国からの客が増えたことにより、外国人比率が前年よりも2.1ポイント上がっている。それにより、売上も2.5%増で推移している。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・個人消費の回復の兆しがみえない。
旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・夏休みの旅行は、先行申込が少なかったために心配したが、実際の駆け込み需要があり、前年とほぼ同じ売上となっている。
タクシー運転手	お客様の様子	・暑さによる利用はあるが、企業には忙しい雰囲気が見られない。
タクシー運転手	お客様の様子	・猛暑日が続くなか、天候不順などにより客の乗車機会がやや増えている。
タクシー運転手	お客様の様子	・日に日に悪くなっているように感じる。特に、手を挙げる客が減少している。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・顧客の受注状況に大きな変化はない。
通信会社（社員）	販売量の動き	・販売状況は落ち込んでいるが、夏場は例年落ち込むので、大幅なダウンとは考えていない。
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・今年の夏は雨が多かったにもかかわらず、来客数は前年並みで推移している。
競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は10,117円で、3か月前の10,111円から、ほぼ横ばいである。

その他レジャー施設 [ イベントホール ] (職員)	来客数の動き	・景気は緩やかな回復基調にあるが、イベント来場者は増えていないほか、商品の購買意欲が芳しくない。
住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・分譲マンションの新築物件は、土地や建物の原価上昇により、販売価格の高騰が予想される。ただし、売行きに停滞感もあり、価格を上げられる状況ではない。
住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・集客はやや減少気味であるが、見込み客は減っておらず、契約量に変化はない。
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	・金融機関や不動産取引の動きに変化はみられない。
その他住宅 [ 情報誌 ] (編集者)	お客様の様子	・分譲マンション市場は、更なる二極化の動きが顕著となっている。都心のタワー物件を中心に、高額物件の動きが活発である一方、郊外の1次取得者向けの物件は動きが弱い。
一般小売店 [ 時計 ] (経営者)	来客数の動き	・連日の暑さに加え、各地で起こっているゲリラ豪雨などのニュースで、消費マインドが沈み気味である。また、夏休みの影響か、暑さで外出を控えているのか、修理の完了を連絡しても、なかなか来店しない客が目立つ。昼間の人気のない通りをみても、景気の良い状態には程遠い。
百貨店 (販売推進担当)	来客数の動き	・インバウンドを除く来客数が、確実に落ちてきている。特に、国内の固定客の動きが、ここ1か月は鈍くなってきている。
スーパー (経営者)	単価の動き	・空梅雨の影響で野菜が全面安となった一方、果物は最大の需要期に桃やぶどうなどが生育遅れとなり、高単価品の出回りが遅れた。同業他社は売上確保のため、月後半は価格訴求の動きを強めるなど、全体に単価が上がらない月となっている。
スーパー (店長)	販売量の動き	・買上点数の減少が続いている。
スーパー (店員)	単価の動き	・お盆明けごろから、野菜が値上がりしたため、特売日しかあまり売れない。
スーパー (企画)	単価の動き	・総合スーパーでは、特に衣料、住関連品などが大変苦戦している。一方、これまで食料品は好調な実績であったが、春以降の動きが怪しい。食料品の既存店売上は、前年並みにまで落ちてきている。
家電量販店 (店員)	販売量の動き	・お盆が終わり、エアコンなどの主力商品の販売量が大幅にダウンしている。
家電量販店 (企画担当)	来客数の動き	・やはり季節要因の影響があり、お盆明け以降は来客数の落ち込みが大きい。また、学校の2学期のスタートが早くなった影響も出ている。
乗用車販売店 (販売担当)	来客数の動き	・モデルチェンジの効果が落ち着きつつある。
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	・新しいカタログを発刊しても、客の反応が薄い。節約意識から、予備の衣料品の購入は控えられている。
その他飲食 [ 自動販売機 (飲料) ] (管理担当)	お客様の様子	・大きな変化がない。目玉となる動きもないまま、季節が移り変わっている。
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・今月は前年に比べて悪いわけではないが、月末になって、来客数の極端に少ない日が目立つ。
観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・海辺の旅館では、月前半の動きがかなり鈍く、来客数が減っている。
都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・宴会受注件数が減り、旅行社からの送客数も減少している。
旅行代理店 (役員)	来客数の動き	・北朝鮮のミサイル問題によるグアム旅行のキャンセル、インバウンド急増によるホテルなどの宿泊施設不足、インターネット業者の台頭による客離れと、トリプルパンチを受けている。
美容室 (店長)	販売量の動き	・今月も基本的に良くはなかったが、化粧品が売れて売上目標は達成できている。
その他住宅 [ 住宅設備 ] (営業担当)	お客様の様子	・修理部品の単価上昇により、部品交換の承諾件数が減っている。

	x	衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・7～8月になってから高価な商品が売れなくなり、安い商品に移行している。為替の影響や、国内での運賃上昇のため、仕入価格は上がっているが、安い価格の商品しか売れない。
	x	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・仕事はある程度入っているが、人手不足が深刻で、売上が増えない。
企業 動向 関連 (近畿)		電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・国内外の取引先からの引き合いや発注が増えているほか、何とか円安傾向が続いていることも貢献している。ただし、わずかに円高に振れているようで不安である。4か月以上先の動向で、今一番心配しているのは、今の政権の身勝手な行為により、年内にも景気が悪化することである。
		食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・西日本は天候が良かったので、飲料水の売上が少し増えている。
		金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・自動車関連を中心に荷動きが活発で、特にハイブリッド車や電気自動車関連が増産傾向にある。それ以外でも、日本から供給している部品は好調である。
		電気機械器具製 造業(宣伝担 当)	受注量や販売量 の動き	・単価の高い有機ELテレビが数社から発売され、実売金額ベースでは、空気清浄機を上回る推移をみせている。エアコンは前年を割り込んだ荷動きとなっているが、冷蔵庫や全自動洗濯機などの大型商品は、前年を上回る動きとなっている。
		電気機械器具製 造業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・少しであるが、受注が増えている。
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・受注が堅調に伸びている。無電柱化の動きに関しては、無電柱化の推進に関する法律が成立したという追い風もあり、引き合いが多い。
		食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量 の動き	・長期のお盆休みもあったが、休み前後の動きなどで、月全体では平均的な受注状況となった。関東方面は長雨や日照不足で、農産物の生育が悪く、ドレッシングなどは販売不振のようであるが、今のところ調味料には大きな影響が出ていない。
		食料品製造業 (経理担当)	取引先の様子	・猛暑の影響はあるが、売上の推移は前期比で横ばいとなっている。
		繊維工業(団体 職員)	受注量や販売量 の動き	・お盆に伴う休日の関係で、多少の増減はあるが、おおむね前年並みである。
		パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・受注量などに変化はない。
		化学工業(管理 担当)	受注量や販売量 の動き	・販売数量は、前年比で良好な推移が続いている。
		プラスチック製 品製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・3か月前から景気が良くなる傾向にあったが、今月は右肩上がりではなくなっている。ただし、現状は維持している。
		金属製品製造業 (営業担当)	競争相手の様子	・悪くはないが、荷動きが良くなっている話はあまり聞かえてこない。
		金属製品製造業 (管理担当)	受注量や販売量 の動き	・太陽光関連は全盛期の1割以下の受注量になっている。太陽光関連の工場の閉鎖も決まった。空調関連の受注量はあるが、納期の短い物ばかりで利益が出ていない。一方、人手不足の影響が生産面に出ている。
		一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・納期の長い受注残があるので、月全体の売上に大きな変動はない。大型案件の受注が見込めないため、今後景況が良くなるとは思えないが、悪くもならない。
		電気機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・ここへきて、機械メーカーや金属加工業者は、多少なりとも動き出しつつある。
		輸送用機械器具 製造業(経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・自動車産業は堅調であるものの、米国のメキシコに対する政策が影響を及ぼしつつある。今後どのように推移するのか、注意深くみていく必要がある。
		その他製造業 [事務用品] (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・夏休みであったが、追加の発注はなく、例年と変わらない動きである。
		建設業(経営 者)	受注価格や販売 価格の動き	・問い合わせはあるが、予算不足のケースが増えている。
		建設業(経営 者)	競争相手の様子	・官庁、民間関係共に、厳しい価格競争が続いている。建設業は全般的に好調といわれているが、東京近辺の話であり、地方では実感がない。
	輸送業(営業担 当)	取引先の様子	・土日の送料の有料化により、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	・新規案件も出てきているが、景気が上向くほどではない。	

	金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先との会話や、売上状況などから判断して、景気が良い状況とは言い難い。	
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・好景気の恩恵に浴しているのは大企業のみという構図が明らかになっており、消費者のマインドは決して良くない。	
	金融業（営業担当）	競争相手の様子	・取引先も、受注量が減少傾向にある。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸からの企業の撤退が今も続いている。貸事務所や社宅などの賃貸ニーズが減っているため、景気は横ばいである。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体、インターネット共に、広告の売上は前年比で100%前後の推移となっている。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・テレビスポットCMの受注が芳しくない。	
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・景気は悪くないが、どんどん良くなっているともいえない。クライアントは増加しているが、投資には積極的でも資金繰りに余裕はなく、支払が遅延することも多い。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・コンサルタント業務では、主に教育訓練のウエイトが増えている。特に、今の人手不足を背景とした、人材育成の受注が引き続き多くなっている。この状態はしばらく続く。	
	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・受注量の前年比での推移には、さほど変化がみられない。	
	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	・お盆休み前後もバタバタすることがなく、忙しさが感じられない。	
	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	・猛暑の影響もあり、駅ナカではソフトドリンクを中心に、飲料が前年を大幅に上回る勢いで売れた。ただし、客足はやや低調に推移している。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	競争相手の様子	・現状の売上は前年と変わらず、動きが良くない。	
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・得意先の催事での集客や販売量が減少している一方、固定費の増加が利益を圧迫している。	
	通信業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・市場の価格が上昇気味である。	
	広告代理店（企画担当）	競争相手の様子	・年末商戦に向けての案件では、大手企業が低い金額のコンペにまで参加してきており、価格競争が加速している。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・当社がターゲットとしていた市場に大手メーカーが参入し、案件の獲得競争が激しくなってきたほか、製品価格も下落している。当社自身も競争力のある製品を販売できていないほか、サービスの見直しができず、他社に遅れをとっている。	
	×	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規案件の交渉はあまり進んでいない一方、従来の案件はどんどん無くなっているなど、景気は急速に悪化している。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・景気回復の実感が無い。
雇用関連	-	-	-	
(近畿)	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・求人のマッチング率が上がってきている。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、ほぼ全産業で増加傾向が続き、特に正社員求人が増えている。特徴としては、製造業では機械、電機関連が増加し、卸売、小売業では正社員求人の増加が目立っている。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業や運輸業の新規求人数が引き続き好調を維持しており、足元では情報通信業の求人が増えている。人工知能やIoTの技術革新が進むなか、これまでは東京一極集中の感があったIT技術者の求人が、幅広く出てきている。	
	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・8月後半から、急に求人数が増えてきている。前年と比べても約1.3倍の受注があり、7月に比べると随分景気が回復してきたように感じる。スポット的な求人から、長期にわたる求人まで、様々な動きがみられる。	
	民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・取引先の業績が好調である。	

	学校 [ 大学 ] ( 就職担当 )	求人数の動き	・相変わらず企業の採用意欲は旺盛である。求人のための来校が増えており、制限している状況である。
	人材派遣会社 ( 経営者 )	求人数の動き	・今年の盆休みは例年以上に長かったのか、景気動向は少し中だるみの状態が続いている。ただし、8月の最終週ごろから動きが活発になりつつあり、IT関連がけん引役となっている。前月と同様に、短期雇用を中心とした産業に活発な動きがみられる。
	人材派遣会社 ( 営業担当 )	採用者数の動き	・当社が扱っている業態や職種では、採用数の大きな増減はあまりみられない。
	人材派遣会社 ( 役員 )	求職者数の動き	・相変わらず人手不足の状況は変わらないが、派遣社員として働く人の年齢が、かつては20～30代であったが、今は40～50代となっている。企業側も年配者の受け入れを容認してきていることから、働く場所の拡大が景気の浮揚につながる可能性もある。
	アウトソーシング企業 ( 管理担当 )	それ以外	・今月に入るはずの仕事が入らなかったため、暇である。
	新聞社 [ 求人広告 ] ( 管理担当 )	求人数の動き	・有効求人倍率が1.5倍を超え、数字をみる限りは人手不足感が強い。ただし、求人の内訳は、製造や運輸、建設といった労働集約型産業への偏りがみられる。一方、縮小均衡が続く新聞求人では、景気が良くなっているのかどうかを確認できるほど、顕著な動きはみられない。
	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	周辺企業の様子	・周辺企業の様子をみても、特に景気が上向きような話はない。
	職業安定所 ( 職員 )	求人数の動き	・直近の有効求人倍率は1.51倍で、前月よりも0.07ポイント改善し、前年比では0.14ポイント改善している。
	民間職業紹介機関 ( 職員 )	求人数の動き	・夏場の建設日雇い求人は、熱中症対策で休暇を取る必要もあり、求人が増加する傾向にあるが、景気を左右するような顕著な動きはみられない。
	民間職業紹介機関 ( 営業担当 )	求人数の動き	・前月に引き続き、新卒学生向けの求人が多く、良い状態が続いている。
	学校 [ 大学 ] ( 就職担当 )	求職者数の動き	・企業からの求人依頼は増えているが、中堅以下の企業が多い。
	-	-	-
x	-	-	-