

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 やや良くなる	-	-
		一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・予約の注文がある程度入っている。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・今はプレミアム付商品券の効果があるため、見通しは明るい。
		スーパー(広報担当)	・気温の上昇で季節商材が一気に動き出したように、きっかけがあれば消費意欲が喚起される環境になりつつある。
		コンビニ(経営者)	・プレミアム系の新商品が続々と発売予定であり、まだまだ客単価が上昇していくことが期待される。
		衣料品専門店(営業・販売担当)	・例年よりも早い時期から、スーツやコートなどの秋冬物のオーダーが入っている。
		家電量販店(経営者)	・プレミアム付商品券によるポイントでの買物客の増加に期待している。
		住関連専門店(店員)	・気温が下がるにつれて来客が増える。
		その他専門店〔医薬品〕(経営者)	・夏休みや暑い時期も終わることで、購買意欲が落ちてくる。安くて品質の高い商品を開発し、客に喜んでもらえるサービスの向上に努めたい。
		一般レストラン(経営者)	・シルバーウィークや歓送迎会などの人が集まる機会を利用して、集客イベントを企画して集客を増やす。大きな増加は見込めないものの、これまでのリサーチの結果を生かす。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕(店長)	・天候要因による売上の増加もあるが、夏の賞与が増えているほか、インバウンド需要もまだ増えるとの予測から、景気の回復につながる。
		都市型ホテル(スタッフ)	・宴会部門は、製菓企業の講演会や懇親会を中心に、先の予約が順調に獲得できている。客室部門についても、高単価プランの販売で宿泊単価、収入が増えている。食堂部門は苦戦しているが、季節プランを販売し、増収を図っている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・世界的な株安や、中国経済の停滞などの報道が目立つが、今のところはインバウンドの予約状況に影響はない。その反対に、紅葉シーズンに向けて更に増加するとみている。一方、宴会の先行予約は、前年を何とか上回っている状況である。
		都市型ホテル(客室担当)	・客室については、2～3か月先の予約が順調に入っており、単価も高水準で推移している。中国を含む株価の動向は気になるが、今のところ影響は出ていない。
		通信会社(経営者)	・円高の進行などによる、原油価格や原材料費の値下がり効果に期待している。
		観光名所(企画担当)	・前年と比べて、来場者数が10%程度の増加となっている。今年は周年行事の記念イベントを多数実施しており、それが客の増加につながっている。年度後半も記念イベントを続けることで、集客の増加を図り、悪くても現状を維持していく。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕(職員)	・景気については楽観的に考えていたが、大企業と中小企業との給与格差が年々広がっており、今後もこの傾向は続くようである。都市部では実感しにくいことであり、今後は注意していきたいと考えている。
		住宅販売会社(総務担当)	・消費税増税を控え、活発な動きとまではいかないが、徐々に向上している。
		変わらない	商店街(代表者)
一般小売店〔衣服〕(経営者)	・関東方面では気温の低下がみられるが、関西ではまだまだ暑く、秋物への移行が例年以上に遅くなることを心配している。		
一般小売店〔花〕(経営者)	・景気が良くなる期待がなく、生活必需品以外の需要が見込めないため、全体的な回復の見通しが立たない。		
一般小売店〔衣服〕(経営者)	・景気の地域差が出ているように感じる。当店が入っている商店街も、客足が以前に比べてかなり減ってきた。消費者の購入場所が商店街から別の場所に移っていることもあるが、来店した客をみても、金回りが良いとは感じられない。様々な意味で地域格差が広がっているように感じる。		
一般小売店〔野菜〕(店長)	・大きな店舗でも、相変わらず安売りの時にしか客が入っていない。これではまだまだ回復にはほど遠い。		
百貨店(売場主任)	・現在の状況を見ると、良くも悪くもならず、現状推移がマイナス2%ぐらいで推移する。		
百貨店(売場主任)	・国内需要の活性化が必要であり、復興関連を含めた国内投資の強化が求められる。また、高齢化対策や輸出の拡大、海外に対する長期的な戦略の明確化なども必要である。		

百貨店（売場主任）	・ニュースでは景気の良い話が報じられても、客や取引先との会話では、景気の良い話が全く出てこず、景気が上向くという実感が無い。
百貨店（営業担当）	・中国経済の減速や株価の低迷など、今後も不透明な状況であり、今までのようなインバウンドによる高額品の購入はあまり期待できない。一方、国内の富裕者層による高級ブランド品などの購入は、資産価値が見込まれる高額品にシフトしており、この傾向はまだしばらく続く。
百貨店（営業担当）	・高額品の動きがあまりなく、大きなヒット商材もない。それに伴い、今後も大きなマイナスはないが、プラスも見込めない。
百貨店（服飾品担当）	・来客数の増勢は変わらないものの、インバウンドの増加が一巡する年末から年明けにかけては、徐々に落ち着くと思われる。更なる集客を狙える対策を実施していく予定である。
百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税から1年が経過してからは、前年の実績を上回る状況が続いているが、中国経済の悪化や株安によって、高級商材の売行きに影響が出る可能性があるため、先行きを懸念している。
百貨店（売場マネージャー）	・インバウンドの増加が一巡しつつあり、今後も大きく外国人売上が伸びる見通しは立てにくい。中国の情勢が株価を大きく左右する可能性があるほか、消費者による買い控えが続くと思われるため、特にボリューム層の動きは厳しい状態が続くと予想している。一方、プレミアム付商品券による購入は1週間で約5千万円となったが、どれだけのプラス効果が出たのか、現状では読みにくい状況である。
百貨店（マネージャー）	・爆発的に売れたプレミアム付商品券の利用については、食品ギフトの解体セールといった、消耗品や実需商品を手堅く買う姿勢がみられる。今後、国内ではシルバーウィークでの動きに期待しているほか、減速気味の中国景気の動向も、今後を占う意味で注目する必要がある。
百貨店（販促担当）	・8月は好調に推移しているが、株価の乱高下による影響が気掛かりである。下落が続くようであれば、高額品の売上のほか、中国を中心としたインバウンド売上の減少が懸念される。足元の衣料品の動きに強さが戻らないなか、経済情勢に左右されそうな見通しである。
百貨店（サービス担当）	・来月からは、従来の取引先とは異なる様々な業態を取り込んでいくほか、店舗以外の催事の強化により、前年実績の確保を図る予定である。
百貨店（商品担当）	・内需が安定しない中で、中国経済が不安定な状況となり、年後半は一層見通しが立たない。国会での安保関連法案の審議で支持率が低下し、政権が不安定となるのも不安材料である。
スーパー（経営者）	・今月は非常に暑い日が続き、客も疲れている。9月以降は涼しくなって食欲も増してくると期待している。
スーパー（店長）	・市内でのみ使用できるプレミアム付商品券のほか、県内すべてで使用できるプレミアム付商品券も発行される。
スーパー（店長）	・プレミアム付商品券の使用が落ち着いてくると、消費も落ち着くのか、それともそのまま単価アップが続くのかは、予想が難しい。
スーパー（店長）	・株価の大きな変動などもあって、景況感が良くなる要素は少ない。また、マイナンバー制度や来年の社会保険制度の変更に伴う不安感もあり、生活の安定感を求める動きが強まる。ファッションなどに大きなトレンドもなく、景気を上向かせる力があるのは、関西ではプロ野球の人気球団ぐらいである。
スーパー（企画担当）	・外部環境は大きく変わらないと判断している。
スーパー（経理担当）	・猛暑から一転して気温の低下が進んでいるほか、天候不順が続いており、台風の発生、接近数も多い。所得などの動向も消費に影響を与えるが、今年に限っては天候に左右される部分が大きい。
スーパー（社員）	・今夏は天候が良く、気温も高めとなるなど、気象条件に恵まれたほか、チャライベントの反応も良かった。客の購買意欲は、しばらく好調に推移すると予想している。
コンビニ（経営者）	・近隣のマンション居住者による利用が多く、サラダや総菜の売上が前年比で40%増となるなど、生活に密着した購入がみられる。
コンビニ（店員）	・来客数が増えない限り、現状維持が精一杯である。
コンビニ（店員）	・近隣に新たなコンビニができる予定である。
衣料品専門店（販売担当）	・いつもどおりの買物がみられるので、今後も変わらない。

乗用車販売店（経営者）	・新車の販売台数、車検の予約数などは例年どおりであり、あまり変化がない。
乗用車販売店（経営者）	・中国の景気減速による世界経済への影響、特に株式市場の動揺はまだまだ収束しそうにない。今年の10月ぐらいまでは、景気は良くならない。
乗用車販売店（販売担当）	・在庫車の販売量にもよるが、特に販売台数が増加するとは考えていない。
住関連専門店（店長）	・購買意欲が高く、成約の確実性の高い顧客による、安定的な利用がみられる。ただし、その数はまだまだ少なく、現状維持が精一杯である。顧客には個人客や中小企業が多いため、大企業だけでなく中小企業の業況や賃金が改善し、経済的な余裕を感じる消費者の割合が増えなければ、状況は良くならない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・9月のシルバーウィークなどで、外食関連は一時的に良くなる可能性はあるが、大きな変化はない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・プレミアム付商品券の用途として、宝飾品の購入を検討する人は少ない。また、商品の単価によっては、現金よりもローンなどの分割で購入するケースが比較的増えている。
その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・次のカタログが発刊されるまで、注文などの電話の件数は変わらない。
高級レストラン（スタッフ）	・一度は落ち込むかもしれないが、秋にはまた戻る。
一般レストラン（経営者）	・プレミアム付商品券が追加販売されたため、効果に期待したい。
一般レストラン（経理担当）	・今のところは悪くなる要因が見当たらない。中国の景気不安による影響も、現時点ではみられない。
一般レストラン（企画）	・お盆以降は、すべての数値が一転して悪化しており、まだまだ堅調とはいえない。全体としては、シルバーウィークの利用動向をみかからの判断であり、特にシルバーウィーク後の動きがポイントになる。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・プレミアム付商品券の効果で、少しは消費の拡大がみられるものの、あまり変わらない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・大きな材料は見当たらないが、悪い要素もない。自販機の入替わりは多いものの、新規顧客の動きも順調である。
観光型ホテル（経営者）	・依然として客単価は下がっており、上がる要素が見当たらない。
観光型ホテル（経営者）	・7月の段階で少しは景気が良くなると思っていたが、その兆候が消えている。
観光型ホテル（経営者）	・中国経済の減速や株安への懸念もあるが、今のところマイナスの影響はみられない。一方、9～10月からは国の緊急経済対策で、温泉地のお土産券などが地元自治体で販売されるため、景気が悪化することはない。
観光型旅館（経営者）	・冬の予約についての動きが良い。
観光型旅館（経営者）	・消費税率が8%となって税込価格の割高感が高まったため、購買意欲が低下し、景気にも影響している。
観光型旅館（団体役員）	・年内は今の状況が続くと予想している。
都市型ホテル（管理担当）	・外的要因の推移には予断が許されず、先行き不透明な状況である。
旅行代理店（店長）	・状況が変わるような要素が見当たらない。
旅行代理店（広報担当）	・海外情勢が大きく変わらず、株安も続くため、景気の下降傾向が続く。
旅行代理店（営業担当）	・海外旅行については、中国の経済不安を含む、海外情勢の不安要素がネックとなる。
タクシー運転手	・一般客、企業関係共に、予約状況は順調に推移している。
タクシー運転手	・ホテルの利用が増えているため、このままの状態推移する。
通信会社（店長）	・客や取引先の様子をみる限り、特に悪くなる材料も、良くなる材料も見当たらない。
通信会社（企画担当）	・景気回復は続いているが、中国経済の失速による景気の悪化が懸念される。
テーマパーク（職員）	・来場者の数に対して、個人消費が微妙に落ち込んでいることが少し気になる。アベノミクスによって企業の業績は上がっていても、その成果が賃金の上昇によって社会に還元されているとは思えない。客の財布のひもは、再び固く閉ざされつつあるという印象を持っている。

	観光名所（経理担当）	・月前半は猛暑や台風で厳しかったが、来客数、売上は前年を上回った。その後、お盆過ぎの月後半は、前年を下回る動きとなっている。一方、飲食や体験教室は前年を上回る動きとなったものの、物販の売上が良くなかった。若年客の増加が目立っているため、取扱商品の見直しが必要になってきている。中国からの来客は引き続き増えているが、販売にはほとんどつながっていない。8月全体としては、来客数、売上共に前年を少し下回る結果となっている。
	遊園地（経営者）	・所得が増加傾向にあり、消費が活発に感じられる。ただし、最低賃金の引上げによるコストの増加や、株価の急落が景気の失速につながる不安もあり、全体としては現状維持となる。
	パチンコ店（店員）	・周りからは、特に景気の良い話が聞かれない。
	競艇場（職員）	・業界として若干の伸びは見込まれるものの、新規事業などがないため、大きな変化は期待できない。
	美容室（経営者）	・来客数、客単価共に変化がない。商店街の動きも変わらず、不思議なほど静かである。
	美容室（店員）	・秋に向かってロングスタイルのオーダーが増えると、単価は上がるが、来店周期が延びるため、売上自体は変わらない。
	その他サービス[マッサージ]（スタッフ）	・アロマオイルを使っただけのマッサージで服を脱ぐため、寒くなると来客数が減少する。
	その他サービス[ビデオ・CDレンタル]（エリア担当）	・コミックでレンタル全体の売上を支え、CD販売の落ち込みを書籍や新アイテムで支える傾向は、今後も大きく変わらない。
	住宅販売会社（経営者）	・秋の転居シーズンに向けた回復を期待しているが、特に材料はないため、安易に見通しは立てられない。
	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）	・しばらくは今の状況が続く。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・近隣の大型スーパーによる利益度外視の戦略により、来客頻度が落ち、売上も悪くなる。
	一般小売店[珈琲]（経営者）	・消費税増税による価格転嫁以降、買物の減っている客が目立つ。
	一般小売店[時計]（経営者）	・毎月の状況が安定せず、浮き沈みが激しいため、景気が良いとは思えない。プレミアム付商品券も個人店舗にはほとんど良い影響はなく、一部に偏っていると感じる。
	一般小売店[精肉]（管理担当）	・9月に控えているシルバーウィークも、お盆の様子をみると期待薄である。自治体の発行するプレミアム付商品券によって、動きが出てくることを期待している。いずれにしても消費の構造が大きく変わってきている。
	一般小売店[花]（店長）	・生産量が安定する秋までは、商品は品薄となる。それに伴って価格が高騰し、買い控えが増えると考えられるため、当分は悪くなる。
	百貨店（売場主任）	・免税対象商品の拡大から1年が経過するほか、世界同時株安が進行しているなど、懸念材料が多い。
	百貨店（売場主任）	・国内の需要に期待できる要素が見当たらない。これまで株価の上昇や賞与の増加に期待してきたが、結果は良いとはいえない。今月は株価が不安定になってきたほか、中国経済の先行き不透明感により、これまで消費をけん引してきたインバウンド需要も不安定になっているため、今以上に良くなるとは思えない。
	百貨店（企画担当）	・現在は好調のインバウンドであるが、中国の株価暴落による影響が懸念される。
	百貨店（企画担当）	・中国の経済不安や株価下落による影響は、外国人客や外商顧客向けの売上に現時点では出ていないものの、今後の動向次第では大きくなる可能性もある。また、店舗の大きな改装を控えており、売場の閉鎖による売上の減少が見込まれる。
	百貨店（外商担当）	・中国の株価下落により、景気の先行きが不透明になっている。特に、富裕層にとっては、株価の下落が消費の減少に直結する。
	百貨店（営業企画）	・景気回復の基調が弱いなかで、ギリシャや中国の動向が日本の実体経済にも影響を及ぼし、消費マインドを低下させる恐れがある。
	百貨店（マネージャー）	・中国から始まった世界同時株安により、富裕層のマインドが低下するほか、円高局面が進む。今後の日本経済の見通しについては不透明である。
百貨店（マネージャー）	・直近の売上の推移にもみられるが、中間層、特にシニア向け商材の売上が苦戦している。消費税増税の影響や年金制度の変更などで節約志向の高まりが感じられ、今後も引き続き苦戦することが予想される。	

スーパー（経営者）	・高品質で価格も高い商品を導入しているが、なかなか販売には結びつかない。やはり同業のディスカウントストアへの客の流出が多い。
スーパー（店長）	・中国発の世界同時株安が、消費にも悪影響を及ぼす。
スーパー（店長）	・中国問題で為替や株価が不安定な状況になってきており、しばらくは顧客心理に少なからずブレーキがかかる可能性が高い。
スーパー（店長）	・9月末に近隣で競合店が新規オープンする影響は避けられない。競合店のオープン前に販促を強化するなど、対策を行う。産地直送、自社製品といった強みによる価値訴求を徹底し、顧客を逃がさないような取組を進める。
スーパー（開発担当）	・中国経済の悪化や株価の暴落で、ますます経済は冷え込む。国内の消費も現状は動いていない。
スーパー（管理担当）	・今のところは利益が出ているが、経費の圧縮による効果が大きい。この先、年末に向けての大幅な販売増は見込めない。
コンビニ（店長）	・お盆の帰省や夏休みでお金を使った分、冬のボーナスまでの数か月は、財布のひもが固くなる。
コンビニ（広告担当）	・原材料の高騰による値上げの影響が出てくる。消費者の財布のひもは、日常生活に関する部分ではまだ固い。
乗用車販売店（経営者）	・中国経済の悪化による影響を、輸出産業がどれくらい受けるかで変わってくるが、世界同時株安の影響については不透明である。
乗用車販売店（経営者）	・夏休み明けで、客の動きも一息ついているが、商品の動きにはどことなく失速感がある。動きがある場合は、事前に気配があるものだが、今はそれが無い。
乗用車販売店（営業担当）	・収益の改善や、来客数、販売台数の増加に向けた努力は続けていくものの、個々のユーザーが抱える将来不安が高まっているなか、生活必需品という言葉の意味が変化しつつあるように感じる。そのような状態で、本来の景気回復は望めない。
その他専門店 [宝石]（経営者）	・これからも株価は乱高下が予想され、非常に不安定な状況となる。さらに、消費税の増税に対する判断などによって、景気も大きく変化する。
高級レストラン（企画）	・中国からのインバウンド需要が減少してくる。
都市型ホテル（支配人）	・世界的な株安傾向が進むなか、中国の株安が発端となって円高が進めば、インバウンド効果も長らくは続かない。
都市型ホテル（総務担当）	・中国の通貨切り下げや世界的な株価の下落、円高の進行により、海外客の減少が懸念される。
旅行代理店（経営者）	・国内旅行は、ホテルや飛行機の確保でインバウンドとの競合が目立つ。また、海外旅行は欧州方面の不振のほか、大幅な株安で富裕層の動きに悪影響が出る。
タクシー運転手	・一般客の消費量が減っている。
通信会社（社員）	・テレビサービスは、9月から他社が始めるビデオオンデマンドのサービスの影響で、増加傾向となるのは困難な状況である。
ゴルフ場（支配人）	・客の動きが読めない。
競輪場（職員）	・例年の傾向から、やや悪くなっていく。
その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・9月は人気グループによるコンサートがあるため、集客が期待できる。ただし、プロ野球シーズンが終了となる10月以降は、企業イベントが主となるため、集客は減少する。
その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・中国の経済状況の不透明さが、徐々に国内景気にも影響を与えそうである。関西圏には明るい材料があまりみられない。
住宅販売会社（経営者）	・今の調子では、年内の成約数は少し落ちる。
住宅販売会社（従業員）	・中国経済の悪化による影響が出てくる。
住宅販売会社（従業員）	・これまで都心部のタワマン市場は、富裕層によってけん引されてきた。今後の供給予定数を考えると、供給過多に陥ることから、調整局面を迎える。
その他住宅 [展示場]（従業員）	・注文住宅市場は厳しい状況が続いており、好転する兆しがない。消費税増税を1年半後に控え、中だるみ感が否めない。
その他住宅 [情報誌]（編集者）	・世界的に金融が不安定化することによる、不動産市況への影響は大きい。特に、価格が高騰局面にあり、実需以外の購入をねらった販売が増えているため、その反動が懸念される。
悪くなる	一般小売店 [貴金属製品]（従業員） ・中国の景気悪化の影響が出てくる。

		一般小売店〔花〕(店員)	・客の様子や、販売量の動きが良くない。客の購買意欲が高まる要素はなく、今後も花離れが続くため、景気は悪くなる。
		スーパー(店長)	・中国経済の低迷による株価の下落で、不況感が出てくる。食材の値上げによる節約志向や、買い控えの動きも強まっている。
		衣料品専門店(経営者)	・プレミアム付商品券の利用による反動が出てくる。今後はより一層、財布のひもが固くなる。
		衣料品専門店(経営者)	・昨年よりも洋服の価格が上がっており、秋冬物の仕入れが難しいことから、現状よりも悪くなる。
		家電量販店(企画担当)	・中国や日本で工場の爆発事故が起きたり、台風が次々と上陸して大きな被害が発生することで、消費者の不安が広がることが懸念される。
企業動向 関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業(経営者)	・新規製品の品質改善で受注量が伸びる予想であり、売上、利益共に上向き見込みである。
	やや良くなる	食料品製造業(従業員)	・海外向けの商談が少しずつ進んでおり、期待できる状況になっている。国内でも新規商談の増加が目立ってきている。
		出版・印刷・同関連産業(営業担当)	・周囲の客からは、発注を控える様子はみられず、受注案件も増えつつある。
		化学工業(企画担当)	・年末の食品の需要増で状況は改善されるが、これは例年どおりの傾向であり、景気の回復によるものではない。
		一般機械器具製造業(経営者)	・全体的に引き合いが増えている。
		電気機械器具製造業(経営者)	・4～6月の当社の業績が悪過ぎたため、その反動で良くなる。国内景気も悪化しているが、当社の業績は国内景気とは連動していないことから、偶然の一致である。
		電気機械器具製造業(企画担当)	・秋口に向けても、店舗のリニューアル案件やマンション案件の受注増が見込める。
		電気機械器具製造業(営業担当)	・受注が伸びている。
		輸送用機械器具製造業(経理担当)	・航空機や自動車産業からの引き合いが増加傾向にある。
		建設業(経営者)	・今の状況が続けば、景気はやや良くなると予想される。新規参入で市場の活性化や拡大につながれば、更に良くなる。
		建設業(経営者)	・今春は少なかったが、秋に着工して来春に完成する物件が、ある程度は受注できそうである。
		建設業(営業担当)	・設備投資や建設計画の情報は引き続き多いが、許容量が限界にきており、案件を選別せざるを得ない状況が続いている。
		輸送業(営業担当)	・季節が良い時期になるので来客数が戻るほか、配車システムも改良されることで落ち着いてくる。
		広告代理店(営業担当)	・各企業共に、広告に費用を使うことに対して積極的になってきている。
		広告代理店(営業担当)	・10月以降は広告市場が徐々に回復する。
		その他サービス業〔店舗開発〕(従業員)	・人気テーマパークの来場が増えている効果で、引き続き主要駅にはぎわうと思われる。また、一時の中国人客による爆買いはやや下火になったものの、依然としてその効果には期待できる。
		その他非製造業〔商社〕(営業担当)	・中国経済が安定に向かうと思われる。それに伴い、年末商戦に向けて少しは良くなる。
	変わらない	繊維工業(団体職員)	・今後は年末需要に向けて産地の最需要期となるが、まだ動きは低調である。
		繊維工業(総務担当)	・利益率の上昇を目指して日々努力しているが、販売先の考えは、下請企業の利益よりも自分たちの利益が最優先となっている。
		繊維工業(総務担当)	・和装が非日常になりつつあるため、きもの日が制定されることで、今後は販売が伸びる可能性もある。催事などで和装の付加価値を高めていかなければ、ますます厳しい状況になる。
		家具及び木材木製品製造業(営業担当)	・毎日忙しい状況が続いており、ほとんど変化がない。
		化学工業(経営者)	・中国経済の先行き不安による世界的な株安や円高の影響が、今後出てくる可能性はある。ただし、それを除けば順調であり、問い合わせの動きも続いている。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・必要な物を必要な時に、必要な量だけ購入するという、本質的な構造は変わらないため、急激に変化することはない。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	・ガラス瓶を作っているが、テレビや新聞では景気が上向きと報じられているものの、その波及はなく、低調なまま推移している。一部に爆買いの影響も出ているが、割合にするとほとんど変化はない。

	金属製品製造業（経営者）	・秋需要の盛り上がりで良くなると期待していたが、昨今の株の世界的暴落で期待が薄れている。
	電気機械器具製造業（経営者）	・世界情勢が激変しており、中国の不況や米国の利上げ、原油相場の急低下などの不安要素も多い。株価も不安定な状態であり、企業としては対策が立てにくい。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・単価アップにつながる4Kテレビの販売量は増えていくが、薄型テレビ全体の販売台数は大きな増加が見込めず、白物家電の市場も大きな変化は期待できない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・台風や水害があると、修理のための仕事が入ってくる。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・国内製の商品を見直す動きが進んでいる。ただし、円安の影響で原材料費が値上がりし、海外での材料の加工賃も高騰しているが、その上昇分を製品価格に転嫁することが難しい。
	建設業（経営者）	・今後も東京への一極集中や東北の本格復旧により、技能労働者や現場監督技術員が引き寄せられるため、人手不足の問題がますます厳しくなる。
	輸送業（営業担当）	・人件費が上がる一方、原油価格は下がっている。人件費が低い海運部門では、海外輸出で利益が増えると思ったが、円高の進行によって利益はあまり変わっていない。
	輸送業（営業所長）	・スポット的な案件が多く、継続が見込まれる案件は少ない。
	金融業（営業担当）	・中国の株価動向に大きく左右され、景気が鈍化するかもしれない。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・中国の景気後退に伴う世界同時株安で、一時的に危機感が高まっているが、日本の大企業の業績は好調が続くと予想される。景気に大きな影響が出るような材料は見当たらない。
	不動産業（営業担当）	・神戸から事業所の撤退が続いている。それによって社宅のほか、事務所やマンションのニーズも減っている。この傾向は今後も続く。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読数が減少傾向にあるなか、折込件数も減少しつつあり、回復の兆しが無い。
	司法書士	・今月も事件数や案件が少ないため、良い方向に進むとは考えにくい。
	経営コンサルタント	・特に良い材料がなく、中国の通貨切り下げなどの不安要素が多い。
	コピーサービス業（店長）	・好転する材料が見当たらない状況が続いている、今後も微減のまま推移する。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・状況が変わっていく要素がない。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・季節商品の販売時期が終わったため、通常の商品を売っていくが、需要は増えていない。実際に売上を伸ばしていくためには、顧客の新規開拓や、新製品の開発を進めるしかない。
やや悪くなる	食料品製造業（営業担当）	・年末年始までは、売上はしばらく平年並みで推移する。ハロウィンなどの月ごとのイベントに応じて、売上は伸びると予想される。
	食料品製造業（経理担当）	・株の乱高下やアベノミクスの不安定な状況が、心理面に悪影響を及ぼすため、景気が上向きとなるには程遠い。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・個人消費が悪化している。
	化学工業（管理担当）	・中国経済の減速による世界同時株安や円高の影響で、輸出量が減る。
	金属製品製造業（営業担当）	・大手自動車メーカーによる鋼材の購入価格の値下げが決まったため、取引先からは値下げが要求される。一方、鋼材メーカーは中小企業に対しては値下げを拒絶する可能性が高い。毎度のことであるが、板挟みとなって採算が更に悪化することが予想される。
	金属製品製造業（管理担当）	・関西には目立った物件情報がないため、今年は期待できない。
	輸送業（商品管理担当）	・例年、夏が終わると販売量が減少する。
	通信業（管理担当） 経営コンサルタント	・景気回復の要素が見当たらない。 ・本来は秋物商戦に入り、景気が活発になることが期待されるが、統計では実質賃金がマイナスで推移し、多くの商店街や店舗では苦戦が続いている。
悪くなる	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・経済の先行きが見通せない。
雇用	良くなる	-

関連 (近畿)	やや良くなる	職業安定所（職員）	・製造業をはじめとして、今後の展望は現状維持か、やや明るいとする事業所が多い。また、国内外からの観光客が増加しており、関連する求人の増加がみられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人数は今後も増加することが予想される。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・10月からマイナンバーの通知が始まり、いろいろな動きが出てくる。特に、IT業界での動きが増えると予想される。
		人材派遣会社（営業担当）	・雇用については売手市場であることは変わらない。求職者にとって満足度の低い派遣会社は、労働者派遣法改正によって淘汰されていく。
		人材派遣会社（役員）	・中国ショックで、中国に関わりのある企業のほか、インバウンドも悪化することが懸念される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大阪の地場産業が元気を取り戻してほしい。大阪が元気になれば、関西の地盤沈下は避けられない。また、広告への投入金額も、前年並みに回復することを期待している。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向が続き、新規求職者は減少傾向が続くと予想されるが、一部の大企業では希望退職者を募るなど、先行きは不透明である。
		民間職業紹介機関（職員）	・当地域の日雇い労働者の賃金が増える傾向はみられず、工事の着工も関東が優先となり、増える方向にはない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・中国の景気動向は気になるが、採用市場にはその影響はほとんどみられない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・株価は乱高下しているが、今後は正常に戻ることを期待している。	
やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・労働者派遣法の改正を控えて、派遣業界は減速することが予想される。	
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人広告の動きは安定しているが、中国経済の減速懸念による世界的な株価の急落をみていると、2～3か月先には経済が悪化すると考えざるを得ない。このまま中国発の世界不況につながらないことを願っている。	
悪くなる	-	-	