

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〔事務用品〕（経営者）	・プレミアム付商品券の効果が出てきた可能性があり、少し財布のひもが緩みかかっている。
		一般小売店〔花〕（店長）	・気温が下がって花の持ちが良くなるため、販売量は多少伸びる。ただし、このまま景気が回復するとは断言できない。1年単位での長期間な売上増加がなければ、実感はできない。
		百貨店（売場主任）	・昨年は周年行事の反動で、10月～11月にかけて悪くなったが、今年は改善される。
		スーパー（経営者）	・これから10～12月は最も活気のある時期となるため、うまく客の購買意欲を高めたい。
		スーパー（店長）	・経済環境の厳しさは今後も変わらず、中国経済も恐らく安定しない。ただし、ボーナス支給の増加で、今までの節約疲れから一時的に解放され、消費のボリュームが増えることが予想される。
		スーパー（企画）	・米国や中国経済が持ち直すまではいなくても、安定的な先行きがみえてくることから、日本経済や消費に好影響を与える。季節も変わり、年末年始に向けて消費も拡大する。個人の所得は確実に増えており、個人消費の潜在的な意欲は確実に高まっている。
		コンビニ（経営者）	・プレミアム系の新商品の発売が今後も続くため、まだまだ客単価の上昇傾向が続くと期待される。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・秋冬物スーツやジャケット、コートのオーダーが例年よりも早く入ってきている。
		乗用車販売店（経営者）	・全体的に上向いているような気がする。
		乗用車販売店（販売担当）	・12月に向けて年末商戦に入るため、客の動きが活発になる。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新しくカタログを創刊したため、今後の売上増加に期待している。
		高級レストラン（スタッフ）	・秋は様々な食材の味が良くなる季節である。
		一般レストラン（経営者）	・11月後半からのケータリングやウェディング需要、年末年始のインバウンド客を狙い、9月から営業活動やマーケティングを始めている。客単価が昨年よりも若干上がっているため、宴会需要に期待できるほか、年末年始にはインバウンドの個人客も増える。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は依然として好調に推移しており、単価や稼働率も上昇している。宴会部門についても、単価は伸びていないものの、予約人数、件数共に前年を上回りそうである。一方、食堂部門については、朝食は宿泊者数の増加と連動して好調であるが、ランチ、ディナーは共に前年を下回る予想である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊予約が取りにくい状況が続いている。先行予約が異常なほど多く、単価も上がっている。
		都市型ホテル（客室担当）	・今の流れを考えると、今後もやや上向き傾向となる。宿泊料金が多少高くなっても、予約の問い合わせが多く入っている。
		タクシー運転手	・秋になると観光客が増加する。
		競輪場（職員）	・年末になるため、例年の傾向でやや良くなる。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・当施設も開業から30数年が経過し、昨年度に続いて今年度も約60日間休館しての改修工事を行う。それでも今年度の稼働日数は290日近くになる予想であり、相変わらずのコンサートバブルが続いている。
		美容室（経営者）	・今月は天候が悪く、客足が減ったものの、これから出歩くことが多くなるため、パーマやカラーのオーダーが増える。
住宅販売会社（総務担当）	・次の消費税増税を見据えた客の動きが出始めている。		
変わらない		商店街（代表者）	・来街者の引きが早いのは、昨年と変わらない。良くなってきている印象はない。
		商店街（代表者）	・より意外性の強いことに取り組まない限り、状況は変わらない。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・アジアからの旅行者は堅調に増え、その恩恵が一部の業種ではみられるが、自分の身の回りには影響がない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・特に目新しい動きはないが、国慶節のインバウンドの動きには期待している。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今の状態をみると、高い物は売れにくく、格安の商品の需要が高まってくる。

百貨店（売場主任）	・中国経済の不安定さからくる、株価の低下やインバウンド需要の減少などのマイナス材料による影響が懸念される。一部の商品を除いて、消費意欲が減退するなかで、国内の需要増には期待できない。気温の低下や経済の改善などが見込めない限り、現状よりも良くはならない。
百貨店（企画担当）	・百貨店本来の客が戻ってきているように感じるが、インバウンドの低迷が今月の国慶節にどう影響するのかは不安が残る。
百貨店（営業担当）	・インバウンドの売上が不安定であるが、今までのような増加が続けば、売上は前年以上になると思われる。また、超優良顧客による高額な美術品や金製品の買上があれば、一般顧客の減少分はカバーされる。
百貨店（営業担当）	・新規客は増えておらず、固定客を逃がさない動きが中心となるため、伸びが見込めない。
百貨店（サービス担当）	・来月からは、新しく店舗外ショップをオープンさせるなど、異業種への挑戦で売上の増加を図る。それと同時に、毎年恒例の早期お歳暮ギフトやおせち料理の予約受付が始まり、年末商戦がスタートする。前年とは違った企画で売上確保に努めたい。
百貨店（販促担当）	・ここ2～3か月は堅調に推移しているものの、株価が不安定であるほか、3か月予報で気温が高めとなっていることが懸念材料である。冬場は重衣料の動向が売上を左右するため、気候の影響を大きく受けそうである。
百貨店（マネージャー）	・秋物商戦における国内客の消費は、天候や大型連休、プレミアム付商品券などの影響で好調に推移しているが、10月の商戦が今後を左右することになる。見通しとしては、将来の消費税増税に関する報道などで生活防衛意識が強まり、消費の縮小傾向が続く。また、中国経済の減速がインバウンド需要に大きく影響することが予想される。
百貨店（商品担当）	・中国の株安や景気の減速に加え、日本国内では安保法案成立後、消費税増税の軽減税率の話題が出ており、消費マインドは盛り上がりにくい。景気浮揚策が提示されたとしても、消費への影響は期待できない。
百貨店（服飾品担当）	・現状の売上動向はそのまま続くと考えられ、インバウンド効果を除いた売上は前年を上回っている。市場には不安定感もあるが、この数年でファッションの知識が向上した、百貨店の上顧客の動きに大きな変化はない。特に、価値と価格のバランスが取れた商材や、早く買わなければ売り切れるような商品に関しては、多少高くても購入に踏み切るケースが目立つ。
百貨店（売場マネージャー）	・先行きは不透明であるが、年末に向けて売場への投資も行うため、それなりの集客を維持できる。
百貨店（マネージャー）	・株価の低迷のほか、軽減税率の議論によって次の消費税増税が意識され、消費マインドの減退につながる。来店頻度が減り、客単価の低下にも歯止めがかからず、苦戦が予想される。さらに、インバウンド消費の増加も一巡するなど、大幅な増収が見込めない。
百貨店（営業企画）	・中国や欧米の情勢が不安定な上に、次の消費税増税時の軽減税率では明確なメッセージが伝わってこないなど、消費マインドが改善しにくい。
百貨店（売場マネージャー）	・雨の影響で野菜の価格が上がったり、世界情勢や株価の変化などもあり、富裕層、ボリューム層共に前向きな材料がなく、購買が上向くとは考えにくい。ただし、客の動向を観察する限り、買物の際には少し落ち着きが出てきていると感じる。
スーパー（経営者）	・夏からの野菜の高騰や、食品の値上げが増えているため、以前よりも消費者が価格に敏感になっていると感じる。特売品や安売り品への注目度が高まり、利益の出にくい状況である。
スーパー（店長）	・期待できる要素がない。あるとすれば、前年度の景気の悪さによる反動ぐらいである。世間のトレンドに合わせた、売れそうな商品を置くのではなく、普段の生活に欠かせない商品や、役立つ商品を地道にそろえ、地域の信頼に応えることで現状を乗り切る。
スーパー（店長）	・今はプレミアム付商品券の効果が出ているが、良い状況が続くかどうかは分からない。
スーパー（店長）	・ここ最近のムードからは、上向き気配が感じられない。株や為替の動向によっては、更に悪化する可能性もある。
スーパー（経理担当）	・久しぶりに秋らしい天候が続く、例年に比べて食欲の秋が長く実感できそうである。さんまなどの旬の商品には高額な物もあるが、売上は堅調に推移する。

スーパー（広報担当）	・食料品の原料価格が全体的に上がってきている。今後、店頭価格に反映されることを考えると、消費意欲が減退する恐れもある。
スーパー（開発担当）	・景気が良くなる兆しはなく、特に悪くなる兆しもないため、しばらくは今の状態が続く。
スーパー（社員）	・現在の売上が好調な状況は、しばらく続くと考えている。これから年末に向けてイベントも多くなり、昨年よりも活発な商戦になることが期待できる。
コンビニ（経営者）	・時期的に売上が減少傾向となる商品が出てくるため、作りたて弁当の販売増でカバーする。
コンビニ（店長）	・店の向かい側に弁当屋ができたため、競合が予想される。ただし、以前から周囲には弁当屋や飲食店があるため、大きな影響は最初の1週間ぐらいで、後は元に戻る。
コンビニ（店員）	・周辺の環境変化もなく、景気回復につながる要素が見当たらない。
コンビニ（広告担当）	・まだ消費者の財布のひもが固い。これまでは外国人旅行者の爆買いや、猛暑による飲料、アイスの販売増など、一過性の好材料があったが、秋から冬にかけては、原材料の値上げや、天候不順による野菜の高騰が予想される。また、消費税率の引上げなども控えているため、消費者心理は上向かない。
衣料品専門店（販売担当）	・季節が変わるため、客がどのように動くかについて様子見となる。
家電量販店（経営者）	・プレミアム付商品券の効果に若干期待を持っているが、客の消費を押し上げるまでには至らない。
乗用車販売店（経営者）	・9月に入って新車の販売が少し増え、例年よりも若干良くなっている。
乗用車販売店（経営者）	・理由はよく分からないが、不思議と仕事が途切れない。予定していた仕事ではないので、次につながるか、コンスタントな仕事になるのかは分からないが、とにかく単発の仕事が続いている。
乗用車販売店（営業担当）	・先行きの不透明感や不安が長期にわたって続いている結果、企業も経費の削減や収益基盤の確保にシフトし、出費を抑える傾向が強まっている。それは消費者にも当てはまり、好転するような状況になるとは考えにくい。
乗用車販売店（販売担当）	・株価の下落など、景気が良くなりそうな気配はあまり感じられず、受注の増加には期待していない。ただし、新型車の受注残で販売量は維持できる。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・これから各地区では行事の多い季節となる。それらに対応した品ぞろえを行い、販売にも工夫していきたい。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・催事の集客が思わしくない。賞与の支給状況によっては、年末に向けた様々な催事にも期待できそうにない。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・売上の厳しさにも下げ止まりの兆しが出てきたとはいえ、全体を底上げするまでには至らない。年末商戦を控えて需要を喚起したいが、株式相場の不安定な動きもあり、状況は大きく変わらない。
高級レストラン（企画）	・国内旅行の需要は持ち直しているが、中国からのインバウンド客の減少が予想される。
一般レストラン（経営者）	・飲食店の業況は天候に左右されるが、良くなる要素が見当たらない。
一般レストラン（企画）	・お盆やシルバーウィークなど、人が動く時には集客が増えるが、平日の動きには変化がみられない。ただし、客単価については少し上昇傾向がみられる。
一般レストラン（経理担当）	・客の間では、中国の経済不安や物価上昇への懸念がみられる。一方、中国では国慶節で10月1日から連休に入るため、訪日外国人の急増が予想される。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・日常の消費を回復させるほどの実質的な給与増がなく、消費マインドが高まるとは感じられない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・大きな変化はない。急激に数字が上がる業種ではないため、もう少しゆっくりみていく必要がある。
観光型ホテル（経営者）	・年末年始も平年並みとなる見込みで、今のところは特に良くなる要素がない。
観光型ホテル（経営者）	・インバウンドの増加はあるものの、中国景気の動向次第では減少の可能性もあるため、楽観視はできない。
観光型ホテル（経営者）	・中国経済の失速や日経平均株価の下落などで、先行きの不透明感は強まっているが、今のところは先行予約も順調で、特に陰りはみられない。
観光型旅館（経営者）	・プレミアム付商品券の効果が続くとみられる。
観光型旅館（経営者）	・行楽のシーズンとなるほか、忘年会などの予約が入ってくるため期待している。

都市型ホテル（支配人）	・中国景気の悪化や、最近の株価下落が日本経済に与える影響は大きい。	
都市型ホテル（総務担当）	・宿泊の予約状況は、海外客を中心として好調が続いている。	
都市型ホテル（管理担当）	・原材料価格の高騰といった不安要素があり、樂觀することはできない。また、安保関連法案の成立により、中国からの訪日客の動きにどのような影響が出るのかなど、不透明な部分が多い。	
旅行代理店（店長）	・シルバーウィーク中も客の動きは変わらなかった。ただし、国内旅行は増えているものの、従来よりも安い料金に変わっている。	
タクシー運転手	・一般の客や企業関係の客による予約は、従来と大きな変化はなく、順調に推移している。	
タクシー運転手	・必要最小限のタクシーの利用が定着し、一般客の乗車料金に対する8%の消費税の上乗せも定着してきている。	
タクシー運転手	・シルバーウィークで旅行に行くため、普段の利用が控えられている。	
通信会社（経営者）	・特に変化の兆しがみられない。	
通信会社（企画担当）	・中国の景気悪化が懸念されるものの、影響は少ない。	
観光名所（企画担当）	・この数か月はインバウンド客と一般客が共に増え、来客数は前年比で10%以上の増加が続いている。これ以上の増加は難しいが、秋から冬にかけて何とかこの状況を維持していきたい。	
観光名所（経理担当）	・今月は来客数、売上共に前年を上回った。ほとんどシルバーウィークによるものであり、天候にも恵まれ、絶好の条件となった。結果として、ゴールデンウィークよりも多くの客が訪れている。連休に頼るのは良くないが、連休が増えてくれればありがたい。	
遊園地（経営者）	・景気動向の不安定さから、個人消費も今後の見通しが立たない。	
パチンコ店（店員）	・年末に向かい、多少は良くなるかもしれないが、大きな変化はない。	
競艇場（職員）	・業界全体での大きな取組がみられない。	
その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球の試合はもう開催されないが、10～12月は人気グループによるコンサートが多いため、例年以上の集客を期待している。	
美容室（店員）	・客単価自体は変わらず、予約も今月に減った分が戻ってくるため、全体的には変わらない。	
その他サービス[ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・独自開発の映像レンタル商品のキャンペーン強化により、売上アップが期待できそうである。	
住宅販売会社（経営者）	・一般消費者にとっては、デフレの脱却や景気回復の実感がまだ得られていない。将来への不安から、積極的な動きにはつながりにくいように感じる。ただし、一部の大手メーカーには顧客が流れているようなので、構造的な問題かもしれない。	
住宅販売会社（従業員）	・ライフスタイルの多様化で住宅市場の変化のスピードも速くなっている。オーダーメイドがほぼ必須となっているため、そのし好を取り入れることで、将来像がみえてくる気がしている。	
住宅販売会社（従業員）	・各デベロッパーによる事業用地の確保が不十分なため、土地探しが活発になることが予想される。	
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）	・経済的に変化する要素が見当たらないため、景気の動きもあまりない。	
やや悪くなる	一般小売店[時計]（経営者）	・腕時計の動きをみていると、時計店で販売している既存メーカーの製品ではなく、セレクトショップで売っている製品などが人気となっている。既存メーカーの製品の人気若年層に広がらなければ、時計店の売上は伸びない。ヒット商品もなく、先行きは厳しい。
	一般小売店[貴金属製品]（従業員）	・中国の景気が悪くなり、株価も下がったままである。
	一般小売店[精肉]（管理担当）	・食品の材料の販売については、これから1年のサイクルが大きく変わってくる。お中元やお歳暮を含めて、すべてが変化すると予想される。生活スタイルの変化に合わせて、業界も変わらなければ、景気回復の動きにはついていけない。

一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・夏場の動きをみると、冬のシーズンに入ったからといって期待はできない。小売店の位置づけが変わり、従来の方針を続けている当店のような小売店が、今後も生き残れるのかという不安が大きくなっていく。ただし、何をすればよいのかは分からない。さらに、来店する消費者にあまり余裕はなく、物価が上がっている一方で、給料がなかなか上がらないという声をよく聞く。地域や業種の違いによって、景気の動きに差が出てきているように感じる。
百貨店(売場主任)	・株価の動きが不安定で、高額品に対する消費意欲が上がらない。また、中国経済が停滞するなか、免税品の品目拡大から1年が経過するため、外国人観光客による購入は前年比でマイナスになる。
百貨店(企画担当)	・10月からの中国の国慶節には、外国人客向けの売上は増えるものの、全体的な高額品の売上は厳しい見通しである。また、株価の下落による影響は、外商顧客の購買意欲にはマイナスに作用するため、来月以降は前年の売上を割り込む状況も考えられる。
百貨店(外商担当)	・中国の景気減速に加えて、ドイツの自動車メーカーの不正問題も発覚したことで、更なる世界的な景気減速や株安が広がる可能性がある。インバウンド消費も急激に増えた昨年から1年が経過し、前年比でみた場合のプラス要因がないことから、先行きは厳しい。
スーパー(経営者)	・中国の経済不安による株安や景気の先行き不透明感により、当地域に多い輸出関連や自動車関連企業の業績の足かせになることが心配される。冬の賞与に対する不透明感が強まる一方、食品の値上げや実質値上げが続いており、消費者の価格に対する敏感さがより一層高まることが予想される。
スーパー(店長)	・外部環境に大きな変化がみられない。
スーパー(管理担当)	・同業他社の業績に比べて、利益率は半分近くの水準で推移している。このままでは、予算が多くかかる年末商戦での取組が懸念される。
衣料品専門店(経営者)	・プレミアム付商品券の効果はなかったが、その反動は出てくると予想されるため、年末にかけて厳しくなる。
家電量販店(企画担当)	・中国の株価下落の影響で、中国人観光客の需要が見込めなくなる。
乗用車販売店(経営者)	・シリアなどからの難民や、ドイツの自動車メーカーの不正問題など、世界経済の先行きに対する不安材料が出てきている。株価も日経平均が1万6千円台に急降下する予測もあり、年末までは景気回復が期待できない。
自動車備品販売店(営業担当)	・円安や原材料高が価格に与える影響を考えると、景気が今以上に好転する要因が見当たらない。
住関連専門店(店長)	・秋はイベントや行事が昔に比べて増えたせいか、来客数が減少し、売上が期待できない季節となった。今秋は商談自体が更に減っている感がある。
その他専門店〔宝石〕 (経営者)	・株価の変動が激しいが、ここ2~3か月で株価が上がる要素がないため、少し景気が悪くなる。
その他専門店〔食品〕 (経営者)	・お歳暮などの売上は増えず、年末の売上は昨年並みになる。株安の影響などで、忘年会などの経費削減も進むと予想される。
観光型旅館(経営者)	・イベントの反動が出る。外部環境に左右されない取組を行っているが、この反動は仕方がない。
旅行代理店(経営者)	・欧州方面の不振をカバーする材料がない。円安もボディーブローのように効いている。国内旅行はホテルも飛行機も取りにくくなっており、海外旅行のマイナス分をカバーする勢いはない。
旅行代理店(広報担当)	・台風の被害や世界経済の悪化が、特に富裕層のマインドに影響を与えている。株価の乱高下もあり、10月、11月は3連休があるものの、状況は悪くなると考えられる。
テーマパーク(職員)	・アベノミクスの更なる推進について、どのような手段で現実化されていくのかが、今一つ分からないため、現状では何ともいえない。サイクルとしては、消費を伸ばすためには収入の増加が必要で、そのために就職率を上げるといことは分かる。ただし、中国経済の減速が、どこまで国内の景気動向に悪影響を与えるのかがはっきりしないため、どうしても消費の伸びについては不安を感じる。
ゴルフ場(支配人)	・ゴルフ人口が減っている可能性があり、今後の動きが読めない。
その他サービス〔マッサージ〕 (スタッフ)	・アロマオイルのマッサージで服を脱ぐために、暖かい時期よりも寒い時期は来客数が減少する。
住宅販売会社(経営者)	・不動産の動きが鈍くなる年末年始に入っていくため、販売量が増えるとは考えにくい。

		その他住宅 [ 展示場 ] ( 従業員 )	・注文住宅市場は年々縮小傾向にある。消費税増税の駆け込み需要が期待される、来年9月までの1年間が最も厳しい時期になる。
	悪くなる	衣料品専門店 ( 経営者 ) その他飲食 [ ジャズバー ] ( 店員 )	・夏物や秋物の在庫が多いため、冬物の仕入れができない。今後は客の購買意欲もますます落ちてくる。 ・低料金の店が増え、価格破壊が更に起きている。
企業 動向 関連	良くなる	木材木製品製造業 ( 経営者 ) 広告代理店 ( 営業担当 )	・新商品の受注量が増え、売上、利益共に増加する見込みである。 ・郊外のショッピングセンターではリニューアル計画などがあり、受注が増えつつある。
(近畿)	やや良くなる	食料品製造業 ( 従業員 ) 化学工業 ( 企画担当 ) 電気機械器具製造業 ( 企画担当 ) 輸送用機械器具製造業 ( 経理担当 ) 輸送業 ( 営業担当 ) 広告代理店 ( 営業担当 ) その他非製造業 [ 商社 ] ( 営業担当 )	・年末に近づくにつれて販売企画が少し増えるため、販売増につなげていく。全般的には値上げで利益を確保している同業者が多いなか、当社は販売増による利益増を狙っている。 ・食品に対する本格的な消費の回復ではないが、年末の需要期を迎えるため、例年どおり一時的な販売量の増加が見込まれる。 ・新築マンション向け商品の受注が活況で、好調の持続が見込まれるほか、店舗向け商品の受注も確保できている。 ・引き合いを確実に受注につなげることができれば、良くなる。 ・携帯電話の部品製造が国内に戻ってきているようで、関係工場の荷物が増えている。 ・今の受注状況の推移をみると、インターネット広告の伸びは今後期待できる。 ・年末商戦に向けて、施設のデコレーションや電飾サインなどの需要が動き出す。
	変わらない	食料品製造業 ( 営業担当 ) 食料品製造業 ( 経理担当 ) 繊維工業 ( 団体職員 ) 家具及び木材木製品製造業 ( 営業担当 ) パルプ・紙・紙加工品製造業 ( 経営者 ) 出版・印刷・同関連産業 ( 営業担当 ) 化学工業 ( 経営者 ) 化学工業 ( 管理担当 ) プラスチック製品製造業 ( 経営者 ) 金属製品製造業 ( 経営者 ) 一般機械器具製造業 ( 経営者 ) 一般機械器具製造業 ( 設計担当 ) 電気機械器具製造業 ( 経営者 ) 電気機械器具製造業 ( 経理担当 ) 電気機械器具製造業 ( 宣伝担当 ) 電気機械器具製造業 ( 営業担当 ) 電気機械器具製造業 ( 営業担当 ) その他製造業 [ 履物 ] ( 団体職員 ) その他製造業 [ 事務用品 ] ( 営業担当 ) 建設業 ( 経営者 )	・シルバークラウドが終わった後は、クリスマスや年末年始までは飲料水の大きな売上が見込めない。 ・輸出は増えているが、国内向けはあまり良くない。 ・地域ブランドのタオルの需要期となるが、先行きは不透明である。 ・暇ではなく忙しいが、月ごとの変化は感じられない。 ・顧客からは増産に関する情報がない。 ・年末にかけて受注量は増えてくるが、昨年に比べて大きく増える話は聞かれない。 ・既に受注している大口案件もあり、引き続き好調となるが、今月以上に伸びるわけではないため、現状と変わらない。 ・株価が2万円台には回復せず、株安の状態が続く。 ・悪いながらも、生産に必要な材料の動きは止まらない。全体としては様子見の状態がしばらく続く。 ・中国の株安や、ドイツの自動車メーカーによる不正問題が、自動車の生産台数にどのような影響を及ぼすか不安である。 ・大型案件の成約に努めているが、それが成就すれば、継続的な取引の停滞が緩和される。 ・受注量の増加が見込めない。 ・中国経済の不透明さ、米国の金利引上げという不確定要素がある。それによって新興国の成長が鈍化し、世界経済が縮小するのではないかと感じる。そのうち日本の生産活動にも影響が出てくる。 ・長期的にみて回復傾向が進むような要素がない。 ・良くなる要因が見当たらない。 ・景気の良い話が聞かれない。 ・引き合いは多いが、受注につながっていない。 ・政府による経済政策に期待しているが、中小企業に好影響が及ぶまでには、まだまだ時間がかかる。 ・年末年始を迎えるが、新商品が少ないため、全体の傾向は変わらない。 ・今の状態が続くと予想している。市況が上向いている感覚はあるため、営業や販売面を工夫することで、売上を伸ばせると考えている。

	建設業（経営者）	・年末に向けて需要が高まることを期待しているが、消費者の財布のひもは固そうである。	
	建設業（経営者）	・東京一極集中が地方の建設業に影響を与えている。東京の労務費を上げて、全国から技能労務者をかき集める状況が今後も続く。	
	建設業（営業担当）	・今後予想される工事受注量は、当社の施工体制を上回っている。何らかの大きな変化がなければ、当面はこの状況が続くと予想される。	
	輸送業（商品管理担当）	・夏休みもシルバーウィークも終わり、財布のひもが固くなっているため、正月ぐらいまでは停滞する。	
	輸送業（営業担当）	・配達件数が増える要素はなく、取引先への知名度も上がる余地がないため、これ以上良くなることは難しい。	
	金融業（営業担当）	・中国次第で、情勢が大きく変化することが予想される。	
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・政府と日銀による新たな一手を期待したい。今の景気を考えると、まだまだ弾を撃ち続けなければ維持できない。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込収入が低い水準のまま横ばいとなっており、回復する兆しがない。	
	司法書士	・事件数は相変わらず少なく、起業の動きや不動産売買の案件もないため、現状維持となる。	
	経営コンサルタント	・中小の小売業にとっては、プレミアム付商品券の効果に期待したいところであるが、大部分は大型店で、しかも耐久消費財などの買い回り品に使用されている。使い残した端数の少額券だけが生活必需品の購入に回される状態であり、小売業の不振はあまり変わらない。	
	コピーサービス業（店長）	・相変わらず明るい話題はないため、現状維持の状態が続く。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・大きく変わる要素がない。	
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・アベノミクスの次なるステージが発表されたが、実現には相当な期間を要し、なおかつ実現の可能性は極めて低いように思える。一方、関西は大阪や京都を中心に、引き続き海外旅行者でにぎわうことが予想される。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・2～3か月後の受注量や引き合い、見積には今のところ変化がない。	
やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・取引先による商品の引取りが非常に悪くなったため、在庫が増加している。小売店での販売状況が悪化しており、急に良くなることを期待するのは難しい。	
	繊維工業（総務担当）	・新商品の動きは良いが、既存の商品の販売鈍化が目立ち、在庫リスクが出てきている。	
	金属製品製造業（管理担当）	・関西方面では目立った物件がないため、派遣スタッフの出勤調整を継続しなければならない。	
	通信業（管理担当）	・野菜の高騰で更に悪くなることを予想される。	
	不動産業（営業担当）	・神戸から事業所が撤退している。今後も続くと思われるため、神戸の景気には悪影響が出る。	
	広告代理店（営業担当）	・10月以降、広告費を削減しそうな企業もみられるため、業況は厳しくなる。	
悪くなる	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・経済政策の内容がはっきりせず、先行きが見通せない。	
	金属製品製造業（営業担当）	・鉄鋼メーカーによる、大手企業には値下げ、中小企業には保留という対応により、採算の大幅な悪化が予想される。	
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）	・改正労働者派遣法の施行もあるが、正社員で人材が確保できない企業が増えており、その代替として派遣を利用する企業が増えてきている。また、紹介予定派遣なども増えているため、今後も需要はあると見込んでいる。
		アウトソーシング企業（社員）	・当施設では、来年度は人件費の問題などで、新規の正職員の採用が見送られる。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・今後、企業が正社員をどう採用していくのか、それに対して派遣会社がどう関与していくのかが不透明である。この2～3か月でかなり動くと思われるが、景気に影響するような動きは今のところない。	
	人材派遣会社（営業担当）	・中国経済の失速もあって株価が続落しており、景気の先行きに不安感がある。	
	アウトソーシング企業（管理担当）	・クリスマス関連の仕事が入れば忙しくなるが、今のところ話が入ってこない。	

	新聞社 [ 求人広告 ] ( 管理担当 )	・新聞の求人広告への出稿は安定しているが、中国経済の減速懸念が払しょくできない状況では、景気が上向きとはいえない。前月は中国による株価対策が失敗し、日経平均が暴落したため、先行きは悪くなるとみていたが、株価の底はある程度みえてきている。ドイツの自動車メーカーの不正問題による自動車関連への悪影響も懸念されるが、現状維持の状態が続くと予想される。
	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	・関西の地元企業に元気がない。
	職業安定所 ( 職員 )	・月間の有効求人倍率は1.00倍となったが、求人の正社員比率は50%に満たず、景気が好転しているとは思えない。また、管内企業への調査によると、景況感は普通で、今後の展望は現状維持とする企業が多い。
	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いている。求人を出しても応募者がいないという声が、以前よりも多く聞かれる。
	民間職業紹介機関 ( 営業担当 )	・良い状態がしばらくは継続する。
	学校 [ 大学 ] ( 就職担当 )	・企業の採用活動が今後も続く。
	学校 [ 大学 ] ( 就職担当 )	・世界情勢が非常に不透明な状況であり、景気が良くなるような環境ではない。
やや悪くなる	人材派遣会社 ( 支店長 )	・労働者派遣法の改正による影響が出る可能性がある。
	民間職業紹介機関 ( 職員 )	・日雇い労働者の需要の先行指標である、鉄筋工の求人数が伸びていない。工事量が増えず、景気の停滞も予想される。東京オリンピックの建設需要の増加などで、東京に建設関連の職人がシフトしていることも、関西圏の足を引っ張っている。
悪くなる	-	-