

8. 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)		* 一般小売店〔呉服〕（店員）	* 単価の動き	* ・毎回来店のある客は決まってきているが、新規の客の単価が上がっている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・台風20号の上陸により、営業時間を短縮せざるを得なかったが、今月の売上は前年比で約5%の増加となった。月初は客単価の低下で売上の伸びが鈍化していた外国人売上も、月末の1週間は来客数、客単価共に回復し、店全体の売上増加につながっている。月後半の動きから、景気は好転していると感じている。
		百貨店（企画担当）	競争相手の様子	・前月までと同様に、近隣の競合店が撤退したことにより、客が当社に流入している。これが当社の売上増の主な要因であり、全体的に消費マインドが上がっているわけではない。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・富裕層を中心とした、特選ブランドなどの高額品の動きは引き続き好調である。また、化粧品を中心としたインバウンドの動きも順調となっている。さらに、台風による悪影響はあるものの、これまで伸び悩んでいた、ボリュームゾーンの衣類や雑貨などのファッション関連が、レディース、メンズ共に好調に推移している。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・前月からの猛暑の影響が、月初は高額品の購入も伸び悩んでいたが、お盆が過ぎて、秋物の高額な衣料品が動き出し、例年以上に好調である。
		百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・8月に入り、やや落ち着いた気温に変わったことで、セールや秋物の立ち上がりは順調に推移している。都心店舗、郊外店舗共に、前年を超える売上となった。婦人服関連の売上も好調に推移し、化粧品に関しても前年比で10%以上の増加を維持する形となった。秋物の立ち上がりに合わせて改装を行ったバッグ関連は、輸入品の新商材が好調となる流れが強まり、20~30%増の推移となっている。
		百貨店（売場マネージャー）	単価の動き	・特選洋品と化粧品が依然として好調で、前月は不調であった婦人の洋品雑貨や衣料品も今月に入ってから活発に動き出している。また、入店客数やレジ客単価も前年を上回っている。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・相次ぐ自然災害の影響で、農産物の相場の高騰が続いている。また、猛暑により、飲料や熱中症対策商品、アイスクリーム、火を使わないで調理ができる冷凍食品などが前年比で大幅にアップしている。ただし、酒類や菓子、値上がりしたパン類、特に菓子パンやデザート類などが振るわない。必要な物は買うが、し好みなどは買い控える選別志向が目立つ。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・1人当たりの購入単価、1品単価共に上がってきており、消費が活発になっていると感じる。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・猛暑の影響で、飲料やアイスなどの販売が前年よりも大幅に増え、売上も大きく伸びた。一部の水や機能性飲料などは一時入荷ストップになり、その他の真夏商材も堅調な伸びとなっている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・7月に続き、酷暑と豪雨の両方に今月も見舞われた。余り歩かないようにするためか、まとめ買いが多くみられ、1回当たりの平均単価も上がっている。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・8月中旬から、まとめ買いやプラス1品を購入する客が多く、支払の際にレジ横の商品を購入するケースが多い。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・外国人観光客による免税売上が多くなっている。
		乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・例年の閑散期の8月よりも客単価はアップしている。今後良くなることに期待している。
	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	来客数の動き	・店の認知度が上がり、来客数は増加している。暑さの影響で、店に涼みに来る客も多い。夏休みやお盆での帰省客や、クーポンの配布を店頭で行ったこともあり、来客数が増加している。	
	一般レストラン（店員）	単価の動き	・暑い日が続いたせいか、ドリンクやデザートがよく動いた。その分、例月よりも単価が上がっている。	
	観光型旅館（団体役員）	販売量の動き	・全般的には、海水浴客を中心とした来訪客は多かった。ただし、夏の繁忙期に2度の台風によるキャンセルや、数か所の施設の損壊も起きている。	

タクシー運転手	来客数の動き	・かなり激しい暑さや、大雨による天候不順、夏休み期間ということもあり、繁華街や道端で、手を挙げてタクシーを止める頻度が増えてきている。
通信会社（社員）	販売量の動き	・夏のボーナス商戦では、4K対応テレビが1インチ当たり3,000円台程度になってきたため、購入が増加している。それに連動して、加入数も少し好調の兆しが見られる。
競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9,746円で、3か月前の客単価は9,221円よりも上がっている。
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	お客様の様子	・エレベーターのリニューアルの受注件数が好調で、多忙な日が続いている。
商店街（代表者）	お客様の様子	・お盆の人出が例年よりも多い。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・業種を問わず、猛暑で来客数は減少し、前年を10%弱下回っていたが、後半には暑さに慣れたのか、来客数、売上共に戻り始めている。
一般小売店〔時計〕（経営者）	それ以外	・お盆休みがあり、営業日数が少なかった割に売上の落ち込みは少なかったが、来客数は猛暑の影響を大きく受け、それほど多くなかった。必要に迫られて腕時計が少し動いたほか、1件当たりの修理代金が高額であったことが売上を後押しした。状況としては、財布に余裕ができて、物を買いたたり、買換えるといった雰囲気とは異なる。
一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・ゴルフ場や飲食店関係に納品しているが、ゴルフ場は暑さでこの3か月はかなり客が減っており、飲食店も良い状況とはいえない。
一般小売店〔自転車〕（店長）	お客様の様子	・修理や購買に対し、すぐに資金を出せる人と、出せない人の差がまだまだある。
一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・お中元やお盆休みも終わり、贈答品の売上が今一つ芳しくない状況である。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・今月は大雨や台風の影響で、営業時間の短縮を行った結果、販売量が減少している。決して景気に左右されたわけではない。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も傾向は変わらず、インバウンド効果で売上は今年目標や前年の水準を超える予定である。増減率は少し下がる傾向にあるが問題はない。入店客数は前年比で5%ほど増えており、インバウンドによる化粧品やアクセサリーの売上も好調に推移している。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・天候不順にもかかわらず、入店客数は安定しているが、中間層を中心とした国内現金売上は微減である。その反面、富裕層の外商売上やインバウンドは好調で、結果として店全体の売上は微増が続いている。アイテム別には化粧品が好調を維持している。
百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月は、中旬まで暑さによって夏物商材が好調に推移し、前年を上回っている。ただし、中旬以降は気温が少し下がるとともに、夏物の需要が落ち着いたほか、台風の直撃や天候不良もあって前年を下回っている。秋物商材の動き出しは、まだ残暑が厳しい日も多いことから厳しく、やや苦戦している。化粧品やスタミナ関連など、夏の疲れをケアする商品による需要の喚起が必要である。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・暑さや台風などの気象条件が逆風となり、地方、郊外ではばん回しきれない店舗もあるが、都市部の店舗では、季節の食品催事や夏休みの子供向けイベントにより、来客数は順調である。夏物セールとインバウンドが好調な婦人洋品雑貨を中心に、順調な推移となっている。
百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・前月に続き、猛暑や台風による閉店時間の前倒しの影響があったものの、夏休みの家族向けイベントを複数開催したほか、下旬に向けて好調になってきたインバウンドなどにより、来客数は前年比で10%近くアップしている。
百貨店（営業企画）	来客数の動き	・8月は、大雨や酷暑といった7月の気候要因が幾分落ち着いたことで、入店客数は回復している。客単価も上昇しているが、食品以外の売場で改装前の売り難くしを展開しているためであり、前年との比較が困難である。

百貨店（特選品担当）	お客様の様子	・ 8月に入り、大阪北部地震や平成30年7月豪雨の影響で減少したインバウンド客が戻ってきた。特に、高級ブランドや化粧品のインバウンド売上が、日々ベースでも過去最高水準をキープしている。ただし、婦人服のボリュームゾーンを中心に、来客数、購買金額共にまだ厳しい状況が続いている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・ 1品単価や買上点数に変化がみられない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・ 客の購入数量や客単価は、依然として節約傾向にある。
スーパー（店長）	お客様の様子	・ 猛暑やお盆、台風などで、必需品的な商品は購入するが、 unnecessaryな商品やプチぜいたく品の購入は控える傾向がみられる。
スーパー（店長）	来客数の動き	・ 競合店の出店もあり、来客数は苦戦が続いているものの、農産品の相場高もあり、1品単価は回復傾向にある。一方、1人当たりの購入点数は、ほぼ横ばいの状況が続く。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・ 来客数は前年割れの低い水準で推移している。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・ 猛暑の影響はプラス面だけではないが、全体として売上増に貢献している。
スーパー（社員）	販売量の動き	・ 今夏の高い気温や災害の影響もあり、生鮮品は価格変動が大きく、商品の供給も安定しないため、客の購買も余り活発ではない。それでもアイスや飲料や冷麺類などは、高い気温に連動して好調に推移しており、全体に堅調な販売状況となっている。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・ 直近の3か月は暑い日が続き、ソフトドリンクや冷たい調理麺などが好調で、売上は安定している。全体としては、たばこの売上が下がり続けているので横ばいである。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・ 猛暑や天候要因によるプラス面とマイナス面が出ている。プラス面は大容量の飲料や氷、氷菓の売行きが好調で、マイナス面は暑過ぎて来客数が伸び悩んでいることである。
コンビニ（店員）	お客様の様子	・ 特に客の購入単価などは変わらず、来客数も順調である。近くに新店舗なども増えているが、固定客は減っていない。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・ 購入単価の下落傾向が強く、財布のひもが固い。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・ 案件数と受注件数には復調の兆しがあるが、販売量、売上は依然として厳しい。
その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・ 株価が2万2千円台で推移しており、この状態が続くと景気は安定する。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・ 前年との大きな差は感じられない。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・ 日程の決まった催事に来場予定であった、購入に余裕のある年齢層が、天災や天候のせいで見送り、売上を逃がしている。
その他小売【インターネット通販】（経営者）	お客様の様子	・ 地域的に高齢者の客が多いため、異常な暑さで外出を控えている。また、若い客は大手スーパーで週末に1週間分の買物をするか、20時以降に買物をする人が多い。商店街はこの状況の中で、19時には全店舗が閉まっている。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ 今月も台風や猛暑などの天候不順により、例年の夏休みに比べると、来客数は伸び悩んでいる。
高級レストラン（企画）	来客数の動き	・ 宿泊稼働率は前年と比較して上昇しているが、1室当たりの単価は落ちている。婚礼宴会の伸びが悪く、新規の問合せ件数も減少している。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・ 客単価は堅調に推移しているものの、天候不順の影響もあり、来客数の前年比が僅かずつであるが悪化傾向にある。特に、平日の悪化が続いている。
一般レストラン（経理担当）	それ以外	・ ここしばらくは災害に近い猛暑が続き、客足が伸び悩んでいる。
その他飲食【自動販売機（飲料）】（管理担当）	それ以外	・ 今年は平成30年7月豪雨の影響で、飲料の在庫がない。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・ 今夏は猛暑や台風が相次いだことで、マイナスの影響が出ている。

観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・平成30年7月豪雨の影響で予約が遅れ、間際予約で随分追い上げたが、集客が間に合わなかったという状態である。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・6月の大阪北部地震により客室の3分の1が被災し、改修には半年以上掛かるため、客室収入と食堂の朝食利用が大幅に減少している。客室の減少で、団体客の獲得や価格のコントロールが困難で、通常時よりも稼働率、単価共に悪化している。一方、宴会が非常に好調で、収入は大幅に伸びている。ただし、大型の研修団体が複数獲得できたため、景気の改善とは異なる。
都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・引き続きインバウンドは好調であり、景気自体に大きな変動はないが、一時的な動きとして、今後の台風の被害による影響が懸念される。8月の台風では、大型宴会のキャンセルや、宿泊のキャンセルなどが発生している。
都市型ホテル（総務担当）	単価の動き	・宿泊客数は前年とほぼ同じであるが、客室単価の下落により大きな減収となっている。宴会についても、予約件数及び金額は前年を下回っている。レストランも、来客数が前年を大きく下回っている。
都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・連日の猛暑や台風の発生数が多かったことも影響してか、お盆が明けてからの伸びが良くなく、客室単価を下げての販売となった。客室単価は前年比で3.8%低下し、それにより売上も6.6%減という状況である。
旅行代理店（店長）	販売量の動き	・来客数が少なくても販売は落ちていない。目的があって来店する客は、事前に予約を入れ、単価も低くはない。特に海外旅行の状況が良く、大阪北部地震などで景気が良いわけではないが、旅行に行く人は行っている。
旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・米国による中国やトルコなどへの政策で、世界情勢が不安定となっている様子が報道され、客のマインドにも影響している。同じ予算でも、海外旅行よりも国内旅行を選ぶ客が多く、単価が上がらない。
タクシー運転手	単価の動き	・大阪北部地震の保険調査によりタクシーの予約が殺到した動きも終わり、夏の暑さも峠を越えたため、少し利用率に陰りがみられる。
タクシー運転手	お客様の様子	・料金の値上げに伴い、手を挙げる客は少ない。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・客の受注状況に、特に変化はない。
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・これから秋の観光シーズンが本格化するもので、期待はしている。
美容室（店長）	販売量の動き	・来客数が若干増えていることに伴い、売上は堅調に推移している。
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	・夏休みということで、レンタル、セル、書籍の全アイテムの売上が好調であり、売上の前月比は良い数字だが、前年比はセル売上の貢献で何とか維持している状況である。
住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・元々2月と8月は成約が少なく、今年も例年並みとなっている。平成30年7月豪雨や猛暑の影響は余りない。
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	・3か月前に比べて、事業用不動産の取引についての動きは余り変わらない。
その他住宅[展示場]（従業員）	お客様の様子	・8月は猛暑の影響もあって、住宅展示場の来場数は減少している。
その他住宅[情報誌]（編集者）	お客様の様子	・猛暑の影響により、消費マインドや購買行動は一部で鈍化の傾向にあるものの、大きな押下げ圧力というほどではない。
一般小売店[精肉]（管理担当）	それ以外	・夏の商戦が終わろうとしているが、6月の大阪北部地震から始まり、平成30年7月豪雨、8月の台風、そして高い気温がずっと続いている。特に、平成30年7月豪雨はお中元の最盛期と重なり、配送機能が混乱するなど、かなりの影響が出た。食生活にもこの高い気温は影響があるほか、外食や路面店にも悪影響がある。野菜価格の高騰なども含めると、景気にも大きく影響している可能性がある。

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店舗の平均で計算してみると、関西は8月が99.5%で、5月が87.9%、関東は8月が97.2%で、5月が113.9%、中部は8月が87.1%で、5月が83.9%、中国は8月が79.0%で、5月が86.4%となり、各地区合計の平均は8月が94.1%で、5月が91.6%となった。一時期と比較すると多少持ち直してきているようにみえるが、8月に入ると猛暑と台風の影響で少々伸び悩んでいる。
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。インバウンドが好調なほか、気温の影響もあり、婦人洋品を中心としたシーズン雑貨が好調である。ただし、インバウンドの動きは大阪北部地震以降、鈍化しており、国内客の売上も減少傾向にある。全てのアイテムが好調ではなく、客のモノに対する購買意欲は決して高くない。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・ 天候による影響があったものの、お盆の帰省商戦では生鮮品、特に精肉、鮮魚の単価が低かった。入店客数も前年比で2.0%減、売上は2.5%減で終了している。
百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・ 前月に比べてインバウンドが復調し、売上は前年を上回っているものの、猛暑や台風の影響で入店数が6%減っている。雑貨や特選品、宝飾関連は堅調であるが、暑さの影響で秋物商材の動きが鈍く、婦人服や紳士服が苦戦している。
百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・ 店全体の店頭売上は前年比で4.2%増、店頭以外も含む全体で2.2%増と好調に推移している。特選衣料品などの富裕層の消費が堅調に推移し、全体を押し上げている。その一方、婦人服や家庭用品など中間層の消費は低調である。また、これまで50～60%増となっていた訪日外国人売上に鈍化がみられ、売上は前年を上回るものの、買上客数は前年から1.5%ほどの減少となっている。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・ 台風の影響で閉店時間が繰り上げられ、来客数が減少した。また、8月下旬になっても気温の高い状況が続き、秋物衣料も低調な推移となっている。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・ 集中豪雨や頻繁な台風の上陸など、気象条件が悪いため、販売機会が減少し、やや悪くなっている。
スーパー（店員）	単価の動き	・ 猛暑と台風の影響で野菜の値段が一気に上がり、下がることがない。
スーパー（管理担当）	それ以外	・ 天候不順などで野菜価格の高騰が続き、いわゆる買い控えも見受けられる。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・ 台風や水害による交通機関の混乱があり、朝の客が前年比で30%減少している。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ 暑さが厳しく、特に重衣料を扱っている当店は、スーツ関係の動きが非常に悪い。
家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・ 猛暑により、これまでは夏物商材の代表であるエアコン、冷蔵庫の販売が好調であったが、その反動で来客数そのものが激減している。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・ 特に投資をしている客の中には、株価低迷による資産の目減りで、購買意欲を失っている人もいる。消費を刺激する材料に乏しい状況である。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・ 例年8月は休暇やレジャーの月で、閑散期となっている。大阪北部地震や平成30年7月豪雨の影響は落ち着いてきているものの、販売、メンテナンス共に低調である。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・ 猛暑がいまだに続いているため、飲料や季節商材、衣料洗剤などの動きは良い。一方、暑過ぎて虫の動きが鈍いのか、殺虫剤はほとんど動かず、売れる商品は限られている。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・ 残暑の影響で秋物商材の動きが極めて鈍い。原油価格の高騰による電気料金の値上げや、天候不順による野菜の値上がりなどの影響も考えられる。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ 暑過ぎて、商店街には人が歩いていないが、近隣の大型ショッピングセンターは人でにぎわっている。
都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・ 大阪北部地震のあとの平成30年7月豪雨や台風、連日の猛暑のせいか、昼夕のレストランの客足が鈍い。
旅行代理店（役員）	来客数の動き	・ 過去には、酷暑を理由とした旅行の中止は皆無であったが、今月は多発した。豪雨や台風は仕方がないとしても、酷暑は想定外である。

	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・大阪北部地震、平成30年7月豪雨に続き、猛暑による来店数の減少や、台風によるキャンセルが続いている。
	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・活動エリア内では、販売物件数が減少しており、成約率も落ちてきている。次回の供給物件の販売価格なども、下がる方向になってきている。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・猛暑の影響かどうかは分からないが、マンションのモデルルームへの来客が減っている。また、来場しても購入に慎重な客が増えている。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・例年7～8月は客足が鈍る上に、猛暑もあって減少傾向となっている。
x	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売上は前年比で約8%落ち込んでいる。
x	スーパー（経営者）	お客様の様子	・必需品以外の購入がない。
x	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今年の7～8月にかけて雨がが多く、暑かったため、来客数が極端に少なく、売上が落ちている。
x	家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・盆を過ぎた頃から、来客数が前年を下回っている。猛暑によって季節商材でにぎわった反動から、処分セールにもかかわらず売上が芳しくない。
x	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・自然災害や酷暑の影響が大きく、来客数は大きく減少している。
x	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・7月に続き、8月も天候の影響を大きく受けた。猛暑が続いたことにより、余り温泉地に足が向かなくなった上に、台風によるキャンセルも重なっている。
企業動向 関連 (近畿)	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体、Web媒体共に、売上前年比は何とか100%に届いている。
	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・8月は猛暑が続き、飲料水の売上は好調であった。もう少し飲料水の供給があれば、まだ売上は伸びたように感じる。
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・多品種少量生産の製品の動きが活発である。大きく売上は上がらないが、着実な動きとなっている。
	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・4～6月の販売は少し落ち込んだが、7月以降は前年比で10%以上伸びている。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地域的な動きかもしれないが、このところは公共工事の受注が続いている。地元自治体が国の医療関連施設を誘致するなど、大きなプロジェクトが続いている影響もある。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・今期は前年に比べると、猛暑の影響で夏用の製品の動きが良く、売上が伸びている。
	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・長期のお盆休みや台風20号の上陸もあったが、余り影響はなく、若干であるが出荷は増えている。
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・前年よりも稼働日数が1日減であり、その分がマイナス要因となり、売上は微減である。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客からは増産計画などの情報がない。
	出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・早くもカレンダー印刷の受注も始まってきたが、例年どおりの動きであり、状況に変化はみられない。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大量の注文があって販売が増えているとか、売れなくて注文がないということもないが、余り良い状況ではない。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特殊な製品の荷動きは良いが、一般の製品についてはやや鈍化している。人手不足により受注対応ができないという声もある。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の受注納期は1年以上のケースが多く、直近での売上に、この数か月は大きな変化がない。
	電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・景気の方向性については、通常は受注量や販売量から判断しているが、現在の市場で不安要素となっているのは国際政治、特に米国大統領の政策の影響が大きくなっている。ただし、本当は分からないというのが本音である。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・猛暑が続いているが、エアコンは前年をやや下回る荷動きとなっており、その他の商品にも、そこまで活発な荷動きはみられない。

	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注は横ばいである。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・現状は大口受注先の対応で手一杯であるが、今後の案件の出方は鈍い状況にある。
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・夏休み中の追加発注なども、例年と変わらない動きである。
	建設業（経営者）	競争相手の様子	・官庁関係は相変わらず厳しい価格競争が続いている。地方と東京の建設業の格差を感じる。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物件当たりの単価が依然として低いため、物件数は多いが、売上は前年比で減少する見込みである。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・商品のマンネリ化で売行きが悪い。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・どちらかといえば相対的には良くなっている。
	金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先訪問時の会話で、今後の受注状況については、現状と同じ水準であるとの状況を確認している。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・地元からの企業の撤退が続いていることで、事務所や社宅のニーズが減っている。空室率が上がり、家賃も上がらない状態となっている。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込件数が落ち込み、折込収入は減少しているが、8月はいつも悪化するため、例年と変わらない。
	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とデジタル広告の出稿が、8月にしては好調である。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・相変わらずエンドユーザーの消費は手堅いため、小売業は現状維持が精一杯である。一方、建設業、製造業は好調を維持している。特に、建設業は平成30年7月豪雨による災害での特需があり、受注価格が上がっている。ユーザー側からすればどんどん値段が高くなっている。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	取引先の様子	・お盆休みがずれたことで、在庫の数が減っている。
	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	・猛暑による出控えか、ターミナル駅を中心に利用客が伸び悩んでいるが、コンビニなどの小売店舗では、清涼飲料水、お茶などのソフトドリンクが前年比で110%を超える勢いで売れるなど、店舗単位では好調といえる。
	食料品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・平成30年7月豪雨による物流の停滞と猛暑続きで、売上が悪化している。
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・今夏は稼働日が少ないとはいえ、販売量、金額は前年の20%減である。異常気象も消費意欲を低下させる要因となっている。
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・電機、建設、半導体向けの主力3部門で、出荷量が若干落ちている。
	金融業（営業担当）	競争相手の様子	・新規開拓では取引先の取り合いとなっている。企業の内容が決して良いわけではないが、企業経営者の数が減少傾向にあるため、今後も取り合いが続きそうである。
	広告代理店（企画担当）	それ以外	・株価が安定せず、大きく下がる場合がある。海外の市場も安定していないので、景気回復への不安を感じる。周囲で投資している人も、同じような感覚をもっている。
	経営コンサルタント	受注価格や販売価格の動き	・ここしばらくの歴史的な暑さや自然災害が大きな影響を及ぼしている。秋物商材が動き始める時期であるが、伸びていない一方で、夏物商材の水物はよく売れている。商品の動きにばらつきが大きく、価格に敏感になっている。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新製品の販売の遅れや、モデルチェンジの後継機種も販売のめどが立っていないため、販売可能な製品が減ってきている。
	x その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・景気が上向いているとは感じられない。
雇用関連	-	-	-
	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・各社の情報関連の投資が活発なせいか、新年度以降は受注の鈍化がみられない。

(近畿)	職業安定所（職員）	求人数の動き	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨、猛暑による新規求人の減少を懸念していたが、直近の新規求人の増加幅は例月並みとなり、大きな影響はみられなかった。近畿の有効求人倍率も季節調整値で1.60倍と、平成以降の最高を更新し、約44年ぶりの高い水準となっている。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・建設関連の日雇求人は、夏休みに伴う学校関連の補修工事や、大阪北部地震、平成30年7月豪雨の復旧工事の影響を受け、前年同月と比較すると増加傾向となっている。ただし、熱中症対策や酷暑による体調管理のため、毎日の就労が難しく、人手不足の状況は強まっている。
	民間職業紹介機関（マネージャー）	採用者数の動き	・京都や滋賀の中堅、中小企業の採用意欲は引き続き根強い。事前課金の広告媒体での効果が薄れてきていることから、人材紹介を利用するケースが増えている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・前月に比べて求職者数が増えており、求人数も増えている。台風などによる特需もあり、全体的に景気が上向いている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・採用が増えている企業が多い。
	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・来月の9月末で派遣期間が3年となり、契約が終了というスタッフが数多く出てきている。派遣先の企業は、これまでの40歳までという年齢制限を40代後半にまで広げたり、優秀なスタッフを直接雇用に取り替える方針を固めつつある。派遣会社の売上は一時的にダウンするが、やむを得ない。
	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・特に大きな変化はなく、人材業界は求職者優位の状況のまま、変わらず推移している。
	人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・求職者数、求人数共に、3か月前比では微増という状況で、人材マーケットの景気に大きな変化はみられない。なお、非正規労働者に関する市場においては、5年前の労働契約法改正、3年前の改正労働者派遣法の施行により、正規労働者への移行による安定化の動きがみられる。その一方、より良い条件を求める転職活動が活性化しており、人材マーケットの流動化の動きもみられる。例えば、ここ最近では具体的な求人への応募ではなく、今後の転職に備えた登録応募が増加傾向にある。
	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・有効求人倍率は依然として高い。より良い条件があれば転職したいという求職者は多いが、慎重である。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・例年、夏季の休暇シーズンは中たるみとなるが、新聞求人数に景気を左右するような顕著な動きはみられない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・広告宣伝費に関する状況をみても、特に3か月前と変わらない。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・前年比で新規就職者数は増加に転じた一方、新規求人数は4か月連続で減少している。ただし、新規求人倍率は2倍を超えており、高止まりで推移している。相談窓口での特徴は、20～30代の女性の退職者と65歳以上の男性の離職者が多い。また、相談を行っても紹介に至らないケースが増えている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業を中心に求人が増加し、好調が続いているが、求職者の減少が続き、有効求人倍率が高止まりしている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	それ以外	・企業の求人数は多く、それだけを見ると景気が良いと感じるが、新卒学生の質をみると、企業の求める人材の条件は高いため、企業の採用難と学生の就職難が共存する形となっている。学生の側からみると、求人は多いものの、前年よりも内定状況が悪い。内定をもらえる人とそうでない人の2極化が進んでいる点で、良いとは言いがたい。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・9月に学内合同就職説明会を実施する。医療スタッフ関連の求人意欲が強いのか、参加希望の医療機関が多く、断るのに苦労したが、景気全体が上向きなのかどうかは判断に迷いがある。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数は多いが、求人企業の規模は以前よりも小さくなっている。
	-	-	-
	x	-	-