

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)		乗用車販売店（営業担当）	・中間決算月であり、新型車種の販売開始により、一定の販売量の増加は期待できる。
		百貨店（売場主任）	・悪天候の中でも、インバウンドの売上は前年比で20%伸びていることから、堅調な売上の推移が期待できる。
		百貨店（企画担当）	・売上の増加傾向を支えている外国人売上については、まだしばらくは2けた増の拡大が期待できる。さらに、株高の傾向がそのまま継続するならば、外商客の購買意欲は落ちず、こちらも増加傾向が続くと予想している。
		百貨店（服飾品担当）	・6～7月の大阪北部地震や平成30年7月豪雨などの影響を除けば、客の購買意欲がやや戻ってきている。ファッション関連は早めの動きをみせる兆しがあるほか、本格化する秋物商戦も同様の推移となることが予想される。また、7月後半から販売を開始した、化粧品関連の新作の動きも良く、インバウンドも微増すると考えられるため、期待がもてる。
		百貨店（営業企画）	・世界的な貿易摩擦も終息に向かっており、米国の株価も持ち直している。企業業績そのものは好調を維持しており、与党の総裁選挙も経済政策に大きな変化を与えないため、回復が期待される。
		百貨店（マネージャー）	・米国経済の好調などで世界景気は持ち直しており、富裕層の高額消費は続くと予想される。ただし、中国などの貿易競争の進み具合によっては、インバウンド消費が落ち込む可能性があるなど、予断は許されない。
		スーパー（企画担当）	・9月はまだ残暑が厳しく、継続して夏物商材が売れるため、在庫の販売や売り切りがしやすい。また、3連休が2回あり、前年よりも売上が見込まれる。やや良くなることは予想しているものの、残暑が長引くと秋冬商材が売れなくなるので、臨機応変な売場対応が必要となる。
		コンビニ（経営者）	・コーヒーマシンの稼働率はまだ上がりそうで、コーヒー類や、それに伴うスイーツやパン、サンドイッチ類の売上増が見込める。また弁当類や機能性ドリンクなどの、より高単価な商品の売上増も期待できる。
		衣料品専門店（店長）	・3か月後には少し秋風が吹き、客の購入意欲も出てくる。現状も少ないながらも売れており、単価は前年よりも少し良い状態が続いている。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・オーダースーツにとって閑散期の8月でも、順調に秋冬物の注文が入ってきている。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・店のクーポンを配布すれば、今の水準を維持することはできるが、1品当たり10%値引きのクーポンがなくなれば、来客数は減少する。ただし、新商品への関心は高く、限定品の予約には多数の問合せがあるため、景気は上向く。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・異常な暑さも落ち着き、秋の季節になればおのずと購買意欲が高まり、売上に貢献するようになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・気候も良くなり、もう少しコンスタントに予約が入ると予想される。ただし、台風が頻繁に発生しないことが条件となる。
		一般レストラン（経営者）	・今年は、例年にない自然災害が多いが、このまま落ち着けば、来客数は戻ってくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客室、宴会共に、例年どおりの予約率を維持している。特に、宴会部門については、セミナー関連のパーティーも受注できているなど好調である。
		旅行代理店（営業担当）	・自然災害による落ち込みからの反動に期待したい。
	タクシー運転手 通信会社（社員）	・これから修学旅行生も増えてくるので、忙しくなる。 ・12月からの4K放送の本格開始に向けて、消費動向はある程度上向きになってくる。	
	競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走の売上も好調である。特に、電話投票が順調に伸びている。	
	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨などの災害が続き、景気の減速に拍車が掛かっているが、その後は徐々に改善されており、商品の補充が進めば消費も増えてくる。	
	住宅販売会社（従業員）	・暑さが和らいでくれば、モデルルームへの来場が増えてくる。また、金利が上昇傾向になれば、低金利の間に購入する意欲も高まることが予測される。	
	商店街（代表者）	・お盆の後は入出が急に減少し、後半は売行きも悪い。	
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・残暑が厳しく秋物衣料に目が向きそうにないと感じている。9月をどう切り抜けるかが、秋冬商戦の命運を握っている。	

一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・受注見込みもなく、主力商品もこの時期には入荷しないため、供給できない。
一般小売店〔野菜〕 (店長)	・現状は景気が変わる材料が全くないため、小型店は厳しい状態がまだまだ続く。
一般小売店〔雑貨〕 (店長)	・たばこがまた値上げされることになった。値上げの後は、更に売上が落ちる。
一般小売店〔自転車〕 (店長)	・客の様子からは、自転車に予算を掛けられる人がまだ増えそうにない。
一般小売店〔呉服〕 (店員)	・着物を扱っているため、急に大きく変動することはない。振り袖の売上は落ちているが、ふだん着の着物は売れている。
一般小売店〔花〕(店員)	・安定した売上が続いており、先の予約も少しずつ入っているため、このままの売上が維持できる。
百貨店(売場主任)	・インバウンド需要は今月の中旬から回復傾向にある。ただし、インバウンド需要の増加に伴い、国内客に一部の商品が回らなくなったり、十分な接客ができないこともあり、国内客の不満が高まってきている。取引先もインバウンド需要に対し、制限を設けるなどの対策を実施している。国内客の需要が増えない限り、大きな変化はない。
百貨店(売場主任)	・客からは、人工知能関連の製品に関心があるという話が多いが、当社が直接扱う領域ではないため、売上につなげることができていない。
百貨店(営業担当)	・資産価値のある商品であれば購入したいという、富裕層の優良客の声に対し、超高額な海外高級ブランドの宝飾品や、希少価値のある宝石などを販売する企画もあり、高額な商品が販売される土壌ができてきている。
百貨店(営業担当)	・当社の中でも、大阪の中心部にある店舗は業績、来客数共に増加傾向が続いている。一方、当店を含めて郊外の店舗は、来客数は増えているが、中心部ほどの伸びはない。これは以前から続いている傾向であるが、更に差が開いてくるのではないかという懸念もある。ただし、商品量が多く、支払方法などのサービスが良い都心部に、インバウンドが集中するのは仕方ないことである。
百貨店(宣伝担当)	・9月以降はリニューアルや大型催事が続くため、入店数は回復すると予想しているが、インバウンドの伸び率がかなり鈍化しており、大きな好転は望めない。
百貨店(サービス担当)	・インバウンド向けのクレジットサービスの充実や、速やかにレジ決済できるシステムの導入もあり、傾向としては変わらない。催事などで来店を促し、現状を維持する。
百貨店(マネージャー)	・客の心理によって国内消費が大きく変化することはない。海外情勢の変化や、国内では与党の総裁選挙などもあるが、堅実な節約志向は続く。
百貨店(販促担当)	・気温の予測がやや高めであり、秋物商材への影響が懸念される。朝晩の冷え込みがあれば、1枚は羽織物が必要となるため、気温動向に対応した打ち出しが重要となる。政権の安定は織り込み済みであり、株価が維持されれば、富裕層も例年並みの動きが期待できる。一方、懸念材料である米国と中国の関係が不安定となれば、この層にまず影響が出そうである。エリア的に訪日客の需要は極端に多くないため、増加しつつも、人数自体は多くないという状況が続くそうである。
百貨店(商品担当)	・インバウンドの伸びは鈍化しているが、依然として堅調な売上シェアを維持しており、売上の下支えとなっている。ただし、米国の保護貿易主義や長期金利の上昇、地政学リスクによって世界経済が減速するリスクがあり、消費意欲に水を差す懸念が消えず、一進一退で推移することが予想される。
百貨店(売場マネージャー)	・特選洋品や化粧品的好調は続くが、主力である衣料品においては、気温が前年とは異なる予報であるため、9~11月の秋冬商戦には不安がある。
百貨店(販売推進担当)	・株価や為替が安定しているため、富裕層による高額品の売上は引き続き好調である。前年は非常に寒く、冬物衣料の売上が大変好調であったため、ボリュームゾーンの客に対しては、新たな集客策を考える必要がある。
百貨店(外商担当)	・最近、頻繁に起きている天候不順によって、インバウンドの増加率が縮小しているため、売上が押し下げられる。
百貨店(特選品担当)	・インバウンドは、国慶節や紅葉などで、これから更に来客数の増加が見込まれる。一方で、国内客はこれから回復する材料がない。ただし、前年のように気温が急激に下がるようなことがあれば、重衣料の動き方が変わり、来客数、売上共に回復してくる。

スーパー（経営者）	・農産物の相場の高騰はしばらく続きそうである。前年に歴史的な不漁となったサンマや秋サケが今年は豊漁の予想で、水産物は売りやすくなる。気候や天候に翻弄されるが、しばらくは現状維持が続く。ただし、米国の保護貿易主義が世界景気に及ぼす影響は予想が難しく、景気が大きく崩れるようであれば、消費マインドに大きな影響が出ることは必至である。
スーパー（店長）	・米国の動きによる国際情勢の不安定化や原油価格の高騰、株価変動のほか、国内の少子高齢化や雇用情勢の悪化による企業活動への影響から、インバウンドや東京オリンピック関連以外は厳しい状況が続く。
スーパー（店長）	・客の購入数量や客単価からは、今後も節約に重点を置く動きが予想される。
スーパー（店長）	・競合店の改装計画もあり、引き続き苦戦することになる。消費者の財布のひもは、引き続き固いことが予想される。
スーパー（店長）	・夏休み特有の現象であり、今後は慎重に様子を見る必要がある。
スーパー（店員）	・台風の影響がかなり大きく出ており、すぐには回復しそうにない。
スーパー（企画担当）	・好転する要素は何もないため、低迷が続く。
スーパー（経理担当）	・全般に猛暑の影響で、夏シーズンの売上が底上げされている。秋に入って息切れしないかが懸念される。
スーパー（管理担当）	・石油などの原料価格も高いままで推移しているため、大きく改善する見込みはない。
スーパー（社員）	・例年であれば、店頭では秋に向けて商品の入替えを実施するが、今年は暑さが続いているため遅れそうである。このことで、現状の堅調な売上が、本格的な秋のシーズンを迎えた時にマイナスにならないか、やや不安を抱えている。
コンビニ（経営者）	・他社との競合によって客の取り合いになり、売上は減少しているが、セルフレジを入れて客の回転を上げることで、減少を防ぐ。
コンビニ（店長）	・全体の販売量は横ばいであるが、来客数や客の様子に目立った変化はないため、大きなプラス要素もマイナス要素もない。たばこの値上げも、短期的には影響が出たとしても、すぐに落ち着きそうなきがしている。
コンビニ（店員）	・このまま順調に推移することが予想される。秋冬は新商品が増え、行楽シーズンにもなるため、出掛ける際にコンビニの利用が増える。
家電量販店（経営者）	・客の財布のひもが緩む要素がない。周囲の消費者の所得増が実感できない。
家電量販店（企画担当）	・秋物商戦に向けて、話題になる商品が業界として出せていないため、苦戦が予想される。
家電量販店（人事担当）	・残暑が続く、売上がけん引できる商品がない。4Kの放送開始によりテレビの販売にも力が入るが、下支えするコンテンツがない。
乗用車販売店（経営者）	・変化する特別な要因が見当たらない。
乗用車販売店（経営者）	・同業者も少し動き出した。仕事量が少しだけ増えているが、安定するかどうかの見通しは全く立たない。
乗用車販売店（経営者）	・米中貿易戦争を解決する糸口が見当たらない。トルコ通貨危機の問題も出てきて、世界経済は全体的に低迷しつつあるが、年内は大きな改善に向けた動きが期待できそうにない。与党の総裁選挙も控えているため、騒がしくはなるが、景気の改善にはつながらない。
乗用車販売店（経営者）	・新車の販売量は悪いが、中古車がよく売れている。車検や一般修理の予約数は変化がない。
乗用車販売店（販売担当）	・話題性が少ない割に、動きは落ち着いている。何か起爆剤があれば好転することも期待される。
乗用車販売店（営業担当）	・客の来場数も減少傾向で、品ぞろえも代わり映えないので、今後も良くなることは見込めない。
住関連専門店（店長）	・売上という面では前年並みを維持するのが精一杯で、企業の努力だけでは回復は難しい。
その他専門店 [医薬品]（経営者）	・同業他社と同じような価格や売り方では差別化できない。客の年齢層を考慮し、地域の人を求める品をそろえる必要がある。客にとって楽しく、お買得感を高める工夫が、生活必需品を売っているドラッグストアにも必要である。
その他専門店 [宝石]（経営者）	・株価と為替がこのまま推移すれば、景気は安定する。ただし、米国と中国、米国と欧州、米国と日本の貿易戦争が激しくなるので、それに伴う景気の変動が予想され、心配である。

その他専門店〔食品〕（経営者）	・海外からの訪日客は多いが、全体の数字は変わっていない。外食などは訪日客で客数が増えており、国内客の消費減をカバーしているようである。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・東京オリンピックは2年後の開催であるが、盛り上がりには欠ける。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・為替や株価の大幅な変動がなければ、状況は良くも悪くも変わらない。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・来年に予定される消費税の引上げについての報道が増えることも予想され、生活防衛意識がより高まる懸念がある。
高級レストラン（企画）	・引き続き宿泊需要は前年と比較して堅調に推移しているが、企業宴会と婚礼宴会の先行予約件数が減少している。
一般レストラン（企画）	・大きく悪化するとは考えにくいですが、平日の来客数の減少が心配である。土日や祝日の営業は、依然として来客数が前年をクリアしており、客単価も堅調であることから、一進一退の状況が予想される。
一般レストラン（経理担当）	・異常気象の影響や、政治経済情勢の変化など、期待のもてる材料がない。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・前月からの猛暑で客足が減っている。猛暑が一段落するまでは余り変わらない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・飲料の在庫を確保するめどもまだ立っておらず、上向きになる材料がない。
観光型ホテル（経営者）	・9月の第1週には大型台風が近づいているなど、9月も天候の影響を大きく受けそうである。また、9月は連休が2回あるので、予約が連休に集中し、平日は例年以上に閑散としている。
観光型ホテル（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
観光型旅館（経営者）	・7月から動きが鈍く、秋の予約にも響いている。9月の連休もまだ空室がある。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は減収の状況が続く。宴会も一時的な好調は続かず、対前年で増減を繰り返す。
都市型ホテル（管理担当）	・今年は、台風や集中豪雨といった天災が続いている。今後も台風などの被害が発生し、どのような影響が出るのか、先行きが読めない。
都市型ホテル（総務担当）	・宿泊の2～3か月後の予約状況は前年を下回っており、宴会の予約も同じような状況である。
都市型ホテル（管理担当）	・依然として、台湾系のインパウンドが減り、中国系が増加しているが、他の客層の勢いが感じられない。
都市型ホテル（客室担当）	・民泊や簡易型ホテルなど、魅力的な価格帯で販売している宿泊施設が増えていることから、今後も厳しい状況が続く。
旅行代理店（支店長）	・消費を刺激するようなイベントもなく、客の目が国内外の情勢に向いている。年末年始の休みが今年は長期で取りやすいため、期待はしているが、まだまだ申込みをしてくる客は少ない。
タクシー運転手	・9月の予定や行事などに、良くなる要素がまだない。また、祝日も多いことから、企業の利用率が下がる。
タクシー運転手	・夏休みが終わって9月に入れば、天候的にも穏やかな時期となる。いろいろなイベントも増えてくるので、良くなってほしいが、このままの状態が続くようである。
通信会社（経営者）	・特に変化の兆しはない。
テーマパーク（職員）	・消費税の引上げが実行されるのか、されないのかが、今後の消費動向に大きく影響する。何度も繰り返しているように、増税すれば消費は確実に落ち込み、税収も下がる。税収が上がる政策を採用する方が効率も良いはずである。
観光名所（企画担当）	・インパウンド客は順調であるが、日本人客は若干減少している。この状況はしばらく続くと予想される。
遊園地（経営者）	・猛暑が屋外での消費意欲を減退させている。台風の多発など、天候は引き続き不安定であり、それを払拭するプラス要因がないため、見通しは不透明である。人手不足もあり、減速感の方が印象としては強い。
その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、毎年寒い時期に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）	・季節変動や商品タイトルなどに影響される業態であるが、全体的には厳しい状況が続くようである。
住宅販売会社（経営者）	・地価に関してはかなり値上がりしたが、実質的な天井だと判断され、これ以上高騰することはない。ただし、関東やアジアからの需要には、いまだに急激な衰えはみられないので、しばらくは高値での安定が続く。

	住宅販売会社（従業員）	・相続などの相談が徐々に増えてきており、今後売却を検討したいという客もいる。ただし、1～2年先という話が多く、時間を要することから、急に流通量が増えるなどの変化はない。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税の引上げの駆け込み需要を期待するが、政府のはっきりした方針の表明もなく、様子見状態が続いている。
	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・夏の繁忙期を過ぎて、仕事量は一段落するが、大雨の影響による雑務が増加しているため、余り変化はない。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・世界経済からのマイナスの影響や、懸念材料が多数存在するなかで、足元の景況感は悪くないが、様子見の傾向が続いている。年度末に向けて、来年の消費税の引上げへの影響が出る可能性もある。
	一般小売店〔花〕（経営者）	・天候不順の影響がこの先も続きそうである。仕入単価が上がっても販売単価は変えられないので、利益率が下がる。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	・この夏に起きた自然災害や予想外の暑さの影響を受けている人は、まだまだ多い。実質的な金銭的ダメージもさることながら、先行き不安の精神的なダメージも拭い去ることができない。財布と気持ちの両方に余裕ができるのは、当分先の話になる。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・食の分野では、この夏の環境要因の影響がこれから具体的に出てくる。米の価格が高騰しそうなほか、収穫が減少する農作物もあると予想される。また、来月は本格的な台風シーズンとなるので心配である。
	百貨店（売場主任）	・今後は天候不順が続いて、入店数に影響が出そうである。
	百貨店（営業担当）	・今月のボリュームゾーンの好調は、これまでの流れを考えると、一時的な動きと判断される。またマクロ的な視点では、米国と中国の貿易問題による株価や為替の変化で、日本経済への悪影響が考えられ、順調である富裕層やインバウンド市場の動向に不透明感が漂う。
	百貨店（マネージャー）	・国内の富裕層による消費は、今後も底堅く推移することが期待される。直近の訪日外国人売上の鈍化が、大阪北部地震や平成30年7月豪雨などの災害による影響を懸念した、来街者の一時的な減少なのか、モノからコトへの大きなシフトの動きなのかは、見極める必要がある。後者であれば、今後の売上は大きく下振れするリスクを抱えることになる。
	スーパー（店長）	・長期予報では平年よりも気温の高い日が続くため、秋冬物の販売が苦戦しそうである。
	スーパー（開発担当）	・大雨などの災害の影響で物価が上昇しており、景気は悪くなると感じる。
	コンビニ（店員）	・夏場は繁忙期なので、秋にかけては例年どおり悪化する。
	コンビニ（広告担当）	・政治、外交の影響も出てくるかもしれないが、この夏の猛暑の影響で、野菜や果実、魚介類の価格が高騰する。また、夏が暑すぎた分、早く涼しくなることが予想される。
	一般レストラン（経営者）	・近隣の仕出し料理店が、相次いで2店舗も閉店している。家族や親戚の集まりなどが減少している。
	一般レストラン（店員）	・前年よりも売上は良いが、これが長く続く要素は何一つない。
	観光型旅館（管理担当）	・平成30年7月豪雨に続き、大型台風の来襲が相次ぐことで、購買意欲の低下につながる。
	旅行代理店（役員）	・これから冬にかけて、カニやクエ、フグなどの味覚に訴求した商品が出てくるが、気候の温暖化で食への関心が高まらない。
	通信会社（企画担当）	・ゲームの参加者がソーシャルゲーム中心になっており、ゲームセンターでのコアユーザーの減少が懸念される。
	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・9月は人気歌手やグループのコンサートが開催されるので、集客は期待できるが、プロ野球シーズンが終了となる10月以降は、企業イベントなどが中心となるため、集客は減少する。
	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・秋に価格改定があり、その際に多数の退会者が出ると予想される。
	住宅販売会社（経営者）	・低金利の限界や東京オリンピック需要の終息のほか、消費税の引上げへの不安と、良い材料がない。
	住宅販売会社（総務担当）	・猛暑による野菜などの値上がりで消費マインドが低下し、いずれ建築業にも響いてくる。
	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）	・不動産価格の高騰で取引は少し減少している。経済全体に不安要素がある。
×	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・消費税の引上げの話題が出る。
×	スーパー（経営者）	・必需品以外の購入がほとんどない状況で、ますます低価格志向は強まると感じる。

	x	家電量販店（店員）	・エアコン販売のピークも落ち着き、決算セールも終わる。
	x	競輪場（職員）	・前年の傾向から悪化しており、これを覆すような要素がないので、今後は悪くなる。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・需要と供給のバランスが少しずつ改善し、本格的なバイオマス燃料関連の事業も始まる予定のため、事業面、財務面で改善していく。
		化学工業（企画担当）	・年末の食品特需で一時的に状況は改善すると考えられるが、価格の低下傾向が顕著であり、年始以降はまた状況が悪化する。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・大量生産品の加工をしているわけではないので、急激な上昇、下降は考えられない。少なくとも現状維持で、なだらかな右肩上がりが見込まれる。
		金属製品製造業（営業担当）	・東京オリンピック関連施設の建設や、住宅に対する消費税の引上げ前の駆け込み需要により、売上げが期待できそうである。
		建設業（経営者）	・今の状況がしばらく続くのに加え、下半期に入ると受注が増える見込みである。
		食品製造業（従業員）	・暑さの影響で、原料となる野菜や果物の生育状況が良くないとの情報もあり、今後はコスト高で製品安の状況になると予想される。海外においても、中国の環境規制で多くの工場が休止しているとの情報もあり、原料価格に影響が及ぶのは必至である。このような状況から、先行きに不安がある。
		食品製造業（経理担当）	・災害復興が早く進まなければ、景気は改善しない。
		繊維工業（総務担当）	・し向品の和装の動きは、世間のお祝いムードに大きく影響される。また、消費者の景況感の良しあしも、業界の勢いを左右するように感じる。
		繊維工業（団体職員）	・今後、タオル産地としての需要期となり、期待はしているが、先行きは不透明である。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・特に、仕事量に変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・増産や減産の情報がない。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・年賀状やカレンダーの受注が出てくる時期だが、特に受注が増加する気配はない。
		化学工業（管理担当）	・先行きに不透明感があり、出荷量が若干落ちた状態が続く。また、化学品の値上げが続いているため、利益が圧迫される。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・3か月後に良くなる兆しもないので、変わらない。
		金属製品製造業（経営者）	・市場環境は悪くないものの、人手不足が原因なのかは分からないが、荷動きが鈍化している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・当社の受注納期は長いので、数か月の範囲では大きな変化はない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・株価などは良くなると予想されるが、受注量や販売量については、横ばいの状態が続いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先であれば、変わらない確率が一番高い。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・現状と同様の推移が続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・このまま横ばいの状態が続くそうである。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・案件の動きが鈍い状況で、情報獲得のための営業活動が必要である。自動車産業だけでなく、他の産業への展開が課題となっている。	
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・今のところは売上に変化がない。	
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・猛暑の影響で秋冬物の発注時期が遅くなってきているが、納期はふだんと同じで日程の余裕がなく、メーカー側の負担が大きくなっている。	
	建設業（経営者）	・今後はますます東京一極集中が進み、地方との格差が広がる。地方都市は東京相手ではなく、都市間競争に勝たなければ、景気に大きく左右されることになる。	
	建設業（経営者）	・特に期待できる要素が見当たらない。	
	輸送業（営業担当）	・好景気の影響でお中元の荷物が例年よりも多く、利益率が上がっている。	
	通信業（管理担当）	・日照り続きで野菜の価格が高騰するなど、良くなる要素がない。	
	金融業（営業担当）	・企業の体力の格差が、今後も広がる。	

	金融業 [投資運用業] (代表)	・与党の総裁選挙が終われば方向性がみえてくるかもしれない。ただし、もし総裁が代わるようなことになれば、少しまずいことになる。
	金融業 (副支店長)	・先行きも、受注が増加するという取引先が少ない。
	不動産業 (営業担当)	・地元からの企業の撤退が続いており、今後も続くと予想されるため、景気は横ばいである。
	新聞販売店 [広告] (店主)	・購読数も折込件数も落ち込んだままで、回復の兆しがみられない。
	広告代理店 (営業担当)	・今年1月から、変わらず売上前年比は100%前後で推移している。
	広告代理店 (営業担当)	・しばらくはこの状態で推移する。
	司法書士	・事件数も少ないが、案件は更に少なく、良くなる要因も見当たらないので、現状が維持できればよい。
	経営コンサルタント	・状況が変わる要素がない。
	その他サービス [自動車修理] (経営者)	・大きく変わることはない。
	その他サービス業 [店舗開発] (従業員)	・米中貿易摩擦の影響は、引き続き世界経済全体に広がることになり、日本経済も例外でない。
	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	・猛暑が終わる時期であり、夏物素材の動きもなくなったので、既に通常の状況に戻りつつある。
	食料品製造業 (営業担当)	・今後は気温も下がっていくので、飲料水の売上は徐々に減少してくる。
	繊維工業 (総務担当)	・売上目標に対し、低調な推移が予想される。需要に対する供給過多が原因と考えられる。一般的な商品から高付加価値品への、更なるシフトが求められる状況である。
	化学工業 (経営者)	・2か月連続で売上が前年を下回っていると同時に、原材料価格の値上げの影響で利益率も下がってきており、厳しい状況が続いている。客への値上げを行っているが、値上がり分をカバーするには至っておらず、景気は今後も徐々に悪くなっていく。
	広告代理店 (企画担当)	・海外情勢が安定せず、国内の政治も不安定になっていると感じる。
	経営コンサルタント	・猛暑や様々な自然災害があるなかで、非常に潤っている企業と、逆に壊滅的に打撃を受けたり、厳しい価格競争でもうからない企業に2極化している。それぞれの企業が対策を打ち、どう立て直していくかが課題であるが、ここしばらくは難しい。
	その他非製造業 [商社] (営業担当)	・製品がなくなると、他社との競争にならず、土俵にも上がれない状況となる。
x	その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・経済の展望が見通せない。
雇用 関連 (近畿)	人材派遣会社 (支店長)	・下期に向けて、更に活発になると予想される。
	人材派遣会社 (営業担当)	・年内に仕事を決めたい求職者は多く、転職市場は活気が出てくる。
	求人情報誌制作会社 (営業担当)	・各社が繁忙期に入り、案件数が増えれば、求職者の動きが活発になる。
	職業安定所 (職員)	・最近ではホテルや倉庫、マンションの新設などにより、建設業の求人が好調であるが、7月は災害からの復興需要により、解体業や防水工事、耐震工事などの求人も大きな増加がみられる。この動きは今後もしばらく続くと予想している。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・4年生の現在の採用状況が続くと、業界としては大きく変わらないと予想されるが、秋からは3年生の就職活動も始まってくるため、結果としては今よりもやや良くなる。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・年末に向けての季節的な業務の増加に加え、労働者派遣法の2018年問題により、他社の登録者が流れてくることが見込まれる。
	人材派遣会社 (経営者)	・派遣先企業は、派遣期間が3年となるスタッフを直接雇用で切り替えつつあるが、これは昨今の人手不足の状況をみれば仕方がない。将来、リーマンショックのような問題が起きた時にどうなるかは常に頭をよぎる。大変な時期にきているが、おおむね景気は好調に推移する。
	人材派遣会社 (営業担当)	・今の状況からは、2~3か月で大きく変わりそうな要因も見当たらないため、このまま推移しそうである。
	人材派遣会社 (役員)	・人材派遣や人材紹介のマーケットにおいて、今後数か月の期間に、大きな環境変化はないと予想している。

	新聞社 [求人広告] (管理担当)	・新聞広告の求人数は構造的に停滞傾向にあるため、それだけを見て2～3か月先の景気が悪くなるともい難く、見極めが必要である。むしろ、日本を取り巻く国際環境の変化によって、景気は上昇、下降のどちらにも向かうとみられ、その意味で現時点では景気の見通しは変わらない。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・世の中全体としても、特に大きなトピックスや出来事は予定されておらず、新聞広告やデジタル広告周辺の数字にも変わりがない。
	職業安定所 (職員)	・新規求人数は減少傾向にあるが、求人倍率は高く、人手不足感は強い。特に、建設業や運輸業、医療・福祉業の求人は多いが、希望する求職者は少ない。
	職業安定所 (職員)	・好況感は変わらないが、新規の学卒者を含め、人材確保の課題がますます深刻化している。
	民間職業紹介機関 (職員)	・建設関連の日雇求人は、大阪北部地震や平成30年7月豪雨の復旧工事の影響を受け、ブロック塀や屋根瓦の修繕、林道整備や田畑の整地など、緊急や応急的な措置に伴う工事が動いている。秋以降の復旧、復興工事の動向と、人手確保のバランスが保たれるのか、注視していく。
	民間職業紹介機関 (マネージャー)	・大手企業の採用が慎重になりつつあるので、求人の動きは前年並みか、微増になる。
	学校 [大学] (就職担当)	・異常な天候がこのまま続くようであれば、先々に景気が良くなるとは考えられない。
	学校 [大学] (就職担当)	・東京オリンピックまで2年を切り、そろそろ建設などの需要にも陰りが出てくる。
x	-	-