

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	家電量販店（企画担当）	・今回、政府が検討している中古住宅購入者への補助金により、リフォーム部門が伸びると予想される。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・近隣での大型商業施設のオープンによる危機感が、商店街の結束を強める形となっている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・季節的要因で良くなる。
		百貨店（企画担当）	・前年度上半期に急増したインバウンド売上の反動が出ており、その影響を大きく受けている。3か月後には影響の度合いが薄まってくるはずなので、現在の下降傾向は改善されると予想される。外商顧客の購買が活性化してくれば更に好転するので、顧客の動きを注視している。
		百貨店（販売推進担当）	・8月下旬から売場を秋物に入れ替えたところ、初日の売上が前年比で115%と好調なスタートとなった。特に、婦人キャリアファッション、紳士服洋品が好調で、前年の130～150%となっている。
		コンビニ（経営者）	・イートインコーナーでの飲食スタイルが定着してきており、フード類を中心に更なる売上増が見込める。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・秋物のオーダースーツやジャケットの注文が早くから入ってきている。
		乗用車販売店（営業企画）	・決算期に入るため、動きは良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車効果などで、市場が活性化するのではないかと考えている。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新ジャンルのカタログを発刊したため、反響が期待される。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の予約の問い合わせが増えてきており、参加人数が多い団体ほど、会場を先に押さえようとしている。その一方、繁華街でのインバウンドの需要が減少しつつあると感じられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は、今後もインバウンドが好調を維持する。宴会の先行予約も良いため、このまま推移すると思われる。
		通信会社（経営者）	・新機種が発売が予定されている。
	住宅販売会社（従業員）	・デベロッパー各社は、販売状況が芳しくないために供給数を抑制しているが、しゅん工が近づくと供給せざるを得なくなり、販売戸数が増加すると予想される。その場合は供給過多となり、販売面が厳しくなる。	
	住宅販売会社（総務担当）	・月初に入った不動産の購入申込が、ほぼ月末で契約できている。月中の申込も契約が進むなど、明らかに不動産の動きが活発になっている。	
	変わらない	商店街（代表者）	・単価ダウンの状況は変わらないと思われるので、売上増は期待できない。インバウンドの買物も消耗品が中心で単価が安い。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・客との会話で明るい話題がなかなか出てこない。年配客にも親の世話や介護の問題を抱えている人が多く、老老介護という言葉が実感される。若い客からも、同じ会社でも部署によってボーナスの金額が違うなど、切実な話を聞く。いずれにしても景気が良くなるとは考えられない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・新規得意先の獲得など、現時点では良い材料が見当たらない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・現状をみる限り、数か月後は衣料品の売れる時期だからといって、販売量や来客数が大きく増えるとは考えにくい。消費者の金回りはあまり良いとは感じられず、来店した消費者の様子をみると、数か月先も必要以上の衣料品にお金をかける様子はない。
一般小売店〔野菜〕（店長）		・今のままでは小型の小売店に待っているのは、非常に厳しい現実だけである。	
一般小売店〔酒〕（社員）		・円高の進行による高所得者の買い控え、インバウンド消費の減退のほか、し好みよりも日常品に消費が向かう流れが続く。	
百貨店（売場主任）		・インバウンドの売上が更に前年を下回るほか、円高、株安の影響で、高額品の動きも更に低迷することが予想される。	
百貨店（営業担当）		・7月のクリアランスセールで持ち直したファッション関連の動きが、3か月前と変わらない水準まで落ち込んでいる。セール商材も底をつき、秋物も高い気温の影響で動かない。	

百貨店（営業担当）	・富裕層の優良顧客に向けた、海外高級ブランドのイベントや美術品の催しなどに、例年以上に力を入れており、何とか高額品の売上は確保できると思われるが、一般客の買上は更に落ち込む。
百貨店（営業担当）	・株価が上がる見通しが立たず、給与や賞与の伸びも期待できないなか、節約志向や不要不急の消費の見送りが予想される。
百貨店（営業企画）	・政府の経済対策の効果に期待したいが、世界経済の低迷、米国の利上げの有無、円高基調の継続など、外部環境が悪い。企業業績が更に落ち込むと、一気に景気後退が進むリスクもあるため、状況は不透明である。
百貨店（サービス担当）	・来期からは、新たな大型雑貨ショッブや改装効果などにより、前年実績の確保に努めるとともに、今まで開催していない催事にチャレンジすることで、より多くの来客数の確保に努める。
百貨店（販促担当）	・大きな懸念はないものの、良い条件も見当たらない。消費者の間に漠然とした不安感があり、消費が上向くという予測は立てにくい。仮に、不安定な天候によって食品価格に影響が出れば、マスコミにも取り上げられ、消費心理を冷やしてしまうことが懸念される。
百貨店（商品担当）	・円高基調で、株価のはっきりとした回復がみられないなか、インバウンド需要にも大きな期待は持てないため、一進一退の状況が続くと予想される。
百貨店（売場マネージャー）	・為替や株価に敏感に反応する高級品と、天候などに左右される実用品の動きの二極化がますます激しくなっていると感じる。冬のボーナス支給の動向にも大きく左右されるので、まずは注視したい。
百貨店（マネージャー）	・株安、円高の傾向が続き、富裕層の購買も横ばいとなる。インバウンドは8月も前年比で来客数は3%増となったものの、売上は32%減となり、特に特選ブランドや時計が不振となった。中国の関税率のアップや円高による為替メリットの低下で、客単価が34%のマイナスとなっている。インバウンド売上は前年12月までは堅調に推移したため、その反動が年内は続く見通しである。中間ボリューム層の回復も期待できないことから、現在の厳しい状況が年内は続く。
スーパー（経営者）	・お盆商戦での高額品の動きが例年よりも悪い。帰省客も少ないほか、曜日の関係か、14日の日曜日のUターンでお盆が終わってしまった感覚がある。とにかく節約ムードから脱することができない。
スーパー（経営者）	・昨年に値上がりした商品の多くが、円高などの影響で値下がりし、これまでのような単価が設定しにくくなってきた。また、雇用の面でも人手不足が深刻で、採用コストの上昇もコスト面で重荷になっている。時給を上げて募集しても、配偶者控除の壁や社会保険加入の壁などで、既存のパートによる労働時間の削減が進んでおり、ますます悪循環に陥りそうである。
スーパー（店長）	・昨年のプレミアム付商品券の影響がまだ続くため、今のトレンドと変わらない。
スーパー（店長）	・チラシやポイントサービスを活用して、買物が効率的になっており、今後もその傾向が続く。
スーパー（店長）	・依然として株価は不安定で、今後の不透明感が消えないなか、街角景気は良くならない。
スーパー（店長）	・今月は食品が厳しい動きであり、チラシへの反応も悪かった。この動きがお盆前後だけで終われば、以前の状況と大きな変化はない。
スーパー（企画担当）	・今の状況が当分続くと予想される。
スーパー（経理担当）	・台風の異常発生や高い気温など、天候の影響を受けやすい食品の消費には、あまり良くない環境である。旬の商材を値ごろ価格で提供できるかが、今後のかぎとなる。
スーパー（社員）	・競合各社もイベントなどの販促回数を増やしており、経営環境は今後も更に厳しくなる。それでも、食品を中心とした日常の買物に大きく影響する要素は見当たらず、当面は堅調に推移すると予想される。
スーパー（開発担当）	・景気対策には期待できず、賃金の上昇も見込めないため、このままの状態が続く。
コンビニ（経営者）	・鮮度の良いサラダを提供できるように、物流にコストをかけて提供しているが、そのほかに新しい企画商品もないため変わらない。
コンビニ（店長）	・残暑により気温の変動がみられそうもないので、急激な変化はない。

コンビニ（広告担当）	・2～3か月先では、大きな変化は生まれていないと思う。アベノミクスの効果が出るまでには、まだまだ時間がかかる。
コンビニ（店員）	・客の様子から、売上は横ばい状態が精一杯である。
コンビニ（店員）	・残暑が厳しいので、飲料、アイス類を購入する客が増える。
衣料品専門店（販売担当）	・昨年との比較で考えると、このままの状態が推移する。
家電量販店（経営者）	・消費を喚起するような要素が見当たらない。将来不安を払しょくするような対策が、個人消費の増加には必要と感じる。
乗用車販売店（経営者）	・新車の販売や車検の予約数、一般修理の件数など、すべてにおいてあまり変化がない。
乗用車販売店（経営者）	・車検や自動車用品の販売など、量的には少ないものの、途切れずに動いている。ただし、客の仕事はあまり芳しくない様子であり、いずれは我々にも影響が出てくる。
住関連専門店（店長）	・最近10年ぐらいは、売上が好調な月が長く続いた試しがないので、油断はできない。ただし、年末にかけては受注が見込める時期なので、良い状態が続くと予測している。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・マンションや戸建住宅の新築によって、人口が増えている地区は限られるが、場所を問わず同業他社の出店が進み、当店の周辺にも競合店がある。さらに、インターネット経由での購入が増えているのか、来客数が伸び悩んでいる。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・消費量が増えないなか、パートの時給が上昇することで利益が圧迫され、正社員の所得が増えなくなっている。また、法人税率が下がる一方で、相続税などが上がっており、消費の足を引っ張っている。どう考えても好循環に転じるとは思えない。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・株価は今のままで推移すると思われるが、為替の変動が株価にも影響してくる。海外による影響を受けるため不透明であるが、今のままだと変わらない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・夏の行楽向けの出費が終わったとしても、やはり宝飾品の購入の優先順位は高くない。
高級レストラン（企画）	・宴会の先行予約状況が、前年と比較して伸び悩んでいる。
一般レストラン（企画）	・8月後半に入って天候不順はあるものの、来客数の前年比は少し上向いている。前年を上回る日も出てきているなど、一進一退で推移している。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・ポイントカードの利用率が日増しに高まりつつある。各社とも囲い込みを目的にポイントカードの導入を進めているが、かかった費用ほどは売上の向上につながっていない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・8月の売上は厳しかったが、特に大きな変動はない。気候もまだまだ暑く、アイスなどの商品はまだ動く。
観光型ホテル（経営者）	・団体ツアー客の利用は増えているが、少人数化しているため、売上単価が下がっている。宴会などの予約に関しても、今のところは例年と大きく変わらないようである。
観光型ホテル（経営者）	・景気の上昇が感じられない。20年以上も続いたデフレの影響が、消費者の間に定着しているため、わずかな金額にもこだわる客が多い。
観光型ホテル（経営者）	・9月以降は客層が変わり、団体客が多くなるが、先行きの予約状況は昨年よりも悪い。
観光型旅館（経営者）	・良くなるきっかけが見当たらない。
観光型旅館（団体役員）	・予約が直近まで入らないほか、これから半年以内に耐震工事に入る宿泊施設が2か所あり、受入数が減少するため、街全体の経済にも影響が出る。
観光型旅館（管理担当）	・大きなマイナス要因は見当たらないが、逆にプラス要因もない。
都市型ホテル（支配人）	・しばらくは今の状態が続くと予想される。
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門はほぼ前年並みと予想される。宿泊部門は団体客の高額受注により、前年比で若干のプラスとなるが、レストランのランチが低調であり、全体的にも大きな伸びはみられない。
都市型ホテル（客室担当）	・旅行代理店が集客に苦労しているほか、円高によって先行きも不透明であるなど、良くなる要素が見当たらない。
旅行代理店（店長）	・大きな理由はないが、リオオリンピックも終わり、良くなることを期待している。
旅行代理店（営業担当）	・11～12月の予約状況も良くないため、苦戦が予想される。

タクシー運転手	・暑さはまだ続くが、夏休みが終わるため、今の状態が続く。
タクシー運転手	・京都市内はこれから大きな行事がないため、現在の状態が続く。
タクシー運転手	・一般客や企業による予約も順調に推移しているが、状況は大きく変わらない。
通信会社（企画担当） 観光名所（経理担当）	・夏休みが終われば、家族連れの来客が減る。 ・8月は猛暑で気候的には厳しかったが、来客数、売上は前年を少し上回っている。お盆過ぎもあまり落ち込まず、堅調に推移している。ただし、飲食や体験教室の売上は前年を上回ったものの、物販店舗は良くなかった。若い客の増加が目立つため、取扱商品の見直しが必要と感じている。一方、中国からの来客は減少している。
観光名所（企画担当）	・夏のシーズンが終わって観光シーズンに入るため、期待感はあるが、このところは国内客の減少が続いており、インバウンド客でカバーしている状況である。
遊園地（経営者）	・景気の見通しは不透明であり、プラスに転じる要素は、来客数、販売量の動きからも見当たらない。
競艇場（職員）	・全国発売のレースに関しても、昨年と大きな変化はなく、横ばい傾向である。
その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・秋のイベントを、インバウンドの集客にうまく結び付けることができれば、底上げにつながる期待もある。
美容室（経営者）	・駅前の一等地がテナントを募集しているが、なかなか決まりそうにない。病気で10日間ほど入院していたが、退院後に来店が増えたため、平均的な売上に終わりそうである。今、住宅街の一軒家を使って1人で営業しており、世間があまり見えなくなってきた。
美容室（店員）	・今のところは予約が平均的に入っている。例年、秋は落ち着くが、それを感じさせる状況ではない。
その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・生徒数や受講する教科数が伸びていない。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・今後はパラリンピックも始まるが、レンタルや書籍については、今月の反動で戻ってくることを期待したい。
住宅販売会社（経営者）	・8月はお盆を挟み、どうしても動きが鈍くなりがちであるが、秋のシーズンには再び少し上向き気味となる。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税の延期で様子見の客が増加している。一方、マイナス金利の影響で若年層の引き合いが増加し、契約単価は低下傾向にある。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・富裕層を中心に購入意欲が上向き様子はみられないものの、都心のタワーマンションを中心に、マンション販売は堅調に推移しそうである。ただし、郊外物件は苦戦が続いているほか、年度末に向けた売り急ぎが始まるリスクも多少ある。
やや悪くなる	
一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・日中の外交関係が非常に混とんとしているほか、中国が内需拡大策を打ち出しているため、インバウンドの増加が見込みにくくなっている。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・小売に関する1年間のサイクルが大きく変化してくると思う。毎日のおかずやごちそう、ハレの日の過ごし方が変わることで、業種や業態での景気を感じ方に温度差が出てくる。
百貨店（売場主任）	・これから年度後半にかけてはプロモーションも多いため、それらを充実させていくことで、前年に近い数字を確保していきたい。
百貨店（売場主任）	・消費者の所得が上向き要素がないなか、人口の減少やオーバーストアなども重なり、構造的な不況は続くと思われる。さらに、アパレル関連は昨年度から取引先を含めて不振が続いており、転換期を迎えている。全体的には、改善する要素よりも不安要素が多い。
百貨店（売場主任）	・セール時期でも入店数が落ち続けている。顧客からは、インターネットを使って購入する方が、欲しい物が手に入るという声が聞かれ、利便性の高いインターネットに一定規模の売上を奪われると感じている。
百貨店（外商担当）	・円高が進んでいることで、株価の不安定な動きが続く。インバウンド売上も、大きく伸びた昨年を上回るのは難しい。気温も高めに推移すると予想されることから、秋冬物の衣料品は売上不振となることが予想される。

百貨店（服飾品担当）	・重衣料の新しいトレンドが今年も少ないため、気温の変化による実需型の消費になることが予想される。雑貨関連も、ロングブーツではなくカジュアル風のスニーカーなど、単価が低くて汎用性の高いファッションが支持されそうである。一方、好調な化粧品では、ファンデーションを中心とした保湿系の商品開発が進み、新しいメイクブランドが、従来のアーティスト系メイクブランドに取って代わる勢いがある。ナチュラルメイクと新商品の両立で、販売チャネル戦略もうまくいっているため、好調な動きが続くと思われる。
百貨店（マネージャー）	・新聞でも報じられたが、小売や外食などの好調企業が値上げを控え、価格戦略の見直しを図ったことから、再びデフレ圧力が高まっているように感じる。小回りの利かない百貨店業界は、秋から冬にかけて厳しい商戦となることが予想される。
百貨店（マネージャー）	・基本的に国内消費が上向く要因が見当たらない。少子高齢化による社会保障の問題や、来たるべき消費税増税に備えた節約志向、消費者のモノに対する価値観の大きな変化などが影響し、なかなか好転しないと予想される。
スーパー（店長）	・今月と同じような傾向が続くと判断される。
スーパー（店員）	・例年この時期は売上が減り、単価の高い商品の動きも悪くなる。
スーパー（管理担当）	・欧州や中東の情勢も、先行きが明るいとはいえない。国内経済が好転するわけもなく、天災も続いていることから、明るい材料に乏しい。
コンビニ（店員）	・お盆休みが終わったところから、冷たい飲み物を大量購入する客が少なくなり、来客数も落ちてきている。
乗用車販売店（経営者）	・再び消費者の節約志向が強くなってきている。
乗用車販売店（経営者）	・国内的にも対外的にも、政治情勢が安定していない。日中関係も、G20サミットや日中韓首脳会談を控え、今後の動きがみえにくい。東京都知事も新知事が就任したばかりで、築地市場の移転や東京オリンピックに関して、まだまだ落ち着かない。政情が安定しなければ景気は安定せず、消費も上向かないので、今後も景気は悪くなる。
その他小売【インターネット通販】（企画担当）	・消費者の財布のひもが一段と固くなっている。先行きへの不安により、厳しい環境が続くと感じる。
高級レストラン（スタッフ）	・今からクリスマス前までは、厳しい状況が続く。
一般レストラン（経営者）	・夜の営業では、コース料理よりも低価格の商品がよく出るようになった。家族ではなく、1人で来店する客が増えている。
一般レストラン（経理担当）	・先行きへの不安から、消費マインドが慎重になっている。
一般レストラン（店員）	・今月は夏休みということもあって来客数が増えたが、2～3か月後は減少する。
都市型ホテル（総務担当）	・国内景気の弱さや、熊本地震の影響が出ている。予約状況にも回復の兆しがみられない。
都市型ホテル（管理担当）	・海外からの宿泊者の傾向に変化が出てきている。今までは、中国を中心に団体での宿泊が非常に好調であったが、団体客が減り、個人旅行が増えてきている。個人客が増えているとはいえ、宿泊人数ではやはり団体にはかなわず、稼働率も低下しつつある。
旅行代理店（支店長）	・リオオリンピックが終わり、2～3か月先の旅行の申込や相談が、もう少し増えると思っていたが、現状は動きが止まっている。間際申込に期待しているが、現状はやや悪くなるとしか思えない。
旅行代理店（役員）	・昨年の9月は、シルバーウィークという日並びの良い連休があったが、今年はない。また、10～11月はインバウンドによる予約の増加で、旅館、ホテルの在庫が減少し、手配がままならない。
タクシー運転手	・気温が下がれば利用率は下がると思われる。今後は景気上がる要素はない。
通信会社（社員）	・リオオリンピックも終了し、新たな商機となるトピックが少ない状態である。
テーマパーク（職員）	・中国や北朝鮮が具体的な脅威になりつつある現状において、今後は政治や経済でも大きな方向転換を強いられる可能性が強まっていると感じる。
ゴルフ場（支配人）	・リオオリンピック後の動きが読めず、先行きは不透明である。

		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・今後も、個人消費が伸び悩む傾向は続く。コンサートやイベントへの来場者が増えにくいほか、物販の売行きも以前ほどの勢いがなくなる。
		その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・9月はファッション関連のイベントや人気グループのイベントがあるものの、プロ野球のシーズンが終了となる10月以降は、企業イベントなどが主となるため、来場客は減少する。
		住宅販売会社 (経営者)	・顧客需要が減少してきたため、売上は落ちる見込みである。
		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)	・金融機関の融資先が増加せず、不動産融資は減少しているように感じる。
	悪くなる	一般小売店 [花] (店長)	・関東や北陸の台風被害で商品価格が高騰するほか、猛暑の影響で販売量も減る。
		スーパー (店長)	・賃金が伸びないなかで、家計の負担が増え、可処分所得が減少している。
		衣料品専門店 (経営者)	・個人の収入が減少している。マイナンバー制度の導入の影響もあると考えられる。
		衣料品専門店 (経営者)	・来客数が減少しているほか、客1人当たりの単価が上がらず、売上が伸びない。
		競輪場 (職員)	・例年この時期は悪くなる傾向にある。これを覆すほどの要素が見当たらない。
企業 動向 関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業 (経営者)	・現在の事業は確実に売上や利益の増加につながっているの で、それを継続的に拡大していきたい。そのほかの新規事業 で、更なる売上、利益の増加を目指す。
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産 業 (営業担当)	・4月以降は少しずつ受注量が増えており、2～3か月先も 悪くなる話は耳にしない。徐々に昨年の実績も上回ってきて いる。
		化学工業 (企画担当)	・夏は食品需要の低迷期であり、販売量は減少するが、今年 は異常気象の影響もあって例年以上に低迷した。例年の傾向 から判断して、秋、冬は需要が増える季節であるほか、夏の 販売減少の反動を見込んで、やや良くなると予想している。
		プラスチック製品製造 業 (経営者)	・新製品の販売点数が増えているので、今後も販売量の増加 に伴う売上の増加が見込まれる。
		金属製品製造業 (経営 者)	・リオオリンピックも終わり、本格的にラグビーワールド カップ、東京オリンピックに向けた需要が出てくる。
		金属製品製造業 (営業 担当)	・ここ数か月は荷動きが低迷していたが、引き合いや受注が 増加傾向にある。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・世の中の景気は変わらないものの、当社はようやく海外取 引を自力で行えるようになってきた。自社ブランドの商品は 海外でも売れそうである。時間はかかるが、成長の軌道には 乗れそうであるため、良くなっていくことが期待される。
		広告代理店 (営業担 当)	・ショッピングセンターでは、近年のハロウィーン人気で10 月下旬までは需要が高まり、その後はクリスマスの演出が始 まるため、期待が持てる。
	変わらない	食料品製造業 (従業 員)	・少しずつ涼しくなっているので、食品は売れてくると思う が、中小の問屋の再編や倒産は今後も続くと考えられる。販 売先が限定されてくるため、知名度のない製品は苦しくな る。
		食料品製造業 (経理担 当)	・中小企業では夏の賞与が減額となった人の割合が10%以上 に上るため、節約志向が強まる。
		繊維工業 (団体職員)	・年末を前に需要の増加を期待しているが、不透明である。
		繊維工業 (総務担当)	・単価のダウンが経費率の上昇につながるため、利益の減少 が予想される。
		家具及び木材木製品製 造業 (営業担当)	・いつもと仕事量は変わらない。
		パルプ・紙・紙加工品 製造業 (経営者)	・当面は現在の状態が続くように感じる。
		化学工業 (管理担当)	・円高、株安の動きが続くと考えられる。
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	・悪くなる材料はあるが、良くなる材料は見当たらない。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・受注状況から推測すると、短期間で景況は大きく変化しな い。
		一般機械器具製造業 (設計担当)	・一定の受注量は見込めるが、受注増は期待できない。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・世界経済のグローバル化が進み、小さな出来事も大きな波 として影響が出る。ここへきて大きな波がきているようで、 足元をしっかりとみながら経営していかなければならない。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・引き合いの件数が伸びず、2～3か月先の受注がみえてこ ない。

		電気機械器具製造業（営業担当）	・相変わらず、仕事がありません。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・根本的な景気回復要因が見当たらない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・世間的には景気が良くなっているといわれているが、中小企業の設備投資の動きはまだまだ活発とは言い難い。
		建設業（経営者）	・第3四半期に向けて、受注は増えてくると予想されるが、まだその実感はない。
		建設業（経営者）	・仕事はあっても、技能労務者の確保や、建設資材の納期といった問題を抱えながらの、厳しい受注競争が続く。
		建設業（経営者）	・多くの中小企業は、売上や収益が停滞しているように思われる。当然ながら、個人の所得も増えない。
		輸送業（商品管理担当）	・特にイベントもないので、販売量が増えることはない。
		輸送業（営業担当）	・良くなる材料もないため、今後もこの状況が続く。
		輸送業（営業所長）	・配送コストの見直しを求められているほか、残業や長時間勤務の抑制、運転手不足など、厳しい状況にある。
		通信業（管理担当）	・好景気となる要素がない。
		金融業（営業担当）	・製造業は受注がわずかに増えているが、利益率の低下で業績に変化はない。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・日中関係などの地政学的リスクが懸念されるが、当面は上にも下にも大きく動く要素が見当たらない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読数が減少しつつあるなか、折込件数も減少しているなど、回復の兆しがみえない。
		広告代理店（営業担当）	・ここしばらくは今の状況が続く。
		司法書士	・特に変動する要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・政府からは様々な経済対策が発表され、大局的にみると何かしらの手が打たれているように思う。ただし、市場や販売の現場をみると、顧客のマインドも、場合によっては販売店のマインドも明るくなっていない。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・良い話があまり聞かれない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・今春以降、わずかながら個人消費に改善がみられたが、夏に入って足踏み傾向が続いている。インバウンドについても、一部の大型ディスカウント店は相変わらずのにぎわいであるが、全体的にはやはり大きく落ち込んでいる。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・このまま円高が続くのであれば、何らかの形で対応していかなければ、受注量の減少が続く。
	やや悪くなる	食料品製造業（営業担当）	・今後は気温も低くなっていくため、飲料水の売上は必然的に下がってくる。
		繊維工業（総務担当）	・一般的な靴下は、とにかく売れない傾向が強くなってきた。現在売れている商品は、価格的に高くても、機能面で優れている商品である。ただし、多くの販売量は期待できないのが悩みである。
		化学工業（経営者）	・具体的な新規案件の話が少ないため、今後しばらくは厳しい状況になる。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・7月下旬に大手の靴卸業者が民事再生法の適用を申請し、それに連鎖する形で、靴メーカーの倒産が続いた。今後、その影響が出てくるのが懸念される。
		輸送業（営業担当）	・荷物は増えているが、単価の安い通販関係の比率が上がり過ぎて、利益は減っている。
		広告代理店（営業担当）	・地域性なのか、大阪だけが前年の売上を大きく下回っている。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・新製品が販売できたとしても、他社との開発スピードの差は明らかである。超変革でしなければ、今期どころか来期も厳しい状況が続く。
	悪くなる	不動産業（営業担当）	・神戸からの物販店の撤退が相次いでいる。これは円高などの理由もあると思われるが、消費者の財布のひもが非常に固くなり、安くなければ買わなくなった影響もある。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・経済の展望がみえない。
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・企業からの話によると、年末に向けて仕事量の増加が予想される。
(近畿)		アウトソーシング企業（管理担当）	・クリスマス、バレンタイン関連の仕事が入ればやや良くなる。

	職業安定所（職員）	・英国のEU離脱問題は思ったほど世界経済に打撃を与えていない。個人消費が上向きに転じていることから、内需は底堅く推移している。また、米国の利上げ時期が早まるとの予想から、為替が円安方向に振れる可能性も高い。外需を代表する、自動車などの輸出産業において、業績の上ぶれが予想される。	
	民間職業紹介機関（営業担当）	・年末に向けて、年末調整業務などの短期限定の注文が増える。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・これからの就職戦線の後半戦では、求人の増加が期待できる。	
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・右肩上がり傾向に変化はないものの、派遣関係は例年に比べて動きが少ない。昨年の労働者派遣法の改正により、派遣会社の淘汰が下半期に進むと思われ、少し活発になることが期待される。	
	人材派遣会社（営業担当）	・求職者の高齢化により、求職者と求人企業のミスマッチが続く。	
	人材派遣会社（支店長）	・しばらくは今のままの状況が続く。	
	人材派遣会社（役員）	・英国のEU離脱問題や中国、新興国経済の停滞といった材料も出尽くし、一服感のある状況のなか、求人数や企業の採用意欲に大きな変動要素がないことから、景気はしばらく変わらない。	
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・低調な株価水準や円高の動きなどからは、経済が上向いているとは感じられない。米国の大統領選挙の結果や、中国、東アジア、欧州の経済情勢など、世界経済がどう動くかで、景気は上向き、下向きのどちらにも動きそうである。外的要因に左右される状況では、変わらないとしかいえない。	
	職業安定所（職員）	・新規求人倍率は上昇傾向であるが、景気が上向き要因が見当たらない。	
	職業安定所（職員）	・このところは、求人数の増加や求職者数の減少が続いており、雇用失業情勢は改善傾向にある。ただし、管内企業への今後の展望についてのヒアリング結果では、現状維持とする回答が多い。	
	民間職業紹介機関（職員）	・建設日雇い求人数が前年比で増加に転じたが、首都圏への人材のシフトもあって、深刻な労働者不足は変わらないため、このまま上昇が続くとは考えにくい。	
	民間職業紹介機関（営業担当）	・一般的な景気の見通しは悪いものの、人材募集に関してはまだまだ充足感がなく、引き続き良い状態が続くと考えられる。	
	民間職業紹介機関（マネージャー）	・今のニーズがすぐに落ち着くとは思えず、特別な事情が発生しない限り、年内は活発な状態が続く。	
	民間職業紹介機関（営業担当）	・短期的な変化は考えにくい。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・円高傾向やマイナス金利などの不透明な要素もあり、現状維持と考えられる。	
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・リオオリンピックが閉幕した喪失感が見受けられ、企業の動きが鈍い。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大手企業については、昨年のように無理をして採用するのではなく、採用できなければ来年度で構わないという考えに変わっており、採用のハードルを下げてまで採用する動きが減っている。
悪くなる	-	-	