

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)		*	*
		商店街（代表者）	・暑さが落ち着いてくれば、来客数が増え、販売量も増加する。
		一般小売店〔鮮魚〕 （営業担当）	・秋に向けてブランド魚が出てくるほか、その前受注があるため、少し良くなる。
		一般小売店〔家具〕 （経営者）	・季節的な変動の影響で、少し良くなる。
		百貨店（売場主任）	・競合店の閉店といった外部環境の変化もあり、当面、食品の売上は前年比5～6%増で推移する見込みである。
		百貨店（企画担当）	・インバウンド売上の増加が続くことで、12月ごろまでは店の売上も増収が期待できる。また、国内の富裕層である外商顧客の売上も前年を上回っており、この2～3か月は好調が続く見通しである。
		百貨店（服飾品担当）	・通常は8月前半に販売を始める化粧品の新作が、今年はやや後半にシフトしたが、売上は好調に推移しているため、顧客の美容への関心はまだ高いと推察される。衣料品関連でも、スカート商材の売上が前年を上回り始めるなど、カジュアル志向はまだ強いものの、少しエレガンス基調の商品が動く兆しがある。やや買物疲れが目立った前年に比べ、ファッションを自分らしく取り入れたいというニーズが、徐々に出てきているように思われる。単に商品だけの訴求ではなく、買う気分を意識したプロモーションの強化が奏功すれば、今秋の商戦では結果が出る。
		百貨店（営業企画）	・当社の他店の動向は、地域による差はあるものの、おおむね順調に推移している。当店の特殊要因である、競合店のリニューアルによる影響が多少和らげば、基調は改善してくると思われる。ただし、運送コストや人件費の高騰が企業収益を圧迫する懸念もあるなかで、収入の増加が個人消費の拡大につながらなければ、景気の拡大は続かない。
		百貨店（マネージャー）	・北朝鮮の動向など、先行きは不透明であるが、インバウンドや富裕層の需要増に加え、中間ボリューム層の現金売上が入店客数の増加と共に上向くことで、秋物ファッションなどが回復すると期待している。
		百貨店（マネージャー）	・米国や北朝鮮問題など、海外情勢に不安要素があるものの、日本国内においては、有効求人倍率がバブル期を上回るなど、消費が若干活性化する要素がみられる。訪日外国人の売上も、トレンドが変化してからまだ一巡しないこともあり、前年比では好転する。
		スーパー（企画担当）	・12月を除けば、8月は年間でも売上の多い月であるが、今年は前年を上回っている。関西では台風の影響も少なく、大きく売上が減った日はなかった。猛暑日も無くなったことで、秋を先取りした売場づくりや、真夏商材の売り切りを行うなど、消費者のニーズに対応することが重要である。
		コンビニ（経営者）	・加熱式たばこで、新たな商品が販売予定である。これには器具が必要なため、器具代を含めれば売上増となる。
		コンビニ（経営者）	・おにぎり類やファストフードのリニューアル効果が期待される。CMとの相乗効果もあり、売上が伸びそうである。また、ビールや缶チューハイのスーパーとの価格差がほぼ無くなったことで、アルコール飲料の売上増も期待できる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・早い時期から秋冬物スーツ、コートなどのオーダーが入っている。また、価格も少しずつ上がっている。
		家電量販店（企画担当）	・有機ELテレビの販売が年末に向けて増えるものの、北朝鮮と米国の今後の動向に、景気の先行きは左右される。
		乗用車販売店（販売担当）	・高級車市場の活性化を受けて、大衆車市場も盛り返してくる。
	高級レストラン（企画）	・宴会、宿泊客室の単価はややダウンする傾向にあるが、受注の勢いがそれをカバーしている。	
	観光型ホテル（経営者）	・9月は団体客を中心に先行予約が好調で、10月もますますの状況である。これは当ホテルだけでなく、地域全体の傾向である。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門の単価は落ち着きをみせており、高単価での販売が難しい状況である。宴会は、会議の受注は少ないものの、大型の忘年会は例年以上に受注できている。	
	旅行代理店（役員）	・法人の需要の伸びが予想される。	
	タクシー運転手	・引き続き、開港150周年のイベントが様々な場所で開かれる予定であり、人も外出しやすくなっているため、動きがまだまだ増える。それに伴って、乗客数や売上が徐々に伸びていくと期待している。	

通信会社（社員）	・新たな加入コースを9月からスタートさせる。徐々に認知度が上昇すれば、3か月後には販売状況が改善すると期待している。
通信会社（企画担当）	・北朝鮮情勢への懸念もあるが、今後の景気回復に期待したい。
その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・雇用情勢のほか、企業による生産も改善傾向にある。この状態が続けば、消費者マインドが貯蓄から消費へと徐々にシフトしていく。
住宅販売会社（経営者）	・年末の異動期であり、特に年内での引っ越し希望の客が動き始める。
商店街（代表者）	・随分前から客足の引きが早くなっており、今後も同じ状況が続く。
一般小売店 [時計] (経営者)	・時計の修理に関しては、今後も変わらず需要はあると思うが、徐々に価格に厳しくなっている。個人店には無理が通ると思っているのか、修理そのものを安易に考えている人が多い。時計が売れない昨今、売上を修理に頼らざるを得ないが、どこまで無理を聞くべきかの判断が難しい。客にも店にも、明るい雰囲気は全く感じられない。
一般小売店 [事務用品] (経営者)	・景気の良くなる要素がない。
一般小売店 [精肉] (管理担当)	・9月には連休が2回あるが、何か特別な企画など、こちらから客に働きかけなければ、消費にはなかなかつながらない。景気は悪くないと思うが、ばらつきが大きくなっている。
一般小売店 [野菜] (店長)	・良くなる理由があれば教えてほしい。
一般小売店 [花] (店員)	・客の節約志向は定着しており、決まった物を買うか、予算内での購入が中心なので、この先も販売量はあまり変化しない。
百貨店 (売場主任)	・インバウンドの好調は続くほか、国内客の需要にも大きな変化はないと思われる。それに伴い、都心部の百貨店の好調は続くが、インバウンド効果が薄く、商圏人口が減っている地方の百貨店については、今まで以上の厳しさが予想される。
百貨店 (売場主任)	・インバウンドによる押し上げ効果はあるが、地元客の購入量には大きな変化がない状態が続いている。この先も変化する兆しはない。
百貨店 (売場主任)	・インバウンドの売上は良いが、紳士、婦人の衣料品売上は相変わらず前年を下回っており、実質的な景気回復とは言い難い。
百貨店 (営業担当)	・海外高級ブランドや宝飾品は、秋のイベントを更に強化して富裕客を取り込むことで、高額品の売上が好調になる。
百貨店 (営業担当)	・中間層を中心とする節約志向は根強く、大きな消費の回復の波が生まれにくい。また、インバウンド消費の大きな伸びは前年11月に始まっており、間もなく一巡する。
百貨店 (営業担当)	・海外情勢などを考えると、購入マインドが高揚するような状況ではない。
百貨店 (外商担当)	・インバウンド売上は好調に推移すると考えられるが、前年にインバウンド売上が増加し始めたのが11月ごろであるため、徐々に売上の伸び率は鈍化していく。
百貨店 (サービス担当)	・傾向として大きな変化はないと思われるが、夏の長雨などによる農作物の価格高騰が懸念される。下半期の始まりの月でもあり、今後も集客の企画や催事の強化で前年実績の確保に努めたい。
百貨店 (商品担当)	・東アジア情勢の緊張や政権の不安定さ、米国景気の鈍化などを受け、日本経済も不安定な動きが予想される。また、中国からの旅行者による消費への悪影響も懸念される。
百貨店 (マネージャー)	・個人消費を下支えする所得の伸びがない。また、求人は多いが、企業側の求めるスキルとのミスマッチもあり、需要と供給のバランスが取れていない。一方、仮に所得が増えても、高齢化が進んでいるため、生活防衛意識は緩まず、消費には回りにくい状況が続く。
百貨店 (販促担当)	・消費の慎重な動きを変えるきっかけが見当たらない。海外の不安定な情勢も、万が一の動きがあれば大きなマイナス要素となるが、具体的な実感は薄く、大きなマイナスにはなっていない。今後は価格ではなく、価値を見出せる商品を提案していく。
百貨店 (売場マネージャー)	・世界情勢に不安要素がある。円高が進めば、現状は好調なインバウンド需要にも影響が出るため、楽観はしていない。特に、衣料品については厳しい状況が続く見通しであり、顧客情報の活用強化で、前年の水準の維持を図りたい。

百貨店（宣伝担当）	・猛暑の影響で、夏物商材の売上は好調であるが、厳しい残暑の予想から、今後は売上規模の大きな衣料品で、秋物商材の動きが鈍くなる。
スーパー（経営者）	・地政学リスクの高まりや、東日本を中心とした雨による農産物の不作、黒潮の南下による不漁などが予想され、生鮮品を中心に売上の不振が予想される。シルバーウィークも前年に比べて曜日周りが悪く、盛り上がりには欠けると思われる。また、大手を中心に更なる単価の引下げ報道も相次ぐなか、売上が伸び悩み、利益の確保も困難となる。さらに、パートの人件費増も負担となる。
スーパー（店長）	・大手のスーパーや家具、雑貨店による値下げ報道が出ている。ただし、単価が下がって販売点数が増えても、売上の拡大にはつながらない。
スーパー（店長）	・必要でない物は、買わない傾向が続いている。
スーパー（店長）	・経済情勢が流動的で、可処分所得も増えていない状況のため、景気の先行きは不透明である。ただし、メリハリ消費が続くことは間違いない。
スーパー（店長）	・来客数の減少が続くそうである。カテゴリーキラーの出店が相次ぎ、商圏の縮小が顕著になっている。
スーパー（企画担当）	・来客数の動きに変化があると予想される。
スーパー（経理担当）	・残暑は厳しいとの予測であるが、朝晩は気温が低下し、食欲の秋を迎える。引き続き、消費者は良い物にはお金を惜しまず、基本的な商品は価格で選ぶ行動が続く。
スーパー（社員）	・野菜の相場の乱高下や、水産物の消費の落ち込みはあるものの、当社の中核商品である生鮮品は、全体的に堅調な推移となっている。当面、この傾向が変わる要素は見当たらず、堅調な動きが続くと期待している。
スーパー（開発担当）	・前月から客単価は上がっていないなど、お盆の帰省などでの消費は、店頭にあまり反映されていない。
スーパー（企画）	・購買動機は実需型へと大きくシフトしており、不要な物は買わない。また、大きなトレンドや消費につながる流れもない。
コンビニ（店員）	・景気の上向き要素が見当たらない。
家電量販店（経営者）	・客の財布のひもが緩くなる要素がない。所得が増えるような政策に期待している。
乗用車販売店（経営者）	・個人消費は伸びていない。
乗用車販売店（経営者）	・車検や新車販売の予約台数には、それほど変化がない。
乗用車販売店（経営者）	・改善する要素がなく、客にはまだまだ余裕がない。値切り攻勢への対応に、ほとほと疲れている。
その他専門店 [医薬品]（経営者）	・当社の業態はドラッグストアであるが、便利さと安さを売りにしており、業種を超えた品ぞろえで売上を伸ばしている。
その他専門店 [食品]（経営者）	・前年と特に大きな差はなく、年末に向けて売上は増えていくが、ギフトなどは伸び悩むと思われる。外食向けの商品の販売は前年よりも増えるものの、値上げが主な要因である。
その他専門店 [宝石]（経営者）	・株価の動向や為替の変動が、客の購買意欲に影響を与えている。株価が2万円前後で、為替も今の状態で安定的に推移すればよいが、そのどちらかが大きく変動すると、購買意欲にはマイナスとなる。
その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・身の回りの災害に対する意識だけでなく、今後は人災に対しても敏感になっていくなかで、購買意欲が上がることはない。
その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	・残暑は例年ほど厳しくなさそうである。今後も順調に秋らしさが出てきて、例年並みの売上につながることを期待したい。
その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・カタログ自体が薄くなり、受注が減っている。今後もこの状態が続く。
高級レストラン（スタッフ）	・ランチよりも、ディナーが忙しい傾向は変わらない。
一般レストラン（経理担当）	・景気の変わる要素がない。
その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当）	・全体的に良い話がない。身の回りからも、景気の良くなっている様子が全く感じられない。
観光型ホテル（経営者）	・婚礼、宴会は、単価が低下傾向にある。この状況を打破できる起爆剤となりそうなイベントなども、これといって思い当たらない。

観光型ホテル（経営者）	・国内景気は、先行きに良くなる見込みがない。少なくとも、現状維持できればよいと考えざるを得ない。
観光型旅館（経営者）	・予約の動きが悪い。
都市型ホテル（支配人）	・売上に大きな変化はないと思われるが、人件費、原材料の高騰により、利益が圧迫される。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門に引っ張られて、好調が続いている。宴会部門も大口会合の先行予約が好調で、前年を上回る見込みである。
都市型ホテル（管理担当）	・北朝鮮からの日本に向けたミサイルの発射が今後も続けば、アジアのインバウンドの受注にも悪影響を与える可能性があり、注意が必要である。
都市型ホテル（総務担当）	・今後2～3か月の宿泊の予約状況は、客室単価は低下傾向にあるものの、予約件数はほぼ前年並みである。
タクシー運転手	・暑さだけが、タクシー業界の唯一のエネルギーであり、観光関連での需要はまだ少ない。
タクシー運転手	・これまでは、外国人観光客による貸切りのハイヤー需要があったが、公共交通機関を利用した観光にシフトしている。
タクシー運転手	・涼しくなれば、少しは良くなる。
通信会社（経営者）	・地方経済には、特に変化の兆しはない。
テーマパーク（職員）	・よく分からない理由で落ちていた政権支持率も、回復傾向にある。政治が安定傾向となれば、経済的にも安定するため、今後に期待している。
観光名所（企画担当）	・施設に隣接している港に、豪華客船が期間限定で入ることになり、インバウンドの客が若干増加している。ただし、商業施設での物品などの購入は増えているものの、目立つほどではない。
遊園地（経営者）	・景気の停滞感を打破するような要素が見当たらず、来客者の消費動向にも変化がみられない。
競艇場（職員）	・全国発売のスペシャルグレード、G1競走の売上も、ほぼ横ばい状態である。
その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・夏の特別学習の生徒が、どれだけ残るかは不透明である。
住宅販売会社（経営者）	・半年ほど前と比べて、海外からの問い合わせは減ったが、宿泊施設の需要はいまだに減っていない。1～2年程度は、宿泊施設不足の状況が続くことが予想されるため、土地価格も大きくは変化しない。
住宅販売会社（経営者）	・今月は良い結果となっているが、先行きの見極めが必要である。ストックされていた顧客の成約が、今月に集中した可能性が高い。
住宅販売会社（総務担当）	・お盆の集客イベントは例年どおりで、大きな落ち込みはない。
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）	・金融政策のほか、景気を刺激するような政策もないため、大きな変化はない。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場への来場数は増加しているが、アンケートでは、3年以上先に住宅を購入するといった様子見客が増えている。新築住宅の購入を促す政府の優遇策もないので、しばらくは様子見が続く。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・マンション価格の高額化の動きが変わる兆しはみられず、市場では二極化の傾向が定着している。
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・新築着工件数は前年比で横ばいが続いているなど、プラスの要素がない。雑務だけが増え、売上の増加につながらない。
一般小売店〔花〕（経営者）	・昨今の天候の影響が不透明。今後、入荷量、仕入金額がどう変化するかが不安である。
一般小売店〔酒〕（社員）	・日本を取り巻く環境から、円高で推移するとの予測が多いため、株価は下落が予想される。売上が伸びるはずの年末にも、やや不安がある。
百貨店（販売推進担当）	・秋のファッション関連の立ち上がり後、衣料品の動きが鈍い。特に婦人服が鈍い一方、消耗品である化粧品は、インバウンドを除いても好調を維持している。今のところは、婦人衣料の動きが回復する兆しが見られない。
スーパー（店員）	・関東方面がずっと雨であったため、野菜の値上がりが続く可能性もあり、その場合は厳しい。
コンビニ（店長）	・気温の低下で、おでんなどの冬の商材が伸びればよいが、ここ数年、おでんは伸び悩んでおり、あまり期待できない。
コンビニ（広告担当）	・北朝鮮や米国などの地政学的な問題のほか、猛暑やゲリラ豪雨に伴う不作や値上げなどによる物価上昇など、不安定な要素の影響で悪くなる。
コンビニ（店員）	・夏休みも終わるため、来客数が減る。

	コンビニ（店員）	・例年7～8月がピークで、お盆過ぎから飲料水の大量購入などの客も徐々に減るため、気温の低下と共に売上が減少する。
	衣料品専門店（販売担当）	・再就職や再雇用など、年配の人が働いているので、店の活気が乏しい状態が今後も続く。
	家電量販店（人事担当）	・年末まで販売を引っ張っていく商品がない。
	乗用車販売店（経営者）	・北朝鮮のミサイル問題や米国での政権の行き詰まりなど、海外での不安要素が多い。国内的にも、人手不足による人件費の高騰など、中小企業が事業を続けていくための環境が悪くなっている。今後、政府の進める働き方改革でも、企業の負担が増えるほか、消費も低迷する。
	住関連専門店（店長）	・例年は秋から年末に向けて商談が増えるが、今年は客からの見積依頼が減っている。客との会話でも、消費に対する積極性が感じられない。
	一般レストラン（経営者）	・繁忙期が終わり、ピークを過ぎるため、日本人観光客は減少するが、アジア圏の国慶節などもあり、目的をもって来店するインバウンド客にはまだ伸びる余地がある。また、歓送迎会の時期となるが、分かりやすい予約システムに変更するため、集客が期待できる。
	一般レストラン（経営者）	・仕入価格も人件費も上がっているため、売上が伸びても実質的には変わらない。全体的に良くなる要素がない。
	一般レストラン（企画）	・8月の来客数の前年比をみると、期待を下回る水準であり、7月がピークで、9月以降は減少傾向になると懸念している。特に、これまで良かった土日、祝日の水準が低下し始めている。
	観光型旅館（管理担当）	・北朝鮮のミサイル実験、獣医学部新設問題、国有地売却関連の問題など、政治不信や不安感が増大し、先行きの読めない状況が続いている。米国の政治も混乱しており、不安要素が大きい。
	都市型ホテル（管理担当）	・現状よりも、特に改善する要因が見当たらない。
	都市型ホテル（客室担当）	・インバウンド頼みの傾向にあるなかで、不安定な世界情勢や新規ホテルの開業もあり、先行きは不透明である。
	旅行代理店（支店長）	・大きなトピックスはないが、北朝鮮からの地域を絞った攻撃の発言により、客の旅行マインドに影響が出ている。特に、修学旅行や教育旅行では、行先の変更の話などが出ており、状況としては良くない。
	競輪場（職員）	・前年の傾向から悪くなっている。様々な商品の値上げも報道されるなど、良くなる要素が見当たらない。
	その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・9月は多くのコンサートがあ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、企業のイベントが主となるため、集客は減少する。
	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マッサージで、服を脱ぐため、寒い時期になると来客数が減少する。
	住宅販売会社（従業員）	・新築分譲マンションの販売状況が悪化するなか、デベロッパー各社は販売価格を維持しているが、現在の状況が続けば、価格の下落が進む。
×	スーパー（経営者）	・都市部から離れた地方のスーパーでは、お盆商戦の盛り上がりも限定的である。天候不順の影響もあると思われるが、その前後は大きく前年を割り込んだ。価格重視の傾向が、より一層強くなっているように感じる。
×	スーパー（店長）	・商圈内に競合店が出店した影響が出てくる。
×	衣料品専門店（経営者）	・諸物価の上昇により、今まで少額であった費用の負担が大きくなっている。
×	衣料品専門店（経営者）	・今後も衣料品店の状況は悪くなっていく一方であり、閉店が増えてくる。
×	家電量販店（店員）	・9月の決算時期が終わると、引っ越し需要や買換え需要も一段落するため、一気に来客数が減る。
×	一般レストラン（店員）	・夏休みの営業で来客数は少し増えているが、引き続き単価が下がっている。その一方、今後は来客数の増える見込みがない。
企業 動向 関連 (近畿)	*	*
	食料品製造業（営業担当）	・ハロウィーンイベントなどは、例年よりも盛り上がることで予想されるため、やや良くなる。
	木材木製品製造業（経営者）	・注文量と供給量のバランスの調整にまだ時間がかかっているが、あと2～3か月で正常になる予定。新規の事業も視野に入ってきている。

電気機械器具製造業 (経営者)	・あくまでも3か月以内の短期見通しで、政治が破綻しない前提であるが、今こそ自主努力と質素倹約に努めなければと、気を引き締めている。政府による対策は、その反対の動きばかりである。
電気機械器具製造業 (営業担当)	・引き合いが増えており、受注増が期待できる。
建設業(経営者)	・無電柱化の動きだけではなく、土壌汚染調査についても、問い合わせや引き合いが多くなっている。
食料品製造業(経理担当)	・北朝鮮のミサイル問題や天候の激しい変動などで、漠然とした不安は感じるが、大きくは変わらない。
繊維工業(総務担当)	・売手の発想で企画を立てているようでは、集客も悪いままである。買手の立場で催事を企画していく必要があり、楽しめる販売会でなければならない。ただ経費を使うだけの従来の方法は、今のユーザーに合っていない。
繊維工業(団体職員)	・今後は年末の需要期に入るが、現状は特段の動きもなく、例年並みである。
家具及び木材木製品製造業(営業担当)	・受注量に変化がない。
パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・増産や減産の情報はない。
化学工業(管理担当)	・販売数量は前年比で好調な状態が続く。
化学工業(企画担当)	・世界的な天候不順で、特に乳原料が高騰し、更に利益が出にくい状況になった。年末に向けて価格が更には上がると予想されており、販売量が増えても、利益の出にくい状況になる。
プラスチック製品製造業(経営者)	・当社が作っている部品は、製品を完成させる上で重要な部品のため、現状の販売量、受注量から減少するとは思えない。ただし、3か月前からの右肩上がりの勢いが復活するとも考えにくく、現状維持の動きが年内一杯は続く。
窯業・土石製品製造業(経営者)	・新聞紙上では、景気が良く、アベノミクスもおおむね成功と報じられているが、取引先が一般消費者に販売しているガラス瓶を扱っており、消費者には必要最小限の動きしかみられないので、景気が良くなるとは思えない。
金属製品製造業(経営者)	・電気自動車関連の部品は、活発に動いている。
金属製品製造業(管理担当)	・人手不足によって生産面に影響が出ており、今後も続きそうである。
一般機械器具製造業(経営者)	・大型案件の受注は見込めないが、小型の案件を確保して、低位での安定を狙いたい。
一般機械器具製造業(設計担当)	・一般消費者の所得が増えなければ、景気が上向くことは難しい。
電気機械器具製造業(経営者)	・日本の周辺国や米国の動きが読めず、景気が急変しないか心配である。
電気機械器具製造業(営業担当)	・景気の良い話がない。
電気機械器具製造業(宣伝担当)	・年末商戦は各社が有機ELテレビの宣伝に力を入れるため、それに伴って、現状以上の荷動きが見込まれる。
輸送用機械器具製造業(経理担当)	・自動車産業のみでなく、取引の窓口を拡張していかなければ、売上増は見込めない。どの分野に進出していくのかが、今後の大きな課題である。
その他製造業[事務用品](営業担当)	・年末にかけての受注については、今のところ良くなる要素もないため、大きくは変わらない。
その他製造業[履物](団体職員)	・残暑の影響により、秋冬物の発注時期が遅れているが、納期は変わらないため、メーカーの負担が大きくなっている。
建設業(経営者)	・今後も東京一極集中の動きが続くと予想されるが、東京オリンピック関連の景気が下降気味になれば、地方の建設会社も厳しい状況になる。
輸送業(商品管理担当)	・毎年この時期は荷動きが落ち着くが、今年も販売量に動きはない。
輸送業(営業所長)	・路線運賃は値上げ傾向にある一方、一般貨物は運賃の見直し要請も多い。
金融業(副支店長)	・取引先との会話では、2～3か月先の受注状況に大きな変化はない。
金融業[投資運用業](代表)	・北朝鮮による地政学リスクが一掃されなければ、株価が2万円を超えて、更に上昇する動きにはならない。今後もすっきりしない景況感が続きそうである。
金融業(営業担当)	・今後の事業展開が予想できない。過去の実績が参考にならない状態である。
不動産業(営業担当)	・今後も、神戸からの企業の撤退が続くと予想されるため、景気は悪いままである。

	広告代理店（企画担当）	・関西圏の商業施設では、新たな開業やリニューアルの大型案件が一巡している。季節のプロモーションに関しても、大きく予算がアップする動きがないため、前年並みの推移となる。	
	広告代理店（営業担当）	・売上が前年を大きく超えるわけでも、大きく下回るわけでもなく、変化がない。	
	広告代理店（営業担当）	・今の状況がしばらく続きそうである。	
	司法書士	・事件数は相変わらず少なく、案件もあまりない状態なので、現状が維持できればよい。	
	コピーサービス業（店長）	・受注が見込める特需もないことから、このままの状態が続く。	
	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）	・関西では、景気浮揚に影響しそうな要素はここしばらく見当たらず、期待できるのは相変わらずインバウンド需要のみである。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・3か月先の案件の見積依頼など、注文につながりそうな設備の話もあまりない。	
	食料品製造業（従業員）	・猛暑も少し落ち着いてくると思うが、この先も異常気象が続くようであれば、農水産物の販売不振など、今後の状況が不安である。一部の農産物は豊作と聞くが、全体としては値上げの方向に動いている。	
	繊維工業（総務担当）	・当社が扱っている靴下については、消費者が過去に購入した在庫がたんに眠っている状況が続いている。靴下は繊維製品のなかでも、付加価値を高めることが難しいため、在庫がある状態で、新しい製品を販売するのは困難である。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・例年は9月の決算時期から冬にかけて、少しずつ需要が増えてくるが、その兆しがみられない。得意先からの発注も、鈍化傾向にあると感じる。	
	建設業（経営者）	・人材不足により、仕事があっても受注できない事態が懸念される。	
	輸送業（営業担当）	・運賃の単価を上げ、荷物を適量に減らす計画を会社が公表してくれたため、スムーズに荷物を減らせそうである。	
	輸送業（営業担当）	・家具の販売を始める店が増えるので、状況は悪くなる。	
	通信業（管理担当）	・異常気象による野菜価格の高騰の影響が出る。	
	経営コンサルタント	・コンサルタント業界での人材育成という仕事自体は、引き続き強いニーズがあるものの、各企業やコンサルタント間の競争は激しくなる。勉強してレベルアップすれば、競争力も上がるため、今の良い状態が続く。	
	×	化学工業（経営者）	・売上、利益率共に、急速に悪化してきている。同業他社との会話でも、悪い話しか出てこない。
	×	金属製品製造業（営業担当）	・自動車大手と高炉メーカーの鋼材取引価格の交渉で、秋から5千円の値下げと新聞で発表されたが、一般流通価格は強含んできている。今後は取引先からの値下げ要求と、仕入先からの値上げ交渉の板挟みで、採算の悪化が予想される。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今後の展望が見通せない。
	×	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・下半期から新たなターゲットを狙うという目標はあるが、具体的な販売戦略など、まだまだ課題が残っているため、しばらくは低空飛行のままである。
雇用 関連 (近畿)	-	-	-
		人材派遣会社（支店長）	・しばらくは今の状況が続きそうである。
		職業安定所（職員）	・求職者は新規、有効共に減少傾向が続き、雇用保険も受給者数、支給額が減少傾向にある。事業所からは、現在の景況、今後の展望共に悪いとの声はなく、やや良い、やや明るいといった声が増えつつある。
		職業安定所（職員）	・大阪の基幹産業である卸売、小売業の新規求人数は、長らく横ばいであったが、直近は19か月ぶりに前年比で2けたの伸びとなった。百貨店の免税売上やドラッグストア、家電量販店が好調との声が聞かれる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・9月以降は、年末調整業務などの季節的なオーダーが増えるため、景気はやや良くなる。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・新卒学生の採用活動が実質的に前倒しになる傾向がある。それに伴い、2～3か月後は採用活動を始める企業が、前年よりも増える。	

	人材派遣会社（経営者）	・相変わらず採用に関しては短期契約が中心である。秋の臨時国会が始まれば、補正予算も組まれる見通しであり、景気が良くなる期待感も出てくるため、採用意欲も高まっていく。短期契約から長期契約に変わるかどうかを見極める時期となり、長期契約が増加すれば、景気が良くなる。
	人材派遣会社（営業担当）	・年末までといった、期間限定の求人が増える。
	人材派遣会社（役員）	・潜在労働力が顕在化してきたことで、景気の浮揚につながる可能性がある。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞求人では一部の産業で求人が増えている一方、北朝鮮を巡る地政学的リスクや、米国政府への不安による円高などで、景気の下落圧力も高まっている。国内要因以外の不確定要素が多く、当面は景気がどちらにも向かう可能性がある。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末商戦に向けて、周辺企業の動きはまだ鈍い。
	民間職業紹介機関（職員）	・建設日雇い求人では、社会保険加入の義務化と雇用保険適用の厳格化の影響で、現場の混乱と雇用の抑制が続いている。また、事業所からは、人手不足で新規事業に手が出せないとの声が寄せられている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・短期的には変わらない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・中堅以下の企業では、採用計画が達成されていないケースが多く、人手不足感が出てくる。ただし、景気に陰りが出れば、採用計画の見直しが始まる。
	アウトソーシング企業（管理担当）	・毎年みられる通常商品の加工が、今年は入ってこないという話なので、先行きはやや悪くなる。
x	-	-