

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)		家電量販店（店員）	・決算商戦の時期となる。
		家電量販店（企画担当）	・かなり不本意であるが、大阪北部地震や異常なまでの猛暑のほか、特異な進路をたどった台風12号に伴う復興などでの、家電、住宅設備機器の買換え、買い増しが年内は続く予測される。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・今後も残暑が厳しいほか、旅行などに使う携帯用の薬やグッズなども売れる。
		旅行代理店（店長）	・今の状況からすると、旅行に行きたいと考えている人は、様々なことが落ち着けば行く予測される。大阪北部地震の被害を受けた人も、問題が解決すれば良くなっていく。単価的にも、安い物が売れているわけではないので、世の中の状況が変われば上昇する。
		百貨店（売場主任）	・6月は店頭売上が苦戦したが、当店では7月に入ってファッションフロアも含め、プラスに転じている。猛暑の影響もあり、ファッションでは夏物、食料品については涼感商材が好調である。
		百貨店（企画担当）	・当社に限れば、来年の2月までは現在のような傾向が続く。ただし、これは競合店の閉店によるもので、地域全体や国内の景気自体が良くなっているとは感じられない。
		百貨店（営業担当）	・気候による影響が景気にも表れた今月の様子を見ると、不透明な点もあるが、富裕層の優良客による海外高級ブランド品の購入は、各種イベントの効果で更に伸びる。
		百貨店（外商担当）	・秋物の新作が立ち上がるほか、現在工事中の売場がオープンすることから、集客や売上が増える。
		百貨店（営業企画）	・気温が平年並みになると一時的に落ち着くが、世界的な貿易摩擦などの不安要素がある。
		スーパー（企画担当）	・気温が下がってくるので、客足が元に戻ると期待できる。
		コンビニ（経営者）	・今後数か月は酷暑が予想されており、飲料や冷菓、冷たい麺類の売上増が期待できる。それに伴い、イトインコーナーの利用率も更にアップすることが予想され、全体の売上増が期待できる。
		コンビニ（店員）	・購入単価は余り変わらないが、暑さが続けば、飲料水やアイスクリームなどの販売数がかかり伸びる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・低価格のオーダースーツが減少し、高価格のスーツの注文が増加している。
		乗用車販売店（経営者）	・中古車の販売は伸びているが、新車は良くない。新車が売れば良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨と、自然災害が重なり、7月は通常時とは比較できない状態であったが、幸い日常に戻るスピードが速く、1～2か月後には例年の状態に戻ることが予想される。
		高級レストラン（企画）	・企業からの宴会の受注が引き続き好調なほか、海外の団体客を中心に、宿泊受注が持ち直している。
		一般レストラン（経営者）	・天災やインフラの不具合などで、特に大阪市内は多大な影響を受けることが分かったが、何事もなければ通常に戻っていく。
		観光型ホテル（経営者）	・6～8月の自然災害によるキャンセルや出控えも、9月以降は元に戻ることが予想される。
		旅行代理店（支店長）	・3連休や年末年始の日並びの良さなどから、秋から冬にかけての旅行需要は伸びる。夏の旅行の電話セールス時に、今年は余りの暑さに夏の外出は控えて、秋、冬に変更するといった客も多い。
		旅行代理店（役員）	・中国、四国、九州方面への旅行について、復興支援ツアーが増えると見込まれる。
	旅行代理店（営業担当）	・大阪北部地震や平成30年度豪雨、台風などの自然災害の反動が出る。	
	通信会社（社員）	・年末の4K、8K放送のスタートと、ケーブルテレビへの加入が連動してくれば、申込件数は増えると期待している。	
	通信会社（企画担当）	・夏休み期間になり、来客数の増加が見込まれる。	
	観光名所（企画担当）	・国内客の減少を超えるインバウンドの増加があり、2～3か月先もこの傾向が続くと予想している。そのため、この先もしばらくは、来場者数が前年よりも増加すると見込んでいる。	
	競艇場（職員）	・全国発売のSG、G1競走の売上が、電話投票を中心に微増傾向である。	
	美容室（店員）	・特に、暑い夏の後、季節の変わり目には客の動きも良くなるため、来店数の増加が期待できそうである。	

その他住宅 [ 展示場 ] (従業員)	・来年の消費税の引上げに伴う駆け込み需要の兆しが、そろそろ出てくる時期である。
その他住宅 [ 住宅設備 ] (営業担当)	・夏の繁忙期で時間外手当が増加している。対価としては当然のことだが、各社員の収入増につながっている。
商店街 (代表者)	・安売りショップがよく売れている。長期間この傾向が続いている。
一般小売店 [ 鮮魚 ] (営業担当)	・復興にある程度見通しがつき、落ち着くまでは、消費者のマインドにも買い控えが感じられる。
一般小売店 [ 衣服 ] (経営者)	・冬場に向けての期待はあるが、これまでの販売量や消費者の様子を考えると、冬場に入っても大きな期待はできない。
一般小売店 [ 野菜 ] (店長)	・暑さの影響で注文の数が減ってきている。価格帯も上がってしまい、ますます商売がやりにくくなっており、3か月後も変わる気配はない。
百貨店 (売場主任)	・引き続き、中国人を中心としたインバウンド需要で、何とか売上を伸ばしているものの、商圏内の客の売上は減少しているため、力強い成長への期待は薄い。
百貨店 (営業担当)	・中間層の動きの伸び悩みは継続すると予想され、インバウンドの高い伸びが続くかどうかも不透明になっている。一方、富裕層の高い購買意欲と高額品の販売好調は続くため、大きな落ち込みにはつながらない。
百貨店 (営業担当)	・インバウンドによる爆買いは沈静化しているが、猛暑や災害などへの備えに対応する商材には、消費者が興味を示していることから、まだまだ動くと思われ。
百貨店 (宣伝担当)	・猛暑、残暑が続くと予想から、秋冬商材の動きが遅くなると予測している。追加セールなどの対策は打っているが、周辺ホテルの予約状況からインバウンド消費もこれまでの伸び率は見込めないと考えており、現状において、好転する要素はない。
百貨店 (販促担当)	・政権が変わらないことを市場がどう捉えるか、米国の政策がどう動くのかに左右される。株価の不安定要素が多数存在し、上得意先の年末に向けた購買への影響が懸念される。また、今年の天候は暖冬予測もあり、極端になると衣料、雑貨共に影響が出そうである。立て続けに起こる異常気象の影響で、やや消費マインドが守りに入っており、年末商戦に向け不安材料が多い。
百貨店 (サービス担当)	・インバウンド効果が今までどおり続いていて、関西への観光客数が依然として増えているため変わらない。今後については、国内客向けの催事の強化で、来客数の増加や売上の確保に努めたい。
百貨店 (マネージャー)	・基本的には個人消費が活性化する材料はないため、選択消費は続き、一進一退の状況が続く。今後は心理的に消費税の引上げの影響が国内消費には出てくると予想され、より一層、業界格差も広がる。
百貨店 (服飾品担当)	・この数年の気温の影響により、気温対応型商品の伸びは前年に続いて厳しくなる。一方、非気温対応型商品に関しては、新作が投入されるこのタイミングをみると、国内外の客共に、現状の推移は維持できそうであり、この7月の動きと大きく変わらないと予想される。
百貨店 (売場マネージャー)	・為替や株価に大きな変動がなければ、前年の実績は維持できる見込みである。
百貨店 (マネージャー)	・月末の台風の影響は、関西では軽微で済んだが、天候不順による台風の襲来や酷暑が続くほか、9月まで残暑が厳しいとの天候予報もあり、入店客数の減少による業績への影響が危惧される。インバウンド売上の回復と、堅調な富裕層の高額品の消費に期待したい。
百貨店 (マネージャー)	・米国と中国の問題など、様々な国際情勢の動きはあるものの、為替が円安方向に動きつつあることなどから、今後も国内富裕層や訪日外国人売上は底堅く推移することが期待できる。一方、中間層の消費が活発となる要素は見当たらず、全体としてはここ数か月の傾向と変化はない。
スーパー (店長)	・店舗改装などで店選びが変化しているだけで、消費量が増えているとは考えにくい。
スーパー (店長)	・農産品関連の単価も戻り、一時の最悪の状況は脱したと感じるが、消費者の財布のひもは引き続き固い。
スーパー (経理担当)	・猛暑による底上げは当分続くと見込まれるものの、気温の動向次第では、売上に対してマイナスに作用する可能性がある。
スーパー (社員)	・前年に多くのイベントを実施したこともあり、今年はその反動減を予想していたが、食品部門を中心に、売上、来客数は堅調に推移している。客の購買意欲は依然として高く、当面は今の状況が続く期待がもてそうである。

スーパー（企画）	・来年の消費税の引上げに向けて、一時的に消費は伸びるであろうが、所得や雇用環境、将来不安の改善などがない限り、所得を消費へ回すといった行動にはならない。
コンビニ（経営者）	・飲料水の購入で来客数が前年比で16%ぐらい増えている。その流れが続くため、売れる商品は変わるが、来客数は減少しない。
コンビニ（店長）	・しばらく暑い日が続くそうなので、夏向けの商品は売れるが、野菜などの商品も値上がりしてきており、景気が単純に良くなるとは考えにくい。
コンビニ（店員）	・売上、来客数共に、大きな変動はない。
家電量販店（経営者）	・客の財布のひもは非常に固く、所得が増えるなどの要素がない限り、景気は良くならない。
乗用車販売店（経営者）	・酷暑が景気を押し下げるような気がする。
乗用車販売店（経営者）	・今回の米国と中国の貿易戦争の影響で、世界的に株価が低迷している。しばらくはこの状態が続くので、終息するまで景気は良くならない。
乗用車販売店（販売担当）	・新型車が出て爆発的な勢いがなく、それなりの動きにとどまっている。
乗用車販売店（営業担当）	・大きなモデルチェンジの予定がないため、話題性は乏しいが、今後も堅調に推移すると予想される。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・気温や気候に左右されるため、売れる商品や数量も変わってくる。生活必需品の販売については、良くなるまでには時間が掛かる。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・株価や金の価格が、今の状態から大きく変わらなければ、大きな影響はない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・消費者の購買意欲が左右されそうな株価の変動は良い方向が見込めず、先行きが良くなる理由は見当たらない。
その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・この天候は変わらず、また猛烈な暑さがやってくる。暑さ対策の商品が確保でき、それを破格の値段で売ることができれば、売上を増やすことができる。また、男女共に体臭関連のエチケット商材が人気で、若年層は下着への関心が高いことは面白い。
その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・秋にはまた新しいカタログが発刊されるため、今と変わらない状況となる。
高級レストラン（スタッフ）	・今年の夏は猛暑が続く予想のため、来客増はそれほど見込めない。
一般レストラン（経理担当）	・景気が回復に向かうような材料がない。
一般レストラン（企画）	・今の状態が当面続く。現在がそれほど悪くない状況であり、海外要因によって左右される部分はあるものの、悪くなる要素も今のところは見当たらない。
一般レストラン（店員）	・夏休みも終わり、家族で集まる機会が減るので、今後は期待できない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・気候によってかなりの影響が出る。影響が落ち着いても、新たな台風によっていろいろな物が崩れる。
観光型ホテル（経営者）	・外国からの豪華客船の入港で、大口の客は若干増えた印象を受けるが、平成30年7月豪雨の影響なのか、一般客が減っている。遠方の客からの問合せも、道路は大丈夫かといった、いまだに心配の声がある。大雨被害の地域という悪いイメージを払拭するのに、しばらく時間が掛かりそうである。
観光型ホテル（経営者）	・世の中の景気が良くなる兆しがみえない。米国の輸入関税問題があるほか、現内閣の政治は安定しているかもしれないが、国民は安定した気分ではいられるような状況ではない。
観光型旅館（経営者）	・回復の兆しがみえない。
観光型旅館（経営者）	・猛暑の警戒について、行き過ぎたメディアの報道が、旅行や外出の意欲をそぐ方向に向かわせていると感じる。
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門は、大阪北部地震や平成30年7月豪雨の影響で延期になった大型宴席が、9月以降に出てくる等、前年比の増加要因となっている。宿泊は単価が伸びず、低予算のホテルとの競合になっている。食堂は土日こそ順調に集客できているが、平日が伸び悩んでいる。
都市型ホテル（スタッフ）	・特殊要因である、大阪北部地震で被災した客室の改修が年内一杯掛かる予定で、収入は大幅に減少する。宴会は大型案件の予約が先行しているが、件数が伸びてこない。
都市型ホテル（管理担当）	・インバウンドは好調であるが、国内の個人客は低迷している。また近年は、ホテルや簡易宿所の新規オープンが続き、狭い京都で客室数が増加している。今後ますます増えていくため、需要と供給のバランスが気になるところである。

都市型ホテル（総務担当）	・宿泊や宴会の先行予約について、前年割れの状況が続いている。
都市型ホテル（管理担当）	・台湾などから訪れる、アジアのインバウンドが減少し、中国の客が増加している。構造の変化と受け取るべきか、様子を見ている。
都市型ホテル（客室担当）	・予約が直近化していることもあるが、先の予約状況も芳しくない。ホテルの新規開業や、民泊の影響が出てきているように感じる。
タクシー運転手	・夏休みに入って外出が増えているほか、イベント関係もあり、これから少しずつ利用が増えると予想されるが、全体としては平均的な推移である。
タクシー運転手	・企業や一般客の予約状況に、大きな変化はない。
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）	・やはり一番の関心事は、消費税の引上げがどうなるかである。現時点では増税するというところであるが、増税の結果、国民全体の消費が落ち込むことを体験している総理大臣が、今後どのような決断を下すのかが注目される。
遊園地（経営者）	・気象条件の影響を受けやすい業態のため、大阪北部地震、平成30年7月豪雨、猛暑と立て続けの自然災害で消費の減退が著しい。レジャー産業は日常が平穏であってこそ成立するものなので、いち早く平常どおりに戻ることを祈るばかりである。
ゴルフ場（従業員）	・一部の上場企業は確かな恩恵を受け、着実な景気回復の見込みがある。その他の中小企業については、よほどの情勢の大きな上積みがない限り、景気回復や、従業員にまでプラスとなるとは全く予想できない。
その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・大阪北部地震、平成30年7月豪雨、猛暑と、この短期間で自然災害が続き、来場する人の動きが減っている感が否めない。この先、物価への反動が景気回復にどの程度影響するのか、予想できない。
その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・交通アクセスの復旧に伴い、集客は戻ってくる見込みであるが、景況感に大きな好材料はない。
その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・夏休み期間となり、8月にはプロ野球の公式戦が5試合開催され、他にも人気グループなどのコンサートもあるので、前年と同等の来場者を見込んでいる。
美容室（店員）	・3か月後になると、来店周期が少し延びる季節に入ってくるので、余り変わらない。
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、暖かい時期になると来客数が増加する。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・改装できる店舗以外は、移転や閉店といった整理が進む時期となってきている。カフェなどの新しいパッケージの導入が緊急課題であり、強化推進中である。
住宅販売会社（経営者）	・地元業者は地価の高騰に対してバブル崩壊を警戒し始めているが、ホテル用地の活発な取引は依然として続いていることから、しばらくは高い水準で推移する。
住宅販売会社（従業員）	・近畿圏において、阪神間、北摂といった高級住宅エリアの販売が一部で苦戦しており、大阪市内の都心部が好調と、消費者ニーズが変わってきている。
住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン関連や、不動産業者向け融資は拡大しているようであるが、それが底上げのきっかけとなっているかは不透明である。最近の融資関係のニュースが、市場では劇薬になっているようであり、判断が難しい。
住宅販売会社（総務担当）	・長雨と暑さで来客数が減少しており、今後の契約に影響する。
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）	・不動産市況は少し悪くなっているように感じるが、全体的には分からない。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・経済全体としての安定度に大きな変化はみられない。
一般小売店〔花〕（経営者）	・今年の猛暑や水害で、生産物の品薄などの影響が見込まれるため、仕入価格が変動し、利益率が下がる。
一般小売店〔時計〕（経営者）	・客との会話では、大阪北部地震による家の修理に多くの費用が掛かるといった話が多い。物を買って増やすというよりも、今住んでいる家を原状回復するために金を使わなければならないため、景気が良くなるとは思えない。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・平成30年7月豪雨の影響は様々な部分に及んでおり、その後の猛暑による悪影響もある。買物に出ないほか、暑過ぎて食の志向にも影響が出ている。外食も客足が鈍っているように感じる。

一般小売店〔花〕(店員)	・例年と余り変わらない予約数であるが、猛暑による来客数の減少で、売上が減少すると予想される。
百貨店(売場主任)	・残暑、暖冬が予想されるなか、衣料品、とりわけ秋物が苦戦すると予想される。
百貨店(売場主任)	・インバウンドの落ち込みは一時的な現象であり、戻ると予想される。ただし、伸びが一巡することもあり、従来ほどの好調は期待できない。一方、国内客の消費は一進一退であり、好転する要素が見当たらない。前年は気温の影響により、季節商材が好調に推移した経緯がある。今年はその裏返しとなるため、厳しい状況が予測される。
百貨店(企画担当)	・これまで増収要因となっていた外国人売上の拡大については、今後も増加傾向は維持するとみているが、前年の7月頃から急激な増加傾向となったため、全体に寄与する影響度合いは小さくなっていく。
百貨店(販売推進担当)	・前年とは違い、例年よりも高い気温の長期予報であるため、特に9～10月の秋物商戦が厳しいと感じる。また、今年は大阪北部地震や災害などの外部要因が、比較的好調であった消費傾向に悪影響を及ぼす懸念もある。
百貨店(商品担当)	・気候変動や自然要因の影響が大きい現状に加え、海外では相変わらず中間選挙を控えた米国の動きが気掛かりである。特に、保護主義の加速による貿易摩擦の拡大が、経済にはマイナスに作用する懸念があり、購買意欲が減退する可能性が大きい。
スーパー(経営者)	・時給が上がリ、ボーナスも良いというが、前年後半のような高くても良い物が欲しいという消費トレンドは落ち着いている。加工食品やパンの値上げなどが相次ぎ、生鮮品の相場上昇などにより、客のより一層の節約志向が見受けられる。貿易摩擦の先行きも不透明で、株式相場が弱気トレンドに転じる恐れもあり、先行きが見通せない。前年の10月から年明けまで、空前の野菜相場高であったこともかく乱要因である。
スーパー(店長)	・炎暑による電気代の支出増や、熱中症対策商品などへの予定外の支出により、涼しくなった頃に節約に走る可能性が大きいと予測される。
スーパー(店長)	・猛暑が続き過ぎるとマイナスの影響が出そうである。電気代などが家計を圧迫する。また、米国と中国の貿易戦争の行方も気になる。
スーパー(店員)	・暑さと雨の影響で、価格が下がることは当分ないので、厳しい。
スーパー(企画担当)	・猛暑や台風などの影響で、青果物は相場高になるため、粗利益のダウンは否めない。また、水産物では土用の丑の日も高値となり、前年比では売上、利益共に大きくダウンしている。盛夏商品の動きで、どこまでカバーできるかが鍵となる。
スーパー(開発担当)	・平成30年7月豪雨により、野菜などの値上げや物流の遅れがみられる。それとともに原油価格も上昇している。
スーパー(管理担当)	・正直、手詰まり状態である。
コンビニ(広告担当)	・政治的には、米国と中国、EUとの貿易摩擦や、米国と北朝鮮、イランとの地政学的要因の変化に左右されるが、一般消費者の生活では、特にこの夏場の天候不順の影響で、秋から冬場にかけて、野菜や果実類の生鮮品の価格が高騰する。
コンビニ(店員)	・気温が下がれば、ソフトドリンクなどの売行きが悪くなる。
衣料品専門店(店長)	・先日からの大阪北部地震や平成30年7月豪雨、暑さの影響で、今後3か月は良くなるとは思えない。
家電量販店(店員)	・暑さも落ち着くと、家電の売上もいったん落ち着き、停滞期に入る。
家電量販店(人事担当)	・酷暑により、やむを得ず夏の暑さを軽減する消費が増え、その他の物に消費が向かわない。また、残暑が厳しくなると、秋から冬にかけて販売が期待される商品の売上が増えないケースが多い。
乗用車販売店(経営者)	・ふだんの仕事量には戻ったという感覚である。この先どうなるかはまた別問題であり、好材料はない。
住関連専門店(店長)	・被災はしなかったが、災害対応が長く続いて、この7月は思うように業務ができず、例年どおりの販売活動もできていない。
観光型旅館(管理担当)	・天候不順による被害が各地でみられ、自粛まではいかなくとも、購買意欲は減退すると予想される。
通信会社(経営者)	・話題の新機種の販売が開始される。
競輪場(職員)	・前年の動向をみると、やや悪くなっている。これを覆す消費の力強さが感じられない。

	その他サービス〔学習塾〕(スタッフ)	・夏休みにまとまった人数の退会者が出た。秋口には会費の値上げもあり、更なる退会の可能性もある。
	住宅販売会社(経営者)	・行政も空き家対策などにとりかかっているが、焼け石に水で効果は期待できない。根本的な問題として、都市集中型の都市計画の方向か、地域分散型の都市計画の方向か、明確な判断が必要である。
	× 一般小売店〔衣服〕(経営者)	・近郊の商店街やモールと比べて、これまで頑張ってきた、空き店舗なしの商店街であるが、アンケート調査や聞き取り調査では、6～7月と大幅に数字を落とした様子である。8～9月も全体的に悪化傾向になると予測される。
	× 一般小売店〔貴金属製品〕(従業員)	・消費税率の引上げに向けた動きが始まる。
	× スーパー(店員)	・近隣スーパーが閉店していた間の売上は、ふだんのセール並みによく売れたので、それを上回るとはとも思えない。
	× 衣料品専門店(経営者)	・今後3か月先は更に悪くなると予想されるが、天候さえ安定すれば売上も伸びる。
	× 衣料品専門店(経営者)	・比較的余裕のある高齢者ほど、様々な支出の増加によって消費が減少する。災害対策の費用が典型である。
	× 一般レストラン(経営者)	・残暑が厳しければ、来客数にも影響が出る。人件費もアップしているが、かといって商店街に店を構えている状況で、簡単にランチの値上げなどできない。
企業 動向 関連 (近畿)	木材木製品製造業(経営者)	・現在は受注の端境期で、需要と供給がアンバランスな状態である。今後数か月先はバランスも改善されて、良くなると予想される。
	プラスチック製品製造業(経営者)	・一度止まっていた注文が、急ぎよ入ってきている。数種類の業界にわたる注文であることから、発注忘れやミスではなさそうである。この秋に向けて、生産量が増加する気配を感じる。
	建設業(経営者)	・来月以降の相談があるので、これから少しずつ受注が増えていくと予想している。土地の動きが出てくれば増えてくる。
	建設業(経営者)	・平成30年7月豪雨による災害関連の工事が出てくるので、多少は忙しくなる。
	食料品製造業(従業員)	・猛暑の影響で、野菜価格の高騰のほか、秋にかけての野菜や果実の収穫にも影響が出ると考えられる。特に、キャベツの高騰によって、当社の調味料の消費に影響が出るのは必至である。
	繊維工業(総務担当)	・催事の状況が変わらなければ、販売もおのずと減少していく。全国展開の小売店での販売が少しずつ伸びてきているものの、人手の確保が難しい。
	家具及び木材木製品製造業(営業担当)	・変化がない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・余りにも景気に与える要因が多過ぎて、分からない。
	化学工業(経営者)	・売上の的には一進一退が続いているが、客と話をしても、それほど悪い雰囲気は感じない。ただし、原材料や運送費の値上げ、人件費の高騰が続いており、長期的にみると先行きに不安を感じる。
	化学工業(企画担当)	・受注量や販売量が劇的に落ち込んでいる。夏の需要低迷期でもあり、状況は改善しない。
	化学工業(管理担当)	・客からは発注数量の大幅な減少の情報が入っていないが、原料である化学品の値上がりがかさため、製品の値上げ交渉をしており、客からの発注量が減少する可能性がある。
	窯業・土石製品製造業(経営者)	・需要が少しずつ落ちている。
	金属製品製造業(経営者)	・7～9月の受注内示にも、余り大きな変化はない。
	金属製品製造業(営業担当)	・資材の値上がりや人件費の上昇は今後も続くことから、採算の悪化が予想される。
	一般機械器具製造業(経営者)	・期待する大きな案件はあるが、確実ではないため、それを除けば、ここ数か月は景気が変わらないと予想される。
	一般機械器具製造業(設計担当)	・ガソリンの値上がりや、自然災害などでの野菜などの値上がりは、家計には痛手であるため、消費者は収支のバランスをとっていく。
	電気機械器具製造業(経営者)	・本当に先のことは分からない。国同士の争いは、地鳴りが聞こえるようである。国内ではプライマリーバランスなど念頭にない政治がまかり通っている。経済界も、これほど不正が続くのは悲しい。
電気機械器具製造業(宣伝担当)	・状況は今と変わらないと予想される。	

	電気機械器具製造業 (営業担当)	・引き合い、受注が増えてこない。
	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・受注見込みの落ち込みは続きそうである。
	その他製造業〔履物〕 (団体職員)	・大企業では好景気が続き、夏のボーナスも増えた企業が多いそうだが、我々中小零細企業ではその恩恵を感じることができず、苦勞している。
	建設業(経営者)	・東京一極集中は今後も続く。建設業では東京と地方との格差がますます広がる。
	輸送業(商品管理担当)	・お中元のシーズンも終わり、来月は出荷が停滞する。
	輸送業(営業担当)	・家具が備え付けてある新築物件が増えており、家具の売行きが悪い。
	輸送業(営業担当)	・毎年7月初旬に集中していたお中元の荷物を、今年は満遍なく分散できたので、人手不足であったが乗りきれた。利益率の良い1か月となっている。
	金融業(営業担当)	・今年の猛暑により、季節商材の受注は増加傾向にあるが、一時的な動きであり、全般的には売上は鈍ると予想される。
	金融業〔投資運用業〕 (代表)	・与党の総裁選は現総理で決まりだと予想される。ということは、思い切った何かを期待することはできない。北朝鮮にでも行って、拉致問題を完全解決するといったことがあれば、半年ぐらいはご祝儀相場で日本経済も活気付く。
	金融業(副支店長)	・2年後の東京オリンピック開催に伴う、受注の増加の話もない。
	不動産業(営業担当)	・神戸からの企業の撤退が今後も続くため、景気は良くても横ばいである。
	新聞販売店〔広告〕 (店主)	・折込件数が減少傾向にあり、回復の兆しもない。
	広告代理店(営業担当)	・しばらくは広告業界の景気を良くする材料もないが、悪くなる気配も感じていない。
	広告代理店(営業担当)	・今年になって、どの月も売上が前年を下回っている。
	広告代理店(企画担当)	・貿易や外交問題の影響を受け、短期的に小刻みな景気の変動があり、余り楽観的に良くなるとは感じられないので、現状維持が続く。
	司法書士	・好転するような材料は見当たらず、このままの状態がしばらく続く。
	経営コンサルタント	・異常気象ともいえるような状況は、まだしばらく続きそうである。建設関連など、復旧に必要な部分は上向くと予想されるが、消費者の所得は上向かない。
	その他サービス〔自動車修理〕 (経営者)	・各社で盆休みが違うため、稼働日数が少なくなり厳しい。
	その他非製造業〔機械器具卸〕 (経営者)	・これからも猛暑が続くわけではないので、また通常に戻っていく。
	食料品製造業(経理担当)	・夏季ボーナスは前期と変わらないが、値上がりする食品が増えている。
	繊維工業(総務担当)	・高付加価値商品の状況は良いが、売上比率が少ないので、全体的には景気が押し下げられることを想定している。
	コピーサービス業(店長)	・大阪北部地震や平成30年7月豪雨の影響が下期に出るのではないかと懸念する。若干、景気は悪化すると予想している。
	その他サービス業〔店舗開発〕 (従業員)	・猛暑は駅ナカ店舗にはメリットであるが、暑さが一段落するため、飲料需要は落ち着く。
	その他非製造業〔商社〕 (営業担当)	・他社との競争に勝てておらず、案件数の増加が見込めない。
	× 通信業(管理担当)	・異常気象の影響で野菜の価格が高騰する。
	× その他非製造業〔電気業〕 (営業担当)	・日本の金融政策が不安定である。
雇用 関連 (近畿)	人材派遣会社(支店長)	・上期末に向け、更に受注が増えるものと予想される。
	求人情報誌製作会社 (営業担当)	・求職者に選ばれるよう、企業側も条件の緩和などで努力をしており、求職者が働きやすい環境になっている。
	人材派遣会社(営業担当)	・人手不足感はかなり強い。また、それを企業側が受け止めるようになってきた。企業側にとっては、コストをかけてでも人を採用したり、確保する必要がある状況といえる。少しずつではあるが、コストをかけても良い景況感になってきている。
	人材派遣会社(営業担当)	・9月以降、天候が落ち着けば、転職者の活動も活発になる。
	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・東京オリンピックの開催に向けた機運が高まりかけているため、これに乗じたい。

	民間職業紹介機関（営業担当）	・今の時期は、求職者、求人数共に最も少ない時期であり、秋に向けて求職者、求人数は増えていく傾向となる。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・しばらくはこの状態が続く。
	学校〔大学〕（就職担当）	・今のところは求人も好調なので、景気が良いと感じる。
	人材派遣会社（経営者）	・派遣業界における3年問題が出てきている。比較的年齢が若く、ある程度優秀なスタッフについては、直接雇用に切り替える動きが出てきている。9月末に3か月や6か月単位の契約が切れるため、大きなターニングポイントとなる。
	人材派遣会社（役員）	・現時点において、求人企業や派遣スタッフと接していて、この四半期程度の期間では環境に特段の変化はない。その一方、同一労働同一賃金などの働き方改革関連法案の成立に伴い、詳細の決定や実際の施行はまだ先であるものの、それを見据えた賃金や手当の見直しもある程度進むと考えられ、派遣スタッフも含めた非正規労働者の処遇向上が見込まれる。ただし、これは企業にとってコストの上昇を伴うものであり、今後の景気判断への影響は不透明である。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・縮小均衡が続く新聞求人からは、この先に景気が大きく変化するような動きはみられない。新聞部数の減少とともに、新聞広告全体が縮小している。一方、Web広告は日々拡大しており、求人広告の主力もWebへ移行し、求人数は増加している。新聞求人よりもWeb求人の動きが景気の先行きを正確に表している。
	職業安定所（職員）	・企業は人手不足であるが、求人票での賃金は高くない。中小企業における毎年のベースアップは小幅で、家計においては消費に回す余裕がまだ少ない。
	職業安定所（職員）	・求職者の減少が止まらない。少子高齢化や雇用情勢の改善で求職者が減っているところに、大阪北部地震や平成30年7月豪雨、猛暑が重なり、ハローワークを訪れる求職者が最近は特に少なくなっている。応募のない求人が増えており、人手不足の深刻化が懸念される。
	民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の日雇求人は、梅雨明けとともに公共工事が動き出し、増加傾向となるが、2～3か月先までは頭打ちで、横ばい傾向が続くと予想される。大阪北部地震や平成30年7月豪雨の復旧工事の動向と、人手の確保の状況について、注視していく。
	民間職業紹介機関（マネージャー）	・求人数が堅調に伸びることで、求職者の奪い合いの構図が継続する。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・企業の人材不足が継続しており、この状況が続くと予測される。
	学校〔大学〕（就職担当）	・猛暑がこのような続くと、なかなか消費行動は増えない。
	アウトソーシング企業（管理担当）	・災害による影響もまだ残りそうで、良くない状況が続く。
x	-	-