

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）	・季節が変わることに期待しており、9月が悪かった分良くなる。
		百貨店（売場主任）	・まだ暑い状況であるが、10月に入って涼しくなると、今は厳しいファッションの動きが改善されるほか、食料品も潤ってくる。現状でも健闘していることを考えると、若干見込みがある。
		百貨店（営業担当）	・年末にかけて、天候頼みの防寒用品の動きに期待している。
		百貨店（販売推進担当）	・前年の暖冬に比べて、今年は寒さが厳しくなる予想である。アイテムではコートが2年前並みに売れることを期待しているが、冬物衣料の動きは少なくとも前年を上回ることが期待できる。
		百貨店（営業企画）	・株価や為替などの指標の低迷が長引くと、消費マインドも低下し、個人消費の低迷につながる。年末に向けて、米国の利上げを契機に、為替の適正化や株価の上昇などの好循環が生まれることを期待する。
		百貨店（売場マネージャー）	・現状に比べれば改善すると思われるが、各取引先とも秋物商品の立ち上がりの苦戦で、在庫が過剰気味であり、真冬向けの商品の生産が減ってしまう可能性がある。
		百貨店（マネージャー）	・昨年は暖冬で、コートやブルゾン、マフラー、手袋などの冬物商品の売上が、前年比で30%以上の減少となった。今年の冬は例年よりも寒くなるとの予報が出ているため、昨年の反動増も期待でき、2年前並みの商品を確保するようにしている。また、国内富裕層の消費も一時の低迷から回復に向かうと予想され、年末商戦に期待が持てる。
		スーパー（社員）	・日々の変動は大きいものの、全体的にみると、堅調な食品部門を中心に客の買物金額は堅調に推移している。色々と工夫すれば客の反応も良いため、スーパーでの購買意欲は当面は高水準で推移すると期待している。
		コンビニ（経営者）	・コンビニのイートインコーナーに対し、気軽に利用できる飲食店としての認識が高まっており、ファーストフードを中心とした飲食物の販売増が期待できる。
		家電量販店（企画担当）	・秋物商戦に向けては健康関連品の販売が見込めるほか、スマートフォンの格安品の販売が予想される。
		高級レストラン（スタッフ）	・忘年会、クリスマスシーズンを迎え、当然ながら忙しくなる。
		一般レストラン（経営者）	・年末の宴会シーズンに向けた場所探しが始まっているので、会社関係の需要は多いとみられる。ただし、あまり安過ぎず、高過ぎずといった需要が多い点を見ると、景気が上向いているとは感じられない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は現状維持であるが、忘新年会に向けた宴会の先行予約が良く、トータルでは上向きと思われる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年末にかけての忘年会などの予約は例年並みであり、今後は小宴会場を使用した忘年会の受注がかぎとなる。一方、宿泊は年末年始プランが好調で、状況としてはまずまずである。レストランは日並びが良く、クリスマスディナーも満席が期待できる。
		タクシー運転手	・秋になれば、今以上に良くなる。
		通信会社（経営者）	・不動産や観光関係の取引先は、業況が上向いていると感じる。
		競輪場（職員）	・年末年始の期間となるので、例年であれば良くなる。
		商店街（代表者）	・顧客マインドが変わらず、買物に慎重である。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・目新しい材料が見当たらず、前受け受注もない。このまま平行線をたどる気配である。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・数か月後には衣料品のシーズンである冬になるが、例年のような動きがあるかどうかは不安である。この夏の様子をみると、昨年並みどころか、販売量が減るといった危惧が大きい。	
	一般小売店〔野菜〕（店長）	・今の状態では良くなる要素がない。	
	百貨店（売場主任）	・秋物衣料の売れる時期が飛び、いきなり冬物商戦となる。ギフト需要の月となるが、前年の外国人観光客の売上をカバーできる要素が見当たらない。	

百貨店（売場主任）	・前年は暖冬で防寒商品の動きが鈍かったものの、暖冬のみが要因ではなく、客の購入姿勢が変化してきた表れだと感じる。前年の反動で、今年は期待できる要素はあるものの、インバウンド消費が落ち着き、株価低迷で高額品の勢いにも期待できないほか、客の消費意欲も決して良いとはいえない。
百貨店（サービ担当）	・来月以降も傾向に変化はないと思われるが、新しい店舗や催事などの導入により、前年実績の確保に努めたい。
百貨店（販促担当）	・3か月予報では、10月の気温は高く、12月は低くなる見通しである。気温が早めに下がらなければ、防寒ファッションに影響が出る可能性がある。全体としては、消費機運が高まる要素があまり見当たらず、現状と同様に厳しい状況が続くと予測される。
百貨店（商品担当）	・景気浮揚策がなかなか功を奏しないほか、株価も伸び悩んでいる。一部の高額品に動きはあるものの、インバウンド需要に支えられていた特選洋品も落ち着いたままであり、全体的に売上が改善するのはもう少し先となる。
百貨店（服飾品担当）	・秋物の立ち上がりの売上状況を見て、防寒商材の最終の仕込みを各アパレルブランドやメーカーが行うが、先行きへの不安や、トレンドとなるデザインや素材も目新しさがないため、生産量はかなり抑えられることが予想される。仮に気温の低下が冬に向けて徐々に進んだとしても、前半の落ち込みはカバーできない。
百貨店（マネージャー）	・配偶者控除の見直しも含め、税額控除の議論が国政レベルで進められている。世論の反応は様々であるが、現状の影響については、働く時間を抑えることで実質的な所得減につながっているという見方があるほか、見直しの影響としては、最終的には増税となるといった受け止め方が大半であるように感じる。消費が大きく下振れする懸念は小さいものの、消費が増える可能性も極めて低い。
スーパー（店長）	・前年にプレミアム付商品券の効果があった期間は、反動減で回復が難しい。
スーパー（店長）	・気温が下がれば、秋冬商材はそれなりの動きになると予想されるが、更に良くなる要因はなさそうである。特に、衣料品は在庫処分による値下げが避けられない。
スーパー（店長）	・食品の競合先が今期は1つ増えており、競合先とのチラシ合戦が続くため、伸びる要素がない。現状を維持することに努力している。
スーパー（企画担当）	・現状の環境には変化がないと思われる。
スーパー（経理担当）	・世の中のムードとして、何となく不況感が強まっており、消費マインドも節約、低価格志向に傾きつつある。年末商戦に向けて、減税などの何らかの起爆剤がなければ、盛り上がりえないままとなる可能性がある。
スーパー（開発担当）	・冬季の賞与には期待できず、特別な景気対策もない。
コンビニ（経営者）	・おでんの季節になるほか、チルド弁当やサラダの販売に力を入れ、売上の減少を止めたい。
コンビニ（店長）	・どこかの段階で、急激に季節が変わるだろうが、来客数や販売量などは大きく変わらず、スムーズに移行していくと予想している。特に景気が良くなるとは思えない。
コンビニ（店員）	・来客数が増加する見込みもなく、今後も横ばい状態が続く。
コンビニ（店員）	・店の近くでイベントなどが開かれる予定もないため、例年並みとなる。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・必要な物以外は買わないような印象があり、衝動買いをしないようになっている。
衣料品専門店（販売担当）	・一時金の支給や給料のアップなどを待つ形で、今後も買い控えが続く。
家電量販店（経営者）	・客の財布のひもが緩む要素が見当たらない。所得が増えることで、消費が喚起される見込みは薄いように感じる。
乗用車販売店（経営者）	・周囲にも、個人消費の増加する要因が見当たらない。
乗用車販売店（経営者）	・車検台数のほか、車、トラックの新車販売が好調であるが、長続きはしない。
乗用車販売店（経営者）	・コンスタントに仕事がある割には、収益が上がらない。利益率を下げなければ客が来ないというのは、どの店も同じである。
乗用車販売店（販売担当）	・ある程度の新型車効果を見込んでいるが、単価アップはあまり期待できない。
乗用車販売店（営業担当）	・年末商戦では多少のにぎわいを予想しているが、一般企業に勤めているユーザーの可処分所得は、横ばいか減少が予想されるなど、好転する材料がない。

住関連専門店（店長）	・景気は相変わらず回復しておらず、生活必需品のほか、娯楽以外への消費に対する慎重さにも変化はない。ただし、低い水準ではあるが、季節を問わず売上は一定のレベルを保っている。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・家族の構成人数の減少や、高齢化で単価の低下が続くなど、先行きは厳しい。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・外国の株価の変動によって、日本の株価にも影響が出るので要注意である。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・年末に向けて、為替の変動の有無にかかわらず、恐らく商品単価が下がることはないと考え、売上増は見込めない。
その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新商品も少ないため、変わらない。
高級レストラン（企画）	・集客はある程度確保できるものの、競合他社との間での値崩れが懸念される。
一般レストラン（経営者）	・10月からは大阪府の最低賃金が引上げられるが、商品価格はデフレ傾向になっているため、景気が良くなるまでには、もう少し時間がかかる。
一般レストラン（経営者）	・今よりも大きく好転する状況にはない。
一般レストラン（経理担当）	・景気浮揚のきっかけが見当たらない。
一般レストラン（店員）	・今月は台風や雨の影響で客が減少しているが、それだけが理由であれば、今後はそれほど減少しない。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・景気が上向くほどの好材料は見当たらない。
観光型ホテル（経営者）	・良くなるきっかけがないため、やや悪い状態がしばらく続く。
観光型ホテル（経営者）	・経済政策において、手詰まり感が非常に強い。株価も良くなく、円高が進めば日本の景気も悪くなるといわれている。世界情勢に連動して日本経済も動くため、日本独自の政策を実行しても、良くなる見込みがない。
観光型ホテル（経営者）	・昨年と比較すれば確実に悪くなっているが、2～3年前に比べるとそれほど悪いともいえない。
観光型旅館（経営者）	・続々と出る九州ふっこう割で、かなりの客の目が九州に向いているため、予約の動きが遅い。
観光型旅館（経営者）	・良くなる要因が見当たらない。インバウンドに期待しているが、田舎の当地区では、まだまだ集客につながっていないのが現状である。
観光型旅館（団体役員）	・全体的に予約の申込が遅くなっているほか、過去3年間に近辺で開かれたような大きな集客イベントが行われない。
都市型ホテル（客室担当）	・現状は訪日外国人による宿泊で稼働率を維持しているが、円高の影響もあり、先行きに関しては不透明である。
都市型ホテル（総務担当）	・下期についても、宿泊予約数は前年を下回っており、上向き兆しはみられない。
都市型ホテル（管理担当）	・現状の宿泊の傾向が続けば、やや厳しい状況となる。
旅行代理店（支店長）	・世界情勢や治安、伝染病などのリスクが完全に解消されることはなく、その状況を客も理解しているが、情勢が良くなる確信もないため、旅行需要は減少していく。
旅行代理店（役員）	・年末年始は休日の日並びが悪く、予約が集中する。在庫不足となるため、売上拡大は望めない。
タクシー運転手	・流し営業の収入は比較的安定しており、ハイヤー予約についても大きな増減はない。
タクシー運転手	・ハイヤーの利用率が低下している。
通信会社（社員）	・新しいサービスの導入で解約件数は減少しつつあるものの、上昇傾向とはまだ断定できない。
テーマパーク（職員）	・失業率が3%台にまで下がったことが、アベノミクスのある程度の成功を意味している。今後は更に加速させ、デフレ脱却に向けて賃金上昇を進めなければ、消費が増えない。消費の拡大こそが景気回復の土台なので、今以上に推し進めてもらいたい。少なくとも野党が主張している緊縮財政では、明るい未来は待っていない。
観光名所（経理担当）	・今月は残暑が厳しく、数回の台風など、天候にも恵まれなかったため、来客数、売上共に良くない。シルバーウィークや天候の良さから好調となった前年に比べ、8%ほど悪化している。昨今は若い客の増加が目立つため、取扱商品の見直しが必要な状況である。一方、中国、台湾からの来客は減っている。

観光名所（企画担当）	・夏の最盛期や9月の連休も終わったが、前年比でのマイナス傾向は変わらず、厳しい状況である。
ゴルフ場（支配人）	・先行きの動きが不透明なため、判断が難しい。
競艇場（職員）	・全国の売上状況をみても、目立った動きはなく、横ばいが続く気配である。
その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・来場者の状況から、レストラン、売店の売上が良くなる要素もあるが、景気が上向き要素には乏しい。
その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・プロ野球のクライマックスシリーズや日本シリーズの開催はないが、10～12月には人気アイドルグループのコンサートが開催されるので、例年どおりの集客を期待している。
その他サービス [学習塾] (スタッフ)	・夏休み中に入った生徒の数も非常に少なかった。次の無料体験は11月なので、それまではあまり変化がない。
その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・書籍や文具雑貨、コミックレンタルの前年比での増加に期待したい。依然としてブックカフェは好調である。
住宅販売会社（経営者）	・金融機関の融資担当者から、主力商品の住宅ローンについては、どちらかといえば慎重姿勢になりつつあるとの情報を得ている。住宅関係の市場は、少し活気を失うのではないかと推測している。
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)	・金融機関の融資姿勢、不動産価格、取引件数には、3か月では変化はみられない。
その他住宅 [情報誌] (編集者)	・マンション販売の不調は、更に厳しさを増す可能性がある。
一般小売店 [花] (経営者)	・台風の影響で農作物に影響が出ている。仕入価格は上がっているが、売値を変えられないため、利益減少につながる。
一般小売店 [時計] (経営者)	・相変わらずインターネット通販で買った時計を持ち込まれることが多い。サイズ直しの依頼が主であるが、修理が必要な場合、買った価格とのバランスで断られることが多い。インターネット通販といえば、若い人が利用するイメージであるが、最近は年配客にも普及している。より安い物を求める動きから、デフレの傾向につながっている。
一般小売店 [珈琲] (経営者)	・台風で農作物が品薄となるため、価格の高騰が見込まれる。原材料コストの上昇で飲食店の経営が圧迫されるほか、家庭でも同様の動きが予想される。
一般小売店 [精肉] (管理担当)	・今後は更に、客がお金を使う場所が変化する。食べる物についても、財布のひもを締める部分と緩める部分の差が広がってきそうである。生の肉の場合、おかずとして買う場合は、安価な物に再びシフトしているように感じる一方、外食ではより付加価値の高い物が求められている。
一般小売店 [花] (店長)	・産地が回復するまでは数か月かかるため、当面は商品の高騰に伴い、来客数、販売量共に減少する。
百貨店 (売場主任)	・物に満たされている高所得者は、これ以上は消費が伸びない状況であるほか、所得の二極化の影響を受けている中間層は節約志向が高まっている。その結果、来店数は横ばいであるが、客単価が下がり続けている。
百貨店 (企画担当)	・現状、インバウンドでは化粧品だけが売上を伸ばしているが、10月からの中国国内の化粧品への減税が決まったと報道されている。円高基調に変化がない限り、今後は化粧品売上の減少が予測されるため、景況は悪化する。
百貨店 (営業担当)	・富裕層の優良顧客においては、今すぐに買いたい物がないためか、店に買物に行ったり、店外での催事に行くよりも、旅行や趣味に時間を使うようになっており、高額消費が増えない。
百貨店 (営業担当)	・円高、株安からの脱却や、企業業績の伸び悩みからの脱却が困難ななか、年末にかけての景気の改善が期待できず、富裕層や中間層の消費の増加が見込めない。
百貨店 (外商担当)	・消費者全体で再び節約志向が進んでいるほか、不安定な株価が続くことで、高額品の売上不振も予想される。昨年に大きく売上が伸びたインバウンドの反動もある。
百貨店 (マネージャー)	・世界経済や株価の動きといった外的要因はあるものの、全体的に個人消費の活性化する要素がない。特に、団塊の世代の高齢化が進むなかで、節約志向がより一層顕著となるほか、そのジュニア世代の動きからも大きな影響を受ける。
スーパー (店長)	・11～12月は昨年にプレミアム付商品券の駆け込み需要があったため、今以上に厳しくなる。
スーパー (店長)	・来客数は維持できているが、客1人当たりの買上点数と平均単価の悪化が続いている。景気の先行き不安による買い控えが要因と思われる。

	スーパー（店長）	・節約志向が強まっているという報道を目にするようになって久しいが、顕著に感じるようになった。全体的な消費の減少と共に、無駄な買物はしない、不必要な物は安くても買わないという行動につながっている。
	スーパー（店員）	・この時期は毎年暇になるほか、雨の影響もあるので、これ以上値上がりが続くと、かなり厳しい。
	スーパー（企画担当）	・競合店の出店を控えており、非常に厳しい年度後半になる。価格競争による収益悪化も予想される。いかに価値のある商品や、高粗利商品を販売できるかがかぎとなる。
	スーパー（企画）	・先行きに対する不安感が低下するとは考えにくい。さらに、企業としては10月から社会保険料負担が増えるほか、人手不足による時間外労働の増加や、派遣利用の増加による人件費の上昇で、収益の悪化が進む。年末に向けて、消費は一時的に例年並みとなるものの、年明け以降は例年以上の落ち込みが予想される。
	コンビニ（広告担当）	・天候不順の影響で、野菜などの食品価格が高騰している。また、アジア各国による乱獲などで魚の価格も高騰しているため、日々の食品などは売行きが厳しい。
	コンビニ（店員）	・コンビニ業界での競争が激しくなり、店舗の乱立などで来客数の減少がみられる。
	コンビニ（店員）	・暑さが和らぐにつれて、飲料があまり売れなくなる。
	衣料品専門店（経営者）	・不確定要素が多く、政府の経済対策も不発に終わっている。デフレからの脱却を加速させるとの発言は、今がデフレであることを認めるものであり、このような状態で景気が良くなるわけがない。
	乗用車販売店（経営者）	・東京オリンピックを4年後に控えて、本来ならばそろそろ消費が盛り上がりつつもよいと思うが、築地市場の豊洲移転問題や、北朝鮮のミサイル実験など、国民を不安にする要素が多く、将来への不安も払しょくできていない。安心して消費できる環境が整うのはまだまだ先となる。
	その他専門店〔食品〕（経営者）	・昨年に比べて悪くなっていく。最低賃金の引上げは今の経済状況に合っておらず、企業の利益を圧迫するだけになると思う。生活保護の支給額よりも、労働者の時給の方が低いことが賃上げの理由であり、全く経済とは関係がない。
	一般レストラン（企画）	・今まで比較的良かったディナータイムの動きにも陰りが出ており、良くなる材料が見当たらない。また、これまで上昇していた客単価も低下するなど、厳しさは更に増すと予想される。
	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・気温の高い日が続き、この先の気温も高めと聞いているため、客足は悪くなる。
	観光型旅館（管理担当）	・年金の運用で数兆円の損失が出ていると聞く。今後は一般市民が消費に回す分を抑え、将来に向けて蓄えていくと思われる。大企業は利益を上げていても、一部の層にしか恩恵がなく、若年層を含む中低所得層の消費の拡大は見込めない。
	通信会社（企画担当）	・ライトユーザーがスマートフォンへ流れる動きが止まらず、客が奪われている。
	遊園地（経営者）	・来客数は維持できて、販売数や客単価が悪化傾向であり、購買意欲の減退がみられる。
	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルマッサージのため服を脱ぐので、寒い時期になると来客数は減少する。
	住宅販売会社（経営者）	・顧客との会話では、ほとんどの人が先行きの賃金に懸念を持っており、思い切った買物ができない状況にある。将来所得の向上が見込めないなかで、物価が上がっているのが現状である。
	住宅販売会社（従業員）	・新築分譲住宅の売行きが鈍ってきている。これからの物件は事業用地の高騰後に仕入れた案件が多く、今以上に販売価格が高くなる見込みであるため、販売に苦戦する物件の増加が予想される。
	住宅販売会社（総務担当）	・少し不動産の販売に陰りがみられ、先行きの読めない状況である。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税の延期によって、様子見の客が増加している。今後もしばらくはこの状態が続く。
×	一般小売店〔花〕（店員）	・理由は分からないが、夏前よりも来客数が減っている。気温が下がってきたにもかかわらず、販売量が伸び悩んでいるため、これから先も販売量、来客数共に減少が予想される。
×	スーパー（経営者）	・デフレ傾向がより一層強まっているように感じる。業界ではディスカウント店しか集客できていない。
×	衣料品専門店（経営者）	・客が婦人服を買わないことに慣れてしまっており、2～3か月後に良くなるとは考えられない。

企業 動向 関連 (近畿)	木材木製品製造業（経営者）	・新規の事業が開始となり、まだ予定どおりには進んでいないが、時間とともに軌道に乗ってくる。新規の事業に付随して、様々な事業の可能性も出てきており、今後は大いに期待できる。
	食料品製造業（営業担当）	・10月末にはハロウィーンのイベントがあり、食品全体で売上が伸びてくる。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・ここ2～3か月は少しずつ受注量も増えており、緩やかな右上がりの状態が続いている。この先2～3か月も特に悪い話は聞かれず、このまま増える傾向が続く。
	化学工業（企画担当）	・天候要因などもあり、夏季の需要低迷は例年以上であった。今後は年末に向けた需要増が見込めるため、例年並みの利益につながる。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・足元の受注増の流れが急に止まるとは考えられない。大きなマイナス要因が出てこない限り、今後も継続することが予想される。
	金属製品製造業（経営者）	・9月の状況と各社の受注内示をみると、荷動きが増えそうである。
	電気機械器具製造業（経営者）	・夏枯れの8月も含め、幸い商談は力強い内容である。自助努力ももちろん求められるが、特に海外取引に期待できそうである。
	建設業（経営者）	・無電柱化関連の受注が増えてきている。東京都知事による発言の効果もあって認知度が高まり、営業的にはかなりプラスとなっている。
	輸送業（営業担当）	・協賛セールがあるので、配達件数が増える。
	輸送業（営業所長）	・運転手不足さえクリアできれば、取り込める案件は多い。
	広告代理店（営業担当）	・10月はハロウィーンで、11月はクリスマス商戦、12月は歳末商戦と、受注量が増えていく。
	広告代理店（営業担当）	・クライアントからの情報では、年末に向けて広告出稿の予算が増えそうな雰囲気がある。
	経営コンサルタント	・年度も後半に差し掛かり、どのクライアント企業も、目標達成に向けて積極的に動き出してくる。
	コピーサービス業（店長）	・問い合わせ件数が増加しているため、年末にかけて、やや増加傾向となる。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・年末商戦でどれぐらいの動きが出てくるかによって、大きく左右される。
	食料品製造業（従業員）	・食品全般でも伸びている商品があるとは思えない。寡占化の進んだ砂糖も、再び値上げとなる。市場を独占しているメーカーは良いが、競争の激しい食品はいまだに赤字覚悟で販売しているメーカーもあり、良くなることはない。
	食料品製造業（経理担当）	・物価の上がっている商品もあるが、それなりに売れている。ただし、マイナス要素によって全体的には相殺されている。
	繊維工業（団体職員）	・これまでは前年を上回る動きが続いているが、消費税増税前と比較すると、まだ微減となっている。
	繊維工業（総務担当）	・商品単価の値下がりが一時的な動きではなく、今後の価格として定着する傾向が強く、経費の増加をカバーするための売上が確保できない。
	繊維工業（総務担当）	・主力の商品である靴下の得意先では、販売状況が春先から徐々に悪化していると感じる。繊維製品全般についても、同様の傾向が続いている。
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・仕事量は特に変わっていない。
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・先行きが不透明で、なかなか見通せない。	
化学工業（管理担当）	・米国の金利上げが見送られる可能性が高く、円高傾向が続くと予想される。	
窯業・土石製品製造業（経営者）	・アベノミクスの好影響が中小企業メーカーに出てくることを期待していたが、何の恩恵もない状況が続いている。	
金属製品製造業（営業担当）	・今年も建築関係の秋以降の需要増はなさそうであり、周りにはあきらめムードが漂っている。さらに、東京オリンピック関連の事業見直しの話題もあるため、かなり深刻である。	
一般機械器具製造業（設計担当）	・受注の増加は見込めないが、現状は維持できそうである。	
電気機械器具製造業（経営者）	・世界的に政治経済は不安定な状況であるが、直近をみる限り、何となく仕事はあるように感じる。	
電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数が少なく、金額も大きくない。	
電気機械器具製造業（営業担当）	・仕事が入り込んでこない。	
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・良くなる要因があまり見当たらない。	

	電気機械器具製造業 (経理担当)	・ 今月以上に落ちるとは考えにくいものの、業界では年末にかけて設備更新が増えるはずが、現時点では商談がない。
	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・ 引き合いの大きな増加は見込めないため、現状の案件をいかに受注に結び付けていくかが課題である。
	その他製造業 [履物] (団体職員)	・ 7月末に民事再生法の適用を申請した、大手靴卸会社の受け皿は決まったが、今後どうなるかは不透明な部分が多い。
	建設業 (経営者)	・ 民間関係では、業績好調な企業の設備投資は活発であるが、そうでない企業は中止や計画凍結が続いており、両極端な状況である。一方、官庁関係の工事では厳しい受注競争が続いている。
	建設業 (経営者)	・ 相変わらず、地方では商業地や住宅地を問わず、地価の下落が止まらない。
	輸送業 (商品管理担当)	・ 例年、この時期は販売量が変わらないので、今年も変わらない。
	通信業 (管理担当)	・ 上向き要因、下向き要因共に、変動する要素が見当たらない。
	金融業 (営業担当)	・ まだまだトンネルは長い。中小企業は努力しているが、回復には至っていない。
	金融業 [投資運用業] (代表)	・ 地政学的リスクはいくつもあり、景気回復の光明がみえない。景気の起爆剤がないため、思い切って原子力発電所の再稼働を進めればよいと思う。
	新聞販売店 [広告] (店主)	・ 若い世代の活字離れがひどく、スマートフォンやパソコンに読者を奪われているが、その動きが中高年の世代にも広がっており、購読数が伸びない。クライアントによるインターネット広告へのシフトも増えているため、折込広告にも回復の兆しがない。
	広告代理店 (営業担当)	・ 今年に入って、前年の売上を少しずつ下回っている。
	司法書士	・ 今月も案件は少ないが、更に後退する材料も見当たらないので、このままの状態が続く。
	経営コンサルタント	・ 政府も地域おこしの支援や補正予算などで、それなりに手を打っているが、具体的な成長戦略がみえてこない。中小企業や小売業者にもあまり効果がみられず、今後も回復の期待が持ちにくい。
	その他サービス [自動車修理] (経営者)	・ 今後も大きくは変わらない。
	その他サービス業 [店舗開発] (従業員)	・ 気象庁の発表によると、今冬は久しぶりに寒さが厳しくなる。駅ナカでは、暖かい飲み物や防寒具、マスク、のどあめといった冬物商材が売れることが期待されるが、インバウンド効果が徐々に薄れているため、全体としては前年並みといったところである。
	化学工業 (経営者)	・ 新規案件などが減ってきており、先細りの懸念が広がっている。
	一般機械器具製造業 (経営者)	・ 通常の受注が減っているため、この先の景況は明るくない。
	輸送業 (営業担当)	・ 利益率の低い通販荷物は増えているが、農産物などの食品や、衣料品、電気機器といった全分野で荷物が減っている。
	不動産業 (営業担当)	・ 今後も神戸からの企業の撤退が続き、それに伴って景気は悪くなる。
	x その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・ 日本銀行による金融政策の影響は不透明であるが、円高株安が今後も続く可能性が高いことから、景気回復は見込めない。
雇用 関連 (近畿)	-	-
	人材派遣会社 (支店長)	・ 大量採用の動きが増加傾向にあるため、短期的には忙しくなる。
	アウトソーシング企業 (管理担当)	・ 来月に仕事が入ることは決まっているが、例年よりも少なめである。
	職業安定所 (職員)	・ 有効求人倍率をはじめとする雇用関連の統計では、前年比で改善傾向が続いている。また、薄れてきたとはいえ、宿泊業をはじめとするインバウンド効果は、景気回復に少なからず寄与している。ただし、企業へのヒアリングでは、設備投資や新規事業への積極的な投資を控える姿勢がみられたため、年末に向けては一時的に良くなるものの、中長期的には横ばいと予想される。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・ 年末に向けて年末調整などの経理業務が発生する。
	民間職業紹介機関 (マネージャー)	・ 求職者数は微増であるため、大幅な採用数の増加にはつながらない。
	人材派遣会社 (経営者)	・ 企業側が慎重になっているものの、年末に向けて、派遣業界は例年どおり忙しくなってくる。

	人材派遣会社（営業担当）	・求職者の年代が上がっており、雇用のミスマッチがなかなか解消されない。
	人材派遣会社（支店長）	・正直なところ、当業界は混んとしており、先行きは不透明である。
	人材派遣会社（役員）	・企業は無理をして人を採用する状況ではなく、良い人材がいれば採るが、現状を維持しつつ、経済情勢を見守っている感がある。
	新聞社 [求人広告] （管理担当）	・日本銀行の新たな金融緩和策の発表で、一時は株価も上昇したが長続きせず、円高傾向が続いている。今後、中国の国慶節で多くの観光客が訪れるものの、自国の通販へのシフトで爆買いも落ち着き、インバウンド売上には以前ほどの盛り上がりは期待できない。アベノミクスも息切れの感があるため、良くて現状維持の動きが予想される。
	新聞社 [求人広告] （担当者）	・年末までは、前年並みの傾向が続くと予想される。
	職業安定所（職員）	・求人の増加傾向は続くともみられるものの、求職者の減少幅は小さくなっているため、長期的には少しずつ充足しやすくなってくる。ただし、2～3か月では大きな変化はない。
	職業安定所（職員）	・求職者が減少し、求人数が増加する傾向は今後も続く。例年の傾向では、来年1月に向けて有効求人倍率は上昇するが、未充足による更新求人が多く、景気の改善につながると思えない。
	職業安定所（職員）	・このところは新規求人数の増加、新規求職者数の減少が続いており、雇用失業情勢は改善傾向で推移している。一方、管内事業所に対する今後の展望についてのヒアリング結果では、現状維持とする事業所が多い。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・しばらくは今の状況が続くと予想される。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・具体的な変動要因が見当たらない。
	学校 [大学] （就職担当）	・通勤途中にみていると、スマートフォンを使うのではなくて、読書をしている人が増えているなど、何かが変わろうとしている雰囲気がある。
	民間職業紹介機関（職員）	・社会保険への加入義務化の問題で、未加入企業は入札や下請に入れなくなる。デッドラインの来年3月末が近づくにつれ、建設日雇い労働者の雇用は減る傾向が強まっている。
	学校 [大学] （就職担当）	・採用予定数の達成にこだわらない企業が出てきている。
x	-	-