

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (近畿)	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	一般小売店〔珈 琲〕（経営者）	それ以外	・訪日観光客が大阪市内にあふれ、一部の業種に限れば潤っている。また、建築業界では東京オリンピック需要で仕事量が増加している。
		一般小売店〔衣 服〕（経営者）	お客様の様子	・秋物よりも冬物を求める客が増えており、売上も次第に増えてきている。
		一般小売店 〔花〕（店長）	販売量の動き	・会社関係の贈答品の動きが少し増えているものの、一般客向けの販売量は低迷状態である。
		百貨店（売場主 任）	販売量の動き	・食料品、雑貨品の売上は好調に推移し、高額商材も国内需要、インバウンド需要共に前年の10%増となっているが、ボリュームゾーンの衣料品の動きは相変わらず悪い。一方、早々にスタートしたお歳暮受注は昨年並みである。
		百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・インバウンドの売上は、高止まりで落ち着いてきている一方、富裕層による購入は、美術品や海外の高級ブランドなどで更に増えている。マイナンバー制度の影響か、お金を品物に変えるといった、高額品を購入する動きがみられる。
		百貨店（売場マ ネージャー）	販売量の動き	・先月と同様に、入店客数は8月までと比べて5%増えているほか、ファッション関連の動きもやや上向いている。特に、ボリューム層の動きがシニアを中心に増えてきている。前年に比べて天候に恵まれている影響も大きい。
		スーパー（経営 者）	お客様の様子	・今までは商品に値打ちがあっても、値段が少し高いと購入に二の足を踏んでいたが、値打ちがあれば購入する客が出てきている。
		スーパー（店 長）	単価の動き	・食品や住居関連品は、依然として昨年よりも単価が上がっており、買上点数も昨年を上回っている。特に、高付加価値品の動きが良く、プレミアム付商品券による消費の後押しが効いている。
		コンビニ（経営 者）	単価の動き	・コーヒー類やファストフードの売上が相変わらず好調である。プレミアム系商品の売上も堅調に推移しており、客単価の上昇傾向が続いている。
		コンビニ（店 長）	来客数の動き	・近隣に食品関係の店がオープンしたが、かなりの集客となっている。
		コンビニ（広告 担当）	来客数の動き	・来客数の増加がみられる。その要因としては、好天やインバウンドの増加のほか、各種施策の効果であると判断している。
		乗用車販売店 （営業担当）	お客様の様子	・店舗のリニューアルにより、来客数が先月よりも増加している。
		その他専門店 〔宝石〕（経営 者）	お客様の様子	・株価は中国の景気後退による影響で、少し下がったり下がったりしているが、国内では金の相場が高いままであり、客の購買意欲は以前よりも高まっている。
		高級レストラン （企画）	来客数の動き	・飲食部門の客数が、10月以降は前年を上回る傾向にある。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・月後半は若干減速気味であるが、アジアからの観光客などで、繁華街の客足が増えている。外国人の個人旅行者による利用が多く、客単価の高い物は相変わらずよく売れるほか、おしゃれで品質の高い物も好まれる。
		一般レストラン （経理担当）	お客様の様子	・インバウンドの来客数が好調であり、悪天候の影響を補い、前年の売上を上回っている。
	その他飲食 〔コーヒー ショップ〕（店 長）	来客数の動き	・前年比でみると、来客数が徐々に増えてきている。客の様子に特別な変化はみられないが、データにはそれがはっきりと表れている。	
	都市型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・相変わらず、中国や韓国からの旅行客の勢いは止まらず、稼働率が続いている。宿泊単価の上昇が続いていることで、国内ビジネス客の負担が増えている。一方、宴会や食堂の動きは鈍く、前年収入を超えるのが精一杯である。また、食材やパート人件費などの値上がりで収支は悪くなっている。	
	都市型ホテル （客室担当）	単価の動き	・稼働率は依然として高水準を維持しており、客室単価も上昇している。	
	都市型ホテル （管理担当）	来客数の動き	・引き続き、宿泊に関しては海外からの来客が好調である。レストランについても、堅調に上向きつつあると感じる。	

	タクシー運転手 その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	お客様の様子 それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・路上でタクシーを止める客が多い。 ・先週に福岡へ出張したところ、行き帰りの新幹線はほぼ満席で、ほとんどがサラリーマンであった。公務員同士の接待問題で、博多の歓楽街は客が減少していると聞いていたが、屋台はもちろん、飲食店街も遅くまで人であふれていた。ホテルも市内全域で満室状態であり、何とか確保できたものの、全国的なイベントがあれば常時満室となるようである。
	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・長期間売れ残っていた物件にも、購買希望がみられるケースが増えている。
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・土地の販売など、不動産の取引が好調に推移し、全体の契約が前年比で104%と増えている。
	その他住宅 [展示場] (従業員)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・10月の住宅展示場への来場数は、前年比で大幅増となっている。
変わらない	商店街 (代表者)	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・季節商品の売行きは順調であるが、単価が低い。
	商店街 (代表者)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・景気の明るい材料が見当たらない。季節の変化による効果に期待している。
	一般小売店 [事務用品] (経営者)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・9月までに比べて、商談数が減っている。また、商談は年度末や来年度予算の話が多く、近いうちに成績につながるものが少ない。景気の上向き感を少し感じていたのだが、そうでもなさそうである。
	一般小売店 [時計] (経営者)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・今月は暑くも寒くもなく、雨も少ないなど、気候に恵まれた月であったにもかかわらず、客足が伸びなかった。特に、休日の落ち込みがひどく、近くの大型商業施設のにぎわいに比べると、大きな違いを感じた。ポイント特典やキャッシュバック抽選会などのイベントが毎月のように行われており、個人営業店ではかなわない。今月は小さな修理や電池交換などで、細々と過ごしている。
	一般小売店 [菓子] (経営企画担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・10月と7月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は10月が86.6%で、7月が88.1%、関東は10月が94.9%で、7月が98.5%、中部は10月が99.6%で、7月が99.2%、中国は10月が119.5%で、7月が120.0%となり、各地区の平均は10月が93.8%、7月が97.6%となった。店舗によって好不調の波はあるものの、全国的にはほとんど変わらない。
	一般小売店 [酒] (社員)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・売上はほぼ前年並みで推移している。
	百貨店 (売場主任)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・今月は前半に行った販売促進策の効果があり、売上目標は達成できる予定である。ただし、好調な商品は限られており、一部のブランド商品や付加価値の高い高額商品、趣味や余暇関連の商品などである。インバウンドの需要を除くと、国内客の需要は決して良いとはいえない。特に、実用的な商品への支出を抑える傾向は、より一層強くなっている。
	百貨店 (営業担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・ファッション関連の動きが悪い。特に、秋物などのシーズン商品が売れていない。
	百貨店 (商品担当)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・天候が安定し、防寒商材も動き出している。全体としては、インバウンド需要や高額品類みではなく、比較的順調に推移している。ただし、来客数は伸びておらず、底堅さは感じられない。
	百貨店 (サービス担当)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・今月も先月と同じ傾向である。来客数は前年並みであるが、好天が続き、物産催事の売上やレジ客数、客単価は前年実績を上回っている。今月も目標を達成できそうな状況である。
百貨店 (服飾品担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・10月に入っても、依然として都心型店舗の売上の伸びは変わらず、中国の景気後退の影響はまだ感じられない。化粧品関連の売上は前年比で120%を超え、バッグ、財布といったアイテムも110%と堅調に推移している。この時期は、来年度の商材の展示会が多いが、各メーカーともインバウンド対策の商材が多い。特に、本国でも取り扱っているが、日本との価格差が激しいブランドに力を入れている。一方、国内消費は悪くないものの、販売数量はほぼ前年並みとなっている。インバウンドで込み合った店での買物に、やや気後れしていると感じられる。 	

百貨店（マネージャー）	単価の動き	・特選衣料品や雑貨、高級時計などの高額品の売上は、前年比で2けた増となっている。また、免税対象品の拡大から今月で1年となるが、化粧品はインバウンド消費の盛況が続いており、前年比で3割増となった。その一方、中間層の消費は依然として鈍い状況が続いている。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・気温条件の良かった9月の消費は堅調な動きとなったが、ボリューム層を対象としたファッション関連は依然として苦戦している。低価格品の増加や、生活防衛意識の高まりが、ファッション関連の消費に悪影響を及ぼしている。全体的には、国内の個人消費のベースとなる給与所得の伸びが目立っていない。また、株式市場の低迷による資産効果も足踏みしており、インバウンド消費のみが好調という状況である。
百貨店（商品担当）	来客数の動き	・インバウンド売上を中心に、来客数、売上共に堅調である。
百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・今月前半は、前年に襲来した台風もなく順調に推移したが、中旬以降は苦戦し、結果としてほぼ前年並みとなった。化粧品や輸入ブランド品、宝飾品は好調であった一方、婦人服、紳士服などの衣料品の動きが良くない。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・中国の景気減速により、訪日外国人の売上の減少が懸念されたが、実際には好調を維持しており、インバウンド売上は前年比で2倍となっている。ただし、国内客の買物の中心である婦人服は、依然として前年割れが続いており、決して景気全体が良くなっているとはいえない。
百貨店（営業企画）	販売量の動き	・婦人服や身の回り品などのファッション衣料、雑貨の動きが良くない。今月は前年並みとなっているが、昨年が台風の影響で落ち込んだことから、実質的にはマイナスである。
百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・10月の売上は前年比で増加を確保したものの、台風や雨などの天候不順の影響が少なかったほか、土曜日が1日多かったことを加味すると、消費は上向きとは言い難い。特に、平日の来客数の減少が響いている。
スーパー（経営者）	単価の動き	・8～9月の天候不順や産地の災害などにより、農産物の相場が高騰しており、牛肉や加工食品などの値上げが続いている。牛肉から豚肉への需要シフトなどもあるが、結果として売上は順調となっている。ただし、大きな販促に客が集中する傾向が徐々に顕著になり、平日は伸び悩むことが増えている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・少し良い商品や、話題の商品、健康に関する商品は、今まで以上に活発な動きを示しているが、食料品や消耗雑貨の販売価格は厳しい。より細かな売場作りをしなければ、販売量は上がらない。ただし、健康関連の商材は少々高くても、客が探し出して購入する。
スーパー（店長）	販売量の動き	・ぜいたく品はもちろん、食品を中心とした身の回り品に活発な動きがなく、依然として節約志向が強く感じられる。
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・売上の前年比が横ばいである。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・気温の急激な低下や、農産物の相場高など、消費に影響しそうな事象は起きているが、基調としてはあまり変化が感じられない。
スーパー（広報担当）	来客数の動き	・生鮮食品の相場高や、一般食品の仕入価格の値上がりによる客単価の上昇で、売上は確保できているが、来客数そのものに大きな動きはみられない。
スーパー（社員）	販売量の動き	・昨年の後半から今年の夏まで、加工食品の価格上昇や生鮮相場の高止まりが続いたことが、売上の増加につながっていた。価格上昇が一段落した今は、客1人当たりの買上数量の増加が売上の好調を支えている。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・購買点数の増加がみられない。また、売上目標の達成は続いているが、同業他社に比べると利益率が低い。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・新道路の開通により、店の前の通行量が減少し、来客数がかなり減っている。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・少し商品が動いてきているが、単価はまだ上がっていないように感じられる。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・客の財布のひもが固く、故障しない限り、家電製品を買換えない傾向が強いため、販売量が増えない。

家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・年末に向けた新築関係の相談が一段落した感がある。11月以降は、3月の引き渡し案件の話が増えてくることを期待したい。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・世の中が悪い方向へ進んでいる。客の表情に笑顔がなく、明るさがない。
乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・来客数の下降線は大分緩やかになってきたが、過去の分を取り返すまでには、まだまだ時間がかかる。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・販売数を維持できているのは、この数か月は新規開拓の宣伝や営業を積極的に行い、客からの購入が増えたからである。決して景気が良くなったからではない。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・特に大きな変化はなく、安定している。
その他専門店【スポーツ用品】（経理担当）	販売量の動き	・円安の進行が一段落し、仕入コストの動きは安定しつつある。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・客の意思や目的に基づく購入が中心で、プラスアルファの商品を勧めても、購入に至らない。
その他小売【インターネット通販】（オペレーター）	販売量の動き	・受注の電話が増え、客単価も上がっている。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・連休前や連休中は忙しい日が続いたが、それ以外は特に大きな変化はない。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・前年の台風の影響で、既存店の来客数は前年比で増えているが、その影響を除くと、ここ3か月はほぼ横ばいとなっている。一方、客単価については、徐々に前年比で低下傾向がみられる。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・引き続き好調を維持している。10～11月はそもそも繁忙期であるが、今年はかなり予約の受け入れを制限しなければならない。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・行楽シーズンに入り、来客数は増えてきたが、客単価が横ばいである。土産などの販売量が落ちている。
都市型ホテル（支配人）	単価の動き	・宿泊単価は下がっているが、売上は減っていない。訪日客の目的が少し変わりつつあるようである。観光目的から、商品の仕入目的に変わってきており、客室単価も下がりつつある。全体的にみれば、景気が良くなっているとは思えない。
都市型ホテル（総務担当）	単価の動き	・訪日客数は、依然として高レベルを保っており、客室の販売単価を押し上げている。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・欧米向けなどの海外旅行は相変わらず低迷している。海外で買物を楽しみたい客にとって、円安は大きなマイナス材料となっている。特に、欧州方面は高いという感覚がある。一方、国内旅行が少し伸びており、全体としては昨年水準とほぼ並んでいる。
旅行代理店（店長）	お客様の様子	・客が増えているわけではないが、海外旅行の問い合わせや相談が増えてきた。ただし、すぐには申込につながらないケースが多い。また、国内旅行については動き自体が減っているほか、高額なプランの需要が少なくなっている。
タクシー運転手	来客数の動き	・この時期は天候も良く、外国人観光客の増加や学会の開催で、週後半にかけて乗客数が増加している。
タクシー運転手	お客様の様子	・流し営業での利用は横ばいで安定している。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・小売業を中心に、販売低迷の声が聞かれる。
通信会社（社員）	販売量の動き	・サービスの申込状況はあまり変わっていないが、解約数は減少してきている。
テーマパーク（職員）	販売量の動き	・施設への来場数に比例して、売上も増えているが、消費全体が上向いているというほどの変化はない。
美容室（店員）	単価の動き	・3か月前と比べて変化がない。
その他サービス【ビデオ・CDレンタル】（エリア担当）	販売量の動き	・人気タイトルの有無に左右されやすいゲーム売上を除けば、コミックのレンタルや、カフェの導入により、売上は前年並みで順調に推移している。

	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）	お客様の様子	・不動産価格には変動がみられない。
やや悪くなっている	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	それ以外	・身の回りでは、日常的な消費の動きが悪くなっている。当社の主力商品の値段はどちらかといえば少し高いため、動かなくなっていると感じる。原料価格は昨年よりも20%以上高騰し、販売価格にも転嫁しきれない水準まできているなど、今後も厳しい状況が続く。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売れていないの一言である。売上は前月比で95%、前年比で90%と悪い。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・少しずつ寒くなり、冬物衣料が動き出した。ただし、価格が昨年よりも少し上がっていることもあり、消費者の購入枚数が少なかったり、来店しても購入を見合わせるケースが増えているように感じる。消費者の口からも、物価は上がっているのに、給料が上がらないといった言葉が聞かれる。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・当店では昨年10月に周年記念を迎えたため、売上が伸びた。今年はその翌年ということで、前年比マイナス3%と少し苦戦している。11月からはその影響がなくなるため、好不調の判断がしやすくなる。
	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・上半期は外国人観光客による売上が、1日平均で5千万円以上となり、売上が前年比で2けた増となった。この外国人売上が、9月は1日平均で4千万円、10月は国慶節による来店客数の増加があったにもかかわらず、1日平均で4千5百万円と減少傾向にある。富裕層の外商顧客の動きは好調を維持しているものの、景況としては悪化していると感じている。
	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月は前月までと比較して、前年割れの項目が増加している。気温は例年よりも寒くなるのが少し早いものの、衣料品や雑貨の動きは鈍い。特に、前月以上に衣料品の不振が深刻で、前年を大きく割り込んでおり、売上全体を押し下げている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・客単価は上がっているが、来客数は減少しているなど、来店頻度の減少がうかがわれる。客はあらかじめ決めた金額だけ、まとめて購入している。
	スーパー（店長）	競争相手の様子	・10月上旬に競合店がオープンし、売上は前年比で93%と7%ほどダウンしている。来客数も94%となっている。チラシの強化なども行い、対応策を打っているが、なかなか回復できていない。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・プレミアム付商品券の効果がなくなってきている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・1品単価や買上点数は少し良くなっており、何とか客単価は上がっているが、来客数が減少している。正確には、来店客が減っているのではなく、来店頻度が減っており、売上はほぼ昨年並みである。特に、週末の売上の落ち込みが大きく、まとめ買いが減り、必要な分だけを必要な時に買いに来る傾向が強まっている。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・周辺の会社では残業が少なくなっているほか、夜のイトインの利用客も前年比で2割ぐらい減少している。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・気温は平年並みか、やや低めというプラス要因があったにもかかわらず、来客数は低調である。
	衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・買い控えが続き、単価が低くなっている。
	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売量が減少していることも問題であるが、そもそも客足が遠のいている。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・9月は秋の訪れが早く感じられ、秋物商品に動きがみられたが、10月は目立った動きがなく、逆に消費の停滞感が感じられる。	
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・近隣の飲食店、塾などが相次いで閉店になり、人通りが少なくなっている。低価格のランチメニューを始めたところ、好評となるなど、やはり消費者の懐具合はまだまだ厳しいようである。	
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・国体などのイベントが続いた影響で、来客数の底上げとなっていたが、終了に伴って平常に戻る。	

		旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・海外の政情不安や難民問題などがマスコミによって報じられるなか、客からは、もう少し落ち着いてから行くといった声が聞かれる。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9,549円となり、3か月前の10,310円よりも下がっている。
		美容室（店長）	販売量の動き	・節約志向が強まり、化粧品のみとめ買いが減っている。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・客からの問い合わせなどが減少してきている。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・傾斜マンションの問題により、分譲マンションの購入をためらう客の増加が懸念される。企業も対応に追われることで、業界全体にマイナスの影響を及ぼす可能性がある。
	悪くなっている	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・昨年や2年前に比べて来客数が減少している。また、来店しても買上点数が減っており、昨年よりも2～3割の減少がみられる。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・特に、生活家電とパソコンの落ち込みが大きい。今年は季節が早く秋めいた影響が出ているほか、タブレット型パソコンやスマートフォンの台頭による落ち込みが大きい。
		自動車備品販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数にあまり変化はないが、すぐには購入につながらないなど、様子見の動きが増えていると感じる。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・企業からのタクシー利用の注文が激減している。
企業動向関連（近畿）	良くなっている	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・先週に大型案件の受注が確定した。この注文を中心として、当社を取り巻く環境は良くなっている。
	やや良くなっている	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・10月は夏日もあったが、後半に少し冷え込んできたせいもあり、製品の荷動きは良くなっている。競合他社では、秋に向けて製品を値上げした企業も多いが、当社は販売価格を維持しており、少し有利な状況にあることも影響している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年の第1、第2四半期に比べると、緩やかに景気は回復している。ただし、すっきりとした回復ではなく、足踏みの動きもみられる。東アジアや東南アジアの景気はやや良い一方、国内景気は芳しくない。一方、EUは製品の取引基準が厳しく、当社の製品の取引はほぼ不可能になっている。
		輸送業（営業所長）	受注価格や販売価格の動き	・少しずつであるが、新規案件が増えている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・クライアントからの問い合わせが増え、受注も昨年比べて若干増えてきている。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・今月の上旬は中国の国慶節もあり、市内中心部や他府県の観光名所も、多くの中国人観光客でにぎわった。また、週末には各地で大規模なスポーツイベントが開催されたほか、天候に恵まれたこともあり、家族連れの行楽客が非常に多くなっている。
	変わらない	食料品製造業（経理担当）	取引先の様子	・このところは貿易関係が伸びている。しかし国内は振るわず、前年比で2.9%増となっている。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・気温の低下によって飲料水の売上も減少している。10月末のハロウィンイベントに向けての商品を出しても、消費者の反応は今一つである。
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・需要期に入っているが、全体に低調である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	取引先の様子	・売上が好調な取引先よりも、不調な取引先の方が多いように感じる。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車部品用や建築用製品の販売量に変化はない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・来年度の新商品の引き合いが決まり始めており、雰囲気は悪くない。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・特に大きな変化もなく推移しているが、ここへきて下半期の計画実行のためか、多少の荷動きが出てきている。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・10月になって、中国、四国地方を担当していた協力会社が倒産し、関西担当の当社が生産、出荷を代替することになった。生産が追い付かないため、二交替制にして対応しているが、この状況がいつまで続くかわからないため、人員の増員もできない。結果として、残業によって対応する予定である。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・メーカーの間では、国内での遊休設備を動かす話が増えつつあるが、利益は出ていない。

		輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・引き合いはあるものの、受注には至らない。大手競合先との価格競争では、どうしても不利に立たされる。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・例年と変わらない動きとなっている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は変わらないが、問い合わせなどが少し増えてきている。客も忙しい様子である。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・職種によっては技能労務者不足が深刻化している。建設資材関係の納期の問題もあり、決められた工期での価格競争が続いている。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・問い合わせや見積案件が多少は増えてきた気がするものの、相変わらず単価は厳しく、受注につながる確率は低い。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・配達件数が減っている。
		通信業（管理担当）	それ以外	・物価が安くならない。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・今は上向く材料も、下向く大きな懸念もない。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・今年に入り、取引先の状況に変化がみられる。仕事の受注はあるが、利益率が低下している。
		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸からの企業の撤退が続いている。それに伴って事務所の需要が減少し、賃料の低下や空室率の上昇につながっている。社宅の需要も減っているほか、賃料も、居住用も含めて上がらない状態が続いている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・関西での広告出稿は大きな変化がないように感じる。
		コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・良くも悪くも受注量に変化がない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・景気の動向に変化はみられない。
	やや悪くなっている	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・消費者向けの催事にマンネリ感があるのか、新規での集客が思わしくないため、販売額が前年を下回っている。これまでは問屋への販売で済んでいたものが、各地での催事に出向いていくことが増え、経費が増えている。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・水害などの影響から、各自治体が予算の執行を遅らせており、受注額が落ち込んでいる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が伸びない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・購読数が伸び悩んでおり、折込件数も減少している。
		経営コンサルタント	それ以外	・身の回りの中小零細メーカーや小売店の様子をみると、シャッターが下りている店が増え、来客数や客単価が悪化している。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・10月に入って仕事が暇になっている。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	取引先の様子	・案件数が激減しているほか、単価も下がり、利益が出ていない。
	悪くなっている	金属製品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・大手企業向けの鋼材価格の値下げが決まったため、販売価格が見直されている。一方で我々のような中小企業に対しては、鋼材価格を据え置いたままの状態が続いており、かなり採算が悪化している。
雇用関連	良くなっている	-	-	-
(近畿)	やや良くなっている	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・長期的な求人が新たに増えてきている。直近の有効求人倍率も1.26倍に上昇しており、人材の確保が難しくなっている。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・新聞求人は今月も安定しており、求人数をみる限り、景気は上向いている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・大きなトレンドでは、右肩上がりの傾向に変化はない。雇用面では神経質な動きが出始めており、IT関連企業以外は派遣社員を直接雇用にする動きがみられる。今後は、IT関連企業の動きがどうなるかがポイントである。

	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・労働者派遣法の改正により、求職者の間で不安感が増している。
	人材派遣会社 (支店長)	求職者数の動き	・労働者派遣法の改正が影響してか、高スキルの高齢者による登録が増えている。
	人材派遣会社 (役員)	採用者数の動き	・労働者派遣法の改正により、企業が派遣社員を使いやすくなったため、まだ1か月では断定できないが、求人者数は増加している。働き方の多様化や、政府が掲げている1億総活躍社会に貢献すればよいが、今回の改定は派遣会社の負担が大きく、どのような影響が出るのかは未知数である。
	アウトソーシング企業 (管理担当)	それ以外	・今月は、雑貨の加工依頼が一度あっただけで暇である。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・広告出稿の推移をみると、3か月前とほぼ変わらず、関西は悪いままである。ただし、下げ止まりの動きは感じる。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・チェーン展開している飲食店から、各店舗の求人が大量にあったが、それを除けば前年比で4.8%の増加となっている。社会福祉や医療関連で増えているほか、運輸業では観光需要もあり、旅客運送の求人が大幅に増加した。その反面、不動産・物品賃貸業や専門技術サービス業などでは減少がみられる。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増加傾向が続き、新規求職者数は減少傾向が続いているため、有効求人倍率は改善が続いている。一方、新規求人に占める正社員求人の割合は、依然として50%を下回っており、景気が回復しているとは言い難い。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・製造業の新規求人数は増加が続いていたが、ここへきて一服感がみられる。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・新卒採用では、採用枠を充足できていない企業が多くみられる。
	学校 [大学] (就職担当)	周辺企業の様子	・中小企業の採用担当者からは、来年度入社の採用予定人数が確保できていないが、単に景気が良くなり、採用数が増えたからではないという話をよく聞く。
	学校 [大学] (就職担当)	それ以外	・毎日、繁華街を通り抜けて通勤しているが、入出が少し多くなった印象があり、インバウンドも確かに増えている。ただし、インバウンドからは元気の良さが感じられる一方、日本人には今一つ元気がない。
やや悪くなっている	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・建設の日雇い求人数がますます減少している。当地域の日雇い市場自体が縮小傾向にあるほか、工事案件や作業員の関東へのシフトも進んでいる。
悪くなっている	-	-	-