

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)		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・外国人観光客の増加や、株高による景況感の回復で、高額品の動きが好調となっている。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・9月は売上が前年比で11%増、入店客数は4%増、買上客は3%増、平均単価は8%上昇と、好調に推移している。要因としては、前年に比べて雨が少なく、入店客数を下支えしたほか、気温も最高、最低共に前年よりも低く、秋物商材の衣料品や家庭用品の動きが良かった。また、富裕層を中心に時計や高級ブランド品の購入単価が上がり、客単価の上昇につながっている。インバウンド売上も好調で、前年比で90%増とほぼ倍増の勢いである。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・直近は、店舗全体の売上が前年比18%増、訪日売上を除いても8%増と好調である。販売数量は2%減となったが、宝飾品、時計、特選衣料雑貨が2けた増となり、全体の客単価を押し上げている。また、ポイントアップの優待売上も大きく伸び、婦人服飾、紳士服、子供服、リビング用品など、幅広い商品で前年を上回っている。訪日客の売上も前年から倍増し、引き続き化粧品や特選衣料の伸びが続いている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・入店客数が、8月以降は前年比1~2%の増加に転じており、売上も同様に前年を1~2%上回りつつある。その一方で人手不足が顕在化してきている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・円安、株高傾向が進み、店舗売上の半分以上を占めるインバウンド売上や外商売上は、3か月前と比べて前年比の伸び率がかなり拡大している。特にインバウンド売上に関しては、前月までは化粧品の拡大が売上増の主因となっていたが、今月は特選品や時計などの高額品の動きも活発となり、来客数、単価共に大幅増となっている。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・高い気温の影響で不調となった前年に比べ、今年は初旬から気温が低下してきたため、9月商戦は都心店舗、郊外店舗共に好調に推移し、苦戦していた婦人衣料がほぼ前年を上回る売上となった。特に、先進性や話題性のある情報が発信できている売場は好調で、ファッション性の高い商材の動きが良かった。化粧品関係も依然として好調であり、大きく売上を伸ばしている。この勢いは当面続くと思われ、一般消費者の美容関連のニーズは、商品の広がりと共に拡大している。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上が引き続き好調に推移している。買上商品についても、従来の化粧品や日用品に加え、時計などの高額商品が再び売れ始めており、売上全体に占めるインバウンドの比率は、前年に比べて高くなってきている。
		百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・前年の残暑に比べて比較的涼しく、秋物商材が好調である。婦人衣料は前年並みであるが、紳士衣料は前年を数%上回っている。高級ブランドや輸入化粧品は、引き続き2けた増を続けており、店全体の売上も前年を上回っている。
		百貨店（宣伝担当）	単価の動き	・引き続き、化粧品や特選ブランドのインバウンド需要に加え、株高により、外商顧客を中心とした時計や宝飾品など的高額品の売上も好調である。入店客数は前年と同じ水準であるが、売上は前年の15%以上の増加で推移している。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・インバウンド需要が依然として堅調で、化粧品や特選雑貨、時計、子供服などが全体をけん引している。また、気温の低下で衣料品も動いている。
		百貨店（販促担当）	販売量の動き	・ファッション衣料は不振が続いているが、雑貨、食品が堅調に動き、前年を上回る推移となっている。気温も順調に低下し、慎重さはあるものの、消費意欲は感じられる。
		百貨店（営業企画）	販売量の動き	・衣料品や服飾雑貨が好調で、入店客数も改善している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・7月を底に、8~9月は来客数のトレンドが上向きつつあるが、客単価、買上点数に大きな変化はなく、引き続き顧客の生活防衛意識は強いと感じる。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・1人当たりの買上単価が上がってきているが、複数店舗での買い回りの傾向に変化はない。

スーパー（企画担当）	販売量の動き	・残暑もなく、秋冬物の季節商材の動きが前年よりも早くなっている。
スーパー（社員）	来客数の動き	・競合店との価格競争が厳しくなりつつあるほか、前年に比べて野菜相場がやや低下しているため、店頭価格の低下が続いている。ただし、イベントやチラシに対する客の反応は良く、売上は堅調な水準を確保できている。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・加熱式たばこの種類が増えているが、品不足ですぐに完売となる。特典カードの利用者が多くなり、客単価の上昇につながっている。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・前月に比べて、ランチ、ディナー共に予約件数が増えている。
高級レストラン（企画）	来客数の動き	・夏までは鈍かった企業宴会の受注が、この3か月間で緩やかに回復しており、今後は前年の動きを上回る予測となっている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・業績が厳しかった店舗でも、来客数のアップにより、回復基調となっている。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・ピークタイムの来客数は引き続き前年をクリアしており、客単価も前年を50円上回っているなど、質の高い物への需要は増えている。関東、関西、関西以西共に、同様の傾向がみられる。
都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・引き続きインバウンド、特に中国からの個人客が好調に推移し、客室部門は好調である。ただし、朝食を取らない宿泊者が多く、朝食レストランは不調に終わった。ホテル全体としては、宿泊、一般宴会の好調でプラスとなっている。
旅行代理店（役員）	販売量の動き	・欧州方面への旅行需要が伸びてきている。
通信会社（社員）	販売量の動き	・携帯電話会社と連携し、新たなサービスプランを立ち上げたところ、解約率が大幅に低下している。
住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・相変わらず、市内中心部の地価は上昇気味に推移している。
商店街（代表者）	単価の動き	・商店街では安い物しか売れない。
商店街（代表者）	お客様の様子	・先行きへの不安から、購買意欲が低下している。
一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・少し気候が穏やかになった影響か、客が若干戻ってきた。ただし、販売量は少なく、夏の暑さで傷んだバンドの交換が目立った程度であった。平均単価は低いため、売上はあまり良くなかったが、来客数が少し増えたことが救いである。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・アパレル専門店のジリ貧傾向に変化はないが、9月後半になって先行受注が目立ち始め、単価も前年比で8%アップしている。月末の3日間は、全店で予想以上の数字が上がっている。
一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・今年9月と6月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は9月が94.4%で、6月が92.6%、関東は9月が91.7%で、6月が94.4%、中部は9月が95.2%で、6月が91.2%、中国は9月が105.5%で、6月が89.4%となり、各地区合計の平均は9月が96.7%で、6月が92.1%となった。全国的に悪いが、中国地区ではプロ野球チームの優勝セールが行われたため、前年よりも好調である。
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・3か月前と比べると、売上はほぼ横ばいである。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・夏物のバーゲンセールが終わった後、冬物の立ち上がりが悪い。販売量、来客数共に減っている。
一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・当店と取引のあるゴルフ場などは、食事込みの安い値段を打ち出しているものの、状況はなかなか厳しいとの声もあり、景気が回復しているとは思えない。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月の売上は、目標及び前年実績を共に上回る見込みである。引き続きインバウンドが好調であり、好調な商品には変化がないものの、例年と比較して気温が低いため、秋物の実需商材も好調に推移している。ただし、商品全般が好調というわけではないほか、実需商材が好調である点をもみても、客が積極的に商品を購入している状況ではない。

百貨店（売場主任）	販売量の動き	・気温が低めに推移したことで、低迷していた衣料品に動きが出て、一時的に売上が回復している。ただし、景気が回復して、継続的に売上が向上しているわけではない。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・海外高級ブランドの宝飾品の値上げが告知され、駆け込み需要が増えている。それに伴い、高級ブランド品の動きは好調である。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も傾向に変化はなく、インバウンド効果が大きく貢献し、前年実績の約25%増で推移している。特に、特選洋品や化粧品、子供服が好調に動いている。また、新企画の催事も好調で、入店客数やレジ客数も前年比で大幅に伸びている。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・基本的に節約志向の国内消費マインドは変わらない。顧客の買い方として、必要な物を必要な時に、価格を見極めて買っている。当社も業界全体も、一時的なインバウンド需要で業績を維持している。
スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数が減っているため、なかなか売上が伸びない。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は横ばいで推移しており、ほぼ前年並みである。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・例年以上に気温の低下が早く、秋冬商材の動きが早まっている。元々売場は季節を先取りすることが多いため、足元は堅調な動きとなっている。
スーパー（開発担当）	お客様の様子	・夏休みも終わり、消費に関して大きな動きはない。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・フードやドリンク類の新製品が少なく、予想したほど売上が増えず、横ばいとなっている。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・祝日の来客数が大きく増えている。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・3か月前と比べて、北朝鮮関連の地政学リスクや国内の政治問題などがあるが、消費者の動向としては、あまり変化が感じられない。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・暑い日が続いていたので、飲み物を買ってくる客が増えている。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・販売が増える時期であるが、女性だけでなく、男性の買い控えも続いている。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・家電製品の買換えサイクルが伸びている。財布のひもが固く、購入単価も低いため、売上増につながらない。
家電量販店（店員）	お客様の様子	・今月は決算セールであったが、来客数は前年と変わらないものの、大型家電の販売量がやや厳しい結果となっている。
乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・例年の9月に比べると良くない。
自動車備品販売店（営業担当）	競争相手の様子	・相場の値崩れが起きている。
その他専門店 [医薬品]（経営者）	来客数の動き	・集客の増える土日や祝日に、台風や雨が重なり、客の出足が鈍かった。また、生活必需品であるシャンプーやリンス、洗剤、柔軟剤の売上が芳しくないなど、客の節約志向が感じられる。
その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・株価が2万円前後で安定しているので、来客数も比較的安定している。この状況が続けばよいが、もうすぐ衆議院選挙もあるので、その結果が心配である。
その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・3か月前に比べて売上はやや悪いものの、例年9月は売上が伸びないため、景気が悪くなったわけではない。
その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	販売量の動き	・北朝鮮によるミサイル発射で、為替と金の相場が一時変動したが、更なる購買意欲の低下につながるほどの影響は出ていない。
その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	お客様の様子	・ハンドバッグや婦人靴といった雑貨関連の売上は堅調に推移した。主力の婦人服については、気温の低下とともに持ち直しの兆しがみられるものの、動きは鈍い。
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	・受電数や受注金額には変化がなく、新カタログを発売しても反応が薄い。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・単価が高くても売れる物もあれば、安くても売れない商品もある。ぜいたくにお金は使えないが、満足度に見合う品質の商品には、料金を払う客が増えたように感じる。

観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・9月については、団体客の先行予約は好調であったが、個人客の動きは良くなかった。団体客の減少などによる空室に対し、個人客がうまく充当できていない。
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・今月は団体客の動きが良い。
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・特に、来客数には変化がない。
都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・数か月前からほとんど変化はない。インバウンドが増加しているとの情報はあがるが、当社にはあまり影響がない。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊はインバウンド効果が高止まりするなかで、価格のコントロールにより、微増ながら前年をクリアし続けている。さらに、朝食効果で食堂の収入も増えている。一方、前月から宴会収入が厳しくなっており、単価アップの傾向はみられるものの、新規の問い合わせが少なく、件数が伸びない。
都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊稼働率は前年を上回っているが、客室単価は前年を下回る状態が続いている。一方、宴会部門は好調であり、レストラン部門も前年を上回っている。
都市型ホテル (管理担当)	販売量の動き	・相変わらず、中国からの個人旅行者は減少しており、国内客の減少を下支えしている。
旅行代理店(店長)	お客様の様子	・業界を取り巻く環境が不安定になっており、国内も海外も不安が目の前に迫っている。まだ実感がないため、現状に大きな変化はないものの、不安材料があるのは確かである。
旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・北朝鮮などの政情不安に加え、個人消費にも回復の兆しがみられない。
タクシー運転手	来客数の動き	・夏休みが終わって通常の生活に戻り、日曜日以外は、子供を連れて出かけることが少なくなっている。ただし、気温も下がってきているため、少しずつ利用は増加する。
タクシー運転手	お客様の様子	・残暑の影響もあり、客の乗車機会に前月と大きな変化はない。
タクシー運転手	お客様の様子	・京都市内では外国人観光客が多くみられるが、交通機関を利用する人も多い。
通信会社(経営者)	お客様の様子	・客の受注状況に、大きな変化はない。
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・来場者は落ち込んでいる一方、販売量はその落ち込みをカバーする動きとなるなど、不思議な状況である。
その他レジャー施設[イベントホール](職員)	お客様の様子	・来場者数が伸び悩んでおり、物販の売上も低調である。
その他レジャー施設[飲食・物販系滞在型施設](企画担当)	来客数の動き	・大きな伸びはないが、集客は天候要因などで堅調である。ただし、お土産消費の盛り上がりなどは、特にみられない。
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・不動産の契約数は好調に推移しているが、物件価格が高止まりしつつある。
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)	お客様の様子	・不動産の取引事例に変化はみられない。
その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・新築マンションの価格は、引き続き高騰中である。都心のタワー物件を中心に、富裕層向けや、投資用は非常に好調に推移しているが、1次取得者向けは集客に苦戦している。戸建てや中古マンションに対して、価格面での優位性がない。
その他住宅[住宅設備](営業担当)	お客様の様子	・部品交換やリニューアルの件数などは、3か月前と比較して大きな変化はなく、横ばいである。
一般小売店[事務用品](経営者)	販売量の動き	・期待するほど売行きは良くない。競争は激化しているので、利益を減らす結果となっている。
一般小売店[珈琲](経営者)	販売量の動き	・一般的に喫茶、飲食店の売上は、営業日数の少ない影響で、2月と8月が低めとなるが、今年は9月が前月を下回る見込みである。

	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	販売量の動き	・9月の売上は年間で2月の次に低くなるが、台風の影響もあるのか、全体的に販売量が減少している。夏休みの影響が出ている可能性もある。ただし、給料日前となった秋分の日連休は、久しぶりに客の動きが活発となっている。	
	一般小売店〔家具〕（経営者）	お客様の様子	・北朝鮮問題などが消費者心理に影響し、財布のひもが固くなっている。	
	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・インバウンドの動きはかなり良いが、9月は台風の直撃で入店客数が減少したほか、ボリューム層による中間価格帯の商品購入も引き続き鈍い。また、富裕層の購買動向も、弱含みで推移している。	
	百貨店（販売推進担当）	販売量の動き	・インバウンドの動きは相変わらず堅調であるが、一般客の買上額が減少傾向にある。特に、主力アイテムである食料品や化粧品といった消耗品の動きが鈍くなっている。衣料品も、ミセスの動きが依然として悪く、販促も効果が出にくい状況である。	
	スーパー（店長）	販売量の動き	・最近の傾向であるメリハリ消費が顕著で、長期休暇やハレの日などには消費が活発であるが、普段の生活では抑える傾向が強い。特に、食品の買上点数の伸び悩みが、その最たる特徴である。	
	コンビニ（店員）	来客数の動き	・少し涼しくなったため、アイス類があまり売れない。	
	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・北朝鮮のミサイル問題や、米国大統領による発言などが国民の不安を高めており、消費が増えにくい。	
	家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・夏の暑さが和らいで、過ごしやすい季節になったことで、売上をけん引する商品も無くなっている。	
	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・相談の際に、客が淡白で集中力に欠けると感じるが増えた。当店だけでなく、一般的な消費意欲の低下を感じている。	
	一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・消費マインドの改善は全く感じられない。	
	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	お客様の様子	・新規の設置もあるが、撤去の動きも多い。	
	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・今年度に入り、外国人比率は常に前年を上回っていたが、9月は1ポイント下回る見込みである。ホテルの新規開業による影響が出ている。	
	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・北朝鮮によるグアムの攻撃予告で、個人旅行や団体旅行、修学旅行共にキャンセルが相次いでいる。教育旅行以外は、振替ではなく様子見のキャンセルとなっており、状況は悪化している。	
	タクシー運転手	お客様の様子	・夏休みでのお金の使い過ぎや、夏の暑さもあり、消費者が財布のひもを少し締めているような気がする。	
	美容室（店長）	来客数の動き	・今月は来客数が低調で、売上が伸びていない。	
	その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	販売量の動き	・レンタルが好調であった前月の反動か、レンタル、販売共に悪化が目立つ。店舗の規模によっては、書籍関係の売上も前年割れが続いている。	
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新築マンションは、これまで大阪市内のタワーマンションや京都市内の物件が市場をけん引してきたが、大阪市内のタワーマンションは、高層階や投資用の専有面積の狭い住戸のみが何とか売れている。また、京都市内の物件も、価格の高騰により販売状況は悪化している。	
	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・景気の減速か、世界情勢の変化による影響かは分からないが、契約量が減少傾向にある。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の来場者は、台風や天候の影響もあり、前年比で1割減少している。	
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・お盆明けから今月の20日過ぎまで、来客数が前年の半分になっている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食店は天候に左右されやすく、今月は台風の影響で宴会などもキャンセルとなったため、来客数が減少している。
	×	競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は10,979円で、今月の客単価は9,061円と下がっている。
企業動向	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・自動車向けや、住宅、建築、建設機械、工作機械向けなど、全体的に出荷量が増えている。	

関連 (近畿)	電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注量が増えている。
	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・紙広告、Web広告共に、申込や問い合わせ件数が増えてきている。
	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・衆議院選挙関連の広告出稿が出てきており、上向いている。
	広告代理店(企画担当)	取引先の様子	・商業施設や百貨店の物販、飲食の動きが良くなっている。トレンドが変わったこともあるが、気候が涼しくなったこともあり、秋物需要が高まっている。秋のイベントも好調に推移している。
	食料品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・台風は上陸したが、全体的に過ごしやすい日が続いている。ただし、商品の動きは良くも悪くもない。近隣に大型ショッピングモールが開店し、オープン当初は人も多かったものの、平日は閑散とした状況のようである。当社の商品も販売してもらっているが、思ったほどの売行きではない。
	食料品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・特に、得意先の受注状況に変化はない。気温も下がってきたため、飲料水の売上はあまり変わらない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・当業界では板紙原紙の値上げが実施されるにもかかわらず、値上げ前の仮需がほとんどみられない。
	化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・電装関連や建設資材関連、半導体関連共に、出荷数量が好調に推移している。
	プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注の多い状態がずっと続いており、特にリピートの案件が多い。
	金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・同じ業種でも、受注量が増加している企業と減少している企業の格差が出てきている。
	電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・6月以降、受注件数は平均的であるが、引き合いは増えている。海外からの引き合いも増えている一方、なかなか受注には至らないが、これは自助努力の問題であり、景気には関係がない。
	電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・特に、中国などの海外の人件費高騰により、省力化関連の注文が増加している。
	電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・景気に大きな動きはないと思われるが、今月は冷蔵庫や洗濯機、液晶テレビなど、単価の高い大型商品の荷動きが、前年に比べてやや鈍い。
	輸送用機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・自動車産業自体は堅調であるが、受注に関しては頭打ちの感が拭えない。二輪車の海外工場のライン改修、増設の引き合いを、いかに受注につなげるかが課題である。
	その他製造業[事務用品](営業担当)	受注量や販売量の動き	・年末に向けての受注量は、例年と変わらない。
	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注残もあり、全体的な動きは良いが、問い合わせはやや落ち着いている。
	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・民間の入札物件については、相当厳しい価格でないとは落札できない。昨今の人手不足に伴う人件費の高騰を考えると、利益が出るとは思えない。
	建設業(経営者)	競争相手の様子	・官庁関係では激しい価格競争が続いている。技能労働者や監理技術者が不足するなかでの価格競争は厳しい。
	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・土日の配達料金の有料化で、配達件数が減っている。
	金融業(副支店長)	取引先の様子	・取引先に訪問した際の会話では、受注の動きはあまり良くない。
金融業[投資運用業](代表)	それ以外	・経済は上向きとしているのに、政治や地政学的リスクが足元をすくっていると感じる。中長期的には、北朝鮮問題を含む東アジアの様々な問題解決が不可欠である。	
金融業(営業担当)	競争相手の様子	・取引先の動向をみていると、値引き交渉ばかりが目につく。多くの企業が、トカゲのしっぽ切りのような形で、生き長らえているように感じる。	
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き、社宅や事務所のニーズが減っている。それに伴って賃料が下がり、住宅の空室率も上がってきている。	
新聞販売店[広告](店主)	受注量や販売量の動き	・ショッピングモールが開業し、オープニングのチラシなどの折込が増えている。	

	経営コンサルタント	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・近年は、景気が良いのか悪いのか分からなくなってきている。いざなぎ景気を越えたといわれても、全く実感がない。これは私だけではないはずである。
	その他サービス [自動車修理] (経営者)	取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・決算時期であるが、あまり忙しくない。
	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・今後予定されている見積件数などに大きな変化はない。通常の受注量であり、どちらかといえば若干少なめで推移している。
	食料品製造業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドの増加も一段落したのか、売上は前年比で5%強の減少となっている。
	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・1日当たりの生産量は増えているが、操業日の減少により、生産全体は前年を下回っている。
	繊維工業(総務担当)	受注価格や販売価格の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・催事での販売が増え、単価の上昇がみられる。ただし、販売量全体は減少しており、生産量とのバランスでは、供給過多になりつつある。
	出版・印刷・同関連産業(営業担当)	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・受注量の増えている同業者もいるが、周囲ではかなり厳しい状況が続いている。当社自身も、前年に比べて受注量は減っており、やや悪くなっている。
	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・今月になって、少し引き合いが弱まっている。通常の小規模な注文はあるが、大型案件の引き合いが減っている。
	経営コンサルタント	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・統計的には回復基調にあるといわれているが、実際に中小零細企業の様子を細かくみると、そのようには思えない。ただし、企業の規模に関係なく、自社の特色を出し、客のニーズを捉える努力をしている企業は良くなっている。
	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	<ul style="list-style-type: none"> ・9月に入って気温が低下したほか、3連休に台風18号が直撃したこともあり、主要駅を始め、多くの駅で客足が遠のいている。
	その他非製造業[商社](営業担当)	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・新製品の販売が遅れており、競争力がなくなっている。
	x その他非製造業[電気業](営業担当)	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・景気回復の実感がない。
雇用関連	-	-	-
(近畿)	人材派遣会社(支店長)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・注文が断続的に入ってきている。
	人材派遣会社(役員)	求職者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・今月から求職者の動きが活発になっているため、派遣業界では人を送り込む機会が増えている。要因としては、主婦の働く場所が増え始めたほか、労働契約法や労働者派遣法の改正による影響で、雇用の移動が始まったことが挙げられる。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・新規求人数は高止まりしており、人材不足対策の観点から、正社員求人が増えている。特に建設業では、ほかの業種に比べて、その割合が非常に高い。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・製造業や建設業、運輸業、医療、福祉など、幅広い業種で求人伸びが続いている。特に、製造業や建設業では中小企業からの求人が増えており、景気回復の広がりを感じられる。
	民間職業紹介機関(マネージャー)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・求人数は引き続き堅調で、企業からの求人依頼は前年比で110%以上という状態が続いている。一方、登録者数は微増にとどまっている。
	民間職業紹介機関(営業担当)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・年末調整の事務など、オーダーが増加している。衆議院選挙関連の特需もみられる。
	人材派遣会社(経営者)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・お盆明け以降は、景気が少しずつ向上するという期待感があったが、今のところは全くの期待外れとなっている。特に、IT関連の雇用については、今後もけん引役として期待していたが、活発な動きがみられない。また、今回の衆議院解散総選挙により、今後の不透明感が増している。
	人材派遣会社(営業担当)	採用者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・特定のクライアントでは新入社員の定着率が悪く、その補充のための派遣依頼が出ている。
	アウトソーシング企業(社員)	雇用形態の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・雇用形態が全く変わらない。
	アウトソーシング企業(管理担当)	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・予定されていた仕事は入っているが、例年の仕事が入ってきていない。

	新聞社 [求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・ マスコミでは人手不足と報じられ、新聞求人では物流や建設などの特定業種で求人が増えているが、全体としては景気の方角性を示すような顕著な動きはみられない。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・ 新聞広告の推移をみると、年末に向けた第3四半期の数字に大きな変化はない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・ 依然として有効求人倍率が伸びており、医療・福祉、製造業、卸売・小売業を中心に、大半の業種で求人数が増加している。一方、運輸業の人手不足については、深刻な影響もみられる。
	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・ 建設日雇い求人は、3か月前比や前年比、一昨年比でみても、ほぼ同率で推移している。関西圏では、公共投資や住宅の新規着工数などに頭打ち感が強く、少なからず影響を受けている。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	求人数の動き	・ 例年は秋になると新卒の求人が減ってくるが、今年は減らず、継続して募集している企業が多い。ただし、求人は多いものの、人材募集の費用に対する企業の考え方がシビアになりつつある。
	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・ 求人企業数の伸びが、前年よりも若干縮小している。
	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・ 求人数は堅調に伸びてきているが、業界が偏っている。
	学校 [大学] (就職担当)	雇用形態の様子	・ 今年度の大学生の就職戦線は短期集中型であったのか、最近ではリクルートスーツ姿がみられなくなった。結果的に景気は上向いているとも感じるが、大きくは変わらない。
	-	-	-
x	-	-	-