

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）	単価の動き	・食料品の動きは、台風や長雨の影響を受けたものの、前年比で3.0%増と好調。特に、衣料品や化粧品などの雑貨が好調である。精肉や鮮魚などの単価の高い商品の動きも良くなっている。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・今月は、週末が2度台風に見舞われたが、店舗全体の売上は前年比で9%増、訪日外国人売上を除いても2%増と好調である。直近の株高効果もあってか、特選衣料、宝飾品、時計などの高額品が好調に推移し、客単価を押し上げるとともに、幅広い商品を前回より上回っている。訪日外国人売上も前年から倍増となるなど、好調な動きが幅広い商品に及んでいる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・タクシーの利用率が上がっている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	販売量の動き	・3か月前に比べると、売上が8%伸びている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・売上の36%を占める外国人売上が、前年からほぼ倍増となった。今月は化粧品だけでなく、特選ブティックや時計などの高額品の動きも好調で、大幅な売上増の要因となっている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・優良顧客のうち、更にトップクラスの顧客が、高級ブランド品や高額衣料品を今まで以上に購入し、売上全体を押し上げている。衆議院選挙の影響も良い方向に出ている。また、インバウンドの売上もうなぎ上りとなっている。
		百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・月初から婦人、紳士の秋物商材が好調に動き、前年比で2けた近い伸びとなった。最終的には、週末の2度の台風襲来でほぼ前年並みに終わったが、国内需要についても、ここ数年はみられなかった力強さを感じている。
		百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月は気温の低下もあり、これまで不振であった衣料品についても、底堅く動いている。また、比較的好調に推移している雑貨、食品関連も引き続き順調である。大型の台風の直撃により、今月の売上は前年並みに押し下げられたものの、セールに頼らず、定価品に動きがみられる。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月もインバウンド効果に変化はなく、好調に推移している。また、食品催事を中心に、特選洋品やアクセサリー、化粧品も好調で、前年実績や売上目標などが確保できそうである。
		百貨店（販売推進担当）	来客数の動き	・インバウンドはもちろん、来客数が依然として増加傾向にある。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・郊外の店舗は、台風を始めとする天候要因の影響を受けたが、都市部の店舗は依然として免税売上が順調で、売上全体を底上げしている。ただし、化粧品、子供服は好調であるが、免税売上シェアの低い婦人、紳士衣料は、前月から一変して低調となっている。その一方、婦人洋品雑貨は防寒アイテムが動き、食品は大型の物産催事が安定して集客できているなど、順調な動きとなっている。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上が前年比で70～80%増と好調に推移しているほか、宝飾品や100万円以上の時計の購入が増えるなど、富裕層の購買意欲が高まってきている。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・10月の前半は中国の国慶節があり、訪日外国人客が大幅に増加。インバウンド売上が前年比で300%増と約4倍に増えるなど、大きな効果があった。ただし、中旬、下旬は週末の台風の接近が2度あり、入店客数が激減。10月の売上は前年比で減少となった。一方、台風と衆議院選挙の最中に開催した富裕層対象の大型催事が過去最高の売上となるなど、高額品を中心に消費意欲は上向いている。
	スーパー（店員）	販売量の動き	・急に寒くなって、鍋物野菜がよく売れている。	

家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・オール電化関連商品の買換えが始まり、電気温水器からエコキュートに替える動きが増えてきた。また、今回の衆議院選挙での再生エネルギーに関する党首討論などで、太陽光発電システムへの関心が更に高まってきたと感じる。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・今回の衆議院選挙で、与党が過半数を獲得して圧勝したため、株価も安定している。2万円を大幅に超える状態が続けば、これからも市場は落ち着き、景気は良くなる。
高級レストラン（企画）	単価の動き	・11月の繁忙期を中心に、客室の販売単価が前年と比べて伸びている。
観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・少し良くなったと感じるものの、台風の被害によるマイナスの影響がみられる。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・インバウンドは中国、韓国を中心に好調で、東南アジアからも増えてきている。規模は小さいものの、ベトナムが倍増となっている。一方、食堂は朝食が好調であるものの、ディナーはかなり悪い。それに対し、宴会は様々な業種から、新規の問い合わせが増えてきている。
都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・今月の客室稼働率は、最繁忙月である8月を上回っている。また、レストラン部門の売上も、前年を上回って推移している。
旅行代理店（役員）	販売量の動き	・週末の台風直撃で、多くのキャンセルが発生した一方、海外旅行は不安要素が多いなかで、単価の高い商品が売れている。
タクシー運転手	来客数の動き	・神戸港の開港150年というイベントの効果がある。休日のみならず、平日も様々な地域から客が来て、タクシーを利用してくれている。
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みられない。
通信会社（社員）	販売量の動き	・加入契約者が安定的に増加しているほか、解約数が減少してきている。
住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・現政権の維持に伴って株価が上昇している。受注量も前年を上回っており、年末の工事は許容量をオーバーしている。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・10月の展示場への来場者数は、前年比で伸びている。
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	それ以外	・先日、社用車が買換えられたが、車両のグレードが上がったため、会社の景気は良いと感じる。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・新築分譲マンションでは、都心などの高額物件の販売が堅調に推移している。特に、富裕層を中心として、投資目的の購入も含めた活発な動きがみられる。
商店街（代表者）	お客様の様子	・インバウンドなどの来街者は増加しているが、従来からの客が減少している。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	販売量の動き	・例年、10月の動きは悪くないが、今年は衆議院選挙の影響を受けた。また、天候も週末に雨が多く、大型の台風による交通機関などへの影響も大きかった。災害の大きさや範囲によっては、今後への影響も考えられる。さらに、気温が早めに低くなり、鍋物の需要が高まると思っていたが、動きが悪い。
一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・10月と7月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は10月が96.2%で、7月が99.1%、関東は10月が92.1%で、7月が91.2%、中部は10月が74.6%で、7月が92.1%、中国は10月が59.4%で、7月が102.8%となり、各地区合計の平均は10月が84.0%で、7月が96.9%と、全国的に不調である。特に、中部、中国地区が悪い。週末の台風による影響や、中国地区は前年のプロ野球の優勝セールによる反動が出ている。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・冬物衣料が少しずつ動き出している。季節的な変動であり、動くのは当然であるが、例年ほど大きな動きもなく、むしろ前年よりも販売量は少し落ちている。
一般小売店〔野菜〕（店長）	競争相手の様子	・問屋で話を聞いても、飲食関係が悪く、業況は芳しくない。どこも厳しいとの声が聞かれる。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・雨や台風の影響で、お歳暮商戦は立ち遅れているが、外国人観光客の増加や株高に支えられ、化粧品や衣料品、高額品が好調に推移している。

百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月も目標を達成する見込みである。依然としてインバウンドが好調であり、雨の日が多いものの、気温の低下で秋物商材の動きも良い。ただし、全ての商品の売上が好調ではなく、良い商品とそうでない商品の差が顕著である。客は、景気が良いから商品を購入するわけではなく、特殊な要因による売上の好調が続いている。
百貨店（営業担当）	来客数の動き	・株高の影響などで高額品の動きが良いほか、インバウンドによる購入で、化粧品や特選ブランド商品も大きく伸びている。ただし、天候不順で来客数が増えていない。メインのボリューム層の購買も伸び悩んでおり、富裕層、インバウンドの好調が相殺されている。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・全体的に消費は堅実であり、買物における節約志向は変わらない。特にファッションについては、家計支出に占める割合の低下が続いており、購入点数の減少が厳しい。神戸地区ではインバウンド需要も限定的であり、エリア間の格差が出てきている。
百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・10月も都心店舗は大きく数字が伸びており、好調であった前月の水準を維持している。特に、化粧品は都心店舗で前年比2けた増、郊外店舗でも1けた増と勢いは止まらず、アンチエイジングの新商材などがけん引している。一方、厳しい状況にあった衣料品関連は、都心店舗が前年を超え、郊外店舗は横ばいと、前月に続き回復傾向にある。スカートの販売が前年を超えているほか、靴ではパンプスが久しぶりに売上を伸ばしている。少しきれいめの商材に動きが出てきているほか、重ね着のレイヤードスタイルの提案などが顧客ニーズをとらえている。
百貨店（役員）	単価の動き	・大阪の都市部の百貨店は、インバウンド需要や富裕層の高額品需要が伸びている。また、衣料品についても、気温の低下に伴って秋物商材の動きが良く、大幅に売上が伸びている。ただし、中間所得層については、社会保険料や教育費の負担増で、可処分所得の伸びは大きくないため、日用品雑貨の購入はあるものの、総じて買い控えの傾向がみられる。一方、地方都市では、インバウンド需要の恩恵はほとんどなく、富裕層も少ない。また、高級輸入ブランドの取扱も限定的であり、集客も中間所得層が多いことから、売上が伸びていない。
百貨店（営業企画）	単価の動き	・来客数は前年の水準を維持しているものの、売上が前年割れの状態である。
百貨店（宣伝担当）	単価の動き	・株高の影響で、富裕層の購買が引き続き堅調。特選ブランド、宝飾品を中心とした高額品の売上が前年比で30%伸びている。残暑があまり厳しくなく、秋物も好調であり、急な冷え込みによって単価の高いコートなどの重衣料が動いている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・特売品には反応があるが、ぜいたく品、高額品には反応が薄い。
スーパー（店長）	販売量の動き	・野菜は十数年で一番の相場安であるが、浮いたお金がほかの食品購入には回らず、全体の買上点数が上がらない。節約志向が顕著である。
スーパー（店長）	販売量の動き	・毎月同じ傾向であるが、買上数量が減っている。もう1品買ってほしいところである。
スーパー（店長）	お客様の様子	・客1人当たりの単価が下がっている。雨が多かったこともあるが、年末を前にした買い控えも考えられる。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数には大きな変化がなく、安定している。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・売上は今一つであるが、週末の台風などの天候不順や、野菜の相場安による影響が大きく、全体の消費が落ち込んでいるわけではない。
スーパー（開発担当）	お客様の様子	・特売チラシを入れても、爆発的に売上が増えるわけではない。
スーパー（社員）	お客様の様子	・今月は天候の安定しない日が多く、客も計画的に買物できない様子である。その結果、曜日や時間帯の売上状況がふだんとは大きく異なり、対応に苦慮する店舗が多い。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・雨が多かったほか、台風の影響もあり、来客数は減少した。ただし、その一方でまとめ買いなどが増え、客単価が上昇したため、売上は横ばいとなっている。

	コンビニ（店長）	販売量の動き	・販売量に変化はなく、来客数は減少、販売単価は上昇しているため、売上は横ばいである。恐らく値上げの影響や、電子たばこの販売増がプラス要因になっている。
	コンビニ（店員）	販売量の動き	・お弁当やサンドウィッチの売行きが好調であったため、わずかに売上は伸びているが、景気が上向いたわけではない。
	コンビニ（広告担当）	お客様の様子	・衆議院選挙は与党の圧勝で終わり、日本の株価も好調に推移するなど、疲弊感はあまりないように感じるものの、消費者にどこまで好影響が広がっているかは分かりにくいところであり、まだ財布のひもは固い。
	コンビニ（店員）	来客数の動き	・常連客ばかりで、旅行客などの来店も少なく、来客数は前月と変わらない。買い控えているのか、客単価も低い。
	衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・年間を通じて、買い控えがますます続く。
	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・将来不安からか、消費をせずに貯蓄する傾向が強く感じられる。無駄な消費を抑える傾向が強く、家電製品の買換えサイクルが伸びているため、販売量の増加が見込めない。
	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・客と商談をしても、なかなか進まない。株価は上がっているが、実感できないという声が多い。
	その他専門店 [医薬品]（経営者）	それ以外	・9月に続いて雨の日が多く、客の出足が鈍い。また、買上点数が少なくなり、チラシを出した日に、まとめ買いをする客が多い。
	その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）	販売量の動き	・株価は上昇しているものの、景気が上向いているとは感じられない。
	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	お客様の様子	・購入を控えようとする意識が目立つわけではないが、購入に意欲的な消費者は少ない。販売側の接客や提案力にかかっているように感じる。
	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・例年に比べて週末の天候が不順で、客足が伸びない。
	一般レストラン（経理担当）	それ以外	・衆議院選挙の影響や、北朝鮮情勢に関する不確定要素、異常気象や大型台風による客足の低迷など、複合的な要因で伸び悩んでいる。
	一般レストラン（企画）	来客数の動き	・来客数の前年比は100%前後で推移している。一方、売上の前年比は客単価に支えられて100%を上回っており、堅調な営業が続いている。
	その他飲食[自動販売機（飲料）]（管理担当）	お客様の様子	・経費削減に関する声が多い。新規の注文もあるが、取引先ごとの差が大きい。
	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・自然災害などの影響が出てきている。
	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・今月は台風21号の影響や、団体客のキャンセルが重なり、前年の販売量を下回った。また、直前の個人客の動きも今一つであり、キャンセルで発生した空室を埋められていない。
	都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・景気に大きな変動はみられない。衆議院選挙の結果が与党の大勝となり、様子見の状況にある。
	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・インバウンドの団体客は、引き続き好調に推移している。ただし、個人客については勢いがみられず、代理店経由の動きはオンラインを含めて低調に推移している。レストランについては、朝食付きの団体客が増えているので、微増となっている。
	都市型ホテル（管理担当）	単価の動き	・アジアからのインバウンドの宿泊は、大きく減少することなく推移しているが、国内の代理店経由の動きに回復の兆しがみられない。
	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・国慶節の期間も含め、訪日外国人は前年比で4.2%増となっている。そのお陰で、稼働率、売上共に前年を上回っている。
	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・個人消費がなかなか浮上しないほか、台風の影響もあり、依然として厳しい状況が続いている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・天候不順であったが、客の増減はみられない。
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・修学旅行や遠足の時期であり、客の消費は増えているが、天候不順もあって集客が伸び悩んでいる。

	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	お客様の様子	・来場者の数は、以前と比べて変化が少ない一方、物販の販売量は若干減っている。
	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	単価の動き	・10月は天候が悪過ぎて、消費動向が分かりにくい。消費単価をみる限り、特に改善や悪化は感じられない。
	美容室 (店員)	販売量の動き	・ヘアケア商品の購入が、夏物から秋冬物へ変化した様子はあるが、増えたという印象は薄い。
	美容室 (店員)	単価の動き	・来客数自体の動きは変わらないが、パーマやカラーなどの高額なメニューを勤めると、積極的に受け入れてくれる。
	その他サービス [学習塾] (スタッフ)	来客数の動き	・現在、生徒の増減が落ち着いている。
	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	・今月はゲーム販売や文具雑貨の品ぞろえが良く、売上はかなり好調で、レンタル売上の前年割れをカバーしている。
	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・7月頃から、顧客数の増加が継続している。
	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	・中小企業の売上が増えているとは、あまり聞かれない。
	商店街 (代表者)	来客数の動き	・天候不順により、来店頻度が減少している。
	一般小売店 [珈琲] (経営者)	販売量の動き	・商品を卸している飲食店からの注文数量が減少している。直営店の来客数も、雨などの天候不順で激減している。
	一般小売店 [時計] (経営者)	来客数の動き	・月の初めは客足も悪くなく、まずまずの出足であった。少し期待したが、中旬からは雨が多く、2度の週末の台風で商店街のイベントも延期となり、客足も随分減った。雨が降ると、路面店には致命傷となる。
	スーパー (店長)	来客数の動き	・近くに競合店ができたこともあり、来客数が減少。農産品の相場安もあり、商品単価が低下している。また、割引セールに買物が集中するなど、消費者の生活防衛意識は依然として高い。
	スーパー (企画担当)	販売量の動き	・今年は残暑が厳しくないほか、台風などの天候要因もあり、飲料関連は大きく前年を下回っている。逆に、鍋物関連商品は動きが早くなっているが、マイナス分をカバーするほどではない。野菜価格は高騰しているものの、一定以上は価格を上げられず、苦戦している。
	スーパー (企画)	来客数の動き	・客単価は堅調なものの、来客数が厳しい状況にある。これまでは衣料品、生活関連品の不振を食料品がカバーしてきたが、9月以降は食料品の動きも鈍くなりつつある。9月からの台風や不漁で、青果や鮮魚関係の価格が上がるとともに、足元の消費環境は厳しくなっている。
	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・近隣で工事をしていた2つのホテルが完成し、工事関係者の来店がなくなっている。今はオープンまでの空白期間であるため、客が減少している。
	コンビニ (店員)	来客数の動き	・雨の日が多く、来客数が少ない。
	家電量販店 (店員)	販売量の動き	・前年と比べて来客数が減少し、販売量に関しても前年割れの状況にある。買い渋りが非常に目立つ。
	家電量販店 (人事担当)	来客数の動き	・夏が終わって気温が下がり、過ごしやすい季節となったため、買換え需要以外の客の動きが少ない。また、秋の長雨により、来客数も前年に比べて減っている。
	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・客の姿勢が消費に向けられているとは感じられない。衆議院選挙も与党の圧勝で何も変わらず、株価は上昇しているが、実際に豊かになったという客はいない。
	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・店舗に来店する客の数が減り、インターネットの中古車販売サイトへのアクセスも減少している。

	乗用車販売店 (営業企画)	単価の動き	・例年どおり、年末に向けて価格が低下している。
	住関連専門店 (店長)	単価の動き	・予算を前提とした商談が多い。例えば1万円しか予算がなく、どの商品なら買えるかと聞いてくる客が増えている。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今月は週末の台風が2週間続いたため、来客数が減少した。近隣の商店街も人通りは少なく、周囲の店にも客は入っていない。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・外食業界では、特に9～10月は来客数の減少や伸び悩みをよく耳にした。また、近隣の会社での異動や引っ越しで新規顧客が安定せず、変動が大きい。
	観光型旅館(団体役員)	来客数の動き	・10月に入り、台風が2度にわたって週末に接近したため、予約のキャンセルによる損失が大きい。
	旅行代理店(店長)	お客様の様子	・客が台風や衆議院選挙前後から減っている。いろいろな要因が重なり、旅行は今でなくてもよいと考えている。
	旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・北朝鮮によるグアムへの攻撃予告を受けて、教育旅行を中心に、キャンセル料がかかっても渡航をキャンセルする動きが増えている。客の需要が戻らない。
	競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は9,015円で、3か月前の9,511円よりも下がっている。
	美容室(店長)	来客数の動き	・来客数が伸びず、前年を下回っている。
	住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・新築マンションの商談が遅れ始めており、デベロッパー各社が用地取得に対して慎重になっている。特に、郊外ではより顕著に表れている。
	スーパー(経営者)	来客数の動き	・週末に接近した2度の台風や、前年比で2倍の降雨量により、来客数が大きな影響を受けた。また、前年は野菜の相場が急騰した反動で、1品単価も前年比で6割程度に落ち込んでいる。不漁や台風の影響で、鮮魚の入荷も不安定となるなど、散々な売上となっている。
	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・市長選挙、市議会議員補欠選挙、衆議院選挙の影響もあり、来客数が伸び悩んでいる。
	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・10月前半までは暑く、雨が降ってから急に寒くなったため、衣料品の売れ筋商品が変わり、売上が前年比で3割減少している。
	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・自動車メーカーの不正検査問題の影響で、消費者の信頼がなくなっている。
企業 動向 関連 (近畿)	-	-	-
	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今月に入ってから、問い合わせが増えてきており、受注にもつながっている。
	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、問い合わせが増えてきている。
	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あり、売上は結構良い。
	広告代理店(企画担当)	取引先の様子	・服飾商材の売上が好調に推移しており、施設全体の売上が伸びている。個人消費が良くなってきていると感じる。
	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・台風などの影響で週末のたびに天候が崩れ、人の出足も鈍っているが、気温が下がってきていることもあり、商品の出荷は少し回復している。
	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・全体的には前年と変わらない。
	化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・過去数か月は製品出荷が好調で、取引先からは、今後も生産は好調を維持できるとの連絡を受けている。ただし、化学品の原料価格上昇により、利益はあまり増加しない。
	プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・既存の商品の勢いは止まってきたが、新規商品の販売が立ち上がってきている。
	金属製品製造業(経営者)	取引先の様子	・景気はやや良い状態で、大きな不安はない。
	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・取引先の景況は悪くない。ただし、当社の取扱商品と市場の需要が今一つ合っていない。
	電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・製造設備への投資は前向きであるが、資金の使い方が非常にシビアである。
	電気機械器具製造業(経営者)	それ以外	・当社の周辺では、中堅規模の中小企業による工場の新設が目につく。これまで市内では、商店が閉鎖されるとそのまま放置されることが多かった。素直に景気は上向いていると考えたいが、政治があまりに不安定なので、まだ安心はできない。

電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上が伸びず、横ばい状態である。
電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ここ最近の仕事の予定が入っていない。
電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・テレビ市場は、有機ELテレビの販売増で単価アップの傾向にあるが、市場全体が伸びているわけではない。そのほかの商品では、あまり状況は変わっていない。
輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・塗装関係の受注は安定しているものの、前年比での伸びはみられないほか、航空機関連もトーンダウンしている。また、中小企業の設備投資意欲は、相変わらず低調である。
その他製造業【事務用品】（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注、売上共に変化がなく、例年どおりの動きとなっている。
建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・衆議院選挙の影響もあり、しばらくは景気が停滞しているように感じる。
建設業（経営者）	取引先の様子	・価格競争は相変わらず厳しい状況が続いている。今回の台風被害の応急対応で、監理技術者や技能労務者の不足がより深刻になっている。
金融業（営業担当）	競争相手の様子	・得意先の取り合いが起きている。競合先が多く、当社の条件よりも安い金額を設定する動きが多い。頑張れば頑張るほど価格競争が進み、利益率は悪化傾向となる。
金融業【投資運用業】（代表）	それ以外	・景気を左右する要素がみられない。衆議院選挙での与党勝利の影響は、これから徐々に出てくる。
金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先との会話では、受注の増加や減少についての声はなく、横ばいであるとの回答が多い。
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ニーズが減り、家賃が下がっているほか、社宅のニーズも減り、賃料も低下している。
新聞販売店【広告】（店主）	受注量や販売量の動き	・購読収入、折込収入共に、横ばいである。10月は衆議院選挙と市長選挙が重なったので、広告の選挙特需を期待したが、それほどでもない。
経営コンサルタント	それ以外	・何かが悪くなっているとか、悪くなっているといった実感が無い。
経営コンサルタント	受注価格や販売価格の動き	・ここしばらく、各クライアントは企業の規模、業種を問わず、価格に厳しい。
コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・前年と比べても、受注量に変化はみられない。
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	・今月は雨の日が非常に多く、特に週末の行楽には悪影響となったため、駅ナカ店舗は軒並み来客数が減り、売上ダウンとなった。一方、コンビニなどの売店では、傘やレインコートといった雨具の売上が、例年の約120%増となっている。
その他非製造業【機械器具卸】（経営者）	取引先の様子	・受注や予算の見積状況のほか、それ以外の動きもあまり変わらない。
食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今月に入って、急激な気温の低下や週末の天候の悪化もあり、景気が良くない。
食料品製造業（経理担当）	それ以外	・衆議院選挙も物足りない感じで終わり、株の動きだけが目立っている。商品の動きは、9月に続いて良くない。
繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・消費者向けの催事では、集客の減少が目立つ。高額品の販売が減少し、中価格帯、低額品が現状維持のため、売上自体は伸びていない。
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に、少しずつ右下がりになってきている。東京近郊の同業者からは良い声も聞かれるが、一部に限られる。会社全体でも、受注量、販売量は前年比で約90%となっている。
電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・業界での規制問題に端を発した設備投資の抑制は、依然として続いている。今期一杯は回復の見通しが立たない状況である。
輸送業（営業担当）	取引先の様子	・土日の有料化で、配達件数がかなり減っている。
輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・第2四半期が終わり、10月に入ってから、じゅう器関係の荷動きが鈍化している。
通信業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・長雨による野菜価格の高騰で、影響を受けている。

	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	・忙しくならない。	
	その他非製造業 [商社](営業 担当)	受注価格や販売 価格の動き	・年々価格が下落しているが、それ以上に安い製品が 中国などから入っている。価格が採算に全く合わない 状況で、受注量は激減している。	
	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	
			・株価は上がっているが、景気の実感が湧かない。	
雇用 関連 (近畿)	民間職業紹介機 関(営業担当)	求人数の動き	・派遣料金がアップしているほか、求人数も増加傾向 にある。	
	人材派遣会社 (役員)	求職者数の動き	・今まで家庭にいた主婦や、高齢の男性の求職者が出 てきたと同時に、企業側にも受け入れる素地が整いつ つある。	
	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・紹介案件が多く動いている。	
	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にある。建設関係や 自動車、電機設備、家電などで、企業業績は好調と なっている。	
	職業安定所(職 員)	周辺企業の様子	・ハローワークで3か月に1回実施している企業ヒア リングによると、特に製造業で景況感が回復した。自 動車や建機、産業用機械、インバウンド関連などで、 特に好調との声が聞かれる。	
	民間職業紹介機 関(営業担当)	求人数の動き	・例年は減少するこの時期になっても、まだ新卒の求 人が減りそうにない。その点では、3か月前よりもや や良くなっている。また、この状況はリーマンショッ クの前にも似ている。	
	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・中堅、中小企業を中心に、求人数が堅調に伸びてい る。	
	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・人材派遣関係は、前月と同様に動きが鈍い。全業種 から多くの注文が入ってくるが、人材不足のため、ほ とんど成約できていない。IT関係では大型案件がいつ 出てくるのか分からない状況で、特に関西は沈んだ ままである。ただし、衆議院選挙が与党の圧勝で終 わったため、年末にかけて景気が良くなる期待感はある。	
	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・有効求人倍率は高く、販売系の求人については、常 に枯渇状態である。	
	アウトソーシング 企業(社員)	雇用形態の様子	・最低賃金は上がったものの、それ以外の雇用条件は 変わらない。	
	アウトソーシング 企業(管理担 当)	それ以外	・通常の仕事は入ってきたが、忙しいわけでもなく、 いつもどおりの動きである。	
	新聞社[求人広 告](管理担 当)	求人数の動き	・前月と同様に、新聞求人では運輸、建設などの労働 集約型企業の求人が増えているものの、全体的な増加 や減少はみられない。求人倍率が1.5倍を超え、完全 失業率が3%を割り込んでいるが、報道にみられるよ うな人手不足感は感じられず、景気が上向いている兆 候も感じられない。ただし、これは新聞広告に求人媒 体としての力がないことを示している可能性もある。	
	新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・関西景気の回復に手ごたえが感じられない。衆議院 選挙後の株価上昇により、一般消費者に回復の実感が 出てきてほしい。	
	新聞社[求人広 告](営業担 当)	求人数の動き	・大阪では、飲食、サービス業の人手不足が顕著であ る。アルバイトの時給は上がっているが、人手が足り ず、昼は主婦層、夜は留学生や高齢者層と、幅広い層 の就業者が働いている。	
	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・管内の求人は前月よりも減少し、前年とも変わらな くなってきている。全体としては高止まりであり、状 況は大きく変わらない。	
	民間職業紹介機 関(職員)	求人数の動き	・建設日雇い求人では、人手不足で少しでも人材を確 保したい事業所の意向により、求人申込件数が前年比 で26.9%増となっているが、景気を左右するような動 きはみられない。	
	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・本学の卒業予定者を採用する企業は、各社とも小規 模である。今年度はどの企業も採用意欲が高いようで あるが、景気動向にはあまり変化が感じられない。	
		-	-	-
	x	-	-	-