

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)		スーパー（店員）	来客数の動き	・商品を薦めると、手に取って購入してくれる客が、どの商品でも全体的に増えている。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	お客様の様子	・2～3か月前から続いた自然災害の影響からは、少し立ち直ったように感じるが、個々の客からは、まだまだ元どおりではないという雰囲気が感じられる。既に起きたことだけでなく、これから何が起きるか分からないという、自然災害に対する漠然とした不安もある。今月は天候が良く、近隣で運動会や地域のイベントも行われたが、当店の来客数や売上は今一つである。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・前月と同じく、今年2月に競合店が閉店したため、客が流れてきている。恐らく年始まではこの傾向が続くと予想されるが、当社に限った動きであり、業界を客観的にみれば良くはない。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・台風の影響でインバウンドの動きは9月に一時落ち込んだものの、10月はそれ以前の動きを上回る勢いとなっている。また、富裕層を中心とした高級ブランドの好調も続いている。さらに、今月は天候に恵まれて入店客数が順調に伸びており、中間層のマーケットも含め、秋物の動きが良い。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・9月の台風の影響も少なく、来客数は相変わらず前年比で増加傾向が続いている。インバウンドも、関西国際空港の機能回復のほか、国慶節以降に航空券の料金が下がってきたこともあり、買物目的の外国人客が戻ってきている。
		百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・大阪北部地震や台風による影響から回復し、国内客、インバウンド客共に以前の水準に戻った。特に、国慶節以降は化粧品や特選宝飾品、食料品の売上が前年を大きく上回っている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も売上は前年実績や目標を大幅に上回っている。インバウンド効果の高い化粧品は、前年比で12～13%増となっており、婦人服や紳士服、子供服などの衣料品も好調に推移している。客の動きも良く、来客数が増加している。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・10月に入り、9月の台風関連の不安定な来客動向から徐々に回復し、気温の低下も順調に進んだことから、防寒商材も活発に動くようになってきた。また、関西国際空港の被害からの回復により、インバウンドの減少にも歯止めがかかり、化粧品やラグジュアリー関連の売上も回復傾向にある。化粧品は前年比で約20%アップとなり、輸入品を中心としたバッグ類も2けた成長となっている。防寒商材では、前年割れの動きが数年続いていたブーツ関連が前年を上回り始めており、この動きは年末まで続く。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・天候が安定し、季節の変化も順調であるため、ファッション関連で秋冬物が動いている。化粧品やラグジュアリー関連も依然として好調である。また、北海道物産展などの食品催事も好調で、全体の入店客数は前年を上回っている。インバウンドの動きも安定していて、前年比で2けた増の傾向を維持している。
		百貨店（販売推進担当）	販売量の動き	・高級ブランド品やインバウンドによる化粧品などの売上は、前月に引き続き好調である。衣料品では、前年よりも暖かい日が続いており、コート類の立ち上げは苦戦しているが、シャツ、ブラウスは大きく伸びており、前年を上回っている。催事などの集客も順調で、食料品も好調である。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・台風の影響で一時的に落ち込んだインバウンド売上が急回復している。富裕層を中心とした、高額な宝飾品や時計の購買も増えている。
	スーパー（経営者）	単価の動き	・平成30年7月豪雨や台風、北海道での大規模な停電などの影響で、農産品や牛乳、ヨーグルトなどの供給が不安定なため、特売が減り、単価が上がっている。その一方、備蓄用として、飲料や缶詰、インスタント麺などの需要が相変わらず多い。その影響で、来客数は前年割れであるが、単価の上昇と販売点数の若干の増加で、売上は増えている。	

スーパー（社員）	販売量の動き	・今秋は台風などの影響もあったが、比較的天候は安定しており、多くの店舗で来店客が増加したほか、店頭客の1人当たりの買上点数が増えていると感じる。堅調な買物意欲を実感している。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・コーヒーやファーストフード類の売上好調が続いており、客単価も僅かではあるが、依然として上昇傾向にある。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・外国人観光客は戻りつつあるが、寒くなり、冷たい飲物やアイス類が余り売れなくなっている。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・7～8月に比べて秋らしい気候となり、客の購買意欲が出てきている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・9月の台風の影響で、事故車の修理依頼が増えており、それに伴って売上も伸びている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・台風による関西国際空港の被災の影響が、特に月前半の売上にした。また、仕入価格も高騰し、運営面にかかりの影響もあったが、来客の動きや仕入れなどへの影響については、随分と落ち着いてきているように見受けられる。
一般レストラン（経理担当）	来客数の動き	・大型台風の影響からも回復しつつあり、インバウンドも戻ってきている。被害を受けた期間に宴会ができなかった企業が、9～10月に宴会を行っているようである。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・7～9月は台風や平成30年7月豪雨などの自然災害に加えて、関西国際空港の閉鎖による影響で、来客数が大きく減少したが、10月に入ってようやく元に戻ってきた感がある。
観光型旅館（経営者）	単価の動き	・高額の客室への宿泊がみられる。
観光型旅館（経営者）	単価の動き	・少し単価が動いている。
都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・6月以降の大阪北部地震や台風、猛暑などの自然災害の影響で、来客数も落ち込んでいたが、今月は前年並みの宿泊客数となっている。
通信会社（社員）	販売量の動き	・4K番組の本放送開始まで1か月強であり、テレビの買換え需要が加速している。
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・10月に入って穏やかな天候が続いている。
その他レジャー施設【飲食・物販系滞在型施設】（企画担当）	来客数の動き	・異常気象などによるインバウンドの落ち込みは軽微である。10月は天候要因もあるが、集客はますます好調である。
住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・台風などの自然災害に対する備えへの不安から、来客数が増加傾向にある。
その他住宅【展示場】（従業員）	来客数の動き	・10月の住宅展示場への来場者は、前年比で2割以上伸びている。
一般小売店【事務用品】（経営者）	販売量の動き	・商談の件数や金額などの動きは落ち着いており、良くなっていく感覚が得られない。何とか努力していくしかないが、多くの業種で停滞感が出てきていると感じる。
一般小売店【衣服】（経営者）	お客様の様子	・感覚的には良くなっている。客単価がいまだに底ばい傾向にあるため、全体の数字は前年比で100%を少し上回る水準で終わりそうである。
一般小売店【珈琲】（経営者）	来客数の動き	・台風、北海道胆振東部地震などの影響で8～9月は減少していたが、直営店舗の来客数が戻ってきている。
一般小売店【衣服】（経営者）	お客様の様子	・冬物衣料の立ち上がりは良くないが、客の様子にこれまでと余り変化はないため、気候要因の影響が大きいように感じる。
一般小売店【野菜】（店長）	お客様の様子	・飲食店の客が多いが、状況は芳しくない。ここへきて、株値の乱高下やガソリンの値上がりなど、様々な問題に足を引っ張られている。
一般小売店【呉服】（店員）	単価の動き	・消費税率の引上げが報じられ、客は単価の低い商品を買回り、単価の高い商品は買い控えている。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月の売上は目標を上回る見込みである。インバウンド需要も9月に比べて上向いており、不振が続いていたアパレルも、気温の低下に伴って順調となっている。ただし、国内客の需要は微増にとどまり、客の購買が積極的とはいえない状況である。

	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・化粧品を中心に、インバウンドの売上は前年比で6%増えている。国内需要も、特選ブランド品や食料品の催事が売上をけん引している。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・天候要因の影響で、前月は2日間の臨時休業となったが、10月に入ってから入店客数が前年比で0.1%増と少し増えている。食料品も8.0%増と、売場面積が拡大したことを勘案しても、まずまずの好調といえる。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・富裕層の優良客のうち、一握りの上位客は、美術品やブランド衣料品など、自分の好きな商品であれば、いかに高額であっても気にせず、購入する傾向が更に強まってきている。
	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月は前年実績をやや上回る推移となっている。ただし、前年の反動増や北海道物産展の大幅な伸びによる影響もある。一方、衣料品は引き続き苦戦している。気温はやや高めであり、羽織物の動きが鈍い。それに対し、高額品は高級ブランドを中心に好調に推移している。インバウンドの売上は元々比率が低く、変動による大きな影響はない。
	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・国内の現金客が鮮度の高いイベントなどに参加しているため、入店客数は増えているが、購買には慎重な傾向が続いている。一方、関西国際空港の閉鎖などの影響で、当地区ではインバウンド需要が前年比38%増と、逆に大きく伸びている。
	百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・来店客数は前年を上回っているものの、前年よりも気温が高く、特に防寒衣料品や雑貨の動きが不振である。ただし、特選洋品や化粧品、食品は好調が続いている。
	百貨店（営業企画）	来客数の動き	・9月の台風による臨時休業の影響は沈静化しつつある。
	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・店頭は訪日外国人売上がほぼ前年どおりという状況で、全体では前年比5%増と好調に推移している。特に、富裕層の消費が引き続き堅調である。従来は、販売数量の減少を客単価の上昇でカバーする傾向が顕著であったが、今月は販売数量が前年比で1%伸びている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・足元の状況では、自然災害による特別な出費は一段落している。客は消費に対して慎重で、財布のひもは固い。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・近隣の競合店がオープンして1年になるが、他の競合店の改装オープンもあり、来客数の減少になかなか歯止めがかからない。1人当たりの購入点数も減少しており、客単価の低下で苦戦が続いている。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・客の様子を見ると、果物などのし好品には予算をかけ、ハロウィーンイベントなどにも積極的に参加する余裕がある。
	スーパー（店員）	単価の動き	・月前半は台風の影響で野菜の価格が高く、商品も余り入ってこなかったが、後半は落ち着いてきている。
	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が横ばいである。
	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・10月は天候も安定し、気候要因による大きなマイナスが久々になかった。一方、ハロウィーンは行事として定着したが、商機にはつなげない。
	コンビニ（店長）	単価の動き	・たばこの値上がり前のまとめ買いがなくなったため、売上は落ちているが、来客数に変化はない。
	コンビニ（店員）	お客様の様子	・来客数は特に変わらず、客単価も順調である。
	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・景気が上向いて、消費者の財布のひもが緩むような要素はない。
	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・消費税の引上げが話題となるなかで、車に関しては年内に購入する方が得といわれているが、客の購買意欲などに変化はない。良い物があれば買うという、衝動買いがなくなっている。
	その他専門店 【医薬品】（経営者）	それ以外	・テレビなどのCMの影響もあり、健康に対する意識が高くなっていると感じる。当店の健康食品に近い商品では、納豆や甘酒、キムチ関連の発酵食品の動きが良い。
	その他専門店 【食品】（経営者）	販売量の動き	・自然災害などで販売量は減ると予想していたが、特に大きな変化はない。

	その他専門店 [ドラッグストア] (店員)	お客様の様子	・今月も商業施設全体では売上の前年比が110%となったが、自社分は70%にとどまっている。給料日の後に配布するクーポンを、10%引きから15%引きにすると、月後半には売上が伸びている。
	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	お客様の様子	・催事などでの販売の方が、通常の販売よりも購入客の気持ちが高まるが、その分、日頃の売上は伸び悩む。
	その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	単価の動き	・消費税の引上げが宣言されたが、駆け込み需要の期間は来年10月までの長期にわたる。定年70歳が法令化されれば、更に年金の受給開始も遅れる。
	その他小売 [インターネット通販] (経営者)	お客様の様子	・天候要因による景気の低迷や購買意欲の低下のほか、高齢化の進行で買物の頻度が減少している。
	高級レストラン (企画)	来客数の動き	・客室稼働率やレストランの客数が、前年に比べて伸び悩んでいる。その一方で、単価に関しては、高単価商品の売上好調で堅調に推移している。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・10月から大阪府の最低賃金が上がったが、商店街で店舗を構えている以上、そう簡単にランチの値段は上げられない。
	一般レストラン (企画)	来客数の動き	・8月以降、来客数の前年比には天災による影響があったが、10月に入って元に戻ってきており、大きな変化はみられない。ただし、株価の動きが気になるところである。
	その他飲食 [自動販売機(飲料)] (管理担当)	お客様の様子	・景気が良いといわれることもあるが、実際の感覚はシビアである。安い物を探す客の声も増えている。
	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・関西国際空港の閉鎖による影響からは回復が進んでいるが、国内客の動きは引き続き悪いままである。
	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・台風21号による関西国際空港の被害で減少した外国人客については、ある程度回復してきたが、レストランの来客数は前年比で減少が続いている。
	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・関西国際空港の機能が回復したことにより、インバウンドの宿泊客は戻りつつあるが、食事の来客数には力強さが感じられない。
	旅行代理店(店長)	お客様の様子	・ふっこう割が各地域で商品化されているが、それほど反応がない。北海道のふっこう割も興味を持たれることはなく、高額商品が売れ始めたり、来客数が増えたといった影響はない。8～9月は北海道胆振東部地震や台風があり、客が減少していたが、その反動で増えているわけでもない。
	旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・台風や北海道胆振東部地震などの災害による申込みのキャンセルが落ち着き、その振替需要を取り込もうとしているが、これだけ災害の範囲が広いと、旅行には及び腰になる客が多い。なかなかマインド面での回復が進んでいない。
	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・自然災害の影響も落ち着き、ふっこう割の効果も徐々に出てきているものの、販売量については回復といえるまでには至っていない。
	タクシー運転手	来客数の動き	・タクシーを流していると、何人かは手を挙げて乗車してくれる。また、駅やホテルで待っていても、待ち時間はそれほど長くなく、わりと動いている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・過ごしやすい季節になり、客の乗車機会はやや減る傾向にあるが、営業収入に大きな変動はない。
	タクシー運転手	お客様の様子	・雰囲気的には横ばいである。
	通信会社(経営者)	お客様の様子	・受注状況に大きな変化はない。
	美容室(店員)	販売量の動き	・パーマやカラー、トリートメントの注文が伸びている。
	住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・住宅ローンの低金利による効果も薄れてきて、購入予算がどんどん下がっている。
	住宅販売会社(経営者)	単価の動き	・市内中心部の地価は、さすがに上昇の気配は少なく、高止まりしている。
	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)	それ以外	・自分の行動や客の様子に変化はない。

その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・1年後の消費税の引上げに関する確定報道後も、不動産市場には大きな変化が感じられない。
商店街 (代表者)	来客数の動き	・インバウンドも一極集中が進み、周辺は減少傾向にある。以前からの客も減少している。
一般小売店 [精肉] (管理担当)	それ以外	・一時的な動きかもしれないが、6月から続いた天災が、何かしらの影響を及ぼしているように感じる。いまだにがれきが散在している場所もあり、その被害に対する支援や資金が必要になる。修復工事が間に合っていない部分もあり、これからの繁忙期に向けてのマイナス要因となる。
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95.2%で、7月が98.3%、関東は10月が93.2%で、7月が91.6%、中部は10月が75.3%で、7月が93.2%、中国は10月が88.5%で、7月が103.4%であった。各地区合計の平均は10月が88.1%で、7月が96.6%と、全国的に不調である。
一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	来客数の動き	・訪日客の減少が、売上に直接響いている。
一般小売店 [菓子] (営業担当)	販売量の動き	・今月も贈答品の動きが芳しくなく、なかなか売上増には至らない状況である。
百貨店 (企画担当)	お客様の様子	・9月の台風以降、売上の増加を支えていた外国人旅行者の様子が変化している。依然として団体客の来店は減少傾向が続いている様子であり、一般品の今月の売上は、前年比で10%減の見通しである。一方、化粧品などの目的買いで来店する外国人は急増している。免税売上の合計としては、今月は約15%の増加とみているが、まだ8月頃の伸び率には届いていない。
百貨店 (マネージャー)	単価の動き	・入店客数、インバウンド売上は伸びているが、購入単価がダウンしている。理由の一つとしては、気温が前年に比べて高く、紳士服ではコートなどの高額商材の動きが悪い。また、株価が世界情勢の変化などで、月末に不安定になり、高額な美術品や時計、宝飾品の動きが悪くなっている。
百貨店 (特選品担当)	来客数の動き	・9月の台風の影響により、10月前半は来客数の前年割れが続いた。特に、国慶節である7日まではインバウンド客の来店が減少した。その影響が10月全体の商況にも大きく出ている。9月に比べると若干良くなっているものの、3か月前に比べるとまだ完全には回復しておらず、やや悪くなっている。
スーパー (経営者)	お客様の様子	・客の価格への反応がシビアである。
スーパー (店員)	来客数の動き	・近隣スーパーが改装工事で閉店していた際の、来客数を超えることは難しい。
コンビニ (経営者)	単価の動き	・たばこの購入量は、値上げ前の60%までしか戻っていない。そのために単価が低い。
コンビニ (広告担当)	お客様の様子	・日頃の商売では、猛暑や台風、北海道胆振東部地震など、夏から初秋にかけての天候、気象要因の影響による値上げが響いている。
衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・財布のひもが固く、客は設定予算以下でしか買わない。
家電量販店 (企画担当)	来客数の動き	・季節的な動きで、調理家電などの旬な販売商品は、単価の高いタイプも売れて好調であるが、来客数が少ないため、平均単価の高いエアコンやテレビ、パソコンの動きが少なく、売上が伸びていない。
家電量販店 (人事担当)	来客数の動き	・来客数は前年に比べると若干減少している。猛暑による特需を終えて、売上をけん引する商品に乏しい。
乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・輸入車はブランドを問わず低迷している様子である。乗換えを断念して、車検を取る人も増えている。
住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・来年の消費税の引上げは実施されないのではないかという憶測や、ポイント還元サービス案を含む、消費税についての不透明な状況から、いつ買うのがよいかという問合せが増えている。購買のタイミングに更に慎重となり、ちゅうちょする客が増え、商談が無駄に長引くケースが増えている。
その他専門店 [宝石] (経営者)	お客様の様子	・米国と中国の貿易戦争の影響を受けて、日本の株価が急激に下がってきている。客の心理への影響が、消費を大きく左右する。

	その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	お客様の様子	・台風や大阪北部地震による被害の影響で、野菜価格の高騰やガソリン価格の高止まりなど、消費への逆風が続いている。
	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・6月の大阪北部地震による客室への被害により、約100室の改装工事が続いている。それに伴い、宿泊収入と食堂の朝食収入が大幅な減収となっている。また、宴会や会議の伸びがみられない。9月の台風21号で関西国際空港が被災した影響はホテルだけにとどまらず、客からも、物流の対応が大変といった声が多い。
	旅行代理店 (役員)	販売量の動き	・北海道や中国、四国のふっこう割による需要はあり、即売売となったものの、まだまだ台風の影響から脱却できていない。
	タクシー運転手	お客様の様子	・9月の3連休の影響か、平日の夜遊びや夜の歩数が少ない。
	競輪場 (職員)	単価の動き	・3か月前の客単価は8,915円で、今月の客単価は8,855円となっている。
	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	販売量の動き	・物販や飲食などの売上が前年に比べて減少している。
	住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・地方銀行によるシェアハウス融資問題以降、不動産融資が厳しく、収益不動産では10億円までの物件の売買は厳しくなってきた。一方、20億円強の物件は、不動産投資信託などの購入意欲が高い状況が続いている。
	その他住宅 [住宅設備] (営業担当)	お客様の様子	・部品交換の見積りを提案しても、判断が保留となるケースが目立つ。少額であっても出費を渋る客が増えている。
	x 衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・主婦層は自分の洋服の購入を控えている。1日当たりの売上や購買点数は、以前は安い物が売れていたが、最近は安くても売れず、購買点数も減っている。
	x 家電量販店 (店員)	来客数の動き	・暖房器具もまだ余り動いておらず、季節商材が全然売れない。
	x 美容室 (店長)	来客数の動き	・売上の水準は良くないが、堅調に推移している。
企業 動向 関連 (近畿)	*	*	*
	化学工業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・落ち込んでいた売上也ようやく回復傾向となっている。
	化学工業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・9月までは出荷量のやや悪い状態が続いていたが、10月からは出荷量が増加している。
	金属製品製造業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・自動車部品や建築用高級ボルトなどは活発な動きながら、特殊な高級鋼材不足がネックになっている。
	電気機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・今のところは引き合いが活発で、業況は良いものの、国際情勢は大変心配な状況である。9月はもちろん悪かったが、あれは天災であったと諦めている。
	電気機械器具製造業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・冷え込んでいた市場が、年度末に向けて急速に動き出した。ただし、消費税の引上げによる市場の縮小を見越した、早期の設備導入の声が大きく、来年に反動がみられる可能性がある。
	金融業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・大阪北部地震、台風による被害が各地で散見され、それに伴う工事の発注情報が増えている。
	広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・12月決算の会社が、業績の好調により、広告を追加で出稿する動きがある。
	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	・まだまだ台風の影響で忙しい。
	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・販売量、販売金額共に横ばいの状況が続いており、価格の安い製品を中心に動いている。販売量が多いが、単価の上らない状況が続いている。
	食料品製造業 (経理担当)	取引先の様子	・輸出関連の売上が前期比で倍増となった一方、国内向けは前年比でマイナス8%となっている。国内は自然災害の影響があり、良くない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・季節要因を考慮すると変化はない。
	出版・印刷・同関連産業 (企画営業担当)	受注量や販売量の動き	・災害などの影響か、受注量の減少を若干感じる。前年の同時期と比べても、やや減少している。

	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・需要はあるが、発注をぎりぎりまで控えているような雰囲気がある。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大型の引き合いが増えているが、予算の裏付けに乏しく、結果としてそれほど良い状況とはいえない。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・大口先からの仕掛中の案件により、別の引き合い案件を見送らざるを得ない状況であるものの、引き合いの動きを勘案すると、大きな変化はない。
	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）	取引先の様子	・平成30年7月豪雨、台風被害に伴う緊急工事も徐々に沈静化してきたが、今後も屋根、防水関係の資材や技能労働者不足は続く。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・来客や引き合いは増加傾向にあるが、物件単価は相変わらず低調である。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・これまで動いていなかった案件が動き出しており、受注量が増えている。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・キャンペーンが終わり、売行きがかなり落ち込んでいる。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・良くなると予想していた矢先に米中貿易戦争が勃発し、国内産業への影響が懸念される。資源を持たず、海外から仕入れた材料を加工するという、従来型の産業構造から脱却しない限り、日本の景気は常に海外の地政学的リスクにさらされる。そういったぜい弱な産業基盤を改める時期がきている。
	金融業（副支店長）	取引先の様子	・客との会話では、受注の好調や増加といった話はない。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・当地域からの企業の撤退がいまだに続いている。事務所や社宅のニーズが減り、賃料も横ばいとなっている。一方、賃貸マンションの賃料も横ばいである。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	競争相手の様子	・季節商材の動きがなく、変化がみられない。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・サイン業界では当社の製品も動いていないが、他社の製品も良い話は聞こえてこない。ただし、年末のイルミネーションなどで、工事業者は忙しくしているようである。
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・販売が催事中心で動いており、販売業者が在庫を抱えるリスクを減らしている。その分、製造元の在庫リスクが増えている。
	金属製品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・コストアップ分の価格転嫁がなかなか進まない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上が減少している。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告の件数が減少しており、回復の兆しが無い。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上は今年になって、前年比で100%前後の推移となっていたが、徐々に下回ってきている。
	広告代理店（企画担当）	それ以外	・世界経済の変動を受けて株価が下がり、消費税の引上げも現実的になってきている。これまでの少し右肩上がりであった景気が、一気に悪くなるといった声を、プライベートでも商談でも、よく聞くようになっている。
	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	・たばこ増税による9月末の駆け込み需要の反動で、10月初旬は駅ナカのコンビニ、売店などが軒並み売上を落とした。中旬からは天候も落ち着き、回復傾向にあるが、完全とはいえない難しい状況である。
	x 繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・年末の需要期であるが、受注量は前年比で約10%以上減少している。原材料費から人件費、外注加工費の上昇分の価格転嫁もままならず、非常に厳しい状況である。
	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	・世界同時株安の状況となっている。
雇用 関連 (近畿)	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・年齢や経験を問わない求人案件が増えてきている。
	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人件数が増えてきている。また、その理由として、増員に伴う求人が多くなっている。

	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・人手不足のため、人材確保において条件面の緩和が進みやすい。
	アウトソーシング企業(社員)	雇用形態の様子	・最低賃金が上がり、雇用条件が改善している。
	アウトソーシング企業(管理担当)	それ以外	・少しずつであるが、例年入っていた仕事が戻りつつある。
	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・企業による大学への訪問が増えているが、19年3月卒の求人が確保できていないとの話が多い。
	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・ここへきて変わった動きが出てきている。いわゆる3年問題で雇用の安定が進むはずであったが、派遣スタッフが正社員化を拒否する動きがみられる。原因としては、今までどおりにスキルアップできる環境ではないことや、正社員になるための賃金などの条件がそれほど良くないことがネックとなり、断るケースが多い。その結果、今までどおり派遣の方が良いというスタッフも出てきており、派遣オーダーに対してマッチングできるケースが、今までよりもかなり多くなってきている。
	人材派遣会社 (役員)	求職者数の動き	・職種にもよるが、企業による派遣社員の直接雇用の動きは続いており、雇用の安定と処遇の引上げの動きは止まっていない。また、大阪中心部での一般事務の派遣については、少し前までは時給1,400円であれば魅力のある案件であったが、今では1,400円は当然の水準となり、それ以下では人を集めることが困難となっている。
	新聞社[求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・新聞求人、景気の方向性を示す大きな増加や減少はみられない。例年、年末に近づくとも求人、求職共に増加するが、これは新年を控えた季節変動であり、景気を左右する要素とは別である。
	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、3か月前と比べてもほぼ変わっていない。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・直近の近畿の有効求人倍率は平成以降の最高を更新したが、要因としては求職者の減少が大きい。台風21号による家屋の被害や停電などで、就職活動のできない人が少なからず存在した。新規求人数の季節調整値についても、9月は4か月ぶりに減少しており、社屋や設備に影響を受けた事業所などは、求人を出す余裕がなかったはずである。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・今月の新規求職者数は、前年比で減少から増加に転じた。その一方、新規求人数は前年比で2けた減となった結果、2か月連続で減少している。ただし、新規求人倍率は依然として2倍を超えており、高止まりで推移している。相談窓口での特徴としては、職業相談を行っても紹介に至らないケースが多く、採用に結び付いていない。また、不採用の理由では技能経験不足が目立っている。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・有効求人数は依然として増加しているほか、求職者の減少も大きく、有効求人倍率は高いまま推移している。充足率も低下し、人手不足感がますます強まっている。
	民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・建設関連の日雇求人は、大阪北部地震や平成30年7月豪雨による緊急の復旧工事が一段落し、前年とほぼ同様の水準となっている。
	学校[大学] (就職担当)	それ以外	・京都、大阪、奈良、和歌山、名古屋地区の都心部を訪問する機会があったが、人出や商店街のにぎわいに極端な地域格差を感じた。また、台風や大阪北部地震の影響か、大阪ではインバウンドが減っている印象を受けている。一方、地方創生の政策がまだまだ浸透してないと感じ、景気も停滞していると感じている。
	新聞社[求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・掲載される求人の数が減っており、求人担当に聞いても上向きの兆候はない。

	民間職業紹介機 関（営業担当）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・新卒学生の市場では、採用環境が良いこともあって学生の動きが鈍く、就職サイトの利用や合同企業説明会の参加数が減少している。そのため、企業の参加が減ってきて、売上の減少につながっているように感じる。また、利用促進のための広告宣伝費も、利益圧迫の一因となっている。世の中全体の景気が悪く、採用がない状況でも売上は厳しいが、採用環境が良過ぎて学生が動かない場合でも、この業界は厳しくなると感じている。
	民間職業紹介機 関（営業担当）	求職者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・求人は増えているが、求職者が少なく、大変苦戦している。
x	-	-	-