

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)		家電量販店（店員）	・寒さが厳しくなり、年末にかけて様々な商品の需要が増える。
		家電量販店（企画担当）	・消費税の引上げまで1年となり、国もクレジットカードによるポイント還元など、様々な対策を検討しているが、今後は駆け込み需要が予測され、特に年末商戦は期待できそうである。
		家電量販店（人事担当）	・4K放送のスタートによる、テレビやレコーダーの買換え需要に期待している。
		乗用車販売店（販売担当）	・年内の購入は、消費税の引上げへの対応や、ボーナスによって増加すると予想される。
		通信会社（社員）	・4K対応テレビで4K番組の本放送を視聴するには、ケーブルテレビへの加入が分かりやすいため、当面は4K特需が続くと予想される。
		競輪場（職員）	・例年、年始は客単価が上がる傾向にある。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・10月はプロ野球の試合が開催されず、来場者数は少なくなっているが、11～1月には多くのコンサートが開催されるため、集客の増加が予想される。
		美容室（店員）	・年末になると冬のスタイルに一気に変化して、髪をきれいに整える人が増える。
		一般小売店 [鮮魚] （営業担当）	・訪日客の増加や、新規の百貨店ギフトの動きがあり、需要が見込まれる。
		一般小売店 [家具] （経営者）	・景気が良くなることを期待している。
		一般小売店 [呉服] （店員）	・消費税率が上がる前に、黒紋付など、急に必要な物ではなくても買い求める傾向となるため、売上が伸びる。
		一般小売店 [菓子] （営業担当）	・気候が良くなり、徐々に販売量も上向くことを期待している。年末商戦に良い収穫ができるように、11月の種まきが大切である。
		百貨店（営業担当）	・富裕層の優良客の中でも二極化が更に強まり、超高額品を買う客は、今まで以上に高額な海外高級ブランドの宝飾品などを購入することが予想される。
		百貨店（マネージャー）	・月末になって気温が下がってきたことで、今後はコートなどの単価の高い商品が動き出す。一方、株価が安定しなければ、美術品や時計、宝飾品などの動きは良くなれないが、来年の消費税率アップが近づくとつれて、やや動きが出てくる。
		百貨店（マネージャー）	・全体的には、国内の個人消費は慎重な購買姿勢が続きそうであるが、来年度の消費税の引上げ対策としての高額品の購入や、インバウンド需要が全体を底上げすると予想される。
		百貨店（服飾品担当）	・防寒商戦の好調により、今後は重衣料の伸びが更に期待できる。ウールを中心とした起毛素材のアウターは、既に順調に推移している。また、前年に比べてクリスマス商戦の日並びも良く、ギフト関連の動きも活性化することが予想される。
		百貨店（売場マネージャー）	・9月の台風による個人宅の被災状況も徐々に復旧が進み、気温低下に伴って、ある程度は客の消費マインドの回復が期待できる。また、特に企業業績も堅調であることから、ボーナス商戦などにも期待ができる。
		百貨店（特選品担当）	・10月後半は、インバウンド客の来店人数も回復してきた。身の回り品、特に化粧品の購入客が増えており、9月に比べて10月は回復傾向にある。関西国際空港の閉鎖以降、行政や各企業による関西への集客の取組も強化されているほか、2～3か月後は年末年始、春節もあり、インバウンドの来客は今よりも良くなる。
		スーパー（店員）	・年末年始に向けた買物で客単価も上がってくるほか、前年に比べて毎月の客数は伸びているので、売上は増えてくる。
		コンビニ（経営者）	・中食は前年比での動きに変化はない。今後はインバウンド客が戻ってくるほか、たばこの値上げによる売上減少も今後は落ち着き、元に戻ってくる。
	コンビニ（経営者）	・中食関連の売上好調はまだまだ継続しそうである。また、プレミアム商品の人気も更に高まることで、客単価の上昇が期待できる。	
	衣料品専門店（営業・販売担当）	・オーダースーツの単価が上がっているほか、例年よりも早い時期から、コートのオーダーが入ってきている。	
	家電量販店（経営者）	・12月の4K放送開始を控えて、4Kテレビへの関心が高まり、テレビの買換えを検討している客が増えている。	

その他専門店〔食品〕（経営者）	・年末年始に向けて、売上は伸びていく。万博の誘致決定などで雰囲気が盛り上がれば、景気も少しは上向き可能性がある。
その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・今年は暖冬といわれているが、2か月後にはボーナスの支給もあるため、前年に欠品となっていたカイロなどの季節商材の在庫を確保することで、売上が伸びる。
その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・冬物のシーズンになっていくため、衣食住の単価が上がり、景気は良くなっていく。
一般レストラン（経営者）	・年末に向けて、下見客と団体客を狙っていく。また、年末年始のインバウンドの集客はまだまだ見込まれる。
一般レストラン（経理担当）	・時節柄、個人客、企業客共に宴会は多くなっている。おせち料理の予約状況も例年になく好調である。
一般レストラン（店員）	・年末に向けて家族で集まる機会や忘年会などが増え、外食が増える傾向となる。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・消費税の引上げの前に購入する客が増える。
観光型ホテル（経営者）	・11～12月はシーズンということもあるが、予約状況は堅調である。
観光型旅館（経営者）	・高額の料理メニューの予約が入り始めている。
観光型旅館（経営者）	・予約の動きが早い。
旅行代理店（支店長）	・ふっこう割などの施策により、金銭的補助のある商品は即完売している。商品によっては需要喚起ができていないため、年末年始の連休に向けて、販売の伸びる可能性が高い。
タクシー運転手	・11月には忘年会の動きが始まるため、少し期待している。
タクシー運転手	・街の中でも手を挙げる人が増えている。これから気候も良くなり、外に出てくる人や観光客も増えるので、タクシーを利用する客が増える。
タクシー運転手	・秋になるため、京都を訪れる国内客が増えるが、外国人客が多過ぎて、宿泊場所がない状況である。
通信会社（経営者）	・京都市内における、ホテルなどの建設関連の受注増が見込まれる。
通信会社（企画担当）	・クリスマスシーズンに向けて、一般消費者の購買意欲が高まってくる。
競艇場（職員）	・全国発売のSG競走の売上が好調である。特に、電話投票については、全てのレースで数字が伸びている。
住宅販売会社（総務担当）	・来客数の増加に伴い、具体客が増え、契約も増加する。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税の引上げが正式に決まり、新築住宅は来年3月までに契約すると現行税率が適用されるため、駆け込み需要が期待される。
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・年末の繁忙期に向けた、仕事量の増加は例年どおりである。特に景気が良くなることはないが、時間外作業の増加で収入はアップする。
一般小売店〔花〕（経営者）	・季節商材の売上は伸びる一方、通常の商品の納品が減少するため、売上の上昇は見込めない。会社や店舗では、経費の節約傾向がみられる。
一般小売店〔時計〕（経営者）	・今年の夏の暑さから考えて、冬は例年よりも寒くなるとの予報がある。生活防衛と個々の健康維持など、限られた予算の中で、優先順位が決まっている。今使っている物が壊れない限り、あるいは必要に迫られない限り、時計に出費が回ることは期待できない。
一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・景気の上昇感が得られるように、少しずつでも努力していくしかない。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・客の様子は決して悪くはないが、客単価が上がってこない。この状態は11月まで続きそうである。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・米国の中間選挙による影響が日本にどのように出るかは分からず、消費者もそのことを気にしている様子はない。数か月先も何かよほど大きなことがない限り、現在と余り変わらない。
百貨店（売場主任）	・暖冬予想につき、冬物商材や防寒衣料品は苦戦するものの、引き続きインバウンドが売上をけん引すると予想される。
百貨店（売場主任）	・インバウンド以外で、トピックになるような消費の動きがない。
百貨店（売場主任）	・10月については、やはり9月の反動による売上増であったと考えられるため、先行きは現状維持が予想される。

百貨店（企画担当）	・外国人売上については、前月の関西国際空港の状況から、団体ツアーの多くがキャンセルになっているため、今月のような傾向が続くそうである。国内客の動きについても、動きは悪くはないものの、ほぼ前年並みという今月の状況が続くそうである。
百貨店（営業担当）	・来年の消費税の引上げは気になるが、消費に影響するような国内情勢の不安材料は余りない。ここへきて防寒衣料などの動きも良く、このまま年末商戦に向けて、消費意欲は上がっていく。
百貨店（サービス担当）	・来月以降もインバウンド効果は変わらないと予想される。お歳暮商戦も好調で、おせち料理の予約も好調に推移している。年末年始の商戦に対しても、好調な集客が見込まれる。
百貨店（販促担当）	・悪くなる要素と良くなる要素が混在している。悪くなる要素としては、米中問題を含めた世界情勢の不安定化による株価の低下や、原油高による冬場の生活費の上昇で、消費が守りに入ることが予測される。一方、消費税率10%が現実的になってきて、高額品を中心とした前倒し需要も見込まれる。商品自体にヒットアイテムはないため、気温や社会情勢に流される状況が続く。
百貨店（販売推進担当）	・株価低迷の影響が出ないか心配であったが、今のところ高級輸入ブランドは順調に推移しており、今後もしばらくは安定的な動きが続く。
百貨店（外商担当）	・国際的な政情不安で株価が乱高下しており、富裕層による高額品の受注が続くかどうかは見通せない。
スーパー（店長）	・海外、国内経済共に、先行きは不安定である。ガソリン価格の高騰も、小売業にとってはマイナス要因であり、来店頻度が減る可能性がある。
スーパー（店長）	・人口が徐々に減少しているエリアであるが、直近での競合店の出店もないため、大きくは変化しない。
スーパー（店長）	・来客数の減少が続く、高額品についても、株価の下落で消費マインドが冷えているため、苦戦が予想される。
スーパー（店長）	・既にやや良い状況で年末年始を迎えるため、これ以上極端に良くなるとは考えにくい。
スーパー（店員）	・近隣のスーパーとの競合が激しく、チラシが入る日以外は余り変わらない。
スーパー（企画担当）	・台風も少ない季節となり、天候が安定してきているため、大きな変化はない。
スーパー（経理担当）	・消費税の引上げの話題が増え、増税対策にはバラまき感も強いが、連日マスコミに取り上げられるようになった。前回も増税の報道によって節約ムードが高まったが、クリスマス、年末商戦への影響が懸念される。
スーパー（管理担当）	・年末商戦を迎えるが、原料、生鮮品価格の高騰による買い控えが懸念される。
スーパー（社員）	・食品部門の堅調さが続いており、当面はこの傾向が続くことが期待できそうである。ただし、株価の低迷や消費税の引上げにより、今後は節約を考える客が増えてくることを危惧している。
コンビニ（店員）	・客の様子からも、特に変化は感じられない。店舗は駅からも近いので、帰り道に日用品や雑貨、食品などを買う動きが多く、売行きも順調である。
コンビニ（店員）	・住宅街にある店舗であり、高齢者が多数来店するが、年金制度や消費税の引上げに対する不安を口にしている。
衣料品専門店（店長）	・10月は前月の揺り戻しで、売上、来客数共に前年よりも増えているが、11～12月も同じように増えるかどうかは分からない。
乗用車販売店（経営者）	・新車、中古車の販売量が減少しているほか、車検整備などの部品交換も減ってきている。
乗用車販売店（販売担当）	・景気の行方など、余り好転しそうな要素はないが、何とか踏ん張りたい。
乗用車販売店（営業担当）	・モデルチェンジがない時期が続くため、買い控えが予測される。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・10月は、過ごしやすく暖かい日が続いている。その結果として、ハンドクリームやカイロ、ソックスなどの動きは鈍い。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・良くなる要因が見当たらない。ただし、宝飾品に興味があり、購入を希望している客がいるのは確かである。優先順位は低くても、気持ち良く購入し、喜んで帰ってもらえるように考え、努力することが必要である。

高級レストラン（企画）	・ 婚礼の宴会が引き続き減少している一方で、企業の宴会は順調に受注できている。また、インバウンドの宿泊予約は前年よりも好調であるが、国内の旅行需要は首都圏、中四国方面からの予約が減少している。
一般レストラン（経営者）	・ 昼の宴会の予約が伸びてきているが、寒くなれば、夜の営業やランチは客足が遠のくため、全体としては変わらない。
一般レストラン（企画）	・ 来客数は前年をやや下回っているが、一定の水準を保っている。客単価の動きも堅調な動きを維持しており、売上を下支えしている状況に変化はみられない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・ 特に良い材料は見当たらず、現状維持が精一杯である。
観光型ホテル（経営者）	・ 世界情勢に影響されて、日本経済の先行きも楽観的な見通しが立てられない。
都市型ホテル（スタッフ）	・ 忘・新年会は順調に予約率が上昇しているものの、2月以降の予約は微減である。逆に、3月は順調に予約が入っており、2月の売上が前年を上回るかは微妙なところである。市内全体の単価が下がっており、稼働率を優先した販売を強いられると予想する。
都市型ホテル（スタッフ）	・ 宿泊は改装工事のため、今後も減収が続く。宴会は忘・新年会の繁忙期になるが、定例の大口宴会は取れているものの、小口宴会の動向は不透明である。
都市型ホテル（管理担当）	・ 良くなる材料が見受けられない。
都市型ホテル（総務担当）	・ 外国人客の回復傾向が今後も続くかどうかは不透明であり、レストランの来店客も今後増えるかは分からない。
都市型ホテル（管理担当）	・ 関西国際空港は機能停止から回復したが、インバウンド客が完全に戻ってきたとは言い切れない。以前のような、前年を超える受注状況ではない。
都市型ホテル（客室担当）	・ 来客数は維持できているが、新規開業のホテルや民泊など、多彩な宿泊施設が増えたことで、客室単価が前年比で2%程度落ちている。
旅行代理店（店長）	・ 良くなっていく兆しが見られない。客の様子にも、何かをしようということはなく、計画的に年に1回旅行に行くことはあっても、ぜいたくをしたり、回数を増やすといった動きはない。世間の状況としても良い話を聞かない。
旅行代理店（役員）	・ 冬場にかけては味覚関連やスキー商品が主流となるが、暖冬の予想もあり、客の動きが遅い。
旅行代理店（営業担当）	・ 株安や米国の政情不安もあり、先行きが不透明である。
タクシー運転手	・ 観光でのハイヤー予約や、災害関連の企業からの予約は続きそうである。
観光名所（企画担当）	・ 自然災害による関西国際空港の閉鎖で、一時的に減少したインバウンド客も、次第に戻ってきている。このままいけば、通常の来場者数となる見込みである。
遊園地（経営者）	・ 10月は天候が落ち着き、業績も回復したが、客単価は伸びていない。自然災害から時間が経過したとはいえ、消費マインドはまだ改善の途中であり、消費に慎重な姿勢は続く。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・ 景気の先行きが不透明なほか、自然災害の影響が今もなお続いており、観光客も減少気味である。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・ レジャーへの意欲は一定の水準を維持できているが、付随する消費については、まだまだ財布のひもは固いという印象を受ける。
その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・ 引き続き、会費の値上げによる影響が続くと予測される。
住宅販売会社（経営者）	・ 少子高齢化により、必然的に不動産の需要よりも供給が多くなっていく。
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）	・ 景気への刺激になるような対策が行われていない。
商店街（代表者）	・ 来客数は徐々に減っており、ここ数年の傾向に変化はない。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・ 当市の近郊に限った動きであるが、商業施設の拡大とリニューアルがかなり進んでいる。原料の販売についてはデフレ傾向にあり、少し良いと感じるのは、外食や観光の要素が含まれている業種が多い。家計に占める食費のウエイトが、価格の上昇で変化している。

	百貨店（売場主任）	・貿易戦争を中心とした世界情勢の不安定化に伴う株価の下落のほか、前年は気温が低く防寒商品が好調であったため、今年はその反動が出る可能性もあるなど、不安材料が多い。その上、一部の大手取引先においては、過大な在庫を抑えるため、商品の生産に消極的な傾向が顕著であり、良くなる材料に乏しい。
	百貨店（営業担当）	・インバウンドの好調は続きそうであるが、米中貿易戦争の影響による企業業績の伸び悩みが予想される。また、株安により、富裕層の消費動向に対する不透明感も出てきている。
	百貨店（商品担当）	・中間選挙を控えた米国が保護貿易を推し進めるなか、世界経済が減速する懸念が払拭できず、円高や株安の不安が高まっている。消費税の引上げの期日が迫っても、消費マインドの活性化は限定的で、先行きは弱含みだと予想される。
	百貨店（宣伝担当）	・株価が不安定であり、国内富裕層への影響が懸念される。また、好調なアイテムがある一方で、衣料品売上は低調であるため、単価の高い重衣料の実需期に入ってもこの傾向が続けば、売上全体に響く恐れがある。
	百貨店（営業企画）	・株式相場の急落、消費税の引上げへの警戒など、リスクファクターが多い。
	百貨店（マネージャー）	・米中間の貿易戦争は出口の見えない消耗戦となっている。お互いに姿勢が軟化する気配はみられず、今後の米国、中国企業の決算発表が、市場やアナリストなどの予想を下回るようであれば、世界中を巻き込む混乱につながりかねない。訪日外国人や富裕層の消費に支えられている百貨店は、大きな影響を受けるリスクを抱えている状況である。
	スーパー（経営者）	・ガソリン価格の高騰などは、生活に影響が大きいため、消費は冷え込む。
	スーパー（経営者）	・前年も年末にかけて農産物の相場が高騰したが、今年はその相場を上回することは難しい。前年比では景気にも陰りがみられ、株式相場の高揚感もない。食品スーパーやドラッグストアの出店もあり、競争が激化するほか、需要の先食いともいえる備蓄が9～10月にあったため、年末は少し厳しくなる。
	コンビニ（広告担当）	・米中間の貿易摩擦や中国の景気後退、中東情勢の変化による原油価格の高騰、米国の中間選挙の結果といった海外情勢に関する不安と、それに対応できない国内政治によって、将来的に悪くなる。
	コンビニ（店員）	・更に気温が下がれば、客単価も下がる。
	乗用車販売店（経営者）	・株価の下落が消費意欲を減退させる。
	乗用車販売店（経営者）	・小売が全く駄目である。一方、自然災害に関する自動車の修復作業については、しばらく忙しいものの、その先は全く分からない。
	乗用車販売店（経営者）	・米中間の貿易戦争に端を発した世界同時株安の影響で、景気は更に悪くなる。また、今は台風の影響で、建設業や自動車ばん金修理業などで仕事があふれているが、今後は正常に戻り、特需もなくなる。
	住関連専門店（店長）	・客の様子からは、消費税率アップに伴う各種の制度や方向性がはっきりしなければ、消費者の購買姿勢に慎重さが増すばかりだと感じられる。
	その他専門店 [宝石]（経営者）	・米国と中国の貿易戦争の影響を日本がどのように受けるのかが、非常に注目される。
	観光型旅館（管理担当）	・米国の株価変動や、来年の消費税率10%への引上げが確定したことを受け、景気が冷え込む。
	テーマパーク（職員）	・消費税の引上げが具体的にできると、必ず消費活動は冷え込む。さらに、現時点で消費の落ち込みへの対策として出てきている案に、使えそうなものがない。
	その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、暑い時期は客が増えるが、寒くなると来客数が減少する。
	住宅販売会社（経営者）	・ホテル、宿泊施設の供給が十分に増え、需要に陰りが出始めたように感じる。これまで地価上昇をけん引してきたホテル需要から、居住用やビジネス需要へと転換が始まれば、地価が少し下落する恐れがある。
	住宅販売会社（従業員）	・株価の低迷や、収益不動産における個人への融資規制、金利の上昇などによる不動産への投資意欲の減退が予想され、今後は価格調整期に入る。
	その他住宅 [情報誌]（編集者）	・世界情勢の混迷による株価の下落や不安定化に伴い、高額所得者や富裕層の消費マインドが低下するほか、資産防衛姿勢の強まる懸念がある。
x	一般小売店 [野菜]（店長）	・世界情勢が不安定になってきており、厳しい状況が続く。

	x	スーパー（店長）	・暖冬が予想されているほか、米国の中間選挙後の世界情勢は不透明であるが、足元はガソリン価格の高騰や株価の急落など、消費を冷やすような要素が多い。
	x	衣料品専門店（経営者）	・客が高齢化して洋服が必要なくなっているほか、主婦層は買い控えしており、消費の動きが悪いため、今後は景気が悪くなる。
	x	衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げよりも生活コストの増加が問題である。特に、電気代やガス代、金融機関の手数料などが上がっている。また、消費税の引上げに対応した景気対策にも問題が多い。電子マネーの利用による還元については、電子マネーの手数料が3%以上あり、小売店の負担が大きい。
	x	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・消費税の引上げへの動きは定かではないが、消費者の自己防衛意識は次第に高まってくると予想される。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・バイオマス発電向けの燃料事業が徐々に始まり、新事業として少しずつ成果が出てくるため、利益の増加が見込まれる。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・既に春までの受注確定分もあり、好調である。あとは人員や材料の確保が可能かどうかの問題となる。
		化学工業（経営者）	・年末から年度末に向けての見積りも増えてきており、受注率も少し上がってきているので、少しは良くなる。
		化学工業（企画担当）	・年末の食品需要期に入るため、一時的に状況が改善される。
		化学工業（管理担当）	・取引先からの、今後3か月の受注見込み量が増加してきている。
		金属製品製造業（営業担当）	・これから需要期に入るため、受注増が期待できる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・世界の政治情勢は混んとしているが、最終的には自制心が働くのではないかと。たとえ米国大統領といえども、根は商売人であり、ちゃぶ台はひっくり返さないと予想される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数が増えてきており、受注量も少しであるが増えている。
		建設業（経営者）	・この流れが続けば、徐々に受注が増えていく。
		輸送業（商品管理担当）	・様々な販売店がセールを行うので、商品の移動が増える。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・年内は今月の状況が続きそうである。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・単発の大きな案件が決まり、売上としては増えるが、あくまでも単発のため、継続は見込めない。
		食料品製造業（従業員）	・原材料、資材価格の値上げの商談があり、今後は影響が出てくる。一方、販売面では安価な製品が中心という状況が今後も続く。販売量を維持していきたいが、大きく伸びることはない。
		食料品製造業（経理担当）	・インバウンドも活気がなくなっており、景気が上向くまでには時間が掛かる。
		繊維工業（総務担当）	・高付加価値品の開発が進まなければ、現状からの好転は望めない。
		繊維工業（総務担当）	・ユーザー対策を流通各社が工夫しなければ、流通が機能を失ってしまう。結果として、買う楽しみがない催事になりつつある。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・仕事内容に変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・客からは、大きな変化がありそうな情報はない。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・消費税の引上げが来年後半に予定されているため、今後は価格などの修正が必要となることから、新規、既存に限らず、印刷物の発注は控えめとなる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・取引先は、米国と中国との貿易戦争を冷静に見守り、先走りを受けようとしていると感じる。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・日々の努力で得た利益が、運送代や包装資材の値上がりで消えていたが、今後は原油高が予想されるため、更に足を引っ張るのではないかと心配している。ここ数年はこういった状況で推移している。	
	金属製品製造業（経営者）	・米中間の輸入関税問題という不安要素があるほか、鉄鋼関係の材料不足が続き、解消するまでに時間が掛かりそうである。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・当社の扱う製品の納期は大変長いので、今後数か月では景況は変わらない。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・4K、8Kの放送が12月1日からスタートするが、テレビの実売を大きく押し上げる要因にはならない。	

	電気機械器具製造業 (営業担当)	・今月は台風の影響で、高潮関連の仕事が入って忙しいが、来月以降の予定がない。	
	その他製造業〔事務用品〕 (営業担当)	・年末年始にかけては新商品の数も少ないため、変わらない。	
	その他製造業〔履物〕 (団体職員)	・百貨店を始めとした小売関係が不振のため、靴メーカーへの発注量が増えず、苦慮している。	
	建設業(経営者)	・東京オリンピック関連工事も佳境を迎えるため、東京一極集中の傾向は変わらない。今後も地方の建設会社との格差は続く予想される。	
	建設業(経営者)	・消費税の引上げへの対応が、問合せが増えている。	
	輸送業(営業担当)	・年末に向けて多少は売れるが、集客する材料がないため、例年と変わらない。	
	通信業(管理担当)	・変動要因が見当たらない。	
	金融業(営業担当)	・復興支援事業に伴う工事は一時的な動きであり、それが落ちれば売上は元に戻る。復興支援の資材調達における資金繰りのほか、復興支援が落ち着いた後の資金調達が今後の課題となる。	
	金融業〔投資運用業〕 (代表)	・消費税の引上げへの不安や、日本市場とは関係の薄い事情での株価の乱高下など、日本経済に勢いが感じられない。	
	金融業(副支店長)	・今後の受注見込みについては、横ばいと回答が多い。	
	不動産業(営業担当)	・株安によって米国のバブルが崩壊した可能性がある。今後は株価が下がり、不動産の価格も下がっていく。	
	新聞販売店〔広告〕 (店主)	・折込収入が落ち込んで回復しないまま、横ばい状態が続いている。	
	広告代理店(営業担当)	・得意先の様子からも、今年度末まではまずまずの状況が続くと感じる。	
	司法書士	・今月は会社の解散が続き、事業所の閉鎖に伴う不動産登記などが増えたが、起業案件もあったため、景気に大きな変化はない。	
	その他サービス業〔店舗開発〕 (従業員)	・米中貿易摩擦の余波に加え、消費税率の引上げ問題など、将来に向けての明るい話題が見当たらない。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕 (経営者)	・今のところ変化はないようであり、前年と変わらない。	
	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・現状は、引き合い案件数の減少がみられる。	
	広告代理店(営業担当)	・今年の後半になり、前年の売上を下回ってきている。	
	広告代理店(企画担当)	・世界経済の不安定な状況がこの先も続きそうである。金利もそろそろ上がりそうなので、大きな物を購入する勢いが無い。	
	×	繊維工業(団体職員)	・受注量が減少し、コスト上昇分の価格転嫁もできないなど、非常に厳しい状況である。
	×	輸送業(営業担当)	・人手不足によって募集広告費や人件費が増えている一方、今まで受けていた荷物を減らしているため、利益の減少などの悪循環が始まっている。
	×	その他非製造業〔電気業〕 (営業担当)	・世界経済が悪くなっており、日本の景気回復は望めない。
雇用 関連 (近畿)	人材派遣会社(支店長)	・景気の良さは感じるものの、人材不足感は否めない。	
	人材派遣会社(営業担当)	・採用難であることが、採用企業側にも浸透しており、募集年齢の引上げなどに応じてもらいやすくなっている。	
	アウトソーシング企業 (管理担当)	・年明けの仕事も確定し、期待がもてるようになっている。	
	求人情報誌製作会社 (営業担当)	・東京オリンピックに向けて、警備関連の企業などを中心に盛り上がっている。	
	職業安定所(職員)	・関西国際空港などのインフラの復旧が想定よりも早く進んでいることから、求人、求職共に9月の減少は一時的であり、台風前の傾向に戻ると予想している。また、建設業などでは、災害復旧のために、更に人手不足が進んでいるとの声もある。	
	学校〔大学〕(就職担当)	・人手不足感のある企業からは、業績が堅調に伸びているという報告を受けている。	
	人材派遣会社(役員)	・少なくとも年内、年度内は、派遣社員の正社員化や、処遇の引上げは続くと考えられる。	
	人材派遣会社(営業担当)	・働き方改革などで、待遇の悪い環境で勤務している人の転職希望が増えそうである。	
	アウトソーシング企業 (社員)	・最低賃金は上がったが、それ以外の条件は何も変わらない。	
	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・年末年始商戦の予想をみても、特に大きな変動要素は見当たらない。このままの状態が推移することが予想される。	

	職業安定所（職員）	・新規求人数は減少傾向にあるが、依然として求人倍率が高く、人手不足感は強い。特に、人手不足である建設や運輸、医療、福祉では求人は多いが、希望する求職者が少ない。一方、企業の廃業や倒産、人員削減などの情報は少ない。
	職業安定所（職員）	・特に大きな変動はみられない。
	民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の日雇求人は、前年比、2年前比でほぼ同様の水準で推移している。長期にわたって横ばい傾向が続いており、景気の良くなる材料が見当たらない。ただし、今後は災害復旧工事の動向や人手確保の状況によって、変わる可能性がある。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・相変わらず人手不足が続いていて、超売手市場であるため、しばらくはこの状態が続く。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・短期間では変化がない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・求人数は年末に向けて増える傾向にあるが、人材不足が続いているため、なかなかマッチングが難しい。
	学校〔大学〕（就職担当）	・地方経済のテコ入れが必要と感じている。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・これまで求人を出していた会社が求人を減らし始めており、人手が必要なくなっているように感じる。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・ここ半月ほどの米国や中国、日本の株価の急激な下落を、一時的な調整とみるのは楽観的である。米中間の貿易摩擦による中国経済の減速のほか、それに伴うアジア諸国の経済停滞の可能性もある。さらに、いずれは米国経済にもマイナスの影響が出てくるとみられる。外需関連の大手企業の下請企業が多い関西も、その影響を受けて停滞する可能性があり、求人数にもマイナスの影響が出てくるとみられる。
x	-	-