

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）	・ボーナス、クリスマス商戦に入り、景気は良くなる。消費税の引上げの話もそろそろ客との話題に始めているが、しばらく景気は上向き傾向となる見込みである。
		家電量販店（企画担当）	・駆け込み需要がないように対策の検討が進んでいるとはいえ、家電やリフォームといった耐久消費財では、高額商品を中心に、消費税の引上げ前の駆け込み需要が出ると予想される。また、平成最後というプレミアム付きの商品も、売れると考えられる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・今後はボーナス商戦に入るほか、新しい年を控えてのバーゲンセールもあり、景気は良くなる。CM効果は大きく、体のメンテナンスに関する商品は、ほぼCMを見た客となっている。
		高級レストラン（スタッフ）	・12～1月にかけて、1年で最も忙しい期間になる。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・改元があり、大阪万博も決まるなど、新しい時代に入る期待が高まっている。消費税の引上げによるマイナスはあるものの、消費マインドは上向きつつあると感じる。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・ホテルからの新規取引の獲得で売上が期待できる。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・高額品が動く理由を考えると、来年に消費税率が上がることに関係していると推測される。高額品の動きは、ここ2～3年では最も良い。
		百貨店（売場主任）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が、高額品を中心に既に始まっている。2～3か月先には、更に顕著になると予想される。
		百貨店（売場主任）	・気温の低下の遅れにより、冬物衣料の動きが遅れている反動が出るほか、来月の大型施策による集客策にも期待できる。
		百貨店（売場主任）	・企業業績、ボーナス支給額共に上向いているため、12月に入って年末の雰囲気が出れば、基調が変化すると予想している。
		百貨店（企画担当）	・インバウンド売上については、一般商品の売上が減少から徐々に増加傾向に転じ、売上全体を押し上げてくる。一方、前年に比べて気温が高い影響で、国内客はコートなどの季節商材の動きが非常に悪いものの、気温の低下に伴って、来月以降は動きがやや改善する。
		百貨店（営業担当）	・インバウンドの好調は今後も継続する。また、富裕層の優良客についても、不動産収入などのある客が、高級海外ブランドの時計や宝飾品の高額品を購入するようになる。
		百貨店（マネージャー）	・株価も落ち着きをみせ、高額品が売れている。また、気温もようやく下がってきたため、コートなどの単価の高い物が売れ始めている。
		百貨店（服飾品担当）	・12月は前年に比べてクリスマス商戦の日回りが良く、防寒アイテムの売上も伸びていることから、11月よりも上向くことが予想される。また、好調を維持しているラグジュアリー関連も、12月の新作マーケットが始まることで、新客、既存客共に動きが活発化することから、売上の増加が続くと予想される。
		百貨店（売場マネージャー）	・世界経済の先行きや、来年度の消費税の引上げなどに対する不安はあるものの、企業業績は回復傾向にあるため、特に年末年始の商戦には非常に期待できる。
		百貨店（外商担当）	・年明けから、高額品に関しては消費税の引上げの話題が商談に出てくるなど、増税前の駆け込みの購入が少しずつ始まっていく。
	百貨店（宣伝担当）	・宝飾品、時計など的高額品の動きが、富裕層を中心に堅調なほか、大阪万博の開催決定、改元などの祝賀ムードも高まっているので、ボリューム層の消費が喚起されることを期待している。	
	スーパー（店員）	・年末年始が過ぎると大きなイベントもないので、売上増加は見込めないが、近隣の新築マンションの入居が始まるため、客足が増えることを期待したい。	
	スーパー（企画担当）	・12月商戦に向けた売場の商品展開も始まり、クリスマスや年末年始にかけて購買意欲が高まる時期となる。特に、総菜については、おせち料理の予約獲得も含め、注力していくことが重要である。	

スーパー（企画）	・徐々にではあるが、消費税の引上げによる駆け込み需要が個人消費の押し上げ要因になる。商品やサービスによって駆け込みの時期は変わるが、初夏までは緩やかに上昇し、8月からは一気に拡大する。
コンビニ（経営者）	・現在も近隣にマンションやホテルが多く立ち並ぶが、来年にはタワーマンションやホテルが新たにオープンするため、より一層人口が増え、売上の拡大につながる。
コンビニ（経営者）	・ファーストフード商品の充実に伴い、客単価の上昇傾向や、売上の増加傾向の継続が期待できる。
コンビニ（店員）	・ボーナスの支給もあり、外に出る機会が増えると予想される。コンビニは便利なことから、外出に伴う利用が増える。
コンビニ（広告担当）	・米中間の貿易摩擦の影響など、米国の保護貿易による影響次第で大きく変わるかもしれないが、今のところは大きな要素は見当たらない。東京オリンピックや大阪万博などに向けて、外国人客も引き続き日本を訪れることが予想される。
衣料品専門店（店長）	・2か月連続で前年よりも来客数が伸びたほか、来月にかけてクリスマス商戦を控えているため、良くなる。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・オーダースーツの2～3着のまとめ買いが増えている。
家電量販店（経営者）	・4K放送の開始に伴い、テレビの販売量の増加が見込まれているほか、来年の消費税の引上げを控え、客が高額の買物に対して早めに動く様子がみられる。
家電量販店（人事担当）	・4K、8K放送の開始に向けて、チューナー内蔵テレビなどの映像関連商品の売上増加が見込まれる。
家電量販店（営業担当）	・やはり、大阪万博の誘致決定による影響が出てくる。
乗用車販売店（経営者）	・各社のボーナスも良さそうで、大阪万博も決まり、何となく浮かれた雰囲気が広がりそうである。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・大阪万博の決定などが景気の上昇につながることで、自然と活気が出てくるのが予想される。
その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・年末商戦では、天候に左右される衣料品のほか、食品関連で売上が見込まれる。
その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・新しいカタログが発刊されるほか、送料の改定も落ち着く。季節も変わってくるため、受注量は伸びる。
一般レストラン（経営者）	・春節のアジアからのインバウンドにはまだまだ動きが増えそうである。特に、個人旅行の客にターゲットを定めることで、単価や来客数を引き上げる。
一般レストラン（経理担当）	・季節柄、企業の宴会が増える。今後は大阪万博の開催に向けての気運も高まってくるが、来年10月には消費税の引上げも控えているため、予想が難しい。
一般レストラン（企画）	・今まで動かなかった深夜やモーニングの来客数に変化がみられ、価格よりも質を求める需要が高まってきていると感じる。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・季節商材の販売に重点を置いており、気温が順調に下がってきているので、この数か月は良くなる。
観光型ホテル（経営者）	・ビジネスを目的とした海外からの客が増えているため、売上げが期待される。
観光型旅館（経営者）	・台風の被害による影響も薄れており、個人消費が動き出し始めている気配を感じる。
都市型ホテル（客室担当）	・訪日外国人が戻ってきていることもあり、1月の予約は前年比で10%増と好調に推移している。
旅行代理店（支店長）	・大阪万博の開催が決まり、関西のムードとしては盛り上がり始めている。客との会話の中で、この週末は大阪万博関連の話題が多かった。また、1～2月と3連休が続き、旅行に行こうという気運も高まる。
旅行代理店（役員）	・四季を体感できる気候に戻ってきており、味覚関連やスキー旅行の販売も増えつつある。
タクシー運転手	・年末や忘年会シーズンに向けて、動きが多少活発になりつつある。
タクシー運転手	・これから寒くなると、宴会シーズンとなるほか、地域の有名なイベントも開催される。それに伴って観光客も増加するため、良くなる。
タクシー運転手	・年末や正月になれば、京都では人出が増える。
通信会社（経営者）	・当面は好調な動きがまだ続くと予想される。
通信会社（企画担当）	・アミューズメントゲーム機器メーカーのとう汰により、市場は適正化の動きが進む。
競輪場（職員）	・例年、年明けは盛り返す傾向となる。

競艇場（職員）	・全国発売のSG競走の売上も前年を上回っており、年末にかけて好調に推移する。特に、電話投票やインターネット投票の好調が目立つ。
その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・景気が徐々に上向き、自然災害などによる出費や物価上昇も一息つく。
住宅販売会社（総務担当）	・客の様子や検討内容を聞くと、給与収入が伸びている新築希望者が多い。
その他住宅〔展示場〕 （従業員）	・注文住宅については、経過措置で来年3月までに契約すれば、引渡しが遅れても消費税率が8%となるため、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）	・年末の繁忙期を迎え、仕事量が例年のように増えている。当社の人手不足は解消される見込みがないため、時間外作業による手当でのほか、ボーナスも重なり、個人的には景気が上向きになる。
その他住宅〔情報誌〕 （編集者）	・大阪万博の決定で、関西での都市開発が加速する期待が高まり、建設需要を始めとする景況感の上向き材料になる。
商店街（代表者）	・客足の引きが早く、長らくこの状況が続いている。
一般小売店〔時計〕 （経営者）	・客の平均年齢が高いせいか、年金の話がよく出てくる。決して明るい話題ではなく、不安を伴うことが多い。また、若年客、年配客共に、生活の格差が非常に大きく、安定した要素が全く感じられない。
一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・バーゲンセールの後、販売量、来客数共に、どのような動きになるか分からないが、現状をみると増えるとは考えにくい。景気が上向いているとは思えない。
百貨店（企画担当）	・業界全体では、少なくとも改善は見込めない。当社の場合は、競合店の閉店によって売上が伸びている。
百貨店（営業担当）	・来客数の増加が堅調であるため、消費税の引上げまでは、大きく売上が減少するとは考えにくい。懸念材料があるとするれば、来年度から中国で導入される電子商取引法であり、現在のインバウンドによる売上が減少することが予想される。ただし、現在のインバウンド売上のうち、どれぐらいが転売目的かは把握できないため、影響の度合いは分からない。
百貨店（営業担当）	・暖冬が予想されており、冬物商材の動きが不透明であるほか、富裕層やインバウンドの購買動向についても、単価が低下する兆候が若干みられる。
百貨店（マネージャー）	・年内と年明けの需要は、価格志向が強い、選択消費による堅調な消費が続く。今後は消費者心理に大きく左右されるが、消費税の引上げ対策の情報により、多少は購買動向に影響が出ると予想される。
百貨店（特選品担当）	・10月からの国内客とインバウンドの消費動向には大きな変化がなく、好転するような材料も見当たらない。
百貨店（サービス担当）	・インバウンド効果で来客数は増加しているが、2年ほど右上がり成長であったのに比べると、ほぼ前年と変わらない状況である。新しい棟の改装を行うことで、前年の実績を維持していきたい。
百貨店（販促担当）	・3か月予報では暖冬の予想であり、防寒衣料や雑貨に加え、食品関連にも影響しそうだ。カニや野菜の価格高騰など、良い材料が少ないため、イベント需要のほか、暖冬に向けた食卓の提案などを細かく企画し、落ち込み幅を抑えるような展開を予測している。
百貨店（販売推進担当）	・大阪万博も決定し、明るい話題はあるが、米国、中国の動向が国内景気の先行きを左右する状況となっているため、予断を許さない。
百貨店（商品担当）	・米国が仕掛ける米中貿易摩擦などで世界経済が不安定化するほか、国内でも消費税の引上げへの対応の混乱があり、先行き不透明な状況となる。大阪万博の決定は明るい話題であるが、即効性はなく、一進一退で推移する。
百貨店（営業企画）	・ボーナスの支給などによるマインドの改善を期待したいが、株式市場や為替、原油価格などの外部環境が不安定な動きを示しており、先行きは不透明である。
百貨店（マネージャー）	・国内外で株価の下落が進んでいるものの、今月もほとんど影響がみられないように、引き続き富裕層の消費には期待がもてる。一方、中間層の消費が改善する要素が見当たらないほか、暖冬予報もあることから、従来と同様の傾向が続く。
スーパー（経営者）	・競合相手のディスカウント企業による出店があるため、売上、利益共に厳しい状況が続く。

スーパー（経営者）	・年末に向けて、同業者、他業種による競合店の出店が相次いでいる。価格訴求による売上、利益の伸びにくさに加えて、パートタイマーの確保がより困難になり、営業時間の短縮も余儀なくされている。コストが上昇するなかで、売上、利益の確保が難しくなっている。
スーパー（店長）	・競合店との競争や客の行動に大きな変化はみられず、しばらくは今の状態が続くように感じる。
スーパー（店長）	・現状の来客数の落ち込みがひどいため、これ以上の悪化はない。
スーパー（店長）	・年末年始を迎えるに当たり、ますます必要な物と不要な物をはっきりさせて、支出の内容を充実させる動きが強まる。
スーパー（企画担当）	・売上の推移から判断すると、変化はないと予想される。
スーパー（経理担当）	・消費税の引上げ関連のニュースが増えているほか、平成最後ということもあり、年末商戦は例年よりも盛り上がりを見せる可能性がある。
スーパー（管理担当）	・原材料や生鮮品の価格も落ち着いてきたが、下がっているわけでもない。年末商戦に向けて、買い控えにつながることも懸念される。
スーパー（開発担当）	・商品単価の値上げがあり、消費は落ち込んでいる。販売量も減っている。
コンビニ（店長）	・景気自体は余り変わらないものの、労働者不足が深刻な状況になっている。
コンビニ（店員）	・現状維持ができればよいが、来客数の減少が気になる。
家電量販店（店員）	・閑散期で、来客数も増える見込みが少ない。
乗用車販売店（経営者）	・新車の売行きは相変わらず悪いが、中古車の販売や車検、点検にはある程度の予約が入っている。ただし、全体的には仕事の量が減ってきている。
乗用車販売店（経営者）	・特に変化がない。車検整備などの基本的な注文についても、客からはいまだに厳しい要求がある。カーナビやドライブレコーダーなども、高価格の商品は売れない。
乗用車販売店（営業担当）	・年末年始になると客も多忙になるため、商談の機会が減少する。
住関連専門店（店長）	・消費者は、消費税の引上げ前に買うタイミングを見計らっており、慎重になっている。また、少々高くても長く使える物を買うという、これまでの習慣がここ数年で急激になくなっていく。数年前であればターゲットであった層も、買い控えをするようになっていく。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・特に良くなる材料は少ない。季節に合った気候や気温となり、商品の順調な動きを期待したい。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・今の株価の動きがそのまま続くかどうかは分からないが、今の状況で維持できれば、景気の状態も維持できる。大阪万博も決まり、少しは明るい方向に向かっていく。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・大阪万博は7年後であるが、先を見越した経済効果が出てくる業種ではないため、良くなる要因が見当たらない。
高級レストラン（企画）	・アジアからのインバウンド客のほか、国内客では首都圏や九州からの宿泊客が前年よりも減少している。
一般レストラン（店員）	・冬になるにつれて外出を避ける傾向があるため、良くなる見通しが全くない。
観光型ホテル（経営者）	・12～1月の先行予約も引き続き好調である。
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会、会議の2～3月の予約は好調で、前年を上回っている。客室は単価、予約率共に低調であり、新規参入の低価格ホテルと競争になると予想している。食堂は平日のランチで苦戦しているが、週末と休日は盛況である。
都市型ホテル（総務担当）	・宿泊予約数が前年を下回っており、客室単価の低下も続いている。一方、宴会の予約状況は、前年に近い水準で推移している。
都市型ホテル（管理担当）	・台風で関西国際空港が閉鎖された頃と比較して、アジアからのインバウンドの宿泊者数が回復している。
旅行代理店（営業担当）	・米中関係などの海外情勢の動きは懸念材料であるが、大阪万博決定の明るいニュースや、ふっこう割の効果もあり、回復基調が続く。
タクシー運転手	・企業関係、一般客の予約共に、比較的順調に推移しており、大きな変化はない。
観光名所（企画担当）	・現状、それほど変化はみられないが、インバウンドの来場数が維持できるかどうか、今後の来場者数を決める要素と考えている。
遊園地（経営者）	・秋の行楽シーズンを迎え、猛暑や台風などの自然災害からは回復基調にあるが、あくまでも被災前に戻っただけである。更なる改善の要因は見当たらず、依然として先行きは不透明である。

	その他レジャー施設 [球場] (経 理 担 当)	・ 12 ~ 2 月にはコンサートが21日間予定され、子供向けのイベントや企業イベントも開催されるため、例年と同等の集客を見込んでいる。
	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企 画 担 当)	・ インバウンド効果も安定期の段階となっている。大阪万博に向けて、年単位では関西の注目度が上がることで、集客の底上げが期待される。
	その他サービス [学習塾] (ス タ ッ フ)	・ 今月は無料体験期間であったが、料金が上がっているせいか、少し出足が鈍かったような気がする。
	住宅販売会社 (経 営 者)	・ 住宅需要の伸びていく要素が見当たらない。
	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)	・ 不動産価格は下落すると予想していたが、大阪万博の決定で現状維持が可能となる。
	一般小売店 [花] (経 営 者)	・ 気候の影響か、季節商材の売行きが鈍化しているほか、仕入価格の値上がりで利益も減っている。
	一般小売店 [衣服] (経 営 者)	・ 今年は暖冬になりそうで、コート類が不足気味に推移した前年とは異なる。不安要素を抱えているため、早めの処分を考えている。
	一般小売店 [珈琲] (経 営 者)	・ 季節要因もあるが、正月明けは商品の動きが悪化する。
	一般小売店 [精肉] (管 理 担 当)	・ これからはますます新しい消費スタイルに変わっていくことが予想される。専門店として、改めて情報発信や差別化を進めていかなければ、流れに飲み込まれてしまう。
	百貨店 (売 場 主 任)	・ 来年に中国で施行される予定の税金対策により、バイヤーによる購入が減少する可能性がある。また、順調なのは化粧品などの限られた商材であり、アパレルは苦戦している。特に、大手アパレルメーカーの決算が悪化する可能性が高く、ショップやブランドの改廃、商品の生産減少、投資の抑制などにつながるため、景気は悪化する。
	スーパー (店 長)	・ 来秋の消費税の引上げに向けて、増税の対象である耐久消費財に予算の回る可能性が高いため、軽減税率が適用される食品中心のスーパーは厳しくなるかもしれない。
	スーパー (店 長)	・ 暖冬の予想や、景気の先行き不透明感、消費税の引上げに関する報道の増加が、景気の悪化につながる。
	スーパー (社 員)	・ 衣料品や住関連に比べ、比較的堅調に推移していた食品部門でも、春から夏頃に比べて、買上単価がやや低下している。消費税の引上げの実施が決まったことで、客の節約心理が再び高まったと考えている。
	コンビニ (店 員)	・ 寒い時期は、来客数が減る。
	乗用車販売店 (販 売 担 当)	・ 取り扱っている車種が、来年1月から値上げとなるため、販売台数自体は減少する。
	その他小売 [インターネット通販] (企 画 担 当)	・ 人手不足や、原材料価格の高騰等による物価上昇が、消費に一段と大きな影響を及ぼすことが懸念される。また、消費税の引上げの動きも分かりにくく、先行き不安による消費への悪影響も懸念される。
	一般レストラン (経 営 者)	・ 近隣の大型ショッピングセンターに新しい店舗が入るので、客が分散され、商店街には人が流れにくくなる。
	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管 理 担 当)	・ 好材料が見当たらない。大阪万博の開催が好材料になることを期待している。
	観光型旅館 (経 営 者)	・ 年明け以降は、例年どおりの予約の動きである。
	都市型ホテル (ス タ ッ フ)	・ 宿泊は、改装の影響で大口団体が受注できないため、厳しい状況が続く。宴会も前年のような大型会合がなく、苦戦する見込みである。
	都市型ホテル (管 理 担 当)	・ 今後もホテルや簡易宿所は増え続け、更に供給過多になる。
	テーマパーク (職 員)	・ 消費税の引上げの理由がよく分からないまま、何となく既定路線のように進んでいる。軽減税率の制度設計や増税後の景気対策も、検討が不十分な内容であるなど、景気を向上させる理由が見当たらない。
	美容室 (店 員)	・ 正月を過ぎると、単価が落ちる時期に入ってくる。
	住宅販売会社 (経 営 者)	・ 市内の土地取引を高値でけん引していたホテル事業者の購買意欲に、やや陰りが出てきたように感じる。この数年でかなりの客室が供給されるので、警戒感が出始めている。
×	一般小売店 [貴金属製品] (従 業 員)	・ 消費税率の引上げの動きを警戒している。
×	一般小売店 [野菜] (店 長)	・ 取引先の動き次第となるが、競争率も激しく、値段も下がっている状況で、かなり厳しい状況が続く。大阪万博の誘致は決まったが、小さな店にまで恩恵は回らない。
×	一般小売店 [花] (店 員)	・ 理由は不明であるが、12月の予約の注文が少なく、客の動きが悪いと感じる。

	x	衣料品専門店（経営者）	・来客数の減少に加えて、秋物商材が売れ残っている。冬物の防寒商材も、仕入れても売れない状況である。
	x	衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げへの、政府の対応策に対する不安が高まっている。消費者は、過去の消費税の引上げを経験して、まとめ買いが節約にならないことを学習している。今回の場合、軽減税率の導入への不信感もあり、増税に備えて財布のひもが固くなると予想される。
	x	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、寒い時期になると来客数が減少する。
企業 動向 関連 (近畿)		食料品製造業（営業担当）	・クリスマスや年末年始のイベントなどで、飲料水の需要が伸びる。
		木材木製品製造業（経営者）	・バイオマス事業が予定したほど進まず、近い将来での大きな効果は期待できないが、その先に向けて、現在の事業に着実に取り組む。
		化学工業（経営者）	・受注が安定して増えてきているほか、案件の問合せも、前年に比べてかなり多くなっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注には至っていないが、引き合い件数が少し増えている。
		建設業（経営者）	・年末までに済ませたい案件や、年度末までの案件のほか、来年の消費税の引上げを見越した計画案件などが増えてくる。
		輸送業（商品管理担当）	・来月にボーナスが入れば買物をするため、販売量は増加する。
		輸送業（営業担当）	・学習機の販売が増えることを期待している。
		通信業（管理担当）	・ボーナス商戦に突入するほか、東京オリンピックや大阪万博に向けて景気が活発化する。
		金融業（営業担当）	・大阪万博の決定により、景気も回復傾向になると確信している。
		その他サービス[自動車修理]（経営者）	・年末までは今の動きが続きそうである。
		その他サービス業[店舗開発]（従業員）	・2025年の大阪万博の開催決定による経済効果を期待するのはもちろんであるが、足元の景気を見ると、米中間の貿易摩擦を始め、韓国との関係悪化、大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題に端を発した日仏関係の悪化といった懸念材料が多い。
		その他非製造業[商社]（営業担当）	・小さな案件ではあるものの、ようやくライティングの案件が出てきた感がある。
		食料品製造業（従業員）	・業務用の製品は安定した売上が期待できるが、家庭向けは年末年始の特売で競合他社の安売りが激しくなるため、相変わらず苦戦が続く。
		繊維工業（総務担当）	・中間業者における格差が広がり、出張しなければ売上が見込めなくなっている。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・特に、忙しさに変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・季節要因を考慮すると、客からの情報に大きな変化はない。
		化学工業（企画担当）	・年末の食品の最需要期に入ったが、販売量が伸びていない。このまま需要期を過ぎれば、通常期に戻る。
		化学工業（管理担当）	・取引先からの発注見込みでは、10～11月の好調な状態が継続するとの情報を得ている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・先行きが見通せない状況において、必要な物を必要なだけ購入する動きは加速する。多めに作って価格を下げる注文は減っていくため、言い古されたことではあるが、多品種少量生産でいかに利益を確保していくかが重要となる。
		金属製品製造業（経営者）	・年明けの発注の内示も、全体的には変わらない様子である。
	金属製品製造業（営業担当）	・ユーザーが価格の上昇を受け入れないという状況は、簡単には変わらない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・今後の景況も大きく変わらないと予想される。	
	一般機械器具製造業（設計担当）	・収入の増加が見込めないなかで、物価の上昇が進んでいる。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・不安要因は多いが、短期的には何とか現状を維持できそうである。原油価格も暴騰しない様子なので、楽観している。ただし、不安材料が顕在化する可能性もあり、緊張した状況は続く。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・4K、8Kの衛星放送の開始により、今よりも8Kテレビの荷動きが活発になると期待されるが、大きく台数が伸びる商材でもないため、全体としては変化がない。	

	電気機械器具製造業 (営業担当)	・大阪万博が決まったことで、仕事が増えることを期待している。	
	その他製造業 [履物] (団体職員)	・個人消費の低迷により、靴メーカーへの発注が減っているのが実情である。	
	建設業 (経営者)	・建設業界の東京一極集中の動きは、東京オリンピック関連の工事の後、減少すると予想されている。ただし、地方の建設業界は建設資材の高騰や人手不足の状況にあり、冬の時代が始まっていると感じる。	
	建設業 (経営者)	・人件費の上昇による影響か、様々な部分で材料単価や作業の手間賃は上がっているが、受注単価はなかなか上げられないのが現状である。	
	金融業 [投資運用業] (代表)	・年末年始の需要期ではあるが、消費税率の引上げを控えた、駆け込み需要を見計らった買い控えによって相殺される。	
	金融業 (副支店長)	・大阪万博が決定したため、将来的には良くなることが予想されるが、今後2～3か月の景気は、客の受注状況をみると、現状のままと予想される。	
	新聞販売店 [広告] (店主)	・クリスマスや年末商戦が始まり、折込件数の増加が期待できるが、12月に限った動きであり、年明け以降が不安である。	
	広告代理店 (営業担当)	・デジタルメディア関連の発注で、今期はプラスが見込めない。	
	広告代理店 (営業担当)	・今年に入り、売上が前年を下回る状態が続いている。	
	経営コンサルタント	・高級品と身の回り品で大きく分かれている。高級品については、消費税の引上げ前の駆け込み需要で良くなる。	
	司法書士	・大阪万博の開催決定により、心理的なプラス効果は期待できるが、2～3か月の短期間では具体的な変化はない。	
	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	・10～11月にまたがって製品の値上げが続いている。その価格転嫁を得意先に申し出て、交渉のための手間が取られ、時間に追われている状態である。	
	食料品製造業 (経理担当)	・現政権は外交には力を入れているが、内政には物足りなさを感じる。内需にも力を注いで欲しい。	
	繊維工業 (総務担当)	・靴下業界では、売上と利益の両面で厳しい状況が続いている。高付加価値品の開発に努力しているが、それらの商品の売上が伸びない。	
	繊維工業 (団体職員)	・需要動向が見通しにくい。	
	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・引き合いの減少に加え、競合他社との受注競争の激化が予想される。	
	輸送業 (営業担当)	・今月は単価の安い通販関係の荷物が多い。利益率が低いため、前年を割り込んでいる。	
	不動産業 (営業担当)	・米中の貿易戦争により、先行きが不透明と感じている経営者が増えている。設備投資のほか、不動産の購入、賃貸を控えるなど、様子を見る企業が増えるため、景気は来年に向けて弱含んでくる。	
	×	広告代理店 (企画担当)	・海外景気の影響を受けて株価が変動しており、景気的不安定さを感じる。
	×	その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・世界経済の動向や、日本の経済政策がはっきりしない。
雇用 関連 (近畿)	人材派遣会社 (支店長)	・大阪万博の誘致も決まり、市場は今後更に活性化することが予想される。	
	求人情報誌製作会社 (営業担当)	・大阪万博の開催が決定し、人材業界の盛り上がり期待している。	
	人材派遣会社 (営業担当)	・採用意欲のある企業が引き続き多いほか、採用の理由としても、社員の増員に伴う派遣依頼が増えている。	
	人材派遣会社 (営業担当)	・4月の採用に向けて、転職希望者の動きが年明けから始まる。	
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・新年を迎えるが、2020年の東京オリンピックと2025年の大阪万博への期待感で、良くなることを期待したい。	
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・正式に大阪万博の開催が決定したことで、現在でもかなり多いインバウンド需要が更に増える見込みとなるため、準備のための採用募集なども増える。	
	職業安定所 (職員)	・直近の新規求人を見ると、ホテルや倉庫などの建設需要の増加に、台風21号による被害からの復興需要が加わり、建設業が大幅に増加した。大阪万博も決まり、今後も増加が続くと予想される。また、年末年始の繁忙期に向けた宅配ドライバーや倉庫作業などの運輸関連のほか、省力化や自動化機械といった設備投資関連の製造業でも、求人が大きく増えている。人手不足が深刻化するなか、この流れはしばらく続く。	

	民間職業紹介機関（営業担当）	・採用意欲はあるが、費用の掛け方には慎重という企業の姿勢は、全体として変わらない。その一方、就職活動のルール改正による採用活動の早期化もあり、世間の動きに乗り遅れないようにする動きもあるため、総合的に判断すると、やや良くなる。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・給与などの雇用条件は、今よりも更に良くなる。
	学校〔大学〕（就職担当）	・中小企業の採用者数は、まだまだ伸びる可能性がある。
	学校〔大学〕（就職担当）	・大阪万博の開催決定が心理面にも作用し、景気の回復に影響を与えてほしい。
	人材派遣会社（経営者）	・労働者派遣法の3年問題も峠を越え、今後は年末特有の忙しさが出てくるが、今年は様子が変わり、企業は落ち着いた動きとなっている。各業種とも忙しくしているものの、人材難で困っているわけではない。
	人材派遣会社（役員）	・労働市場を取り巻く環境について、短期間で大きく変動する要素は、現時点では見当たらない。
	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は高く、人手不足感は強い。特に、人手不足が厳しい建設業や運輸業、医療・福祉業では、求人は多いものの、希望する求職者が少ない。この傾向は当面続きそうである。
	職業安定所（職員）	・求人倍率も高止まりしており、大きく変わることはない。
	民間職業紹介機関（マネージャー）	・当面は夏頃的环境が継続する。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・今後も求職者の少ない状況が続くため、状況は変わらない。
	アウトソーシング企業（管理担当）	・前倒しで仕事が入っているため、新規の仕事がなければ、しばらく暇な状態が続く。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞広告における求人数は縮小均衡の状態が続いており、景気は下向きのベクトルを示し続けているため、正確な景気判断が難しい。むしろ外的要因である米中間の貿易摩擦による景気悪化の圧力が、輸出企業の下請が多い関西の景気にも波及し、マイナスの影響を与える可能性が高い。
x	-	-