

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)		家電量販店（店員）	来客数の動き	・歳末セールで元々来客数が多いところに、キャッシュレスサービスの利用フェアによる需要で、通常は購入しない客の購入が増えている。
		その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	それ以外	・今月はボーナスの支給や、近隣のドラッグストアの閉店もあり、天候の悪い日が多かったにもかかわらず、来客数は前年の1.5倍、売上達成率も110%を超えた日が多かった。客の買上点数も着実に増え、お勤めする商品を購入してくれる客が多い。
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・11月に続き、今月も好調である。
		旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・自然災害も落ち着き、需要が戻りつつある。
		一般小売店 [菓子]（営業担当）	単価の動き	・今月は年末商戦の売上が好調であり、このままの調子で良い新年を迎えたい。
		百貨店（企画担当）	競争相手の様子	・前月までと同様に、競合店の閉店によって当社に客が流入している。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・富裕層の優良客の一部が更に高額な宝飾品や美術品を求めており、全体的に売上を押し上げているため、景気が非常に良くなっている。ただし、そういった客を除くと、僅かに低迷している。
		百貨店（服飾品担当）	単価の動き	・12月のボーナス商戦やクリスマス商戦では、気温が全国的にやや高く、前半は少し苦戦したが、後半はギフト売上が伸び、好調に推移した。その一方、例年ギフト需要を引っ張っているアクセサリーやジュエリー関連の動きは二極化している。ラグジュアリー系は人気ブランドを中心に伸びた一方、国内ブランドは販売個数が伸びたものの、プラチナ系から10金などの手が届きやすい商材にウエイトが移り、単価の低下につながった。それに対し、防寒関連は厳しいが、優待などの仕掛けで売上は前年以上となった。化粧品も7～9%増となるなど好調を維持したため、年末商戦は全体でプラスとなりそうである。
		百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数は増加傾向が続き、特に特選洋品と化粧品の売上好調が続いている。一方、主力の婦人服は若干苦戦しているが、紳士服は前月よりも好調に推移している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・1人当たりの買上点数が増えている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・相変わらずファーストフードの売上は好調を維持しているほか、弁当やサラダの売上も好調である。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・9月の台風でインバウンド客は前年比で20%減少したが、10%減にまで回復し、たばこなどの免税品の販売が増えている。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・月末に近づくにつれて、まとめ買いの客が増えており、来客数は余り変わらないが、販売量が増えている。
		衣料品専門店（店長）	単価の動き	・複数点数を購入する客が目立っており、3か月前と比べて客単価が上がっている。
		衣料品専門店（販売担当）	それ以外	・タクシーを使う人が増えたような気がする。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・12月1日から4K放送が始まり、テレビの販売が増えている。地上デジタル放送への移行から約8年が経過しているため、買換えの見込み客も多く、今後も販売量の増加に期待している。
	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・冬季ボーナスの支給額の増加と、4K、8Kの本放送の開始が重なったほか、専用チューナー内蔵タイプが売れていることで、テレビの単価が上がっている。また、大阪への万博誘致が決まったことにより、来店客が増えている。	

家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・4K、8K放送の開始に伴い、4K対応テレビへの関心が高まっている。また、急に気温が下がり、暖房器具の購入のための来客数が伸びている。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・ボーナス、年末商戦ということで、通常月に比べてお買得感が高いため、客の購買意欲が刺激されている。3か月前の中間決算時に比べて、乗換えを検討する客は1.2倍に増えている。
高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・例年どおり、12月は忙しくなっている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数がやや増えて、忘年会などの宴会需要もあったが、動きが出たのは中旬になってからであり、トータルでは目標に届いていない。ただし、価値を認めれば、単価にかかわらず購入する客が、少し増えてきたと感じている。
都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・訪日外国人が戻ってきたことで、売上も前年比2.6%増で推移している。日並びもクリスマス期間が3連休であったほか、正月も1月4日を休めば9連休になることもあり、宿泊者数が7.5%増と伸びている。
都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・12月の宿泊部門の利用は、9月の台風21号による関西国際空港の閉鎖の影響はほぼなくなっており、宴会部門についても、前年を大きく上回る利用状況である。
旅行代理店（役員）	販売量の動き	・量よりも質を求める客が増え、部屋のグレードアップや航空機のCクラス、グリーン車の利用などが増えているため、販売金額の底上げにつながっている。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・建設、建築関連の業種は好調である。
通信会社（社員）	販売量の動き	・年末にかけて4Kテレビの購入者が増えつつある。ケーブルテレビの加入も、従来よりもプレミアム性の高いコースへの申込みが目立っている。
競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9,537円で、3か月前の8,657円よりも上昇した。ただし、前年に比較すると力強さが足りない。
競艇場（職員）	販売量の動き	・業界最大のレース、グランプリは大幅に売上が伸びており、特に電話投票の伸びが著しい。年末のレースも各場の売上は安定しているため、しばらくは好調が続く。
住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・台風の被害による補修工事の受注がいまだに多いほか、消費税の引上げ前の駆け込み需要による受注もみられ、業況は上向きと感じられる。
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数が大幅に増えている。
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	お客様の様子	・エレベーターの部品交換に対して、積極的に対応してくれる客が増えている気がする。来年度の消費税の引上げ前に、必要な物是对応しておくといった話をよく聞く。
商店街（代表者）	お客様の様子	・客足の引きが早いほか、商品を吟味する時間が長い。
一般小売店〔時計〕（経営者）	お客様の様子	・12月はクリスマスイベントがあったり、新しい年を迎えるといった特別感があるが、今年は全くその気配がなかった。ここ数年感じられる傾向ではあるが、今年は特にひどい。自然災害の余波がまだ消えていない人が多く、具体的に困っている人の話を聞くことも多い。先が見通せない中で、今月は目覚まし時計や掛け時計も含めて、全く売れなかった。非常に厳しい状況である。
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売上はさほど変わらず、前年比では5%減である。

一般小売店〔菓子〕(経営企画担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・今年12月と9月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は12月が98.2%で、9月が97.9%、関東は12月が113.9%で、9月が106.5%、中部は12月が93.1%で、9月が94.5%、中国は12月が86.9%で、9月が79.5%であり、各地区合計の平均は12月が96.9%で、9月が93.2%となった。11月と同様に、12月に入っても新商品の発売が比較的好調で、数字は伸びているが、お歳暮やクリスマス商戦が芳しくなく、全体としても余り良くない。
一般小売店〔精肉〕(管理担当)	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・12月の繁忙期でありながら、高額商品の動きが悪い一方、豚肉などの安価な商品が動いているわけでもない。これには、近隣への大型スーパーなどの出店が影響している可能性がある。店舗の中でも、最も来客数が多く、平均的な単価で販売している店舗の実績が悪くなる傾向にある。
一般小売店〔衣服〕(経営者)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・パーゲンセール前の時期であり、セールを待っているためか、消費者の買い控えが目立つ。
一般小売店〔呉服〕(店員)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・着物屋であるが、来店しても、今までに比べて手に取る商品が減っているように感じる。商品を勤めても、話半分で帰ってしまう。
百貨店(売場主任)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・今月は目標を達成する見込みである。インバウンド需要の好調により、化粧品や特選洋品などの売上規模の大きなゾーンが好調で、売上全体をけん引している。その反面、アパレルや雑貨では、気温の影響もあって季節商材が振るわなかった。特に、国内客の消費は厳しさが更に増しているように感じる。
百貨店(売場主任)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・12月26日現在、入店客数は前年比で1.3%減とやや悪いが、増床効果で売上は0.7%増と前年を上回っている。12月前半は気温が高いことも影響し、衣料関連が苦戦した。27日は来客数、売上共に好調であるなど、年末の寒波による影響の可能性は出ているものの、例年どおりの年末となりそうである。
百貨店(商品担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・ラグジュアリー関連や高級時計、化粧品は好調を維持し、クリスマスや催事、迎春関連などの食品も順調である。一方、暖冬傾向により、ファッション関連、特に防寒アイテムは全般的に厳しい。12月はギフトや季節イベントで国内需要が高まるため、インバウンドのシェアは低下傾向にあるが、前年を上回る動きは続いており、依然として全体を下支えする形となっている。
百貨店(販売推進担当)	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・暖かい日が続く、婦人防寒衣料、雑貨などは苦戦しているが、インバウンドの需要で特選輸入ブランドや化粧品の動きは堅調である。今秋に改装を実施した高級時計や子供服も好調に推移し、全体の入店客数、買上単価共に前年をクリアできている。
百貨店(マネージャー)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・国内客の消費マインドは全体的に節約志向が続いている。ファッション商材はコートやストールなどが前年比で10%減と苦戦し、化粧品が4.5%増、食品が1.4%増という傾向である。インバウンド需要は他府県に比べて金額的にまだまだ少ないが、12.3%増で推移している。
百貨店(特選品担当)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・全体的な売上や客の動きは、前年比で多少プラスになっているものの、年末のインバウンド需要が前年よりも若干後退している部分もあり、全体的には変わらない。
百貨店(宣伝担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・食料品や化粧品などの消耗品や、インバウンドの売上シェアの高い特選品、宝飾品は好調であるが、暖冬の影響で衣料品の苦戦が続いている。ファッション商材については、国内のボリューム層の消費が依然として鈍い。
百貨店(サービス担当)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・今月もインバウンド効果の影響は変わらず、前年と変わらない状況で推移している。また、化粧品や特選婦人用品などは伸びが少し落ちてきているが、ほぼ好調に推移している。

	百貨店（販促担当）	販売量の動き	・やや高めの気温の影響で、冬物商材の動きが継続的に鈍い。防寒衣料や雑貨に加え、鍋物商材などの生鮮食品も苦戦している。特に、食品は野菜の価格が安く、客単価の押し下げ要因になっている。さらに、お歳暮ギフトは年々縮小傾向にあり、今年も例外ではなく苦戦しているが、クリスマスギフトは比較的堅調に推移している。
	百貨店（マネージャー）	単価の動き	・直近は、別棟に特選ブランドの店舗がオープンした効果もあり、全体で前年に比べて約3%売上が伸びている。このオープン効果を除いても、前年を1.5%程度上回る推移となっており、全体の買上客数の減少を客単価の上昇で補っている。また、訪日外国人売上は伸び率が大きく鈍化したものの、前年比で約8%伸びており、引き続き化粧品が好調である。富裕層の消費も、これまでと変わらず堅調に推移している。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・12月は野菜がかなり買いやすい相場に下がったにもかかわらず、クリスマス頃まで肉や魚、鍋関係の商品の動きが非常に鈍かった。し好品である酒や菓子も振るわず、結局クリスマスと年末の4日間に集中して、少し良い物が動いた。ふだんの日には節約し、いざというハレの日だけに張り込むという消費の傾向がうかがえる。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・競合店が新たに開店したわけではないのに、来客数の減少が続いている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・競合店の改装や家電量販店の出店、暖冬の影響で、衣料品や住関連の季節品が苦戦しており、来客数の減少が続いている。また、野菜の単価ダウンの影響で、1品単価や客単価の低下にもつながり、売上が苦戦している。
	スーパー（社員）	単価の動き	・前月に続き、例年に比べて気温の高い日が続いている。天候も安定した日が多く、客の来店は堅調である。ただし、野菜を中心に生鮮食品の価格が下がっているため、前年の売上を確保できない店舗が増えている。
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・ここ数か月は、何が良くて、何が悪いということもなく、安定している。
	コンビニ（広告担当）	お客様の様子	・日頃の景気に大きな変動はないが、国内では一部の食品の値上げなどもあり、まだ消費者心理は好転していない。国外では、米中貿易摩擦や米国の大統領の言動によって、変化が続く状況に変化はない。
	コンビニ（店員）	お客様の様子	・僅かに売上は増加したが、来客の様子から、決して景気が上向いているとは考えられない。
	家電量販店（店員）	来客数の動き	・今月は単に、家電量販店はキャッシュレスサービスの利用フェアの効果で一時的に売上が増えただけであり、その後は逆に低迷している。ボーナス効果も余り見受けられない。
	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・年末商戦もあり、12月の販売量は好調に推移している。高額商品であっても、客の動きは変わらない。
	乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・例年以上に来場数が減少しており、対策が必要である。
	その他専門店 [医薬品]（経営者）	お客様の様子	・暖冬の影響で、中旬は冬物商材の動きが鈍かった。ただし、洗剤や仕上剤などの動きは良い。また、24日頃から気温が下がり、カイロやマスクなどの動きが良くなりつつある。
	その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・12月に入り、売上は上がっているが、前年と変わらない水準である。
	その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	販売量の動き	・売上の伸びる月があっても、振るわない月もあるなど、トータルでは特に変化がみられない。
	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い。12月初旬は天候も良く、冬の割には暑い日もあり、ランチ客や夜の客も含めて来客数は増えたが、一気に寒くなると、商店街の人通りもまばらになった。年末も、いつもと変わらない人通りとなっている。

一般レストラン (経理担当)	来客数の動き	・台風21号以降、訪日外国人の動きは順調に回復しているが、国内の個人消費が伸び悩んでいる。相次ぐ自然災害が、いまだに消費マインドに悪影響を及ぼしていると感じる。
都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・客室は、6月の大阪北部地震での被災による改修や改装のため、収入は大幅に減少している。残りの客室で単価アップを図っているが、思うように進んでいない。宴会は忘年会シーズンで前年比微増の状況である。前年は数件の定例会合で単価のアップが進んだが、今年は予算が厳しいという声をよく耳にする。
都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・中国からのインバウンドの集客が減少傾向にある。
旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・年末年始に向けて、まだまだ間際の申込みが増えると思ったが、一旦頭打ち感が出ている。ただし、来年のゴールデンウィークに向けての客の旅行マインドは高く、10連休のどこかで旅行に行きたいとの希望が多いため、全体的には変わらない。
タクシー運転手	お客様の様子	・年末の繁忙期を控えて、客の乗車機会がやや減少傾向となっている。
タクシー運転手	来客数の動き	・全体的にタクシー業界に限っていえば、夜の街は活気がありそうだが、昼間は寒い割にそれほど動きは多くない。全体としては、タクシーの量は増えているため、良いとも悪いともいえない。
タクシー運転手	お客様の様子	・街の様子では、2～3か月前に比べて横ばいか低下傾向になっている。
タクシー運転手	お客様の様子	・例年よりも景気は良いと感じるが、一極集中の状態である。繁華街も梅田や難波、京橋などは人も多いが、それ以外は夜も閑散としている。
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・多くの企業が正月も通常営業となり、正月気分が失われつつある。年々、正月が特別な日ではなくなっているように感じる。
その他レジャー施設[飲食・物販系滞在型施設](企画担当)	販売量の動き	・天候要因以外の動きに乏しい。ボーナス後の消費にも、特に好調さは感じられない。
美容室(店員)	販売量の動き	・カラーリングのほか、トリートメントなどのケア商品の動きは非常に良い。
住宅販売会社(経営者)	販売量の動き	・不動産市場は相変わらず低水準で推移しており、需要が増えてこない。
住宅販売会社(経営者)	単価の動き	・地価の水準は安定している。
一般小売店[珈琲](経営者)	単価の動き	・直営店舗の客単価が低下している。
一般小売店[花](経営者)	販売量の動き	・年末の季節商材の売行きが良くない。暖冬の影響か、クリスマスや正月の季節感が乏しいことが要因である。
一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・前年の12月は防寒具が好調で、年末商戦は好調であったが、今年是最悪である。暖冬の影響で、コート以外のニットなども最悪の数字となり、同業他社を含めて、早期に値下げせざるを得ない。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・インバウンドの好調さは続いているものの、国内消費は株価の低迷や暖冬の影響で、高額品、ファッション共に伸び悩んでいる。ただし、クリスマスケーキなどのファミリー需要は好調である。
百貨店(企画担当)	お客様の様子	・国内客の動向は、暖冬の影響もあって前年から微減である。クリスマスの20～25日だけは来店客も多く、にぎわったものの、売上が伸びたのは年明けのセールがない特選ブランドがほとんどで、ボリュームゾーンの商品群は苦戦が続いている。外国人売上でも、売上が伸びているのは化粧品を中心とする消耗品のみで、一般品はほぼ前年並みの売上となっている。
百貨店(営業担当)	販売量の動き	・継続してマーケットをけん引している富裕層とインバウンドは、これまでの勢いに比べると弱含みの動きがみられるほか、暖冬の影響で重衣料や防寒用品の苦戦が続いている。

百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・時計や宝飾品などの高額品の売上は好調で、客単価は前年比で4.9%上昇した。ただし、買上客数は2.3%減と悪化している。12月に入っても気温が下がらず、冬物コートや羽毛布団などのファッション、リビング関連の動きが悪く、全体ではやや悪化している。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・気温が高い日が多く、冬物衣料の売行きが悪くなっている。美術品、宝飾品の高額受注も、前年と比べて少なくなっている。
百貨店（営業企画）	販売量の動き	・婦人服の不振のほか、客単価や買上率の低下が継続している。
スーパー（店長）	来客数の動き	・年末に入り、メリハリ消費の傾向が顕著となっている。ハレの日には財布のひもを緩める一方、ふだんの買物は控える傾向にある。
スーパー（企画担当）	それ以外	・12月は暖冬の気配であり、食品関連では鍋商材の動きが鈍い。また、青果に関しては相場が下がっており、売上が伸びていない。おせち料理の予約状況は前年比で92%となっており、高価な三段重などは前年の半数にとどまるなど、年々需要が減っている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・暖冬や、野菜の相場安といった季節要因もあり、全体的にクリスマスから年末商戦の盛り上がりには欠ける。
スーパー（管理担当）	来客数の動き	・年末の繁忙期にもかかわらず、来客数は伸びていない。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・今年は個々の企業業績は悪くなかったはずであるが、米中間の貿易摩擦の影響で株価は低迷している。クリスマス商戦も今一つ盛り上がりがない。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・企業からの値切り交渉が厳しくなっている。頻度が増えたほか、要求額も大きい。断るケースもあるが、渋々応じることもあり、利益を圧迫している。
その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・米国の株安による影響を受けて、この1週間ほどで急に株価が暴落してきた。世界的な傾向であるが、この状態がいつまで続くか心配である。客の購買意欲にも大きく影響しそうである。
その他小売 [インターネット通販]（経営者）	お客様の様子	・クリスマス商戦で購買意欲は高まっているが、購入場所が都心に集まり、商店街の購入客は減少している。年末商戦では、元旦から大型スーパーが開くことが浸透しており、まとめ買いする客が減少している。
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	・客も年末で忙しいのか、受注の電話が急に減少した。一方、返品や交換の問合せはかなり多くなっている。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・11月までの堅調な営業から、12月は来客数が大きく落ち込んでいる。全ての曜日で落ち込んでおり、特に好調であったディナータイムの悪化が最も大きくなっている。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・12月は、団体客は好調であったが、個人客の勢いはやや低調であった。来客数はトータルで前年とほぼ同じとなっている。
都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・インバウンドが京都を訪問する勢いは衰えていないが、宿泊需要と供給のバランスがやや崩れつつある。ホテル、簡易宿所の部屋数は、需要以上に増えているように感じる。
その他サービス [学習塾]（スタッフ）	お客様の様子	・秋の値上げが響いており、教科数が抑えられているような気がする。
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	・一般の消費動向は良くない。
その他住宅 [情報誌]（編集者）	お客様の様子	・世界経済の変調による株安の影響で、個人の消費には鈍さがみられる。

	×	一般小売店〔野菜〕（店長）	販売量の動き	・今までも景気が良いという割に大して良くなかったが、今月のような、商品が動くべき時期も非常に動きが悪い。問屋関係でも苦労しており、悪くなっている。
	×	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・ここへきて、来客数が前年比82%で推移するなど、危機的な状況である。
	×	スーパー（企画）	来客数の動き	・気温の高い状態が続き、特に12月は冬物商材の不振で売上全体が悪い。
	×	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・12月に入って完全に休暇モードとなり、定価では売れなくなっている。クリスマスシーズンで客が一番入っていたのは、バッグなどを中心としたディスカウントショップである。
企業動向関連 (近畿)		*	*	*
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・10月以降、電子材料や建設材料の分野で動きが良くなっている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・米中間の貿易問題などの不安要素があるなかで、自動車関連を中心に活発な荷動きがある。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・単価の高い有機ELテレビの実売が伸びているため、テレビ全体では金額の伸びが台数の伸びを上回っている。また、洗濯機や冷蔵庫などの大型家電も、前年を上回る荷動きとなっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き合い件数、受注量共に増えている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここへきて、新たな住宅開発地の無電柱化の受注が増えている。
		不動産業（従業員）	取引先の様子	・大阪万博の決定以降、不動産の開発機運が上昇している。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・クリスマスや年末商戦もあって、折込件数が増えている。
		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	・年内までは忙しいが、年明け以降は分からない。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・12月に入り、出荷量が順調に伸びている。気候も良く、寒くないため、冬物商材は苦戦が伝えられているが、当社のような気候に左右されにくい通年型の商品は動いている。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・稼ぎ時の年末年始も販売量が増えない。消費者の購買意欲も低下した感はあるが、3か月前と比べて余り変わらない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節要因を考慮すると、今月も大きな変化はない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の問合せ件数は落ちておらず、既存のリピート受注も横ばいである。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の製品は納期が長いと、直近の景況に余り変化はない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車塗装関係を中心に、引き合いに変化はない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・台風の被害に対する保険が確定し、補修工事関係の依頼が増加している。技能労務者や一部の建設資材が不足するなか、処理に苦労している。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・冬のボーナスが出ている企業もあるはずだが、景気の良い話を全く聞かないので、アップした企業が少ないと感じる。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・学習機を店頭に置き始めているが、売行きが悪い。
		金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・年末で慌ただしい感覚はあるが、一時的な動きである。ただし、大阪万博の決定で盛り上がりはみられる。

	金融業〔投資運用業〕(代表)	それ以外	・良くなっていると考えていたが、今日も株価が一時2万円を割り込む場面があるなど、なかなか右肩上がりの動きが進む気配はない。近所のクリスマスのイルミネーションが明らかに例年よりも派手になり、景気の浮揚を感じていたが、現状は不透明である。
	金融業(副支店長)	取引先の様子	・工場の稼働率をヒアリングしても、2交代で動かしているような好調な会社は少なく、受注状況も変わらないとの回答が多い。
	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・Web媒体、紙媒体共に、前年並みの売上で推移している。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先である大阪府下や衛星都市の商店街の人通りが少ない。大阪市内中心部の商店街は相変わらずインバウンドであふれているが、衛星都市の商店街は年末になっても人通りが増えない。飲食店は忘年会などでそれなりの客がいるが、買い回り品の買物が増えていない。
	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	・暖冬の影響もあり、冬物商材の動きが鈍い。一時的に冷え込む時期もあったが、各店とも早々と冬物商材に見切りをつけ、処分セールに踏み切っている。ただし、消費者にとっては差し当たって必要のない商品であり、セール効果は思わしくない。
	その他非製造業〔機械器具卸〕(経営者)	競争相手の様子	・ここ1~2か月の動きは、ほぼ平常で変わらない。
	その他非製造業〔商社〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・大きな変動もなく、スポット的な案件が増えている程度である。
	食料品製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・発注量は思ったよりも少なく、前年を5%ほど下回っている。
	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・受注量が前年比で減少している。
	出版・印刷・関連産業(企画営業担当)	受注量や販売量の動き	・前年に比べて受注量の減少がみられる。
	金属製品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・売上は前年とほぼ同じ状態で、単価の上昇分を考慮すると、数量ベースではマイナスとなっている。
	不動産業(営業担当)	取引先の様子	・年末の株安で資産効果が失われつつある。年末の不動産の購入や賃貸の住み替えなどのニーズが減ってきている。
	広告代理店(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・広告費の値引きを依頼する広告主が増えている。景気の影響を受けているのかもしれない。
	広告代理店(企画担当)	それ以外	・株価の下落が依然として続いている。来年の消費税の引上げも合わせて、景気に対する不安の声をよく聞く。
	経営コンサルタント	それ以外	・身の回りの消費に注目すると、食料品や衣料品、身の回りの小物などは価格で厳しく選択され、どちらかという良くない。タクシーも同じような状況となっている。
	x 電気機械器具製造業(経営者)	それ以外	・安定していた為替が、年末年始に急に円高になり、株価も下がっている。嵐の前触れの風が急に吹き出し、雨がバラバラと降り出した感がある。
	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	・株価が下落し、世界経済も非常に不安定であり、先行きが見通せない。
雇用 関連 (近畿)	-	-	-
	人材派遣会社(支店長)	求人数の動き	・前月に比べて少々鈍化した感はあるが、まだまだ受注は多い。ただし、東京では開発案件が終わり始めているため、人材の供給が増えてくるかもしれない。
	人材派遣会社(営業担当)	求人数の動き	・引き続き、派遣依頼の件数は多い。一時的であるかもしれないが、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)	求人数の動き	・来年度から増員のための人材募集を検討している企業が散見される。

	民間職業紹介機関（営業担当）	それ以外	・学生と話をしていても、以前に比べて樂觀ムードが後退しており、学生の動きが回復しつつある。その一方、企業側も新卒採用の開始時期について、前倒して動き出す傾向がみられる。求人は相変わらず良い状態であるため、これらを総合すると、以前よりもやや良くなってきたと感じる。
	学校 [大学] （就職担当）	求人数の動き	・求人数は中堅、中小企業を中心に伸びている。
	人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・今年は年末特有の忙しさが感じられない。労働者派遣法の3年問題も思ったほどの混乱はなく、落ち着いた状況で動いている。その中で、関西地区はインフラの整備や新高速道路などの建設関係、それに付随するコンサルタント、CAD、設計などの業種が忙しく、この状況は来年も続きそうである。
	人材派遣会社 （役員）	求職者数の動き	・前年や3か月前に比べて、派遣登録希望者による当日のキャンセルが増えている。これは希望する仕事に別が決まったためと考えられ、人材マーケットはタイトな状況が続いている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・依然として求人倍率が高いまま推移しており、好況感が強い。
	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2か月連続で低下した。求職者の増加が原因となっているが、台風の反動増で増加した10月の影響が残っているほか、メーカーが破産したことで、解雇者が多く発生したことが背景にある。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・今月の当所における新規求職者数は、前年比で2か月連続減少している。また、新規求人数も4か月連続で減少している。ただし、求職者数に比べて求人数が圧倒的に多いため、新規求人倍率は2.4倍を超えており、有効求人倍率も1.6倍を超えて高止まりしている。一方、相談窓口での特徴は、新規求職者が2けた減となっており、紹介件数や就職件数も減少している。事業所の人手不足感は強く、即戦力を求めているため、不採用の理由には技能や経験、知識不足が多く、ミスマッチが多く発生している。
	民間職業紹介機関（マネージャー）	求人数の動き	・求人の依頼は引き続き多く、当市内や南東エリアの工業団地を中心に増えている。ただし、求職の動きが追い付いていないので、就職者数の伸び率は変わらない。
	学校 [大学] （就職担当）	それ以外	・年末にかけて株価は急落したが、20日以降の繁華街のにぎわいや人出は、インバウンドも含めて半端ではない。食堂街でも、人気店を中心に順番待ちの長蛇の列があちこちでみられたため、今後の景気回復を期待したい。
	新聞社 [求人広告]（管理担当）	求人数の動き	・物流や建設、介護など、人手不足が常態化している業種の求人数は落ちていないが、新聞求人の縮小傾向による影響とは別に、製造業などの求人数が減少している。
	新聞社 [求人広告]（担当者）	それ以外	・関西の地場産業によるプロモーション費用は、年末商戦でも特に大きな動きがなく、むしろマイナスとなっている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・求職者が少なくなっており、求人数も徐々に減っている。派遣社員から正社員への切替えも増えており、派遣会社には厳しい状況が続く。
x	-	-	-