

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（人事担当）	販売量の動き	・気温が高い日が続いていたが、ようやく気温が下がってきた。10月の消費税増税後の反動減からも、ようやく回復しつつある。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・この冬は単価を上げたが、来客数は例年どおりの水準である。ただし、人手不足が深刻なため、売止めを考えなければならない状況である。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・特に目立った動きはなかったが、月後半は腕時計が若干動いた。年配客による手頃な価格での購入が比較的多く、時間を確認する際、スマートフォンでは出し入れが不便で、字も小さくて見えにくいといった話が多かった。携帯電話の普及で、時計離れが進んでいる状況が続いていたが、今月の動きは良い。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・インバウンドの動きが戻ってきた影響で、売上も少し上向いている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税から1か月が過ぎ、高額品の購入は徐々に回復してきたが、海外高級ブランド品を中心とした、超高額品の購入はみられない。
		百貨店（服飾品担当）	来客数の動き	・消費税増税の影響から、徐々に売上は回復する様子であるが、まだ完全に戻りきっていない。増税の影響がない食品関連はほぼ前年並みで推移し、防寒資材関連も中旬以降、徐々に前年並みに戻ってきたほか、雑貨やバッグといったアイテムも復調傾向にある。先買いの特徴がある、ブライダル関連中心のジュエリーや化粧品といった商材は完全に復調していないが、外国人客の売上は好調に推移し、クリスマス商戦に向けて更に改善すると予想される。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・消費税増税に伴う、キャッシュレス決済のポイント還元の対象店となり、競合企業との差別化につながっている。客のキャッシュレス比率も高くなり、売上の底上げに寄与している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・弁当やサンドウィッチなどの食品類の売上が、軽減税率やキャッシュレス決済のポイント還元の効果で、10月以降は増加傾向にある。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・お歳暮や年末商戦が始まるため、やや良くなっている。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・消費税増税が始まったが、食料品などは税率が8%に据え置かれたため、予想したほどのダメージはない。株価も今のところは順調に高水準で推移している。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	単価の動き	・生活用品の買い控えも、そろそろ落ち着いてきた。1人当たりの客単価は前年比で124円上がり、売上も前年並みとなりそうである。一方、今月は生活に必要な物の購入は目立ったが、それ以外の美容関連などの売行きは落ち込んでいる。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	来客数の動き	・消費税増税後のキャッシュレス決済によるポイント還元で、商店街や各スーパー、コンビニでは購買意欲が高まっている。また、スマートフォンでの決済の普及で買物がしやすくなった点も、プラスとなっている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・11月は年間で最も来客数が多い月であるが、今年はかなり動きが良かった。12月も団体客が順調に動いている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・寒くなってきた分、数か月前よりも販売量は増えているが、気候による変化であり、景気が良くなったわけではない。消費者の様子にも、特に変化は感じられない。ただし、消費税増税後という時期を考えると、それほど悪いとも感じられない。
	一般小売店〔呉服〕（店員）	販売量の動き	・少し寒くなってきたほか、成人式が近づいてきたこともあり、暖かい時期よりも着物への関心が高まっていると感じるが、高額品であるため、販売量は変わらない。	

	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・特殊要因を除き、25日までの店頭売上は前年比で1.5%減とやや悪いが、おせち料理やお歳暮ギフトはプラスに転じるなど、消費税増税の影響は一服しつつある。
	百貨店（営業担当）	単価の動き	・客の動きは悪くないが、客単価が上がらず、ファッション関連の高額品の購入につながらない。
	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・消費税増税の影響から抜け出すには至っていないが、入館者数に占める買上客の割合は、増税前の水準にまで持ち直してきている。また、買上単価は前年とほぼ変わらないことから、増税前に駆け込みで購入した層は、そのときに購入した商品をまだ消費しきっていない。
	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・消費税増税後の反動減が続き、特に宝飾品や美術品などの落ち込みが激しい。さらに、インバウンド売上が前月から前年を下回っている。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の影響と軽減税率の影響が打ち消し合っている。加工食品や生鮮品は落ち込みなく売れているが、酒や雑貨類は厳しい状況が続く。また、キャッシュレス決済のポイント還元に対抗して、対象外の企業が独自のポイント還元策を打ち出している。コストが下がらないなか、身を削りながら客を逃さないようにしている結果、売上よりも利益が減る事態を心配している。
	スーパー（店長）	単価の動き	・消費税増税の影響は余り感じられないため、それをプラスに判断すると、状況は若干良い。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・消費税増税後の落ち込みも戻ってきた感があり、買上点数はさほど変化がない。
	スーパー（店員）	単価の動き	・野菜の値段が安い水準で安定しているため、状況は変わらない。
	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減による影響は、ほぼなくなった。一方、キャッシュレス決済のポイント還元は、コンビニなどの対象店ではプラスとなっているが、対象外のスーパーには恩恵がなく、不公平感がある。
	スーパー（管理担当）	販売量の動き	・軽減税率などの効果があるのか、消費税増税による大きな落ち込みはない。
	スーパー（エリア統括）	来客数の動き	・消費税増税以降、各社のポイント特典や割引のほか、クーポンやチラシなどを使った価格競争が一層激しくなっている。買い回りをする客が日に日に増え、固定客の店離れが顕著にみられる。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・消費税増税に伴うキャッシュレス決済のポイント還元も、当たり前になっている。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・この半年は、近くのスーパ-が閉店した影響で来客数が増え、売上が安定している。
	家電量販店（店員）	来客数の動き	・いまだに消費税増税の影響があるほか、気温が高いこともあり、エアコンや暖房器具の売上が上がらず、景気は悪い。
	家電量販店（店員）	競争相手の様子	・客は、インターネットなどで基礎知識を得て来店するが、中には誤った解釈もある。正しい情報を提供し、客の要望に応えることが、競合相手との差別化につながり、優位性も高まる。
	その他専門店 [医薬品]（経営者）	来客数の動き	・近隣での競合店の出店や、消費税増税後の節約志向の影響が、来客数が減少している。新店舗の売上の伸びも低調である。
	その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・年末に向けて、外食などは動きが良くなるが、前年と比べて大きな変化があるようには思えない。
	高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・夏以降は、特に大きな動きはない。自然災害が続いた前年に比べると、かなり落ち着いている。
	一般レストラン （企画）	来客数の動き	・10月は台風の影響がみられたが、売上では前年を上回ることができ、11月も堅調に推移している。ただし、良くなっている実感はなく、悪くはない程度の推移である。
	一般レストラン （経理担当）	お客様の様子	・消費税増税や異常気象のほか、インバウンド客の減少が続いており、飲食業界を取り巻く環境は決して良いとはいえない。

その他飲食[自動販売機(飲料)](管理担当)	お客様の様子	・消費税率が上がったが、税率が混在しているため、書類などの様々な部分で人手が掛かる。景気への影響以前に、手間ばかりが増えている。
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・忘年会の予約状況が良くない。
都市型ホテル(スタッフ)	お客様の様子	・予約自体は好調に入っているが、宴会場の値上げや消費税増税に対する反応は悪い。増税分は仕方がないとしても、例年どおりの条件を要求されるため、割引で対応することが多い。
都市型ホテル(総務担当)	来客数の動き	・11月の宿泊の予約状況は、おおむね前年並みであるが、レストランの売上が前年を下回っている。特にレストランは、10月に続いて11月も前年を下回っており、消費税増税の影響が疑われる。
都市型ホテル(管理担当)	来客数の動き	・宿泊はインバウンドの利用が落ち込んでいるが、宴会の利用は比較的堅調である。
旅行代理店(店長)	来客数の動き	・来客数や客の動き、客の雰囲気は変わっていない。来年以降の旅行の相談が多いため、今後に期待している。
旅行代理店(営業担当)	来客数の動き	・日韓問題によるインバウンドの減少のほか、国内では個人消費の落ち込みが続いている。
タクシー運転手	お客様の様子	・気温が低下し、季節要因で客の乗車機会は増えたものの、営業収入に大きな差はない。
タクシー運転手	お客様の様子	・ラグビーワールドカップは終わったが、これからお歳暮シーズンとなるため、今の好調が続く。
タクシー運転手	お客様の様子	・消費税増税による値上げの影響か、街では深夜の客足の引きが早いような気がする。
通信会社(社員)	販売量の動き	・ボーナスの支給や、来年の東京オリンピック関連の需要で、消費は伸びると予想されたが、それほどの伸びはみられない。10月の消費税増税が、需要の増加を抑え込んでいる可能性がある。
その他レジャー施設[飲食・物販系滞在型施設](企画担当)	販売量の動き	・消費税増税後の大きな落ち込みは感じられない。韓国からのインバウンド客の落ち込みは、他の国からの増加でカバーしている。その一方、上向きの動きは特に感じられず、天候要因を除けば大きな変化はない。
住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・相変わらず不動産市場では供給過多の状況にあるが、一定の水準で売買が続いている。
住宅販売会社(従業員)	単価の動き	・新築分譲マンションの集客や販売状況は、大阪市内中心部のタワーマンションは好調であるが、そのほかは苦戦が続いている。
その他住宅[展示場](従業員)	来客数の動き	・11月の住宅展示場への来場者数は、前年とほぼ同数である。
その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・消費税増税以降、10月は不動産購入の検討客の動きが減少した。11月は多少回復の兆しがみられるものの、集客状況は引き続き芳しくない。
その他住宅[住宅設備](営業担当)	単価の動き	・消費税増税の影響が続き、客が部品交換に積極的ではない様子を感じられる。
一般小売店[珈琲](経営者)	お客様の様子	・受注量が減少している。
一般小売店[衣服](経営者)	単価の動き	・前月の大きな落ち込みからの回復はみられるが、前年比でプラスとなるのは困難と感じる。
一般小売店[菓子](経営企画担当)	販売量の動き	・11月現在と8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11月が87.7%で、8月が77.3%、関東は11月が124.2%で、8月が107.0%、中部は11月が78.6%で、8月が108.1%、中国は11月が88.1%、8月が88.0%、各地区合計の平均は11月が90.4%で、8月が88.9%となり、11月に入っても非常に苦戦している。大きな要因としては、前月と同様に消費税増税による客足の落ち込みがあり、苦しんでいる状況である。

一般小売店〔精肉〕（管理担当）	お客様の様子	・インバウンド客が減少している。日韓問題や香港での諸問題の影響が、夏を過ぎた頃から、かなり減少傾向にある。それと同時に消費税率が上がったほか、自然災害の影響も抱えたまま進んでいる。また、販売については、デフレ傾向が強まっているように感じる。
一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・客からの注文価格が下がっている。特に、レストランやゴルフ場関係の注文が大きく減っており、景気は悪いと感じる。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・国内客の動きは、10月の消費税増税による売上減の基調が続いている。ただし、外国人売上については、前月が大幅な減収となっていたものの、今月はプラスに転じており、国内客の減収分をかなりカバーしている。
百貨店（販促担当）	単価の動き	・今月は全体的に前年を下回る推移となっている。消費税増税の影響が高額品や化粧品などに出ているほか、高めの気温の影響で、衣料品や雑貨の動きも鈍い。また、重衣料が動かない分、単価も低下している。食品も鍋関連の動きが悪く、これも単価に響いている。
百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・10月に続き、11月も予想以上に売上が苦戦し、特に婦人服を中心とした衣料品が厳しい。暖冬の影響が大きく、コートやジャケットなど冬物商材が全体的に低調である。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・前月からの消費税増税に伴う落ち込みで、乗客数は前年比で2～3%減、売上も前月ほどではないものの、約7%減少している。インバウンドも7%前後減少している。
百貨店（販売推進担当）	販売量の動き	・10月に比べれば、多少は回復傾向にあるが、予想した以上に戻りは遅い。また、どちらかといえば、若年層を対象とした商材の方が回復は早い。一方、インバウンド客は国内客以上に苦戦しているが、高額商材は引き続き順調に動いている。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・国内消費は、食品、ファッション共に減少が続いている。消費者心理の低下がみられ、化粧品や特選品の動きが止まったほか、防寒商材も苦戦している。また、特徴的な動きとしては、クリスマスケーキやおせち料理の受注が減少している。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・10月の消費税増税による売上の落ち込みは、少し落ち着いたものの、依然として前年比で2けた近い落ち込みとなっている。高級時計や食品ギフトなど、一部に好調な商品もあるが、乗客数の前年割れが続いており、全体的に不調である。また、インバウンド売上も引き続き前年割れで、特に化粧品の落ち込みが顕著である。
百貨店（宣伝担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響がまだ残っており、客の財布のひもが固くなっている。さらに、気温が高かったこともあり、単価の高い冬物商材の動きが鈍い。インバウンドの売上も落ち込んでいる。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・10月に続き、平均気温が高止まりしている。例年の主力アイテムである、ニットやコートなどの重衣料品の動きが鈍く、まとまった売上を稼ぐことができていない。特に苦戦しているのが、高額品とキャリア関連であり、前年の反動で動きの悪いダウンコートの売上をカバーすることができていない。
スーパー（店長）	単価の動き	・生活防衛意識の高まりが、商品単価や買上点数の悪化につながっている。
スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・10月以後の消費税増税による影響が続き、売上の回復がみられない。客単価が落ち、財布のひもが固くなった客が増えている。キャッシュレス事業者によるキャンペーンも、5%還元対象外の小売店には追い風にならない。また、2%が還元されるコンビニの影響も大きい。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・寒くなり、飲料水がホットに変わったため、売上が3か月前よりも10%減少している。また、季節商材のおでんや肉まんなどの売上が、消費税増税の影響で7%減少している。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・消費税増税の影響に加えて、近隣店舗のリニューアルによる影響が出ている。

	コンビニ（店員）	来客数の動き	・近隣の工事現場の関係者が、1日に何回も来店していたが、現場が完成し、来店がなくなっている。
	コンビニ（店員）	来客数の動き	・夏が終わって寒くなりつつあり、夏のようにコンビニで涼んだり、飲料やアイス類を買う客が少なくなっている。昼のピーク時以外は、来客数が少し落ち着いたように感じる。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・月前半の売上は前年比で悪化し、後半に少し盛り返したが、前年や2年前に比べると、来客数や客単価も悪化している。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・やはり消費税増税後は、引き合いが少なくなっている。
	乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・来客数、問合せ件数共に、消費税増税の影響が出ている。
	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・富裕客の来店が減っているように感じる。
	住関連専門店（店長）	お客様の様子	・客の時間的な余裕のなさで、企業、個人客共に、商談に時間が掛かり、契約まで長引くケースが増えてきた。以前なら翌日にもらえた返事も、1週間ぐらい待つことが多い。
	その他専門店【宝飾品】（販売担当）	単価の動き	・消費税増税の影響による買い控えで、商品単価などの停滞がみられる。
	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・宿泊は稼働率、単価共に高水準で推移してきたが、ここへきて値下がりが見られる。稼働率は維持しているが、競合ホテルの価格の下落が著しく、特に市内中心部で目立っている。一方、宴会収入は好調で、大幅な収入増となっている。
	都市型ホテル（フロント）	単価の動き	・販売単価が下がっている。
	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・プライダルに関しては、消費税増税前の駆け込み需要の影響か、予約が低迷している。宿泊に関しても、新規ホテルが毎月開業するなど、需要を超える供給となり、苦戦している。
	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・台風による被害の影響で、予約のキャンセルがあるほか、先の旅行の申込みが滞っている。また、客の様子には、ここへきて消費税増税の影響がはっきりと表れている。例えば、消費税増税の影響もまだ不透明なので、この年末の旅行は様子を見るといった話が出ている。
	旅行代理店（役員）	販売量の動き	・キャッシュレス決済によるポイント還元のほか、プレミアム付商品券も取り扱っているが、消費税増税の直前に支出を増やしたのか、客に勢いがいない。企業もパソコンのOS切替えなどで支出が増えており、旅行にまで手が回らない。
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・消費税増税以降、来客数の前年割れが続いている。
	その他レジャー施設【複合商業施設】（職員）	お客様の様子	・消費税増税の影響が継続している。軽減税率の複雑さで、百貨店の食品の税率が全て10%と考えられているとの声もある。
	美容室（店長）	来客数の動き	・売上は、ほぼ想定内で推移している。
	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・不動産の流通が停滞してきたように感じる。
	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・建築請負事業、不動産販売共に、消費税増税以降は落ち込んでいる。
	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	・大手企業の利益の減少に伴い、中小企業もその影響を受ける。
×	商店街（代表者）	販売量の動き	・10月の売上は前年比で85%、11月は15日までで92%となっている。駆け込み需要はなかったにもかかわらず、消費税増税の影響が出ている。
×	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は売上が目標を下回り、前年割れとなる見込みである。消費税増税後の反動が続いており、従来は好調であったインバウンド需要も減少している。客の消費に対するマインドは予想以上に冷え込んでおり、好調に推移していた商材にも買い控えの傾向がみられ、アパレルを中心に全商品が厳しい状況にある。

	×	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・消費税増税の影響もあり、衣料品の売上が前年比で1割減少し、全体でも8.2%減となっている。
	×	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・消費税増税後は、明らかに消費が減退している。当社の入店客数は前年並みであるが、買上客数、客単価共に悪化している。気温が例年のように変化せず、季節商材の動きも悪いが、節約を推奨するテレビ、雑誌などの影響は大きい。
	×	百貨店（マネージャー）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、時計や宝飾品などの高額品の単価が前年比で9.2%下がっているほか、気温が下がらないため、コートの売上が30%減と、単価の高いアウターの動きが悪い。
	×	スーパー（店員）	競争相手の様子	・当店から歩いて数分の場所に大手スーパーがオープンしたため、売上が落ちてきている。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・消費税増税による消費の冷え込みと、キャッシュレス決済への拒否感が大きく影響している。日用品は6月頃から徐々に値上げが進んでおり、家計を圧迫している。キャッシュレス決済については、年齢が高いほど拒否感が強く、特に一人暮らしの高齢者は現金が中心である。キャッシュレス決済を利用する高齢者は、子供や孫と同居している人がほとんどである。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・気候要因などで来客数が少なく、客単価も前年比で2割低下している。
	×	家電量販店（店員）	来客数の動き	・消費税増税後の来客数の激減に、売上が比例している。ボーナスの支給前という時期であるが、客足は鈍いと感じる。
	×	家電量販店（店員）	来客数の動き	・暖房器具の売行きが悪く、エアコンやテレビなどの大物商材も全然売れない。
	×	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・消費税増税後の来客数の落ち込みが激しい。ボーナス支給額は増えているようであるが、下期の落ち込みから、消費にはなかなかつながらないと考えられる。
	×	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	販売量の動き	・消費税増税後、婦人衣料の落ち込みが目立つ。また、化粧品もインバウンド需要が低迷している。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・11月に入って、自宅から弁当を持参したり、ポイント還元のあるキャッシュレス決済で弁当を買ったり、外食を控えるようになったりと、節約志向が強まっている話をよく耳にする。消費税増税のすぐ後ではなく、11月に入ってから来客数が急に減少している。また、日韓関係が政治や経済面で悪化し、韓国人観光客は団体客を中心に激減している。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・キャッシュレス決済を導入したところ、前月よりも利用者が倍以上に増えた。一方、プレミアム付商品券も利用できるが、利用者は1人だけと少ない。
	×	都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・宿泊需要の多様化、ホテルの供給増に伴い、高単価での受注が困難となっている。
	×	通信会社（経営者）	販売量の動き	・法改正による端末代金の値引き規制の影響が出ている。
	×	通信会社（社員）	販売量の動き	・電気通信事業法の改正の余波で、来客数、販売額共に前年を下回っている。
企業 動向 関連 (近畿)		-	-	-
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き合い件数が少し増えている。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・当社の取引先では消費税増税の影響は余りなかったようで、外食関係の売上も横ばいで推移している。消費者向けは価格が厳しく、利益は少ないものの、低価格品の動きは良い。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年に比べると気温が高く、天候も良かったが、消費者の財布のひもがまだ固いのか、売上は余り変わらない。
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・タオル産地にとっては最需要期であるが、売上は前年比で微減である。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・ここ3～4か月は、月々の販売量のばらつきが大きく、景気の判断が難しい。
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注体制を多品種少量生産に切り替えたため、何とか現状維持できている。	

	金属製品製造業 (経営者)	取引先の様子	・大きな変化はなく、中国向けの部品の動きが減ったまま、回復の兆しが無い。
	金属製品製造業 (開発担当)	受注量や販売量の動き	・年末ということもあり、3か月前よりも少し注文が多い気もするが、価格面ではそれほど変わっていない。
	一般機械器具製造業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・今年に入ってからの景況は低調で、現在もその傾向に変化はない。
	輸送用機械器具製造業 (役員)	取引先の様子	・大手自動車会社の関連企業による、国内事業の縮小傾向は変わらないが、当社への引き合いに大きな変化はない。
	その他製造業 [事務用品] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・年末に向けての忙しさもなく、いつもと変わらない受注量である。
	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・引き続き、問合せは堅調である。ただし、引き合いは多いが、単価が下がってきたため、注文を断るケースも出てきている。
	建設業 (経営者)	取引先の様子	・相変わらず監理技術者や技能労務者不足が続いているので、積極的な受注活動ができない。
	輸送業 (営業担当)	取引先の様子	・競合店が閉店したため、売上が多少は伸びると予想していたが、前年と変わらない状況である。
	金融業 [投資運用業] (代表)	それ以外	・政治と経済の連動性が強ければ、景気は後退局面に入っているかもしれない。何とかアベノミクスの効果は持続しているが、政治と経済が打ち消し合っているように感じる。
	金融業 (営業担当)	競争相手の様子	・競合相手が、商品をより安く売っている。商品の内容は当社と変わらないため、昔からの取引先も、関係なく他社に流れている。景気は回復傾向にあるといわれるが、まだまだ厳しい環境である。
	金融業 (副支店長)	取引先の様子	・取引先に業況を聞いても、少し前よりも受注が増えているといった、良い話が出てこない。
	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、広告の売上が前年を僅かに下回っている。
	広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・新たな広告出稿の動きが、年内はみられない。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・経営コンサルタントとして、人材の育成や販売の促進などで、企業を支援している。一部上場や二部上場といった大企業、中堅企業が主な取引先であるが、ここしばらくは人手不足や販売競争の激化、需要の低迷、販売不振などに直面し、人材の育成や効果的な販促策の企画、売上や利益の増加が求められている。
	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	・景気が良くなったといえるような材料は、何も無い。
	その他非製造業 [商社] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・前月と同様に、取引先は水俣条約の発効にも焦りはなく、駆け込み需要などの動きは感じられない。
	食料品製造業 (経理担当)	受注価格や販売価格の動き	・消費税増税に関係のない商品であるが、価格面での条件が非常に厳しく、値引きが増えている。
	繊維工業 (総務担当)	競争相手の様子	・不動産の売却により、資金繰りを調整する企業がみられる。経営上の不安を抱えて、営業を続けている会社もある。
	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量は3か月前よりも増えているが、季節要因を考慮すれば良くない。
	出版・印刷・関連産業 (企画営業担当)	受注量や販売量の動き	・例年に比べて、受注量がやや減少傾向にある。
	電気機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・市場の景気はとても良いとはいえないが、景気が悪くなると、各企業は局面を打開すべく、様々な方策を模索し始める。それに伴い、当社への接触や引き合いが増えており、好悪相半ばしている。
	電気機械器具製造業 (宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・10月に比べるとやや上向きであるものの、総じて前年割れの状況となっている。
	不動産業 (営業担当)	取引先の様子	・消費税増税後、不動産の動きも悪くなってきている。仲介手数料に、2%の消費税が上乗せされていることも要因に挙げられる。解約はよくあるが、新しい入居はなかなか決まらない。

	新聞販売店〔広告〕(店主)	受注量や販売量の動き	・購読数も折込件数も減少しており、上向く兆しが無い。
	広告代理店(企画担当)	取引先の様子	・消費税増税や気温が高めとなった影響で、衣料品の動きが弱かった。全体として苦戦した商業施設が多い。
	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	・消費税増税前のまとめ買いによる影響が、駅ナカ店舗でも、ドラッグストアを中心に続いている。特に、トイレットペーパーやティッシュペーパーといった日用雑貨は、11月中旬になっても影響が続いている。その一方、カウンセリング化粧品などの高額商品には影響がみられない。
	その他非製造業〔機械器具卸〕(経営者)	競争相手の様子	・見積依頼や受注案件が少なくなっている。
	× 電気機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・当社の事業に関係のある全ての業種で、受注が停滞し始めている。決算までの状況に関しても、悲観的な見解が多い。
	× その他非製造業〔電気業〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・政府による経済政策がうまくいっていない。
雇用 関連 (近畿)	-	-	-
	人材派遣会社(営業担当)	それ以外	・消費税増税後は全体的に景気の落ち込みがあったが、消費者の負担を和らげるキャッシュレス決済のポイント還元などが、時間とともに徐々に浸透し、買い控えの意識が緩和されつつある。
	人材派遣会社(支店長)	求人数の動き	・悪いながらも、徐々に案件が決まり始めている。
	人材派遣会社(経営者)	求人数の動き	・前月と同様に、派遣業界では年末や年度末に関する忙しさはない。この傾向は今年一杯、続きそうである。特に心理的な面で、先行きは不景気が続くかもしれないと静観している。
	新聞社〔求人広告〕(管理担当)	求人数の動き	・年末に近づき、求人数に加えて求職者も増える時期となるが、新聞求人は絶対数の減少もあり、今後の傾向を左右するような動きはみられない。10月に消費税増税が実施されたが、求人数にはその影響が感じられない。
	新聞社〔求人広告〕(担当者)	それ以外	・新聞広告の出稿状況をみても、ここ3か月は大きな変化がない。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人は製造業での減少が続く一方、建設業や宿泊、飲食業、介護などでは増加が続いており、全体では一進一退が続いている。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人倍率は、4か月連続で前年よりも下がっている。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・直近の新規求人数は前年比で7.5%増加と、2か月連続のプラスとなったが、求人の更新による変動が大きい。増加というわけではなく、ほぼ前年並みの状況となっている。
	学校〔大学〕(就職担当)	それ以外	・今週は地方に3日間出張したが、有名な商店街でもシャッターが閉まっているケースが多く、夜になると人通りもまばらで、ゴーストタウンのように感じた。地方の活性化が叫ばれているが、早く手を打たなければ、ますます寂れてしまう。
	人材派遣会社(役員)	求人数の動き	・前年に比べて、求人数が激減している。
	人材派遣会社(営業担当)	求人数の動き	・前年と比べても、この3か月でみても、派遣の依頼件数は若干減少気味である。
	職業安定所(職員)	それ以外	・求人数はある程度みられるが、製造業を中心に、企業からはやや悪いという声が多い。
	民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・10月以降は、消費税増税の影響で求人数の減少傾向がみられる。
	民間職業紹介機関(マネージャー)	採用者数の動き	・業界全体の実績が前年を下回り始めている。

	民間職業紹介機関（営業担当）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・新卒学生の求人数と就職数の動きをみると、4年生の求人は減っているほか、求職者である学生の動きも、前年以上に鈍い状態である。企業の動きとしては、就活スケジュールが実質的に早まっているため、20年卒の4年生から、21年卒の3年生にシフトする動きもある。
	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・派遣の3年ルールの問題もあり、契約が終了するケースが増えている。それに加えて、求職者も少なく、求人への人選にかなり苦戦している。
	学校 [大学]（就職担当）	求職者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・求職者が不足しているなか、当然ながら、どの企業も優秀な人材確保を目指しており、採用予定者数に満たない法人も、採用活動を終了し始めている。
x	-	-	-