

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（人事担当）	・冬のボーナス商戦以降の、歳末セールから初売りにかけての最盛期に期待している。
		高級レストラン（スタッフ）	・ここから年末年始や年度末に向けて、必ず忙しくなると予想している。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・正月を迎えるため、着物に対する関心が高まるほか、卒業や入学に向けての準備もあり、少し良くなると期待している。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・年末商戦になり、販売量の増加が期待できる月であるため、取りこぼしをせず、良い結果で1年を締めくりたい。
		百貨店（売場主任）	・衣料品の売上が低迷する一方、輸入ブランドや食料品の売上が前年を上回っているほか、消費税増税の影響も間もなく落ち着く。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税後の買い控え傾向の緩和や、外国人売上の増加により、今月に比べると好転すると予想している。
		百貨店（外商担当）	・年明け以降は、消費税増税による消費マインドの低下も落ち着く。春物の新作の発売も始まるため、景気は良くなると予想される。
		百貨店（販促担当）	・消費税増税の影響は長く続かず、徐々に回復してくると予想される。株価は安定しており、極端な社会不安もないため、高額品の動きも出てきそうである。何よりも重要なのは気温の推移で、冷え込んでくれば、重衣料や雑貨の動きも活発になる。今後は、気温の推移に合わせた提案力が問われる。
		百貨店（販売推進担当）	・消費税増税以後の反動減も、緩やかながら戻りつつあるほか、今後はインバウンドの動きも安定する。
		百貨店（服飾品担当）	・12月は気温の低下が期待され、前年以上に防寒商材が動くことと予想されるほか、今年12月23日が祝日ではないが、クリスマス商戦に投入された新作の動きは良く、消費税増税前の駆け込み需要がみられた商材も、12月には回復すると予想されるため、前回の増税時と同じように、2か月ぐらいで元の消費動向に戻る事が予想される。
		百貨店（マネージャー）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が和らぐほか、気温が低下してきたため、コートなどのアウターの動きが出てくる。
		スーパー（企画担当）	・12月に入り、年末年始が近づくなかで、キャッシュレス決済のポイント還元事業や、店舗独自のポイント特典などが、客の購買意欲の後押しになる。また、気温もようやく低くなり、鍋物商材の動きも伸びてきている。
		スーパー（企画担当）	・消費税増税の影響は徐々に薄らぐと予想される。
		コンビニ（経営者）	・軽減税率の効果で、外食店からコンビニへと消費が移る傾向はしばらく続くため、食品類の売上が好調に推移することが期待される。
		コンビニ（経営者）	・年末は忙しくなる。
		コンビニ（店長）	・年末には、道を挟んだ向かい側にカプセルホテルが開店するため、更に来客が増えることが予想される。
		コンビニ（店員）	・年末にかけて、クリスマスのチキンといった催事品も増えるため、また忙しくなると予想される。
		衣料品専門店（店長）	・ここ2か月ほどは、売上や来客数、単価共に落ちているものの、一部では高額品を購入する客も見受けられる。2～3か月後には、少し持ち直すことが期待される。
		家電量販店（経営者）	・キャッシュレス決済のポイント還元や、次世代住宅ポイント制度などの効果で、オール電化やリフォームの動きが活発化している。
		家電量販店（店員）	・消費税増税の動向は徐々に落ち着いてくる。客に対して正確な情報提供ができれば、他社よりも優位性が高まり、需要の増加にもつながる。
	家電量販店（店員）	・ボーナス商戦、クリスマス需要もあり、来客数は増加する。その勢いで年末の駆け込み需要が増え、少しは回復することが予想される。	
	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・12～1月はボーナス商戦でもあり、女性用の化粧品などの売行きが良くなる可能性が高い。	
	その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・スマートフォンでの決済は、加盟店も増えて買物がしやすくなっているため、購買意欲の上昇につながる。	

高級レストラン（企画）	・宿泊の先行予約では、3か月先までの客室単価の推移が、今までよりも好転している。
都市型ホテル（フロント）	・ロビーの改装を行うため、今後に期待している。
旅行代理店（店長）	・今年は新元号による祝賀ムードであり、先々の見通しも明るい。景気が良くなるかどうかは不透明であるが、企業などは良くしようと動いているため、来年度に向けて期待している。
タクシー運転手	・これから宴会シーズンや年末を迎えるが、例年のような客の動きが期待される。タクシーの利用については、非常に寒い日や天候の悪い日には、近距離でも客が増える。
タクシー運転手	・忘年会シーズンでの客足の増加を期待したい。
その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・米中関係の改善や、ボーナスの増加などで、個人消費の回復につながってほしい。
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・インバウンドは現状の推移が予想されるほか、年末の予約状況も前年並みとなっている。
一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	・8～10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80.7%で、関東は100.3%、中部は105.6%で、中国は58.4%となり、各地区の平均は83.8%となっている。今年は8月のお盆での10連休、9月は前年のプロ野球チームの優勝特需による反動、10月は消費税増税などの悪材料があり、前年との比較も余り参考にならないが、全体としては非常に苦戦している。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・現在の景気が良いとは思えず、数か月後も大きな動きがあるとは考えられない。現状と変わらないか、悪くなっている可能性もある。少なくとも、全く楽観視できない状態である。
百貨店（売場主任）	・定価品が厳しい状況であれば、以前はバーゲンセールで取り返すことができたが、近年はそれも難しい。以前とは異なり、バーゲンセールの時期も需要が分散し、売上は伸びにくい。国内客の所得が向上しない限り、景気回復の兆しもみられないため、インバウンド需要に頼らざるを得ない。
百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響は一段落するものの、米中貿易摩擦などの不確定要素により、景気の下振れ懸念がある。当面は低位安定が予想される。
百貨店（営業担当）	・インバウンドによる購入は、今後も緩やかな増加が予想される。富裕層の優良客の一部では、更に高額な商品の購入が期待できるが、一般的な富裕客や、それ以外の客については、物への消費を控える傾向が感じられる。
百貨店（営業担当）	・令和の時代となり、天皇陛下の御即位にまつわる行事がメディアで報じられると、少し華やいだ雰囲気になると期待していたが、消費の増加にはつながっていない。何か弾みがつく物がなければ、景気の大きな回復はない。
百貨店（サービス担当）	・全体の状況としては変わらないが、前年の数字を確保するためのイベント施策、特に食料品を中心とした催事を新たに導入することで、集客の増加を目指す。
百貨店（商品担当）	・冬のボーナスが支給されても、消費税増税後の買い控え意識は強く、訪日外国人の免税売上も不調が続く。米中貿易摩擦による中国経済の厳しい状況に加え、日韓関係の悪化に伴う訪日客の減少が長期化している。景気の下降が長期化しそうで、回復のめどが立たない状況である。
百貨店（宣伝担当）	・ボーナス商戦やクリスマス商戦が控えているが、現在の客の様子や今年の暖冬予報からすると、大幅な売上の回復は難しい。
スーパー（経営者）	・米中貿易摩擦の改善が進みそうで、日韓関係にも改善の兆しがみられる。国際情勢が少し安定すれば、各種の経済指標も良くなる。特に、前年の株価暴落のようなことがなければ、現状維持か、少し消費マインドも上向くと期待している。
スーパー（店長）	・消費税増税後の来客数の回復が、前回の増税後よりも遅い。
スーパー（店長）	・9月までの上り調子にストップが掛かっており、12月以降の動きが読みにくい。
スーパー（店員）	・近隣に競合店が多く、値段も同じぐらいである。クレジットカードやスマートフォンでのキャッシュレス決済は、年配客は使っていない様子なので、余り変化はない。

スーパー（経理担当）	・消費税増税後の年末商戦であり、節約志向が強いため、大きな盛り上がりは期待できない。年末年始は大型連休となるが、都市圏の消費には逆にマイナス材料となる。
スーパー（販売促進担当）	・消費税増税による影響を払拭するような、需要の押し上げ要因は特に見当たらず、しばらくは需要の減退が続く。ブラックフライデーも大きな動きにつながらなかったため、年末商戦も苦戦することが危惧される。
スーパー（開発担当）	・消費税増税後は、キャッシュレス決済のポイント還元などはあるが、客のお買得感がなく、売上は伸びていない。これから年末商戦となるものの、不安である。
スーパー（管理担当）	・来年6月までの限定とはいえ、当店にはキャッシュレス決済のポイント還元がないため、これから影響が出ると予想している。
スーパー（エリア統括）	・各社の価格競争が落ち着く雰囲気は全くない。客が抱く価格やサービスに対する基準が以前よりも高くなり、それに素早く対応できない店は、日に日に取り残されると感じる。今後はエブリデー・ロー・プライスが主流であるため、利幅が小さくなり、体力勝負となる。
コンビニ（経営者）	・季節的な出費は出てくるが、購買意欲をかきたてる物がなく、収入が多くなるわけでもないので、状況は変わらない。
コンビニ（店長）	・特に大きな変化はない。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・必要な物は高額でも買うが、 unnecessaryな物は安くても買わないと感じる。
家電量販店（店員）	・キャッシュレス決済のポイント還元の恩恵も余りなく、2～3か月後も変わらないと予想される。また、客に次世代住宅ポイント制度の案内をしても、反応が鈍い。
家電量販店（企画担当）	・キャッシュレス決済のポイント還元、次世代住宅ポイント制度といった、消費税増税に対する政府の対策の恩恵を、一部の国民しか受けられていないと感じる。年配客などのキャッシュレス決済に抵抗がある人でも、消費意欲が高まるような政策が必要である。
乗用車販売店（経営者）	・ボーナス商戦に向けて良い商材が少なく、消費マインドも依然として低い。
乗用車販売店（販売担当）	・客の動きが鈍化している。今は基本に立ち返った活動に力を入れたい。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・暖かい日が多く、1日の寒暖の差も小さいため、季節商材の動きが鈍い。今年最後の月を迎えるが、全体の動きは変わらない。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・株価や為替レートが今のままで推移すれば、年が明けても、今の状態と大きな変化はない。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費税増税に関係なく、景気の停滞が続く。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・店舗としては、軽減税率対象となっている影響は薄く、客を取り込めていない。年明けの冬物処分セールには期待したいが、継続的な回復はなかなか見込めない。
一般レストラン（経営者）	・キャッシュレス決済の利用はまだまだ増えるが、やはり年末年始であるため、外食の機会は減る。
一般レストラン（企画）	・良くなりそうな材料がない。人件費や材料費の高騰に加えて、賃借料も上がる一方で、外食全体が厳しい環境にある。また、来年の東京オリンピックを控えて、更なる人手不足が懸念される。
一般レストラン（経理担当）	・良くなる材料が見当たらない。時代の流れか、大手企業は忘年会を自粛したり、二次会を取りやめるといった動きが増えている。
一般レストラン（店員）	・消費税増税の影響はそれほどなく、前年の売上とほぼ変わらない。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・予想したよりも気温が下がらず、冬物商材の販売に期待できない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・誰を喜ばせるための軽減税率なのかが分からず、事業の意欲が上がらない。
観光型旅館（経営者）	・消費税増税の影響が少し出ている。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊については、新規オープンのホテルとの価格競争もあるが、独自プランによる取り込みが順調である。宴会も例年並みの料金を要求され、消費税増税分の割引に応じてはいるものの、予約率は好調である。レストランでは、周辺企業からのランチ需要が好調であるが、忘年会を含めた予約の動きは弱い。

都市型ホテル（総務担当）	・3か月後の予約状況は、宿泊のほか、宴会の件数も前年を下回っている。一方、宿泊の客室単価は前年を下回っているが、宴会の1件当たりの売上は、前年を若干上回っている。
都市型ホテル（管理担当）	・消費税増税の影響も多少はあるが、宴会を含む国内需要が大きく減少するとは思えない。
旅行代理店（役員）	・各種対策の浸透や長期連休がプラスとなるが、東京オリンピックに向けての買い控えて相殺される。
旅行代理店（支店長）	・大型のイベントもなく、楽観できる要素や、良くなる要素が全く見当たらない。現状、客の出足が鈍っているなかで、これ以上は悪くなることはなく、大きくは変わらないと予想される。
旅行代理店（営業担当）	・日韓問題の行方次第で上向き可能性はあるが、現状は余り回復が期待できない。
タクシー運転手	・状況の変化はない。
観光名所（企画担当）	・来客数については、インバウンドの数に変化はない。韓国からの減少を、他の国からの増加で何とか持ちこたえている。
遊園地（経営者）	・現状は消費税増税の影響は、明確にはみられないが、今後も不安材料となる。先行き不透明なため、楽観視はできない。
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33日間予定されているほか、子供向けのイベントや企業イベントも開催されるため、前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）	・韓国情勢次第であるが、特に大きく伸びる要素は見当たらない。
その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・消費税増税による影響が残る。
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、例年、寒い時期になると来客数が減少する。
住宅販売会社（従業員）	・新築マンション市場は既に規模の縮小が始まっており、不動産各社も供給数を抑えているため、極端な市場の悪化は想定しにくい。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・新築の注文住宅市場では、消費税増税後の政府の新築購入者に対する手厚い対策が効き、消費税増税後の落ち込みもそれほどなく、今後も変わらない見通しである。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・新築の戸建て住宅は完成在庫が増加傾向にあり、市場では値下げ圧力が高まりつつある。マンション価格は相変わらず高止まりが続いているため、業界全体としてはバランスが取れた状態で推移しそうである。
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・景気が好転する材料は見当たらず、しばらくは現状維持のまま変わらない。
一般小売店〔時計〕（経営者）	・今月は久しぶりに少し良かったが、安定した景気の良さとは違って、まだまだ安心はできない。年配客は生活感の格差が大きく、想定外の自然災害が起きるたびに、お金は使わずに備えに回すという声をよく聞く。実際に、前年の地震で壊れた家を、今年にようやく直すといった話もある。余分なお金を買物に回すといった動きにつながる気配は、まだまだない。
一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税後は、来客数が減少している。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今月の来客数は前年比で103%と増えているが、客単価が下がり続けている。商店街などの聞き取りでも、多くの店舗で単価の低下が鮮明となっている。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・現状のムードを変えるだけの材料は東京オリンピックぐらいであり、国際問題も含めて、全てマイナス要素ばかりが目につく。
一般小売店〔野菜〕（店長）	・来年の東京オリンピックに向けて、少しでも景気が良くなればよいが、今の状況ではそれほど変わらない。特に、小さな店やレストランでは、厳しい状況が続く。
百貨店（営業推進担当）	・良い材料が乏しいなかで、株価は上昇している。年末に向けて利益確定の動きが出てくれば、株価が下がることも予想される。その場合、年明け以降の消費は、前年や今月に比べて一層冷え込むことになる。
百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動や、暖冬の影響が引き続き出る。特に、富裕層以外の消費マインドはまだまだ低く、一時的に好転する材料はあっても、持続可能な材料には乏しい。

	百貨店（マネージャー）	・消費増税後の動きは想定内で、全体的には厳しい選択消費が続く、価格に敏感な購買姿勢がうかがえる。特に、今まで好調であったインバウンド需要が小康状態のほか、国内の現金客も、購買数、価格共に悪化が進んでいるため、厳しい状況が続くそうである。
	百貨店（マネージャー）	・消費増税以降の買い控え傾向が強くなり、婦人ファッションに関しては、手持ちアイテムを着回す意識を強く感じる。消費マインドの減退は、春先まで続くことが予想される。
	スーパー（経営者）	・消費増税後は商品の動きが悪く、しばらくはこの状況が続くそうである。
	スーパー（店長）	・クリスマスや年末年始にかけて、購買金額は低めで推移すると予想される。高額品よりも、できるだけ安く良い物や、気に入った物を購入する傾向がある。
	スーパー（店員）	・大手スーパーが近隣にオープンしたことで、来客数は減っている。しばらくすれば、また戻ってくると予想しているが、売上はやはり落ちることになる。
	コンビニ（経営者）	・昼夜の温度差が厳しくなり、ますます夜の来客数が減少していく。
	乗用車販売店（経営者）	・予想した以上に、消費増税以降は財布のひもが固くなっている。
	乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に推移しているが、販売は良くない。消費税率が上がる前に販売が増えたことが要因で、購入を控えている客が多く、この状況は2～3か月程度は続く。
	乗用車販売店（経営者）	・外部環境では米中貿易摩擦がまだに終息せず、まだまだどうなるか分からない。心理的にも、日本経済に大きなダメージを与えている。消費増税の影響で、客の将来に対する不安もあり、消費への関心が薄くなっているため、しばらく景気は上向かない。
	住関連専門店（店長）	・契約に至るまでの商談に時間が掛かる傾向が続けば、営業の機会損失につながり、年間受注の減少も懸念される。
	住関連専門店（店員）	・良くなる要素が全くない。キャッシュレス決済の推進で、当社のような現金取引の小売業者は厳しさが増す一方である。
	その他専門店 [ 食品 ] （経営者）	・のりを主な商材としているが、地球温暖化の影響で商品の仕入れに問題が出てきそうである。収穫期のスタートが遅れることで、減産が予想される。
	その他専門店 [ 宝飾品 ] （販売担当）	・当店は内税表示で販売し、価格を変えていないため、消費増税前から売上や販売量の変化がなくても、実質的に利益率は下がっている。
	観光型ホテル（経営者）	・来年1～2月の先行予約状況は、前年よりも動きが悪い。今後、いかに間際の集客ができるかに懸かっている。
	観光型ホテル（経営者）	・日本の経済は世界との関連で動いているが、世界の景気動向は余り良くない。当然、日本にもそれが波及して、良くなる傾向にはならない。
	観光型旅館（経営者）	・入込は少し動きが鈍くなりそうである。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊単価の低下が続くと予想される。特に、韓国問題が大きいほか、宿泊施設の供給過多の影響もある。一方、宴会の忘新年会の予約は順調に推移している。
	都市型ホテル（管理担当）	・観光施設が増えているわけでもないのに、宿泊施設は増え続けている。供給過多の状態はますます悪化しており、稼働率と客室単価のコントロールに苦戦している。
	通信会社（社員）	・来年の春に向けて、更に悪化することが懸念される。個人消費を下支えする景気刺激策が求められる。
	テーマパーク（職員）	・来客数の減少傾向になかなか歯止めが掛からず、効果的な対策も講じられていない。消費税率が5%から8%上がったときほどの影響はないが、現状の消費の促進策は全くの逆効果である。
	住宅販売会社（経営者）	・不動産の供給が多いため、今後は相場が崩れることが予想される。
	住宅販売会社（経営者）	・不動産の流通をけん引してきた宿泊関連の需要に陰りがみられ、土地単価も下落し始めている。
	住宅販売会社（総務担当）	・消費増税の影響がもう少し回復すれば、景気も改善しそうであるが、現状はその兆しがみられない。
	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）	・景気の後退傾向は、今後も続きそうである。
x	商店街（代表者）	・今後も厳しい環境が続くそうである。

	×	百貨店（企画担当）	・前回の消費税増税時と比べると、影響はやや小さいが、8月までの売上とは明らかに差がある。回復のスピードは極めて遅いと感じる。
	×	スーパー（店長）	・年末年始は例年並みかやや悪いと予測され、それ以降は節約志向が顕著となる可能性が高い。
	×	衣料品専門店（経営者）	・生活に必要なコストが上昇しているほか、働き方改革で収入が減っており、ますます個人消費が悪化する。頼みの綱のインバウンド消費にも陰りがみられ、せめて中小企業の働き方改革の実施を見送らないと、悪化が続きそうである。
	×	衣料品専門店（経営者）	・節約の影響か、主婦層の買い控えがかなり目立つ。商品みせても、良い反応がない。
	×	一般レストラン（経営者）	・12～1月の予約状況を見ると、気になるのは企業の宴会予約であり、キャンセルになる件数が非常に目立つ。また、生活費の節約はまだまだ続きそうなほか、インフルエンザの流行、気温の異常な低下も、来客数に影響を及ぼしそうである。
	×	都市型ホテル（客室担当）	・ホテルの乱立による影響を受けている。
企業 動向 関連 (近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・新規の成約案件が何件かあるほか、2～3か月後に成約する予定の案件もあるため、今後は良くなる。
		食料品製造業（営業担当）	・年末年始に向けてのイベントが多いため、消費者の動きも少しは良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・年度末には、消費税増税に関係のある案件の注文が、まとめて出てくることが予想される。
		化学工業（企画担当）	・年末の繁忙期が迫ってきたが、例年のような伸びがみられない。今後、一時的に販売量は伸びると予想されるが、慢性的な消費の減少は続きそうである。
		金属製品製造業（開発担当）	・新しい商品が出る予定である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・単純に市場の景気には結び付かないが、引き合いは幸い増えている。Webサイトを利用した広報など、企業による経営革新の効果で、良くなるとまではいえないが、やや良くなると期待できそうである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が少しであるが増えている。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・年が明けると、消費税増税の影響が落ち着くと予想されるほか、東京オリンピックの開催年を迎えて、市場が活気付く。
		輸送用機械器具製造業（役員）	・自動車関連では、海外向けの引き合いが増えている。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新学期に向けて、受注が増える。
		広告代理店（営業担当）	・年度末に向けて、従来は発注のなかった広告、特にテレビCMの出稿が出てきている。
		経営コンサルタント	・各企業の人手不足や販売競争の激しさは、しばらく続く。各社は人材育成や販売促進の手を緩めることはできないため、当社としてはしばらく良くなる。
		食料品製造業（従業員）	・気候が冬らしくなり、大きな災害もないようなので、現状維持が続きそうである。ただし、年末年始の売出し企画の荷動き次第で、大きく変動する可能性はある。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・客からは、受注量が増加するといった話はない。
		化学工業（経営者）	・計画の後ろ倒しや、定番品の受注の減少がみられる。しばらく受注の回復は望めそうにない。
		化学工業（管理担当）	・最近では月ごとの販売量のばらつきが大きく、景気方向性が判断しにくい。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・景気の良い状態が続いているが、更なる改善は期待できないため、現状維持となる。必要な物を必要なだけ作るという生産工場のグループに入っているため、受注が取れている。短納期への対応を求められるが、それに応えることが重要である。
		金属製品製造業（経営者）	・大きな変化はなく、横ばいの状態が続いている。
		金属製品製造業（営業担当）	・年度末までは、取引先の在庫調整が続きそうである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今後数か月は、今のような低調な状況が続きそうである。

	一般機械器具製造業（設計担当）	・受注量の増加は期待できないが、一定量の注文は見込まれる。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・個人消費の低迷が依然として続いており、靴メーカーへの発注が減少している。
	建設業（経営者）	・現状の堅調な状況は続きそうであるが、あとは価格との兼ね合いとなる。また、資金繰りにも留意したい。
	建設業（経営者）	・監理技術者や技能労働者不足のなか、今後は働き方改革で効率的に動かなければ、工期内での完工が難しくなる。発注者にも工期の再検討を求めたい。
	輸送業（営業担当）	・イベントのマンネリ化で、売上増となる要素がない。
	通信業（管理担当）	・例年であればボーナス商戦の時期となるが、消費税増税による買い控えで冷え込むため、割引などで巻き返せるかが鍵となる。
	金融業（営業担当）	・回復するまでには、相当な時間が必要である。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・良くなる見通しも、悪くなる予兆もない。国内政治が小競り合いを続けている間は、大きな景気の変動はないと予想される。やはり海外からの大きな景気の波が生まれにくい限り、国内景気に大きな変動はない。仮に、ちまたでいわれているような、欧州の主要銀行の破綻などが現実になれば、大きく景気後退に振れることになる。
	金融業（副支店長）	・取引先に今後の受注状況を聞いても、受注が増えそうといった、前向きな話がほとんどない。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・読まないという理由で購読をやめる読者が増えている。インターネットやスマートフォンに時間を取られ、新聞に目を通す時間がなくなっている人が増えていると感じる。
	広告代理店（営業担当）	・今年になって、広告の売上が前年を僅かに下回る状態が続いている。
	司法書士	・景気が好転する材料は見当たらないが、会社の解散などの案件もないため、現状の動きがしばらく続く。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・年末も、慌ただしさが少ないような気がする。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・消費税増税の影響は、日用品ほど大きくなっているが、増税にも体感的に慣れ始めており、もうそろそろ元に戻ると予想される。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・機会損失だけは避けなければ、今と全く変わらない状況が続くことになる。
	食料品製造業（経理担当）	・消費税増税の影響や、自然災害の復興の遅れ、インバウンドの減少などで悪くなる。
	繊維工業（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が出てきている。
	繊維工業（団体職員）	・全体的に需要の盛り上がり欠けており、先行きにも余り変化が感じられない。
	繊維工業（総務担当）	・靴下に関しては、安い物しか売れない、価格破壊の時代に逆戻りしたような印象を受ける。今後、この傾向は更に顕著になるような気がする。
	不動産業（営業担当）	・消費税増税後、不動産の動きが悪くなってきている。売買に大きな変化はないが、賃貸は悪くなっている。この状態が将来も続くため、全体としても悪くなる。
	広告代理店（企画担当）	・消費税増税の影響は、年末年始の消費にも出ることが予想される。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今年も暖冬の傾向があり、季節商材の動きが鈍化する。受注量も少ないため、今後は悪くなる。
	× 輸送業（営業担当）	・家電向けの部品生産が減り続けている。来年用の製品の生産を控えていると聞いている。
	× その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・世界情勢が不安定であり、今後の経済の見通しが立たない。
雇用 関連 (近畿)	-	-
	人材派遣会社（支店長）	・年度末の駆け込み需要が出てきそうである。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・求人数が底を打ち、少しずつではあるが増えている。
	民間職業紹介機関（職員）	・求人企業からは、全体の仕事量が減少しているという声は少ない。今後も人手不足が続くなかで、一定の仕事量をこなすため、年間での平準化が図られ、安定的な求人数が期待できる。
	人材派遣会社（経営者）	・人材に関する需要は、新規の依頼はほとんどなく、この状況は年明けも続きそうである。消費税増税による経済への大きな影響は感じられないが、企業が心理的に弱気になっており、人材派遣の新たな依頼が出てこない要因となっている。

	人材派遣会社（営業担当）	・台風や消費税増税で景況感は悪化したが、年末年始の商戦を控えており、購買意欲も刺激されるため、景気は多少上向きとなる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末年始も、現状のような新聞広告の出稿となりそうである。来年は東京オリンピックに期待しており、特に関西の地元企業の活力が高まってほしい。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人倍率は高い水準で安定しており、構造的に人手不足の業種では、依然として求人数が多い。日本の株価に大きな影響を与える米国の株価も、年後半にかけて上昇基調に転じており、今のところは大きな景気の悪化は考えにくい。ただし、その一方で米中貿易摩擦を含む世界情勢は目まぐるしく変化しており、景気がどちらの方向に向かうのかは、予断を許さない。
	職業安定所（職員）	・建設業や宿泊、飲食業、介護職などの人手不足の分野では、求人の増加が続いているが、ほとんど応募がないため、今後も人手不足の状態が続く。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は高い水準で推移しているが、1年前に比べ、ここ4か月は下がり気味で、景気に陰りがみられる。
	職業安定所（職員）	・新規求職者数も求人と同様に、月ごとの多少の増減はあるものの、傾向としての変化は小さく、直近は僅かに減少している。求人、求職の動きからは、変化の前兆はみられない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・4年生の求人は前年よりも減ってくると予想され、今月よりも悪くなる一方、3年生が動き始めるため、トータルでは変わらないと予想される。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・例年であれば、もう少し求人数が増えるはずが、今月は前月と求人数に差がなく、横ばいである。
	学校〔大学〕（就職担当）	・冬のボーナスが期待どおりに支給されれば、現状は維持できる。
	人材派遣会社（役員）	・求人数の減少が続く可能性は高く、有効求人倍率も低下に転じている。
	人材派遣会社（営業担当）	・人手不足感がやや落ち着き、企業からの求人件数は微減となっている。
	職業安定所（職員）	・求人企業からは、景気は下降気味との声が多い。特に、消費意欲の下落や、米中貿易摩擦の影響が出始めているといった声を聞く。
	民間職業紹介機関（マネージャー）	・求人はあるが、採用のハードルが非常に上がっているため、なかなか採用の決定に至らない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・今後も人手不足は続く予想されるが、米国などで景気が後退し始めている状況で、今の求人数を維持するのは困難と感じる。
	x	-