

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)		百貨店（売場主任）	単価の動き	・大型店では、時計や貴金属などの高額品の売上が好調で、化粧品もインバウンドの購入が引き続き好調である。郊外店でも同様の傾向がみられ、食料品の購入単価は確実に上がっており、店頭売上の前年比は好調に推移している。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・気温の低下で、コートを中心とした重衣料の動きがとても良い。特選ブランドや高級時計といった高額商品の好調など、株高の影響とみられる動きも目立つ。また、客単価の高いインバウンド売上の増加も継続している。
		百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・11月は、前年比で2けた増に近いプラスとなっている。最低気温が前年比で2度低く、コートやブルゾンなどの冬物の防寒衣料が好調で、中間層にも動きが波及している。富裕層による美術品や宝飾品、時計などの高額品の購入も、株価の上昇を背景に好調が続いている。インバウンド消費に関しても、前年の2倍となるペースで推移している。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・数年前から、この時期になると来年のカレンダーを用意し、来店客にプレゼントしている。常連客はもちろん、意外にカレンダーの評判が良く、それを目当てに買物をする客が目立つ。大きな買物は特になかったが、物が動いた印象はある。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・明らかに注文が増え、売上も前年比で5%増えている。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・11月後半から販売量の動きが良くなっている。この勢いのまま、年末商戦の売上が良くなることを期待している。
		一般小売店〔酒〕（社員）	単価の動き	・客単価が上昇傾向にあり、追加購入のセールスへの反応も良いなど、購買意欲の高まりを感じる。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月の売上は、月間目標、前年水準共に上回る見込みである。インバウンドの好調が持続しており、月の経過とともに伸び続けている。また、国内の需要においても、気温の低下により、コートやニット、防寒用品などの季節商材が好調であり、全体の売上を押し上げている。客の購買意欲は少し上向きになっている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・冬物の高級ビジネススーツやコートなど、優良固定客の購入点数が例年以上に多く、単価も高額になっている。高級ブランドの宝飾品も勢いは落ちてきたものの、まだまだ好調である。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・直近の売上は、店舗全体で前年を6%ほど上回っている。引き続き好調な訪日外国人売上が全体を押し上げている。訪日外国人売上を除いても1.5%増であり、国内消費にも堅調さがうかがえる。特選衣料や宝飾品、時計などの高額品も好調なほか、気温の低下もあってコートの売上が前年を20%程度上回り、単価を押し上げている。
		百貨店（売場マネージャー）	販売量の動き	・郊外店舗であるため、インバウンドによる増収はほぼないが、高級輸入雑貨のショップでは、化粧品の売上が前年比で2けた増となっている。婦人、紳士衣料もコートの動きが良く、前年を上回っている。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月は、気温の低下に伴って衣料品関連の動きが良好で、単価全体の上昇にもつながっている。堅調な雑貨や食品関連に加え、高額品も株高に支えられて好調に推移している。来客数も前年から増加しているなど、消費は好調となっている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月もインバウンド効果に変化はなく、来客数の増加は顕著で、化粧品などを中心に大幅に売上が伸びている。また、急な寒さの影響で、冬物衣料も婦人服、紳士服共に、前年比で10%以上増えている。スイーツブームの影響により、食料品も洋菓子を中心に前年実績を大きくクリアしている。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・訪日外国人による免税売上は好調を維持しているほか、国内需要も堅調である。化粧品のみならず、気温の低下とともに、婦人、紳士衣料や防寒用雑貨も、順調な動きとなっている。

百貨店（外商担当）	販売量の動き	・インバウンド売上が、依然として前年比80～100%増で推移しており、高額な宝石や時計、美術品の受注もかなり増えている。気温が低くなっている影響で、衣料品も健闘している。
百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・11月に入り、気温の低下とともに、重衣料関連の動きが久しぶりに活発化したこともあり、都心店舗の売上は前年比で10%近いアップとなったほか、郊外店舗でも前年をやや上回る状況となった。全国的に婦人衣料が苦戦するなかで、アウター関連やネックウェアなどが軒並み売上を伸ばし、ブーツが苦戦していた靴関連も、やや回復傾向にある。しわ取りの効果がある化粧品の大規模商品の売上も好調に推移し、クリスマス商材と共に売上をけん引している。株価上昇の影響もあり、輸入ブランドも年末商材やリゾート関連が動くなど、店舗に活気があふれている。
百貨店（営業企画）	販売量の動き	・11月は、各部門の売上前年比が、前月よりも改善している。
スーパー（経営者）	単価の動き	・前年よりも大きく低下していた野菜相場が上昇に転じたほか、天候の安定により客足が回復してきている。また、前年は野菜の価格が高過ぎて、鍋物用には使えなかったが、今年は適度な相場であり、鍋物メニューがよく動いている。買上点数、買上単価共に上向していることが、売上増につながっている。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・この数か月は客単価も落ち着いていたが、今月はファーストフードの新商品の売上増が寄与したこともあり、客単価が上昇している。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・ホテルがオープンし、工事関係者に変わって宿泊客の来店が前年比で20%増えている。お酒や珍味類の購入が多いため、客単価が10%ほど上がっている。
家電量販店（企画担当）	単価の動き	・冷蔵庫やエアコンの省エネタイプなど、高付加価値で価格の高い商品が動いている。
家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要が、住宅関係で出ているように感じる。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・株価が2万円を大幅に超えた状態で安定している。いろいろな面で経済の状況が改善されており、年末に向けて、客の気分がやや前向きになっている。
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	・受電数が増え、注文数量や購入額も増加傾向にある。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ディナー、ランチ共に予約が増えている。
一般レストラン（企画）	単価の動き	・来客数はほぼ前年並みで推移しているが、10月以降は客単価が前年を大きく上回り、売上を押し上げている。特に、土日の営業が好調である。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊は、今月上旬は苦戦したが、相変わらず好調なインバウンドに支えられ、前年の売上を約7%上回る見込み。さらに、朝食の需要にもつながり、食堂の売上も大幅に増えている。一方、順調であった宴会では、新規受注がほとんどなく、今月は大幅に減収となっている。ただし、来月以降は好調のため、今月だけの悪化にとどまる。
都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊部門では、客室稼働率が前年を上回っている。低下傾向にあった客室単価も前年並みで推移し、売上は前年を若干上回っている。また、宴会収入は前年並みであるが、レストラン収入は前年を10%近く上回っている。
タクシー運転手	来客数の動き	・法人関係の依頼が多くなっている。
タクシー運転手	お客様の様子	・秋の紅葉でたくさんの方が京都に来ており、タクシーの台数が足りない。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・建設、電子部品関係などが好調である。
住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・不動産の相場が商業地を中心に上がってきたほか、建築単価の上昇も消費者に認知され始めている。
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	お客様の様子	・高額な修理費用の見積を出しても、二つ返事で了承してもらえらるケースが多い。
商店街（代表者）	お客様の様子	・インバウンド効果よりも、既存の顧客離れが目立つ。
一般小売店〔珈琲〕（経営者）	販売量の動き	・取引先の喫茶店やカフェ、飲食店での販売量は、全体として横ばいである。

一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・今月は、気温の低下が例年よりも早い。コートやジャケットなどの重衣料関係の動き出しが、例年になく早かったため、久しぶりに前年を上回る実績となっている。
一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・衆議院選挙後の政治情勢も予断を許さず、景気の上昇に向けた政策が出てくるわけでもない。企業や官庁の予算も厳しい印象がある。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	お客様の様子	・10月は週末に2度の台風に見舞われ、どの業界も痛手を受けた。11月は3連休から始まり、観光シーズンでもあるため、消費者は活発に動くと期待したが、神戸の街はいつもと変化がなかった。マラソンなどのイベントで、県外からの客も多く動いていたはずであるが、そのように感じられない。
一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・11月と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97.4%で、8月が93.9%、関東は11月が104.9%で、8月が92.5%、中部は11月が103.6%で、8月が96.6%、中国は11月が90.8%で、8月が104.6%となり、各地区合計の平均は11月が99.1%で、8月が95.7%となった。11月に入り、少し上向いているように見える。ただし、クリスマス、お歳暮商戦共に足出が悪く、今後苦戦しそうだ。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・冬場に入り、冬物衣料の動きが少しはあるが、客は必要な物だけを堅実に購入している。あと1か月もすれば冬のバーゲンの時期に入るが、既に待っている客がいる。
一般小売店〔野菜〕（店長）	それ以外	・物の値段が高いため、消費者の購入が少なくなり、スーパーの安売りにしか反応しなくなっている。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・季節なりの気温の低下により、冬物衣料が好調に動いている。インバウンドの売上も減ることなく、好調を維持している。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・インバウンド売上は依然として好調で、前年からほぼ倍増という状況が続いている。富裕層である外商顧客の売上は、増加傾向が鈍化しつつあるものの、例年以上に気温が下がり、ボリューム層による冬物商材の購入は好調である。売上全体の増加額は、ここ数か月と大きく変わらない。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・ファッションを取り巻く国内の環境に大きな改善はないが、当地区では10月に天候不順で冬物の防寒商材が苦戦したため、一気に動いて数値を押し上げている。ただし、全体的な消費の傾向は節約志向であり、今必要で役に立つ物に絞って購入している。
百貨店（役員）	単価の動き	・気温の低下で、コートやニットの冬物衣料は紳士、婦人共に動きが良いものの、単価は少し下がっている。冬物商戦はこれから本格化するが、中間所得層の商品購入は減っておらず、安くても質の良い商材が選ばれている。購入先は、百貨店や専門店だけではなく、インターネット通販も増えている。年末、迎春商戦については、お歳暮やおせち料理、外商を中心に前年並みで推移しているが、冬物商材、年末商戦の山場は12月である。
百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・上半期に続き、下半期もこれまでと同じく、富裕層やインバウンドによる売上がけん引している。特に、免税売上は前年比で80%以上伸びている。今月は天候が安定し、気温も下がったことから、婦人服、紳士服共に、堅調な動きとなっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・気温の低下と野菜相場の上昇で単価が上がってきているが、買上点数が増加するまでには至っていない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・気温の低下で、季節商材が前年よりも早く売れる傾向にあるが、この動きが続くとは考えていない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・単価は回復傾向にあるが、来客数が伸びず、減少している感もある。買い回りによって、世帯当たりの消費が増えているとは思えない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・近隣の競合店の出店もあり、来客数が減少する流れは変わらず、苦戦している。気温の低下もあって、衣料品関係は好調に推移しているが、食料品は買上点数の減少で客単価が低下傾向にあるなど、消費者の生活防衛意識はますます高まっている。

スーパー（企画担当）	それ以外	・まだまだ売上、利益共に前年を下回っている。野菜の相場が上がっているため、利益が出ていない。中途半端な価格では販売量も伸びないのが現状で、競合先が値下げを打ち出せば対抗せざるを得ない。生鮮部門での売上不振が大きく影響している。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・天候が比較的安定し、気温の低下も少し早いことから、売上は堅調に推移している。ブラックフライデー商戦も、まだまだ限定的ながら定着しつつある。
スーパー（開発担当）	お客様の様子	・消費が増えているようには思えない。購買意欲もあまり感じられない。
スーパー（社員）	来客数の動き	・今秋は例年よりも気温の低い日が多く、早くから鍋物商材などの動きが良くなると期待できる。ただし、急に寒くなったほか、天候が安定しない日も多いことから、客の来店がやや鈍っている。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・最近の傾向としては、来客数が若干減った一方、客単価が少し上がり、現状維持といったところである。
コンビニ（広告担当）	お客様の様子	・小売の場合、季節変動の影響で単純に3か月前との比較はできないものの、前年比で大きな変化はない。少しは伸びているが、いろいろな施策による変動である。今年は寒くなるのが早いと、温かい商品の販売がどれだけ伸びるかが重要となっている。現状、海外や政治の影響は大きくないが、日々の消費者の購買意欲もそれほど大きくない。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・11月中旬に近隣のスーパーが閉店したため、繁忙期と同じ水準の来客数となっている。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・前年の11月と比べても変化が少ない。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・家電製品の買換えサイクルが長期化している。将来不安などの影響で、消費意欲が盛り上がらない。
家電量販店（店員）	来客数の動き	・前年と比べて、来客数、客単価共に大きな変化はない。
家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・急に気温が下がり、暖房関連が伸びているが、前年に比べて来客数は減っている。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・日による気温の差が大きく、体調不良や風邪の症状の客が増加し、風邪薬やドリンクの動きが少し良くなっている。
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・現在はお歳暮や年末商戦に向けて出荷量は増えているが、前年に比べると、あまり変わっていない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	来客数の動き	・来客数に目立った増減はなく、売上にも変化がない。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	お客様の様子	・全体的に顧客の購買意欲は慎重であるが、シニア向け商品のうち、ターゲットとする年齢を少し下げた商品については、目新しさからか好調に動いている。
高級レストラン（企画）	販売量の動き	・特に個人客をターゲットにした、料飲や宿泊での高額商品の売上は伸びている。その一方、団体客や小規模グループによる、低、中単価品の需要は伸び悩んでいる。
一般レストラン（経理担当）	単価の動き	・3か月前とほとんど状況は変わらない。
観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・11月は団体客のキャンセルがあり、空き部屋を個人客で埋めざるを得ない日もあった。その結果、宿泊売上は計画どおりとなったが、付帯売上は下回っている。
観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・客の動きは例年どおりである。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・例年とほとんど変化がない。
都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンに加えて、市内でのイベントも多く、稼働率は前年比で0.7ポイント、客室単価も4.8ポイント上がるなど好調である。
都市型ホテル（管理担当）	競争相手の様子	・婚礼関連の来館者数が伸びない。旅行会社経由の受注が伸び悩み、客室単価も伸びないという状況は、ほかのホテルでもみられる。
旅行代理店（役員）	販売量の動き	・国内旅行はインターネット経由の利用者が激増し、店頭での予約が伸びないが、海外旅行は安心を求めて来店する人が増えている。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・個人消費の上向く兆しがみられない。

旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・今年の年末年始の日並びは悪くないが、旅行の申込状況が芳しくない。客からも、家族と自宅で過ごすためのお節料理を奮発して、旅行は次の機会にするとといった話が多い。
タクシー運転手	お客様の様子	・客が徐々に増加し、街で動いている貨物の通行量も増えている。また、連休では行楽地に行く一般の乗用車も増えている。
タクシー運転手	お客様の様子	・流し営業での客の乗車機会に大きな増減はなく、比較的安定した状態で推移している。
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・来客数は前年並みであるが、販売量は前年を超えつつあるなど、回復傾向がみられる。
その他サービス [ビデオ・CD レンタル]（エリア担当）	販売量の動き	・タイトルに恵まれ、音楽関連の販売やゲーム機の売上が前年比で大幅にアップし、全体の売上増に貢献している。
住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・市内中心部の地価は、相変わらず高値で推移している。
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）	お客様の様子	・不動産取引の状況には、変化がみられない。
その他住宅[展示場]（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場への来場者数は、前年とほぼ変わらない。
その他住宅[情報誌]（編集者）	お客様の様子	・投資用マンションの販売は非常に好調であるが、実需が中心のマンションは供給が減っているにもかかわらず、一部の物件を除いて不調である。市場は富裕層の投資目的による購入が下支えしているが、それに適合した物件は減っており、好調が続くかどうかは微妙な状況にある。
百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・買上単価はやや上向きになっているものの、回遊性が低下しているほか、複数の買物も減っている。また、販促を行っていない平日や平日の売上も、やや減少している。ポイントアップや値引き、抽選など、何らかの販促を実施しない場合の落ち込みが、月を追うごとに激しくなっている。
スーパー（店員）	単価の動き	・葉物野菜の価格がまだ高いため、単価の安いきのこ類や、もやしがよく売れている。
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・野菜、果物の取引件数が前年比で90%と苦戦しており、全体に影響を及ぼしている。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・急に寒くなったり、雨が続いたため、客足が減っている。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・ある程度の価格の商品が売れ出しているが、数量が伸びない。客が商品を厳選していると感じる。
家電量販店（店員）	お客様の様子	・真夏のエアコンの動きほどではないが、プリンターや暖房器具の需要が増えてきた。ただし、単価も来客数も下向くなど、景気は悪くなっている。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・テレビや新聞などで、世界的な株高や好調な決算などが報じられているが、実際に潤っている客はいない。食品の価格が高騰しているが、所得も上がっていないので大変なはずである。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・広告活動を行っているが、反響が悪い。
乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・年末に向けて、来客数が減少している。今月の中旬はやや回復したが、厳しい状況である。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・予算が大切なことは理解できるが、商品を見る前に、この予算で買える物はどれかという視点で説明を求める客が、明らかに増えている。
その他飲食[自動販売機（飲料）]（管理担当）	お客様の様子	・気温が下がってきたので商品を入れ替えたが、その後は気温が不安定になっている。
都市型ホテル（管理担当）	単価の動き	・最近の京都市内における新規ホテルの開業や、民泊施設の増加により、需要と供給のバランスが崩れ、供給過多になっている。宿泊に関しては、宿泊単価が下がり始めている。
美容室（店長）	来客数の動き	・何とか営業はできているものの、利益は出ていない。

	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・新築マンションの販売では、都心のタワーマンションは好調な物件が多いが、郊外エリアは苦戦しており、全体的に好調な物件が減少しつつある。
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・年末を控えて展示場への来場率が低下し、引き合い自体も減少している。
x	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・夏に比べて買上点数が減ってきた。単価に変化はないため、売上が減少している。
x	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く、天候不順などで来客数が減少している。
x	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・前月の台風の後、中、大規模のスポット需要は安定しているが、小グループの客足は伸び悩みが続いている。ほかの飲食店でも同じような声をよく耳にする。一方、低単価の常連客は安定しているようである。
x	競輪場(職員)	単価の動き	・3か月前の客単価は10,070円で、今月の客単価は8,798円である。
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	・製品の出荷量が、3か月前と比較して15%程度増加している。
	電気機械器具製 造業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・売上、受注共に微増である。
	電気機械器具製 造業(宣伝担 当)	受注量や販売量 の動き	・4Kテレビの中で、特に単価の高い有機ELテレビが着実にシェアを伸ばしている。
	輸送用機械器具 製造業(経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・塗装関連を中心に、受注の増加が見込まれる。
	建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・年末に向けて、問い合わせや受注の動きが良くなってきている。問い合わせが受注につながる確率も高くなっている。
	新聞販売店[広 告](店主)	受注価格や販売 価格の動き	・折込件数が若干増えたため、折込収入が上向いている。
	広告代理店(企 画担当)	それ以外	・身の回りでは、株価が上がってもうかったという話をよく聞くようになった。上がっているのは大企業の株価だけではないため、中小企業にも景気の恩恵が少しずつ広がっている。
	その他非製造業 [衣服卸](経 営者)	受注価格や販売 価格の動き	・実用衣料の店頭販売価格は、円安の進行や原料の綿糸価格の高騰などから、全体的に引上げの方向であることは間違いない。足元の円安は落ち着きをみせ、綿糸価格も下がってきているため、コストプッシュ型の値上げの必要性は薄れているが、店頭価格は据え置かれているため、従来よりも利益が出やすい環境となっている。
	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量 の動き	・天候要因による野菜価格の高騰もあり、主力製品の売行きにも少し影響が出ている。ただし、当社の商材には秋向けの物が多いので、今のところは大きな増減のない状態で推移している。
	食料品製造業 (経理担当)	取引先の様子	・現政権の継続で政策的にも変わらないため、景気の変化はない。
	パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・板紙の値上がりにより、取引先と価格交渉を行っているが、値上げによる仮需要はみられない。
	出版・印刷・同 関連産業(営業 担当)	受注量や販売量 の動き	・周囲からは、景気回復の兆しが少しみられるとの声はあるが、まだそれほどの実感はない。受注量も前年に比べて少し落ちている。
	プラスチック製 品製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・実績は落ちていないが、将来的な伸びが感じられず、頭打ち感がある。
	窯業・土石製品 製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・ここ1年は、増えることも減ることもない状態が続いている。
	金属製品製造業 (経営者)	取引先の様子	・一部の業界を除いて全体的に安定した受注があり、残業で対応している。
	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・それなりに引き合いはあるが、受注が確定しないケースが多い。
	電気機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・メーカーによる設備投資の動きに、大きな勢いは感じられないが、徐々に自動化の需要が増えつつある。

	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年の下半期は、受注量、販売量共に緩やかながら安定している。特に、海外からは引き合いも増えているが、受注の獲得に悪戦苦闘しているのが実態である。自社製品が海外でも売れることは心強いが、海外の顧客との意思疎通を図るための、スタッフの能力向上に迫られている。
	その他製造業 〔事務用品〕 （営業担当）	受注量や販売量の動き	・特に変化はなく、例年どおりの動きとなっている。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅地の価格も、依然として下落傾向にある。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・台風被害の復旧工事がいまだに続いているため、一部の業種では技能労務者不足が続いている。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・前年に新店舗がオープンし、売上は伸びたが、今年は客の取り合いで目標が達成できていない。
	通信業（管理担当）	取引先の様子	・野菜などの市場価格が上昇したままであるため、景気は良くなり、悪いままである。
	金融業（副支店長）	受注量や販売量の動き	・取引先に受注状況を聞いても、横ばいとの回答が多い。
	金融業（営業担当）	競争相手の様子	・競合先との金利競争が激化している。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・株価は好調な動きをみせているが、株価の上昇ほどには、消費者に景気回復の実感はない。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・Web広告の売上は前年を少し上回っているが、紙媒体の売上が前年を下回っている。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・テレビスポットCMや新聞広告の状況は大きく変わっておらず、ますます好調である。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・当社の顧客をみていると、売上代金の回収期間が長期化する傾向にある。売上は増えているなど、景気は悪くないが、代金の回収が遅れている。しかも、原材料費が高騰しているため、資金繰りが悪化している。危うさを感じる状況にあり、景気が良いとはいえない。
	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	・周囲からも、忙しいという声は聞かれない。
	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	・今月に入り、朝晩を中心に冷え込んだこともあって、駅ナカではコンビニを中心にホットドリンクの売上が大きく伸びた。また、中華まんなどの冬物食材も好調であった。一方、来客数の伸び悩みが影響し、売上全体をみるとターミナル駅はやや好調であるが、そのほかは平凡な結果となっている。
	その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	取引先の様子	・最近3か月前後は、状況に変化はみられない。
	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・雨続きの天候の影響もあり、消費者の商品購入が少なくなっている。
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・タオル産地である当地域は、年末の最需要期であるが、稼働状況は低調である。具体的な要因は不明であるが、小規模企業のノベルティ向けなどが、前年に比べて減少している。
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・前年よりも催事ごとの商品の販売量が減少し、商品当たりの経費率が上がっている。
	金属製品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・10月以降、大手自動車メーカー向けの鋼材が値下がりしたこと、顧客からは値引きを要求されている。その一方、一般の鋼材価格は値上がり傾向にあるため、仕入コストが上昇し、採算が悪化している。
	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・本来であれば活発に動き出す時期であるが、全くその様子がない。パチンコ業界では、台規制の問題で設備投資を極力先延ばしにしている。ほかの産業機器業界でも、一般にいわれるほどの活発さは感じられない。
×	その他非製造業 〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前月と同じく、価格が底の状況にある。キャンペーンなどを行っているが、反応は今一つである。
×	その他非製造業 〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・依然として産業全体の動きが活発ではない。

雇用 関連 (近畿)	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・派遣の求人件数が増えているほか、時給がこの1年で上昇している。また、仕事が決まっていってスタッフも、年齢、経歴共に、以前よりも幅広くなっていると感じる。	
	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・案件が顕在化し始め、成約の決定率も上がってきている。	
	人材派遣会社 (役員)	採用者数の動き	・採用数は高水準で安定しているが、人手不足の状況は一段と深刻化している。ここを乗り越えれば景気は良くなる。	
	人材派遣会社 (営業担当)	雇用形態の様子	・非正規社員の直接雇用化について、前向きに検討してもらえる企業が、以前よりも増えていると感じる。	
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数はほぼ全業種で増加傾向となっており、正社員の求人数も上向き傾向にある。	
	職業安定所(職員)	雇用形態の様子	・直近の近畿の新規求人数は前年比で2けたの増加となり、正社員の有効求人倍率も初めて1倍を超えるなど、好調を維持している。専門職や技術職、サービスの職業で、特に正社員求人の増加がみられる。また、正社員の働き方改革が進んでいることもあり、正社員の業務を補完するためのパート求人も大きく増加している。年末年始の繁忙期に向け、採用が困難になっていることから、求人を前年よりも早い時期に出す動きもみられる。	
	民間職業紹介機関(営業担当)	求人数の動き	・受注が増えている。	
	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・医療技術職の採用は遅いが、今月に入ってから求人が上向いており、前年比で約2割増加している。	
	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・11月に入って、年末にかけての年末調整などの求人が出てきている。これは例年どおりであるが、長期ではなく短期の派遣で対応する動きが目立ってきている。注文は業種を問わず増えており、特に民間関係は相変わらず強い動きをみせている。これは年末までではなく、年度末の確定申告の時期まで続く。短期の動きが出てきているため、派遣業界には追い風となっている。	
	アウトソーシング企業(管理担当)	それ以外	・今月は例年どおりの動きとなっている。	
	新聞社[求人広告](管理担当)	求人数の動き	・年末を控えた季節的な求人の増加はあるが、これは例年の傾向で、景気の方角性を示すものではない。また、恒常的に人手不足にある労働集約型企業からの求人は多いものの、景気の改善による動きではなく、構造的な問題である。	
	新聞社[求人広告](担当者)	周辺企業の様子	・東京では景気の回復が感じられるが、関西ではまだ手ごたえがない。特に、周辺企業には年末に向けた勢いが感じられない。	
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・管内の有効求人倍率は1.70倍となり、前月よりも0.6ポイント上昇した。ただし、人材不足でこれ以上受注できない事業所も増えており、特に建設業で多く見受けられる。	
	民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・10月は例年と比べて雨が多く、屋外作業への影響が大きかったため、建設関連の日雇求人は前年比でマイナスとなった。11月に入ってから、再び前年並みで推移している。	
	民間職業紹介機関(営業担当)	求人数の動き	・前月のやや良い状況に変化はなく、求人数の動きも前月と同じく良い。	
	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・求人数が前年と同じように伸びている。	
	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・求人数の伸びがなくなっている。	
		-	-	-
	x	-	-	-