

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（企画担当）	競争相手の様子	・前月までと同様に、2018年2月末の競合店の閉店により、当社の売上が増えている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・大型台風の影響もあり、電池や懐中電灯、ランタンなどが通常時よりもよく売れている。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・4Kの本放送開始に向けて、少し動きが活発になっている。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・少し気温が落ち着いたせいか、年配客の数が少し増加した。それに伴い売上も徐々に少し良くなった。月初めの台風21号による被害があったため、その話をするために来店する客が多かった。個人店舗の良さが今月は出たように感じる。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・気温が下がったせいか、着物の振り袖を見に来る客が増えた。また母親の振り袖を直す客も増えているが、帯は新しい物を購入するケースが多い。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数、買上げ単価共に、改善している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・改装で競合店の休業日が多かったため、来客数が大幅に伸びている。農産物の価格の高騰もあり、1品単価も上昇傾向にある。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・近隣スーパーが改装のために閉店している間、同店の客が流れてきている。改装オープン後は、売上が元に戻ると予想していたが、前年よりも売上は増えた。改装をきっかけに当店を知り、その後の来店にもつながっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・台風や大雨などの天災はあったものの、近隣の飲食店がほぼ休業していた影響もあり、フードやドリンク類のまとめ買いが多く、販売量の増加や客単価の上昇傾向がみられる。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・関西国際空港が使えず、外国人の来店が減ったため、売上にかなり響いている。
		家電量販店（人事担当）	単価の動き	・夏の繁忙期は終息に向かっているが、白物家電を中心に単価の高い商品が動いている。また、決算セールも前年以上に好調な推移となっている。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・台風の影響で、修理の台数が増えている。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・台風の影響による海外からの観光客の落ち込みがひどい。駅前や商店街の店舗はインバウンド向け商品の動きが悪く、通常の半分以下である。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・天候不順が多くてキャンセルもあるが、それを上回る予約が、直前や当日に入る傾向がある。
		一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・大阪北部地震や猛暑、台風といった異常な天災続きで、国内客やインバウンドの急激な減少により、消費に陰りがみられたが、復旧とともに少しにぎわいが始めている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・市内を走っていても、手を挙げる客が多い。修学旅行生も多く、良くなっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・天候不順が続いたことで、客の乗車機会が増加し、前年比で2割ほど営業収入が増加している。
		商店街（代表者）	単価の動き	・購入単価が上らず、台風や天候不順の影響がみられる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・今月は前半の台風被害の割には、商店街やモール、ターミナルの店舗共に、前年を上回る売上となっている。月末の数日間も落ち込みはなく、無事に着地できそうである。
		一般小売店〔花〕（経営者）	お客様の様子	・休日の多かった8月が終わり、多少は注文数が増えたものの、景気回復とはいえない。
	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・台風や北海道胆振東部地震により、客の来店頻度や購入頻度が少なくなっている。	
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・秋冬物に僅かながら動きがある。とはいえ、季節的に少し涼しくなったからであり、景気が良いから販売量が増えたという実感はない。	
	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・全体的に台風や長雨の影響で物価が上がり、買い控えが起きている。	

百貨店（売場主任）	販売量の動き	・ 今月は台風の影響による臨時休業や、関西国際空港の閉鎖による外国人の来店客数の激減といった影響はあったが、前年比で5%の減少にとどまっているので、決して下向きとは判断できない。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・ 今月は目標を上回る見込みである。ただし、台風の影響で営業日が1日減った上に、インバウンド需要が減少したこともあり、他の月との比較では厳しい結果となっている。売上の不振を一部の商材がカバーしている状態であるほか、国内客の購買意欲は決して高くない状況が続いている。
百貨店（営業担当）	単価の動き	・ 月初の台風21号の影響で、一時的に消費動向が悪化したものの、インバウンドの動きは以前と同じレベルまで戻ってきた。また、富裕層を中心とした高級ブランドなどの高額品の動きも、引き続き良い。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ 4日の台風21号での休業や、その後のインバウンドの落ち込みはあったが、富裕層の固定客による、秋冬物の高級ブランド衣料品などの購入が例年以上に増え、購入点数も増えている。
百貨店（サービス担当）	単価の動き	・ 今月は台風の影響で臨時休業があったり、関西国際空港を利用した来客が減ったこともあったが、持ち直し傾向自体は変わらない。売上目標や、前年の売上もクリアする予定となっている。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・ 海外要因や天候要因はあるものの、鮮度のあるファッション商品は、国内の現金客によって、価格に関係なく堅調に購入されている。特に、化粧品や特選品などが顕著であるが、節約志向や選別の動きはますます強くなっている。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・ 台風21号の直撃による臨時休業の影響で、月初は大きく落ち込んだが、関西国際空港の復旧とともに都市部の店舗ではインバウンドが盛り返した。また、物産催事などのイベントによる集客効果もあって、入店客数が回復し、期初目標まで追い付いている。天候や気温の不順により、不調であったファッション関連も、後半になって動きが出てきている。
百貨店（営業企画）	来客数の動き	・ 台風による臨時休業や北海道胆振東部地震による消費マインドの低下など、自然災害の影響が大きい。ただし、基調に変化はなく、一過性の現象だと判断している。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・ 9月4日の台風21号による被害が大きく、消費マインドが冷え込み、高額品を中心に売上が落ち込んだ。関西国際空港の連絡橋の事故によって訪日外国人が減少し、インバウンド売上も低迷している。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・ 9月は台風や週末の雨により、来客数が減ることになった。ただし、台風前のまとめ買い需要や農水産物の相場高のほか、北海道胆振東部地震による道産品の値上がりで、競合店を含めて特売回数が減り、売上は改善している。たばこも10月からの値上げを控え、特需が発生している。つまり、今月の好調は特殊要因の積み重ねである。
スーパー（店長）	来客数の動き	・ 今夏は食品を中心に災害特需が発生したが、全体の支出額を調整するために、食品以外の買い控えにつながっている。
スーパー（企画担当）	それ以外	・ 8月は記録的な猛暑で、夏物商材を中心に恩恵もみられたが、今月は北海道胆振東部地震や台風などの影響で商品調達が一時ストップしたり、停電によって営業ができなくなる店舗も発生するなど、売上減となる要因もあった。中旬以降は連休が続き、何とか天災による影響の回復を狙ったが、カバーするまでには至っていない。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・ 来客数が前年の92～95%で推移している。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・ 台風21号による関西国際空港の機能低下と、北海道胆振東部地震の影響で、一部の商品で品薄の状況が続いている。食品スーパーでは、インバウンドの減少による影響は少なかったが、天候要因が売上を押し下げている。
スーパー（社員）	来客数の動き	・ 春頃には来客数が減少した店舗が多くみられたが、今夏の猛暑が、結果的には客の購買を促進したようである。前年に比べて、多くの店舗で来客数が増加しており、全体的には堅調な販売状況が続いている。

スーパー（企画）	来客数の動き	・1品単価や購入量が改善しているため、客単価は上がっているが、来客数は厳しい。ディスカウントストアやドラッグストア、生鮮ドラッグストアなど、同業以外との競争が激しい。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・今月は台風や北海道胆振東部地震により、商品がそろわないなどの影響も出たが、来客数や販売量が伸びたため、結果として売上は良かった。たばこの値上げに備えたまとめ買いも、売上を後押ししている。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・今年の7～8月は猛暑の影響で、来客数が思ったよりも伸びなかった。また、9月には台風21号による大きな影響が出るなど、天候要因の影響を受けたが、トレンド全体としては3か月前と大きく変わらない。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・ここ数年は外国人客の来店が増えているが、最近は外国人の観光客だけでなく、近辺に住んでいると思われる外国人も増えてきたと感じる。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数は若干減少気味であるが、残暑が厳しいこともあり、冷たい食品の売行きは好調で、売上が落ち込むことはない。
家電量販店（経営者）	単価の動き	・高齢者を中心に、将来に不安のある人や、所得が少ない人が多く、購入単価が総じて下落傾向にある。
乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・最近の天災の影響が、客の動きが悪い。10月に上向けばよいが、9月は来客数、客単価共に例年以下となっている。
その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・客の購買意欲の変化に左右される。今のところは何とか安定しているが、米国や日本、中国などを含む貿易戦争による影響が危惧される。
その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・8月に比べると3連休などはあるが、売上には大きな変化がない。
その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	来客数の動き	・9月は天候に恵まれず、台風の影響などで営業時間が短くなり、来客数も減少したため、売上は前年よりも100万円減少している。
その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	競争相手の様子	・このところの天災や天候要因だけが原因ともいえず、販売側の集客力の弱さも、売上の増減に係っている。
高級レストラン（企画）	来客数の動き	・客室単価が伸び悩んでいる。また、レストランの低価格帯の客層も、来客数に増加の兆しがみられない。
一般レストラン（企画）	単価の動き	・客単価は依然として堅調に推移しており、来客数の前年比も8月に比べて上昇傾向にある。既存店売上も、今年に入って継続的に前年をクリアしている。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・猛暑後の災害で、特に関西国際空港の運航が止まったことにより、かなりの影響が出ている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・6月以降の災害続きで旅行マインドが下がっているのか、本当に勢いがいない。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・6月の大阪北部地震による客室の被害により、まだ100室ほどが稼働できない。宿泊以外では前年並みを見込んでいたが、9月4日の台風21号の直撃による関西国際空港の被災で、インバウンドのキャンセルが多発した。また、宴会についても、予約のキャンセルや食堂の営業停止などが影響し、前年比でマイナスである。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・台風21号や北海道胆振東部地震の影響によるキャンセルが相次ぎ、販売が落ち込んでいる。
タクシー運転手	来客数の動き	・台風や関西国際空港の減便の影響で、一時的に悪かったが、早急に復旧し、地元では各イベントも行われているため、客足は大きく変わらない。
タクシー運転手	お客様の様子	・大阪北部地震や台風で、景気が少し鈍っている。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・客の受注状況に、特に変化はない。
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・9月に入って気候も過ごしやすくなり、2度あった3連休に多くの来場がみられたが、あくまで前年と比較しての動きであり、集客に関して何かが解決したわけではない。
その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	販売量の動き	・通常であればやや良くなっていると判断できるが、大阪北部地震や台風などの災害続きで、原状の回復には至っておらず、消費も低調である。

その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	来客数の動き	・天候不順が主要因であるが、インバウンドも含めて、レジャーマインドの盛り上がりには欠ける。
美容室 (店長)	販売量の動き	・決して良いとはいえないが、このところは安定的に推移している。
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	・書籍やゲームなど、レンタル売上以外の物販売上が前年比で回復傾向にある。
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	・不動産の取引状況に変化はない。
その他住宅 [展示場] (従業員)	来客数の動き	・9月の住宅展示場への来場者数は、ほぼ前年並みで変わらない。
その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・人手不足によって雇用環境は改善の方向にあるため、消費者心理のマイナスの要素は少ない。ただし、中長期的な不安定さは拭えないため、住宅購入などには更なるプラスの要素が求められる。
一般小売店 [菓子] (経営企画担当)	販売量の動き	・今年9月現在と今年6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9月が103.9%で、6月が93.2%、関東は9月が107.3%で、6月が95.9%、中部は9月が101.5%で、6月が107.1%、中国は9月が100.9%で、6月が69.6%となり、各地区合計の平均は9月が103.8%で、6月が91.6%となった。9月の初旬は台風21号の影響もあったが、新商品が比較的好調で数字は伸びている。ただし、好調の要因は、あくまでも新商品の発売によるものである。
一般小売店 [菓子] (営業担当)	販売量の動き	・贈答品の動きが悪く、売上も伸び悩んでいる。
百貨店 (売場主任)	来客数の動き	・今月は9月4日の台風21号の上陸によって休業した影響が大きく、23日現在で、店頭売上は前年比5.7%減と苦戦している。入店客数も同じく5.7%減となった。また、台風で被害を受けた家屋も周辺に多数あり、その後も、休日の売上は台風以前の水準にまで回復していない。
百貨店 (服飾品担当)	販売量の動き	・9月に入り、初旬の台風21号の影響で店が開けられない状況となり、大きく売上がダウンしている。また、関西国際空港の閉鎖によってインバウンド客の来阪が減り、関西の小売店はダメージを受けた。そのなかで、中旬以降は気温の低下が順調に進み、衣料品関連やショートブーツなどの売上が徐々に増えるなど、秋の商戦に明るい兆しはみられたが、初旬のダメージを取り戻すまでは至っていない。一方、化粧品はインバウンドの占める比率が高かったことが響き、成長がストップする形となった。都心型店舗では前年比で99%となっている。ただし、ラグジュアリー関連はこの状況下でも2けた成長を維持し、後半に期待がもてる状況である。
百貨店 (売場マネージャー)	お客様の様子	・台風などの災害が多発している影響で、客の消費マインドが落ちている。また、生活防衛的な節約志向が強まっている。
百貨店 (販促担当)	販売量の動き	・今月も初旬に台風21号の影響があり、前年を下回る推移となっている。大阪北部地震や大雨などの厳しい気象条件により、当日の直接的な影響にとどまらず、消費機運が守りに入っていることが影響している。その影響は衣食住全般に広がっている。また、インバウンドは大阪地区に比べると規模は小さいながらも、マイナス要素となっている。

	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・直近の店頭売上は前年比で6.5%減、月初の台風21号による営業中止の影響を除いても3.9%減と、非常に苦戦している。関西国際空港の減便による影響で、訪日外国人売上も前年を若干下回る推移となっている。それも含め、これまで継続的に伸びてきた、化粧品や特選衣料品なども微増にとどまっている。中間層向けの婦人服は引き続き低調な上、食料品やリビング関連も苦戦しており、全体として買上げ客数は前年を5%強下回っている。
	百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・台風21号によって関西国際空港が閉鎖された影響もあり、関西への外国人の来訪が減っている。インバウンド売上は前年よりも増加しているものの、8月の前年比44.2%増から、17.9%増に落ちている。
	スーパー（店員）	単価の動き	・台風の影響で野菜の価格が高止まりしている。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・インバウンドの客が関西国際空港の運航制限でかなり減っているため、売上が前年比で9%ほど減少している。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・既存客の来店数が落ちている。新規客で何とか維持できているが、不安が大きい。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・台風や雨の日が多く、来客数が激減している。
	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・台風21号の影響による大規模な停電と、関西国際空港の冠水や連絡橋事故による通行止めで、インバウンド需要が激減した。既に復旧しつつあるとはいえ、関西経済に多大な影響が出ている。
	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・個々の企業業績は悪くないが、外的な要因による株価の低迷などで、消費を控える客が多い。今年前半の方が景気は良かったと感じる。
	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が減少しているほか、商談で予算の合わない客が、以前よりも増えた気がする。
	その他小売 [インターネット通販]（経営者）	来客数の動き	・自然災害や台風に対しては、これまで関西では関心が低かったが、前回の台風で意識が変わり、今回の台風でも客は余り外に出ないようになっている。
	その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	お客様の様子	・台風や大雨、北海道胆振東部地震などによる、野菜価格の高騰、品不足が生活を直撃している。メイン客のシニア層にも、節約の動きなどが従来以上に顕著となっている。
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・平成30年7月豪雨や台風の影響で休館したほか、近隣では建物被害が多く、団体客や小さなグループの旅行に自粛ムードがある。
	観光型旅館（団体役員）	お客様の様子	・台風21号の影響が大きく、特に関西国際空港の機能低下によるインバウンドのキャンセルも多い。
	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・9月4日に関西に上陸した台風21号により、関西国際空港が被害を受けたため、大阪市内の各ホテルは軒並み外国人客が減少した。当社も直近の予約だけでなく、2～3か月先の予約キャンセルが多く発生している。
	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・台風21号、特に関西国際空港の運航制限が、宿泊客の減少に大きく影響している。
	美容室（店員）	お客様の様子	・例年9月は落ち着く時期であるが、台風の影響があり、客の来店周期が伸びている。ただし、家屋の損壊などで周期が伸びている客は確かにいるが、単価自体が下がっているわけではないため、来月頃から盛り返す。
	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・9月に発表された基準地価では、上昇傾向が顕著に表れているが、現実には頭打ち感が出てきており、市場はやや後退気味の局面となっている。
	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・不動産売買の見込み客が少なくなってきた。工事関係は順調であるが、不動産流通は落ちてきている。
	住宅販売会社（総務担当）	お客様の様子	・天候不順の影響で来客が伸びない。また、契約客との打合せも延期となっている。
	その他住宅 [住宅設備]（営業担当）	お客様の様子	・今年の夏は関西圏に、大阪北部地震や平成30年7月豪雨、台風の影響が出ており、実際に被災した客もいる。家計の予算がそちらに取られ、エレベーターの保守関係は後回しになっている。
x	一般小売店 [珈琲]（経営者）	それ以外	・大阪北部地震や台風21号の被害により、飲食店の営業日が減少している。

	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	それ以外	・自然災害とはいえ、これだけ続くと、影響も様々な部分に及んでくる。台風の直撃で営業できなかったことや、それによる交通障害のほか、外国人観光客にも影響が出ている。また、これからは肉や野菜、米の流通にも影響が出てくることが予想される。さらに、天候の面でも雨が多く、客足に影響している。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・台風21号による関西国際空港の連絡橋事故でインバウンドが減り、約10%の売上ダウンにつながっている。
	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・今月は、超大型の台風が2回も上陸し、当店も2日間の臨時休業を余儀なくされた。特に影響が大きかったのは、関西国際空港の被災による就航便数の減少で、外国人客が大きく減少する要因となっている。現在の便数は台風21号前の水準に戻っているが、予定していた旅行のキャンセルも多い様子で、休業の影響も重なり、今月の免税売上は13.7%減と前年割れである。前月は18.4%増と復調しかけていたが、大幅なマイナスに転じている。
	百貨店（宣伝担当）	来客数の動き	・今月は台風による臨時休業と、関西国際空港への被害による訪日外国人客の激減に見舞われた。また、大阪南部での被害が大きかったことにより、国内客も減少しており、店頭売上は前年比で10%強の減少と、大きな影響が出ている。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・季節要因や天候、北海道胆振東部地震の影響で、来客数は減少している。
	住関連専門店（店長）	それ以外	・災害が続いているため、売上が落ちてきている。そこから回復する手立てが用意できないうちに、次の災害が起こるなど、悪い連鎖が続いている。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・9月は2回の台風直撃や天候が悪過ぎたことで、商店街の人通りは少なく、夜の来客数も少ない。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・度重なる天候要因による影響などで、営業時間の変更や休業を余儀なくされ、売上や利益へのダメージが大きい。関西国際空港での減便により、インバウンドの来客数も激減している。
	都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・6月の大阪北部地震に始まり、台風、集中豪雨等によって、売上や仕入れに影響が出ていたが、9月の台風21号による関西国際空港の閉鎖が、好調であったインバウンドにも決定的なダメージを与えた。また、低調であった国内客の個人旅行も、更に悪化している。
	都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・台風21号による関西国際空港の閉鎖が影響し、訪日外国人の宿泊が前年比で11%減と落ち込んでいる。
	旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・大阪北部地震の影響が少し落ち着き始めたところに、台風21号の上陸で、関西国際空港を始めとする公共交通機関の運休が発生し、客の動きに水をかけた。特に、個人客のキャンセルは戻ってこない。これだけ自然災害が続いているなかで、客の意識は旅行には向かわない。
	旅行代理店（役員）	それ以外	・直接消費マインドとは関係ないが、台風21号の影響で関西国際空港の機能が麻ひし、今シーズンの動きに大きな影響が出た。また、消費者も台風に関する危機感を今まで以上に持つようになっている。
	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8,834円で、3か月前の客単価は10,447円であった。例年、この時期は祭りのシーズンとなり、客足も遠のく。また、物価の上昇による影響に加えて、9月は台風21号の接近による被害も出ている。
企業動向関連 (近畿)	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	・関西に台風が上陸した影響で被害が大きくなり、修理などの注文が上向きになっている。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・米国の輸入関税問題が浮上してきたことで、自動車関連業界の動きが活発になっている。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・前年に比べて、冷蔵庫や洗濯機、エアコンといった大型家電の実売が堅調に推移している。有機ELテレビも引き続き販売台数を伸ばしており、テレビ全体でも前年を上回る荷動きとなっている。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月に入って、受注が増えてきている。案件が動き出している感が強い。

	経営コンサルタント	取引先の様子	・平成30年7月豪雨や、先日の台風などの災害による特需が発生している。建築工事の価格は、人手や資材の不足により高騰する一方である。工事を発注する側には痛手であるが、受注する側にとっても、その調達コストが上がるため、一体誰が得をしているのか分からない状態になっている。
	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、管理職などの能力開発にあっているが、人手不足や採用競争、働き方改革などを背景に、受注は増加している。
	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・台風21号の影響で臨時休業日があった。当社に大きな被害はなかったが、港湾エリアの原料メーカーや物流会社が被害を受け、混乱を招いた影響もあり、生産量は少なくなった。ただし、在庫もあったため、売上は横ばいで推移している。
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・今月は台風21号の影響により生産休止を余儀なくされたため、その分だけ前年比で数%のマイナスである。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・台風の影響で、客の生産計画に変更はあったが、大きな変化はない。
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・直近の3か月は出荷数量が落ちており、若干悪い状態が続いている。原料の化学品の値上げが継続しており、利益も圧迫されている。
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気に停滞感があり、仕事の動きに活発さが無い。生産調整に入っている感もあるが、特に受注量が落ちているわけではない。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規受注や受注残をみると、ここしばらく景況は変わらない。
	電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・景気自体に変化はないものの、業績の実態は悪い。9月は3連休が多かったほか、9月4日の台風21号による停電のため、3日間は工場の機能がストップしたため、9月の操業率は著しく低下している。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上は横ばいである。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・引き合いはあるものの、受注に至るかどうかは不透明である。
	建設業（経営者）	取引先の様子	・台風や大雨で、かなりの取引先が被災している。被災状況は様々であるが、業績に影響のある会社もみられる。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・災害続きで消費意欲が停滞しているように感じる。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・キャンペーンを行っているため、少し売れているが、終わればまた売上が落ちる。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・現総理が与党の総裁選挙で3選を果たしたが、米中間の貿易戦争が日本経済に冷や水を浴びせる可能性が出てきている。これがなければ、景気は上向きの予想となったはずである。
	金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先との会話の中で、景気が回復しているとの発言がない。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・台風や大阪北部地震の影響が大きい。建設業は、今後も被災地の支援を中心に忙しくなる。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・地元からの企業の撤退が続いている。事務所のニーズが減って、空室率が上がり、家賃が下がっている。社宅のニーズも減り、空室率が上がっているほか、賃貸住宅の需要も横ばいが続いている。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・新規の購読数はやや上向いているが、購読をやめる読者も同じように増えている。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今年に入って、紙媒体、Web媒体共に、広告の売上が前年比で100%前後の推移となっている。
	広告代理店（企画担当）	取引先の様子	・台風や大阪北部地震の影響が一段落して、消費が戻ってきた感がある。取引先である商業施設の売上も回復している。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・商品の動きは横ばいであるが、台風や北海道胆振東部地震によって災害対策の商材が特に売れた。通常の商品は変わらない。

	その他非製造業 〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・主力納品先の衣料品専門チェーンの店頭売上が、非常に悪い状態が続いている。原因は天災や台風の上陸などによる来客数の減少が指摘されているが、ネット販売との競合など、構造的な問題も続いている。百貨店統計やチェーンストア統計などをみても、衣料品関連の売上は減少を続けており、全体的に良くない状況が続いている。
	食料品製造業 （営業担当）	受注量や販売量の動き	・気温の低下やメーカーによる欠品の増加により、得意先からの受注量が減っている。
	食料品製造業 （経理担当）	それ以外	・自然災害が多く発生したため、稼働日数が少ないほか、観光客の減少や被災者への救援物資の補充など、後ろ向きの対策が多くなっている。
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・消費者向けの催事に参加したが、集客が前年比で30%ダウンしている。経費が必要な上に、販売金額が伸びない。
	出版・印刷・同 関連産業（企画 営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年に比べての、受注量の減少が気になる。一時的な問題かどうかを注視している。
	金属製品製造業 （営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・売上は前年比で増えているが、鋼材価格やその他のコスト上昇分について、販売価格への転嫁が進まず、減益となっている。
	その他製造業 〔事務用品〕 （営業担当）	受注量や販売量の動き	・例年よりも受注量が減っており、新商品の動きも悪い。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・上期決算の時期であるが、例年ほどの広告出稿がみられない。特にテレビCMの動きが少ない。また、台風の影響で、インバウンド関連の広告を控える動きがみられる。
	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	・9月4日に上陸した台風21号以降の、関西国際空港の閉鎖による影響は大きい。外国人旅行者でにぎわう関西の主要駅も、大型の土産店を中心に客足が減って売上を落とした。中旬以降は回復傾向となったが、前半の影響を取り戻すことはできていない。
	その他非製造業 〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新製品の発売時期の遅れと、現行製品の廃番で、売上の見込みが立たない。
	x	-	-
雇用 関連 (近畿)	人材派遣会社 （支店長）	求人数の動き	・IT関連を中心に、大きな案件が関西でも動き出ししている。
	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・相次ぐ災害の発生により、特定業務において大量の派遣要請がある。
	新聞社〔求人広告〕 （営業担当）	求人数の動き	・求人広告に関しては、前年の実績よりも増加している。
	民間職業紹介機関 （職員）	求人数の動き	・建設関連の日雇求人は、大阪北部地震や平成30年7月豪雨による復旧工事の影響を受け、前年と比べてやや増加傾向となっている。
	民間職業紹介機関 （営業担当）	求人数の動き	・損害保険会社による台風関連の対応要員の需要で、短期的にはあるが、全国で求人数が増加している。
	学校〔大学〕 （就職担当）	それ以外	・台風21号の影響で関西国際空港が長期にわたって閉鎖されたため、インバウンド客はやや少なめであった。ただし、今月は3連休が2回あったため、行楽地にはにぎわっている。消費が上向いたかどうかは不明であるが、全体の雰囲気は良かったので、今後に期待したい。
	学校〔大学〕 （就職担当）	求人数の動き	・企業での人手不足がかなり強まっており、求人依頼してくる企業の質も良い。
	人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・お盆明け以降、派遣業界は力強い動きとなっている。派遣期間の3年問題は落ち着いてきて、下期に向けた企業業績の好調さが採用意欲にも表れている。人手不足も加わり、オーダーに対して即採用というケースも増えてきた。9月末で契約切れとなった派遣スタッフの中には優秀なスタッフも含まれるため、求人がマッチングするケースが多くなってきている。
	人材派遣会社 （営業担当）	求職者数の動き	・状況は大きく変わっていないが、今年に入り、台風や大雨で稼働日数が減っているため、売上が落ちている。

	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・ 9月4日に上陸した台風21号は、関西全体に甚大な被害をもたらした。損害保険各社からは、事故対応のための電話対応やデータ入力、事務作業などの臨時派遣スタッフの募集が大量に出ている。各損害保険会社からは100名単位の募集が出ているほか、派遣時給も通常の水準を1時間当たり200円程度上回る水準であり、地区全体の派遣時給の引上げにつながっている。ただし、期間は2～3か月程度であり、景気全体に与える影響は軽微と考えている。
	新聞社 [求人広告] (管理担当)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新聞広告の求人数に、景気の動向を左右するような動きはみられず、3か月前と比較しても変化がない。一部の業種においては、求人数は一定の高水準を維持しているが、これは人手不足が慢性化していることが原因で、全体的に特段の需要の変化はない。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・ 第2四半期の新聞広告の状況をみても、最近の数字とほとんど変わらない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・ 直近の近畿の有効求人倍率は、2か月連続で平成以降の最高を更新した。求人数が増加したことが主な要因となっている。近畿全体では、製造業の求人の好調が続いている。
	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今月の当安定所における新規求職者数及び新規求人数は、前年比で大幅に減少している。新規求職者数は前月の増加から減少に転じたほか、新規求人数は5か月連続で減少している。一方、新規求人倍率は2倍を超えており、依然として高止まりで推移している。相談窓口での特徴は、台風などの影響で相談件数が減少したほか、職業相談を行っても紹介に至らないケースが多い。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新規求人数は前年比で増加が続いており、人手不足感はますます強まっている。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・ 一般的には、各社とも人材不足で採用環境が良かったため、景気が良いと判断されているが、新卒の採用に関してはそうともいえない。就職活動の早期化や、業界や企業に対する学生の研究不足、大手志向なども影響し、企業の費用の掛け方が変わってきている。従来、就職サイトへの掲載や合同企業説明会への参加から、有料職業紹介サービスの利用や大学主催の説明会への参加、独自ルートの開拓など、企業が新たな方向にシフトしている。そのため、サービスも多様化し、以前のように利益が出にくくなってきている。採用難だからといって人材業界の景気が良いわけではなく、現状は良いとも、悪いともいえない。
	x	-	-