

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)		その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	販売量の動き	・今月は祝日があるため売上が安定している。特に、後半になるとブラックフライデーのバーゲンセールのお陰で売上が増えた。広告の品のまとめ買いや、年末にかけての大掃除関連の売上加え、体調を崩す人が増えたのが、健康関連の商品の売上も伸びている。
		観光型ホテル （経営者）	来客数の動き	・もともと10～11月は繁忙月であるが、今年に来客数が計画比と前年比でプラスとなった。地域内で耐震改修工事中の施設があるため、その影響も大きい。
		都市型ホテル （客室担当）	来客数の動き	・自然災害で被った影響もなくなり、訪日外国人も戻ってきている。今月は天候が良かったこともあり、宿泊者数は前年比で4.5%増と伸びている。
		一般小売店[事務用品]（経営者）	お客様の様子	・年明けや年度末までの商談が、例年になく良いペースで進んでいる。支出しようという気持ちが上向いていると感じる。
		一般小売店[珈琲]（経営者）	販売量の動き	・季節要因もあるが、卸売の販売量が少し増えている。
		一般小売店[鮮魚]（営業担当）	それ以外	・好調な要因の一つは、インバウンドの回復で客が増えたことである。それに伴い、飲食の販売量が増えている。ただし、国内客の消費は伸びていない。
		一般小売店[呉服]（店員）	来客数の動き	・呉服の販売では、ここ最近では振袖がよく出るようになった。高額な振袖が売れていることから、景気が上向いていると感じる。
		一般小売店[菓子]（営業担当）	販売量の動き	・年末に近づくにつれて、販売量の動きが活発になってきている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・気温の低下に伴い、コートなどの重衣料や防寒商材が順調に売れている。インバウンドの売上も堅調である。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・9月の台風21号による関西国際空港の被災で外国人客は大幅に減少していたが、今月はかなり回復しており、免税売上は前年比で18%増となっている。ただし、増加の要因は、まとめ買いが多い化粧品の売上増によるもので、特選ブランドや時計といった一般商品の売上は微減である。これらの一般商品を求める外国人客の来店が増加傾向に戻れば、更に景況は好転する。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・優良富裕客では、一部の上位客だけではなく、高級ブランドの衣料品や雑貨などを購入する中高年の客が、今まで以上に増えてきている。
		百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・11月に入ってから気温の低下と、9月の天災による影響がほぼ和らいだことで、インバウンドを含む消費意欲が回復しつつある。優待企画の実施期間にズレはあるものの、都心店舗は前年実績をクリアし、郊外店舗もそれに近い形となっている。カテゴリー別では、防寒関係がほぼ前年並みで推移し、化粧品関連は全店で前年比2～3%の増加となっている。ラグジュアリー関連も10%以上の伸びを維持しているなど、今後も期待できる形となっている。
		百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・前月から継続して気温が高く、防寒関連の衣料品や雑貨の動きが不振となっている。また、個人住宅は災害の被害からの回復が遅れており、実需型消費や節約志向の動きがより強まっている。特選洋品や化粧品などは好調が続いていることから、消費の二極化や多様化が進みそうである。
		百貨店（マネージャー）	単価の動き	・海外ブランドの高級時計や特選ブランドの宝飾品がよく売れており、客単価も前年比で4.6%伸びている。また、インバウンド売上也32.1%増と伸びている。
		スーパー（店員）	来客数の動き	・リニューアルオープンの結果、来客数の動きや売上が大幅に良くなっている。
	スーパー（店員）	来客数の動き	・特売日ではない日でも、以前に比べて客が増えている。	
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・急に寒くなったこともあり、おでん類やホット飲料の売上が好調なほか、イートインコーナーの利用率も相変わらず高水準を保っている。特に、肉まんなどのファーストフードの売上が増え、客単価を押し上げている。	

コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今までのプラスワン商品はフライドチキンやおでんであったが、今は総菜が充実しており、健康にも良いので、男女を問わず単品での購入が増えている。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・3か月前に比べて、来客数が増えている。
家電量販店（経営者）	販売量の動き	・12月1日から4K放送が始まるに当たり、4Kテレビへの買換えがみられる。地上デジタル放送への切替え時に購入した客の買換えもあり、テレビ全体の販売量が増えている。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・自動車の販売台数が伸びている。消費税の引上げやメーカーによる値上げが控えている影響も考えられる。
その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	来客数の動き	・冬物の季節商材に対する購買意欲が高まっている。また、単価の上昇で、平均売上も増え始めている。
一般レストラン（経理担当）	来客数の動き	・自然災害からの回復が進み、企業の宴会やインバウンド需要が戻っている。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・客単価が堅調に推移する一方、来客数の前年比も100%を超えてきている。特に、平日が9月頃から徐々にアップし、11月に入って前年を上回るなど、売上の前年比を押し上げている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・宿泊者数と単価がアップしている。
観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・カニのシーズンに入ったが、例年よりもよく動いている。春以降の関西への旅行減による反動で、増えているように感じる。
都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・9月の台風による関西国際空港の閉鎖以降、外国人宿泊客の減少が続いていたが、11月はほぼ前年並みに回復し、宴会収入も前年を上回っている。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・自然災害の影響も落ち着き、先行販売は前年並みにまで回復しつつある。
旅行代理店（役員）	販売量の動き	・中国、四国や北海道のふっこう割を利用する客が増え、1泊から2泊以上に宿泊数も増加したため、単価のアップにもつながっている。
タクシー運転手	お客様の様子	・繁華街とその周辺での流し営業では、客の乗車機会が増加傾向にあり、営業収入が前年よりも5%ほど増えている。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・京都市内では、ホテルを中心に建設業が好調である。
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・前年までが悪過ぎたのが、天候にも恵まれ、集客には回復傾向がみられる。
住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・消費税の引上げの方針による影響かどうかは不明であるが、展示場への来客数や、購入に向けた具体客が増えている。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場への11月の来場数は、前年比で1割以上増加している。
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	お客様の様子	・新築着工件数が若干上向きになってきている。リニューアルについても、契約件数が増えている。
商店街（代表者）	お客様の様子	・インバウンド効果は落ち着いており、従来の客も少なくなっている。
一般小売店〔時計〕（経営者）	お客様の様子	・朝晩の気温の変化が激しいこともあり、体調不良の客が目立つ。仕方がなく買物に出てきていると考えられるが、全体的に元気がない。時計の電池代を節約する客もいるなど、何となく切ない月になっている。
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店舗の平均で見ると、関西は11月が91.6%で、8月が96.3%、関東は11月が115.6%で、8月が123.5%、中部は11月が116.1%で、8月が80.5%、中国は11月が97.1%で、8月が86.9%となり、各地区合計の平均は11月が101.2%で、8月が96.7%であった。10月と同様に、11月も新商品の発売が比較的好調で、数字的には伸びている。さらに、お歳暮商戦の出足も悪くなく、全体としては比較的好調のようである。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・例年と比べて販売量に大きな差はなく、数か月前との比較でも、景気が良くなっているとは全く思えない。
一般小売店〔野菜〕（店長）	販売量の動き	・景気が良くなっている実感がない。ゴルフ場や飲食関係に品物を仕入れているが、なかなか販売量が増えないのが現状である。

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。インバウンド需要が回復しており、化粧品や特選洋品といった一部の商品の売上が順調である。その反面、気温の影響もあり、防寒商材の動きは鈍い。国内客のファッション商品に対する消費は、気温に大きく左右されるため、厳しい状況に変わりはない。
百貨店（企画担当）	競争相手の様子	・競合店が今年の2月末に閉店したため、商品の売上では、当社への流入がみられる。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・インバウンドは少し落ち着いたが、郊外や地方店での売上シェアも上がっており、依然として好調である。商品別には、特選洋品や高級時計、化粧品が順調に推移している。一方、お歳暮ギフトは少し低調であるが、催事の好調を維持している食品部門は、店頭を含めて総じて堅調である。
百貨店（販売推進担当）	販売量の動き	・ラグジュアリーブランドや時計などの高額品は引き続き好調に推移したものの、前年に大変好調であった衣料品は、高めの気温の影響で前年の水準には届いていない。インバウンド売上も前年並みは確保したものの、頭打ちである。結果として、全部門合計では、ほぼ前年並みとなっている。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・気温が低下し、冬物のコートやジャケットなどの衣料品の売上が増えてきたが、大口の時計や宝飾品の販売がなかなか決まらず、トータルの売上は苦戦している。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・インバウンド売上が、他地区では前年比で2けた増となっているのに対し、当地区では前年並みと厳しい。また、国内客の現金売上も5%減と厳しい。その要因としては、ボリューム層を中心とした防寒衣料の動きが厳しく、単価がダウンしている。ただし、宝飾品や特選品、化粧品は好調で、食品の動きも堅調である。
百貨店（特選品担当）	来客数の動き	・来客数は前年比で1%増であった。インバウンド売上は、化粧品などの身の回り品は伸びている反面、特選品などの高額品は微増であり、この傾向は前月から変わっていない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・客単価は変わらず、依然として節約を意識した購入が見受けられる。
スーパー（企画担当）	それ以外	・売上の前年比は93%と、低めで安定している。
スーパー（企画担当）	それ以外	・11月の売上の進捗も、前年比では100%を下回っている。青果物に関しては、前半の相場高騰もあって売上は伸びているが、利益が薄い。一般食品についても、気温が高いために鍋商材の動きが悪い。
スーパー（企画）	来客数の動き	・11月は暖冬の影響が大きく、季節商材の動きが総じて鈍い。食品は好天続きによる豊作で、青果相場が大幅に下落し、店頭販売価格がダウンしている。衣料品、生活関連品はコートやダウンなどの重衣料やインナーなどの動きが良くなく、暖房関連も不振となっている。
コンビニ（店長）	お客様の様子	・客の様子や来客数、売上などに大きな変化はない。たばこの値上げにより、たばこ自体の販売は落ちたが、値上げ効果とそれ以外の商品の販売もあって、売上は横ばいで推移している。
コンビニ（広告担当）	お客様の様子	・3か月前に比べると、9月の台風による影響以外では、大きな変化はない。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・売上もほぼ横ばいで、大きな変動はない。
その他専門店 〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・例年よりも暖かい日が続いており、冬物商材の動きが鈍い。特に、風邪薬、カイロ、ソックスなどの動きが悪い。風邪の前兆であるのか、うがい薬はよく動いている。
その他専門店 〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・ギフトなどの売上は出てきているが、年々単価が下がり、数量も減少している。
その他専門店 〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・米国と中国による貿易戦争の影響が、日本の株価に大きく影響し始めている。株価の変動が大きいため、景気が良いのか悪いのかが判断しにくい。
その他専門店 〔スポーツ用品〕（経理担当）	単価の動き	・消費税率の引上げの確定や、70歳までの雇用促進といった社会情勢の動きはあるが、市場に変化はない。恐らく、購買意欲を高める物が市場に乏しいことも一因といえる。

	その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	お客様の様子	・例年増加していたおせち料理の受注が、現段階ではあるが、前年比で数%程度マイナスとなっている。
	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・忙しい日と、暇な日の差が激しい。
	高級レストラン (企画)	来客数の動き	・レストランの客数が持ち直してきている。ただし、企業の宴会は好調であるが、婚礼宴会や宿泊の客室単価が伸び悩んでいる。
	その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当)	お客様の様子	・消費税の引上げも控えているが、新しい動きはない。
	観光型旅館 (団体役員)	お客様の様子	・忘年会シーズンではあるが、前年と比較して、予約状況に大きな変化はみられない。
	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・6月の大阪北部地震で被災した、客室の修繕や改修が続いており、客室収入と食堂の朝食収入の減収が続いている。正規の客室改装も前倒しで行うため、来春まで影響が続く。一方、宴会部門では展示会や大型研修の受注があり、久しぶりの増収となっている。
	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・国ごとの増減はあるが、中国を中心とした、アジアからのインバウンド客による宿泊需要が強い。
	旅行代理店 (支店長)	お客様の様子	・今年の年末年始は、休みを取りやすい日程であるにもかかわらず、今一つ旅行需要の伸びは良くない。
	タクシー運転手	来客数の動き	・タクシーを流していても、利用客が次々とつながることもあれば、全くだめなときもある。平均すれば変わらない。
	タクシー運転手	お客様の様子	・街での人の流れをみると、横ばいと感じる。
	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	・天候要因により集客は比較的好調であるが、天候要因以外の好材料は特に見当たらない。
	美容室 (店長)	販売量の動き	・新しく販売を始めた化粧品が好評となっている。
	美容室 (店員)	来客数の動き	・11月は、基本的に12月に備えて少し来客数が落ちるが、今年は来客数、単価共に好調である。
	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・不動産売買は、この半期にわたって低需要、低供給の状況にある。
	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・地価は依然として、市内中心部では高値で推移している。ただし、これ以上高騰する気配は感じられない。
	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)	単価の動き	・金融機関の融資姿勢は厳しくなってきたが、不動産価格の下落は余りみられない。
	その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・消費税の引上げの決定以降も、不動産購入の駆け込み需要はまだみられない。価格の上昇が進んでいることもあり、年度末に向けても需要は限定的となる可能性が高い。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	お客様の様子	・当店を含め、衣料関係では商店街、モール共に売上はダウン傾向で、前年比2~4%の減少が2か月続いている。一方、商店街の聞き取り調査では、飲食関係は紅葉の時期に入って3週間連続で10%弱の伸びとなるなど、業種間の差が大きくなっている。
	一般小売店 [精肉] (管理担当)	お客様の様子	・景気とは関係がないが、街の精肉店としては死活問題といえる状況である。周囲で大型スーパーの出店やリニューアルが相次いでいる。これほど数件が一時期に重なることは、過去に遡ってみても珍しい。景気というよりも消費の傾向が変わることを意味しており、余りの速度についていけないのが現状である。
	百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・富裕層やインバウンドによる購入は順調に推移しているが、今月に入っても気温の低下が進まないため、中間層を中心にコートや防寒用品の動きが鈍く、冬物商材の消費は盛り上がり欠ける。
	百貨店 (宣伝担当)	お客様の様子	・気温が高かったこともあり、国内の中間層を中心に、最需要期を迎えた重衣料の動きが鈍い。売上は辛うじて前年並みを保っているが、入店客数は下回っている。

百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月の売上は目標を上回るものの、前年の水準を5%ほど下回る見込みである。一方、来客数の減少に対し、アクセサリーなどの売上は前年をクリアしており、マイナスをカバーしている。
百貨店（販促担当）	販売量の動き	・今月は初旬から気温が高く、衣料品や雑貨に加え、冬の食材の中心となる鍋物関連も動きが鈍く、前年を下回っている。不安定な株価が影響し、高額品の動きも鈍い。月後半から仕掛けているカードフェアも、来客数は前年並みながら、購買客数は前年割れと苦戦している。
百貨店（営業企画）	お客様の様子	・店舗が改装中という特殊要因はあるが、婦人服や婦人洋品の防寒関係が不振である。
百貨店（マネージャー）	来客数の動き	・直近の売上は、特選衣料品などの高額品が好調に推移しているほか、お歳暮商戦も好調であり、前年を2%程度上回っている。ただし、全体の客数は前年を下回り、訪日外国人売上も約10%増と、2～3か月前の50～60%増と比べて極端に鈍化している。また、なかなか気温が低下しないことから、婦人服関連のコートなどの防寒衣料品が2けた減となっている。
スーパー（経営者）	競争相手の様子	・大阪北部地震での特需によるまとめ買いの影響が、保存可能な商品に出ており、販売点数が落ちている。また、高騰が続いた農産物の相場が大幅に下落しているほか、気温の高さもあって、この時期の売れ筋である魚介類や調味料の動きが非常に鈍い。売上が伸びないなか、同業者、異業種を含めて値下げの動きが強まり、客はより安い店で買う傾向が強まっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・9月の台風以降は、修繕費などの負担により、食品を中心に買い控えがみられる。気温も高めの推移であり、衣料品や寝具の防寒品の動きも遅れている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・必要な物とそうでない物のメリハリが、はっきりしてきている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・気温が比較的高く、野菜の生育が良いことによる相場安のほか、鍋関連や衣料品の動きの鈍さにより、売上はやや低調である。
スーパー（社員）	来客数の動き	・例年に比べて、今秋はなかなか気温が下がらないため、鍋物商材などの動きが悪く、生鮮食品を中心に売上がやや不振である。さらに、天候に恵まれた日が多く、客の行楽や外食が増えているようで、来店客も減少傾向にある。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・特に目立つ変化は感じないが、来客数が若干減っている。たばこの値上げもあり、ついで買いが減っているのかもしれない。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・8月は長期休暇もあり、旅行客が多かったが、今月は平常の動きに戻っている。ただし、土曜日に出勤している人が多いのか、昼には平日に近いラッシュがあるなど、来客数は多い。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・既存客の来店数が減少している。価格については非常にシビアである。
家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数の減少により、売上が低迷している。消費税の引上げへの対策を国で検討しているが、消費者は様子見の状況となっている。
家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・前年よりも来客数が若干減少しているが、高付加価値商品の販売により、販売額は前年並みを維持している。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・全国的に新規の来場数が減ってきている。フェアを行っても、余り効果が出ていない。
乗用車販売店（営業企画）	販売量の動き	・例年のことであるが、年末が近づくにつれて来店数が減少している。大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題による影響に戦々恐々である。
住関連専門店（店長）	来客数の動き	・物珍しさで店に入ってくる、観光客の冷やかしの来店が急に増えてきた。接客の手間だけがが増えて、業務の生産性が下がっている。
その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	販売量の動き	・販売量、売上共に、増加はみられない。
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	・問合せは多いが、受注の電話は少ない。さらに、受注は少量の内容が多い。

	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・天災の影響などがあった前月や前々月に比べると、客の来店回数や新規客の動きに緩やかな回復がみられる。ただし、一部でみられた仕入価格の上昇も落ち着いてきたが、売上が安定するまでには、まだまだ時間が掛かりそうである。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3連休がある場合、客は少し遠出する傾向にある。商店街は人通りが少なく、来客数が伸びていない。
	タクシー運転手	お客様の様子	・10月の連休で旅行に出掛ける人や、繁華街に集まる人の動きは、一極集中の形になっていると感じる。
x	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・11月28日までの入店客数は前年比で2.3%減、食品の店頭売上が3.0%減と、前月から明確な悪化となっている。例年に比較して気温が高く、年末のギフトが不調であることも影響している。
x	スーパー(店長)	来客数の動き	・競合店の改装や家電関連のテナントのオープンもあり、3か月前よりも来客数が大きく落ち込んでいる。高単価品の動きも鈍いため、客単価も低下傾向にある。
x	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・11月の来客数は前年の半分に減少している。
x	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・需要と供給のバランスが崩れてきている。ここへきて、京都市内ではホテルや簡易宿所の新設が急激に増加し、部屋数が増え過ぎている。
x	競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は8,647円で、3か月前の客単価は9,724円である。
企業 動向 関連 (近畿)	電気機械器具製造業(経営者)	それ以外	・残念ながら取引額は低調に推移しているが、客からの引き合いは、国内外共に活発である。輸出の増加を目指している当社にとって、為替が円安気味に推移していることはプラスとなっている。ただし、米国大統領による独善的な行動が大きな懸念材料であり、中国経済の先行きも不安要因である。
	化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・10月から製品出荷量が急増しており、11月も出荷量は多い。
	石油製品・石炭製品製造業(生産管理)	受注量や販売量の動き	・新商品が多く出始めている。
	金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・在庫調整の動きはあったが、11~1月の発注の内示は強気である。
	輸送用機械器具製造業(経理担当)	取引先の様子	・自動車関連が堅調で、塗装関係の引き合いが増えているが、許容量の関係で辞退せざるを得ない状況である。
	新聞販売店[広告](店主)	受注量や販売量の動き	・折込状況は相変わらず低調であるものの、今月は若干増えている。
	その他サービス[自動車修理](経営者)	取引先の様子	・まだ9月の台風による影響で忙しい。
	食品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・気候が安定しているため、製造量は若干ながら増加し、売上也安定してきている。
	食品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・気温の低下によって、飲料水の販売が少しずつ減少している。地域でのイベントなどで活気はあったが、それでも減少している。
	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今月は徐々に生産量が増加しているが、前年と比較して大きな変化はない。
	プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・全体の雰囲気は以前のままであるが、現状維持は多品種少量生産への対応ができているからであり、従来の方法では到底利益を出せない。
	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・当社製品の納期は1年以上のオーダーであり、直近の動向による景気の判断は困難であるが、現状はこの数か月の動向とほぼ変わらないと感じている。
	一般機械器具製造業(設計担当)	取引先の様子	・受注量は上向いていると感じるが、発注単価の上昇は見込めない。
	電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・今までは台風の影響で仕事が入ってきたが、この先の仕事の予定がない。
	電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注は少ないまま、横ばいである。
その他製造業[履物](団体職員)	取引先の様子	・組合員の間では、最近になって1社が自己破産したほか、12月末での廃業が1社、組合の脱退が1社と、良くない動きが続いている。	

	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・建設資材の価格高騰や不足が続いているほか、職種によっては人手不足も慢性化している。	
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・土地の価格は依然として上昇に転じていない。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・問合せは多いが、増えているというほどではなく、特に変わらない。	
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・ボーナス前の買い控えのため、売上が伸びていない。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・売上は横ばい状態で推移しているが、今回の大阪万博の決定により、各方面も潤ってくると予想される。	
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・現政権の続投が決まり、本来は景気が上向くところであるが、来年の消費税の引上げが冷や水を浴びせている格好である。	
	金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先との会話の中で、景気が良くなっているとの声が聞こえてこない。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・当市からの企業の撤退が続いている。事務所のニーズが減り、社宅のニーズも減っている。賃料が下がり、空室率も上がってくるなど、景気は厳しい状態が続いている。	
	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、売上が前年を下回っている。	
	経営コンサルタント	それ以外	・販売状況は二極化している。貴金属などは売れているが、食料品などは非常に厳しい価格競争にあり、良くない状況となっている。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・零細企業の廃業が増えていると感じる。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・イルミネーションの時期で業者は忙しい様子であるが、照明器具などの部材は前年の使い回しが多く、業績としては厳しいようである。	
	食料品製造業（経理担当）	取引先の様子	・年末商戦に入ろうとしているが、得意先からの受注も少なく、今一つ盛り上がりを感じない。	
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・催事がメインの販売手段になっているが、当社の社員が出張して販売した分しか注文がないため、人手と経費が掛かるだけで利益は増えず、販売も伸びていない。販売は前年比で10%減少している。	
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・需要期に入ったが、主力商品である白タオルの需要が芳しくない。そのため、売上全体の前年比は4～5%減である。	
	金属製品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・鋼材価格などのコスト上昇分について、販売価格への転嫁がなかなか進まず、採算が悪化している。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・デジタルメディア関連の発注減が、幾つかの得意先で発生している。	
	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	・既にインバウンド需要は回復傾向とみられているが、ターミナル駅を中心とした大型の土産店では、売上の落ち込みが激しい。一方、関西の観光地では例年並みのにぎわいであり、消費傾向が徐々にモノからコトへ変わりつつあると感じている。	
	×	広告代理店（企画担当）	それ以外	・株価が大きく下がっており、大きな買物をする雰囲気ではなくなっている。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今後の見通しが立たない。
雇用関連	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・各社は情報関連の投資をかなり積極的に行っており、人手不足感は否めないが、景気自体は上向いている。	
(近畿)	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・前年に続き、求人数が増加傾向にあるほか、派遣社員の時給も相場が上昇し続けている。	
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新聞に掲載される求人が増加傾向にあり、特に物流関係のドライバーの募集が増加している。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求職者も増えたが、新規求人の増加が大きいため、有効求人倍率は上がっており、人手不足感はますます強まっている。製造業の事業所を訪問しても、いずれも外国人労働者を採用し、更に今後の増員を検討している。	
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・採用者数がここ数か月で伸びている。	

	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・9月に発生した労働者派遣法の3年問題による影響が一巡し、落ち着いてきている。それに伴い、優秀なスタッフは企業が採用したり、当社で雇用しているが、峠は越えている。年末特有の忙しさは、今年はそれほど感じられず、全体的にどの業種も忙しい。
	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・勤務地や時給、業務内容などの好条件の案件に、応募が集中している。
	人材派遣会社 (役員)	求職者数の動き	・労働者派遣法の改正から3年が経過し、派遣労働者の一部が流動化し始めている。労働市場全体の人手不足ともあいまって、非正規から正規への動きや、年収のアップが一部で実現している。
	アウトソーシング企業 (社員)	雇用形態の様子	・最低賃金は引き上げられたが、最低賃金で働いているわけではないため、給料は変わらない。
	アウトソーシング企業 (管理担当)	それ以外	・途切れずに仕事は入っているが、量は少なめである。
	新聞社 [求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・有効求人倍率は高く、新聞求人も季節要因で多少は伸びているものの、景気を左右する大きな変化はみられない。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・年末にかけての広告の動きをみても、大きな変化はない。
	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1.63倍と、6か月ぶりに低下した。求職者が増加したことが原因となっているが、雇用情勢が悪化したというよりも、天候不順などで求職者が大きく減少した9月の反動などが大きい。増加した求職者を見ると、自己都合離職者が最も増えており、好調な雇用情勢を背景に、より良い条件を求める求職者が増えたとみられる。また、来年4月の保育所の申込みに合わせて登録に訪れる求職者や、中高年層の求職者が増加しており、女性や中高年齢層の就職意欲が高まっていることも背景にある。
	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・今月の当所での新規求職者数は前年比で減少に転じ、新規求人数も3か月連続で減少している。ただし、求職者に比べて求人数が圧倒的に多く、新規求人倍率は2.5倍を超え、有効求人倍率も1.6倍を超えて高止まりしている。相談窓口での特徴としては、求職者に求人情報を提供しても、すぐに応募するのではなく、持ち帰って検討する人が多い。また、不採用の理由としては、技術や経験、知識不足が目立ち、事業所とのミスマッチが目立っている。
	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・人手不足の影響で、建設関連の日雇求人のうち、30日以内の契約で事業所の宿舎に入って就労する割合が低下している。人材確保のために、日払い求人の割合は増えているが、景気は全体的に横ばい傾向で推移している。事業所にとって、人材確保の不安定さが増している。
	民間職業紹介機関 (マネージャー)	求人数の動き	・相変わらず前年を上回る求人依頼が続いている一方、求職者数の伸びが追い付かず、成約数は微増となっている。夏頃の環境が継続しているため、基調は変わらないと判断している。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	それ以外	・新卒の就職市場でみた場合、求人の多い状態に変化はないが、多過ぎて学生の動きが悪くなり、採用側の企業による予算の掛け方に変化がみられる。以前のように、ある程度費用を掛けるという考え方から、具体的に効果がある物に限定して予算を投下しているように感じる。また、就職情報会社としても、学生を集めるための広告費用が増えており、景気の判断としては難しい状態が続いている。
	学校 [大学] (就職担当)	それ以外	・先週の平日に東京、週末に大阪の繁華街に出る機会があった。平日にもかかわらず、にぎやかな東京に驚いたが、大阪もにぎやかさが戻ってきたように感じた。消費にも上向きの動きを期待したい。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	求職者数の動き	・求人数は徐々に増えているが、求職者が少なく、非常にマッチングしにくい状況である。法律の問題も大きく、直接雇用になる前に契約が終了となるケースが多く、苦戦している。
	x	-	-