

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)		一般小売店〔呉服〕（店員）	・ 来月は成人式があり、着物姿の成人をみて、次の年に成人式を迎える親が関心をもつため、購買率は高くなる。
		百貨店（企画担当）	・ 米中間の経済摩擦が現状のまま続けば、対ドル、対元での円高が更に進み、訪日中国人の来客数、購買額の増加率の鈍化につながる。さらに、株価の低下基調も続いており、外商客の購買心理が買い控えに傾くおそれがある。
		百貨店（営業担当）	・ インバウンドのほか、富裕層の優良客では上位客による買上げが金額、数量共にまだまだ大きく伸びる。特に、都市部の不動産を扱っている客が高額なブランド品などを購入し、景気を押し上げているように感じる。
		百貨店（服飾品担当）	・ 防寒系商材の需要が1～2月以降にずれ込むことが予測され、気温の低下もこの時期になることから、ウール商材やファー商材、ダウンなどが好調に推移しそうである。また、関西では大阪万博などの良いニュースもあり、消費意欲の向上が期待される。また、ラグジュアリー商材の国内客、外国人客の売上も好調に推移し、有名ブランドのデザイナー変更も多数あることから、新作への期待も高まり、メンズ、レディース共に動きが出てくる。
		百貨店（売場マネージャー）	・ 消費税の引上げ前になることもあり、直近の傾向と同様に、ある程度は好調に推移すると予想される。
		百貨店（宣伝担当）	・ 改元に向けた祝賀ムードにより、客の購買意欲が高まるほか、消費税の引上げに向けて、高額品や早期受注品、特注品などの需要が本格化する。
		コンビニ（経営者）	・ インバウンド客は前年比で10%ほど増える見込みである。キャッシュレスの時代に向けて、企業が電子決済のキャンペーンで引換え商品を提供することもあり、売上増となる。
		コンビニ（経営者）	・ ファーストフードやコーヒーの売上はまだ伸びそうである。弁当やサラダの売上の好調もこのまま続けば、客単価の上昇につながる。来客数に変化がなくても、増収が期待できる。
		衣料品専門店（店長）	・ 直近でいえば、年始のまとめ買いが期待される。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・ 制服の引き合いが増えており、春物のオーダースーツの注文も早い時期から入っている。
		衣料品専門店（販売担当）	・ 少し客単価が上がってきたような気がする。
		家電量販店（経営者）	・ 消費税の引上げを控え、増税前に大型家電の購入やりフォームを検討する客が増加傾向にあるため、景気は少し良くなる。
		家電量販店（企画担当）	・ 消費税の引上げに際し、政府は駆け込み需要の抑制策を検討している。ただし、平成最後の年末年始商戦を迎えることもあり、消費の増加につながる。各販売会社による売場の雰囲気作りによって消費意欲が高まり、景気の改善につながる事が予想される。
		乗用車販売店（販売担当）	・ 消費税の引上げの年になるため、買換え需要が増える。
		乗用車販売店（営業担当）	・ 新年の初売りに続いて、消費税の引上げ前の駆け込みが始まるタイミングとなる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・ 年末のまとめ買いの反動などで、1～2月は小売業の売上が冷え込むため、今月に比べれば落ちる。
		その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・ 春に向けて、買換えの動きが増えると期待している。
		一般レストラン（経営者）	・ 会社の異動などによる歓送迎会や、春節など、国内外共に飲食に影響の大きいイベントが増える。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・ 冬物商材を扱っており、気温が徐々に下がっているため、今後2～3か月は景気が良くなる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・ 歓送迎会を中心に予約が伸びている。宿泊部門は単価、稼働率共に苦戦している。	
	旅行代理店（支店長）	・ 新天皇の即位に向けた気持の盛り上がりや、その際の10連休により、財布のひもが緩む可能性は高い。既に予約の取れない日程もあり、その結果として消費が抑えられる懸念はある。	

旅行代理店（役員）	・客が店舗で旅行を申し込む際の選択肢が、インターネット予約に負けないレベルに、価格面でも到達してきている。
通信会社（社員）	・4K放送のコンテンツが多様化し、視聴者に訴求できるものになってくれば、ケーブルテレビへの加入が増加すると期待したい。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・雇用が安定的に推移すれば、消費も堅調となることで、娯楽や趣味への出費も増えることが期待される。
住宅販売会社（総務担当）	・消費税の引上げに伴う駆け込み受注が続くことが予想される。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税の引上げの経過措置による駆け込み需要が出てきたため、今年度は前年比で増加することが予想される。
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・正月休みが長いと、稼働日数が減り、仕事がさばけない状況が予想される。個人的には必然的に時間外作業が増えるため、収入は増加する。当社の社長も、人手不足を改善しなければならないと話しているが、対応策はまだ不透明である。
商店街（代表者）	・財布のひもが固く、以前と変わらない状況が続いている。
一般小売店〔時計〕（経営者）	・客との話の中で、年金だけで暮らすのは難しいという話題が多い。目先に必要な資金と、いつ起こるか分からない災害への不安、来年に控えている消費税の引上げなどで、生活の防衛が最優先となっているため、すぐに必要でなければ、時計が売れる見込みはない。
一般小売店〔花〕（経営者）	・旅行、レジャーには出費をする一方、そのほかの出費は抑えているため、景気が良くなるとは思えない。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・最近の販売量や消費者の様子を考えると、数か月が経過したからといって、景気が良くなるとは思えない。その代わりに、悪くなるような要素もない。
百貨店（売場主任）	・まずは株価が安定して推移しなければ、景況感は戻ってこない。
百貨店（売場主任）	・中国や韓国といった、インバウンド売上の構成比が高い国々との関係が、依然として改善されない。
百貨店（売場主任）	・米中間の貿易戦争の行方によって大幅な株安などが発生した場合、高額品の買い控えなどが懸念されるが、基本的には現状維持の見通しである。
百貨店（営業担当）	・株価が米国の影響で大きく動いている点は不安要素であるが、小売に直接の影響が出るまでには時間が掛かる。外食や高級商材には影響が出ているのかもしれないが、食品中心の店舗のため、来客数や売上は前年を上回っている状態であり、しばらくは現在の状況が続く。
百貨店（マネージャー）	・年末にかけての株価の下落や、消費税の引上げ後の不安感から、より一層慎重な購買姿勢になるため、初売りの結果が目玉される。
百貨店（特選品担当）	・ここ3か月ほど、インバウンドを中心に大きな動きはなかったが、ここへきての円高であり、余り好転するとは思えない。ただし、悪くなる大きな理由も考えられず、全体的には変わらない。
百貨店（サービス担当）	・傾向的には来年になっても問題はなく、インバウンド効果は持続する。また、国内においては株価などの難しい問題はあがあるが、総じて前年と同じような推移となる。
百貨店（販売推進担当）	・世界的な経済環境や株価の先行きは不透明で、安心できない。ただし、一般的な国内消費は、消費税の引上げ前の駆け込み需要もあり、しばらくは堅調に推移しそうだ。
スーパー（経営者）	・人口の減少が進んでいる、過疎といえるような商圈にまで大手が進出しており、厳しさは増すばかりである。
スーパー（経営者）	・年末年始に株価の暴落や円高の急伸があり、米国の大統領がリップサービスを繰り返すものの、米中関係の悪化やハードブレクジットの可能性など、世界経済の減速懸念が広がっている。景気が良くなるニュースが少ないなか、パート時給だけが上がり続けても、食に関わる景気改善の見通しは立ちにくい。
スーパー（店長）	・今後も慢性的に客数の減少が続く。
スーパー（店長）	・引き続き消費者の財布のひもは固く、食品や日用品の節約傾向は続く。

スーパー（店長）	・米国の大統領による発言に、世界経済が敏感に反応し、株価の乱高下を招いている。また、来秋の消費税の引上げが先行きの不安材料となり、消費者も財布のひもを締めざるを得ない。
スーパー（店員）	・大きな行事などもないので、今と変わらない。
スーパー（企画担当）	・年末年始の状況次第では、1月も強化チラシなどによる価格面での訴求が必要となる。場合によっては、売上、利益も取れない状況となるおそれもある。ただし、気温が下がってくれば、季節商材が一気に売れ出すため、一定の改善は見込まれる。
スーパー（企画担当）	・好転する材料もなく、厳しい状況が続くと予想される。
スーパー（経理担当）	・消費税の引上げ対策が打ち出され、関連の報道が増えてきている。駆け込み需要の動きが始まるまでは、節約意識の高まりで消費が伸び悩む可能性がある。
スーパー（企画）	・良くなってほしいが、10月の消費税の引上げに向けて不要不急の消費を抑える傾向となる。直近は変わらないが、夏前から本格化する。
スーパー（開発担当）	・冬のボーナスも余り増えていないため、年末に来客数が増えるかどうかは、特に中小企業の多い関西は厳しい。
コンビニ（店長）	・年が明けても、消費税の引上げまでは消費にそれほど変化はないような気がする。
コンビニ（広告担当）	・基本的には来年になっても大きな変動はないが、新天皇の即位で新しい元号になり、新しい時代が始まることで、好転していきそうである。
コンビニ（店員）	・高齢者の客が多く、世間の情報に疎いようで、何も変わらない様子である。
コンビニ（店員）	・現状よりも上向く要因が見当たらない。
乗用車販売店（経営者）	・車検や車の販売、予約など、ある程度の件数は入ってきているが、全体的に仕事の量は減少している。
乗用車販売店（営業担当）	・直近で来客数が増えるニュースもないので、我慢する時期が続くそうである。
その他専門店 [ 食品 ]（経営者）	・特に大きな材料もなく、大きな変化は見受けられない。
その他専門店 [ 宝飾品 ]（販売担当）	・暖冬による衣料業界での消費減少が、宝飾品の購入の促進につながればよいが、単価や価格帯の差があり、簡単ではない。
その他専門店 [ スポーツ用品 ]（経理担当）	・米国から始まった世界的な株安で、心理面では不況感が強いが、実体経済にそれほど大きな変化はない。
高級レストラン（企画）	・企業宴会の受注は好調であるが、婚礼宴会や宿泊が前年と比較して弱い。特に、宿泊は個人需要が落ち込んでいる。
一般レストラン（経営者）	・一段と寒くなるため、来客数は増えにくい。
観光型ホテル（経営者）	・消費者は、消費税率の引上げに向けてどのように推移するのかという不安を抱えつつ、様子を見ていていると感じる。
観光型ホテル（経営者）	・1～3月の先行予約の状況は、良くもなく悪くもない。今後の動き次第で、現時点ではどちらとも判断できない。
都市型ホテル（管理担当）	・関西国際空港の閉鎖による予約への影響が、数か月遅れて現状の集客に影響を及ぼしている。今後は、この影響がなくなってからの集客状況次第である。
旅行代理店（営業担当）	・円高や米中関係の悪化による影響などが、販売面に出ることが懸念される。
タクシー運転手	・株価も下がり、今後が心配である。
タクシー運転手	・大阪万博の決定と同時に、ハイヤー予約の増加を期待していたが、変化はない。
観光名所（企画担当）	・今年は、大阪北部地震や台風などの災害により、一時はインバウンド客が減少したが、現状では回復している。しばらくは今の状況が続くと予想している。
遊園地（経営者）	・10月以降は天候が比較的安定し、来客数は堅調に推移しているが、売上や客単価の伸びは余りなく、購買意欲は慎重な傾向がいまだに強い。更なる改善については、現時点で材料が見当たらず、依然として先行きは不透明になっている。
その他レジャー施設 [ 球場 ]（経理担当）	・3月にはプロ野球の公式戦や、野球の日本代表の強化試合に加え、コンサートや子供向けのイベントが予定されているので、例年程度の集客を期待している。

その他レジャー施設 [ 飲食・物販系滞在型施設 ] (企画担当)	・株安などによる景気マインドの低下は懸念されるが、今のところは大きな下振れの兆しはない。
美容室 (店員)	・提案した商品が、販売につながることが多い。
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、寒くなってくると来客数が減少する。
住宅販売会社 (経営者)	・不動産市場の良くなる要素が見当たらない。
一般小売店 [ 衣服 ] (経営者)	・商品在庫が多く、値下げをして展開せざるを得ない。仕入先も同様で、早く在庫処分を行い、春物に移行せざるを得ない状況である。
一般小売店 [ 鮮魚 ] (営業担当)	・この年末の株価の下落が象徴しているように、客足は伸びていない。
一般小売店 [ 精肉 ] (管理担当)	・地域の消費の流れが少しずつ変化しているのではないかと。専門店の位置づけが少し弱まっているように感じる。
一般小売店 [ 菓子 ] (営業担当)	・1～2月は毎年売上が低迷するため、それまでに販売戦略を立てなければならない。
百貨店 (売場主任)	・外部環境としては、特にインバウンドについて、中国の法改正によってバイヤーの購入が一時的に減少しそうである。また、世界情勢の変化による株価の不安定化も、景気後退につながる可能性がある。季節商材では、定価品が不振で在庫が増えているため、パーゲンセール時には売上増につながるものの、大幅な改善にまでは至らない。
百貨店 (企画担当)	・競合店の閉店による効果は2019年2月で一巡する。今の株価の動きからすると、消費者心理にマイナスの影響が出そうである。
百貨店 (営業担当)	・海外での購入品に関する中国での入国時の各種規制により、インバウンドによる買上げの伸びの鈍化が予想される。さらに、株価の急落により、富裕層の購買姿勢が慎重になりそうである。
百貨店 (マネージャー)	・株価の下落が続くようであれば、好調な時計や宝飾品などにもマイナスの影響が出てくる。ただし、来年の消費税の引上げが迫るなか、先行購入の効果も出るため、大きなマイナスにはならない。
百貨店 (外商担当)	・世界情勢の不安定化により、株価の乱高下が予想される。それに伴い、富裕層の高額品の購買意欲が下がっていく。
百貨店 (販促担当)	・年末に向けて株価が急落し、今後の推移が懸念される。特に、富裕層の購買意欲には大きく影響しそうで、不安要素といえる。また、インバウンド需要については、金額は大きくないものの、円高は悪影響となる。また、良くない内容のニュースが多くなると、消費者心理が守りに入ることが懸念される。一方、店頭ではヒット商品がないものの、イベント需要は堅調なため、特に子供や孫が関係する入学、卒業関連は例年以上に力を入れる。
百貨店 (商品担当)	・自然災害からの復興は途上であるが、景気への影響は落ち着いており、消費マインドの改善が予想される。一方、米国による保護主義の影響が現実化しつつあるほか、米国の暫定予算が成立せず、政府機関が一部閉鎖となったため、世界的な株安が止まらない。不安な年末となっており、今後も不安定な動向が予想される。
百貨店 (営業企画)	・米国の株価急落をきっかけに、米国の景気悪化が懸念されている。消費税の引上げが個人消費に与える影響も心配され、楽観できない状況となっている。
スーパー (店長)	・世界情勢は不透明で、不安感が漂っている。また、消費税の引上げ関連の話題が増えることで、生活防衛意識が高まりそうである。
スーパー (管理担当)	・株安も進んでいるなど、景気の先行きに対して不安材料が多過ぎる。
スーパー (社員)	・クリスマスケーキやおせち料理といった年末商材は、数量は前年並みであるが単価が低下しており、イベントや季節催事が好調であった今秋までとは、少し様子が変わってきている。客の購買が、やや節約モードになりつつあると感じる。
コンビニ (店員)	・今月末は正月に向けたまとめ買いが多い。1月になれば少なくなるほか、寒い時期は来客数も減るので、売上は悪くなる。

家電量販店（店員）	・キャッシュレスサービスの利用フェアによる需要自体も、1月のポイント還元で落ち着く可能性が高いほか、初売りで当面の需要が刈り取られる。
家電量販店（人事担当）	・世界的な景気後退などの報道により、客の購買意欲が後退する可能性がある。
乗用車販売店（経営者）	・ここへきて世界経済が不調となり、特に米国の株価下落による影響が大きくなっている。
乗用車販売店（経営者）	・今年発生した米中貿易戦争が政治にも波及し、各国の経済への悪影響や、世界同時株安を引き起こしている。来年も全く先が読めない状況であり、ここしばらくは景気が悪くなると予想される。
住関連専門店（店長）	・値引きや納期の短縮など、客の要求の厳しさは変わらないか、悪化している。さらに、世界情勢の不安定化で為替レートなども変化し、数年前と比べて明らかに利益を出しにくくなっている。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・米国の株安による影響を日本はまともには受けるため、今の不安定な傾向は急には変わらない。来年は消費税率が上がることもあり、どちらからみても、景気が良くなる見通しは立たない。
その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・売れ残り品によってバーゲンセールの商品が過剰となり、需要が分散するため、売上の伸びは厳しくなる。
高級レストラン（スタッフ）	・例年、年明けは売上が落ちる。
一般レストラン（経理担当）	・来年10月に予定されている消費税率の引上げに伴い、その前後には駆け込み需要とその反動減が予想される。実質所得の減少に直結するため、その不安から、ここしばらくは消費の低迷が予想される。現実として、景気の良い産業や業種は一部で、全体的に個人所得が増えなければ景気が上向いているとは判断しにくい。
一般レストラン（企画）	・米中経済戦争、日米貿易摩擦など、先行きが全く見通せない状況がしばらく続く。
観光型ホテル（経営者）	・世界的な経済情勢は暗くなっているが、日本政府として特別な政策を打ち出す動きはなく、全体の空気が停滞してきている。
観光型旅館（経営者）	・年を越すと、途端に動きが止まってくる。
都市型ホテル（スタッフ）	・前年は大型の研修が数件受注でき、売上の増加につながったが、今年は開催自体がなく、厳しい見込みである。
都市型ホテル（客室担当）	・激しくなるホテル間の競争に備えて、1月から客室の改装工事を実施する。それに伴って減収となる。
都市型ホテル（総務担当）	・今後3か月の宿泊予約は、1月と3月が前年を大きく割り込み、2月も前年を下回っている。宴会の予約についても前年を下回っている。
都市型ホテル（管理担当）	・今後も市内の宿泊施設の増加が進む中で、それ以上の需要が見込めるかどうかは疑わしい。
タクシー運転手	・物に対する支出は堅調な動きであるが、タクシーは必要最小限の利用となっている。年末年始に限っていえば、少しは動くものの、それ以降は低下していく。
タクシー運転手	・街の様子が上向き感じではない。
通信会社（経営者）	・株価の下落や中国経済の先行き不安が心配である。
通信会社（企画担当）	・株価が下がっているので、景気への悪影響が懸念される。
テーマパーク（職員）	・消費税の引上げの報道が増えていることで、最終的な決断が近づくにつれて、消費は一時的であるにせよ、確実に減退傾向となる。大きな見方をすれば、景気は金を使い、循環させていくことで生まれるが、過去の経験では、消費税率を上げれば必ず消費が落ち込む。
競輪場（職員）	・前年の動きをみると、やや悪くなる傾向にある。これを覆せる材料が見当たらない。
その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・学年が上がる時期にも、先の値上げが影響しそうである。
住宅販売会社（経営者）	・ホテルの宿泊需要が減退している。
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）	・金融機関の融資姿勢が厳しくなっていく。

	その他住宅〔情報誌〕 (編集者)	・富裕層の消費マインドが悪化する可能性があるほか、消費税の引上げに向けた懸念が広がりそうである。
	× 一般小売店〔野菜〕(店長)	・世界経済の動きが確実におかしくなっている。このままいけば、また景気の悪い時代が必ずやってくる。景気が良くなっていた時期でさえ、一般の店などは非常に厳しい状態で、少し良くなり始めたところであったが、ここへきてまた大きく悪化すると感じている。
	× 一般小売店〔花〕(店員)	・客の節約志向はますます強くなっており、この先も強くなると予想される。
	× 百貨店(マネージャー)	・世界経済の減速懸念が広がり、国内外の株式市場はバブルがはじけたような暴落で大混乱している。現在は好調に推移している富裕層の消費も、資産の目減りによって消費意欲の減退につながることがある。近年は富裕層や訪日外国人消費に長らく支えられてきたが、その2つが共倒れとなれば、都心の百貨店は非常に厳しい状況となる。
	× 衣料品専門店(経営者)	・年末が迫っても、全く景気が上向いている実感がない。政府から発表された来年度の消費税の引上げ対策は、どれも消費者の心をつかめていない。また、ある銀行では手数料の54%の値上げが予定されているほか、メール便のサービス料も100%の値上げが予定されている。
	× 一般レストラン(店員)	・年末のテイクアウトの寿司やかきの予約など、いつもと違う動きがある一方、以前と余り変わらない売上となっている。これ以上、上がる要素もない。
企業 動向 関連 (近畿)	木材木製品製造業(経営者)	・従来の事業に新規の事業が加わるため、業績としては更に良くなる。
	化学工業(経営者)	・新規開発案件が決まり始めており、今後も数件の案件があるので、一気に結果が出なくても、景気は少しずつ上向く。
	電気機械器具製造業(営業担当)	・引き合い件数の増加に伴い、売上も上向きそうである。
	電気機械器具製造業(営業担当)	・大阪万博の決定で景気が良くなることを期待している。
	建設業(経営者)	・今の傾向は、緩やかながら続きそうである。また、年度末にかけて、土壌汚染調査や太陽光発電の駆け込み需要も増える。
	金融業(営業担当)	・大阪万博で各企業が盛り上がる。今までは関東圏での景気回復が中心であったが、これからは関西が活気付くと予想される。
	食料品製造業(従業員)	・受注はあるが、繁忙期の配送はかなり混乱している。積み残しは毎日のように発生しており、商機を逃している部分が多々ある。物流面がスムーズにならない限り、これ以上の伸びは期待できない。
	食料品製造業(営業担当)	・消費者の購買意欲が余りみられず、今後も景気は変わらないと感じる。
	家具及び木材木製品製造業(営業担当)	・配達量に変化はない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・客からは増産や減産の情報がない。
	出版・印刷・関連産業(企画営業担当)	・消費税の引上げの関連で、印刷物の受注制限が予想されるため、年度末の駆け込み需要は見込めない。
	化学工業(管理担当)	・受注見込みからすると、現在の好調な状態が続きそうである。
	プラスチック製品製造業(経営者)	・1社当たりの販売量の減少を、新規案件でカバーする状況が続いている。一進一退でプラスマイナスゼロであり、しばらくは様子見の状態が続く。
	窯業・土石製品製造業(経営者)	・人手不足の問題に対し、外国人の雇用も我々の業種には余り関係がない。働き方改革も大企業のしわ寄せを受けるため、中小企業にも日の当たるような対策が欲しい。
	金属製品製造業(経営者)	・1～3月の発注の内示量は変わっていない。
一般機械器具製造業(経営者)	・長期の受注残があり、追加で急に受注が増えることもないので、ここ数か月は景況に変化はない。	
一般機械器具製造業(設計担当)	・株価や為替の影響で、少々景気が悪くなると感じる部分はあるが、2～3か月先に悪くなるとは思えない。	
電気機械器具製造業(宣伝担当)	・大きく変動する要因がない。	

	その他製造業 [履物] (団体職員)	・大手企業を中心に、ボーナスアップや昇給のニュースは耳にする が、中小企業の中にそのような話はない。
	建設業 (経営者)	・東京オリンピックの関連工事も終盤に入り、まだまだ他に大きな プロジェクトはあるが、東京一極集中の傾向に陰りがみられる。た だし、地方との格差は変わらず、これから地方の建設業界は厳しい 状況になると予想される。
	建設業 (経営者)	・これからは天候が良くなさそうなので、作業の効率も落ちる。
	輸送業 (営業担当)	・子供の数が減っているの、学習机が余り売れなくなっている。
	輸送業 (営業担当)	・例年の年末よりも、お歳暮とおせち料理は若干少なくなった一 方、通販の荷物は増加し続けており、不景気だと感じる。
	通信業 (管理担当)	・年末商戦であるが、物価の上昇による買い控えで景気は低迷して いる。
	金融業 [投資運用業] (代表)	・与党の支持者ですら、消費税の引上げや事実上の移民受入れ策に は疑問を感じている。景気浮揚の動きに冷や水を浴びせたといっ ても過言ではなく、2~3か月先どころか、2~3年先の東京オリ ンピック景気の恩恵についても疑問である。
	金融業 (副支店長)	・大阪万博は決まったものの、景気への影響はまだ先であり、当面 は現状のまま推移していく。
	新聞販売店 [広告] (店主)	・折込件数は増えたものの、月末の29~31日には落ち着いたため、 景気が上向いているとは思えない。
	広告代理店 (営業担当)	・今後しばらくは、今の状況が続くような気がする。
	広告代理店 (営業担当)	・今年に入ってWe b媒体、紙媒体共に、前年並みの売上で推移し ている。
	司法書士	・年末に慌てて贈与するような動きもなく、ふだんと変わらない年 の瀬である。大阪万博に対しても、漠然とした期待は聞こえてくる が、具体的な話が出ることはないため、当分の間は今の状態が続 く。
	その他サービス [自動車 修理] (経営者)	・年明けからは、どうなるか分からない。
	その他サービス業 [店舗 開発] (従業員)	・かねてからの米中貿易摩擦に加え、韓国との関係の悪化も急速に 進みそうである。インバウンド頼みの関西にとって、非常に気掛 かりである。
	その他非製造業 [機械器 具卸] (経営者)	・予定されていた設備の見積りが減少している。予算もないような 状態のため、悪くなる。
	その他非製造業 [商社] (営業担当)	・スポット案件はあるものの、一定期間にまたがる案件は少ないた め、低空飛行のまま変わらない。
	食料品製造業 (経理担 当)	・現首相は消費税の引上げ対策を繰り返し発表しているが、景気上 昇につながる物はみえない。
	繊維工業 (総務担当)	・競合先のうわさをよく耳にするが、ほぼ全てといってもよいほ ど、悪い内容ばかりである。このような環境であるが、高付加価値 商品の比率を増やすべく力を入れている。
	繊維工業 (団体職員)	・中小企業の景況感は良くなっていない。
	化学工業 (企画担当)	・年末の食品需要期に入り、販売量が伸びているが、2月には需要 期も終わり、平常に戻ると考えられる。
	金属製品製造業 (営業担 当)	・コスト上昇分の価格転嫁が思うようには進まず、採算がますます 悪化しそうである。
	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・現状、引き合いの減少がみられる。
	輸送業 (商品管理担当)	・年が明けると、例年どおり販売量は落ち込む。
×	電気機械器具製造業 (経 営者)	・市場は強含みで動いていたため、年末までは新年に期待をもっ ていたが、正月の間に円高や世界的な株安のほか、世界的IT企業 の業績悪化、中国のデジタル通信機器メーカーの騒動なども起き ており、身構えざるを得ない。
×	不動産業 (営業担当)	・年末からの株安により資産効果が薄れている。来年も世界的にバ ブルが弾けることで、より景気は悪くなる。
×	広告代理店 (企画担当)	・欧米の経済が安定していない点が懸念されており、バーゲンセー ルのシーズンではあるが、購買意欲は低下することが予想される。

	x	経営コンサルタント	・消費マインドが冷え込んでいる。理由を考えると、消費税の引上げや国際的なマイナス要素などで慎重になっている。結果として出費を引き締める動きになっており、この状態はしばらく続く。
	x	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・米国などが金融の引締め策を取っているが、日本だけがいまだに金融緩和を続けている。今後、各国とのバランスが取れなくなり、不況に陥る可能性がある。その場合は、リーマンショックの二の舞以上の影響を受けることが懸念される。
雇用 関連  (近畿)		人材派遣会社（支店長）	・年度末の受注は増えることが予想される。
		人材派遣会社（営業担当）	・派遣の引き合いは、例年2～3月がピークとなる。その中で、今年は請求単価もアップしており、この傾向は更に強まることが予想される。
		人材派遣会社（営業担当）	・4月の新卒採用に合わせて、中途採用の動きも年明け直後から活発になりそうである。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の日雇求人につき、149社から電話による聞き取り調査を実施した。前年度との比較では、仕事量が上向いたとの回答が5.5%増え、今後の仕事量は上向くとの回答も5.8%増となった。人手不足が深刻化するなかで、僅かではあるが、企業マインドに改善の兆しがみられる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・大学生の新卒採用では、2021年卒から経団連の申し合わせがなくなるため、それを見据えて、20年卒も動きが早くなる傾向にある。企業も学生も動きが活発になることで、やや良くなると考えている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・年末の人出から、先行きに期待できる。
		人材派遣会社（経営者）	・米国発の株価の下落などで、年明けから経済は波乱の展開である。賢い経営者は、派遣の活用を水道の蛇口のように、緩める動きと閉める動きを繰り返す。今後もこの傾向に変わりはなく、その意味で派遣は忙しくなっていく。
		人材派遣会社（役員）	・4月に向けて、例年と同じく求人企業、求職者共に動きは活発であり、現在の景気から大きな変化はない。ただし、今年のゴールデンウィークの10連休は、派遣社員を含む時給制の非正規社員にとっては収入減につながる。景気に影響を与えるほどではないものの、心理面ではマイナスである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大きなトピックスもなく、今年度はこのままの推移で終わりそうである。特に、小売や流通企業の業績が芳しくない。
		職業安定所（職員）	・複数の大手企業において、希望退職を募集するとの情報がある。業績悪化によるものもあるが、業績が好調なうちに収益体制を強化するための動きもみられる。人手不足が続くなか、雇用情勢に大きな影響は出ないと予想されるが、状況を注視している。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が減少傾向にあるものの、依然として求人倍率は高く、人手不足感は強い。特に、建設や運輸、医療・福祉業では求人は多いものの、希望する求職者が少なく、この傾向は当分続きそうである。
		職業安定所（職員）	・小売業や飲食サービスの求人も多く、好調が続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・このままの状況で推移するが、先行きの不透明感はある。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・前年はあった求人が今年はお出でこないことが多く、新たな求人もない。人が足りているというポジティブな方向ではなく、人が必要ないというネガティブな方向で、求人が出てきていない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・製造業の求人数が減少傾向にある。12月に入ってからの米国の株安で、日本の株価も一気に2万円を割る局面にあるなど、景気の悪化懸念が強まっている。特に、関西には中小規模の下請企業が多いため、円高の進行で輸出が悪化した結果、求人数が減少している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・労働者派遣法の3年ルールについて、3年満期を迎える人の問題もあり、人材の確保が大変である。
		x	-