

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)		競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の客単価は9,800円で、今月は10,241円となった。改元や10連休の効果で、一時的に良くなっている。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	お客様の様子	・季節要因もあるが、仕入れ金額が微増となっている。
		百貨店（サービス担当）	単価の動き	・今月も傾向は変わらず、インバウンド効果で化粧品や特選品を中心に好調な推移がみられる。傾向としてはやや良く、売上は前年の水準も今年も目標もクリアしている。入店客数も前年比で5%ほど増えている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・気温が早く上がったせいか、夕方以降の客の動きが活発である。来客数が増え、買物の質も上がっているように感じる。
		スーパー（店員）	来客数の動き	・今月は創業祭などのイベントが続いて客足が増え、売上が増加している。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・近隣に完成したタワーマンションの入居が始まり、日用品の売上が急増している。来客数、客単価共に微増傾向にある。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・暑くなったので冷麺の購入が増えているほか、ホットコーヒーからアイスコーヒーに入替えたことで、来客数が増えている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・近所に大型ショッピングセンターがオープンしている。
		コンビニ（店員）	販売量の動き	・客の買物単価が、少しずつ上がっていると感じる。昼の時間帯の客は、近くで働く会社員以外は、ほとんどが外国人である。大人数で来店し、たくさん買物をしていく。ほぼ毎日来店する外国人客も増えている。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・暑くなり、冷たい物がよく売れている。
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・消費税増税を前に、大型家電に対する問合せが増えるなど、増税前の消費意欲が感じられる。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークが長かったため、オフィス街の売上は通常よりも減少した一方、繁華街では増加した。連休明けは個人客が減少し、会社宴会などの団体客の利用は増えたが、1週間の間にも浮き沈みの波がある。
		観光型旅館（管理担当）	来客数の動き	・現在の天皇陛下の御即位に伴う10連休のお陰で、来客数が増えている。
		旅行代理店（店長）	お客様の様子	・令和への改元や、ゴールデンウィークの10連休などで、客の動きが良かった。先行きにも新たな希望を感じているのか、明るい雰囲気となっている。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・3～4月の引越シーズンでのサービスへの加入数は、やや増加傾向にある。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・6月からは新たな料金プランや販売方式となるため、携帯端末の駆け込み需要が増える。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・夕方以降の客足の引きが早い。
		一般小売店〔花〕（経営者）	販売量の動き	・母の日商戦は出足が悪かったものの、最終的には例年を上回る動きになった。ただし、単価は低かったため、景気が上昇しているとは感じられない。
		一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・今年5月と2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5月が94.3%で、2月が120.2%、関東は5月が115.7%で、2月が118.3%、中部は5月が103.3%で、2月が97.7%、中国は5月が114.8%で、2月が119.3%となり、各地区合計の平均は5月が101.9%で、2月が116.6%であった。4月と同様に、5月も新商品の発売が好調の要因となっている。2月もバレンタイン商戦が好調であったため、状況に大きな変化はない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・急に暑くなったため、夏物衣料が動き出している。ただし、来客数は増えておらず、単純に気候要因によるものであり、景気が上向いているとは感じられない。
	一般小売店〔野菜〕（店長）	競争相手の様子	・問屋を回っても暇そうで、バーゲンセールを実施している大きなスーパー以外は、かなり苦戦している。今後かなり厳しい状況になる。	

一般小売店〔呉服〕（店員）	お客様の様子	・令和になって少し期待していたが、キャンセルやクーリングオフを利用する客が多く、低迷が続いている。
一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・前月は売上、販売量共に好調であったが、大型連休も終わり、今月は販売量の伸びが非常に悪い。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は売上目標を達成する見込みである。インバウンド需要が好調で、高額品の売上が安定しているほか、気温の上昇に伴い、シーズン雑貨の売上も好調である。ただし、高額品だけでなく、高付加価値のバーゲンセール品を含む低価格商品が好調であるなど、客は商品によって購入する業態を選んでいる。売上目標は達成できても、消費が活性化されているとはいい難い。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・富裕層である外商客の購入は微増であるが、国内客のボリューム層は微減となった。一方、インバウンド売上は前年比で130%と大幅に増え、売上全体も110%と、ここ数か月は増収が続いている。インバウンド売上の内訳は、一般品の伸び率が鈍化しつつあるが、化粧品などの消耗品の伸び率は更に増加しており、前年比で130%の水準を維持している。
百貨店（企画担当）	販売量の動き	・当社に限れば、閉店した競合店からの客の流入が一巡し、特殊要因はなくなっている。少なくとも景気は上向きではない。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・月初めの大型連休では、富裕客は海外、国内旅行を楽しみ、何人かの客は百貨店で高額品の買物を控えている。一方、消費税の増税を控えて、例年は秋に開催される大型催事が、今年度は今月後半に開催され、高額品の買上が好調となっている。
百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が堅調に推移している。食品の売上がメインであるが、客単価の低下もみられず、業績は好調である。インバウンドも中国の電子商取引法の影響もなく、郊外店への流れが進んでいるように感じる。
百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・5月上旬は、改元景気で財布も少し緩みがちであったが、それも落ち着き、シビアナ状態に戻っている。売上はインバウンド、国内客共に微増である。
百貨店（営業推進担当）	単価の動き	・大型連休の終盤以降、単価の下落傾向が続いている。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・10連休でスタートした5月は、祝賀ムードや天候の良さ、食品の催事による集客効果も加わって、来客数が都市部を中心に順調となった。気温の上昇とともに、夏物衣料や雑貨の動きも増え、おおむね順調に推移している。また、インバウンド売上は化粧品を中心に安定しているほか、展開時期が早まっているランドセルは、消費税増税前の需要もあり、すべり出しから好調に推移している。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・大型連休の消費疲れで、5月の2週目以降は購買動向に力強さがなかった。また、中旬までは気温がやや低く、逆に月後半は真夏日を記録するなど、気温のアップダウンが激しく、本来の初夏の陽気が味わえる日が少なかった。それに伴い、本来の売れ筋である軽めの羽織物の売行きが鈍く、売上に悪影響が出ている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・長期のゴールデンウィークで、旅行や余暇関連の出費が増えたため、その後は食品を中心に買い控えがみられる。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は前年の水準を上回っているが、雨の日が前年よりも少ないことを考慮すれば、これまでの前年比95%前後の推移と変わらない。
スーパー（企画担当）	それ以外	・青果物は全体として相場安となっているが、販売点数の伸び悩みもあり、売上は前年割れである。気温の上昇により、ここ最近では涼味関連や飲料、アイス関連の推移は堅調であるが、全体では停滞感がある。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの10連休に大きな山場はなく、売上の大きな増加はみられなかった。改元に伴う祝賀ムードもあったが、こちらも大きな売上増にはつなげていない。

スーパー（販売促進担当）	競争相手の様子	・食品スーパーの競合各社をみると、多少の優劣はあるものの、既存店売上は横ばいか前年割れが続いており、上向き気配は感じられない。ゴールデンウィークの10連休は好天が続き、消費意欲の高まりも期待されたが、期間が長すぎたせいか、需要が間延びした。業界全体では一部の店舗を除いて、売上の増加にはつながらなかった印象である。
スーパー（社員）	単価の動き	・新たな競合店の増加で苦戦している店舗もあるが、前年に比べて安定した天候が続いていることもあり、来客数は前年よりも増えた店舗が多い。冬場は安値で推移した野菜も価格が安定してきたことで、全体の販売額を押し上げている。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・近くの競合店が閉店したため、一時的に客が増えているが、短期的な動きであり、景気自体には変化がない。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・来客数はほぼ前年並みであるが、売上はやや下回っている。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・10連休の後半は、ある程度の来店があった。月末になって、改元疲れか、来客数が減ってきている。食品関係の値上げが発表された関係もあり、財布のひもも固くなっている。
衣料品専門店（店長）	単価の動き	・直近の3か月と比べて、来客数、売上は少し減少しているものの、単価は横ばいで推移している。
家電量販店（店員）	販売量の動き	・今月の10連休は、売上がやや伸びた程度で、大幅に増えたわけではない。逆に、連休の終了後は閑散としており、月全体では売上に大きな変化はない。一方、客の間では、商品を購入する時期について悩んでいる様子がうかがえる。
その他専門店【医薬品】（経営者）	競争相手の様子	・近隣地区に同業他社のドラッグストアが出店し、過当競争気味である。結果として、来客数の減少につながっている。
その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・株価はいまだに2万円を切っていないので、景気は現状を維持している。為替にも大きな変化はないが、今後は日米間、米中間の貿易摩擦により、株価にどのような影響が出るかが注目される。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・特に変化はないが、ゴールデンウィーク前の注文が前年よりも多かった分、ゴールデンウィーク明けは抑え気味である。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	来客数の動き	・来客数に変化はないが、固定客だけではなく、一見客も含まれるため、売上の増加につながらない。
その他小売【インターネット通販】（経営者）	お客様の様子	・平成から令和になったが、当商店街はこの商戦に乗り遅れ、商機を逃してしまった。客も購買意欲が低下しているように感じる。
その他小売【インターネット通販】（企画担当）	販売量の動き	・食料品は総菜を中心に堅調であるが、紳士服や子供服の販売は前年を下回るなど、全体として消費に前向きな動きがみられない。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・日によって波はあるものの、ここ数か月は大きな流れに変化がない。
高級レストラン（企画）	販売量の動き	・低～中単価のメニューのオーダーが伸び悩んでいる。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・10連休は家族連れで来客数が増えたが、連休明け以降、商店街は人通りが少なく、来客数も伸びていない。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・4月から、来客数が前年比で減少する傾向が続いており、客単価もやや低下している。基調の大きな変化はないが、景気はやや後退していると感じる。
その他飲食【自動販売機（飲料）】（管理担当）	競争相手の様子	・新たな商品ラインアップも力不足である。
都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・宿泊の予約状況では、稼働率は前年を上回っているが、客室単価の下落で売上は前年を下回っている。一方、宴会については、売上が前年を若干上回っており、レストランの売上も前年を上回っている。
都市型ホテル（管理担当）	お客様の様子	・利用人数や単価などには、前年に比べて大きな変化がない。

都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・例年、ゴールデンウィーク明けは来客数が落ち込む傾向にあるが、今年は10連休の反動で、落ち込みが長かった。稼働客室数も前年比で5%減と悪化している。
旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・10連休明けの需要は想定を上回っている。ただし、国際情勢のほか、消費税増税や参議院選挙といった国内情勢にも不透明な面があり、楽観できる状況ではない。
タクシー運転手	お客様の様子	・ゴールデンウィークの10連休明けなので仕方がないが、月末は少し上向いたものの、米中貿易摩擦の影響で、動きは今一つである。
タクシー運転手	来客数の動き	・ここ数か月は、10連休を含めても余り変化はない。
タクシー運転手	お客様の様子	・乗車する人が少ないなど、悪くなっている。
タクシー運転手	お客様の様子	・気候が良くなって外出が増え、乗車機会も増加したが、営業収入に大きな変化はない。
通信会社(経営者)	お客様の様子	・客の受注状況に大きな変化はない。
美容室(店長)	来客数の動き	・今月は少し悪かったが、直近の数か月でみると、ほぼ想定範囲内で推移している。
その他サービス [学習塾](スタッフ)	来客数の動き	・生徒の出入りが激しく、先が読めない状況である。
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・低水準ではあるが、一定数の客は動いている。
その他住宅[住宅設備] (営業担当)	お客様の様子	・以前は、エレベーター部品の交換見積りが好調であったが、現状は横ばいか、やや悪化気味である。
その他住宅[情報誌] (編集者)	お客様の様子	・不動産市場での、消費税増税前の駆け込み需要の動きは、前回の8%増税時よりも限定的である。手厚い対策による影響に加え、足元の経済状況に対する不安感も影響している。
一般小売店[衣服] (経営者)	販売量の動き	・大型連休の影響か、例年以上に連休明けの落ち込みが大きく、商店街の飲食店を含めて苦戦している。
一般小売店[鮮魚] (営業担当)	販売量の動き	・販売数量が前年比で5%落ち込んでいる。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・ゴールデンウィークの10連休もあって、旅行者を除く既存客の来客数が減少した。衣料品関係の落ち込みが激しく、店舗全体で前年比3%減となっている。ただし、宝飾品や特選品、美術品などの高額品については好調を維持している。
百貨店(営業企画)	単価の動き	・来客数は前年並みを維持しているが、客単価の低下が続いている。
百貨店(外商担当)	販売量の動き	・今年は初めて10連休となったため、旅行などの外出が増えたのか、店頭への来店が例年よりも少ない。インバウンドは前年を上回って推移しているが、化粧品などが中心で、高額商品は売れていない。
百貨店(特選品担当)	販売量の動き	・直近の3か月間はインバウンド、国内客共に、売上は前年比でプラスと順調に推移していた。特に、4月は大きく前年を上回った。一方、5月に入り、ゴールデンウィーク中はインバウンド、国内客共に順調に推移していたが、連休後は前年比でマイナスとなる売場も出ている。明らかに今までとは潮目が変わったように感じられる。
百貨店(販促担当)	単価の動き	・気温が高い日もあったが、月全体では例年並みであり、雨も少なかったため、来客数は安定している。品目別には、食品の動きは安定している一方、衣料品や雑貨は単価が伸びず、前年割れである。高額品の動きも鈍いが、特に要因が見当たらないだけに、今後は懸念される。
百貨店(マネージャー)	お客様の様子	・大型連休明けの消費は、予想どおり国内客の動きが厳しい。国内客の現金売上は前年比で1.8%減と、母の日商戦などのメイン商材や服飾関連が不調である。その反面、地区全体では、インバウンド需要が消耗品を中心に25.6%増と伸びている。

百貨店（宣伝担当）	単価の動き	・連休後は売上、入店数共に苦戦している。大きなシェアを占めていたインバウンド売上も、消耗品は堅調であるが、高額品の伸びは鈍化している。国内客についても、財布のひもが固くなっており、単価が下がってきている。
百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・前年よりも気温が高く、来客数も前年を上回っているが、衣料品が苦戦している。特に、ゴールデンウィーク明けが非常に厳しい状況であったほか、衣料品では高額品や年齢層の高いゾーンでの苦戦が目立つ。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・月前半の大型連休では、ごちそうや肉食、中食需要が増え、例年よりも若干盛り上がったが、期待したほどではなかった。母の日以降は、節約ムードが広がるなかで、清涼飲料や食用油、牛乳、ヨーグルトなどの値上げが本格化し、買い控えムードが広がっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・無駄な物を極力買わないようにしており、1人当たりの買上点数が落ちている。また、徹底して最低価格の店を買い回っている様子がみられる。
スーパー（店長）	競争相手の様子	・各社のチラシのサイズも、B4からB2～3へと拡大する傾向にある。また、ドラッグストアなどの競合店も、隔週であったチラシが毎週に変更となるなど、焦りがみられる。
スーパー（店員）	単価の動き	・季節的に売上の伸びるフルーツの種類が少なく、安い輸入品くらいしかない。
スーパー（管理担当）	単価の動き	・ゴールデンウィーク以降、価格競争が一段と激しくなっている。
スーパー（企画）	来客数の動き	・気温の上昇とともに、食料品の売上は回復傾向にあるものの、衣料品や生活関連品の動きは鈍い。ただし、消費税増税を見越した購入が、商品によっては始まっている。
家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・消費税率の引上げ前の動きがまだみられないほか、涼しい日が続いているため、季節商材の動きが鈍い。ただし、リフォーム関連は増税前の工事に伴い、動きが出てきている。
家電量販店（人事担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの10連休には、消費税増税前の駆け込み需要とみられる動きがあったが、連休以降は来客数も前年を下回り、景気の冷え込みを感じる。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・株価の低迷で、客の消費意欲が低下していると感じる。
その他専門店 [ドラッグストア]（店員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの前半は天候に恵まれず、客足が伸び悩んだ一方、後半は天候が良かった分、行楽に出掛ける人が増え、買物客が少なく感じた。その後、休み明けの買い控えも目立ち、来客数、売上共に悲惨な動きになっている。
一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・10連休によって、非正規雇用者の収入が減少したため、財布のひもが固くなっている。ゴールデンウィークによる影響は、連休後もほぼ2週間続いている。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・好調であった宿泊が、ゴールデンウィーク以降、急激に落ち込んでいる。インバウンドは東南アジア諸国からの動きが好調であるが、国内のビジネス客が落ち込んでいる。市場に供給過剰で、単価が合わなくなってきていると感じる。一方、宴会部門は厳しい中でも堅調である。
都市型ホテル（管理担当）	来客数の動き	・改元や祝賀ムードで、もう少し景気が良くなると予想したが、祝賀ムードは長続きしなかった。市内における、宿泊施設の供給過多の状態は続いており、苦戦を強いられている。
旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・ゴールデンウィークでの予想以上の出費で、財布のひもが固くなる客が多い。また、米中貿易摩擦などの影響による値上がりも多い。こういった状況は長引く可能性が高いため、客が消費を控える傾向にある。
旅行代理店（役員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの反動や疲れがあるのか、客の動きが止まっている。
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・消費税増税が現実的なタイムリミットとして迫っている。今後、来場者は減少し始め、買い控えも始まる。

	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	販売量の動き	・販売量に大きな変化はないが、より安価な商品にシフトしている。
	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・新聞の折込広告への反響が芳しくない。
	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・新築マンションのモデルルームへの来場数が減っているほか、購入に対して慎重になっている。
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要がみられたが、その後は全体的に契約が減少している。
	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)	それ以外	・一般の消費動向は少し悪化している。
	その他住宅 [展示場] (従業員)	来客数の動き	・今月の住宅展示場への来場数は、前年比で1割程度減少している。
x	一般小売店 [時計] (経営者)	来客数の動き	・10連休が終わっても来客数が少ない。客との会話では、10連休で旅行や外食にお金を使ったため、中旬から後半に掛けて引き締めるという声が多かった。静かで動きのない1か月となっている。
x	百貨店 (売場主任)	来客数の動き	・10連休後の入店数が極端に悪い。5月は前年比3.0%減で、全店売上は5.6%減と、月末にかけても回復の兆しはみえない。特に、食品の中では精肉が5.0%減と悪い一方、鮮魚は0.5%増と健闘した。食品全体では4.5%減となる見込みである。
x	百貨店 (マネージャー)	販売量の動き	・気温の上昇で夏物商材が動いているが、ファッション関連では特にボリュームゾーンの売上が悪い。販売量が前年比で2.4%減、買上率も3.6ポイントの低下と、厳しい状況である。一方、高額の時計や宝飾品は、4.3%増で推移している。
x	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・10連休に需要が集中した結果、連休明けは激減している。働き方改革もあるなかで、この偏りへの対応は困難である。
企業動向関連 (近畿)	-	-	-
	電気機械器具製造業 (宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・例年よりも気温の高い日が多く、エアコンが堅調な荷動きとなっている。冷蔵庫や洗濯機などは、実売台数よりも金額の方が前年比は高く、前年よりも単価の高い商品の荷動きが良い。
	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・受注が堅調に推移しているほか、案件が動き出したため、資金が回るようになっている。
	金融業 (営業担当)	競争相手の様子	・全体的にはまだまだ回復基調とはいえないが、新規先の増加に伴い、やや良い傾向となっている。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・主に人材育成を手がけているが、人手不足や働き方改革、求人難などで仕事は忙しくなっており、受注も先行予約が多い。
	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	・今月は大型連休の反動による買い控えが予想されたが、意外にも中旬には持ち直した。特に、大阪や京都などのターミナル駅では、インバウンド需要が徐々に高まり、それ以外の駅とは明暗がはっきりと分かれる形になっている。
	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・大型連休も終わり、休み明けは受注が減ったが、月末近くには通常の出荷に戻りつつある。
	食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・飲料水の大型ペットボトルの値上げにより、大型容器の販売は減少したが、小型容器でカバーできたため、全体的に売上は余り変わらない。
	食料品製造業 (経理担当)	取引先の様子	・10連休後は、得意先の販売量も余り増えておらず、それに加えて厳しい暑さが続いている。
	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・変化する要因が見当たらない。
	化学工業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・4月は出荷量が増加し、景気は良くなると予想されたが、稼働日の減少を考慮しても、5月は急激に悪化している。
	プラスチック製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・景気自体は下向き傾向であるが、身の回りは現状維持となっている。ただし、静観する必要がある。

	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、売上共に、低い水準で停滞している。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・各社が、産業機器に関連する設備投資を抑制し始めている。米中貿易摩擦の影響を懸念した動きと聞いており、先行きに対しては弱腰の対応が見受けられる。	
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ハイテンションボルトなどの建設資材不足や技能労務者不足のなか、厳しい価格競争は相変わらず続いている。	
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・案件の単価が低い。	
	金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先の決算書を見ると、前期比で横ばいかマイナスの内容が多い。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・期初から、取引先各社の広告出稿が伸びていない。	
	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	・取引先からの仕事も落ち着いてきている。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・受注量は少し落ちているが、商品全体として余り大きな変化はない。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・当社の製品には、2019年度の補助金対象の機種が少なく、案件は減少傾向の見込みである。	
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・注文件数が前年比で10%減少している。その一方、地方の催事への出張が増え、経費は増加している。	
	出版・印刷・関連産業（企画営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の関係で印刷物の発行部数が減っているほか、電子化などの問合せが増えており、注文は若干減少傾向にある。	
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特殊な製品の動きに大きな変化はないが、中国向けは6～7月の計画が減少傾向となっている。	
	金属製品製造業（営業担当）	競争相手の様子	・同業者からは、売上が前年比で減少傾向にあるとの声が増えている。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・これまで大企業の業績は悪いと聞いていたが、身の回りの景気はそれほど悪くはなかった。ただし、悪い材料が多過ぎるためか、にわかに身の回りにも悪い風が吹き始めたと感じる。希望をもって努力しているが、世界の政治情勢が悪過ぎる。これほど世界の政治経済の動向が読めないのも困る。	
	輸送用機械器具製造業（役員）	競争相手の様子	・競合他社による据え付け工事が減少し、当社の受注が可能になりつつある。	
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・ガソリン価格の高騰のほか、近隣での空き家の増加、飲食店の閉店の増加など、町に活気が感じられない。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・当市から企業の撤退が続いているため、事務所や社宅のニーズが減っている。賃料も下がっており、景気は悪くなっている。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込件数が減少し、収入が落ちている。	
	広告代理店（企画担当）	取引先の様子	・取引先からは、前年に比べて受注量が減っているという話をよく聞く。G20大阪サミットもあり、休業する施設やバーゲンセールの日程を変更する施設も多く、経済的な損失が出る取引先が多い。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・4月頃に比べて、Web媒体、紙媒体共に広告受注が減ってきている。	
	×	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・需要が大幅に落ち込んでいる。
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・米中貿易摩擦の影響が出ると予想されるため、先行きが見通せない。
雇用 関連 (近畿)	-	-	-	
	人材派遣会社（経営者）	それ以外	・業績好調により、臨時的ボーナスが出ている。	
	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・新年度になっても、相変わらず受注は堅調である。	

	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上昇し、平成での最高値を更新した。これは求職者の減少による影響が大きい。今年に入って、希望退職の募集事案が多く聞かれるものの、求職者の増加につながらない。ハローワークでの求職申込みや雇用保険受給手続きに至る前に、再就職先が決まるケースが多い。
	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・ゴールデンウィーク明けから本来のペースに戻りつつある。特に、入札関係の仕事は堅調であり、人材やスタッフも集まりやすく、ミスマッチングが少なくなっている。企業側は上手に派遣社員を利用していると感じる。
	人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・特に様子は変わっていない。前年度は労働者派遣法の改正で直接雇用も増えたが、今期に入り、それも一段落している。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・新聞広告での求人数に変化はなく、景気は3か月前から変化していないとみられる。求人数全体では、新卒求人が増える時期であるが、新聞広告による求人はもはや主力ではない。一方、インターネット求人は新卒求人の動きを反映して増加している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・関西の地元企業による新聞広告の出稿状況をみていると、3か月前とほぼ変わらず悪い。前年比でも約90%という水準である。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・人手不足感は強いが、しばらくは現状維持で推移しそうである。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は高い水準にあるが、有効求人数は1年前と比べて微減であり、景気に大きな変化はない。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人元の企業から、景気が良くなっているという話はないが、慢性的な人手不足により、雇用形態を問わず求人数は高止まりしている。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・東洋医学系の求人数は順調に推移しているが、西洋医学系の求人は、一部の部門を除いて頭打ち傾向にある。
	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・4月の派遣求人数は前年比で109.2%と堅調であったが、5月は75.6%と急ブレーキが掛かっている。
	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・派遣登録数が、ゴールデンウィーク明けから激減している。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数が微増の傾向にある。
	民間職業紹介機関（マネージャー）	求人数の動き	・大手の製造業の求人数に陰りがみられるほか、書類選考や面接での合格基準が上がっていると感じる。
	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・求人数は横ばいであるが、労働者派遣法の改正もあって、求職者が他社に流れている。仕事を紹介した後の辞退も多く、成約しにくくなっている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	それ以外	・求人数は業種によるばらつきが大きい。IT化が進むメガバンクなど、超大手企業は求人減らす傾向にあるが、サービス業や中小企業などは求人が多い。求人数だけでみると、一見好調に感じるが、学生の人気企業という視点でみると、やや悪くなっている。それが影響してか、既に始まった3回生向けの就職ガイダンスでは、前年よりも学生の参加が多い。これと同じ状況は、リーマンショックの前にも起きている。
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・各企業も最終面接で不採用とするケースがあり、採用の判断がより慎重になっていると感じる。
x	-	-	-