

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)		コンビニ（店長）	来客数の動き	・スーパーとコンビニの競合店舗が同時に閉まり、その後がなかなか決まらない。当店にも客が流れてきているため、ここ3か月は好調を維持している。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・観光客が以前から多い地域であるが、家族連れや友達同士といった客の来店が増えている。来店するとかなりの量を買う客も多く、レジでの行列も長くなっている。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・消費税増税を前に、購買意欲が上がってきている。9月に入ればもっと良くなるはずである。
		家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・テレビは家電のエコポイント制度から10年が経過して、4Kテレビへの買換え時期となり、パソコンも主要OSのサポートの終了時期ということで、それぞれが消費税増税と相まって、販売量の増加につながっている。
		百貨店（服飾品担当）	お客様の様子	・天候が不安定であった前年に比べ、今年は天候も安定していた。それに伴って来客数も順調となり、新たな商材が投入されたラグジュアリー雑貨やジュエリーは共に、前年比で2けた以上の伸びを示している。また、化粧品はインバウンド売上がやや落ち着き、前年比では微増にとどまっているものの、国内客の売上は堅調に伸びている。衣料品関連もセールの売上はやや減少しているものの、流行の商材は動きが良く、定価品の販売も伸びている。いずれも鮮度やインパクトのある商材に動きがあるなど、良い商材へのニーズは高まっている。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・百貨店全体の婦人服売上は苦戦したものの、当店ではクリアランスからの切替え用に、定価品の在庫を確保したことが奏功し、比較的好調に推移している。結果として、7月は特価品を買い、8月は定価品を買うという、消費者のメリハリのある購買行動が浮き彫りになった。日韓関係の悪化による影響もさほどなく、インバウンド需要も堅調であった。猛暑や中旬の大型台風で来客数がダウンした日もあったが、売上への悪影響は余りみられない。
		百貨店（営業企画）	販売量の動き	・お盆の食料品の販売が好調となっている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・梅雨が明けて、お盆までは天候が良かった。お盆明けから天候が不安定となったが、来客数は維持できている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・地域での祭りの開催が続いている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・今月もサラダやファーストフード、青果などの生活用品の売上が好調で、客単価を押し上げている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣ホテルのインバウンド客が夜8～11時ごろに多く来店し、売上が前年比で30%ほど増えている。
		コンビニ（店員）	来客数の動き	・店の駐車場が有料になり、長時間止める車がなくなって回転が良くなったせいか、一見客が増えた。また、休日は家族連れやグループで来店し、大量に飲物など購入する動きも増えている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が堅調で、販売量が伸びている。
		家電量販店（店員）	お客様の様子	・景気自体が良くなっているわけではなく、単に消費税増税関連の需要があるだけで、増税効果も期待したほどではない。客の様子を見ると、増税前と増税後のどちらで買うのが得かを考えている。
		家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の動きが出てきた。増税後のポイント還元よりも、目先の現金の方が、感覚やイメージに与える影響が大きいと感じる。
		住関連専門店（店員）	単価の動き	・8月は客が増え、成約につながることも多かった。ただし、これは消費税増税前の一時的な動きのような気がする。
	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	・新カタログが発刊されたこともあり、受注数がかなり増えている。	

都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・前月に続き、宴会部門と食堂収入が伸びている。宴会はサマーバイキングが大きく伸び、新規の宴会も複数受注できた。食堂も各シフト共に増収で、要因ははっきりしないが、女性客や夜の法人利用が増えている。宿泊も厳しい状況ながら、高単価、高稼働で推移している。
旅行代理店(役員)	販売量の動き	・3連休での需要や、消費税増税前の駆け込み需要も見受けられる。
競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は1万213円で、3か月前の1万47円よりも上がっている。
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・一般の客の動きが、少し活発になっている。
その他住宅[住宅設備](営業担当)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で、客からの部品交換の依頼が増加している。一時的な傾向と考えられるが、対応に追われている。
商店街(代表者)	お客様の様子	・購買の決定に時間が掛かり、慎重である。また、インバウンドが激減している。
一般小売店[時計](経営者)	来客数の動き	・今年は山の日が日曜日で振替休日となり、お盆休みとも重なったため、想像以上に休日が増えた。客にも帰省や旅行の計画をしている人が多く、店の前の人通りも極端に少なかった。さらに、お盆休みの台風による、各地での大雨被害の報道で、買物をする気にならないと話す客もいた。来客数、売上共に厳しい月となっている。
一般小売店[珈琲](経営者)	販売量の動き	・総販売量が横ばいになっている。
一般小売店[事務用品](経営者)	販売量の動き	・消費税増税が迫ってきたため、駆け込み需要が増えると期待していたが、盛り上がりは感じられない。
一般小売店[菓子](経営企画担当)	販売量の動き	・今年8月と5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8月が78.6%で、5月が96.0%、関東は8月が105.4%で、5月が109.7%、中部は8月が107.7%で、5月が104.7%、中国は8月が100.9%で、5月が114.7%となり、各地区合計の平均は8月が90.4%で、5月が102.3%となった。8月に入り、京阪神以外は比較的好調であるが、京阪神は不調である。要因は、お盆休みの大型化で帰省が増えたためであり、この期間の実績の悪化は大きい。
一般小売店[花](店員)	お客様の様子	・客の購買意欲にあまり変化はなく、余分な商品は買わないという意識が定着している。
一般小売店[菓子](営業担当)	販売量の動き	・お盆が過ぎて夏物商戦も終わり、販売量がやや低迷している。これから秋物商戦に期待したい。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・猛暑のため、紳士、婦人衣料品の販売は前年を上回るが、インバウンド比率の高い化粧品の上などは、前年から1割近く落ち込んでいる。一方、高額品の動きは活発で、消費税増税前の駆け込み需要が活発化してきている。
百貨店(宣伝担当)	単価の動き	・お盆までは、売上、来客数共に好調に推移した。例年、8月後半はセールが終了し、秋物が動き出す時期であるが、少しでも価格の安い商品を探す客が目立つ。台風の影響を考慮しても、前年よりも客単価が落ちている。
百貨店(販促担当)	販売量の動き	・ようやく夏らしい気候となり、夏物商材がファッション、雑貨共に活発に動いている。ただし、相変わらず冷静な購買動向であり、価格だけでは動かない傾向が続いている。食品も、家での料理を避けたい揚げ物が好調で、冷菓などとともに動いている。一方、消費税増税を意識した動きは、まだ目立たない。
百貨店(営業推進担当)	来客数の動き	・為替や政治面での影響もあって、訪日観光客の消費が減少している。一方、お盆休みの大型化による影響は、ゴールデンウィークほど客が分散せず、来客数の落ち込みはみられない。ただし、前月までと同様に購入意欲が低く、消費税増税前の駆け込み需要もほぼみられない。富裕層の一部では、家具などを買換える動きもあるが、一般客にまでは広がっていない。

百貨店（販売推進担当）	販売量の動き	・消費税増税を前に、輸入の特選品や、時計、宝飾品の動きが活発になってきた。インバウンドも中旬以降は復調し、前年の実績を上回っている。
百貨店（売場マネージャー）	来客数の動き	・来客数は増加傾向にあるが、衣料品の不振と、特選洋品、化粧品の好調な状況が続いている。天候不順の影響もあるが、消費マインドの偏りがかなり拡大している。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月はお盆に台風がきたほか、日韓間の政治問題などで、韓国人の入店客が前年比で4%減となっている。売上は前年並みをほぼ確保できているものの、今後の推移には注意が必要な状況である。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・ついで買いの動きがなくなり、ディスカウント商品や高級品、嗜好品など、店の特色によって購入先を使い分けている。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数の前年比が95%前後と、余り変化がない。
スーパー（企画担当）	それ以外	・天候が非常に不安定で、雨の影響もあり、全体的には前年割れである。気温も下がり、真夏商材の需要もピークを過ぎた感じになりつつある。秋冬商材を展開しつつ、夏物商材の売切りが必要となる。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・天候の影響も大きいですが、基本的な消費マインドが余り強くない。消費税増税に伴う軽減税率の適用商品には駆け込み需要もないため、足元は売上が伸びる環境ではない。
スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・梅雨明けが遅れたほか、8月後半は雨が続いたため、販売状況が良くない。9月に入り、消費税増税の駆け込み需要が出てくると予想されるが、現時点ではそれほど購買意欲の高まりが感じられない。
コンビニ（経営者）	それ以外	・特に、感覚的には変化はないが、雰囲気には下向きである。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・ここ最近では、来客数に変化がない。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・冷たい物は売れるが、雨が多かったせいで、客足は少なめである。
コンビニ（店員）	単価の動き	・来客数は若干増加傾向にあるが、客単価がやや下がっている。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・8月の中旬までは厳しい状況が続いていたが、お盆明けからは少し持ち直している。
家電量販店（店員）	お客様の様子	・家電量販店では、必要な物は購入されており、大きな変化は感じられない。ただし、購入の意思決定については、納得感のある商品が、割安得を感じて購入する傾向が見受けられる。
乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・来客数が減少傾向にある。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・10月に実施される消費税増税を見据え、数か月前から乗換えのキャンペーンなどを開催しているが、高額商品の購入には慎重な客が多い。現在も顕著な駆け込み需要はみられず、受注台数も伸びていない。
その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・米国と中国の貿易摩擦が落ち着きそうになく、非常に不安定な状況である。それに伴い、株価が上がったり下がったりしており、当分の間は安定しそうにない。ただし、金の価格が上がっていることが、業界にはプラスとなっている。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前であるが、食品には特需のような動きはなく、良い状況ではない。
その他専門店【医薬品】（経営者）	販売量の動き	・8月も厳しい暑さの日が多く、飲料や殺虫剤の動きが良かった。一方、中旬以降は雨の日が多かったこともあり、カウンセリングを含めて化粧品の動きが鈍い。
その他専門店【ドラッグストア】（店員）	それ以外	・今月はお盆ぐらいまでは売上目標を上回り、買上点数は増加し、客単価も80円強上がるなど好調であった。ただし、同じ商品を大量に買う客が多く、恐らく消費税増税前のまとめ買いであるため、決して景気が良くなっているわけではない。

その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	販売量の動き	・景気の安定感や、上向いている感覚がない。
その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	お客様の様子	・消費税増税前でも、特に動きはみられない。
その他小売 [インターネット通販] (経営者)	来客数の動き	・天候が悪くなる前に、買いだめをする年配客が多く、雨の間は客足が減った。その後、天候が少し良くなれば、買い出しに来店する客が増えている。
その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	お客様の様子	・催事関連の売上は苦戦しているが、婦人服を中心に前年を上回っている。また、日韓間の政治問題の影響もあり、インバウンドの来店は前年を下回っているが、客単価の上昇で売上の減少は軽微にとどまっている。
高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・前月に比べて、ランチよりもディナーの予約客が増えている。
高級レストラン (企画)	単価の動き	・宿泊ではインバウンド需要が堅調に伸びているが、値崩れによるエリア全体の単価ダウンで、業績の顕著な伸びはみられない。
一般レストラン (企画)	来客数の動き	・8月に入って来客数、客単価共に大きく改善し、売上の前年比は1か月で100%超に戻っている。7月は天候不順による一過性の悪化だと考えられるが、お盆以降は前半戦の勢いがいないため、決して楽観できる状況ではない。
観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・梅雨明けが遅れたほか、8月のお盆の台風が響いた。特に、過剰ともいえる台風の報道が出控えにつながり、ほとんど台風の影響がない日にもキャンセルが続出している。
都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・8月の宿泊状況は、予約は前年を上回っているが、客室単価は前年を下回っている。一方、宴会、レストランについては堅調に推移している。
都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・日韓関係の悪化により、韓国人の訪日客数は前年比で32%と落ち込んでいる。ホテルの供給過多もあり、客室単価も1.3%落ちている。
タクシー運転手	来客数の動き	・お盆は台風の影響が悪かったが、暑い日が続いているので乗車する人も多く、全体的には余り変わらない。
タクシー運転手	お客様の様子	・特に代わり映えせず、売上も例年どおりである。
タクシー運転手	お客様の様子	・気温の高い日が続いたほか、天候不順もあり、客の乗車機会は増えたが、営業収入に前月と大きな差はない。
タクシー運転手	お客様の様子	・今夏は陽射しが最高に厳しく、出歩く人が少ない。
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。
通信会社 (社員)	来客数の動き	・今夏のサービス加入数は、少し芳しくなかった。消費税増税前のテレビの購入も、ケーブルテレビの新規申込みにはつながっていない。
その他住宅 [展示場] (従業員)	お客様の様子	・住宅展示場の来場者に対する購入時期のアンケートでは、1年以内という回答が減少するなど、様子見の傾向がある。
一般小売店 [衣服] (経営者)	単価の動き	・前年の8月は前年割れとなったため、今月は最終的に微増となる見込みである。セールも終盤であるが、割安感だけでは売上の増加につながらず、プラスアルファの提案を続けることで、売上増が可能となっている。
一般小売店 [精肉] (管理担当)	お客様の様子	・8月は夏休みであり、当店は観光スポットのメイン通りに面しているため、例年ある程度はにぎわう。しかし、今年は平日のような人通りで、お盆休みが大型であったにもかかわらず、人通りが増える様子は全くなかった。また、韓国や香港の情勢も影響しているのか、アジアの観光客が極端に減ったと感じる。
一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	来客数の動き	・韓国の不買運動による観光客の減少や、香港のデモによる影響を大きく受けている。
一般小売店 [衣服] (経営者)	お客様の様子	・バーゲンセールの売行きが悪い。1回当たりの購入金額もセールにしては低く、購入に対して消費者が慎重になっている様子が見える。

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。ただし、前月は気候の影響もあって苦戦したにもかかわらず、その分を補う勢いはない。また、インバウンド需要も従来ほどの伸びはない。消費税増税前であるが、国内客の消費は一部の商品に限定され、価格が安くても不要不急の商品は買わない傾向がより一層強くなっている。
百貨店（売場主任）	単価の動き	・8月29日までの実績で、来客数は前年比で1.8%減と微減である。売上もほぼ連動し、1.5%減で推移している。直近の数か月は、販売数量よりも販売単価の低下により、売上が減少している。
百貨店（企画担当）	販売量の動き	・前月と同様に、ゴールデンウィーク以降、売上が不調である。夏の天候が安定せず、夏物衣料の動きが悪かった。また、梅雨明け後の8月は急激に暑くなったため、客足が減少した。さらに、当地区では台風10号の通過で臨時休業したこともあり、8月の売上に影響が出ている。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・不安定な気候で、季節商材の動きが悪いのに加え、前月からは外国人売上の客単価が大きく低下し、売上の前年比の伸び率が鈍化している。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・富裕層の優良客については、高額な宝飾品の特価販売で目立った売上となったが、猛暑の影響が、店頭での来店が伸びず、バーゲンセールや売り尽くし販売も低迷している。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・気温の高い日が続き、秋物の婦人服の売上が低調である。さらに、日韓関係の冷え込みにより、インバウンド売上も前年並みにとどまっている。消費税増税前の駆け込み需要もほとんどみられない。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・化粧品や特選品を中心に、インバウンド売上が前年比で9.7%減と厳しい。ただし、時計や宝飾品、美術品などの高額品の売上は、消費税増税前の駆け込み需要も一部にあって好調で、平均単価は2.7%上昇している。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・お盆休みに西日本を直撃した台風10号により、一部で閉店時刻を繰上げたため、来客数が伸び悩んだ。また、米中貿易摩擦や日韓関係の悪化により、地方や郊外店では、インバウンドの来店が減少した。都心店が全体を押し上げているものの、伸び率が鈍化している。一方、夏物商材の処分期に気温が高くなったことで、特に婦人雑貨は好調に推移している。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・夏物ファッション商材の動きも悪く、国内客の現金売上は前年比で3.1%減となった。50代女性の滞留時間や入店客数の減少が顕著である。アイテム別には、ギフトの不調もあって食品部門の苦戦が目立つ。また、今まで比較的好調であったインバウンド売上も、2けた減となっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・7月は前年との天候の差が大きく、季節品を中心に厳しい動きであった。8月はお盆までは堅調であったが、それ以降は、お盆明けの節約の動きと、消費税増税前の買い控えが顕著となっている。
スーパー（店員）	単価の動き	・お盆が終わったが、単価の高い人気商品もなく、天候の影響で果物の入荷量も少ない。野菜もこの時期は種類が少なく、青果の売上はさっぱりである。
スーパー（エリア統括）	来客数の動き	・お盆期間が5月のゴールデンウィークと同様に長期となり、例年のような、中旬から後半に掛けての盛り上がりは全くなかった。ただし、ショッピングモールや大型店、アウトレットなど、家族客が滞在できる場所では、ゴールデンウィークのようににぎわっている。お盆明けも雨や朝晩の冷え込みで、食品を中心に販売は鈍く、夏物商戦が短くなっている。
スーパー（社員）	お客様の様子	・ふだんは余り感じないが、以前よりも、天候の悪い日やイベント翌日の来客数の落ち込みが目立つ。積極的に買物をしない客が多くなったように感じる。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・消費税増税まで2か月を切り、駆け込み需要の取り込みを図ったが、不発に終わっている。政府による駆け込み需要の抑制発言も影響している。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が全くない。

	住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・税務署によると、契約日ではなく納品日が9月末までであれば、現行の消費税率が適用される。受注生産が多い当店は、既に前倒して増税が始まっているようなものである。納期が10月以降ならば増税対象と伝えた途端、取引先の不興を買う。失注するか、商談自体を先延ばしされるなど、値上げ以外のデメリットも出ている。今回の増税は、前回よりも取引先の不満の声が大きい。
	一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・月末にはやや回復したものの、来客数全体では減少しているとの話をよく耳にする。当店も、お盆休みもあって営業日数が少ないなか、基本的な来客数は変わらないが、売上の伸び率は低い。
	一般レストラン (経理担当)	来客数の動き	・台風の上陸に日韓関係の悪化と、お盆は大荒れである。
	その他飲食[自動販売機(飲料)] (管理担当)	それ以外	・客の要望がシビアになっている。注水量を増やすのではなく、目先の変化が求められる。
	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・お盆に台風10号が直撃した影響も多少あり、8月は全体的に地域への来客数が少なかった。日並びの関係で、今年はお盆休みが長かったこともその一因である。5月の10連休もトータルではマイナスとなったように、大型連休は当地域にとってマイナスにしかない。
	観光型旅館(団体役員)	来客数の動き	・天候不順による来客数の減少のほか、お盆の時期に台風が接近したことでキャンセルが相次いでいる。
	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・東南アジアや台湾からの宿泊客が減少し、今後の回復の見込みは立っていない。
	都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・ホテルの供給過剰で厳しい状況が続いている。また、日韓関係の悪化に伴い、韓国からの観光客が皆無の状況である。
	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・韓国や香港といった、アジア方面への旅行人数が減少している。
	旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・韓国や香港への旅行が完全に止まっている。現状、どんなプロモーションをしても意味がなく、待つしかない状況で、先が見通せない。
	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・夏以降は個人消費が落ち込んでいるのに加え、米中、日韓間の政情不安の影響で、インバウンド需要に影響が出始めている。
	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・消費税増税の影響がやはり出ているのか、買い控えは間違いなく起きている。
	その他サービス[学習塾] (スタッフ)	来客数の動き	・夏休みの新規生徒が、思ったほど獲得できていない。
	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・一連のホテル用地の需要に陰りがみられ、市内中心部の土地単価はピーク時よりも下がりつつある。
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・例年、2月と8月は受注が悪いが、特に今年は前年よりも大きく減少している。
	その他住宅[情報誌] (編集者)	お客様の様子	・住宅の購入に消費税増税前の駆け込み需要はなく、前年を下回る客の動きとなっている。
×	一般小売店[呉服] (店員)	お客様の様子	・着物を選び、価格を提示するところまではスムーズであるが、その先が進まない。価格を聞いて、やはり2000万円は置いておきたいので、買わないという客が圧倒的に増えている。
×	衣料品専門店 (経営者)	それ以外	・衣料品に関しては、以前は消費税増税前の駆け込み需要があったが、今回は節約しようとする客が多い。
×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・8月は天候が悪いせいもあり、商店街には人通りが少なかった。消費税増税前でもあり、外食の機会が少なくなっている。お盆の時期は3世代での食事をよく目にするが、今年は少ない。
×	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・8月上旬の動きの悪さに加え、お盆の繁忙期での台風によるキャンセルなどで動きが悪い。
×	通信会社(経営者)	来客数の動き	・法改正などによる官制不況で、携帯電話の販売代理店には相当なダメージが予想される。
×	通信会社(社員)	販売量の動き	・端末本体と利用料金の分離で端末代が上がっている。新たな料金プランもさほど安くないため、販売数が激減している。

企業 動向 関連  (近畿)			
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規案件、従来のリピート案件共に、順調である。一時に比べて数量的には減っているが、利益は確保できるレベルであり、多品種少量化の流れとなっている。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月に入って受注が堅調であり、問合せも増えつつある。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・期初よりも、広告の受注が少し活発になっている。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・小売業の取引先をみていると、若干であるが、消費税増税前の駆け込み需要が出ている。ただし、期待したよりもかなり少なそうである。
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・出荷間際まで受注が正式に決まらないため、今月の出荷量が目標を達成できるか否かの判断が難しい。客からは、先の見通しが立てにくいとの声が出ている。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	それ以外	・7月後半からの急激な気温上昇に伴い、エアコンなどの夏物商材が大幅に売上を伸ばしている。また、冷蔵庫や洗濯機などの大型商品も前年を上回る荷動きである。ただし、例年7月にピークを迎える夏物商材の実売が8月にずれ込んだことが大きな要因であり、景気が上向いているとはいえない。
	建設業（経営者）	取引先の様子	・業績好調の企業は設備投資を続けており、競争は厳しいが、仕事量は前年並みにある。一方、官庁関係では、相変わらず厳しい価格競争が続いている。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・今は家具を必要としない住宅が増えているため、たんすなどの売行きが悪い。
	金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先との会話では、以前よりも良くなっているとの声がほとんどない。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	それ以外	・日韓関係の悪化による影響は、景気を左右するほどではない。観光業界では売上の減少を嘆く声もあるが、もともと観光は、天候不順や自然災害で一時的に売上が落ち込むことはめずらしくない。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・お盆前後の営業活動が鈍く、売上が伸びていない。
	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	・大型連休後は少し慌ただしかったが、それが続かない。
	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	・日韓関係の悪化により、ターミナル駅を中心に、韓国からの旅行客の減少が顕著である。その一方、中国人観光客が増えているとの情報もあり、インバウンド売上自体に影響はない。
	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	・チェーンストアなどでの日用品の売上は堅調であるが、特注品の市場は低調で、企業からの引き合いは減っているなど、業界の動きにはばらつきがある。一方、最近中心市内で事務所を賃貸しようとしたが、空室率が極めて低く、賃料全体が値上がり傾向となっている。
	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・お盆休みまでは売上は順調であったが、お盆明け以降は出荷が低迷している。お盆休み中の台風で夏祭りなどが中止となり、在庫の滞留につながっている。
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・お盆休みの影響もあって催事が少なく、受注件数が前月の半分となっている。
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・今月も、生産量は前年比で10～15%の減少である。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年はお盆休みが長かったため、取引先、当社共に稼働日数が減り、受注量が減少している。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・米中貿易摩擦の影響で自動車関連部品が減少しているが、そのほかに大きな変化はない。
金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・お盆休みが例年よりも長かったため、営業日数が減り、売上が減少した。祝日をむやみに増やしても、必ずしも良いことばかりではない。	
一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き合いはあるが、受注の確定には至らないケースが多い。	
電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上が減少している。	

	輸送用機械器具製造業（役員）	取引先の様子	・自動車向けの設備投資について、計画実施の決定が遅れており、延期や中止の連絡も入り始めている。一方、自動車関連以外の設備は横ばいの状況である。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・当地域からの企業の撤退が続いており、事務所の閉鎖が続いている。それに伴い、事務所の空室率が上がり、賃料が下がっているほか、社宅のニーズも減っている。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体、Web媒体共に、広告の受注件数が減っている。
	経営コンサルタント	それ以外	・小売業の動きを中心にみると、今夏は猛暑や長雨のため、業種ごとにプラスとマイナスが入り混じっている。そこに消費税増税が迫ってきたこともあり、主婦層の買い控えが厳しく、動きは余り良くない。
	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	取引先の様子	・梅雨明けの遅れや、気温が上がらなかったことが原因で、夏物商材の売上が落ち込んでいる。
	その他非製造業 [商社]（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・10月の消費税増税のほか、水俣条約で2020年12月31日以降は水銀灯ランプや蛍光灯が製造禁止となるため、LEDの利用が加速すると予想していたが、それほどでもない。良くなる話題が少ない。
x	広告代理店（企画担当）	それ以外	・株価の下落が激しく、取引先との会話でも、景気の先行き不安の広がりを感じる。消費税増税前のセールなども行うが、消費者は前回の増税前ほど熱くならず、盛り上がり欠ける印象がある。また、韓国関連の問題で、インバウンド需要が減っている。
x	その他非製造業 [電気業]（営業担当）	受注量や販売量の動き	・英国のEU離脱問題もあり、世界の経済情勢が混とんとしている。
雇用 関連 (近畿)	-	-	-
	人材派遣会社 (営業担当)	求職者数の動き	・お盆明けから、求職者の動きが活発になっている。
	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・今のところ、米中貿易摩擦の影響はみられないが、徐々に出てくると予想される。
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・10月の消費税増税が近づくなか、求人数自体は増加傾向にあるため、上向きになっている。
	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・求人数が高止まりしている。
	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・予想どおり、お盆明けから景気は芳しくない。ただし、関西ではインフラ関係がけん引しており、今のところオーダーは目立って減少していない。一方、ここへきて9月末に契約が終了するスタッフがかなり増えており、少しマッチングしやすくなっている。
	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・派遣の依頼件数は引き続き多く、時給も高いままである。
	新聞社 [求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・求人市場も中たるみの時期であるが、新聞求人は依然として、介護や建設、物流といった、恒常的に人手不足の業界に依存している。新聞求人の縮小は少しずつ進んでいるが、この傾向は景気の影響ではなく、構造的な問題である。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・新聞の求人広告の推移をみても、特に大きな変動がない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・直近の新規求人数は前年比で5.2%増と、前月に続いて微増となったが、新規求職者数は微減の2.7%減となった。全体として大きな変化はない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・ここ数か月、新規求人数は高止まりの状態であるなど、景気はさほど変わらない。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	それ以外	・新卒採用業界では、ターゲットが既に3年生にシフトしつつあり、採用難のなか、企業のインターンシップによる困り込みが始まっている。この状況を見ると景気が良いと感じる一方、超大手企業では以前ほど予算を掛けない傾向もあるため、差引きしてやや良い状態だと判断している。
	学校 [大学] (就職担当)	採用者数の動き	・夏季休暇中であることも原因と考えられるが、内定の報告に訪れる学生が少なく、相談件数も少ないと感じる。
	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・求人数の減少傾向が続いている。



	アウトソーシング企業（管理担当）	それ以外	・通常の仕事がほとんど入ってこない状態が続いている。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・事業所からの聞き取りでは、既に景気はピークを過ぎており、下降局面にあるという回答が多い。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・近畿の有効求人倍率は3か月連続で低下したが、求職者の増加が原因となっている。特に、高齢層や女性の増加が大きい。事業主都合の離職者も増えているが、自己都合の離職者も増えている。また、より良い条件を求めて転職を希望する動きも、一定の増加がみられる。
	民間職業紹介機関（マネージャー）	それ以外	・採用面接での合格率が下がってきている。採用人数への影響はまだないが、面接での合格が少し減っていることで、採用に慎重となっている様子が見られる。
	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・改正労働者派遣法の施行に伴い、派遣の終了や求人数の減少につながっている。
	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・インバウンドの数が急激にターミナル周辺でも減少している。新学期が近づいているほか、日韓間の問題が影響していると感じる。逆に、欧米の客が増えているのかどうか分からないが、目立つようになっている。
	x	-	-