

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)		一般小売店〔呉服〕（店員）	来客数の動き	・来月から消費税増税が始まるため、駆け込み需要が増えている。振袖のほか、来年の入学、卒業のための着物が売れている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・改装に伴う、月中旬のプレオープンに富裕層の優良客を招待したところ、消費税増税前という時期とオープンのお祝いもあり、海外高級ブランドの時計や衣料品、美術品など、過去に例がないほどの金額、点数の購入となっている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は消費税増税に伴う駆け込み需要で、一般的に売上は好調である。売上も前年の20%増と大幅に伸びている。インバウンドも同じく25%増で、韓国からの客は減っているが、中国人客の需要は大きく、好調に推移している。
		百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・今月は消費税増税前の駆け込み需要が出ており、宝石や時計、美術品、高級ファッション、化粧品といった高額品の売上が好調で、平均単価も前年比で24.5%上昇している。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・消費税増税の影響で来客数が増えている。今月は駆け込み需要の影響が大きい。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が多く、特に冷蔵庫や洗濯機などの白物家電が売れている。売上は前年比で200%に達し、配送件数も予定をオーバーしているため、応援を頼んで何とか対応している。
		家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・4Kテレビや冷蔵庫、パソコンの販売が、消費税増税前の駆け込み需要で大きく動いた。また、次世代住宅ポイント制度により、リフォームのほか、家事負担軽減のためのレンジフード、高額ビルトインコンロなどの買換えも増えている。
		家電量販店（人事担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要により、テレビやパソコン、冷蔵庫、洗濯機などの販売が前年比で大きく伸びている。その他の商品も大幅に伸びており、夏の消費の遅れを取り戻す要因になっている。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要とみられる動きが増えている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・特に、OL層などの若い女性向けの婦人衣料や雑貨が好調である。また、特選ブランドや宝飾品など的高額品は、やはり消費税増税前の駆け込み需要が顕著になっている。インバウンドは韓国人旅行者の減少が報じられているが、さほど売上に影響は出しておらず、むしろ化粧品などは好調である。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・前月まで盛り上がり欠けていた消費税増税前の駆け込み需要も、今月の20日を過ぎてから拡大しており、外商客からは、月末までに納品可能な高額品の引き合いが急増している。また、外国人売上についても、前年は関西国際空港の閉鎖で落ち込んだため、今年は大幅な反動増となっており、月全体では前年比で約150%となる見通しである。
		百貨店（売場マネージャー）	単価の動き	・前年の台風の影響による反動と、消費税増税前の駆け込み需要により、特選インポート洋品や宝飾品、化粧品の動きが大変好調である。一方、婦人服ではミセスやシニアゾーンで多少の駆け込み需要がみられるが、気温が高かったため、衣料品全体では苦戦している。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・今月は各アイテムの売上が前年を上回って推移している。消費税増税の駆け込み需要は目立たないものの、購入のハードルが比較的低くなっている。前年に比べて天候が安定していることで、来客数も前年を上回り、売上の増加を後押ししている。

百貨店（服飾品担当）	販売量の動き	・9月に入り、前半は消費税増税前の駆け込み需要が余りみられなかったが、後半からは高額品や消耗品の動きが激しくなっている。郊外店舗の売上は前年比で10%以上増え、都心店舗では20%以上の伸びとなった。特に、高額品をけん引したラグジュアリー関連は40～60%の伸びとなり、化粧品も高い伸びとなっている。衣料品関連も、気温の低下は遅いものの、駆け込み需要で20%を超える伸びとなっている。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・前年は、台風による臨時休業が月初と月末の2日間あった。その反動で今年は来客数が伸び、売上は順調である。また、消費税増税の1か月前で、以前から好調なラグジュアリー関連や高級時計に加え、寝具やインテリア、ランドセルなどの高単価商品も大きく伸び、前回の消費税増税前の駆け込み需要を上回る実績となっている。一方、インバウンドは地方の郊外店では低調であるが、都心店では好調で、特に化粧品は中国人観光客の根強い購買に支えられ、好調を維持している。
百貨店（宣伝担当）	販売量の動き	・9月に入り、前年の台風による落ち込みの反動増を考慮しても、好調に推移している。消費税増税前の駆け込み需要は、消耗品ではそれほど多くないが、特選ブランドや宝飾品、家具など的高額品では、伸び率が大きくなっている。インバウンドも堅調に推移しており、日韓問題の影響は余り感じられない。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・9月の2週目までは猛暑日を記録する日もあり、秋物商材が苦戦している。中旬以降、気温がやや低下傾向となり、ニットや羽織物に動きが出てきた。また、ラグビーワールドカップの観戦目的と思われる欧米からの観光客の来店が増え、国内ブランドを中心に、インバウンド売上に増加がみられた。一方、婦人服に対する、消費税増税前の駆け込み需要は限定的である。
スーパー（店長）	来客数の動き	・狭い商圈の中で、来客数が増えてきている。同じ客による来店回数が増えていると考えられる。
スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・消費税増税を間近に控え、ようやく駆け込み需要とみられる動きが出てくるようになった。ただし、実用衣料や酒類などは前年比で約130%となっているが、増えている商品は限定的で、必要最低限の物だけがまとめ買いされている傾向にある。嗜好品などは、引き続き消費が抑えられている印象で、景気を押し上げるほどの大きな動きはみられない。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・青果や生活雑貨などの売上が相変わらず増加傾向にあるほか、ファーストフード類の売上も好調が続いており、客単価が上昇傾向にある。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・前月と同様に、競合店の閉店で来客数が増えており、好調を維持している。
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により、家電の買換えが増え、販売が伸びている。
家電量販店（店員）	お客様の様子	・消費税増税をきっかけに購買頻度が増えているというよりも、来店客が会話を楽しみながら店員との共感を深めることが、契約につながっている。商品はインターネットでも買えるが、共感は接客からしか得られないと再確認できている。
家電量販店（店員）	それ以外	・いわゆる消費税増税前の需要で、売上は上がっている。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税前で需要が増えているのか、販売台数がいつもより多く感じる。
その他専門店【ドラッグストア】（店員）	来客数の動き	・今月は消費税増税前でもあり、まとめ買いで売上が増えているが、10月からの買い控えが少し怖い。品目別には、単価の高い化粧品や日用品の大量買いが見受けられる。
その他小売【インターネット通販】（経営者）	お客様の様子	・消費税増税前で販売が増えている。客の購買意欲の上昇も重なり、良い方向となっている。
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	・消費税増税前の駆け込み需要で受注が増えている。増税に関する問合せも多い。

高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・消費増税の直前となり、予約が満席の日が増えている。
一般レストラン (企画)	来客数の動き	・7月を底に、8～9月は来客数が前年比で回復傾向にある。台風の影響は受けたものの、前年を上回る水準にまで戻っている。また、客単価も前月と比較してほぼ横ばいであり、好調を維持している。
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・多くの宿泊施設で耐震補強が済み、リニューアルオープンとなったが、天候は前年ほど悪くなく、来客数はアップしている。
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・婚礼については、消費増税前の駆け込み需要と令和元年婚の動きが重なり、近年としては記録的な件数となっている。一般宴会も大型会合が多く、前年の件数を上回った。宿泊については、韓国からの客は減少したが、東南アジアからのインセンティブツアーでカバーしており、料金も高止まり状態となっている。
旅行代理店(役員)	販売量の動き	・香港や中国、韓国への旅行は伸び悩んでいるが、海外のロング方面やクルーズは伸びている。
一般小売店[事務用品](経営者)	販売量の動き	・消費増税後は総コストが2%増えるため、企業や自治体にとっても影響が大きいということで、事業所に駆け込み需要の動きがみられる。
一般小売店[衣服](経営者)	お客様の様子	・アパレル関連の市場環境は全く良くないが、今月に限り、全店の売上が前年比で微増となる見込みである。10月の消費増税に備えて様々な企画を行った効果か、売上の増加幅は小さいものの、成功で終わりそうである。
一般小売店[菓子](経営企画担当)	販売量の動き	・今年9月と6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9月が78.7%で、6月が97.2%、関東は9月が98.9%で、6月が96.3%、中部は9月が109.6%で、6月が92.0%、中国は9月が85.1%で、6月が113.7%となり、各地区合計の平均は9月が89.3%、6月が98.4%であった。9月に入り、京阪神地区は依然として不調で、中国地区も前年のプロ野球チーム優勝の反動で、今年是不調である。一方、関東、中部は比較的安定しているなど、地区による差が大きい。
一般小売店[鮮魚](営業担当)	お客様の様子	・卸売、小売共に、国内需要が弱いため、インバウンドに頼らざるを得ないが、そのインバウンドも韓国の不買運動の影響をまろに受けている。
一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・消費増税前の駆け込み需要が少しあったお陰で、例年に比べると販売量は増えている。ただし、増税の要因を除いた売行きは良くないため、決して景気が良くなっているとは思えない。
一般小売店[野菜](店長)	販売量の動き	・天候不順で物の値段が上がり、客からの注文も減っているなど、余り良い状況ではない。
一般小売店[菓子](営業担当)	販売量の動き	・前月に続き、販売量が芳しくない。
百貨店(売場主任)	お客様の様子	・今月は売上目標を上回る見込みで、前年比でも2けたの伸びとなりそうである。消耗品を中心に消費増税前の駆け込み需要があり、インバウンドも復調している。集客策が今月に集中したことで、成果が出ている。ただし、客の購入は一部の商品に限られており、全てのアイテムが好調とは言い切れない状況である。
百貨店(営業担当)	販売量の動き	・今月は消費増税前の駆け込み需要もあり、多少は化粧品などの消費財の動きが良かった。ただし、前回の増税時に比べて、嗜好品や高額品に対する動きが少し弱いのは、やはり景気全体が良くないせいである。
百貨店(営業推進担当)	お客様の様子	・消費増税前の駆け込み需要が中旬から顕著となり、消耗品や高級品の販売増加が目立つ。ただし、駆け込み需要以外に活発な動きはみられず、一時的な活性化にとどまる可能性が高い。
百貨店(販売推進担当)	販売量の動き	・消費増税前の駆け込み需要で、衣料品、家庭用品などの全アイテムで売上が前年を大きく上回っている。軽減税率が適用される食料品についても、来客数の増加によって前年を上回っている。インバウンドについても、前年が台風21号による関西国際空港の閉鎖で苦戦したこともあり、大幅に回復し、2年前の実績も上回っている。

百貨店（営業企画）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要や、気温の低下に伴い、ファッション関連、雑貨の販売が好調である。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・消費税増税を直前に控えた9月中旬から、時計や高級ブランド品などを中心に、駆け込み需要が増えている。9月全体では、売上が前年を大きく上回る予想である。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・消費税増税前の需要が、特選品や時計、化粧品、リビングアイテムなどで一時的に発生している。一方、食品は苦戦するなど、情報を収集した上での、手堅い選択消費の傾向に変化はない。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要を少しでも取り込むため、近隣の店舗が特売を行い、客も安い店を探して買物をする傾向が顕著である。春先から夏場に掛けて値上がりした商品が特売の目玉であり、原価だけが上がって店頭価格は下がり、利ざやが減っている。前年は台風の影響で特需があったが、今年はその反動もあり、一部の商品だけが伸びる厳しい月となっている。月後半のラグビーワールドカップでも、目立った特需はない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・前回の消費税増税前と違い、駆け込み需要が余りない。
スーパー（店員）	お客様の様子	・食品は消費税増税と関係がないため、いつもと変わらない。お彼岸で花やお供え物の果物がよく売れている。
スーパー（企画担当）	お客様の様子	・ようやく最高気温も30度を下回るようになり、朝夕が過ごしやすくなってきたが、前年と比べると気温は高く、ホット商材の動きが鈍い。海産物については、新さんまが高値続きで販売量が増えず、全体的な売上も大きく落ちている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で、酒や日用品、下着などの衣類の販売が好調となり、売上は月末にかけて増加傾向にある。駆け込み需要につられて、軽減税率の対象商品も好調であるが、今後は反動減も考えられる。
スーパー（エリア統括）	来客数の動き	・景気の変化がないのは、消費税増税と気温要因の影響が大きい。増税については、前回とは全く異なり、駆け込み需要の動きが少ない。メディアの報道内容と現場の動きがかけ離れている。一方、高い気温がスーパーにとっては一番の逆風である。9月末なのにTシャツと短パンで、衣料品では秋冬物が全く動いていない。食料品も鍋物関連が売れず、アイス類や飲料などが好調である。
スーパー（社員）	販売量の動き	・10月の消費税増税を目前に、酒類や住居関連品を中心とした税率アップ商品の駆け込み需要に期待していたが、販売数量に大きな変化はみられない。主力の食品部門も伸び悩むなど、客の消費は盛り上がっていない。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・連休が多く、客は節約していると感じる。
コンビニ（店員）	お客様の様子	・月末の公共料金の支払で来店し、プラス1品を購入する客も多かったが、全体的に平常どおりの動きである。
コンビニ（店員）	お客様の様子	・来客数は余り変わらず、消費税率が上がるからと、たくさん売れることもなかった。たばこなどのまとめ買いも、前回の増税時に比べると少なく、特に意識が高まっているとは感じない。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・残暑が厳しく、冷たい飲料やアイス類の売上は好調であったが、おでんや肉まんの廃棄が目立っている。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・少し涼しくなり、冷たい物の売上が少し減っている。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要を期待したが、来店はあるものの、実際の購買には至っていない。
家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響が感じられる。
乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・今月は例年よりも、市場が活発に動いている印象である。

その他専門店 [宝石](経営者)	お客様の様子	・最近の株価の動向は、予想したよりも高い価格で推移している。米国や中国の問題が影響すると予想したが、実際にはさほど大きな影響はなく、問題は10月以降である。
その他専門店 [医薬品](経営者)	お客様の様子	・来月から消費税増税が始まるが、5年前のような買い控えは余りない。9月は暑い日が多く、飲料水が売れたほか、駆け込み需要で紙製品の動きが良い。
その他専門店 [スポーツ用品](経理担当)	販売量の動き	・消費税増税前の大きな駆け込み需要はないため、その反動減も大きくはない。
その他専門店 [宝飾品](販売担当)	お客様の様子	・消費税増税の直前で、実用的なし好みや消耗品の買い足しや補充はみられるが、宝飾品に関しては動きがみられない。
その他小売[インターネット通販](企画担当)	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要が、宝飾品や婦人服、紳士服といった高額品で顕著となっている。一方、食料品は増税の対象外ではあるものの、ついで買いで売上は2けた増となっている。
高級レストラン (企画)	単価の動き	・宿泊については、稼働率は伸びているが、単価が伸び悩んでいる。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今月は連休が多く、通常の月よりも営業時間が短かった影響もあり、売上は減少している。また、韓国からの観光客の減少もあり、繁華街では影響が大きく出た。ただし、歓送迎会の需要が、その分をカバーした形になっている。
一般レストラン (店員)	来客数の動き	・消費税率が10%になる前に、食べにきたという声を聞く。
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・消費者の出控えが強く感じられる。連休が2回あったが、22日からの2度目の連休では、当日まで入込状況が不安であった。例年よりも予約の動きが遅くなっている。
都市型ホテル (フロント)	単価の動き	・9月は3連休が2回あり、国内の個人客の需要が増えた。多忙を極めた感はあるが、単価はそれほど高くなく、稼働率も95%を下回る日が多かった。また、今月も台湾からの団体客の催行率は非常に悪い。
都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・ホテルの供給過多の状況が続いており、業界の景気がしばらくは良くなるとは思えない。
都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・訪日韓国客は前年比で20%と落ち込んでいるが、ラグビーワールドカップの影響もあり、欧米諸国からの訪日客は増えている。ただし、周辺ではホテルが乱立しており、価格競争が激しい。
都市型ホテル (管理担当)	来客数の動き	・今の受注状況からすると、アジアからのインバウンドの宿泊者数が、関西国際空港の閉鎖以前の状態まで回復するとは思えない。一方、Webでの個人予約に流れている部分はある。
旅行代理店(店長)	お客様の様子	・消費税増税による影響は今のところない。先々に大きな申込みがあるわけでもなく、安い申込みが中心の状況は変わっていない。
旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・日韓関係の悪化や、香港をめぐる情勢の混乱もあり、訪日客の動きに影響が出ている。一方、消費税増税前の駆け込み需要の影響も余りなく、なかなか個人消費が戻ってこない。
タクシー運転手	お客様の様子	・夏休みが終わり、景気は少し下降気味である。9月は連休が重なったが、タクシー会社にとって良かったのか、悪かったのかは判断が難しい。
タクシー運転手	お客様の様子	・公共交通機関を利用する人が多いが、今は修学旅行があるため、少し動きがある。
タクシー運転手	お客様の様子	・残暑が続き、近距離、遠距離を問わず、客の乗車機会は減っていないが、営業収入は前月並みである。
通信会社(経営者)	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要が出ている。
テーマパーク (職員)	販売量の動き	・企画イベントが成功し、大きな集客があったが、景気動向とは関係がない。
その他レジャー施設[イベントホール](職員)	来客数の動き	・イベント関連の仕事については、景気に余り左右されない。

美容室（店員）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要は若干あるが、来客数はほぼ変わらず、10月の予約状況をみてもほぼ変わらない。
住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・特に消費税増税前の駆け込み需要もなく、売上は今までと変わらない。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	お客様の様子	・住宅展示場への来場者数は増加しているが、出展企業の契約数は減少傾向にある。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・住宅販売においては、消費税増税前の駆け込み需要はほぼみられない。
商店街（代表者）	来客数の動き	・韓国人観光客の激減でにぎわいがなくなっている。消費税増税前の駆け込み需要もほとんどない。
一般小売店〔時計〕（経営者）	お客様の様子	・消費税増税がいよいよ来月に迫り、節約志向が高まっている。品目によってはまとめ買いが進む物もあるが、特に必要でない物は先送りになっている。実際に、値段だけを聞かれることも少なくなき、収入が支出に追いついていないと感じる。余分な物は買わないという雰囲気が強まっている。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	販売量の動き	・9月になると暑さも和らぎ、祝日もあるため、牛肉は少し動く。ただし、今年は3連休が2回もあった割に、小売の状況は非常に悪い。それに対し、レストランは3連休に限ると少し客足が多いようにみえた。一方、この時期に動きが出る、すき焼きなどは非常に悪く、消費税増税前の駆け込み需要の影響で、食費にもしわ寄せがきていると感じる。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・9月27日までの実績では、来客数が前年比で2.2%増、売上が9.2%増であるが、その要因は、化粧品を中心とした消費税増税前の駆け込み需要である。前年は台風21号の影響で1日休業したことを考慮すると、実態としては良くない。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・消費税増税を控えており、9月末の時点では駆け込み需要で売上が伸びているが、前月までの推移から判断すると、決して良くはない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税増税前で、酒や化粧品、トイレタリー用品などの事前購入が活発化している反面、軽減税率対象の食品は買い控えがみられる。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣のホテルに宿泊するインパウンド客については、欧米人は現状維持であるが、中国人のほか、特に韓国人は急激に減っている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・慢性的な人手不足に加え、連休が多く、生産性が下がっている。働き方改革に対応できない修理業者やメーカーも多いことを、政府は分かっていると感じる。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・繁忙期にもかかわらず来客数が少ない。消費税増税も良くない材料となっている。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・多くのグレード、ランクの商品をそろえて紹介しているが、見積金額をみて、最低ランク、最低価格の商品に決める客が以前よりも顕著に増えている。もともと高額な商品ではあるが、消費税の金額アップが購買意欲を失わせている。
一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・異常気象により、予想のつかない災害が頻繁に起きている。このような非常事態の中でも消費税増税が予定されており、景気回復の見通しは立たない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	販売量の動き	・価格や消費税額が変わらず、まとめ買いをする業種でもないため、大きな変化はない。
観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・9月の販売量は前年並みとなる予想である。今年は前年のような台風などによるキャンセルも余りなかったことを考えると、物足りない結果に終わった。当市で開催されるラグビーワールドカップのプラス効果はほとんどなく、消費税増税前の駆け込み需要もほとんどない。

	都市型ホテル (総務担当)	単価の動き	・今月の宿泊売上は前年を上回っているが、前年の台風被害による減収を考えると、当初想定していた売上には届いていない。これは、新規開業ホテルとの競争激化による客室単価の下落が原因と考えている。また、韓国からの観光客の減少については、稼働率に特段の影響はみられず、客単価に少し影響がある程度である。	
	旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・日韓問題やサウジアラビアへの攻撃、米中貿易摩擦による世界情勢の悪化で、客の間に買い控えの動きがみられる。また、ラグビーワールドカップを自宅で観戦する動きも、国内旅行に影響を及ぼしている。	
	通信会社(社員)	販売量の動き	・スマートフォンの新商品の発売も、販売台数の大きな増加にはつながらず、停滞気味である。	
	通信会社(社員)	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要は、今月に入って少し動きが出てきたが、ケーブルテレビのサービス加入は大きく増えていない。	
	住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・9月は3連休が2度あり、新築マンションの販売では集客が増えると思われたが、実際は少なく、契約数が伸びていない。	
	住宅販売会社(総務担当)	来客数の動き	・展示場でのイベントの集客が落ち込んできている。	
	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	・企業業績に減速感が出始めている。	
	その他住宅[住宅設備](営業担当)	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要はみられるが、9月後半に成約しても、手続きが増税後になれば支払金額も増税となるため、成約が顕著に鈍くなっている。	
	×	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・消費税増税の話題がワイドショーで取り上げられ始めてから、来客数が低迷している。DMを送っても反応がない。
	×	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・前回までは、消費税増税前の駆け込み特需が毎回みられたが、今回は全くない。増税前から、買い控えが始まっているのが現状である。
	×	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・9月であるが、連日の猛暑日となり、夜は特に商店街の人通りが少ない。一方、月後半は消費税増税前のキャッシュレス決済のポイントサービスがテレビで取り上げられ、キャッシュレス決済を利用する客が増えている。
企業 動向 関連 (近畿)		金属製品製造業(開発担当)	受注量や販売量の動き	・コストが低い製品を受注し、販売できている。
		出版・印刷・関連産業(企画営業担当)	受注量や販売量の動き	・消費税率の改定の関係で、印刷物の受注が増加している。
		化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要は、予想したほど出なかったが、取引先によっては10月分を先行発注する動きもあり、売上目標は大幅に達成できている。
		輸送用機械器具製造業(役員)	取引先の様子	・自動車関連を中心に、設備更新の引き合いが増えている。計画案や仕様が具体的になるなかで、希望納期は以前よりも短くなっている。更新内容も小規模化し、部分的な更新が多くなるなど、実現性の高い引き合いが増えている。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・ここへきて大型案件が受注できている。また、問合せ件数も増えている。
		広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・下期に向けて広告の受注は順調に推移している。ただし、好調といえるほどではない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・小売業の取引先では、消費税増税直前の買物が増えている。
		経営コンサルタント	それ以外	・コンサルタントとして、取引先やその周辺の様子を見ると、消費税増税前の駆け込み需要がプラス材料となっている。
		食料品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・大型連休、お盆休み等の休日が多く、天候も週末ごとに崩れており、日によって出荷数もバラバラの状態である。当社の出荷数量は大きく減っていないが、業界全体でも、良い企業と悪い企業で大きく異なる。全体では低価格品を製造、販売している企業は忙しいようである。

食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・今月は天候が良く、気温も高かったため、飲料水の売上は少し良かった。ただし、消費税増税前でもあり、飲料は軽減税率の対象のため、下旬頃からは少し減少気味である。
化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・日韓関係の変化により、8月は韓国向けの出荷が倍増したことを除けば、月々の稼働日といった季節要因による変化はあるが、出荷量は平均して若干悪い状況が続いている。
プラスチック製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・不安定な海外情勢もあり、先行きは不透明であるが、消費税増税前の駆け込み需要で今月は売上を維持できている。
窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・前月は受注量が今年で一番落ち込んだが、今月も良くはない。
金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・8月はお盆休みなどの関係で、需要の落ち込みが激しかったが、9月に入って通常の動きに戻っている。
一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・当社の取引は納期が1~2年と長いため、景況の変化は余り感じられないが、引き合いは低調である。
電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・各商品で前年を大幅に上回る荷動きがみられるが、消費税増税前の駆け込み需要がその要因であるため、来月以降の落ち込みを懸念している。
建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・予算不足の客が増えていると感じる。
建設業(経営者)	競争相手の様子	・官庁関係の入札では、相変わらず厳しい価格競争が続いている。一方、民間関係の設備投資の動きは、好調な企業とそうでない企業にはっきりと分かれている。
輸送業(営業担当)	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み需要があり、販売が伸びている。
金融業[投資運用業](代表)	それ以外	・消費税増税前の駆け込み消費が、予想したほど増えていない分、恐らく増税後の買い控えも大きくはない。全体として、消費税増税が直近の景気に与える影響は軽微だと判断している。
金融業(副支店長)	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み需要などの特需は、一部の業種であり、取引先との会話では、以前と受注は変わらないとの回答が多い。
新聞販売店[広告](店主)	受注量や販売量の動き	・9月は折込件数がやや上向いたが、消費税増税前のセールに関するものが目立っている。
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	・大きな変化がない。
繊維工業(総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・エンドユーザーへの販売価格が下がっている影響で、経費率が上がっている。販売金額に対する利益率の低下で、販売しても利益の少ない状態が続いている。
繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・今月の売上は、前年比で3~4%の減少となった。ただし、前年9月は台風の影響で、稼働日数は今年よりも数日間少なかったため、正味の減少幅はもっと大きい。また、消費税増税前の駆け込み需要も一部にあるため、それを差し引くと需要の改善はなく、厳しい状況が続いている。
パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・9月の受注量は、2~3か月前と比べて増加傾向にあるが、季節要因を考慮すると良くない。
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、売上共に減少している。
金融業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・7月頃から、取引先の動きが鈍いように感じる。例年はお盆までに入っていた受注がなかったり、お盆明けも動きが鈍いようにみえる。
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き、事務所の空室率が上がっているほか、賃料が下がっている。社宅のニーズも減り、賃料も下がっている。それに伴い、景気が悪化している。
広告代理店(企画担当)	取引先の様子	・消費税増税前のセールを行っているが、予想を下回る結果であり、前回の増税前よりも購買意欲が低いと感じる。



	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、広告は前年の売上を下回っている。
	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	・関西の主要な行楽地周辺での売上をみると、やはり韓国旅行者の減少による影響か、3か月前に比べて5%前後落ち込んでいる。月後半はラグビーワールドカップの影響で、外国人観光客が押し寄せ始めているが、売上の増加にはつながらしていない。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注量、見積件数が少なくなっている。設備投資にかかわる見積りが減ってきている。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前月と同様に、消費税増税前の設備計画はなく、水俣条約によるLEDの利用の動きも鈍い。当社のOEM先である韓国に対する客の反応も良くない。
×	食料品製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・消費税増税前であるが、全く動きがない。
×	金属製品製造業（営業担当）	競争相手の様子	・同業他社の大半は、売上が前年比でマイナスとなっている様子である。
×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・海外からの引き合いは相変わらず活発であるが、受注につながる割合が低くなっている。海外情勢の不安がこれほど広がるのも、珍しいことである。
×	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・企業の設備投資に停滞感が出ており、下半期から年末にかけての設備更新の話がなかなか確定しない。
×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の悪影響が出ている。
雇用 関連 (近畿)	-	-	-
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・求人数に関してはこれまでの減少傾向に歯止めが掛かり、増加傾向にある。
	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・10月からのオーダーがかなり減っているほか、9月に終了となるスタッフがかなり多いため、マッチングがしやすくなっている。ただし、企業も良い人材は手放さないため、高スキルの人材は今でも希少価値がある。一方、例年と違って年末に向けたオーダーが出てきておらず、動きがかなり鈍い。
	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・9月は2度の3連休があったが、関西の観光地ではアジアからの観光客が多かった。一部の業種では、インバウンド需要による活気が感じられる。
	アウトソーシング企業（管理担当）	それ以外	・予定されていた新規の仕事がキャンセルとなったが、単発の仕事は少しずつ入っている。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・新聞での求人目立った動きはみられない。ラグビーワールドカップの開催も、会場が全国に分散されているため、大きな経済効果は期待できない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の推移をみても、特に変わらない。関西の地元企業の動きが鈍く、ラグビーワールドカップによる盛り上がりも期待できない。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・有効求職者数の前年比は、平成29年12月から減少が続いている。今月は面接会を開催したが、求職者による参加が激減している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・8月の新規求人数は台風の影響でやや減少したが、実質的には前年とほぼ同じ水準で推移しているため、景気への大きな影響は感じられない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・大学回りをしていると感じることは、企業の追加求人が多い一方、就職希望者で未内定の学生が少ないことである。その状況は前月から変わらず、良い状態が続いている。ただし、特定の業種や個々の企業で見ると、求人を減らしているケースもある。
	民間職業紹介機関（マネージャー）	求人数の動き	・前月から今月にかけては、外部環境が変化した割に、さほど変わっていない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・取引先の業績が総じて良い。
	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数は前年比でマイナスの動きが続いている。

	人材派遣会社 (営業担当)	雇用形態の様子	・派遣契約の終了に伴い、後任を依頼せずに社内人員で調整するなど、派遣の活用を中止するケースが増えている。
	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・米中間、日韓間の貿易問題により、メーカーの投資が急激に落ち込んでいる。
	職業安定所(職員)	採用者数の動き	・中途採用を見合わせる事業所が増えている。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・近畿の9月の新規求人数は、製造業、小売業、生活関連サービス業などで減少した。米中貿易摩擦など海外経済の影響のほか、消費税増税を控えた様子見の動きや、最低賃金の引上げによる人件費の高騰、原材料費の高騰などが要因と感ずる。
	民間職業紹介機関(営業担当)	求人数の動き	・求人数が極端に減っている一方、求職者数は横ばいである。求職者の希望条件と求人がマッチしないケースも多く、人選に苦戦している。
	学校[大学] (就職担当)	それ以外	・日韓関係の悪化や消費税増税への不安など、市場の環境は厳しくなっている。就職関係では、中小企業の採用は未充足と報じられているが、まだ進路が決定していない学生は少なからず存在する。
	x	-	-