

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〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税による減速を懸念していたが、それほどでもなく過ぎている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・インバウンド客が少し戻ってきており、卸売も堅調である。
		スーパー（店員）	来客数の動き	・キャッシュレス決済の導入で、若い客が増えたと感じる。毎日の買物だと断然お買得であり、鍋野菜や果物の売行きも良くなっている。
		スーパー（企画担当）	それ以外	・消費税増税に伴う、キャッシュレス決済によるポイント還元で、当社は対象企業に認定されている。認定を受けられない同業他社との差は大きく、売上の増加に寄与している。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・キャッシュレス決済のポイント還元の影響か、特に食品の売上がかなり好調で、客単価の押し上げにつながっている。
		家電量販店（店員）	お客様の様子	・丁寧な接客に注力するほか、スピードのあるアプローチを意識することで、他社の売場との差別化ができています。結局、客はどこかの店で買うため、対応の早さが結果につながったと感じています。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・消費税増税が始まったが、予想したほど影響はなかった。一方、日ごとの気温差が大きく、インフルエンザ対策での除菌製品や手洗い製品、うがい薬やマスクの売行きは良い。
		旅行代理店（店長）	お客様の様子	・ラグビーワールドカップの効果で、海外から多くの観光客が訪れ、市場全体が盛り上がっている。国内客による海外旅行への関心も高まり、料金は関係ないという客も増えている。客の期待も高く、雰囲気は明るくなっている。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・取引先の受注状況に、大きな変化はない。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は9296円で、3か月前の8905円よりも上がっている。
		一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・9月と6月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、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%で、6月が98.4%となった。9月以降も京阪神地区は不調で、中国地区も前年のプロ野球チームの優勝による特需の反動で、今年是不調である。一方、関東、中部は比較的安定しており、地区によって差がある。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・災害続きで、販売量の増加など、なかなか数字につながらない状況である。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響が和らいできたほか、台風19号などの被害で国際情勢の不透明感のイメージが弱くなり、不況感が少し和らいだのか、客の消費意欲が少し戻ったような売上となっている。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・来客数は前年を上回り、販売量もほぼ前年を上回っている。消費税増税の影響は、化粧品などで落ち込みはあるものの、極端に大きくはない。食料品などの軽減税率による影響も、客はそれほど敏感になっていない。気温は高めであるが、衣料品も堅調な動きである。
	百貨店（営業推進担当）	お客様の様子	・9月下旬の消費税増税前の駆け込み消費は予想以上であり、宝飾品や高級バッグなどの高額品に加え、防寒衣料の購入前倒しや、化粧品などの消費財に至るまで、購入が増えた。このため、増税後の反動も想定以上となっている。従来は、前回の増税時とは消費者の動きが異なると考えていたが、結果は前回とほぼ変わらない。さらに、天候要因や災害などによる消費マインドの低下、営業機会の逸失も起きている。	

スーパー（経営者）	競争相手の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動や、気温の高止まりで、酒や日用雑貨を始め、季節衣料、鍋物商材の動きが鈍い。ラグビーワールドカップでの日本代表の頑張りもあったが、食品に波及するまでは至っていない。台風被害などの報道を目の当たりにして、備蓄品や乾電池などの特需も生まれたが、全体を押し上げるには程遠い。
スーパー（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要はほとんどなかったが、増税後も売上は芳しくない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・特に来客数や買上単価などに変化はなく、その他の状況にも変化はみられない。天候に大きく左右された1か月となっている。
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の反動が、雑貨品を中心に若干残っているが、大きな影響はない。一方、軽減税率に関する混乱は余りみられないが、キャッシュレス決済のポイント還元については、運用をめぐる混乱がみられる。中小企業やコンビニを中心に適用されているが、今のところ売上に大きな影響はみられない。
スーパー（社員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要を期待していたが、食品主体の当社では一部の商品にとどまったため、今月に入っての落ち込みも大きくない。ただし、客の買物がやや少なくなったように感じる。
スーパー（エリア統括）	来客数の動き	・消費税増税後の買い控えが、予想した以上に長く続いている。また、雨が多くて気温も高いため、秋冬商材の動きが非常に鈍い。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・消費税増税による影響が出ている。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・相次ぐ競合店の閉店で、来客数と販売量が増えている。ここ5か月は前年比110%前後で安定しており、特に消費税増税の影響もなさそうである。
コンビニ（店員）	お客様の様子	・消費税増税の影響も余り感じられず、売上、来客数共に、大きな変化はみられない。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・前回と変わらず、来客数も落ちることはなく、店内は日々忙しい。外国人客のなかには、夜にホテルで過ごすために、コンビニでスナック菓子や酒、ホット商品、唐揚げや肉まん、おでんなどをまとめ買いする人が多い。今は、以前とは比べものにならないくらい、日中も外国人の客が増えている。支払の種類も増え、小銭の受渡しで手間取ることが減ったため、買物もしやすくなっている。
家電量販店（店員）	お客様の様子	・消費税増税前に駆け込み需要があったため、今月の来客数の減少は想定内である。トータルで考えても、状況は変わらない。
家電量販店（店員）	来客数の動き	・家電では消費税増税前の買換えが多かったため、その影響で来客数が減少している。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・消費税増税や景気の先行き不安で売上は減っているが、取扱商品がたまたま近年のトレンドに合っているため、偶然にもカバーできている。ただし、結局のところは、利益が伸びていない。
その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・10月から消費税率が10%になったが、特に変化はない。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	販売量の動き	・日用品や消耗品のように、消費税増税による買いだめや買い控えの影響が出ることはないため、販売量、売上の大きな変化はない。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・かなり忙しかった日の翌日は、非常に暇であったりと、客の動向が読めない月となっている。
一般レストラン（企画）	来客数の動き	・10月初旬は消費税増税の影響もなく、来客数は前年を上回っていたが、中旬以降は台風19号や天候不順の影響を受け、4%程度減っている。月後半は天候要因だけでなく、やや営業自体が低調な状態となっている。
その他飲食【自動販売機（飲料）】（管理担当）	販売量の動き	・大きな変化はない。

観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・10月は3連休の台風19号によるキャンセルが響き、計画をかなり下回る結果となった。キャンセルさえなければ、ほぼ計画どおりの販売量となったはずである。
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・消費税増税や日韓問題、台風19号による悪影響を心配したが、来客数に大きな影響は出ていない。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・消費税増税の影響を懸念していたが、目に見えるような影響は感じられない。レストランや宴会プランも実質値上げになっているが、受け入れられている。インバウンドでは、韓国からの客は減少しているが、その代わりに単価の高い東南アジアや中国からの取り込みが進み、収入は増えている。
都市型ホテル (フロント)	販売量の動き	・稼働率が90%を下回る日も多く、低単価での販売が増えている。レストランをリニューアルしたが、来客数が伸びず、ディナー客の増加にもつなげていない。
都市型ホテル (客室担当)	単価の動き	・東京オリンピックや大阪万博に向けて、新規ホテルが開業している。宿泊施設が供給過多になり、値崩れを起こしている。
都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊については、前年のような台風による落ち込みがないため、予約は前年を若干上回っているが、客室単価の下落傾向は続いている。レストランについては、消費税増税による利用客の減少が若干みられる。一方、宴会については、今月は堅調に推移している。
旅行代理店(支店長)	お客様の様子	・台風の影響などで観光地がダメージを受け、客の旅行マインドは下がっている。また、ラグビーワールドカップの盛り上がりで、消費の対象が家庭やその近隣に向かい、旅行に向いていない。さらに、消費税増税の影響も、じわじわと財布のひもの固さにつながっている。
タクシー運転手	お客様の様子	・今までのように、手を挙げてタクシーを止める客が減っているほか、クレジットカード払いの客が多い。
タクシー運転手	お客様の様子	・過ごしやすい季節になり、流し営業での客の乗車機会は若干減ったが、営業収入に大きな差はない。
タクシー運転手	来客数の動き	・ラグビーワールドカップが当市で4試合開催されたため、海外客が多く訪れ、客足が伸びている。
その他レジャー施設[複合商業施設](職員)	単価の動き	・消費税増税の影響は7~10日間で収まり、想定内であったが、衣料品の動きが鈍い。
美容室(店員)	来客数の動き	・来客数は少し増えている。秋になって髪の手入れを気にする客が多く、ヘアカラーを中心にトリートメントの注文が増え、単価が上がっている。
住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・今期は公共事業が多く、住宅需要は土木関連の事業者などが支えている。
商店街(代表者)	販売量の動き	・消費税増税の影響がある店と、影響のない店がある。
一般小売店[珈琲](経営者)	来客数の動き	・台風19号の直撃によって営業日数が減少したため、来客数が減少している。また、訪日客の減少による影響もある。
一般小売店[時計](経営者)	来客数の動き	・消費税増税直後の今月初めは、落ち込みを少し心配したが、大きな変化はなく安心した。しかし、月中旬に発生した台風19号の被害状況により、来客数がどんどん減少した。当然ながら物を買う雰囲気ではなく、数字は一気に落ちた。日本全国のどこで発生するか分からない災害が続き、中旬以降は暗い雰囲気となっている。
一般小売店[精肉](管理担当)	販売量の動き	・10月は消費税増税の月で、台風19号も上陸したため、細かい理由ははっきりしないが、販売量は前年に比べて全体的に落ち込んでいる。台風19号の影響で営業できない店舗があり、宅配便などでも商品を届けられない状況はまだまだ解消されていない。せっかくのラグビーワールドカップの開催による好影響も、全てかき消すようなムードがある。また、消費税増税による節約で、高単価の牛肉の動きも悪い。
一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・消費税増税後は販売量が落ちている。例年10月以降は冬物衣料の動きが増えるが、増税の影響なのか、今年は売行きが良くない。

百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は目標を下回る見込みである。月前半の天候不順による影響も大きい。消費増税の影響が少ない食品関連も厳しい状況である。また、インバウンド需要も減少している。国内客が商品の購入を抑制する動きは予想以上に大きく、全アイテムで不調となっている。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・前月末の改装による効果もあって、売上全体は前年比で微減にとどまりそうだが、前月に消費増税前の駆け込み特需があった反動で、国内客の売上はマイナスとなっている。また、インバウンドに関しても5%減っている点が気掛かりである。前年9月に関西国際空港が閉鎖した後、10月に売上が拡大した反動か、あるいは現状の中国経済の景況感を反映したものが、注視する必要がある。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・台風の影響はあったものの、テレビや雑誌などで節約志向をあおっていることもあり、消費増税後の入店客数は減っているほか、買上金額も減っている。今回、増税の対象とならなかった食品の売上も、前年を下回っている。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・富裕層の優良客のうち、ほんの一部の客だけは、冬物の高額衣料品などを前年と同じように購入している。ただし消費増税の影響が、全体的には高額品の消費は極端に落ち込んでいる。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は消費増税や台風などの影響で、来客数は前年比で2～3%減少している。売上も前月は駆け込み需要によって増えたが、今月は14%減となっている。
百貨店（販売推進担当）	お客様の様子	・月初から消費増税前の駆け込み需要の反動もあり、来客数が減少している。税率の上がない食料品も、店全体の集客が減った影響で売上が苦戦した。中旬以降も雨の日が多く、衣料品を中心になかなか改善が進まない。期待していたインバウンドも、国内客と同じような動きがみられ、プラスにはつなげない。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・10月に入り、消費増税前の駆け込み需要の反動減が続いている。特に海外の高級ブランド品や宝飾品といった、高額品の落ち込みが大きい。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・国内消費では、消費増税前の駆け込み需要の反動が予想よりも厳しい。特に、婦人の服飾雑貨といったボリューム商品の販売減や、食品部門の選択消費の動きが顕著である。これは、当店がキャッシュレス決済のポイント還元の対象から外れた影響もある。また、インバウンドも海外情勢の変化により、増加傾向から一転して前年比で21.0%減となっている。
百貨店（売場マネージャー）	お客様の様子	・消費増税前の駆け込み需要の反動が予想以上に大きい。また、駆け込み需要が少なかった衣料品までが苦戦している。入店客数以上に販売量や客単価の悪化が目立つが、災害なども多発し、消費マインドが低下している感はある。
百貨店（宣伝担当）	お客様の様子	・10月に入り、インバウンド客の動きは堅調であるが、国内客の入店は明らかに減った。さらに、価格を気にしたり、次の優待会を待つといった声も増えている。当初の予想よりも、消費増税の影響が大きいと感じている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・消費増税後の消費の戻りが遅い。
スーパー（店長）	販売量の動き	・消費増税以降、食品の動きは徐々に戻りつつあるが、食品以外は厳しく、今後の動きも不透明である。
スーパー（店員）	お客様の様子	・特売の日でも、にぎわいが感じられない。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・消費増税前にまとめ買いを行ったため、しばらくは買物を控えると、客自身が意識している。また、どの店に行っても同じ商品で目新しい物がなく、今購入しなくてもよいと感じている。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・日ごとの寒暖の差が激しいために、季節商材の肉まんやおでんの売上が、思ったほど伸びていない。
コンビニ（店員）	来客数の動き	・平日の昼間の来客数は変わらないが、休日が少なくなっている。

衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・前月には消費税増税前の駆け込み需要を見込んでいたが、思ったほど伸びなかった。10月に入り、反動減はそれほどないと予想に反し、売上は伸びていない。
家電量販店(経営者)	お客様の様子	・消費税増税後は買物を若干控える傾向にあり、客の動きが鈍い。
家電量販店(企画担当)	来客数の動き	・消費税増税後の来客数の落ち込みが大き過ぎる。
乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・10月から消費税率が10%に上がったことで、買い控えなどが起き、自動車販売の引き合いがなくなっている。
乗用車販売店(販売担当)	販売量の動き	・消費税増税の影響が出ると予想していたが、当社が販売する輸入車に関しては、余り出ていない。販売台数は減っているが、別の要因が考えられる。
乗用車販売店(営業企画)	来客数の動き	・来客数が減り、高価格帯の商品の売行きも悪い。
乗用車販売店(営業担当)	来客数の動き	・新規の来店客が明らかに減っている。今の車を乗換えず、車検を選択する人も増えている。
その他専門店 [ドラッグストア](店員)	来客数の動き	・今月に入り、来客数や売上が一気に減少した。前月までの買いだめ分もあり、広告やクーポンなどが全く効かなかった気がする。特に、単価の高い化粧品は軒並みひどく落ち込んだが、必要な日用品は普通に購入されていると感じる。
高級レストラン(企画)	単価の動き	・競合施設との競争もあり、客室の販売単価のほか、レストランの客単価もダウンしてきている。
一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・国慶節やラグビーワールドカップ、3連休、即位礼正殿の儀など、集客が見込める材料はあったが、予想に反し、特にディナータイムの来客数がかかり落ち込んだ。消費税増税の影響は、懸念されていたものの、ランチタイムへの影響は余りない。キャッシュレス決済によるポイント還元については、導入したくても申請後の処理が遅れているようで、その辺りの事情は消費者に伝わっていないと感じる。
一般レストラン(経理担当)	お客様の様子	・異常気象や台風により、大きな打撃を受けているなかでの消費税増税となった。消費意欲の低迷が顕著であり、増税への対応に各企業も戸惑っている。
観光型ホテル(経営者)	来客数の動き	・自然災害によって新幹線が動かなかったこともあり、キャンセルが増えている。
都市型ホテル(管理担当)	来客数の動き	・消費税増税の影響で、プライダルの直近の予約に動きが全くなく、苦戦を強いられている。また、レストランも増税の影響を受けている。客室には増税の影響は余りなかったが、台風によるキャンセルや、ホテルの供給過多による客室単価の低迷に悩まされている。
都市型ホテル(管理担当)	来客数の動き	・アジアからのインバウンドの宿泊者数は、依然として低迷したままであり、それを補う受注が少ない。
旅行代理店(役員)	販売量の動き	・キャッシュレス決済によるポイント還元や、プレミアム付商品券などの消費税増税への対策で、消費の拡大が想定されていたが、様子見の客が多い。ラグビーワールドカップの盛り上がりもあり、旅行需要は伸び悩んでいる。
通信会社(社員)	お客様の様子	・消費税増税に伴い、新たなサービスへの加入を控える兆しが出始めている。
テーマパーク(職員)	来客数の動き	・消費税増税の影響が徐々に出ていているように感じる。
住宅販売会社(経営者)	単価の動き	・市内中心部の地価は下降気味で、取引も低調である。売れ残りの物件が増えている。
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は限定的といわれているが、当社では約1か月分の受注が増えたため、その反動で悪くなっている。
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	・大企業の業績が下振れしている。
その他住宅[展示場](従業員)	来客数の動き	・台風の影響もあり、今月の住宅展示場への来場者数は、前年比で1割減となっている。

	その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・消費税増税や3連休での台風19号の影響で、不動産市場の動きは想定以上に落ち込んでいる。広告への反響、販売センターへの来場数共に、大きく減少している。
	その他住宅[住宅設備](営業担当)	お客様の様子	・消費税増税の影響で、部品交換の見積りの成約件数が減少している。
×	一般小売店[野菜](店長)	お客様の様子	・レストランや個人店舗では、消費税増税と同時に値上げをしている店がある。客足が遠のいているようで、余り良い傾向ではない。
×	一般小売店[呉服](店員)	来客数の動き	・来客数、販売量共に少なくなっている。単価もかなり低下しており、店内で落ち着いて買物をする客が減っている。当店の商品は高額品であるため、消費税増税の影響も出ている。
×	一般小売店[花](店員)	来客数の動き	・消費税増税の影響で、買い控えにつながっている。
×	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、今月は前年比で15%減と予想していたが、食料品を除き、満遍なく予想以上に悪い。台風などの悪天候も加わって、25%減と落ち込んでいる。
×	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・10月に入り、生鮮食品を中心に一気に買い控えが起きた。特に、1週目は売上が前年比で10%以上減る日が続き、消費税増税の影響が感じられた。また、10月26日までの入店客数も5.6%減となり、衣料品や身の回り品を中心に影響が出ている。
×	百貨店(マネージャー)	単価の動き	・気温がなかなか下がらず、コートなどの秋冬物の衣料品が前年比で57%減と厳しく、単価が上がらない。インバウンドも28.7%減と厳しい状況が続いている。
×	百貨店(商品担当)	販売量の動き	・消費税増税が始まり、必要な物しか買わない動きが強まっていたところに、台風19号による関東への大きな被害もあり、来客数が前年を割り込んでいる。また、インバウンド売上は、都市型店舗でも免税売上の動きが鈍く、前年を下回っている。米中貿易摩擦はやや落ち着いているが、経済成長が鈍化し、訪日客の消費がモノからコトへ変化していることも響いている。
×	百貨店(マネージャー)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減や、台風の影響、気温の高止まりにより、来客数、販売量共に少ない。
×	百貨店(マネージャー)	お客様の様子	・本当に今必要な商品しか買わない。また、洋服などは前年に買った物を着回しているように感じる。
×	スーパー(販売促進担当)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要は、9月末に少し出ただけであるが、10月以降の消費の落ち込みは激しい。台風の準備などで一時的に需要が発生し、増税の影響が薄れると予想されたが、日用品や衣料品に対する購入意欲の落ち込みが激しく、前年比で10%程度落ち込んでいる。
×	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・消費税増税の対策である、キャッシュレス決済によるポイント還元制度が分かりにくく、購買意欲がそがれている。高齢者はキャッシュレスという言葉自体を理解していない。高齢者に理解してもらうためには、クレジットカードでの買物は、請求時に5%値引きされるなどと表現するべきである。
×	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・今月は雨が多かったため、来客数が少なかった。客は節約を進めているようで、自分の服は買い控えていると感じる。
×	家電量販店(店員)	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が出ており、前年の7割しか売れていない。
×	家電量販店(人事担当)	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の影響で、前年比での来客数の減少が大きい。来店客は、テレビでは4Kチューナー内蔵、冷蔵庫は500リットル以上など、上位機種を購入する傾向にある。
×	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・消費税増税が始まった10月1日から1週間は、近隣の店舗や商店街、大型スーパーの人通りが減った。キャッシュレス決済のポイント還元制度をいち早く導入したが、高齢者には不人気で、制度の理解が得られず、利用も少ない。増税の後に台風19号や天候不順も重なり、全く景気が良くならない。

	x	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・高級ホテルは入込に大きな変化はないが、低価格のホテルは動きが悪い。台風19号による3連休でのキャンセルも響いている。
	x	タクシー運転手	お客様の様子	・消費税増税による値上げや、自然災害などの影響が出ている。
	x	通信会社（経営者）	来客数の動き	・完全な官制不況である。電気通信事業法の改正によって誰が得をしたのか、さっぱり分からない。
企業 動向 関連 (近畿)	-	-	-	-
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・10月にしては気温が高く、飲料水の売上が少し良くなっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・世間の景気は、主に政治に関わる部分は悪くなっている。ただし、企業は景気が悪くなれば対応策を講じるようで、外部からの引き合いは大いに増えている。当社も業績を上げるべく、工夫を重ねている。
		広告代理店（企画担当）	取引先の様子	・消費税増税後に落ち込むことが予想されたが、気温が下がったこともあり、思ったほど売上は落ちていない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・消費税増税に伴い、キャッシュレス決済でのポイント還元が実施されている。消費者を相手にする小売業では、若い世代を中心に、ポイントに敏感に反応する客がみられる。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税や台風19号で、販売量に大きな影響が出ると予想したが、食品に対しては軽減税率もあり、大きな影響はなかったように感じる。台風の影響は今後出るかもしれないが、関西ということもあり、今のところ大きな影響はない。
		食料品製造業（経理担当）	取引先の様子	・食品に限れば、消費税増税の影響は小さいと感じる。
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・1日当たりの生産量はほぼ前年並みであるが、稼働日数の減少で、全体では2～3%減っている。今は当地タオルの一番の需要期であるが、全体的には低調である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後も大きな落ち込みはないが、受注量は少ない。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・8月は韓国向けの特需があったが、9月以降は通常の販売数量に戻っている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・多品種少量生産にシフトしたため、急激な落ち込みはなくなっている。ただし、生産に必要な数量しか発注がないため、急激に注文が増えることもない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月の景気は良くなかったが、今後もこの状態が続くそうである。
		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	・海外の自動車関連会社からの、搬送機の受注量が増えている。ただし、国内の自動車関連会社への輸送機の受注が減っており、トータルでは相殺されている。
		その他製造業【事務用品】（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末年始に向けての受注も、通常と変わらない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は堅調に推移しているほか、大型案件などの問合せもある。こちらの対応能力次第となるが、この状況はしばらく続きそうである。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・客の平均予算が減ってきたように感じる。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・官庁関係の価格競争は相変わらず厳しいが、監理技術者や技能労務者不足で、入札に参加できない企業もある。今後も人手不足の問題は続くと思われる。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・消費税増税前に売れた分、今月はかなり売上が落ち込んでいる。
		金融業【投資運用業】（代表）	それ以外	・株価は好調で大企業の業績も良好なため、景気は上向きと考えたいが、中小零細企業には好景気を実感する機会がない。景気が上向けば上向くほど、好不調の差が鮮明になる。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・相変わらず横ばいの状態が続いているように感じる。前回の東京オリンピック開催の前年度も、受注が減少したという取引先もあり、気を引き締めている。	

	金融業（副支店長）	取引先の様子	・消費税増税が実施されたが、取引先との会話では、以前よりも良くなっているとの回答はほとんどなく、変わらないとの回答が多い。	
	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、前年の売上を下回っている。	
	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	・大きな変化はない。	
	繊維工業（総務担当）	競争相手の様子	・本社ビルの売却など、資金繰りのための動きが出始めている。	
	出版・印刷・同 関連産業（企画 営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響で受注が前倒しとなった案件もあり、増税後は受注が若干減少している。	
	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今期に入って初めて、売上が前年を下回っている。	
	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、中国向け部品の受注減少が目立ってきている。	
	金属製品製造業 （開発担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響で、家電製品の荷動きが鈍化している。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・消費税増税により、不動産の動き、特に賃貸関連が悪くなっている。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・テレビのスポットCMの出稿状況が、例年ほど芳しくない。	
	経営コンサルタント	それ以外	・どの業種も例外なく、消費税増税前に比べると落ち込んでいる。増税要因以外でも、最近の大きな災害による事業や商売への影響が重なっている。	
	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	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、駅ナカ店舗でも、スーパーやドラッグストアといった日用品を扱う大型店舗は売上を大きく落としている。この影響は月中旬まで続いている。	
	その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	取引先の様子	・設備投資に関する見積りは、今後少なくなる。	
	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、消費税増税の影響は特になく、水俣条約に伴う問合せもない。	
	×	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・工場設備に関しても、本来であれば年末に向けた更新案件が増える時期であるが、今の時点では動く気配が全くない。
雇用 関連	-	-	-	
	*	*	*	
(近畿)	人材派遣会社 （経営者）	求人数の動き	・今月に入り、一段と景気が悪くなっている。特に、人材派遣業界の動きはかなり鈍い。消費税増税の影響が出ていると考えられるが、特に心理的な面での影響が強く、企業は様子見の動きとなっている。	
	新聞社〔求人広告〕 （管理担当）	求人数の動き	・新聞求人は縮小均衡の状況であるが、これから年末に向けて若干増加する時期となる。今月の時点では、景気を左右するような動きはみられない。また、米中貿易摩擦による中小製造業の求人への影響も、新聞求人への依存度がもともと低いため、大きな変化はない。	
	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、ここ3か月は特に変化の兆しもなく、前年並みで推移している。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求職者の新規登録が減少したほか、新規求人数も前年に比べてやや減ったため、求人倍率は前年を少し下回っている。	
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・大企業を中心に希望退職の募集案件が増えたほか、管内の企業が破産したことで300人近い解雇が発生したが、求職者の増加にはつながっていない。人手不足感が根強く、再就職先がすぐに決まる求職者も多い。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・今年度上半期の新規求人数は、前年比で0.5%減とほぼ横ばいであり、求職者数は6.9%減と、以前からの傾向に大きな変化はない。一方、企業の採用動向は様子見の状態にある。	

	民間職業紹介機関（営業担当）	それ以外	・新卒採用に関する人材サービスでは、新卒紹介事業に対する企業のニーズはあるものの、学生の取り合いになって売上が伸びない。また、就職イベント事業では、学生が集まらないため、企業の出展が伸びず、売上は伸びていない。人手不足で企業のニーズはあるが、業界の景気が良いとはいえない状態が続いている。
	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・消費税増税による消費者の変化はないように感じる。かつてのような買いだめはみられなかったほか、コンビニやスーパーでも、客の動きに余り変化はみられない。
	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数が前年比でマイナスの状態が続いている。
	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣の求人件数が微減となっている。
	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・災害対策関連での、高時給で短期の派遣案件には一定数の応募があるが、通常の派遣への応募が伸びない。
	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・派遣の決定までに時間が掛かっている。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・落ち込み状態であった求人数に、回復の動きがみられない。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者が増加傾向にあり、特に前年比では増加が目立っている。
	民間職業紹介機関（マネージャー）	採用者数の動き	・人材業界全体で、前年比での実績がかなり悪化傾向にある。
	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・人員削減に関する報道があるほか、業界によっては採用状況が悪化したり、業績が悪化する企業も出てきている。
	x	-	-