

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)		コンビニ(店員)	・例年、12月と1月初旬は忙しくなる。	
		競輪場(職員)	・年末年始の時期は、例年良くなる傾向がある。	
		その他レジャー施設[球場](経理担当)	・10月はプロ野球の試合が開催されず、来場者数は減っているが、11月から来年1月にはコンサートが26日間予定されており、集客の増加を予想している。	
		一般小売店[事務用品](経営者)	・東京オリンピックに向けて、景気に勢いが出ると期待している。	
		一般小売店[鮮魚](営業担当)	・インバウンド客が増えており、それに伴って卸売も増える見込みである。	
		一般小売店[呉服](店員)	・2020年になれば、全国的に景気は上向くため、販売量の増加に期待している。	
		一般小売店[菓子](営業担当)	・11月になれば気候も良くなり、年末に向けて慌ただしくなることを期待している。	
		百貨店(売場主任)	・順調な株価や、皇室の祝賀行事もあり、景況感の改善が予想される。	
		百貨店(企画担当)	・国内客による消費税増税前の駆け込み需要の反動減は、月を追うごとに小さくなる。一方でインバウンド売上は、今月のような推移も予想されるが、今月に比べれば改善すると予想している。	
		百貨店(外商担当)	・食料品の軽減税率や、キャッシュレス決済によるポイント還元などの効果で、前回の消費税増税時に比べて、需要の落ち込みはそれほど長く続かない。	
		百貨店(マネージャー)	・10月の消費税増税の影響が薄れ、高額品の動きが出てくる。ただし暖冬も予想され、単価の高いコートなどの秋冬物が動くかどうかは予断を許さない。また、米中貿易摩擦などで、インバウンド売上の回復も厳しくなる可能性がある。	
		百貨店(マネージャー)	・消費税増税の影響が小さくなっていく。	
		スーパー(経営者)	・台風の影響で農産物価格が上昇している。ここへきて天然の魚介類にも値ごろ感が出てきた。第3四半期の決算発表では製造業の業績底打ちも期待できるため、米中貿易摩擦などの世界情勢が安定に向かえば、年末は期待できる。	
		スーパー(企画担当)	・キャッシュレス決済のポイント還元の対象企業に認定されたため、客が利用できるクレジットカードのほか、QRコードによる決済方法を増やしていくことで、利用頻度が上がり、単価のアップも期待される。既に政府に申請中であるが、開始日が遅れているため、早期の反映を目指したい。	
		スーパー(企画担当)	・消費税増税の影響が薄らいでくると予想される。	
		コンビニ(経営者)	・消費税増税の悪影響よりも、キャッシュレス決済によるポイント還元の効果の方が強くなりそうである。食品を中心に販売量の増加が期待され、客単価も上昇傾向が続くと予想される。	
			コンビニ(経営者)	・お歳暮商戦が始まる。
			コンビニ(店長)	・競合店が閉店した後に、新たな競合店のオープンが決まったが、当店の前にカプセルホテルがオープンするため、更に来客数が増えるチャンスである。
			衣料品専門店(店長)	・例年の動きからすると、まだまだ季節品の未購入客やリピート客が残っているため、3か月以内には来店があると期待している。
			家電量販店(店員)	・これから気温が低くなれば、エアコンの需要が増える。年末に向けてのセールを待っている客もいるため、景気はやや上向きとなる。
		家電量販店(店員)	・サービス業での最重要課題は、来店客への接客や声かけへのこだわりだと考えている。まだ他店のサービスには負けていないため、少なくとも来月は良くなる。12月は価格勝負になると予想されるため、それまではサービス力が重要と判断している。	
		家電量販店(店員)	・年末需要があるため、今よりは良くなる。	
		家電量販店(人事担当)	・ボーナス商戦や歳末セールなどが最盛期になり、販売量の増加が見込まれる。	
		乗用車販売店(販売担当)	・消費税増税の影響が出なかったことで、年末にかけて購入を検討する客は増える。	
		その他専門店[ドラッグストア](店員)	・今月の落ち込みはボーナス商戦で取り戻せると予想される。バーコード決済も浸透し、現金のみで支払う年齢層も上がってきている。	

その他専門店〔スポーツ用品〕(経理担当)	・災害復興の特需で、やや良くなる。
高級レストラン(スタッフ)	・クリスマスと年末が控えているため、売上は良くなる。
一般レストラン(経営者)	・年末に向けて需要が高まる時期となるが、やはりキャッシュレス決済によるポイント還元の対象店舗が有利である。また、日韓問題も含めて様々な国際問題があるなかで、インバウンドの来客数は一時期に比べて落ち着いてはいるものの、大きくは落ち込んでいない。今後は、年末年始の休暇を利用した訪日が増えそうである。
観光型旅館(経営者)	・消費税増税の影響が落ち着き、異常気象とならず、日韓関係も改善すれば、景気は良くなっていく。予約の動きも順調である。
都市型ホテル(スタッフ)	・忘新年会シーズンは予約率が前年を上回るなど、宴会の動きは良い。宿泊も、依然として単価は低下傾向にあるものの、稼働率は好調である。一方、レストランはイベントの集客が堅調であるが、平日のランチが苦戦している。
都市型ホテル(スタッフ)	・年内の婚礼は、令和元年婚ブームの影響か、例年に比べて件数が増加している。忘新年会の受注も順調で、新規法人客の予約も増えている。宿泊は、団体客の目立った利用はないものの、現状のまま推移しそうである。
都市型ホテル(フロント)	・ロビーの改装も実施予定であり、改装後の増収に期待している。
旅行代理店(役員)	・消費税増税に対する各種施策の浸透や、令和初の年末年始に向けた需要の広がりが見込まれる。
タクシー運転手	・秋になると観光客は増えるほか、正月もあるため、今後は良くなる。
競艇場(職員)	・電話投票、ネット投票の売上が好調であり、女子レースの売上も順調である。年末にかけてはグレードレースが多数開催の予定で、売上も上向きそうである。
美容室(店員)	・年末に向けて、髪の毛をきれいに手入れする客が増える。
一般小売店〔時計〕(経営者)	・明るくなる要素が全くない。かつてであれば、年配客は預金の利息という楽しみもあったが、今はそれもなく、自分自身の健康不安、介護不安への声が多い。今は健康な人もそう話しているため、将来への不安は強い。今はお金を使わず、持っている方が安心という声もあり、まだまだ余裕が出てくるには程遠く、景気が良くなる要素は全くない。
一般小売店〔菓子〕(経営企画担当)	・6～8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88.2%で、関東は105.1%、中部は95.7%で、中国は95.5%となり、各地区合計の平均は93.6%となった。今年は6月のG8大阪サミット、8月のお盆の10連休といった不振要素があり、前年との比較も余り参考にならないが、全体としては非常に苦戦している。
一般小売店〔野菜〕(店長)	・消費税増税の影響が徐々に出てくる。特に、飲食店や娯楽関連、ゴルフ場などでみられ、当店にも影響が出ている。
百貨店(売場主任)	・消費税増税後の消費マインドの低下がいつまで続くのかが不透明である。また、ファッション関連では気温の影響が大きいが、大手アパレルの売上が厳しい状況であり、在庫の抑制やブランドの廃止、店舗からの撤退が今後加速しそうである。特に、地方店や郊外店の厳しさが増すと予想される。
百貨店(営業担当)	・超高額品の購入は、今まで以上に一部の富裕客による購入が期待できる一方、全体的には、高額品の消費がやや落ち込む傾向となっている。
百貨店(営業担当)	・国際情勢にも大きな進展はなく、何となくその状況に消費者も慣れてきた感がある。一時期、弱含みであったインバウンドも、堅調な流れで消費の下支えになっている。消費が大きく上振れることはないが、普通に年末商戦は盛り上がりそうである。
百貨店(サービ担当)	・今後も消費税増税の影響が続くほか、インバウンドの動きにも陰りがあるため、状況は良くならない。それを防止するために、店舗や売場の展開を見直し、少しでも影響を軽減できるように努力したい。
百貨店(販促担当)	・大きな材料は見当たらないため、現状の推移がしばらく続きそうである。極端な生活防衛姿勢はみられず、必要な物を吟味して購入する傾向が続く。正月に向けては、明るい年を願う動きもあり、堅調な推移が予想される。

百貨店（商品担当）	・軽減税率対象の食品につき、催事などを強化したが、食品以外の商品に比べると減少幅は小さかったものの、効果は上がっていない。来客数の減少以上に、買上率や客単価が低下しており、消費税増税の影響は予想に反して長引く可能性がある。消費を喚起する方法を、多方面にわたって探っている状況である。
百貨店（販売推進担当）	・希少価値の高い時計などの高額品は、消費税増税後も好調に動いている。購買の二極化がより顕著であり、年明けのクリアランスには期待している。
百貨店（営業推進担当）	・消費税増税による影響は、3～4か月程度は続く予想されるが、消費が冷え込むまでには至らない。富裕層の消費は徐々に回復しており、前回の増税と同様の傾向となっている。
百貨店（宣伝担当）	・年末商戦が控えているが、9月の消費税増税前の駆け込み需要が大きかったため、その反動が数か月は続く予想している。
スーパー（経営者）	・キャッシュレス決済のポイント還元も、高齢者の多い地域では浸透しにくい。買い控えに対しては、これといった対策がない。
スーパー（店長）	・消費税増税後にもかかわらず、大きな落ち込みもなかったが、逆にそれが変化しないと感じさせる要因でもある。相変わらず、天候には大きく左右されそうである。
スーパー（店員）	・年配客など、クレジットカード払いを嫌う客はまだ多いため、今後も大きくは変わらない。また、野菜価格も安定しているため、景気に変化はないと予想される。
スーパー（経理担当）	・最大の商戦であるクリスマス、年末を迎えるが、節約ムードもあり、大きな盛り上がりや回復は期待できない。
スーパー（販売促進担当）	・消費税増税による買い控えは、2か月ほどで解消されると予想しているが、当社はキャッシュレス決済のポイント還元の対象企業ではなく、予想どおり回復するかどうかについて、かなり心配している。
スーパー（開発担当）	・10月から消費税率が10%となったが、駆け込み需要も余りなく、具体的な景気対策もないため、今後は景気が悪くなる。
スーパー（エリア統括）	・今年も前年と同様に、暖冬で野菜が相場安になると非常に厳しい。また、消費税増税前にまとめ買いした日用品や酒類についても、販売の戻る気配が全く感じられない。年間で最も重要な12月の天候が安定することを期待したい。
コンビニ（経営者）	・季節的に年末に差し掛かるが、ふだんに比べると出費が増える程度で、景気自体が変化したり、良くなるとは考えていない。
コンビニ（店長）	・消費税が増税されたばかりで、悪影響が続く。
コンビニ（店員）	・ポイント還元を意識してか、キャッシュレスでの決済が増えているが、これが景気回復につながるかどうかは疑問である。
コンビニ（店員）	・今のまま、特に変わらずに推移することが予想される。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・購入する人としらない人に、はっきりと分かれている。
家電量販店（経営者）	・キャッシュレス決済によるポイント還元や、次世代住宅ポイント制度などに期待しているが、大きく消費を喚起するには至らず、現状維持にとどまると予想している。
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後の車検や新車の販売台数は、例年と余り変わらない。
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の実感はなかったが、今月からの落ち込みは実感している。年末へ向けて製品が売ればよいが、心配である。
その他専門店 [医薬品]（経営者）	・消費税増税前にまとめ買いした商品がなくなる頃であり、生活必需品や季節商材の動きが戻ってくる。
その他専門店 [宝石]（経営者）	・これから年末年始に向けて、米国、中国、欧州などの貿易摩擦に日本がどのような影響を受けるかで、消費マインドの状況は変わる。
その他専門店 [食品]（経営者）	・全体的に出荷量の伸びが悪い。年末に向けて、外食全体は上向くものの、前年よりも良くなる要素は特に見当たらない。
その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・消費税増税による影響はそれほど大きくないが、客が高齢化しているため、今後は次の世代の新規客を獲得する必要がある。

高級レストラン（企画）	・高単価商品が販売不振である。
一般レストラン（企画）	・9月後半は消費税増税前の駆け込み需要で外食機会が増えたため、大きく売上が伸びたが、10月はその反動もみられず、好調なスタートとなった。天候によるマイナスはあったが、前回の増税時のような落ち込みはみられない。ただし、先行きは引き続き不透明であり、プラス要因が見当たらない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・あちこちで災害などが起こり、なかなか前に進もうという気持ちにならない。
観光型ホテル（経営者）	・11～12月は年間で最も忙しい時期となるため、外部要因による予期せぬマイナスがなく、効率的に部屋割りができるれば、計画どおりの結果が残せそうである。
都市型ホテル（管理担当）	・今後、アジアからのインバウンド客が増加する期待は薄い一方、それに代わって受注が大幅に増える材料は見当たらない。
旅行代理店（店長）	・現状から大きく客が増えたり、様子が変わることはない。
旅行代理店（支店長）	・年末年始の休暇は日並びも良く、旅行需要に期待したいが、まだ大きな動きはない。客が日並びの良さを意識し始めれば、もう少し需要が伸びる期待もあるが、現状は変わらないとの予想である。
タクシー運転手	・韓国からの観光客は明らかに減少したが、それに反比例して、中国からの観光客が増加傾向にある。観光でのハイヤー予約も、やや増える傾向となっている。
タクシー運転手	・消費税増税が始まったが、それほど影響は感じられない。今後、災害がなければ、今の状況が続く。
通信会社（経営者）	・消費税増税による個人消費への影響を、見極める必要がある。
通信会社（経営者）	・市場全体の動きが止まっている。
遊園地（経営者）	・現状は消費税増税の影響は明確にみられないが、不安材料であることは間違いなく、まだ見通しが立っていない。変わらないというよりも、正確に予測することができない。
その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・個人消費を除いて基調は悪くないが、米中貿易摩擦や世界経済の後退など、懸念材料が多い。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・コンサート関連事業は、景気に余り大きく左右されない。
その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・消費税増税による授業料の値上げが響いているせいか、教科を減らす生徒が増えた。新規入会者も少ないため、秋の体験学習の成果に期待したい。
住宅販売会社（経営者）	・来年の3月末までは、状況は余り変わらない。
住宅販売会社（経営者）	・消費税増税の影響はそれほど感じられないが、土地需要をけん引していたホテルや宿泊施設がかなり増え、空室率も上昇し始めている。徐々に需要は減少していくのではないかと考えている。
商店街（代表者）	・消費税増税の影響が出てくるため、売上の落ち込みが心配される。
一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税の影響で、客足や客単価が悪化する。また、引き続き、訪日客の減少による影響も受ける。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・関東や東北地方の災害の影響で、いろいろな物の不足や、値上がりへの不安がある。また、消費税増税前に大きな買物をした人は、財布のひもを締めて年末を過ごすことが予想される。様々な予測の結果、景気が良くなる材料は全くない。
百貨店（企画担当）	・消費税増税が家計を圧迫することは間違いなく、国内でまた大きな災害が起きれば、消費意欲は減退する。
百貨店（売場マネージャー）	・年間最大のクリスマス商戦が控えているが、年内は消費税増税の影響が続きそうである。同業他社や取引先にも、経営環境の悪化が目立つ。特に、取引先の構造改革が、小売業の経営環境の更なる悪化につながるおそれがある。
百貨店（マネージャー）	・消費税増税の影響は次第に薄まるものの、コートといった高額の高単価商品の動きは芳しくないと予想される。

	百貨店（マネージャー）	・国内の現金客については、中間層の買上客数や買上単価の悪化が避けられず、特にお歳暮市場の縮小が懸念される。また、インバウンド売上も短期的な改善が見込めない。若年層や富裕層は価格に見合った商品に反応する傾向があり、そこに活路を開くが、年内は厳しい状況が続くそうである。
	スーパー（店長）	・経済情勢が不透明で、有効求人数も減少気味であり、消費者心理は下向きになりつつある。
	スーパー（店長）	・消費税増税後の戻りが遅く、3か月では完全に増税前の状態には戻らない。
	スーパー（社員）	・現在は、キャッシュレス決済の盛り上がりで消費は維持されているが、確実に買い控えは続く予想される。
	スーパー（管理担当）	・消費税増税に伴う、キャッシュレス決済のポイント還元の対象企業に認定されなかったため、影響は徐々に出てくる。
	コンビニ（経営者）	・例年のように気温が下がってくると、ひきたてコーヒーもアイスからホットになり、種類も販売量も少なくなる。プラスワン商材の購入も少なくなり、客単価は2割ほど下がる。
	コンビニ（店員）	・肌寒くなり、冷たい物が余り売れなくなっている。
	家電量販店（店員）	・消費税増税前に必要な物を購入したため、今後も鈍い動きが続く。必要な物だけが動き、不必要な物やぜいたく品に関しては、販売は厳しくなる。
	乗用車販売店（経営者）	・徐々に消費税増税の影響が出てきたような気がする。
	乗用車販売店（経営者）	・米中貿易摩擦がいまだに解決せず、株価にも悪影響を与えている。また、消費税増税によって消費が冷え込むなかで、年末のクリスマス商戦を迎えるが、国内外に消費を喚起する材料はないため、しばらく景気は良くならない。
	住関連専門店（店員）	・消費税増税により、客の購買意欲が低いように感じる。
	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・今月から消費税増税が始まったため、来客数が少し減っている。しばらくは買い控えが続く。
	観光型ホテル（経営者）	・世界情勢がまだまだ不安定で、期待の持てるニュースがない。
	都市型ホテル（総務担当）	・宿泊については、11～12月の予約数が前年を大きく下回っており、客室単価も下落している。宴会についても、12月の予約は前年を大きく下回っている。
	都市型ホテル（管理担当）	・消費税増税の影響は、まだしばらく続くと予想される。ホテルの開業ラッシュもまだまだ続くため、当面は需要と供給のバランスが改善するとは思えない。
	タクシー運転手	・原因は分からないが、夜の飲食などのにぎわいが低迷していると感じる。
	通信会社（社員）	・消費税増税により、通信費などを節約して家計の出費を抑えようとするため、その傾向が薄まるまでには、かなりの時間が必要となる。
	テーマパーク（職員）	・前回ほどではないが、消費税増税の影響は大きい。結局のところ、増税が消費を促すことはない。
	観光名所（企画担当）	・インバウンド、特に韓国からの客が減少すると予想している。
	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・アロマオイルを使ったマッサージで、服を脱ぐ必要があるため、寒い時期は来客数が減少する。
	住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税の影響は少しずつ解消する見込みであるが、少子高齢化により、住宅の受注全体が減少傾向となる。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・9月は上半期の決算月でもあり、展示場の出展各社の契約数も上向きであった。ただし、10月は消費税増税の影響も若干あるのか、契約数は減少している。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・自然災害のリスクが大きく顕在化し、不動産の購入意欲の減退につながっている。一部の都心の物件を除き、マンション価格の高騰が市場の縮小要因となっている。
	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・消費税増税による節約意識が薄れてくるまで、もうしばらく時間が掛かる。
x	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・台風19号と大雨、消費税増税などが重なり、消費者の口からは悲観的な言葉がよく出てくる気がする。実際に購買意欲も落ちてきている。
x	一般小売店〔花〕（店員）	・消費税増税の影響で、買い控えや節約志向がますます進む。生活必需品でない花は節約対象であり、売上は減ると予想される。
x	百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響で、消費マインドが低下している。数か月で回復すればよいが、特に郊外の景気悪化の長期化を懸念している。

	x	スーパー（店員）	・今月には近隣で大きなスーパーがオープンするため、かなりのダメージが出る。
	x	衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の2～3か月前から、日用品などの実質値上げが続いている。消費者はそれを敏感に感じ取っているため、9月から財布のひもがより一層固くなっている。
	x	衣料品専門店（経営者）	・今後、抜本的な対策を講じない限り、消費は伸びない。
	x	家電量販店（企画担当）	・キャッシュレス決済によるポイント還元の利用を企業規模で区別したことも、消費の喚起を阻害している。また次世代住宅ポイント制度も、関連商品との交換だけではなく、一般的な消費につながるようなポイント相当額の商品券に交換できるようにした方が、インパクトがあったと感じる。
	x	住関連専門店（店長）	・消費税増税の影響は出始めている。また、予算だけでなく、時間や心の余裕がない客が、数年前よりも増えている。それに伴い、最低限の安い価格での注文が増え、中には購入計画を諦める人も出てきている。消費者の疲労を肌で感じている。
	x	一般レストラン（経営者）	・知り合いの飲食店や客からは、景気が良くなるような話はなく、不安の声が多い。
	x	一般レストラン（経理担当）	・忘年会を自粛する企業が目立っている。
	x	都市型ホテル（客室担当）	・日韓問題の影響もあり、先行きは不透明である。
	x	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）	・企業業績の下振れに伴い、金融機関の融資姿勢が更に厳しくなる。
企業 動向 関連  (近畿)		-	-
		食料品製造業（従業員）	・年末年始の繁忙期に入るが、大きく好転することはない。現状、家庭用の商品は価格競争があり、価格、数量共に厳しくなっているが、業務用を中心に販売量は順調である。
		化学工業（企画担当）	・年末の食品需要期に入り、一時的に回復すると予想される。
		電気機械器具製造業（経営者）	・自社の業績が良くなるとすれば、ベースとなるのは自助努力であるが、社外との接触が増えなければ自助努力も活かせない。ここへきて社外と接触が増えているのは、天の助けともいえ、景気が良いともいえる状況である。
		輸送業（商品管理担当）	・11～12月はお歳暮シーズンになるため、売上や販売量が増えてくる。
		金融業（営業担当）	・話はいろいろ出ているが、まとまっていない。設備投資を行う企業が少ない。
		食料品製造業（営業担当）	・今年は消費者の財布のひもが固く、年末年始に向けての駆け込み需要は余り伸びない。
		繊維工業（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は若干みられたが、前年比で5%も増えておらず、取引先の動きもいつもと変わらない。売上は横ばいであるが、現状が維持できているだけ、ましかもしれない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・状況が変化する材料がない。
		出版・印刷・同関連産業（企画営業担当）	・年末頃までは、受注量の減少傾向が続くと予想される。
		化学工業（管理担当）	・取引先に今後の発注予定を聞いても、先行きの不透明感から、明確な回答がない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・取引先の関係で、中国や韓国の動きも気になるが、この1～2か月は特に変化もないため、このまま推移すると予想される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いの状況は良くないため、景気が良くなるとは思えない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動も考えられるが、影響は大きくないと感じる。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・部品調達などもあり、この時期に問合せが進んでいなければ、3か月後の納品には間に合わない。このことを関係者は知っているため、恐らくは注文の予定がないと推測される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が減少し、引き合い件数も少ない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今後の仕事の予定がない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・年内は消費税増税の影響が続くと予想される。

輸送用機械器具製造業 (役員)	・海外向けの案件の引き合いは微増程度である。
その他製造業 [履物] (団体職員)	・消費税増税の影響が懸念される。
その他製造業 [事務用品] (営業担当)	・新年となるが、受注量に変化がないため、状況は変わらない。
建設業 (経営者)	・このままの状況で推移すると予想される。ただし、急に連絡が取れなくなる業者も増えており、当社も与信管理も徹底したい。
建設業 (経営者)	・民間関係では、好調企業による設備投資が活発であるが、今後も監理技術者や技能労働者不足の中での厳しい競争が続く。
輸送業 (営業担当)	・消費税増税前の駆け込み購入が多かったため、しばらくは売上が落ち込む。
金融業 [投資運用業] (代表)	・年末年始に向けて本来は需要期となるが、消費税増税の影響が残る。また、昨今は年末らしさや正月らしさが感じられず、そもそも年末年始を特別な期間とする風潮も減り、景気を押し上げる力が低下している。
金融業 (副支店長)	・先行きの受注状況が良くなるとの話はほとんどなく、今後も状況は変わらない。
新聞販売店 [広告] (店主)	・購読数への消費税増税の影響は余りないが、折込件数の減少で折込収入が落ちており、回復の兆しもない。
広告代理店 (営業担当)	・しばらく良い状況とはならない。
広告代理店 (営業担当)	・今年に入り、売上が前年を常に下回っている。
司法書士	・現在のところ、消費税増税の影響も余り感じられない。2~3か月という短期間では、急激な変化はない。
経営コンサルタント	・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が、大半の客は冷静で、ポイント還元があるからといって余計な買物はしない。
その他サービス [自動車修理] (経営者)	・余り良い話を聞かない。
その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	・2~3か月後が納期の物件は少なく、状況は悪くなっている。
その他非製造業 [商社] (営業担当)	・取引先では、今年度の改修予算が確保できておらず、来年度以降の活動に重点を置いた動き中心となるため、横ばいの傾向が続く。
食料品製造業 (経理担当)	・メーカーが原材料の値上げを始めている。消費税増税の影響のほか、自然災害が多く発生していることも気掛かりである。
繊維工業 (団体職員)	・現状の受注量をみると、全体的に動きが悪そうである。
繊維工業 (総務担当)	・中間価格帯の靴下の販売状況が悪くなっており、今後更に悪化することが予想される。
化学工業 (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要がほとんどなかったため、影響は少ないと予想していたが、10月になって確実に荷動きが悪くなっており、増税による景気後退を肌で感じている。
金属製品製造業 (経営者)	・米中貿易摩擦や中東問題、英国のEU離脱問題など、世界情勢が大きく変化するなか、世界経済に大きな影響が出る。
金属製品製造業 (開発担当)	・携帯電話関連の受注については、新しい携帯電話の発売が来年になるため、現在は減少している。
金属製品製造業 (営業担当)	・売上が減少するなか、原材料である鋼材の値上げの話が出ている。
建設業 (経営者)	・消費税増税や働き方改革で、個人も法人も収入が減り、この年末は景気が冷え込むかもしれない。
通信業 (管理担当)	・消費税増税の影響により、当面は僅かに悪化する。
不動産業 (営業担当)	・消費税増税による影響が続く、景気は悪化に向かう。
広告代理店 (企画担当)	・徐々に消費税増税の影響が出てくると予想している。また、海外の景気が安定せず、特に米国と中国の景気が下向きであるため、日本にも影響が出そうである。ボーナスに影響があれば、クリスマス商戦も伸び悩むことになる。
経営コンサルタント	・停滞の原因は消費税増税であり、消費者が身構えて財布のひもが固くなっているため、ここしばらくは良くなるとは思えない。災害の多発や、それに伴う悪影響も出ているため、消費マインドはなかなか明るくならない。
その他サービス業 [店舗開発] (従業員)	・米中貿易摩擦や英国のEU離脱問題、日韓問題と、今後の景気を左右する重要案件が重なるなか、関西でも韓国人観光客の激減による影響が顕著に出始めている。

	x	輸送業（営業担当）	・消費税増税とは関係なく、電子部品や建設関連の部品生産がかなり落ちている。
	x	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・消費税増税の影響が出てくるほか、今月の自然災害によって景気が低迷する。
雇用 関連  (近畿)		-	-
		人材派遣会社（支店長）	・年度末に向けて、一時的には良くなると予想される。
		民間職業紹介機関（職員）	・消費税増税の影響で、求人数の若干の減少がみられる。その一方、慢性的な人手不足の改善に向けて、賃金の上昇など、求人条件の向上を図る事業所の動きも根強い。この傾向はしばらく続くことが予想される。
		人材派遣会社（経営者）	・今月に入って、動きがかなり鈍くなっている。この時期になると、例年は年末や年度末に向けての動きが出てくるが、現状は様子見の傾向であり、人材派遣業界の動きは停滞している。
		人材派遣会社（営業担当）	・60歳以上のシニアの求人意欲は旺盛であるが、マッチする仕事がない。一方、派遣求人には求める人材からの応募がなく、案件が根雪のように残っている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・消費税増税前に落ち込んだ求人数に、改善の兆しが全くみられない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末に向けても、現状の前年並みの推移が続くと予測している。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・これから年末にかけて、新聞求人はやや増える時期であるが、今のところ大きな変化はみられない。日韓関係の冷え込みによる韓国観光客の減少も、関西では中国や東南アジアからの増加でカバーできており、景気が左右されるような事態は起きていない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数、新規求職者数共に、減少傾向であるが、求人倍率は高い水準にある。求人としては限られているが、求職者が減少している状況に変化はない。
		職業安定所（職員）	・製造業では求人の減少が続いているが、商業施設やホテル、物流倉庫などの建設が相次ぎ、サービス業や建設業、運輸業で求人増が続いている。全体で求人数は横ばい傾向にあり、今後もしばらくはこの傾向が続くと予想している。
		職業安定所（職員）	・雇用失業情勢に目立った変動はないため、当面の景気への影響は感じられない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費者の動きには、余り変化が感じられない。
		人材派遣会社（役員）	・求人数が前年を下回る動きが続くほか、求職者数は前年を上回る状態が続く見込みである。日韓問題や米中貿易摩擦、消費税増税の影響の見極めが必要である。
		人材派遣会社（営業担当）	・派遣の活用をやめ、現スタッフの後任の依頼がない案件が増えている。
		職業安定所（職員）	・求人窓口での事業所の声としては、人手不足は続いているが、企業活動は既にピークを過ぎ、悪化とはいわないが、下降傾向にあるという企業が圧倒的に多い。特に、米中貿易摩擦の影響が製造業を中心に広がっており、下請の中小企業に影響が出始めている。
		民間職業紹介機関（マネージャー）	・求人数や、採用決定企業数が減少している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・全体的には採用難が続いているが、企業の採用経費が減っている感はある。売上の減少懸念があるほか、当社の情報媒体も、学生を集めるために今まで以上に努力が必要であり、厳しくなると考えている。
	学校〔大学〕（就職担当）	・最近ハリスの報道が出始めており、求人数も若干減少傾向にある。	
	x	-	-