

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<br>動向<br>関連<br><br>(近畿) |                           | -           | -   | -   |
|                            |                           | 百貨店（企画担当）   | お客様の様子  | ・全店売上の3割を占める外国人売上については、米中貿易摩擦による株安や円高で、8月頃から増勢が鈍化していたが、不安解消の材料が出始めたことで、今月中旬から外国人売上は好転し始めている。また、国内客の売上も、クリスマス商戦は祝日の減少で苦戦したが、月全体では消費税増税による悪影響が解消されつつある。 |
|                            |                           | 百貨店（営業担当）   | 単価の動き   | ・富裕層の優良客の間では、消費税増税による買い控えが月後半に一段落し、海外高級ブランドの宝飾品や時計の買上が増えている。  |
|                            |                           | 百貨店（営業担当）   | 販売量の動き  | ・年末年始の行事での消費は、前年と比べても悪くない動きになっている。消費税増税後の引締めが緩んできたのか、ニュースの内容も少し明るくなっている。株価が上がっていることも、安心材料かもしれない。  |
|                            |                           | 百貨店（外商担当）   | 販売量の動き  | ・消費税増税後、依然として高額の時計や海外ブランド品は買い控えが続いている。ただし、消費全体は緩やかに回復していると感じる。  |
|                            |                           | 百貨店（マネージャー） | 販売量の動き  | ・12月に入っても気温が余り下がらず、ニットの動きが低調である。ただし、ボーナスの支給日以降はアウターの買換え需要が高まり、10万円以上のダウンコートも動くなど、売上が上向いている。単価の高い商材の売行き好調により、クリアランスセール前の定価品の販売期を乗り越えることができている。         |
|                            |                           | スーパー（店員）    | 販売量の動き  | ・年末で、正月用品や果物、墓花、仏花がよく売れている。   |
|                            |                           | スーパー（企画担当）  | お客様の様子  | ・キャッシュレス決済で5%のポイントが還元されるため、提携のクレジットカードや電子マネーの新規入会が増えているほか、キャッシュレス決済の比率もアップし、売上の増加につながっている。  |
|                            |                           | コンビニ（経営者）   | 販売量の動き  | ・キャッシュレス決済によるポイント還元のセール効果が続いている。特に、軽減税率対象の食品類の売上が好調に推移している。   |
|                            |                           | コンビニ（経営者）   | 販売量の動き  | ・年末やお歳暮関連で、商品が動いている。  |
|                            |                           | コンビニ（店員）    | 来客数の動き  | ・近隣にホテルがオープンし、来客数が増えている。  |
|                            |                           | コンビニ（店員）    | お客様の様子  | ・公共料金の支払に来店したついでに、別の商品も買う客が多く、レジ横の商品がよく売れている。   |
|                            |                           | 家電量販店（経営者）  | 販売量の動き  | ・次世代住宅ポイント制度や、キャッシュレス決済のポイント還元の効果で、リフォーム商材を中心に販売量が増えている。  |
|                            |                           | 家電量販店（店員）   | 来客数の動き  | ・ボーナスの支給で来客数が増え、3か月前よりも高額商品の販売が増えている。   |
|                            |                           | 家電量販店（人事担当） | 販売量の動き  | ・キャッシュレス決済関連のキャンペーンがめじろ押しで、消費税増税後の悪化からようやく持ち直しつつある。OSのサポート終了によるパソコンの買換えのほか、4Kテレビ、冷蔵庫、洗濯機なども好調に推移しており、今までの遅れを取り戻せそうである。                                |
|                            | その他専門店<br>[宝石]（経営者）       | お客様の様子      | ・3か月前に比べて、株価が上がってきている。金の価格や為替相場も安定しており、今のところは良い材料が多いため、やや改善傾向にある。   |   |
|                            | その他小売<br>[インターネット通販]（経営者） | お客様の様子      | ・消費税増税後のキャッシュレス決済の特典に、年末になると高齢者も慣れてきている。クレジットカードやスマートフォンでの支払で、客単価が上がり、売上が伸びていると感じる。その反面、商店街のキャッシュレス決済に乗り遅れた店では、厳しい売上になっている。 |   |
|                            | 高級レストラン<br>(スタッフ)         | 来客数の動き      | ・有り難いことに、12月は例年どおりの予約状況で、満席の日が続いている。  |   |

|                       |        |   |
|-----------------------|--------|---|
| 一般レストラン<br>(経営者)      | 来客数の動き | ・来客数、売上共に、前月は今年に入って最悪であったが、今月は最高となるなど非常に変動が大きい。ただし、消費税増税の影響は大きく、観光客や会社の宴会での利用を除いた、個人客による利用は特に冷え込んでいる。忘年会の件数も年々減る傾向にあるため、宴会以外での新たな戦略を練り直す必要がある。                            |
| 一般レストラン<br>(企画)       | 来客数の動き | ・11～12月は、来客数、客単価共に前年を上回り、堅調な営業状況となっている。   |
| タクシー運転手               | お客様の様子 | ・12月の繁忙期に入って客の乗車機会が増加し、営業収入が1割ほど増えている。  |
| 競輪場(職員)               | 単価の動き  | ・今月の客単価は9217円で、3か月前は9079円であった。今月の数値は速報値であるため、実際にはもう少し高くなる。  |
| その他レジャー施設[複合商業施設](職員) | 販売量の動き | ・専門店が多い施設であり、消費税増税の影響は薄れてきている。  |
| その他住宅[住宅設備](営業担当)     | それ以外   | ・例年どおり冬のボーナスは支給されたが、報道にあるような、大企業や公務員の支給額には程遠い。ただし、ボーナスのカットや、そもそも支給がない企業の話を聞くと、当社は良い方かもしれない。   |
| 一般小売店[時計](経営者)        | 来客数の動き | ・今月は、天候要因による客足への影響がはっきりと現れている。当店は路面店であるため、立地の問題も大きい。特に感じるのは、年配客は天候が悪いと外に出ない。当店は落ち着いた住宅エリアにあり、客の平均年齢が年々上がっていきため、買物の動きが変わってきている。今月は、特に年末やボーナス、クリスマスシーズンの雰囲気を感じることなく、終わっている。 |
| 一般小売店[事務用品](経営者)      | 販売量の動き | ・年末を迎えて、いよいよオリンピックイヤーが目前となったが、盛り上がりは今一つ感じられない。やはり景気が良いのは東京だけだと感じる。  |
| 一般小売店[鮮魚](営業担当)       | それ以外   | ・売上は少し増えたが、前年比で見るとほぼ横ばいである。   |
| 一般小売店[菓子](営業担当)       | 販売量の動き | ・日並びの関係で年末の休みが長いと、販売量が伸び悩んでいる。  |
| 百貨店(売場主任)             | 販売量の動き | ・12月は消費税増税による衣料品の苦戦に加え、クリスマスの日並びで、今年は23日の祝日がなくなったことが響いた。25日現在では、入店客数は前年比で0.9%減であったが、売上は6.4%減と苦戦している。食料品は2.7%減で推移しており、最終の年末商戦でのばん回を期待している。                                 |
| 百貨店(売場主任)             | お客様の様子 | ・今月は売上目標が達成できず、前年割れとなる予想である。消費税増税後の10～11月に比べると回復傾向にあるものの、ファッション関連のほか、これまで売上をけん引していた化粧品は厳しい状況である。消費税増税の後遺症はいまだに残っており、客の購買意欲は明らかに低下している。                                    |
| 百貨店(営業推進担当)           | 単価の動き  | ・今月も消費税増税の影響を強く受けているが、9月以降の累計値では、販売金額や単価は以前とほぼ変わらず、購入品にも変化はみられない。したがって、景気そのものに変化があったとは考えにくい。  |
| 百貨店(サービス担当)           | お客様の様子 | ・今月も11月と変わらず、前年よりも若干厳しい状況に変化はない。消費税増税後は来客数が減少し、外国人観光客も減少しているため、今月も前年を上回することは難しい。  |
| 百貨店(販売推進担当)           | 販売量の動き | ・消費税増税から3か月が過ぎ、緩やかな回復傾向にはあるが、日並びが悪かったこともあり、今月も前年の水準には届いていない。特に、婦人用の防寒具や紳士用の重衣料は2けた減であったが、食品は年末の売出しが好調に推移している。   |
| 百貨店(マネージャー)           | 単価の動き  | ・前年とは売場構成が変わっているため、比較が難しい。  |
| スーパー(店長)              | お客様の様子 | ・年末商戦に対する客の反応もふだんと変わらず、特に単価の高い商品が売れることもない。  |

|  |                          |        |   |
|--|--------------------------|--------|---|
|  | スーパー（経理担当）               | 販売量の動き | ・クリスマス商戦は日並びが悪く、大きなピークがなかったため、盛り上がりには欠けている。23日が祝日でなくなった影響は大きい。一方、年末は大型連休の影響が懸念されたが、大きな落ち込みはなく、天候要因を除けば、ほぼ例年並みで推移している。   |
|  | スーパー（販売促進担当）             | 販売量の動き | ・消費税増税以降は販売額の落ち込みが続き、今のところは上昇要因が見当たらない。年末年始の需要についても、要所で雨が降った影響もあるが、厳しい状態が続いている。   |
|  | スーパー（エリア統括）              | 来客数の動き | ・クリスマスや正月向け商品の売上が、年々減少傾向にある。年末になっても、ふだんと買物が変わらない客が多く、今年は特需が全く感じられない。これには気温要因のほか、23日が祝日ではなくなった影響も大きい。ポイントサービスや割引、クーポンなどの販促競争が一段と激しくなり、買い回り客が増えていることも、不調の要因である。 |
|  | スーパー（社員）                 | お客様の様子 | ・10月の消費税増税以降、しばらくは客の購入意欲が低下したように感じ、店頭の上もやや不振であったが、キャッシュレス決済などの新たな販促策を講じたことで、堅調な販売状況に戻りつつある。   |
|  | コンビニ（店長）                 | 販売量の動き | ・近くの競合店が半年ぶりに再オープンし、数日間は客の数が減ったように感じたが、全体の販売量は余り変わっていない。たばこの販売が少し落ちているので、たばこ目当ての客が、競合店に戻ったと推測される。   |
|  | 住関連専門店（店長）               | 販売量の動き | ・消費税増税後は、売上や商談が低調な状況が続いている。やむを得ず最低限の買物をする客が、以前よりも多い。  |
|  | その他専門店<br>【医薬品】（経営者）     | 来客数の動き | ・今月は暖かい日が続いており、季節商材である感冒薬やカイロの動きが非常に悪い。また、化粧品やシャンプーもいまだに買いため分が残っているのか、インターネットで購入しているのか、売上が前年比で10%減少している。  |
|  | その他専門店<br>【ドラッグストア】（店員）  | 来客数の動き | ・来客数が200人減少し、前年比で92.1%にとどまっている。一方、客単価は200円近く上がっているが、クーポンがないと購入点数は増えない。ボーナス時期であるが、化粧品の売上も伸び悩んでいる。  |
|  | その他専門店<br>【スポーツ用品】（経理担当） | 販売量の動き | ・消費税増税後も大きな影響は出ていない。  |
|  | その他専門店<br>【宝飾品】（販売担当）    | お客様の様子 | ・特に買い控えの動きは感じられないが、消費税増税を意識している客は少なくない。   |
|  | 高級レストラン（企画）              | 来客数の動き | ・宿泊では、前年に比べて国内客が減少し、海外からの客が増加したため、稼働室数に変化はない。   |
|  | その他飲食【自動販売機（飲料）】（管理担当）   | 販売量の動き | ・気温が高く、気候も良い分、ホット商材が売れない。   |
|  | 観光型ホテル（経営者）              | 販売量の動き | ・12月は前年に比べて団体客の割合は小さかったが、個人客の動きは堅調で、全体の販売量はほぼ前年並みとなっている。  |
|  | 観光型旅館（経営者）               | 来客数の動き | ・消費税増税の影響は小さかったが、忘年会の需要は年々減る傾向にある。  |
|  | 都市型ホテル（管理担当）             | お客様の様子 | ・一般企業による忘年会などに変化はないが、東南アジア関連の団体客などの利用が減少している。   |
|  | 都市型ホテル（管理担当）             | 単価の動き  | ・宿泊については、年末は高単価での販売が可能であったが、年末までは、供給過多により単価が伸び悩んでいる。  |
|  | 旅行代理店（支店長）               | お客様の様子 | ・年末年始は日並びが良かった割に、予約が伸びていない。今年はゴールデンウィークに旅行をしたため、年末は見送るという客が多い。出費を増やそうとはせず、どの場面で使うのかを厳しく判断している。  |
|  | タクシー運転手                  | お客様の様子 | ・史上最高のボーナス支給額などと報じられているが、消費の末端の印象としては、それほどのにぎわいは感じられない。忘年会や新年会の動きは多少あるが、例年とさほど変わらない。  |

|  |                               |         |  |
|--|-------------------------------|---------|--|
|  | タクシー運転手                       | お客様の様子  | ・年末の忘年会などで、少し忙しくなっているが、客足の引きは早い。   |
|  | 通信会社（経営者）                     | 来客数の動き  | ・電気通信事業法の改正による買い控えが続いており、完全な官製不況である。   |
|  | 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。  |
|  | テーマパーク（職員）                    | 来客数の動き  | ・消費税増税以後、やはり来客数の減少がみられる。   |
|  | その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）        | 来客数の動き  | ・イベントの集客状況や開催件数は前年と変わっていない。  |
|  | 住宅販売会社（経営者）                   | 販売量の動き  | ・消費税増税の影響は比較的小さく、不動産の流通は低水準ながらも、一定の動きがある。  |
|  | 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    | ・景気は後退しているように感じるが、3か月前に比べれば、余り変化はない。   |
|  | その他住宅〔情報誌〕（編集者）               | お客様の様子  | ・新築住宅の販売市場では、消費税増税後も横ばいで推移している。価格は下げ止まり傾向にあり、一部では上昇の動きがみられる。   |
|  | 一般小売店〔花〕（経営者）                 | 販売量の動き  | ・気候の変化で季節商材の仕入価格が上がっているほか、今年はクリスマスが平日となったため、売上が減少している。正月商品も、前年よりも注文を減らす客が増えている。  |
|  | 一般小売店〔衣服〕（経営者）                | 競争相手の様子 | ・当社と同様に、10月以降は同業他社の売上が前年割れとなっている。12月は3%減と悪化幅は小さくなっているが、回復の見通しが立たない。年明けのセールでどこまで売上が伸ばせるかは不透明である。  |
|  | 一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）             | 販売量の動き  | ・今年12月と9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12月が89.2%で、9月が83.9%、関東は12月が97.4%で、9月が89.6%、中部は12月が80.0%で、9月が120.9%、中国は12月が86.3%で、9月が96.2%となり、各地区の平均は12月が87.8%で、9月が93.2%となっている。12月に入っても非常に苦戦しているが、大きな要因としては、ギフト商戦の落ち込みやクリスマス商戦の不調のほか、前月と同様に消費税増税による影響が出ている。                     |
|  | 一般小売店〔精肉〕（管理担当）               | お客様の様子  | ・消費税増税やインバウンドの減少、災害の発生と、様々な要素が絡み合っ、全体的なムードが悪くなっている。当市だけかもしれないが、活気が失われているように感じる。特に、これまで全体をけん引してきた、外食の売上が芳しくない。  |
|  | 一般小売店〔衣服〕（経営者）                | 販売量の動き  | ・販売量や来客数は例年と比べて少し減っている。消費税増税後、店頭で増税の負担を口にする消費者もあり、景気が良くなっているとは言い難い。  |
|  | 百貨店（服飾品担当）                    | 販売量の動き  | ・12月に入り、クリスマスが最大の商戦となるなか、ファッション関連は軒並み苦戦を強いられている。ギフト商材の雑貨関連やジュエリー関連が、クリスマスの日並みの悪さと、23日が祝日ではなくなったことが大きく影響し、売上が大幅に悪化している。ジュエリー関連は前年比で90%半ばとなったほか、雑貨の防寒関連では気温要因も重なり、80%の商材も出ている。消費税増税の影響は、前回は2か月ほどで回復したのに比べ、今回は消費マインドが低下し、買い渋りがみられる。コスメ関連でも、インバウンドが苦戦し、来年度にも少し影響が出そうである。 |
|  | 百貨店（販促担当）                     | 販売量の動き  | ・消費税増税の影響が予想以上に長く、化粧品などの消耗品を中心に動きが鈍い。また、少し冷え込んできたとはいえ、寒い冬という感覚には程遠く、流行のデザインや素材などのヒット商品もないため、防寒関連商材が苦戦している。一方、食品はクリスマスケーキを始め、堅調な動きである。  |

|                        |        |   |
|------------------------|--------|---|
| 百貨店（売場マネージャー）          | お客様の様子 | ・消費税増税後の売上の減少幅は縮小しているが、前月と同様に、婦人服や紳士服の衣料品のほか、シーズン雑貨が苦戦している。特に、コートやセーター、ストールなどの冬物の主力商材が大幅減となっている。また、クリスマス商戦でも商品単価やギフト需要が低下するなど、客の消費マインドは低い。        |
| 百貨店（マネージャー）            | お客様の様子 | ・消費税増税後、国内の現金客の購買動向は、より一層慎重になっている。大型店ではキャッシュレス決済の特典がないため、増税の影響が散見され、食品部門ではクリスマスケーキやおせち料理の単価がダウンしている。ファッション関連も暖冬の影響で苦戦し、インバウンド需要も悪化している。           |
| 百貨店（商品担当）              | 販売量の動き | ・各店舗とも来客数の前年割れが続いており、インバウンドも苦戦している。ボーナス支給後にもかかわらず、高級時計や趣味性の高い美術品など、一部の富裕層向け商品を除き、消費税増税後の消費の落ち込みが大きい。  |
| 百貨店（宣伝担当）              | お客様の様子 | ・例年は年末商戦でギフト需要が増加するが、今年は極端に少ない。客も消費税増税以降は不要不急の買物を控えており、1月のクリアランスセール待ちの雰囲気を感じられる。  |
| スーパー（店長）               | 販売量の動き | ・前年と比べて買上点数が落ちている。食品の減少が大きいですが、気温が高い影響もあり、衣料や寝具などの冬物商材も苦戦している。  |
| スーパー（店長）               | 販売量の動き | ・歳末商戦も食品を除く高額品の動きが鈍い。また、クリスマス直前の23日が祝日ではなくなり、クリスマス市場全体が縮小している。  |
| コンビニ（経営者）              | 単価の動き  | ・今年のクリスマスは、ホールケーキよりもカットケーキが売れ、フライドチキンなどの低単価の商材もよく売れている。   |
| 家電量販店（店員）              | 来客数の動き | ・消費税増税後の悪化と暖冬の影響が、エアコンの販売量が少なく、その他の主要商品の販売も前年を大きく下回っている。来客数も少なく、ボーナス支給の影響もないなど、景気は下り坂にある。   |
| 家電量販店（店員）              | お客様の様子 | ・ボーナスが支給されたにもかかわらず、年末年始の出費のせい、当店の取扱商品は優先順位が後回しになっている。価格が安いから買うといった、客の動きが少ないと感じる。  |
| 乗用車販売店（営業企画）           | お客様の様子 | ・消費税増税後の駆け込み需要の後には、来客数の減少が続いている。  |
| その他小売〔インターネット通販〕（企画担当） | お客様の様子 | ・免税売上は前年比で20%ほど減少している。特に、化粧品などの落ち込みが大きい。  |
| 観光型旅館（経営者）             | お客様の様子 | ・予約の動きや客の出入りなどをみていると、今月は動きがかなり鈍くなっている。特に、10日以降は動きが止まっている。   |
| 都市型ホテル（スタッフ）           | 来客数の動き | ・市内を中心に新規ホテルの増設ラッシュとなり、客室が余り始めている。その結果、軒並み客室単価が下がってきている。宴会も忘年会シーズンではあるが、小口の宴会を中心に予約状況が悪い。法人客からは、忘年会への参加を社員に無理強いできなくなったため、不参加者が多く、中止にするといった声も数件ある。 |
| 都市型ホテル（総務担当）           | 販売量の動き | ・宿泊については、稼働率はおおむね前年並みであるが、月後半からは前年比で客室単価が大きく下落し、売上も大きく減少している。また、宴会やレストランの売上も前年を下回っている。  |
| 都市型ホテル（客室担当）           | 単価の動き  | ・ホテルの増加で客室の供給が増えたほか、民泊を含む宿泊需要の多様化で、高額商品の販売が困難となっている。  |
| 旅行代理店（役員）              | 販売量の動き | ・消費税増税前の駆け込み需要の反動が大きいのか、単価が安い商品に購入が集中している。  |
| タクシー運転手                | お客様の様子 | ・紅葉シーズンが終わり、客もまばらで、何となく寂しくなっている。  |
| 通信会社（社員）               | 販売量の動き | ・消費税増税の影響が、意外に早く広がっている。利用料などの低額の支払を控えたり、解約するなどして、家計を防衛する意識も広がっている。  |

|                |                    |            |  |
|----------------|--------------------|------------|--|
|                | 通信会社（社員）           | 販売量の動き     | ・電気通信事業法の改正で、スマートフォンの値引き額が規制され、販売額や来客数が前年を大きく下回る状況が続いている。法改正によって販売店はもちろん、間接部門の負担も増えて混乱している。今回の改正で誰にメリットがあるのか、疑問を感じている。                       |
|                | 観光名所（企画担当）         | 来客数の動き     | ・今月に入って、来場者数が予測を少し下回っている。  |
|                | 住宅販売会社（経営者）        | 販売量の動き     | ・当社だけでなく他社の様子を見ても、活発に取引が動いているようにはみえない。   |
|                | 住宅販売会社（総務担当）       | お客様の様子     | ・展示場への来客や商談客が、過去3か月に比べて大幅に少なくなっている。  |
|                | その他住宅〔展示場〕（従業員）    | 来客数の動き     | ・12月の住宅展示場への来場者数は、前年よりも祝日が1日少なかった影響もあり、前年比で2割減となっている。  |
| ×              | 商店街（代表者）           | 販売量の動き     | ・10～11月は売上の前年割れが続いている。   |
| ×              | 一般小売店〔珈琲〕（経営者）     | お客様の様子     | ・来客数の減少と平均客単価の低下により、直営店の売上が悪くなっている。卸売も注文数、金額共に悪化傾向にある。   |
| ×              | 一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）  | 来客数の動き     | ・消費税増税による影響がダメージとなっている。  |
| ×              | 一般小売店〔野菜〕（店長）      | お客様の様子     | ・ゴルフ場やケーキ店などに商品を納めているが、ここへきて動きが悪くなっている。例年に比べて、非常に厳しい状況が続いている。  |
| ×              | 一般小売店〔呉服〕（店員）      | 販売量の動き     | ・ボーナスが少なかったのが、今月に入って全く売れていない。  |
| ×              | 百貨店（売場主任）          | 販売量の動き     | ・消費税増税の影響もさることながら、クリスマスのギフト商戦もかなり苦戦しており、売上は前年比で10%減となっている。景況感の改善が感じられない。   |
| ×              | 百貨店（企画担当）          | お客様の様子     | ・消費税増税の直後は来客数が減少したものの、その後は回復してきている。ただし、購入客数、客単価は前年に比べて悪化している。  |
| ×              | 百貨店（マネージャー）        | 販売量の動き     | ・消費税増税の影響や、暖冬でアウターの動きが悪く、買上客数は前年比で1.5%減と厳しい。   |
| ×              | スーパー（店員）           | 来客数の動き     | ・近隣にスーパーがオープンしたことで、客足が少なくなっている。  |
| ×              | 衣料品専門店（経営者）        | 来客数の動き     | ・消費税増税の影響が大きいほか、天候不順の影響もあって厳しい。キャッシュレス決済のポイント還元で影響が和らぐと期待していたが、裏切られている。高齢者はキャッシュレス決済の意味を十分に理解しておらず、クレジットカードの場合、請求時に5%還元されると売場で説明しても、半信半疑である。 |
| ×              | 衣料品専門店（経営者）        | 販売量の動き     | ・販売量が前年比で3割ほど減っている。  |
| ×              | 家電量販店（企画担当）        | 来客数の動き     | ・消費税増税以降は、販促策を講じても集客につながらない。さらに、韓国を中心にしたインバウンド客の需要が落ち込んでいる影響は大きい。  |
| ×              | 一般レストラン（経理担当）      | 来客数の動き     | ・消費税増税による影響が続いている。インバウンドの悪化も、日韓問題による影響を含めて、地方に広がってきている。  |
| ×              | 都市型ホテル（フロント）       | 来客数の動き     | ・客室の動きでは、韓国からの訪日客の減少がかなり影響している。今までは韓国人客を中心に集客していたが、単価を大幅に下げて、他国からの訪日客の集客を図っている。  |
| ×              | 美容室（店長）            | 来客数の動き     | ・新しい客が増えず、固定客が中心となっており、売上は厳しい状況である。  |
| 企業動向関連<br>(近畿) | -                  | -          | -  |
|                | 出版・印刷・関連産業（企画営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注量は前年に比べて、少し増加している。  |
|                | 電気機械器具製造業（営業担当）    | 受注量や販売量の動き | ・受注が増えている。   |
|                | 広告代理店（企画担当）        | 取引先の様子     | ・消費税増税の影響が続いていたが、クリスマス商戦に入り、若干であるが消費が回復している。ただし、前年ほどの動きは感じられない。  |

|  |                     |              |  |
|--|---------------------|--------------|--|
|  | 経営コンサルタント           | 取引先の様子       | ・小売業の動きとしては、年末商戦やクリスマス商戦などは順調である。  |
|  | 食料品製造業（従業員）         | 受注量や販売量の動き   | ・販売量は微増であるが、今年も新年の初売り企画があり、売上は増えている。   |
|  | 繊維工業（団体職員）          | 受注量や販売量の動き   | ・今月も状況は悪いままである。  |
|  | 化学工業（管理担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・製品の出荷量に関しては、月によって若干のばらつきはあるが、大きな変化はない。  |
|  | 一般機械器具製造業（設計担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・一部では上昇の兆しがみえてきたが、油断のできない状況は続いている。   |
|  | 電気機械器具製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・国内外の政治情勢が混とんとしており、景気も悪化している。一時は個々の企業の努力により、景気は悪くないとも感じられたが、国際情勢が大きく悪化し、今月は見方が弱気になっている。            |
|  | 建設業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・引き合いが継続的にあるほか、受注残も積み上がってきている。この状況がしばらく続く予想している。   |
|  | 建設業（経営者）            | 受注価格や販売価格の動き | ・ボーナスの支給状況も、周囲の様子を見ると、余り芳しいとはいえない。相変わらず、案件の単価も低いままである。   |
|  | 建設業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・好調な企業は設備投資に積極的で、年度末の完了工事の発注も続いている。官庁関係では、人手不足の影響で入札に参加できない企業も多い。                                  |
|  | 建設業（営業担当）           | 受注量や販売量の動き   | ・受注量は、現状の施工体制で対応できる上限に近い水準で推移している。   |
|  | 輸送業（営業担当）           | 取引先の様子       | ・消費税増税前に売れたため、今月の売上はかなり落ち込んでいる。  |
|  | 金融業〔投資運用業〕（代表）      | それ以外         | ・株価の堅調な推移が市場に安心感を与えていると感じる。その反面、企業間の業績格差が更に鮮明になっており、将来に暗い影もみられる点が不安材料である。                          |
|  | 金融業（営業担当）           | それ以外         | ・東京オリンピックや大阪万博、I Rの事業計画など、将来的な景気回復の要素はあるものの、中小企業には受注がない状態であり、先行きも不透明である。                           |
|  | 金融業（副支店長）           | 取引先の様子       | ・取引先との会話では、受注状況に変化は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   | ・折込件数は増えたものの、新聞を読まない人も増えており、購読による収入が減少している。  |
|  | 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、前年の売上を少し下回っている。   |
|  | 経営コンサルタント           | 取引先の様子       | ・エンドユーザー相手の小売業や飲食業では、消費税増税による売上の落ち込みは、予想したほど大きくない。   |
|  | 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   | ・年末であるにもかかわらず、それほど忙しくない。   |
|  | 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   | ・消費税増税後の体感物価の上昇も落ち着いた感があるが、業種によっては回復がみられない店舗もある。一方、中国人客を中心としたインバウンド需要は根強く、紅葉シーズンからクリスマス商戦まで継続している。 |
|  | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | 競争相手の様子      | ・インターネット市場に需要が取られ、受注量や見積量は若干少なくなっている。  |
|  | 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、取引先には既存のランプの製造中止に対する焦燥感はないものの、引き合いは増えてきている。  |
|  | 食料品製造業（営業担当）        | 取引先の様子       | ・消費税増税後は飲食業界の売上が減り、ソフトドリンクの売上にも影響が出ている。  |
|  | 食料品製造業（経理担当）        | 取引先の様子       | ・消費税増税の影響が、少しずつであるが出てきている。   |
|  | 繊維工業（総務担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・出張日数の増加の割に、販売数量、金額が伸びていない。その結果、経費率が上昇している。  |
|  | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き   | ・年末であるが、受注量が例年ほど増えていない。  |

|                  |                    |   |  |  |
|------------------|--------------------|---|--|--|
|                  | プラスチック製品製造業（経営者）   | 受注量や販売量の動き  | ・景気が冷え込んでいるというよりも、落ち着いてきた感がある。極端な減収はないが、大幅な増益が見込める案件もない。   |  |
|                  | 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、中国向けの自動車部品の受注が減少している。  |  |
|                  | 一般機械器具製造業（経営者）     | 受注量や販売量の動き  | ・引き合いの件数がかかなり落ち込んでおり、半年から1年後の売上の減少が予想される。  |  |
|                  | 輸送用機械器具製造業（役員）     | 競争相手の様子   | ・取引先での案件減少に伴い、競合が激化し、提示価格の低下も続いている。  |  |
|                  | 不動産業（営業担当）         | 取引先の様子  | ・消費税増税に伴い、10～12月は賃貸住宅の動きも悪くなっている。仲介手数料には消費税が掛かるため、影響が出ている。   |  |
|                  | 広告代理店（営業担当）        | 受注量や販売量の動き  | ・年末年始以降の広告出稿の動きが悪く、特にテレビCMの受注が良くない。  |  |
|                  | その他非製造業【民間放送】（従業員） | 受注量や販売量の動き  | ・テレビスポットCMの発注量が低調である。  |  |
|                  | ×                  | 化学工業（経営者）   | 受注量や販売量の動き   | ・消費税増税後の買い控えが続いており、売上は前年比で約2割落ちている。                              |
|                  | ×                  | 金属製品製造業（営業担当）   | 受注量や販売量の動き   | ・10月以降は、売上が前年を下回る状況が続いている。特に、12月20日以降は年末年始の休暇モードとなり、ほとんど注文が入らない。 |
|                  | ×                  | 電気機械器具製造業（宣伝担当）   | 受注量や販売量の動き   | ・まだ消費税増税の影響が続いており、年末商戦も総じて前年を下回る荷動きとなっている。                       |
|                  | ×                  | その他非製造業【電気業】（営業担当）  | 受注量や販売量の動き   | ・百貨店の販売動向が非常に悪い。   |
| 雇用<br>関連<br>(近畿) | -                  | -   | -  |  |
|                  | 学校【大学】（就職担当）       | それ以外  | ・今月は週末に繁華街や百貨店に出る機会が多かったが、前年に比べて人出が非常に多い。消費税増税後には、消費が増えているように感じられる。  |  |
|                  | 人材派遣会社（営業担当）       | 求職者数の動き   | ・求職者の動きがやや活発である。一方、正社員への登用案件については、応募者は少し増えているものの、例年と同じ動きである。   |  |
|                  | 人材派遣会社（支店長）        | 求人数の動き  | ・8月以降は、今一つ盛り上がり欠けると感じる。  |  |
|                  | 新聞社【求人広告】（営業担当）    | 求人数の動き  | ・求人数は3か月前と変わらない状態が続いている。   |  |
|                  | 新聞社【求人広告】（管理担当）    | 求人数の動き  | ・新年を控えた求人増などの季節的な変化は別として、新聞広告の求人数に大きな動きはなく、景気に変化はみられない。  |  |
|                  | 新聞社【求人広告】（担当者）     | それ以外  | ・年末商戦といっても、ふだんと余り変化はない。  |  |
|                  | 職業安定所（職員）          | 求職者数の動き   | ・人件費の上昇分が価格転嫁できずに廃業し、解雇者が発生する案件が出ているほか、大企業を中心に希望退職の募集がやや増えている。その一方、若年層を中心とした求職者の減少が続いているため、求職者全体が増えるまでには至っていない。                            |  |
|                  | 職業安定所（職員）          | 求人数の動き  | ・新規求人数は横ばいの状況であるが、11月は新規求職者が大きく減っている。  |  |
|                  | 職業安定所（職員）          | 求人数の動き  | ・11月の新規求人数は前年比で1.2%の微減となったが、求人更新による変動が大きく、減少傾向といえるものではない。全体としては、ほぼ前年並みの動きとなっている。   |  |
|                  | 民間職業紹介機関（営業担当）     | それ以外  | ・学生の就職活動の動きをみると、4年生はほぼ終息したが、3年生は就活時期の不透明化もあり、一部の学生は早くから動いている一方、全体の動きは例年よりも鈍い。例えば、合同インターンシップや仕事研究会への参加人数も減少している。景気の動きは、上向きとも下向きともいい難い状況である。 |  |
|                  | 民間職業紹介機関（営業担当）     | 求人数の動き  | ・年末に向けた短期業務の求人が増えているほか、東京に関しては、東京オリンピック特需で求人が増加している。   |  |
| 学校【大学】（就職担当）     | 採用者数の動き            | ・採用活動が一段落したように感じたが、内定辞退などで採用活動を再開する動きもあるなど、まだまだ採用意欲は衰えていない。 |  |  |



|   |                  |         |   |
|---|------------------|---------|---|
|   | 人材派遣会社<br>(役員)   | 求人数の動き  | ・10月以降は、求人減少傾向が顕著となっている。  |
|   | 人材派遣会社<br>(営業担当) | 求人数の動き  | ・特に大きな変化はないが、求人件数が微減となっている。   |
|   | 職業安定所(職員)        | 周辺企業の様子 | ・窓口や事業所訪問での企業の話では、やや悪くなっているという意見が多い。今後良くなる要因も見当たらない。特に、急激には悪くなっていないが、徐々に下降しているという意見が多い。 |
|   | 民間職業紹介機関(職員)     | 求人数の動き  | ・年末の駆け込み求人は、例年よりも少ない。   |
| x | 民間職業紹介機関(マネージャー) | 採用者数の動き | ・関東を中心に、急激な採用市場の冷え込みを感じる。   |