

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)		家電量販店（店員）	・消費増税の影響がようやく落ち着き、新生活に向けての需要も増えるため、景気は良くなりそうである。
		一般小売店〔呉服〕（店員）	・入園や入学に向けた動きが出てくる。呉服に興味を持つ若い母親が増えており、低額の商品でも、ある程度は販売できそうな期待がある。
		百貨店（売場主任）	・苦戦しているなかでも、婦人衣料は前年並みの売上を確保しているため、消費は徐々に回復することが見込まれる。
		百貨店（営業担当）	・富裕層の優良客からは、家具や呉服などの引き合いが増えており、入荷待ちの商材もあるため、高額品の消費は上向きとなる。
		百貨店（営業担当）	・世界情勢の先行きが少し明るくなってきたことで、消費増税後の混乱は消えつつあるように感じる。もともと食品は軽減税率が適用されるため、増税後の消費の落ち込みは予想していなかったが、販売量は前年の水準に戻り、来客数も前年以上に増加している。
		百貨店（販促担当）	・消費増税の影響が終息すると予想され、冬物商材の動きが鈍い分、春物商材の早期の動きが期待できる。様々な色目の展開を強化することで、消費マインドの向上を図っていく。新生活や春の旅行など、生活シーンを組み合わせた提案を強化し、活性化を進めたい。
		百貨店（販売推進担当）	・海外情勢は不安定であるが、国内需要は12月中旬以降、前年実績を上回る日が増えているので、回復基調にあると期待している。
		百貨店（マネージャー）	・消費増税後、時計や宝飾品、美術品などの高額品がようやく売れてきている。株高や米国の好景気なども影響し、緩やかな回復が予想される。
		百貨店（営業推進担当）	・年明け以降の天候次第ではあるが、災害などがなければ、先行指標に悪影響を及ぼす材料は見当たらない。個人消費については、東京オリンピックなどのイベントに対する期待とともに、上向きに変化すると考えている。
		スーパー（店員）	・近隣にオープンしたスーパーは、そこまで繁盛しているわけでもないため、これから盛り返していけば売上も増えてくる。
		スーパー（企画担当）	・年末商戦では客単価がアップしている。キャッシュレス決済のポイント還元もあいまって、当社での購入動機が高くなっている。
		スーパー（企画担当）	・消費増税の影響が徐々に薄れてくる。
		コンビニ（経営者）	・キャッシュレス決済によるポイント還元のセール期間中は、食品類を中心に、今の好調な売上が続きそうである。
		コンビニ（経営者）	・年末から年明けにかけて、景気が良くなりそうである。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・新年となり、東京オリンピックや大阪万博に向けて、海外からの訪問客も徐々に増える可能性があるほか、年始のバーゲンセールでの需要も見込まれる。
		その他小売〔インターネット通販〕（経営者）	・キャッシュレス決済のポイント還元をうまく利用すれば、売上を維持できると感じる。今年の4月末までは、各店でスマートフォンでの支払キャンペーンを積極的に実施するため、お買い得感が増し、客単価が上がるため、売上の伸びも期待できる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宴会の予約率は前年並みであるが、新規での仮予約が好調である。一方、婚礼は上期こそ好調であったが、下期は足踏みしている。宿泊も新規参入の大型チェーンホテルとの競争で苦戦しており、稼働率は下がっている。食堂は、クリスマスの日並びが悪く苦戦したが、年末年始は好調である。	
	旅行代理店（役員）	・キャッシュレス決済のポイント還元制度が、徐々に浸透してきている。	
	競艇場（職員）	・全国発売のSGやG1競走、女子レースなどの売上が好調で、特にインターネットでの投票が引き続き順調に推移している。	
	商店街（代表者）	・売上の回復する気配がない。	
	一般小売店〔時計〕（経営者）	・先行きが良くなるという情報や雰囲気は全くなく、年齢を問わず、相変わらず先のみえない状態が続いている。収入や生活の格差がまだまだ大きく、浮ついた話を聞くこともほとんどない。季節が変わっても、生活を守る動きが続く状況に変化はない。	

一般小売店 [事務用品] (経営者)	・関西の景気は大阪万博までは維持できるといわれているが、怪しいものである。
一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・前受注の動きは、前年と変わらない。
一般小売店 [菓子] (経営企画担当)	・9～11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87.6%で、関東は102.6%、中部は91.7%で、中国は94.4%となり、各地区合計の平均は92.3%となっている。前年9月のプロ野球チームの優勝による特需の反動や、ギフト商戦の不振、消費税増税による落ち込みなどで、全体的に非常に苦戦している。
一般小売店 [精肉] (管理担当)	・悪い材料がそろっている一方、良い材料が見当たらない。国際情勢も含めて、年が明けて良い材料が出てくれば、またムードも好転するのかもしれない。
一般小売店 [野菜] (店長)	・景気はかなり冷え込んでおり、今後も厳しい状況が続く。
一般小売店 [菓子] (営業担当)	・例年、年明けは売上が悪く、年末にどれだけ販売量が伸びるかに左右される。
百貨店 (売場主任)	・食料品の売上はほぼ前年並みに近づいているが、食品以外では消費税増税の影響が続いており、先行きに不透明感がある。今後も、現状のような推移になると予想される。
百貨店 (企画担当)	・今月から景気は好転しており、大きな国際情勢の変化がなければ、今後2～3か月は今月と同様の動きが続くと予想している。
百貨店 (サービス担当)	・外国人観光客が増えなければ、来月以降も状況は変わらない。国内客向けの食品催事を中心とした部門を強化し、集客を増やしたい。
百貨店 (商品担当)	・消費税増税により、消費全体を抑制する意識があるようで、回復の見込みが立ちにくい。また、米中貿易摩擦で改善が進まない中国景気の影響で、インバウンド市場の回復も進まず、先行きが見通せない状況である。
百貨店 (宣伝担当)	・国内客の財布のひもが固くなっているほか、インバウンド客もまとめ買いがほとんどなくなっている。季節の端境期となる2～3月は、ファッション商材を中心に厳しい動きが予想される。
百貨店 (マネージャー)	・全体的な傾向は変わらず、クリアランス商戦も短期集中型で終わると予測される。今後は、より一層慎重な選択消費が続くそうである。
百貨店 (マネージャー)	・大きな景気対策がないほか、海外には北朝鮮情勢などの不安要素もある。
スーパー (経営者)	・消費税増税後、税率が10%に上がった商品の販売が落ちている。さらに、節約ムードの影響か、軽減税率の対象で8%のままの商品も動きが鈍い。
スーパー (店長)	・店舗での客の動きは淡々としており、台風などの大きな異変がない限り、良くもならず、悪くもならないと感じる。
スーパー (店長)	・この数か月、客の購買動向は変わっていない。節約志向が強まり、プラスアルファの買物は控えめである。
スーパー (経理担当)	・年間の売上のピークとなる年末商戦は、ほぼ例年並みの推移となっている。今後は、暖冬傾向や雨が多いなどの天候要因、消費の節約志向といった悪材料は多いが、大きく底割れすることはないと予想している。
スーパー (販売促進担当)	・消費税増税による買い控え意識が薄らぐことを期待しているが、直近の世界情勢を踏まえると、景気の上昇への期待は薄い。これ以上の景況感の悪化はないかもしれないが、上昇もせず、しばらくは現状での推移が続く。
スーパー (管理担当)	・消費税増税後、キャッシュレス決済による2%のポイント還元指定事業者になれず、苦戦が続いている。
スーパー (エリア統括)	・ドラッグストアや各種専門店、インターネット通販の勢いがまだまだ続き、価格競争もより一層激しくなるため、スーパーや百貨店の苦戦は当面続く。
コンビニ (店長)	・競合店の再オープンにも耐えたので、2～3か月は今の状態を維持できそうである。ただし、来年の後半には閉店したスーパーの敷地に新しいスーパーができるため、その影響が気掛かりである。世の中の景気というよりも、競合の有無に左右される部分が大きい。
コンビニ (店員)	・店長が代わり、発注や店作り、シフトの入れ方などが全て消極的で、これが原因で売上が下がってきている。

衣料品専門店（営業・販売担当）	・購入する人と購入しない人が、はっきり分かれている。購入する人は高額でも買うが、買わない人は安くても買わない。
家電量販店（経営者）	・次世代住宅ポイント制度の効果で、今の販売状況が続くと予想される。
家電量販店（店員）	・必要な物の購入や、壊れた商品の買換えの動きは横ばいである。一方、新規需要は競合先との差別化を図ることで、維持できると判断している。
家電量販店（店員）	・正月までは今と大きく変わらないが、それ以降は不安要素がある。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・年末商戦に期待していたが、消費税増税の影響が残っているほか、節約志向が定着したのが、購買には非常に慎重である。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・3月までは、消費の動きを大きく変えるようなイベントはない。4月以降の東京オリンピック特需に期待している。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・新規客の獲得に向けて、手頃な価格帯の提案や、リピートにつながる提案が求められる。また、なじみ客には希少性の高い商品などの提案が必要である。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・食品は比較的堅調であるのに対し、ファッション商材は消費税増税後の落ち込みから戻っていない。インバウンド需要も回復の兆しがなく、全体としては厳しい状況が続く。
高級レストラン（企画）	・宿泊の稼働率はアップしているが、客室単価の伸び悩みが続いている。
一般レストラン（企画）	・土日の営業が全体を押し上げている一方、平日の営業には大きな変化がなく、良くなっているとは言い切れない。
一般レストラン（店員）	・今月はボーナスの支給で単価が伸びたが、今後は寒くなると外出も減るため、客が減少する。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・例年よりも全国的に気温が高く、今後も高いままとなることが予想されるため、景気は変わらない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・今年は暖冬であるが、寒くなる時期にはしっかり寒くならなければ、商品が動かない。
観光型旅館（経営者）	・インバウンド客が増えるか否かは、政治の動向に影響されるが、予約状況は良くない。
観光型旅館（経営者）	・従来から年明けは動きが鈍い。消費税増税の影響もあるため、要注意である。
都市型ホテル（総務担当）	・宿泊の2～3か月先の予約状況は、客室数、単価共に前年を下回っている。宴会についても、来年3月の予約が前年を大きく下回っている。
都市型ホテル（管理担当）	・状況が改善する材料、悪化する材料共に見当たらない。
旅行代理店（支店長）	・台風19号などの自然災害の影響は大きく、客の消費マインドに響いている。災害に備えて、必要以上には支出しない傾向は今後も変わらない。
タクシー運転手	・忘年会や新年会が続くため、多少は人が動くものの、全体としては余り変わらない。
タクシー運転手	・特段の状況の変化はない。
タクシー運転手	・正月を迎えるが、余り良い方向にはならないと感じる。
通信会社（経営者）	・市場が動き出すような、規制緩和が必要である。このままでは、販売代理店や端末メーカーが生き残れない。
通信会社（企画担当）	・年明けから年度末の3月までは、動きが少ない。
遊園地（経営者）	・現状は消費税増税の影響が明確に出ているわけではないが、今後も不安材料である点は変わらない。先行きは不透明であり、楽観視できない。
その他レジャー施設〔複合商業施設〕（職員）	・消費税増税の影響が薄れてきただけで、個人消費に力強さは感じられない。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・イベントの動き自体は、景気に余り左右されない。
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・3月は、プロ野球の公式戦のほか、多くのコンサートや子供向けのイベントが予定されているため、例年並みの集客を期待している。
その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージは服を脱ぐため、寒い時期になると来店客が減少する。
住宅販売会社（経営者）	・当面は建設、土木関係の業種が安定しているため、現状維持での推移となる。

住宅販売会社（経営者）	・例年1～2月は取引が活発ではないため、現状のままで推移し、3月からは多少好転すると予想している。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・新築住宅については、特に目立った政府の取得支援策もないため、しばらくは客の様子見が続きそうである。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・新築住宅の販売市場は、3月末の決算に向けた商戦に突入するが、消費者の需要に大きな変化はなさそうである。
その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・好材料でも悪材料でもないが、今年は年末の休みが1週間と長い。また例年の動きとして、年初は仕事のエンジンがかかるまでが遅い。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・消費税増税に暖冬と悪材料が多く、事業環境が非常に厳しい。今は1月の気温の低下に期待している。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・消費税増税による影響かは分からないが、消費者の購買意欲が落ちているように感じる。そのような状況で、数か月後の景気が良くなるとはとても思えない。正直なところ、これから次第に厳しい状況が訪れるのではないかと懸念している。
百貨店（売場主任）	・婦人服や紳士服のほか、それに付随する雑貨の動きは従来よりも厳しい。取引先のリストラや売場からの撤退、取引条件の改善要求、商品生産の抑制などの動きも、最近は顕著になっている。このような状況が続けば、今後の売場展開にも大きな影響が出ることは避けられず、現状よりも良くなる期待は持てない。
百貨店（服飾品担当）	・消費マインドの低下による売上の不振が予測され、回復にはやや時間を要する。1月以降の気候も不透明な部分があるため、厳しい商況が続きそうである。一方、うまく差別化された商材や、コート関連の仕掛けには客の反応があるため、春にかけて消費税増税の影響が低下するとともに、徐々に回復する商材も出てきそうである。
百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税後は国内企業を中心に業績が悪化し、構造改革の一環としてのリストラなども多く、好転するような材料が少ない。また、富裕層以外の消費マインドも、増税や暖冬の影響で低い。
百貨店（マネージャー）	・今の売上の増加は、ボーナス支給による一過性の動きである。クリアランスセール勢いもそれほど見込めないため、今後は悪化が予想される。
スーパー（店長）	・クリスマス商戦では、価格の安いインターネット販売に客が流れ、苦戦している。今後も消費税増税後の低迷が続くと予想される。
スーパー（店長）	・堅調な企業を含めて、先行してリストラを行う企業が増えている。また、将来への不安から、会社員の世帯を中心に生活防衛意識が高まっている。
スーパー（店員）	・例年1～2月は暇な時期であり、野菜の相場も安い状態が続いているので、売上も上がらない。
スーパー（開発担当）	・消費税増税前に、ある程度は売上が増えたが、増税後は減少している。大手スーパーはキャッシュレス決済のポイント還元率が低く、小さなスーパーは還元率が高くても、商品が少ない。やはり増税は失敗である。
スーパー（社員）	・消費喚起に向けて様々な対策を講じているため、当面は売上を維持できそうである。ただし、今年は年末商戦が前年よりもやや苦戦しているため、対策の効果が薄れると、売上もやや不振になると予想される。
コンビニ（経営者）	・景気が改善する要素については、自分の知る範囲では見当たらない。
コンビニ（経営者）	・財布のひもが固く、消費が減っている一方、店の数は変わっていないため、価格競争に陥っている。
コンビニ（店員）	・例年12月は忙しく、1月に入ると落ち着く。
家電量販店（人事担当）	・キャッシュレス決済関連のキャンペーンによる、反動減のおそれがある。今後はキャンペーンに頼らない施策が求められる。
乗用車販売店（経営者）	・個人消費の動きが予想以上に弱い。
乗用車販売店（経営者）	・年末の駆け込み購入でバタバタと売れたが、年明けが不安である。廃業を決めた同業者はこの年末で2件と、厳しい状況は変わらない。
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後の反動で、新車、中古車共に売れなくなっている。
乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税後、客の動きが鈍いと感じている。この状況は、しばらく続きそうである。

	住関連専門店（店員）	・良くなる要素がない。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・現状は株価が高騰しており、為替相場や金の価格も安定している。ただし、今後もこの状態が続くかどうかは不透明であり、年明けの動向には要注意である。
	高級レストラン（スタッフ）	・例年どおり、年明けは客足が落ち込むと予想される。
	一般レストラン（経営者）	・年末年始の休暇が約10日間と長く、来年は東京オリンピックも開催されるため、観戦に行く人を中心に、飲食面では更に財布のひもが固くなる。
	観光型ホテル（経営者）	・1～2月の先行予約はやや弱く、まだまだ空室が多い。今後は、個人客の間際予約がどれだけ取り込めるかが鍵となる。
	観光型ホテル（経営者）	・世界情勢は落ち着きそうになく、日本にも影響が出る。
	都市型ホテル（スタッフ）	・ホテルの供給過剰により、宿泊は回復が見込めない。宴会は、単月では好調な月もあるが、平均するとやや悪い。
	都市型ホテル（管理担当）	・市内では客室がますます供給過多となる。また、中東情勢の今後の推移など、不安要素が多い。
	都市型ホテル（客室担当）	・市内中心部の競争が厳しいエリアでは、新しいホテルもかなり低価格で販売予定と聞いている。今後、宿泊客の取り合いが始まれば、厳しい状況となることが予想される。
	通信会社（経営者）	・建築業の市内での業況が、下降傾向となっている。
	テーマパーク（職員）	・消費税増税の影響がはっきりと出てくるのはこれからで、景気が回復するような施策は東京オリンピックまでなさそうである。
	観光名所（企画担当）	・インパウンドについては、韓国からの客の減少がかなり目立ち始めている。国内客についても、消費税増税の影響かは分からないが、鈍化傾向にある。
	競輪場（職員）	・前年の傾向から判断すると、今後はやや悪くなる。これを覆す要因が見当たらない。
	その他サービス〔学習塾〕（スタッフ）	・消費税増税による影響が続くと予想される。
	住宅販売会社（総務担当）	・商談客の財布のひもが固い。できるだけ費用を抑えたいという意識が強く、景気の下降傾向が感じられる。
	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）	・金融機関の融資姿勢や大企業の業績が悪化気味なので、景気は後退すると予想される。
×	一般小売店〔花〕（店員）	・消費税増税の影響で売上が減少し、予約件数も減っている。明るいニュースがないなか、この先も景気が悪くなると予想される。
×	百貨店（企画担当）	・12月の繁忙期に入っても傾向は変わらない。大型店はキャッシュレス決済のポイント還元がなく、自前の施策では経費が増えるだけである。消費者の間で、百貨店の商品は値段が高いという意識が強いように感じる。
×	衣料品専門店（経営者）	・消費税増税以降、客は何が増税になるか理解していない。キャッシュレス決済で、今までより安く買物ができることも分かっていない。ポイント還元制度が分かりにくいことが、増税の影響に拍車を掛けている。
×	衣料品専門店（経営者）	・服は節約して買わなくなっているため、今後はますます悪くなる。
×	家電量販店（企画担当）	・消費の冷え込みが根強く、生涯現役社会を見据えた年金制度の見直し、人口減少の発表も更なる不安材料となっている。
×	住関連専門店（店長）	・為替相場を含む国際情勢、国内経済、社会共に、余りに先行きが不透明過ぎる。先が読めないため、ビジネスの計画や準備がどんどん難しくなっている。
×	一般レストラン（経理担当）	・大手企業だけが景気回復の恩恵を受けており、中堅、中小企業には全く実感がなく、1人当たりの賃金が増えていないなか、今後はますますデフレ傾向が続くと予想される。政府の見解とのギャップが感じられる。
×	都市型ホテル（フロント）	・まだまだ韓国入客の減少による影響は続く。ただし、東京オリンピックの開催時期は、東京を避けて、関西のツアーを組む海外のエージェントが多数あるため、期待している。
×	通信会社（社員）	・大胆な消費刺激策を講じなければ、地方経済はもっとダメージを受けることが明らかである。
企業	*	*

動向 関連 (近畿)	プラスチック製品製造業 (経営者)	・しばらくは、今の落ち着いた動きが続く。いわゆる踊り場の状態であり、年明けはこの状況からスタートした後、2～3月から年度末に向けて、やや上向いてくる。
	金属製品製造業(開発担当)	・新商品の開発が進んでいる。
	金属製品製造業(営業担当)	・取引先の在庫調整が進み、1年ほど前から停滞していた製品の受注が復活している。
	電気機械器具製造業(営業担当)	・受注の増加に伴い、先行きが明るくなっている。
	電気機械器具製造業(宣伝担当)	・今月の後半にはやや上向きの傾向がみられたほか、年明けには消費税増税による影響の緩和も予想されるため、現状よりは良くなりそうである。
	輸送業(営業担当)	・百貨店のお歳暮の取扱いが1社増えたため、今月の売上は良かったが、それ以外は前年並みである。
	金融業(営業担当)	・これからのプロジェクトにより、関西では景気の回復傾向が進む。
	食料品製造業(従業員)	・気候が安定しているため、販売量は微増の動きが続いている。今後も大きく変化する要素はないため、安定した動きが予想される。
	食料品製造業(営業担当)	・消費税増税後、飲食業界ではキャッシュレス決済のポイント還元による効果も余りないため、しばらく景気に変化はない。
	繊維工業(団体職員)	・引き合いなどの需要が感じられない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・受注量が増えるといった情報が、客からは聞かれない。
	出版・印刷・同関連産業(企画営業担当)	・年度末が近づくとつれて、受注量は微増が続くと予想している。
	化学工業(経営者)	・毎回、消費税増税後は買い控えが半年以上続く。今回は駆け込み需要がほとんどなかったことから、買い控えの期間が短くなることを期待したいが、現実には10月よりも11月、11月よりも12月と更に悪くなっており、回復は期待できない。
	化学工業(管理担当)	・取引先によると、今後の発注予定は現在と同じような水準となりそうである。ただし、取引先も今後の見込みが立てにくい様子である。
	窯業・土石製品製造業(経営者)	・今の世の中をみていると、景気が良いように感じるが、仕事を通して需要と供給の動きをみると、非常に厳しい状況が続いている。
	金属製品製造業(経営者)	・好調であった自動車部品で、発注の内示が減少している。
	一般機械器具製造業(設計担当)	・上向きの兆しがみえてきた感はあるが、賃金の上昇が僅かである状況は変わらない。
	輸送用機械器具製造業(役員)	・取引先の次年度予算用の見積依頼が減少している。新規の見積依頼が減少し、修理や改善の見積依頼が増えている。
	その他製造業[履物](団体職員)	・大手企業を中心に、ボーナスの増加や昇給のニュースが聞かれるが、我々の業界にそのような話はなく、実感もない。
	建設業(経営者)	・今後も、現在の好調が続くと予想している。外部要因についても、国の来年度予算や新制度の創設などで、追い風が吹きそうである。
建設業(経営者)	・年度末の完了工事は、相変わらず監理技術者や技能労務者が不足しており、受注しても工期面で厳しい状況が続いている。	
建設業(営業担当)	・ホテルは高級、大型案件以外は下火になっているが、賃貸オフィス事業や、生産、研究、物流施設への新規の設備投資計画が続いている。一方、人手不足の状況も続いており、受注は増やせないため、このままの状況が続く。	
輸送業(営業担当)	・学習機の準備が始まり、引っ越しシーズンに入るが、少子化や引っ越し時期の分散化で、売上の増加が見込めない。	
輸送業(商品管理担当)	・消費税増税前に販売量が増えたので、年末年始の販売量が例年よりも減っている。	
金融業[投資運用業](代表)	・先行きは東京オリンピックの効果で、業績の見通しが明るい企業もあるが、一部に限られる。東京オリンピック後の反動が不安である。	
金融業(副支店長)	・取引先との会話では、先行きの受注は前期並みとの回答が多い。	
新聞販売店[広告](店主)	・折込件数が増えたものの、年末特有の動きもあり、上向いているとはとれない。	
広告代理店(営業担当)	・今期末までに、良い状況となる動きはみられない。	

	広告代理店（営業担当）	・紙媒体、Web媒体共に、前年の売上を少し下回る状態が、今年に入ってから続いている。
	司法書士	・消費税増税の影響は余り感じないが、企業の積極的な動きも感じられない。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・年明けも、それほど忙しくなさそうである。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・年明け以降は、いよいよオリンピックイヤーとなり、ますますインバウンド効果が見込まれる。特に、東京オリンピックの開催期間を避け、春先～初夏にかけて訪日観光客が増えそうである。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・足元の引き合いへの対応だけで終わるのかどうか、まだ判断しにくい。
	食料品製造業（経理担当）	・自然災害の復旧の遅れに加え、政治に関する様々な問題も出てきており、先行きの見通しが悪い。
	繊維工業（総務担当）	・消費者向けの催事に工夫がないため、集客が減少している。今後は商品開発に力を入れていきたい。
	繊維工業（総務担当）	・通常の靴下の売行きが悪いため、取引先の戦略が、低価格の靴下を特価品として販売する方向に変わってきている。当社の経営方針とは異なる動きであり、特価品では適正利益の確保が難しいため、頭を痛めている。
	一般機械器具製造業（経営者）	・現在の受注が少ないため、数か月先はかなり景気が悪くなる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・民主主義と共産主義の対立がひどくなっている上に、独裁的な指導者も増えている。個々の企業の努力も、役に立たないのではないかと懸念している。
	建設業（経営者）	・かねてからの人材不足に、働き方改革の影響が加わっており、受注があっても断らざるを得ない。従業員は働きたくても働けず、給与も下がるため、景気には悪影響である。
	通信業（管理担当）	・変動要因が見当たらないので、良くなるとは考えにくい。正月の消費でいえば、初売りで動くのは、一部の消費者だけである。
	広告代理店（企画担当）	・消費税増税により、大きな買物を控える傾向が続いている。
	経営コンサルタント	・年末商戦やクリスマス商戦が終わると、小売業では販売促進の工夫や人材育成などに注力する必要が出てくる。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・小口の零細企業が廃業し始めており、今後も廃業の動きが続く見込みであるため、更に悪くなる。
	× 化学工業（企画担当）	・食品は年末の最需要期であるにもかかわらず、販売量、価格共に伸びていない。過去にない傾向であり、今後は年が明けて需要が低迷するため、現状よりも悪化する。
	× 不動産業（営業担当）	・消費税増税の影響に加え、銀行融資も厳しくなっている。今までは個人客への融資が厳しかったが、法人にも厳しくなり、不動産の検査済書がなければ融資が下りない事例が増えている。これはパプルの崩壊後と似た現象であり、不動産の価値の低下につながり、景気が悪くなってきている。
	× その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・先行きの経済が見通せない。
雇用 関連 (近畿)	-	-
	人材派遣会社（支店長）	・年度末の駆け込み需要に期待している。
	人材派遣会社（営業担当）	・1～4月の入社を目指す転職希望者の動きが、しばらく活発になる。
	学校〔大学〕（就職担当）	・消費者の懐具合が少し良くなっていると感じるため、先行きに期待している。
	人材派遣会社（役員）	・求人への減少傾向が続くと予想される。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・求人の増える見込みがない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2020年への期待はあるが、関西の地元企業からの新聞出稿の推移をみても、さほど大きな動きはない。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・東京オリンピックの開催年を迎えるが、関西方面での求人増につながるような動きはまだない。むしろ、いまだに不安定な米中貿易摩擦の結果次第で、状況は変わる可能性が高い。1月に予定されている合意がすんなりと進まなければ、株価などが下落し、悪影響が出ることも予想される。
	職業安定所（職員）	・景気が悪くなったとの声が増えている一方、失業者数は歴史的な低水準にあり、人手不足感も高止まりしている。景況感と雇用、失業情勢が一致しない状況は今後も続く。

	職業安定所（職員）	・今年度は新規求人も新規求職も横ばいの状況であるため、2～3か月後も変わらない。
	職業安定所（職員）	・新規求職者数も求人と同様に、月ごとに多少の増減がみられるものの、傾向としての変化は小さい。僅かに減少している程度であり、求人、求職の動きからは、変化の前兆はみられない。
	民間職業紹介機関（職員）	・人手不足の影響で、企業が工事の受注を控える傾向は、今後も続く予想される。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・世の中の景気は若干下向きとの見方もあるが、少子高齢化や働き方改革に伴う人材不足もあり、業界ごとの違いはあるが、新卒学生への需要に大きな変化はないと感じている。
	学校〔大学〕（就職担当）	・一部の業界や企業は採用活動を縮小しているが、全体的には人手不足が慢性化しているため、当社にも仕事の依頼がある。
	人材派遣会社（営業担当）	・派遣業界は、同一労働同一賃金への対応で、取引先との価格交渉に動いている。この影響で企業側はコストアップとなるため、派遣活用の見直しが進みそうである。
	職業安定所（職員）	・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、急激には悪化しないが、徐々に下降していくという意見が多い。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・同一労働同一賃金の問題で、交通費の支給交渉を進めているが、企業はなかなか受け入れてくれず苦戦している。派遣契約の終了が見込まれる企業も多い。
×	民間職業紹介機関（マネージャー）	・様々な指標の悪化ともあいまって、景気の悪化を肌で感じる。