

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：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)	良くなる やや良くなる	○	○
		○	○
		商店街（代表者）	・経済不安のため販売が低迷しているなか、今後2か月はチャンスである。低価格だけの販売戦略を立てず、良質の商品に付加価値を加えて、高価格で販売していく企画を立てている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・年末を控え、少し消費者にも購入意欲が出てくる。ただし、数字には表れないが、梅田地区の百貨店のリニューアルオープンも、少し売上に影響があるかもしれない。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・為替と日経平均株価が少しは上がっていけば、やや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・税と社会保障の一体改革に伴う各種案件は未解決であるが、年末商戦はやや持ち直す。
		コンビニ（経営者）	・コーヒーマシーンが設置されることもあり、ますますファーストフードの売上増加が期待できる。
		乗用車販売店（販売担当）	・年末商戦に来月から入っていく。自動車に関しては年末の販売量が大きく増加する。
		高級レストラン（支配人）	・今月下旬より来客数の増加と共に販売量も微増となり、観光シーズンの到来で徐々に回復しつつある。ただし、外国人の利用減少が和らぐことはない。
		一般レストラン（経営者）	・年末の宴会シーズンに入るので、やや期待はできるものの、ここ数年は一点集中型の動きがみられるので、その前後の対応に売上が左右される。
		一般レストラン（店員）	・年末に向けて忙しくなると予想される。ただし、昨年よりも10月は暇に感じる。
		観光型ホテル（経営者）	・11月は年間を通じて最も販売量が多いシーズンであり、昨年よりも勢いがなくなっているとはいえ、潜在的な需要でカバーできる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・繁忙期の予約も順調に入り、大規模な宴会は前年を上回るなど、小宴会場の稼働次第では前年並みの数字が期待できる。宿泊に関しては東南アジアからの団体には期待できないものの、低単価ではあるが、稼働自体は好調に推移している。
		通信会社（社員）	・新商品のリリースを年明けぐらいに実現できれば、加入数は維持できるかもしれない。全体的な解約阻止にも力を入れていきたい。
		通信会社（社員）	・新商品が出そろい、少しは良くなるものの、夏モデルのような盛り上がりには欠け、爆発的には売れない。通信会社による施策次第の部分もある。
		通信会社（企画担当）	・年末のボーナスシーズンに入るので、今よりは改善が見込める。
		パチンコ店（店員）	・年末年始で来客数が伸びそうである。
		競輪場（職員）	・政治の停滞や、一向に良くならない景気の動向、雇用不安、日中韓の外交情勢の悪化による貿易赤字、生活にかかる様々な値上げ、景気回復の打開策が見出せない政権など、いろいろと負の要素がある。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前の需要などを期待したい。
		住宅販売会社（総務担当）	・本格的に消費税の増税が近づけば、駆け込み需要が出てくる。しかし、その後は反動もある。
変わらない	変わらない	一般小売店〔時計〕（経営者）	・年末年始を迎えて近隣の大型商業施設などがバーゲンセールを行い、イベントではキャッシュバックの抽選会も行われるので、客の流れはそちらに行くと思われる。厳しい状況は今後もまだまだ続く。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・政治、外交など不安要素ばかりが目立ち、明るい材料がなく、不安な状況ばかりである。そんななか、昨日100円商店街を実施したところ、雨にもかかわらず、驚くほど多くの人が集まった。何か楽しい企画などがあれば、何でもできるという感覚がある。
		一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・景気好転や購買意欲が高まる要素がない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・景気の良くなるような雰囲気ではない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・まだまだ変わる要素がない。
		一般小売店〔花〕（店員）	・節約意識が高く、決まった金額以上の買物はしないため、売上が伸びる年末も例年以上のアップは望めない。

一般小売店〔酒〕（店員）	・ 今月は毎年恒例の周年セールで、月初の勢いは良く、数量限定の高級商材やセット商品中心に、最近のなかでも売行きが良いと感じる日が多かった。進物の動きも多くみられたが、月半ばからセール商品の動きは止まり、日用品が中心となったことで客単価の低下が進んだ。その結果、来客数は前年割れとはなっていないが、売上は大幅に下回っている。
一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・ し好品を扱っているため、中々景気が上向きとはいかないのが現状である。小売店での回転率が上昇することを期待したい。
百貨店（売場主任）	・ 今の状況からすると、大きなマイナスもないがプラスもない。
百貨店（売場主任）	・ 海外経済、国内経済の減速、中国との外交問題、電気料金の値上げ、暖冬、収入の伸び悩みなど懸念材料が多く、消費マインドの向上は見込めない。
百貨店（営業担当）	・ 海外高級ブランド品は、ほかの百貨店との客の取り合いが更に激しくなり、客のわずかな心理状況で売上が増減する。
百貨店（営業担当）	・ 前年は好調であった防寒商品の動きが不透明で、まだ予測が立たない状況である。
百貨店（サービス担当）	・ 年末商戦を前に、梅田地区の商業施設のオープンにより来客数の減少が予想され、売上も苦戦が予想される。
百貨店（マネージャー）	・ 衣料品や寝具などの日常商材については、今後の気温の変化によって動きの予測がつかないこともあり、場合によっては早期に価格を下げることも検討している。ただし、中価格帯の絵画や国産の高級時計、雑貨を中心とした物産展の動向は良く、消費についての冷え込み感はまだ顕著ではない。
百貨店（商品担当）	・ 尖閣問題等の影響による輸入製品の調達懸念、将来の消費増税、不安定な国内政治からくる経済の不安要素が消費に悪影響を及ぼし、継続的な売上拡大は望めない。
百貨店（販促担当）	・ 不安定な政局、海外情勢、株価の動向など、好転する材料に欠ける。気候に左右されるところも大きいですが、年末は日ごろの我慢が多少は発散される期待もある。政局などの動きからも変化が起きる可能性はあるため、それぞれの変化に敏感に対応することが鍵となる。
百貨店（外商担当）	・ 解散総選挙や日本銀行による金融の緩和などが実施される可能性はあるものの、効果は限定的であると思われる。イベントやキャンペーンの強化を年末年始にかけて充実させようとしているが、格安な専門店やインターネット通販への流れは止められない。
スーパー（経営者）	・ 近隣にできたスーパーの影響で、このままの厳しい状況が今後もしばらく続く。
スーパー（経営者）	・ 政治の停滞、世界的景況感の悪化など景気にプラスになる話題がなく、消費者の生活防衛志向はより一層強まる。さらに、穀物価格の上昇、電気代などの値上げ予想がある一方、それを価格転嫁できず、非常に苦しい状況が続く。
スーパー（店長）	・ 梅田地区での百貨店や駅ナカ商業施設のオープンにより、年末にかけて相当の人出が予想される。また、気候的にも暖冬予想であり、前年に節電関連の売上が伸びた実績も相まって、季節商材の売上は厳しくなる。
スーパー（店長）	・ 現在の状況や、政治に対する不安などからくる消費者の需要動向から、景気が良くなるとは判断しにくい状況となっている。
スーパー（店長）	・ 年末年始の商戦が始まっており、クリスマスやおせち料理などの予約もスタートしたが、ここ数年は前年比での悪化傾向が続いている。
スーパー（企画担当）	・ 好転材料がないほか、季節的な動きが例年並みであることから、今のままの推移と判断している。
スーパー（経理担当）	・ 消費者の低価格志向の高まりを受けたまま、クリスマスから年末・年始商戦に突入すると、最も消費マインドが高まる時期に盛り上がりや欠く可能性がある。
スーパー（企画）	・ 政治的な国際問題や国内政局に変化が出てくるため、具体的な政策や法律、税制面での課題への対応の進捗よくが、消費者の安心や期待に変化していく。
スーパー（販売担当）	・ 客は買得商品があれば、行列に並んでも買物をするが、その商品だけを購入してほかには買い回らない傾向があるため、客単価が昨年を上回らない状況が続いている。
スーパー（開発担当）	・ 客単価も来客数もあまり変わらない。これから年末にかけて景気の上昇を望みたい。
スーパー（社員）	・ 客の来店や購買を喚起するために、以前に比べて当社も競合店も、多くのチラシなどを投入している。客の購買意欲の向上につながっているため、店頭の活発な状況は続くが、競合相手が増えて、競争が激しくなりつつあることが気がかりである。

コンビニ（経営者）	・菓子類のプライベートブランド商品を多く陳列し、客の囲い込みをして売上を維持する。
コンビニ（店員）	・売上アップの好材料もなく、当分は現状のまま大きな変化はない。
コンビニ（店員）	・繁忙期が終わり、横ばい状態になる。
家電量販店（店員）	・景気が回復する要因がない。
乗用車販売店（経営者）	・新車の販売、車検、一般修理のすべてにおいて予定台数よりも少なく、増える見込みもない。
乗用車販売店（営業担当）	・年末商戦に向けての来店促進などを行うので、今月から考えると12月の初旬までは、来客数、販売量は増加するが、景気そのものの回復ではない。様々な数値が低い10月に比べると改善傾向となるだけである。
乗用車販売店（営業担当）	・今はメーカーからリコールが出ており、どんどん客が来ている状況であるが、この波が終わると景気が良くなるとはいえない集客状況となる。
住関連専門店（店長）	・これまでの傾向と同じで、総選挙が終わり世の中が一段落するまで、世間の消費活動は鈍化する。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・販促の種類なかで特に特典の大きい内容にすれば、一時的に買上点数や単価は上がってくる。最近は安い時に買いだめをする際の売上増しか期待できない。今後も衝動買いのような購入ではなく、賢く購入する動きが続く。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・今後の状況は天候次第である。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・ほぼ前年並みの推移となる。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円高の状況や消費者の意識が変化する要因は見当たらない。
一般レストラン（経営者）	・年々、忘年会の大口予約が少なくなっている。
スナック（経営者）	・あまり期待はしていないが、数か月前よりは多少良くなってきている。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・景気が回復しそうな政治活動や経済環境の好材料が見当たらない。
観光型ホテル（経営者）	・今後は各種イベントが増え、来客数が増えてくる分、今月よりは良くなると思うが、全体的に景気が良くなっていくわけではない。
観光型旅館（経営者）	・ガソリン価格が下がる傾向にはあるが、電力供給に不安が残るなか、家庭の消費はかなり厳しい。
観光型旅館（団体役員）	・行楽シーズンである10、11月の予約を見渡してみても、やや弱含みである。長距離バスの確保が難しく、バスの手配に苦労しているとの情報もある。
都市型ホテル（支配人）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要も期待薄であり、景気浮揚の兆しもみえない。
旅行代理店（広報担当）	・先の見通しで、明るい要素が見当たらない。年末年始の日並びは9連休と悪くないので、期待しているが、現状はそれを上回るような動きはない。
タクシー運転手	・貿易摩擦の解消が必要となっている。
タクシー運転手	・外に料理を食べに行ったりする機会がこれから増えるが、タクシーの場合は事故で電車が止まったり、急な雨でもない限り、厳しい状態がこれからも続く。
タクシー運転手	・これという要素もないので、まだまだ悪くなる。紅葉目当ての客にも期待できない。
タクシー運転手	・現政権の不安定さを要因とした国家としての基盤が危うい現状では、経済活動も現状維持が精一杯である。個々の企業努力だけで対応できるものではない。
観光名所（経理担当）	・今月は当市街地の各所でいろいろなイベントがあり、天候にも恵まれ、かなりの人出がみられた。売上も来客数も昨年度には届かないが、例年に比較するとかなり増えている。旧来の店舗が商品構成や商品陳列の大幅な模様替えなどをかなり積極的に行った効果か、来客数、売上がアップしている。ただし、客単価は依然として横ばい状態である。来客数の増加はみられるが、なかなか売上の増加につながらない。今月は少し数字が良かったが、来月については弱気である。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・消費税増税は決まったものの、社会保障関連の動きがみえない状況のなか、消費者は今後に備えるために自己防衛に回る。それに伴い、現状維持か節約が進んでいく。
美容室（経営者）	・今回は衆議院の解散や、政党の動きなどで差が出る。それによって人の気持ちが明るくなったり、落ち込んだりするるので、購買意欲が変わる。
美容室（店員）	・客の次回予約も、単価の高いメニューが増えてきている。

	その他サービス [コインランドリー] (経営者)	・消費マインドに影響を与えるような景気の変化は期待できない。
	その他サービス [生命保険] (営業担当)	・依然として景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は伸びない。
	その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・書籍に併設する文具やカフェの売上は順調であるが、売上全体を底上げできるまでには至っていない。
	住宅販売会社 (従業員)	・国内外に諸問題が山積みのなか、政局も不安定であり、明るい展望が見出せない。
	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・今後は、近隣国との諸問題の影響による海外売上規模の大きな企業の業績不安から、消費マインドの悪化が心配される。ただし、百貨店の全面オープンなど梅田周辺でのにぎわいによる上昇には期待したい。
やや悪くなる	商店街 (代表者)	・新規オープンが落ち着くと、少子化、オーバーストア状態が加速し、すべてが悪くなる。
	一般小売店 [花] (経営者)	・中国問題で、安い資材が入りにくくなっている。これからクリスマス、正月と資材が必要であるが、コストが上がり、利益の減少が見込まれる。
	一般小売店 [精肉] (管理担当)	・全体的な消費動向は縮小傾向にあり、どの場所でもどれだけ盛り上がるのか、どの店が売上を伸ばすのかで、大きな波ができるように感じる。関西においては梅田地区の百貨店のリニューアルオープンが年末商戦に影響し、それを局所的にでも超える力がないと、波に飲まれて景気動向以前の問題になる。
	一般小売店 [雑貨] (店長)	・売上の減少要因しか見当たらない。
	百貨店 (売場主任)	・低単価品の質が向上しつつあるなか、それらを生活にうまく取り込むことが、よりスマートな消費スタイルだという認識が浸透してきており、客単価の維持が難しいと感じている。
	百貨店 (売場主任)	・景気が不透明であり、政治、外交においても不安要素が多い。そのようななか、周辺では梅田地区の百貨店がリニューアルオープンするなど、顧客が一時期、奪われる可能性があり、現状から回復する要素に乏しく、今以上の厳しさが予測される。
	百貨店 (企画担当)	・年末商戦の時期に、競合店の全館オープンによる近隣地区への客の流出が懸念される。
	百貨店 (企画担当)	・梅田地区での百貨店の増床オープンに伴い、梅田地区への集客が増える一方で、当地区への客足は鈍る可能性が高い。
	百貨店 (売場マネージャー)	・経済全体では尖閣問題や政治不安などがあり、観光業を含め、我々のような小売業も大きな影響を受けている。一方、身近な所では、気候要因などで今後の重点商材であるコートなどの重衣料が売れにくい可能性がある。
	百貨店 (店長)	・現在の経済状況や日本の政治の不安定さが、今後も良い影響を及ぼさない。
	スーパー (経営者)	・客単価の下落が止まらない状況である。来客数や顧客データをみると、既存の客は来店があるようだが、価格競争や節約志向の影響なのか、客単価は低下している。
	スーパー (店長)	・暖冬予報が出ており、冬物商材の動きに期待が持てない。現状は必要な時に必要な物しか買わない傾向が強くなっている。
	スーパー (店長)	・対中国、韓国の問題はもとより、ここにきて政治に大きな動きが出てきており、政情不安の増大が懸念される。しばらくは不安定な状態が続くような気がする。
	スーパー (広報担当)	・中国における景気減速、反日機運による製造業などへのマイナスの影響や、国内での電気料金値上げの動きなどにより、消費マインドの冷え込みが懸念される。
	スーパー (管理担当)	・消費の増加を誘発するような材料が特段見当たらない。
	コンビニ (店長)	・来客数の減少は気温が影響している可能性もあるが、このところは給料日後の2～3日は販売が伸びても長続きしない。何となく景気が悪いという感じが続いている。
	衣料品専門店 (経営者)	・秋物が売れていないために冬物の仕入れが控えめになっているほか、ヒット商品がないため、今後売上が回復するのは難しい。
	衣料品専門店 (営業・販売担当)	・秋冬物スーツ、ジャケットの立ち上がりの売行きが悪い。クールビズで崩れたファッションが立ち直らない。
	家電量販店 (経営者)	・高級白物家電や太陽光発電は活発な動きが継続する。
	家電量販店 (店長)	・今年の下期は前年実績と同じぐらいの推移になると思われる。エコポイント制度やアナログ停波による需要の先食いでも縮小した市場は回復しない。

乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の終了とともに、受注が想像以上に落ち込んできている。	
乗用車販売店（経営者）	・消費者がみんな守りに入っているため、先が明るくなるニュースがない限り変わらない。	
乗用車販売店（経営者）	・国内的には解散総選挙の日程も決まらず不安定で、対外的にも尖閣諸島、竹島の問題も全く解決の道筋がみえず、中国向け輸出も減っている。政治、外交などの問題が解消されるまで、経済的に潤いをもたらす刺激材料はない。しばらくは、景気は低迷する。	
乗用車販売店（販売担当）	・新型車などの商品力も乏しく、現状維持ができるか心配である。	
一般レストラン（スタッフ）	・9月までの猛暑や節電の反動、政局の不安定さで、消費活動、特に比較的高単価の外食に影響が出る。大阪は梅田地区での百貨店のリニューアルオープンがあり、若干期待できるが、そのほかの地域は厳しくなる。	
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・今月は気温が思ったよりも下がらず、来客数が減少している。	
観光型旅館（経営者）	・先行きは景気に左右される。世の中が明るいニュースにあふれるように願うばかりである。	
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊に影響のある中国問題は解決しそうもなく、早くとも来春以降との見方である。宴会でも、忘年会の予約が低調で、円高と対中国貿易の諸問題から、宴会どころではないとの企業が多い。	
都市型ホテル（マネージャー）	・客室部門の中国からの宿泊客がほとんど見込めない状況で迎える旧正月は、非常に厳しい状況が予想される。一般企業も中国の影響と不安定な政局により、動きがより鈍化する可能性が高く、良くなる要素は見当たらない。	
都市型ホテル（総務担当）	・レストラン利用客の減少が止まらない。対応策として販売単価を下げざるを得ず、結果として売上の減少を招くという悪循環に陥っている。宿泊も同様に、販売単価を下げた稼働率の維持を図っている。	
都市型ホテル（客室担当）	・毎年、クリスマス、年末年始は売上を稼げる時期ではあるが、現状も単価が上がらずに苦しい状況であるため、今後もこの傾向は続く。	
旅行代理店（経営者）	・韓国向けの年末年始の予約は若干戻りかけているが、間際予約は非常に弱い動きである。10月の受付は1年ぶりに前年を割りそうで、今後も尖閣問題等がかぎとなりそうである。	
旅行代理店（従業員）	・尖閣諸島問題や不安定な政局で、消費マインドは低下している。	
通信会社（経営者）	・中国問題による影響が出てくる。	
通信会社（企画担当）	・関西の空洞化が進む。	
観光名所（経理担当）	・この秋からの落ち込みはこれまでよりも大きく、これから閑散期へ入っていくため回復は望めそうにない。	
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・アジアからの観光客が伸び悩むほか、国内で観光や行楽のマインドが高まるようなニュースはほとんどみられない。	
その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージのため服を脱ぐので、寒い時期になると来客数が減少する。	
住宅販売会社（経営者）	・現在、消費税増税の駆け込み需要で業績は上がっているが、そろそろ陰りがみえ始めている。	
住宅販売会社（従業員）	・新築マンション販売は、米国の大型金融機関の破たん後に廉価で事業用地を仕入れた案件については、順調に売れてきたが、年末から販売開始される案件は、土地、建築費共に上昇局面での仕入案件であり、販売価格が上昇傾向にある。消費税増税前の駆け込み需要はあるものの、販売不振案件が増加すると予測される。	
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）	・現状の取引件数は現状維持のままで、増加には転じない。金融機関の融資姿勢も一段と厳しさを増している。	
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・今後は、消費増税を見越した住宅購入者が増加するという予測もあるが、最近では住宅ローンの融資審査に通らない低所得者層が増加しているという、建売業者の意見も多い。	
悪くなる	商店街（代表者）	・秋から年末商戦に入っていく時期であるが、期待が持たず、一時的な催し物に期待するのみである。今後も天候不順や国家運営などに大きく影響される。
	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・為替相場の動きが不透明で先行きが読めない。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・鉄工所の多い地域で商売をしており、日中関係の悪化による影響がここまできている。日中貿易が少し改善すれば、地域の購買意欲も上がってくれるのではないかと期待しているが、期待はあくまでも期待であり、現実的にどうなるか不安である。

		一般小売店〔花〕（店長）	・みえない不安など、何もかもがマイナスである。消費者の買い控えもまだまだ続く。
		コンビニ（広告担当）	・スポット的に伸びる業態はあるかもしれないが、根本的な政治不安や増税の決定、原材料高騰、外交問題（中国、韓国）による輸出入の減少、社会保障などの不安要素があり、まだ解消されていない。
		衣料品専門店（経営者）	・先行きの不透明感がある以上、景気が良くなるとは考えにくい。
		家電量販店（企画担当）	・東南アジアのメーカーの勢いが止まらない。日本の家電メーカーがあまりにも落ち込み過ぎている。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金も終わり、良い材料がない。これから冬のボーナスに向けての販売となるが、車種などにあまり良い条件がそろっていない。
		一般レストラン（経理担当）	・中国、台湾の観光客が減っており、少しずつ景気が悪くなるのではないかと懸念している。
企業動向関連 (近畿)	良くなる	建設業（経営者）	・このまま年度末まで、問い合わせを含めて受注も増えていく。土地の動きについては、消費増税をにらんで動いているという話も出ている。
	やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・毎年の動きであるが、年末年始には消費者の購買意欲が高まる。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量が増えてきている。
		木材木製品製造業（経営者）	・いよいよ新規事業の計画が目前になり、最後の詰めの段階となった。これで売上、利益共に増加が見込めるようになってきている。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・スマートフォンやコンピュータを使った顧客や企業のプレゼンテーションの方法がデジタル化してきている。印刷のメディアとデジタルのメディアの複合がますます重要になってきている。
		化学工業（経営者）	・年末や年明けの少し大きめの案件がいくつか決まったり、新しい取組の話が具体化してきたりと、明るい話題が急に多くなってきている。
		化学工業（企画担当）	・年末年始を迎えることから、例年と同じ傾向で食品の需要が高まり、販売量が伸びる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・年末に向けて準備を進めている。
		輸送業（営業担当）	・中国での製造から国内工場での製造に切替える動きが今月も増えているため、景気が良くなっている製造業者も多い。
		輸送業（営業担当）	・学習機のシーズンに入ってくるので、今の状況が続けばやや良くなる。
		輸送業（商品管理担当）	・年末に向けてお歳暮、クリスマスプレゼントなどの受注が増えるため、景気は徐々に良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・年末年始までは拡販時期になる模様である。
		コピーサービス業（店長）	・大阪駅周辺の商業施設のオープンが重なり、年末に向けて徐々に活気を取り戻す感じがする。年賀状印刷の受注も昨年を上回っており、今後も順調に推移する。
変わらない		プラスチック製品製造業（経営者）	・新商品の企画などがかぎになるが、従来からの商品の内製化による利益率アップを優先するため、飛躍的な改善は望み薄である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注量や販売量の動きの変化が全くない。
		金属製品製造業（営業担当）	・メガソーラー向けなどの特需もある一方で、自動車メーカーなどの減産も予想されており、不透明感は否めない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月では大きな落ち込みはないが、長期的にみると先々には良くない兆候がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・日本の金融緩和により円安になることで、輸出産業に好影響が出ることを期待したい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・世界的に悪い方へ傾いているが、中小企業にとって数字のわずかな変動は、工夫と努力で克服できる余地が大きい。その点は救いであり、国内の大手企業は大変だろうと同情する。国際経済はまだ悪化するが、その分は自力で補うことができ、うまくいけば相殺できる程度の影響にとどまる。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・良くなる要因がない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合いが少なく、受注の兆しがみえてこない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・もっと東日本大震災からの復興が進めば仕事も増える。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注済みの海外設備器具の生産が続くため、短期的にみれば変化がない。

	その他製造業〔履物〕 (団体職員)	・9～10月はイベントなどもあり生産量が増加したが、11月以降の受注は例年並みで推移しそうである。
	建設業(経営者)	・今後も厳しい価格競争が続くと予想される。東日本大震災からの本格復興が始まれば、職人の確保は困難になり、建設資材の高騰も予想される。
	建設業(経営者)	・年末の賞与に期待したいところであるが、政治の停滞と日中関係の悪化で民間企業には期待できず、公務員頼みである。
	輸送業(営業所長)	・新規案件も少しだが増えてきている。しかし来年以降の話が多い。
	新聞販売店〔広告〕 (店主)	・クリスマスから年末商戦に入っていく季節なので、折込の回復を期待したい。
	司法書士	・現在のところ案件も少なく、現状を変える大きな要因も見出せないで変わらない。
	経営コンサルタント	・回復するような明るい見通しが立っておらず、受注の動きも良くない。
	その他サービス〔自動車修理〕 (経営者)	・これと違って変わる要素がない。
	その他サービス業〔店舗開発〕 (従業員)	・百貨店のグランドオープンや駅ナカ商業施設の開業で、年末にかけて梅田地区は大いににぎわうことになる。ただし、梅田への一極集中化が進むことにより、周辺駅を中心に地盤沈下が進む。
	その他非製造業〔機械器具卸〕 (経営者)	・得意先が減収減益なので、設備関連や消耗品の動きもシビアになっており、受注につながらない。
	その他非製造業〔商社〕 (営業担当)	・販売量の予想が立たない。
やや悪くなる	食料品製造業(従業員)	・ここ1年ぐらいの様子を考えると、国内での販売増は望めない。中国以外の東南アジアに少しでも商品を紹介できればよいと考えている。日系企業もベトナム、ミャンマー、タイ辺りを強化しようと考えているようなので、日本食についても良いイメージが強まってくる。時間はかかるかもしれないが、少しでも販路を広げれば先がみえてくる。
	繊維工業(総務担当)	・催事での集客数の減少で、販売額が減少している以上、年末年始に向けて利益確保が難しい状態である。
	繊維工業(団体職員)	・国産品への需要も徐々に高まり、大口需要の引き合いもあるが、それ以外は景気の低迷感により不透明である。
	繊維工業(総務担当)	・取引先の動きが、最近大きく変わってきたと感じる。販売が伸びないどころか減少をきたしている既存店が多くなっている。そのため、企画や材料の変更などにより、いったん決まった生産(仕入)計画を遅らせたりと、買手の都合による問題が出てきている。
	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・状況が良くなる予測はできない。
	金属製品製造業(管理担当)	・大阪の大手家電メーカーの経営悪化に伴う、リストラや事業削減などの影響を受ける。
	一般機械器具製造業(設計担当)	・企業業績が芳しくない状況で、賞与も期待薄である。
	電気機械器具製造業(企画担当)	・政府の景気対策や節電需要も一服し、東日本大震災の復興需要の反動も徐々に出てきているため、年末に向けて厳しい状況が続く。
	その他製造業〔事務用品〕 (営業担当)	・新商品を開発しても、受注量、売上共に減少が続いている。
	通信業(管理担当)	・電気料金の値上げが行われる。
	金融業(営業担当)	・価格競争も激しいが、中小企業金融円滑化法も期限が近づき、返済負担が増加する。今後は金融機関の出方によって、企業の生き残りが大きく左右されることとなる。
	広告代理店(営業担当)	・1か月前までは、久しぶりに広告を出稿したいというクライアントが増えていたが、最近はそのクライアントが急に減ってきている。
	広告代理店(営業担当)	・今期の業績の悪い企業が広告を絞ってくる可能性が高い。
	経営コンサルタント	・小売業でいえば、12月を前に、ただでさえ支出が落ち込む時期となる。
悪くなる	化学工業(管理担当)	・尖閣諸島問題による中国輸出の激減や、欧州の信用不安の再燃が懸念される。
	不動産業(営業担当)	・神戸から事業所がなくなり、全体の数が減ってきている。円高が続く限り、神戸の景気は悪くなる。
	その他非製造業〔電気業〕 (営業担当)	・中国問題で、政治経済面での展望が全くみえない。
雇用	良くなる	—

関連 (近畿)	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・景気自体は年度末に向けて良くなるものと思われるが、業界自体は労働者派遣法の改正もあるため、正直なところ分からない。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・12月から2014年3月卒業予定の学生の採用活動が開始される。
変わらない		人材派遣会社（経営者）	・下期に入り1か月が過ぎたが、動きは閑散としており、悪い状況が続いている。これが続けば、このまま悪いまま終わってしまうのではないかと危惧している。
		人材派遣会社（役員）	・改正労働者派遣法が施行されたが、具体的な運用見通しが不透明で、求職者の派遣離れが進む。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・年末から年明けにかけての動きを考えると、中国への依存度が高い関西では依然として低迷傾向が続く。
		職業安定所（職員）	・正社員の採用意欲は高いとはいえないが、業績の回復、拡大による新規求人の増加傾向は、当面の間は継続すると思われる。消費税の増税を控え、大きな需要を見込む業界もあるが、隣県では千人規模の雇用調整が予定されているほか、尖閣問題の今後の状況で大きな影響を受けるといふ事業所の声も多いなど、先行きの不透明感が増している。
		職業安定所（職員）	・円高や欧州の信用不安の拡大、さらには中国問題もあり、先行きは引き続き不透明である。
		職業安定所（職員）	・世界経済の減速、日中関係の悪化などにより、日本企業の生産活動に影響が出てきており、雇用の先行きは不透明である。
		職業安定所（職員）	・中国問題や米国の景気低迷などは、日本に強い悪影響を与える。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設関係の日雇い労働者の減少に制約されて、必要な労働者数を確保できないため、受注量を制限せざるを得ないという声が続いている。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・製造業以外の求人数は伸びてきているが、今後継続するかは不透明である。
		学校〔大学〕（就職担当）	・積極的な景気対策を切に望んでいる。
やや悪くなる		人材派遣会社（支店長）	・10月に施行された改正労働者派遣法により、クライアントの派遣離れが予測される。また、求人数の動きもさることながら、求職者に対する制限も、今後の景気に影を落とす。
		人材派遣会社（営業担当）	・新規求人倍率、有効求人倍率共に低下し、雇用に力強さはない。個人消費の手控えも感じられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西の地元企業の動きがどれだけ回復するかは左右される。梅田地区の百貨店や大型開発のオープンに向けて、機運の高まりを期待したい。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人件数の落ち込みもさることながら、現政権の下では重要法案通過の見通しもなく、対中国、韓国などの重要貿易相手国との関係も改善の兆しすらない。このような状態で、景気が良くなる理由は見当たらない。
		職業安定所（職員）	・直近では有効求人倍率は、0.80倍と前月を0.01ポイント下回っている。しかし、新規求人数（原数値）は前年同月比で8.9%増と前年を上回ったが、製造業が平成22年1月以来、32か月ぶりに前年を下回っている。円高、海外経済の減速の長期化などにより、今後はマイナスの影響が出てくるのが非常に懸念される。
		民間職業紹介機関（支社長）	・中国リスクや海外景気の不透明感により、製造業に減産の動きがあり、国内消費にも陰りがみられる。
	悪くなる	—	—