

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	百貨店（服飾品担当）	・顧客の購買スタイルが、消費税増税後は2つのタイプに分かれている。1つ目は節約志向にシフトした堅実タイプであり、2つ目は増税に関係なく、モノが欲しいというよりも、買物そのものを楽しみたいというタイプである。後者は、モノ自体よりも、それを売るためのアクション（販促、イベントなど）に納得してもらえれば購入につながる。前者についても、しっかりと節約する一方、長く使える大事な物はお金をかけて選んでいる様子である。
		乗用車販売店（販売担当）	・年末商戦、ボーナス商戦の時期に入っていくため、販売量は増える。
	やや良くなる	観光型旅館（経営者）	・景気の回復感が出てきている。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・現時点の株価の上昇をみても、政権に批判的なマスコミや評論家は厳しい見方をしているようだが、景気は本格的な回復基調にあると感じる。
		美容室（店員）	・予約状況をみると、年末は例年どおり来客数が増加する。
		商店街（代表者）	・当商店街では今月末から歳末大売出しを開催する。テーマは商店街の原点回帰であり、年内は毎週末に生活応援の抽選会を行う予定である。
		一般小売店[花]（経営者）	・クリスマスやお正月には季節商品の売上が伸びるため、一時的な景気の上昇が見込まれる。
		一般小売店[事務用品]（経営者）	・消費税率10%への引上げを決断するかどうかの気になる。
		一般小売店[鮮魚]（営業担当）	・輸出が増えており、今のところは受注も順調に推移している。
		一般小売店[家具]（経営者）	・季節的要因で良くなる。
		百貨店（売場主任）	・改装効果がこれから発揮される。当店の商圏は都心店ほど大きくなく、改装などがマスコミに取り上げられることは少ないが、地道に前年比プラス5%を目指していく。
		百貨店（売場主任）	・秋から冬への季節の変化が順調であり、冬物衣料やクリスマスギフトなどの需要拡大や、外国人観光客による免税対象商品の拡大が認知されることで、売上の増加が期待できる。
		百貨店（企画担当）	・免税対象商品の拡大により、今後も外国人売上の大幅な増加が見込まれる。その規模は、今月と同様に消費税増税による売上の落ち込みを上回るとみている。
		百貨店（営業担当）	・店頭売上は海外からの観光客を除けば低迷傾向であるが、一部の優良客は更に高額なブランド品や美術品を購入することが予想される。
		スーパー（広報担当）	・年間の最大商戦である12月には良くなってほしい。
		コンビニ（経営者）	・今後もプレミアム商品の新製品が次々と発売される予定であり、客単価の引上げ効果が期待される。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・例年よりも早い時期から、冬物スーツやコートのオーダーが多く入っている。また、引き合いや問い合わせも多い。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車が発表される予定のため、受注量が確保できる。
		高級レストラン（スタッフ）	・年末にかけて、忘年会や打ち上げなどで忙しくなる。
		一般レストラン（経営者）	・宣伝方法を変更している最中であり、今のところ予定が入っている12月くらいまでは良くなる。1月からの見込みは未定であるが、期待は薄い。
		スナック（経営者）	・30年以上営業を続けているので、方向を変えるためにも、イベントなどの開催を来月から考えており、その効果に期待している。
		観光型ホテル（経営者）	・先行予約も好調であるなど、まだしばらくは好調が続く。
都市型ホテル（スタッフ）	・食堂部門は、土日の予約は例年並みであるが、平日の利用は予約率、単価共に低下傾向にあり、苦戦を強いられている。会議や宴会は、消費税増税分がなかなか価格に転嫁できず、受注単価は下がっているが、予約率は好調である。客室部門では、アジアからの観光客の増加もあり、予約率、単価共に大きく上昇している。		
都市型ホテル（客室担当）	・今後も国内の観光客や海外からの客が増える。爆発的な増加ではないが、緩やかな上昇傾向が続くと予想される。		
タクシー運転手	・京都は秋の紅葉で観光客が多くなる。		
通信会社（社員）	・一部の富裕層による消費はかなり活発である。従来のサービスをグレードアップしたメニューの販売に期待したい。		
競輪場（職員）	・この業界では、正月期間は客単価が上昇する傾向がある。年末に最高位グレードのグランプリを開催するため、客単価は上昇するが、その後は低下が予想される。		

	<p>その他レジャー施設 [球場] (経理担当)</p> <p>その他サービス [コインランドリー] (経営者)</p> <p>住宅販売会社 (総務担当)</p> <p>その他住宅 [展示場] (従業員)</p>	<p>・10月はプロ野球の試合や人気グループのコンサートが開催され、例年以上に盛況であったが、11～1月も多くコンサートが予定されているため、来客数の増加傾向が続く。</p> <p>・年末の繁忙期を迎えるが、節約よりも、時間のゆとりを求める人が増えてきていると感じるため、ランドリーの利用は増える。</p> <p>・年末に近づくほど駆け込み需要が期待できる。</p> <p>・10%への消費税率引上げとなった場合、猶予期間は、注文住宅の場合は来年3月までの契約が条件であるため、それまでは増加傾向が続く。</p>
変わらない	商店街 (代表者)	・外国人向けの免税対象商品が拡大し、外国人観光客の購買に期待しているが、それ以外の購買意欲は低調であるため、トータルでの売上増加は期待できない。
	一般小売店 [時計] (経営者)	・同業者の店が閉店すると聞いた。地域は異なるが、今年に入って2件目である。スマートフォンや携帯電話の普及に押されて、どの店も経営が厳しくなっている。生活の余裕のなさで、時計を持つ意欲も高まらない。2～3か月では、余裕のなさが改善されるとは思えないため、当分は厳しい状態が続く。
	一般小売店 [精肉] (管理担当)	・神戸牛の引き合いが強くなっており、高級品が動いているが、海外からの観光客の需要増によるものと考えられる。ただし、関東では需要が高まっていると聞かすが、決して足元の売場で動いているとは感じられない。海外からの観光客がレストランで注文する動きが中心である。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	・物価は確実に上昇しており、収入がそれに伴っていないので、消費者の買物がシビアになっている。消費者は自分が納得した物であれば、多少高価でも購入してもらえが、現実には個人の給料が増えている実感はないため、今後の景気が良くなるとは思えない。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	・商品全般の売行きが悪いため、先行きの不安を感じる。
	一般小売店 [家具] (経営者)	・消費税の増税が決まるかどうかにより左右されるため、先行きの予測が立たない。
	一般小売店 [野菜] (店長)	・状況が変わる気配はない。
	一般小売店 [菓子] (営業担当)	・可もなく不可もないという状況が続いている。当社の取扱商品はぜいたく品やし好品のため、客の財布のひもは固くなっている。
	百貨店 (売場主任)	・免税売上の大幅な増加が引き続き期待されるものの、生活必需品の値上げや、今後の消費税増税への不安感から、消費全体は鈍化する。
	百貨店 (売場主任)	・客の収入が増えない限り、景気は良くなる見込みはない。現状は収入が大幅に増える状況にはなく、良くなる要素に欠ける。取引先も売上重視から利益重視に変わっており、商品の消化率を優先する傾向が強くなり、積極的に商品を増産する状況ではない。気温次第でアパレルの売上は左右されるが、大幅な改善は期待できない。
	百貨店 (売場主任)	・国内の景気対策の早期実施など、効果の上がる政策が求められる。
	百貨店 (企画担当)	・消費税増税後の客の動きが、なかなか回復しない。
	百貨店 (営業担当)	・暖冬が予想されており、冬物商品の売行きが引き続き低調となる。
	百貨店 (販促担当)	・年末の消費税増税の判断により、消費者心理の冷え込みが懸念される。増税前の駆け込み需要は、8%への増税時と同じく直前になりそうだが、12月商戦には生活防衛によるマイナスの影響が出る可能性もある。一方、年末年始は良くなる予測もあるなど、見通しが難しい状況である。
	百貨店 (サービス担当)	・今月からのお歳暮の早期受注のほか、クリスマスケーキ、お節料理などの予約は前年比で約1割増えているが、期間全体では前年と同じような水準となる。
百貨店 (商品担当)	・消費の状況が決まって好調とはいえないなかで、消費税の増税の影が見え隠れすることにより、先行きに悪影響を及ぼす可能性がある。	
百貨店 (商品担当)	・外国人客の増加により、売上は前年比で3割増の動きが続いている。一方、国内客の売上は、低額商品と高額商品による二極化が進んでいる。	

百貨店（売場マネージャー）	・前年比でいえば、前年の消費税増税前の駆け込み需要がますます増加してくるため、高額品を中心に現状よりも厳しくなる。ただし、このところは株価が若干上昇しているほか、企業のボーナスも少しは増加する見込みであるため、現状とは大きく変わらない。来客数が増加する一方、客単価がやや低下することで、現状維持になると予想している。
百貨店（外商担当）	・恐らく消費税率10%への引上げが発表され、8%への引上げ時と同様に、駆け込み需要などで消費意欲は高まると思われるが、政情不安や世界経済の急変による株価の不安定な動きも予想されることから、一進一退の状況が続く。
百貨店（マネージャー）	・消費税増税後は為替の変動もあって物価の上昇が続いているが、一般家庭の収入は増えず、富裕層だけが恩恵を受けている。
スーパー（経営者）	・競合店との競争が激しく、客がいろいろな店で買物をするため、客単価の伸びが悪い。
スーパー（店長）	・消費税率の再引上げが意識され始めた一方、大多数の消費者は賃金の上昇が見込めないため、節約志向が強まっている。現状の動きをみていると、当分はこの状況が続くと予想される。
スーパー（店長）	・気温や天候要因の影響もあり、夏以降は消費の状況が良いとはいえない。消費税増税後の価格上昇も、ここへきて消費者の動きに大きな影響を与えており、今後は好転する要因が非常に少ない。
スーパー（店長）	・世間の景気に対する見方は、消費税の再増税の見通しをはじめ、エボラ熱、イスラム国などの国際情勢を不安視する部分もあるなど、不安定な要素が多い。
スーパー（経理担当）	・消費税の再増税が決定されれば、節約志向が強まる恐れがある。ただし、内食回帰で売上が上向き可能性もある。
スーパー（管理担当）	・今後は天候に左右される心配は少ないが、相変わらず原油や原材料価格の高騰が続いているなど、懸念材料は多い。
スーパー（企画）	・消費税の再増税問題は12月に決着するが、その動向をみなければ判断できない。さらに、急激な円安や少しパブルの印象がある株高の推移のほか、量的緩和終了後の米国経済の状況、中国経済の問題など、不安材料は数え切れない。ただし、ひとまず年内は持ちこたえることができる。
スーパー（開発担当）	・原油価格も安定しているが、新たな政策はなく、賃金にはなかなか増加の動きがみられない。
スーパー（社員）	・4月の消費税率引上げによる影響が小さくなった夏以降、店頭価格の上昇を追い風に売上が伸び、当社の業績を支えている。当面はこの傾向が続くと期待しているが、他社の積極的な出店もあり、先行きはやや厳しくなりそうである。
コンビニ（店長）	・商品は冬場に向けて既に入れ替わっており、気温も下がってきている。今後は特に景気が良くなる材料もなさそうであり、現状維持で推移することが予想される。
コンビニ（店員）	・近隣の競合店に客が流れており、先行きの見込みは厳しい。
コンビニ（広告担当）	・今後も景気の停滞が続くと予想している。アベノミクスの効果は日常の消費からはみられない。また、更に消費税率が上がるとなれば、更にシビアになっていくことは避けられない。
衣料品専門店（販売担当）	・消費を抑え、買い控えをする状態がこれからも続く。
家電量販店（経営者）	・消費税増税後の反動減の影響がなくなる分、販売量は増えると予想されるが、単価の低下が著しく、売上の回復までは期待できない。
家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減がいまだに続いている。レジ客数は前年比で93%、客単価は88%となっている。
家電量販店（企画担当）	・季節的に販売の増加が見込める時期であるが、売上を大きく左右する商品や話題がない。
乗用車販売店（経営者）	・新車購入の予約や、車検、一般修理の予約もあまり増えない状況が続く。
乗用車販売店（営業担当）	・新車販売数が目標に届かない一方、修理関連で何とか目標を達成する状態が続いている。新車販売数が変わらない限り、この状態がこの先も続く。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・ぜいたくな考え方が変わり、生活必需品は節約しても、趣味に関する物は購入する。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・来年に消費税率が10%に上がるか上がらないかで、客の心境がどう変わるかに注目している。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・例年12月は、景気の影響ではなく、季節的要因で需要が増えていくが、昨年と比べて良い方に向かっている感覚はない。

その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・為替も落ち着かず、コストや経費も安定していない。また、顧客の購買意欲もみられない。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・経済指標などでプラスの好材料が出ない限り、停滞感は払しょくできない。輸入依存企業への円安対策も必至である。
高級レストラン（企画）	・全体的な需要は回復しているものの、特に海外需要では経済変動やエボラ熱などの不安要素があり、油断できない。
一般レストラン（経理担当）	・関西の景気は穏やかな回復基調に戻っていると思われるが、根本的な改善に向けての対策は乏しい。
一般レストラン（店員）	・固定客に動きはあるが、大きな変動はなさそうである。新規客の来店も増えているので、来客数に変化はなさそうである。
一般レストラン（企画）	・消費税増税前の水準には戻っておらず、特に平日の来客数が戻っていない。10月は、やや上向きの兆候が出てきた程度にとどまる。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・冬の賞与にも大きな増加は期待できず、景気が上向き好材料は見当たらない。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・来客数の減少分を企業努力でカバーしているが、景気が上向き気配がないため、状況は変わらない。
観光型旅館（経営者）	・ガソリン価格は下がり気味ではあるが、食品雑貨などの価格は上がる傾向にあるため、より厳しい状況となる。
観光型旅館（経営者）	・年内は客の動きが良い見込みである。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は増加傾向が継続しており、年内は観光客による利用でツインルームが満室の見込みとなったため、販売制限を行っている。円安による外国人観光客の増加のほか、大型テーマパークの新アトラクション効果が続いている。一方、宴会部門は前年比の見込みがバラついており、判断が難しい。
都市型ホテル（総務担当）	・円安傾向やビザの支給条件の緩和、テーマパークの新アトラクション効果による好影響は、今後も当分は継続する。
旅行代理店（店長）	・良くなる話題がない。
旅行代理店（営業担当）	・海外旅行では円安が懸念材料となっているが、全体的には今の傾向が続く。
タクシー運転手	・一般客のほか企業関係のハイヤー予約も、安定した需要がある。
通信会社（経営者）	・消費税の再増税の動向次第であり、見通しが立たない。
通信会社（企画担当）	・これから景気が上向きなのか、悪化するのかが読めない。
テーマパーク（職員）	・秋の行楽シーズンが終了に向かい、営業もオフシーズンに向かっていく。集客に苦労する時期を迎えるが、外国人客の動向のほか、集客を見込んでいるイベント内容に大きく左右されそうである。
観光名所（経理担当）	・10月は前月に比べて土日の天候があまり良くなく、台風の影響もあり、状況は良くなかった。今月は町のイベントが多かったが、来客数の割には全体の売上が伸びていない。飲食関連やイベントの催事関連の売上はそれなりに伸びているが、物販の方が思わしくない。今月も来客数は前年比で13%ほど伸びている一方、売上は6%ほどの伸びにとどまっており、特に高額商品はなかなか売れない状況である。
観光名所（企画担当）	・昨年のリニューアル効果が薄まり、来場者の減少傾向が続いている。各費用の見直しなどで収益は確保していくが、効果的な販促活動を引き続き行い、少しでも来場者を増加させるよう努力する。
遊園地（経営者）	・客の動向をみる限り、消費マインドに大きな変化はない。ただし、商品を選ぶ目は厳しいものの、ニーズに合った商品は対しては活発な動きがみられる。
競艇場（職員）	・客1人当たりの購入単価と来場者数は横ばいで推移しており、過去の状況からみても、極端な増加は予測しにくい。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・集客状況などは大きく変わらないが、食料費の値上げなど、経営面での不安はある。外国人客の動きは堅調であるが、根本的な安心材料にはならない。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・企業、個人共に景気が良くなっているという実感がないため、消費は控えられる。大企業、富裕層は株高や円安により利益を確保できるが、資金の余裕がないところは全く関係がない。
その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・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増えない。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・年末に向けてまだまだ厳しい環境であるが、ブックカフェを中心とした新業態の新店オープン効果に期待している。
住宅販売会社（経営者）	・インターネット経由の問い合わせが完全に停滞している。消費税増税後の動きがこれほどまでに止まってしまうのは予想外である。

	住宅販売会社（経営者）	・しばらく住宅、不動産の販売状況は落ち着く。
	住宅販売会社（経営者）	・市内中心部の地価が頭打ちとなり、マンションの販売量も頭打ちとなるなど、何とかこれまで業界を引っ張ってきた部門の悪化が予想される。中心地以外への波及を期待したが、効果が出る前に中心部が鈍化することになり、全体的には逆に落ち込む可能性もある。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税の再増税がどう判断されるかによって、今後の消費の動きが変わる。
	その他住宅 [情報誌]（編集者）	・消費税の再増税が決定されるまでは、大きな変化はない。
やや悪くなる	一般小売店 [珈琲]（経営者）	・消費税増税の影響が思った以上に長引いている。
	一般小売店 [花]（店長）	・夏の天候不順による価格の高騰が、産地では今年一杯続くため、買い控えが予想される。
	百貨店（売場主任）	・円安による外国人客の増加が見込まれる一方、食材などの値上がりで家計が圧迫されているニュースが目立つ。大多数の国内客の購買意欲が弱くなっていると感じている。
	百貨店（売場マネージャー）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要が12月10日ぐらいから出始めたため、今年のクリスマス需要、クリアランスセールなどに影響が出てくる。昨年は消費が好調であった、絵画や時計といった高額品の需要も、前年並みを維持することは困難だと思われる。富裕層だけでなく、ボリューム層の消費意欲が回復しなければ、状況は非常に厳しくなる。自動車関係などの製造業の業績見通しも下方修正となるなか、経済状況が大きく好転するとは思えない。
	百貨店（売場マネージャー）	・気温の推移が不安定で、秋物から冬物への移行が前年よりも遅れている。今後は11月さえ乗り切れば、12月には我慢できなくなり、セールに移行する量販店や百貨店も出てくると思われる。景気の先行きが不透明といったメディアの報道が、余計に消費マインドを冷やす恐れもある。
	百貨店（営業企画）	・日銀短観の結果や、エボラ出血熱の感染拡大懸念などのネガティブな要素が、消費マインドの冷え込みにつながる。
	スーパー（経営者）	・年末を控え、賞与を含めた所得の改善が進む見込みは少ない。その一方、輸入品の価格上昇により、販売価格に転嫁せざるを得ないが、このところの競合状況をみると価格競争は激しさを増している。
	スーパー（店長）	・今後は消費税増税前の実績が重くのしかかる。昨年の11月後半からは、耐久消費財や高額商材の販売量が増えたため、その実績を超えることは容易ではなく、前年比では厳しい動きが続く。
	スーパー（店長）	・9月以降は景気の減速感がある。食品や日用品は競合他社の価格攻勢もあり、消費者が価格に敏感になっている。今後は消費の二極化が更に進むと予想される。
	スーパー（企画担当）	・競合店が11月に新店出店するため、多少の影響が出てくる。
	コンビニ（経営者）	・中食の中心である寿司や弁当は、売上が前年比で10%ほど落ちている。近隣ビルの1階の空室に飲食系テナントが入ったことで、客の取り合いになり、競争が激しくなっている。
	乗用車販売店（経営者）	・物価上昇が所得の増加を上回り、消費意欲が高まらない。
	乗用車販売店（経営者）	・円安が進行し、株価も上昇基調であるが、零細企業までは恩恵が回ってきていない。当社を含め、アベノミクス以前の方が良かったという企業も多い。今後、消費税率が10%になると、ますます消費は落ち込む。
	乗用車販売店（経営者）	・世の中が安定してくると、売れる物と売れない物がはっきりしてくる。
	乗用車販売店（営業企画）	・年末に向けて来客数は減少気味であるため、例年以上に不安が大きい。
	住関連専門店（店長）	・間もなく年末年始となり、出費がかさむ時期となるため、緊急ではない買物は先送りするなど、消費者の節約志向に拍車がかかることが予想される。
その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	・食品をはじめとする値上げが目立つ一方、来年に予定されている消費税の再増税の行方も不透明であるなど、将来への不安が広がっている。	
観光型ホテル（経営者）	・消費税の再増税に向けて節約傾向が強まる。	
都市型ホテル（支配人）	・年末に向けた売上の増加はあまり期待できない。企業業績が伸び悩んでいるため、冬期のボーナス支給があまり増えず、個人消費も伸びにくい。	

		旅行代理店（経営者）	・海外旅行の予約が伸びない。日本人は風評に敏感であるため、終息しそうでないエボラ熱やイスラム国の動向が気がかりである。また、不安定な株価の動きや、経済の停滞に関する報道も気になる。
		旅行代理店（広報担当）	・エボラ出血熱やイスラム国などの影響が、今後好転するようには思えないため、状況は悪くなる。
		タクシー運転手	・長年の経験から、霽気的に不景気に向かうことが予想される。12月の中旬ごろまでは今の状態が続く。
		美容室（経営者）	・開店したところからの付き合いの客が多く、介護施設などに入る人が出始めている。今のままでは客が少しずつ減少していくことになる。
		その他サービス[マッサージ]（スタッフ）	・アロマオイルのマッサージは、毎年寒い時期になってくると来客数が減少する。
		住宅販売会社（従業員）	・建築費が高騰しており、新築マンションの価格は既に米国の大型金融機関の破たん前を超えていることから、富裕層向け以外の販売はますます厳しくなっていく。
		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が厳しくなっているように感じる。
	悪くなる	一般小売店[貴金属製品]（従業員）	・相変わらず政治が混乱している。
		スーパー（経営者）	・生活必需品を販売している当社のような業態では、消費者が安値志向を強める動きが増えているように感じられる。
		スーパー（店長）	・確実に来客数の減少が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・洋服は生活必需品であるが、節約は可能であるため、今後はファッションに興味がある人だけが購入するようになる。
		乗用車販売店（経営者）	・車検といった必要最低限の仕事はあるものの、そのほかの仕事がない。受注単価を気にする以前に、そもそも仕事がない。ほかの店舗をみても同じような状況であり、どうしようもないと感じる。
		一般レストラン（経営者）	・周囲からは、景気が良くなる話は聞こえてこない。
企業動向関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業が始まり、商品によっては生産が注文に追いつかない状態である。今後も受注量、受注金額共に向上が見込みである。
	やや良くなる	食品製造業（営業担当）	・年末年始に向けてイベントや行事があるため、今よりも売上は伸びる。
		繊維工業（団体職員）	・年賀用の需要が増えることを期待している。
		化学工業（管理担当）	・円安の進行や米国のクリスマス商戦で、景気が良くなる。
		化学工業（企画担当）	・原料価格の高騰を販売価格に転嫁できない状況が、依然として続いている。ただし、年末年始の食品需要の増加で、一時的には販売価格も向上くと予想される。
		電気機械器具製造業（経営者）	・引き合いが増えていることは間違いないが、景気が良くなっているというよりも、自助努力による結果である。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・季節要因として、12月は年間を通じて一番の繁忙期に当たる。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・地上デジタル放送のアナログ放送への変換が2015年3月に終了するのを前に、年末のボーナス商戦ではテレビの買換え需要が高まる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年度末に向けて、引き合い案件数や受注量が増えている。
		建設業（経営者）	・年末を控え、住宅や事業施設の改修需要が期待できる。
		建設業（経営者）	・今の状況は年度末まで続くと予想されるため、少しずつであるが受注も増加していく。
		輸送業（営業所長）	・10月は一服感があったが、年末に向けては大手スーパー向けの食品配送の予定もあり、好調が予想される。
		金融業[投資運用業]（代表）	・外国人投資家による売却に一服感があるので、年末に向けて株価の上昇が期待できる。あとは停滞感のあるアベノミクスの施策が好転することを望む。
		新聞販売店[広告]（店主）	・11月に入ってプロ野球関連のセールが続いており、折込件数が増えている。またクリスマスや年末商戦に向けての増加にも期待が持てる。
		広告代理店（営業担当）	・クリスマスから年末年始にかけて需要が増えるため、持ち直してくる。
		経営コンサルタント	・日本銀行の政策や今年度の補正予算など、マクロ環境にもプラス要因が多い。家電を中心とした関西の業界も相当変わってくる。
		その他非製造業[商社]（営業担当）	・新製品の発売を開始し、案件数の増加が見込まれる。時期も年末となるため、イルミネーションなどの業界は繁忙期に入る。

変わらない

食料品製造業（従業員）	・年末から年始にかけての好材料が見当たらない。原材料価格が高騰しているが、製品価格に転嫁できない状態であり、このままでは上向くことはない。
家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・忙しいが、受注量にはあまり変化がない。
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・季節的要因を除けば、取引先からは良くなる話がない。
化学工業（経営者）	・新しい話もあるが、ほとんどの案件が先延ばしになっており、当面は景気の回復が難しい。
プラスチック製品製造業（経営者）	・市場には閉そく感があるものの、一点突破型のビジネスモデルが実現すれば、状況は変わる。
金属製品製造業（管理担当）	・建築関連では、名古屋駅前再開発の受注が決定し、1月からは納入が始まるため、生産体制の増設を検討中である。一方、太陽光発電関連事業は電力会社の買取の中断などにより、メガソーラー関連の産業用の出荷が大幅に削減すると思われる。事業の縮小も検討しなければならない。
一般機械器具製造業（経営者）	・顧客の設備投資計画は活発に動いているが、実際の受注までにはまだ時間がかかりそうである。
電気機械器具製造業（経営者）	・国の貿易収支が気になるところである。
電気機械器具製造業（企画担当）	・戸建住宅の着工戸数の増加が見込めないため、厳しい状況が継続する。
電気機械器具製造業（営業担当）	・同業者もよく似た状況であり、あまり仕事が入ってこない。
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・海外、国内の案件を、いかに受注に結びつけていくかが、今後の最大の課題となってくる。
その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新商品の開発も進んでいないため、状況は変わらない。
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・メイドインジャパンの商品に対する関心が高まっており、業界には追い風である。その一方、円安で海外での加工賃や原材料価格の上昇が進んでいる。企業にはその上昇分を製品価格に転嫁することが難しく、利益を圧迫する要因になっている。
建設業（経営者）	・技術者や技能労働者不足はますます深刻な問題になる。今後は工事量が増えても、建設資材の高騰などに建設会社が苦しむことになる。
輸送業（営業担当）	・インターネット通販では食料品の売上だけが増えており、食品以外は前年とほとんど変わらない。
輸送業（営業担当）	・消費税率10%への引上げが決まれば、家具は売れると思うが、それ以外には売上増加につながるものがない。
通信業（管理担当）	・年末商戦を控えて我慢の時期となる。
不動産業（営業担当）	・神戸からの事業所の撤退が止まらないため、事務所ニーズが減ってきている。今後もこの状態が続くため、社宅のニーズもなくなり、賃貸市場全体が停滞してくる。
広告代理店（営業担当）	・取引先からの発注量が、ここ半年間は変わっていない。
広告代理店（営業担当）	・年内は大きな変化がなさそうである。
司法書士	・不動産取引は相変わらず少なく、大きく変化する要因も見当たらない。
経営コンサルタント	・取引先の中小企業は投資に慎重であり、景気を楽観視していない。また大きく失速するかもしれないと考えており、このような状況では景気が良くなるとは思えない。
コピーサービス業（店長）	・年賀状の印刷など、時期的なプラス要因は考えられるが、そのほかの目立った需要は見当たらないため、楽観視できる状況ではない。
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今の状態のまま、年末までは推移しそうである。
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・良くなる要因がない。
その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・全般的な売上減少局面にあって、競争の激しい状態が続いており、単価の低下傾向が進んでいる。今後もあまり芳しくない状況が継続する。
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・問屋を通さずに仕入れを行う業者やユーザーが多くなってきている。実際にユーザーは卸売価格で仕入れるようになってきているので、利益が取れない。
その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今後の政府の経済政策が見通せず、将来の展望が描けない。
やや悪くなる	食料品製造業（経理担当） ・天候の状況も悪く、行楽ムードは盛り上がらない。

	繊維工業（総務担当）	・経費の上昇分を価格転嫁できない状況が、現在も継続している。
	繊維工業（総務担当）	・今後はサービスの一環で着物を着る機会を提供するなど、考え方を変えなければならない。そういった取組を行っている企業は少し伸び、そうでない企業は悪化している状況であり、全体として受注は減少している。
	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・年末にかけてのキャンペーン関連の動きが少なく、昨年の売上の確保が難しい。製菓企業や病院関係は変動が少ないものの、大学や専門学校は厳しい価格競争が続いている。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・瓶を作るという業種は、今後良くなるという材料が見当たらない。
	金属製品製造業（経営者）	・荷動きが悪く、10月以降も改善の兆しがみえない。
	金属製品製造業（営業担当）	・自動車関連では、発注の内示数量が減少してきている。
	輸送業（商品管理担当）	・消費税率が10%に上がるかもしれないということで、様子見をしている人が多い。
	金融業（営業担当）	・現状のままですら10%に消費税率が上がってしまうと、更に景気が低迷することになる。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・来年の消費税率10%への引上げ判断が迫っているほか、物価の高騰が追い打ちとなり、ますます景気は悪化する。
	悪くなる	-
雇用 関連 (近畿)	良くなる	-
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長） 人材派遣会社（支店長）
		・年度末に向けた受注が増え始めている。
		・現在も長期の案件が増えてきているので、この先も案件数は増えると予想される。今のところ、年末の区切りで契約が終了となる人は少ないため、このまま案件数が増え、稼働人数も増えていく見込みである。
		アウトソーシング企業（社員）
		・年末にはボーナスも出るので、全体的に景気は良くなる。
		民間職業紹介機関（大学担当）
		・企業からの求人は、昨年に比べて72.8%の大学が増えていると回答している。
		学校〔大学〕（就職担当）
		・求人については、今後も増加する傾向が続く。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）
		・今月ぐらいから、年度末に向けた求人案件が出てくる時期となるが、昨年とは比べ物にならないほど低調である。この動きが来月も続くとすれば、先行きが心配である。
		アウトソーシング企業（営業担当）
		・アベノミクスによる盛り上がりは終わり、一段落している。求人数は高い水準のまま、横ばいとなってきている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）
		・大型の開発案件がなく、関西経済は停滞した状況にある。求人動向では、人手が足りない業種と働き手の希望にギャップを感じるほか、求人情報の発信がインターネット中心となっているため、求人活動に制約が出てきていると感じる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）
		・消費税率10%への引上げの動きにも左右されると思うが、関西の地元企業は年末に向けて積極的に動き出すと予想される。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）
		・年末に近づき、賞与支給後には退職者が増加するため、その補充で一時的に求人数が増える可能性はある。ただし、これまでのところは求人数の傾向に大きな動きはなく、将来に向けての景気の変化も感じられない。
		職業安定所（職員）
		・新規求人数は増加傾向であるが、製造業では15か月ぶりにわずかな減少となった。事業所からの情報では、為替相場の変動や燃料費高騰などで、設備投資に慎重な動きも出てきている。また、管内の製造業事業所で希望退職者を募集する動きもある。
		学校〔大学〕（就職担当）
		・これ以上の悪化はないと思うが、もう少し様子を見て判断したい。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）
		・労働者派遣法の改正が議論されているが、求職者の安定志向を満足させる内容ではないため、求職者の不安感是不変ではない。
		職業安定所（職員）
		・しばらくは今の傾向が続く。
		職業安定所（職員）
		・長年にわたって地道に少人数で事業を行ってきた中小企業が、先行き不透明なため、債務超過にならないうちに廃業する例が増えている。
		民間職業紹介機関（職員）
		・建設関連を中心とした日雇い求人数は、前年比での減少幅が少しずつ大きくなってきている。
	悪くなる	