

7. 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)		高級レストラン（スタッフ）	・年末が近づくにつれて、忙しくなる。
		競輪場（職員）	・年末年始を迎える時期であるため、例年どおりであれば、客単価が上昇する傾向となる。
		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もなく、来場者数は少なくなっているが、11～1月には多くのコンサートが開催されるので、集客の増加を予想している。
		商店街（代表者）	・季節の変化が急に進んで冬になり、気温の低い日が続けば勝機はある。
		百貨店（企画担当）	・気温が下がりはじめた今月下旬からは、ボリューム層だけでなく、外商顧客にも売上好転の兆しがみられる。これがポイントアップなどの特典による一時的な傾向か、動きを注視しているところである。一方、外国人売上は減少傾向が続いているものの、今月の免税取扱客数は前年並みとなっている。こちら月下旬から好転しているので、推移に注目している。
		百貨店（営業担当）	・気温が前年並みに下がる予報が出ているので、前年に悪かった防寒商品が伸びることを期待している。
		百貨店（販売推進担当）	・今後も商圏の分析や品ぞろえの充実、価格帯の見直し、ターゲットの絞り込みなど、販促策を徹底的に見直して研究すれば、販売増につながるため、景気も浮上していく。
		百貨店（営業企画）	・米国の大統領選挙が順当な結果となり、年内の利上げが実施され、為替がやや円安水準に落ち着けば、楽観的なムードとなる。年末に株価が上昇すれば、個人消費も少しは回復する。
		百貨店（マネージャー）	・株価の上昇で一部の富裕層の購入が増え、宝飾品や特選ブランドの動きに回復の兆しがみられる。11月以降は、前年が暖冬でコートなどの防寒衣料が不振となったため、その反動増を見込んでいる。
		スーパー（店長）	・今よりも良くなるだけで、正しくは元に戻るイメージである。その後、更に良くなれば本当の回復といえる。
		スーパー（店員）	・野菜の価格も落ち着いてくれば、鍋の時期でもあるため、良くなっていく。
		コンビニ（経営者）	・イートインコーナーで飲食をするライフスタイルが定着してきており、今後もファーストフードやコーヒー類、酒類とつまみ類などの売上増加が期待できる。
		コンビニ（店員）	・冬のボーナスシーズンなので、プラス1品の購入が期待できる。
		家電量販店（企画担当）	・年末商戦に向けて、来年4月からのガスの小売自由化を含め、様々な情報の提供を意識的に行うことで、客の消費喚起につながる。また、季節指数も上がる時期となる。
		乗用車販売店（販売担当）	・年末ボーナス商戦に向けて、消費者の購入意欲は高くなっていく。
		一般レストラン（店員）	・2～3か月先には忘年会の季節となり、飲食する客が増加する。
		その他飲食 [ ファーストフード ]（店員）	・今月は残暑も厳しく、客の動きは例年に比べて鈍い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は高止まりのまま推移する見込みである。一方、宴会は忘新年会の先行予約が好調で、前年の水準は既にほぼクリアしている。まだ問い合わせも多く、企業動向の好調さが出てきている。企業の宴会は、一般的に好景気が落ち着いてから反応してくる。設備投資の後に、福利厚生の支出が出てくる形となるため、今後も期待できる。
		旅行代理店（店長）	・学生の旅行が増えるため、それに伴って旅行の活気も春から増してくると予想される。熊本地震や鳥取県中部地震の復興も含めて、そろそろという感覚もある。
		タクシー運転手	・秋の紅葉で徐々に客が増えるため、良くなる。
	通信会社（企画担当）	・ハロウィーンやクリスマスなどのイベント効果が出る。	
	美容室（店員）	・年末になると、髪をきれいにしようとする意識も高まるため、忙しくなる。	
	美容室（店員）	・7～8月以降、顧客の来店が9～10月へと徐々にずれ込む流れがあり、12月、年末を迎えるにあたって、やや客が集中してくる。	
	一般小売店 [ 時計 ] ( 経営者 )	・何の材料も展望のないため、今の状況が変化することは全く考えられない。客の間で出てくる話題は、自然災害への懸念やオリンピックの予算問題などであり、行き着く所は自己防衛である。このまま財布のひもが緩くなるとは考えられない。	

一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・付加価値の高い商品が売れる時期になるが、予算が減ったり、購入数量が減ることは容易に想像できる。今までと同じような対応では、年末は流行する物とそうでない物の差が大きくなり、勝ち負けがはっきりすることが予想される。
一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・やはり不況感が広がっており、低価格志向となっている。年末に向けても盛り上がらない可能性はある。
一般小売店〔花〕(店長)	・生産量が増えなければ、価格は高騰したままとなるため、売上の増加は難しい。
一般小売店〔野菜〕 (店長)	・仕入価格の上昇が反映できないので、ますます苦しい状態である。
百貨店(売場主任)	・一部の富裕層を除いて、節約志向に変化はなく、来客数も微減の状態が続いている。
百貨店(売場主任)	・9～10月は季節商品の動きが鈍かった。前年は暖冬で防寒商品の動きが鈍かったことから、今後は気温の低下による季節商品の売上増に期待するしかない。企業の間接決算も良くない状況が予想されるなか、消費者の収入は一部を除いて増えにくい状況にあるため、景気が上向き要素は見当たらない。
百貨店(売場主任)	・天候要因で秋物が不調に終わり、防寒衣料品に期待がかかるが、購買単価の低下が懸念される。
百貨店(営業担当)	・不要不急の消費を抑制する節約志向が根強く、年末にかけて消費マインドを押し上げるような社会的、経済的要因が見当たらない。
百貨店(営業担当)	・一部の富裕層の優良顧客は、更に高額なブランド品や美術品を購入すると予想されるが、全体的には富裕層も買い控える傾向がある。
百貨店(サービス担当)	・来月からは、新しいショップの導入や、新しいクリスマス企画の実施などの集客策により、前年実績の確保に努めるほか、新しい来店客の確保を進めていく。
百貨店(マネージャー)	・前年は11月以降、暖冬の影響で防寒衣料の売上が前年比2けた減と非常に苦戦した。今年の西日本の気温は、平年並みから低めという予報であり、防寒衣料は前年からの反動増が期待できる。ただし、ここ半年間の全体的な動きとして、買上点数、単価共に微減が続いていることから、回復に転じるほどの期待は持てない。
百貨店(販促担当)	・消費の機運が上がる要素が見当たらない。気温も中途半端な推移になると、重衣料の動きが鈍り、客単価に影響が出る。目立ったヒット商品も期待薄で、株価も停滞しているため、しばらくは厳しい状況が予想される。
百貨店(商品担当)	・需要のポイントであるボーナス商戦は、支給額にかかわらず、必要な物を絞って購入する動きとなるため、大きな消費拡大は期待できない。
百貨店(売場マネージャー)	・このところ、値下げ商品の立ち上げ時期は比較的安定した売上となっている。ただし、衆議院解散などがあれば、下振れする可能性がある。
スーパー(経営者)	・同業他社の様子を見ると、やはりディスカウント業態の集客が増えているのが現状であり、景気の回復やデフレ脱却の道筋はみえない。
スーパー(店長)	・現状は景気が良くないが、これ以上悪くなることはなく、良くもならないと予想される。
スーパー(店長)	・当市の南北へと向かう無料の高速道路を利用し、市内から客が流出する一方、市外から流入する客数は減少している。南北のショッピングセンターは、都市部と違って駐車場が無料のため、時間を気にする必要がない。さらに、商圏人口の減少で来客数が減っているほか、1世帯当たりの買上点数も減少している。
スーパー(店長)	・気温の推移と共に、冬物商品は動き出すことが予想されるが、前半の下振れによる悪影響は避けられない。また、年末商品の売上は年々減少傾向にあるため、期待はできない。特に、年賀状印刷の早期割引受注は、早くも前年を大きく下回る推移を示している。
スーパー(企画担当)	・野菜の相場が落ち着くと、現状維持が精一杯となる。冬物衣料の動向は不透明で、先の予測ができない。
スーパー(企画担当)	・10月は前年よりも日曜日が多いものの、前年比の数字が悪い。11月は前年よりも1日少ない状態であるため、このままでは厳しい。12月に既存店を1店舗リニューアルオープンするので、販促強化も含めて年末商戦に弾みをつけ、売上回復につなげたい。

スーパー（経理担当）	・年間最大の商戦である年末を控え、消費者のマインドがどちらへ向かうのかによって左右される。今年は暖冬ではなく、平年並みの気温が予想されるほか、節約志向の反動が年末年始に出てくることも考えられるため、底堅く推移すると予想される。
スーパー（社員）	・来店を促すキャンペーンを継続的に行っているが、客から高い支持は得ているため、特に主力部門の食料品への消費意欲は根強いと実感している。天候不順の影響は一時的であり、年末に向けたキャンペーンの効果に期待している。
コンビニ（店長）	・客の様子をみる限り、比較的安定した動きをしている。ただし、更に野菜の価格が上がり、入荷がストップする事態となることが心配である。
コンビニ（店員）	・景気回復の材料も見当たらず、現状維持が精一杯といったところである。
コンビニ（広告担当）	・今後も大きく好転する要素が見当たらないため、変わらないと判断している。
コンビニ（店員）	・来客数も販売量も減少している。
衣料品専門店（販売担当）	・シーズンにかかわらず、客の買い控えが続いている。客の様子をみていると、これからも続くと感じる。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・スーツなどの必要な物は、高価でも購入するという客が多い。
家電量販店（経営者）	・客の財布のひもが緩む要素は見当たらないが、大手企業の冬季ボーナスが前年よりも増えるといわれているため、ボーナス商戦に期待している。
家電量販店（店員）	・景気回復が見込める雰囲気は全くない。業界ごとの好不調の差がまだまだある。
乗用車販売店（経営者）	・決まった客が、決まった内容の依頼を持ち込んでくるが、その内容があまり充実しておらず、客に余裕がない様子である。
乗用車販売店（経営者）	・新車の販売予約が減り、一般修理、車検などの伸びもなかなか見込めない。
乗用車販売店（営業担当）	・新聞やテレビから発信される情報を悲観的に受け取る客が多く、特に中高生を抱える家族層には、先行きを不安視する人が多い。将来は更に厳しくなると判断し、できる限り消費を抑える傾向が強まっているため、あらゆる消費は拡大しないと感じる。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・季節の変わり目で、朝夕と日中の気温差が大きくなっている。体調不良で風邪薬やドリンク剤の購入が増えているほか、朝夕の寒さに伴い、保温商品の動きが中旬以降は良くなっている。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・これから忘年会シーズンに入り、売上は増えていくが、昨年を上回るような要因が少ない。海外からの旅行客も多いが、外食店舗全体で考えると、大きく増えていない。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・米国の大統領選挙の結果によっては、世界の株価にプラスの影響もマイナスの影響もあり得る。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・為替が微妙に変化する程度では、購買意欲の向上は見込めない。このまま再び円安に向かったとしても、まずは必需品の購入に流れるため、期待できそうにない。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・現状から好転する要素が見当たらない。本格的な寒さに期待したい。
高級レストラン（企画）	・宿泊におけるインバウンド需要が、天井を打つ動きがみられる。
一般レストラン（企画）	・デフレ傾向は今後も継続すると予測している。ファミリーレストランは販促活動を更に強化しているほか、ファーストフードにも同様の傾向がみられる。各社にとって、来客数をいかに確保できるかがポイントのようである。
一般レストラン（経理担当）	・特に、良くなる兆しも、悪くなる兆しもない。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・来客数、客単価共に前年並みで、季節トレンドから11月も横ばいが予想される。12月の年末商戦までは目立った好材料もないため、景気が上向くとは思えない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・景気が良いとは全く思えない。ヒット商品も大きな流行もない。野菜が高騰しているため、ドリンクは健康志向の野菜関連の販売が増えると予想される。
観光型ホテル（経営者）	・今年度に入って、毎月のように販売量が前年の水準を下回っている。今後もしばらくは、その傾向が続きそうである。
観光型ホテル（経営者）	・来客数は多いが、客単価が下がっているため、忙しい割には売上が増えていない。今のところは起爆剤となる企画がないため、このまま変わらないと予想される。

観光型ホテル（経営者）	・国内で地震などの災害が増えており、支出に関してかなり慎重になっている。また、今後は少子高齢化の影響も大きくなってくる。
観光型旅館（経営者）	・インバウンドが少なくなってきている。
観光型旅館（経営者）	・原材料や食材などの物価が上がってきているため、どうしても販売価格に転嫁せざるを得ないが、一部の客は少し動きが鈍くなっているように思う。ただし、今後も値上げは必須のため、今の状況は変わらない。
観光型旅館（管理担当）	・2か月後までの予約数は増加しているものの、これは今秋からインターネット予約を開始したほか、格安の冬季料金の影響が強く、景気上昇の兆しとは考えにくい。ただし、格安料金に対する客の反応は良く、景気悪化の兆候があるとも思えない。
観光型旅館（団体役員）	・客1人当たりの消費単価、宿泊単価については、前年から微増となっているが、宿泊人員が増えないため、活性化にはつながりにくい。
都市型ホテル（管理担当）	・非常に先が読みにくくなってきている。ただし、しばらくはある程度の好調が続くそうであり、上向きもせず、下向きもせずといった感覚である。
タクシー運転手	・タクシーの利用については、季節的に暑い寒いという両極端な時期に動きがある。汗をかかない時期は、タクシー業界は景気が悪くなる。
タクシー運転手	・法人関係の景気は良くなっているのかもしれないが、内部留保に回り、回復の恩恵が下々に流れてこない。
タクシー運転手	・一般客のほか、企業関係のハイヤー予約にも大きな増減はなく、順調に推移している。
通信会社（経営者）	・大きな変化の要素は見当たらないが、京都市内の不動産、建築関係は比較的好調である。
テーマパーク（職員）	・具体的な景気対策がみえてこないのので、好転する要素が見当たらない。経済の安定成長が国を支えていると思うので、そのケアが不十分だと、大きな成長は見込めない。
観光名所（企画担当）	・現状は国内客の来場動向に変化はなく、引き続き厳しい状況にある。インバウンド客についても、モノ消費から体験型へと需要が変化してきていることから、対策が必要となっている。
遊園地（経営者）	・夏以降は、客単価の推移が不調で、回復の傾向がみられない。
競艇場（職員）	・先月と同様に、全国発売の開催でも売上は横ばい状態であり、大きな変化がない。
その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・現在の施策の継続では、経済状況も含めて大きな変化はない。
その他サービス[学習塾] (スタッフ)	・ここ最近では、生徒数の停滞が感じられる。
その他サービス[ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・大型書店のブックカフェの売上は好調なため、狭小店舗の見直しが必要である。
住宅販売会社（経営者）	・米国の大統領選挙の結果や、衆議院の解散時期など、市場に影響を与えそうなイベントが控えているので、しばらくは今の状況が続く。
住宅販売会社（従業員）	・これまで市況をけん引してきた市内中心部のタワーマンションは、価格の高騰により売行きが鈍化しており、今後も苦戦しそうである。一方、その周辺部の廉価な価格のマンションは、販売が進むと予想される。
住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税の延期に伴い、受注が微減となっている。
商店街（代表者）	・単価や来客数の悪化が続くそうである。
一般小売店[花]（経営者）	・各所での自然災害の影響で、仕入価格などの上昇が見込まれる。生活必需品ではないため、売上にも影響が出てくる。
一般小売店[珈琲]（経営者）	・飲食店やアミューズメント関係では、従業員の雇用が十分にできていない。また、大阪でも最低賃金上がり、人件費のコストアップが個人店の経営を圧迫している。
一般小売店[衣服]（経営者）	・この10月のマイナスを、数か月間でカバーできるかどうかは自信がない。商店街のほかの店や消費者の様子をみても、活気があるようには思えない。数か月後には確実に寒くなっているため、冬物衣料の販売量は増えるとしても、それが昨年を上回る動きとなるかどうかは分からない。

	百貨店（服飾品担当）	・冬物の動きが悪く、アパレルの追加生産が見込めない。年末にコート商戦が回復傾向になったとしても、売れる可能性のある商材の奥行きはなく、売上の限界がみえてきている。一方、クリスマスなどのジュエリーのギフト商戦には、まだ可能性があるものの、プラチナ関連商品がけん引した昨年ほどは、高額商材の売行きは良くならない。	
	百貨店（外商担当）	・顧客の節約志向は続いており、特に高額品については買い控えが進んでいく。	
	百貨店（マネージャー）	・10月までの暖かさから一転、寒くなった影響で冬物商材の動きは若干活発になると思われるが、消費者の気分は上向かない。特に、衣料品に対する節約モードは継続すると予想される。	
	スーパー（店長）	・景気の後退で、収入も伸びない可能性がある。	
	スーパー（管理担当）	・野菜の不作による高騰や、小麦使用食品の値上げにより、消費は鈍化したままとなる。	
	スーパー（開発担当）	・原油の輸入価格、野菜価格の高騰など、物価の上昇が相次いでいるため、景気に影響が出てくる。	
	コンビニ（経営者）	・爆発的な新商品の企画も少なく、従来の商品のマンネリ化で、横ばいの状態が続く。	
	家電量販店（人事担当）	・景気が良くなる具体的な見通しが立てられない。	
	乗用車販売店（経営者）	・輸出関連、国内景気共に停滞し、デフレ傾向も強まっているため、消費者の財布のひもは固くなる一方である。	
	住関連専門店（店長）	・年末などの世間の繁忙期には、いつも客足が減って売上が落ちるほか、今年は顧客単価も下がりつつある。	
	都市型ホテル（支配人）	・熊本地震による自粛ムードの影響もあり、景気の上昇は期待できない。忘年会、新年会の予約も前年を下回っている。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門では、同業他社と同じく、予約率、客単価が低下傾向にある。一方、宴会部門では早くからの予約が目立ち、前年並みの売上が予想される。食堂については、ディナーの販売が少ないものの、ランチの利用者が増えている。	
	都市型ホテル（客室担当）	・現状は訪日外国人の宿泊で稼働率を維持できているが、この先も同じ状態が続くとは思えない。	
	旅行代理店（支店長）	・今年は年末年始の日並びが悪く、長期の旅行需要が少ない。結果として、12月31日と1月1日に予約が集中し、満員でホテルなどが確保できない状態が続いている。	
	旅行代理店（役員）	・インパウンドの増加による、航空機や宿泊施設の在庫の減少もあり、旅行が手配できないケースが発生している。	
	通信会社（社員）	・地域経済はあまり良くなっておらず、全体的に低下傾向にある。	
	その他サービス[マッサージ]（スタッフ）	・オイルマッサージでは服を脱ぐため、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）	・不動産売買よりもリフォーム系の業務が増えている。	
	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）	・全体的に景気の動きが悪いように思われるほか、政府は景気対策を行っているものの、末端の消費者には影響が及んでいない。	
	その他住宅[展示場]（従業員）	・住宅展示場への来場者の傾向としては、消費税増税の再延期で様子見の客が増加している。	
	その他住宅[情報誌]（編集者）	・マンションの販売価格の値下げが水面下で発生することが予想され、更に市場への信頼感が低下する懸念がある。	
	×	衣料品専門店（経営者）	・大企業は良いと聞くが、中小零細企業は社長や経営者が給料を取らなかつたり、従業員に我慢してもらったりすることで、何とか回っている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・マイナス金利政策により、金融機関の手数料が軒並み上がっている。マイナンバーの本格導入で各家庭の収入が減少する恐れがあり、衣料品にしわ寄せがきていることは明らかである。今後、デフレの進行には歯止めがかからない。せめて1～2%でも金利が上がれば、個人消費は伸びると考えている。
	×	一般レストラン（経営者）	・年々、新年会の需要は減少傾向にある。年末の売上は伸びるものの、年始への期待は薄い。また、インパウンドも減少傾向にあり、春節の時期にもあまり期待できない。
	×	一般レストラン（経営者）	・年末年始は家庭での出費が増えるため、ますます外食の機会が減りそうである。
企業動向関連 (近畿)	木材木製品製造業（経営者）	・受注は増加しているが、生産が間に合わず、効率的に事業が進んでいない。供給や生産体制を強化し、うまく事業を進められるように計画中である。	
	化学工業（企画担当）	・年末年始の食品需要が増えるシーズンになるため、販売量が増加する。	

食料品製造業（営業担当）	・年末年始や12月のイベントなどで、消費者の財布のひもは緩くなると思うので、少しは景気が良くなる。
プラスチック製品製造業（経営者）	・一時的な在庫調整が終わり、必要な物を適切なタイミングで、必要な数量だけ作るという動きが軌道に乗っている。部品加工業者からみると、メーカーの生産計画にこの動きが感じられる。
金属製品製造業（営業担当）	・年度末に向けて受注が増えてきている。
電気機械器具製造業（経営者）	・本音としては、全体的な景気は悪くなると思っている。ただし、経済活動がなくなるわけではないので、自社の周辺だけでも景気を良くすることはできると、努力している状況である。
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・航空機関係の動きが遅れていたが、受注に向けた動きが活発化しそうな状況である。
建設業（経営者）	・年度末にかけて徐々に受注が増えていくと思う。ただし、例年に比べると、少し動きが遅い感覚はある。
輸送業（商品管理担当）	・クリスマスがくるので、出荷量が増える。
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・年末に向けて、忙しくなってほしい。
その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・年末のイルミネーションの時期を迎えるが、それも一時的な動きで、その後はまた落ちていく。
食料品製造業（経理担当）	・年末に向かってイベントも多くなり、多少は活気が出る。
繊維工業（団体職員）	・需要期に入り、外注加工などがごく一時的に増えたが、全体的には平常時と変わらない状況である。11月の動きに期待がかかる。
繊維工業（総務担当）	・国民栄誉賞の記念品に西陣織の帯が選ばれ、和装が注目を集めている。また、ノーベル賞受賞者の奥様の着物姿も明るい材料になる。今後は少し違う価値観を提示しなければ、販売につながらないため、新商品の開発に注力していく。
家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量に変化がない。
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・顧客からは、年内に増産する計画は聞かれない。
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・特定の顧客の売上は好調であるが、全体的にみるとあまり良い話は耳にしない。業界全体では、インターネットで安価に印刷を発注する顧客が増える傾向にある。
窯業・土石製品製造業（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
金属製品製造業（経営者）	・海外で現地調達のできない部品、特に電気自動車関連部品が好調である。
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・良くなる要因があまり見当たらない。
電気機械器具製造業（営業担当）	・例年ならば、徐々に受注が増えてくるはずであるが、受注が少ないままで推移している。
電気機械器具製造業（営業担当）	・景気の良い話はない。
その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・受注量には変化がないため、例年並みの状態が続く。
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・景気が回復している実感が乏しく、アベノミクスの恩恵を感じることができない。
建設業（経営者）	・年度末の完了工事の影響で、これからは技能労務者不足や管理技術員不足がより深刻になると予想される。
建設業（経営者）	・公共工事も、解体工事以外はほとんどない。
輸送業（営業所長）	・東京オリンピックが終わるまでは、変わらない雰囲気がある。
通信業（管理担当）	・変動要素が見当たらない。
金融業（営業担当）	・中小企業については、まだまだ厳しいものがあり、金融機関の動向にも注意が必要である。
金融業〔投資運用業〕（代表）	・地政学的リスクなど、中国や米国の不安定要素が日本経済に影響してしまうところが、今の日本経済の弱さを象徴している。まだまだ弱過ぎる。
新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込件数が少し回復しているが、前月、前々月があまりに落ち込んだせいで、3か月前の水準に戻っただけである。状況はあまり良くなっていない。
広告代理店（営業担当）	・年内は好調な状況が続く。
広告代理店（営業担当）	・今年になって、前年を若干下回る状態が続いている。

	司法書士	・変化する要因が見当たらないため、現在の状況から大きく変わることは考えにくい。
	経営コンサルタント	・経済政策が迅速かつ適正に行われれば、消費は回復し、消費者のマインドも盛り上がる。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・11月以降は冬らしい気候に落ち着くとの予報が出ている。冬物商材が本格稼働することは明るい材料であるが、野菜価格の高騰で、駅ナカ店舗の商品にも値上げなどの影響が出始めている。
	食料品製造業（従業員）	・秋冬の商談も終盤を迎えているが、各社共に、一部商品を除いて思うように動いていないようである。当社の新商品の採用も少なくなってきている。
	繊維工業（総務担当）	・靴下の販売傾向としては、消費者が流行などで購入することはほとんどない。必要な時に、その目的に合った機能の商品を購入する傾向が強い。そのため、売上は減少傾向となっている。
	化学工業（経営者）	・取引先と話をしても、良い話や先行きの明るい話が全く出てこない。引き合いも少なくなってきており、景気は更に悪化することが予測される。
	化学工業（管理担当）	・中国経済の先行きが悪い。
	一般機械器具製造業（経営者）	・当社の製品納期は半年から1年である。現時点での引き合いが低調であるため、この先の景気は良くないと予想される。
	輸送業（営業担当）	・人手不足が深刻化している。その打開策として、受注単価を上げて荷物を減らすほか、賃金を上げて、人を増やす予定である。
	不動産業（営業担当）	・今年に入ってからの売上が、昨年の4割に満たない状況である。店舗の閉店も多くなってきているため、将来の景気はまだ悪くなる。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・引き合いや受注量が非常に少なくなってきているため、今後も良くない状態が続く。
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・法改正によるパート職の年金、健康保険料の引上げなど、可処分所得が減少する材料には事欠かない。一方、販売不振によって小売業界ではデフレの流れが進んでいるため、売上の減少が当面のトレンドとなることが予想される。
	× 電気機械器具製造業（経営者）	・米国の大統領選挙前で不透明感はあるが、今後は為替相場の変化や利上げが予想される。また、製造分野にも不透明感が漂っており、計画が立てにくい状況が続く。
	× その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・今後も経済の展望が開けない。
雇用 関連 (近畿)	-	-
	人材派遣会社（支店長）	・年度末になり、これまでの閉塞感が少し緩和するのではないかと予想される。
	アウトソーシング企業（管理担当）	・今の状況が続けば、多少は良くなる。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人数には、今後の景気を占う動きはみられないが、米国の大統領選挙は日本にとって有利な結果となりそうで、12月の利上げの可能性も出てきている。こうした見通しから、日経平均も徐々に1万7千円を超え、円相場もやや円安に振れているため、短期的には国内景気は若干上向く。
	職業安定所（職員）	・企業のヒアリング結果では、景況感の見通しが上向いている。製造業、非製造業共に上昇したほか、全ての規模で上昇がみられる。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率を始めとする雇用関連の統計では、前年比で改善傾向が続いている。なかでも補正予算による公共事業の増加により、建設業やコンサルタント業の受注増が見込まれるため、雇用の拡大に一役買うことが期待される。企業へのヒアリングでは、産業ごとに今後の景気の見通しが異なっているが、現在の人手不足業種である建設業で雇用が円滑に進めば、企業業績も伸びるため、年度末に向けて景気の底上げにつながる。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・毎年、年末年始に向けて求人が増加するため、景気が良くなると思われる一方、派遣人員の確保に苦戦している。派遣社員が他社にも登録しているため、他社との差別化を図る工夫が必要である。
	人材派遣会社（経営者）	・派遣業界全体は可もなく不可もないが、大企業での大型案件の終了により、大量のIT技術者が余っている。今のところ、来年は大型案件が見当たらないため、IT関連だけが買い手市場となっている。この現象は景気を左右するかもしれないが、派遣会社は懸念している。
	人材派遣会社（役員）	・企業の採用意欲は前月と変わらない状況で推移している。

	人材派遣会社（営業担当）	・売り手市場の状況は変わらない。正社員志向の求職者が増え、派遣求人には人が集まらないため、平均時給の上昇は避けられない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末に向けた商戦が、温暖な気候の影響もあって盛り上がっていないため、例年よりもスタートが出遅れると予想される。
	職業安定所（職員）	・今月は求人数が減少したものの、求人数の増加傾向、求職者数の減少傾向としては継続しており、雇用失業情勢は改善傾向で推移している。また、管内事業所への今後の展望についてのヒアリング結果では、現状維持という回答が多い。
	職業安定所（職員）	・介護福祉関係は新たな施設の開設が多く、今後の見通しも引き続き明るい。求人も増加見込みであるが、大半の業界は業務量や業績が横ばいであるため、全体的には現状維持で推移する。
	民間職業紹介機関（職員）	・企業は求人を増やしたいと考えているものの、以前からの建設作業員不足のほか、賃金の高い首都圏への職人のシフト、社会保険完備の義務化への対応という三重苦によって、頭打ち感が強まっている。
	民間職業紹介機関（マネージャー）	・従業員数100人以下の小売業の採用ニーズは引き続き高く、サービス業や製造業も高い。ただし、求職者は大手志向が強いため、採用数に大きな影響はない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・短期的には変わらない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・更に良くなる要因や、悪くなる要因が、特に見当たらない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・年末の賞与の伸びも感じられない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・中堅、中小企業の採用意欲は高いものの、大手企業に少し採用数を絞る動きがみられるため、中堅、中小企業に人材が行き渡った後は、景気が停滞する可能性がある。
	x	-