

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）	・季節商材に力が入り、購買意欲を高めるイベントも多く開催される。来客数を増やすことができれば、うまくいく。
		百貨店（営業担当）	・前年に競合店の出店があったが、その影響が一巡し、客の動きも安定してきている。
		百貨店（売場マネージャー）	・秋物衣料商戦の遅れや残暑の反動が出てくる。また、賞与についても前年を割るというような流れが少なくなりそうで、結果として実需を中心とした需要が生まれる。
		コンビニ（経営者）	・コーヒーの販売が近日中に開始されるなど、ファストフード系の売上が更に伸びていく期待が持てる。
		衣料品専門店（販売担当）	・少し肌寒くなってきたので、秋冬物が売れてきそうな感じである。
		家電量販店（経営者）	・消費税の増税を控え、単価の高い節電商品、太陽光発電、電化リフォームの動きに弾みがつき、景気は上向く。
		高級レストラン（スタッフ）	・今月のような動きが、今後も増えてくることを期待する。
		高級レストラン（支配人）	・今月中旬から販売量が徐々に増え、10月の予約件数も9月よりは増えている。観光シーズンと重なり、今後はやや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・年末の一見客から新規顧客につながる時期に向けて対策中である。
	旅行代理店（店長）	・政治も変わりつつあり、期待が持てる。	
	通信会社（社員）	・毎年落ち込みがみられる8、9月が好調であったため、年末にかけてもこの流れでいけるのではないかと考えている。	
	住宅販売会社（経営者）	・消費税増税の駆け込み需要が多少あるのではないかと予想される。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・アンケート回答者の傾向をみると、消費増税を見越して、1、2年以内に家を建てたいという実需客が増加している。	
	変わらない	商店街（代表者）	・今月のようなパターンが長く続いており、今後も続く。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・月末に台風が近畿地方直撃というニュースが流れた。具体的な様子はまだまだはっきりしていないが、自然災害に神経質になっているのは確かであり、平均年齢の高いこの地域ではどれだけ気持ちの立て直しができるかが課題である。購買意欲はなかなか出てこないため、今後も厳しい。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・大手電機メーカーの再建策など、気の滅入る記事ばかりで、政治の方も良くなる気配がない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・現状と変わらず、寒さが増せば少し売上に変化の兆しが出てくる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今の状態では景気が良くなるということはなく、商品が売れることはまずない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・まだまだ一般市民の景気が良くなるのは先になる。
一般小売店〔花〕（店員）		・売上も伸び悩み、先行きには売上アップが見込めるような材料もない。今後も変わらず、厳しい状態が続く。	
一般小売店〔酒〕（店員）		・来客数は前年を上回る日が多いものの、客単価が依然厳しく、売上は先月までのマイナスを取り戻すことはできず、今月の売上目標や前年の売上も下回っている。千円前後の商品を求める客が目立つ。	
一般小売店〔菓子〕（営業担当）		・10月も販売量が回復するとは思わない。売上増は見込めず、前年をクリアできれば良しとせざるを得ない状況が続く。	
百貨店（売場主任）		・所得の伸びが期待できない環境下、消費額が伸びるとは考えにくい。	
百貨店（売場主任）	・大きな環境の変化がないので、大きくは今と変わらない。		
百貨店（売場主任）	・円高や東日本大震災の影響、国内景気の不安定、雇用の不安定、長期見通しもはっきりしないため、国内需要の安定や景気対策が必要である。		
百貨店（企画担当）	・気温に左右されるファッション部門は、相変わらず先がみえない。天候の変化でも大きく売上が左右される。		
百貨店（営業担当）	・梅田地区の百貨店改装オープンなどで競争が更に激化すると思われるが、様々な企画と百貨店がマスコミに注目される宣伝効果によって、売上の落ち込みは少なくて済む。		
百貨店（サービス担当）	・今後は、秋物商材や防寒商材の展開強化と北海道土産の恒例開催のなかに集客施策を盛り込む。また、おせち料理の予約販売といった年末商材の展開強化により集客につなげていくことで、前年実績の確保に努めたい。		

百貨店（販促担当）	・中国、韓国との外交情勢や政治の変化など、予測が難しい状況にある。先行きが見えにくいなか、衣料品、身の回り品については、引き続き慎重な購買行動が予測される。多くはないものの、中国、韓国からの観光客の減少も懸念材料ではある。一方、政治の変化により株価が上昇すれば、上得意客の購買の後押しとなる可能性もある。
百貨店（商品担当）	・中国、韓国との領土問題が収束しなければ商品供給に影響が出て、混乱が起こりかねない。また衆議院選挙に向けても、景気対策をしっかり行わなければ、景気がより悪化する恐れがある。
スーパー（経営者）	・地域の競合店と毎日のように値段を競い合っており、客も1円でも安いスーパーを歩き来して買物をしている。
スーパー（経営者）	・社会保障や消費増税の先行き不安に加え、近隣諸国とのトラブルにより更なる足元の景気減速感が漂うなか、節約ムードの改善期待はない。また、このような状況下でも出店競争は活発で、価格競争は更に厳しくなることが予想される。
スーパー（店長）	・ディスカウント性の強い広告の時は来客数も多いが、低単価傾向は変わらない。敬老の日や冬のギフトの傾向を注視する。
スーパー（店長）	・消費増税、原料価格の高騰、社会不安などのマイナス要因が多数出てくるなかで、今後の景気回復はより不透明な状況にある。
スーパー（企画担当）	・季節変動が例年並みの予測で、外部環境の変化がみられない。
スーパー（経理担当）	・消費増税を見据えた値下げ競争は、早くも過熱気味であり、体力勝負の様相を帯びてきた。収益力のない企業はますます厳しくなり、統廃合の動きが活発になることも予想される。
スーパー（開発担当）	・消費税の増税や衆議院の解散総選挙の動向が気になることである。
スーパー（販売担当）	・客の買い方をみていると、ポイントが何倍とかお買得クーポン、シール、サービスタイムなど、同じ物なら少しでも安い物を買おうという購買動向が非常に濃くみられる。
スーパー（社員）	・今夏までは、イベント企画やチラシなどで多くの客の来店が実現し、売上も比較的堅調であったが、秋になって客の来店がやや鈍っているほか、競合店の増加も予定されており、厳しい見通しである。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・客がスーツ離れしているようで、販売量が悪いまま、良くなりそうな要素がない。
乗用車販売店（経営者）	・在庫台数が少ない。販売、修理のすべてにおいて減ってきている。
乗用車販売店（営業担当）	・年末商戦に向けていろいろなキャンペーンが企画されるはずであるが、先行きの不透明感が今までより大きくなっていると感じている客が増加している。
乗用車販売店（営業担当）	・特に変化は感じられない。車検などの平均単価は徐々に下がっている感があり、目標に達するためにはその分を件数でカバーしていくしかない。そのせいか景気が良くなっている感じはない。
住関連専門店（店長）	・特別に良くなり、安定する要素は全くないが、政治に期待感が出れば一時的な回復は望める。
その他専門店 [医薬品]（経営者）	・消費が増える要素がない。生活に必要な商品を販売していても、周りの環境が良くないので、何かにつけて購買意欲が落ちる。
その他専門店 [食品]（経営者）	・今後も景気は変わらない。
その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当）	・購買意欲を大きく上振れさせる案件がないので、今後も平行線をたどる。
一般レストラン（経営者）	・年末は消費者がなるべく出費を抑えるため、あまり期待できない。
一般レストラン（スタッフ）	・根本的な景気回復とは思えないが、8月に続き、9月の来客数の前年比も順調に推移しており、若干消費に積極的になっていると期待している。
一般レストラン（店員）	・特に悪い材料もないが、10月から厚生年金保険料の料率も上がり、家庭の負担は増えるため、多少は影響する。
スナック（経営者）	・客の会話では不景気という言葉の口にする人が少なくなってきたため、景気は少しは上向いていると期待できる。
その他飲食 [コーヒーショップ]（店長）	・残暑の影響で一時的な消費はあったものの、秋、冬に向けて消費拡大の好材料が見当たらない。
観光型ホテル（経営者）	・今後は行楽シーズンになり、旅行会社からの団体客や、秋のバイク、各種イベントを通じての予約は既に多いが、単価が全体的に下がってきているので、売上が低迷している。

観光型ホテル（経営者）	・不安定な政治や消費増税の影響がのしかかってきているほか、経済政策で大きな方向転換の実感もなく、今後景気が良くなるとは思えない。	
観光型ホテル（経営者）	・これから10、11月と観光シーズンを迎えるが、宿泊単価は相変わらずシビアである。	
観光型旅館（団体役員）	・宿泊単価が非常に厳しい状況にあり、総じて収益を圧迫してくることになる。	
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会、宿泊共に季節限定プランの先行予約が好調であるが、昨年並みの受注は期待できない。ただし、単価自体は下がると予想するが、来客数は大型宴会で増加傾向にある。宿泊部門では、東南アジアからの団体の取り込みが難しくなり、国内旅行客の集客を図るため、安価なプランで対応せざるを得ない状況である。	
都市型ホテル（客室担当）	・秋の行楽シーズンを迎え国内旅行の需要は見込めるが、日中関係がうまくいかないと東南アジアからの団体が戻ってこなくなる。	
旅行代理店（経営者）	・中国向けは元々ボリュームがないので心配していないが、韓国向けは人数が多いだけにこじれないでほしい。景気の先行き不透明感はずっとあり、その影響は心配だが、株価も少しずつ上がっており、大きな事件がない限り旅行需要は根強い感じがする。	
タクシー運転手	・得意先の動向をみても、ハイヤー予約をはじめとして、今まで往復利用であったものが片道になるなど、利用を控える傾向が定着している。とても景気が良くなる方向に向いているとは言い難い状況である。	
タクシー運転手	・これから旅行シーズンになり神戸にも観光客が増えるので、その需要に期待しているが、気候が良くなると通常の乗客は乗らなくなるので、プラスマイナスで横ばいとなる。	
通信会社（社員）	・10月には少し販売も落ち込むだろうが、2、3か月先には冬モデルの発売や、ボーナス商戦もある。	
テーマパーク（職員）	・選挙も迫ってきており、今後の状況が読みにくい。領土を巡る問題で海外からの旅行客も減少傾向にある。このような状況では消費動向が拡大に向かうことは考えられず、見通しは暗くなる。	
観光名所（経理担当）	・今月も連日真夏並みの残暑が厳しく、耐え難い暑さであった。当地もこの暑さではとても来てもらえる所ではなく、来客数は前年同月比で減っているが、ガラスの製作体験教室は前年を上回る来客であった。ここ数日の、朝夕の秋の気配と共に観光バスの台数が増えてきたが、前年同月の実績には届かない。ただし、特別な去年は差し置いて、例年の実績と比べると、ほぼ変わらない数字となっている。	
観光名所（経理担当）	・夏場の落ち込みに続き、イベントを開催しても秋、冬と苦戦すると思われる。予算カットも検討しなければならない。	
美容室（経営者）	・夏に比べれば季節的にパーマ客が増加すると思うが、客足が遠のいている（来店周期が延びている）ため、あまり期待できない。	
美容室（店員）	・来店周期がずれているだけなので、来月は変化がない。	
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。	
住宅販売会社（経営者）	・引き続き受注客の着工、見込み客のフォローと仕事の予定は入っているが、来年度の見込みが読めない。	
住宅販売会社（従業員）	・国内や欧州の景気動向、領土問題など、企業業績の低迷要因に改善の兆しが無い。	
住宅販売会社（従業員）	・マンション販売に関しては、年内は好調な状況が続く。	
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）	・不動産の取引件数は3か月前と変わらないと思うが、経済に対する政策にも変化はない。	
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・関西経済においては、大手電機メーカーの経営不安による影響が心配される。南大阪エリアでの住宅購入検討者では、関連業種の従業員で検討の見合わせが発生するなど、影響が始まっている。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費全般が沈滞しているなか、国会の解散風が吹いており、経済活動への影響が大きい。
	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・政治の転換期でどのような政策が取られていくのか先行きが不透明で、消費者の財布のひもも固くなったままである。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・中国との関係が少し心配である。これから先、旧正月へ向けては中国からの観光客が日常の消費に与える影響も大きな時期となるが、中国からの観光客は目に見えて減っている。また、消費税の動きも気になる。
	一般小売店〔雑貨〕（店長）	・今後も客の高齢化が続くので、売上は徐々に減少していく。

一般小売店〔花〕（店長）	・中国問題で少し後退する。
百貨店（売場主任）	・梅田地区の競合店の増床オープンによる影響を受ける。エリア間競争がますます激しくなり、そもそも財布のひもが固い消費者のモチベーションを上げるのに苦労する。
百貨店（売場主任）	・同業他社の新店がオープンするなど、地域間の競争激化が更に強まる可能性がある。一時的な傾向になる可能性もあるが、客の流れが変わることが予測される。さらに、近隣諸国との領土問題もあり、外国人客の来店、購買が抑制されることも予測される。景気が良くなる要素が直近では見当たらない。
百貨店（企画担当）	・近隣地区での競合店の増床により、一時的な来街者の減少が予想される。
百貨店（店長）	・日本の政治環境や世界の経済情勢の影響により、すべてに不透明感がある。
百貨店（マネージャー）	・政治問題や中国問題、消費税の増税など、社会を取り巻く様々な不安要素が顕在化し、消費に直接影響を与えるようになり、目に見えて動きが悪くなる。特に、年末から年始にかけての消費者の動きは例年と大きく変わってくる。
百貨店（外商担当）	・競合先の大型店が来月増床を完成させ、大掛かりなオープンを迎えることから、当店の売上が落ち込む。
スーパー（経営者）	・来客数、買上点数は維持できているが、客単価が下がっている。特に、月後半、給料日前になるとその傾向が強まる。
スーパー（店長）	・これまでの政治経済における懸念材料に加えて、ここへきて新たに中国問題が浮上してきており、更に不透明感が増大しそうな気配がある。
スーパー（店長）	・日常性の高い商品での競合激化も含めた減少傾向は、政局、領土問題、増税意識などの影響もあり打破できない。
スーパー（店長）	・暖冬予報が出ており、冬物商材の動きに影響が出そうである。また、業績悪化による所得の減少から、デフレが更に進行する。
スーパー（管理担当）	・消費税増税の余波、節電志向の継続、加えて競合地域への他社の出店が懸念材料である。
スーパー（企画）	・先行き不透明ななか、個人消費が改善する要素が見当たらない。
コンビニ（経営者）	・デザートは売出しの時に買われ、菓子類も新商品が出た時に買われることが多いなど、必要な物だけを購入する傾向になってきている。
コンビニ（店長）	・気温が下がり来客数が減っていくほか、ここ数年は減少傾向にある年賀状、お歳暮などの年末商材も伸び悩む。
コンビニ（広告担当）	・中国との領有権問題による悪影響が長引く傾向にあると思う。中国での生産品や中国人観光客の減少のほか、従来からの原材料高騰による値上げ、先々の増税などの社会不安による買い控えなども懸念される。
乗用車販売店（経営者）	・確かに中古車は動いているが、客の要望はエコカーであったり、低燃費であったりと、趣味のための車は動くことがない。
乗用車販売店（経営者）	・円高ドル安が続き、ここへきて中国との領土問題も懸念される。中国のお陰で伸びてきた経済なので、こういう問題が起きると大変なことになるのではと心配しており、非常に残念である。
乗用車販売店（経営者）	・国内では大きな選挙を控えており、選挙結果によって景気動向が左右される。政治面では、竹島問題、尖閣問題を抱えており、国民は今が国難の時代だと感じているので、今後の動向を見極め、落ち着いてから消費に向かう。ここしばらくは、景気は良くならない。
乗用車販売店（販売担当）	・一部車種のマイナーチェンジはあるものの、全体を引き上げる好材料とはならない。
乗用車販売店（販売担当）	・繁忙月の9月が終了し、販売量が減少する傾向がある。
一般レストラン（経理担当）	・企業の収益環境については、中小企業で厳しさが続き、大企業も悪化が見込まれているため、景気のけん引役は大企業のなかでも限られている。また、中国問題に端を発する輸出環境の悪化が改善に向かわなければ、厳しい状況は今後も続く。
都市型ホテル（支配人）	・对中国問題やオスプレイ問題のほか、政権交代もあり得る。中国進出企業の撤退など、経済政策の見直しが近々の問題である。
都市型ホテル（総務担当）	・宿泊の予約は、10月以降は今月までと比べて申込数が減少している。稼働率を維持するために販売単価を落とさざるを得ない。

		都市型ホテル（マネージャー）	・客室部門では中国、韓国からの観光客の減少が見込まれ、国政選挙の時期も予想が立たず、企業の需要と個人客のマインドの低下が予想される。10月後半からの国際会議により、短期間の宿泊需要の上昇は期待できるが、長期的には不透明である。
		タクシー運転手	・悪くなる一方で、何も良いことがない。
		通信会社（経営者）	・中国問題が影響してやや悪くなる。
		通信会社（企画担当）	・日中関係の悪化で中国からの安価な製品の輸入が減り、インフレが懸念される。
		競艇場（職員）	・購買単価の長期低落傾向に歯止めがかからない状況で、景気浮揚策などが遅れており、1人当たりの可処分所得にも余裕がないので、良くならない。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・中国、台湾からの観光客の減少が予想される。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球シーズンが終了し、クライマックスシリーズ、日本シリーズの開催もなく、この時期は企業イベント等、集客が少ないイベントが主となる。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・取扱アイテムの見直しなどを進めるにも、画期的な代替アイテムもなく、苦しい状況が続く。
		住宅販売会社（総務担当）	・土地価格が下落傾向で先行きが読めず、顧客の動きも鈍い。
	悪くなる	一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・冬場になっても衣料品が売れるとは思えない。消費者の購入先が小売店から大型店に移行しているのは分かるが、どうやって小売店に目を向けてもらえるかが分からない。加えて、社会経済も明るい話題がなく、これから先が不安である。
		一般小売店〔自転車〕 （店長）	・中国との外交問題で、部品類、仕入れ、貿易面などのすべてに影響が出ている。販売面でも、9月は中国人留学生が例年来るが、今年は来ない。ガソリンも高騰しており、現在は上向く材料がない。
		衣料品専門店（経営者）	・政治が不安定なため購買意欲が削がれている。先日、神戸で自民党総裁選の街頭演説があった時はひどかった。
		衣料品専門店（販売担当）	・ますます単価の低下や買い控えが進む。
		家電量販店（企画担当）	・特に、東南アジア企業の勢力がアップしている。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の駆け込み需要はなかったがここ数年間にわたる補助政策の反動が徐々に出てくる。
		自動車備品販売店（営業担当）	・新車のエコカー補助金の終了が響く。
		その他専門店〔宝石〕 （経営者）	・韓国、中国との領土問題によって我が国の経済にマイナスの影響が出てくる。
		その他専門店〔宝飾品〕 （販売担当）	・行き過ぎた接客態度が問題となり営業停止となった会社の影響により、資金繰りがうまくいかず共倒れする同業者が出てくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・尖閣問題は急転するような状況ではなく、宿泊は少なくとも年末まで厳しい状況と思われる。パーティーも大型案件が先行しているが、全体的には件数減が続く。施策的に会議や研修を先行受注させて、収入よりも利益率確保に動いている。
		競輪場（職員）	・政局の停滞、日中、日韓関係の冷え込み、環境税の導入のほか、様々な物が値上がりするが賃金は上がらないため、依然として景気が上向かない。
企業 動向 関連 (近畿)	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業（営業担当）	・2～3か月先には年末商戦やクリスマスなどがあり、今月より景気はやや良くなる。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達の依頼が詰まってきている。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・印刷・出版業界は、これからますますペーパーレス化が進み、インターネットと紙の融合が進んでいく。我々としてもこの流れに対応していかなければ生き残れないことは明白である。
		化学工業（経営者）	・去年は東日本大震災の影響もあり動きの止まっていた物件も、ここにきてようやく動き出した。国際情勢など不安も多いが、前年比では多少は良くなる。
		建設業（経営者）	・今月の状況と、繁忙期を迎えることを勘案して、今後は受注が増える。
		広告代理店（営業担当）	・領土問題の騒ぎは、時間が経てば落ち着くので、2か月ぐらい経てば戻ってくる。

	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・中国などとの地政学的な問題がクリアされれば、出遅れ感のある日本経済の評価が見直される。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・受注の傾向がやや良くなる。
変わらない	食品品製造業（従業員）	・秋から暮れにかけては例年売上が伸びる時期になるが、良い情報は聞かれない。一部凶作により農産物の原材料価格が上がってきたものもあるが、製品価格に反映できないため苦しい状況になる。また、中国から輸入している農産物もあるが、中国との不穏な動きに影響されないことを願っている。
	食品品製造業（経理担当）	・世間全般が閉そく感に包まれ、活気がない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・顧客からの情報では、生産増につながる案件が少ない。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・国内外の政治問題をはじめ、大手電機メーカーの大きなリストラ等を考えると、景気を押し上げる要因がない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・やや悪い状態が長く続いている。大型受注がなく、売上も伸びない。
	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（経理担当）	・季節的には良くなるころではあるが、今年はあまり積極的な計画が聞かれない。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・大きな変化があるとは思えない。
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新商品を開発しても反響が少ない。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・国内生産への切替えがみられるものの、デフレ圧力によりメーカーの利幅は薄くなっている。
	建設業（経営者）	・東北の本格的な復興が始まれば、全国から建設関係者が吸い寄せられ、職人不足、賃金高騰が予想される。
	輸送業（営業担当）	・中国で生産していた部品を国内工場での生産に切り替えたメーカーの荷物が増えている。一時的な動きかもしれないが、来月もまだ荷物が増えそうである。
	輸送業（営業所長）	・新規案件も乏しく、先行きが不透明である。
	金融業（営業担当）	・まだまだ先行きへの不安が多く、財務内容の悪化と、金融機関からの借入も元金が増加傾向であることなどが、景気の不安材料である。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読数が落ちていて、新規の開拓も伸び悩んでいる。折込件数も前年並みである。
	広告代理店（営業担当）	・ここ数か月の売上は前年を辛うじて超えている状態が続いており、先行きに好転、悪化する材料もないので変わらない。
	広告代理店（営業担当）	・年末に向けても、良い情報はクライアントから聞かれない。
	司法書士	・不動産の動きも感じる事ができず、今の状態が続く。
	コピーサービス業（店長）	・年賀状の印刷を中心に進めている状態で、来客数、売上共に増加する時期ではあるが、それ以外の目立った変化がないこともあり、ベースアップまでは難しい。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・これといって大きく変わらない。
その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・領土問題は長期化し、国内経済にも今後大きく影響しかねないことから、しばらくは購買意欲の低下に伴い、消費支出が伸びることはない。	
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・先の受注量が増えるめどもないし、料金アップも見込めない。清掃パートを多数雇用しているが、最低雇用賃金のアップばかりで利益が目減りする一方である。	
やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・受注の減少が在庫増になり、生産調整へつながっている。加工業者への支払も減り、全体に資金が動きづらくなっている。
	繊維工業（団体職員）	・年末の需要期に期待しているが、景気の低迷による需要の減少が懸念される。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・デフレによる商品価格の下落から、国内製の製品は、ますます競争力を失うと推測する。
	金属製品製造業（営業担当）	・中国での日本車販売の落ち込みの影響が懸念される。
	一般機械器具製造業（経営者）	・顧客の投資計画が停滞しているため、近々の受注は減る見込みである。
	電気機械器具製造業（経営者）	・引き合いが増えつつあるが、ここへきて中国との関係が不透明であるので、ここしばらくは様子見である。日本とすれば東南アジア方面に目を向けることを急がなくてはならない。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・為替や政治面、外交面での不安定さと、天候不良による穀物類の値上げが消費動向全体を抑えてしまう。

		電気機械器具製造業（営業担当）	・尖閣諸島の領有権問題による中国の行動次第で、影響が出るかもしれない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・海外受注が鈍化（受注した物件の延期、見直し）している。
		建設業（経営者）	・政治や中国、韓国との問題など不安要素があり過ぎて、大きな買物には慎重にならざるを得ない。
		輸送業（営業担当）	・質の悪い客が増えて、対応に時間がかかり過ぎている。
		通信業（管理担当）	・政治が不安定で、中国とのあつれきも大きくなっている。
		経営コンサルタント	・電気業界の関連各社では、まだしばらく良くなるという見通しが立たない。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・日中問題の悪化が長引く場合に、製造業に影響が出るのは必至であるため、大企業を中心に社員の購買意欲が後退することが予想される。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・これから先に予定されているような案件などを含めて、見積依頼も非常に少ない状態なので、景気が良くなることは考えにくく、悪くなる可能性が高い。
	悪くなる	繊維工業（総務担当）	・ソックス製品の安価品は中国から輸入しているが、尖閣諸島に関する中国との問題により貿易上で大幅な遅れを来している。このままでは、売上面や利益面で損失を被ることになる。
		化学工業（企画担当）	・中国への輸出が悪化すると思われるほか、原料価格も高騰する。
		化学工業（管理担当）	・日中関係の悪化及びエコカー補助金の終了に伴い、自動車産業の低迷が予想されるほか、円高及び原材料値上げに伴う輸出不振が予想される。
		電気機械器具製造業（経営者）	・先がみえなくなるなかでも、無我夢中に前を向いてもがいていると、意外に活気が出てくるものと考えていたが、領土問題に対する政府の対応をみていると、もうしばらくはわずかな希望も持てない。
		不動産業（営業担当）	・神戸から企業が撤退していき、ますます事務所や事業所、住宅のニーズが減ってきている。こういった動きは今後も続くと思われるため、神戸の景気は悪くなっていく。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・政治経済の状況が非常に良くない。
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）	・年度末に向け需要が増える。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設関係の日雇い求人数は増加傾向にある一方、労働者数の減少がブレーキをかけている状況は続くが、この数か月の動きからすれば、それを超えて求人数が多少は伸びる可能性がある。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・下半期に入るところであるが、予想どおり電力やインフラ関係などの会社が悪くなってきている。大手信託銀行が数百人規模のIT技術者を募集したところ、あっという間に人が集まった。これをみても需供のバランスが崩れていることが分かり、今後もこの状態が続く。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・携帯電話などの製造、販売に関するニーズがやや増加傾向にあるものの、それ以外の製造に関しては、海外移転や先行き不透明感が広がっており、全体的には大きな変化はなさそうな気がする。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・中国や韓国などの国際情勢や、それが及ぼす国内情勢への影響を考えても、年内に改善に向かうことは難しい。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・これまでの推移をみた範囲では、国を揺るがすような事態にならない限り、このまま安定的に推移していく。
		職業安定所（職員）	・現時点で求人は増加傾向にあるが、先行きは円高の長期化などによる雇用情勢への影響が非常に懸念される。
		職業安定所（職員）	・求人の増加傾向は、しばらくは継続すると思われる。一方、新規求職者数が大幅に増加する要素は現在のところ見当たらない。しかし、中国や韓国との外交問題がどの程度景気に影響するのかわからない不透明であり、製造業にも悪影響が出ていることから、今後、大きく景気が悪化する可能性もある。
		職業安定所（職員）	・長引く円高や、欧米に加えて中国の景気減速で景気回復の見通しが立たず、景気が良くなるとは思えない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は、8か月ぶりに前年同月比で6.3%減少している。円高や欧州の信用不安の拡大もあり、先行きは不透明である。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の採用意欲が活発であるが、景気が領土問題などで左右されることも考えられる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・個人消費が伸び悩み、安価な物しか売れないなど、デフレからの脱却がなかなかできない。
		人材派遣会社（支店長）	・改正労働者派遣法の影響が、求職者、求人企業双方に出る。

	新聞社 [求人広告] (担当者)	・先の見通しをみても、全く動きが感じられない。大阪駅周辺の再開発などの動きがあるが、全く動きがない。
	職業安定所 (職員)	・大手電機メーカーの下請の仕事がなくなることが予想される。
	民間職業紹介機関 (支社長)	・上場企業の上期決算が芳しくなく、コスト抑制が促進される。
	民間職業紹介機関 (大学担当)	・特に大企業の力が衰えることにより、社会全体の雇用体系に影響が広がりそうな予感がする。景気・経済対策が早急に行われることを期待する。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・中国の問題など不安材料が多い。
	学校 [大学] (就職担当)	・近くに入国管理局もあるが、心なしか人の出入りが増えているように感じる。
悪くなる	-	-