

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	高級レストラン（スタッフ）	・既に12月は、忘年会の予約でかなり埋まってきている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・顧客満足と顧客リピートの向上、口コミによる新規顧客の獲得の3点で、今年は頑張ってきたので、年末は良くなる。
		百貨店（企画担当）	・暖冬予想から一転して寒くなるようなので、前年と同様に冬物、特にコート関係の動きが活発化する。
		コンビニ（経営者）	・コーヒーマシンの新たな導入もあり、更なるファストフード関連の売上アップが期待できる。
		家電量販店（経営者）	・電気料金の値上げ、消費税の増税を控え、節電型高付加価値商品の動きは加速するものと期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車販売はエコカー補助金がなくなり、ここ数月は売上が落ち込んだが、徐々にではあるが回復の兆しを感じられる。株価も少し上がってきたが、総選挙を控えて全体的に様子見の雰囲気がある。本格的に景気が良い方向に動くことは、年明けまではないが、ギリシャや米国も景気が底入れとなるため、今後はやや良くなる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・来月は年末商戦となり、ムード的にも上がってくる。ボーナスなどの一時的な収入もあるため、短期的には良くなる。
		高級レストラン（支配人）	・11月中旬より観光客が増え、販売量も前年を上回るなど、徐々に回復の兆しが見えてきている。
		観光型旅館（経営者）	・総選挙も終わり、政権が安定するため、今以上には悪くならない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年と比較しても予約率が高く、新年互礼会などの早めの予約で会場を埋めることができている。小宴会場をうまく販売し、稼働率を上げていけば、前年の実績がクリアできる状況にある。宿泊についてはリニューアルしたこともあり、単価、稼働率共に高水準を保っている。レストランは昼の利用率が下がっており、ワンコインなどの低予算で昼食を済ませるビジネスマンが増えているが、土日は家族連れなどで順調である。
		競輪場（職員）	・例年の動きからみると、正月を挟むので良くなる傾向にあるが、景気が回復しているとはいえない。
		美容室（店員）	・髪型を少しずつ変えたいくなる季節になるので、良くなる見込みである。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税の駆け込み需要が更に見込まれるが、反動も大きい。
		変わらない	商店街（代表者）
一般小売店〔時計〕（経営者）	・主に腕時計であるが、若い客の時計に対する気持ちや、年配の客とは随分変わっている感じがする。景気の停滞で懐事情も若い人の方が厳しいため、お金を使ってもらうのは今後も難しい。		
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・年末に向けて一時的には良くなるが、1月に入ると消費マインドは冷え込む。		
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・地域経済を刺激するような要因はないが、年末を控えているので、少しは良くなる。		
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・夏よりも冬の方が衣料品は動くため、夏に比べると動きは良くなるが、好調になるとはとても感じられない。来月半ばに予定されている総選挙の後、社会、経済が安定するとはとても思えない。1日も早く政治や経済が安定して、社会に対する安心感を持ちたい。		
一般小売店〔雑貨〕（店長）	・世の中の禁煙ムードの高まり、リピート客の高齢化、たばこ販売価格の値上がりの可能性を考えると、数年先には更に売上が下がる。		
一般小売店〔酒〕（店員）	・依然、来客数は前年をクリアしているが、売上が大きく下回っている。進物の販売件数も昨年ほどのまとめ買いはみられない。進物需要に関しては、お中元と共に年々減少傾向が感じられ、これまでは1,500円前後のデイリーワインが中心であったが、今は1,000円前後の動きが中心になっている。		
一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・年末商戦を迎え、来月こそ販売量の増加を期待したい。		
百貨店（売場主任）	・初売りからクリアランスセールまでは期待が持てるが、総選挙の結果次第では消費者の財布のひもが一層固くなり、高額品の売行きに影響を与える可能性もある。		
百貨店（売場主任）	・今の環境を考えると、今後も変わらない。		
百貨店（売場主任）	・経済や政治、個人の収入にも明るい兆しが見えないなか、個人消費の増加は期待できない。		
百貨店（売場主任）	・根本的に景気が良くならなければ、消費者の価格に対する関心が強い状態が続く。		

百貨店（企画担当）	・1年で最大の12月商戦では、他店との競合による売上への影響は必至であるが、今後も近隣地域を含めた来街策、来店策を打っていくことで、最小限の影響にとどめたい。
百貨店（営業担当）	・他社のリニューアルオープンでマスコミに百貨店がよく取り上げられ、業界的には明るい兆しを感じるが、富裕層の固定客も購買する際に何らかのメリットを求めているなど、競争は更に激しくなる。
百貨店（営業担当）	・ポイントカードの顧客獲得が順調に進めば期待できるが、主要な売上を占める食品の動きが鈍いため、現状維持である。
百貨店（外商担当）	・総選挙の結果次第では、良くなる可能性もある。
百貨店（サービス担当）	・本格的なクリスマスや年末商戦が始まり、集客イベントの強化や年末3日間は地下食料品フロアの開店時間を30分繰り上げるなど、より利便性を考えることで、前年実績の確保に努める。
百貨店（商品担当）	・来月半ばの総選挙の投票日までは消費への悪影響が懸念され、結果によっても先行きに影響される。景気浮揚への期待で、解散総選挙の決定後は株価が反応したが、先行きは読めない。
百貨店（販促担当）	・政局が不安定ななか、先行きの見通しがみえにくい状況である。大きな流れとしては、消費税増税に対する先行購入で、高額品などに多少の追い風となる。この時期は特に気温の影響が出やすいため、12月前半が低温で推移すれば、定価品需要の活性化が期待できる。
百貨店（売場マネージャー）	・政治不安や朝鮮半島情勢などがあり、景気は多少なりとも悪化するとみていたが、当店では来客数も大きく増加しており、買上単価も上昇していることから、しばらくはこの傾向が継続する。
スーパー（経営者）	・今の客は慎重な買物をするため、欲しい物があっても一定の価格以上だと手の出ない状況が続く。
スーパー（店長）	・総選挙後の政治の流れも、景気への好材料は見当たらない。輸出動向も中国情勢も不透明である。電気料金の値上げは企業への圧迫が大きく、価格に転嫁されない分のしわ寄せが中小企業に集まる。消費税増税も相まって、今後しばらく景気は良くならない。
スーパー（店長）	・引き続き政治不安をはじめとするマイナスの要素が大きく、景気が好転する要素は少ない。
スーパー（店長）	・年末の忙しい時期に総選挙で混乱するため、先行きが見えない。この年末年始は厳しい状況が続く。
スーパー（店長）	・地域の雇用や所得状況は悪化するか、変わらないため、景気そのものが上昇する気配は感じ取れない。
スーパー（経理担当）	・普段の節約の裏返しで、年末年始には少しせいたくをしたいという気持ちに期待したいが、実際は財布のひもは固そうである。暖冬予想から一変した寒い冬に期待している。
スーパー（広報担当）	・来春からの電気料金の値上げ報道に加え、来月の総選挙など、政治の不安定さによる将来不安で、消費マインドの冷え込みが懸念される。
スーパー（販売担当）	・競合店との価格競争もあり、主要な商品の価格を下げる傾向にある。それにより、客の買上点数は前年並みであるが、買上金額は前年の水準に達していない。
スーパー（開発担当）	・年末に総選挙があり、来年度には電力会社が電気料金の値上げを申請している。今後は総選挙の結果次第でどうなるか分からない。
スーパー（社員）	・イベントの実施期間やチラシを投入した日の客の来店は順調であり、景気も悪くないと実感している。ただし、平常日になると前年よりも客の来店が減っている。これから迎える年末年始を挟んで、需要喚起策による活発な消費を期待している。
コンビニ（店員）	・売上、来客数共に減少傾向で、回復見込みは厳しい状態にある。
コンビニ（店員）	・寒くなる時期は来客数が落ちる。
衣料品専門店（経営者）	・バーゲンが12月末から始まるので、今後も今と変わらず安い物しか売れない状況が続く。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・冬物スーツの売行きが悪いまま、販売時期が終わってしまう。
家電量販店（店長）	・エコポイント制度の需要一巡後も冷蔵庫、エアコンには大きな影響が出ていないが、テレビは3年分の需要を先食いしたため、単価は上がるが、販売台数は大幅な前年割れとなっている。
家電量販店（企画担当）	・明るい話題がなく、業界全体に不況感がまん延している。

乗用車販売店（経営者）	・車検の予約、新車の販売予約もあまりなく、毎日の車の入庫台数が減少している。
乗用車販売店（経営者）	・来月の総選挙次第であるが、先行きが不安定で期待するものがない。
乗用車販売店（営業担当）	・販売単価などが徐々に下がってきている感はある。毎月毎月に余裕がない。身の回りの景気が良くなっているとは思えない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・先行きは天候次第である。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円高の状況も変わらず、購買意欲の上昇要因が見当たらない。
一般レストラン（店員）	・年末という好材料を含めても、あまり良い見込みはない。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・年末商戦が始まろうとしているが、新聞紙面でも企業収益が劇的に変化したという情報もなく、ボーナス商戦も必要最小限の支出に絞られる。
観光型ホテル（経営者）	・総選挙があると来客数が減るとというのが過去の経験則であるが、12月は昨年並みの先行予約で推移している。今後のキャンセルなどがないことを祈るのみである。
観光型ホテル（経営者）	・観光客の利用が多い月であったが、アルコールやお土産などのプラスアルファの利用が思ったより少なく、相変わらず客の財布のひもは固いと感じている。
観光型ホテル（経営者）	・今回の総選挙の結果、新しい政権がどのような政策をとるか、それにより世の中の経済状態が変わると思うが、あまり期待はできない。日本だけでなく、東アジアや全世界の動向と日本の経済は密接に関わりあっているため、そちらから良い風が吹いてこない限り難しい。
観光型旅館（経営者）	・トップシーズンを迎えたものの、総選挙で出鼻をくじかれ、客の足が鈍くなっている。総選挙後も不安定感が漂えば、また停滞する可能性が大きい。
観光型旅館（経営者）	・時期的に道路状況が凍結や積雪で思わしくないことから、集客が見込めない。例年この時期は景気の判断が難しい。
観光型旅館（団体役員）	・総選挙を控えて政界も不安定な状況であり、予約状況を見ても、将来の大きな変化は見込めない。
都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門に大きく影響する中国問題も改善の兆しがなく、オフシーズンに向けて大きな懸念材料となっている。宴会部門も総選挙の影響でパーティーのキャンセルや日程変更などが目立つなど、先の見通しは極めて不透明である。
都市型ホテル（客室担当）	・クリスマス、年末年始と売上が伸びる時期ではあるが、例年に比べ予約状況の動きが鈍い。間際予約が定着してきており、先行きを読むのが難しい。
旅行代理店（経営者）	・経済の閉そく感で国内旅行の動きが鈍い。海外旅行の好調はまだ続いているため、比較的余裕のある層との二極化が進んでいると感じる。
旅行代理店（店長）	・今は総選挙前の状況であり、客は様子を見ている。他社との競争や旅行需要の絶対数は変わらないため、厳しい状況になっている。
旅行代理店（広報担当）	・総選挙が終わり、日本の将来に明るさがみえるかどうか重要だが、あまり期待できないという声をよく聞く。尖閣問題などは少し落ち着いてきているが、旧正月や韓国の大統領選挙などの要素を勘案すると、現状と変わらない。
タクシー運転手	・年末を控えて総選挙が行われるため、景気回復が見込めない状態である。
タクシー運転手	・大阪マラソン、御堂筋イルミネーションなどのイベントで景気浮揚を図る意図は理解できるが、自治体レベルでの景気回復策では限界があり、景気の失速感は払しょくできない。
通信会社（社員）	・盛り上がり欠けたまま、2、3か月が過ぎようである。年間の最需要期を控えて、販売は伸びていないが、減ってはいない。
観光名所（経理担当）	・売上、来客数共に昨年には届かないが、平年と比較すると少し上回っている。天気が少し悪かったが、3連休はかなりの来客数であった。平日と休日の差が以前より大きくなっているが、平日の客単価は休日よりも上がってきている。一方、体験教室は継続して伸びているが、ほかの店舗では好不調の差がみられる。景気動向がこの業種にどう影響を及ぼすのか、なかなか分かりにくいですが、総じてあまり良くない状況である。
観光名所（経理担当）	・これから冬のイベント時期となるが、客の財布のひもが固く、来場者数、売上共に期待できない。
競艇場（職員）	・以前から購買単価、来場者数の悪化に歯止めがかからない状況が続いている。

	その他レジャー施設 [球場] (経 理 担 当)	・ 12 ~ 1 月にはコンサートがあり、ほかにも子ども向けのイベントや、企業イベントが開催されるので、昨年と同等の集客を見込んでいる。
	美容室 (経 営 者)	・ 正月はどこもお年玉商戦となり、値下げキャンペーンで売上を上げるが、それが終わると暇になるので、全体的には変わらない。
	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、寒い時期には来客数が減少する。
	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)	・ 低価格競争からの脱却を目指して、映像系の商品強化などを実施しているが、そのほかのアイテムをけん引するほどの効果は、今のところ出ていない。年末に向けて、更なるアイテム施策が必要となる。
	住宅販売会社 (経 営 者)	・ 総選挙の結果もあるが、根本的なデフレ回復が見込めない限り、今と同水準で推移する。
	住宅販売会社 (従 業 員)	・ 解決に時間を要する問題が多いほか、政局も不安定であり、将来への期待感に乏しい。
やや悪くなる	商店街 (代 表 者)	・ 総選挙に期待しているが、経済の不調といった基盤の弱さがマイナス要因となる。
	一般小売店 [精肉] (管 理 担 当)	・ 12 月の総選挙がどうなるか分からないが、年末はある程度盛り上がると思う。ただし、政権が決まって 1 月の消費が最も鈍くなるころに、この不安定感がどう解消されているかで、景気の動向が大きく変わる。多くの問題を抱えたままで、良くなる要素は見当たらない。
	一般小売店 [花] (店 長)	・ ボーナスのカットが多い場合は、年末商戦が厳しくなる。
	一般小売店 [花] (店 員)	・ 年末の繁忙期も過ぎ、客の購買意欲がなくなる時期に入るため、暇になる。
	百貨店 (売 場 主 任)	・ 日本の主力産業である電機、自動車などの業績が良くなく、景気の更なる後退が懸念される。収入が増えないなか、デフレは続くことが予測され、内需の増加に期待を持ってない。また、総選挙により政権が変わったとしても、対策の効果がすぐに表れるとは思えない。
	百貨店 (マネージャー)	・ 総選挙の実施に代表される政治の不透明さ、混とんとした状況が景気や消費に与える影響は大きいと考える。消費にとって明るい材料はなく、高額品の動きも悪くなっていることから、消費者の自己防衛行動が激しくなる。
	百貨店 (外 商 担 当)	・ 政局が不安定で、中国の景気回復も見込めないなか、先行きへの不透明感が出ており、客の高額品に対する購買意欲が上がってくるとは思えない。
	百貨店 (店 長)	・ 海外情勢 (欧州や中国等) の様々な動きがまだまだ改善しておらず、日本の経済情勢にも影響する懸念がある。また、日本国内でも政局や経済情勢の不安定さが今後の景気にも影響する。
	スーパー (経 営 者)	・ 政府の対策次第であるが、何もしなければ景気は後退していく。
	スーパー (店 長)	・ 先月も不安はあったが、ここにきて更に政局が混とんとしており、これだけでも景気が悪化する可能性は大きい。また、明るい材料も見当たらない。
	スーパー (企 画 担 当)	・ 来客数が前年比で 93 % 台になったが、これまでの傾向から上昇に転じることはない。
	スーパー (企 画)	・ 政治の行方が不透明で、年が明けると春に向けて出費がかさむことから、消費が縮む。消費税増税の動きも加速するため、減速方向へ向かう。
	コンビニ (店 長)	・ 12 月の総選挙後は、政策的にも目にみえる形で方向性が示されるが、しばらくは増税の負担懸念が景気に影響するよう思う。たばこなどの嗜好品は、今後も売上減が続きそうである。
	コンビニ (広 告 担 当)	・ 政治不安があり、景気低迷の打開策がみえない。
	乗用車販売店 (経 営 者)	・ エコカー補助金終了の反動が徐々に出てきている。
	乗用車販売店 (販 売 担 当)	・ 今後も好材料に乏しく、先行き不透明である。
	住関連専門店 (店 長)	・ 総選挙の後は、世間の動きが落ち着くまで消費者の活動も鈍くなり、売上が減ることがこれまでも多かったので、今回も懸念している。
一般レストラン (経 営 者)	・ 年明けは物販や衣料で消費が増えるため、飲食店の利用が控えられる。	
一般レストラン (ス タ ッ フ)	・ 政局が混迷状態のまま総選挙に入るなど、生活観と政治がずれたままの状態が影響している。消費行動が活発になるようなニュースもみられない。	

		スナック（経営者）	・先月と変わらずといった状態で、クリスマス前にもかかわらず人の流れが少ないので、先行きには期待していない。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・来客数、単価の悪化で売上は厳しい。節約傾向が強く、売上が伸びない状況である。
		都市型ホテル（支配人）	・総選挙への期待はあるものの、日中関係の悪化、経済対策の抜本的改革がなされない状態では、景気回復には時間がかかる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は、中国人団体客がなくなった分を格安のインターネット販売で補完しているため、単価は低いままで推移すると思われる。宴会部門は、忘新年会や春の歓送迎会に向けての販促時期であるが、平均単価が下がってきている。客を選択できる状態ではなく、格安でも受けざるを得ない。レストランでもワンランク上の商品の注文が減少してきており、消費マインドの冷え込みが広がっているような気がする。
		都市型ホテル（総務担当）	・ボーナスの減少による個人客の消費手控えが大きく影響すると考えられ、飲料部門の売上は夜の時間帯の減少幅が拡大する。
		通信会社（社員）	・通信会社の大幅な割引プランなどが発表されたため、少しずつ影響が出始めている。
		テーマパーク（職員）	・衆議院が解散し、政治の迷走が続くなど、将来に不安要素ばかりが増えるなか、景気が回復する要素が見当たらない。こんな状況では自分でもお金を使いたいとは思わない。世の中全体を見渡しても、みんなが同じように考えている。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・行楽に対する根本的な余裕ができていないとは思えない。今月はあくまで地域的な強みが顕在化しただけである。
		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）	・しばらくは、状況の転換が考えられるような要素がない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場の来場組数をみても、消費増税による新築住宅の駆け込み需要は増加していない。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・マンションの販売価格は上昇局面に入りつつあり、消費増税前の駆け込み需要に関しても、好不調にばらつきが出ることが予想される。
	悪くなる	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・総選挙がらみで、販売不振になりそうな予感がする。暖冬が長年続き、やっと来た寒波であり、防寒具に期待はしているが、不安も一杯である。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・総選挙により一部の業界では特需が発生するであろうが、飲食関係にまでその良い影響が回ってくるかは不透明である。
		コンビニ（経営者）	・冬場に入ると客が昼食時にラーメン店やうどん店に流れるため、今月よりも10%ほど減少する。
		衣料品専門店（経営者）	・人が通らない道に面している店舗が、次々と閉店に追い込まれている。当社の店舗は人通りが以前とほぼ変わらない商店街に立地しているが、裏通りには空き店舗が目立つようになっている。
		衣料品専門店（販売担当）	・給料、ボーナスが減少すると思われ、更に悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・景気が良くなる好材料が全くない。これから冬のボーナス商戦が始まるが、客の財布のひもがどの程度緩むのか、全く予想できない。
		一般レストラン（経営者）	・総選挙の結果でどうなるか分からないが、とりあえず良くなる要素はない。年明けは特に財布のひもが固くなる。
		一般レストラン（経理担当）	・対中国問題の長期化や、国内経済の低迷が続く以上、景気回復が望めない。今後の政治の動きに期待したい。
企業動向関連（近畿）	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業がスタートし、売上、利益共に格段に増える。
		化学工業（経営者）	・大型の物件が決まったり、欲しかったパートナー企業が出てきたりして、案件が非常に多くなってきている。年明け以降の見通しは非常に明るい。
		建設業（経営者）	・年度末にかけての案件、特に産業用の太陽光発電システムの相談が複数あるなど、年度内に経費計上したいという企業からの依頼が多くなってきている。この傾向は更に強まる。
		輸送業（商品管理担当）	・12月は良いが、正月が明けると悪くなる。
	やや良くなる	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・最近では受注件数や配達量が多くなってきている。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・医療関係、学会関係は順調に推移している。そのほかには住宅関係の受注が伸びてきたが、国の施策によるこ入れが必要である。大学関係の入学準備に対しての受注も増えてきているが、4月以降は全然みえてこない状況である。政府による経済対策が早期に望まれる。

	化学工業（企画担当）	・年末年始の食品需要の増大が見込める時期に差し掛かっているが、今年は受注量の顕著な増加が現段階では認められない。しかし、12月になれば傾向も変化してくる。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・現時点で把握している海外、国内の見積依頼数が増加している。
	輸送業（営業担当）	・学習機のシーズンに入るが、カラーバリエーションが豊富になったため期待が持てる。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・衆議院の解散が決まった日を境に、総選挙関連のチラシもあって、全体的に折込件数が増えている。身の回りも閉そく感から解放されたような雰囲気を感じる。これが一時的な動きでないことを望みたい。
	広告代理店（営業担当）	・関西圏もやっと気温が下がってきている。年末年始に向けての、ショッピングセンターでの衣料関連消費は増えてくることが見込まれる。
	経営コンサルタント	・年末年始に消費者の支出が増えることを期待しているクライアントが多い。ただし、不安定な政局のため、警戒心を抱き続けており、積極的な投資は避けている経営者が多い。
	コピーサービス業（店長）	・百貨店や商業施設が大阪に次々とオープンし、全体としてある程度の活性化につながると感じる。ただし、落ち着くスピードも速いと思われるため、どこまで持続できるかが焦点となりそうである。
	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・新政権による景気対策に期待している。
変わらない	食品品製造業（従業員）	・残念ながら景気が上向きになるような良い材料がない。年末は荷物の動きが少しはあると思うが、年明け以降の状況が読めない。全般的に年末のボーナスも下がるようなので、年明けも厳しい状況になる。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・生産増の計画を顧客から聞くことがない。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・変化する要素が見当たらないので、まずはこのまま推移すると思われる。新たな案件が少し出てきて、古い案件が徐々に淘汰されるような静かな流れが進む。
	金属製品製造業（営業担当）	・客先からの内示では、今のところは注文が今以上に落ちることはない。ただし、実際の注文がどうなるかは不透明である。
	一般機械器具製造業（設計担当）	・国政次第で株価などに変動がみられるかもしれないが、身の回りの景気としては、まだまだ回復までに時間がかかる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・年末の総選挙後の動きに期待したい。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・良くなる要因が見当たらない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・新規案件、受注が増えていない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・販売面では少し売れているが、修理の依頼が全然なく、同業者も頭を抱えている状態である。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・総選挙の結果により違ってくるとは思うが、景気回復への刺激策がなければ、現状と大きく変わらない。
	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ので、変わらない。
	建設業（経営者）	・総選挙による政治の空白で景気回復や官庁関係工事の活性化も期待できないなか、今後も厳しい価格競争は続くと思われる。
	輸送業（営業所長）	・年末には多少なりとも荷動きは良くなるが、一時的な動きで継続性はない。
	通信業（管理担当）	・年末商戦が激化するものの、政局の行方が不透明であり、劇的に快方へ向かうことはない。
	金融業（営業担当）	・原子力発電所の稼働反対の声があるなかで、今後の燃料費の変動による影響は大きくなる。受注が安定しない状態での燃料費の高騰が、景気を後退させる。
	広告代理店（営業担当）	・広告量で見ると前年の水準はやや超えているが、それ以上の伸びがない。
	司法書士	・事件数、案件も少ないなかで、公共料金の値上げなど、良くなる要因が見当たらないので期待できない。
	経営コンサルタント	・電機業界及び電力業界で活動しているので、当面は好転するという見通しが立たない。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・現状以上の売行きは期待できない。市場を見渡すと多種多様なエコ対策の商材が目につくが、これらも増収効果にはつながらない。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・総選挙の結果次第では良くなるかもしれないが、現状からすると変わらない。

	やや悪くなる	食料品製造業（営業担当）	・年末年始の行事（クリスマス、正月）が終わった後、ここ数年1、2月は低迷状態が続いている。
		繊維工業（総務担当）	・消費が伸びないと、売上や生産の増加につながってこない。
		繊維工業（団体職員）	・法人需要が中心であるため、景気の低迷による影響が懸念される。
		繊維工業（総務担当）	・取引先の様子から判断すると、販売量の減少傾向が続くそうである。この環境下で売上を維持するためには、利益率を下げてでも、値下げを行わざるを得ない状況である。
		化学工業（管理担当）	・尖閣問題による中国向け輸出の減少、電機メ-カ-による経営状態の回復遅れのほか、東日本大震災の復興需要に伴う受注もまだ出てこない。
		金属製品製造業（管理担当）	・新規案件がなく、価格競争となっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の投資計画をみると、既に縮小が行われているため、今後の受注は伸び悩む。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・良い兆しがみえない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・年末年始に向けては、マンションや住宅の着工戸数や施設案件も大きく増えないと考えられ、家電系の商材についても成熟市場でコスト競争が激しくなる。
		建設業（経営者）	・これから12～2月は積雪の可能性があり、例年工事量は減少する。輸出関連企業のボーナスも厳しいようで、住宅受注は厳しくなると予想される。
		輸送業（営業担当）	・大手住宅設備メーカーの倉庫が閉鎖になり、荷物がかなり減った。中小の工場も今月は製造の動きが悪い。
		広告代理店（営業担当）	・総選挙以降の広告出稿の動きは、かなり不透明である。
		その他サービス[自動車修理]（経営者）	・今年も良くなる要素が何もなく終わりそうである。
	悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・円高が収まらなければ、日本の中小ものづくり企業が壊滅する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・大手企業が人減らしを進めている間は、心理的にも景気の回復は難しい。当社はますます海外での取引が増えているため、それをプラスにできなければ、今後の存続が危ぶまれることになる。
		不動産業（営業担当）	・尖閣問題で中国への輸出が少なくなり、日本の経済が悪くなってきている。将来的にまだまだこれから景気は悪くなる。
		その他非製造業[機械器具卸]（経営者）	・受注ならびに電話や見積依頼が非常に少なくなってきており、実際の購買も少なくなっているため、今後は悪くなる。
		その他非製造業[電気業]（営業担当）	・景気が悪い。依然として回復しておらず、見通しが立たない。
雇用 関連 (近畿)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・11月に入り、年末や年度末に向けての動きが出てきている。ただ全体的な動きではなく、不動産関係、住宅関係などの特殊な業界に限った雇用である。
		人材派遣会社（営業担当）	・政権交代の可能性が高く、労働の規制緩和や円安、株高にシフトしていきそうだと感じる。
		新聞社[求人広告]（営業担当）	・どうなるかは分からないが、新政権への期待もあり、景気の状態は多少好転する。
		学校[大学]（就職担当）	・年末に向かって良くなるのではないかと期待している。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・年末に向けスポット的な要素（総選挙など）でのニーズはあるが、改正労働者派遣法の日雇い派遣の問題もあり、安定的な雇用者数の増加には結びつきにくい。しばらくは可もなく不可もない状態が続く。
		新聞社[求人広告]（営業担当）	・政府の新体制が落ち着き、安定するまで低迷状況は続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・日雇い労働者の求人動向の最新調査では、関係会社の回答が今後「増える」と「減る」に大きく分かれており、全体では変化がない。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・総選挙後の景気回復に期待している。半年後には良くなってほしい。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・短期間では状況の変化がない。
学校[大学]（就職担当）		・大手電機メーカーの先行きが不透明なため、雇用については期待しづらくなっているが、現在のところ大きな変化はみられない。	
やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・総選挙の結果次第で悪くなる。	

	人材派遣会社（支店長）	・10月1日からの改正労働者派遣法の規制による影響が出てくる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・来年度は大規模再開発の開業が続くなどプラス要因があるが、一時的なものである。地元企業による出稿の動きも全く感じられない。
	職業安定所（職員）	・これまでは新規求人数の大幅な増加傾向が続いていたが、正社員求人には明らかに陰りがみられる。また、製造業においては、大手メーカーの業績悪化によって今後の受注の減少を懸念する声が多く聞かれる。さらに、近隣で大手メーカーの雇用調整が相次いで予定されていることなどから、今後、雇用情勢が悪化するのではないかと懸念を持っている。
	職業安定所（職員）	・円高や中国問題もあり、先行きは引き続き不透明である。
	職業安定所（職員）	・円高、日中関係の悪化などで自動車関連が減産となっており、その影響を受けて雇用調整を検討している企業が見受けられる。
	民間職業紹介機関（支社長）	・景気の先行指標、遅行指標共に落ち始めている。
悪くなる	-	-