

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	良くなる	乗用車販売店（販売担当）	・消費増税前の駆け込み需要が増加する。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・季節が移り、秋物商材が店頭が増え始めるころには、消費のムードが良くなっていく。
(近畿)		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・消費増税の動向が影響するとは思いますが、消費の拡大に期待している。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・8月は暑過ぎて全くだめであったが、これからは季節的要因で良くなっていく。
		百貨店（売場主任）	・店の一部が改装オープン予定であり、売場面積も現状から更に増える予定である。それに伴い、客の入店数も増えるため、売上は確実に増収となる。ただし、客の所得が大幅に増えていないなか、入店数に比例して売上が増えるかどうかは微妙である。
		百貨店（売場マネージャー）	・消費増税に向けての動きが活発化する前兆が出てくる。
		百貨店（マネージャー）	・高所得者から中所得者層に、消費の流れが変わってきている。
		百貨店（商品担当）	・企業業績の一時的な好転で冬のボーナスが増えるほか、消費増税の影響もあり、消費は一時的に活発化する。
		百貨店（商品担当）	・消費税率の引上げが決まると、お買い得な商品を買いためしておく雰囲気は更に盛り上がる。
		スーパー（社員）	・総菜や調理に手間のかからない商材は売上が大きく伸びている。この傾向は、この春以降目立っており、猛暑だけが原因ではない。これからも客が求める商品を提供していくことで、まだまだ消費の拡大を実現できる。
		スーパー（企画）	・来年の消費増税が決定することで、一時的に消費が増える。
		コンビニ（経営者）	・プレミアム商品の新製品が発売されると、かなり大きな売上が見込める傾向にあり、客単価の更なる上昇が期待できる。
		コンビニ（店員）	・近くのコンビニが閉店するため、客がこちらに来店するようになる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・秋物スーツの注文の出足が順調である。
		家電量販店（経営者）	・消費増税を控え、高額商品の動きが活発化するため、景気は押し上げられる。
		家電量販店（店長）	・消費増税によって高付加価値商品への買換え需要が発生する。ただし、増税後の需要はエコポイント終了後と同じ状況になる。
		乗用車販売店（営業担当）	・まだまだ新車の販売などが好調であるため、景気はとりあえず消費増税までは良くなる。
		住関連専門店（店長）	・景気回復に対する消費者の期待が高まっている。接客をしても、これまで我慢していた購買意欲を発散しつつあるように感じる。
		一般レストラン（経営者）	・会社のグループ客や友人同士の小宴会、秋のフェア、ボジョレーヌーヴォーの解禁など、次々とイベントを組んで新規顧客を獲得していく計画である。
		観光型ホテル（経営者）	・秋の婚礼、旅行シーズンになるため、宿泊、レストランと連動して売上が増えることを期待している。
		観光型旅館（経営者）	・夏に消費が増えた分のしわ寄せが出てくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の先行予約で目立った団体客などは入っていないが、最近の傾向として徐々に単価が戻っており、収入アップに手ごたえを感じている。宴会は不透明ながら、定例会合の先行予約は多く、直近の受注が伸びれば前年を上回りそうな状況である。それよりも、秋口に判断される消費増税の動向が一番気がかりである。
	旅行代理店（店長）	・マスコミなどで報じられているため、何となく今後は良くなりそうな気になっている。	
	タクシー運転手	・東京では景気が良くなっていると聞く。大阪に波及してくるまでには3か月から半年かかるため、この夏の暑さとも合わさって、景気が上向いてくる。	
	タクシー運転手	・批判的な一部の学者の意見に惑わされることなく、政策を推進しようとする姿勢に、政府の本気度を確信し始めている。	
	通信会社（社員）	・消費増税が確定すれば、来年4月までは消費も増える。自社のサービスへの需要は大きく変わらないが、4Kテレビなどの需要拡大に引っ張られ、加入件数もある程度伸びる。	
	通信会社（企画担当）	・今後の政策による景気回復を期待したい。	

	遊園地（経営者）	・自社の営業状況には具体的なプラス要因はないが、様々な経済指標から、希望的観測も含めて上向き傾向と判断している。
	ゴルフ場（支配人）	・予約状況の動きをみると、今までと比べて早くなっているため、少し良くなっていると思われる。今後、客単価が上昇してくれば、更に良くなる。
	その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・奈良への観光客は外国人を含めて相変わらず増えており、地元の人が行かないような、値段の高いうどん屋や甘味処にも長い行列ができています。
	その他サービス〔保険 代理店〕（経営者）	・オリンピックの東京開催が決まれば、景気の回復が加速することは確実である。先行きへの期待感を持つ経営者も増えており、前向きな姿勢が間違いなく好業績につながる。少しづつではあるが、景気は良くなる。
	住宅販売会社（経営者）	・企業の求人数も増加傾向であるなど、徐々に中小零細企業への波及がみられる。
	住宅販売会社（総務担当）	・9月末までは消費税増税の影響で上向きとなるが、デフレの脱却感もないため、増税後に不安が残る。
	その他住宅〔展示場〕 （従業員）	・新築注文住宅は、請負契約を9月末までに行うか、来年3月末までに引き渡すと消費税率が据え置きになるため、今年一杯は駆け込み需要が見込まれる。
変わらない	商店街（代表者）	・環境に大きな変化がない限り、今の厳しい状態が続く。
	一般小売店〔花〕（経営者）	・暑さのために生花が敬遠され、贈答関連の売上は落ち込んだが、お供え用の商品の売上が増えたため、売上に大きな影響は出なかった。ただし、会社の経費削減は続いており、景気回復の実感は得られそうにない。
	一般小売店〔時計〕 （経営者）	・消費税増税の行方が決まることであり、上がれば更に厳しくなるが、上がらなくても先行きの生活の安定が保証されない限り、お金を使うことは考えられない。10月には年金が減額になると聞いており、良くなる材料が見当たらないので、今の状況はまだ続く。
	一般小売店〔精肉〕 （管理担当）	・秋の行楽シーズンに入るが、外食や中食が良くなることを考えると、当社のような食材を販売する業態はあまり盛り上がりがない。依然として財布のひもは固く、どのようにお金を使うかが変化しているだけで、全体の消費が拡大しているとは感じられない。
	一般小売店〔鮮魚〕 （営業担当）	・好転する材料が見当たらない。完全に季節が秋に移るまでは厳しい状況である。
	一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・景気が良くなるとは感じられない。
	一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・以前は景気に明るい兆しを感じていたが、ここへきて以前のような元気がなくなったように感じる。さらに、大手銀行による住宅ローンの固定金利引下げの報道や、来年度からの消費税増税を考えると、本当に景気が回復するのか不安である。
	一般小売店〔野菜〕 （店長）	・株価も頭打ちで、上がる見込みがない。
	一般小売店〔花〕（店長）	・このまま少し涼しくなれば、客単価、販売量も少しずつ上向き。夏の暑さによる生花の値上げが心配であるが、今のところは変わらない。
	一般小売店〔菓子〕 （営業担当）	・景気回復の兆しが、当業界や小売店では一向に感じられない状況である。
	百貨店（売場主任）	・消費税増税の行方次第では、高額品を中心とした駆け込み需要も考えられるが、身の回り品に対する消費意欲が高まる要素はない。
	百貨店（売場主任）	・値段にかかわらず購入する景気の良い客と、以前よりも節約志向が強まっている客の二極化が進んでおり、平均すると景気が良くなることも悪くなることも言い難い。
	百貨店（企画担当）	・梅田地区での百貨店のリニューアルによる影響が一巡した後、梅田、なんば、阿倍野を中心とする地区に挟まれ、心斎橋地区の集客力は好転が予測できず、商況の厳しさが当面は継続する。
	百貨店（企画担当）	・アベノミクスの影響で物価が上がってきているが、消費者の収入については、まだ増えている実感がない。
	百貨店（営業担当）	・業界内外の競争が更に激化し、店頭売上は伸びないと思われるが、消費税率の引上げを見越した高額品の売上増加はしばらく続く。
	百貨店（営業担当）	・食料品の好調に対し、ファッション売場ではヒット商品が出ないため、大きな改善が見込めない。

百貨店（売場マネージャー）	・富裕層頼みでは、景気回復には至らない。ガソリンなどの物価上昇などもあるなか、ボリューム層の消費が増えない限り向上かない。また、ファミリー層を中心に、身の丈消費の意識が強まっているほか、関西を中心にオーバーストア状態となっていることも気がかりである。
百貨店（サービス担当）	・今の傾向に変化はなく、消費税率アップ前の駆け込み需要を刺激するような催事の企画が今後の課題であるが、年末にかけての売上増加に大いに期待している。
百貨店（販促担当）	・消費税増税の行方に大きく左右される。増税が決まれば、冬の重衣料など、単価の大きい商材に動きが出る。逆に先送りとなった場合は、足元の消費に関しては慎重な動きが続く。
百貨店（店長）	・アベノミクスによる経済対策の効果が、まだ消費の増加につながっているようには感じられない。また、今後消費税増税の判断がなされるまでは、様子見の動きになる。
百貨店（外商担当）	・高額品については消費税増税の駆け込み需要があると考えられるが、そのほかの衣料品はまだまだ低価格志向が続いているほか、今後も気温の高い日が続くため、秋冬物の売上が伸びない。
スーパー（経営者）	・競合店が多いので、その日によって客が動いている状況である。価格だけで商品を決めるわけではないものの、買いやすい値ごろ感が大事である。
スーパー（店長）	・消費税増税の内容の決定が遅れているが、現状の消費財の価格上昇傾向からみると、増税前の駆け込みといった動きは発生しないかもしれない。必要な分を必要なだけ、必要なときに買う客を見据え、商売の原点に戻る必要がある。
スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要で売上が増え、増税後に冷え込むことは避けられない。その後の回復がどうなるかは予測が難しい。
スーパー（店長）	・現状では回復に向かうプラス要素がみられない。今後、消費税増税の有無の決定によって、景気回復の可能性は大いにあるが、現状では何ともいえない。
スーパー（店長）	・直近の関心事である消費税増税の問題により、一時的には消費マインドが停滞する可能性が大きい。直前に駆け込み需要が出てくるまで、あと3か月は変わらない。
スーパー（店長）	・売上は前年並みで推移しているが、猛暑による飲料売上の増加が大きく貢献しているため、一過性の動きとみている。今後は、年末商戦に向けての取組が重要になってくる。消費者のニーズに対応できる店舗の力が必要である。
スーパー（企画担当）	・来客数は前年同月比で96%、売上は93%という傾向は変わらない。
スーパー（経理担当）	・消費税増税が決定的になれば、耐久消費財、高額品を中心に駆け込み需要が増加するが、出費が増える分、日用品の節約志向が強まる可能性がある。
スーパー（広報担当）	・消費税の増税時期やその内容に左右される可能性はあるが、この短期間で大きな動きがあるとは考えにくい。
スーパー（販売担当）	・競合相手との価格競争もあり、定価品の価格が下がる傾向にある。客の買上点数は昨年並みであるが、買上金額が昨年を超えないなど、高価な物の動きが悪い。
スーパー（開発担当）	・原油や小麦の価格が上がっており、関連製品が値上げの一途をたどっている。
コンビニ（店員）	・暑さが長引き、清涼飲料やビールの売上が伸びることに期待しているが、全体的に大きな変化は見込めない。
衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響が懸念される。
衣料品専門店（販売担当）	・買換え、買い足しの周期が延びてきている。今後は買い控えが増加する。
乗用車販売店（経営者）	・個人消費の先行きは不透明である。
乗用車販売店（経営者）	・円安によるガソリンの値上がりが大きく響いている。物価は大きく上昇していないが、収入も増えていないのが大きな原因である。
乗用車販売店（経営者）	・新車の販売・車検の予約においても、あまり変化がない。
乗用車販売店（販売担当）	・今後は消費税の増税や景気対策に左右されるが、特に景気対策に期待している。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・今後の動きは天候次第である。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・特に提案できる商品もなく、公共料金の値上げや、携帯電話などへの出費の増加により、宝飾品にまで意識が届かない。

高級レストラン (スタッフ)	・ディナーの予約がコンスタントに入っているため、来月以降も好調が続く。
高級レストラン (支配人)	・来客数、販売量は3か月前と比べて微増であったが、客単価が大きく低下しているため、今後の消費増加には結びつかない。
一般レストラン (スタッフ)	・今夏の猛暑や、テレビで紹介された効果、外食全体のやや高額メニューへのシフトなどで好調を維持しているが、消費税増税の動向次第で消費が縮小する可能性がある。
一般レストラン (店員)	・良くなる材料も悪くなる材料もなく、今後も動きは変わらない。
スナック (経営者)	・秋から冬に向けて、前向きに何かを考えなければならない。そうすることで良い結果が出てくると期待している。
その他飲食 [コーヒーショップ] (店長)	・業績は横ばいであり、賞与、給与が増加するとは思えない。
都市型ホテル (支配人)	・消費税増税が施行されると景気は後退するが、いずれにしても早期に消費税増税の結論を出すべきである。
都市型ホテル (総務担当)	・宴会需要、宿泊需要共に増えており、来月以降の予約状況も好調に推移している。
都市型ホテル (マネージャー)	・宿泊部門は、引き続き海外からのインバウンド客が好調に推移すると予想しているが、宴会部門の法人利用の増加が今のところ見込めず、全体で大きく伸びることはない。
都市型ホテル (客室担当)	・昨年の尖閣諸島問題のような世界情勢の変化がない限り、宿泊部門は順調に推移する。一方、レストラン部門に関しては、大型商業施設の開業ブームが一巡してからの判断となる。
旅行代理店 (経営者)	・韓国向け的大幅ダウンが続いているほか、円安の影響もあり、海外旅行全体での伸びは期待できない。ただし、企業の間接決算の好調で株高となれば、側面支援の材料となる。
旅行代理店 (従業員)	・消費税増税問題で消費意欲の動きが混沌としている。
タクシー運転手	・連日の猛暑が9月一杯まで続くこともあり、普段の天候が良い年は下降線をたどるが、今年は雨の関係もあって今の状態が続く。
タクシー運転手	・大きな催しがないため、暇である。
テーマパーク (職員)	・秋の行楽シーズンを迎え、さあこれからというときに消費税増税の話である。経済が回復傾向にある今こそ、消費を促進するような政策が必要である。
観光名所 (経理担当)	・3月のリニューアル効果は継続中であるが、そろそろ息切れ気味のため、秋口まで何とか引っ張りたい。冬はイルミネーションなどの集客策で来場者数を確保する。
観光名所 (経理担当)	・今年の夏は本当に酷暑そのもので、耐え難い暑さである。当地は涼を求めて来る場所ではないが、今月の来客数は前年よりも少し増えている。今年はお盆の休日が約1週間と長いので、ガラスの製作体験教室への参加者は前年比でかなり増えている。飲食や物販店の売上は店によってまちまちであったが、全体としては約8%の増加である。夏休みは体験教室への参加が増えるが、これから夏が恒常的に猛暑となる場合、その対処方法を検討しなければならない。アベノミクス効果は今のところ、あまり実感できていない。
その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・当分は目立った要素がないが、消費税の動向がどうなるかによってレジャーマインドに影響が出る。
美容室 (経営者)	・盆休みの前後は忙しくなるが、今年は普段と変わらず、動きが止まっているように静かである。
美容室 (店員)	・カットの周期は短くなり、パーマやカラーの周期は延びている。髪を短く切っている人が多いため、今後もこの傾向が続く。
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裸になるため、暖かい時期になると来客数が増えるが、ここ数年は来客数が増えていない。
その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・書籍とカフェで客を動員し、レンタル関係で稼ぐモデルが好調になりつつあるが、関西地区はレンタル単独店が多いため、予断を許さない。
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増えない。
住宅販売会社 (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要が落ち着いてきたように感じる。景気が今後どうなるのかは不透明であり、まだまだ正念場が続く。
住宅販売会社 (従業員)	・景気が上向く要因に乏しい。
住宅販売会社 (従業員)	・新築分譲マンションの販売状況は、特に高額案件が好調に推移しており、当分は市況をけん引していく。

	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）	・消費税の増税が決定されれば、駆け込み需要は出てくるものの、その後は消費が落ち込む。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・新築マンションでこれから発売されるものは、今までよりも価格が上がるのが想定されるため、購入意欲が今以上に高まらなければ、業況は横ばいになる。
やや悪くなる	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・1店舗当たりの売上の減少が顕著である。また、円安で輸入食料品の原価が上昇し、利益の圧迫も進んでいる。
	一般小売店〔酒〕（社員）	・メディアでもアベノミクスへの疑問が報じられているが、大企業の営業利益が増加しても、従業員の給与、賞与の増加はほとんど進んでいない。ただし、12月から来年の3月までは、消費税増税前の駆け込み需要で、高額商材の動きは増える。
	スーパー（経営者）	・デフレ脱却のニュースも少し入ってくるが、日常の生活に密着したスーパー業界では相変わらずの状態である。むしろ、所得格差は以前よりも拡大している。
	スーパー（店長）	・地域的に生活保護費の減額が響いているほか、今後も暑さが続く予報であり、秋物の動きも悪い予想となっている。
	スーパー（管理担当）	・消費税増税も現実味を帯び、消費者物価指数の上昇や値上げの理由も明らかであるなか、消費拡大への期待は難しい。
	コンビニ（経営者）	・夏物商材のアイスクリーム、飲料水の販売は大幅に減少するが、それをカバーする商材が今のところはなく、挽きたてコーヒーで少しでも補っていく。
	コンビニ（店長）	・9月に入り、秋や冬の商品に切り替わってくるが、残暑が予想されるために商品の切り替えが難しい。しっかりと客の動向を見極めることが重要になりそうである。
	コンビニ（広告担当）	・消費税率アップによる心理面での影響や、商品原価の高騰による値上げでの買い控えが、アベノミクスの効果よりも先に出てくる。
	家電量販店（企画担当）	・しばらくは家電業界で売れる商品の予測が難しい。
	乗用車販売店（経営者）	・中古車が売れていないなど、好材料がない。新車は10月のモデルチェンジを待つ客が多いが、それでも実際の契約につながるかは不透明である。
	乗用車販売店（経営者）	・様々な要因により株価が世界的に伸び悩んでおり、景気の回復傾向についても一服感が否めない。しばらくは、このような状態が続くため、景気はやや悪くなる。
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・夏場のように動く商品がないため、買上点数が落ちていく。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・株価の動きは今の状態で変わらず、TPP問題も日本にプラスになるとは思えない。消費税率の引上げも決まるため、将来的に不安になる。
	その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・来年4月からの消費税増税論議の行方によっては、将来への不安が高まり、消費に一層慎重になることも懸念される。
	一般レストラン（経営者）	・値上げが響き、消費者の財布のひもは更に固くなりそうである。消費税が増税になると、飲食店はより厳しくなる。
	一般レストラン（経営者）	・今後諸物価が確実に上昇するなか、収入の増加を実感できない状況であるため、消費マインドは確実に落ち込む傾向となる。
	一般レストラン（経理担当）	・ボーナスシーズンでさえ期待できないなか、仮に社会の雰囲気明るくなったとしても、生活費が増えていく状況ではかなり厳しいが、今後2～3か月はほとんど変わらない。
	観光型ホテル（経営者）	・今後2、3か月先も引き続き好調の見込みではあるが、今月ほどの勢いはない。また、10、11月の秋のシーズン後にどうなるかが少し心配される。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門については、定例の受注が前年並みである一方、予約率は今一つ伸び悩んでいる。客室はリニューアルの効果が顕著で、単価が上昇している。それに対し、レストランはランチバイキングの利用が前年を大幅に下回り、苦戦を強いられている。
旅行代理店（広報担当）	・年度末に向けて、消費税増税への動きが具体的になると、客がお金を使う方向が変わってくる。旅行などのソフトに振り向けるよりも、ハードに向かっていくため、身の回りの景気としては悪くなる。	
パチンコ店（店員）	・今よりも消費税増税の話が具体化していくなか、今よりも良くなるとは思えない。	
競艇場（職員）	・消費税の増税前に、新車の購入や家の修繕・新築に資金が流れ、サービス業にはお金が流れてこない。	
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・9月は人気グループなどのコンサートがあるため、集客は期待できるが、プロ野球シーズンが終了となる10月以降は、企業イベント等が主となるため、来客数は減少する。	

		住宅販売会社（経営者）	・建築や不動産需要が伸びる要素はない。価格の上昇が需要の限界を超えている。
悪くなる		スーパー（店員）	・多くの物が値上がりしているほか、消費税が増税となるかもしれないので、景気が良くなるとは考えられない。客は値段の安い物ばかり探している。
		衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇が進行するが、給与が増加せず、ますます生活が苦しくなる。雇用情勢が改善したとしても、人件費が抑制されている状況は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・今年の秋冬物から、為替の影響で販売価格が若干上がってきているほか、現状のセールも売れていないので悪くなる。
		観光型旅館（経営者）	・一部の公共料金や加工食品などの値上げが購買意欲を低下させ、景気の悪化につながっていく。
		競輪場（職員）	・例年この時期はやや悪くなる。物価が上昇している割には、懐具合が良くないので期待できない。アベノミクス効果も関係がなさそうである。
企業動向関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・2か月以内に新規事業を立ち上げた成果が出るため、利益の増加が見込まれる。
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・2020年のオリンピック開催地が東京に決まれば、株価は一気に上昇する。ファンダメンタルズの改善が株価を押し上げるという、健全な株価上昇が期待される。
	やや良くなる	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・来月の配達量も多い。
		化学工業（経営者）	・大きく改善することはないものの、案件が徐々に増えつつあるため、多少は良くなる。
		化学工業（企画担当）	・清涼飲料などの一部の夏物商材を除き、食品業界では売行きが低迷したが、消費が活発になる年末の最需要期を迎えるため、販売量の増加が見込まれる。
		金属製品製造業（経営者）	・消費税増税による駆け込み需要が出てくる。
		金属製品製造業（管理担当）	・案件が増えるという情報がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・2～3か月程度先であれば、円安や海外市場の好調に助けられ、少しは上向く。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・戸建住宅やマンション関連では好調を維持している。全体的には、今後の消費税増税を見据えた受注が増加する。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・アベノミクスの効果かどうかは判断が難しいが、日本国内での引き合いが微増傾向にある。
		建設業（経営者）	・9月30日までに工事請負契約を結べば、来年4月以降の引渡しでも消費税率は5%が維持されるとのことで、来月一杯は受注が増える。
		輸送業（営業担当）	・今月初旬は荷物が多過ぎて、人手不足でパンクしたが、後半に増員できたため安定している。
		金融業（営業担当）	・消費税問題の行方次第で、情勢は良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・毎月、売上は前年を上回っており、先々の広告出稿の問い合わせも増えてきている。
		広告代理店（営業担当）	・天候や気温が落ち着いてくれば、秋物商材が動き出し、客単価も上がってくるはずである。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・消費税増税の判断が今秋に発表されるが、高額商品は年内に買っておこうという動きも出てくる。また、昨年と同様に残暑が厳しくなることから、飲料の売上はしばらく好調を維持する。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・消費税の増税が決まり、駆け込み需要が意識されるようになると景気は上向く。一方、価格表示は外税、内税方式の両方が可能となっているが、内税方式となれば納品業者側が消費税の増税分を値下げする動きも出てくる。これに伴い、企業の業績は輸出関連産業を除いて苦しい状態が続く、景気の腰折れ懸念が拡大する。
変わらない		食料品製造業（営業担当）	・今後、徐々に気温が低下していくため、秋冬商品の提案次第で売上は変化するが、それほど大きくは変わらない。
		食料品製造業（経理担当）	・円安の影響で原料価格が徐々に上がってきており、現在の価格を維持ができるかどうか心配である。
		繊維工業（団体職員）	・年末に向けて一定の需要は見込まれるが、主要な外注加工先の糊付けや染色加工場から値上げ要請があるなど、価格転嫁が大きな課題である。
		繊維工業（総務担当）	・円安による仕入コストの上昇分を価格転嫁することができない現状から、厳しい状況が継続する。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・円安による値上げに、食品メーカーなどは内容を減らして対応しているが、販売量は増えていないようである。
		化学工業（管理担当）	・アベノミクスの効果を高めるのは法人税減税であるため、法人税率の水準が決定するまでは変わらない。

窯業・土石製品製造業 (経営者)	・当社は瓶を作っているメーカーであるが、エネルギーコストの動きに収益が左右される。ガスや電気料金の大幅なアップで利益が減少し、ボーナスをカットしたが、この約3か月の間で3名の社員が車を買換えた。これは世の中のムードが良くなった影響だと思われる。
一般機械器具製造業 (経営者)	・生産拡大のための投資は期待できず、発注量は横ばいの推移となる。
電気機械器具製造業 (経営者)	・経済の方向性が分かれば、投資も前向きになり、景気は良くなる。アベノミクスの安定した状態が長く続くことを期待する。
電気機械器具製造業 (宣伝担当)	・状況が変わる要因がない。
電気機械器具製造業 (営業担当)	・受注が上向かず、低迷が続いている。
電気機械器具製造業 (営業担当)	・相変わらず仕事量にばらつきがある。
その他製造業 [履物] (団体職員)	・アベノミクスの効果により、組合員のメーカーによる受注量も増えつつあるが、その反面で円安による原材料価格の値上げが続いており、その値上げ分を販売価格に転嫁することができていない。
その他製造業 [事務用品] (営業担当)	・イベントもなく、売上が増える見込みがない。
建設業 (経営者)	・全国的な建設工事の増加に伴い、地方からは人材の流出が始まっているようで、人材不足になることを心配している。
建設業 (経営者)	・消費税増税や東日本大震災の復興本格化の関係か、技能労働者不足が続いている。建設資材や労務費の高騰も進むなか、厳しい価格競争が予想される。
輸送業 (営業所長)	・物流案件もある程度は出てきているが、経営者と担当者の考えが異なる場合が多く、すぐに実行できそうな案件が少ない。
通信業 (管理担当)	・変化する要素が見当たらない。
不動産業 (営業担当)	・神戸から企業が撤退している。今後もその状況が続くと思われ、景気が上向くことは難しい。
新聞販売店 [広告] (店主)	・新規購読の予約が伸びず、購読数が減少傾向にあるため、先行きは不安である。
広告代理店 (営業担当)	・秋口までは広告の動きが良くなる兆候はみられない。
経営コンサルタント	・アベノミクス効果などで、回復することを期待している。
経営コンサルタント	・損得を考えて利用する経営者が多いため、多くの助成措置が景気回復につながるかどうかは分からない。少なくとも、数か月で実感できるような景気改善の効果は出ない。
司法書士	・現在は案件がほとんどなく、好転する材料も見当たらないので、現状維持ができれば良い方である。
コピーサービス業 (店長)	・年末恒例の年賀状の印刷も始まり、活気のある状態が続く。例年、増加を繰り返しているサービスだけに、今年も期待が高まる。
その他サービス [自動車修理] (経営者)	・すぐに変わる要素がない。
その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	・2～3か月以内では動きが出ない。
その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・慎重に将来を見極める必要がある。
やや悪くなる	
食料品製造業 (従業員)	・量販店にプライベートブランド商品が多くなってきたせいもあり、なかなか秋の定番品に選ばれにくい状況が続いている。大ヒットする新製品もなかなか見当たらず、既存品だけでは売上が稼げない状況が続いている。
繊維工業 (総務担当)	・販売方法だけが大事なのではなく、呉服は購入してからのフォローが次の販売へとつながっていく。サービスの視点を変えていかなければ、売って終わりではそれきりになってしまう。現状は工夫のない販売が目立つ。
出版・印刷・同関連産業 (情報企画担当)	・現在、梅田地区に医薬品の承認機関の拠点が設置されるという情報があるが、i P S細胞関連の事業支援への国を挙げた取組は大いに歓迎している。また、各大学、医療機関、製薬企業などの取組に、今後成果が出てくることを期待している。
プラスチック製品製造業 (経営者)	・全体的な市場縮小のなか、新たな業界への販売や、切り口を変えた商品展開を行っているが、結果が出てくるまでにはもう少し時間がかかる。
金属製品製造業 (営業担当)	・鋼材価格の値上げが予想されるが、取引先への価格転嫁が困難な状況にあり、収益が悪化する。
一般機械器具製造業 (設計担当)	・受注量、販売量の増加が見込めないなかで、経費削減を求められている。

	輸送業（商品管理担当）	・ニュースの報道内容とは違い、世間は消費税率が上がることを踏まえて買い控えしている。	
	輸送業（営業担当）	・良い商品を買う客が少しずつ増えているが、客のニーズにこたえられる商品が少な過ぎる。	
	悪くなる	—	
	良くなる	—	
雇用 関連 (近畿)	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・盆明けからようやく動き始めているが、まだまだ動きが遅い。その中で自動車関連は好調であり、IT技術者を含めて名古屋方面にどんどん送ってほしいとの要求があり、下期にかけて本格化する。また、住宅関連や道路などのインフラ関連も需要があるが、人材不足で派遣ではなかなか集まりにくい。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税率アップまでは駆け込み需要が増え、一時的に消費が増える。
		人材派遣会社（支店長）	・年度末の駆け込み案件に期待したい。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人広告の状況をみる限り、景気は良くなるように思われるが、来年4月からの消費税増税の実施で、状況は変化するかもしれない。
		職業安定所（職員）	・悪化する要素はないと思われるため、今と同じか上向きになる。
		職業安定所（職員）	・製造業が弱い動きとなっているものの、新規求人数は増加しており、前年を上回っている。また、求職者数も緩やかではあるが減少を続けている。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・大手企業の採用状況は良くなっていく。中堅・中小企業については、現在は採用意欲があるものの、新卒採用はかなり厳しい環境になると判断している企業が多い。
		民間職業紹介機関（支社長）	・雇用者の年収が増えるような、消費の活性化につながる方向にはなかなか進んでいない。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・失業率などの雇用関連の統計は全般的に改善しているものの、これから始まる消費税増税論議に大きく左右される。現段階では先行きが読めない。
		アウトソーシング企業（社員）	・企業の間では人件費や諸経費の削減が進む。
求人情報誌製作会社（企画担当）		・景況感の上昇よりも、求人費用を含むコスト増や、それに対する不安感で、差し引きゼロもしくはマイナスである。	
新聞社〔求人広告〕（営業担当）		・消費税増税の様子見となっているため、決定までは待ちの状態が続く。	
職業安定所（職員）		・大きく状況を左右するような要素は見当たらず、しばらくは現状維持で推移する。ただし、中小企業金融円滑化法の期限切れの影響が、秋口から強く出てくると懸念していたが、最近では小規模事業所の倒産や廃業が増えているため、気になるところである。	
職業安定所（職員）		・事業所からは、アベノミクスの効果が出ているという声が聞かれない。	
民間職業紹介機関（職員）		・建設日雇い労働者の人手不足に直面しながらも、建設投資の増加に支えられて、日雇い求人数は当面は落ち込みそうにない。ただし、今以上の仕事量になると、労働者不足の影響が出てくるといふ雇用者の声が多い。	
民間職業紹介機関（営業担当）		・短期的には変わらない。	
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・上期末、下期の始め共に、関西の地場産業のトピックスがなく、新聞広告費は前年比で90%程度である。また、消費税増税も控えており、不安材料が多い。	
	職業安定所（職員）	・株安、円高が進んだことから、先行き不透明感が出てきた。この影響が雇用面にも出てくることが懸念される。	
悪くなる	—	—	