

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	商店街（代表者）	・年末商戦や、消費税増税前のまとめ買いのほか、売出しイベントで消費が活発になる。
		一般小売店〔鮮魚〕 （営業担当）	・ボーナスの支給時期でもあり、財布のひもが緩くなる。
	やや良くなる	百貨店（企画担当）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要により、3月末までは好調な動きとなる。現在は外商顧客などの高所得層に売上げけん引されているが、年末からは中間所得層の購買意欲も高まってくる。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待しており、ピアノや呉服の催事を増やす予定である。
		百貨店（マネージャー）	・ボーナスの増加や消費税増税前の駆け込み需要が、消費を活性化させる。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税直前の駆け込み需要がより一層期待できる。
		家電量販店（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれるほか、寒くなる気配からエアコン需要が高まる。
		一般小売店〔精肉〕 （管理担当）	・やはり、食品表示問題の件で市場に変化が出ており、神戸牛の購入が増えている。人に贈る場合は、はっきりとしたブランドの商品を贈りたいということか、和牛や国産牛というよりも神戸牛が選ばれている。
		一般小売店〔花〕（店長）	・今月の販売量は伸び悩んでいるが、多少の売上アップは見込まれる。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。需要を喚起する積極的な販促活動に加え、アパレル商品でも取引先は春物などを前倒して生産し、3月までに納品可能な商品は増産する計画を組んでいる。それに伴い、期間限定ではあるが消費は上向きになる。
		百貨店（売場主任）	・10、11月は厳しかったが、12月は社会情勢も少しは落ち着き、上向きになると期待している。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要が本格化し、消費行動が活発化する。
		百貨店（売場主任）	・季節的な消費以外は景気の上昇要因が見当たらないものの、消費税増税を目前に控えて、高級輸入ブランドを中心に駆け込み需要が期待できる。ただし、増税後の消費意欲の減退は、売上が5%以上減少するほどの影響があると分析している。
		百貨店（企画担当）	・年末年始に向けて購買意欲の高まる時期でもあり、売上は回復する。年明け以降も、4月までは消費税増税の影響もあって上向き。
		百貨店（営業担当）	・消費税率の引上げを見越した消費で、いつか買おうと思っていた宝飾品やブランド品などが今まで以上に売れたり、家具の買換え需要が増えたりするため、景気は更に上向き。
		百貨店（商品担当）	・冬のボーナス支給額が徐々に増加基調となるため、消費税増税の駆け込み需要もあり、春までは期待が持てる。
		百貨店（服飾品担当）	・取引先などからは、消費税増税前の特別な商材の企画案が徐々に上がってきている。まとめ買いや、お買得なセット商材などが2、3月に向けて提供される見込みで、増税前の駆け込み需要をとらえようとする動きが活発である。各社共に前年比で10～15%の売上アップを見込んでいる様子で、できる限り3月に売上を伸ばそうとする姿勢がうかがえる。
		百貨店（外商担当）	・消費税増税が目前に迫ってくるため、宝飾品や呉服、美術品などの高額品の駆け込み購入が増える。
		百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税前に差し掛かるため、商品の販促やイベントといった仕掛けが増え、消費の動きが変化する。ただし、過去の増税時のようにはいかない。
		百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税前のまとめ買いや、高額品の購入に動きが出てくる。
		百貨店（店長）	・消費税が増税される前は、特に高額品の購買意欲が高まる。
		百貨店（商品担当）	・絵画や宝飾品といった高所得者向けの商品だけでなく、一般的な身の回り品についても全体的に単価が上がっている。
百貨店（外商担当）	・消費税の増税前の駆け込み需要が増えてくる。		
百貨店（販促担当）	・消費税増税前の3月までは、駆け込み需要が期待できる。4月以降は反動減が必至ではあるが、3月までに限定すれば良くなる。特に、長く使える物への需要が高まり、日用品でもまとめ買いが期待できる。		
スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が出てくるほか、増税後も各社の落ち込みへの対策により、駆け込みの勢いをあまり落とさずに維持できると見込んでいる。		

スーパー（店長）	・厳しい状況には変わらないが、12月以降は消費税増税前で大型商材の動きが活発化するといった、プラス要因が出てくる可能性も含め、回復基調が期待できる。ただし、今後の推移を注視していく必要があり、楽観視はできない。
スーパー（店長）	・現在の傾向が更に顕著になる一方、消費税増税を前に新学期、新生活関連の動きが早まることで、単価の上昇による売上げが見込めそうである。食品、消耗品も単価は下がるものの、販売量は大きく増える。1、2月が厳冬となることを願う。
スーパー（店長）	・消費税の増税に向けて一時的に消費者の購買意欲が高まるため、売上アップが見込まれる。その後は若干の低迷期となるが、価格でなく価値によって訴求し、いかに良さを消費者に伝え、付加価値の高い商材を販売できるかが課題である。
スーパー（店長）	・消費税増税直前のタイミングとなり、大型商品や高額商品の動きが活発化する見込みで、瞬間的ではあるが消費は拡大する。
スーパー（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
コンビニ（経営者）	・ファストフードやプレミアム商品の売上好調が継続し、客単価の上昇傾向も続くことが期待される。
コンビニ（広告担当）	・恐らく、クリスマスや年末年始から消費税増税前までは、まとめ買いなどで上向く。ただし、商品によって傾向は異なる。
衣料品専門店（経営者）	・消費税率アップによる駆け込み需要が多少なりとも見込めるものの、すべてが好調になるとは考えにくい。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・少しずつではあるが、客が欲しい物を購入するようになってきている。
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が発生する。
乗用車販売店（経営者）	・円安の進行もあり、業績の良い企業が増えているため、今後は景気がやや良くなる。ただし、日中関係や日韓関係の悪さが経済に悪影響を及ぼしかねない点が懸念される。
乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が増える。
乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税を前に新車の販売量が増えているが、増税後の販売の落ち込みが不安である。
乗用車販売店（販売担当）	・新型車は売れると予想されるが、客の消費税増税に対する反応が薄いため、売上全体の増加につながるかどうかは分からない。
乗用車販売店（営業担当）	・来年の消費税率アップ前の決算セールを実施する3月までは、受注増が続く。
住関連専門店（店員）	・児童手当の支給増加で学習机、ランドセルの需要が増加する。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・年末が近づくことで環境が変化するほか、一時金などの収入の増加により、心の豊かさを求めて購買意欲も上がる。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・企業収益が最高を記録し、今冬には賞与によろやく反映される。バーゲン袋を持った客もよくみられるようになり、消費マインドの上昇が感じられる。また、外国人客の利用も、3～4年前の水準に戻ってきたと感じる。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・駆け込み需要が間違いなく続くため、しばらくは景気が良くなる。
観光型ホテル（経営者）	・今月は季節変動で動きが良かったが、12月以降は落ち込むことが予想される。ただし、株価の上昇もあり、富裕層がますます豊かになっていると感じるので、期待している。
観光型旅館（経営者）	・消費税率の引上げ前の駆け込み需要が出てくる。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門については、順調に単価が上がっており、予約率も上昇している。宴会部門も、1件当たりの参加人数が増え、例年開催の新年会、歓送迎会も順調に受注できている。レストラン部門は、梅田地区の商業施設開業当初は客が流れてきていたが、宿泊の稼働率が上がり、喫食率の上昇が見込める程度であったため、今後は季節商品の販売による収入アップを目指す。
都市型ホテル（総務担当）	・予約状況が好調を維持している。今後は販売単価のアップが課題となるが、徐々に上昇しつつある。
タクシー運転手	・企業関係のハイヤー予約が伸びるなど、企業活動が活発化している。
タクシー運転手	・これから寒くなって飲み会などが増えてくるため、人の動きが期待できる。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・スマートフォンの普及でデジタルカメラの売行きが悪くなっているといわれるが、11月に各社が高級品を新発売して注目を浴びており、私も少々高くても買おうかという誘惑に駆られている。

	その他サービス [保険代理店] (経営者)	・円安と株高の進行で、このまま順調にいけば大手企業は間違いなく増収増益となる。中小企業の景気が良くなるには、まだ数年かかると思うが、少しずつ良くなっていく。
	その他サービス [生命保険] (営業担当)	・景気の先行きに対する期待感が高まっているため、生命保険の加入を検討する客は増える。
	住宅販売会社 (経営者)	・消費税増税前までは、駆け込み需要による押し上げがある。
	住宅販売会社 (従業員)	・建築費の高騰により、分譲価格の設定が非常に高くなると予想されるため、価格が高騰する前に購入しようとする動きが出てくる。
	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・企業業績が好調に推移しており、消費マインドは引き続き好調を維持すると思われる。ただし、今後販売されるマンションの価格上昇が、販売率の低下につながる不安はぬぐえない。
変わらない	商店街 (代表者)	・競争激化の状況は当面改善されず、厳しい環境が続く。
	一般小売店 [花] (経営者)	・クリスマス、正月商品は売れているが、ほかの商品の売上が減少しているため、景気回復とはいえない。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	・客の買い控えが続くなかで、今後も景気が良くなるということはないので、状況は変わらない。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要がどこまで見込めるかは分からない。それ以外の起爆剤になる要素がないため、今後の販売に対して期待は持てない。
	一般小売店 [野菜] (店長)	・状況が変化する要素がない。
	一般小売店 [雑貨] (店長)	・消費税率がアップとなる際には、更なる売上減が想定されるなど、厳しい経営環境が続く。
	百貨店 (売場主任)	・消費税増税に向けての先食い消費で、一時的に売上は増加が予測されるが、根本的な人口減や若年層の雇用問題、所得の減少など、大多数の中間層が不安定な状況にあるため、景気が良くなる感覚はない。
	百貨店 (サービス担当)	・今年は、新しい商業施設がオープンして初めてのクリスマスと年末、年始商戦であり、来客数の増加による売上増を期待しているが、景気回復のスピードが鈍化するような話題が多く、悪影響を懸念している。
	スーパー (経営者)	・今月は青果物、特に葉物野菜の価格が高い。売場の客からも、ほうれん草が高いなどの声が聞かれる。
	スーパー (経営者)	・給料や年金支給日の後は、一時的に売上が前年比で増えることはあるが、それ以外が極端に悪いと、景気は良くない状況であると感じる。
	スーパー (店長)	・家電などの耐久消費財関連は、消費税率引上げ前の駆け込み需要があるが、食料品や衣料品への効果は限定的と予想される。
	スーパー (経理担当)	・年末から年明けにかけて、堅調な動きが続くと予想される。消費税増税を控え、前倒しで正月前後にややぜいたくな消費をする動きや、日持ちのする商品の買いだめなどが下支えとなる。
	スーパー (広報担当)	・消費税増税前後の動向が不透明である。
	スーパー (社員)	・当社のような食品中心のスーパーは、これから年末年始にかけて最も来店客数が増える。今年も堅調に推移しているが、前年よりも競合が厳しくなった店舗を中心に、来客数が伸び悩むことが懸念される。
	スーパー (販売担当)	・客の様子をみていると、広告初日のお買い得商品や、ポイント何倍といった特売日の店を選んでうまく買い回るなど、目的買いの傾向を強く感じる。
	スーパー (開発担当)	・年末にかけて多少の消費の増加が見込めるが、まだ中小零細企業にはアベノミクスの効果が波及していない。
	スーパー (企画)	・消費税増税前の駆け込み需要は、一部の業種では期待できるが、食品や日用品については後回しとなり、大きな売上増加は期待できない。
	コンビニ (経営者)	・ひきたてコーヒーをアイスからホットに一気に変え、ホットの価格も150円のほか、120円の商品を作ったことで、売上が前月よりも10%ほど伸びた。2～3か月後には更に25%増になるように、販売に力を入れる。
	コンビニ (店長)	・消費税率が上がるまでは、今の状態が続くのではないかと予想される。テレビのCMや番組でのコラボレーションなど、商品イメージの向上や新商品の開発、各種キャンペーンにより、客の来店回数や買上点数を増やし、売上を維持する状態が続く。
	コンビニ (店員)	・客の購買意欲が感じられない。チラシの配布などによる回復を期待している。

家電量販店（店員）	・給与もボーナスの金額も上がる傾向がなく、消費者は人員の減少にばかり気を取られているなど、いまだに厳しい状態である。
乗用車販売店（経営者）	・12月に向かって景気は良くなるが、反動で1、2月は冷え込む。
乗用車販売店（経営者）	・新車の購入や車検の予約は、例年とあまり変わらない。
乗用車販売店（経営者）	・年末へ向けての整備依頼が、昨年よりも早く動き出している。単価は引き続き低水準であるが、客には若干の余裕が出てきているようにも見える。
住関連専門店（店長）	・客の購買意欲が増していると感じるものの、消費税増税の直前でもあり、これが一時的な改善か、景気回復によるものかは判断が難しい。ただし、依然として中小企業の苦しい状況が変わっていないことは事実である。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・今後の見通しは気候次第である。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・客の消費行動の二極化がますます加速し、景気が良くなることはない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の対象としては、やはり自動車や不動産の優先順位が高くなる。
一般レストラン（経営者）	・どうしても年始は外食を控える客が多くなるため、早期に景気が下がらないような対策を取り、現状維持か上昇を目指す。
一般レストラン（経営者）	・先行きの見通しが立たない。
一般レストラン（スタッフ）	・株価の上昇や企業の好決算予測などに比較して、食料品や生活必需品の値上げや、所得の伸び悩み、消費税増税などが景気の見通しを不透明にしている。
一般レストラン（店員）	・周辺には大企業が多く、昼食にもある程度の金額をかける客が多いので、悪くはならない。
スナック（経営者）	・客を待っているだけでは動きがないので、来月は何かイベントの開催を検討している。
観光型旅館（経営者）	・2か月先の予約状況については、今のところ思わしくない。今後も道路状況を考えると客足が期待できず、峠の凍結や積雪、ガソリン価格の高止まりなどで、周辺の景気にもあまり期待できない。
観光型旅館（団体役員）	・1人当たりの宿泊単価が、宿泊人員の増加と反比例して低くなっている。
都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門は海外からの観光客が引き続き堅調に推移するとみられ、ホテル全体の売上をけん引していく。宴会部門の法人利用は、消費税増税前の需要に若干期待しているが、その後も利用が増える傾向が続くとは思えない。
都市型ホテル（客室担当）	・客室部門に関しては、訪日外国人の増加が続く限り、消費税増税が始まる4月までは今の状況が続く。
旅行代理店（経営者）	・学生の卒業旅行が就職活動とどう重なるのかが予測しにくいほか、海外旅行の価格も昨年と比較して上がってきている。関東のテーマパークの周年行事がある3月下旬までは国内旅行も堅調に推移するが、消費税増税もあり、非常に読みにくい状態である。
旅行代理店（広報担当）	・消費税の増税が最も大きく影響するが、旅行に関しては駆け込み需要が少なく、耐久消費財などに流れることでの悪影響が大きい。今のところは毎年の旅行を我慢するといった傾向はみられないため、今と変わらない状況になる。
タクシー運転手	・まだまだ先行きの不安が解消されていない。政治が安定し、老後にも安心感が出てこなければ消費意欲は上がらない。
通信会社（社員）	・4Kテレビの普及状況がまだみえてこない状態であり、現時点ではそれほど大きな改善は望めない。
通信会社（企画担当）	・ゲームセンターの存在感が小さくなっている。
テーマパーク（職員）	・消費税増税の決定による影響が、そろそろ出始める。今冬のボーナスの増額傾向が明らかにならなければ、消費動向を左右する動きにつながる。
観光名所（経理担当）	・売上の前年比は、ここまで110%を何とか維持してきた。クリスマスシーズンを迎えて、恒例のイルミネーションイベントを更に拡大し、弱くなる冬場の来館者数を引上げることで、前年比110%をキープしていく。

観光名所（経理担当）	・売上、来客数共に、昨年とほとんど変わらない。天気が少し悪かったものの、3連休はかなりの来客数であった。また、平日と休日の差は以前よりも広がっているが、平日の客単価は休日よりも上がってきている。一方、体験教室の来客数は継続して伸びているが、ほかの店舗ではばらつきがみられる。特に、飲食関連があまり良くない。景気動向が当業界にどう影響を及ぼすのか、なかなか判断が難しいが、総じてあまり良くない状況である。
遊園地（経営者）	・日常的な消費では、客の動向をみる限り、回復傾向はまだみられない。
ゴルフ場（支配人）	・現段階での予約状況を見ると、良くも悪くもないため、全体的には変わらない。
競輪場（職員）	・アベノミクスという言葉が先行し、景気回復の動きに実体が伴っていない。大手企業の賞与増加が報道されているが、それ以外の中小零細企業などは厳しい状況に変わりない。そう考えると期待は薄い、正月時期であるため、少しは財布のひもが緩んでくる。
その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・12～2月にはコンサートが17日間開催されるほか、子ども向けのイベントや、企業のイベントが開催されるため、今月と同じぐらいの集客を見込んでいる。
その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・消費税増税の影響に関しては、近郊型の観光地では消費財などのような駆け込み需要は見込みにくい、特に好材料はない。むしろ、その後の交通費の値上げやガソリンの高止まりなどの、逆風となる要素が懸念される。
美容室（経営者）	・美容室では千円や2千円を割り引いても客の増加にはつながらないが、卵が100円を割ったら行列ができる。スタッフの少ない店では思い切ったキャンペーンは打てないため、今は静観の時期かもしれない。
美容室（店員）	・客のお金の使い道が、年末は買物に使い、年始はレジャーに使う傾向があるので、変わらない。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・新企画のカフェを大型店でオープンし、今後のブックカフェ出店に弾みをつけたい。
住宅販売会社（従業員）	・短期的に景気が上向く材料に乏しい。
住宅販売会社（総務担当）	・やや消費税増税の影響で悪化傾向であるが、3月までの建売住宅の駆け込み需要に期待している。
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）	・消費税増税の駆け込み需要があるかもしれないが、金融機関の融資姿勢が厳しくなりつつあると感じており、実際に融資残高にはあまり変化がない。
やや悪くなる	
一般小売店〔珈琲〕 （経営者）	・消費税増税が家計に及ぼす影響として、コーヒーなどの嗜好品の買い控えにつながる。
一般小売店〔時計〕 （経営者）	・客からは、景気の良さや余裕を感じることはない。必要に迫られて修理をしたり、時計を買ったりというギリギリの様子が感じられ、まだまだ先行きに対して楽観的にはなれない。
スーパー（管理担当）	・流通他社の好調が伝えられるなか、苦戦を強いられており、後手に回っている感が否めない。
コンビニ（店員）	・クリスマスやお歳暮の予約が昨年よりも少なくなり、客単価も若干下落する傾向にある。
衣料品専門店（経営者）	・一番先に節約の動きが出るのは婦人服である。
高級レストラン（支配人）	・先般の食品表示問題や消費税増税による影響で、低価格帯のレストランに消費が移ることが予想される。
一般レストラン（経理担当）	・既に始まっている値上げの影響が家計を圧迫し、外食需要が減少する可能性が高い。
観光型ホテル（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が一度落ち着き、しばらくは減少傾向となる。
観光型ホテル（経営者）	・12月は前年を若干上回る程度の予約状況であり、今までに比べると少し勢いが落ちる見通しである。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は、不透明ながらも現在の好調が続くと思われるが、宴会の先行予約は前年を大きく下回っている。定例と単発の会合のうち、特に単発の入込が悪い。
タクシー運転手	・秋が終わって紅葉も終わると、客の動きが悪くなる。
通信会社（経営者）	・消費税増税により地方の景気が低迷する。
通信会社（社員）	・スマートフォンの新製品の販売が落ち着く。今後はよほど魅力的な商品を発売しなければ、販売は伸びない。
その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージでは服を脱ぐので、毎年寒い時期になると客は減少する。今は昼間の客が特に少ないため、景気は悪くなる。
その他住宅〔展示場〕 （従業員）	・注文住宅の契約が9月末に伸びた反動が思った以上に大きく、客足が伸びていない。

	悪くなる	一般レストラン（経営者）	・当店の客には高齢者が多く、年金が少なくなっているほか、食料品などの値上げにより、外食の回数はますます減る。
		住宅販売会社（経営者）	・来年の春以降に向けて商品開発をしているが、相場が維持されるかどうか不安であり、供給量を調整しなければいけない状況にある。不動産の流通は当面良い状況となる材料がない。
企業動向関連	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業が今後具体化し、売上、利益共に増加する。
		化学工業（管理担当）	・米国の金融緩和政策の続行により、円安及び株高になる。
		建設業（経営者）	・年度末にかけて、好調な動きが継続または加速する。
(近畿)	やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・12月はイベント（クリスマス、年末商戦）などで、今よりも景気は良くなる。ボーナスも前年比では増加予定であるため、期待はできる。
		食料品製造業（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み受注計画が多くなっているため、2～3か月先までは良くなる。
		繊維工業（団体職員）	・国産品への需要が多少は増加傾向にある。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量が多く時間がかかる。1日に回る件数が多くなっており、来月も忙しい。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で、2月ごろから増産の動きが出る。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・医療業界では依然として安定受注が続いており、業績の回復に貢献している。一方、弱電業界は円安傾向で収益は改善しているものの、国内需要が伸びておらず、販売促進の動きにも活発さがみられない。住宅関連企業の動きも一段落した感覚がある。
		化学工業（経営者）	・消費税率が上がる前に大量に仕入れる動きなど、比較的大きな案件が散見されるため、来年3月ごろまでは景気は安定して良くなる。
		化学工業（企画担当）	・年末になり、食品原料の売行きが伸びてきている。一次原料の高騰もなく、利益が確保できている。
		金属製品製造業（経営者）	・為替の正常化により、海外向け案件でも日本に目が向けられている。
		金属製品製造業（営業担当）	・とりあえず、年度末の3月末までは仕事が確保できている。
		金属製品製造業（管理担当）	・消費税増税の直前に駆け込み受注がありそうだが、増税後の4月以降は反動で悪化する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・企業は激しい競争のなかで技術開発を活発に進めており、いつまでも沈滞状態が続くことはないが、国際情勢の安定が条件である。その点で、最近は不安定になっており、先行きが不透明となっている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・省エネ需要ならびに消費税増税前の駆け込み需要で、購買意欲の増加が見込まれる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が少しずつ増えている。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・4月からの消費税増税を控え、駆け込み需要が増えてくる。
		輸送業（営業担当）	・個人向けの荷物が2か月連続で前年比140%増となっており、来月も同じぐらいの推移となる。
		輸送業（営業所長）	・年末に向けて食品を中心に荷動きは良くなるが、軽油の単価上昇が利益を減少させる懸念はある。
		輸送業（営業担当）	・消費税率が上がる前に購入する客が増える。
		通信業（管理担当）	・ボーナスも支給され、年末商戦に突入する。
		金融業（営業担当）	・消費税率の引上げによる、駆け込み需要が増加する。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・若干であるが、折込件数が増えつつある。
		広告代理店（営業担当）	・11月からの気温の低下に伴い、冬物が動き出している。クリスマスの演出などで客の動きが活発になってくれば、前年比でもプラスになってくる。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・年末商戦、年明けの大きな企画もないため、良くも悪くもならない。小売店に新規採用の決まった商品などもあるが、思ったような伸びが期待できない状態である。大口の商談も少なく、小口の商談が目立ってきている。
		繊維工業（総務担当）	・海外の外注先で製造した商品を、米ドル建てで輸入する比率が高いため、円安は仕入コストの増加につながり、利益が圧迫される。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・長く景気の底が続いているが、これより下があるとは思えない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・当社はガラス瓶を作っている中小企業であるが、世間でいわれるほど景気が上向いていることはなく、経費を削減して経営を続けている状態である。

		電気機械器具製造業（経営者）	・更に円安になり、それが長く続くとすれば好影響が出る。いずれにしても、為替の影響を大きく受ける。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・2、3か月後は、消費税増税前の駆け込み需要が見込まれるものの、4月以降の需要先食いとなる可能性が大きいいため、景気が良くなっているとはいえない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・相変わらず、ぼつぼつと仕事が入る感じであり、年末や年始の仕事の予定は入っていない。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・例年、年末年始には動きがあるが、今のところ変化がないため、今後の受注も変わらない。
		建設業（経営者）	・台風や災害の復旧工事のほか、消費税増税までの駆け込み需要が重なったの忙しさであり、人件費は上昇傾向にあるが、すぐに価格に転嫁することは難しく、採算は厳しくなることが予想される。
		建設業（経営者）	・技能労働者の賃金や建設資材の高騰が予想される。その一方で、厳しい価格競争が続くため、板ばさみの状態が続く。
		不動産業（営業担当）	・神戸からの企業の撤退が続くなかで、なかなか新たな企業を誘致することができていない。
		広告代理店（営業担当）	・今年の前半に比べて、明らかに勢いがなくなってきている。
		広告代理店（営業担当）	・今年度の終わりまでは、大きな動きは今のところ出てきそうにない。
		司法書士	・今月は登記の事件や案件が、先月よりも少しあったように思うが、この状態が続くかどうかは判断しきれない。
		コピーサービス業（店長）	・年賀状の印刷受注数は昨年を既に上回っており、比較的好調な勢いを感じる。ただし、今年は特に、割引率の大きい時期に受注が殺到しているようにも感じるため、楽観視はできない。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・来年には消費税率が上がるため、多少の駆け込み需要は期待できそうである。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・消費税率アップを前に、買い回り品の購入が優先され、日用品が中心の最寄品の買い控えが懸念される。駅ナカ店舗は後者であるため、売上の減少が予想される。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・今が良くなっているといっても、今後も良くなるかどうかは不明である。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今後2～3か月では変わらない。まだまだ受注が少ない状態である。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・依然として先行きが不透明である。
	やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・様々な工夫をしている得意先は、何とか販売数を維持しているが、大半が減少となっていることで、注文も減少が続いている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・当社の取り扱う製品の投資計画が停滞しており、この先も短期的な見通しは暗い。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・物価上昇の動きに、一般消費者の収入が追いつきそうもない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内及び海外における受注残が伸び悩んでいる。今後の顧客情報を踏まえた営業活動が重要となってくる。
		経営コンサルタント	・家電業界を中心としたクライアントは、ここしばらく苦戦が続きそうである。
	悪くなる	輸送業（商品管理担当）	・消費税率が上がる前の駆け込み需要が増え、景気が良くなったようにみえるが、世間でいうほど給料も増えていないため、財布のひもは固くなっている。
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）	・例年のことであるが、業種を問わず年末や年度末にかけて求人は増える。さらに、消費税率アップの影響で、大きな買物に関わる業種は忙しくなっている。この傾向は間違いなく来年3月までは続く。
		人材派遣会社（支店長）	・年末に向けて例年よりも良くなってきているほか、政権交代後は経済が上向きに動き始めていると感じる。有効求人倍率も米国の大型金融機関の破たん前まで戻ってきており、今後は消費税増税前の駆け込み需要で少しずつ良くなる。
		人材派遣会社（支店長）	・雇用情勢の悪化が底を打った感があるので、今後は拡大傾向となる。
		アウトソーシング企業（社員）	・消費税増税の前に、修理などの大きな動きが増える。
		アウトソーシング企業（営業担当）	・顧客のビジネスが動き、拡大しているため、徐々に金回りも良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・年度末にかけては、消費税増税前の駆け込み需要が少なからずある。

	職業安定所（職員）	・このままの状況が続くと思われるが、来年4月以降は消費税増税前の駆け込み需要で好調となった産業では、反動による雇用への悪影響が懸念される。
	職業安定所（職員）	・正社員求人が大幅に増加しているわけではなく、求人条件が目に見えて良くなっているとはいえないが、確実に雇用情勢が改善している感触はある。消費税増税後に一気に縮小する可能性はあるが、しばらくの間は上向き傾向で推移する。
	民間職業紹介機関（職員）	・建設労働者不足の制約を受けながらも、求人数はまだ若干は増加するという見方が多い。
	民間職業紹介機関（大学担当）	・今後は採用枠の増加が見込まれる。懸念されるのは消費税率アップによる影響である。
	学校〔大学〕（就職担当）	・年末に学内イベント（合同就職説明会）を実施するが、昨年に比べて参加希望団体が増えており、採用意欲が復活したように感じる。
変わらない	人材派遣会社（役員）	・消費税増税前の動向も気になるが、派遣業界はしばらく人材確保が困難な傾向が続く。
	人材派遣会社（営業担当）	・株価の上昇もあり、一時的に景気が上向いている印象はあるが、一部の上場企業に限られていると感じる。
	求人情報誌製作会社（企画担当）	・まだコスト削減の動きが収まっていないため、回復までには1、2年かかる。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人広告は一時上向きの状況であったが、最近ではばらつきがあり、良くなるとも悪くなるとも判断がつかない。当社のような関西を基盤とする企業は中小企業からの求人がメインであるが、大手輸出企業のように円安のメリットを享受できる段階には至っていない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税前の駆け込み需要に伴う消費マインドの上昇を期待しているが、全く見通しが立たない。良い業界と悪い業界がはっきりしている。
	職業安定所（職員）	・製造業を対象に景況アンケートを行い、集計中であるが、やや良くなるが30%、変わらないが30%、やや悪くなるが30%という傾向になっている。
	職業安定所（職員）	・今後もしばらく求人は増加傾向で推移すると思われるが、来年4月の消費税増税実施後は求人や雇用面に影響が出てくる。
	職業安定所（職員）	・現時点で特に変化がみられない。
	民間職業紹介機関（支社長）	・リスクが見当たらないことが一番の不安材料で、今後は更に良くなると思われるが、どこかで下り坂となる。
	学校〔大学〕（就職担当）	・来年度から消費税率が8%となるが、企業からは何とか採用数を維持したいとの声がよく聞かれる。
やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-