

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	観光型旅館（経営者）	・消費増税が先延ばしとなり、不安も落ち着いた感がある。
	やや良くなる	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・消費税率が上がらないことになったため、しばらくは消費者の気持ちが楽になる。
		百貨店（売場主任）	・10月はリニューアルオープンでファッション関連が売れ、11月はその反動や、近隣施設の開業などで厳しい状況となったが、12月は落ち着いた状況でしっかりと商売ができる。
		百貨店（企画担当）	・年末商戦に向けた気持ちの盛り上がりを含めて、消費者の買物気分が高まると考える。
		百貨店（企画担当）	・外国人向けの売上の増加に加え、外商の上得意客の売上も回復基調にあり、2月までは増収が見込めると考えている。
		百貨店（販促担当）	・衆議院選挙後も現状と変わらない体制であれば、消費増税の先送りの影響や株価の安定などにより、少し消費意欲が上がってくることを期待している。一方、選挙によって現状よりも不安定な状況になれば、景気が悪化する可能性もある。また、冬本番を迎える時期となるが、気温が高くなる予報が出ていることも、やや懸念材料である。
		百貨店（服飾品担当）	・消費増税の延期による安心感や、春先から続いている買い控えから、買物を少し我慢できなくなっている。特に、し好品の売上が伸びており、都心型店舗で大きく売上が伸びているのは、投入されたばかりの新商材が中心となっている。今後、春に向けての新商材が1月末ぐらいから投入されるため、そのタイミングで動きが出てくると予想される。
		百貨店（商品担当）	・富裕層相手の特選ブティックの売上が特に良くなっている。宝飾品については、高額品のほか、クリスマスに向けた低額品の販売も好調である。
		スーパー（店長）	・消費増税の先送りが発表され、年末商戦に向けては若干の追い風になる。
		スーパー（経理担当）	・年末から年明けに向け、消費増税の延期はマインド的にプラスであり、更に来春の賃上げへの期待感が高まれば、消費意欲の高まりが期待される。
		コンビニ（経営者）	・続々とプレミアム系商品の新発売が予定されており、客単価の上昇が期待できる。
		コンビニ（店員）	・商品の宣伝を工夫し、品ぞろえも増やすなど、売場作りにも力を入れている。その成果が出てきており、今後も続けていく。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・必要な物であれば購入するという動きになってきているほか、贈答品の購入も増えている。
		家電量販店（企画担当）	・衆議院解散によるアベノミクスの見直しで、家電製品の買換え需要の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（販売担当）	・年末から新型車の発表や発売が相次ぐため、受注量の増加が期待される。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費増税が延期されたため、次の増税までに乗換えを検討する客が増加する。
		高級レストラン（スタッフ）	・年末年始の団体予約が順調に入っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の好調が続いており、売上全体の増加は継続する。一方、宴会部門ではエリア内からの上場企業の本社移転が続いており、定例会合の減少が懸念される。
		都市型ホテル（客室担当）	・宿泊需要はまだ増加傾向にあると思われる。国内客に関しては客室単価がまだ上がりきっていないほか、海外需要も伸びている。
		タクシー運転手	・年末と衆議院選挙が重なり、周囲の動きが慌ただしくなっている。タクシー業は慌ただしい世相を反映して景気が良くなるが、1～2月になるとまた冷え込んでくる。
競艇場（職員）	・毎年11月は1人当たりの購買単価が落ち込むが、12月以降は年末賞与の支給による期待があるため、単価が上がる。		
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・最近書籍などの買物の際に、消費税率の引上げを実感しているが、だからといって買い控えることは考えない。自分自身は平均的な消費者だと考えているため、恐らく多くの消費者もそう考えられる。		
変わらない	商店街（代表者）	・ポイント増額時は売上が増えるものの、それ以外の日は閑散とした状態が続いている。客は安い時にだけ購入するようになってきている。	
	商店街（代表者）	・年末で多少は良くなるが、全体としては客が市場の様子をみる状況が予想される。小売店側が我慢できなくなり、たたき売りが始まることは目にみえている。	

一般小売店 [時計] (経営者)	・ 年末年始に必要な予算は絶対に用意しなければならず、必要な物の優先順位で考えると、時計に予算が回することは期待できない。客からも、時計は1つあれば十分という声が何回か聞かれるなど、今後は良くなる余地がない。
一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・ 消費税率の3%の上積みが消費者に依然として重くのしかかっているため、横ばいの動きが続く。
一般小売店 [精肉] (管理担当)	・ 衆議院選挙が12月に行われ、消費税増税も先送りになることに対し、消費マインドがどう反応するのかが不透明である。結局は節約期間が長引くような印象も受ける。今後数か月の景気には賞与の金額による影響が大きい、増加基調が予想されるものの、中小零細企業まで良くなっているとは考えられない。
一般小売店 [衣服] (経営者)	・ 季節的な要素で販売量の動きはあるものの、昨年よりも大きな動きがあるとは決して思えない。むしろ日増しに消費者の景気に対する感覚がシビアになっていると感じる。物価の上昇を実感している消費者も多く、衣料品よりも日常的に必要な食料品や日用品をまず買い求めているとの声を聞く。物価が上がっても、給料が上がらないとの声も多く聞くようになってきた。
一般小売店 [衣服] (経営者)	・ これからも何の変化もないため、景気の悪い状態が続く。
一般小売店 [家具] (経営者)	・ 衆議院選挙や消費税増税の延期により、小売業にも様々な影響が出る。
一般小売店 [野菜] (店長)	・ 現時点では景気が回復しているとは思えない。
一般小売店 [花] (店員)	・ 消費税増税などのニュースでますます節約志向が強まり、購買意欲が高まるとは考えにくい。
一般小売店 [菓子] (営業担当)	・ 年末商戦が始まるものの、商品の動きはさほど芳しくない。12月に入れば多少は動きが良くなることを期待している。
百貨店 (売場主任)	・ 富裕層や外国人客による高額品や化粧品の購入の増加は期待できるものの、衆議院選挙や暖冬予測による冬物商材やセール不振、更には前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動も次第に出てくるため、消費の好転は期待できない。
百貨店 (売場主任)	・ 客の収入が増えない限り、今月よりも良くなる要素が見当たらない。消費税増税の影響は少しずつ和らいているものの、消費は簡単には増えない。また、前年と比較すると、消費税増税前の駆け込み需要に対する反動があり、高額品を含む一部の実需アイテムなどでは厳しい動きが予想される。
百貨店 (売場主任)	・ 国内経済の活性化対策の推進が求められる。
百貨店 (売場主任)	・ 売上構成比の高い衣料品は、気温による影響を除くと、引き続き売上が減少傾向にある。ただし、外国人観光客による購買は拡大が続いているため、プラスマイナスゼロで推移する。
百貨店 (営業担当)	・ 円安が海外高級ブランド品の値上げにつながれば、多少は駆け込み需要も出てくるものの、富裕層の優良顧客は既に前年の消費税増税前に高額品を買っている。消費税率は当分上がらないため、どうしても今買いたいとは考えていない。
百貨店 (営業担当)	・ 暖冬の予想が出ており、回復が見込めない。
百貨店 (サービス担当)	・ 衆議院選挙による、お歳暮ギフトなどの進物品の買い控えが懸念される。客の購買意欲はより一層低下するものの、来客数や売上の動向に変化はない。
百貨店 (商品担当)	・ 春に向けて賃金の増加が進めば、景気にはプラスとなるものの、何よりも企業業績が好調に推移することが前提であり、新政権による積極的な経済運営がポイントとなる。
百貨店 (売場マネージャー)	・ 衆議院選挙もあり、先行きの判断は難しいが、消費税増税の先送りなどで一定の下げ止まり効果が出る。消費の二極化が進むなか、ボリュームゾーンの底上げを期待している。
百貨店 (営業企画)	・ 食品や化粧品といった消費財以外の動きが依然として厳しいことから、消費税増税後の消費はまだ力強さに欠ける。株高などの好材料はあるものの、増税の負担を打ち消すだけの所得の増加がなければ、個人消費の裾野は広がらない。
百貨店 (マネージャー)	・ 好材料は株価の上昇のみで、实体经济は低迷している。特に、中間層に支持されているカード優待などの販促も、効果が出ない状態である。
スーパー (経営者)	・ 年末を控え、原価を切るような異常な価格で販売している競争相手もかなり多い。今後もこのような厳しい状況が続く。
スーパー (店長)	・ いよいよ消費税増税前の駆け込み需要の開始から1年となり、異常に売上が伸びた時期を中心に、3月一杯までは前年比が厳しい状況となる。

スーパー（店長）	・年末の衆議院選挙の行方や、その後の政策は不透明なため、先行きを予測するのは困難である。ただし、食品関連は安定的に動いており、大きく変化することはない。
スーパー（店長）	・消費税増税の影響や天候不順、気温要因などの内的、外的要因が重なり、非常に厳しい状況となっている。現状からの回復の見込みが立たない状況である。
スーパー（店長）	・来客数の前年比に関するトレンドは今後も変わらない。
スーパー（企画担当）	・来客数の減少が続くなかで、全体としては今よりも良くも悪くもならない。
スーパー（広報担当）	・個人消費が上向き気配はなく、先行きが不透明である。
スーパー（開発担当）	・12月に行われる衆議院の解散総選挙の結果でどう変化するかなど、予測できない。
スーパー（社員）	・企業業績の回復により、冬季賞与が増えるとの期待が高まっている。客は他店のイベントや売出価格を比べながらも、消費意欲は依然として高いと実感している。
コンビニ（店長）	・年末に衆議院選挙はあるが、消費税増税も先送りとなった。身の回りでは当分の間プラスの材料もマイナスの材料もなさそうなので、現状維持と考えている。
コンビニ（店員）	・消費税増税後は家計がますます厳しくなっている。特に、主婦層の節約意識が高く、財布のひもが緩むことはない。
コンビニ（広告担当）	・年末の衆議院選挙に向けていろいろと論議されているが、消費税増税や各種値上げの影響で、買い控えが続くと予想している。
家電量販店（経営者）	・一般の消費者の間には、景気が良くなる要素はないと感じる。先行きに不安感を持っている客が、退職したシニア層に多いため、景気対策などの必要性を感じる。
乗用車販売店（経営者）	・新車の購入予約が少なく、車検、一般修理の依頼も減ってきている。
乗用車販売店（経営者）	・衆議院選挙の結果や、消費税率の引上げの行方が、足を引っ張る動きにつながる。明るくなる状況に期待したいが、材料が乏しい。
乗用車販売店（営業担当）	・まだまだ新車の販売台数に伸びがなく、客の買い控えが目立つため、2～3か月先の景気は変わらない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・年末に向けて少しでも売上を増やすために、客に分かりやすい陳列、買いやすい売場を作って、買上点数を増やしていきたい。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・株高は続いているが、依然として中小企業や個人商店の状況は良くないため、これから3か月は今の情勢に変化はない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・円安による全体的な値上がり傾向などもあり、プラス要素は少ない。今のところは横ばいと予想しているが、ボーナスなどが全体的に増えれば、忘年会シーズンは外食が増加するかもしれない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・為替がこのままの傾向で推移しても、購買意欲の高い消費者が少ないため、売上の増加は見込めない。
高級レストラン（企画）	・消費動向に直接プラスとなる要因があまり見当たらない。
一般レストラン（経営者）	・12月末から始まる新しいプロジェクトの影響があるため、大幅に悪くなることはない。
一般レストラン（経営者）	・まだまだ景況感が不透明であり、衆議院選挙による影響を受ける。
一般レストラン（経営者）	・衆議院選挙の結果次第だと思うので、正直なところ分からない。
一般レストラン（企画）	・客単価はメニューの変更の結果であり、本来の景気動向を示す来客数の増加はみられない。特に、土日の来客数はプラスの傾向であるが、平日がいまだに戻ってきていない。
一般レストラン（店員）	・年末に向けて個人客の来店が増えるが、全体の販売量に変化はなく、客単価は若干落ちる。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・企業収益は過去最高を更新といった記事を見るが、来客数、客単価共に景気が上向きと判断できる状況ではない。利用頻度が減少した原因につき、利用者にアンケートを行ったところ、小遣いは変わらないが、価格が上がったので、頻度を減らすしかないとの回答が目立つ。
観光型ホテル（経営者）	・衆議院選挙の結果次第だと考えられる。与党が安定多数を確保できるかどうかで、良くも悪くもなる。
観光型ホテル（経営者）	・地方にはアベノミクスの恩恵がまったく感じられない。シーズンによって高低はあるが、今後は冬に向けて現状が続くか、更に悪くなると感じている。
観光型ホテル（経営者）	・変わる要素が見当たらない。

観光型旅館（経営者）	・施設敷地内でのイルミネーションや、温泉施設でのクリスマスや年末年始関連のイベントなどで、首都圏や近隣都市部からの来客を期待している。ガソリン価格が下がり出していることで、景気回復の気運が感じられる。
観光型旅館（団体役員）	・人材の採用難や、円安による原材料価格の上昇が経営を苦しめている。3か月先の動きが気になるところである。
都市型ホテル（スタッフ）	・客室部門は単価、予約率共に上昇傾向にあるが、レストランの集客は苦戦を強いられている。宴会部門も利用人数が減っており、小さな宴会が増えている。
都市型ホテル（管理担当）	・しばらくは現状のまま推移しそうな気配が感じられる。
旅行代理店（店長）	・衆議院選挙を控え、先行きが不透明な状況である。
旅行代理店（広報担当）	・ボーナスの状況次第でかなり変わると思うが、流れは悪化している。特に、円安の進行で海外旅行離れが深刻である。
タクシー運転手	・流し営業による営業収入や、企業のハイヤー予約関連も、前月から大きな変化なく推移している。
観光名所（経理担当）	・月初の3連休は雨が降ったが、その後の休日はまずまずの天候に恵まれ、売上、来客数共に前年比で115%となった。琵琶湖の周辺には紅葉の景勝地が多いため、天候と暖かさで来街者数が増えたようである。その中でも、飲食関連と体験教室は売上が伸びた一方、物販は中々伸びない。今後は、顧客ニーズを的確にとらえた品ぞろえがますます求められる。
観光名所（企画担当）	・閑散期に入るため状況は変わらないと考えているが、これ以上落ち込まないように、イルミネーション装飾の追加や参加型イベントの開催などを予定している。ホームページでの告知や、SNS、CMなどによる情報発信にも力を入れる予定である。
遊園地（経営者）	・政治の不安定な動きが、消費マインドに多少なりとも影響すると思われ、景気回復が進むとは考えにくい。
競輪場（職員）	・例年の傾向であれば、やや良くなるが、今年は変わらないと予想される。
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20日間予定されており、その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、前年並みの集客を見込んでいる。
美容室（経営者）	・激安店は客が多く、高い店も少数ながら顧客を押さえている。一方、中間的な価格の店は、客が年金暮らしになると安い店に移ってしまう。
その他サービス [コインランドリー]（経営者）	・マスコミなどが世の中の閉そく感について報じると、客の消費マインドも更に悪化していくように感じる。
その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・冬の商戦に向けて期待したいところであるが、商品的にも前年並みが妥当な流れである。
住宅販売会社（経営者）	・しばらくは状況に変化はない。
住宅販売会社（経営者）	・景気が上向いたとしても、業界の構造的な問題で、中小零細企業に恩恵が及ぶのは半年以上先になる。
住宅販売会社（従業員）	・衆議院選挙の結果に左右される。
住宅販売会社（総務担当）	・急を要する客以外は、契約調印までの時間が以前よりも長くなる傾向がある。
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）	・現状維持の状態が続く。
やや悪くなる	
一般小売店 [衣服] (経営者)	・明るい材料を探しているところである。消費税増税の先送りやガソリン価格の急激な低下で、気分的には良い12月のスタートを切れそうであるが、12月商戦には衆議院選挙の影響も出るため、危険を含んでいる。商品としては、寒波に期待してコート品の品ぞろえを充実させていく。
一般小売店 [珈琲] (経営者)	・円安によるコーヒーの原料価格の高騰や、食品の仕入価格の上昇が予想される。
一般小売店 [花] (店長)	・年末の衆議院選挙となり、売上は減ると予想される。
百貨店 (売場主任)	・衆議院選挙の結果や、その後の経済政策のほか、株価や円相場の推移によっては、再び消費マインドが落ち込む可能性もある。
百貨店 (外商担当)	・消費税増税が延期されたことで、客の消費マインドの冷え込みは幾分解消されたが、高額品の商談や引き合いは少ない状態である。前年は年明け早々から消費税増税の駆け込み需要があったため、今年は非常に苦しい。

スーパー（店長）	・ちょうど前年が消費税増税前の駆け込み需要の時期に入っていくため、見通しは厳しい。また、最近の購買動向をみると、悪くなると判断せざるを得ない。
スーパー（店長）	・消費の二極化が更に進むなかで、中流以下の家庭の景況感が悪化する。また、先行き不透明感が強く、節約志向の高まりを感じる。
スーパー（管理担当）	・衆議院選挙が行われても政権交代は期待できず、景気が悪化するなかでの消費税増税への道をたどるため、これまで以上に消費者は買い控えをする傾向が強まる。
スーパー（企画）	・政府主導の経済対策には期待できなくなっている。日本銀行によるデフレ対策や市場への資金投入策も、一時的な対応に過ぎない。
コンビニ（経営者）	・今のところは中食の弁当や寿司を中心とした、新製品の企画がない。現在は売上が前年比で7～8%ほど落ちているが、このままいくと10%ぐらいになる。たばこの販売も3%ほど落ちており、回復の見込みがない。
衣料品専門店（経営者）	・衆議院選挙の影響を懸念している。年末商戦の最中の選挙が一番困る。
衣料品専門店（販売担当）	・中小企業の給料が上がらず、物価が上がっていただけであれば、買い控えが進むので悪くなる。
家電量販店（店員）	・今後は政治力にかかっており、この時期に衆議院を解散することは影響が大きい。
乗用車販売店（経営者）	・景気指数の推移ほど、景気が良いとは感じられない。
乗用車販売店（経営者）	・アベノミクスに陰りがみられるような報道も多いが、年末の衆議院選挙の結果次第では更に景気が減速する。自動車業界も国内販売は前年比で減少している。自動車関連のサービス業（車検、修理）も落ち込んでいる。
住関連専門店（店長）	・GDPのマイナス成長につき、経済の専門家が予想を誤ったという世間のショックは大きい。衆議院の解散総選挙のような時期には、消費者が慎重になって買い控えが起こる。これまでも繰り返し経験してきたことで、今回も懸念される。円安であるにもかかわらず景気が回復しなければ、輸入業者には何のメリットもない。景気回復が期待できるような要素が何も見当たらない。
一般レストラン（経理担当）	・今後の政権運営に弾みがつくかどうかは、衆議院選挙の結果次第で決まる。
その他飲食 [ファーストフード]（店員）	・来客数が減少してきている。消費税増税に備えて、貯金を使わずに蓄えておく傾向がある。
都市型ホテル（支配人）	・消費税率の引上げは1年半の延期となるが、物価の上昇や消費の停滞は免れないため、景気はしばらく改善しない。
都市型ホテル（総務担当）	・消費税増税の駆け込み需要が1～3月に集中しており、前年比の数字上は、その影響を大きく受ける。
旅行代理店（経営者）	・円安が進み過ぎて、海外旅行の予約には不安が大きい。その反対に、国内旅行は海外からの予約が好調で、宿泊施設にひっ迫感が出てきている。
旅行代理店（営業担当）	・法人需要は堅調な動きが続いているが、個人消費がなかなか上向かない。エボラ熱のほか、地震、噴火などの自然災害の影響も少なからず出てくるのが予想される。
通信会社（経営者）	・円安などが今後の物価上昇につながり、消費は低迷すると予想される。
通信会社（社員）	・新しい競合相手の出現が予想されるので、春先にかけての状況は楽観視できない。
テーマパーク（職員）	・消費税増税は当面延期という状況が消費動向に好影響を与える一方、円安による輸入商材の単価上昇がどの程度で落ち着くのが気になる。このまま円安が続くようであれば、販売価格を見直すしかない。価格を上げるとなれば、必然的に競争力が下がるため、先行きの見通しは暗い。
ゴルフ場（支配人）	・今後は更に営業努力を行って、現状が維持できるかどうかの状態であるため、景気はやや悪くなる。
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客に服を脱いでもらうため、寒くなると来客数が減少する。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の延期により、新築住宅購入の駆け込み需要にも期待できず、当分は契約率の低下が予測される。
その他住宅 [展示場]（従業員）	・展示場への出展ハウスメーカーが期待していた、消費税増税の駆け込み需要もなくなったため、しばらくは新築市況が停滞する。
その他住宅 [情報誌]（編集者）	・消費税増税の延期によって、駆け込み需要への期待が低下するため、市場の冷え込みが不安視される。
悪くなる	一般小売店 [酒]（社員） ・円安による輸入商材の価格上昇で、積極的なセールに踏み切れない。株高による恩恵を受けているのは一部の客で、来客数の減少はまだ続くと予想される。

		百貨店（売場マネージャー）	・2～3か月先については、昨年が消費税増税前であることから、消費が前年を上回るとは難しい。小売業としては、昨年が高額品を中心に動いたことから、思い切って投資できるかどうか懸念され、それがまた消費に悪影響を及ぼすなど、悪循環が不安視される。
		百貨店（売場マネージャー）	・この夏もそうであったが、セールになったからといって数字が上向くわけではない。消費者は既にセールを購入のきっかけとはしていない。政局も不安ななか、衆議院選挙があると消費が進まないという、嫌なジンクスの影響も出る。
		スーパー（経営者）	・先日公表されたGDP成長率の速報値でも分かるように、消費の低迷が顕著になってきている。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税の延長により、景気の後退が実証されたという雰囲気は漂っている。12月の歳末商戦の時期に衆議院選挙が実施されることも、消費マインドを低下させる。
企業 動向 関連 (近畿)	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業の受注量が増え、売上、利益共に増加する。
	やや良くなる	食料品製造業（経理担当）	・12月の衆議院選挙の結果にもよるが、消費税増税にも徐々に慣れてきている。
		食料品製造業（営業担当）	・12月のイベントや年末年始での消費者の購買意欲は少し上がる。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・医療業界では、新しく施行された法律によって、医療機器の開発や再生医療の細胞培養などへの参加が増えてきているので、情報を収集して対応をする必要がある。また、それに伴い、医療機関からの仕事や製薬企業との開発関連の仕事は順調に伸びている。
		化学工業（経営者）	・年度末の案件が数多く出てきている。一気に良くなるとは思えないが、少しずつ回復する。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・新年度に向けての生産が始まり、雰囲気は良くなるので、景気も引っ張られる。
		金属製品製造業（営業担当）	・米国向けの輸出に関する受注が増加している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・商談や契約が増加する期待が高まっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・世界的な価格競争で低価格化がますます進んでいるが、要求される性能は高くなっている。ここへきて製造工程での歩留まりが高いことが、コスト競争の面で重要であることが理解され、質の良い製造装置や部材の需要が高まっている。これらは日本の中小企業が得意とする分野であり、徐々に光が当たり始めている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年度末まではこのまま受注が増えていく。ただし3月以降は期待できない。
		建設業（経営者）	・年度末を見越した発注が増えてくると予想され、受注が増える。無電柱化は、法制化が衆議院の解散で先延ばしになり、受注に影響が出るものの、問い合わせは増えてくる。
		建設業（営業担当）	・生産、物流施設への投資意欲が引き続きおう盛である。建築コストの高騰により、計画を見直したり、時期を延期したりする企業もあるが、当面は建築需要の強い状況が続く。
		輸送業（営業担当）	・小型液晶パネルの国内生産が増えた関係で、工場間の荷物が増えている。
		輸送業（営業所長）	・12月後半から数か月間は、事務所の改修工事による移転作業の業務を受注できており、売上は増える見通しである。
		輸送業（商品管理担当）	・配達業務については、お歳暮関連で良くなる。
		通信業（管理担当）	・年末商戦の活性化で、全体としては良くなる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・年末商戦が始まり、折込件数が増えているほか、衆議院選挙による特需にも期待している。
		経営コンサルタント	・アベノミクスの各種政策により、徐々に良くなってきている。
	変わらない		食料品製造業（従業員）
		繊維工業（団体職員）	・現状は需要が回復、拡大する見込みはない。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達は忙しいが、忙しさは以前と変わらない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・消費税率が上がって以降、現状維持が難しいという声が業界の組合でも聞かれる。円安による原料コストの上昇にもかかわらず、製品価格に転嫁できていない。しばらくこのような状態が続く。
	化学工業（企画担当）	・原料価格の上昇分を販売価格に転嫁できない状況が続いている。今後も短期的に改善できる見込みがない。	

	化学工業（管理担当）	・クリスマス及び歳末セ - ルがあるものの、消費税率が8%に上がった影響が、まだしばらくは続く。
	金属製品製造業（管理担当）	・目立った物件情報がない。電力会社による電力買取の見合わせにより、ソーラーパネル関連の回復の予測が立たない。
	一般機械器具製造業（設計担当）	・一般的な消費は伸びないと思うが、企業間の売買はある程度見込まれる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・製造業に関しては日本のブランド力が浸透しており、少し高くても購入してみようという人もいる。また、円安の影響で受注が増加しているため、経済状態は今のままいけば良くなる。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・新築戸建住宅の着工の回復が見込めないなか、年度末に向けた店舗関連の物件完成数についても、厳しい状況が予想される。
	電気機械器具製造業（経理担当）	・2～3か月の短期間では変化はない。回復あるいは変化する要素がない。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・景気変動の要因が見当たらない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・相変わらず、仕事の注文は単発で入ってくるだけである。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・急激な円安の進行により、原材料費や海外での加工賃が上がってきているが、その値上がり分が価格転嫁できず、メーカーは苦慮している。アベノミクスの効果が中小企業に波及してくるまでには、まだ時間がかかることが予想される。
	建設業（経営者）	・今後も技能労働者不足や建設資材価格の高騰が続くなか、長期の工事受注には厳しい経営判断が必要になる。現時点では、来年1月以降の状況すら不透明である。
	金融業（営業担当）	・今回の衆議院選挙については税金の無駄との声も多い。与党と野党が一致団結して改革を実行すべき時であり、現状のままでは景気は変わらない。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・衆議院選挙の結果とアベノミクスの推移を見守りたい。政府と日本銀行の一体感もキーポイントになる。
	不動産業（営業担当）	・今後も神戸から企業が出て行き、事務所や社宅のニーズが減少する状態は続く。
	広告代理店（営業担当）	・11月からは変化がなく、今後も受注が増えることは考えにくい。
	司法書士	・創業60年近い取引先が廃業したほか、解散予定の案件もある。消費税増税は延期となったが、明るい兆しを感じることができない。
	コピーサービス業（店長）	・来年の消費税増税前に予想されていた駆け込み需要がなくなったことで、良くも悪くも現状維持と考える。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・世の中全体の景気が良くなることは、なかなか難しい。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・消費税率の引上げは延期となったものの、景気浮揚につながるプラス要因が見当たらないため、今冬も消費は低迷する。
やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・今までの種々の努力により、昨年の円安による損失を補うところまで来たが、更なる急激な円安により、悪化傾向から抜け出すことができない。
	繊維工業（総務担当）	・原材料価格や加工賃の値上がり分を価格転嫁しにくい状況で、販売数量を確保しているため、利益が伸びていない。
	金属製品製造業（経営者）	・年末にかけての衆議院選挙であり、政治の空白をはじめとする不安が多い。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注残高が減少傾向にあり、確実な受注見込件数も減少している。
	建設業（経営者）	・消費税増税の先送りなど、政治の停滞による不安に加え、原材料費や人件費の高騰も予想されるため、利益の減少が懸念される。
	広告代理店（営業担当）	・衆議院選挙後は良い材料が見当たらない。
	経営コンサルタント	・12月の衆議院選挙が混乱を招くように思われる。顧客企業が抱えている客からは、買い控えをすれば消費税率は上がらないという声も聞かれる始末である。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・このまま円安状態が続くようであれば、仕入原価が上がり過ぎているため、販売先に値上げを申請することになる。恐らく思うようには進まないため、今後数か月は大変な時期となる。
悪くなる	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・元々1～2月は稼働日数も少ないが、イルミネーションの増える時期が終われば仕事量が減る。
	広告代理店（営業担当）	・インターネット媒体、紙媒体共に、受注が月ごとに減ってきている。
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・経済展望が見通せない。

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)	・12月の衆議院選挙の結果次第ではあるが、3月までは緩やかに良くなっていく。
	変わらない	人材派遣会社(経営者)	・全体的に活発さはないが、これまで正社員を採用せず派遣で対応してきた建築や土木関連では、ここへきて優秀な派遣社員を正社員に切り替え始めている。
		人材派遣会社(支店長)	・2~3か月後は年度末に向けた時期になってくるので、今月と変わらない状態が続きそうである。ただし、衆議院も解散することになり、今後の行方は不透明な部分が多い。労働者派遣法の改正も臨時国会では見送りとなり、衆議院選挙の結果に左右されることから、場合によっては厳しい状況となる懸念もある。
		人材派遣会社(営業担当)	・年末に向けて一時的な消費の回復は見込まれるが、継続して景気を押し上げるような話題が見当たらない。
		人材派遣会社(役員)	・人手不足の状況や、企業からの求人数が増える動きは当面変わらないが、団塊の世代の定年退職を加味すると、労働力人口の推移については不透明な部分がある。
		新聞社[求人広告](管理担当)	・今月は一時期に求人増加がみられたが、関西ではここしばらく伸びがほとんどみられず、景気のはっきりした方向性が感じられない。関西経済の主力である中小企業の多くは、円安による原材料高で積極的に動ける状況ではない。
		新聞社[求人広告](営業担当)	・各社の業績が良くなっている業種に温度差がある。この状況は今後も変わらず、関西、大阪地域とした中長期のグランドデザインが必要となっている。
		新聞社[求人広告](担当者)	・衆議院選挙の結果がどうなるかは不透明であるが、今の状態で推移していくことが予想される。
		職業安定所(職員)	・新規求人数はほぼ前年並みであり、有効求人数もここ4か月間は大きな変動がない。大量の採用計画といった求人の増加要因もなく、大きな変動はみられない。
		民間職業紹介機関(職員)	・建設関連の日雇い労働者数の減少傾向により、企業側も受注工事を制限せざるを得ない状態を克服できないでいる。
		民間職業紹介機関(支社長)	・若干の減少傾向は感じるが、企業の募集案件数そのものに大きな変動はないため、状況はあまり変わらない。
	学校[大学](就職担当)	・企業から、今後も景気はあまり変動しないという話をよく聞く。	
やや悪くなる	職業安定所(職員)	・消費税率10%への引上げは見送られたが、消費税率が8%になった際の消費、購買意欲の低下は回復していない。また、一部の大企業では賃金が引上げられたが、円安に伴う原材料価格の高騰、電気料金の引上げなどで、中小企業の経営環境は厳しく、一部の業種では倒産もみられる。	
悪くなる	-	-	