

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	乗用車販売店（販売担当）	・消費増税の延期や金利の低下により、販売量は増加すると思われる。アベノミクスによる、更なる賃金の増加に期待している。
		観光型旅館（経営者）	・政治も落ち着き、様々な政策が決定すれば、徐々に消費意欲が出てくる。外国人旅行者も多くなってきている。
その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）		・身近な動きをみる限り、景気が回復しているとしか考えられない。ただし、冬のボーナスが増加したのは大企業だけという報道もある。	
	やや良くなる	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・アベノミクスの効果に期待している。
		百貨店（売場主任）	・一気に昨年の売上を上回ることはないと思われるが、少しずつ昨年の水準に近づいてくる。
		百貨店（企画担当）	・外国人観光客が増える時期となるため、期待している。
		百貨店（営業企画）	・政治や株価も安定し、消費増税を先送りした効果が出てくることを期待している。
		スーパー（店長）	・消費増税が延期され、その間に各企業も手を打つので、競争は厳しくなる。ただし、経済に活気が出ることで、全体的に良くなると考えられる。
		スーパー（店長）	・消費増税の先送りにより、先行きの不透明感が薄れ、消費は上向く。
		スーパー（社員）	・今冬の賞与が前年よりも増えた企業が多いほか、ガソリン価格などの低下が、家計の余裕につながることを期待される。
		コンビニ（経営者）	・コーヒーに代表されるファストフード商品の売上が、まだまだ増加する傾向にある。高単価のプレミアム商品の新発売も続々と予定されているため、客単価は今後も上昇することが期待される。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・今まで買い控えられていたスーツなどのオーダーが増えつつある。
		高級レストラン（企画）	・インバウンド客の需要は今後も増加することが予想される。
		一般レストラン（経営者）	・結婚式だけではなく、ケータリングや宴会の紹介サービスなど、新企画を1月から進めていく計画がある。
		一般レストラン（経理担当）	・消費増税の先送りによる影響は一過性である。一方、来客数は少しずつ増えている。
		一般レストラン（店員）	・1月の月初からは通常の動きとなる。
		観光型旅館（経営者）	・原油価格の暴落でガソリン価格もかなり下がり、遠出しやすくなっているため、来客が増えることを期待している。
		観光型旅館（団体役員）	・近隣のレジャー施設では12月に入ってパンダの双子が生まれ、年明け早々に公開される。また、5月には高野山が開創となる。景気と関係があるかどうかは分からないが、観光イベントによって上向くことが予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は単価、稼働率共に、好調な推移となっている。食堂部門はイベントなどで集客を図り、これから予約率を上げていく。宴会部門は昨年開催された大型宴会を受注できており、稼働自体は好調であるが、単価の上昇は期待できない。
		都市型ホテル（客室担当）	・先の予約状況をみても、稼働率、客室単価共に好調であり、予約の入込も早い時期から出てきている。また、インバウンド客からも、依然として多くの予約が入っている。
		タクシー運転手	・今後は老後の保障を充実させるために、介護や年金の問題にしっかりと取り組んでほしい。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・多くの分野で人手不足が問題となっており、雇用の確保のためにも賃金の増加は必要である。それと同時に、物価の上昇が進むため、デフレからの脱却も期待できる。
		住宅販売会社（経営者）	・顧客からは、年明けもこのままの成約率を維持できそうであるとの声が多い。
		住宅販売会社（経営者）	・消費増税が延期され、春の不動産需要期を迎えるので、少しは市場に回復の兆しが出てくることを期待している。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・年度末に向けて、円安による企業業績への影響はマイナスよりもプラスの方が大きいと、景気全体にもプラスとなる。
		変わらない	
一般小売店〔時計〕（経営者）	・気分が上向くような明るい材料がない。また、税込表示から税抜き表示に変わり、レジでお金を払う際に損をした気分になるという声が、客の年齢を問わず聞かれる。税抜き表示が生活に溶け込むまでには時間がかかるため、財布のひもはそう簡単には緩まない。		

一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・様々な商品が値上がりしている一方、給料が増える話は聞かれぬ。各家庭のレベルでは厳しいのが実態であり、一部の企業や人だけが潤っているように感じる。
一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・衆議院選挙後も、消費者の景気に対する明るい声は聞こえてこない。むしろ物価が上がったという声がよく聞かれ、物価が上昇している割に給料が上がらないため、生活が圧迫されているという声は多い。ほかの地域は分からないが、小さな町工場が多い当地域では、月を追うことに生活が圧迫されていると感じる。
一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・景気は良くなるという話は出てこないで、今後も良くならない。
一般小売店〔野菜〕 (店長)	・今年も終わるが、当店が来年も続けていけるかどうかは分からない。
百貨店(売場主任)	・今後もインバウンド客向けの売上や富裕層の消費は期待できるものの、物価上昇の影響もあり、中間層の消費喚起は期待できない。
百貨店(売場主任)	・衆議院選挙で与党が勝利し、アベノミクスの更なる推進が期待されるが、人口減少に歯止めがかからない上に、所得の増加も実感できない人が大半である。これらが改善されない限り、国内の消費は減ることはあっても増えることはない。そのため、現状からは大きく変わらない。
百貨店(売場主任)	・国内の景気対策や、消費税増税に代わる財政再建策の実施が求められる。
百貨店(売場主任)	・2～3か月後については、昨年は消費税増税前の駆け込み需要でにぎわったため、反動が出ると思われる。ただし、50～60代の来客数や客単価が上向くことで相殺され、横ばいとなる。
百貨店(営業担当)	・海外からの旅行者による高額品の買上は更に期待できるが、一部の顧客を除けば、高額品の買上も落ち込んでいく。
百貨店(営業担当)	・食料品の売行きは徐々に回復するが、ファッション関連がセールでどう動くかが心配である。
百貨店(販促担当)	・衆議院選挙が終わり、落ち着きが出てくる。今年は寒さが厳しいため、クリアランス時期には売上の伸びが期待できそうである。ただし、前年は消費税増税前の駆け込み需要が大きかったため、前年売上の確保は難しい。
百貨店(サービス担当)	・来月から、大きな傾向に変化はない。
百貨店(商品担当)	・与党への支持が続いているが、賃金の上昇が進まない限り、消費は沈滞ムードが続く。
百貨店(商品担当)	・百貨店売上は、株価の上昇で利益を得た富裕層とアジア人の観光客による売上で、何とか前年並みである。一方、一般の客はかなりシビアな買物をしている。
百貨店(売場マネージャー)	・活発化してきた今月の流れが、今後のバーゲンでも続くことを期待している。3月は、消費税増税前の駆け込み需要があった昨年には到底及ばないとしても、3～5月で前年の実績が維持できるように、商品の確保に努めている。
百貨店(外商担当)	・円安、株高基調が続く見込みではあるものの、全体的にはまだまだ景気の先行きが不透明であり、客が消費を増やす気になりきれしていない。また、前年比でいえば、昨年は消費税増税の駆け込み需要があったため、苦しい状況である。
スーパー(経営者)	・一部の企業や業界は回復していると感じるが、景気全体への波及は感じられない。格差が拡大している気がする。
スーパー(店長)	・取り巻く環境が大きく改善しない限り、景気が上向いてくるとは考えにくく、しばらくは今の状況が続く。
スーパー(店長)	・消費税増税の影響の長期化や値上げ商材の増加など、マイナスの要因によって消費者の防衛意識が高まるため、これから上向き傾向に転換していくことは非常に難しい。
スーパー(企画担当)	・景気の状態や競合店の動きといった、外部環境は今後も変わらない。
スーパー(経理担当)	・消費税増税の延期で節約ムードが一服しそうであるものの、食料品の値上げが続くと、ムードが変わる可能性がある。
コンビニ(店長)	・与党が政権を維持し、アベノミクスを推進していく期待感はあるが、我々にまで影響が及ぶのは、まだまだ先のような気がする。商品単価はじわじわ上がっているが、家計の所得が本当に増加するかは不透明である。
コンビニ(広告担当)	・現状の低調な動きが続き、2～3か月では変わらない。
家電量販店(経営者)	・給料がアップする傾向は感じられず、客の財布のひもが緩む要素もないため、景気が良くなるとは思えない。
乗用車販売店(経営者)	・現金での支払いなど、当たり前のできる客が多少なりとも増えてきたが、本当に景気は良くなっているかどうかは分からない。

乗用車販売店（経営者）	・新車の購入予約や車検の予約などは例年どおりで、あまり好調とはいえない。
乗用車販売店（経営者）	・ノーベル賞の受賞者が日本から3人も出るなど、気分的には良くなるはずであるが、良い動きがなかった。良い要素よりも悪い要素の方が多い。
乗用車販売店（販売担当）	・来月に入れば新型車が発売されるものの、このところは既存車種の売行きが厳しくなっている。
乗用車販売店（営業担当）	・大多数の人が、政府が発表する景気対策とその効果を見聞きし、実際とのギャップを感じている。それが更に消費マインドの低下につながっているように感じる。
乗用車販売店（営業担当）	・依然として新車の販売数の落ち込みが続いている。目標の約60%しか達成できておらず、今後2～3か月先の景気が良くなっていくとは思えない。
住関連専門店（店長）	・消費者の購買心理はやや緩み、意欲もみられるようになってきたが、円安やコスト高、人材不足など、市場を取り巻く環境は悪いままである。輸入販売のため、円安は本当に厄介であり、価格帯や商品イメージまで変わってしまう。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・現在の株高が継続すると思われるため、現在と大きくは変わらない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・原料の仕入単価などが上がっているが、各メーカーは値上げよりも、自社で吸収する方を選んでいる。大手小売店との価格競争があるため、仕方がないものの、経済への影響を考えると、大手小売店は考え直した方が良いと感じる。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円安が続くなか、消費税率は変わらなくても、購買意欲を持った客の増加は見込めない。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・食料品などの生活必需品の値上げをはじめ、消費への逆風が収まらず、今後も厳しい状況が続く。
一般レストラン（経営者）	・近隣の大きなスーパーなどに比べると、やはり商店街や小規模の店舗はまだまだ厳しい。
一般レストラン（企画）	・土日の営業は販売量が堅調に推移しているが、平日の営業には大きな変化がない。特に、平日のディナータイムには動きがまだみられない。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・客のお小遣いは増えておらず、消費税増税分は我慢して節約を続けるとの声が多い。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・景気は極めて厳しい状況にある。食品全体で値上げの発表が続いているが、値上げによって商品の動きが一時的に止まってしまっている。
観光型ホテル（経営者）	・1～3月の先行予約はほぼ昨年並みであるが、間際のネット予約も見込めるため、引き続き好調に推移すると予想している。
観光型ホテル（経営者）	・新しい内閣が発足して経済を優先すると宣言しているが、具体的な動きがみえず、現在のところはデフレの傾向が変わっていない。
都市型ホテル（スタッフ）	・特に大きな先行予約はない。今期の状況から予想すると、宿泊は好調に推移する一方、宴会、食堂は現状維持となる。
都市型ホテル（総務担当）	・予約状況は依然として好調である。
旅行代理店（経営者）	・円安で苦勞しており、今後はますます価格に影響が出てくる。一方、原油安で燃油サーチャージがゼロに近づけば朗報である。
旅行代理店（店長）	・新たに良くなる材料もない。
旅行代理店（広報担当）	・原油価格は下がっているが、円安が進んでいる。そのことをマスコミが大きく報じるため、客の旅行マインドは戻らない状況が続く。
タクシー運転手	・企業関連のハイヤー予約が比較的順調に推移しているほか、客の乗車機会も順調に推移している。
タクシー運転手	・全体的には悪い方へ向かっているが、極端な悪化はないと思われるため、大きくは変わらない。
通信会社（経営者）	・円安に伴う物価の上昇が、今後も進むと予想される。
観光名所（経理担当）	・12月は休日が雨や雪に見舞われ、客数も売上もあまり良くなかった。当市が市町村合併で県の最北部を含む地域となり、積雪の報道は最多積雪地の数値であるため、当地の積雪がゼロであっても、来客数が激減することになる。こういった事情は別にしても、あまり景気は良くはないと思う。物販も飲食も前年並みの数値となっており、活気が感じられない。
観光名所（企画担当）	・クリスマスシーズンに入り、少し盛り返したようにみえたが、全体としては変わらず苦戦している。この状況は今後も続くと考えている。

競艇場（職員）	・ 期末の勤勉手当やボーナスの支給により、可処分所得に若干の余裕が出たため、今月は一時的に良くなっただけである。2～3か月先も良くなるとは考えられず、大きくは現状と変わらない。
その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・ 3月はプロ野球の公式戦のほか、コンサートや子ども向けのイベントが予定されているので、例年並みの集客を期待している。
その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・ 外的環境に特に明るい材料はない。中所得層以下のレジャーマインドの盛り上がりは特に感じられない。
美容室（経営者）	・ 近く美容室の店舗が売りに出ている。もう1店舗も、これ以上は営業できないといわれている。家賃は下がらないため、大きく手を広げている企業は厳しいかもしれない。
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。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・ 年末イベントの効果が落ち着いた後の反動が気になるが、引き続き商品に左右されない店舗展開を目指す。
住宅販売会社（経営者）	・ 営業体制を立て直して、次の受注へつなげたいが、景気が良くなるような明るい話題があるわけでもなく、当面はこのままの状態が続く。
住宅販売会社（総務担当）	・ もう少し客の様子見が続く。
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）	・ 年を越してみないと分からないが、不動産価格は少し下がっているように思われる。金融機関の融資姿勢にも不動産価格は影響される。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・ 年末商戦の売上を補うために、初売りから価格競争が始まっている。今後は客単価が下がり、売上が伸びにくくなる。
一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・ 円安の進行で輸入品の価格が急騰している。
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・ 例年よりも消費マインドが冷え込んでいるため、買い控えが増えてくる。
一般小売店〔花〕（店長）	・ 夏の猛暑と足元の大寒波の影響で、年末前から花の価格が高騰している。販売価格の上昇にもつながるため、買い控えが心配である。年末商戦の商品確保も難しくなっており、3月までは花の出荷量に影響が出そうである。
百貨店（企画担当）	・ 前年の12～2月にかけては、外商顧客を中心に消費税増税前の駆け込み需要がみられた。3月に比べると規模は小さいものの、今後はその反動が見込まれる分、前年比では減収要因となる。
百貨店（売場マネージャー）	・ 1～3月は、昨年の消費税増税前の駆け込み需要が非常に強かったため、前年を大きく上回ることは期待できない。全国的にはインバウンド客の動きが予想を上回ったが、神戸は大阪や東京ほどの規模はないため下支えにはならず、回復までには少し時間がかかる。また、関西では電気料金の値上げも予想され、生活防衛の意識が増す。一方、神戸は阪神淡路大震災から20年であり、いろいろなイベントやチャリティなどによる盛り上がり期待したい。
百貨店（マネージャー）	・ 年明けは、前年が消費税増税前の駆け込み需要で良かったのに対し、今年は現状のまま変わらない。
百貨店（売場マネージャー）	・ 生活必需品の価格上昇や、相続税の増税などが重なり、一部の富裕層とそれ以外との格差がますます広がる。富裕層以外の消費の引き締めが強くなると予想される。
スーパー（経営者）	・ 実質賃金が上がりにくいなか、1～4月はインスタントめんやコーヒー、食用油、牛乳などの様々な商品が値上げとなる。また、3月には昨年の消費税増税前の特需による反動減も予想される。増税後はスーパー業界でも勝ち組と負け組の差が明らかになってきたが、更なる格差が生まれる可能性がある。
スーパー（店長）	・ 2～3月は前年の消費税増税前の売上増加により、景気の動向とは別に、小売業などの業績には反動が出る。また、ガソリン価格は下がっても、円安による食材や海外生産の衣料品などの価格上昇は不可避である。電気料金の値上げによる影響も大きくなることが予想される。
スーパー（店長）	・ 食品の動きは今後も変わらないが、衣料品については、20～65歳の元気な人は専門店や大型ショッピングセンターで買う傾向が強まる。過疎化だけの問題ではなく、客が来店しなくなる。
スーパー（広報担当）	・ 主要な食料品が軒並み値上げとなる影響で、消費マインドが現状よりも更に冷え込む可能性がある。

		スーパー（開発担当）	・年末商戦の売上がどれぐらいの水準となるかが注目される。大企業の賃金のベースアップだけでは限界がある。
		コンビニ（経営者）	・当店は女性客が多いが、最近では昼食に400～500円の商品を買う人よりも、300円以下に抑える客が増えている。また、ついで買いのデザートやサラダの売行きが前年比で10%落ちている。
		コンビニ（店員）	・近所にまた新たなコンビニができるため、客の動きが分散してしまう。
		衣料品専門店（販売担当）	・電気料金が引上げられると、支出の増加に賃上げが追い付かなくなり、更に景気が悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・マスコミで報じられているほどは、プラス要因が見当たらない。
		住関連専門店（店員）	・新生活関連の販売が始まるまでは、実績が低迷する。
		高級レストラン（スタッフ）	・年末は一番の繁忙期であるため、年明けはどうしても売上が落ち込む。
		一般レストラン（経営者）	・先行きの不透明感や、諸物価の値上がり傾向により、外食の利用を控える傾向が強まると予想される。
		観光型ホテル（経営者）	・消費税増税に備えて消費が減少する。
		観光型旅館（経営者）	・11月から繁忙期に入っているが、この2か月に比べると少し動きが鈍い。
		都市型ホテル（支配人）	・大企業の収益はかなり好調とマスコミは報道しているが、実態は景気回復にはほど遠い。物価上昇が今後も続くなかで消費税が増税となれば、ますます景気回復は遅れる。
		旅行代理店（営業担当）	・法人需要は堅調であるが、個人需要がなかなか上向かない。
		通信会社（社員）	・年末商戦に入っているが、テレビやパソコン関連の需要喚起が進まない。今後の4Kテレビなどに期待したいが、なかなか難しい状況である。
		テーマパーク（職員）	・何となく経済状況がデフレ傾向に向かいつつあるなかで、消費が拡大するようなプラス材料が少ない。また、アベノミクスの第3の矢の効果もかなり不透明である。
		美容室（店員）	・寒い時期は来店周期が伸びるので、悪くなる。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・展示場の出展企業による商談の成約数は、昨年よりも減少している。期待していた消費税増税の駆け込み需要がなかったことが影響している。
	悪くなる	一般小売店〔花〕（店員）	・例年に比べて販売量が落ちており、先々は明るい見通しが持てない。
		百貨店（売場主任）	・引き続き外国人観光客向けの売上は伸びるものの、日用品の物価や電気料金の上昇などのニュースで、消費マインドはますます冷え込むと予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・今後はますます寒くなるが、12月のプレセールで冬服が売れていない。先物買いをしない傾向が強まっている。
		家電量販店（企画担当）	・必要に迫られた商品の買換えのみで、大きなヒット商品もない。しばらくはこの消費動向が続く。
		競輪場（職員）	・様々な物が値上がりしているほか、当場の客の実質的な経済状態は良くなっていないので、今月の反動で悪くなる。
企業動向関連	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・今後は受注量が増え、売上、利益共に増加していく見通しである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・大口の設備が受注できる見込みである。
(近畿)	やや良くなる	化学工業（経営者）	・年始には少し高額な案件がいくつか入っているため、多少は良くなる。
		金属製品製造業（経営者）	・円安の進行で、欧米向けの製品は有利に展開できそうである。
		建設業（経営者）	・年越しとなる受注残があるほか、来年分をすでに受注できているため、プラスアルファの受注があれば良くなる。ただし、受注できても、協力企業が確保できない可能性もあり、断らなければならないケースも出てくる。
		建設業（営業担当）	・建築費の増加により、新規の設備投資を控えている企業や、マンションなどの新規分譲で採算が合わなくなったプロジェクトも一部にあるが、物流施設や工場などの新築案件の情報に当面は確保できている。
		輸送業（商品管理担当）	・お歳暮のシーズンが終わり、荷物量は減っている。今後については、昨年は消費税増税の影響で悪化したため、今年は少し伸びる。
		輸送業（営業担当）	・学習機の売行き次第で良くなるが、今のところは例年どおりの動きとなっている。
		コピーサービス業（店長）	・良くなる明確な理由は見当たらないが、社内の外商担当の意見を聞く限り、受注予約は予想を超えて推移している。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・3月には新年度に向けてのリニューアルや、余った予算を使うための受注がある程度見込める。

変わらない

繊維工業（団体職員）	・消費税増税の影響は、雑貨関係などの身の回り品では予想以上の大きさととなっている。
家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・このところは忙しく、一定の受注が続いている。
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・現状のまま推移すると思われるが、悪くなるようにも感じる。円安で原料価格が上昇しているため、顧客からのコストダウンの要請が予想される。
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・全体的には景気回復傾向にあるが、まだ実感としては感じられない。受注量自体は昨年とあまり変わらないが、値下がりが大きい。景気が良いと感じるのはもう少し先になりそうである。
化学工業（企画担当）	・原料高が進む一方、販売価格への転嫁は認められないという構図は変わらない。
化学工業（管理担当）	・円安の影響で商品の値上げが続き、個人消費が伸びない。
プラスチック製品製造業（経営者）	・良くも悪くも、最低の水準で一定した推移となる。
金属製品製造業（管理担当）	・出荷量が大幅に増えているが、工場の許容量を超えており、残業や二交代などで納期に間に合わせている。人件費が増えているため、利益が出るかどうかは分からない。名古屋向けの半年納期の案件は、忙しいだけで終わりそうである。
電気機械器具製造業（経営者）	・円安により輸出関連は良くなる一方、輸入関連は厳しくなるが、原油価格が安いので多少は助かっている。ただし、原油価格が再び上がると厳しくなるため、今後は格差が出てくる。
電気機械器具製造業（企画担当）	・状況が好転する材料に乏しい。厳しい状況は改善せず、今後も継続すると考えられる。
電気機械器具製造業（営業担当）	・良くなる要素がない。
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）	・例年どおり、年度末は一時的に盛り上がる。
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・アベノミクスが衆議院選挙により国民の支持を得たが、その影響が中小企業に及ぶまでには、まだ時間がかかる。
輸送業（営業担当）	・輸出の増加と原油安で海運部門は伸びているが、国内販売の減少の影響で陸運業界は低迷している。
輸送業（営業所長）	・仕事はあるが、物流業界は常に人手不足であり、運転手の確保が難しい。
通信業（管理担当）	・景気回復を願っているが、年末商戦も終わり、景気回復の要素がない。
金融業（営業担当）	・中小企業は受注が大幅に増加したわけではなく、企業努力での増益が多いように感じる。
金融業〔投資運用業〕（代表）	・悪くはならないが、良くなる要素も見当たらない。一般の消費者は将来の消費税増税を見越して、今から消費に慎重になることが予想される。
不動産業（営業担当）	・神戸からの事業所の撤退が相変わらず続いているため、事務所や社宅のニーズが減り、空室率が上がり、賃料が下がる傾向が続く。
新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読数は減少傾向で増える気配がない。折込依頼は増えているが、衆議院選挙や年末セールの特需のようなもので、実際に上向いているわけではない。
広告代理店（営業担当）	・1月からは冬物の処分期に入り、売上は増えるが、2月は減少するため、全体的には変わらない。
広告代理店（営業担当）	・消費税増税の延期が決まりそうであるため、このままの状態が続くと予想される。
広告代理店（営業担当）	・売上が前年を下回る状態が、半年間続いている。
司法書士	・来年からの相続税、贈与税の改正に伴い、贈与による所有権移転の登記が増えると思われるが、この2～3か月は変化がない。
経営コンサルタント	・製造業の取引先は引き続き、借入や求人を行っているが、借入は運転資金が多く、求人は補充が多い。どの企業も、景気は現状のまま変わらないと判断している。
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・毎年、年が明けてすぐに忙しくなることはなく、今年もその見込みはない。
その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・現状では消費の拡大につながる施策が具体化していないため、客の財布のひもは固いままとなる。
その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・景気浮揚策が明確でなく、将来が見通せない。
やや悪くなる	食料品製造業（従業員） ・年末でもあり、何とか例年並みの出荷量を目指したいが、価格の安い商品へ需要が流れている。原料高に販売価格の低下が重なり、今後は利益が減っていく。

		食料品製造業（経理担当） 食料品製造業（営業担当） 繊維工業（総務担当） 窯業・土石製品製造業（経営者） 輸送用機械器具製造業（経理担当） 建設業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・年明けに食品の値上げがあるため、かなり厳しい状況となる。 ・昨年の3月に消費税増税前の特需があった反動で、売上の前年比は悪化する。 ・景気の先行きはまだ足踏みが続くともみている人が多いため、買い控えや様子見の動きとなる。 ・電気料金の引上げがコストアップにつながるほか、円安の動向次第では輸入材料の価格が上がる。 ・受注残が減少傾向にある。 ・年明けから資材や製品の値上げが相次ぎ、価格転嫁せざるを得ない。個人の収入が上がらないなかでの値上げになるため、需要の冷え込みが懸念される。 	
	悪くなる	繊維工業（総務担当） 金属製品製造業（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・当社が取扱う靴下には、国内での自社生産と、海外での自社生産や協力工場による生産という2種類がある。どちらの商品も、円安による仕入コストや製造コストの上昇で、収益面では自助努力を超えた状況が続いている。大手企業は収益増につながっているため、多くの中小企業に向けた対策が必要不可欠となっている。 ・資材関係の値上がりに加え、春からは電気料金の引上げも予想される。販売価格への転嫁は進まないため、採算が悪化することは間違いない。 	
雇用 関連 (近畿)	良くなる	-	-	
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者） 民間職業紹介機関（大学担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・アベノミクスの効果が徐々に出てきているのか、関西の地元企業、特に医薬品や観光関連、大学を中心に、宣伝費用を増やす企業が増加している。 ・不安が先行しているものの、企業の採用活動は昨年以上の動きが期待できる。 	
	変わらない	人材派遣会社（経営者） 人材派遣会社（支店長） 人材派遣会社（役員）	<ul style="list-style-type: none"> ・新聞報道にもあったが、派遣社員の雇用が伸びている。そのなかには、親会社が子会社の社員を一度解雇し、派遣でまとめて再雇用する動きも含まれる。その影響で、20～40代を対象とした派遣がなかなか増えない。 ・例年のような勢いを感じない。 ・人手不足の傾向に変化はない。企業の求人姿勢にも大きな変化はないため、このまま横ばいで推移しそうな気配である。 	
		人材派遣会社（支店長） 新聞社〔求人広告〕（営業担当） 新聞社〔求人広告〕（管理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・求人や求職の状況を見ると、今後も現状と大きくは変わらないと予想される。長期案件の増加に伴い、人材の確保に引き続き苦労することになる。取引先の状況をもて、今までと変わらず推移する見込みである。 ・関西ではインバウンドの旅行者が増えており、ホテルはほぼ100%の稼働率である。今後も観光関連の人の流れが目目される。 ・ここ数か月の求人広告の動きには、はっきりと景気の動向を示すような増加も落ち込みもないため、現状から大きく変化することはない。 	
		職業安定所（職員） 民間職業紹介機関（職員） 民間職業紹介機関（支社長）	<ul style="list-style-type: none"> ・年末年始でもあり、窓口では事業所からの景気に関する情報は聞かれない。 ・建設関連の日雇い労働者数の減少に合わせて、市場自体が少しずつ縮小しているように感じる。一方、求人倍率はむしろ上昇しており、景気の方向性としては横ばいとなっている。 ・景気の先行きには、好材料、悪材料共にみられる。 	
		学校〔大学〕（就職担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・繁華街の人出が増えているように感じる。 	
		やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・景気好転の要素が特になく、派遣労働者の安定志向はより一層強まる。 ・新規求人数は季節的な動きを除けばほぼ前年並みで、有効求人数もここ3か月間は大きな変動もなく推移している。一方、年度末に向けて管内の事業所で雇用調整の動きがあるなど、不安要素がある。 ・大河ドラマは終了したが、来年3月には大天守閣がグランドオープンする。一方、駅前を中心とした再開発が進行中であるが、寒波の影響もあって人出が少なく、クリスマス商戦にも例年ほどの盛り上がりが見られない。有効求人倍率は、米国の大型金融機関の破たん前を超える水準に回復したが、正社員の求人倍率は低調である。大手企業の賃上げやボーナス支給率は回復しているものの、中小企業は円安による原材料の高騰や、電気料金の引上げによるコストアップを価格転嫁できないため、ますます厳しい経営環境となる。

悪くなる

-

-