

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所株式会社）

（-：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）	・1年で最も忙しくなる年末に入るため、良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・歳末に向けた、各種イベントによる仕掛けの効果に期待している。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・一部の潤っている業種に対する商品の供給を模索している。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・11～12月については受注の予約があり、巻き返しが期待できる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・商品を買う客が増えてきているので、景気は良くなる。
		一般小売店〔花〕（店長）	・企業間の贈り物が増え、多少は花を使うようになっていく。花代などは最初に削られる経費であるため、企業も多少は余裕が出てきたと感じる。
		百貨店（売場主任）	・希望的観測でもあるが、これから少しは上向く。当ビル全体では耐震工事が続いているが、食料品を中心に上向いていく。
		百貨店（売場主任）	・クリスマスや正月、クリアランスセールなどの購入動機があれば、消費意欲は活発に推移すると予想される。ただし、インバウンド売上の増加傾向が一巡しつつあるなか、更に維持、拡大できるかどうかが課題である。
		スーパー（経営者）	・これからクリスマスや年末を迎えるため、うまく演出を行い、成果が出るようにしていきたい。
		スーパー（店長）	・どこまで競合対策をしっかりと行えるかが重要となってくる。価格競争になると負のスパイラルに陥るため、自店の強みであるこだわりの部分を打ち出す必要がある。自社開発商品や産地直送品、直輸入品を最大限に伸ばすことで、利益を確保し、年末商戦に臨みたい。
		コンビニ（経営者）	・コーヒー類の新商品が新たに発売され、売上増が見込まれる。また、プレミアム系の商品も好調が続くことが予想されるため、客単価は上昇傾向の継続が期待できる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・おしゃれとして楽しむスーツのほか、実用的なスーツの注文も増加してきている。
		乗用車販売店（販売担当）	・年末に向けてのボーナス商戦に伴い、客の購買意欲が強まる。
		一般レストラン（経営者）	・正月、旧正月とまだまだ外国人の利用者が増える一方、受入体制も徐々に整い、効率的になってきている。日本人の旅行者も増えており、相乗効果が見込まれる。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・肌感覚では分からないが、データ上では回復傾向がみられる。今後も回復が続くことを期待している。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・今後は再び消費税率の引上げが予定されているため、駆け込み需要が増えている。
		観光型ホテル（経営者）	・ユネスコ記憶遺産登録の影響で観光客が増加している。寒い時期になっていくが、地方に足を運んでもらうきっかけになっているため、今後も期待できる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客室は稼働率、単価共に、高水準を保っている。宴会についても、忘新年会の予約が順調に受注できている。単価は例年並みであるが、予約率は大きく上回っている。一方、食堂部門は依然として苦戦しているが、クリスマスディナーなどのイベントには予約が入ってきており、単価のアップが見込まれる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンド向けの予約枠の消化率が高く、当分は好調が続く。予約枠数は従来と同じでも、以前の消化率は20%程度であったが、今は90%を超えている。宿泊に関してはシーズンオフの期間がなくなっている。
		都市型ホテル（客室担当）	・中国の株価下落による影響が出るかと思われたが、依然として売上は増加傾向である。中国からの客が若干少なくなったとしても、国内需要とほかの東南アジアからの客で十分補えそうである。
	タクシー運転手	・京都は観光地であり、これから紅葉の季節で客が増加する。	
	タクシー運転手	・これからお酒を飲む機会が増えるため、観光客や乗客の動きも良くなる。	
	競輪場（職員）	・3か月先はお正月の時期に入るので、例年の傾向からやや良くなるが、改善は小幅にとどまる。	
	競艇場（職員）	・ボートレース業界では、上半期の売上が前年比で4.5%程度の増加となった。また、年末に向けてビッグレースが多数予定されていることから、景気はやや良くなると予想される。	

	住宅販売会社（総務担当）	・先行きの不動産購入の申込状況も良いため、好調な推移となる。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税の経過措置の期限が、来年の9月末までと1年を切ったため、今から徐々に住宅の購入を検討する人が増加しそうである。
変わらない	商店街（代表者）	・単価の下落が常態化している。
	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・このまましばらく我慢の時間になりそうである。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	・地域に根差した店では、今後も古くからの客による電池交換や修理の依頼が期待できる。ただし、全体として消費者の腕時計離れは進んでおり、1人で着替えのように何本も持つことは、今の景気の状態では考えにくい。財布にも気持ちにも、客から余裕のある雰囲気は全く感じられないため、電池交換と修理以上の需要を期待することはかなり難しい。今後は、今月のようにあまり芳しく状況が続く。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・全体的に給料が上がらなければ、物価が上がってきている分、より苦しい状態に陥ることになる。物価が上がるだけでなく、全体的な給料も上がってほしい。
	百貨店（売場主任）	・商品の原価が上がっており、商品価格が高騰している一方、国内客の所得は一部を除いて増えていない。所得が増える要素や、客の数が増える要素がない限り、現状よりも良くなることは望めない。現状はインバウンド需要に頼っている部分が多い。
	百貨店（売場主任）	・中国ではバブルが崩壊し始めているといわれているが、インバウンド消費には大きな変動がない。地域の消費者の動向も、大きなプラスになる要素はないが、マイナスになる要素も見受けられない。
	百貨店（営業担当）	・インバウンドの売上は、高額品の買上が減ってきている。一方、物を買うことに喜びを感じる富裕層の顧客は、高級ブランド品や美術品、金製品など、更に高額な商品を買うことが予想される。
	百貨店（営業担当）	・暖冬が予想されているため、ファッション関連の売行きには期待できない。
	百貨店（服飾品担当）	・今年は前年に続き、ファッションはカジュアル傾向で、緊張感のあるスタイリングがトレンドにはなっていない。ドレスやワンピース、ロングブーツなどの単価の高いアイテムは売行きが期待できないが、ニットやネックウェアのカシミア素材など、起毛素材の売行きは堅調で、気軽に購入できるため、販売数量はやや伸びると思われる。また、顧客の買い方をみると、安くそれなりの商品をたくさん買うのではなく、良い物を一点だけ買うスタイルに変わってきているため、高額商材は好調が続くと予想される。
	百貨店（サービス担当）	・来月からの傾向は、季節料理の鍋商材で野菜類が高騰し、海産物の不漁も懸念されるなど、良くない情報が多い。買い控えなどが不安材料であるが、おせち料理やクリスマスケーキの予約は好調に推移しているため、大きな傾向に変化はない。
	百貨店（販促担当）	・今のところは浮上する明確な材料が見当たらない。株価も1万8千円を超え、高い水準を維持しているものの、消費がおう盛とはいえず、家庭の収入が増加している実感も少ない。日用品、特に衣料品に対する慎重な消費が定着しており、エルニーニョ現象の影響で暖冬になれば、客単価が下がり、苦戦することが予想される。
	百貨店（商品担当）	・中国経済の減速の影響や、冬のボーナスがどれだけ消費に回るかが鍵を握ると思うが、不安定な動きを考えると楽観視はできない。
	百貨店（マネージャー）	・中国を中心とする海外経済の減速が懸念されるものの、現状は百貨店での影響はみられない。また、株価も上がったたり下がったりを続けているものの、1万9千円台の回復が見込まれており、富裕層の消費は好調が続くと予想される。一方、来客数の大半を占める中間層においては、賃上げや今夏の賞与増などがあったものの、それが消費に回っている実感はないため、鈍い動きが続くと考えられる。
百貨店（マネージャー）	・海外では中国景気の後退に加えて、米国の金利動向の不透明感が強い。国内では消費税増税に向けた動きが大きく報道されるなか、消費者心理への影響が大きくなると思われる。その結果、消費者や消費分野の二極化が進むため、マーケット対応力の差により、地域や業種による格差が更に拡大する。	
百貨店（商品担当）	・中国からの観光客は、まだ一部の富裕層のみであり、まだまだこれから来客数は増える。	

百貨店（売場マネージャー）	・国体などのイベントも一息つき、落ち着いた状態になっている。イベント期間中に減少した外国人観光客が戻ってきてくれることを期待している。
百貨店（外商担当）	・依然として、国内外の経済は不安定な状況が続いており、先行きが不透明である。年明けから競合店の建て替え工事が始まるため、顧客をいかに取り込むかによって、売上が変わってくる。
百貨店（売場マネージャー）	・ファッション関連の消費をみる限り、現状維持が予想され、大きなマイナス要素はみられない。食品を中心とした日常消費にも大きな変化はないが、お歳暮のギフトマーケットは縮小傾向にある。インバウンド関連では、大きな増加から1年が経過したため、大幅なプラス傾向は期待できない。トータルで見ると前年並みの推移となる。
百貨店（マネージャー）	・高額品を中心に、富裕層の消費意欲は堅調な動きをみせている。一方、今後のクリスマスやクリアランスなどの大きな商戦では、暖冬の予報などもあり、中間ボリューム層の消費回復は見込めない。
百貨店（営業企画）	・インバウンドなどの好材料が郊外に波及してこないだけでなく、京都地区の百貨店や商業施設の拡大により、都心への客の流出が懸念される。
スーパー（店長）	・夏もそうであったように、バーゲンよりもシーズンの最初に少し良い商品を買う傾向が続く。一方、人の目にふれない物や食品に対する支出を抑えるため、家計の支出総額は変わらない。少し収入が増えたとしても、次の消費税増税や社会保険制度の変更、中国経済の失速などへの不安が、消費者の頭から離れることはない。
スーパー（店長）	・年末年始で出費が増える分、日常の買物が控えられる。ポジョレーヌーヴォーや、クリスマスケーキ、年賀状の印刷などの予約も伸び悩んでいる。
スーパー（店長）	・政治や経済などの外部環境にプラス材料が見当たらず、足元の状況から判断しても、良くなる気配は感じられない。
スーパー（店長）	・企業の収益好調が報じられているが、まだ所得への波及があまりみられない。光熱費や通信費などの支出が増えているため、可処分所得が減り、好感度は足元では感じられない。
スーパー（企画担当）	・外部環境に変化がみられないことから、今の状態が続く。
スーパー（経理担当）	・消費は良くもなく、悪くもない状態が続いている。当面は大きな変動要因があまりなく、今の状況が年末まで続くと思われる。ただし、年末年始にかけてはボーナスや株価の状況により、基調が変わる可能性もある。
スーパー（広報担当）	・食料品の動きは底堅くなりつつあるが、ファッション関連の動向が不透明である。特に暖冬の予報もあり、今後は予断を許さない。
スーパー（社員）	・地域によって期間は異なるが、プレミアム付商品券の使用可能期間の終了が近づいている。ただし、京阪奈地域の企業業績は堅調であり、年末に向けて各企業の賞与増が期待できるため、当面は好調な支出が続くと期待している。
コンビニ（店長）	・大手企業の冬のボーナスが平均で90万円と報じられたが、中小企業はそうとも限らない。消費税率10%への引上げの報道もあるため、財布のひもは簡単に緩まないと考えられる。
コンビニ（店員）	・回復の見込みは薄く、厳しい状態が続く。
コンビニ（広告担当）	・経済状況による若干の変動はあるものの、大きくは変わらないと判断している。
衣料品専門店（経営者）	・消費税率が10%に上がる予定であるなど、まだまだ財布のひもが緩むには程遠いと感じる。景気が上向いているのは一部であり、末端の部分まで潤うには、まだまだ時間を要する。
衣料品専門店（販売担当）	・これから先も買い控えが続く。
家電量販店（経営者）	・プレミアム付商品券の効果にも期待できず、客の財布のひもが緩む雰囲気はないように感じる。
家電量販店（企画担当）	・最近では季節的な要因がなければ、なかなか動きが出てこないなど、需要の増加が見込めない。
乗用車販売店（経営者）	・インバウンドによる効果が得られる地域は限られている。
乗用車販売店（経営者）	・新車の売行きが悪く、車検、一般修理などもあまり好調ではない。
乗用車販売店（経営者）	・良くなるとの期待感はあるが、客の財布のひもが固い。財布のひもが緩むような大きな政策がない限り、変わらない。
乗用車販売店（営業企画）	・悪くなる可能性はあるが、良くなる感触はない。

乗用車販売店（営業担当）	・年末はいろいろと出費が増えるため、新車購入にはなかなか厳しい環境となる。
乗用車販売店（販売担当）	・新型車効果で幾分は市場の活性化が見込めるが、販売量の増加はもう少し先になる。
住関連専門店（店長）	・引き続き、企業や事業主の個々の経営努力による売上増しか勝算がない。客や取引先の様子をみても、業界や消費者の景気が良くなっているようには感じられない。
その他専門店 [宝石]（経営者）	・現在のような金相場の高止まりが続けば、客の購買意欲も今の状態が続くが、株価が暴落した場合はその影響を受ける。
その他専門店 [食品]（経営者）	・景気は横ばいで進むと思われるが、我々の業界ではお歳暮などの売上減少が年々進んでいる。忘年会などの単価も安くなる傾向にあるが、極端な下がり方はせず、昨年と同じような推移になると予想される。
その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・円安傾向は変わらず、プレミアム付商品券の使用も目立たないため、売上が伸びる期待は薄い。
その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	・全体として食品の値上げが目立っており、ファッション関連を中心に、厳しい商戦が続くことが予想される。
その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・受注の電話が増え、客単価は上がっているが、新カタログが出たばかりという要因もある。このままの状態が続かない限り、景気が良いとはいえない。
高級レストラン（企画）	・国内客の需要増は見込まれるものの、中国からのインバウンド客の減少が予想される。
一般レストラン（企画）	・外食各社の動きをみると、低価格の業態は好調のようであるが、ファミリーレストランは軒並み苦戦している。来客数を客単価の引上げでカバーする状態が続いており、前年の売上をクリアすることが難しくなっている。ただし、関東と比較すると、まだ関西は来客数の落ち込みが小幅にとどまっている。
一般レストラン（経理担当）	・消費税率10%への引上げに対する不安もあり、今後の景気が良くなるとは考えにくい。ただし、2～3か月後には忘年会シーズンが控えており、いくらか期待が持てる。その結果、全体的な景気の状況は大きく変わらない。
その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当）	・アイスドリンクからホットドリンク類に需要が変わってきたが、客の動きに大きな変化はなく、昨年と同様の動きが予想される。
観光型ホテル（経営者）	・客室稼働率はほぼ限界近くまで上がっているため、今後は宿泊単価のアップに関する施策を進めていく。
観光型旅館（団体役員）	・10～12月の予約が例年よりも早く入ってきている。
都市型ホテル（支配人）	・中国の景気が不安定で、株価も同様に不安定となっている。日本の株価は最近1万9千円台に回復したが、また暴落する不安もあり、なかなか景気が回復しているとはいえない。しばらくはこの状況が続く。
都市型ホテル（総務担当）	・予約状況は、相変わらず好調である。
旅行代理店（経営者）	・予約の受付時期がどんどん早まっている。早期に囲い込みができなければ、飛行機もホテルも押さえられず、価格も非常に高くなる。インバウンドを手掛けない旅行代理店は、早期の申込で国内客を取り込まなければ、どんどん苦しくなる。
旅行代理店（店長）	・今は状況が変わることはない気がする。
旅行代理店（広報担当）	・年末年始に向けての申込状況は芳しくない。間際予約がどのくらい発生するかにもよるが、現状の客との会話では、節約傾向が強まりつつある様子がうかがえる。
タクシー運転手	・企業関係のハイヤー予約は比較的安定している。
通信会社（経営者）	・特に、個人消費に変化の兆しはみられない。
通信会社（企画担当）	・中国経済の失速への懸念はあるが、影響は大きくないと思われる。そのほかに悪い要素は見当たらない。
テーマパーク（職員）	・消費税増税の行方については、実際に決まるのが直前であるため、世の中は増税を前提に動いていく。その一方で、失業率は下がっているものの、平均所得は思ったほどの増加がみられない。この傾向が続くとすれば、ある時点で必ず消費は冷え込んでいくことになる。
観光名所（企画担当）	・今年度に入って来場者が増加した。その後の増加率はほぼ一定であり、今後も維持することで精一杯と考えている。

	観光名所（経理担当）	・10月は好天に恵まれて来客数が多く、売上も前年比で7%ほど伸びた。ただし、いろいろな業態の店を営業しているが、店舗による差が大きい。今月は街でのイベントが多く、来客数が増えた割には、売上は思ったほど伸びていない。飲食関連はそれなりに伸びているが、特に物販が思わしくない。全体的にみても、来客数は前年比で13%ほど増えているが、売上は7%ほどの伸びにとどまっている。
	遊園地（経営者）	・景気情勢を予測するには不確定要素が多く、プラス方向、マイナス方向共に実感はない。
	パチンコ店（店員）	・年末年始で一時的な回復は見込めても、継続することはない。
	その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・11～1月にかけては多くのコンサートが開催されるため、例年どおりの多くの集客を見込んでいる。
	美容室（経営者）	・商店街は代わり映えがせず、ハロウィンのパレードも盛り上がり上がらない。来客数も今月中旬までは良かったが、帳尻を合わすかのように月後半は落ち込んでいる。
	その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・景気に左右されない新しいアイテムの開発と、売場構成の変化によって、更なる売上や収益のアップを目指していきたい。
	住宅販売会社（経営者）	・市内中心部と郊外でかなり差がある。一概にはいえないが、高額所得者層以外はまだ回復の実感が足りない状態である。
	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）	・金融機関の融資姿勢や不動産の価格に大きな変動はない。
やや悪くなる	一般小売店〔精肉〕 （管理担当）	・お金を使うところが、レジャーや外食にシフトしている。また、連休やイベントの日にも消費が集中しているように感じる。今後、買い回りの食品は一層厳しくなることが予想される。
	一般小売店〔自転車〕 （店長）	・値上げの動きが相次いでいる。ただでさえ消費者の財布のひもが固い上に、値上げが続けば、更に購入が少なくなる。
	一般小売店〔酒〕（社員）	・インバウンド消費の停滞が予想される。
	百貨店（企画担当）	・外国人売上は、前年10月からの免税対象品目の拡大や、今年1月からのビザ発行基準の緩和によって急増してきた。今後3か月については、前年よりも外国人売上が減少するとみており、景気は悪化に向かう。
	スーパー（経営者）	・多少の効果が見られたプレミアム付商品券の利用も終了し、これまで単価をけん引した農産物も、9月中旬以降の好天で単価ダウンが予想される。企業業績にも上半期に比べて減速感がみられる。今後は日常の食料品や住宅関連の支出がシビアになると予想される。
	スーパー（店長）	・中国経済の減速が企業業績に影響を与え、街角の景況感の悪化にもつながる。歳末商戦は、更に消費の二極化が進行する。
	スーパー（店長）	・地域の過疎化が進んでおり、ファミリー客は休日になるとショッピングセンターに出かけるため、集客が見込めない。
	スーパー（管理担当）	・T P Pや消費税増税、マイナンバー制度など、対応すべき課題が多い。それが消費動向に良い影響を与えるかといえ、期待薄である。
	コンビニ（経営者）	・平均客単価が下がってきている。急に気候が変化したため、デザートやチルド飲料などのプラスワン商材の売上が前年比で5%ほど減っており、今後はますます悪くなっていく。
	コンビニ（店員）	・近隣に競合店の出店が相次ぎ、来店者が少し減ってきている。
	乗用車販売店（経営者）	・良くも悪くも、3か月は同じ状況が続かない。今はまた悪化しつつあるなど、客の動きにも陰りがみられる。やはり、景気がまた落ち込みそうである。
	観光型旅館（経営者）	・プレミアム付商品券やおもてなし券などの効果に期待したが、思ったほど売上は伸びておらず、これからもあまり期待できない。
	観光型旅館（経営者）	・特に大きなイベントなどが無い。都市型ビジネスホテルは外国人旅行者の増減が大きく売上に影響するが、温泉旅館はそれに比べると影響が少ない。
	タクシー運転手	・景気上昇のムードではないということが、街中を走っていると感じられる。
	通信会社（社員）	・ブロードバンドサービスへの需要が、昨年と比べても減少気味と感じられる。
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は服を脱ぐため、寒くなってくると来客数が減少する。	

		住宅販売会社（経営者）	・この時期に客の反響数が減ると、売上の見込みも引下げとなる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・マンション価格の上昇に加え、マイナスの印象の強い事件が発生したことで、冷え込みが懸念される。
	悪くなる	一般小売店〔花〕（店員）	・理由は不明であるが、販売量が落ち込んでいる。特に、贈答品が伸び悩んでいる。このままでは、2～3か月先も売上アップが見込めない。
		衣料品専門店（経営者）	・様々な商品の値上げが予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・秋物の新商品が出ているにもかかわらず、買上点数が減っている。また、薄手の秋物しか売れず、冬物は売れていないため、3か月後も期待できない。
		自動車備品販売店（営業担当）	・消費税の増税に対する先行き不安で、購入に対して慎重になってきているように感じられる。
		一般レストラン（経営者）	・年内に近くのスーパーが閉店になるので、ますます人通りが少なくなる。
企業動向関連	良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・先週に受注した案件は長期にわたるため、しばらくは良い状況が続く。
(近畿)	やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・年末年始に向けて、消費者の購買意欲は上がってくるため、先行きは良くなる。
		木材木製品製造業（経営者）	・新商品の評価が良いため、新規顧客からの注文が見込まれ、売上、利益共に増加する。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・12月までの受注案件もある程度把握できており、金額、受注量共に少し増えているように思われる。新規受注も増えつつある。
		化学工業（経営者）	・現在、延期となっている自治体の予算執行が実行に移されることで、少しは良くなると思われる。ただし、受注できる量には限りがあるため、現在の落ち込みをカバーするまでには至らない。
		化学工業（企画担当）	・販売量は例年どおりの推移であるが、利益が出ない状態である。輸入原料の価格は品種による差はあるものの、全体的にはほぼ例年どおりとなっている。年末に向けて販売量が急増するため、これから状況は若干改善される見込みである。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・新商品の伸びが期待できる。今までは、単一機種の売上が増減するレベルであったが、来年度からは多くの商品で動きが活発になりそうである。機種当たりの売上は少ないが、何機種も投入しているため、トータルでの売上増となる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・景気の回復といえるかどうかは判断が難しいが、海外の販売会社の開拓に手ごたえが出てきている。日本の品質の良さが理解されて商談が増えるなど、日本企業に有利に動いている感覚がある。
		建設業（経営者）	・東京オリンピックなどを見据えて、今後、受注量が少しずつ増えていくことが予想される。
		輸送業（商品管理担当）	・家具の運送を主に行っているため、これから2～3か月は学習機などが増え、少し良くなる。
		輸送業（営業所長）	・関東地区ほどではないが、輸送案件が増えている。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・年末のイルミネーションなどのイベントにより、ある程度は仕事量が増えてくる。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・年末年始に向けて、状況が大きく変わることはない。安価な製品の動きが中心であり、この先も売上の大きな増加は望めない。
		食料品製造業（経理担当）	・外食の昼食もワンコインが中心であり、国内消費が良くない。食品の値上がり商品が目立つ一方、収入の増加が伴っていない。
		繊維工業（団体職員）	・引き合いなどがあまり感じられない。
		繊維工業（総務担当）	・目新しい商品への注目はあるものの、その分、既存商品への関心が薄れるなど、新商品開発のリスクが増加している。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・忙しい状態が続いているが、特に状況に変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・これから年末に向けての動きは、季節的要因を考慮すると大きな変化はない。
		化学工業（管理担当）	・中国経済の減速が予想されるほか、米国の金利引上げ時期が未定であり、先行き不透明である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・景気が良くなるという要素が、周囲には見当たらない。
		金属製品製造業（経営者）	・海外からの輸入品の価格上昇に市場が左右されており、今後も様子見の状態が続く。

金属製品製造業（管理担当）	・10月になって、中国、四国地方を担当していた協力会社が倒産し、関西担当の当社が生産、出荷を代替することになった。倒産するほどの収益しかなかったということで、条件は厳しい。当社は関西から出荷を行う分、運送費は大幅増となるため、コストアップ分を販売価格に転嫁しなければならない。価格の引上げや、運送サイクルの悪化などで、客離れにつながることを懸念している。
電気機械器具製造業（経営者）	・最近の世界経済が混とんとしており、中国の不景気や米国の利上げなど不透明な要素が多いため、長期的な計画が立てにくい。
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・年末商戦では、単価の高い4Kテレビの荷動きが期待できるが、全体の景気を上げる要因となるのは難しい。
電気機械器具製造業（営業担当）	・あまり仕事来ない。
電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が伸びていない。引き合いはあるものの、受注につながらない状況である。
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・年末に向けて、受注が見込める物件もあるが、中小企業の設備投資の動きが今一つである。
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・この業界は、例年11～12月にかけて閑散期となるが、今年は例年よりも1週間ぐらい早く、閑散期に入ったようである。
その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・年末年始となるが、特別な新商品の企画もないため、状況は変わらない。
建設業（経営者）	・年末年始を控えて住宅の改修需要が見込めるが、省エネ住宅ポイントも終了するなど、消費マインドの高揚につながる話題がない。
建設業（経営者）	・技能労務者不足とともに、現場管理者の不足も慢性化してきている。仕事があっても配置技術者が足りず、入札に参加できない時もある。技能労務者不足も同様であり、決められた工期での厳しい受注競争が続いている。
通信業（管理担当）	・回復する要素がない。
金融業（営業担当）	・現状では、近隣の中小企業の業況回復は難しい。大阪都構想を再度検討し、首都機能の分散などで、関西の景気回復を実現することが求められる。
金融業〔投資運用業〕（代表）	・年末に向けて株価は再び2万円を回復してくるだろう。来年の景気回復の起爆剤になることを期待したい。
広告代理店（営業担当）	・受注は昨年よりも若干増えてきているが、月ごとに波があって不安定である。
広告代理店（営業担当）	・大きく変化する要素が見当たらない。
司法書士	・以前から継続的に事件数が少ない状態が続いており、現在も案件が少ない。特に、不動産の取引案件が少なく、これといった変化をもたらす要因もないため、景気が良くなるとは考えにくい。
経営コンサルタント	・クリスマスや年末、正月商戦があり、ボーナスの支給もあるなど、本来は盛り上がる時期であるが、それもごく一部の企業や富裕層に限定されている。物価の値上がりなどもあるため、中小零細企業や消費者の状況は変わらない。
コピーサービス業（店長）	・年末から年明けに関しても、特別なイベントや受注増加の要因がないため、現状維持で推移する。
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・年内は忙しくなることもなく、今年が終わりそうである。
その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・中国経済のバブル崩壊への不安が続いているが、ここ数か月をみる限り、中国を中心とした外国人観光客の国内消費は下げ止まる様子がみられない。今や関西の景気を左右しかねない要素となっている。
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・変わらないと思うが、寒くなれば冬期商品が売れるので、状況が変わる可能性はある。
その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・実体経済が良くない。
やや悪くなる	
繊維工業（総務担当）	・当社の取扱商品である靴下は、大手量販店の売上が大幅に減少しており、製造元である当社の先行きも芳しくない。
輸送業（営業担当）	・通販関係が伸びて、製造業関連の荷物が減っているため、単価、利益共にマイナスになっている。
輸送業（営業担当）	・キャンペーンを行っても、それほど売上が伸びていない。
不動産業（営業担当）	・神戸から事業所が撤退する動きは今後も続く。それに伴い、事務所やマンションの賃料が下がり、空室率は上がるため、景気が悪くなる。
新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読数が減少傾向となるなか、折込収入も減少しつつある。特に、マンションなどの不動産や自動車関連の折込広告が少なくなっている。

	悪くなる	金属製品製造業（営業担当）	・原価の上昇に販売価格の改定が追いつかず、採算が悪化する一方である。
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）	・労働者派遣法が改正され、企業での雇用形態は少しずつ変わってきているものの、大きな変化はない。今後もこのまま派遣の需要は高まることが予想される。
		人材派遣会社（支店長）	・例年の動きである、年末の駆け込み需要が出てくる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末商戦に向けて、関西の地場産業の動きが活発化している。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・下半期に入り、今のところは大きな変化がない。労働者派遣法は改正されたが、まだ大きな動きはなく、年末にかけて派遣会社の動きがどう変わるかが不透明である。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞広告の求人を見る限り、景気は上向いているように思うが、中国経済の減速懸念や南シナ海での米中対立など、景気を一気に減速させる材料には事欠かない。株価は持ち直しているが、中小企業主体の関西景気の基調は弱く、景気が良くなるとは言い難い。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は1.23倍となったが、大量のパート求人によるもので、正社員比率は40.0%に低下しており、景気が好転する気配はみられない。
		職業安定所（職員）	・インバウンド効果もあり、宿泊、飲食サービス業では求人の増加傾向が続いている。全体として、医療、福祉関連では正社員求人の割合が高まっていく一方、それ以外の業種では、先行き不透明感から様子見が続くと予想される。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・採用環境がすぐに変化することはないと考えられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・歩行者に元気が感じられない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・雇用の安定を望む求職者が増える一方、企業側は正社員化できる体力を持っていないケースも多い。求人企業のニーズと求職者のニーズが合わないため、雇用の不安定な状態が続く。
		アウトソーシング企業（管理担当）	・例年入ってくる仕事が入ってきておらず、今後も厳しい状況が続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設工事の着工量や、作業員の確保しやすさの両面で、関東へのシフトが徐々に進んでいる。その分、関西は当地域の日雇い労働市場を含め、厳しくなっている。
	悪くなる	-	-