

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 やや良くなる	百貨店（営業担当）	・セールに期待しているほか、春物の立ち上げも意識的に早めていく。	
		百貨店（外商担当）	・競合店が建て替え工事に入り、売場面積が大幅に縮小するため、当店にシフトする客が増えると思われる。特に、春物の新作がそろってくるこの時期に、効果が顕著に出てくる。	
		スーパー（社員）	・お歳暮やクリスマス関連の販売実績は、ほとんどの店舗でほぼ前年並みとなったようである。多くの企業で今冬の賞与が昨年よりも増加したこともあり、年末年始の商戦も前年以上に活発となることが予想される。	
		コンビニ（経営者）	・コーヒー類の品ぞろえの充実により、まだまだ売上増が見込まれるほか、プレミアム系新商品も続々と発売が予定されているため、客単価の上昇が期待できる。	
		コンビニ（店員）	・今月に店舗の改装を行い、店のコンセプトも新しくした。手作りパンは客にも好評で、売上が伸びる気配を感じる。	
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・春物スーツ、ジャケットのオーダーの問い合わせが多い。	
		乗用車販売店（経営者）	・世界的な株価動向だけで判断するならば、8月の中国株暴落後、少し持ち直している。国際テロ組織の問題や、ロシアとトルコの対立など、世界の政治経済に与える不安材料は多いものの、国内的には政権も安定してきたため、経済も落ち着いてくる。	
		乗用車販売店（営業担当）	・2～3か月先は決算期となり、キャンペーンなどで割安感を訴求するため、今よりも来客数、受注台数共に増加することが予想される。	
		乗用車販売店（販売担当）	・今の申込の受注が、実際の販売につながり始めると考えられる。	
		住関連専門店（店員）	・学習机や新生活商材など、気温に影響されない商品の購入が期待できる。	
		一般レストラン（経営者）	・T P P 関連や、消費税増税への不安により、どれほどの影響が出るかは想像ができない。ただし、景気は若干落ち着くものの、今よりも落ち込むことはないだろう。	
		その他飲食【ファーストフード】（店員）	・消費税率の引上げ前ということで、需要が拡大している。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・客室料金や宴会場料金の値上げが検討段階に入っており、更なる増収に期待が持てる。また、レストランについても販売内容を一部変更し、客のニーズに合わせた販売を行う。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊が売上全体をけん引する状況がまだまだ続く。一方、宴会部門が非常に悪く、予約の動きも鈍い。	
		通信会社（経営者）	・原油価格の低下など、小売業の取引先の売上増につながる動きがみられる。	
		競艇場（職員）	・業界では、ビッグレースや年末年始のレースなど、グレードレースが多く実施される。前年比でも、このところは回復傾向にあり、特に電話投票の伸びが顕著であることから、業界内の景気は上向きである。	
		その他住宅【展示場】（従業員）	・注文住宅に対する消費税増税の経過措置の期限である来年9月末に向けて、客の動きが活発化する。	
		変わらない	商店街（代表者）	・客の来店回数が減少している。
			一般小売店【事務用品】（経営者）	・客と接していて、お金の使い方をかなり絞っているように感じる。店側も景気を気にしてしまい、もう一步踏み込んだ商品提案ができていない。
	一般小売店【時計】（経営者）		・消費税率が8%でも厳しいのに、今後は10%という話題が出てくる。駆け込み需要はほとんど考えられず、物を増やさないと、買わないという傾向が更に進む。景気が良くなる方向に進むとは、今の段階では考えられない。	
一般小売店【衣服】（経営者）	・暖冬傾向が続くそうなので、セールでも高額コートなどが苦戦しそうな傾向が出始めている。何とか売上前年比の減少幅を1けた台で終わらせたい。			
一般小売店【珈琲】（経営者）	・繁華街ではアジア系の観光客による爆買いがみられるものの、郊外はその恩恵に恵まれていない。			
一般小売店【精肉】（管理担当）	・消費の形がかなりのスピードで変化しているため、あっとい間に旧態依然とした販売方法が廃れる可能性がある。インターネット販売や大型スーパー、コンビニが台頭しており、小売店舗が生き残る形を早く探さなければと強く感じている。			
一般小売店【鮮魚】（営業担当）	・外国人観光客の購買力は高いが、日本人の購買力が弱い分だけマイナスとなる。			

一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・暖冬が続く以上、季節商品の売上は伸びない。
一般小売店〔野菜〕 (店長)	・状況が変化する要素がまだ出てこない。
一般小売店〔花〕(店長)	・良い話や材料がないので、今後も変わらない。
百貨店(売場主任)	・当店は高齢者に支えられており、大きな改善は望めない。新しい客の取り込みや、客の来店頻度を増やすための対策を打っていかなければならない。
百貨店(売場主任)	・外国人観光客の数は増えているものの、1人当たりの購買単価は下がってきている。また、国内消費の動向が大きく変わる要素はない。
百貨店(売場主任)	・一部の富裕層を対象とした高額商品の伸びは期待できるものの、中心となるボリューム層の需要は伸びない。今後も所得が大幅に増えない限り、好転はしないと考えられる。また、大手アパレルメーカーの業績が苦戦するなか、ブランド開発や商品製作に消極的な姿勢がみられるなど、今よりも良くなる要素が見当たらない状況にある。
百貨店(売場主任)	・インバウンドの効果も当たり前となった今、地元客の中心は富裕層に偏り、顧客の裾野が広がる兆候はみられない。
百貨店(企画担当)	・気温次第であるが、11～12月が不振であった分、クリアランスの売上に期待しているが、マイナスを取り戻すだけの売上増は見込めない。
百貨店(営業担当)	・インバウンドの売上は横ばいか若干減少すると予想される。国内客については、一部の優良顧客は更に高額な商品を購入するものの、全体的な買上点数は伸びない。
百貨店(サービス担当)	・暖冬傾向で防寒衣料品の動きが鈍く、前年売上の確保が難しい傾向は変わらない。その一方、健康への関心が高いため、スポーツ用品を一同に集めた催事などで集客に努め、前年の実績を何とか確保したい。
百貨店(マネージャー)	・消費者心理への影響が大きい、消費税増税の軽減税率の概要が決まるなか、家計における節約志向は更に強まると思われる。そのため、中間所得層では消費をより一層控える傾向が続く。
百貨店(販促担当)	・今後も暖冬が続く、セール時期の防寒品の売行きに影響が出そうである。一方、クリスマスなどの行事関連は堅調であり、春物の立ち上げを早めながら耐える時期になると予想される。
百貨店(服飾品担当)	・防寒商材が11～12月は売れなかったが、気温が本格的に下がる1～2月はセール商戦に期待が持てる。また、昨今は二極化がみられる顧客の買物において、アッパー志向による新作買いが増えており、実需期よりも前倒しでの購入となっている。結果として、都心でラグジュアリー商材を販売する店舗では、関連商品の販売が伸びる。
百貨店(売場マネージャー)	・30～40代のファミリー層の消費の変化が気になる。また、インバウンドの旅行者が大衆化し、消費の単価が下がる懸念もある。さらに、米国の金利政策による日本への影響も心配であるなど、先行きには懸念材料が多い。ファッション業界の低迷は更に加速する可能性があり、生産量の減少を含めて、先行きが不安である。
百貨店(売場マネージャー)	・入店客数は増えているが、顧客の二極化がますます進んでおり、全体としては何とか現状を維持できればよい。
百貨店(営業企画)	・原子力発電所の再稼働など、マインド面では一部にプラスの要素もあるが、賃金の上昇が実感されるまでは消費が上向くとは考えにくい。
百貨店(商品担当)	・消費税の軽減税率の議論が決着し、年が明けると消費税増税に向けた動きが具体化してくるなか、消費環境が大きく改善することはないと思う。インバウンド需要も拡大し続けた反動で、やや沈静化することが予想され、全体的に一進一退の状況が続く。
スーパー(経営者)	・米国の利上げや原油価格の低下、新興国経済の減速など、景気に対する不透明感が大きく、客の消費マインドも上がらないと予想される。また、引き続き暖冬となることで農産物の相場安が続く、当面は価格の高い商品の動きが鈍くなる。
スーパー(店長)	・気温に左右されにくい新学期や新入学、新生活などのモチベーション需要が、ある程度見込める時期となる。これを落とすと、後々の商売に影響を及ぼすような重要な時期である。
スーパー(店長)	・数か月スパンの問題ではなく、家計が支出を増やすための大きな変化がない限り、好転する気配は出てこない。

スーパー（店長）	・年間で最大の年末商戦にもかかわらず、かなりの節約志向が感じられる。通常時にそれ以上を望むことは難しいため、しばらくはこの傾向が続く。
スーパー（店長）	・プレミアム付商品券の使用が少なくなっているほか、暖冬の影響もあり、厳しい状況が続く。
スーパー（企画担当）	・引き続き、暖冬の影響が続く。
スーパー（経理担当）	・景気が落ち込んでいるイメージはなく、天候要因による低迷が続いている。このため、気温や天候が例年どおりに戻れば、売上も持ち直す可能性がある。ただし、暖冬が続くと春先まで回復は難しい。
スーパー（広報担当）	・10月末から客の動きが悪化している。食品にも買い控えの傾向が出るなど、季節要因だけではない生活防衛意識が潜在的に強まっており、すぐに好転するとは考えにくい。
スーパー（開発担当）	・大企業や首都圏は景気が良くなりつつあるが、地方や中小企業まではまだまだ回ってきていない。
コンビニ（経営者）	・季節的な要因や競合店の問題が重なり、売上は減少すると予想される。商品の充実を図るほか、近隣のチラシ配りなどで現状を維持していく。
コンビニ（店長）	・来客数もそろそろ横ばいとなっており、これ以上の変化はないと思われるが、販売商品の多様化が売上の安定につながるほか、販売量の増えるチャンスも拡大しそうである。
コンビニ（広告担当）	・今後2～3か月では大きく変わらないと思う。ただし、それ以降は消費税率の引上げやT P P関連など、様々な変化が出てくる。一方、12月の大企業によるボーナス支給額は増えたが、中小企業は厳しいままであり、日々の生活では財布のひもがまだまだ固い。
衣料品専門店（経営者）	・部分的には少し回復傾向がみられるものの、それ以外では回復感がないため、プラスマイナスゼロである。
衣料品専門店（販売担当）	・このまま買い控えが続く。
家電量販店（経営者）	・客が財布のひもを緩める要素が見当たらず、景気が良くなるとは感じられない。
家電量販店（企画担当）	・中国人客の爆買いも終盤戦に入ってきているように感じる。そんな状況で、家電が売れなくなる季節を迎えることになる。
家電量販店（営業担当）	・一部の人の好調よりも、全体的な底上げ感がもっと出てきてほしい。
乗用車販売店（経営者）	・企業収益に比べると、個人の可処分所得は増加していない。
乗用車販売店（経営者）	・車検や一般修理、新車の購入予約にあまり大きな変化はない。
乗用車販売店（経営者）	・良くなると期待しているが、材料がない。何か1つでも材料があり、突破口が開けばよいが、今のところは見当たらない。
乗用車販売店（経営者）	・先の見通しが立たないなかでも、仕事量は増えている。今後良くなる材料にはならないが、仕事は引き続き堅調に推移するだろう。
住関連専門店（店長）	・当店の独自の販促活動が本格化するため、現状維持は可能と予測している。ただし、世間の景気が良くなっているとは言いがたく、売上の増加はまだまだ困難である。
その他専門店 [宝石]（経営者）	・株価の動向や、インバウンド客の買物の動向に左右されるが、今後2～3か月先は今と変わらない。
その他専門店 [医薬品]（経営者）	・現状を少しでも打破するために免税店舗を増やし、少しでもインバウンド客を取り込みたい。
その他専門店 [食品]（経営者）	・良くなるきっかけがないように感じる。
その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・マイナンバー制度が始まって、貯蓄の一環として貴金属の購入に結び付くかどうかは分からない。
その他小売 [インターネット通販]（企画担当）	・今後も必要な時に必要な物だけを買う動きが続く。財布のひもは固く、引き続き厳しい状況となる。
その他小売 [インターネット通販]（オペレーター）	・新カタログが発刊される時期でもないため、状況は変わらない。
高級レストラン（企画）	・インバウンド客の増加に伴い、客室稼働率はアップしているが、宴会や料飲、団体客の動きからは国内需要の減少が感じられる。
一般レストラン（経営者）	・予定どおりに新たなスーパーが開業しない限り、人通りが戻ってこず、商店街は寂れてくる。

一般レストラン（経理担当）	・予約客の動きは前年並みであるが、年末年始の繁忙期以降は予約の動きがまだ見通せない。ただし、2月の国慶節に伴う中国からの利用客には期待している。
一般レストラン（企画）	・来客数は上向きに転じたものの、これまで50か月連続で前年を上回っていた客単価は、今月で伸びが止まると予想している。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・景気回復を期待したいが、その材料が見当たらない。
その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・極端な変化はないが、動きが良くなる兆しがない。消費税率も上がるため、バタバタと忙しくなりそうである。
観光型ホテル（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
観光型ホテル（経営者）	・正月の曜日の並びは良くないが、正月後の落ち込みは比較的小さそうであるため、全体として好調が続く。
観光型旅館（経営者）	・ガソリン価格が1か月前から下がり始めており、今後どこまで下がるのかが気になる。
観光型旅館（団体役員）	・来年度からは耐震工事が始まるほか、街全体が経済的に大きな不安を抱えている。
都市型ホテル（支配人）	・中国の景気に左右されるほか、国内景気の回復にも期待できない。2017年4月からの消費税増税による景気失速や人手不足、最低賃金の引上げなどにより、今後の企業収益の伸びにはあまり期待できない。
都市型ホテル（客室担当）	・宿泊において大きなウエイトを占めている中国、台湾の予約が、株価の低迷や台湾の選挙の関係で減少傾向にある。国内需要は若干増加傾向にあるが、宿泊料の値上げもあり、先行きは不透明である。
都市型ホテル（総務担当）	・予約状況は好調であり、当分は今の動きが続くと考えられる。
旅行代理店（店長）	・良くなるような情報があまりない。特に、海外に関しては情勢不安や治安の問題で心配な点が多く、景気が良くなるとは思えない。
旅行代理店（営業担当）	・大きな災害がなく、海外の政情不安も長引かなければ、堅調な動きが続く。
旅行代理店（広報担当）	・原油安などの影響で株価が安定せず、特に高齢者層の所得の推移が読みにくい状況であるため、現状よりも良くなるとは思えない。
タクシー運転手	・年末年始は寒くなる予報が出ているため、タクシーの利用は増加する。
タクシー運転手	・京都は初詣もあり、先行きには期待できる。
タクシー運転手	・関西は中国人観光客のブームに乗っている。
タクシー運転手	・年末年始の繁忙期による営業収入の増加は期待できるが、景気が更に良くなるかどうかは疑問である。
観光名所（企画担当）	・ここまで既存施設の来客数については、前年比で10%増を何とかキープしている。また、新たにオープンした施設も、開業効果もあって好調であり、当初の予定を上回る集客数となっている。
遊園地（経営者）	・客単価が現状維持となるなど、個人消費は様子見の傾向が強い。
ゴルフ場（支配人）	・良くなる兆しはなく、客の動きもあまり良くない状況である。
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球シーズンが始まる前であるが、コンサートや展示、販売関係のイベントが予定されており、昨年並みの観客を期待している。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・インバウンド向けの施策だけでは、観光全体に与える効果は限定的である。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・今後は相性の良い業態との複合型展開を増やし、来客数や売上アップを目指す。
住宅販売会社（経営者）	・市内中心部は地価の高騰により、バブルに似た状態となっているが、周辺部の地価の上昇はあまりみられない。しばらくは今の状態が続くと考えている。
住宅販売会社（総務担当）	・客の都合で成約までに時間がかかっている。来場数などは変わらないが、成約までの時間が延びている。
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）	・経済状況に変化はみられない。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・分譲マンション価格は、物価全体の変動に関係なく大幅に上昇しており、これ以上の好転は難しい状況が続いている。

やや悪くなる	百貨店（企画担当）	・1年前の2～4月にかけてインバウンド売上が急増した反動で、今後は前年割れとなる月が出てくると予想している。一方、富裕層の好調な動きは続くものの、ボリューム層は必要な物を値下がりしてから買うような慎重な行動が続くと思われる、今後しばらくは厳しい状況になる。
	百貨店（マネージャー）	・長期予報も暖冬であり、不要不急の消費に消極的な中間層については、冬物のクリアランスセールにも期待しにくい。インバウンド需要も、春節での爆買いが目立った前年を超えるのは難しい。さらに、秋に新ブランドを立ち上げた大手アパレルブランドの業績も想定を大幅に下回っている。
	百貨店（マネージャー）	・関西は2015年の年始に雪が降ったため、来年は前年比での回復が期待される。一方、米国の利上げが新興国経済にどのような影響を及ぼし、国内企業の業績にどう影響するかといった不透明感もある。国内消費が大きく改善していくとは考えにくく、より一層慎重な行動にシフトする。
	スーパー（経営者）	・暖冬の影響で売上が伸びない。
	スーパー（店長）	・1～3月は暖冬傾向となるほか、インバウンド関連も従来に比べて落ち着くなど、消費を押し上げる要素が見当たらない。
	スーパー（管理担当）	・利益は出ているが、収益率自体は低下傾向にある。最終的には赤字に転落することも心配される。
	自動車備品販売店（営業担当）	・特に購買につながる決め手がない。
	高級レストラン（スタッフ）	・1～2月はいったん落ち着くと予想される。
	一般レストラン（店員）	・年末でボーナスが出たのか、来客数は増加したが、ボーナスの効果がなくなると、また減少する。
	旅行代理店（経営者）	・テロなどの記憶が少し風化するまでは、欧州方面が回復しそうになく、苦戦が予測される。中小の旅行代理店にとって、インバウンドの盛況は飛行機の席やホテルが押さえにくくなるだけで、何のメリットもない。
	通信会社（社員）	・前年、2年前と比べると、来客数、販売量共に減少している。政府から通信会社に対して料金の値下げが要請されたが、販売奨励金に制限がかかると、販売店は値下げできず、ユーザーの購買意欲は更に落ちる。
	通信会社（社員）	・期待の4Kテレビも、オリンピックなどの有力コンテンツがまだ先であるため、動きは低調である。一方、定額制の動画配信サービスなどが増えており、ケーブルテレビサービスのメリットが発揮しにくくなっている。
	通信会社（企画担当）	・年度末は、年末に比べると売上が伸びにくい。
	テーマパーク（職員）	・アベノミクスの経済政策で企業の業績が上がり、設備投資が増え、失業率も改善傾向にある。ただし、新聞報道でボーナスの平均額などをみると、まだ個人所得の伸びにはつながっていないと強く感じる。これから導入が本格化するマイナンバー制度により、税収の増加にはつながるだろうが、低所得者には生活費の負担増につながる心配があり、一時的に景気はやや悪くなりそうである。
	競輪場（職員）	・例年の傾向から、今後はやや悪くなる。
	その他サービス【学習塾】（スタッフ）	・消費税率の引上げに対する不安感がある。
	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裸になるため、寒い時期になると来客数が減少する。
住宅販売会社（経営者）	・購入見込客も減ってきているなど、先行きの見通しは良くない。	
住宅販売会社（従業員）	・一般ファミリー向けのマンション販売価格も上昇しているが、販売不調な案件が増えてきている。今後は全体的に契約率が落ち込んでくると予想される。	
悪くなる	商店街（代表者）	・この春に、当店の1.5キロ先に大型ショッピングセンターが開業する。
	一般小売店【衣服】（経営者）	・数か月後に、会社の大小にかかわらず給料が上がっているとは、とても思えない。ただし、物価は確実に上がっているため、購入する必要性の低い衣料品の買い控えは更に増える。
	一般小売店【花】（店員）	・繁忙期である年末の売上もあまり増えなかったため、2～3か月先の売上アップは見込めない。
	衣料品専門店（経営者）	・2～3か月後に今よりも良くなっている見込みがない。今後は更に悪くなっていく。
	衣料品専門店（経営者）	・生活必需品の値上げが深刻さを増す。
企業	良くなる	

動向 関連 (近畿)	やや良くなる	繊維工業（団体職員）	・1～2月は閑散期となるが、景気全体が回復する期待感を持っている。	
		木材木製品製造業（経営者）	・資金的な余裕ができたほか、4月からの電力の小売自由化に向けて、火力発電用のバイオマス燃料の販売にめどが立つため、売上、利益の更なる増加が期待できる。	
		化学工業（経営者）	・来年の新機種開発の提案依頼が増えているため、徐々にではあるが景気は良くなる。	
		プラスチック製品製造業（経営者）	・新規案件が順調に立ち上がる雰囲気があり、それを阻害する要素もみられない。昨年に感じた閉塞感がなくなってきている。	
		金属製品製造業（営業担当）	・年度末の3月までは、ある程度の受注が決まっている。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・商談の準備は着実に進んでおり、後はタイミングの問題のため、じっと我慢している。ただし、テスト作業は国内で進んでいるが、設備は顧客の海外拠点で立ち上げるため、生産が増えるのは海外であり、国内の景気にはあまり貢献しない。景気が良くなるのは海外市場であって、国内の景気に限定すればやや悪くなる。	
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新学期の準備で少しは売上が増えると期待している。	
		建設業（経営者）	・今月の調子でいけば、今後はやや良くなる。	
		輸送業（営業担当）	・12月に運賃の単価を上げたが、荷物量は減少しなかったため、利益がかなり上がっている。	
		通信業（管理担当）	・年末年始で少し財布のひもが緩む。	
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・今後についても、訪日外国人に関西が人気であるため、主要観光スポットを中心ににぎわうことが期待される。	
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・今月の販売状況は、暖冬による冬物衣料の低迷などで苦戦しているものの、総じてみると前年を上回る実績が続いているため、中期的にも良い感触がある。	
		変わらない	繊維工業（総務担当）	・今のままでは値段だけの商売になり、商品の価値を下げるだけである。上向きの動きを目指すならば、付加価値をアピールできるような商品の開発が求められる。着物の帯のセットを作り、お買得感を出していきたい。
			繊維工業（総務担当）	・中国やベトナムといった海外からの仕入商品の利益率は低迷したままで、販売価格を上げられない状況が今も継続している。現状を打開するために、医療機器などの生産にシフトしているが、数字に表れてくるまでには、あと数か月かかる。
			家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・長らく同じ仕事量であり、変化がない。
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・特別な要因で一部では生産量が増えているが、そのほかは変化していない。			
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・例年、年度末は多くの需要が見込まれるが、ここ3か月はまだ大きな動きがみえてこない。販売量も例年に比べて少し落ちている。			
化学工業（管理担当）	・米国の金利上げが市場に折り込まれることで、株高の動きは進みにくいと考えられる。			
窯業・土石製品製造業（経営者）	・今年1年を振り返ると、当初はアベノミクスに期待したが、終わってみると数字は悪くなっている。			
金属製品製造業（管理担当）	・新たにドローン関連の商品の引き合いがきているので、商談がまとまれば良くなる。			
一般機械器具製造業（経営者）	・今年は十分な受注残を抱えており、しばらくは良くも悪くもならない。			
電気機械器具製造業（経営者）	・年明けに期待したいが、中国の景気減速や米国の利上げ、中近東の原油市場の動向、欧州の難民問題など、状況は混々としている。			
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・景気の好転する要因が見当たらない。			
電気機械器具製造業（営業担当）	・景気の良くなる材料がない。			
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・現在引き合いのある物件を、いかに手堅く受注に結び付けられるかが、年間売上の動向を左右する。			
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・国内生産の製品が見直されているが、原材料や製品加工は海外に依存している部分が多い。円安で原材料費や海外での加工賃が高騰しているが、その部分を製品価格に転嫁できない状態が続いている。			
建設業（経営者）	・価格競争は相変わらず厳しく、利益は少ない。また、人材不足も深刻化しているため、今後は売上が減少する恐れが出てきている。			

	金融業 [投資運用業] (代表)	・年内に2万円を超えるとみられていた株価が、ここへきて足踏み状態にある。かといって急落しているわけでもない。可もなく不可もなくという年末年始である。	
	新聞販売店 [広告] (店主)	・購読者数が減少傾向にあるほか、折込収入は横ばいといっても水準が低い。	
	広告代理店 (営業担当)	・今年はインターネット広告の増加で売上が前年を上回ったが、その伸びも衰えてきている。	
	広告代理店 (営業担当)	・年度末までは好調を維持できそうである。	
	司法書士	・今月は長年続いた会社の解散など、解散案件が複数あったことなどから、景気が良くなるとは考えられない。	
	経営コンサルタント	・消費税率の引上げに向けて様々な動きが出てくると思うが、警戒感から様子見の状況が続く。	
	コピーサービス業 (店長)	・順調に問い合わせや受注量が増加しているため、今後も良い動きが続く。	
	その他サービス [自動車修理] (経営者)	・状況は大きく変わることなく、新年が始まりそうである。	
	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	・ルート販売では価格重視で購入する客が増加している。また、インターネットでの購入が増えているため、ルート販売の受注は減少している。	
やや悪くなる	食料品製造業 (従業員)	・食品の売上は、家計の状況にも左右されるが、一般的に季節商材の売行きが今一つであり、伸びていない。年明けには期待できるものの、一時的な動きに終わってしまう。売れ残った製品の投げ売りも考えられ、メーカーは利益を確保できなくなってくる。	
	化学工業 (企画担当)	・年末の食品の最需要期を迎え、販売量が増加した。ただし、例年と同様の傾向であり、今後は年始の一時期を除いて2月の需要低迷期に入るため、食品需要は低下する。	
	金属製品製造業 (経営者)	・同業者でも、扱う品種によって格差が開いていくことになる。今後の中国経済の動向によっても大きく変わる。	
	電気機械器具製造業 (営業担当)	・4月以降の受注が極端に少ない。	
	輸送業 (営業担当)	・今のまま何の対策もしなければ、客が増える見込みがない。	
	輸送業 (商品管理担当)	・今月はお歳暮やクリスマスプレゼントなどの配達量が増えたが、来月になると減少する。	
	金融業 (営業担当)	・12月の反動が出るように思われる。政治経済の情勢をみても、中小企業が喜べるような要素は少ない。	
	経営コンサルタント	・数字をみると、多少は良くなっているという見方もあるが、現状で厳しい店は今後も苦戦する。	
	その他非製造業 [電気業] (営業担当)	・今後の景気見通しがはっきりせず、企業活動の回復も見込めない。	
	悪くなる	-	
雇用関連	良くなる		
(近畿)	やや良くなる	人材派遣会社 (支店長)	・年度末に向けた駆け込み受注が見込まれる。
		人材派遣会社 (支店長)	・兵庫県の増加率は他県と比べて鈍化しているが、少しずつは伸びている。また、延長せずに契約満了となる案件も徐々に減ってきていることから、まだまだこの状況は続くと思われている。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・新聞の求人や新聞広告の動向をみると、年度末に向けて各企業によるプロモーションの動きが増える傾向にある。
変わらない		人材派遣会社 (経営者)	・派遣は需要と供給のバランスで成り立っている。今後、景気が後退した場合は、正社員から派遣に代えるような過去と同じ動きが出てくる。
		人材派遣会社 (営業担当)	・年度末に向けて、繁忙期用の人員募集は増加すると思われるが、一時的な動きに終わる。特に景気を刺激するような好材料は見当たらない。
		人材派遣会社 (役員)	・雇用情勢には人材不足が複雑に作用しており、必ずしも景気の動向を示すとはいえない。有効求人倍率も正社員に限っては1倍を下回っており、雇用指標をそのまま景気動向に反映してよいとはいえない。
		新聞社 [求人広告] (管理担当)	・求人は安定しているものの、日本企業の依存度が高い中国経済の減速懸念や、米国の金利引上げ、テロの可能性など、グローバル経済が日本の景気に悪影響を与えそうな要素は多い。これらの動き次第で、景気は大きく変化するため、非常に不安定な状況にある。
		新聞社 [求人広告] (営業担当)	・経済の低迷で人の流れが悪く、今後もこの状況が続く。

	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は6か月連続で改善しているが、依然として正社員求人割合は低く、上昇の兆しがみえない。また、人手不足感の強い業界の求人にも、大幅な条件の改善は見受けられない。事業所への聴取によると、今後の展望について現状維持とする声が多い。
	職業安定所（職員）	・新規求人倍率は1.44倍となったが、宿泊・飲食サービス業や医療・福祉関連、小売チェーンのパートタイム求人の増加によるものである。一方、若年層を中心にした新規求職者の減少傾向が続いており、結果として有効求人倍率の上昇につながっている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・悪くはないが、短期間では良くもならない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・就職環境については、悪くなりそうな材料が見当たらない。
やや悪くなる	アウトソーシング企業（管理担当）	・今は忙しいが、長く続く仕事ではないため、今後は落ち着いてくる。
	民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の日雇い労働市場は、特に職人層を中心に関東へのシフトが継続中である。建設下請業者からは、関西では工事の着工自体が不透明との声が聞かれる。
	学校〔大学〕（就職担当）	・関東方面ではビジネスチャンスの増加などの明るい話題があるが、関西まで波及していないように感じる。
悪くなる	-	-