

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) | | 家電量販店（店員） | ・年末年始、引っ越しシーズン、3月決算と、消費者の生活に直接関わる大きな出来事があるため、数か月後には今よりも景気は良くなる。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・ディナー、ランチ共に、既に予約が埋まりつつある。 |
| | | 競輪場（職員） | ・例年ならば年始めに良くなる傾向となるが、今年は予測がつかない。希望としては、現状からの反動で回復に向かい、今よりも良くなってほしい。 |
| | | 商店街（代表者） | ・年末商戦で回復する。 |
| | | 一般小売店〔珈琲〕（経営者） | ・クリスマスや年末年始にかけてのイベント需要が見込まれる。円安によって海外からの需要も増える。 |
| | | 一般小売店〔花〕（店長） | ・12月には相場が落ち着いてくるという産地情報もあり、価格が下がれば販売量、売上共に少しは良くなる。ただし、長続きはしない。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・インバウンド売上については、前年の水準は維持できると予想している。また、去年は暖冬の影響で厳しい状況であったが、今年はその反動で売上増が見込まれるため、景況は好転する。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・本格的な寒気が到来すれば、前年比では改善が期待できる。 |
| | | スーパー（経理担当） | ・株高がいつまで続くのか、賃上げが実現するのかなど、消費に大きな影響を与える要素の先が読めないため、売上が上向く予想は立てにくい。また、鳥インフルエンザの流行や年金法案など、目先、将来共に不安をあおるような空気が広がると、消費者マインドは低下する恐れがある。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・コンビニのフード類が近隣の外食店やスーパーに引けを取らないレベルの品質になってきたため、イートインコーナーの利用や、自宅に買って帰る客の増加が予想される。 |
| | | 家電量販店（営業担当） | ・年末に向けて、景気が上がってもらわなければ困る。 |
| | | 家電量販店（人事担当） | ・株価上昇に伴う消費の拡大が期待される。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・やや回復の兆しあり。ボーナスが思ったよりも良かったことが、商品購入の気持ちを高めていると感じる。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・米国の次期大統領が決まり、株価が落ちると思われたが、今は上がってきている。このまま景気が回復することを望みたい。 |
| | | その他専門店〔食品〕（経営者） | ・市場は少し上向いている気がする。建築業界などの景気改善により、外食産業などにも少し影響が出てくると予想される。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・忘年会シーズンに入り、年末の団体客については予約の目安がついている。ただし、年が明けると、休みも多い分だけ悪化する。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・イベントや観光名所が増えて、団体客が増加しているため、周りの景気が少し良くなっているように感じる。 |
| | | 観光型旅館（団体役員） | ・現在、耐震工事中の施設が3か月先には復帰し、受け入れ可能人員も戻る。現状、宿泊単価や消費単価は前年比で99～100%であるが、上向いてくると予想される。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・宿泊部門については、インバウンドの動きも弱まりつつあるが、国内の個人客を中心に単価をコントロールしつつ、販売を伸ばしている。食堂部門についても、単価を上げて販売しているが、利用客が少しずつ増えている。宴会、会議は、比較的割安なプランの利用が多く、単価アップは難しい状況であるが、需要自体は前年以上である。 |
| | | 都市型ホテル（管理担当） | ・円安傾向により、海外からの訪日客の増加に期待したい。 |
| | 旅行代理店（役員） | ・1～3月の先行受注は、現時点では国内旅行、海外旅行共に前年を超えており、クルーズ商品も着実に伸びてきている。 | |
| | タクシー運転手 | ・各種イベントの際や週末には、人の動きが出てくる。また、神戸の場合は人気の恒例イベントが始まり、宴会が増えるため、タクシーの利用者が増加する。 | |
| | タクシー運転手 | ・年末なので良くなる。 | |
| | 通信会社（社員） | ・3月ごろは、転入、転出シーズンであり、入学、入社の手続きも増える。MVNOと呼ばれる、仮想移動体通信事業者などのニーズも増えると思われるので、やや改善傾向となる。 | |
| | 商店街（代表者） | ・今後もしばらくはインバウンドの好影響が期待されるが、その後は低単価、客単価の減少が続く。 | |

| | |
|---------------------|--|
| 一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当) | ・年末に向けて、もちろん売上は上がるものの、客の購買意欲は減退しているため、それほど代わり映えはしない。 |
| 一般小売店〔衣服〕 (経営者) | ・寒さの程度にもよるが、冬場だからといって、これまでのように衣料品が売れるという期待はかなり減った。年が明ければ、米国は次期大統領に代わるが、世界経済にどのような影響を及ぼすのか分からない。来店する消費者の口からも、米国の次期大統領の話がたまに出ることから、多かれ少なかれ、これが1つの起爆剤となって、景気が上向いていくことを期待していると感じる。 |
| 一般小売店〔野菜〕 (店長) | ・12月に入ると野菜の値段が高止まりしそうで、嫌な予感がする。 |
| 一般小売店〔酒〕(社員) | ・上昇傾向はみられないが、悪化の傾向についても、今のところは大きな動きがない。 |
| 百貨店(売場主任) | ・前年のインバウンドや高額商品の好調から、今年は一転して厳しくなっている。一般消費者の消費もコト消費の比率が高くなり、特にファッション関連は改善に向かう要素に欠ける。直近は株高や円安などの好条件もあるが、長続きするかは不透明であり、気温低下による防寒アイテムの売上増に期待するのみである。 |
| 百貨店(売場主任) | ・全体的な株価の動きがファッションとも連動しているため、今月良くなった部分は今後も期待できる。 |
| 百貨店(売場主任) | ・米国の次期大統領の影響で株価が上がれば、高額商品の動きが活発化する可能性もあるが、外国人観光客の購買単価の下落には追い付かない。外国人観光客による化粧品の売上シェアは、今では50%にまで上がっている。 |
| 百貨店(営業担当) | ・インバウンドによる高額品の買上は期待できないが、富裕層の優良顧客による高級ブランドの買上は、一部の客に偏るものの、持ち直してきている。 |
| 百貨店(営業担当) | ・円安、株高などにより、一部では消費の回復が予想されるが、ボリュームの大きい中間所得層の節約志向は継続する。 |
| 百貨店(服飾品担当) | ・株価の上昇に伴い、動きの悪かった高額商材に少し動きが出てきている。一方、昨年売上の厳しかった防寒商材は、気温の低下である程度の動きはみられるものの、実需が中心のコート商戦は今年らしい形がない。トレンド感が希薄なため、各衣料メーカーも在庫を豊富に持っておらず、冬全体では前年並みの売上となるのは難しい。ただし、化粧品などの必需品は、クリスマスギフト商材が順調に売れており、好調を維持すると予想される。 |
| 百貨店(売場マネージャー) | ・今シーズンのコートの動きをみていると、販売数量としては前年比で2けた以上の伸びとなっているが、単価が2けた以上下がっており、売上としては横ばいにとどまっている。ますます他業態との価格競争が激しくなっていると感じる。 |
| 百貨店(販売推進担当) | ・百貨店では、3か月後はクリアランスの時期となるが、これ以上良くなることはない。 |
| 百貨店(販促担当) | ・特に消費を喚起する要素が見当たらず、厳しい状況が続くと予測される。メーカーの生産もシビアで、売れ筋商品の絶対量が少ないことから、売上も前年割れとなり、販売時点で更なる苦戦も予測される。 |
| 百貨店(商品担当) | ・年金見直し法案や、米国の大統領選、韓国大統領の責任問題などによる、日本経済への影響が懸念される。消費は現状と大きく変わらず、一進一退で推移する。 |
| 百貨店(サービス担当) | ・来月からのクリスマスやお正月商戦の企画は、前年と変化がないため、前年実績の確保に苦戦する傾向は変わらない。今月末にオープンした、新ショップの効果に期待している。 |
| 百貨店(営業企画) | ・米国の大統領選は意外な結果となったが、市場は現時点で楽観的である。ひとまず明るいムードとなっているが、次期大統領が就任し、具体的な政策がみえてくるまでは評価は定まらない。本当に保護主義に傾けば、世界経済の萎縮や新興国のデフォルトなどの不安が出てくる。 |
| 百貨店(外商担当) | ・米国の大統領選が終わり、その影響で当面は日本株の上昇が続くと思われるが、今後の国際情勢がどうなるか分からないため、株価も不安定となる。富裕層の高額受注も、上向くかどうかは読めない状況である。 |
| 百貨店(マネージャー) | ・米国の大統領選が終わったが、選挙前に想定されたりリスクとは異なり、米国市場では変化に対する前向きな動きが感じられる。ただし、当面は様々な方面で慎重な姿勢が続くことが予想され、富裕層を始め、消費が大きく動く要素はあまり感じられない。 |

| | |
|---------------------------|---|
| 百貨店（マネージャー） | ・前年は暖冬で冬物衣料が低迷したため、その反動増を期待したが、国内の大手アパレルの業績不振による生産調整から、在庫が不足している。必要な物しか買わない顧客の消費マインド低下と相まって、しばらくは今の傾向が続く。 |
| スーパー（経営者） | ・年明けは、農産物を中心に相場の低下が予想される。また、正月休暇も昨年と同様に3日間に限られ、際立ったハレの日消費の計画が立てられない。米国の次期大統領や韓国の動向などで株価や景気動向がどう変わるのかも分からず、消費者の節約マインドは続くと思われている。 |
| スーパー（店長） | ・株価が高止まりすれば、商品の動きが活発化する可能性もあるが、先行きに不透明感があるため、大きくは変わらない。 |
| スーパー（店長） | ・気温の影響や、チラシを使った価格の打ち出しが効いている。この状況が変われば、それぞれの数値はダウンする。食品以外でも、必要な物以外は買わない傾向が続いているため、気温が下がりきらなければまた厳しくなる。プラス要因が見当たらない。 |
| スーパー（店長） | ・年末年始関連の販売は年々減少しており、今年も期待薄である。また、昨今の世界情勢の変化も消費者心理に良い影響を与えていない。円安の進行による景気回復に期待しているが、それが現場レベルで実感できるのはまだ先になる。 |
| スーパー（企画担当） | ・外部環境の変化はみられない。野菜の相場も、恐らく現在の状況が続く。 |
| スーパー（企画担当） | ・大きな変化はないものの、競合店の出店が間近に迫っている。当社も改装リニューアルやチラシの強化などで、前年を割り込むことのないように対策を行う。 |
| スーパー（開発担当） | ・これからの年末商戦に期待したい。 |
| スーパー（社員） | ・客の来店を促す取組を打ち出せば、来客数の増加につながる事が多く、やり方次第では客の購買意欲が喚起できている。潜在的な消費意欲は依然として高いため、当面は現在の堅調な状況が続くと期待している。 |
| スーパー（管理担当） | ・T P P 関連を含め、農業分野の先行きが不透明であり、景気が上向き材料に乏しい。 |
| コンビニ（店員） | ・年末年始は、旅行者などで来客数、売上も増えるが、その後は落ち着く。 |
| コンビニ（店員） | ・消費が回復する見込みは少なく、厳しい状態である。 |
| コンビニ（広告担当） | ・不安定な状況が相変わらず続いているので、大幅な好転は期待できない。 |
| 衣料品専門店（営業・販売担当） | ・やや高額なスーツが売れている一方、安価なスーツは売れない。 |
| 家電量販店（経営者） | ・年金制度改革を代表に、将来の不安をあおるニュースばかりで、消費を喚起する要素が見当たらず、景気が上向きとは思えない。 |
| 家電量販店（店員） | ・景気が上向きになる要素が全くない。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・車検、新車販売の予約は例年どおりであり、あまり売上に変化がない。 |
| 乗用車販売店（販売担当） | ・販売台数の増加は見込めるものの、単価が下がっている。 |
| その他専門店 [医薬品]（経営者） | ・医薬品の販売は、ボーナスシーズンとは直接関係ないが、化粧品やダイエット食品の動きに期待している。 |
| その他専門店 [宝石]（経営者） | ・今のままで株価が推移すれば、現在の状況が続くと思われるが、国内要因を含めて株価が落ちる傾向もある。 |
| その他専門店 [宝飾品]（販売担当） | ・単価やコストが下がる傾向にあっても、実際に利益率の上昇につながるまでには時間がかかる。 |
| その他小売 [インターネット通販]（企画担当） | ・セールなどでの衝動買いもみられず、来客数や客単価、購買数など、いずれも前年を下回ることが予想される。 |
| その他小売 [インターネット通販]（オペレーター） | ・今のところは新商品がないため、新カタログの発刊直後は良くなるが、その後は変わらない。 |
| 高級レストラン（企画） | ・中間から低価格品の商品売上が、傾向として伸び悩んでいる。 |
| その他飲食 [コーヒーショップ]（店長） | ・景気が上向きような好材料が全く見当たらない。 |
| その他飲食 [自動販売機（飲料）]（管理担当） | ・気温に左右されるが、朝昼の気温差が大きくなると、あまり良くない。 |
| 観光型ホテル（経営者） | ・先の予約状況をもても、前年を上回るのは非常に厳しい状況である。 |

| | |
|-----------------------------------|---|
| 観光型旅館（経営者） | ・米国の次期大統領による経済政策の効果に期待している。米国の景気に影響され、国内需要が伸びることが期待される。 |
| 観光型旅館（管理担当） | ・米国の大統領選後、一時的に株価が上昇しているが、大きな反動があると思うので、逆に悪くなる可能性も考えられる。最大限に良い方向で予測しても、現状から横ばいである。 |
| 都市型ホテル（支配人） | ・来年の米国の次期大統領の就任までは変わらないと思う。相変わらず米国の景気次第である。 |
| 都市型ホテル（総務担当） | ・1月以降の宿泊者の予約状況は昨年を下回っているものの、大きく落ち込んでいる状況ではない。 |
| 旅行代理店（店長） | ・現状は良くないので、まだ動きは感じられない。ただし、来年になれば向いてくるような気がする。 |
| 旅行代理店（支店長） | ・米国の次期大統領の正式就任後の経済情勢が、特に高齢者層の可処分所得に影響を及ぼす。現状、客との会話では、落ち着くまで様子を見ろといった雰囲気がある。 |
| 旅行代理店（営業担当） | ・個人消費の回復がなかなか進まず、景気回復の兆しがみえない。 |
| タクシー運転手 | ・一般客のほか、企業関係の乗車機会や予約にも、大きな変化はない。 |
| 通信会社（経営者） | ・為替相場の不安定化が懸念される。 |
| テーマパーク（職員） | ・配偶者控除の見直しは、実質的に、ある所得層をねらい撃ちにした増税ではないかという報道を目にした。アベノミクスによって失業率を下げ、雇用を増やし、所得も上がったため、理屈で考えれば、お金を使いたくなる状況が生まれそうなのに、なかなかそうはならない。目指したいことと、実際にやっていることのかい離が問題解決を長引かせてしまう、良い例のように感じる。 |
| 観光名所（企画担当） | ・クリスマス時期は、クリスマスイブだけは集客が増えるが、その後は状況に変化はない。 |
| 遊園地（経営者） | ・夏ごろから客単価が下がり、現在も回復傾向がみられない。一方、最低賃金の上昇による人件費の上昇が、重荷に感じられる。 |
| ゴルフ場（支配人） | ・米国などの動きが不透明である。 |
| 競艇場（職員） | ・グレードの高いレースは、売上がほぼ横ばいであり、大きな動きは見受けられない。 |
| その他レジャー施設 [球場]（経理担当） | ・12～2月はコンサートが25日間入っており、そのほかにも子供向けのイベントや、企業イベントが開催されるので、昨年と同等の集客を見込んでいる。 |
| 美容室（店長） | ・今月は良い商品が出たため、売上は増加したが、それが一巡する来年以降は売上の悪化が予想される。 |
| その他サービス [学習塾]（スタッフ） | ・無料体験の申込みも少なく、新規の生徒が獲得できていない。 |
| その他サービス [ビデオ・CDレンタル] （エリア担当） | ・年末に向けた、カフェを主体とした新タイプの店舗のオープンを含め、商品販促キャンペーンなどの強化によって売上アップを目指す。 |
| 住宅販売会社（経営者） | ・決定的な要因に基づいた、上向き基調なのかどうか判断できない。そのため、更に良くなっていく確証が持てない。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・新築分譲マンション価格の高騰によって購入意欲が減退し、販売状況は芳しくないが、販売価格の低下はみられない。今のところ、住居を買う必要性のある客は、先送りせずに購入している。 |
| 住宅販売会社（総務担当） | ・年末年始の需要の掘り起こしを目的に、クリスマス、正月イベントの準備を例年どおり実施しているが、受注の伸びる要素が見当たらない。 |
| その他住宅 [情報誌] （編集者） | ・現状のまま円相場が推移し、株高のトレンドが実感できれば、消費マインドの更なるアップが期待できるが、今のところは変わらないと予想している。 |
| 一般小売店 [時計] （経営者） | ・年末年始の家計のやり繰りを考えると、なかなかお金を出してもらえない要素が見当たらない。今持っている物を大事に使うという傾向は感じるもので、新たな購入には期待できず、修理の依頼も読めないため、先行きには良い見通しを持っていない。 |
| 一般小売店 [精肉] （管理担当） | ・身の回りでは、高級品が動きにくいと感じている。年末には高価な物が動くはずであるが、全く理由が分からない。周囲は景気が悪いとの見方が多いように感じており、おせち料理や迎春関連の受注も少し遅い。気温要因が関係している可能性もある。 |

| | | | |
|------------------------|-----------------------------------|--|---|
| | 百貨店（マネージャー） | ・米国の大統領選の結果や、健康保険料の改定など、国内外の環境には大きく変化しそうな要素が多いものの、好転につながりそうな物はない。そのため、消費意欲の減退は避けられず、厳しい状況が更に続く。 | |
| | スーパー（店長） | ・無料の高速道路を利用し、市外に買物客が流出している。来春に更に延伸すれば、人が来なくなる。今や当地域は、車で移動できない人を対象とした超小型商圈であり、人口がますます減少していつている。 | |
| | コンビニ（経営者） | ・毎年、季節が変わると売上が20%前後落ちるが、それをカバーする商材が見当たらない。 | |
| | コンビニ（店員） | ・これからどんどん寒くなるので、飲料の売行きが悪くなる。 | |
| | 衣料品専門店（販売担当） | ・価格の低い、デフレ傾向が続く。 | |
| | 家電量販店（企画担当） | ・米国の次期大統領の政策に大きく左右されると共に、韓国大統領の辞任表明により、先行き不安が高まり、全く予測できない状況である。また、国内でも年金法案が衆議院で強行採決されたが、先行き不安などから、受給者の買い控えが予想される。また、将来の受給者も消費を抑え、貯蓄に回すことになる。 | |
| | 乗用車販売店（経営者） | ・再び消費者の財布のひもが固くなっている。 | |
| | 乗用車販売店（営業担当） | ・年始の初売りキャンペーンは毎年開催しているが、世間の働き方も変化し、昔のように特別な時期という意識は少なくなってきた。特に、大きな買物は落ち着いて考える顧客が多くなっている。 | |
| | 住関連専門店（店長） | ・受注までの時間やコストがかかる慎重な客が増えているため、時間、マンパワーが追い付かなくなり、そのうち注文を取りこぼす事態も予測される。 | |
| | 一般レストラン（経営者） | ・消費者の財布のひもは固く、なかなか外食の増加には結び付かない。近隣の飲食店も暇そうである。 | |
| | 一般レストラン（経理担当） | ・景気の良くなる材料が見当たらない。現状を維持するのみで向上とは思えない。 | |
| | 一般レストラン（店員） | ・寒くなってきて冷たい物は食べにくくなり、温かい物が食べたくなるようで、客足が減っている。その影響で、4人体制のパートが3人に減らされている。 | |
| | 観光型旅館（経営者） | ・動きが遅く、1月以降の予約が埋まっていない。 | |
| | 都市型ホテル（客室担当） | ・米国の次期大統領が決まったが、これからの世界情勢がどのように変わるかが非常に不透明である。 | |
| | その他レジャー施設 [イベントホール] (職員) | ・イベントなどの予約状況は、例年に比べてやや鈍い。 | |
| | 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物件価格の推移、成約事例の価格などに変化が出てくる。 | |
| | その他住宅[展示場] (従業員) | ・大阪の持家の新築着工戸数が、9月以降は落ち込んでいる。6月に消費税増税の延期が決まった影響が出ており、今後は様子見の客が増えそうなため、持家の新築着工戸数は伸びない。 | |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | ・米国の大統領選の結果に伴う、TPP離脱などの悲観的な報道が、消費者の購買意欲を低下させ、必要以外の支出を抑えている。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | ・客は自分の食べる分の食料品しか買わず、不安のため衣料品まで気が回らない。売れたとしても、小遣い程度で買える物のみである。 |
| | × | 美容室（経営者） | ・景気が悪いのは、近隣の大型商業施設の建築が遅れている影響もある。 |
| | × | 住宅販売会社（経営者） | ・顧客の減少とともに、成約戸数が減るので悪くなる。 |
| 企業 動向 関連 (近畿) | | 木材木製品製造業（経営者） | ・生産数量が需要増に対応して増加するため、販売量、利益共に増加する見込みである。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・12～2月納期の大口受注については、不調の国内取引では珍しい案件である。円安傾向で海外取引にも大きなプラスとなるため、短期的には確実に良くなる一方、その先は見通せない。 |
| | | 食品製造業（営業担当） | ・年末年始に向けて、景気は少し良くなる。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・東京営業所ではやや上向き感もあるが、大阪は2～3か月前とあまり状況は変わっていない。少しずつ波及してくるのか、注視している状況である。 |

| | |
|---------------------|--|
| 化学工業（経営者） | ・年度末に向けた案件が昨年以上にあり、競争は激しくなるものの、良くなってくる。 |
| 化学工業（管理担当） | ・米国の次期大統領の政策については不透明である。ただし、就任前の株高、円安の動きが今後も続く予想される。 |
| プラスチック製品製造業（経営者） | ・娯楽施設の設備関係の売上が伸びている。倍増というほどではないが、じわじわと増えており、今後もこのペースでの伸びが期待できる。 |
| 建設業（経営者） | ・今の状況が一過性かどうかは、見極める必要があるが、大きな流れとしては無電柱化の動きが増えると予想される。 |
| 輸送業（営業担当） | ・荷物の数が減っても、運賃単価を上げる方向で取引先との交渉が可能になってきたため、適正価格の下での、適量の荷物や売上となりそうである。 |
| 輸送業（商品管理担当） | ・今月末から来月にかけて、お歳暮の販売が始まるため、販売量は増加する。 |
| 通信業（管理担当） | ・年末商戦の激化で景気は好転する。 |
| その他サービス業〔店舗開発〕（従業員） | ・今後、冬らしい気候が予想されるほか、インバウンド効果がテーマパークを中心に徐々に回復傾向にあるなど、少なくとも関西はにぎわいを取り戻すと予想される。 |
| 食品品製造業（従業員） | ・為替の影響もこの時期辺りから徐々に出てくると思う。当社も原料などを輸入しているので、米国経済の行方を大変心配している。 |
| 食品品製造業（経理担当） | ・米国の次期大統領就任の影響が気になる。 |
| 繊維工業（団体職員） | ・前年を上回る動きを見込んでいるが、景況感の悪かった昨年と比べると、多少はましという感覚である。 |
| 繊維工業（総務担当） | ・販売や集客の方法が改善されなければ、経費増の体質が変わらず、売上を追いかけるばかりになってしまう。 |
| 家具及び木材木製品製造業（営業担当） | ・仕事量には変化がない。 |
| パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・一部を除いて、顧客の増産予定はない。 |
| 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・雰囲気からすると悪く感じるが、明確な根拠はない。 |
| 金属製品製造業（経営者） | ・大企業向けの特殊な製品はやや活発に動いているが、国内では特殊品以外は荷動きが悪い。 |
| 金属製品製造業（営業担当） | ・3月末までは、荷動きの良い状態が続くそうである。 |
| 一般機械器具製造業（経営者） | ・今月の景況感は、今後数か月変わらないと思う。 |
| 一般機械器具製造業（設計担当） | ・販売量が減少することはないと思うが、増加傾向にもならない。 |
| 電気機械器具製造業（経営者） | ・米国の大統領が代わり、どのような方向に進むのかを見定めたい。 |
| 電気機械器具製造業（営業担当） | ・引き合い案件が少ないほか、金額が厳しくて受注に至らない。 |
| 電気機械器具製造業（営業担当） | ・得意先の会社も、仕事がないとぼやいている。 |
| 輸送用機械器具製造業（経理担当） | ・航空機の受注が先延ばしとなっている。来期を見据えた、予算取りと思われる引き合いはあるが、具体性を帯びていない。 |
| その他製造業〔履物〕（団体職員） | ・靴業界では、7月に倒産した大手の靴卸業者の影響が残っているのか、メーカーへの発注量が例年に比べて少なくなっている。 |
| 建設業（経営者） | ・近年の傾向であるが、以前に比べると年末にかけての駆け込み工事が少ない。 |
| 建設業（経営者） | ・今後は年度末のしゅん工工事が、技能労働者や管理監督不足のため、人員配置で苦労する。 |
| 金融業（営業担当） | ・中小企業の動向は、大手企業に左右されて大きく変化する。大手企業もまた、米国の動向を注視しながらの業況となることから、中小企業への波及は遅くなり、景気回復も遅れる見込みである。 |
| 金融業〔投資運用業〕（代表） | ・今の株高、円安は、米国の次期大統領による一時的な現象である。日本経済の実力がいつ発揮されるのかは不透明である。 |
| 不動産業（営業担当） | ・円安によって世界的に株価が上がってきているが、事務所や住宅など、神戸の不動産市場は連動していない。神戸から事業所が撤退していることで、賃料の低下、空室率の悪化が続いている。 |
| 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・12月はクリスマスや年末商戦で折込件数の増加が期待できるが、最近の減少傾向からみて、大きな増加は見込めない。 |

| | | |
|----------|---------------------|---|
| | 広告代理店（営業担当） | ・現状は、クライアントの受注の勢いが昨年よりも落ちてきており、単価も下がっている。 |
| | 経営コンサルタント | ・為替などが先行き不透明なため、小売業などは当面、都会店舗でのインバウンド対応にシフトする予定である。 |
| | 司法書士 | ・年の瀬も近くなっているが、それほど案件もなく、変わらない。 |
| | 経営コンサルタント | ・不確定要素が非常に多くなった。天候や災害、米国の大統領選の結果、国内政治、年金制度の改定など、やや厳しい状況となっている。 |
| | コピーサービス業（店長） | ・問い合わせ件数に変化はないが、年度末も意識され、若干の受注量の減少が続く。 |
| | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | ・ここ数日も円安傾向が進んでいる。このまま推移すると良くなるが、現状は変わらない。 |
| | その他非製造業〔電気業〕（営業担当） | ・米国の次期大統領による旋風で円安、株高となっているが、先行きは不透明である。 |
| | 繊維工業（総務担当） | ・販売先からの更なる値引き要求が強くなってきたことで、今後は利益の圧迫が顕著になってくる。 |
| | 化学工業（企画担当） | ・年末の食品需要期に向けて販売量が伸びている。今後、年明けと共に需要が落ち着くため、景気はやや悪化する。 |
| | 広告代理店（営業担当） | ・例年、年明けの福袋やクリアランスには、それほど期待していない。 |
| | 広告代理店（営業担当） | ・更に円安が進めば、利益調整で広告出稿を控える広告主が出てきそうである。 |
| | その他サービス〔自動車修理〕（経営者） | ・年末に向けても、あまり状況は変わらない。 |
| | × その他非製造業〔商社〕（営業担当） | ・売上を増やすための対策が打てない。 |
| 雇用 関連 | - | - |
| (近畿) | 人材派遣会社（支店長） | ・年度末に向けて需要が増える。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（管理担当） | ・米国の次期大統領が打ち出している、大型減税やインフラ投資のほか、12月の利上げ観測などで、急速に円安が進み、株価も上昇している。この事実は、少なくとも景気が上向いていることを示している。ただし、実現するかどうかは、ふたを開けてみなければ分からず、彼が大統領に就任するまでの短期的な判断としかいえない。 |
| | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・米国の次期大統領については、先行きが不透明な点も多いが、共和党政権ということもあって円安の加速で企業業績が良くなり、人材採用にもプラスに働くと考える。 |
| | 学校〔大学〕（就職担当） | ・米国の次期大統領が起こした、株高などの思わぬ現象に驚きつつも、景気回復を期待している。 |
| | 人材派遣会社（経営者） | ・年度末を控えて忙しくなってきたが、特に一般事務は、どの職種でも注文がどんどん出てきている。ただし、採用には慎重であり、スキルは当然として、今までは40歳以上でも熟練者であれば採用することもあったが、30歳までの若い人を選ぶなどの動きが出てきており、なかなかマッチングしない。 |
| | 人材派遣会社（役員） | ・求職者数、求人数の動きは、景気に直接的な影響を与える要素となっていないため、変わらない。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・米国の政権交代により、景気の先行きが読みづらく、良くなることも悪くなることもいえない。 |
| | アウトソーシング企業（社員） | ・雇用の形態に大きな変化はない。 |
| | アウトソーシング企業（管理担当） | ・今後の仕事は未定であるが、例年どおりの動きとなる。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・年末商戦や年明けの動きは例年どおりである。年度末にかけてどう動くのかは、年明けの推移で判断したい。 |
| | 職業安定所（職員） | ・今月は求人数が減少したものの、求人数の増加傾向、求職者数の減少傾向は継続しており、雇用失業情勢は改善傾向で推移している。また、管内事業所への今後の展望についてのヒアリング結果では、現状維持との回答が多かった。 |
| | 職業安定所（職員） | ・求職者数は減少が続いており、大量の人員整理の予定なども聞かれない。雇用者数、雇用保険被保険者数も増加している。例年、求人数は1月ごろにピークを迎えるため、有効求人倍率はまだ上昇し、従業員の人手不足感は強くなると思われる。ただし、景気が大きく改善するような材料は見当たらず、横ばいの動きにとどまる。 |
| | 職業安定所（職員） | ・例年は12月に向けて求人数、求職者数共に減少し、1月以降は増加するが、企業は業務量や業績が極端に変動するとはみていないため、現状維持で推移する。 |

| | | |
|--|-----------------|---|
| | 職業安定所（職員） | ・大型スーパーの開店が数店舗見込まれており、雇用の拡大に一役買うことが期待される。ただし、その反面、社会保険の適用拡大の制度化に伴い、企業が適用を免れようと就業時間を意図的に減らし、従業員が辞めるケースも見受けられる。今後、雇用拡大へのブレーキになる恐れも十分に考えられる。 |
| | 民間職業紹介機関（職員） | ・最近、関西では建設や公共工事の案件があまり出てこない。社会保険の適用が義務付けられ、日雇い労働者の求人をつめらっているなどの声もある。ただし、かつてのような悲観論は聞かれない。 |
| | 学校 [大学]（就職担当） | ・企業にとって、採用予定数が充足できるまでは、人材不足の感覚がぬぐえない。 |
| | 学校 [大学]（就職担当） | ・現在のところは求人の勢いが好調であり、このまま推移する可能性が高い。 |
| | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・1月以降の案件が少なくなっており、時期的にも減少傾向が進む。 |
| | x | - |