

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	良くなる	百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税前の駆け込み需要が出てくる。
		家電量販店（店長）	・消費税増税による買換え需要が更に顕在化する。
(近畿)	やや良くなる	商店街（代表者）	・冬物商材の動きが本格的になるほか、客単価が上昇する。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・消費税増税の影響には良い面と良くない面があるので、先行きは不透明である。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が活発になり、一部の業種については良くなる。ただし、当社の事業は動きが遅れることから、先行きは暗い。
		一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要がある。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・涼しくなれば少しは動きが出る。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・季節変動によって左右される。
		百貨店（売場主任）	・改装オープン後であり、入店客数の増加と売場での回遊性が高まることで、買上率の上昇が期待できる。また、オープン後、初のクリスマスやお歳暮もあり、売上が増加する。さらに、消費税率の引上げも予想されるなか、一部の商品では需要の前倒しが期待される。
		百貨店（企画担当）	・いよいよ消費税率の引上げが決定的となり、現在好調な高額品の動きは更に良くなる。年末のボーナス商戦から3月までは、特に強い追い風が吹く。
		百貨店（企画担当）	・今年の秋は、例年に比べて残暑が短く、秋物の動きが良くなっている。一方、納品に時間がかかる商品については、消費税増税前の駆け込み需要も出てくる。
		百貨店（営業担当）	・消費税率の引上げによる駆け込み需要が、高額なブランド品や美術品を中心として更に拡大する。
		百貨店（マネージャー）	・店頭での顧客の声から、消費税増税前に耐久消費財や高額品が売れると予想している。
		百貨店（商品担当）	・来春の消費税率引上げがほぼ確定し、駆け込み需要が少なからず出てくる。ただし、2段階の引上げで駆け込み需要を平準化しようとする意図は、有効かどうか分からない。
		百貨店（商品担当）	・オリンピックの開催も決まって、関連商品などの開発も進みそうである。
		百貨店（サービス担当）	・来年4月からの消費税率引上げが予想されることや、改修工事中の施設のオープンによる集客効果、正月用のお節料理の予約受付開始など、いろいろな販売強化に向けた環境が整うことにより、売上が増加する。
		百貨店（店長）	・先日、オリンピックの開催地が東京に決まったことを受け、経済状況や消費マインドの向上が期待される。
		スーパー（店長）	・今後、消費税増税が決まれば、大型商品をはじめとする増税前の駆け込み需要が徐々に出てきて、全体的に上向き傾向となる可能性が高い。
		スーパー（店長）	・年末商戦に向かっていくなかで、おせち料理や季節商材の販売が始まる。百貨店などでは高額商品が売れているが、スーパーでも品質やこだわりで訴求し、単価を上げることができれば、プラスアルファの売上が確保できる。
		スーパー（企画）	・消費税増税前の駆け込み需要が一部で発生し、消費は若干改善する。
		コンビニ（経営者）	・プレミアム商品が次々と開発される予定で、ファストフードの売上も堅調なため、客単価が更に上昇することが期待される。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・もうすぐ冬物コートを注文するといった形で、客が欲しい物、必要な物をはっきり口にするようになってきている。
衣料品専門店（販売担当）	・消費税率が8%となることが決定しそうで、駆け込み購入が期待できる。		
家電量販店（経営者）	・リフォーム案件、太陽光発電の工事完了、また消費税増税前のさらなる駆け込み需要が望めるため、景気は良くなる。		
乗用車販売店（経営者）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要が出てくる。		
乗用車販売店（経営者）	・平均的に客の動きが変わってきた。大企業と中小企業の差はあるが、全般的にやや良くなってきている。		
乗用車販売店（経営者）	・消費税の増税を控えて駆け込み消費が出てくるほか、株価も再び持ち直してきている。原子力発電所の問題などもあるが、徐々に景気は良くなっていく。		
乗用車販売店（営業担当）	・現在のところ仕事の量がかかなり増えてきているので、この先当分は景気が良くなる。		

乗用車販売店（販売担当）	・住宅のような駆け込み受注の気配はないものの、新型車を中心とした受注が期待できる。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・10月1日に消費税率の引上げが公表されれば、大型商品の購入意欲が高まる。また、減税プランもセットとなっているのも好印象である。
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に加え、年末商戦による盛り上がりとの相乗効果に期待したい。
高級レストラン（スタッフ）	・秋から冬にかけて、本格的な宴会、会食シーズンに移行していくことを期待する。
高級レストラン（支配人）	・来客数、販売量共に3か月前を上回っており、観光客も増加している。今後、観光シーズンになれば、今以上の繁忙が予想される。
一般レストラン（経理担当）	・前年に比べて、秋から年末の受注の動き出しが早く、売上も前年比でプラスとなる予想である。法人予約も増えてきており、やや明るい見通しになってきている。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・来年4月に消費税率が上がる見通しであり、それまでに買いための傾向が出てくる。
観光型ホテル（経営者）	・正月に向けて、おせち料理や宿泊への問い合わせが増えてきている。消費税増税前の最後の年末年始となるため、消費が活発になると予想している。
旅行代理店（店長）	・テレビ、新聞からの声や、世間の雰囲気、身近な客からの声で良くなると感じる。
タクシー運転手	・9月は決算などで忙しくなり、アベノミクス効果も出てきている。
タクシー運転手	・アベノミクス効果が徐々に成果を上げつつあることを、企業の予約が増えたことで実感している。
通信会社（社員）	・消費税増税の影響が販売にどう出ることが分からないが、おおむね景況は良いため期待できる。
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）	・消費税率が8%となる見通しであるため、駆け込みの消費は増える。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税の影響で来年3月末までの引き渡しをセールストークに、各社とも年末までは売上が伸びることが予測される。
変わらない	
商店街（代表者）	・年末のボーナスが少しでも出れば上向き可能性はあるが、天候不順が続いているなかで将来の天候が予想できず、季節商品にどの程度のウエイトを置けばよいか分からない。
一般小売店〔時計〕（経営者）	・来店客の話では、アベノミクスの効果や恩恵はなく、目の前での生活用品の値上がりに危機感や不安感を持っている人が多いように感じる。今後も必要最低限の物にしかお金を使わないという状況は変わらない。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・もう年末となるが、そこに向けての回復や改善傾向は感じられないものの、特別な趣向を凝らした計画がうまくいけば、反応が良くなる可能性はある。一方、9月ごろからは材料価格の高騰が加速し始め、販売価格になかなか転嫁できずに苦しむことが予想される。年末に向けて、末端での値上げは非常に難しい。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・消費税の増税が気になるが、これから秋になるので良くなってほしい。
一般小売店〔野菜〕（店長）	・今のままでは、回復は遠い。
百貨店（売場主任）	・景況感の上向きであるものの、10月の消費税増税の正式発表による影響が懸念される。
百貨店（売場主任）	・顧客の購買力の二極化が進んでいると強く感じている。入店客数の減少で、単価が安い商品を多く売る商売は苦戦している一方、高額品を購入する客が増え、客単価が大きく上がってきている。その結果、全体としてはプラスマイナスゼロで横ばいが続く。
百貨店（営業担当）	・衣料品の動き次第であり、特に消費税増税が決まった後はどうなるかが分からない。
百貨店（売場マネージャー）	・給与や賞与などの増加で生活の底上げが進まない限り、景気が目に見えて上昇することはない。生活防衛の姿勢も継続していると感じられる。一方、富裕層については、年明けは消費税増税の影響で購買はやや増えるが、年内は現状のまま推移する。
百貨店（販促担当）	・10月の消費税増税に関する発表が目される。高額品や長く使える定番品などを、増税前に買いたいと思わせる展開が必要となる。増税前の先買いと、貯蓄を守る動きの出方が読みにくいので、柔軟で迅速な対応が求められる。

百貨店（外商担当）	・来年の消費税の増税が正式に決まると、ある程度は駆け込み需要が発生すると考えられるが、客の消費マインドは上がらないので全体としては変わらない。
百貨店（服飾品担当）	・オリンピック関連のニュースで少し景気上昇を感じさせる部分があったものの、消費税増税に向けたニュースなどで相殺されたような状況である。今後に向けて、高額商材を早めに買っておきたいという声が、売場でもよく出始めている、取引先からも、この需要をとらえるためのイベントを仕掛けたいという話がいくつかきている。
スーパー（経営者）	・競合店が多く、日によってチラシの入っている店に客が動く。そういった動きがしばらく続いている。
スーパー（経営者）	・景気浮揚の声も聞かれるので、バーゲンねらいの客を避ける対策を取ったが、来客数は減少した。まだまだ個人所得や消費に良い影響が出るまでには至っていない。地方の景気は2、3か月では変わらない。
スーパー（経営者）	・冬の賞与が増えるなどの変化があれば良くなるが、現状では原材料高による値上げや、生鮮品の相場高が続いている。財布の中身は一緒であるが、出費が増えることで、節約志向の流れが続いている。結果として、購入頻度が高い食料品、消耗品については単価、点数が上がる状況にない。
スーパー（店長）	・相次ぐ値上げ商品の発表の裏で、依然として給与増の見込みは薄い。スマートフォンの普及や介護に関わる費用負担もあり、少々の賃金増では以前の生活水準を維持できない。消費税増税についても、前は好景気であり、少子高齢化の問題も今より小さかったため、今回は増税直前の購入に多くは期待できない。
スーパー（店長）	・小売業に景気回復の影響が届くまでにはタイムラグがある。
スーパー（店長）	・一番の関心事である、消費税増税問題への反応がどういう形で出てくるかが焦点となるが、少なくとも量販店の店頭ではまだ大きな変化はみられない。
スーパー（店長）	・来客数の減少が続いており、簡単に増加するとは思えない。
スーパー（経理担当）	・売上は比較的堅調で、消費の底堅さを感じる。消費税増税が正式に決定すると、駆け込みに向けた動きも徐々に顕著になる。
スーパー（広報担当）	・消費税増税の決定による消費マインドの変化が予測できない。
スーパー（社員）	・野菜や生肉は価格が高めで推移しているが、客の買上の動きは堅調である。国産うなぎの販売が増加するなど、品質の良い商品は今後も堅調に推移する。ただし、今秋は競合店の出店計画が多く、過当競争にならないかが心配である。
スーパー（開発担当）	・政府の景気対策は大企業に手厚いものとなっており、中小零細企業にはまだまだ厳しい状況である。
スーパー（管理担当）	・起爆剤になるような材料もなく、消費税増税前の駆け込み需要も基礎的な商品では多くは見込めない。
コンビニ（経営者）	・ひきたてコーヒーが思いのほか好評で、固定客も少しつき始めているので、これを伸ばすとともに、プライベートブランド商品の販売にも力を入れる。
コンビニ（店長）	・残暑もそろそろ終わり、急に寒く感じるようになれば、一気に冬向きの商品に切り替わる。品ぞろえさえ間違えなければ、ロスもなく販売は維持できる。年末に向けて様々な商材が出てくるが、客の様子や販売量からみると、特に変化なく横ばいで推移する。
コンビニ（店員）	・客は必要以外の物を買わない。食品への節約傾向は今後も続く。
コンビニ（広告担当）	・今後、2、3か月先を予測すると、大きな好材料はなく、改善するとは思えない。
衣料品専門店（販売担当）	・10月には消費税増税の決定が予想されるが、消費税率が上がるまでは状況が変わらない可能性もあり、様子見となる。
家電量販店（店員）	・消費税が増税となることで、年末及び年始以降の販売量は増える見込みであるが、景気の上昇には全く結びつかない。景気の上昇についてはまだまだ先がみえない。
家電量販店（企画担当）	・消費税率の引上げ前に買い控えが起こると予想されるため、しばらくは今の状況が続く。
乗用車販売店（経営者）	・新車、中古車の販売はあまり良くなく、車検、一般修理も例年どおりである。燃料の高騰により、車に乗る回数が減ってきている。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・今後は天候次第である。

その他専門店 [医薬品] (経営者)	・多くの競合店があり、価格が安いというだけでは来店してもらえず、独自商品で客の満足につながる物が求められる。それ以外に、企業の特徴としても、何かに特化して取り組むことが必要である。
その他専門店 [宝石] (経営者)	・来年の消費税の増税がほぼ決定している時期であるが、一般の消費者に収入が増加したなどの実感がなければ、景気が良くなる動きにはならない。
その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・消費税率の引上げ前に購入しておきたい物で、優先順位が高いのは、生活にかかわる物がほとんどとなる。
一般レストラン (経営者)	・時期的に宴会やウェディングの需要は増えるが、単価やサービスなどでの競争が始まるため、利益率は低い。
一般レストラン (店員)	・連休などに入ると客の動きが若干鈍くなるが、全体的には影響はない。
スナック (経営者)	・9月の後半が思いがけないほど悪かったので、10月以降は気候の安定や様々な要因で客が増えることを期待している。
その他飲食 [コーヒーショップ] (店長)	・低価格商品を取り扱っており、景気回復で少しは利用回数の増加や単価の上昇がみられるはずが、今のところは例年と変わらず推移しており、回復を感じさせる材料はない。
観光型ホテル (経営者)	・景気の先行きに期待する声は大きいですが、現在の状況をみると、それが実現する確信はない。
観光型ホテル (経営者)	・10、11月も、ここ数年と比較すれば、かなり好調となる見通しである。ただし、11月は年間を通じてトップシーズンであるため、受入容量から考えると大幅な上積みは難しい。
観光型旅館 (経営者)	・明るい話題が多いため、好景気につながるような気がする。
観光型旅館 (経営者)	・ガソリン価格の高止まりが気になる。
観光型旅館 (団体役員)	・宿泊単価が低迷しており、当分上昇を見込むことは難しい。
都市型ホテル (支配人)	・消費税増税を10月初旬に決定するという政府の動き次第であるが、最近の状況からは増税が予想されるものの、当面は景気に変化はない。
都市型ホテル (スタッフ)	・宿泊は好調を維持できる環境になってきている。一方、宴会関連は先行予約が今一つ伸びていない。忘年会の予約は好調で、大型案件も複数入っているが、秋の会合はかなり厳しい。
都市型ホテル (総務担当)	・客室稼働率、宴会の開催件数共に、大幅に改善している。ただし、レストランの利用客が少ない。今の状況を考えると、当分はこの傾向が続く。
都市型ホテル (マネージャー)	・秋の行楽シーズンを迎え、海外からのインバウンド客は更に増えると予想しているが、宴会部門の特に法人需要が増えるような要素が見当たらない。消費税増税前の駆け込み需要にもあまり期待できない。
都市型ホテル (客室担当)	・秋の行楽シーズンを迎え、国内、海外を問わず旅行者は増えると思われるが、消費税増税が決まることでどう動くかは分からない。
旅行代理店 (経営者)	・少し上向きな経済状況や株高もあり、海外旅行の予約は動いているが、韓国、中国向けの回復は見込めない。
タクシー運転手	・タクシーには、まだまだ厳しい状態が続く。雨などの突発的な要因がない限り、タクシーの利用は最終電車が出た後や早朝などの、緊急時以外は少ない。
通信会社 (社員)	・スマートフォンの新製品の動きが落ち着いた後は、販売が伸びる要素が見当たらない。全体的には通信会社の施策に左右される。
観光名所 (経理担当)	・3月のリニューアルの効果を秋まで引っ張ることができている。これから冬に向かってイベントや広告宣伝に力を入れ、更に効果を伸ばしていく。
観光名所 (経理担当)	・今月も連日、真夏並みに残暑が厳しかった。この暑さではとても来場してもらえず、前半は来客数が前年を下回った。ただし、ガラスの製作体験教室だけは20%ほど上回っている。また、最初の3連休が台風でかなりの影響を受け、営業的には厳しかったが、次の3連休は天気も良く、かなりの人出で売上も伸びた。全体としては、前年比で5~7%増となる見込みである。また、ここ数日は朝夕に秋の気配に感じ始めると共に、観光バスの台数が増えてきている。
競艇場 (職員)	・消費税増税前の節約などの不安材料はあるが、年末以降に向けて来場者や単価の改善を期待している。
美容室 (経営者)	・今月も低料金のうどん屋が閉店したほか、長く空いていた店には低料金の美容室が入るようである。スーパーも値引きの広告を出した時にだけ、客が入っている。当店の客も少々のサービスでは動かない。

		<p>その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)</p> <p>住宅販売会社 (経営者)</p> <p>住宅販売会社 (従業員)</p> <p>住宅販売会社 (従業員)</p> <p>その他住宅 [情報誌] (編集者)</p>	<p>・レンタル売上が回復傾向にあるものの、書籍とカフェによる売場づくりを進め、更なる売上アップを目指す。</p> <p>・正直なところ分からない。地価に関しては間違いなく下げ止まった感はあるが、かといって流通量が増えているようには思えない。</p> <p>・オリンピックなどの明るい話題がある一方、消費税の増税を控え、景気は様子見状態が続く。</p> <p>・今後、新築分譲マンション価格は上昇傾向となるほか、低金利の今が買い時と考えている購入希望者が多いため、好調な状態が続く。</p> <p>・消費税増税の決定後、実施に向けた動きが本格化してくることで、下振れ不安はあるものの、消費全体は順調に推移する可能性が高い。</p>
	やや悪くなる	<p>一般小売店 [衣服] (経営者)</p> <p>一般小売店 [花] (店長)</p> <p>スーパー (企画担当)</p> <p>衣料品専門店 (経営者)</p> <p>乗用車販売店 (経営者)</p> <p>一般レストラン (経営者)</p> <p>一般レストラン (経営者)</p> <p>一般レストラン (スタッフ)</p> <p>都市型ホテル (スタッフ)</p> <p>旅行代理店 (広報担当)</p> <p>通信会社 (経営者)</p> <p>通信会社 (企画担当)</p> <p>テーマパーク (職員)</p> <p>その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)</p> <p>その他レジャー施設 [球場] (経理担当)</p> <p>その他サービス [マッサージ] (スタッフ)</p> <p>住宅販売会社 (経営者)</p>	<p>・消費税率は引上げになりそうであるが、商材としては駆け込み需要は期待できない。むしろ増税が正式に発表されることで、しばらくは消費者の買い控えが出るように感じる。</p> <p>・涼しくはなったが、販売量は減る。来年の消費税増税や景気の改善は全く見込めない。</p> <p>・来客数の動向に変化がないため、今後も前年割れ状態が続く。</p> <p>・今後も売上が悪化し、景気も悪くなる。消費税率が上がれば買い控えが起きる。</p> <p>・悪くなる見通しで、消費税率の引上げが決まっても、客に焦る気配がない。車の需要はエコカーで一巡しているため、今は必要がないというのが客の本音であり、当分は苦戦する。</p> <p>・消費税率も上がることになりそうで、消費者の財布のひもが固くなる。</p> <p>・賃金上昇がみられないなか、10月1日より各種物価が一気に値上げとなるほか、4月からの消費税増税などで、心理的には切り詰めモードにならざるを得ない。</p> <p>・高単価メニューの開発やテレビでの露出増加などが奏功しているが、関西にはオリンピックの開催決定といった明るい話題がなく、気分先行で上昇した景況感に陰りが始めている。</p> <p>・梅田地区の商業施設の開業で、宿泊、レストラン共に客が当地区まで流れてきていたが、日がたつにつれて動きが弱まっている。一方、宴会については間際予約の傾向が強くなっている。</p> <p>・年末年始は多くの客が9連休となるが、それによる消費マインドの上昇と、消費税増税による耐久消費財へのお金の流れが、綱引きの状況となる。</p> <p>・消費税増税後の落ち込みが懸念される。</p> <p>・ゲームセンターなどのコインオペレーション事業においては、消費税増税となれば、売上への転嫁が事実上不可能であり、利益がマイナスとなるのは確実である。その結果、ゲーム機器の買い控えにもつながる。</p> <p>・どう考えても今後の経済状況は、法人税減税と消費税増税がかぎになる。特に、低所得者層に充分な負担軽減策がなされなければ、景気の底上げは難しい。</p> <p>・台風によるインフラの被害や、雨不足による紅葉への懸念など、不安材料が多い。</p> <p>・プロ野球シーズンが終了し、この時期は企業イベントや、集客が少ないイベントが主となる。</p> <p>・オイルマッサージで服を脱ぐため、寒くなるにつれて来客数が減ってくる。</p> <p>・需要の先食いをしているため、当面は暇になってくる。</p>
	悪くなる	<p>スーパー (店長)</p> <p>衣料品専門店 (経営者)</p> <p>競輪場 (職員)</p> <p>住宅販売会社 (総務担当)</p>	<p>・客は暇を潰せない所には来ない。</p> <p>・物価が上がってきている一方、収入は増えていない。円安、株高のプラスの効果は、一部の限定的なものとなっている。東京はある程度活気があるようだが、地方では景気回復の動きがみえてこない。</p> <p>・消費税増税が確実のようで、10月からは年金の支給額が減るほか、物価も上がっている。この業界は客に占める年金受給者の割合が非常に高いため、確実に影響が出る。</p> <p>・消費税の増税による落ち込みが心配である。</p>
企業動向	良くなる	<p>金属製品製造業 (管理担当)</p>	<p>・企業の設備投資やマンション建設の情報があり、名古屋駅前の再開発などの大型プロジェクトも控えている。</p>

関連 (近畿)	建設業（営業担当）	・昨年に比べて受注プロジェクトが大型化しており、1件当たりの受注額が高額になっている。一方、物理的な人手不足のほか、労務費や資材の高騰によって原価が上昇し、損益を悪化させている。
	その他非製造業〔会社〕（営業担当）	・東京オリンピックに向けて需要が増える。
やや良くなる	食料品製造業（従業員）	・消費税増税の動きもあり、増税前の駆け込み需要が出てくるまでには少し時間があるものの、徐々にではあるが良くなってくる。
	食料品製造業（経理担当）	・10月から最低賃金が改定となったこともあり、景気は少し良くなる。
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量が多くて忙しく、今後も配達予定が先まで入っている。
	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業が立ち上がり、その業績が全体の売上や利益に反映される。
	化学工業（経営者）	・スポーツ関係の得意先が多く、オリンピック招致が決まったことで、各社ともに商品開発への意欲が高まっている。
	化学工業（企画担当）	・食品の売上が低迷する夏が終わり、年末の最需要期を迎える。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・建築絡みの仕事が、消費税増税前の駆け込みで動く。ただし、本当の回復ではないため、良くなるとまではいえない。
	金属製品製造業（経営者）	・徐々に動き出すことを期待している。
	電気機械器具製造業（経営者）	・物流はそれほど変わっていないので、短期的には局面が開けていくと期待している。ただし、長期的には不安の方が極めて強い。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・消費税増税がほぼ決定となるなか、住宅関連、特に新築戸建住宅については9月中の駆け込み需要が予想され、今後も省エネと合わせてLEDの受注好調が継続する。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・まだ受注は増えていないものの、少しでも引き合い件数が増えてきている。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・消費税増税前の駆け込み需要もあり、上向くことを期待している。
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・受注量が増えてきているので、このまま良くなると期待している。
	建設業（経営者）	・客の話を聞いても、今の状態は年度末まで続く。
	輸送業（営業担当）	・先日、取引先の通販会社が倒産したが、来月には大手通販会社の配達が新規で増えるため、期待したい。
	輸送業（営業所長）	・新規案件の話が増えており、年末までは好調が続く。
	広告代理店（営業担当）	・東京オリンピックの開催決定で、スポーツ関連の分野で需要が出始めている。
	経営コンサルタント	・アベノミクスの影響もあり、今後少しは良くなる。
その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・11月以降、平年を下回る気温が予想されており、冬物商材が本来あるべき時期にしっかり売れると期待する。一方で消費税率の引上げを前に、買い回り品（特に高額商品）の動きが年末に向けてピークを迎えるため、今年の冬は大型商戦となる。	
その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・10月初旬に消費税を8%に上げる決定が正式になされる予定であるが、これにより小売店が一斉に価格改定か据え置きかを正式に検討していく。小売店側は、円安環境下で仕入先への値下げ要請は困難との見方が大勢であり、小売価格を引き上げると思われる。これに伴い、仕入先では納品価格の上方改定が進み、業績の回復に一役買うと考えられる。	
変わらない	繊維工業（団体職員）	・国産のタオルの需要が増える期待感はあるが、電気料金や主要な外注加工費のコストアップ分を、どこまで価格転嫁できるかが重要である。
	繊維工業（総務担当）	・今年前半は、円安のために中国から輸入している靴下の仕入コストが10%以上上昇し、利益を維持することができなかった。この傾向は後半も継続することが予想される。販売価格の値上げを申し込んでも、ほとんど聞き入れてもらえない状況である。
	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できるが、住宅産業の大型物件のみで、そのほかの業界は動きが少ない。一方、今後は紙媒体とデジタル媒体の複合が、企業の盛衰を分けることになる。
	化学工業（管理担当）	・米国のクリスマス商戦で景気が良くなる時期であるが、景気が良くなる兆しがみえない。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・周りの環境は計数を見ると悪いが、明るいムードがあり、個人的には良くなっていると感じる。
	金属製品製造業（営業担当）	・今の良い状態が来春までは続きそうである。ただし、鋼材を中心に資材の値上がりが予想され、収益の足を引っ張られる可能性がある。

	電気機械器具製造業（経営者）	・設備メーカーの分野にまで効果が届くためには、アベノミクスが長く続くことが必要である。長く続けば、設備メーカーも良くなっていく。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・来年4月の消費税率引上げに向け、年末商戦から需要増となる可能性はあるものの、需要の先食いとなることが十分予想されるため、景気の回復とは言い難い状況である。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・景気の回復はまだまだ先のようなものである。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内の動向に大きな変化はなく、海外での受注も競合先との価格競争が激化しつつある。今後は、消費税率の引上げによる影響も、懸念材料の一つとなる。	
	建設業（経営者）	・東京オリンピックの開催が決定し、建設業界では更に東京の一極集中が加速する。東日本大震災の本格復旧とも重なり、建設資材の高騰や技能労働者の不足が予想され、地方は厳しい環境となる。	
	通信業（管理担当）	・物価が安くなって景気が良くなるような要素が見当たらない。	
	金融業（営業担当）	・景気が回復するまでには、半年から1年の時間が必要である。	
	不動産業（営業担当）	・神戸から事業所が減る動きは今後も続くと思われ、景気は悪いまま良くならない状態が続く。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込件数に回復の兆しがみられず、読者も減少傾向にあるなか、新規読者の獲得も伸びていない。	
	広告代理店（営業担当）	・広告量は前年超えを維持しているが、ここ3か月は伸び率が落ちてきている。	
	広告代理店（営業担当）	・東京のようなオリンピックの話題もないので、良くなると思えない。	
	司法書士	・今月の事件数の少なさに加えて、案件もほとんどなく、不動産の動きを感じる事ができなかった。今後もこの厳しい状況が続く。	
	コピーサービス業（店長）	・年賀状印刷のピーク時期となるが、今年も順調に実績が伸びると予想している。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・消費税増税による一時的な駆け込み需要はあるかもしれない。	
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・先行きが不透明である。	
	やや悪くなる		
	繊維工業（総務担当）	・商品と一緒に人も取引先に出向き、販売を手伝うスタイルに変わりつつあり、出張経費がかさんできている。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・季節的要因を考慮すると、景気が良くなる材料が見当たらない。東京オリンピックの開催が決まったが、景気にどれぐらいの影響を及ぼすかは分からない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・顧客に大きな設備投資の動きはみられないため、今後数か月は景況感が停滞する。	
	一般機械器具製造業（設計担当）	・法人は減税となるが、一般の低所得者は賃金の増加が見込めないまま、消費税増税で購買意欲の低下が進む。	
	建設業（経営者）	・建設においては原価の上昇に請負金額がついていけない状況がしばらく続く。忙しい割には利益の確保が難しく、社員の給与も上げにくい。	
	輸送業（商品管理担当）	・税金の負担などが少しずつ増えている一方、給料は上がらない。	
	経営コンサルタント	・食品スーパーの例でいえば、メーカーが来月から商品原価の値上げに踏み切り、卸売業者は、これまでの取引条件や卸値の見直しを行うことが決まっている。来店客は消費税増税による値上げに対抗し、ますます買い控えを徹底しようとしているため、スーパーの売上はますます減少する。	
	悪くなる		
雇用 関連 (近畿)	良くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・東京オリンピックや消費税増税前の駆け込み需要など、良くなる要素が多くみられる。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・動きは悪くないが、まだ加速する状態には入っていない。いろいろなクライアントからの打診では、11、12月からという話があるため、本格的な動きはもう少し遅れる。
		人材派遣会社（支店長）	・今の状況はしばらく続く。
		人材派遣会社（役員）	・やや良くなると予想されるが、その前提条件はやはり効果的な経済対策である。
		人材派遣会社（支店長）	・製造業で少しずつではあるが回復の兆しがみられる企業もあり、徐々に求人数が増えてきている。また、一部の大手企業で多少求人の動きもあるため、それに伴い下請業者などでも動きが出てくる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・10月に入って消費税増税が決まれば、駆け込み需要などの動きでいくらか上向きになる。

	職業安定所（職員）	・動きはないように感じるが、事業所から景況が悪いとの声は特に聞かれない。
	職業安定所（職員）	・求人数が増加傾向となっており、産業別にみても、弱い動きであった製造業が前年を上回っている。
	民間職業紹介機関（職員）	・日雇い建設労働者不足が続く一方で、求人数の増加の勢いは少しずつ大きくなるとの見方がある。
変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・将来の消費税増税も影響しているのか、より安定した雇用形態や条件での就業を望む人による、求職の動きが早くなっている。例えば、条件の良い紹介予定派遣案件に対する、求職者の応募ペースが早まっている。
	アウトソーシング企業（社員）	・小麦や大豆などの物価が上がると、売上にも影響が出る。
	求人情報誌製作会社（企画担当）	・データが示しているほど、景気回復の実感はない。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人の動向をみる限り、上向きの変化は感じられない。東京へのオリンピック招致は決まったが、まだ先のことで近畿の景気への直接の寄与はなさそうである。一方、長期的には東京の一極集中が更に進み、近畿は寂れていくかもしれない。
	職業安定所（職員）	・9月に入っても大きく状況を左右するような要素は見当たらず、しばらくは現状のまま、やや良い状況で推移する。
	職業安定所（職員）	・消費税増税前の住宅の駆け込み需要はあるが、主としてリフォームが中心である。中小の事業所からは、アベノミクス効果がみられないという声が多い。製造業では自動車はやや好調のようであるが、販売が好調という声は聞かれない。
	職業安定所（職員）	・政府が進める消費税増税により、雇用面に影響が出てくることを心配している。
	民間職業紹介機関（支社長）	・景気が盛り上がっているのは一部の業種にとどまるため、影響が限られる。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・大学新卒の求人件数は昨年よりも増えているが、短期間で良くなるかは分からない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・消費税率の引上げ発表が景況感にどう影響するかが不透明である。
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気回復の動きが現場にはまだ及んでいない。
悪くなる	-	-