

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	百貨店（売場マネージャー）	・消費税の再増税次第であるが、増税が決定すれば、駆け込み需要があるかもしれない。
		住関連専門店（店員）	・気温の低下により、秋冬商材の売上増加が見込まれる。
		都市型ホテル（客室担当）	・観光シーズンでもあり、売上は好調に推移すると予想される。
		競輪場（職員）	・最高グレードの競走が開催されるため、客足や客単価が伸びると思われる。ただし、これが終わってしまえば、悪い状態に戻る。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・10月から外国人向け免税対象商品が大幅に増えるので、売上増が期待できる。ただし、通常の売上は引き続き苦戦すると思われるので、全体としてどの程度のプラスになるかは予想できない。
		商店街（代表者）	・年末セールを前倒しするほか、購買意欲を刺激するようなイベントを仕掛けるため、やや良くなる。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・徐々に良くなって欲しいという希望も込めて、先行きに期待している。
		百貨店（売場主任）	・物価の上昇による影響が懸念されるものの、入店客数や客単価が上向いていることや、10月1日からの化粧品や食料品などの外国人客向け免税対象商品の拡大により、インバウンド客向けの売上の大幅増が期待できる。
		百貨店（売場主任）	・10月1日に耐震工事が終わり、リニューアルオープンするため良くなる。
		百貨店（企画担当）	・外国人売上は、免税対象品目が拡大となることで従来よりも売上は増加するとみている。現金売上も、冬ごろには前年並みにまで回復すると予想している。
		百貨店（企画担当）	・10月の外国人客に対する免税対象商品の拡大のため、このところ入店が増えている外国人向けの売上増が期待される。
		百貨店（営業担当）	・株価が上がってきているなど、資産家の優良顧客にとって明るい材料もあるため、高級ブランド品や美術品の引き合いは増える。
		百貨店（服飾品担当）	・買い控えで少し我慢してきた消費者が、提案力のある商材や、価値のある商材に対しては、やや財布のひもを緩めてもよいと感じつつある。特に、これからは防寒商材が気温の低下と共に売れる雰囲気があり、クリスマスなどの売出しも、効果的な方法を取れば反応は決して悪くないと思われる。
		百貨店（外商担当）	・年末に向けて、高額品の宝飾品や時計の引き合いが少しずつ増えてきている。海外ブランド品についても、各社で値上げが続いているものの、売上は堅調に推移している。
		スーパー（企画）	・季節の変化で購買品目が変わるほか、消費税再増税の判断や円安の影響などがはっきりしてくる。
		スーパー（社員）	・これまでと同じく低価格商品の動きが良いほか、牛肉や刺身などの生鮮品やデザート商材の動きも良くなっている。これから年末に向けて、昨年以上に消費が活発になることを期待している。
		コンビニ（経営者）	・プレミアム商品が次々と発売される予定であり、更なる客単価の押し上げが期待できる。
		コンビニ（店員）	・広告やのぼりなどを多用し、販売促進に力を入れているほか、品ぞろえを豊富にするなど売場を見直すことで、実績が上がってきている。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・秋冬物の動きが早くから順調であり、商品への問い合わせも多い。
		乗用車販売店（経営者）	・少しずつ個人消費が拡大することを期待している。
		高級レストラン（スタッフ）	・秋は食材もワインの品ぞろえも充実するので、ゆっくりと食事を楽しむ客が増える。
一般レストラン（経営者）	・大口の忘年会の問い合わせが早い時期からきているので、大手企業の11月からの忘年会の獲得には期待できそうである。		
一般レストラン（経理担当）	・消費者の気分にも安定感が出てきているようだ。内閣改造があり、景気最優先ということであるため、若干良くなるような気がする。外国人観光客も今後数年間は堅調に推移する。		
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・消費税増税の影響が大きかった4月に比べると、少し良くなっているが、まだ販売量、単価共に低水準のままである。		
観光型ホテル（経営者）	・10～11月の先行予約状況は好調である。単価は横ばいであり、館内の付帯売上はやや減少傾向であるが、来客数の伸びがそれをカバーしている。		

	観光型ホテル（経営者）	・市制70周年や世界記憶遺産の候補認定など、町を挙げて観光客向けに情報発信をしており、実際にツアーなどの予約が増えている。この勢いはしばらく続く。
	都市型ホテル（スタッフ）	・セミナーの開催数は昨年よりも増加している。一般宴会も大口の忘年会は伸び悩んでいるものの、中小宴会の需要が高まっている。単価の上昇は難しいが、宴席数の増加が見込まれる。一方、客室部門はアジア圏からの観光客の需要が高まっており、予約率、単価共に前年を大幅に上回っている。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の好調は続くと思われる。特に、冬休みは大型テーマパークの新規エリアの好調が続く。一方、宴会関連は法人を中心に厳しい。パーティープランではいまだに消費税率アップ分が価格に上乗せできず、実質収益が減っている状況である。
	タクシー運転手	・年末にかけての繁忙期に入るため、会社関係の予約が増える。
	通信会社（経営者）	・どちらかといえば好景気という雰囲気は大部分を占めている。
	その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・相変わらず奈良は日本人観光客のほか、中国人や米国、欧州からの観光客であふれている。ただし、夜は誰もいなくなるところが京都との違いである。
	その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・景気の先行きに対する期待感が高まっているため、生命保険の加入を検討する客は増える。
	住宅販売会社（経営者）	・新規顧客が増えてきたということは、2～3か月先の成約見込みにつながり、販売量も増えると予想される。
	住宅販売会社（総務担当）	・10%への消費税増税前に駆け込み需要が出てくる。
	その他住宅〔展示場〕 （従業員）	・注文住宅に関して、消費税率8%が適用される来年3月末までは、若干の需要回復が期待される。
変わらない	一般小売店〔時計〕 （経営者）	・明るい材料がないばかりか、値上げの話が多く、生活しにくいという言葉が口にする人が多い。年末に向けて、最低限必要な物を中心に動きが出ると思われ、余裕のある買物は期待できない。
	一般小売店〔花〕（経営者）	・現状は落ち着いており、年末までは安定した状態が続く。
	一般小売店〔精肉〕 （管理担当）	・原料価格の高騰が続いているが、ここからは年末を見据えて仕入数量は抑えにくくなる。ただし、円安の動きが飼料価格の上昇につながるため、思うように供給を増やせない局面も出てくる。
	一般小売店〔鮮魚〕 （営業担当）	・この時期になっても、国内客は消費税増税の影響で購買意欲が減退しているように感じる。その落ち込み分を海外からの観光客が支えている。
	一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・衣料品シーズンである冬場を迎えようとしているが、大きな動きは期待できない。有効求人倍率や平均所得などに関して、大阪が全国でトップ10に入っていないことをニュースで知ったが、いかに大阪に元気がないかとショックを受けた。この調子では、他都市の景気が上向いたとしても、大阪の景気が良くなるとは思えない。ましてや、小さな町工場の多い地域柄を考えると、更に景気が悪化していくという不安が大きい。
	一般小売店〔野菜〕 （店長）	・消費者に近い業界の景気は本当に悪い。
	百貨店（売場主任）	・天候要因による食料品の値上げや、円安基調による輸入商材の値上げなど、消費者の購買意欲を減退させる要素が多々ある。
	百貨店（売場主任）	・国内の景気対策が早急に必要である。
	百貨店（売場主任）	・直近は来客数が増えているものの、購買客数はそれほど増えていない。また、購買単価も上がっていないなど、客の財布のひもは決して緩んでいない。株価が上昇しているものの、不安定な要素を含んでおり、所得の大幅な増加も望めないなか、景気の改善は期待できない。
	百貨店（営業担当）	・ベースとなる食品の回復が遅く、地元自治体の販促策も出足が悪い。また、衣料品によるカバーもできていない。
	百貨店（販促担当）	・年末の消費税率10%への引上げ判断次第で、動きが出てくる。引上げるための株価の上昇圧力が強まれば、高額品などの販売増加が期待できる。ただし、日用品は直近でなければ目立った動きは出てこないなど、全体的には比較的盛り上がり少ない展開を予想している。
	百貨店（売場マネージャー）	・ほぼ駆け込み需要の反動減は落ち着いたと感じられる。ただし、全体的な購買意欲は高まっておらず、今後も前年割れの状態が続きそうである。前年の実績を確保するためには、免税対象商品の拡大で高まるインバウンド客の需要を、いかに自店に取り込むかがポイントである。

百貨店（マネージャー）	・地方都市圏の中小企業や自営業では給与水準が上がっており、消費税増税による物価高が打撃となっている感があり、生活雑貨の回復の鈍化に表れている。
百貨店（サービス担当）	・来月からは、正月のおせち料理の予約や、お歳暮ギフトの早期注文などの商戦が始まるため、来客数の増加に伴う売上増に期待している。
百貨店（商品担当）	・いろいろな経済指標の動きほどは、景気が好調だという実感はない。外国人客頼みにも限界があり、このような状況で消費税増税が実行されると、一段と減速しかねない。
百貨店（営業企画）	・消費に力強さが感じられない。
スーパー（経営者）	・このままの競合状態が続くと予想され、気を緩められない環境になりつつある。
スーパー（経営者）	・円安の進行や、夏場の天候不順などによる商品の値上げがニュースで取り上げられている。今後、賃金が増加しないままで消費税増税が決まるとすれば、節約志向が一気に高まると考えられる。
スーパー（店長）	・消費税増税の影響がほぼ落ち着いたと思われるが、消費の回復が完全でないところもあり、店頭では景気が上向いている感覚はない。しばらくはこの状況が続く。
スーパー（店長）	・消費税増税の影響の緩和が進んでいる一方、原料価格の高騰といった様々な問題が発生しており、先行きの不透明感が高まっている。
スーパー（店長）	・2～3か月後には、前年が消費税増税前の買換えやプチゼいたくが始まった時期となる。買物の勢いが多少戻ったとしても、前年の実績が重くのしかかる。
スーパー（店長）	・次の消費税増税の話題が出始め、今以上に景気が良くなることは困難であるが、現在のやや良い状態は続きそうである。
スーパー（企画担当）	・売上、来客数共に、現状のまま推移する。
スーパー（経理担当）	・食品に関しては、消費税増税前後の一時的な変動を除き、堅調に推移している。ただし、来年の増税が本決まりになった時点で、節約ムードが再度本格化する懸念がある。
スーパー（広報担当）	・見せかけの景気浮揚に限界が生じている。賃金の上昇などで景気の回復を実感できない限り、状況は好転しない。
スーパー（管理担当）	・消費税増税後の反動が予測よりも小さく、少しは安心できるものの、相変わらずの原料高など、懸念材料は多いままである。
コンビニ（経営者）	・消費全体は冬場になると少し落ちてくるが、近隣のマンション建設により昼間の来客は増えてくる。
コンビニ（店長）	・気温の変化も、ここ数年のように一気に暑い状態から寒い状態に変わらないのであれば、あまり浮き沈みもなく、現状のまま進む。ただし、消費税増税の動向次第では、その後は悪くなる。
コンビニ（店員）	・現状維持が精一杯で、景気回復の兆しが見られない。
コンビニ（広告担当）	・今後2～3か月先は、これといった好要因が見当たらないため、大きくは変わらない。
衣料品専門店（販売担当）	・賃金のベースアップがない状態で、今後も物価が上がることになるため、秋冬物に変わってから様子を見る客が増えていく。
家電量販店（経営者）	・しばらくは消費を抑えようとする客が増える。接客をしていると、日常生活品の値上がりや、老後の生活不安などが響いていると感じる。
家電量販店（企画担当）	・家電商品の販売量が大きく伸びる要素が見当たらない。電気料金が上昇する気配もあるなか、省エネ家電による単価の引上げや、オール電化、太陽光発電システムの提案で販売量を増やさなければ、厳しい状況が続くと予測される。
乗用車販売店（経営者）	・消費税の増税は決定していないが、今のところは上向きで安定している。
乗用車販売店（経営者）	・新車の販売や車検など予約は例年どおりであり、今後もあまり変わらない。
乗用車販売店（営業担当）	・数か月前から新車販売は目標台数に届かない状態が続いているため、2～3か月先も変わらない。
乗用車販売店（販売担当）	・3か月前と比べて、受注量はほとんど変化がない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・8月下旬～9月上旬の売上増は一時的な現象であり、現在は落ち着いている。来店客による生活必需品の購入は、引き続き控え目な動きが続いている。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・今のままでは何も状況は変わらない。政府が何らかの手を打ち、景気回復の手立てを講じない限り、景気が上向くことはない。
高級レストラン（企画）	・先行きは不透明で、特別なプラス要素はない。

一般レストラン（経営者）	・物価の上昇などで財布のひもがますます固くなり、外食の需要は減りそうである。
一般レストラン（店員）	・年後半は連休が多くなるため、昼食需要は減少するかもしれないが、新規の来店が増えているため、大きな影響はなさそうである。
一般レストラン（企画）	・消費税増税後の6月ごろから来客数に影響が出始め、8～9月とやや改善しているが、大きな変化はないと予測している。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・円安により輸入食材価格が高騰するなか、追い打ちをかけるようにコーヒー豆も高騰している。原価の上昇で収益が圧迫されており、販売価格への転嫁を余儀なくされている。今後は当然、販売価格の上昇による利用者減が予想されるなど、悪循環に陥ることが懸念される。
観光型ホテル（経営者）	・今のところ景気の上昇はみられないので、このままの状態が続く。
観光型旅館（経営者）	・首都圏をはじめとする、遠方からの利用が大半であるため、今後は燃料価格の変動による影響が出てくる。
観光型旅館（団体役員）	・来客数の動きが悪く、単価の上昇はおろか、現状維持も難しい状況である。
都市型ホテル（支配人）	・最低賃金が上昇するものの、個人消費の増加につながるのはいささか先になる。冬のボーナスが出てからになるのではないかと予想される。
都市型ホテル（総務担当）	・宿泊部門は好調を維持し、宴会部門も前年をやや上回る水準で推移しているが、レストラン部門では消費税増税の影響が続いている。
旅行代理店（経営者）	・何とか前年並みを維持したいが、客数は少し減り、単価のアップでカバーしている状態である。円安傾向は海外旅行には逆風であるため、その影響が徐々に出てくるのが懸念される。
旅行代理店（広報担当）	・天候不順の影響もあり、良くなる要因が見当たらない。暖冬傾向との長期予報もあり、スキー需要などにも期待できない。
旅行代理店（営業担当）	・4～9月の傾向が変化する要素は見当たらない。
タクシー運転手	・街に活気がなく、今後は大きな行事もないため、悪化していく。
タクシー運転手	・夏休みは終わったが、変化の様子は見当たらない。
通信会社（企画担当）	・円安効果や株価の上昇により、徐々に景気回復に向かうことが期待される。
テーマパーク（職員）	・来客数の増加に、売上の増加が追い付いていない。遊びに行く程度には財布のひもを緩めるが、必要な物以外は基本的には買わないという傾向が色濃くみられる。
観光名所（経理担当）	・9月は前月に比べて、土日が天候に恵まれた。暑さも早く和らぎ、台風の影響も少なかったため、来客数が増え、売上も前年比で10%程伸びている。ただし、様々な業態の店舗を営業しているが、店舗ごとの差が大きく、一貫した判断が難しい状況である。違いが生まれる要因が分からず、苦慮している。全体的な消費動向がどうかは分からないが、財布のひもが固いような感覚はある。
観光名所（企画担当）	・12月のクリスマス時期には恒例のイルミネーションを実施する。今年は装飾も一新するため、テレビCMなどで周知に努め、集客力の向上を目指す。ただし、昨年のリニューアルによる反動減が大きいと、状況はあまり変化しないと考えている。
遊園地（経営者）	・良い企画や商品に対する顧客の反応は活発であるが、商品を見る目のシビアさは変わらない。景気が顧客動向に影響を及ぼしているとはまでは感じない。
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球シーズンは終了するが、その後も関連イベントが続くほか、人気グループのコンサートも開催されるため、この時期としては例年以上の集客が期待される。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・好材料は特に見当たらない。景気回復の動きに足踏み感が出てきているせいか、連休時の消費の盛り上がりも少し落ちている。
美容室（店員）	・値上がりしたという意識は客にはないようで、今後も大きくは変わらない。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・生活提案をコンセプトに、更なるブランド価値の向上を目指して、今後の新しい旗艦店の出店に期待したい。
住宅販売会社（経営者）	・公示地価などの上昇に伴う結果が表れておらず、取引量も伸びていない。期待が先行していると考えられ、実際に取引価格が上昇するまでには時間がかかる。

		その他住宅 [情報誌] (編集者)	・マンションの販売現場では、まだまだ価格の上昇が客に受け入れられる状況ではないため、足踏みが続く。
やや悪くなる		一般小売店 [衣服] (経営者)	・食品価格が値上がりするなかで、衣料品の買物は二の次になるため、売上は減少する。
		一般小売店 [酒] (社員)	・賃金増加の実感がないまま、物価の上昇ばかりが目立っているため、買い控えの流れが進みそうである。
		百貨店 (売場主任)	・新たな商業施設のオープンで、エリア間の競争激化が予想される。既に商業施設には過剰感があり、共倒れの可能性を感じる。
		百貨店 (売場マネージャー)	・今後の商戦は、9月の立ち上がりに大きく左右されるため、現状からすれば苦戦する。また、去年は消費税増税前で12月から高額品などの消費が増えたことから、売上の前年比は厳しくなる見通しである。消費者の生活防衛意識などもまだまだ強く、給与や賞与が多少増えている企業はあるが、全般的に消費は芳しくない。また、食品関係では生鮮食品の価格上昇の影響が出ており、今後の気候を踏まえると、回復するかどうかは楽観できない。
		スーパー (店長)	・天候不順による野菜の高騰や、個人消費の低迷などの悪材料が多く、景気の失速が懸念される。
		スーパー (店長)	・人口が減少しているからか、来客数の減少が進んでいる。
		乗用車販売店 (経営者)	・整備、修理共に、全体的に落ち込んでいる。中古車の動きも良くなく、打開する材料がない。
		乗用車販売店 (販売担当)	・販売量は減少するが、一時的なものであり、その後は年末のボーナス商戦に入るので徐々に良くなる。
		住関連専門店 (店長)	・不安定な経済情勢に加え、グルメや旅行などの娯楽には支出しても、物品購入は控えたり、安い物で済ませるといった消費者の最近の傾向もあって、売上が増加しない。
		その他専門店 [食品] (経営者)	・円安の影響で、食材全般の値上がりが予想される。販売価格への転嫁は難しく、全体的な利益の圧迫が進む。
		その他小売 [インターネット通販] (企画担当)	・食料品の値上げが続くなど、消費意欲の向上に結びつきかけが見当たらない。
		通信会社 (社員)	・新サービスのリリースで新たな顧客層にアピールしていかなければ、加入者の増加は望めない状況にある。
		ゴルフ場 (支配人)	・客の予約や来場の動きは全体的に減少傾向であり、ゴルフ場までのガソリン代や、高速代をはじめとする経費の節約などが考えられる。今後、2～3か月先の景気はやや悪くなると予想される。
	その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	・オイルマッサージの仕事をしているので、寒い時期になると来客数が減少する。	
	住宅販売会社 (従業員)	・新築分譲マンションは秋に新規案件が出てくるが、昨今の建築費の高騰もあり、販売予定価格は上昇するため、市況の冷え込みが懸念される。	
悪くなる		一般小売店 [貴金属製品] (従業員)	・消費税増税による悪影響が続く。
		一般小売店 [花] (店長)	・景気が少し良くなったとはいえ、給料がアップした人はまだまだ少数である。
		スーパー (経営者)	・消費税増税の影響が徐々に出てきているように感じられる。日々の食料品購入においても、特に低所得層の消費が落ち込んでいる。
		衣料品専門店 (経営者)	・今後も景気は悪くなっていくと思われる。ますます主婦は自分の着る物を節約して、食費に回す傾向が強まりそうである。
		衣料品専門店 (経営者)	・円安による物価の上昇が、景気の減退につながっている。今年の秋冬物の価格が上昇しているため、来年の春夏物の展示会では、より一層の価格上昇が予想される。価格が据え置かれている物も、品質が低下しているため、実質的には値上げとなる。
		その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・為替の変動が商品の価格に影響を及ぼす。
企業動向関連 (近畿)	良くなる	電気機械器具製造業 (経営者)	・夏が悪過ぎたため、一時的に良くなっているだけであり、本当に良くなるとは考えていない。政治や国の財政にも不安があるため、しばらくは頑張らねばならない時期であると覚悟している。
	やや良くなる	食料品製造業 (営業担当)	・クリスマスや年末の行事に向けて、景気は良くなる。
		繊維工業 (団体職員)	・10月から当タオル産地では需要期に入り、消費税増税分の落ち込みも取り戻せると期待している。
		木材木製品製造業 (経営者)	・新規事業が動き出したため、徐々に売上、利益共に増加していく。

	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・ある大学では、米国のインターネット通販大手との共同開発で、入学案内やシラバスなどの教材をインターネットで受発注するシステムの導入を目指しており、今後は同様の動きが広がっていくと思われる。一方、医療業界では開発競争が過熱しており、研究開発に関する資料の増加が見込まれる。
	化学工業（経営者）	・秋から年末にかけて比較的大きな案件の問い合わせも入っており、多少景気は良くなる。
	化学工業（企画担当）	・年末の食品需要が増加するシーズンとなるため、一時的に販売量や価格の改善が見込まれる。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・案件が増えてきており、このまま受注も伸びる。
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・例年どおり、クリスマスシーズンには少し良くなる。
	輸送業（営業担当）	・今まで国外で生産されていた、携帯電話のパネル関係の一部が国内生産に変わり、荷物がかなり動いている。
	広告代理店（営業担当）	・消費税増税による落ち込みがやっと下半期から回復しそうで、広告の出稿も回復する気配がある。
変わらない	食品製造業（従業員）	・現状が維持できれば何とかしのいでいけるが、為替の関係で原材料価格が高騰すれば、苦境に立たされる。値上げなどの対策が必要となれば、量販店からも見放され、売上減となるのは必至である。経費節減などの対策も既に実行しており、先行きが不安である。
	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、ここ数か月はほぼ同じ配達量となっている。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・円安の進行のほか、食品の原料相場が上昇しているが、大きな変化はない。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・来年の消費税率10%導入に向けて、プラス要素とマイナス要素が相殺し合う。
	金属製品製造業（経営者）	・8%の消費税率に一般消費者がまだ慣れておらず、もう少し時間がかかる。
	一般機械器具製造業（経営者）	・顧客の投資意欲が活発ではないため、今後も不調が続く。
	電気機械器具製造業（経営者）	・円安が進んでいるため、日本国内の製造は前向きになると思われるが、大きな流れとしては海外での活動が重視される。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・円安が進み、材料費や人件費、燃料費などが高くなる。受注量が回復しても、収益は厳しい状況が継続する。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・来年3月には、デジタル放送をアナログ放送に変換して放映していた、デジアナ変換サービスが終了するため、年末にはテレビの買い替え需要が出てくる。ただし、特需的な動きであり、景気回復に伴う動きとは言い難い。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・相変わらず、あまり仕事がない。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内の案件を確実に受注に結び付け、海外での落ち込みをいかにカバーするかが緊急の課題となっている。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・アベノミクスの効果により、輸出産業を中心とした大企業は恩恵を受けている。一方、中小零細企業は円安による原材料費の値上げ分を販売価格に転嫁できないなど、景気回復の実感があまりない。
	建設業（経営者）	・今後も東京一極集中や東日本大震災の本格復興により、現場技術員や技能労働者の不足が続き、工事量が増えても受注は難しくなる。
	建設業（経営者）	・年末にかけて需要は多少増えるが、案件の単価上昇は期待できない。
	建設業（経営者）	・現状の受注状況から予想すると、大きくは変わらない。
	通信業（管理担当）	・御嶽山の噴火の影響などで、更に悪くなる可能性もある。
	金融業（営業担当）	・消費税増税の影響が重くのしかかっている。今後、消費税率が10%になれば、更に景気の動向が不安定になる。
	金融業〔投資運用業〕（代表）	・円安があまりに急激に進み過ぎている。何事も急速な動きはリスクを伴う。
	不動産業（営業担当）	・神戸から事業所が減り続けている。今後も事務所や社宅の需要が減少することで、景気の停滞につながる。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・6～7月は折込件数が回復傾向であった。8月は毎年悪いので、9月に期待していたが、それほど伸びていない。
	広告代理店（営業担当）	・受注が減ってきており、先行きも読めない。見込み案件が決まらなくなっている。
	司法書士	・案件が少し残っているが、積極的な業務の拡大につながるものではないため、このままの状態が続く。
	経営コンサルタント	・消費税の再増税の判断がどのようになるか、それによって大きく変わる。増税となれば現状よりも悪くなる。
	コピーサービス業（店長）	・年末に向けて繁忙期となるが、昨年並みの推移となる。年賀状に関しては、若干の増加となることが予想される。

	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・政治が大きく動く要素もなく、状況は変わらない。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・今年は秋冬物が店頭に並ぶ時期が一段と早く、早期の完売を目指す傾向にある。最近の秋らしい気候も手伝い、売行きはますますとの声が聞かれる。一方、高額商品が敬遠されている点は変わらず、予想以上に売上が伸びてこない。
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・円安が進行しているため 食料を含めた輸入商品の先高感が強まっている。輸出はそれほど増えず、貿易収支の赤字だけが目立っているため、更に円が売られるという悪循環に陥っている。社会全体が停滞しており、抜本的な対策が必要となっている。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・年内の設備投資や見積りは特に増えることもなく、先行きも平年並みの状況となる。
やや悪くなる	食品品製造業（経理担当）	・中小企業は賞与も給与も上昇の気配が全く感じられない。
	繊維工業（総務担当）	・取引先では利益率の低下だけではなく、販売量も前年比で20%ほど減少している。消費税の再増税が決定すれば、更に景気が悪化する。
	化学工業（管理担当）	・円安に伴う商品の値上げが予想される。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・消費税増税による影響だと考えられるが、受注量は5月以降、大幅に落ちてきている。再増税ということになれば、更に悪くなる。
	金属製品製造業（営業担当）	・東南アジアでの現地調達が進み、注文がなくなる製品が出てきている。
	一般機械器具製造業（設計担当）	・物価上昇に消費者の収入が追いついていない。
	輸送業（営業担当）	・現時点で売上が伸びる材料がないため、昨年を上回ることはない。
	輸送業（商品管理担当）	・税金や物価が上がるなか、給料は変わらないため、負担が大きくなる。
	輸送業（営業所長）	・関東での営業内容を聞くと順調であるが、関西は微増にとどまると予想される。
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・上期の売上を元に、下期のメンテナンスの計画を立てるところは、計画が先送りになるのではないと思われる。ただし、環境共創イニシアチブの補助金に関する補正予算が通れば、逆に上向き可能性はある。
悪くなる	-	-
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）	・年末に向けて季節的な案件も増えているほか、中長期的な案件も増えつつあるため、今後も求人数は増えていく。また、契約の切れ目となる時期でも、終了となる人は少なく、契約延長する企業が増えているため、人材不足感が強まる可能性もある。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・天候条件にもよるが、年末に向けたプロモーションなど、各企業の活発な動きがみられる。
	民間職業紹介機関（大学担当）	・企業の採用意欲は高まってきている。このまま良い方向に進んでほしいが、学生の社会に対する期待感の向上が必要となる。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・今まで求人进行けん引してきた自動車や建設関連の動きが、8月のお盆ぐらいから低調になってきている。ただし、上半期が終わりに近づくとつれて、正社員を採る動きが活発になってくる。
	人材派遣会社（支店長）	・円安基調でもあり、まだ予断を許さない。
	人材派遣会社（営業担当）	・消費税の再増税が決定するまでは現状維持となる。
	人材派遣会社（役員）	・企業の採用意欲に変化はないが、金融機関の採用意欲については一段落している。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新聞への広告出稿から推測すると、2～3か月後の景気も特に変わらない。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新聞の求人広告に限れば、景気は現状維持としかいえない。ただし、当社でもインターネット広告の取扱は急増しており、当社が扱っていないインターネットの求人広告はシェアを伸ばしている。これらを含めれば、上向きといった判断になるのかもしれない。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加から減少に転じたが、雇用情勢が大きく悪化するような動きはみられない。ただし、最近の急激な円安ドル高傾向が気になるところであり、管内の中小製造業など、様々な業種への影響が懸念される。
	職業安定所（職員）	・景気は引き続き、現在と同じような状態で推移する。

	職業安定所（職員）	・新規求人や有効求人の内容をみると、老人保健施設の介護や医療、ヘルパー関連の人手不足が目立ち、そのほかの産業では、採用活動が控えられている。
	民間職業紹介機関（職員）	・建設業者は確保できる労働者数の範囲内では受注しないため、日雇い求人数は頭打ちになっている。期待される賃金の上昇も、まだわずかである。
	学校〔大学〕（就職担当）	・景況感は気分の問題だと感じているため、天候も含めて良い方向に動くことを期待したい。
やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-