

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 | 良くなる | 高級レストラン（スタッフ） | ・問い合わせの多さを見ると、来月以降の忙しさが予想される。 |
| | やや良くなる | 商店街（代表者） | ・年末商戦で少しは良くなる。 |
| (近畿) | | 一般小売店〔珈琲〕（経営者） | ・求人数が増加傾向にあり、特に中小企業は採用が困難になっている。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・今月末に向けて気温が下がってきており、クリスマス商戦も本格化するため、少しは回復に向かう。 |
| | | 百貨店（営業企画） | ・気温や天候といった11月の不調要因は一過性と思われるが、消費マインドの力強さが感じられない。全体的には世界各地でテロの不安が増し、消費の冷え込みにつながるリスクが高まっている。商圈内では競合店の改装や、大型商業施設のオープンなど、競合の激化が予想される。昨年からのボーナス支給の増加や、最低賃金の上昇分が貯蓄に回るのではなく、消費の増加につながることを期待する。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・品ぞろえが充実したファストフードやコーヒー類の売上がまだまだ伸びそうで、プレミアム系商品の売上も好調が続くと予想されるため、客単価の上昇が期待できる。 |
| | | コンビニ（店長） | ・来客数が増えているため、今後のクリスマスや年末イベントのほか、キャンペーンへの反応は良くなりそうである。 |
| | | コンビニ（店員） | ・設備投資や改装により、客目線での店づくりを行い、集客増を狙っていく。 |
| | | 衣料品専門店（営業・販売担当） | ・必ずしも必要ではない物でも、購入しようという雰囲気を感じられる。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・新型車効果で市場は活性化しているが、販売が最大となるのは来期以降になる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・全体的な年末年始商戦の強化で、12月中は来客数が増える。1～2月に再来店してもらえらるきっかけを作らなければ、物販のセールなどで消費が増える時期に、飲食業界の需要が低下する。 |
| | | 一般レストラン（経理担当） | ・正月、旧正月と、まだまだインバウンドの利用者が増えるなかで、受入体制も徐々に整い、効率的になってきている。国内の旅行者も増えており、相乗効果が見込まれる。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・先月、近くの施設がユネスコ記憶遺産に認定された影響で来客数が増えており、今後もその状態がもうしばらくは続く。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・円安で訪日客が増えるという図式が続く限り、ホテル業にとってはインバウンドが大きな収入増加の柱となる。ただし、客室単価の大幅なアップは、既存の国内ビジネス客にとっては大きな負担増となるため、出張回数や規模の縮小といった影響が出てきている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・宿泊は依然として好調を維持しており、単価も上昇している。一方、宴会部門は例年の会合に加えて、小宴会なども受注できているが、単価は横ばい傾向である。食堂については、宿泊客の利用がなかなか増えず、歓送迎会の受注を目指して販売している。 |
| | | 都市型ホテル（客室担当） | ・客室単価が上昇しているものの、先の予約は現在のところ順調に入っている。冬のボーナスは全体的にアップが見込まれるため、ボーナスが出れば国内の予約状況はもっと良くなる。 |
| | | 遊園地（経営者） | ・来客数、客単価共に好調に推移している。従業員の人員確保が困難であり、雇用環境は売手市場の傾向が強まっている。 |
| | | 競艇場（職員） | ・年末年始にかけて業界ではビッグレースが多数開催予定であり、盛り上がり期待できる。 |
| | | 美容室（店員） | ・成人式や卒業式などがあり、髪型を変える人も増えてくるため、やや良くなる。 |
| | | 美容室（店員） | ・来店時期がずれ込んでいる客も、年内には来店することが予想されるため、少しは良くなると予想している。 |
| | その他サービス〔学習塾〕（スタッフ） | ・秋の体験で来校した半数が入会を決めている。 | |
| | 住宅販売会社（経営者） | ・ようやく消費者の間に景気の上向き感が浸透し、購買意欲の向上が進むのではないかと期待している。 | |
| | 住宅販売会社（総務担当） | ・駅近の物件だけでなく、バスの利用が必要な不動産にも契約の動きがあり、好調の要因となっている。 | |
| | その他住宅〔展示場〕（従業員） | ・注文住宅の購入にかかる消費税増税の経過措置の期限が来年9月末までであり、契約に向けての準備段階として、展示場への来場客が増えている。 | |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・品ぞろえも低単価品が中心になってきている。 |

| | |
|------------------|--|
| 一般小売店〔事務用品〕（経営者） | ・プレミアム付商品券などの景気対策が実施されているが、消費が増えているとは思わない。 |
| 一般小売店〔時計〕（経営者） | ・今月の客の様子や雰囲気から、2か月先に良くなることは想像できない。特に、年配客は一部の人を除いて、生活を楽しんでいる様子はみられず、先行きの見通しが明るいとは思えない。 |
| 一般小売店〔鮮魚〕（営業担当） | ・12月の繁忙期に突入するものの、目立った予約受注もなく、大きな変化はない。 |
| 一般小売店〔衣服〕（経営者） | ・大阪のダブル選挙が終わり、消費者からは今後の大阪への期待と共に、不安についての声も多い。また、物価が上がっても給料が上がらないという声もよく聞かれる。やはり、起爆剤としての政治や社会経済の変化があり、大手企業だけでなく、小さな工場も少しずつ給料が上がっているという実感がなければ、景気は決して上向いていかない。 |
| 一般小売店〔花〕（店員） | ・客の購買意欲は相変わらず低いが、固定客については売上の変化はない。今後も固定客向けの売上が見込まれるため、売上全体に大きな変化はない。 |
| 百貨店（売場主任） | ・気温が下がってきているため、コートを中心にファッション関連は少し上向きであるが、全体の動きが鈍く、前年超えは厳しい。当店はビルの工事がマイナス要因となっており、今後も状況はあまり変わらない。 |
| 百貨店（売場主任） | ・初売りから冬物のクリアランスセールにかけては、景況感も良くなり、盛り上がると予想している。ただし、その後はプラスの要素が見当たらない。 |
| 百貨店（売場主任） | ・客単価は上がっている一方、流動客数は増加しているにもかかわらず、買上客数は減少が続いている。富裕層以外は堅実な消費行動が続いていると考えられる。 |
| 百貨店（売場主任） | ・気温の低下や景気の回復、インバウンドの好調さに頼らざるを得ない状況にあり、大きな期待はできない。一部の高額品の売上は堅調であるものの、ボリューム層向けの商品の動きが鈍く、取引先のアパレル大手でも在庫や人員調整の動きが加速している。外的、内的要因に好転する材料が乏しい状況である。 |
| 百貨店（営業担当） | ・海外の高級ブランド品の売行きが一部に偏っており、人気のある商品は入荷待ちである一方、インバウンドによる購入も含め、今までどおりの売上を確保できないブランドも出てきている。 |
| 百貨店（営業担当） | ・暖冬の予報が出ているため、冬物商材の売行きは厳しいと予想される。 |
| 百貨店（売場マネージャー） | ・現在の消費の傾向をみると、ファッション関連の低迷に歯止めがかからないため、苦戦が続くと思われる。また、気温の低下の遅れによる季節消費の減少は、取り戻すことができない。中国人の訪日客についても、ホテル代が高騰しているため、クルーズでの来日に移行しているが、メインの季節は春から夏であるため、回復は少し遅れると思われる。消費者の行動も、以前にも増して、必要消費やコト消費に変化していると感じる。 |
| 百貨店（サービス担当） | ・12月は、前年に実施しなかったイベントや催事の開催効果が見込まれる。集客の増加により、前年売上の確保に努めたい。 |
| 百貨店（販促担当） | ・今年の冬はエルニーニョ現象の影響で暖冬の予測が出ており、衣料品を中心に苦戦が予想される。来客数への影響も懸念され、食品などの売場も苦戦しそうである。 |
| 百貨店（外商担当） | ・近隣の競合店が改装に入り、大幅に店舗面積が減少するため、当店で客が流れ込むと考えられるが、年明けには大型商業施設の開業を控えているため、状況は一進一退である。 |
| 百貨店（マネージャー） | ・百貨店全体の好調要因であったインバウンド消費に、不確定要素が出てきている。その一方、中間ボリューム層の回復も見込めない。 |
| 百貨店（マネージャー） | ・食品や消耗品、身の回り品は、価格志向が強い状況が続くと思われる。また、将来の消費税増税や軽減税率の情報、最近の中国経済の動向などが購買心理に影響し、様子見状態が続くそうである。雇用状況では、自社でも少子高齢化の影響が出ており、不足している人材と確保できる人材のギャップが出始めている。 |
| 百貨店（商品担当） | ・年末年始やボーナス商戦はある程度盛り上がるものの、長続きしない。結果として、春節に伴うインバウンド需要に大きな注目が集まる。 |
| スーパー（経営者） | ・これからクリスマスやお正月となるが、今年は歳末の気分が出そうにないので、悪く感じる。 |

| | |
|--------------------------|---|
| スーパー（経営者） | ・暖冬予想であり、鍋物などの需要が停滞するほか、景気の先行き見通しも芳しくない。一方、顧客の低価格志向は確実に強まっており、国産牛から輸入牛、牛から豚などのシフトも進んでいる。パートタイマーの賃金だけでなく、正社員の賃金が上がるといった状況にならなければ、この傾向は今後も継続する。 |
| スーパー（店長） | ・12月の歳末商戦も、暖冬によるマイナスの影響が出ると思われる。一方、高額品は依然として好調が続くことで、消費の二極化が更に進む。 |
| スーパー（店長） | ・マイナンバー制度は、カードの送付時点から不安要素が非常に多い。パートタイマーに対する勤務時間のアンケートを始めているが、今後の制度変更に対する不透明感も不安要素の一部となっている。 |
| スーパー（店長） | ・ボーナス商戦から年末年始の動向がキーポイントになると思われるが、現段階では良くなる材料が見当たらない。 |
| スーパー（店長） | ・プレミアム付商品券の使用量が減ってきているほか、年末に向けて、ハレの日のために通常商品の買物を控える傾向が強まる。おせち料理の予約好調が唯一の希望である。 |
| スーパー（経理担当） | ・クリスマスから年末年始の日並びは今一つであり、逆にいえば、スーパーなどの家内消費型の業種には多少のプラス要因となる。普段の節約意識の反動で、ハレの日に消費が増える分を、いかに獲得するかが売上増加のカギになる。 |
| スーパー（広報担当） | ・12月商戦次第である。気温が冷え込めば大きな売上が期待できるが、現状のような暖冬が続けば、苦戦は必至となる。 |
| スーパー（社員） | ・これまでは原価の上昇分を店頭価格に転嫁できたため、順調な業績が続いてきたが、今月ごろから客が価格を気にしながら買うようになってきた。当面は大幅な悪化はないと考えられるが、消費税増税に向けて購入態度が慎重になる恐れが出てきている。 |
| スーパー（開発担当） | ・原油価格や野菜の高騰は落ち着いたようであるが、これから先は不透明である。 |
| コンビニ（広告担当） | ・今後、大きな変化はなさそうである。 |
| 家電量販店（経営者） | ・客の財布のひもが緩むような要素が見当たらない。 |
| 家電量販店（企画担当） | ・V字回復が見込めるような新しい対策が出ない限り、今後も厳しい状況が続くと感じている。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・個人消費の回復が一部の富裕層に限られ、社会全体に広がっていない。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・新車の販売や車検、その他の修理のすべてにおいて、前月とあまり変化がない。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・年末は来客数が増えて物が動き、お金も動く傾向となるが、今年は静かである。 |
| 住関連専門店（店長） | ・この半年間、売上の水準はまだまだ厳しいものの、安定した売行きであった。今月の案件数をみると、もうしばらくは今の状況が続くと予想される。 |
| その他専門店〔食品〕（経営者） | ・年末商戦では、忘年会などは若干上向きになる可能性があるものの、お歳暮などの単価低下や、企業による贈答品の予算削減が進む。 |
| その他専門店〔宝石〕（経営者） | ・今後は株価や金の価格変動への注意が必要となる。どちらも変化がなければ、客の消費行動にも変化はない。 |
| その他専門店〔医薬品〕（経営者） | ・12月に入るとボーナスシーズンになる。健康食品や高品質な化粧品などの販売増を狙い、従業員による接客の工夫などに努めたい。 |
| その他専門店〔宝飾品〕（販売担当） | ・引き続き円安傾向となることで、販売価格に変化はなく、購買意欲も高まることはない。 |
| その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター） | ・年明けからのセールスの反響も期待できないため、変わらない。 |
| 高級レストラン（企画） | ・先の予約状況をもても、大きな増減がない。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・12月に新しいスーパーがオープンするため、人通りが戻ってくることを期待したい。 |
| 一般レストラン（企画） | ・外食では低価格のファストフードが好調である。一方、高単価、高付加価値の店は、客単価の引き上げで何とか前年の売上を上回っているものの、来客数は伸び悩んでいる。特に、平日の来客数の回復がキーポイントであるが、なかなか増えないのが現状である。 |
| その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長） | ・12月は賞与の支給月であるが、政府の要請もあり上場企業などの一部では支給額が増えるものの、消費者全体に占める割合はわずかであり、景気の改善につながると思えない。 |

| | |
|----------------------------------|--|
| その他飲食 [自動販売機 (飲料)] (管理担当) | ・急激に増えたり減ったりすることはないが、福利厚生のために給茶器を導入するほど景気が良くなるとは思えない。 |
| 観光型ホテル (経営者) | ・売上は前年比で2%落ちている。世の中は景気が良くなくなっているといわれているが、当社はそうでもない。 |
| 観光型ホテル (経営者) | ・今後2~3か月先の予約も順調である。 |
| 観光型旅館 (経営者) | ・好調が継続すると予想している。 |
| 観光型旅館 (経営者) | ・原油相場が下がりつつある一方、暖冬の前報も出ているため、景気には様々な影響が出る。 |
| 都市型ホテル (支配人) | ・来月のボーナス支給で個人消費の増加に期待しているが、忘年会や新年会の予約は昨年並みである。単価の低下もあり、売上は多少減少しているが、宿泊の増加で全体的には変わらないと予想される。 |
| 旅行代理店 (広報担当) | ・欧州方面の落ち込みを、国内旅行の増加でカバーするには無理があり、現在の悪化傾向が継続する。 |
| タクシー運転手 | ・景気が良くなってほしい気持ちはあるが、季節的に飲食の機会が増え、タクシーの利用回数が増えるとしても、早めに帰宅する人も増えるため、必要以上の乗車は見込めない。 |
| タクシー運転手 | ・これから年末にかけて、少し人が動き出すとを感じる。 |
| タクシー運転手 | ・一般客の動きや、企業関係のハイヤー予約は、順調に推移している。 |
| 通信会社 (経営者) | ・特に変化の兆しはない。 |
| 観光名所 (企画担当) | ・来客数は前年比で10%増のペースが何とか続いている。この状況を維持するため、冬期イベントを実施する。 |
| 観光名所 (経理担当) | ・前年の11月は、3連休が月前半と後半に2回あったが、今年は後半だけであり、少し影響があったと思われる。ただし、後半の3連休は天候に恵まれたため、売上、来客数共に前年比で115%となった。琵琶湖の周辺には紅葉の景勝地が多く、好天や暖かさの影響で来街者数が増えたようである。一方、飲食や体験教室は売上が伸びているものの、物販の方はあまり増えていない。顧客ニーズを的確にとらえた品ぞろえがますます求められており、最終的には全体で前年比10%ほどの増加となりそうである。 |
| ゴルフ場 (支配人) | ・報道されているような好調な動きは、身近ではみられない。まだ就職難が続いている。 |
| 競輪場 (職員) | ・年明けの伸びに期待したいが、プラスの要素が見当たらない。 |
| その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当) | ・国内のレジャー消費が好転する感覚はあまりない。 |
| 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17日間予定されており、ほかに子ども向けのイベントや、企業イベントが開催されるので、今年と同じぐらいの集客を見込んでいる。 |
| 美容室 (経営者) | ・土日の商店街は本当に閑散としており、大手スーパーに客が流れている。近隣のスーパーが建て替えのために閉店してから1年半となるが、再オープンまであと2年もある。それまで持ちこたえられるかが不安である。 |
| その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当) | ・コミックレンタルや、書籍、中古本、文具などの売上が前年を上回って順調に推移している。そのほかのアイテムについても、カフェなどの複合出店によってますますの状況である。 |
| 住宅販売会社 (経営者) | ・人気地域の物件であっても、客の反響が薄いため、しばらくは横ばいとなる。 |
| 住宅販売会社 (経営者) | ・契約見込みが減少している。 |
| その他住宅 [情報誌] (編集者) | ・中古マンションの高値傾向が続き、新築マンション価格も下がる要素が見当たらない。一方、富裕層を中心に購入意欲の高い状態が継続している。 |
| やや悪くなる | 一般小売店 [衣服] (経営者) ・暖冬がいつまで続くのかが不安である。1月末から2月の冬物最終処分を早期に切り上げ、春物の仕入れを1週間ほど早く行うことで、次の展開に移りたい。 |
| | 一般小売店 [精肉] (管理担当) ・牛肉の仕入価格は高騰しているが、なかなか販売価格に転嫁できない。繁忙期に利益を確保できなければ、この先は非常に苦しくなる。原料が安くなる可能性は非常に低いので、今までにない対策を取らなければ非常に厳しい状況になる。 |
| | 一般小売店 [衣服] (経営者) ・今月の状況をみていると、先行きが不安である。 |

| | |
|-------------------------------|--|
| 一般小売店〔酒〕(社員) | ・過激派組織に対する動きが欧州で始まり、ユーロは対円で下落することが予想される。ユーロ安による還元セールができるほどではないが、消費者の間ではそれを見越した輸入品の買い控えが増える。 |
| 百貨店(企画担当) | ・インバウンド売上の拡大基調が一巡しており、これからは前年を下回ってくるのが予想される。ポリウム層の動きも厳しく、これからの商況は悪化すると考えている。 |
| 百貨店(売場マネージャー) | ・近隣のショッピングセンターの集客も増えているようにはみえず、地域全体として活気がない。ボーナス支給後に戻ってくるかどうかを注視している。 |
| 百貨店(マネージャー) | ・消費者は12月中旬から年明けのセールを見据えて、買い控えに入ることが予想される。定価品の販売期間が短くなることで、メーカー側も生産調整などに入らざるを得ない。春物商品の品ぞろえなども縮小することで、更に消費を喚起する要素が減ることになる。 |
| スーパー(経営者) | ・消費税増税や物価の上昇に、賃上げが追い付いていない状況であるため、消費は落ち込む。 |
| スーパー(店長) | ・企業の業績は好調であり、ボーナスアップに関する記事もみられるものの、一般家庭での景況感の良さは感じられない。情報通信費や光熱費の高騰による可処分所得の減少が進んでおり、買い控えの傾向が顕著となっている。 |
| スーパー(企画担当) | ・来客数の減少が続く。 |
| スーパー(管理担当) | ・年末商戦に向けて期待したいところであるが、原料が高騰することで、利益率の低下が避けられない状況となる。 |
| コンビニ(店員) | ・来客数の減少傾向が進んでおり、先行きが不安な状態が続く。 |
| 衣料品専門店(販売担当) | ・客の来店頻度や購入単価が悪化している。 |
| 乗用車販売店(経営者) | ・政府は社員への給与アップや設備投資の増加を奨励しているが、我々中小企業は人手不足が深刻で、円安による原材料価格の高騰といった厳しい環境に置かれていることを理解してもらいたい。実体経済が悪いため、今後もしばらく景気は良くならない。 |
| 一般レストラン(店員) | ・これから寒くなると、客足が遠くなる。 |
| 観光型旅館(経営者) | ・12月以降の予約客数をみると、動きが悪い。 |
| 観光型旅館(団体役員) | ・食材などの仕入原価が上がっているほか、人材不足に伴って人件費が高騰する可能性もあるため、先行きはやや悪くなる。 |
| 都市型ホテル(管理担当) | ・海外の団体客によるキャンセルが目立ち始めている。 |
| 旅行代理店(経営者) | ・今のところ目立ったキャンセルは出ていないが、今後はパリを中心に、年末の欧州方面のキャンセルが出ると予想される。また、新規の受注にも大きなマイナスの影響が出てくる。国内を含めて、ほかの方面へ振り替えるだけではマイナスは補えない。 |
| タクシー運転手 | ・これから年末となるが、現状維持は難しく、少し悪化する。 |
| 通信会社(社員) | ・テレビを購入する動きがあまり回復していない。4K放送などで回復する可能性もあるが、状況は楽観できない。 |
| テーマパーク(職員) | ・減少傾向にある来場者数に対し、販売量まで落ち込む様子はみられないものの、海外情勢の悪化に伴い、今後は外国人客による訪日の減少が予想される。また、多くの人が集まる場所は何となく避けたいという心理が広がるなかで、その影響の出方が気になるところである。 |
| 美容室(店長) | ・最低賃金を1000円に上げる話があるが、仮にそうなるとパート社員を雇えなくなる。 |
| その他サービス〔保険代理店〕(経営者) | ・帳面上では利益が出ていても、キャッシュフローが少なく、先行き不透明感がある以上、設備投資は控えられる。来年中に景気の上昇感が出てこなければ、その先は間違いなく下降する。 |
| 住宅販売会社(従業員) | ・これまでマンション市況は、都心回帰の動きや相続税対策、インバウンド需要によってけん引されてきたが、税制改正の動きやくい施工データの改ざん問題といった逆風のなか、購入意欲の減退が予想される。 |
| 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) | ・円安が続いているため、輸入業者は良くならない。 |
| 悪くなる 一般小売店〔花〕(店長) | ・寒くなると来客数も少なくなる。あと1か月で年末になるという感覚がない。 |

| | | | | | |
|----------------------------|--|------------------|---|--------------------|---|
| | | スーパー（店長） | ・プレミアム付商品券の効果がなくなり、客の購買意欲が低下する。人口減少も大きなマイナスの要素であり、急激な過疎化による悪影響が出る。 | | |
| | | コンビニ（経営者） | ・競合店への対抗上、商品の充実を図る必要がある。その結果、在庫の負担が増えてロスが多くなり、経営が圧迫される。 | | |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・洋服の値段が値上がりしている。家計は洋服代を減らそうと考えているため、ますます売れにくくなる。 | | |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・政府の消費喚起策の終了後、消費の低迷が加速すると考えられる。 | | |
| 企業 動向 関連 (近畿) | 良くなる やや良くなる | 食料品製造業（営業担当） | ・年末年始には消費者の購買意欲が高まるため、売上は良くなる。 | | |
| | | 食料品製造業（経理担当） | ・政府の後押しで賃上げなどが進む影響が出てくる。 | | |
| | | 木材木製品製造業（経営者） | ・進めている新規事業が更に順調となり、入荷、販売共にスムーズに進むようになる。 | | |
| | | 化学工業（経営者） | ・年明けには、ものづくり助成金を活用した新規設備が導入されるので、その効果が少し出てくる。 | | |
| | | プラスチック製品製造業（経営者） | ・定番商品に需要が集まっているように感じる。売上は前年並みか少し増加傾向で推移しており、大きな伸びはないが、堅調な路線を進んでいる。 | | |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・日本の停滞の原因が人件費の高さにあることは明白であり、2008年ごろにはその影響を強く受けた。現政権は様々な支援金を支給したり、国内の人件費を上昇させる政策を率先して行っているが、そのために国内の景気が暗転する不安を感じている。 | | |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・例年どおり、年度末に向けて受注、売上共に増えている。 | | |
| | | 建設業（経営者） | ・年度末に向けて、少しずつ良くなってくると思う。既存客だけでなく、新規客からの引き合いも増えてきている。 | | |
| | | 輸送業（営業担当） | ・電子部品の国内生産が増えて、工場間の荷物が増えている。 | | |
| | | 輸送業（商品管理担当） | ・お歳暮シーズンに入ったため、販売量が増加する。 | | |
| | | コピーサービス業（店長） | ・問い合わせの件数が増加しているため、少しは上向いてくと予想している。 | | |
| | | 変わらない | | 食料品製造業（従業員） | ・食品関連の動きは景気に大きく左右されにくいですが、ソースを使用する食べ物は、どちらかといえば家計に負担の少ない物が多いため、景気が悪いと需要が伸びる傾向にある。 |
| | | | | 繊維工業（団体職員） | ・年末需要は前年比で増えているが、昨年は消費税増税の影響による大幅な減少があった。一昨年と比較すると、受注量は減少している。 |
| | | | | 家具及び木材木製品製造業（営業担当） | ・忙しくなっているが、例年どおりである。 |
| パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・顧客からは増産の話が聞かれない。 | | | | |
| 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・ここ2～3か月は、少しずつ上向き傾向にも感じられたが、例年は需要が増える年末から期末にかけての注文が鈍いように思われる。 | | | | |
| 化学工業（管理担当） | ・米国の金利引上げ時期が未定で、景気回復が見込めない。 | | | | |
| 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・現状では、良くなる理由も悪くなる理由も見当たらないため、今の状態が続く。 | | | | |
| 金属製品製造業（管理担当） | ・12月からは、ローンの運用に関する法律も施行される。当社の商品を使った引き合いがきているが、うまくいけば新たなビジネスにつながるかもしれない。 | | | | |
| 金属製品製造業（営業担当） | ・この先も、鋼材メーカーの対応が変わる様子は感じられない。 | | | | |
| 一般機械器具製造業（経営者） | ・当社は大型受注が増えているが、周囲の状況は良くない。特に小口の受注が減っており、全体としては良くも悪くもない状態で推移する。 | | | | |
| 一般機械器具製造業（設計担当） | ・収入が増えていない一方、物価が上昇していることで、支出の抑制傾向が強まりそうである。 | | | | |
| 電気機械器具製造業（経営者） | ・日本国内では新技術の研究開発が進んでいるが、世界に目を向けると政治的にも経済的にも混んとしている。 | | | | |
| 電気機械器具製造業（営業担当） | ・景気の良くなる要素がない。 | | | | |
| 電気機械器具製造業（宣伝担当） | ・景気が良くなる要因がない。 | | | | |
| 輸送用機械器具製造業（経理担当） | ・自動車関連の受注は確実に出てくる一方、そのほかの引き合いをいかに受注に結び付けるかが課題である。 | | | | |

| | | | |
|----------------------|----------------------|---|--|
| | その他製造業〔履物〕 (団体職員) | ・靴の小売業界全体ではスニーカーブームが依然として続いており、一見好調に見える。ただし、当業界のファッションシューズ部門では、スニーカーのあおりを受けて苦戦している。また、今月は例年に比べて気温が高めとなったため、ブーツ系の冬靴の売上が伸びていない。 | |
| | 建設業(経営者) | ・案件の単価が低く、売上が伸びないほか、利益率も低いためにもうからない。さらに、人材不足が深刻化してきており、仕事がさばけない。これも負のスパイラルである。 | |
| | 建設業(経営者) | ・相変わらず東京一極集中の状況が続いている。現場監理技術員や技能労務者の不足が、地方では深刻な問題である。 | |
| | 建設業(営業担当) | ・2017年までは受注見込みが先行しており、人手不足の状態が続くことが想定される。この先、くい関連の問題がどうなるかが不安要素であるが、全容が明らかになれば、新たな方向性がみえてくる。 | |
| | 輸送業(営業所長) | ・輸出入の航空貨物配送の業務が年々減少しており、先行きが暗い。 | |
| | 金融業〔投資運用業〕 (代表) | ・景気の起爆剤となるような対策が必要である。特に中小企業の底上げになるような内容が求められる。 | |
| | 新聞販売店〔広告〕 (店主) | ・折込収入がやや上向いているが、前年比でみると良いというほどではない。購読数が減少しているため、景気が上向いているとは思えない。 | |
| | 広告代理店(営業担当) | ・1月まではまずまずであるが、2月の受注が少ないため、全体的には変わらない。 | |
| | 広告代理店(営業担当) | ・今まで好調であったインターネット広告が前年を下回っており、予想しにくい状況になっている。 | |
| | 広告代理店(営業担当) | ・これ以上の好調は難しいが、今の状態がしばらくは続く。 | |
| | 司法書士 | ・状況が変わるような要因も見当たらないため、今の状態が続く。 | |
| | その他サービス〔自動車修理〕(経営者) | ・取引先からも良い話が聞かれず、このまま年末までは良くない状況が続くそうである。 | |
| | その他サービス業〔店舗開発〕(従業員) | ・気象庁が発表している3か月予報によると、近畿地方は数年ぶりの暖冬に加え、多雨となる可能性が高い。暖冬は冬物商材の売行きに影響し、多雨は出控えの要因になる。 | |
| やや悪くなる | 繊維工業(総務担当) | ・売上が伸びていない状況では、メーカーの採算も合わないため、年末、年明けに向けての不安が強まっている。 | |
| | 繊維工業(総務担当) | ・米国の利上げ予想から円安の進行がみられる。海外からの仕入コストの上昇により、経営が圧迫されると感じている。 | |
| | 金属製品製造業(経営者) | ・世界的なテロや中国経済の停滞により、市場は不安定となり、全体的に減速に向かう。 | |
| | 輸送業(営業担当) | ・当分は競合店に客が取られるため、配達件数が減る。 | |
| | 金融業(営業担当) | ・今後の消費税率の引上げにより、景気の良し悪しが決まる。 | |
| | 経営コンサルタント | ・全体としては消費マインドが冷え込んできている。消費税増税の時期が近づいてくるなかで、身の回りの物価上昇もあり、財布のひもが固くなっている。 | |
| | その他非製造業〔機械器具卸〕(経営者) | ・ルート販売を行っているが、流通が変化しており、仕入れや販売の方法が変わりつつある。零細企業には方向転換が求められる状況である。 | |
| | その他非製造業〔商社〕(営業担当) | ・毎年、年明けは仕事量が減る。 | |
| 悪くなる | 不動産業(営業担当) | ・12月に米国の利上げが予想されており、実施されると新興国からは投資が引き上げられる可能性が高く、そのなかには中国も入っている。中国から設備投資などが引き上げられれば、景気が悪化し、日本の景気にも悪影響が出る。 | |
| | その他非製造業〔電気業〕(営業担当) | ・実体経済の回復が見通せない。 | |
| 雇用 関連 (近畿) | 良くなる | - | |
| | やや良くなる | 新聞社〔求人広告〕 (担当者) | ・年末商戦、初売り商戦共に盛り上がりを感じる。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社(経営者) | ・景気が右肩上がりとなる傾向は、来年一杯は続く。ただし、ここへきてははっきりしてきたことは、企業が優秀な派遣社員を正社員に切り替えようとしていることである。 |
| | | 人材派遣会社(営業担当) | ・具体的な景気対策の動きが出てきていない。 |
| 人材派遣会社(支店長) | | ・年末までの契約更新分に対する、求職者の動きが悪い。 | |
| | 新聞社〔求人広告〕 (管理担当) | ・新聞求人への動きは安定しているが、上向きで推移しているとはいえない。中国経済の減速懸念や欧州でのテロなど、社会を不安に陥れ、経済に悪影響を与えかねない不安定要素が多いため、景気が良くなるとは考えにくい。 | |

| | | |
|--------|------------------|--|
| | 職業安定所（職員） | ・医療・福祉分野、卸売・小売業、宿泊・飲食サービス業の求人増加が続いている一方、駅前開発による交通量の変化で、地域経済に長らく貢献してきたテナントビルや映画館の閉館が相次いでおり、先行きは楽観視できない。 |
| | 職業安定所（職員） | ・求人は増加傾向で推移しているものの、前年比での増加率は縮小しており、大幅な増加は見込めない。また、有効求人倍率は上昇しているが、正社員求人の割合は40%台で推移している。 |
| | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・採用時期の変更の影響で、まだ新卒者を確保できていない企業がある。 |
| | 学校〔大学〕（就職担当） | ・良くなることを期待している。 |
| | 学校〔大学〕（就職担当） | ・新年度の採用の動きが出るまでは、今の状況が続く。 |
| やや悪くなる | アウトソーシング企業（管理担当） | ・年末に入るべき仕事は全く入ってこないため、しばらくは厳しいの状況が続きそうである。 |
| | 民間職業紹介機関（職員） | ・日雇い労働者を雇用している事業所への聞き取り調査の結果、例年になく仕事が増えそうにないという声が多い。 |
| 悪くなる | - | - |