

8. 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（人事担当）	・ようやく例年並みの気温になるとの予測から、暖房機器の販売の回復が見込まれる。また、各業界はブラックフライデーや年末セールなどで、大幅に価格を下げる傾向にあるため、消費者の財布のひもが緩むことを期待している。
	○	商店街（代表者）	・最近では気候も良いせいか、安定的に人出が増えている。
	○	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・直営のカフェや、取引先の飲食店の来客数が、インバウンドの増加によって伸びている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・12月は、インバウンドによる予約が多く入っている。
	○	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・11月後半の勢いそのまま、販売量が活発に増えることを期待している。
	○	百貨店（企画担当）	・来年1月下旬からの春節効果もあり、インバウンド売上がもう少し増えると予想している。10月の国慶節の期間も、海外の富裕層が増加したことで、インバウンドの客単価の上昇につながっている。
	○	百貨店（販促担当）	・冬の天気予報は平年並みであり、消費も同様の動きが予想される。春に向けては気温の推移を注視し、冬物商材の処分計画に対する柔軟な対応が重要となる。インバウンドは長期旅行者やリピーターなどによる、街への来訪が増える見込みであり、エリア特性のある商材の拡充によって対応していく。
	○	百貨店（マネージャー）	・食料品の競合店のオープンによる影響が一段落し、野菜価格の上昇も落ち着いてくれば、売上は回復することが予想される。また、バレンタイン商戦は年々売上が伸びているため、新規の販売促進策でまだ売上の拡大が期待できる。衣料品関連も前年が極端な暖冬で苦戦した反動もあり、前年を上回る動きが予想される。
	○	百貨店（サービス担当）	・クリスマス、年末年始商戦のスタートで、来客数やインバウンド観光客が増える期間となるため、売上の拡大に期待している。
	○	百貨店（販売推進担当）	・物価の上昇による買い控えの傾向が続くなか、今後の決算を受けて、ボーナスなどがどこまで増加するかに期待している。
	○	百貨店（マネージャー）	・ここ数か月はインバウンド、国内客共に安定しており、大きな変化がないなか、中国人客の来街が緩やかに増えている。この部分の上乗せが、数か月先には良い影響となって徐々に出てくると予想している。
	○	百貨店（売場マネージャー）	・今月から気温が下がって例年並みとなり、衣料品関係が動き出している。特に、婦人服関係が良くなっているほか、インバウンドの観光客も増えており、ラグジュアリー関連を中心に売上増が期待できる。また、クリスマスや年末年始の動きにも期待している。
	○	百貨店（売場統括）	・8月から10月の動きと比べて、外国人客の売上が30%回復している。
	○	スーパー（企画）	・賃金の上げが続くため、インフレも継続する。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数は現状のまま推移しそうであるが、数多くの商品が値上げ予定であるため、客単価の更なる上昇が期待できる。
	○	コンビニ（経営者）	・今後は、欧米からのインバウンドの来店が5%から7%増える見込みである。近隣のホテル代が1万円から2万円程度に上がり、国内客が泊まりにくくなっているが、インバウンドの利用で満室になっている。
○	コンビニ（店員）	・3年前から続いている高速道路の工事がもうすぐ終わり、来月に開通する予定のため、車での来店が増えると予想している。それに伴い、景気が上向くことを期待している。	
○	コンビニ（店員）	・来月から12月に入るため、人の往来が増える。	
○	乗用車販売店（経営者）	・車検の予約台数は変わらないが、新車の販売が増えている。	
○	乗用車販売店（支店長）	・来年にかけて米国の景気が上向くのに伴い、日本の景気も良くなることを期待したい。	

○	乗用車販売店（販売担当）	・年明けからは生産台数が増えるとの情報もあり、今以上に活気が出てくる。
○	その他専門店〔ドラッグストア〕（店員）	・ボーナス商戦や年末年始商戦もあり、化粧品の子約数が伸びている。急激な景気の改善は難しいものの、個人消費は緩やかな増加が予想される。
○	高級レストラン（スタッフ）	・12月から来年3月頃までは会食の機会も多く、客単価も上昇傾向となるため期待できる。
○	その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・来客数が年々増加し、客単価も上がっているほか、海外からの客も増えている。
○	都市型ホテル（客室担当）	・販売状況が上向いている。
○	都市型ホテル（販売促進担当）	・客室の先行予約の動きはまだ弱い。その一方、レストランは予約が増えており、特に前回は好評であった正月のランチブッフェは、4500円から5500円に料金を上げるが、元旦からの3日間はほぼ満席となっている。
○	都市型ホテル（総務担当）	・3か月後は大阪・関西万博の開幕まで約1か月という時期になる。施設の完成に伴う視察や関係者の準備など、いわゆる万博需要が始まるため、特に国内からの集客が期待できる。
○	タクシー運転手	・インバウンドの増加や季節要因もあるため、少しの距離でも利用が見込まれる。
○	タクシー運転手	・大阪・関西万博を間近に控え、関連の業者が忙しくなるなど、少し動きが出てきている。
○	通信会社（社員）	・今後は年度末を経て、繁忙期に入る。若年層の需要増加が見込まれるほか、キャリアによる他社からの乗換え客の獲得強化にも拍車がかかることで、今以上の販売が見込まれる。
○	通信会社（営業担当）	・米国の大統領が代わるため、世界的に景気が良くなると予想される。
○	ゴルフ場（支配人）	・予約状況は引き続き悪くないため、季節要因による休業などがなければ、やや良くなる。
○	競輪場（職員）	・今月の客単価は異常なほど下がったが、今後は8000円台程度に戻ると予想される。
○	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・雪目当てのインバウンドの増加を期待している。
○	住宅販売会社（経営者）	・米国の大統領選挙や衆議院選挙が終了し、市場が安定してくると予想される。
○	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・全体的な物価の上昇や、設備費の高騰による住宅価格の上昇は続いているが、以前と比べると、住宅の市場価格は落ち着いてきている。
○	その他住宅〔住宅設備〕（営業担当）	・年収の税制上の壁が引き上げられ、特定扶養控除の要件も緩和されれば、手取額が増えるとの報道がある。その効果に期待したいが、望みは薄い。
□	一般小売店〔時計〕（経営者）	・今年に続いて、来年も値上げ予定の商品が早々に告知されている。主に食料品であり、ふだんの生活からは外せない。実際に今年は米が突然なくなったため、予防的な対応をする客も出てくるなど、なかなか明るい見通しは立てられない。全体として、景気が良くなる見込みは全くない。
□	一般小売店〔化粧品〕（経営者）	・国内客による買物の変化が顕著である。マスクをいまだに外さず、オフィスに行かない在宅勤務者も増えたため、コロナ禍以降の化粧品の使用方法が若干変化している。買物の内容でも、お金を使うケースと使わないケースの差が激しく、高級化粧品は好調であるが、かつて主力であった海外の化粧品ブランドには余り関心がみられない。安心、安全で、低価格ながら効能の高い日本のブランドの人気が高まっている。ただし、話題性がなければ購入に至らない状況は今後も続く。
□	一般小売店〔野菜〕（店長）	・米国の大統領が代わり、今後はどのような動きになるかが見通せない。
□	百貨店（広報担当）	・国内客、海外客の消費トレンドに、大きな変化はないと予想される。
□	百貨店（外商担当）	・米国での新大統領の誕生で、株価、為替共に不安定になることが予想される。その一方で、気温の低下に伴い、冬物衣料の売上が伸びると予想される。
□	百貨店（管理担当）	・今後も一進一退の状況が続く。

<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・マイナス材料、プラス材料共に大きな要素はなく、景気は現状維持が予想される。その一方、近隣の商店街では店舗の撤退や入れ替わりが多く、景気の悪化に連動したような動きがみられる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（商品担当）	・不安定な政治や物価の上昇、諸外国の状況など、不透明な部分が多いため、今後も良くなるとも悪くなるとも言い難い。
<input type="checkbox"/>	百貨店（宣伝担当）	・今後は為替の変動や観光客数の動きを踏まえると、インバウンド売上は減速すると予想している。ようやく冬物商材が動き出したため、国内客の売上は堅調であるが、インバウンド売上の減少を補うまでには至らないと考えている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（マネージャー）	・年末年始を控えて、全体的には今月と同様の推移が予想される。国内の中間層は選択消費が続くなか、ハレの日の消費ではコストパフォーマンスの良い商品の動きが期待できる。また、富裕層の消費でも、限定品などのギフト関連が堅調に推移しそうである。インバウンドも地域的にみて、まだ好調に推移することが予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・消費が外食やレジャーに流れる傾向となり、小売業は苦戦が予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価の上昇など、消費を取り巻く環境に変化がなく、好転する理由が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・年末年始商戦を迎えるに当たり、生活防衛の動きに変化はないと考えられる。今後は景気が悪くなることはないが、節約志向が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・とにかく野菜や果物の価格がまだ高い。今後も天候次第でどうなるか分からないため、かなり厳しい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・改装効果が今のまま継続すると予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・12月にも競合店が1店舗オープン予定であり、売上などへの影響が懸念される。米の仕入価格の上昇もあり、今まで耐えてきた総菜部門でも、主力商品のおにぎりや手作り弁当などの値上げが避けられない。その結果、販売数の減少や値引きによる損失も増えるため、利益の確保が難しくなる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・最大の商戦である年末商戦を迎え、今年は長期の連休となるため、遠方への外出や旅行に需要がシフトする。それに伴い、食費の節約や来客数の減少が懸念される。ただし、ハレの日の消費によって景気全体が活気付けば、消費の勢いが増すという期待感もある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売促進担当）	・販売原価は今後も上昇が予想される。一方、年収の税制上の壁に関する議論が進み、引上げが実現すれば、手取額や労働時間の増加による景気の上向き効果が期待される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画）	・企業努力で維持してきた価格も、最低賃金の引上げによる影響で値上げせざるを得ない。今後は店頭価格が上がってくるため、景気は現状維持となる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・年末の繁盛期に向けて、忙しくなることを期待している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・値上げなどの影響が顕著に出ると予想されたが、今のところは客の様子に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・来客数が増えているわけではないため、大きくは変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店員）	・しばらくは今の状況が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・デフレの動きを実感することが増えている一方、物価全体は上昇している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・12月はボーナスの支給といったプラス材料があるものの、2～3か月先となると、物価の上昇に伴う消費の鈍化や、原材料価格の高騰懸念もあり、見通しとしてはまだ厳しい。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（経営者）	・補助金制度が終了となった一方、新年度の補助金の内容は不明なため、先行きが見通せない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・更なる値上げの動きや、政府による電気、ガスの補助金カットで家計の負担が増えている。今後の消費動向は、年収の税制上の壁に関する引上げ幅や、賃金のベースアップの幅に大きく左右される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・少しずつ個人消費の減少が進んでいる。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・販売台数が横ばい傾向で推移するなか、販売単価の上昇で売上を支えてきたが、数か月先も販売台数が増える見通しは立っていない。メーカーの基盤となるドイツの市場自体が厳しいほか、中国市場の悪化により、本社の施策が弱まっている。客層は異なるが、日本のメーカーによる新車の生産も戻ってきたため、少なからず影響が出ると予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・何か回復のきっかけがない限り、今後も難しい。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・3か月先は現状と変わらないと予想される。円高が進まない限り、今の状態で推移する。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	・年収の税制上の壁に関する問題が出ているが、全体の所得が上がれば、少し良くなっていく。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経理担当）	・12月からはガソリン補助金が段階的に縮小となるため、一部の消費者は節約志向が強まるものの、景況感に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・クリスマスなどの年末に向けたプレゼント商戦も、本物志向の客が減っているため、貴金属や宝飾品よりもイミテーションの需要が増える。また、高い予算であれば、ハイブランドの小物類に需要が流れる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（管理担当）	・気温の低下により、カイロなどの冬物商材にも動きがみられるほか、風邪薬や衛生用品の販売も緩やかに上向いている。また、化粧品やスキンケア用品も順調に動いているが、食品や生活必需品は値上げの影響で、客単価は上昇しているものの、買上点数は減少している。年末商戦に向けて対策が必要となるなか、大きな上昇要因は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（総括）	・先行きの好材料が見当たらず、物価の上昇といったマイナス材料が多いため、慎重な消費行動になっている。大阪・関西万博などのイベントも、宣伝は盛り上がりおらず、消費を促す材料に乏しい。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔インターネット通販〕（オペレーター）	・インナーやカーディガンの注文は増えているが、全体的には例年と変わらない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（企画）	・インバウンドの需要は引き続き堅調に推移するが、国内客の旅行需要は盛り上がり欠ける。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・予約状況を見ると、12月は一定の売上、来客数が見込めるものの、コロナ禍以降は外食に行く意欲が減ったという声が増えている。また、物価の上昇による家計の圧迫により、日常的な外食の機会も減っている。特に、夜の時間帯の集客は厳しく、景気の回復には程遠い。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（企画）	・消費が減少し続けるなか、政府の経済対策は単発で特定階層向けであるなど、経済全体を活性化するものではない。また、食料品価格の高騰が続いており、家計が更に厳しくなることで、外食も減少することが懸念される。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店主）	・年末年始には客がやや動くものの、例年どおり、年明けから2月は余り期待できない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔自動販売機（飲料）〕（管理担当）	・物価がまだ上がり、光熱費も上がるため、先行きには不安しかない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	・今後3か月の予約状況も、前年と比べて好調である。国内客、インバウンド共に好調な動きとなっている。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・物価の上昇などにより、購買活動は更に控えられる見込みである。その一方、ホテルの特徴が明確であれば、料金は高くても支払う傾向が高まると予想される。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・客室稼働率は上昇傾向にあるものの、単価が上がっていない。一方、レストランは受注が伸びており、宴会についても例年並みで推移している。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（客室担当）	・正月は曜日周りも良く、順調に受注できているが、それ以降は春節の時期を除いて予想が立たない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（店長）	・学生の海外旅行の問合せが徐々に増えているが、コロナ前と比べて価格が上がっているため、なかなか即決とはならず、検討となるケースが多い。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・12月のボーナスに期待したいが、所得自体の増加率は、物価の上昇率には届かないと予想される。さらに、所得が増えずに物価が上がるなか、貯蓄への関心も高まるという状況に変化はない。

□	通信会社（経営者）	・円安の進行による、輸入原材料価格の高騰が懸念される。
□	観光名所（企画担当）	・今年度に入り、来場者は前年比で微増の状況が続いている。3か月後もこの傾向が続くと予想される。
□	競艇場（職員）	・11月のSG、G1競走の売上はやや減少傾向がみられたが、全体的に大きな変動はない。年末のビッグレースを控え、インターネット投票を中心に前年並みの売上が期待できる。
□	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・イベントの開催数は3か月前と大きな増減はないが、人件費の上昇などで費用が大幅に増え、利益が減少している。ただし、イベントの開催自体は順調である。
□	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・12月から来年2月には、コンサートが23日間入っているほか、子供向けのイベントや企業のイベントも開催されるため、前年並みの集客を見込んでいる。
□	住宅販売会社（従業員）	・郊外を中心とした、新築分譲マンションの販売状況の回復は想定できない。ただし、デベロッパーには資金力のある企業が多いため、企業の経営に大きな影響はない。
□	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・インバウンドの動きの更なる活発化で、不動産市場にも影響が出る。都心ではマンション用地の確保が更に難しくなり、建築費の高騰と合わせ、供給の難易度が更に上がる。それに伴い、供給戸数が減少することで、価格上昇圧力も高まる。その反面、郊外の市場の動きは鈍く、好転の兆しが出てくるのはまだ先と予想される。
▲	一般小売店〔花〕（経営者）	・クリスマスや年末商戦の後、売上が落ち込むほか、物価の上昇によるし好品の買い控えが増える。
▲	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・先行きに心配な要素が多すぎる。
▲	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・消費者の様子や商店街の人通りをみると、景気が悪化している。物価が日々上がっている実感があるなか、生活必需品ではない衣料品に、消費者がどこまで費用を掛けられるのかを考えると、今以上に販売量は減るおそれがある。
▲	百貨店（売場主任）	・年金世帯が多い当店のような郊外店では、インフレに対する買い控え傾向が当面続くと予想される。
▲	百貨店（企画担当）	・11月の好調は前月までの不足分をばん回したものであり、今後もこの傾向が続くわけではない。特に地方都市については、全体として良い状況とはいえない。
▲	百貨店（商品担当）	・海外の政治情勢の影響もあり、株価や為替の動きが不安定である。昨今のインバウンドの動きが今後も見込めるとは限らず、衣料品や食品の販売促進に注力しているが、効果は薄い。さらに、小売業では新規販売員の募集にも人が集まらず、年末年始は欠員気味であるため、売上に影響が出る可能性がある。
▲	スーパー（経営者）	・賃金の上昇分以上に、原材料や資材、燃料価格の上昇が続いており、消費者の節約志向が高まっている。
▲	スーパー（企画）	・野菜を中心に価格がやや上がっており、今後の消費に影響が出る。
▲	スーパー（開発担当）	・物価の上昇が止まらない一方、賃金が上がらない状況では、景気が良くなることはない。
▲	スーパー（社員）	・長引く商品価格の上昇が、客の買い控えにつながる状況は当面続く。また、関西地区でのスーパーの競合は激しさが増しているため、今後も厳しい状況が予想される。
▲	コンビニ（店員）	・12月から米の仕入価格が約1.5倍に上がるため、手作り弁当やおにぎりの売上への影響が不安である。
▲	衣料品専門店（店員）	・市場が閑散期に入るほか、気温の変動による影響も予想される。
▲	家電量販店（店員）	・年末に向けて、来客数の増加が予想されるものの、購入にはかなりの時間を要するため、前年以上の実績は難しい。
▲	乗用車販売店（経営者）	・受注量の変動幅が大きくなっている。客はローン金利の動きを気にし始めており、購買力は大きく低下している。
▲	住関連専門店（店長）	・クリスマスシーズンの購買が、例年よりも低迷している。商談そのものが少なく、購買促進につながる良い材料ない。
▲	一般レストラン（店員）	・商品の値上げや物価の上昇が続くなか、今後は良くなる要素が見当たらない。
▲	都市型ホテル（管理担当）	・冬のオフシーズンに入るため、単価は下がるものの、インバウンドの利用に期待している。

	▲	都市型ホテル（フロント）	・例年どおり、1月は国内客、海外客の動きが鈍くなる。
	▲	都市型ホテル（客室担当）	・円安の進行と海外からの需要の増加で、販売単価を上げることができたが、紅葉後のオフシーズンは需要が落ち込む。販売価格の高騰により、駅周辺を避けて離れていった客の戻りも鈍いが、諸経費の高騰で、安価な販売への変更も困難となっている。
	▲	旅行代理店（役員）	・インバウンドの需要増に伴う、宿泊料金などの高騰が続いている。その一方、物価の上昇による家計の圧迫により、特に子供連れの家族旅行の動きが鈍い。
	▲	通信会社（役員）	・状況が良くなる外的要因に乏しいほか、物価の上昇で客の消費行動にも変化がみられる。
	▲	テーマパーク（職員）	・減税などを含めて、今後の政策には期待できる内容が少ない。
	▲	遊園地（経営者）	・足元では物価の上昇が続き、消費者が支出の絞り込みを進めている。今後もその状況を打開する策が見当たらないほか、海外を含む政治情勢の不安定化が、物価や消費にも悪影響を及ぼすことを懸念している。
	▲	その他サービス [学習塾]（スタッフ）	・最近では外国人による入会が増えているが、その一方で日本人の退会が増えている。国民性の違いもあり、やや不安である。
	▲	その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・アロマオイルでのマッサージで服を脱ぐため、暑い時期よりも寒い時期の方が、来客数は減少する。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・住宅購入者が減少すると、いろいろな物が売れなくなるため、経済の縮小につながる。
	▲	住宅販売会社（総務担当）	・労務費や材料費が上昇するなか、すぐに価格転嫁ができない中小企業にとっては、どこまで耐えられるが問題である。
	▲	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）	・倒産件数が増加傾向にある。
	×	一般小売店 [貴金属製品]（従業員）	・良くなる要因がない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・客の不安心理の影響か、買い控えが増えているため、売上が悪くなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇や年末年始の出費により、外食の回数は減少する。
	×	その他飲食 [ジャズバー]（店員）	・物価の上昇で厳しい状況が見込まれる。
	×	通信会社（社員）	・地域経済の復調の動きは余りなく、景気の大きな改善はみられない。
企業 動向 関連 (近畿)	◎	木材木製品製造業（経営者）	・為替相場は相変わらず円安傾向で推移しているが、商品の性質上、夏よりも冬の方が需要はある。今月も追加の注文が入ったため、今後も受注の増加を期待したい。
	◎	化学工業（企画担当）	・年末年始の食品の最需要期に入る。
	○	食料品製造業（営業担当）	・年末年始に向けて、消費は少し増える。さらに、年収の税制上の壁が今後どうなるかによって、消費の動きが変わってくる。
	○	化学工業（経営者）	・月間の受注額がようやく前年並みに戻ってきたため、今後も景気は緩やかに回復することが予想される。
	○	建設業（経営者）	・やや良くなると予想しているが、変わらない可能性もあるなど、市場の先行きが読みにくい。
	○	経営コンサルタント	・他地域からの不動産の取得が増えており、せっかく消費が増えても、その効果が他地域に取られる兆候がある。今後は景気が良くなる部分もあるが、それが自治体や域内の事業者、住民に恩恵をもたらすとは言い切れない。
	○	その他非製造業 [衣服卸]（経営者）	・年収の税制上の壁に関する議論が前向きに進むほか、春の賃上げムードの醸成などで、消費マインドの好転が期待されるため、実用衣料も徐々に動きが出てくる。
	□	食料品製造業（従業員）	・今のところは大きく動きそうな商材もないが、気候も安定しているため、景気が大きく変化することはない。
	□	繊維工業（総務担当）	・消費者の購買意欲に左右される業界であり、少し余裕のある経済状況でなければ、和装品の購入は増えない。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・先行きは不透明である。

□	出版・印刷・同関連産業 (企画営業担当)	・引き続き、年明けも各種イベントは実施されるが、受注量の大幅な増加は予想していない。
□	化学工業 (管理担当)	・取引先からの情報では、電装品向け、家電向けの出荷量は、やや好調な動きが続きそうである。
□	プラスチック製品製造業 (経営者)	・余分な在庫はもたず、必要な物は短納期で発注する傾向がしばらく続くことと予想される。
□	窯業・土石製品製造業 (管理担当)	・業況は業種によってばらばらで、まだ模様となっている。物価の上昇は続いており、個人消費は節約志向が目立つが、最低賃金の引上げなどの影響もあり、一進一退の動きが予想される。
□	金属製品製造業 (経営者)	・中国からの需要の早期回復は期待できない。
□	金属製品製造業 (営業担当)	・米国の大統領の交代による影響や、今後の中国経済の推移など、先行きの不透明感はまだ拭えない。
□	一般機械器具製造業 (経営者)	・景気は良くないままで推移すると予想される。
□	一般機械器具製造業 (設計担当)	・インフレ傾向が続くなか、高価な製品の売行きは良くないが、一般的な価格の製品はそれなりに売れている。
□	電気機械器具製造業 (経理担当)	・当業界が根本的に活況になるとは考えていない。
□	電気機械器具製造業 (営業担当)	・受注が伸び悩んでいる。引き合いはあるが、納期がかなり先の注文が多い。
□	電気機械器具製造業 (宣伝担当)	・食品や日用品などの物価の上昇は続いているため、家計への影響は大きく、財布のひもがまだ固い。
□	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・物価の上昇に伴い、お金を使うよりも将来に備える傾向が強まっている。使うお金がないわけではないものの、使わないイメージが定着している。
□	建設業 (経営者)	・今後も監理技術者や技能労務者の不足により、受注したくてもできない状況が続く可能性がある。
□	輸送業 (経営者)	・社員を募集しているが、就職希望者が集まらない。新たな仕事の依頼があっても受けられないため、業績は現状並みとなる。
□	輸送業 (営業担当)	・学習機が売れるシーズンに入るが、例年並みの動きとなりそうである。
□	輸送業 (商品管理担当)	・例年12月から2月は売上が減るため、今年も減少傾向が予想される。
□	金融業 (営業担当)	・大阪・関西万博の開催まで約4か月となったが、大きな案件の話もなく、特需が発生しているような話もないため、特に変化はない。
□	広告代理店 (営業担当)	・紙広告、Web広告共に、売上が前年と変わらない。
□	司法書士	・相続登記に関しては問合せや依頼がある一方、他の件は相変わらず少ない。今後もこの状態が続くと予想される。
□	その他サービス業〔店舗開発〕 (従業員)	・来春の大手メーカーによる値上げ宣言が出始めているため、物価の上昇による消費マインドの低下は続く。一方、大阪・関西万博の開催を控え、開催気運が醸成されつつあるため、プラスとマイナスの影響がせめぎ合う形となる。
▲	繊維工業 (総務担当)	・物価の上昇に対して、所得の増加が追いついていないため、景気が悪くなると予想される。
▲	電気機械器具製造業 (経営者)	・新たな産業政策が失敗する傾向にあるため、先行きを懸念している。
▲	通信業 (管理担当)	・景気が冷え込んでおり、回復する要素が見当たらない。
▲	金融業 (営業担当)	・米国の輸入関税引上げによる、流通問題が懸念される。
▲	不動産業 (営業担当)	・良い場所であっても貸店舗が空室になるなど、空き店舗が増えている。この傾向は今後も続くことが予想され、景気は悪くなる。
▲	広告代理店 (営業担当)	・年明けの受注は少し減る見込みである。
▲	その他サービス〔自動車修理〕 (経営者)	・物価の上昇が大きく影響している。
▲	その他非製造業〔機械器具卸〕 (経営者)	・前年よりも受注量が非常に少なくなっている。
×	その他製造業〔履物〕 (団体職員)	・現在の市況や為替動向などから判断すると、先行きは悪くなる。

	×	建設業（経営者）	・物価や資材価格の高騰に加え、人件費の上昇分も上乗せする必要があるため、建築コストの更なる上昇が予想される。各家庭の収入が増加するまでは、一定の時間を要することから、景気は冷え込む。	
	×	輸送業（営業担当）	・賃金を上げて人手を増やし、利益率を上げる計画であったが、この1年間は逆の動きが続いている。	
	×	金融業〔投資運用業〕（代表）	・良くなる要素が全くない一方、悪くなる材料は多い。貧富の差が拡大する要素が多く、経済のバランスが崩れている。このアンバランスが正されるのを我慢して待つしかない。	
	×	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・産業構造が変化していないため、新たな産業の構築が求められる。	
雇用 関連 (近畿)	◎	*	*	
	○	人材派遣会社（役員）	・年明けの数か月は、求職者の動きが活発化すると予想される。	
	○	人材派遣会社（営業担当）	・大阪・関西万博に伴う需要に期待したい。直近では英会話関連の求人で、求職者の動きがみられる。	
	○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・衆議院選挙の結果、与野党の状況が大きく変わったことで、税制の見直しや社会保障制度の改革など、現状の物価上昇などに対応した、国民の暮らしを良くする動きがみられる。	
	○	民間職業紹介機関（営業担当）	・来年1月から2月は、3月の就職活動の解禁に向けて、更にイベントの出展が増える時期となる。その一方、イベントへの学生の動員については、伸び悩みが心配される。	
	□	人材派遣会社（支店長）	・このまま可もなく不可もない状況が続くそうである。	
	□	人材派遣会社（管理担当）	・大阪・関西万博の開催が近づき、求人数は増加するものの、マッチする人材が今後もなかなか見当たらないと予想される。	
	□	人材派遣会社（営業担当）	・全業界での利益の増加が見込めなければ、就業している派遣社員全体の給与の底上げにはつながらない。	
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末年始に向けた、関西の地元企業からの新聞広告やデジタル広告への予算はほぼ前年並みのため、売上はこの3か月とほぼ変わらないと予想している。	
	□	職業安定所（職員）	・10月の新規求職者数は前年比で増えたが、事業所が採用の意思を示しても、辞退する求職者が増加している。	
	□	職業安定所（職員）	・人手不足で求人数は増えても、事業所の採用基準が下がっているわけではない。60歳以上の求職者割合が高い状況では、事業所と求職者のニーズがミスマッチとなりやすく、採用にはつながりにくい。	
	□	職業安定所（職員）	・輸出の動きが業績に影響を及ぼす企業が多いなか、貿易関係は先行き不透明な状況である。	
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向にあるが、原材料価格の高騰や最低賃金の引上げによる人件費の増加分が、価格転嫁できていないとの声もある。今後は今よりも良くなる要因がないことから、景気の変化は余りないと予想される。	
	□	民間職業紹介機関（職員）	・このところは、建設業や警備業の中小事業者からの求人が増加している。いずれも人手不足感が強いが、従業員の処遇改善が遅れている事業者が多く、人材の確保に苦慮している。来年の大阪・関西万博の開催に向けて、特に警備業の求人が増えそうである。	
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・人手不足が続くため、景気が上向く状況にはない。	
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・就職環境からみると、現段階で景気を左右する兆候は見当たらない。	
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・人出が回復すれば、持ち直すことが期待される。	
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・減少していた求人数にも、下げ止まりの兆しがある。求職者数の減少傾向も続いているため、雇用市場の需給バランスは良い。	
		▲	*	*
		×	アウトソーシング企業（社員）	・求人を出しても応募がなく、人手不足の状態が続いている。仕事量が増え、負担も大きくなっているが、賃金は上がらず、手当が出ることもない。