

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
家計 動向 関連	良く なっている				
	やや良く なっている	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き		・年明け以降、わずかであるが店頭での販売が増え始めている。景気全体が上向いているのかは分からないが、多少は戻ってきている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子		・売上は前年割れが続いているが、減少率は小さくなってきている。ただし、気温の変化などによる波は依然として大きい。一方、セール開始を12月に前倒したことで今月の売上は落ちているが、定価品は卒業式関連といった季節商材が堅調に動いている。売れ筋商品は限られているが、全体的に目新しい商品への反応は良い。
		家電量販店（店長）	単価の動き		・近隣の競合店の出店で市場が活性化し、売上の前年比は140%で推移している。特に、エコポイント制度の対象商品であるテレビは220%、冷蔵庫は140%、エアコンは160%と大きく伸びている。4月以降にエコポイント制度の対象商品が削減される見通しのため、売上の増加につながっている。
		スナック（経営者）	来客数の動き		・小規模のグループによる新年会が何度か開かれ、売上が下支えされている。
		都市型ホテル（役員）	それ以外		・宿泊部門の売上は、3か月前の前年比15%減から10%減にまで持ち直している。宴会部門は5%減で変化はないが、レストラン部門も12%減が10%減にまで若干戻っている。いずれにしても、売上全体で前年比マイナスとなっている点は変わらないが、回復の兆しが若干みられる。
		遊園地（経営者）	来客数の動き		・新型インフルエンザの流行が少し落ち着いたことが、大きく影響している。
		美容室（店員）	単価の動き		・新しいメニューを展開し始めたことで、客単価が上がっている。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き		・年明け以降、問い合わせが増えている。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子		・マンションの販売センターへの来客数は増加傾向にあり、少しずつ底を打ち始めた感がある。消費マインドも徐々に上昇し始めている。	
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子		・販売量は増えているが、単価が下がっているため、売上自体は変わらない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き		・年明けから来客数が少なく、活気がなかった。一部の広告品が動いて売上は確保できたものの、利益が伴っていない。老舗百貨店の閉店が発表されたことで、閉店セールをねらって時計の好きな人がそちらへ流れている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子		・売上が前年比で増えている店舗と減っている店舗があり、全体では前年並みとなっている。特に、路面店は集客面でも苦戦している。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	販売量の動き		・販売量、売上共に3か月前からほぼ横ばいである。
一般小売店〔菓子〕（経営者）		お客様の様子		・法人の経費削減により、手土産などを買う客が増えない。	
一般小売店〔衣服〕（経営者）		来客数の動き		・商店街の人通りが少なくなり、来客数が減少している。	
一般小売店〔野菜〕（店長）		お客様の様子		・客の購買意欲がまだ回復してこない。	
百貨店（売場主任）		来客数の動き		・入店状況が悪いほか、目的などを考えて来店するため、客に無駄な動きがない。交通費や時間の無駄を考え、店内を歩き回ることはないほか、インターネットで購入する動きもある。	
百貨店（売場主任）	販売量の動き		・初売りやクリアランスセールによる売上への一定の効果が出ている。やはり、消費者は価格に敏感であるが、中旬以降は買い疲れとみられる動きも出てきている。		

百貨店（営業担当）	販売量の動き	・婚礼を控えた客による呉服や結納準備品の購入が増えたものの、全体的には高額品が売れていない。特に、今月6日以降は来客数、買上額が伸びないなど、低迷している。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・前年から冬物のバーゲンを行っているが、今年に入っても今一つ盛り上がらない。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・前月は寒波の到来で冬物衣料が好調に推移し、久しぶりに売上目標を達成できた。年明けの福袋やクリアランスセールも好調に推移していたが、月末になって婦人服や婦人靴、紳士服を中心に苦戦している。
百貨店（外商担当）	単価の動き	・婦人衣料、紳士衣料を中心に販売単価が下がっている。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・前年に比べて福袋の売上が減少している。今までは、福袋に不必要な物が入っていても誰かにあげればよいという人が多かったが、前年からは少額でも必要ではない物は買わないという傾向が見受けられる。今年は更にその傾向が強まっており、不必要な物も入っている福袋は買わず、自分が必要とする物だけをセールなどで買うようになっている。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・売上が前年比で8.6%減、9月からの累計でも9.2%減と非常に悪い状態となっている。
百貨店（店長）	販売量の動き	・年明けからセールを始めているが客の反応は悪く、前年の売上には届いていない。
スーパー（店長）	単価の動き	・衣料品では年始の福袋が好調に動いたものの、低価格志向で1万円の商品は敬遠され、3～5千円の商品の売行きが伸びている。また、高額ブランド品は不調に終わったものの、内食化で年末年始は寿司の動きが良く、前年よりも売上が約25%増えている。
スーパー（店長）	単価の動き	・客1人当たりの買上点数は増えているが、1品単価の低下により、結果として客単価が下がっている。
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・売上の前年比は92%前後と、厳しい状態に変化はない。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・販売の傾向については、前年の後半以降、下振れもしないが上向き気配もない。
スーパー（広報担当）	お客様の様子	・消費マインドの低下による低額商品への需要シフトが続いている。特に、歳暮などのギフトや福袋のほか、催事で売れる商品も単価の下落が続いている。その一方、巣ごもり消費で年末商品の売行きは前年並みと、予想以上には落ち込んでいない。
スーパー（社員）	単価の動き	・売出し日やイベント開催日を増やすことで来客数は確保できているほか、買上点数も前年に比べて増えている。ただし、商品単価の低下が続いており、売上全体の減少につながっている。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比で6%減と引き続き悪いほか、客単価の落ち込みが売上の減少につながっている。社会全体でデフレ傾向が強まっており、客がコンビニ以外へ流れている。
コンビニ（店長）	単価の動き	・商品の原価は下げ止まりつつあるものの、キャンペーンなどの値引きセールが頻繁にあるため、実際にはデフレの進んでいる感がある。
コンビニ（マネージャー）	単価の動き	・客の買物の様子は3か月前とほぼ変わらず、低価格、節約志向であり、衝動買いが少なくなっている。
家電量販店（経営者）	単価の動き	・エコポイント制度の効果もあって薄型テレビの販売台数は好調であるが、単価の下落が激しい。さらに、エコポイント制度の対象以外の商品は、単価、販売量共に悪化気味であるなど、客の財布のひもは固い。
乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・業績が上位の店舗は平均販売台数が約31台で、下位の店舗は約10台であるなど、店舗間の差が大きい。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・3か月前に比べると、年始でもあるため少しは動いているが、客の動き自体はあまり変わらない。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・客の所得が減っており、新車の購入を見合わせるケースが増えている。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・依然として、苦しまぎれに大幅値引きを行ったセール品しか動かない。受注量が減っているほか、売れ筋商品の価格帯は米国の大手金融機関が破たんする前の3分の1に定着している。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	来客数の動き	・購入客だけではなく、修理を依頼してくる客も減少している。客が購買に全く関心のない状況が続いているため、来客数が増えない。

	一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・客の入店状況は、前年10月と比較してもやや悪化気味である。
	観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・前年は極端に販売量が落ち込んだが、今年も前年並みか、それ以上に悪い。特に団体客の動きが悪いほか、個人客の客単価も下がっている。単価を下げて最低限の販売量が確保できるかが不透明であり、利益率は大幅に悪化している。
	観光型旅館(経営者)	単価の動き	・来客数は前年を下回っていないものの、客単価は2か月前に比べて3%ほど落ち込んでいる。
	観光型旅館(経営者)	お客様の様子	・例年1月は落ち込む時期であるが、今年は更にひどく、客に動きがない。
	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・客単価が低下しているほか、ビジネス関連の宿泊が軒並み減っている。特に、会議などに伴う出張や宿泊を控える企業が増えている。
	都市型ホテル (マネージャー)	来客数の動き	・宿泊部門の稼働率は前年を若干上回っているが、販売単価の低下により、売上は前年を上回るほどではない。また、宴会部門では件数の減少や規模の縮小が目立つほか、レストラン部門も昼の利用に大きな変化はないが、夜の個室利用の減少が進んでいる。
	都市型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・宿泊に関しては、インターネット予約やアジアからの団体客、契約企業による予約が順調に入っている。単価は千円単位で下がっているものの、12月に続いて稼働率がかなり上がっているため、前年以上の売上となっている。一般宴会も悪いなりに間際予約が動くようになっており、少し良くなる兆しが出てきている。一方、食堂は前年並みの推移となっている。
	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・国内旅行、海外旅行共に前年割れが続いている。ゴールデンウィークの海外旅行の発売が始まっているが、予約が伸びていない。ただし、予約件数だけをみると、安い韓国向けを中心に増えている。
	旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・バンクーバーオリンピックが目前に迫り、上海万博の開幕も近づいているが、盛り上がり欠ける。大型イベントが開催される年は、年明けから客の問い合わせが増加するが、今年はその動きがない。
	タクシー運転手	競争相手の様子	・周辺企業の人々の動きが鈍く、会社周辺で道を歩いている人が少ない。
	タクシー運転手	お客様の様子	・観光や通勤で利用の増える時間帯でも、最近は今車が目立つ。
	通信会社(経営者)	お客様の様子	・取引先から値下げ要求が来ている。
	通信会社(社員)	販売量の動き	・年明け以降は申込の動きが冷え込むと予想していたが、予想以上に加入件数が伸びている。前年比では約20%増となっている。
	競輪場(職員)	販売量の動き	・それほど期待していなかったが、ある程度まで売上が伸びている。
	その他レジャー施設[イベントホール](職員)	販売量の動き	・新たなプラス要素は特に見受けられないが、春先からゴールデンウィークに向けての恒例のイベント予約も順調に推移している。
	その他レジャー施設[飲食・物販系滞在型施設](企画担当)	来客数の動き	・天候は前年より良いが、行楽客の動きは悪くなっている。天候が良くても、来客数はあまり伸びない感がある。
	その他サービス[ビデオ・CDレンタル](エリア担当)	単価の動き	・レンタルの客単価が低下する一方、来客数は増えていないため、売上は前年比割れが続いている。
	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・マンションの販売状況は低迷しているが、土地価格の下落で戸建住宅は売れ出しており、開発業者による更地の購入価格も上昇している。
	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・先行き不透明な状態が続くなか、依然として客の買い控えが続いている。
	その他住宅[展示場](従業員)	来客数の動き	・住宅展示場の来場者アンケートでは、1年以内に新築する計画のある人の割合が依然として低いままである。
やや悪くなっている	一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・年が明けても消費者の購買意欲は非常に低い。客からは、節約や貯蓄といった言葉が連日報じられると、物を買う気が起こらないとの声も多い。

一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・たばこの販売量の落ち込みに歯止めがかからない。外資系たばこメーカーも経営状況が苦しいため、自動販売機の撤去に動いている。
一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・年末商戦も終わり、商品の動きが鈍くなっている。年末に納入した商品が売れ残っている店舗もかなり多い。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月前半はクリアランスセールを中心に順調に推移したが、商品の在庫切れもあり、中旬以降は売上が低迷している。全体的には低額でも価値のない商品は売れないなど、以前よりも客の購買意欲は低下している。
百貨店（婦人服担当）	販売量の動き	・3か月前は米国の大手金融機関の破たんによる落ち込みの反動もあり、前年の販売量を上回った。一方、今月は上旬までは前年を上回る動きとなったが、中旬以降は客がセール慣れした影響もあり、前年割れとなっている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・多くの競合店があるなかで、客は曜日ごとにチラシの入った店に流れている。今月は特にその動きが顕著となっている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・買上点数の減少が依然として続いており、客単価も低下している。特に、衣料品の売上が大きく減少しており、前年を下回っている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・買上客数は微減にとどまっているが、買上点数や買上単価、1品単価共に下げ止まる様子はなく、1月に入って悪化傾向が加速している。県の求人倍率が再び前月比で低下したように、閉そく感が高まっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・年末年始の1週間は来客数も何とか前年並みで持ちこたえたが、1月5日以降はレジ客数が前年比で95%前後と、11月と同じ水準で推移している。さらに、客単価の低下にも拍車がかかっている。
スーパー（企画）	単価の動き	・買上点数は前年を上回っているが、1回当たりの買物額を抑える傾向は依然として強い。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・値上げが確定となって禁煙の動きが広がっているため、たばこのついで買いが今月に入って7%ほど減少している。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣の専門学校が新たに閉鎖し、来客数の減少につながっている。
衣料品専門店（営業・販売担当）	販売量の動き	・冬物セールを行っても、客の反応がほとんどない。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・米国の大手金融機関の破たん以降は良くなる気配がない。客は来るものの、契約に結びつかない。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・社会情勢や勤務先の様子を心配する客が多く、メンテナンス、乗換え共に、なるべく低価格で済ませたいという相談が多い。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・前月と比べて1品単価はあまり変わらないが、来客数、客単価、買上点数のすべてが落ち込んでいる。特に、客単価が8%低下したほか、1坪当たりの売上も50%減となっている。
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・例年は正月明けに行われる祭りなどで需要が増えるものの、今年は動きが悪い。
その他専門店〔医薬品〕（店員）	単価の動き	・年末から来客数の伸びがみられず、客単価の動きも悪くなっている。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	来客数の動き	・催しに関する経費が抑えられているため、来客数の増加につながらない。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	お客様の様子	・来店目的が明確で、目当ての商品しか購入しない。セール品といってもなかなか売れない。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・前年に9店舗を改装したが、来客数の増加や客単価の上昇といった効果が得られていない。全体的に来客数の減少傾向が進んでいる。
一般レストラン（店員）	来客数の動き	・年明けから気温が下がったことで、客の動きが鈍い。
観光型旅館（経営者）	単価の動き	・高額商品が売れないほか、新年会、歓送迎会共に動きが良くない。

	都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・景気上昇の兆しが一向に出てこない。同業他社もようやく年末ごろに悪化が止まったものの、2年前の水準には届いていない。
	都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・宿泊は、国内のビジネス客と一般旅行者の大幅な減少が続いている。東アジアからの団体客が増えたため、全体では前年を上回ったものの、激しい単価の下落により売上はマイナスが続いている。また、レストランも個人客の動きは安定しているが、宴会や会議の法人需要は低迷が続いている。
	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・すべてにおいて低価格商品しか売れなくなっている。
	タクシー運転手	来客数の動き	・昼間はホテル、夜は駅で客待ちをしているが、タクシーの利用は12月に比べてかなり落ち込んでいる。特に、10日以降はかなりの落ち込みで、売上も大きく減少している。
	タクシー会社 (経営者)	お客様の様子	・相変わらず外出、外食を控える傾向が続いている。特にタクシーの稼ぎ時である夜の繁華街の人通りが少ない。サラリーマンの姿はまばらで、早めに電車やバスで帰宅する動きが定着している。
	通信会社(企画担当)	競争相手の様子	・アミューズメント機器の販売では、メダルゲーム機の大手メーカーによる主力新製品の受注状況が芳しくない。
	美容室(経営者)	来客数の動き	・来客数が減少しており、特にパーマをオーダーする客が減っている。
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・不動産の売買件数が極端に落ちており、二番底に陥っている感がぬぐえない。
悪く なっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・冬のボーナスが減少したこともあり、クリスマス以降は客の購買意欲が低下している。正月の買物も元日から大手量販店が営業しているため、買いための動きにはつながらず、結果として客の動きが悪くなっている。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・年末年始とは思えないほど人通りがなく、1月に入って閉店時間を早める店が増えている。
	一般小売店[珈琲] (経営者)	単価の動き	・大手スーパーの入居テナントの集まりでは、ほかの出店者からも客単価の低迷に関する声が聞かれるなど、厳しい状況となっている。
	一般小売店[精肉] (管理担当)	販売量の動き	・年末ムードから一転し、年明け以降は日常の買回り品で引き締めが強まっている。売出し日などは少し動くものの、通常の営業日はかなり販売量が減少している。近隣の販売店では価格競争が激化しているが、当店のような専門店が競争の方向性も難しく、動きが取りにくい。
	一般小売店 [花](店長)	お客様の様子	・相次ぐ大企業の破たんにより、消費者の不安がますます高まっている。
	スーパー(管理担当)	販売量の動き	・年始の購買量が例年よりも急激に落ち込み、ついで買いがなくなっている。
	衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・高額商品が売れにくくなっている。今までは3割引となった時点で購入していた客も、半額になるセールまで待っている。
	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・来客数が減少しているほか、来店客にも全く買う気のない客が増えている。
	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・当社の売上は落ちていないが、客からは残業がなくなったりストラが行われているといった厳しい声が聞かれる。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・年明け以降は来客数が大きく減っている。近隣の飲食店も暇そうであり、前年の1月よりも状況は悪い。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・平日の来客数が減っている。
	一般レストラン (経理担当)	単価の動き	・状況は非常に悪いため、割高ながらも魅力的な商品の品ぞろえを増やすことで、客単価の引上げを進めている。
	観光型旅館(団体役員)	来客数の動き	・11月の来客数は前年比で85%であったが、12、1月と改善はみられない。
	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・デフレ傾向が一段と進んでいる感が強く、客の動きは停滞している。
	タクシー運転手	来客数の動き	・1日当たりの乗車回数が前年比で約40%減と激減している。年末年始の出費で財布のひもが固くなっているほか、景気の低迷による影響が大きい。

		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・来村者の減少も目立つが、土産品などの買い控えも深刻である。以前は旅行に行けば誰かに土産を買って帰るのが普通であったが、最近は自分のための土産ですら買い控えが進んでいる。
企業 動向 関連	良く なっている やや良く なっている	-	-	-
		出版・印刷・同 関連産業(情報 企画担当)	受注量や販売量 の動き	・1～3月分の受注量は比較的増えている。特に、大学や専門学校の教育関係は入学準備で忙しくなっているほか、医薬品関係もジェネリック関連で順調な動きとなっている。
		化学工業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・売上の前年比はしっかりと回復しているが、前年の1、2月が底であったことを差し引くと、景気は多少良くなっているものの、まだまだ力強さはない。
		一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・当社の顧客には原子力発電関連の素材メーカーが多いが、業況は比較的良い。大型案件の引き合いが多いほか、保守などの注文も活発にきている。
		電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・全体的な状況は悪いままであるが、最近になり、電子製品の製造業者からの発注量が確実に増え始めている。
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・前年の11月から、同業者や取引先のほか不動産関連でも動きが出始めている。ただし、倒産などの話も依然として聞かれるため、油断はできない。
変わらない		食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量 の動き	・年末の荷動きが良くなかったこともあり、今月中旬以降は動きが出始めている。
		食料品製造業 (経理担当)	受注価格や販売 価格の動き	・デフレの影響で低価格品の魅力が薄れ、取引先の小売店が在庫を持ちたがらなくなっている。受注販売で売上は何とか前年の95%を維持している。
		化学工業(企画 担当)	受注価格や販売 価格の動き	・原油相場は上昇傾向であるが、従来は原油相場に連動していた食用油の相場はあまり動いておらず、原料を適正価格で購入できている。その一方、販売価格は前年に値上げしたままの高値を維持できている。
		プラスチック製 品製造業(経営 者)	取引先の様子	・業界全体が新規の受注に対して消極的となっている。本来は既存の商品が動いている間に、次の企画、販売を進める必要があるが、市場の冷え込みで企業の余力がない。今は嵐が過ぎるまで様子見を行っている感がある。
		窯業・土石製品 製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・12月から受注、販売量共に、底の状態に近い動きとなっている。
		金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・特に大きな変化はなく、稼働率も低い状態で安定している。
		電気機械器具製 造業(経営者)	競争相手の様子	・設備投資の面では不透明感があり、見通しが立たない状況となっている。
		電気機械器具製 造業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・受注量の回復が芳しくなく、横ばい状態となっている。
		電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・秋ごろに値下げを行ったため、売上は前年比で83%から88%程度に伸びたが、利益は落ち込んでいる。特に、当社の取扱商品の学習機を購入しない人が増えており、小学校入学時の購入率が落ちている。
		電気機械器具製 造業(経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・非常に範囲の狭い特定商品のみ、受注量が増えている。ただし、増加の動きは一過性であり、数か月先の受注見込みすら明らかではない。
		電気機械器具製 造業(宣伝担 当)	受注量や販売量 の動き	・エコポイント制度や新型インフルエンザなどの影響で、薄型テレビや空気清浄機の荷動きは引き続き堅調である。一方、そういった影響のないパソコンのような情報関連商品は、価格下落や荷動きの鈍化など、厳しい状況が続いている。
		その他製造業 [履物](団体 職員)	受注価格や販売 価格の動き	・特価品の注文は入るが、定価品の注文が伸びない。
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・相変わらず厳しい価格競争が続いている。
		輸送業(営業所 長)	受注価格や販売 価格の動き	・経費の削減により、前年には取引先から倉庫の運用人員を減らすよう要請されたが、今年に入って人員削減の要請が再び来ている。
		輸送業(総務担 当)	取引先の様子	・個人客に購入意欲は出始めているが、先行き不安などで本来の水準にまで回復していない。特に、アパレル関係の荷動きが鈍化している。

		通信業（管理担当）	それ以外	・特に目立った動きはなく、良くも悪くもない状況である。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・取引先の建売業者では、当初の契約は結べても、客の住宅ローン審査が不調となって流れるケースが増えている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込件数は少し上向いているものの、2年前の水準には程遠く、経済的な理由での購読の中止が増えている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年明けは広告の申込量が少し増えたものの、2週目以降は前年と変わらない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告の出稿には相変わらず上向く兆しが無い。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は減ったままであり、先行きも不透明である。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・視聴率の低迷に伴い、スポットCMの販売価格の値崩れが続いている。
やや悪くなっている		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・受注量は前年比で減少しており、非常に厳しい状況である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	取引先の様子	・厳しい市況により、材料メーカーが操業を止めている日もある。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・ハイブリッド車用の電子部品向け絶縁樹脂や、LED照明用の封止剤の売上は堅調に推移したが、好調であった3か月前に比べれば微減となっている。ただし、前年比では10%増となっている。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・建築関連の取引先向けの売上が減少している。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・民間の建築工事や公共工事が大幅に減少しており、当面は受注の回復が困難となっている。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅関連の優遇税制法案が可決されるまで様子を見ている客も多く、需要の停滞している感がある。
		コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・各社で印刷の内製化がますます進んでいるほか、セキュリティの点で外注ができないといった理由により、既存客との取引が減少している。
悪くなっている		繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・在庫調整のために値引きして売らなければならず、販売価格の低下が止まらないため、利益の確保が難しい。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・取扱商品によって明暗がはっきり分かれている。空調、土木関連が過去最悪の売上となった一方、ソーラーパネル関連は他部門の赤字を上回る大きな利益が出ている。現在、赤字部門では出勤調整を月に4回行い、経費削減を進めている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・得意先からの受注がない。
		不動産業（営業担当）	競争相手の様子	・当市では事務所ニーズがかなり減少しており、市内中心部の空所率がかなり上がっている。当ビルでも2フロアが空いている状態である。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・製造業の顧客では、原材料の仕入価格は高騰しているが、製品の出荷価格は下げなければ売れない。小売業の顧客も同様であり、中間に立つ卸売業者は事業自体が成立しなくなっている。材料価格はインフレで、出荷価格はデフレという矛盾が際立ってきている。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量や修理の依頼が日に日に少なくなっている。
	雇用関連	良くなっている	-	-
やや良くなっている		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・年度末を控えて案件は出てきている。成約数も順調に増えつつあるが、4月以降は全く不透明である。今から契約の延長交渉を行っているが、今年は全体的に決まりにくく、契約期間が短縮されるケースもある。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・3か月前に比べると求人数は若干増加している。特に、正社員を採用するまでの短期派遣や、中小企業からの紹介予定派遣の受注が増えている。

	求人情報誌製作会社（企画担当）	求人数の動き	・最小限の社員で経営を行っているため、少し業況が良くなると求人を出さねばならない状況となっている。
	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・前年の秋以降、求人企業数は徐々に増え始めており、求人数も3か月前に比べて10%程度伸びている。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・派遣先企業からの求人件数は微増が続いている。ただし、事務職派遣は余剰感が強く、景気回復の勢いはない。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ここ1年以上、派遣会社への求人数は減少傾向にある。最近数か月も特に変わらず、回復する見通しが立たない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・年度末に退職者が出る企業も、今後は売上の増加が見込めないため、採用を控えている。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・有効求職者数の季節調整値は8月をピークに減少していたが、再び増加傾向となっている。求人数についても、前年の秋ごろは景気回復で増加し始めているが、最近では先行き不安で動きが弱くなっている。
	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・求人数が再び増加したものの、警備員やタクシー運転手の大量求人が全体を押し上げただけで、そのほかの職種は増えてない。職種が偏っているせいか、将来性も考えて求職している若年層の就職件数は減少している。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・管内企業からは在庫調整が一巡し、仕事が随分戻ってきているとの声も聞かれるが、まだまだ先行きが不透明といった声も多い。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人全体の動きが弱まったことで、派遣、下請求人の動きが少し目立っている。
	民間職業紹介機関（大学担当）	周辺企業の様子	・景気回復の兆しが全くなく、先行きの見通しが悪い。そのため、企業は経費の削減を続けている。特に、正社員以外の雇用環境が悪化し、契約の更新も進んでいない。
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・学生からの採用決定報告が、前年よりも少し減少している。
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・求人依頼は始めているが、件数は予想の範囲を超えていない。
やや悪くなっている	人材派遣会社（支店長）	雇用形態の様子	・求人の成約するスピードが3か月前よりも落ちている。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・まだ働ける年齢の日雇労働者も、失業に耐えかねて生活保護を受け始め、労働者数が激減している。それに伴い、日雇求人が更に減少するという悪循環に陥っている。
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	雇用形態の様子	・関西の雇用情勢は停滞しており、求人広告の動きも低迷している。今期の決算次第では、来期の求人も引き続き厳しくなる。各社が優秀な人材、即戦力は必要としていることは明らかであるが、前向きな動きを始められる企業は限られている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の動きには全く回復の兆しがなく、特に関西企業の元気がない。