

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	一般小売店〔酒〕（店員）	・今月に入って進物用などのまとめ買いも増え、客単価が全体的に上がっている。自宅用のワイン選びでも、以前に比べて価格が500円～1,000円高い商品を買う動きが目立っているなど、客の動きがかなり良くなっているため、先行きの見通しは明るい。		
		コンビニ（経営者）	・たばこを目当てにした客の来店回数が増えることで、売上の増加につながる。		
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費が活発になりつつあり、商店街のイベントも年末まで毎週開催するため、先行きはやや良くなる。		
		一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・購入の動きにはつながっていないが、来客数は増えている。年末年始に向けた消費者の購買意欲は感じられるため、先行きはやや良くなる。		
		百貨店（売場主任）	・先行きの増税懸念などで財布のひもは固くなっているが、大阪府、大阪市のダブル選挙などで、ある程度は市況も盛り上がる。		
		百貨店（売場主任）	・少しずつ株価が上がっているが、食料品の売行きも株価に若干連動しているため、今後少しは上向いていく。		
		百貨店（営業担当）	・一般客には買い控えの動きが出てくる一方、ごく一部の富裕顧客では、高額な美術品やブランドの宝飾品の買上が更に増える。		
		百貨店（販促担当）	・欧州の信用不安や円高による株価低迷もやや緩和しつつあり、個人消費の回復が期待される。また、我慢する時期が長く続いたことから、年末には自分へのご褒美、家族の絆をキーワードにした関連商材のほか、節電に伴う需要が出てくるため、先行きはやや良くなる。		
		スーパー（店長）	・エコポイント制度の終了で落ち込んでいたテレビの売上が上向いてくるほか、節電対策で新商品への需要が増えるなど、社会の変化に対応した商品は動きが良くなる。		
		家電量販店（経営者）	・テレビの販売減を補うため、太陽光発電の提案を積極的に行っており、その成果が徐々に出てくる。		
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の発表が続くため、受注台数が伸びる。		
		乗用車販売店（営業担当）	・電気自動車の販売が好調になれば、景気は徐々に良くなっていく。		
		乗用車販売店（販売担当）	・来月からは当社車両でエコカー減税の対象となる車種が大幅に増える。購入する車を減税対象車から選ぶ客も多いため、今後は販売量が増加する。		
		乗用車販売店（営業企画）	・新車市場の動きが活発化しつつあるため、先行きはやや良くなる。		
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・8、9月に比べて客の動きが良くなっているため、先行きはやや良くなる。広告内容にもよるが、最近は販売促進策の効果が高まっている。		
		高級レストラン（支配人）	・来客数や販売量、客単価が徐々に前年を上回り始めるなど、観光シーズンに入って回復の兆しがみられるため、先行きはやや良くなる。		
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災やタイの洪水による影響はあるが、少人数での宴会需要は増えつつあるため、効率良く営業すれば、少しは良くなる。		
		一般レストラン（経理担当）	・法人の宴会や中高年者の会合による利用は堅調に推移しており、先行きには期待が持てるが、秋以降の気候によってメインのメニューである鍋料理の受注が大きく左右される。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・先行きの3か月予想は前年を大きく上回っている。宿泊、宴会共に単価も順調に上昇しているため、増収につながる。		
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・これからの繁忙期で地域での知名度が更に高まるため、先行きはやや良くなる。		
		変わらない		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・来月は100円商店街といったイベントを数種類行うため、一時的には客の動きが良くなる。
				一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・今でも良い商品を求める客は多いが、最近はインターネットで買う人も増えたため、全国の専門店と競争するような状態となっている。これに勝ち残っていくのは至難の業であるため、当面は肉肉専門店の苦戦が続く。
一般小売店〔野菜〕（店長）	・苦境を打開する活路も見出せないため、今後も厳しい状況が続く。				
一般小売店〔雑貨〕（店長）	・更なるたばこの値上げなどがなければ、当分は一定の売上を維持できる。				

一般小売店 [コーヒー] (営業担当)	・辛うじて存続している取引先にも、開店休業の状態でも苦戦を強いられている店舗が多く、商品の流通も停滞しているため、今後も厳しい状況となる。
一般小売店 [菓子] (営業担当)	・来月にはお歳暮商戦も始まり、年末に向けて少しは上向くが、消費者の財布のひもはまだ固いため、大きな変化はない。
百貨店 (売場主任)	・冬物商材の実需期に向けて、ウォームビズや節電関連商品の売上は良くなるが、増税への動きや、円高、株安が消費マインドを悪化させるため、全体的には現状維持となる。
百貨店 (売場主任)	・金融不安や円高、年金・税金問題といった不安要素が多く、内需が活性化する要素は少ない。ファッション関連では、気候の変化や商品確保の状況が売上を左右する。
百貨店 (企画担当)	・気温の低下に伴って重衣料の売上も伸びるが、増税や年金支給年齢の引上げといった景気の悪い話により、買い控えの動きが増える。
百貨店 (企画担当)	・欧州情勢をはじめとして暗い話題が多いが、クリスマスに関連したイベント消費は堅調な動きとなる。
百貨店 (営業担当)	・外商の上位顧客では、ブランド品を中心に宝飾品や時計、バッグなどの受注もみられるが、全体的には目立った動きがないため、今後も現状維持となる。
百貨店 (店長)	・前月の天候不順で落ち込んだ反動もあって今月は良くなっているが、不透明感はぬぐえない。依然として不安定さが残るため、今後も現在の状況が続く。
百貨店 (婦人服)	・円高が続くほか、タイの洪水による影響も出てくる。また、TPPへの参加次第では輸出入の両面に悪影響が及ぶため、消費行動は一進一退の状況となる。
百貨店 (サービス担当)	・お歳暮商戦が本格的に始まり、販売促進策の一環として、買上ごとにポイントが付くカードを新たに導入する。今後は客の囲い込みが最大の課題であり、ポイントカードの普及によって売上の確保を図るため、現状は維持することができる。
百貨店 (マネージャー)	・経済環境などの先行き不透明感が払しょくできておらず、年金や増税の問題もあるなど、好転する材料に乏しい。ただし、店頭の様子をみると、消費に対して消極的な雰囲気もないため、好転も悪化もしない状況が続く。
スーパー (経営者)	・その日のチラシの内容や特売の有無により、客が目まぐるしく動く状況が今後も続く。
スーパー (店長)	・食料品の値上げが進むなか、消費者の節約志向が強まっており、余分な買物をしなくなっている。客1人当たりの買上点数も前年比で1～2%の減少が続くなど、良くなる材料が見当たらない。
スーパー (店長)	・客単価の引上げにも限界があり、売上を伸ばすには来客数を増やす必要がある。ただし、商圏人口の増加には期待できないため、今後も現在の状況が続く。
スーパー (企画担当)	・競合状況などに大きな変化はないため、例年どおりの動きとなる。
スーパー (経理担当)	・年末商戦は例年以上に二極化が進み、品質の良い物や価格の高い物が売れる一方、節約志向や単価の下落も進む。
スーパー (販売担当)	・広告初日の目玉商品は走っても買う動きがみられるが、通常の商品、特に品質の高い商品はなかなか買ってもらえない。
スーパー (社員)	・客の買物姿勢は、一時期に比べてかなり活発になっている。このまま年末に向けて更に上向く期待もあるが、円高による製造業の不振が徐々に消費の抑制につながる。
コンビニ (店員)	・客の間には、より安い商品を買って求める様子が見られるなど、景気が上向く気配はない。
家電量販店 (企画担当)	・年末に向けて電力不足の懸念も広がるため、まだまだ消費が回復するまでには時間が掛かる。
乗用車販売店 (経営者)	・車の販売や車検、一般修理のすべてで売上が伸びておらず、これから良くなる見込みもない。
乗用車販売店 (経営者)	・良くなる要因が見当たらず、先行きの見通しも立たない。
住関連専門店 (店長)	・買うつもりがなく、商品のみをみるだけの客が増えていることから、今後も厳しい状況となる。消費者の消極的な意識を変えることは困難であり、企業努力だけではどうにもならない。
その他専門店 [宝石] (経営者)	・円高による株安傾向が続くほか、金価格の上昇も続くため、宝飾品を取り巻く状況が大きく変化することはない。

その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	・東日本大震災の復興増税、欧州の信用不安などで消費者の不安が高まり、株価にも影を落とす。株価の上昇が日本の景気回復のかぎであり、上昇しなければ富裕客による消費も増えない。
その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・クリスマス商戦の時期となるが、円高の影響で、客が海外旅行やブランド品の購入に流れる。
一般レストラン (スタッフ)	・長らく同じ状況が続いており、好転する要素はない。
一般レストラン (店員)	・年末に向けて忙しくなるが、全体の動きは大きく変わらない。
その他飲食 [コーヒーショップ] (店長)	・企業収益の好調が一部では報じられているが、その恩恵が社員に還元されている様子はなく、個人消費が改善する手ごたえもない。
観光型ホテル (経営者)	・今月は今年度で一番売上も良く、景気の回復が感じられる。年末に向けたイベントの予約件数をみても、今後も好調な動きが続く。
観光型旅館 (団体役員)	・台風による道路の寸断も徐々に復旧し、和歌山県全体の8割程度は通常の旅行を受け入れられる状態となっている。街全体で緊急経済対策にも取り組んでいるため、少しは状況も良くなる。
都市型ホテル (支配人)	・政治不安やTPP参加への議論、今冬の節電実施など、先行きには明るい材料がない。
都市型ホテル (マネージャー)	・宿泊、宴会共に予約状況は芳しくなく、これから大きく伸びる要素も見当たらない。クリスマスイベントやおせち料理の動きも予測が立たないほか、節電要請が出ることで、暗くて寒い冬になりかねない状況である。
都市型ホテル (客室担当)	・円高や海外の景気減速といった不安要素もあるが、間際予約が増えているため、今後も最終的には良い結果となる状況が続く。
旅行代理店 (経営者)	・関東の人気テーマパーク関連の予約がほぼ前年並みに戻り、九州も前年比で150%以上の伸びがみられる一方、和歌山が大きくダウンしているほか、東北も厳しい。海外旅行も予約人数は伸びているが、韓国が5割を超えているため、客単価が下がっている。全体としては、今後も横ばいの流れが続く。
旅行代理店 (広報担当)	・不安定な世界情勢などの影響で消費マインドが低下し、客が旅行に求める条件も厳しくなっている。また、今年は年末年始の曜日配列があまり良くなく、長期休暇が取りにくいほか、今冬の節電対応で企業の休みがどう変わるのかも不透明である。
タクシー会社 (経営者)	・例年であれば、今後2～3月は年末年始の繁忙期でタクシーの利用も増えるが、今年はそのような活気が感じられない。今後も、法人、個人共に財布のひもが固いままとなるため、厳しい状況が続く。
通信会社 (経営者)	・特に大きな変化の兆しもないほか、近隣の工場では大規模な人員削減が行われるなど、今後も厳しい状況が続く。
通信会社 (経営者)	・今月はスマートフォンの新商品が販売開始となり、乗客数が増加している。2、3か月後には冬商戦も始まるが、今の好調を維持できる。
テーマパーク (職員)	・冬が近づくとつれて観光シーズンはオフになるほか、今冬も節電要請が出る見通しであり、消費者が外出する機会も少なくなるなど、明るい材料が見当たらない。
観光名所 (経理担当)	・現在放映中のテレビ番組の影響もあり、好調な動きが続いている。また、今月は市街地で様々なイベントが開かれたほか、天候にも恵まれたため、かなりの人出となった。客単価は依然として横ばいであるが、乗客数、売上は前年比145%となっている。今年はテレビ番組の放映による影響で客が増えているため、今後も好調な動きが続く。
その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・来場者はほぼ横ばいであり、売店やグッズにも目新しい物は見当たらない。客の間で節約ムードも定着しつつあるため、先行きの見通しは不透明である。
その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・11～1月には人気歌手グループなど、例年を上回る11組のコンサートが開催されるため、乗客数は増加傾向で推移する。
その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・円高が当分続くなど、国内での好材料は特はない。
その他サービス [学習塾] (経営者)	・来月に無料体験キャンペーンを行うため、その結果次第で生徒数に変化が出る。

	その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	・例年は暖かくなると客が増えるが、今年は増えていない。昼間はゼロに近い数字であるため、先行きの見通しも厳しい。
	その他サービス [ビデオ・CD レンタル] (エリア担当)	・明るい材料は少ないが、インターネットとの競争に負けないう大型店を展開中であるため、全体的には現在の状況が続く。
	住宅販売会社 (経営者)	・引き合いの動きはあるが、客の予算が少なく受注が難しい。また、土地から探すケースでは、建物に充当できる予算が少なくなる傾向があるため、今後も厳しい状況となる。
	住宅販売会社 (経営者)	・東日本大震災後の自粛ムードは脱したが、実際の販売数が増加するまでには至っていない。銀行での住宅ローンの審査も厳しくなってきたため、景気が良くなるまでには時間がかかる。
	住宅販売会社 (従業員)	・タイの洪水や円高などによる企業業績の先行き不安で、住宅の取得を断念する人がみられる。その一方、近い将来に増税が予測されるなか、それまでに住宅の取得をねらう人が増えるため、全体としては変わらない状況が続く。
	住宅販売会社 (総務担当)	・決定が早いのは購入を急ぐ客だけで、多くの場合は親からの援助などに時間がかかるなど、明るい材料がない。
	その他住宅 [展示場] (従業員)	・住宅エコポイントの復活により、リフォーム需要の喚起にはつながるとしても、新築需要が増えるまでには至らない。
やや悪くなる	商店街 (代表者)	・デフレ下で競争の激化が進むため、全体的に厳しくなる。
	一般小売店 [時計] (経営者)	・客の平均年齢が上がっており、若年客には経済的な厳しさが感じられるため、先行きには明るさがない。先日、親と来店した小学生の子どもが、時計は100円ショップで買うといった話をするなど、将来への厳しさが感じられる。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	・将来の年金制度に関する報道が増えているが、消費者からもその話題をよく耳にする。将来に対する安心感が全くなく、世界的な天災や欧州の信用不安など、消費者が不安を感じる材料が多いため、先行きの見通しは厳しい。
	百貨店 (売場担当)	・高級ブランドやアクセサリ売場では、高額品の大口商談や購入が少なくなっているほか、化粧品でも高額な輸入ブランドが苦戦しているため、見通しは厳しい。
	スーパー (経営者)	・地方の抱える人口減少問題が深刻になりつつあるため、先行きの見通しは厳しい。
	スーパー (経営者)	・世界経済の先行き不安やタイの洪水などで見通しは厳しく、所得が伸びる要素もない。さらに、年金支給開始年齢の引上げなど、将来不安が高まる材料だけが増えているため、節約ムードが解消される見込みは薄い。
	スーパー (店長)	・前年はエコポイント制度の終了に伴う駆け込み需要で大きく伸びたため、今年はその反動減で家電関連は非常に厳しい。また、厳冬となった前年は、防寒、暖房関連の動きが全体的に良く、冬物パーケンも好調となったが、今年も省エネ、エコ関連の動きは良くなる一方、1品単価が全体的に低いため、売上は大きく伸びない。
	スーパー (管理担当)	・農作物の作付けが前年よりも良いのは明るい材料であるが、増税の話が進んでいるため、年末商戦に向けて消費が冷え込むのは明らかである。
	スーパー (企画)	・今冬の電力不足による節電や近い将来への増税議論など、景気回復につながる明るい材料が見当たらない。
	コンビニ (経営者)	・近隣に大型スーパーが出店し、品ぞろえでは太刀打ちできないほか、価格面でも不利なため、来客数の減少につながる。
	衣料品専門店 (経営者)	・客の関心が、本当に必要な服や物を安い価格で買うことだけに集中しているため、見通しは厳しい。
	衣料品専門店 (販売担当)	・増税の動向も不透明なため、客の買い控えが更に進む。
	衣料品専門店 (営業・販売担当)	・クールビズの実施期間は終了したが、秋になってもネクタイやスーツを不要とする雰囲気が続いているため、今後の見通しは厳しい。
	乗用車販売店 (経営者)	・株安や円高、タイの洪水など、消費マインドを悪化させる要因が多いため、今後は徐々に悪くなっていく。
	乗用車販売店 (経営者)	・販売が上向く材料に乏しく、ボーナス商戦もどこまで伸びるのが不透明である。
	乗用車販売店 (販売担当)	・新規受注がハイブリッド車に偏っており、商品の確保が難しくなっている。今後はこの傾向がしばらく続くこととなる。
一般レストラン (経営者)	・忘新年会のシーズンとなるが、客が激安店に流れる傾向も強まっているため、先行きは悪くなる。	

		観光型旅館（経営者）	・歴史的な円高による経済の混迷、企業の業績赤字によるリストラなどが、景気回復に悪影響を及ぼす。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊については大きな変動要因もなく、今後も価格競争が続く。また、宴会では忘新年会の予約の動きが弱く、特に高額商品は反応が悪いため、直近になれば競合店との価格競争が激しくなる。
		都市型ホテル（総務担当）	・円高や増税の動向のほか、欧州を中心とした海外情勢も不透明である。さらに、今後の決算発表で通期の業績予想が公表され、収益状況の実態が明らかになるため、法人需要だけではなく、個人客の消費マインドも更に悪化する。
		タクシー運転手	・海外へ出て行く企業が増えており、街の過疎化が進むため、先行きの見通しは厳しい。
		通信会社（社員）	・競合相手との競争が激化しているほか、地上デジタル放送に関する特需も無くなっている。状況が改善する兆しはないため、見通しは厳しい。
		観光名所（経理担当）	・イルミネーションやクリスマスイベントなどで集客の増加を図るが、全体としては前年よりも悪くなる。
		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）	・消費マインドが低下傾向にあるほか、金融機関の融資姿勢も厳しくなりつつあるため、見通しは厳しい。
	悪くなる	商店街（代表者）	・冬に向けて節電対策が進むなか、ガソリン価格などには円高による恩恵もみられないため、消費の増加にはつながらない。
		コンビニ（広告担当）	・今後は、冬の電力不足や円高、復興増税といったマイナス要因が多いため、厳しくなる。
		衣料品専門店（経営者）	・例年は定価品が一番売れる時期であるが、今年は値下げ競争が繰り広げられている。客の間で価格の信頼性が失われ、市場が崩壊する感もあるため、先行きの見通しは非常に厳しい。
		家電量販店（店長）	・レジの通過回数が前年比で90%、1品単価が75%となるなど、前年のエコポイント制度による特需の反動減で落ち込んでいる。テレビや冷蔵庫、エアコンといった主要商品の買換えが前年で終わり、今年はそれ以外の商品が中心となっているため、1品単価の上昇で売上不足をカバーすることはできない。
		乗用車販売店（経営者）	・欧州の信用不安や円高の長期化、タイの洪水による部品供給の停滞、TPP参加への議論など、国内外に大きな問題がみられる。どの問題も解決の糸口が見出せないままであるため、景気の悪化が進む。
		観光型ホテル（経営者）	・大規模な法要関連の団体客の増加も来月で終わるため、12月以降の集客については予測が立たない。団体客も予約の間際化がますます激しくなっているため、現時点での12月以降の予約状況は例年よりもかなり悪い。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行、国内旅行共に、好転する要素がみられない。
企業動向関連	良くなる	輸送業（営業担当）	・取引先の新店舗のオープンが11月に集中するため、今後は良くなる。
	やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・年末に向けて、受注増をねらった価格競争が激しくなるが、全体としては上向き傾向となる。
		木材木製品製造業（経営者）	・新規事業が好調なため、売上、利益共に増加する。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・企業の間ではインターネットや携帯電話、タブレット端末といった利便性の高い媒体の活用が進んでおり、今後は市場の拡大が進んでいく。従来の技術をベースに新しいコンテンツを生み出すべき時期にきている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・金属関係が動き出しており、樹脂の動きに波及するのはしばらく後になるが、先行きはやや良くなる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注や引き合いが若干多くなっているため、先行きはやや良くなる。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・利益の確保は決して簡単ではないが、販売店からは上向いているとの声も聞かれるため、先行きはやや良くなる。
		建設業（経営者）	・問い合わせの状況を見ると、これから年度末に向けて土地の動きが出てくるほか、外資系企業の移転なども増える。
		輸送業（営業担当）	・輸入材料の値下がりによって、プラスチック系製品の国内生産が増えているため、先行きはやや良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・年末に向けて来客数が増えるほか、冬物商材がヒットすれば1品単価も上がる。
		コピーサービス業（店長）	・年賀状の印刷受注が好調であるほか、年末に向けて店の利用も増える。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・テレビコマーシャルのスポット受注量が増加するなど、先行きはやや良くなる。

	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・受注量が増えているため、先行きはやや良くなる。
変わらない	繊維工業（団体職員）	・一定の需要は見込めるが、受注量の前年比や価格の推移については不透明である。
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量に変化はないため、今後も現在の状況が続く。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・景気に変化する要因はいくつかあるが、大きく変わることはない。
	金属製品製造業（経営者）	・東日本大震災後の減産分を取り戻すため、今年度中は自動車関連の動きが活発になる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・先行きの不透明感がどの業種にも大きく影響しているため、今後も厳しい状況となる。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・客の消費マインドは高まっているが、タイの洪水に伴う商品の供給不足や、円高、株安などの不安定要素が景気に与える影響は不透明である。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注の伸びは少し落ち着いた感があるため、今後も現在の状況が続く。
	建設業（経営者）	・円高の長期化や東日本大震災の復興の遅れなどで、取引先にも活気がないなど、良くなる気配がない。
	輸送業（営業所長）	・新規の案件が乏しいほか、値下げにつながりそうな案件も多いため、今後も厳しい状況となる。
	通信業（管理担当）	・ボーナスの支給時期まで回復する見込みがない。
	金融業（営業担当）	・先行きに不安要素が多いほか、業績の悪化している取引先が多いため、今後の見通しも厳しい。
	広告代理店（営業担当）	・ここ数か月は前年の売上を何とか上回っているため、今後も回復傾向が続く。
	広告代理店（営業担当）	・これ以上良くなる要素はあまりみられないため、現在のよう状況が続く。
経営コンサルタント	・取引先の中小企業は設備投資に踏み切り始めているが、楽に回収できるとは考えていない。特に、大企業も大規模な設備投資を行っており、競合した場合は業績の悪化が避けられないなど、先行き不透明な状況は今後も続く。	
その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・今冬も電力不足に陥るため、夏と同様に消灯などの対応が求められる。エアコンの設定温度を下げる影響は夏ほど大きくないが、部分消灯は今夏も各店舗で影響が出たという報告があるため、今冬も悪影響が出てくる。	
やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・業界でも景気が上向く話は聞かれず、海外進出を考えているという話ばかりであるため、見通しは厳しい。国内では売上げが望めないため、海外展開も考えていかなければならない。
	食料品製造業（経理担当）	・原材料価格が高騰しており、利益が圧迫されているため、先行きの見通しは厳しい。
	繊維工業（総務担当）	・周囲の同業者は売上が2割ダウンしている。売上を伸ばすためには値下げが必要であるが、経費の削減も限度に近い。さらに、催事での来客数が減りつつあるなど、年末に向けた買い控えが懸念される。
	化学工業（経営者）	・受注案件などの納期が延びているため、今後は景気が悪化に向かう。
	化学工業（管理担当）	・円高やタイの洪水で自動車関連の生産が削減されるほか、米国のクリスマス商戦も動きが鈍いため、先行きの見通しは厳しい。
	一般機械器具製造業（設計担当）	・今後2～3か月先の取引先や当社の受注見込みが良くない。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込件数が減少したまま、持ち直す気配がないため、見通しは厳しい。
	司法書士	・案件数の少ない状態が続いているが、今月は更に少なく、良くなる要素もない。
	経営コンサルタント	・急激な円高や東日本大震災の影響など、先行きに明るい材料がない。
悪くなる	繊維工業（総務担当）	・極端な円高で、中国からの輸入品との価格競争が激しくなっている。
	金属製品製造業（営業担当）	・高水準の円高で輸出が前年の半分以下になっているほか、年明けからは国内での受注にも円高の影響が出てくる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・欧州の信用不安や円高による悪影響が出てくるため、今後は間違いなく悪くなる。ただし、当社への直接的な影響は半年ぐらい先になる。
	不動産業（営業担当）	・円高の影響で海外移転が進み、国内の空洞化につながるため、市況が悪化していく。
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・円高による悪影響が出るほか、先行き不安も高まっているため、見通しは厳しい。

雇用 関連	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・関東から社員を関西に移す動きが一段落し、関西では人手が足りなくなっている。特に、図面を作成できる人が集まらないため、今後も需要はおう盛な状況となる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・当業界では求人媒体の売上が先行指標となるが、ここ数月は前年比で50%以上の伸びがみられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・10月になると多くの企業では採用が次年度に繰り越されるが、今年はまだ積極的に続けている企業が目立つため、今後も活発な動きとなる。
変わらない		人材派遣会社（経営者）	・これまで求人数を押し上げてきた自動車産業の求人が高止まりしているほか、円高も続いているなど、好材料が見当たらない。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・円高やタイの洪水などによる先行き不透明感から、企業に採用抑制の動きが多少出てくる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・欧州の信用不安やタイの洪水による景気への影響を含めて、先行きは不透明である。一方、在阪企業の新聞広告出稿は前年並みとなっており、今後もこの傾向が続く。
		職業安定所（職員）	・円高の影響は多少あるが、賃金調整や雇用調整を考えている企業はないため、大きな変化は起こらない。
		職業安定所（職員）	・業種によるばらつきはあるが、求人は一般、パート共に増加傾向にある一方、求職者は減少しているなど、雇用情勢は回復が進んでいる。その一方、円高の進行などで企業の雇用意欲は減退しており、求人をちゅうちょする動きもみられるなど、全体的には一進一退の動きとなる。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災で崩壊したサプライチェーンが復旧し、生産増加などの動きもみられるが、円高の長期化で先行き不安が高まっている。また、製造業では派遣や請負といった非正規求人が増えつつあるなど、良い材料が見当たらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・期待されていた東日本大震災の復興事業も、近畿の日雇労働者への需要につながるほどではないとの見通しが強まっている。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・ようやく中堅大学で内定率が50%を超えたという声が出始めている。報道されているデータはモニター調査などに基づくもので、実際よりも2～3割高めに出る。来月も合同企業説明会が予定されており、企業の採用意識もますますであるが、学生は少し元気を失いつつあるため、今後も厳しい状況が続く。
やや悪くなる		民間職業紹介機関（営業担当）	・一部の業界では採用が増えたが、全体的な回復とはいえないため、今後も現在のような動きが続く。
		人材派遣会社（支店長）	・企業の間では円高や業績低迷によるリストラが進んでいるなど、先行き不透明感が高まっている。
		人材派遣会社（役員）	・金融不安やタイの洪水による企業業績の悪化で景気回復が遅れるため、当面の求人需要は弱含みとなる。
		人材派遣会社（支店長）	・自動車産業の一部では特需的に求人が増えているが、そのほかの業種ではまだまだ少ないため、見通しとしては厳しい。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新卒内定率がやや改善したと報じられているが、製造業が中心であり、当業界では実感がない。その製造業についても、タイの洪水や欧米の財政悪化により、今後は自動車業界などに悪影響が出てくる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・先行き不透明感はますます高まるため、求人の動きも更に低迷する。
		職業安定所（職員）	・電力不足や海外経済の減速、円高、タイの洪水などによる、雇用への悪影響が出てくる。
悪くなる		-	-