

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	スーパー（店 長）	来客数の動き	・気温が高めに推移した影響で、衣料品や肌着全般の売上は前年比で88%、冬物の服飾品が80%と苦戦したが、ランドセルが前年の2倍、婦人ブーツも1.3倍と動きが良かったため、衣類関連の来客数も前年比で102.3%と増加している。食品は野菜の相場安で単価が前年比で91%と低下したが、食品全体の来客数が101%と集客増につながっている。	
		スーパー（社 員）	お客様の様子	・秋以降、チラシやイベントなどに対する客の反応が良くなっている。天候が良い日も多いため、気温の低下と共に衣料品売場への来客数が増えている。	
		家電量販店（経 営者）	お客様の様子	・消費者の節電や創電への意識が高まり、身の回りの客にも広がっているため、景況感は少し良くなっている。	
		乗用車販売店（営 業担当）	お客様の様子	・新車の供給が安定してきたため、購入を検討する客が増えている。	
		一般レストラン（経 理担当）	お客様の様子	・気温や天候に左右される部分もあるが、消費の動きには力強さが戻っている。	
		スナック（経営 者）	来客数の動き	・今月中旬に同窓会の団体客による利用があり、11月にしては今までにない売上となっている。	
		観光型ホテル（経 営者）	来客数の動き	・今月は秋の行楽シーズンでもあり、団体客、個人客共にある程度の動きがみられる。全体的には客単価が若干下がったものの、来客数は前年を上回っている。	
		観光型旅館（経 営者）	来客数の動き	・若干ではあるが、団体客を中心に増加傾向となっている。	
		テーマパーク（職 員）	お客様の様子	・施設のリニューアル効果により、来客数が増加傾向となっている。	
		住宅販売会社（経 営者）	お客様の様子	・建て替えや住み替えの相談が中心であり、新たに購入する話は少ないが、相談案件は増えている。	
	変わらない		商店街（代表 者）	お客様の様子	・平日の入出が悪いほか、週末も客足の引きが早いいため、売上の伸びない状況が続いている。
			商店街（代表 者）	お客様の様子	・気候の激しい変化で仕入リスクが高まり、早期販売をねらった値下げが増えているほか、売上の確保を目的とした安売りが激しくなり、客が困惑している感もある。
			一般小売店〔衣 服〕（経営者）	お客様の様子	・商店街の店舗やショッピングセンターでは客単価の低下が続いているが、来客数は横ばいか、若干増えつつある。行楽のピークを迎えた商店街では、前年に続く市長のPR効果もあり、紅葉だけではなく商店街にも客が訪れるなど活気づいている。
			一般小売店〔精 肉〕（管理担 当）	来客数の動き	・夏に食品の放射能汚染問題が発生してから、客の国産牛肉に対する不安が解消されておらず、輸入牛肉や豚肉にシフトした需要が戻っていない。折からの低価格志向で、輸入牛肉の割安感が消費者に受けている部分もある。
			一般小売店〔鮮 魚〕（営業担 当）	それ以外	・毎月の売上は、ほぼ同じ水準で推移している。
			一般小売店〔衣 服〕（経営者）	販売量の動き	・今月に入って秋冬物が順調に動いているが、全体として大きな変化はない。
			一般小売店〔雑 貨〕（店長）	販売量の動き	・3か月前と売上に変化はない。
			一般小売店〔野 菜〕（店長）	販売量の動き	・12月が近づいても、飲食関係には盛り上がりが見られない。
		一般小売店〔花 〕（店長）	販売量の動き	・客による買い控えが多く、必要な物以外は何も売れない。	
		一般小売店〔花 〕（店員）	単価の動き	・商品単価を下げないと売れなくなっており、特に単価の高い商品は売れにくい。	
		一般小売店〔菓 子〕（営業担 当）	販売量の動き	・今月は行事も少なく、販売量が伸び悩んでいたが、年末が近づいてようやく少し動き出している。	
		一般小売店〔カ メラ〕（販売担 当）	お客様の様子	・暖かい日が続いたにもかかわらず、客との会話ではレジャーの話があまり聞かれない。	

百貨店（売場主任）	来客数の動き	・今月は平年よりも気温が高かったため、コートなどの冬物衣料の動きが鈍く、客単価は低下している。その結果、売上は前年を下回ったが、来客数と販売点数は前年の水準を維持できている。
百貨店（売場主任）	来客数の動き	・客の購買頻度や1品単価が悪化し始めており、買物の傾向をみても、事前に買う物を決めてから来店する動きが強まっている。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・暖かかった気温の影響で冬物衣料の売上が厳しく、売上目標や前年の水準に届いていない。来客数、客単価も前年を下回るなど、ファッション商材に対する購買意欲は低く、慎重な動きがみられる。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・気候の影響もあるが、冬物衣料や防寒商材の動きが鈍い。また、輸入特選ブランドの雑貨や時計の売上は好調である一方、量販品については客の財布のひもが固い。
百貨店（売場主任）	単価の動き	・リニューアルの効果で入店客数は前年を上回っているが、なかなか客単価が上がらない。客の間で節約志向が続いており、食料品でも高い物は動かない。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・お歳暮商戦の前半は低調であったが、月末近くになると前年並みにまで受注量が増えている。
百貨店（外商担当）	単価の動き	・美術品や宝飾品といった高額商品の売行き好調が報じられているが、地方の百貨店では厳しい状況である。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は暖かい日が続いたことで、秋冬衣料の売行きが鈍化しているほか、来客数も前年比で約10%減少している。ただし、お歳暮ギフトやおせち料理の予約は、好調に推移している。
スーパー（経営者）	単価の動き	・客の買物が低価格品に集中し始めている感がある。例えば、今まで国産の牛肉を買っていた客が、豚肉や鶏肉のほか、特売の魚などを買っている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・気温の高い日が続いたほか、特に欲しい物もないため、客の買物は食料品が中心で、後は消耗品を買う程度という傾向が強まっている。地域間競争も激しく、客の動きがチラシに左右されているほか、来客数の減少も続いている。また、前年にエコポイント制度の影響で販売が伸びた反動もあり、今月はテレビを中心としたAV機器の売上が極端に落ち込んでいる。
スーパー（店長）	それ以外	・クリスマスケーキやおせち料理の予約は出足が好調である。
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子をみると、低価格を強調した商品は朝から並んでも買い回るが、高付加価値商品は買ってもらえない状況が続いている。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・購買点数が伸びない。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・大型スーパーがオープンし、人の流れが少し変化している。距離的には影響がないと予想していたが、客足に変化がみられる。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・来客数、販売量共に良くも悪くもなく、横ばい状態が続いている。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・今月に入っても暖かい日が続いていたため、冬物商材の動きが悪い。既に客は冬物衣類のセールを待っている感があり、特価品しか売れなくなっている。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・来客数は何とか維持できているが、客単価の下落が問題となっている。
乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・需要の低下などで、1台当たりの利益が前年よりも大幅に減少している。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・早々とセールを開始するなど、目先の売上を確保することで精一杯となっている。年始まではセールが続くが、全体的な売上増につながっている感はない。
その他専門店【医薬品】（経営者）	単価の動き	・今年は暖かい日が多いため、カイロなどの季節商材の動きが悪いほか、購入があった場合も低価格品が中心となっている。
その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・円高の進行に加えて株安も続いている。欧州の信用不安による世界的な株安傾向にも歯止めが掛からないため、客の消費意欲が高まらない。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・今月になって販売量の動きが不安定となっている。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・催事の集客状況が芳しくなく、売上も伸びていない。

高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・ 今月は、昼間の来客数が多い日は夜間が少なく、昼間が少ない日は夜間が忙しいという状況が続いている。	
一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・ 前年はテレビで紹介された影響で来客数が伸びたため、今年はその反動で悪化しているが、それ以外での変化はない。	
一般レストラン (店員)	来客数の動き	・ 客の動きは前月とほぼ変わらず、増えている感はない。	
観光型旅館(団体役員)	来客数の動き	・ 宿泊客数は前年比で79.7%、宿泊単価が90%と低迷している。	
都市型ホテル (マネージャー)	来客数の動き	・ 客室部門は外国人観光客の回復が予想より早いほか、東日本大震災による修学旅行の振替などで上向している。また、宴会やレストランの状況もやや良くなっているが、短期的な動きに終わる感がある。	
都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・ 宿泊客の多くは間際予約であるが、夏以降は東日本大震災の前と比べても活気があり、売上も前年と変わらない水準を維持できている。	
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・ 海外旅行は半数以上が韓国向けであり、客単価は下がっているが、円高の追い風で販売量は前年を10%以上も上回っている。その一方、国内旅行は低調であるため、全体では前年並みとなっている。	
旅行代理店(店長)	販売量の動き	・ 今の時期はシーズンオフで大きな変化はないが、売れるのは価格の安い商品が中心であり、販売額が増える気配はない。ただし、一部では来春の申込が増え始めており、特に東日本大震災で行けなかった方面への申込が早まっている。	
タクシー運転手	お客様の様子	・ 3か月前に比べて、特に乗客数は増えておらず、営業収入にも大きな変化はない。	
タクシー会社 (経営者)	お客様の様子	・ タクシーチケットの売上をみても分かるように、個人客、法人客共にかなりの節約ムードが続いている。	
通信会社(経営者)	お客様の様子	・ 取引のある物販やインターネット通販関係の売上状況には、特に変化がない。	
通信会社(店長)	お客様の様子	・ 目的を持って来店してくる客は横ばいか、少し増えているが、通りすがりの客は購入に結びつかない傾向が強まっているため、全体的には変わらない。	
その他レジャー施設[イベントホール](職員)	お客様の様子	・ 歌手グループの人気などで差はあるが、チケットの販売状況やイベント関連のグッズ販売、売店での飲食などに目立った変化はなく、横ばいで推移している。	
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	・ 天候要因による影響が大きく、3か月前との比較は難しいが、行楽自体が増えている実感はない。	
その他サービス[ビデオ・CDレンタル](エリア担当)	販売量の動き	・ 関西の動きは全国平均よりも多少は良いが、CDやDVDの販売に加えて、レンタルも前年割れが続いている。	
住宅販売会社(従業員)	それ以外	・ 国内外に景気の足かせとなる問題が多い一方、良い材料は非常に少ないため、景気の低迷が続いている。	
住宅販売会社(従業員)	競争相手の様子	・ 分譲マンションのモデルルームへの来場者数が低迷しているほか、デベロッパー各社は新規プロジェクト用地の仕入れができていないため、良い土地には購入希望が集中し、高値で落札されている。	
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)	お客様の様子	・ 消費者による不動産の購入意欲には、変化があまりみられない。	
その他住宅[展示場](従業員)	来客数の動き	・ 住宅展示場への来場組数は、ほぼ前年並みとなっている。	
やや悪くなっている	一般小売店[時計](経営者)	販売量の動き	・ 腕時計、目覚まし時計共に動きが悪く、特に腕時計に関しては非常に悪い。かつては1人で数本持つ人もいたが、今は1本あれば十分という時代になりつつある。客には余裕のない雰囲気を感じられ、財布のひもも緩められない感がある。
	一般小売店[珈琲](経営者)	単価の動き	・ 原材料価格の高騰が続いているが、販売価格に転嫁できていない。

百貨店（企画担当）	単価の動き	・来客数の減少がみられるほか、気温が下がらず、コートなどの防寒商品が全く動いていないため、客単価が低下している。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・お歳暮などに特定の商品を贈るのではなく、百貨店の商品券を選ぶケースが例年以上に増えている。
百貨店（販促担当）	来客数の動き	・来客数、客単価共に大幅な前年割れとなっている。気温が高い影響で重衣料の動きが鈍く、客単価の低下につながっている。月後半には気温が少し下がったが、客の動きに大きな変化はない。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・3か月前の売上は前年比で1.9%減であったが、今月は2.3%減と更に悪化している。量販品の動きは少し回復しているが、高級ブランドなどの高額品は、円高で海外へ出掛けた際に買う人が増えた影響で、3か月前の4.4%増から1.1%減へと悪化している。最近では、店頭で商品ナンバーのメモを取って帰る客や、海外で買うための下調べを公言する客が増えている。
百貨店（婦人服）	販売量の動き	・防寒商品に勢いが無いほか、ファッション部門全体にも元気がない。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・気温が高めとなった影響で秋冬商材の動きが悪いほか、欧州の信用不安や円高、株安、今後の増税問題などで不透明感も高まっている。また、一時は動きの良かった高額品にも陰りが出始めている。
スーパー（経営者）	単価の動き	・前年に比べて野菜の価格が暴落している。世界的な穀物価格の上昇で値上がりしていた商品も、店頭価格は数か月前から確実に下がっている。ポイントカードなどによる各社の販売促進の乱発も、一品単価の低下につながっており、特売に客が流れる結果、既存店の来客数が落ち込むという悪循環に陥っている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・前年の売上がエコポイント制度終了の駆け込み需要で大きく伸びたため、今月はその反動で予想以上に落ち込み、家電を中心に厳しい売上となっている。消費者心理も、原子力発電所の問題や急激な円高、欧州の信用不安、タイの洪水、消費税率の引上げに向けた動きなどで悪化している。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数の下げ止まり感がなく、前年比で96%と悪化が進んでいる。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・野菜の相場安の影響もあるが、全体的には売行き不振となっている。気温の高い日も多く、季節商材の売行きにはばらつきが大きい。
スーパー（広報担当）	販売量の動き	・今月中旬までは気温が高めであったため、衣食住全般に季節商材の動きが鈍い。さらに、テレビやエアコンなどの大型家電は、前年のエコポイント制度による盛り上がり反動で、今年は大幅減となっている。
スーパー（企画）	お客様の様子	・前年はエコポイント制度で大型家電の需要が伸びたが、今年は地上デジタル放送への移行も完了し、大型商品を購入する動きは少ない。一部では石油ストーブなどの節電商品の販売が伸びているが、全体を押し上げるまでには至らない。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月中旬に、近隣へコンビニとミニスーパーが進出してきたため、来客数が前年比で7%減となっている。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・近隣の競合店に対抗するため、仕方なく値引きセールを行っているが、販売量が多少増えるだけで、客単価は逆に低下している。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・タイの洪水で新車の納車大幅に遅れている。納車しなければ売上の目途が立たないため、非常に困っている。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・エコカー減税の終了に向けた駆け込み需要の動きを期待していたが、新規受注が伸び悩んでいる。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前に比べると団体客の利用が減った一方、個人客が増えたことで、客単価が低下している。全体としては常連客が中心の小規模店舗は堅調であるが、繁華街の大型店舗は不調であるなど、全体的な景気はやや悪くなっている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・台風で崩れた国道169号線の一部では、う回通行が続いているほか、今年は気候要因で紅葉が遅れているため、行楽客が増えない。
都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・円高、株安の動きが止まらないなか、来客数の減少傾向も続いている。宿泊客数には大きな変化はないが、宴会やレストランでは大きな減少がみられる。

	都市型ホテル (総務担当)	単価の動き	・宿泊客数やレストランの来客数に変化はないが、販売単価を下げなければ来客数を維持できなくなっている。	
	旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・中東情勢の混乱や欧州の信用不安に客が敏感な反応を示しており、申込の延期や中止といった動きがみられる。	
	競艇場(職員) 住宅販売会社 (総務担当)	単価の動き 販売量の動き	・大口客が減少し、客単価も低下してきている。 ・欧州の信用不安やタイの洪水によるサプライチェーン崩壊など、経済環境の悪化が進んでいる。住宅エコポイント制度の復活や、省エネ住宅を対象としたフラット35Sエコといった優遇策が追い風になっておらず、購入マインドの冷え込みや様子見の動きがみられる。	
悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・気温が高いため冬物商戦の動きが鈍く、先日開催した商店街の謝恩セールも売上は前年比で65%となっている。	
	一般小売店[衣服](経営者)	それ以外	・先行き不安から消費者の購買意欲が非常に低く、冬物衣料の販売が始まったにもかかわらず、動きが非常に悪い。	
	衣料品専門店(販売担当)	お客様の様子	・関西ではボーナスが出ない会社も多く、景気の悪化につながっている。	
	家電量販店(店長)	単価の動き	・客単価が前年比で48.3%、レジ客数が77.7%となるなど、前年がエコポイント制度の特需で大きく伸びた反動がいまだに続いている。さらに、タイの洪水でハードディスクが供給不足となり、一部の商品が値上がりするなど、販売機会の損失にもつながっている。	
	家電量販店(企画担当)	来客数の動き	・来客数が激減し、客単価の下落も顕著であるなど、前年比の数字に今月の悪さが表れている。	
	都市型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・やや持ち直していた宿泊も、ビジネス客を中心に苦戦している。観光も今月は繁忙期に当たるが、エリア全体で冷え込んでおり、単価の低下で売上が減少している。新規受注が増え始めていた宴会も、円高や株価の下落で企業業績に陰りが出ているため、宴会を中止する動きも広がり始めている。	
	通信会社(社員)	販売量の動き	・年末までの予約を含めた売上をみると、前年に比べて約30%の減少と大幅に悪化している。	
	競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は9,573円と、3か月前の12,398円よりも低下している。	
企業動向関連	良くなっている	電気機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・季節要因もあり、すべてが需要拡大によるものではないが、東日本大震災以降は全く動かなかった受注が急速に伸びている。
	やや良くなっている	出版・印刷・同関連産業(情報企画担当)	取引先の様子	・企業の間では、営業部門に情報を集約する動きが進んでいるほか、プレゼンテーションの方法が変わりつつある。特に、医療業界では新たにスマートフォンやタブレット端末に情報を集約する動きが進んでいる。カタログやパンフレット、電子書籍といったデジタル化の動きと従来型の印刷物の共存により、市場が活性化している。
		金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災による落ち込みからも回復し、自動車関連の生産が増えている。
		一般機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・3か月前までは受注が全くなかった取引先から、受注が次々と入り始めたため、仕事を断っている状況である。
		電気機械器具製造業(営業担当)	取引先の様子	・取引先からの引き合いが増えている。
		その他製造業[履物](団体職員)	受注量や販売量の動き	・前月の展示会への来場者数は前年比で約10%減少したが、その後の受注量はやや増加しているほか、サンプル依頼も増えている。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・1日当たりのホームページへのアクセス数が前月よりも5~22%増えており、それに伴って問い合わせも増えるなど、土地にも動きが出始めている。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・見通しが大きく改善したわけではないが、顧客企業の業界がやや明るさを取り戻している。
		その他サービス業[店舗開発](従業員)	受注量や販売量の動き	・駅構内の店舗の売上をみると、物販関連は概ね順調に推移しているが、サービス関連は依然として売上目標には程遠い。得意客には安定的な利用がみられるが、それ以外の客や新規客の利用が落ち込んでいる。
	変わらない	食料品製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・年末年始用の商材への引き合いが例年よりも早まっているが、動きが前倒しとなっているだけで、全体量が増えているわけではない。

	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・タオル産地では最需要期となっているが、前半は例年よりも受注量が少なかったものの、後半になって動きが出始めている。
	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特別な要因は見当たらないが、売上が低迷したまま回復がみられない。
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車部品関連の受注量には変化がない。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ3か月の受注と販売量は、前年に比べてほぼ横ばいの状況である。
	金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・建築、土木関連は低迷しているが、ソーラーパネルやLED照明関連が好調のため、会社全体では黒字になっている。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は原子力発電関連の取引先が多いが、東日本大震災以降は原子力発電関連の投資が減る一方、新分野への投資が増えている。それに伴い、受注の内容は変化しているが、業況はここ数か月と同様の水準となっている。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・円高で輸出関連のメーカーは厳しい局面に立たされている。また、タイの洪水で被害を受けた会社は振替生産などで非常に忙しい一方、部品が入らないために暇になった会社もあるなど、影響にはばらつきがみられる。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・4月以降、売上が前年比で約10%伸びる傾向が続いている。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・音響、映像機器の急激な落ち込みで、量販店への客足も悪化しており、全体的な荷動きの鈍化につながっている。
	建設業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の復興の遅れで需要の増加がみられないほか、長引く円高で取引先の設備投資の動きにも活気がない。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・新築、リフォーム共に、工事の単価は低調となっている。
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・イベント関係のレンタル商品の出荷業務は10～11月が繁忙期となるが、今年は例年よりも出荷が少ない。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・景気の動きは横ばいであり、各社は企業努力で売上の維持に努めている。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・購読数、折込件数共にあまり変化がなく、悪いままで上向き気配もみられない。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・このところは広告の出稿状況に大きな動きはみられない。
	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・減少傾向にあった来客数も、数か月前に比べて若干回復しているが、好調という雰囲気ではない。
やや悪くなっている	食品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・欧州の信用不安やタイの洪水、食品の放射能汚染問題など、良くない話ばかりが先行し、国内向けが中心のメーカーも海外へ進出すべきといった声が聞かれる。産業の空洞化が徐々に進み、消費者も将来不安でお金を貯蓄に回しているため、売上は徐々に悪くなってきている。
	食品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今月の中旬ごろまでは気温が平年より高かったが、それ以降の気温の低下で飲料水の売行きが前年を下回っている。この時期に売れるはずの商品が今年は売れていない。
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・得意先の催事売上は前年比で20%以上減少している。地方での催事は経費が更にかかるため、薄利となっており、外注加工先への発注も減りつつある。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	取引先の様子	・円高やタイの洪水による悪影響を受けている。
	金属製品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・鋼材価格の値上げによるコスト増加分を、販売価格に転嫁できない。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告の受注件数は若干増えているが、単価が安いいため売上はそれほど伸びていない。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・受注のほか、見積依頼の予定も少ない。
悪くなっている	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・当地域から事業所が撤退するなど貸事務所の需要が減り、それに伴う従業員の転居で住宅の賃料も下がるなど、景気が悪くなっている。

		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	・かつてないほど新車が売れておらず、中古車の動きも鈍い。
		その他非製造業 〔電気業〕(営業担当)	受注量や販売量 の動き	・円高で輸出が不振となっており、非常に業況は良くない。
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	・インフラ関係の図面作成やIT関係の派遣依頼があるほか、大きな動きになるかどうかは不透明であるが、大阪府下の市町村から年度末に向けた医療や介護関係の求人も出てきている。
		人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・年末または年度末に向けた受注件数が、今年はかなり増えている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・パート求人の減少を一般求人の増加が大きく上回り、求人数は前年比で10%増となっている。産業別には、東日本大震災以降の物流の回復や年末繁忙期の対応で、運輸、郵便業が110%の大幅増となっている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・伸び率は徐々に鈍化しているが、新規求人数が20か月連続で前年を上回っている。
	変わらない	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・派遣求人数は前月、前々月に続いて少し減少気味ではあるが、ほぼ変わらずに推移している。ただし、企業が直接雇用の動きを進めているため、求職者は減少気味である。
		新聞社〔求人広告〕(営業担当)	求人数の動き	・パート、アルバイト系の求人広告は少し回復しつつある。新卒求人も活発になりつつあるが、募集人員の数や条件面でミスマッチが起こっているなど、市場の構造が大きく変化している。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	それ以外	・東日本大震災による落ち込みが止まってきた感はあるが、欧州の信用不安や株安などで、企業が広告の出稿を抑える動きもみられる。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数の動きは業種別にみるとばらつきもあるが、全体としては堅調に推移している。
		民間職業紹介機関(大学担当)	採用者数の動き	・来年3月の卒業予定者の採用活動は淡々と進んでいる。
		学校〔大学〕(就職担当)	求人数の動き	・新卒求人が少なくなる時期であるが、今年は中小企業を中心に求人の動きが続いている。ただし、学生の動きが鈍いため内定にはつながっておらず、求人が例年よりも増えている割に大きな変化はみられない。
		学校〔大学〕(就職担当)	求人数の動き	・求人数の伸びが少し鈍化している。
	やや悪くなっている	職業安定所(職員)	求人数の動き	・円高や欧州の信用不安、タイの洪水による影響もあり、新規求人数は減少している。特に、製造業の減少が目立っている。
		民間職業紹介機関(支社長)	周辺企業の様子	・消費者向けサービスの企業は採用意欲が比較的高い一方、メーカーの採用意欲は減退している。新規求人数の動きは比較的堅調であるが、不気味さがぬぐえない。
悪くなっている	-	-	-	