

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 (近畿)	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	一般小売店〔時 計〕（経営者）	販売量の動き	・ 来客数の伸びはなかなか厳しかったが、売上としては底堅く動いた。商品も動きがみられ、腕時計や電池交換など、バランスの取れた売上内容になった。ただし、3か月前は自然災害の影響が大きすぎてひどい状態であったため、それに比べると良くなったというだけで、一般的に良くなったとは思えない。
		百貨店（企画担 当）	販売量の動き	・ 梅田地区での百貨店のリニューアルオープンなどで、客の動きが梅田に集中するなか、来客数は減少しているものの、店頭での販売量は増加している。購入意欲のある客が来店しているようである。
		百貨店（営業担 当）	来客数の動き	・ ポイントカード会員が増加し、衣料品や化粧品のポイントアップセールが好転している。
		百貨店（商品担 当）	販売量の動き	・ 気温の低下と共にファッション関連部門で動きがあり、全体でも販売量は回復傾向にある。
		コンビニ（経営 者）	販売量の動き	・ 客単価がややアップしており、相変わらずファストフードの売上は好調である。
		家電量販店（経 営者）	お客様の様子	・ 電気料金の値上げや消費税の増税を控えてか、節電型白物商品の動きが良い。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・ 休日や休日前に来店が偏る傾向は相変わらずであるが、団体利用の需要が少しずつ増えているので、1組当たりの単価は上がっている。
		観光型ホテル （経営者）	来客数の動き	・ 11月は年間を通じての最繁忙期であり、もともとの潜在的な需要も高いので、不景気の影響もあまり感じられない。ただし、団体料金に関しては相変わらず競合などでシビアなため、来客数は増えたものの、販売量は昨年並みとなっている。
		通信会社（経営 者）	来客数の動き	・ スマートフォンの新商品の販売が売上に大きく影響している。端末も大量に入荷するようになり、来客も増え、販売数のアップにつながっている。
		パチンコ店（店 員）	来客数の動き	・ 来客数が少しずつ増えてきている。
		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	・ イベントの集客力が向上している。紅葉が良かったこともあり、より良い動機づけがあると、行楽へ人は動くことが感じられる。
		住宅販売会社 （総務担当）	販売量の動き	・ 消費増税の駆け込み効果が少しずつ出ている。
	変わらない		商店街（代表 者）	販売量の動き
		一般小売店〔鮮 魚〕（営業担 当）	販売量の動き	・ 全体的に若干の増減はあるが、販売量はほぼ同じペースで推移している。
		一般小売店〔菓 子〕（経営企画 担当）	販売量の動き	・ 11月現在と8月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は11月が91.2%で、8月が90.4%、関東は11月が104.4%で、8月が94.9%、中部は11月が90.0%で、8月が96.3%、中国は11月が109.3%で、8月が94.2%となり、各地区合計の平均は、11月が94.7%で、8月が92.6%である。先月同様、依然低迷が続いている。ただし、地区によっては多少ばらつきがあり、同じ地区の店舗ごとのばらつきが以前よりも大きくなってきている。全体的に回復傾向に転じるのはまだ難しい。
		一般小売店〔衣 服〕（経営者）	お客様の様子	・ 必要な物だけ購入するという傾向は変わらないほか、秋物の動きが活発化していない。
		一般小売店〔家 具〕（経営者）	お客様の様子	・ 政治が混乱しているため、政治が良くならなければ将来への不安は消えない。
		一般小売店〔衣 服〕（経営者）	販売量の動き	・ 気候が寒くなり、冬物衣料が動いているものの、好調とはいえない。冬物の立ち上がりとなるこの時期に、来客数、販売量共に鈍さを感じているので、景気が上向いているとは決していえない。
		一般小売店 〔花〕（店長）	競争相手の様子	・ 地域でのライバル店の閉店に伴い、多少は来客数が増加している。年末前の駆け込み開店が11月は多く、贈答品の販売数も増えたが、一般客が今一つ伸び悩んだため、全体としては変わらない。

百貨店（売場主任）	販売量の動き	・梅田地区の同業他店の増床による影響は、今のところみられない。気温が低下すれば衣料品の購入は活発化するが、今月は雨の影響が大きく販売量は変わらない。
百貨店（売場主任）	競争相手の様子	・競合する店舗では、昨年にも増して値引き販売やポイントアップによる集客を行っているが、大きな効果は得られていない。何も行っていない期間は月間で1週間ほどであり、割引販売が常態化してきている。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・梅田地区で百貨店がリニューアルオープンし、若干であるが来客数に影響が出ている。
百貨店（売場主任）	来客数の動き	・今まで以上に、非常にシビアな買い方をしている。また、メーカー自体が冒険せず、奇抜な商品などが少ない。在庫に対して敏感で、生産オーバーなどもない。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・11月は梅田地区の百貨店の増床オープンに伴い、京都地区への悪影響が懸念されたが、売上は前年を5%ほど上回っており、10、11月合計でも前年をわずかに上回っている。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は9、10月が不調であった反動もあり、目標を上回る見込みである。ただし、これまでの不足分をカバーするまでには至っておらず、客の消費に対する慎重な姿勢は変わっていない。価格訴求力があり、商品価値のある物に対する需要は高いものの、不要不急の商品に対する客の購買は一層厳しいものがある。
百貨店（営業担当）	競争相手の様子	・富裕層の固定客は、梅田地区にリニューアルオープンした他店の影響もあまりなく、海外高級ブランド品などは、ホテルでの催事で高額品も含めて例年以上に売れている。
百貨店（外商担当）	単価の動き	・年末の総選挙のため、歳暮商戦の売上に影響が出てきそうである。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は、ようやく本格的な寒さが到来したことで、冬物商材の動向が好調になってきた。また、前倒しのバーゲンと紳士服の催事が好調に推移したことで、久々に目標を達成する。
百貨店（販促担当）	販売量の動き	・入店客数は前年を超えているものの、購買客数は前年割れが継続している。気温の低下により防寒衣料が堅調に推移しているが、ギフトは1人当たりの購入数が減少し、客単価がダウンしている。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・この11月は気温の低下もあり、冬物商材の動きが急に活発となり、売上をけん引した。ただし、後半になると、3連休に動きが急に止まっている。特に、前年の12月は冬物の動きが良かったこともあり、今年は総選挙などの影響で苦戦が予想される。
スーパー（店長）	来客数の動き	・景気については、依然先行きが不透明な点が多く、厳しい状況にある。ただし、当店については、販促強化などのアクションに対しては結果が出ており、好結果となっている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・クリスマスケーキ、おせち、年賀状印刷などの年末の予約状況が昨年割れで厳しい。通常の商品は昨年並みであるため、客が出費を必要最小限に抑えているか、調達先を替えたかである。
スーパー（店長）	来客数の動き	・昨年に比べて冬の寒い気温の低下で、衣料品、寝具関連、鍋商材が好調に推移している。
スーパー（店長）	販売量の動き	・衣料・住居関連については、月初の気温低下で季節物が量販できたため、月としてはまずまずであるが、前倒しで売れていると判断している。一方、食品は相変わらずで、わずかながら前年の実績を割り込む流れが続いている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・同業他社の値下げ攻勢があるが、消費の地合いが悪く、各社とも実績は上がらない。消耗戦の状況であり、上向きの兆しはみられない。
スーパー（広報担当）	販売量の動き	・今月は月を通して気温が前年比で低めの推移となったため、衣料品・住居関連品の季節品を中心に、売上をけん引している。
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子をみていると、価格を強調した日替わり品や、ポイント何倍といった特典のある店を買い回っている。価格に対して敏感な買い方が目立っている。
スーパー（開発担当）	販売量の動き	・店舗の売上は前年とあまり変わらない。

スーパー（社員）	販売量の動き	・大手スーパーマーケットが打ち出した販売価格下げの影響が、店頭単価の下落につながっている。ただし、変動はあるものの、総じて客の買上点数は増加傾向が続いており、単価低下が続くなかでも売上が確保できている。
スーパー（企画）	来客数の動き	・来客数については微増であるが、客単価（1品単価）の落ち込みが回復しない。
コンビニ（店長）	お客様の様子	・このところ、特に爆発的に売れる新商品がないこともあり、客には衝動買いの動きも特になく、平常どおりに買物をしているようにみえる。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・焼きたてパンを店で食べてもらえるようイートインコーナーを設けたり、幼児に駄菓子をサービスするなどの戦略を練っているが、売上につながる大きな変動はみられない。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・昨年よりも来客数が減っており、単価も落ちているために、売上が下がっている。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・エコカー補助金や決算の時期の終了で、今月は目標販売台数の80%しか達成できていない。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・年末に向けて、法人、団体客からの受注減を補うように、一般客の小売が伸びてくるのが例年だが、今年是一般客の来店も受注も伸びる気配がない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・販売量は前年と変わらない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・集客も思わしくないなか、一見客ではなく、固定客の購入品におけるキャンセルもみられる。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・急に寒くなったり、雨が続きたりしたことで、客足もまばらとなった。今月は天候に左右される日が多い。
スナック（経営者）	来客数の動き	・個人的なイベントがあったお陰で、何とか維持できている。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	来客数の動き	・百貨店の全面開業に伴い、梅田地区の活性化を期待したが、開業日当日の客足が多少伸びた程度で、大きな集客増にはつながっていない。目新しさに興味はあるものの、消費に直結する購買意欲自体の変化は感じられない。
観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・行楽のシーズンで客足は増えていたが、客単価は伸びず、前年比で5%ほど落ちている。
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・宿泊部門は大阪での週末のコンサートやマラソンなどのイベントと、秋の行楽シーズンで比較的好調に推移したが、宴会部門はパーティーの日程変更などにより大きくマイナスとなった。食堂部門も高額店舗の収入減が目立ち、全体では前年を割り込む結果となっている。
都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・行楽シーズンでもあり、国内旅行は前年と変わらないが、アジアからの観光客がまだ戻っておらず、昨年より落ち込んでいる。
タクシー運転手	お客様の様子	・例年、師走前の時期は客の乗車機会は減少傾向になりがちであるため、営業収入は例年とほぼ同水準となっている。
タクシー運転手	競争相手の様子	・衆議院も解散となり、これから総選挙ということで動きが止まっている。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・客の受注状況に特に変化がない。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	お客様の様子	・具体的な調査はできないが、需要が小ぶりになってきているようである。例えば、飲食の場合はし好品を買わず、飲めればよい、満腹になればよい、といったような動きが見受けられる。このように特に変わりはないが、需要が小ぶりになっているように見受けられる。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	来客数の動き	・無料体験キャンペーンの参加者が例年よりも増えたものの、厳しい状況に変化はない。
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	・アイテムの総売上の前年割れ傾向が相変わらず続くなか、書籍売上の前年比を維持することが難しい状況になってきている。
住宅販売会社（従業員）	それ以外	・国内外に問題が山積みとなっており、企業、個人共に経済活動は停滞気味である。

	その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームへの来場者数は横ばいである。割安感のある物件や希少立地の物件などは好調に推移しているが、全体的に上向きという状況ではない。新規事業用地の取得難易度が高まるなか、施工費の上昇も加わり、来年以降は販売が難しくなる。
やや悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・天候不順や経済不況により、秋商戦も不調に終わっている。
	一般小売店[精肉](管理担当)	お客様の様子	・日中関係における問題で、中国人観光客による末端の消費レベルの悪化が、11月になって特に大きく感じる。牛肉でいえば、昨年の放射能汚染問題がようやく収まりかけてきたなかで、数字が再び悪化し始めている。
	一般小売店[菓子](営業担当)	販売量の動き	・依然として小売店の商品回転率が上がらず、特に進物商品の受注が伸び悩んでいる。
	百貨店(企画担当)	競争相手の様子	・近隣での競合店増床オープンによる影響が出ているが、想定範囲内に収まっている。
	百貨店(外商担当)	販売量の動き	・お歳暮商戦が始まったが、顧客によってはお歳暮自体を取りやめたり、件数を減らしたり、単価を下げるという動きがあった。一方、懸念された10月に増床オープンした競合店へ売上が流れるという動きは感じられない。
	百貨店(店長)	来客数の動き	・今月に入ってから、売上はまだ善戦しているものの、入店客数が昨年をかなり下回る数字となっている。
	スーパー(経営者)	単価の動き	・今までは季節の物でおいしそうな初物だと、少々高くても購入がみられたが、こちらが思う金額よりも低い価格でないと動かない。
	スーパー(店長)	単価の動き	・これまでの景気後退報道や消費税増税の話題に加え、冬のボーナスの減少、電気料金の値上げなど、明るい話題はない。
	スーパー(企画担当)	来客数の動き	・来客数の推移が前年比で93%と、95%を割り込んできている。
	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・残業が少なくなってきた、午後6時から9時ごろまでの来客数が平均的に減少している。
	コンビニ(広告担当)	お客様の様子	・近畿地区は長引く景気停滞、原材料や物価の高騰、公共料金の値上げ、昨今の大手家電メーカーの大幅赤字やリストラなどで、消費心理が冷えてきていると感じる。その結果、客は日常の買い回り品の購入を抑えている。
	乗用車販売店(経営者)	お客様の様子	・メーカーに勤めている客が、リストラの深刻さを訴えている。特に、家電メーカーでリストラされた人たちが先行きの暗さを教えてくれる。
	乗用車販売店(販売担当)	販売量の動き	・今月に入り、新規客が減少している。また、新車の提案をするものの、買い控え感が強い。
	その他専門店[医薬品](経営者)	販売量の動き	・消費者が食品や日用雑貨などの使用量を減らしたり、回数を少なくしたりする自己防衛的な行動をとっている。先月と比べて買上点数は0.2点、来客数は3%程度落ちている。
	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・今までよりも、月末にかけての来客数の伸びが小さくなっている。
一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・近隣の飲食店が閉店や休業となり、昼間の来客数は若干増えたが、夜の営業では商店街に人通りがない。梅田地区で百貨店がリニューアルオープンしてからは、特に人通りが少なくなっている。	
一般レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・10月から最近まで来客数の前年比が落ち込んでいる。全国平均やほかの地域よりも低い状況が続いている。	
一般レストラン(店員)	来客数の動き	・悪い動きは変わらない。年末にかけても良い流れが続きにくい。	
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・官公庁関係の宴会が、衆議院の解散総選挙という情報からキャンセルが入った。同様に忘年会の規模が縮小傾向にある。	
観光型旅館(団体役員)	単価の動き	・来客数の前年比については100%、110%を超えているが、1人当たりの消費単価は95.3%、宿泊単価についても同じような数字となっている。	
都市型ホテル(支配人)	販売量の動き	・景気は毎月悪くなっている。中国人観光客の来日に期待していた関西経済は、尖閣問題でしばらく景気浮揚は期待できないと思われる。衆議院の解散後に一時的な円安、株価の押し上げがみられたが、このまま推移することはない。	

都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・宿泊では、尖閣問題以降、中国人の団体旅行が皆無(前年は1200名)で、来春か来夏まで続きそうな状況である。その対策として、ビジネス客や国内旅行者向けに格安のインターネット販売を拡大した結果、利用は前年実績を超える見込みである。市場では少なくともパイの取り合いとなっており、価格が更に低迷している。一方、宴会は個別案件で大口の受注ができたため、前年を超える見込みであるが、一般宴会の単価は下がる一方である。競合他社のホームページでも、期間限定の格安宴会プランの宣伝が増えてきている。	
都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・宿泊の来客数は、営業努力も功を奏して大幅な減少となっていないが、飲料部門では大幅に減少している。特に、ディナーの時間帯の減少幅が大きい。ただし、女性が中心のランチの時間帯は、変化がなく堅調である。	
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・領土問題から韓国向けは徐々に持ち直し、海外旅行は昨年並みの動きとなっているが、国内旅行は件数が落ち込み、前年を下回っている。年末年始の宿の予約も、例年より取りやすく感じる。総選挙も旅行にとってはマイナス要因である。	
旅行代理店(店長)	来客数の動き	・客が減ってきている。	
旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・年末年始の休みが、今年は9連休も可能な曜日配列にもかかわらず、1か月前になっても先行受注が思うように進まない。客からは、ボーナスが今冬は減少するので、旅行に回せないという声をよく聞く。	
通信会社(社員)	販売量の動き	・ほかの通信会社に売り負けている。冬モデルの反響が今一つ盛り上がり欠ける。	
通信会社(企画担当)	お客様の様子	・政治の混乱により停滞している。	
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・新施設を導入しても、開発コストなどの回収を考えると、価格設定が難しい。現状のようなデフレ環境のなかで、一体いくらなら適当なのかという判断を、何を基準に下せばよいか分からない。	
観光名所(経理担当)	来客数の動き	・3か月前よりも来場者数の前年比が悪化している。	
競艇場(職員)	単価の動き	・1人当たりの購買単価と、来場者数の減少が続いている。	
美容室(店長)	来客数の動き	・スタッフも客も高齢化が進み、新しい客が増えにくくなっている。	
美容室(店員)	単価の動き	・今月はパーマやカラーの客がやや少なく、カットが多くなっているため単価が低い。	
住宅販売会社 (経営者)	競争相手の様子	・いわゆる老舗といわれる、パブル崩壊や米国の大型金融機関の破たんも乗り越えてきた業者が、倒産ではなく廃業せざるを得ない状況に陥るケースが多発している。	
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)	それ以外	・金融機関からの情報では、破産案件が増加しているようである。また、融資姿勢も厳しくなる傾向にある。	
その他住宅[展示場](従業員)	来客数の動き	・住宅展示場の来場組数が前年同月比で1割ほど減少している。	
悪くなっている	一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・今年は気温の低い日が続く、寒波が次々と来ているが、冬物の防寒具が思いのほか伸びていない。今売れなければいけないのに、なぜ売れないのか分からない。
	一般小売店[珈琲](経営者)	販売量の動き	・9月以降、直営店の来客数の減少や販売先での売行きが悪化が顕著である。電気料金の値上げ予告により、財布のひもが固くなっている。
	一般小売店[野菜](店長)	お客様の様子	・相変わらず飲食関係はひどい状態で、こちらの業況も悪い。
	衣料品専門店(経営者)	単価の動き	・平均単価の下落が顕著になってきた。売上に占める値引き商品の比率が上がっている。定価販売を死守すると、大幅な売上の減少を覚悟しなければならない。
	衣料品専門店(販売担当)	お客様の様子	・単価の低下はもちろんのこと、買い控えがどんどん進んでいる。
	家電量販店(企画担当)	販売量の動き	・家電製品にヒット商品がなく、所得の低下から買換え需要しか見込めない。

		一般レストラン (経理担当)	来客数の動き	・国内経済の減速、中国との外交問題、電気料金の値上げ、収入の伸び悩みなどにより、消費者の生活防衛志向が高まっている。
		競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は8,123円で、3か月前の客単価は9,855円であったため、悪くなっている。
		その他サービス [保険代理店] (経営者)	お客様の様子	・今年初めからの業績の不調が好転することなく、年末を迎えている。秋にかなり持ち直した客もあるが、その業績を維持できず、また低迷している。低迷が続くと、回復への意思も弱くなり、消費意欲もなくなる。12月に少しでも来年に期待と意欲を持てる業績をあげなければ、なかなか低迷から脱することができなくなる。
企業 動向 関連 (近畿)	良く なっている やや良 くなっている	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・得意先の従業員やパートが増えたこともあり、当社商品の利用が増えている。特に百貨店関係が右肩上がりである。
		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	・年末商戦に向けて、受注量が増えている。カレンダーなどの季節的受注の要素が大きい。来年3月までの受注が動き始めている。ただし、弱電関係はこの先も受注が見込めない。
		化学工業(経営 者)	受注量や販売量の動き	・好調の関東営業所に比べて大阪は苦戦が続いており、昨年の売上を下回る状態が続いていたが、ここへきてようやく昨年並みの売上が出せるようになってきている。
		プラスチック製 品製造業(経営 者)	受注量や販売量の動き	・受注などの数字や雰囲気は底を脱した感があるが、あくまでも3か月前との比較であり、確信には至らない。
		輸送用機械器具 製造業(経理担 当)	受注量や販売量の動き	・国内からの見積依頼が増加傾向にある。
		輸送業(商品管 理担当)	受注価格や販売価格の動き	・販売量の動きが、お歳暮やクリスマスの動きに合わせて増加している。
		新聞販売店[広 告](店主)	受注量や販売量の動き	・折込件数がやや増加している。購読の契約更新も、毎月経済的な理由で更新しない読者が出ていたが、12月分はすべて更新されている。
		広告代理店(営 業担当)	受注量や販売量の動き	・通常の広告は相変わらず良くないが、総選挙関連の広告出稿がここへきて大きく増えている。
		コピーサービス 業(店長)	受注量や販売量の動き	・年賀状の印刷に関しては、早くも目標を達成するなど好調な状況を維持している。ただし、客はより安価な商品を選ぶ傾向にあり、単価の下落を懸念している。
		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	・気温の低下に伴い、冬物商材(食材)が好調に推移している。特に、25日に同日開催された大阪、神戸マラソンの効果は大きく、当日は大阪駅、三ノ宮駅を中心に、多くの駅構内でにぎわいをみせた。
		その他非製造業 [民間放送] (従業員)	受注量や販売量の動き	・総選挙の実施が決まり、閉そく感の打破を期待する動きが出てきている。当面は経済にも好影響となる。
変わらない		食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・販売量、受注量共に大きな動きはない。販売価格も底値安定といったところで、依然として安売り合戦が続いている。各大手量販店も既にプライベートブランド品は採用しており、残りは販売価格や製品の特徴による売上増である。最近ではナショナルブランドの価格も全体の動きにつられて安くなってきている。
		一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今のところ、受注残をみると順調に推移している。
		一般機械器具製 造業(設計担 当)	受注量や販売量の動き	・受注量の上向き予想が立たない。下向かないように現状を維持することで精一杯である。
		電気機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・昨年と比べると経営条件が悪くなってきている上、ここへきて電力の値上げとなるとより悪くなる。
		電気機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・少し円安が進んだ以外は、良い話はない。国内の取引先のなかでも、大手企業の経営者が本当に弱気になっており、新製品の開発に投資をしない傾向が顕著である。大阪駅前や中之島周辺の開発は華やかであるが、ますます海外頼みが強まりそうである。
		電気機械器具製 造業(宣伝担 当)	受注量や販売量の動き	・量販店の客足は少なく、販売が低迷している。

	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、売上共に横ばいである。
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が悪いまま変化がない。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・11月は問い合わせ、受注などが増加傾向にあったが、月末近くになり、少しその勢いが弱まってきている。来年の案件は複数あるが、目先の12月の案件がまだみえない状況である。
	建設業（経営者）	取引先の様子	・長引く不景気で得意先の設備投資も凍結や縮小、延期となっている。官庁関係も発注量が減少傾向にある。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注量はそこそこあるが、1物件当たりの単価は依然低調である。
	輸送業（営業所長）	受注価格や販売価格の動き	・新規案件の話も少しは出てきているが、物流コストの見直しで厳しい料金設定が多い。
	通信業（管理担当）	それ以外	・良くなっていると聞くが、少なくとも周辺は冷え込んでいる。市場に行ってもさほど安くはないし、安い物は粗悪な商品である。
	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・月々の受注の予測がつかない状態である。
	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・関西圏の取引先である各ショッピングセンターをみると、大阪の中心地では百貨店のリニューアルオープンで、来客数は大幅増である。一方、郊外が落ち込んでおり、来客数は増えているが客単価が伸びていないため、9月と変わらない。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・クライアントの小売業、製造業共に、大きな変化はない。
	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	・もう12月になるが、忙しさをバタバタする気配がない。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・全体的な景気動向はやや上向き加減かもしれないが、まだ断定できるだけのものはない。
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	・タオルの産地にとっては最需要期であるが、受注件数は例年より少なく感じられる。ただし、法人の大口需要もあり、受注量は昨年並みとなる。
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注数の減少が生産数の減少につながり、生産に従事する外注加工先の収入が減ってきている。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節的要因を除くと悪くなっている。
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・電機関係及び建築関係の製品は、販売数量が前年比で14%減少している。
	金属製品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・景気悪化に伴い、客先に足元をみられて執ような値下げ要求を受けている。
	金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・定時での仕事が確保できないため、交代で平日に休み、人件費の削減を行っている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・状況はここ2か月変化がなく、昨年水準を維持している。
	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・販売価格交渉が一段と厳しくなっている。
	建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・人手不足で原価がかさんでいるが、工事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	・クライアントからの広告の注文が少なくなっており、新規先も減っている。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・コンサルタントで、主に関西圏の家電メーカー及び関連メーカーでの仕事をしているが、家電の主要メーカーの業況が悪いために、非常に困難な状態にある。
	悪くなっている	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子
金属製品製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・海外製品との競争が続くなか、為替格差によって国産品の製造、販売が激減している。
	電気機械器具製造業（営業担当）	競争相手の様子	・同業者も同じく仕事がない。

		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・円高で事業所が神戸から出ていき、住民も減っている。空室が増加しているほか、賃貸マンションや事務所の賃料も下がっている。
雇用関連	良くなっている	-	-	-
(近畿)	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・11月に入って、通常のペースに戻ってきた感じがする。年末や年度末に向けての動きも少しずつ出てきている。景気動向としては上向きではないかと思われ、ある職種に限れば活発さが出ているなど、少なくとも徐々に良くなってきている。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・求人自体は増えてきているが、スタッフの確保に苦慮している。
		民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・日雇い労働者不足による未充足の求人票（ほとんどが建設部門）が、窓口で徐々に増えている。
		学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・南港へのコンテナ船は、11月中旬以降、入港が尖閣問題発生以前の状況に戻りつつある。
変わらない		人材派遣会社（役員）	求職者数の動き	・先月に引き続き求人数は回復基調にあるものの、マッチングに難航し、雇用者数の増加にはつながっていない。
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・貿易赤字の拡大やデフレが解消されず、賃金も上がらない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・衆議院の総選挙が決まり、今後政権がどうなるかを見極めた上での動きとなるため、状況は変わっていない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新聞の求人広告は、引き続き低調である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は9か月連続で増加したが、年末に向けたアルバイトなどの非正規社員の求人が目立ち、正社員求人の伸びは鈍化している。ただし、新規求職者数が引き続き減少しているほか、中国情勢などに大きな影響を受けているという事業所の声もあまり聞かれず、現時点で雇用情勢からは景気が悪化しているという感覚はない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・大手電機メーカーが収益悪化のため、人員整理することが決まっている。その影響で下請企業にどれだけのダメージがあるかは分からないが、それなりの悪影響が出る。
		民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・実際には、2013年3月卒業予定の学生の3～4割は就職先が決まっていなかったにもかかわらず、次の年度の採用が始まるようとしている。
やや悪くなっている		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・大学に求人を出してくる企業数が、昨年よりも2割ほど増加している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞への地元からの出稿をみると、薬品業界、通販業界を中心に、前年比でマイナス10%と非常に厳しい。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数が増加している。企業整理などによる離職（予定）者の求職申込が見受けられる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の動きについては、2か月連続で増加している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・再就職支援業務の需要が高まっている。
悪くなっている		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・新規求人数が伸び悩み始めている。
		-	-	-