

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	一般小売店 〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・店舗の周辺地域では歴史街道の掘り起こし活動が行われているが、軌道に乗ってきたことで、当店へのリピーターが増えている。
		テーマパーク （職員）	来客数の動き	・この3連休は集客率が上がっており、オープン当時に上回る勢いとなっている。
	やや良くなっている	一般小売店〔衣服〕（経営者）	単価の動き	・寒くなると共に季節商品の仕入れを増やしたが、高額のコートやジャケットが売れ出している。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・バーゲンセールによって来客数が増え、売上は前年比で2けた以上の増加となった。ただし、客が欲しい商品しか購入しない傾向は以前と変わらない。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・12月商戦を控え、各種販促や先取りイベントにより冬物衣料品やブランド品の買上が増えている。
		コンビニ（マネージャー）	来客数の動き	・例年よりも気温が高いため、ドリンクやおにぎりなどの販売が非常に好調である。客単価は若干前年を下回っているものの、おまけのついた高単価のドリンクなどが予想以上に売れるなど、高付加価値の商品が売れ始めた感がある。
		衣料品専門店（販売担当）	単価の動き	・月後半の気温の低下に伴い、売行きは好調となっている。アウターやジャケットなどの高額商品も好調に動いている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・ボーナス商戦を迎え、デジタル家電や高級家電のほか、オール電化関連の動きが良くなっている。
	変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・気温が平年並みになってから、秋物、冬物商材が好調となっている。それに伴って雑貨や身の回り品も好調に売れ出している。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・年末を前にして例年はもう少し販売が伸びるが、今年は今一つである。個人客への販売は順調であるものの、法人客の動きが鈍い。
		一般小売店〔食料品〕（経営者）	販売量の動き	・年末商戦を迎えて前年よりも繁忙感があるものの、それは従業員の数が減り、1人当たりの負担が大きくなった影響もある。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・9、10月に落ち込んだ反動もあり、腕時計やバンドの動きが少し良かった。ただし、平均単価は高くなったものの、来客数は予想したほど伸びていない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	単価の動き	・気温が低下したものの重衣料の動きが鈍い。各店舗での来客数は確保できているものの、高額品の売上が前年ほど伸びていない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・気温の低下に伴って冬物衣料が動き出したものの、それほど大きな動きではない。衣料品は冬商戦が勝負であるが、かなり不安な状況となっている。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	競争相手の様子	・商店街全体の人通りが少なく、近隣のスーパーも特売の日だけ人が集まっている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・高額品は売れるようになったものの、販売量全体は低迷している。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・食料品売場の動きについては、工事を行っている割に来客数は前年と変わらない。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・来客数はほぼ前年並みで、気温が下がれば防寒用品がすぐに動き出すなど、実需は堅調である。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・婦人服は動きが鈍いものの、雑貨では洋品や婦人靴などに活発な動きがみられる。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・化粧品などの雑貨関係や、価格の低い食料品などで動きがみられるものの、5万円を超える高額品には目立った動きがない。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・例年は12月に実施しているバーゲンセールであるが、今年は前倒しで実施している。その関係で、前年の売上、今年の売上目標共に大幅にクリアしている。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・正月を控えて購買意欲が高まると予想したものの、暖かいこともあって鍋物関係などの売上が伸びていない。

スーパー（経営者）	販売量の動き	・年央に価格の上がった商品では値上げが定着しつつあり、特売の価格を上げて販売点数が落ちない。鮮魚などでもその傾向がみられる。また、先月から原材料価格の高騰による値上げの報道が増えたことで、以前にも増して販売促進に効果が上がっている。その結果、来客数、販売点数共に伸びている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・原料の高騰で一部の食料品を値上げした結果、特売時は今まで以上に売れている一方、通常価格に戻れば販売量が減少している。それに対して、価格据置き商品やエブリデー・ロープライスの商品は、売上が1.3倍程度に伸びている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・気温の低下と共に冬物衣料や食品の動きが良くなり、売上も上向きとなっている。
スーパー（広報担当）	お客様の様子	・これまでは値上げ商品の特売を行うと品切れすることもあったが、食品を中心とした値上げ報道の影響で、客が価格に対して非常にシビアになっている。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・気温が平年並みとなり、食品、衣料品共に売上は少し良くなる兆しが出てきた。しかし、サブプライムローン問題の影響もあり、客の買い方がシビアになってきている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・夏に比べて売上は少し減少しているものの、大きな変化はない。近隣の競合店舗が閉店したため、客が流れてきている。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・販売量は引き続き安定していない。やはり高額商品が売れなければ売上目標は達成できない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・インフルエンザがはやっており、かぜ薬や栄養ドリンクの動きが少し出てきている。そのほか、保湿クリームなども動いているが、食品雑貨は慎重な動きとなっている。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	競争相手の様子	・展示会では当社商品の売行きが今一つであるものの、他社の商品が売れているため、展示会全体の売上はそれなりに上がっている。
一般レストラン（店員）	来客数の動き	・客の来る日と来ない日の差が激しい。全体として、土日は以前と比べて来客数、売上共に伸びている一方、平日は悪化気味となっている。
観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・忘年会の客単価については、期待していたほど上がっていない。
観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・今年に入って来客数は増加傾向にあったが、9月以降は足踏み状態である。
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・宿泊部門では来客数、売上共に増加傾向にあるが、宴会や婚礼、レストランでは来客数などで厳しい状況が続いている。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・年末まで40日前後となり、キャンセル待ちをしていた海外旅行に空きが出るなど、何とか前年の水準を上回っている。ただし、国内旅行は前年を下回っているなど、全体的な力強さはない。
旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・今年の年末年始は1月4日を休むと9連休となるため、販売増を期待しているものの、申込は前年比100%程度と大幅な増加はみられない。
タクシー運転手	来客数の動き	・3連休の前日は、場所によって空車がなくなるほど好調であったが、通常日は客が少なく苦戦している。
タクシー運転手	お客様の様子	・日中は必要最低限の利用しかみられない。夜遅くなり、ほかに交通手段がないときにだけ長距離の利用がある。
競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は14,660円と、3か月前の14,228円からほとんど変わっていない。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	お客様の様子	・一部の韓流イベントへの参加者は熱狂的で、グッズの販売量が増えているほか、周辺の交通手段や宿泊施設の利用も伸びている。その一方、ほかのイベントでは特に変化はない。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	お客様の様子	・来場者数は減少傾向であるものの、来場客の間で購買意欲はそれほど落ちていない。

	その他サービス 〔学習塾〕（経営者）	来客数の動き	・今月に行った無料参加キャンペーンの結果はまずまずで、定着率も前年を若干上回る結果となっている。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	来客数の動き	・新築マンションの販売では集客状況が悪く、販売率の回復がみられない。
やや悪くなっている	一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・禁煙の風潮が強まるなか、たばこをやめる人が増えており、販売量が減っている。
	一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	来客数の動き	・例年この時期は来客数が減るものの、今年は予想以上に減少している。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・気温の低下に伴って衣料品の動きが活発になってきたものの、特選ブランドや宝飾品などの高級品の動きは鈍化している。増税に関する動きやガソリンの急騰などが客の心理に影響を及ぼしている。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・ようやく防寒衣料が動き始めたが、本格的な防寒用品ではなく、レザーや厚地ジャケット、カジュアルなブルゾンタイプのコートなど、本来は季節の始めに売れる低単価品が中心となっている。なかには高額品の購入もみられるが、比較的高齢の客が多く、最も動きのある若い客による購入はまだ本格的ではない。
	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・寒くなったこともあり、店頭や店外催事での衣料品の動きが良くなっているものの、店全体の売上が前年の水準を確保するには至っていない。
	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・気温の低下もあり、冬物の防寒衣料や防寒雑貨の動きが良くなってきているものの、前年に比べて数量は伸びておらず、引き続き厳しい状況となっている。
	百貨店（商品担当）	来客数の動き	・歳暮の早期受注では動きが出てきているものの、来客数は計画よりも少ない。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・様々な商品の値上げにより、客の間で節約ムードが高まっている。連休中の人の動きも悪く、食品ではぜいたく品の動きが鈍くなっている。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・原材料の高騰に伴って値上げを行ったが、値上げ商品の販売量は明らかに減少傾向となっている。ガソリン代やクリーニング代なども値上げが進むなか、特売日まで購入を控えたり、購入量を抑えるなどの動きが出てきている。
	スーパー（店員）	競争相手の様子	・競争相手がチラシを多く入れており、客がそちらへ流れている。
	スーパー（管理担当）	単価の動き	・優待値引きの企画を長期にわたって行ったところ、購入が値引き商品に偏る結果となっている。
	スーパー（開発担当）	単価の動き	・商品の値上げにより、客単価、買上点数共に悪化している。
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・近隣の居酒屋が、ランチタイムに手作り弁当の販売を始めた。作りたてでコンビニよりも割安感があるため、弁当類の売上が落ちている。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比で2～4%のダウンとなり、売上に影響が出ているほか、客単価にも落ち込みがみられる。
	コンビニ（店長）	単価の動き	・キャンペーンの効果もあり、寒くなった割には来客数が減っていないにもかかわらず、売上が伸びていない。
	衣料品専門店（営業・販売担当）	販売量の動き	・冬物スーツなどのオーダーが例年よりも少ない。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・原油高の影響で車の利用を控える人が増え、修理などを頼む客が減っている。原油高は新車販売以外にも大きな影響を与えている。	
乗用車販売店（営業担当）	単価の動き	・最近とはとにかく値下げを求める客が増えてきている。	
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・ボーナス商戦、年末商戦が始まっているにもかかわらず、新規の来客数は相変わらず少ない。年間の最需期であるが、買い換えではなく車検を受ける客が多いため、販売台数は低迷している。	
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新型車が出そろったにもかかわらず、来店客が3か月前に比べて非常に少ない。	

乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・新車の販売台数が目標に届いていないほか、点検や車検、修理などの在庫も少ない。
住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・冬物商材の動きが悪く、特に飲食店向けの業務用商品は、販売量、問い合わせ件数共に低調となっている。イベント用の商品も、インターネット販売への新規参入が増えている関係で、前年に比べてかなり低調な状態である。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・宴会予約の出足が遅く、大口の客も少ない。
一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・10月後半から11月にかけて来客数、客単価が悪化している。物価の上昇もあり、客の財布のひもが固くなっている感がある。
スナック(経営者)	来客数の動き	・来客数が減少しており、来店時間も9～10時過ぎに集中している。特に、深夜の客は非常に少ない。
観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・1～9月は好調であったのに対し、10、11月は落ち込みのあった前年とほぼ同じ水準であり、2年前に比べるとかなり販売量が落ちている。
観光型旅館(経営者)	単価の動き	・紅葉などの行楽シーズンとなり、来館者数は例年並みに戻っているものの、客単価が25%ほど低下している。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊は、例年京都へ紅葉を見に来た観光客が大阪まで流れてくる。今年は紅葉が遅れたため、今月末から12月上旬まで宿泊が伸びている。また、婚礼も順調に売上を伸ばしている。一方、レストランや宴会、会議部門では、特殊要因で売上は伸びたものの、全体の件数や来客数は減少している。特に、夏以降は法人利用が低調となっている。
都市型ホテル (役員)	お客様の様子	・宿泊や料飲部門は、特需のあった夏に比べて悪化しているが、前年に比べると客単価が伸びており好調となっている。一方、宴会部門は件数は伸びているものの、小規模の予約が多いため売上は前年に届かず、ホテル全体の売上は悪化している。
都市型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・宿泊は、在阪ホテル全体で前年よりも稼働率が低下傾向にある。ただし、単価の上昇により売上は前年を上回っている。一方、レストランはかきのシーズンに入って売上は好調であるものの、宴会は依然として規模が縮小しており、厳しい状況となっている。
旅行代理店(店長)	来客数の動き	・来客数は前月よりも更に落ち込み、前年比で83%となっている。原油高騰の影響もあり、年末年始の海外旅行では20代女性の動きが悪い。
旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・法人客の出張、旅行需要が明らかに低下し始めている。まだ個人客に大きな落ち込みはみられないものの、今後は低下傾向となる。
タクシー運転手	競争相手の様子	・夜の繁華街では、接待などでタクシーを利用する客が激減している。
タクシー運転手	来客数の動き	・今年は冷え込みが遅く、天気の良い日は客が少ないなど、かなり苦労している。
タクシー会社 (経営者)	お客様の様子	・繁華街での往来が少ないほか、これまでタクシーを利用していた層も公共の交通機関へシフトしており、タクシーを利用する習慣は少なくなっている。
通信会社(経営者)	それ以外	・大手通信会社が在庫圧縮のために出荷制限を行っており、店頭では在庫が底をついている状態である。一方、別の通信会社が始めた新しい販売スタイルにより、客に動きが出てきている。
通信会社(社員)	販売量の動き	・契約数が伸び悩んでいる。サービスメニューごとに内容は異なるが、中でもケーブルテレビサービスの契約状況があまり良くない。
美容室(店長)	販売量の動き	・売上が前年比で1～2割減少している。人手不足による店員の戦力低下も響いている。
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	・レンタルや物販を含む全アイテムで、前年に比べて売上が悪化している。
住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・商業地の地価下落に伴って、住宅地も少し低下傾向にあるため、市場では購入意欲の低下がみられる。
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・流通量が極端に落ち込んでいる感がある。

		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・依然としてマンションのモデルルームへの来場者数が減少しており、販売不振物件が大半を占める状況となっている。
		住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・土地価格が落ち着いてきたのに伴い、客の間で様子見の動きが広がっている。
		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)	販売量の動き	・分譲マンションや建売住宅の売れ残りが目立っているほか、銀行の融資に伴う審査も厳しくなっている。
		その他住宅〔展 示場〕(従業員)	来客数の動き	・住宅展示場の来場組数が前年比で1割減となっているほか、1年以内に建築計画のある客も減少している。
悪く なっている		商店街(代表 者)	お客様の様子	・商店街の店舗で閉店や統合が増えているほか、先日行った売出しも前年に比べて20%落ち込む結果となっている。
		一般小売店〔精 肉〕(管理担 当)	販売量の動き	・例年は鍋物需要の増加に伴って牛肉に動きが出るが、今年は食品関係の値上がりにより、豚肉の方がよく動いている。食品の偽装問題もあり、全体的に動きの鈍い状態が続いている。
		一般小売店〔家 具〕(経営者)	来客数の動き	・家具の小売店では、この9~11月の来客数が全国的に異常なほど減少している。
		衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・暖冬の影響というよりも、客の財布のひもが固くなったことで売上が落ちている。よほど寒くならない限りコートや重衣料は売れないほか、ファッションの流れも変化してきている。
		乗用車販売店 (経営者)	競争相手の様子	・客の間で余裕がなくなっており、低価格志向の客が増えている。
		競輪場(職員)	単価の動き	・2~3か月前から、入場者数や1人当たりの購買単価の落ち込みが大きくなっている。
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・マンション価格が上昇しているほか、景気の下降に関する新聞報道もあり、客の購入意欲が大きく低下している。
企業 動向 関連	良く なっている	化学工業(管理 担当)	受注量や販売量 の動き	・例年は8月よりも11月の方が受注量は多くなるが、今年は8月を1割程度上回る傾向にある。特に、収益面では半導体関連が好調となっている。
		電気機械器具製 造業(企画担 当)	競争相手の様子	・技術面で競争相手をはるかに上回っているため、受注が当社に集中している。
やや良く なっている		化学工業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・落ち込んでいた受注量が少しずつ回復しているものの、すべての得意先で注文量が戻っているわけではない。良くなっている得意先と落ち込みの激しい得意先に分かれてきている。
		電気機械器具製 造業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・既に12月分の仕事の予定が入っている。
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・受注残が増えているほか、更に受注の依頼が増える傾向にある。
		その他非製造業 〔衣服卸〕(経営 者)	受注価格や販売 価格の動き	・素材価格の上昇や、中国における元ドルレートの変動により、商品の原価が上がっている。ただし、ようやく販売先へ転嫁できるようになってきたため、売上や販売単価は上向き傾向となっている。
変わらない		パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・受注量、販売量共に、この2、3か月は大きな変化がない。一方で単価については、製品価格の改定によって少し上昇している。
		金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・8、9月は受注量が予想以上に落ち込んだものの、10、11月は回復がみられる。
		金属製品製造業 (総務担当)	取引先の様子	・建築基準法の改正に伴って工期がずれ込んでおり、中小ゼネコンの資金繰りが苦しくなっている。
		一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・当社には鉄鋼関連の顧客が多いが、相変わらず投資意欲はおう盛である。
		電気機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・グローバル化が進んでいる取引先では、設備投資の意欲もおう盛である。
		電気機械器具製 造業(経営者)	それ以外	・ここ3か月は落ち込んでいた販売量が、今月は久しぶりに伸びたものの、安定的に推移している感はない。

	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・これまでと同様に、薄型テレビなどのAV関連商品では堅調な荷動きが続いている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・住宅着工戸数の減少が続くなど、悪い状況に変化はない。
	建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・建築基準法の改正に伴う着工の遅れが続いている。
	金融業（支店長）	取引先の様子	・衣料品の小売店では、ようやく寒くなってきたことで冬物商品が売れているが、全体としては前年並みの水準である。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・サブプライムローン問題の影響で、ファンドなどの動きが弱まっている。特に日本の不動産ファンドは、銀行の融資姿勢が厳しくなったこともあり購入意欲を弱めている。今まで買っていたファンドが買わなくなったことで、価格が下がり始めている。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体の落ち込みが一服した一方、インターネット媒体の伸びも落ち着いてきている。
	司法書士	受注量や販売量の動き	・案件数にあまり変化はないが、積極的な事業の拡大といった内容の案件はない。
	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・食品偽装問題に歯止めが掛からず、小売店は商品の撤去や代替品の確保に追われている。少なからず売上に影響が出ており、深刻な問題となっている。
やや悪くなっている	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・年末商戦は始まっているにもかかわらず、荷動きは良くない。原料や資材が高騰する一方で、製品価格は上がらず、聞こえてくるのは値下げの話ばかりである。年末を控えた買い控えもあり、商品は予想したほど動いていない。
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・販売先からの発注額が30%減少している。消費者ローンの契約に対する規制が厳しくなり、小売販売の減少している影響が大きい。
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・地域特産のタオルの最需要期であるにもかかわらず、受注量が減少している。さらに、綿糸や原油の高騰で製造コストが上昇している一方、価格転嫁が進んでおらず、採算は更に厳しくなっている。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ドリンクや健康食品に使われている茶色の瓶については、受注や販売が大きく落ちてきている。
	金属製品製造業（営業担当）	競争相手の様子	・建築確認申請の認可が遅れているのに伴い、建築着工戸数の減少が続いている。
	建設業（経営者）	競争相手の様子	・建築確認申請に対する審査の厳格化で工事が停滞しており、いつ着工できるか分からない状況である。
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・年末が近づいているものの、例年どおりの荷動きがみられない。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・月下旬に寒くなったことから、紳士服製造業では冬物衣料の出荷が増えている。一方、食品スーパーは商品の値上げによって売上が増加しているものの、あくまで自然増であり、利益は増加していない。また、建築基準法の改正で建築確認の認可が遅れている影響で、不動産業、建設業では売上が大きく減少している。
	不動産業（経営者）	取引先の様子	・依然として、分譲マンション用地や分譲住宅用地の取得意欲はおう盛であるが、金融機関による融資の姿勢が厳しくなっており、動きが慎重になってきている。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折り込み件数が減少しているほか、新築マンションも入居率が悪く、部数増につながらない。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・例年、年末に向けて受注が増える時期であるが、今年は動きが悪い。特に、秋に比べると良くない状況である。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年末に向けた広告出稿が予想したほど伸びていない。
経営コンサルタント	取引先の様子	・住宅着工戸数が大幅に減少するなか、住宅業界全体で需要が冷え込んでいる。	

		経営コンサルタント	取引先の様子	・堺市内のクライアントをみると、中小の小売業では仕入価格の上昇に対し、販売価格を値上げせざるを得ない状況にある。ただし、客は値上げに抵抗感があり、安売り店へ行く傾向が出ている。一方で中小の製造業は、大手電機メーカーの進出によるビジネスチャンスを探る機運が高まっている。実際に、関連企業の進出や従業員住宅の手配をにらんだ商業施設の開発計画も進んでおり、市内の不動産業界は活気付いている。
		その他非製造業 〔機械器具卸〕 (経営者)	競争相手の様子	・建築基準法改正の影響で工事が進んでおらず、中小の工務店の動きが悪い。
	悪くなっている	金属製品製造業 (管理担当)	取引先の様子	・建築基準法の改正で着工案件が減少し、受注が大幅減となっている。
		その他製造業 〔履物〕(団体役員)	受注量や販売量の動き	・問屋からの定期的な注文が入って来ず、輸入品との競合も更に激化している。
雇用 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	職業安定所(職員)	それ以外	・大阪の有効求人倍率は1.25倍と前月から0.05ポイント低下したものの、1倍を超える高水準が続いているなど、雇用失業情勢の改善傾向は続いている。
		学校〔大学〕 (就職担当)	求人数の動き	・求人全体は増加傾向が続いているが、中堅企業からの追加求人や、中小零細企業における未充足分が中心となってきた。
	変わらない	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・年末の忙しさは例年と変わらず、人手不足の状況も続いている。一方、派遣契約の延長確認はこれまで1か月前に行ってきたが、企業が早めに延長する動きが出てきている。
		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数は1けた台の伸びで堅調に推移しており、都市部では需要に見合った登録者の確保に努めている。
		人材派遣会社 (支店長)	求職者数の動き	・今月に入って、アクセサリブランドなどからクリスマスシーズンの短期の応援要請が増えているなど、受注は増加傾向にある。ただし、販売職に対する求職者の人気下がってきており、前年よりも求職者の確保に苦労している。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・窓口では、ガソリンなどの値上げによる直接的な反応はみられないものの、求人申込数からは景気が調整期に入った感がある。
	やや悪くなっている	求人情報誌製作会社(営業担当)	求人数の動き	・年末商戦に向けて、歳暮の配送や飲食、サービス業などでの求人の増加が予想されたが、あまり増加がみられない。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	周辺企業の様子	・企画広告やイベントに伴う売上は好調であるものの、通常紙面の売上が伸び悩み傾向にある。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	周辺企業の様子	・売上は増えたものの、クライアント全体が経費削減傾向にあり、低価格の契約が増えているため、利益率や利益額がかなり落ち込んでいる。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	それ以外	・関西の企業からの新聞広告出稿が、前年比で減少している。
		新聞社〔求人広告〕(営業担当)	周辺企業の様子	・既存の業務では成果が上がりにくくなってきており、試行錯誤を繰り返している企業が増えている。それに伴い、新聞の求人広告もかなり減少している。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・原油高騰による影響について、500台を保有するバス会社からは、燃料費が1億数千円上昇した昨年度よりも、更に厳しくなるとの声が聞かれる。
職業安定所(職員)		求人数の動き	・求人数はこれまで緩やかに減少していたが、10、11月と減少幅が大きくなっている。	
民間職業紹介機関(職員)		求人数の動き	・8～9割が建設業に依存している日雇求人数では、前年比20%程度の減少が続いている。建築基準法の改正に伴う工事の遅れにより、日雇労働者や路上生活者にまで影響が及んでいる。	
悪くなっている	-	-	-	