

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	スーパー（店員）	競争相手の様子	・競合店は価格の高い商品が多いため、低価格品の多い当店の客足が伸びている。
	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	・政権が交代すると同時に、民間企業、公共団体共に多少の商談が動き出している。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・来客数が増えている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・月初は天候不良となったものの、店頭は多少にぎやかになっている。米国の大手金融機関の破たんによる影響が出始めたのは前年の10月中旬からであるため、前年比という意味では良くなり始めている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・厳しい状況に変わりはなく、高額品の動きは依然として鈍い。ただし、数か月前に比べて来客数が少し増えており、売上も前月に続いて目標達成の見通しとなっている。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・厳しい状況が続いていた特選ブランドの動きが、徐々にではあるが上向いている。
		百貨店（婦人服担当）	単価の動き	・消費者は価格に対して非常に敏感になっており、客単価の低下で売上は前年を若干下回っているものの、来客数が増加するなど、3か月前に比べれば良くなっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・各種チケットをコンビニで購入する客が増えており、来店の際のついで買いも増えている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・エコポイント制度により、地上デジタル放送対応のテレビは動きが加速している。
		高級レストラン（支配人）	販売量の動き	・観光シーズンが到来して販売量は増えたが、9月の大型連休の反動で微増に終わっている。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	来客数の動き	・前月から土日に限って有人営業を行っており、口伝えで新規の来客が増えている。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・来期も受注を期待できる見込客が増えている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・来客数が増えているほか、客の消費マインドも高まっている。また、中古物件も売上の成立件数が増えている。
変わらない	商店街（代表者）	単価の動き	・客単価の下落が続いている。	
	一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・商品の動きは芳しくなく、修理の依頼で売上を何とか維持できた。客の懐事情が厳しくなっている感がある。	
	一般小売店〔食料品〕（管理担当）	販売量の動き	・販売量が前年に比べて悪い状態が続いている。	
	一般小売店〔菓子〕（経営者）	販売量の動き	・政権交代後は、政治の動きが消費動向を左右している感がある。	
	一般小売店〔花〕（店員）	単価の動き	・低額品やサービス品ばかりが売れており、客単価の低い状態が続いている。	
	一般小売店〔酒〕（店員）	来客数の動き	・特に明るい材料はなく、来客数、客単価共に大きな変化はない。	
	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	お客様の様子	・まとまった受注の入っている店舗はそれなりに売上があるものの、小売店は全体的に販売が伸び悩んでいる。	
	一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	お客様の様子	・今月は幼稚園から高校まで、体育祭が多数行われたが、撮影された写真の現像依頼が極端に少なくなっている。	
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・大規模なセールを行った週は来客数、売上共に増えるが、来客数を月全体で見ると前年比6～7%の減少となっている。特に食料品は来客数が売上に比例するため、厳しい状況である。	

百貨店（売場主任）	販売量の動き	・来客数は安定しつつあるが、販売量はそれほど回復していない。関西版のレストランガイドも発売日には爆発的に売れたが、その後は続かず、ファッション関係でヒット商品もない。その結果、客単価のダウンをカバーすることができず、相変わらず厳しい状況となっている。
百貨店（売場主任）	来客数の動き	・衣料品を中心に売行きが鈍化しているほか、食料品でも菓子類は別として、ぜいたく品のイメージが強い食材は敬遠されがちである。また、客の間では、外見の良さよりも味の良さを取る傾向が強まっている。
百貨店（企画担当）	販売量の動き	・衣料品、住関連、食料品共に、販売量の動きは3か月前と変わっておらず、秋物商材の動きにも活発さが無い。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・今月の中ごろから歳暮の早期受注会を行っているが、前年に比べてかなり良いペースで予約が入っている。ただし、客単価は若干低下している。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・この1年ほど美術品や宝飾品の購入のなかった客に、高額品を買う動きが一部出てきている。ただし、大部分の客は今月も買上げが少なく、ますます景気が悪くなっているとの声も聞かれる。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・秋の定番イベントである北海道物産展でも、前年実績の確保が難しい。今までの話題商材の動きにも陰りが出るなど、商品寿命の短くなる傾向がみられる。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・売上、販売量が大きく減少し始めたのは前年の10月後半からであり、今月の売上前年比が注目されたが、7～9%減と3か月前とほとんど変わっていない。
百貨店（店長）	販売量の動き	・ここ数年は、来客数が前年の水準をクリアできていない。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・売上前年比は前月に一度良くなったが、今月は再び2けた減と悪化し、3か月前の水準と変わらない状況となっている。
百貨店（外商担当）	単価の動き	・衣料品を中心として、販売価格が下がっている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・周辺に競合店が多いため、客は買得品を探して買い回るなど、賢く買物をしている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比で5%強減少しており、特に衣料品、住居関連で約8%減と大きく減っている。1品単価は前年並みであるが、週末の来客数が目立って減少しており、来店頻度も少なくなっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数の減少傾向は続いており、販促合戦の激化で、特価販売や値引きによる単価下落に拍車がかかっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は、7、8月に前年比95%となった後、9月は97%とやや持ち直したが、10月に入って95%と再び悪化している。
スーパー（店長）	単価の動き	・来客数には回復がみられ、客1人当たりの買上点数も増えているものの、1品単価が低いため、売上は回復していない。
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・来客数や売上の動きに変化はなく、前年比で95%程度の推移となっている。
スーパー（広報担当）	単価の動き	・食品は客単価、1品単価共に低下傾向が続いており、特に相場の下がっている野菜は単価の下落幅が大きい。クリスマスケーキやおせち、年賀状印刷などの予約受付も、不況の影響で出足が低調である。
スーパー（開発担当）	単価の動き	・客単価は変わらないが、買上点数は減っている感がある。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・割引セールで一時的に来客数は増加しても、客単価が下がるため、結果的にセールの効果が感じられない状況が続いている。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今月の前半はダイレクトメールの反応が予想よりも良く、財布のひもも少し緩んだ感があったが、月の後半は選挙が行われたこともあり、来客数が落ちている。

家電量販店（店長）	販売量の動き	・レジ客数は前年比で110%となり、主にエコポイント制度の対象商品であるテレビや冷蔵庫、エアコンのほか、新型の基本ソフトを搭載したパソコンが堅調に動いている。また、新型インフルエンザの流行により、空気清浄機の売上も前年比で300%を超えている。ただし、洗濯機や炊飯機、クリーナーなどの通常商品は伸びておらず、商品によって動きに偏りがみられる。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・底打ち感もあって少しは良くなると期待していたが、売上は伸びておらず、以前と少しも変わっていない。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・エコカー減税や新車購入補助金の影響で、客の購入意欲は依然として高い。6か月後に車検を控えた客も、補助を受けられるうちに検討したいと来店している。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・消費者の間には、新政権によるマニフェストの実行について様子見の部分もあり、消費の動きにもまだ変化がない。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・販促フェアを行っても、新規で店を訪れる客が減っている。
その他専門店 【医薬品】（経営者）	来客数の動き	・客単価、買上点数は前月を少し上回ったが、来客数が11%減となったことで、売上は8%の減少となっている。季節的に売れる商品も少なく、節約志向が続いているため来客数も芳しくない。新型インフルエンザ関連の商品も、前月に購入した物が余っているのか、前月ほど売上は伸びていない。
その他専門店 【宝石】（経営者）	来客数の動き	・来客数は3か月前と変わらないが、客の様子が少し前向きになっている。不要不急の買物はしないものの、将来的には買いたいという言葉が聞かれる。
その他専門店 【食品】（経営者）	販売量の動き	・新型インフルエンザの影響を懸念していたが、現在はそれほど大きくはない。
その他専門店 【医薬品】（店員）	単価の動き	・来客数が若干減少しているほか、目的買いの客が多く、販売量や客単価も悪化している。
その他専門店 【宝飾品】（販売担当）	競争相手の様子	・クリスマス、年末商戦に向けた商品の価格帯が低下し、量販店や通販との競合も増えているため、価格競争が激しくなっている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・9月の大型連休の後で財布のひもが固くなっており、外食が控えられている。
その他飲食 【コーヒーショップ】（店長）	来客数の動き	・来客数の動きに大きな変化はなく、前年を5%程度下回る状態が続いている。
観光型ホテル（経営者）	単価の動き	・新政権は発足したが、まだ経済政策には動きがないため、各家庭の所得は悪化が続いている。
観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・今月は春の新型インフルエンザでキャンセルとなった客が戻ってきたため、良くなっているものの、景気が回復している実感はない。客は価値があると判断すればお金を払うが、全体的にはシビアになっている。
観光型旅館（団体役員）	お客様の様子	・依然として予約の動きが悪い。
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・宿泊部門では、予想以上に海外からの観光客やビジネス客の動きが回復せず、9月の大型連休の反動で国内の観光客の動きも鈍い。また、宴会、レストラン部門共に、前年を下回る状況が続いている。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・海外旅行、国内旅行共に予約が全く伸びず、前年比で90%を下回っている。団体客の動きが悪い上に、排ガス規制の影響でバスの供給も極めて少なくなっている。高速道路料金引下げに対抗し、電車でも乗り放題のパスが発行されるなど、客単価はますます低下している。
旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・先の旅行の予約が入らず、入っても1週間～10日ぐらい先の申込である。その理由には先行きの不透明さを挙げる客が多く、少し余裕があればようやく旅行を検討するという状況となっている。
タクシー運転手 通信会社（経営者）	来客数の動き お客様の様子	・相変わらず、夜間の客の帰宅時間が早い。 ・客の様子に、特に大きな変化はない。

	通信会社（経営者）	お客様の様子	・携帯電話の買換えは2年が1つの周期となっており、今がその時期に当たるが、新機種の発売を前に買い控えが起きている。
	通信会社（社員）	販売量の動き	・例年の販売量に比べれば大幅に改善している。ただし、ここ数か月の動きをみると、新規客の増える年末が近づいているものの、客の動きが鈍い。
	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・客の動きは引き続き悪い。
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・新型インフルエンザが再流行する兆候があり、予約客のキャンセルも徐々に始めている。
	その他レジャー施設 [ イベントホール ]（職員）	来客数の動き	・年末に向けて恒例のイベントが予定されているほか、直近のイベントの来客数、グッズ類の販売状況にも大きな変化がない。
	その他レジャー施設 [ 飲食・物販系滞在型施設 ]（企画担当）	来客数の動き	・来客数の動きは前年に比べて鈍くなっている。9月の大型連休の反動が出ているほか、新型インフルエンザの影響もある。
	美容室（店長）	来客数の動き	・前月に比べれば多少良かったものの、前年比でみるとまだまだ悪い状況である。
	その他サービス [ 保険代理店 ]（経営者）	お客様の様子	・前年の年末年始のような悲壮感はないものの、今一つ乗り切れない感がある。回復の兆しが出てきた客もあれば、相変わらず低迷している客もみられる。
	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	・レンタル料金の値下げによって全体の売上が伸びている。また、人気アイドルグループ関係で人気のCDが多かったことで、音楽レンタルが前年を上回っている。
	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・市場に新しい物件が出てこず、流通量が低迷している。
	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・マンションの販売状況は苦戦が続いているが、事業用地の減少により、優良な土地は価格が上昇し始めている。
	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・政権交代に伴う期待と不安が入り混じり、景気の方向性が分かりにくい。雇用不安もあって、すぐには住宅購入に踏み切らない人が多いものの、太陽光発電などへの意識も高く販売額を下支えしている。
	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）	お客様の様子	・客の間に購買意欲が感じられない。
	その他住宅 [ 展示場 ]（従業員）	来客数の動き	・1年以内に建築計画のある人の数は、相変わらず低い水準で推移している。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・ダイレクトメールやインターネット販売など、様々な工夫を行っているが、売上は減少している。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・前年と同様にプレミアム付き商品券を販売したが、完売に要した期間は前年とほとんど変わらない。その一方、近隣の大型商業施設では遊戯テントが閉鎖され始めている。
	一般小売店 [ 鮮魚 ]（営業担当）	販売量の動き	・販売量が約5%落ち込んでいる。店頭では割安感のある商品がよく売れる一方、ほかの小売店に卸している大口商品の動きは全く振るわない。
	一般小売店 [ 菓子 ]（経営企画担当）	販売量の動き	・7月と10月の売上前年比を上位5店舗の平均でみると、7月が92.7%で、10月が90.2%となっている。前月までは緩やかながら回復の兆しがあったものの、今月中旬から急激に悪くなっている。
	一般小売店 [ 精肉 ]（管理担当）	販売量の動き	・景気が悪いというよりも、消費者の意識が変化している感が強い。不況ムードによる低価格志向や、必要な物を必要ときにだけ購入する意識が強まっている。法人も同様で、経費は更に厳しく見直し、必要最小限に抑えている。
	一般小売店 [ 衣服 ]（経営者）	それ以外	・販売量や客の様子をみると、景気はかなり悪い状況にある。特に、衣料品の値下がり感が報じられることで、客の間で更に安い商品を求める傾向が強まっている。大量に売れるのであれば低額品も戦力になるが、客は必要な物しか買わないため、売上の減少につながっている。

一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・タスポの導入後、売上が激減している。これ以上は下がらないという水準まで落ちたが、消費者の使えるお金が減っているため、売上が減少し続けている。
百貨店（売場主任）	単価の動き	・商品購入までの客の検討時間が長くなっているほか、コートなどの高額品は単価が1万円ほど低下している。長期間使用できる良質な商品よりも、手ごろな価格の商品への関心が高まっているため、販売量は前年を上回っているものの、売上は下回る状況となっている。
百貨店（商品担当）	単価の動き	・前月は婦人雑貨の売上が持ち直していたが、今月になって前年比15%減と悪化している。特に、客単価が2割近く下がっている。ボーナス削減の話題が出るようになり、客の購買心理が更に冷え込んだ感がある。
スーパー（経営者）	単価の動き	・前年の物価高騰の反動が続くなか、好天で農産物の価格が極端に低下し、業界全体に影響が出ている。また、客の間では、余分な物は安くても買わない意識が広がっている。
スーパー（経理担当）	単価の動き	・客単価の下落が上半期から続いており、売上が低迷している。前倒しで予約受付を行っているクリスマスケーキやおせちでも、単価下落の傾向がみられる。
スーパー（社員）	単価の動き	・来客数はセール日を中心として堅調に推移しているが、全店で客単価の落ち込みが続いている。競合店が値下げを急速に進めているため、店頭価格を下げざるを得ない状況である。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・この数が月間で、客1人当たりの購買点数が目に見えて減少している。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・朝と夕方に建築関係のまとまった来客が続いていたが、ここへきて急に来客数が減少している。
コンビニ（店長）	単価の動き	・買上点数、客単価共に悪化しており、売上は厳しい状況となっている。客の買物はシビアで、価格の安い商品に流れる傾向が強まっている。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・厚生年金保険料の引上げによる悪影響が出ている。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・エコカー減税等の効果については、6、7月に比べて早くもプレ・キが掛かっている。
住関連専門店（店長）	それ以外	・メーカーの商品が廃番となったり、生産量が減ったりと、商品の売りにくい状況が加速している。業界全体の停滞を実感している。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・競合店では、値引きキャンペーンが終了すると同時に客足が落ちている。客の節約志向が強いため、一定金額を超えると来店頻度の落ちる感がある。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・週末は客足も増えるが、平日は外食を控える人が増えている感がある。
一般レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・メニュー改定で値下げを行っても来客数の減少に歯止めが掛からず、売上も減少している。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・客単価の動きは比較的少ないが、来客数には全く増加がみられないなど、厳しい状況となっている。
一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・個人消費は依然として力不足であり、夏のボーナス支給減などが所得の減少につながっている。さらに、新型インフルエンザで外出機会が減少するなど、消費マインドの悪化も続いている。
一般レストラン（店員）	来客数の動き	・昼の時間帯については、客の増えるピークの時間が短くなっている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年比で13%減少し、客単価も2～3月前と比べて7%ほど低下している。紅葉や行楽のシーズンであるにもかかわらず、入込客数が伸びず、客単価も落ちている。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・来客数の変化はほとんどないが、単価の低下で売上は減少している。最近は何の月も、売上が前年比で1割ほど落ち込んでいる。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・10月に入って急激に客足が落ち込んでいる。宿泊は、市場全体が値下げ競争から抜け出せず、大幅な収入減となっている。好調であったレストランも急激に悪化し、ホテル内の飲食店が大幅に値下げしても客足が戻っていない。宴会関連は法人利用が低迷したままであり、復調の兆しすらない。

		都市型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・前月は稼働率が久しぶりに前年を上回ったものの、客単価の低下で売上は前年を下回った。今月は稼働率、売上共に前年を下回る状況となっているほか、一般宴会も引き続き落ち込んでおり、先の予約状況も悪い。
		旅行代理店(店長)	来客数の動き	・国内旅行の動きが悪く、年末年始の申込みも前年比で70%程度と出足が鈍い。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・国内旅行ではマイカーを利用する客が増え、販売額が伸びていない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・朝と夕方、昼間の時間帯のすべてで、駅での待ち時間が長くなっている。ホテルでも待ち時間が伸び、回転の悪い状態が続いている。車が動くのは、休日前の金曜日ぐらいである。
		タクシー運転手	お客様の様子	・悪化傾向が強まっているが、最悪の状態に慣れてきた感もある。
		タクシー会社(経営者)	お客様の様子	・最終電車の後などの深夜の利用が非常に少ない。また、タクシーチケットの減少率が非常に大きいなど、法人による利用が減少傾向にある。
		通信会社(管理担当)	販売量の動き	・携帯電話の販売は7月から大きく前年割れとなっており、当店でもやや悪くなっている。
		通信会社(企画担当)	競争相手の様子	・最近改装された業界大手のゲームセンターに新しいゲーム機が入っていないなど、大手でも少ない予算をやり繰りしている状況である。
		遊園地(経営者)	来客数の動き	・新型インフルエンザで学級閉鎖が広がるなど、人の動きが非常に鈍くなっている。
		競輪場(職員)	販売量の動き	・客の1人当たり購入単価が落ち込んでいる。
		競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は12,983円と、3か月前の13,220円よりもやや悪くなっている。ただし、前月に比べれば改善している。
		その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・政権交代後も雇用環境の改善が感じられないため、購入希望者の動きは非常に鈍い。さらに、金融機関による住宅ローン審査も厳しくなる傾向があり、審査が通らず購入できないケースも出てきている。
悪くなっている		一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・アパレルは、何とも表現できないほど悪化している。
		一般小売店[珈琲](経営者)	販売量の動き	・各業態でプライベートブランドの開発が進んでおり、当店でも低価格品の販売に積極的に取り組んでいる。委託製造先には製造ロットが増えるメリットもあるが、利益の圧迫は避けられない。
		一般小売店[野菜](店長)	お客様の様子	・今月に入って、飲食店の動きがますます悪くなっている。
		一般小売店[花](店長)	お客様の様子	・消費の動向はまだまだ厳しく、先行きに対する不安感も強い。
		衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・当店が入居しているショッピングセンターの来客数が大幅に落ちているほか、店に来て買おうとしない客が多い。集客イベントを行っても、客が増えるのはその日だけであり、本当に欲しい物だけを買って帰る客が増えている。
		乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・政権交代後にこれほど落ち込むとは予想していなかった。来客数が例年の半分以下になるなど、今まで経験のないことが起きている。
		観光型旅館(経営者)	販売量の動き	・先行き不透明感から、宴会需要が伸び悩んでいる。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・よく訪れる大企業では、以前よりも見掛ける人の数が少なくなった感がある。また、最近はタクシーに乗らずに歩いて帰る人が増えており、乗客が目に見えて減っている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・新政権による補正予算の執行停止といった従来にない動きに、乗客からは様子見の状態が強まっているとの声が聞かれる。
	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
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	・年末商戦に向けた企画商品が多少動いている。製造業と一般サービス業の取引先を比較すると、製造業の方が前向きに動き始めている。当社は中小の製造業者とほとんど取引がないため、大企業の動きに販売量が左右されている。

	化学工業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・原料価格が予想したほど上昇しなかったほか、販売価格が高水準で維持できているため、短期的には概ね良い状況となっている。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車部品関連を中心に、前年の平均に対して約80%の水準まで回復している。
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・新規案件の出始めた取引先や、一時帰休を解除した取引先が出てきている。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・競合各社が値下げを行っているため、受注に苦労しているものの、3か月前に比べると動きがやや出てきている。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・CM効果で取引先の知名度が上がったため、配達件数が前年比で25%以上に増えている。
	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・取引先各社は、経費削減などの手をすべて打った感があり、前月以降は攻勢に転じている。具体的には、対外向けの企画書や提案書の印刷依頼が増え始めている。その反面、マニュアルや会議資料といった社内資料は内製化が進んでおり、依然として減少傾向にある。
変わらない	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月は大きな変化のないまま経過した感がある。販売価格は低下しているものの、不況の影響で内食化が進んでおり、生産量は1～2%ぐらい伸びている。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	競争相手の様子	・扱っている商品などで取引先の業況に差があるため、同業者の間でも販売量の差が大きくなっている。
	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・この3か月は、販売量の回復傾向が完全に止まっている。
	金属製品製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・民間の工事案件に対する建設会社の受注競争が続いているため、下請企業への発注価格も低下が続いている。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月は、業況はそれほど悪くない。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・売上が損益分岐点を上回る月もあるなど、やや上向いている感もある。ただし、取引先が民事再生法の適用を申請するなど、全体的には依然として厳しい。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・これまで国内市場には動きが感じられなかったが、引き合いが増える傾向にある。また、海外展開に関する動きは引き続き活発である。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・引き続きAV関連商品や空気清浄機の荷動きが堅調である。
	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・取引先からの値下げ要請があっても、案件が多い間は薄利多売が可能であるが、案件が少なくなっている今、値下げが自滅につながりかねない状況となっている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・取引先の様子にあまり変化はみられない。一方、新商品の立ち上げが遅れているなど、新規の引き合いがない限り、売上の伸びない状況となっている。
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格の低下によって小売の販売は増えているが、輸入品が中心であるため、国内業者の受注増にはつながらない。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・政治に関しても動きが不透明であり、業界では全体的に様子見の傾向となっている。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・政権交代により公共工事が低調となっている。民間関係の工事も回復の兆しがなく、設備投資も低調となっている。
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・既存顧客の動きが低迷しており、客単価も下落している。
	輸送業（営業所長）	受注価格や販売価格の動き	・新規案件は出てきているが、物流経費の削減傾向により条件が厳しいため、契約がまとまりにくい。
	金融業（支店長）	取引先の様子	・建売住宅の分譲業者によると、モデルルームには家族客などが訪れるものの、将来不安などもあって購入するまでは至らない。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・購読数は維持できており、折込収入にも底打ち感があるものの、全体としては落ち込んだまま上向く感がない。スポンサーも折込チラシを入れる間隔を延ばし、回数を減らす傾向にある。

	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・どの会社でも広告予算が大幅に削られており、今年一杯は増えそうにない状況である。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告の引き合いに新たな動きはみられない。	
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・地方自治体からの緊急雇用対策関連の業務が増えている。業務内容は一時金の支給といったものが多く、やはり不景気の続いている感が強い。	
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・顧客企業の受注、販売状況が回復せず、厳しい状況が続いている。	
	その他非製造業 【機械器具卸】 （経営者）	取引先の様子	・当社は海運関係の得意先が多く、世界的に景気が悪ければ船の動きも悪くなるため、注文が減っている。	
やや悪くなっている	食料品製造業（経理担当）	競争相手の様子	・低価格品が主力の中小メーカーは、大企業の低価格品が出回り始めたことで、売上不振となっている。	
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・今から年末にかけての時期は最需要期に当たるが、例年以上に注文が少ない状況である。	
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・当社は催事での販売が中心であるが、消費の低迷で価格競争が激しくなり、利益が減少している。また、催事の経費が利益を更に圧迫している。	
	金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・売上目標を下方修正していたが、それさえ大きく下回っている。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・住宅関連では回復の兆しがなく、売上は前年比のマイナス幅が大きくなっている。家電関連でもエコポイント制度の対象商品以外は売上が悪化するなど、まさに底の見えない状況である。	
	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	・仕事が徐々に少なくなっている。	
	その他非製造業 【民間放送】 （従業員）	受注量や販売量の動き	・スポットCMの受注量の減少が止まらない。	
悪くなっている	プラスチック製品製造業（経営者）	取引先の様子	・見積件数が減少しているほか、1件当たりの注文ロットも小さくなっている。さらに、見積りよりも実際の注文ロットが小さくなっているほか、発注から注文までの納期が短くなっている。	
	一般機械器具製造業（設計担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は底入れの状態にあるが、増加には転じておらず、人件費や維持費の負担が次第に重くなっている。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・仕事の注文がなく、暇である。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・米国の大手金融機関の破たん以降、今まで当社のビルに空室はなかったが、今月になってテナント2社が退去し、95坪程度の空室が発生している。	
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	・IT業界は依然として動きが悪いものの、ここへきて一般派遣はかなり動きが出てきている。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・一般事務職派遣は求人数、稼働者数共に、前月比で微減が続いているが、製造業派遣の稼働者数は8月から前月比プラスが続いている。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・下期に入って求人依頼が増え始め、スタッフにも不足感が出てきている。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	求人数の動き	・中小企業からの求人は比較的堅調であるほか、家電関連を中心に非正規求人が若干回復している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率が19か月ぶりに前月を上回っている。一部では生産の回復で新たな求人も出始めている。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・求人数は下げ止まっており、10月に入って新規求人数が前月を上回るようになっている。
変わらない	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・一部の企業からは新たな求人依頼が出始めたが、まだまだ少数であり、契約を延長しない企業の方が多い。例年、年末商戦の短期注文がある企業も、今年は期間や人数の規模がかなり縮小されている。	
	新聞社【求人広告】（担当者）	周辺企業の様子	・求人広告の企画スペースを縮小するなど、厳しい状況に変わりはない。ただし、以前よりも企画紙面の広告枠が埋まるようになっており、底打ち感も出てきている。	



	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求職者数は減少傾向にあるものの、求人はどの業種でも回復傾向がみられない。人材募集を続けている企業も、最小限の欠員補充を行っているだけで、増員計画があるわけではない。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求人件数は多少増加してきたが、正社員求人が減り、パート求人が増えたことで、求人数の半分以上がパートとなっている。また、休業する事業所の数も減っていない。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・自動車や省エネ家電関連の企業では求人意欲が高まっている。その一方、これまで不況の影響をあまり受けていなかった企業で、業況が悪化し始めている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求職者数の増加が少し落ち着き、求人も若干回復してきたことで、有効求人倍率の動きも落ち着いてきている。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人減少によって、かなりの数の日雇労働者が生活保護受給者となり、労働市場が縮小している。
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・中堅、中小企業の雇用環境は、下げ止まったままの状態が続いている。
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・企業の採用意欲が全く上向かず、学生たちからの内定報告も増えない。
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・金融機関を中心に派遣社員の需要が激減している。債務の返済猶予など、新政権の施策が逆風になっている可能性もある。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・依然として求人広告の依頼は少なく、厳しい状態が続いている。年末に向けて顧客企業からも良い話は聞かれない。
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	・関西の雇用情勢は改善しておらず、各社共に経営状況に応じて雇用調整を行っている。また、公共事業の減少により求人も減少している。