

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	-	-	-
		一般小売店 〔酒〕（店員）	販売量の動き	・価格優先ではなく、こちらの勤めた商品を買ってくれるなど、少しずつ客単価が上がってきている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・店頭販売、訪問販売共に買上単価が低下しているものの、各種の販促企画で来客数や買上点数は伸びている。
		百貨店（婦人服担当）	販売量の動き	・前年の景気後退から1年が経過し、前年比では3か月前よりもやや良くなっている。高額商品も買上単価は落ちているが、売上は伸びている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売れ筋商品の順位を表示したり、商品説明のポップを付けたり、売りたい商品のスペースを広げたりといった努力により、売上が伸びている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・コンビニのメイン商材である弁当、おにぎりが低価格品を中心に売れており、売上は前年並みに戻りつつある。それと同時に、来客数も同じように伸びている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・エコポイント制度の対象商品であるテレビや冷蔵庫、エアコンの販売台数が、前年比で115%を超えている。
		その他サービス 〔コインランドリー〕（経営者）	来客数の動き	・土日の有人営業を続けているため、リピート客が増加している。
	住宅販売会社 （経営者）	販売量の動き	・不動産会社からは、年末に向けた資金確保のための売却が増えている。	
	変わらない	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	販売量の動き	・売上は3か月前と比べて変化がない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・景気の回復感が全くなく、客の様子を見ても不安感を常に抱えている。これまでのような衝動買いも全くなく、必要最低限の物しか買わない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・9月から3か月連続で黒字達成となるが、バーゲンなどのセール的好調によるもので、全体的には買い控えが強まっている。特に、高額品の動きは非常に厳しい。客は数ある商品のなかから、本当に欲しい商品しか購入しない傾向が続いている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・売場ではまだまだ工事の影響が残っているほか、景気の良くない部分もあり、生鮮品やそう菜関係の売行きは全体的に芳しくない。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・客は衣よりも食に重点を置いており、なかなか身の回りの物を買おうとしない。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・菓子類や生鮮3品の動きが相変わらず低調である。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・歳暮受注のピークを迎えているが、極端な落ち込みもなく、例年どおりの動きとなっている。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・9、10月から売上の動きに変化はない。安値志向で高額品の売上は苦戦しているが、来客数や購買率は伸びてきている。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・売上の前年比が2けた減となる状況に歯止めが掛かってない。歳暮についても、前年よりも更に厳しい状況で推移している。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・客は価格に対して非常に敏感になっている。ボリュームがあつて割安感のある商品を探し、夕食のメニューを決める動きが顕著にみられる。
スーパー（店長）		お客様の様子	・1品単価の低下が顕著で、季節商品も同様となっている。特に、気温は平年並みにもかかわらず、防寒衣料に買換えの動きがみられない。	
コンビニ（マネージャー）	お客様の様子	・客は価格に対してより敏感になっている。商品によって購入する店を選ぶなど、生活防衛意識の強い状態が続いている。		
乗用車販売店 （営業担当）	販売量の動き	・景気政策と新車発表の効果が重なり、前年を上回る販売台数を維持している。		
乗用車販売店 （販売担当）	販売量の動き	・先行きの不透明が続いており、消費者の間で買い控えが広がっている。		

	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・新車購入補助金の制度はあるものの、販売台数は前年比で悪化傾向となっている。
	住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・来客数が減少しているほか、接客しても客の価格に慎重な姿勢は変わっておらず、成約率は低いままとなっている。
	その他専門店 [宝石](経営者)	お客様の様子	・新政権に変わっても株価は1万円割れで低迷しており、客の宝飾品を購入する意欲が高まらない。
	その他専門店 [宝飾品](販売担当)	単価の動き	・高額品は売れない一方、低額品は売れても利益が薄い。
	一般レストラン (店員)	来客数の動き	・客単価は変わらないが、来客数が伸びていない。
	スナック(経営者)	来客数の動き	・当店で多い医療、教育関係の客は、新型インフルエンザの影響で忙しくなっているため、来客数が減っている。
	観光型旅館(経営者)	お客様の様子	・値引きや値下げに集まる客と、価格に関係なく宿泊プランを選ぶ客の両極端となっている。
	観光型旅館(経営者)	単価の動き	・来客数は前年比で26%減と厳しい状況であるが、客単価は2~3か月前に比べると3%ほど伸びている。
	都市型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・宿泊、一般宴会共に件数では前年に近い水準であるが、単価がかなり落ちており、売上は前年比で2けたのマイナスとなっている。
	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・年末年始の国内旅行の予約状況は前年並みであるが、海外旅行が伸びていない。株安や冬のボーナス減の影響が出ている。
	通信会社(経営者)	お客様の様子	・携帯電話は各通信会社から新商品の発売が続いているが、やや新鮮味に欠ける様子で、客の反応は薄い。
	通信会社(社員)	販売量の動き	・販売量は減少しているものの、経済情勢の悪化に伴うものとは言い切れない。
	通信会社(企画担当)	競争相手の様子	・アミューズメントゲーム機のライバルメーカーからは、人員削減の話が聞かれる。
	その他レジャー施設 [イベントホール](職員)	お客様の様子	・再結成したアーティストの公演や、長期休演するアーティストのラストコンサートなど、バラエティに富んだ催しが行われたため、幅広い年齢層の来場につながっている。
	その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設](企画担当)	販売量の動き	・観光、レジャー業界の人の動きはそれほど悪くないが、消費額は低迷したままである。
	美容室(店長)	来客数の動き	・新型インフルエンザの影響により来客数が減少している。
	その他サービス [学習塾](経営者)	来客数の動き	・前月末に無料体験キャンペーンを行ったが、それによる新規入会者数はほぼ前年並みとなっている。
	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	・CDの販売では人気商品にも恵まれ、取扱アイテムのすべてでようやく前年並みの売上となっている。
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・高額物件については様子見の状態が続いており、ここ数日の株価低迷や大手マンション分譲会社に関する報道で、消費マインドが更に低下している感がある。
やや悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・当商店街には高齢の客が多く、年金生活者がほとんどであるため、先行き不安で来店頻度が減少している。さらに、中高年層の共働きも増えているため、日中の買物客が減少している。週末の若い家族客の動きについても、無料イベントに出掛けたり、高速道路料金引下げで日帰り旅行に出掛けたりと、ライフスタイルの変化が起きている。
	商店街(代表者)	販売量の動き	・例年、この時期の京都は観光客であふれるが、今年は観光客が少なく、売上は減少している。
	一般小売店[時計](経営者)	販売量の動き	・今月の前半はまずまずの出足であったが、中旬以降は客足が落ちている。季節的に目覚まし時計などの需要が少しあったものの、単価が低く、安定した売上にはつながっていない。クリスマスプレゼントの下見も今の時点ではほとんどなく、客の間には年末を向けてのマインドの高まりがみられない。

一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・11月になって暖かい日が続いているため、冬物商品の売上が伸びない。
一般小売店〔家具〕（経営者）	お客様の様子	・客は安い商品を求めるようになっているため、単価の低い商品しか売れない。
一般小売店〔花〕（店長）	販売量の動き	・買い控えが多く、買物も最小限である。
百貨店（売場主任）	単価の動き	・来客数は悪くないが、購買につながらない。販売単価も依然として下がっているほか、購入者数も減少傾向にある。最近は低価格であれば売れるわけでもないため、画一的な対策では対応できない。
百貨店（売場主任）	単価の動き	・市場では、価格競争に勝つために品質を下げた商品が増え、客のファッションへの関心が更に下がるという悪循環となっている。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・改装効果を期待したものの、売上、来客数共に予想を下回るなど、非常に厳しい。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・昨年の10月後半から売上が激減したこともあり、前月の後半からは売上前年比も減少率が小さくなると予想していたが、11月に入っても減少に歯止めが掛からない。3か月前と同じように落ち込んでいるほか、2年前の売上と比較しても悪化している。
百貨店（店長）	販売量の動き	・販売量や売上の動きもさることながら、今月に入って来客数がかなり減少している。
百貨店（外商担当）	単価の動き	・ボーナスの減少に伴って年末商戦の売上が伸びず、特に衣料品の販売単価が下がっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比で5%減、特に衣料品が7%減と大きく減少している。1品単価も8%低下しているが、下着類は比較的堅調な動きとなっている。その一方、気温要因で紳士、婦人関連のジャケットやジャンパーの動きが鈍く、単価も下がっている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・レジ客数の前年比については、9月が97%、10月が95%、11月が94%と悪化傾向が進んでいる。
スーパー（店長）	来客数の動き	・単価の低下に加えて来客数も減少し始めている。競合店との買い回りが増えており、買物回数も減っている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・衣類の販売点数が減少しており、近隣の競合店でも同様の動きとなっている。ただし、防寒下着のような機能肌着は好調に推移している。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・月を追って売上が厳しくなるなど、下げ止まり感がない。
スーパー（広報担当）	お客様の様子	・依然として客の低価格志向は続いている。ただし、価格競争の長期化や賞与の減額により、集客用の低額品にも以前のような動きがなくなりつつある。
スーパー（企画）	お客様の様子	・客の買い控えがますます顕著になっている。どの業種もボーナスが減額となることも、その傾向を後押ししている。
スーパー（開発担当）	販売量の動き	・売上は常に前年を下回っており、厳しい状況となっている。
スーパー（社員）	単価の動き	・これまで消費が全体的に低迷した場合でも、給与や年金支給日後の売出しでは売上が伸びていたが、最近では以前ほどではない。来客数は堅調であるものの、買上単価の低下が大きく影響している。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・ここ数か月の動きに変化はなく、デフレ傾向に歯止めが掛からないほか、明るい兆しもない。
コンビニ（店長）	単価の動き	・商品の価格が下がっているにもかかわらず、買上点数が伸びず、客単価が低迷している。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・価格に厳しい客が増えており、単価の下落が加速している。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・今年の冬はボーナスが出ないとか、減額されるといった話をする客が多い。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・ここ1年は良いと感じることがない。徐々に客の声が小さくなり、世の中も暗くなっている感がある。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・エコカー減税や新車購入補助金の効果も一巡した感があり、客があまり関心を示さなくなっている。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・前月は既存店ベースでも売上は前年を上回っていたが、新型インフルエンザ関連の商品がほぼ行き渡ったことで、今月は売上が減少傾向となっている。さらに、客単価も下降気味である。

	その他専門店 〔食品〕(経営者)	販売量の動き	・全体的に売上、販売量が前年比で10%悪化している。
	その他専門店 〔スポーツ用品〕(経理担当)	販売量の動き	・来客数に変化はないが、デフレ傾向の影響で売上が減少している。客の様子をみると、値下げするまでじっくりと待っている感がある。
	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・10月末ごろまでは積極的に値引きを行う他社店舗に客が集まっていたが、最近はほとんど客を見掛けない。全体的に財布のひもを締める意識が強まっている。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・平日の来客数が安定せず、悪化が進んでいる。
	一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・10月以降は来客数、客単価共に、前年を下回る傾向が強まっている。
	その他飲食 〔コーヒーショップ〕(店長)	来客数の動き	・回復しつつあった来客数も、ここへきて前年比で10%程度の減少となっている。はっきりとした理由は分からないが、やはり消費マインドの悪化が影響している。
	観光型旅館(団体役員)	来客数の動き	・急激なデフレ傾向のなかで消費が減少し、それに伴って客単価も低迷している。
	都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・5月の新型インフルエンザの流行以来、来客数、販売量共に回復がみられず、厳しさは増している。
	都市型ホテル (マネージャー)	単価の動き	・宿泊部門の稼働率はほぼ前年並みであるが、価格競争が再び始まっており、大幅な減収となっている。宴会部門の利用件数も減少するなど、厳しさが増している。
	旅行代理店(店長)	来客数の動き	・国内旅行の需要が冷え込んだままで、回復の兆しがない。
	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・冬のボーナスが減額となる影響で、消費全体が低迷している。
	旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・年末年始の申込が伸びてこない。旅行には行きたいが、ボーナスが出てから検討するという客が増えている。今年はボーナスが減るため、ちゅうちょする客が目立つ。今売れている商品も低価格の物が多いため、景気は下向いている。
	タクシー運転手	来客数の動き	・相変わらず雨の日には利用が増えるものの、昼間よりも料金の2割上がる夜間については乗客数が減少している。
	タクシー運転手	競争相手の様子	・出勤時間、外出時間などに企業の出入口で待っていても人が少なく、乗客数が減っている。
	通信会社(企画担当)	お客様の様子	・客の買い控えが更に顕著となっている。
	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・新型インフルエンザの感染拡大により、団体客のキャンセルが多くなっている。
	観光名所(所長)	来客数の動き	・今月の3連休は人の動きが前年より少なく、土産の販売量も少ない。
	競輪場(職員)	単価の動き	・前年末から購入単価が大きく低下したが、今年は更に落ち込んでいる。
	競輪場(職員)	単価の動き	・11月の客単価は12,085円と、3か月前の12,755円に比べてやや悪くなっている。
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・集客イベントを実施しても客の動きが鈍いほか、価格に非常に敏感で、条件として最も重視している。
	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	・客の間で物件価格が下がるとの見方が広がっており、取引も減少傾向にある。
	その他住宅〔展示場〕(従業員)	来客数の動き	・住宅展示場のアンケート内容では、建築費の総予算が減少している。
悪くなっている	商店街(代表者)	販売量の動き	・前年より売上が悪く、回復する気配もない。また、客足の引きが早い。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・直近で商店街で売出しを行ったが、買物額に応じて行われる抽選の回数が前年比で60%にとどまっている。
	一般小売店〔衣服〕(経営者)	お客様の様子	・今年は前年に比べて寒暖の差が大きいにもかかわらず、冬物衣料は前年以上に買い控えが進んでいる。この先いつまで耐えればよいのか、見当がつかない。

一般小売店〔珈琲〕（経営者）	お客様の様子	・各得意先の販売量の減少により、悪くなっている。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	来客数の動き	・日常の買物の動きが非常にシビアになっており、給料日前後も引き締めムードとなっている。
一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・当社はやや高級な家具を扱っているため、デフレ傾向の影響もあり、客の動きがみられない状況である。
一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・売上はタスポ導入前の20～30%にまで落ち込んでおり、たばこ店にとって逆風続きとなっている。
一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・取引先の飲食店では、本当に客が来ずに最悪の状況となっている。
一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	販売量の動き	・秋の紅葉シーズンとなっているが、行楽地の人出はそれなりにあるものの、商品の販売量はあまり伸びていない。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・米国の大手金融機関の破たんによる影響が一巡し、売上は前年比で5%ほど回復すると予想していたが、今月の2週目以降は売上が更に落ち込み、9～10月の水準を下回っている。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・婦人雑貨の売上は10、11月と前年割れの状況が続いている。今まで、特価品や低額品の動きはまだ良かったが、今月に入って特価品の動きも鈍くなっている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・需要がとにかく安い物へ向かっている感がある。競合店の広告も見比べながら、客が安い商品を求めて店を使い分けている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・来客数が増えるのはチラシを入れた日だけとなっている。安い商品をまとめ買いする動きも全くなり、必要な物以上は決して買わない傾向が顕著である。価格を安くしても、買上点数の伸びない状況が定着しつつある。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・前年比の来客数はこれまでよりも更に5ポイント悪く、90%で推移している。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・政府によるデフレ宣言以降、商店街への来街者が減っており、各店舗の来客数も極端に落ち込んでいる。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・10月末から11月にかけて天候が良かったほか、景気悪化の影響もあり、出店しているショッピングセンターへの来客数が減っている。それに伴い、当店の来客数も非常に少なくなっている。
その他専門店〔医薬品〕（店員）	来客数の動き	・新型インフルエンザや風邪の流行で、健康相談の件数は若干増えているが、来客数の減少が目立つ。
一般レストラン（経理担当）	単価の動き	・消費者の節約志向から客単価が下がっているほか、高速道路料金引下げの影響で、今月の3連休も遠出する人が増え、駅前店舗の来客数が減っている。また、買物に出掛けても、レストラン形式の店舗での食事よりも、低価格のフードコートや弁当で済ませる人が増えている。
観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・10、11月は年間の最需要期であるが、かつて経験のないほど需要が弱い。阪神淡路大震災の年でさえ、秋にはもっと客が戻ってきていた。特に、団体客の動きが悪い。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊は紅葉の観光シーズンにもかかわらず、近年にない低調な売上となっている。競合他社も同様で、単価の下落に加え、宿泊客数も減少している。宴会は、法人客で経費削減による開催中止が続いているほか、他エリアからの他社の参入もあり、割引やサービス品などで客の取り込みを強化している。
タクシー運転手	来客数の動き	・景気全体が悪くなるなかで、タクシー業界は冷え込みが弱いなどの気候要因でも落ち込んでいる。
タクシー会社（経営者）	お客様の様子	・最近では街の人通りが非常に少ない。特に、タクシーの利用が増える夜間の時間帯も人が少なく、乗客数が伸びない。街のにぎわいが非常に寂しくなっている。
遊園地（経営者）	来客数の動き	・新型インフルエンザの影響が深刻で、来客数が前年の8割程度まで落ち込んでいる。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・大手マンション分譲会社の破たんなど、不動産業を取り巻く環境は厳しさを増す一方であるが、消費マインドは下がったまま上がる気配がない。急激な円高で企業を取り巻く環境も更に厳しく、雇用不安もあるため、消費マインドは悪化する一方である。

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	・11月は季節商品の出荷が始まることもあり、出荷数量は8月に比べて18%増えているが、前年比では9%減となっている。用途別には、ハイブリッドカーや携帯電話、LED照明用の樹脂が引き続き堅調に推移している。
	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	・学校の施設、設備工事が完全に止まっており、回復の足を引っ張っているものの、全体としては徐々に回復しつつある。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の出荷量が若干減少したほか、建築関連は月を追って悪くなる傾向にあるものの、春先と比較すればかなり回復している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・水準は例年以下であり、今一つ伸びていないものの、受注量、売上共に増加傾向にある。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・12月にかけての受注残は少ないものの、11月に入って少し受注が上向いている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・顧客企業である中小製造業の経営者からは、最悪の時期をようやく脱しつつあるとの声が聞かれる。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・顧客企業はどの業種もまだ回復の兆しが無い。当社の受注量は増えたものの、一時的な動きにとどまる。
		コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・セミナー資料や新商品の企画書といった注文が増えている。内容も、秋口までは経費削減でモノクロ印刷が主流であったが、10月以降はカラー印刷が増えている。その一方、社内資料の印刷に関しては、受注件数の減少が依然として続いている。
	変わらない	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	・11～12月分の受注は順調に増えているが、1～3月分については見込みが立たない。教育関連の新年度に向けた見積りでも非常に価格が厳しい。
		化学工業（企画担当）	それ以外	・パーム油などの相場は投機マネーの流入で高騰しているが、菜種油のようにオーストラリアやカナダの豊作で低位安定している原料も多く、概ね好調となっている。ただし、インドやオセアニアの雨不足で小麦相場が上昇傾向であり、予測の難し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	・徐々に回復しつつあるが、まだまだ設備、人員共に余裕がある。	
一般機械器具製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・当社の顧客には原子力関連の企業が多く、不況でも比較的業況は良好であるため、当社もここ数か月間は安定している。	
電気機械器具製造業（経営者）		取引先の様子	・輸出先の地域に合わせた特注品の案件が増えており、少し良くなっている感はあるものの、収益などの点では良くない。	
電気機械器具製造業（企画担当）		受注量や販売量の動き	・売上は少し持ち直したが、前年比で大幅なマイナスであることに変わりはない。大企業では回復の兆しが出てきたものの、住宅業界にその兆しは全くない。	
建設業（経営者）		受注量や販売量の動き	・夏から受注が横ばいであり、例年であれば年内完成の改修工事も増えるが、今年は少ない。	
輸送業（営業所長）		取引先の様子	・円高になると輸入業者の動きが良くなるといわれるが、実際は荷物が急に増えることはない。	
金融業（支店長）		取引先の様子	・取引先の伸線機メーカーでは、ここ3か月は全く修理の依頼や販売がなく、従業員も自宅待機という厳しい状況にある。	
広告代理店（営業担当）		受注量や販売量の動き	・広告出稿は今年度に入ってから低調な状態が続いている。	
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	・エコカー減税による効果は一時的なもので、売上などはあまり変わっていない。	
その他非製造業 [機械器具卸] （経営者）		取引先の様子	・当社の高額商品については、取引先の社内査定で購入が認められないため、売上が伸びない。	
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	・少しは販売量が伸びると期待したが、今月も月初の動きが悪かったほか、少し荷動きがあったかと思うと、再び停滞している感がある。価格は安値で落ち着いているが、全体的に客の購買意欲が落ちている。
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・タオルの最需要期であるが、前年と比較しても受注量は確実に減少している。	
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・注文件数が前年比で20%以上減少した一方、注文を取るために地方への出張が増えたため、経費は増えている。	

		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先からは、売上が悪いとの声がよく聞かれる。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・前政権の経済対策による公共工事の発注が終了しつつあり、大幅な受注減となっている。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・同業他社も扱っているような商品は価格競争で暴落しており、他社の扱っていない商品しか受注がない。
		電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・自助努力で海外輸出を増やしてきたことで、少し上向いているが、円高による打撃を受けている。値下げ競争も厳しくなっているため、厳しい状況となっている。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注価格や販売価格の動き	・エコポイント制度の影響で荷動きは比較的堅調ではあるものの、店頭価格の下落が激しい。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気回復の兆しもなく、企業は設備投資に慎重であるため、受注量が減少している。
悪くなっている		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事の量そのものが減少している。本来は年末に向けて、ある程度受注の見込める時期であるが、今年はさっぱりである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・仕事が入ってこない。
		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・賃貸事務所の動きでは、米国の大手金融機関の破たんテナントの決算が悪化し、5月には賃貸の解約通知が出され、10月に退去した。もう1つのテナントも同様の理由で退去したが、今はテナントを探すのが非常に困難である。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・失業などの経済的な理由により、購読を中止する客が出始めている。
		広告代理店（営業担当）	競争相手の様子	・競合他社が今月になって3社も解散しており、年末に向けて更に増えるような不安が広がっている。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・食料品などと同じく、当社の主力商品の日用雑貨品には必需品の要素が強く、最近の景気落ち込みにもかかわらず売行きは堅調である。ただし、11月入ってから定番品の売行きが急速に鈍くなっている。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・テレビスポット広告の需要に改善の兆しが無い。
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	・人材派遣の新規求人数は、前年比では約50%減少しているが、3か月前に比べると微増となっている。
		人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・求人数が増え始め、人材不足感も出てきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数がこのところ下げ止まってきている。製造業を中心に回復の動きがあり、一部の事業所では求人が出てきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・例年11月は新規求人が減少するが、ほぼ1年ぶりに前月比で増加する見込みである。警備員といった不人気職種が増加した結果であるため、失業率の低下にはつながりにくいものの、全般的に求人数は上昇傾向にある。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・夏以降、求人数は下げ止まっている。依然として予断を許さない状況であるものの、10月からはやや回復し始めている。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・人材派遣の動きはかなり通常の水準に戻りつつあり、年度末を控えて、経理関係や体調の悪い人の補充といった派遣依頼が入ってきている。また、来年度以降の契約の更新についても、これまでは3か月更新が中心であったが、企業によっては6か月更新の依頼もあるなど、前向きな動きが出てきている。	
	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・年末の販売応援などの派遣依頼が前年の半分程度に落ち込んでいる。さらに、メーカーなどでは派遣社員を半分に以下に削減する動きも出てきている。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・正社員の雇用増加が見込めず、嘱託や派遣契約も打ち切られている状態で、求人広告も厳しい状況が続いている。	
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・休業中の企業が減る動きはないほか、求人数も伸び悩んでいる。特に、正社員求人が非常に少ない。	

	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・前年比で新規求人数は微増、新規求職者数は微減の状況が続いている。
	職業安定所（職員）	それ以外	・相変わらず、近隣では商店の閉店が続いている。このペースが改善しない限り、景気の回復感は出てこない。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・日雇求人数は1970年代の水準にまで落ち込んでいる。かなりの労働者が生活保護を受ける側に回ったため、労働市場全体が小さくなっている。
	民間職業紹介機関（大学担当）	周辺企業の様子	・企業の経営環境に明るさはなく、経費の削減傾向は全く変わっていない。もちろん採用に関しても慎重であり、上向き気配はない。
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・採用環境には明るさがみられず、企業による採用人数の絞り込みも厳しい。
やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・ここ数か月は中高年の求職者が増えている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	求職者数の動き	・人材紹介では、就職決定率が著しく低下している。
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・訪問した企業の多くは、2011年の採用予定数を2010年並みか、減少させる計画となっている。雇用環境の改善は全くみられない。
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・各紙共に求人広告数は激減しており、今年度中に復活することはない。特に、関西、大阪の経済状況は予想以上に低迷している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の需要には回復の兆しが全くなく、特に関西の地元企業に元気がない。