

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〔衣服〕（経営者） 百貨店（売場主任） 百貨店（売場主任） 百貨店（営業担当） 百貨店（売場担当） スーパー（企画） 家電量販店（店長） 一般レストラン（スタッフ） 都市型ホテル（役員） テーマパーク（職員） 遊園地（経営者） 競輪場（職員） 住宅販売会社（従業員）	来客数の動き 販売量の動き それ以外 お客様の様子 販売量の動き 来客数の動き 来客数の動き 来客数の動き それ以外 来客数の動き 来客数の動き 単価の動き 来客数の動き	・ 日常の来客数や客単価が安定してきている。 ・ 宝飾品や美術品といった高額商品の動きは鈍いものの、衣料品を中心に堅調な動きとなっている。春物商品の動きもまずまずである。 ・ 今月も来客数は前年比で約95%と芳しくないが、買上率や購入点数は改善しており、売上は前年を上回り始めている。 ・ 高額所得者の間では、不況による買い控えがなくなりつつある。特に、海外の事業で利益を上げている客は、高品質な高額品を買うようになってきている。 ・ 12月以降は定価品の売上が前年を上回っている一方、特価品や値引き品の売上は前年比で2けた減となっている。今年は入学、卒業式用の婦人服の動き出しが例年よりも早いなど、絶対に必要な物に関しては積極的な購入意欲がみられる。 ・ 食品に関しては、来客数は前年並みの推移となるなど、やや良くなっている。 ・ レジ客数は前年比で118%と上向いている。エコポイント制度の対象商品の売上も120%を超えるなど、4月以降のエコポイント制度改定に向けた駆け込み需要が出始めている。 ・ 来客数に大きな変化はないが、客1人当たりの飲食代金は3か月前よりも若干上昇している。 ・ 旧正月で主に中国からの観光客が増加し、宿泊売上は前年4月以来の前年比プラスとなっている。一方、宴会は小型の宴会が多く、売上は前年を5%下回っている。レストランの来客数は増えており、回復傾向が出てきている。 ・ 来客数の動きが少し良くなっているものの、景気回復によるものではなく、今年は少し暖かかったことが主な原因である。 ・ 新型インフルエンザによる影響も一段落し、客の動きも出始めている。 ・ 2月の客単価は11,068円と、11月の10,316円よりもやや良くなっている。 ・ 住宅版エコポイント制度などの諸施策が客の間で徐々に浸透しており、購入マインドが上昇している。
	変わらない	商店街（代表者） 商店街（代表者） 一般小売店〔時計〕（経営者） 一般小売店〔衣服〕（経営者） 一般小売店〔食料品〕（管理担当） 一般小売店〔菓子〕（経営者） 一般小売店〔野菜〕（店長） 一般小売店〔酒〕（店員） 百貨店（売場主任）	お客様の様子 単価の動き 販売量の動き 来客数の動き 販売量の動き それ以外 販売量の動き 来客数の動き お客様の様子	・ 1品単価は下がっているが、買上点数が増えているため、売上は変わらない。 ・ 安い商品はよく売れるが、高額で高品質な商品はあまり売れない。 ・ 今月はバンクーバーオリンピックの開催で来客数の減少を心配していたが、実際にはそれほど変化はなかった。入学関連や目覚まし時計などは若干動いたが、1品単価は上がっていない。全体としては、来客数の落ち込みがなかった分、販売量の減少は免れている。 ・ 依然として客の動きは低調であるが、ここまで悪化すれば更に悪くなることはない。 ・ 景気の悪い状態が続いているので、土日以外に週に1回は休みを取っている。 ・ 周囲の状況を見ると、店舗物件の空きが目立つほか、商業施設の不振が予想以上に大きい。 ・ 相変わらず飲食店では客の動きが悪い。 ・ 例年2月は売上、来客数共に落ち込むが、何とか前月と同様の水準を維持している。 ・ 客の買い回りが増えて店の商圏は拡大したものの、必要な商品以外は買わなくなっている。所得の減少に伴い、買物に余裕がなくなっている。

百貨店（売場主任）	お客様の様子	・バーゲン品だけでなく、品質の良い商品や価値のある商品は好調に動いている。ただし、価格次第で購入を決定する傾向は変わらない。
百貨店（企画担当）	来客数の動き	・衣食住関係のどの商品も低調である。
百貨店（営業担当）	単価の動き	・高級ブランド品の売行きが落ち込んでいるほか、受注状況も悪いため、売上は低迷している。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月はバレンタイン商材の洋菓子を中心に好調に推移したほか、婦人服や紳士服、紳士用品が好調に動いている。ギフト関連は苦戦しているものの、全体的な買上率と買上単価は上がっている。
百貨店（マネージャー）	単価の動き	・定価品の売行きが悪く、単価の低いセール商品ばかりが売れている。
百貨店（店長）	販売量の動き	・商材によっては販売量に底打ちの兆しもあるが、来客数が伸び悩んでいるほか、購買点数も伸びてこない。
百貨店（婦人服担当）	販売量の動き	・3か月前に比べると低額品、高額品共に、売上の前年比にはあまり変化がない。ただし、消費には若干の動きが出てきている。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・引き続き景気は悪いままであるが、底を打った感がある。特価品などの売行きは堅調となっている。
百貨店（外商担当）	単価の動き	・婦人、紳士衣料品や宝飾品を中心に、販売単価が下がったままである。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・当店の客が安い商品を求めてほかの店にも回り始めたことで、来店頻度が確実に減っている。また、大阪府による15%のプレミアム付き商品券の利用も、特売日は通常よりも2～3倍多いなど偏りが大きく、生活防衛意識が更に高くなっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・衣料品、住居関連の来客数が前年比で10%減となっている。特に衣料品は1品単価や客単価も10%の低下が続いている。春物商品でも、この時期に売れるランドセルが15%減、入園、入学関連のスーツ、フォーマルも10%減と売行きの不振が目立つ。
スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数が減っているほか、1品単価の低下で客単価も下げ止まる気配がない。客1人当たりの買上数は減らずに、支出だけが抑えられるなど、収入が減っても生活水準を下げない工夫がみられる。
スーパー（店長）	販売量の動き	・12月に若干盛り返したが、年明け以降は悪い状態に戻っている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・当店は大阪府によるプレミアム付き商品券の販売店に指定されたため、来客数の増加に期待したが、結果としては期待外れに終わっている。商品券の購入には早朝から行列ができたが、使用に関しては必要な商品を更に安く買い求める傾向が強い。
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・既存店の来客数は前年比で93%、売上も93%前後と大きな変化はなく、低水準で安定している。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・月を追うごとに売上が減少する傾向はなくなったが、回復感はなく、低水準の推移が続いている。
スーパー（広報担当）	お客様の様子	・節分ではハーフサイズの巻き寿司、バレンタインでは手作り商材と、客のニーズに合った商品があれば好調となるが、今まで大量に売れていた商品の落ち込みをカバーするまでには至らない。
スーパー（社員）	単価の動き	・今月は前年よりも天候が比較的良かったため、来客数は堅調に推移し、客1人当たりの買上点数も増加している。ただし、1品単価の下落は大きく、売上全体の減少が続いている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・日によって寒暖の差が激しいために、来客数の増減も極端になっている。
コンビニ（店長）	単価の動き	・新商品や低価格品の動きは良いが、客単価の上昇にはつながらない。客には使う金額の決まっている印象があり、衝動買いやついで買いが減っている。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・エコポイント制度により薄型テレビの販売は好調であるが、単価の低下が激しく、売上全体を押し上げるまでには至っていない。白物家電の買換えについても、故障しなければ購入につながらないなど、客の財布のひもは依然として固い。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・例年であれば決算時期は車が売れるが、店全体の販売台数は3か月前から横ばいである。

その他専門店 〔医薬品〕（経 営者）	単価の動き	・今月は決算月であり、セールスのダイレクトメールを送ったため、来客数や買上件数は伸びたが、1品単価が前月よりも約10円下がっている。
その他専門店 〔医薬品〕（店 員）	来客数の動き	・健康相談が増えつつある。それに伴って来客数自体も伸びている。
その他専門店 〔宝飾品〕（販 売担当）	お客様の様子	・展示会には会場で行われるイベント目当ての客が多く、購入にはなかなかつながらない。
その他専門店 〔スポーツ用 品〕（経理担 当）	販売量の動き	・販売店の来客数に変化はない。
観光型ホテル （経営者）	販売量の動き	・前年からの厳しい状況は変わらず、価格を下げて何とかしのいでいる。前年5月の新型インフルエンザ発生時の安売りキャンペーン後、元の価格に戻すことができず、自分で自分の首を絞める状態となっている。
観光型旅館（経 営者）	来客数の動き	・今月は天候や道路状況に左右されるほか、季節的に来客数の増加も見込めないために比較は難しいが、客単価は横ばいで推移している。
観光型旅館（経 営者）	来客数の動き	・価格を下げてでも客が動かない。
観光型旅館（経 営者）	お客様の様子	・予約の問い合わせが少なく、今までにない悪さとなっている。
都市型ホテル （スタッフ）	単価の動き	・宿泊は前年並みの客数を確保したが、客単価が1割近く下がったため、売上は前年を下回っている。特に、旅行代理店経由の従来からの商品が大きく落ち込んでおり、低価格商品のみが動いている。宴会関係も法人需要に回復の兆しがなく、定例の会合では経費の削減や開催中止が続いている。
都市型ホテル （マネー ジャー）	来客数の動き	・宿泊、宴会、レストラン部門の売上合計は前年比マイナスが続いている。マイナス幅は若干小さくなっているが、単価が上昇する様子はない。特に、カジュアルレストランの来客数は減少が目立っている。
都市型ホテル （営業担当）	来客数の動き	・客の間では料金が下がるのは良いことだという感覚が強く、在阪ホテルでは前年以上に単価が低下している。ただし、当ホテルも稼働率は上がっているため、売上は前年並みとなっている。一方、一般宴会では間際予約が動き始めるなど、悪いなりに少しは良くなる兆しも出てきたが、キャンセル件数も増えている。
旅行代理店（経 営者）	販売量の動き	・景気全体に閉そく感があり、売上は前年比で90%台の推移が続いている。
旅行代理店（広 報担当）	お客様の様子	・バンクーバーオリンピックが始まり、客の間に盛り上がりは出てきている。ただし、オリンピック後のバンクーバーへの旅行需要は、過去の大会ほど発生していない。通常はオリンピックで街の様子が繰り返し放送され、旅行需要が大きく高まるため、肩透かしの格好となっている。オリンピックをきっかけとした旅行需要の回復に期待していたが、現状は大きな変化がない。
タクシー運転手	競争相手の様子	・近隣のオフィス周辺で客待ちをしていますが、訪問してくる人の数が減っているほか、残業している社員の数も減少している。
通信会社（経 営者）	販売量の動き	・携帯電話の買換え需要は依然として少ないほか、通信会社による年度末に向けた大きな販促も、今年行われていない。
通信会社（社 員）	販売量の動き	・年末に比べると加入者数の伸び自体は低下傾向であるが、例年の2月に比べると15%ほど増えている。
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	・季節や天候を考慮すると、人の動きはそれほど悪くないものの、依然として物が売れない。
その他サービス 〔保険代理店〕 （経営者）	お客様の様子	・前月と同様に、業績の良い企業は相変わらず順調で、業績の悪い企業は低迷している。また、店舗荒らしなども頻繁に起きるなど上向く兆しもなく、良くて現状維持である。

	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	・レンタル料金の価格低下が長期化しており、売上の前年割れが続いている。ただし、CDの販売は商品タイトルにも恵まれて、久しぶりに前年を上回っている。
	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・インターネット経由の問い合わせは、ここ数か月で明らかに増えている。
	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・相変わらず売れ筋商品は1次取得者向けの低価格物件のみで、活発な動きはみられない。ただし、広告の反響は若干良くなっている感がある。
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・マンションのモデルルームへの来場者数は増加しているが、低所得の客が多くローンを組めないため、契約率が伸びない。
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・住宅版エコポイント制度の導入による期待は大きいものの、不動産の動きは悪い。
	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	・不動産市場では取引件数に大きな変化はない。
	その他住宅[展 示場] (従業 員)	お客様の様子	・住宅展示場への来場者アンケートによると、相変わらず建築予算は少ないままである。
	その他住宅[情 報誌] (編集 者)	お客様の様子	・分譲マンション市場では客の間に年度末の盛り上がりはなく、市場全体に停滞感がある。大手企業を中心に新たなプロジェクトが動き始めている一方、中堅以下の企業は厳しい状況が続いている。
やや悪く なっている	商店街(代表 者)	お客様の様子	・年明けから近隣の大型スーパーとの競争が更に激しくなっている。最近では3日~1週間分のスーパーの特価広告が入るようになったため、商店街への来客数が減っている。
	一般小売店[鮮 魚] (営業担 当)	来客数の動き	・2月と8月は暇だといわれるが、まさしくそのとおりである。特に今年は、バンクーバーオリンピックの開催で来客数が減少している。
	スーパー(経営 者)	お客様の様子	・近隣には競合店が多く、客はその日の広告を見て動いている。当店でも動いているのは広告の特売商品のみであり、そのほかの商品は動きが鈍い。
	スーパー(経営 者)	単価の動き	・デフレ傾向にあり、客単価の下落が進んでいる。
	スーパー(店 長)	販売量の動き	・今月に入り、衣料、住居関連、食品共に販売量が減少傾向となっている。少子高齢化の進んでいる地域では自治体が消費刺激策を行う余力もなく、大変厳しい。
	スーパー(管理 担当)	販売量の動き	・以前と変わらず、購買点数は少ないままで推移しているなど、悪化傾向は強まっている。
	スーパー(開発 担当)	単価の動き	・相変わらず客単価は前年よりも低い状態となっている。
	コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・近隣の企業向け研修センターでは、利用が前年よりも3割以上落ち込んでおり、当店の来客数が減少する要因にもなっている。
	コンビニ(店 長)	単価の動き	・デフレ傾向が進むなか、客のニーズへの対応や他店との差別化のために、低価格の弁当やおにぎりを販売している。このような努力を行っても販売量は芳しくなく、売上は前年を下回っている。
	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・2月はセール時期であるにもかかわらず来客数が少なく、客単価も下がっている。
	衣料品専門店 (販売担当)	単価の動き	・客の間では節約志向が高まっており、修理の依頼が増えている。
	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・前年の前半ごろから世間の雰囲気が悪く、来客数や客単価も悪化している。
	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・景気に少し底打ち感が出てきたが、ここへきて株価が再び低迷している。新興国を中心に好調なメーカー以外は、勤め先の忙しい客は見当たらず、特に建設関係の客からは、売上が前年比50%減にまで落ち込んでいるといった声が多い。
	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・今月始めからリコ・ル問題が米国で大きな騒動となっている。雇用の問題を含めて、全世界にどれだけの影響が出るかを考えると恐ろしい。

		乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・年末までは、すべての月で売上は前年を上回っていたが、年明けからは下降気味で、厳しい状況となっている。
		住関連専門店 (店長)	それ以外	・業界全体が冷え込んでおり、セールや経費削減、販路拡大といった対策はすべて行っているが、なかなか効果が出ない。いよいよ人員削減を行うしかない状況である。
		その他専門店 [食品](経営者)	販売量の動き	・世代交代の進んでいない個人経営の飲食店では、廃業が目立っている。
		一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・前年から10店舗の改装を行ったが、来客数の前年比は非改装店舗に比べてやや良いだけで、100%を超える状況にはない。
		都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・販売量の動きにも上向く兆しはない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・流し営業をしていても乗客は少なく、駅待ちのタクシーが増えている。それによって更に回転率が悪くなるという悪循環に陥っている。
		タクシー会社 (経営者)	お客様の様子	・3か月前に比べて、特に夜間の利用が非常に少なくなっている。内食化の進行や繁華街の人の減少など、消費者のライフスタイルの変化が進んでいる。
		通信会社(企画担当)	販売量の動き	・アミューズメント施設向けゲーム機器の販売状況が悪い。ゲームの利用状況が良くても機器の販売につながらないなど、施設側の資金力が相当落ちている。アミューズメント施設の客離れも深刻化している。
		競輪場(職員)	販売量の動き	・1月の来客数、売上には回復感もあったが、2月に入って急激に落ち込んでおり、11月に比べてもやや悪くなっている。
		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を行ったが、この4月に小学生になる子どもの参加が例年よりも少ない。
	悪くなっている	一般小売店[珈琲] (経営者)	来客数の動き	・今月は売上が非常に落ち込んでいる。
		一般小売店[精肉] (管理担当)	競争相手の様子	・周囲のスーパーでは極端な低価格戦略が取られており、専門店はずっと厳しい状況となっている。野菜などでも同じような動きとなり、空いた店舗スペースを使った安値販売が増えている。
		一般小売店[衣服] (経営者)	販売量の動き	・この時期は冬物商品から春物商品への過渡期に当たるため、消費者の購買意欲は低下する。さらに、今年は不況で来客数、販売量が例年以上に落ちている。
		一般小売店 [花](店長)	お客様の様子	・客の間では買い控えがますます進んでいる。
		衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・来客数の落ち込みで、販売量が極端に減少している。
		衣料品専門店 (営業・販売担当)	販売量の動き	・冬物のセール品、春物の新商品共に売れていない。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・個人客の利用は増えているものの、企業による宴会など、団体客の利用が減っている。
		スナック(経営者)	来客数の動き	・毎年2月は暇な時期となるが、客の入らない日が3日続くなど、今までにない最悪の状態となっている。
		旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・政権交代後の景気後退に対する失望感や、バンクーバーオリンピックなどの盛り上がりのなさ、大手自動車メーカーに対するパッシングなど、今の日本経済の姿を表している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・客の様子をみていると、まだどん底の状態である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・客との会話からも、景気の現状、先行きの判断が難しいが、依然として悪化が進んでいる。
企業動向関連	良くなっている	化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・一時的な回復の可能性もあるため、しばらくは様子を見る必要があるものの、売上は一昨年の不況前の水準に戻っている。
	やや良くなっている	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・上向いている業界は限られているものの、周囲の取引先の声を聞くと、景気はやや良くなっている。
		電気機械器具製造業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・2月に入って受注件数が増え始め、売上が前年並みになりつつある。
		輸送業(営業所長)	受注量や販売量の動き	・コピー機の配送が少し増えるなど、今月の受注量は例年を上回っている。

	金融業（支店長）	取引先の様子	・取引先の建売業者では、転勤、入学シーズンを迎えて客の住宅への関心もようやく高まってきている。モデルハウスの見学客が増加しているほか、住宅版エコポイント制度への関心も高く、契約が増えつつある。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・良くなったというほどの感覚はないが、年度末を迎えて広告出稿の発注が新たに出てきている。
	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CMの出稿量が底打ちした感がある。
変わらない	食料品製造業（経理担当）	取引先の様子	・客は価格の安い商品だけを求めている。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	競争相手の様子	・同業者からは、2月に入って全体的に稼働率が低下しているとの声が聞かれる。
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は下がるところまで下がり、今はどん底の状態である。まだ下がるかどうかは不透明である。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は、大きな変化もなく低水準のまま推移している。
	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・当社の顧客には原子力発電関連の企業が多く、比較的業況の良い状態が続いている。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・大企業と中小企業の動きには、依然として大きな差がある。中小企業の場合は、高い技術があって大企業との取引を行っているか、海外との取引があるかが非常に重要となっている。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・これまでと状況は変わらず、エコポイントやインフルエンザなどの社会的要因の後押しで薄型テレビや空気清浄機などは堅調な荷動きを示しているが、パソコン等の情報商品は依然厳しい状況にある。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は横ばい状態で推移している。
	電気機械器具製造業（企画担当）	それ以外	・景気はこれ以上に良くなる様子はなく、むしろ悪くなる心配が出始めている。円高などで中国へのシフトを進める大手メーカーや取引先が多くなっている。
	その他製造業 〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・1月に開催した展示会での受注量は、前回と比較してもほぼ変わらない。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事が減少しているほか、民間関係の工事も縮小や延期、中止が増えている。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・底をはっている状態で下がりも上がりもしない。経済的な理由による購読中止が増え、新規客の獲得に励んでいるものの、増加にはつながらない。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上に下げ止まり感が出てきている。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・顧客企業の状況を見ても、相変わらず物が動かない。今までにこのような経験はなく、理由が分からないとの声が聞かれる。
コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・事業仕分けの影響もあり、複数の独立行政法人から見積依頼が来ている。予算の削減に伴い、印刷などの経費を少しでも圧縮したいとの要望が増えている。	
その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	取引先の様子	・受注量、見積依頼の動きが共に良くないなど、全体的に不透明な状況である。	
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	・新規のプライベートブランドの受注があるなど、販売量は伸びているが、売上は前年を少し下回っている。既存商品の売上が減り、安価なプライベートブランドの増加が続いているため、景気は悪いと判断せざるを得ない。
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・催事やイベントでは安い商品しか動かず、経費のかかるわりに利益が薄く、下手をすると赤字になる。
	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・年度末が近づくなかでも受注は多少増えているが、価格競争がかなり激化している。一方、取引先の業界では、環境に関連した燃料電池関連はイベントなども盛況である。
	化学工業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格の下落や販売量の伸び悩みがみられる。
	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今年に入り、建築関連の出荷量が減っている。

	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月は受注量が前年比で1割以上落ち込んでおり、雇用調整を行わざるを得ない状況となっている。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・直近の完成工事高は近年で最低となっている。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今月の売上は目標比で50%減と、かなり厳しい状況となっている。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・住宅関連の顧客をみても、市場はいまだに回復していない。	
	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	・販売や修理の注文の動きが、日に日に悪くなっている。	
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	・2月はどちらかといえば閑散期であるが、今年は更に状況が悪くなっている。	
	金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・売上が予想を大きく下回っている。派遣社員の雇止めや正社員の出勤調整などで経費を削減してきたが、予想以上に売上が伸びず、更なる経費削減が必要となっている。既にスリムな業務体質となっているため、大きく削減できるのは人件費しか残っていない。	
	一般機械器具製造業（設計担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は底入れしたものの、上昇に転じる気配がない。企業の設備投資は若干ながら増加しつつあるが、公共事業が少ない。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・季節的要因もあるが、受注の増加する要素が見当たらない。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・賃貸事務所の空室がますます増えている。3月末までに解約となるテナントが数多くあるため、4月以降の空室率は更に上がる。	
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	・派遣事業は今月も暇であると予想していたが、3月末までの仕事はかなり発生している。ただし、3か月前と比べれば忙しくなっているものの、4月以降は不透明である。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・最近では東京や大阪で求人依頼が出始めている。
		人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・人材紹介では成約数が増え始めているほか、注文の来る頻度も高まっている。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・観光客の減少と同時に、サービス関連の求人は不振が続く、求人合計はやや減少している。その一方、希望者の多いメーカーからの求人がようやく増加し始めたことで、就職者数も増えている。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・米国の大手金融機関の破たん以降、求人数は前年比でマイナスが続いていたが、前年の夏以降は徐々に増えており、今月に入って前年比で増加に転じている。
		学校【大学】（就職担当）	求人数の動き	・11月に前年比マイナス13.4%であった求人数が、今月はマイナス10.9%まで回復している。
変わらない	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・相変わらず求人案件は少なく、その少ない案件も応募条件が非常に厳しいため、転職の決まる求職者が少ない。	
	新聞社【求人広告】（担当者）	雇用形態の様子	・正社員募集は相変わらず少なく、男性は特に就職先がない。女性も契約社員が派遣がほとんどとなっている。数少ない就職先に応募が殺到するため、企業も有料の広告は必要ないと考えており、求人広告をメインにしている当社は厳しい状況となっている。	
	新聞社【求人広告】（営業担当）	求人数の動き	・求人広告の動きが止まったままであり、パート、アルバイトの求人すらまだ動きのない状態である。	
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数は依然として増加しているが、増加幅が小さくなってきている。ただし、在職者からの相談を含む、職業相談件数は増加している。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人倍率も横ばいで動きがなく、状況に変化はない。	
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者のうち、事業主都合の離職者の増加幅は縮小傾向にあるものの、無業状態からの求職が増加傾向にある。賃金の低下に伴い、家計補助的な仕事を求める求職者が増加してきている。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人倍率は毎月上昇しているが、上昇幅は非常に小さいため、雇用情勢に変化はない。	

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人、有効求人共に減少傾向で推移しているほか、新規求職者、有効求職者も減少している。
	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・人材紹介の決定数が減少したまま伸びていない。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・学内で行う就職セミナーへの参加企業が前年より約3割減り、各社の採用予定者数も減少傾向となっている。
やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・関西の中小企業を中心にまだまだ厳しい状態が続いている。年度末を控え、決算に向けた営業を行っているが、あまり良い話は聞かれない。
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・求人広告の減少が続いている。例年2、3月は大型の広告を企画し、ある程度は出稿が集まっていたが、今年は企画本数を減らし、スペースも縮小している。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・建設部門を中心とした日雇労働者では、働ける年齢でも生活保護へ大量に流れている。それに伴い、欲しい労働者数を確保できないとして、業者が仕事を発注しなくなるという悪循環に陥っている。