

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	家電量販店（経 営者）	お客様の様子	・エコポイント制度の縮小に伴う駆け込み需要で、地上デジタル放送対応テレビやエアコンの動きが活発である。
		家電量販店（店 長）	販売量の動き	・エコポイント制度関連では、テレビの販売台数が前年比で437%、冷蔵庫は221%、エアコンは423%と伸びているほか、そのほかの販売台数も増えている。ただし、大型商品の購入は前年が中心であったため、平均単価は15%低下している。
	やや良く なっている	商店街（代表 者）	お客様の様子	・各スーパー、商店の動きはやや良くなっているものの、特売日のみ忙しく、売れるのは買得品だけとなっている。また、衝動買いは少なく、価格が安くて良い商品が求められている。
		一般小売店〔食 料品〕（管理担 当）	販売量の動き	・大口注文が入ったため忙しくなっている。
		百貨店（売場主 任）	販売量の動き	・気温の低下に伴い、衣料品を中心に防寒素材が動いている。今年は厳冬の予想で、各メーカーでも生産が活発化している。その一方、特選ブランドや宝飾品といった高額雑貨については売上が今一つとなっている。
		百貨店（サービ ス担当）	販売量の動き	・今月はエコポイント対象となる家電の売上が前年の5倍と大変好調であるが、エコポイントが半額になる来月には再び減少する。
		百貨店（婦人 服）	販売量の動き	・前年割れの動きに変化はないが、マイナス幅が縮小しているほか、回復の動きも若干みられる。婦人衣料の改善が目立つ一方、雑貨や家具・家庭用品、呉服・美術品などは依然として厳しい。
		スーパー（経営 者）	競争相手の様子	・食品に関しては、天候が非常に良いため来客数が順調に推移している。相変わらず野菜の相場高が続いているほか、気温の冷え込みによる鍋物需要の拡大で肉もよく売れ、客単価の上昇につながっている。ただし、買上点数は伸び悩んでいる。
		スーパー（店 長）	販売量の動き	・省エネ家電のエコポイントが12月から半減するため、駆け込み需要が発生している。薄型テレビの売上は前年比で230%、エアコンは150%となり、全体の売上や来客数、販売点数を押し上げている。食品も野菜や果実の相場高により、1品単価が前年比で20%上昇している。
		スーパー（広報 担当）	販売量の動き	・エコポイント制度の縮小でテレビやエアコン、冷蔵庫で駆け込み需要がみられるほか、野菜の相場高も続いているため、売上は前年を上回っている。また、気温が早い段階で下がったため、秋冬衣料も堅調な動きとなっている。
		コンビニ（広告 担当）	お客様の様子	・たばこの値上げによる影響は出ているが、想定していたよりも悪くはない。ただし、客はたばこが値上がりした分、ほかの商品の購入を控えている感もあり、各チェーンでは様々なキャンペーンで来客数の増加を図っている。
		家電量販店（店 員）	来客数の動き	・エコポイント制度関連の駆け込み需要で来客数がかかり増えている。ただし、今後はエコポイントの半減で来客数が減るため、回復したとは言いきれない。
		住関連専門店 （店長）	販売量の動き	・客は消費に慎重で予算も少ないなど、厳しい状況には変わりはないが、前年まで買い控えのみられた店舗や法人客からの注文にも、少し動きが戻りつつある。
		高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・今月初旬から創業記念フェアを行い、特別メニューやワインを提供したところ、非常に盛況となった。多少は近隣の新規顧客の掘り起こしにつながった感がある。
		観光型ホテル （経営者）	来客数の動き	・例年10、11月は観光シーズンで来客数が増えるため、8、9月に比べて少しにぎわいが出てきている。前年の10、11月が創業以来最悪の状況であったため、なおさら良く感じるが、宿泊単価については前年よりも更に下がっている。

	旅行代理店（店長）	来客数の動き	・円高で海外旅行が増加傾向にあるほか、学生の旅行シーズンが前年よりやや早くスタートしている感がある。
	通信会社（社員）	販売量の動き	・来月には省エネ家電のエコポイントが半減するため、地上デジタル放送の対応テレビは購入量が爆発的に増えている。それに伴い、ケーブルテレビへの加入も増加傾向にある。
	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・アミューズメント向けゲーム機の売上が改善している。
	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	・天候が良かったほか、紅葉などの季節要因もあって客の動きは良かったが、根本的な消費の動きには改善がみられない。
	その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	来客数の動き	・10月末に新店舗をオープンし、広告宣伝効果などで来客数が増えている。
	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・売上が若干伸びているほか、問い合わせや関連業務の引き合いも増えている。
変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・相変わらず売上が伸びていない。
	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・エコポイント制度の縮小による駆け込み需要とは無縁で、販売量も伸びずに停滞している。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	販売量の動き	・販売量、売上共に前月から2%の増加と、ほぼ横ばいで推移している。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・客の購買行動に余裕が感じられず、必要な物を最小限購入するだけで、来客数も多くないため、店側としてはかなり厳しい状況である。
	一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	お客様の様子	・状況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	・今月も前月と同様に芳しくない状況が続いている。高額商品が売れずに、低額商品ばかりが売れるため、一向に小売店の売上が伸びない。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・リニューアル後の売上計画が達成できておらず、現状は厳しい状況となっている。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・動きがあるのは低額品や必需品などに限定され、ファッション関連や季節商品の動きは低調である。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・百貨店を常用している高額品の購入客数に大きな変化はないが、他業態の店にも行くような買い回り客は減少している。特に、家族や親子連れの子客が少ない。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は気温の影響もあって秋冬衣料の動きが良く、前月に続き売上目標を達成している。ただし、優待やパーゲン関連が好調な一方、不要不急の商品、定価品の動きは依然厳しいほか、商品の価格や価値に対する客の評価が更に厳しくなるなど、景気が良くなったという実感はない。
	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・気温の低下で冬物商材の売上は伸びているものの、来客数に変化はなく、全体的には前年並みの推移となっている。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・直近の宝飾や時計の催事では、高額品の動きが少ないものの、50万～100万円前後の商品にはかなりの注文が入っている。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・秋らしい気候になって衣料品の売行きは良くなったものの、店頭での各種販促による影響が大きい。富裕層への訪問販売でも、需要がありそうな場合も購入に至らないケースが増えつつある。
	百貨店（外商担当）	単価の動き	・来客数は横ばいであるが、宝飾品や婦人服などの高額品の動きが悪い。
	百貨店（店長）	販売量の動き	・販売量は当然ながら、来客数もなかなか前年の水準をクリアできない状況が続いている。

百貨店（売場担当）	販売量の動き	・3か月前に比べて、30代後半からシニアの客の購入金額は前年比で増えているが、ヤングから30代後半の購入額は前年を若干下回っている。また、高級ブランドを中心とした高額品の売上も前年比で伸び悩んでいる。気温の上下で一喜一憂する状態が続いており、不安定な売上となっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数と1品単価は回復しているが、客1人当たりの買上点数と単価は不振のままである。客は必要な物と安い物だけを購入している感がある。
スーパー（店長）	販売量の動き	・エコポイント制度の縮小を前に家電が売れている。野菜も相場の上昇で売上が伸びているほか、冷え込みで衣料品も売れているなど、個別の商品をみると動きが良くなっている。ただし、何かが売れるとほかの物が売れなくなるほか、好調が長続きしない。全体的な状況は以前と変わっていない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・前月は奈良県が発行したプレミアム付き商品券により一時的に上向いた。今月はエコポイント制度の縮小による家電の駆け込み需要や、気温の低下で季節商品の動きが若干良かったものの、消費動向に浮揚感はない。
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・売上の前年比は90～92%で変わっておらず、低調な状態が続いている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・たばこ増税の反動や、前年に比べて日曜日が1日少ない影響で、売上の前年比は伸び悩んでいる。ただし、実質的な落ち込みはなく、状況は前月と変わらない。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・状況が大きく変わる傾向はみられない。
スーパー（企画）	お客様の様子	・予想したほど景気回復のスピードが上がっていない。前年も11月は良くなかったが、客の購買動向はほぼ前年並みとなっている。家電などはエコポイント制度の縮小による特需でよく動いているものの、全体の底上げにはつながっていない。
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・日替わりの目玉商品や低価格を強調した商品は、客が開店時に走って買い回る様子がみられるが、目当ての商品だけを買ってレジに並ぶ姿が多くみられる。
スーパー（社員）	来客数の動き	・商品価格の低下には半年前から歯止めが掛かり、客の買上点数も堅調に推移している。ただし、今夏は多くの店で来客数が増加したものの、前月以降は再び悪化している。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比で若干上向きつつあるものの、客単価が戻っていない。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・今月に入って販売点数や購入単価が極端に悪化しており、本当に欲しい物しか買わない傾向が強まっている。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今の時期は気温が下がれば売上は伸びるはずであるが、来客数の低迷が足を引っ張っている。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・周囲ではボーナスの話題も出ているが、あまり良くないと声が聞かれる。
乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・国民による政治不信と円高が足を引っ張っている。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・エコカー補助金の終了で来客数が以前よりも減少しているほか、購入に対する消極的な姿勢がみられる。
住関連専門店（店員）	販売量の動き	・売上が前年比で約90%となっている。
その他専門店【医薬品】（経営者）	単価の動き	・1品単価の低下傾向は一段落した感もあったが、商品によっては依然として低下が続いている。特に、食品類でその傾向が強い。
その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・北朝鮮による砲撃や政治不信などにより、消費マインドの上向かない状態が続いている。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・前月の売上を維持している。
その他専門店【医薬品】（店員）	単価の動き	・来客数が若干減少するなかで、当用買いの客の割合が高まっており、客単価が大きく低下している。

	その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	販売量の動き	・相変わらず高額品の動きが悪いほか、気温が例年よりも高い状態が続いているため、秋冬物の売れるタイミングが限られてきている。
	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	お客様の様子	・円高による景気の悪化懸念は若干緩和されたが、クリスマスに向けての購買意欲はなかなか上昇しない。
	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・夏以降、既存店では平日の来客数が安定的に推移している。特に、例年11月は来客数が落ち込む傾向となるが、今年は例年以上の動きであり、前年比では前月に続いて大幅な伸びとなっている。
	一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・前月にテレビ番組で取り上げられて以来、来客数、客単価共に前年比で非常に高い水準となっている。ただし、外食業界全体が良くなったわけではないため、景気が上向きになっているとは判断できない。
	一般レストラン (店員)	販売量の動き	・前年と同じ販促を行ったが、大きな変化はない。
	スナック(経営者)	来客数の動き	・今月に入って個人客が多少増えているほか、12月の予約も多少入っている。
	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・平城遷都1300年祭が終了し、紅葉のシーズンとなったにもかかわらず、入込客数がなかなか伸びない。飛び込みで宿泊の客が時折入るものの、素泊まりが多く客単価が上がらない。
	観光型旅館(団体役員)	単価の動き	・宿泊客を含む来客数は前年比で108%とまずまずであるが、客1人当たりの消費単価は98%と低迷している。宿泊に伴う付帯売上も伸び悩んでいる。
	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・円高の影響もあって海外旅行は前年を上回る動きとなっているが、国内旅行の動きは相変わらず鈍い。
	旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・エコポイント制度関連の駆け込み需要に客のマインドが向かっているため、今年の冬のボーナスは使い道が家電中心となる。ただし、オセアニアやハワイなど、方面によっては予約が伸びている。
	タクシー運転手	競争相手の様子	・不況で企業が土日の休みをきちんと取っており、残業中や休日の配車依頼もなくなっている。
	通信会社(経営者)	お客様の様子	・取引のあるネットショップでは高額商品の売上が減少している。特に、アパレル業界では資本金のある会社とない会社の格差が開いている。
	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・秋の行楽シーズンを迎えて、来客数は例年並みとなっているものの、なかなか消費の増加にはつながらない。
	遊園地(経営者)	それ以外	・来客数は増加しているものの、価格に対する評価は依然厳しいなど、景気が上向いている感はない。
	美容室(店員)	単価の動き	・来店周期の短くなっている客がいる一方、長くなっている客もいるなど様々であるため、今のところは変わらない。
	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	・競合の激しい地域でも売上の改善は進んでいるが、関西については出遅れ感がある。
	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・来客数にあまり変化はない。
	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・問い合わせがほとんどない。
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・政治不信や経済の先行き不透明感から、客の購買意欲は全般的に停滞気味である。モデルルームへの来場数は上向きつつあるものの、様子見の傾向が強い。
	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客の動きは、来場者プレゼントとして金券に近い景品を用意したところ、反応が以前よりも良くなっている。各世帯の厳しい経済状況が反映されている感がある。
やや悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・全体的に悪い状況ではあるものの、商店街でプレミアム付き商品券を発行すると短期間で完売するなど、一定の購買意欲はある。
	一般小売店[精肉] (管理担当)	販売量の動き	・今月は12月の最盛期に向けた準備の始まる月であるが、ホテル関係の卸売の状況が極端に悪い。小売は悪いながらも前年並みとなっているのに対し、卸売は競争に負けている部分を差し引いても、非常に悪い。
	一般小売店[衣服] (経営者)	来客数の動き	・来客数が少なく、商品の動きも悪い。

一般小売店 「花」(店長)	来客数の動き	・花業界は売行きの低迷が深刻である。消費者の間では、生活にゆとりがなくなっている。
百貨店(企画担当)	競争相手の様子	・購入客に付与するポイントのアップや、カード顧客の優待セールといった販促が増えているなど、他社との競合が激化している。
スーパー(経営者)	お客様の様子	・客が正月の買物を控えているわけではないが、とにかく節約をしている様子が顕著に表れている。
スーパー(店長)	単価の動き	・たばこの売上は前年比で70%と悪化しているが、省エネ家電が全体の売上を底上げしている。エアコンや冷蔵庫の売上は前年比200%で、テレビに至っては250%で推移している。ただし、衣料品や食料品も含めた全体の売上は前年比で100%にとどまっている。
コンビニ(経営者)	来客数の動き	・高額商品を出して平均単価を維持しているが、来客数は減っている。
コンビニ(経営者)	来客数の動き	・たばこの売上については、販売量の減少と単価の上昇により、値上げ前とほぼ変わっていない。ただし、禁煙した人の来店が少なくなっているため、来客数が減っている。
コンビニ(店員)	単価の動き	・たばこの購入客が減少し、それに伴って缶コーヒーやパンの売上も落ちている。
乗用車販売店(経営者)	お客様の様子	・1店舗当たりの販売台数は、8月が19.6台、9月が16.5台、10月が15.5台と月を追うごとに減少している。今月は稼働日数が少ないため、更に大きく減少する。
乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・エコカー補助金の終了で新車の売上が落ち込んでいる。3か月前と比べると売上は激減しており、補助金によって利益の先食いをした感がある。
乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・エコカー補助金の終了により客がほとんど動いていない。分かっていたことであるが、本当にこれから勝負である。
高級レストラン(支配人)	販売量の動き	・季節要因で販売額は増えているものの、前年に比べて必ずしも良くなっているわけではない。
一般レストラン(経理担当)	お客様の様子	・宴会の利用件数は増加しているが、規模の小型化や価格の低下により、売上は伸び悩んでいる。
都市型ホテル(支配人)	単価の動き	・エコポイント制度の縮小を前に関連商品は多少売れているが、全体的に業況は下向きとなっている。
都市型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・宿泊では中国人観光客が大幅に減少しているほか、ビジネス利用も減少している。低価格競争に歯止めが掛からず、客室単価や1人当たりの宿泊単価も下がり続けている。宴会でも法人需要が経費削減で減少しており、他社との価格競争が激しくなっている。来春には競合店が2軒閉館するなど、体力勝負の様相が顕著である。
都市型ホテル(マネージャー)	来客数の動き	・宿泊部門については、月前半は堅調であったものの、平城遷都1300年祭の終了などで中旬以降は動きが鈍くなっている。レストランも高額店舗だけではなく全体的に低調であるが、外部要因を含めて明確な理由がないだけに今後が不安である。
都市型ホテル(総務担当)	単価の動き	・宿泊や宴会、料飲の全部門で販売単価が低迷している。販売単価を少しでも上げれば、利用客数は潮が引くように減っていく。各ホテルが低価格での集客戦略に頼らざるを得ない状態であり、販売単価のアップは望めない。
タクシー会社(経営者)	お客様の様子	・季節要因を除いても、客の間では相変わらず節約ムードがみられる。特に繁華街での人出が非常に少なく、ビジネス関連の人出が減っているため、タクシーの利用も減少している。
通信会社(経営者)	販売量の動き	・携帯電話市場ではすべての通信会社がスマートフォンを複数投入する予定であり、消費者の買い控えを招いている。
観光名所(経理担当)	来客数の動き	・今月に入って来客数が大きく減少している。客はレジャーよりも、生活必需品の購入を優先している感がある。
競輪場(職員)	販売量の動き	・来客数、客単価がますます落ち込み、売上の減少につながっている。

	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	販売量の動き	・来春以降の予約状況は、この数か月は恒例の催事でも決定が遅く、企画がなくなる場合もある。新卒者の内定率低下や若年層に広がる将来不安により、コンサートやレジャー関連の消費が落ち込んでいるため、イベント主催者が販売予測を立てられなくなっている。	
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・全体に受注が芳しくなく、特に土地の動きが悪い。個人消費にも円高による悪影響が出ている。	
	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	・中小企業の社員の年収が減少し、求人も伸び悩んでいるため、客の動きが鈍くなっている。	
	その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・新築マンションのモデルルームへの来場数には悪化の兆しがみられる。購入の決定までに時間が掛かるなど、先行き不安によって消費者の行動が変化し始めている。	
悪くなっている	一般小売店 [時計] (経営者)	販売量の動き	・前年よりも来客数は若干増えているが、売上が減少している。客のほとんどは電池交換が目的で、販売はほとんど伸びておらず、売上も最低ラインとなっている。客の関心や予算については、エコポイント関連の駆け込み需要に向かっている。	
	一般小売店 [衣服] (経営者)	競争相手の様子	・アパレル関連では中国からの納期が非常に遅れているにもかかわらず、防寒商品が売れ残っている状況である。	
	一般小売店 [珈琲] (経営者)	競争相手の様子	・同業者をみると、事業規模の縮小を余儀なくされている。	
	一般小売店 [貴金属製品] (従業員)	来客数の動き	・割賦販売などへの規制が厳しく、高額品が売れない。	
	一般小売店 [雑貨] (店長)	販売量の動き	・たばこの値上げ前は、駆け込み需要で売上が前月比で5倍以上となったが、値上げ以降は売上が激減している。	
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・週末も客の動きが鈍く、外出が増える休日といった特別な日だけ来客数が増加する。立ち飲みなどの低額店舗は集客もみられるが、客単価もかなり低いため、全体的には下向き傾向となっている。	
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・猛暑の際は夜間の客が増えたが、現在はエコポイント制度関連の駆け込み需要で商店街の人通りも減っている。特に、20日以降は来客がほとんどない。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・昼、夕方、夜のすべての時間帯で乗客数が減っており、無線経由の利用も3割以上減っている。終電後の乗客数も、今までに比べると半分以下となっている。	
	競輪場 (職員)	単価の動き	・今月の客単価は10,622円と、3か月前の11,702円よりも悪くなっている。	
企業動向関連	良くなっている	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・地方自治体からの公共工事の発注が増え、近隣の建築関連業者は一息ついているが、これは一過性の動きにとどまる。
	やや良くなっている	化学工業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・省エネ家電のエコポイントが半減するため、駆け込み需要で受注量が増えているほか、土木、建築関係の受注量も増えている。
		金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・今月に入って荷動きが活発になってきている。
		建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・今月に入って電話での問い合わせが増えており、受注量もやや増えている。
		通信業 (管理担当)	受注価格や販売価格の動き	・エコポイント制度の縮小を前に消費マインドが高まっている。
		広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・広告の新たな発注が少し出てきている。
		広告代理店 (営業担当)	取引先の様子	・衣料関連の取引先では、気温の低下でアウター衣料が動き出し、下がり続けていた客単価も回復しつつある。
		コピーサービス業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・月中旬にかけて、APECや平城遷都1300年祭などの大型イベントに関する印刷依頼が大幅に増えた。また、今夏の猛暑で熊の出没やスズメバチの被害が増えたことで、関連協会や団体による注意喚起のポスター作成依頼が増えている。

	その他非製造業 [民間放送] (従業員)	受注量や販売量の動き	・年末に向けたスポットCMの受注状況が大きく改善している。
変わらない	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・生産量が若干増え、荷動きも良くなりつつあるが、販売価格の低下で利益率は悪化している。市場で消費者の動きがあるのは、依然として安価な製品となっている。
	食料品製造業 (経理担当)	受注価格や販売価格の動き	・売上は前年比で横ばいであるが、単価については条件がますます厳しくなっている。
	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、歳暮関連の売行きが年々悪くなっているという声が聞かれる。
	出版・印刷・同関連産業(情報企画担当)	取引先の様子	・新規取引先の開拓ではインターネット経由の問い合わせが増えているものの、年末商戦のチラシは価格競争が激しくなっている。一方、新年度の始まった企業では徐々に受注が動いているが、3月決算の企業は予算の削減で動きが悪い。
	金属製品製造業 (管理担当)	受注量や販売量の動き	・例年は年末にかけて注文が増えるが、今年は例年の動きがみられない。
	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・当社の顧客には原発の設備に関する企業が多いが、この分野の景況は良いため、引き合いなども活発である。
	電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・輸出の好調が続いているものの、年末から来年以降は不透明である。ただし、頑張れば何とかかなりそうな状況であり、周囲でも100年に一度の危機という言葉が聞かなくなっている。
	電気機械器具製造業(企画担当)	取引先の様子	・ユーザーの需要が月ごとに変わり、新規取引先が増えたと思ったら、既存の取引先の需要が減る一方となっている。
	電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注量が少し増加したものの、売上は依然として伸び悩んでいる。
	電気機械器具製造業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・家電や住宅のエコポイント制度による効果で、売上は前月に続いて前年を約7%上回っている。
	電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・12月からエコポイントが半減するため、特に薄型テレビはこれまでにない荷動きとなっている。エアコンも同様の荷動きとなっているが、やはり需要を先食いしている感は否めない。
	その他製造業 [履物](団体職員)	取引先の様子	・組合員の企業による受注量が以前と変わらない。
	建設業(経営者)	取引先の様子	・小売業の業況は少し上向いているとの声も聞かれるが、建設業は相変わらず受注量が公共、民間工事共に厳しい状況となっている。
	輸送業(営業所長)	受注量や販売量の動き	・エコポイントが12月から半減するのに伴い、テレビの配送が激増している。各運送業者はトラックの調達に苦労しているが、この動きも11月末か12月初旬には終わる。
	新聞販売店[広告](店主)	受注量や販売量の動き	・購読数にあまり変化がなく、折込件数も落ち込んだままとっている。
	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・業種によっては広告の発注が増えている顧客企業もみられるが、全体的には広告を控えている企業の方がまだ圧倒的に多い。
経営コンサルタント	取引先の様子	・顧客企業によると、エコポイント制度の縮小を機に家電を購入する客が増えている。ただし、話をよく聞くと、必要な商品があるわけではなく、損をしないために今買っておく客が多い。売上は前月よりも増えているものの、12月からは確実に落ちる。	
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	・依然として全体的な動きが悪く、引き合いがあっても予算がかなり抑えられている。中小物件の建築数が減っている影響が大きいほか、公共事業を含む建設関連の景気対策が行われていない影響も大きい。	
その他非製造業 [機械器具卸](経営者)	取引先の様子	・受注や引き合いが非常に少なく、仮に高額の引き合いがあっても最終的には見送りとなる。	

		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	・原材料の綿糸やポリエステル価格の暴騰で小売価格へ転嫁せざるを得ず、小売店では対応に苦労している。一方、卸売業者もコストの上昇が経営努力で吸収できる水準ではないため、一斉に値上げを要求し始めている。消費財は安い方が売れるという日本人バイヤーの姿勢は変化を余儀なくされており、今後は単価のアップが進むため、売上の増加は容易になってくる。
やや悪くなっている		繊維工業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注量が伸び悩み、3か月前よりも10%ダウンしている。
		化学工業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・これまで持ちこたえてきた売上が前年を大幅に下回りつつある。
		プラスチック製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・製造業では、売れないから作らないという図式が鮮明になりつつある。必要最小限の発注、生産、納品など、表面上は無駄がないものの、量産加工のベース料金となるセット費用が請求できない。
		一般機械器具製造業 (設計担当)	取引先の様子	・取引先の受注量は上向いてきたが、まだまだ関連会社を潤すほどではない。
		金融業 (支店長)	競争相手の様子	・取引先の婦人服の卸売業者は、量販店の低価格志向や海外からの低価格品の流入で競争が厳しくなっている。
		その他サービス [自動車修理] (経営者)	それ以外	・家電ではエコポイント制度の縮小に伴う駆け込み需要が発生しているが、自動車と同じく一時的な動きである。
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	・タオル産地では最需要期を迎えているが、あまりにも急激な綿糸価格の上昇で受注や生産に影響が出るなど、動きとしては非常に低調である。
		不動産業 (営業担当)	取引先の様子	・当地域からの企業の撤退が続いている一方、入ってくる企業は少ない。事務所や住宅の解約が増えるなかで新規契約がなく、空室の増加が進んでいる。
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)	求人数の動き	・新規求人数が前年比で8か月連続の増加となり、増加幅も3か月連続で2けた台となっている。事業所からは、トラック運転手やファストフードのアルバイトを募集しても、以前のように人が集まらないとの声が聞かれる。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年比で2割増と回復が続いている。4月以降の新規求人の増加はパート求人によるものであったが、今月は一般求人が4割増、パート求人が微増と大きく変化している。特に、介護・福祉業、製造業で一般求人の増加が著しい。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年比で7か月連続増えており、特に製造業は9か月連続の増加となっている。
		民間職業紹介機関 (支社長)	求職者数の動き	・求職者に占める離職者の割合が低下している。また、現職者についても仕事が忙しくて面談や面接の日が組みにくくなっているほか、内定後の退職引き留めも増えている。
変わらない		人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・人材派遣の求人数は最悪期を脱して緩やかに増加しているが、労働者派遣法の改正を警戒し、企業は派遣求人を拡大しにくい状況となっている。さらに、先行き不安から正社員募集にも二の足を踏んでいるため、実際の求人はそれほど増えていない。
		人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・求人数は3か月前に比べて若干増えているが、企業の求める条件は厳しくなっており、成約につながりにくい状況である。
		人材派遣会社 (営業担当)	採用者数の動き	・求人数の増加で雇用環境は一見すると良くなっているが、企業の採用条件から外れた層の採用は依然として厳しいなど、状況は引き続き悪い。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は製造業や卸・小売業を中心に増加傾向にあり、建設業もリフォーム関係で増えている。ただし、増加幅自体は小さく、2年前の水準まで回復していない。
		民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・求人数は前年比で減少しているが、日雇労働市場そのものが急激に縮小しているため、その判断が難しい。

	民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・採用状況は依然として足踏み状態で、内定者もまだ5割程度にとどまるなど、来年3月卒業の学生は苦戦を強いられている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	求人数の動き	・求人数の回復がみられない。
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・採用については様子見の状態が依然として続いている。特に、中堅、中小企業の求人数が伸び悩んでいる。
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・現在は中小企業が集中的に求人を行っているが、企業間で二極化が進んでいる。また、優良企業でも採用枠の少ない場合があるなど、様子見の動きも強まっている。一方、一部の元気な企業は工場の海外移転を進めている。
やや悪くなっている	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・人材派遣の要望は増えつつあるが、他社との競争が激しく、決定に至らないケースが多い。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・大阪の新聞広告の出稿状況は前年比で90%となっているが、東京地区は前年を超えている。景気の底打ち感が出てきているものの、まだ大阪では手ごたえがない。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・求人広告では商売にならないため、関連会社が廃業してから約1年となるが、状況は依然として低迷している。求人広告では売上が伸びない状況となっている。
悪くなっている	-	-	-