

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	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・今年の忘年会シーズンは、客単価の低下を避けて販促を特に行わなかったが、従来になく来客数が増加している。外食では価格そのものではなく、価値が見合った価格かどうか、客の選択基準になりつつある。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・定期的なイベントを辛抱強く続けてきた結果、商店街の固定客をつくることに成功した。イベントの日の来客数や売上に予定が立つようになり、仕入量にも反映させている。まだまだ少額ではあるものの、結果が出始めている。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・ファストファッションによる低価格品のブームはかなり落ち着いており、消費者は冷静に低額品と高額品を使い分けている。この2年間で大きく下がった婦人衣料の客単価は直近3か月で前年比107%と回復しているほか、低価格品が多いヤング向け衣料は苦戦しているものの、キャリア以上の大人向け衣料品の売上は2けた増となっている。
		百貨店（広報担当）	単価の動き	・今年ウール素材のコートが売れており、カシミアやアンゴラといった高級品が売れている影響で単価も上がっている。
		百貨店（商品担当）	単価の動き	・クリスマスギフトの1品単価は前年比で2割弱下がっているが、売上自体はほぼ前年並みとなっている。少しはぜいたくをしたいという節約疲れの傾向があるなか、若年客には比較的強い節約志向がみられる。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・食品の来客数がこの4～5か月は好調に伸び、前年よりも5～6%増えている。クリスマス商戦以降は気温の低下で季節商品の売行きが活発化し、鏡もちは前年の1.3倍となっている。一方、おせち料理やクリスマスケーキの販売点数は3%増となったが、1品単価はほぼ横ばいとなっている。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・たばこの値上げ後、この3か月で販売個数はまだ戻らないものの、金額ベースでは前年を上回ってきている。
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・エコポイント制度の変更に伴う駆け込み需要に続き、地上デジタル放送の開始に伴う需要がまだまだある。年内に購入しようとする客の意欲は高く、売上を押し上げている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月とはとにかく夜間が忙しく、遅い時間に予約なしで来店する客が多い。忘年会ではなく、仕事帰りに少しぜいたくをしている感がある。
		その他飲食 【コーヒー ショップ】（店 競輪場（職員）	来客数の動き	・10月ごろから来客数が3%ほど増えるなど、前年を上回る推移となりつつある。
		その他レジャー 施設【イベント ホール】（職員）	単価の動き	・12月の客単価は11,421円と、3か月前の11,015円よりも少し良くなっている。
	住宅販売会社 （経営者）	来客数の動き	・今春の音楽系イベントは客の動きにばらつきがあるものの、周年イベントや追加公演の予定もあり、全体として堅調な動きがみられる。	
	住宅販売会社 （経営者）	販売量の動き	・契約数は伸びたが、手持ち資金の少ない客が増えている。一方、金融機関の審査が甘くなっている感がある。	
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・相変わらず客単価が下がっており、来客数も増えないため、売上が前年を上回ることはない。
商店街（代表者）		お客様の様子	・年末商戦は盛り上がり上がっていない。大型店同士の競争が激しく、年末1週間の売行きも天候に大きく左右されている。	
一般小売店【時計】（経営者）		販売量の動き	・前月の落ち込みが大き過ぎたため、少し客足が戻ってきたように感じるが、クリスマスのプレゼント関係は全く動きがない。例年その傾向はみられたが、今年はゼロに近い状態であり、自分に必要な物しか買わなくなっている。	
一般小売店【菓子】（経営企画担当）		販売量の動き	・9月と12月の売上前年比を上位5店舗の平均でみると、関西は9月が73.2%で、12月が94.7%となっている。9月の最悪な状況は完全に脱したものの、このまま安定した状況が続くかどうかは不透明である。	

一般小売店〔鮮魚〕(営業担当)	単価の動き	・年末といえども以前のように消費が上向く気配はなく、単価の安い商品から先に売れる傾向は全く変わっていない。
一般小売店〔菓子〕(経営者)	来客数の動き	・今年の酷暑で財布のひもが更に固くなった感があり、秋以降の売上が例年になく鈍い。
一般小売店〔衣服〕(経営者)	来客数の動き	・相変わらず来客数が少ない。
一般小売店〔野菜〕(店長)	お客様の様子	・年末にもかかわらず、飲食関係の取引先の動きが悪い。
一般小売店〔カメラ〕(販売担当)	お客様の様子	・最近は客が必要な物しか買わなくなっており、今月は少し変わると期待していたが、逆にその傾向が強くなっている。12月ということで販売量は少し上向いているが、全く期待外れとなっている。
一般小売店〔菓子〕(営業担当)	販売量の動き	・年末商戦の状況は前年とあまり変わらず、横ばいで推移している。注文が入って日々忙しいものの、1回当たりの注文量が減っているため、販売量は変わらない。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・クリスマス商戦が始まって月初からの動きは鈍い。売上は23~25日に集中しており、月全体の販売量や1品単価の悪化が著しい。さらに、気温が落ち着いたことで防寒衣料の売行きも足踏み状態で、来月のセール待ちの状態となっている。
百貨店(売場主任)	来客数の動き	・特に良くも悪くもなく、大きな変化はない。リニューアルによって売上は前年比プラス5~10%で推移しており、クリスマス関連の売上も前年を上回っている。
百貨店(売場主任)	お客様の様子	・季節感がなく、景気も不安定であるなど、消費不振の根本原因がいまだに解決されていない。
百貨店(売場主任)	お客様の様子	・防寒商品などの好調アイテムもあるが、すべてが好調とは言い難い。特にギフト商材は苦戦しており、すぐに必要な商品やヒットアイテムは積極的に購入する一方、ほかの商品は支出を抑える傾向が強まっている。
百貨店(売場主任)	お客様の様子	・来客数、売上共に前年を下回る傾向が続いている。10月からの歳暮売上をみても、平均単価は前年比で4.3%上がったものの、客1人当たりの届け先数は4.1軒から3.8軒に減少し、全体の受注額も前年を下回っている。
百貨店(企画担当)	お客様の様子	・クリスマス商戦はブランド品が好調に動いたものの、洋品雑貨が苦戦するなど、好不調の差が大きい。
百貨店(営業担当)	販売量の動き	・歳暮商戦も前年並みの動きであり、落ち込むことなく順調に推移している。
百貨店(営業担当)	競争相手の様子	・同業他社や各種小売店によるポイントアップや価格訴求、クリアランスの先取りバーゲンといった販促企画の影響で、歳末商戦は店頭売上が伸び悩んでいる。
百貨店(外商担当)	単価の動き	・来客数は増えているが、客単価が下がっている。また、食料品は好調に推移している一方、衣料品では1品単価の低下がみられる。
百貨店(サービス担当)	来客数の動き	・今月は寒気が到来し、婦人服や紳士服を中心に好調な動きとなっているが、全体的には来客数の減少で前年実績の確保が難しい状況にある。
百貨店(婦人服)	販売量の動き	・販売量の前年比はマイナス幅が縮小しているものの、前年割れの傾向に変化はない。
百貨店(売場担当)	単価の動き	・クリスマスギフトでは前年と同様に、相手の欲しい物ではなく、希望ブランドの最低価格商品を選ぶ客が多く、客単価が上がらない。
スーパー(経営者)	競争相手の様子	・今月に入って競合店のチラシのサイズが2倍になり、原価を下回るような異常な価格で販売している。
スーパー(店長)	販売量の動き	・クリスマスや年末年始の商材は前年並みに動いているが、通常の商品は節約が行われており、買上点数の前年比は来客数よりも大きく減少している。
スーパー(店長)	来客数の動き	・12月商戦を終えて、衣料品は来客数の前年比が95%、食料品が99%、住居関連が97%となり、店全体では98%となっている。客単価も99%と、エコポイントの半減による家電の売上ダウンが響いている。
スーパー(店長)	来客数の動き	・客単価は上向いているが、来客数は前年を依然として下回っている。近隣の同業他社も同じような状態となっている。

スーパー（店長）	来客数の動き	・気温の低下が前年よりも1週間遅れており、冬物衣料の動きが鈍いものの、保温効果のある機能性肌着は前年の1.5倍以上の売行きとなっている。ただし、客単価は確実に低下が進んでいる。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・節約疲れによる消費の回復が報じられているが、節約と小さなぜい太りが使い分けられており、販売が全体的に上向いている感はない。
スーパー（販売担当）	単価の動き	・価格競争により商品の価格が徐々に下がっているため、販売量は前年並みを確保できているが、買上金額が前年の水準に達していない。
スーパー（社員）	単価の動き	・春から夏にかけて来客数が大きく伸びたこともあり、店頭の上は堅調に推移している。ただし、秋以降も来客数は堅調な一方、商品価格は再び低下しつつあり、例年のような年末に向けた上昇はあまりみられない。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・ホットドリンクなどは、ほぼ常に割引セールを実施しなければ、売上が競合店に流れてしまう。割引を続けることで販売量は多少増えるものの、客単価の低下は避けられない。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は横ばい状態で、客単価も相変わらず低いいため、売上は前年よりも若干少なくなっている。
コンビニ（店員）	単価の動き	・賞味期限間近の半額商品や特価商品を買う客が増えている。
コンビニ（広告担当）	お客様の様子	・売上や来客数の推移をみると、近畿圏はほかのエリアと比べても回復の動きが遅れており、いろいろなセールで売上をつないでいる状況である。
衣料品専門店（経営者）	それ以外	・以前からの客に元気がなく、良い商品であっても購買につながらないほか、粗悪品と見分けられずに価格が安ければ購入する客もみられる。最近、中国や韓国の富裕客が時々来店するが、デザインの気に入った日本製の商品があると、サイズが合えばすぐに購入する。店側がターゲットとする対象を、もう一度吟味する必要が出てきている。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・客の様子に全く変化がない。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー補助金が終了した10月以降は、販売が大幅に落ち込んでいる。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・販売台数だけでなく、販促フェアを行った際の来客数も目標に達成していない。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・前月に比べれば受注は増えているが、年末という季節要因やセールの前倒しによる好調であり、全体として売上が伸びているわけではない。客の低価格志向や買い控えの動きに全く変化はない。
その他専門店【医薬品】（経営者）	販売量の動き	・日によって寒暖の差が激しく、インフルエンザが流行する気配もあるため、手洗い石けんや風邪薬、うがい薬、保温剤の動きが良い。
その他専門店【宝石】（経営者）	来客数の動き	・前年も12月は悪かったが、今年はそれ以上に悪い。クリスマス商戦も盛り上がりせず、年末の雰囲気は全くない。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・例年どおりの販売状況であり、特に良くも悪くもない。
その他専門店【スポーツ用品】（経理担当）	販売量の動き	・秋冬衣料の動きが比較的好調である。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・購入意欲のある消費者が少ない。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・価格の安さを強調したメニューがなければ客が集まらない。減少の続いていた来客数も、低価格メニューの導入で持ち直しの動きが出始めている。
一般レストラン（店員）	お客様の様子	・新規客の来店はなく、固定客の動きも変わらない。
その他飲食【ファーストフード】（店員）	販売量の動き	・年末のため動きは出てきているが、年を越すと普段の状況に戻る。

観光型ホテル (経営者)	お客様の様子	・宿泊単価を下げて来客数を増やし、宿泊の売上を維持している状況であるが、飲料や土産物などの付帯売上が予想以上に伸びず、売上全体としては非常に厳しい。	
観光型旅館(団体役員)	単価の動き	・宿泊人員は前年比で109%となっているが、客1人当たりの単価が93.7%と悪かったこともあり、売上全体は約10%減少している。	
都市型ホテル (支配人)	単価の動き	・相変わらず業況は上向いておらず、横ばいで推移している。	
都市型ホテル (マネージャー)	来客数の動き	・宿泊は前年を上回ったものの、外国人旅行客の減少が目立つなど、売上は目標に届いていない。おせち料理の販売数も前年を下回っている。レストランの来客数は店によって差があり、全体的な判断は難しいものの、少なくとも良くなっている感はない。	
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・前年は予約が大きく落ち込んだため、今年は辛うじて前年を上回っている。ただし、海外旅行は前年を上回っているが、国内旅行の需要が伸びていない。宿泊だけの予約については、インターネット予約に流れている。	
旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・円高の影響もあり欧州方面の予約は伸びているが、中国を含むアジア方面は悪い。国内も九州方面は伸びている一方、北海道は悪いため、全体としての状況は変わらない。	
タクシー運転手	来客数の動き	・昼間に駅やホテルで客を待っている時間が相変わらず長い。週末には動きが多少あるものの、時間としては非常に短い。	
タクシー会社 (経営者)	お客様の様子	・年末という季節的な要因は多少あるが、経費節減の動きが相変わらず続いている。個人客は交通費を節約するなど財布のひもが固く、法人客もタクシーチケットの利用が減っている。	
通信会社(経営者)	お客様の様子	・小売店や建築業者からの値引き要請や相談が多い。	
通信会社(社員)	販売量の動き	・年末の売上は前年と比べてあまり変わらない状況となっている。ただし、今年は地上デジタル関連などの特需があるため、正味の販売状況は悪化している。	
通信会社(企画担当)	お客様の様子	・状況に大きな変化はない。	
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・来客数の落ち込みが売上の減少につながっており、その傾向がなかなか止まらない状況となっている。	
パチンコ店(店員)	お客様の様子	・年末にもかかわらず来客数は増えているが、短時間で帰る客が多い。	
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	・冬のキャンペーンによる効果もあり、DVDのレンタル売上が前年を上回っている。ただし、CDの販売は相変わらず低迷している。	
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・国内経済が低迷を続けるなか、客の購買意欲は停滞が続いている。	
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・分譲マンションの販売状況を見ると、当初は好調であった案件も最後は失速するケースが多い。	
住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・イベントの集客状況や、展示場の来客数が悪化している。	
その他住宅[展示場](従業員)	来客数の動き	・住宅展示場への来場者のうち、1年以内の購入希望客の割合が相変わらず低調である。	
その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・不動産の購入検討者を見ると、先行き不安から無理をしない客が依然として多い。市況の回復感は強くなく、モデルルームへの来場者数も横ばいで推移している。	
やや悪くなっている	一般小売店[事務用品](経営者)	それ以外	・企業向けの商談件数が減少しており、特に年明けから年度末に向けての案件が少なくなっている。
	一般小売店[精肉](管理担当)	お客様の様子	・年間で最大の繁忙期であるが、通常と変わらない売上の日が多い。クリスマスやギフトの動きはそれなりに盛り上がっているものの、それ以外の消費意欲は全く感じられず、全体的に厳しい状況となっている。
	一般小売店[花](店長)	販売量の動き	・花については、仏花といった必要な物だけを必要最小限しか買わなくなっている。衝動買いは全くみられない。
	百貨店(企画担当)	来客数の動き	・前月の下旬から来客数や売上が低迷しており、12月に入ってもその傾向に変化がない。

スーパー（経営者）	販売量の動き	・クリスマスごろまでは各社とも売上が芳しくなく、特売競争に陥った結果、その特売品を含めた販売点数が伸びていない。ただし、年末の3日間に限っては、和牛やふぐといった高級商材の動きが2年前を上回っている。日常は我慢するが、いざという時にはお金を惜しまない傾向に変化はない。
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・今月になって来客数の前年比が91%、売上が88%と、以前よりも2～3%ダウンしている。
スーパー（広報担当）	販売量の動き	・10月上旬までの猛暑やたばこ増税、エコポイント制度の変更による駆け込み需要といった押し上げ要素がなくなり、販売量は反動減となっている。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・年末商戦の購買点数も前年より減少している。
スーパー（企画）	お客様の様子	・12月から省エネ家電のエコポイントが半減となり、ボーナス商戦は全くの不振となっている。気温も予想したほど下がらず、冬物商品の動きも悪い。客の間では、事前に買っておくよりも、本当に必要な時に買うという傾向が更に強まっている。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・エコポイント制度により家電は売れているが、その影響で衣類は売れていない。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・エコカー補助金の終了と共に、客があつという間に減少している。1年前に比べると大きな変化はないが、翌年もこの水準を前提としなければならない。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・ボーナス商戦が始まって年末最後の大きなイベントを行ったが、やはりエコカー補助金による需要の先食いが影響し、販売台数は前年比で36%のダウンとなっている。
一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・宴会などの増える年末となったが、低単価の店舗はにぎわいが一方、中、高単価の店舗では客が連日あふれている。ただし、客の利用日時が重なるため、大きな広がりはない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲み放題や食べ放題の激安店が増え、そちらに客が流れたことで、忘年会の数が前年よりも約3割減っている。エコポイント制度の変更による駆け込み需要で、家電の出費が増えた影響も受けている。
一般レストラン（経理担当）	単価の動き	・期間限定メニューや付加価値の向上などの販売促進策を講じており、来客数の減少には歯止めが掛かりつつある。ただし、単価の下落は続いているため、売上は依然として減少傾向が続いている。
スナック（経営者）	来客数の動き	・今月は忘年会も少なく、得意客があいさつに來ただけである。
観光型旅館（経営者）	単価の動き	・宴会シーズンで団体客による駆け込みの利用が数件あったものの、客単価は前年よりも5%ほど下がっている。
都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・宿泊売上の前年割れが年中続いている。来客数や客単価も悪化しており、回復する要因が見当たらない。宴会やレストランは辛うじて前年の売上を維持したものの、客単価は低下している。
タクシー運転手	お客様の様子	・市内で流し営業を行っていても、手を上げてタクシーを止める客が少ない。
通信会社（経営者）	販売量の動き	・スマートフォンが携帯電話市場に占めるシェアは上昇しているものの、各通信会社から出される商品を持っている客が多いため、市場に活発さが無い。
通信会社（店長）	お客様の様子	・低価格品や値引き品に対する客の反応は良いが、それ以外の商品では動きが鈍い。
競輪場（職員）	販売量の動き	・来客数、購入単価共に悪化傾向が進んでおり、夏以降は全く回復する気配がない。
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	・イベントなどの集客策がなければ客の動きが鈍くなるなど、消費動向は更に低調となっている。
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）	それ以外	・サラリーマンの所得が減少し、市況が悪くなっている。
悪く なっている	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	それ以外 ・海外の穀物相場の高騰で仕入価格が上昇している。

		一般小売店〔衣服〕(経営者)	お客様の様子	・セールの前倒しを告知しても、客からは家電などの必要な物を先に買うといった声が聞かれるなど、エコポイント制度の駆け込み需要による悪影響を受けている。また、今年の冬のボーナスは例年よりも少ないらしく、年末であるにもかかわらず、町の衣料品店への風当たりは大変厳しい。
		一般小売店〔雑貨〕(店長)	販売量の動き	・3か月前は、たばこの値上げ前の駆け込み需要で売上は伸びたため、その時期に比べれば販売量が悪化している。
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・客は特売品以外に反応しない。
		コンビニ(経営者)	単価の動き	・多くの商品で価格の低下が進んでいるほか、昼食以外では単品買いが増えている。
		住関連専門店(店員)	販売量の動き	・年始めに購入の可能性がある見積件数が前年比で約80%と落ち込んでいる。
企業動向関連	良くなっている	金属製品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・輸出が好調なほか、国内の建築関連も少しずつ良くなってきている。
	やや良くなっている	食料品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・月前半は足踏み状態で不安を感じていたが、中旬以降は受注が増えてきた。家庭用は量販店の安売り合戦で参入が難しいものの、中食、外食用の業務店向けの商品が月後半に伸びている。
		化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量はほぼ前月並みで好調となっている。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・国内市場と海外市場では成果が正反対となっている。国内はやや不調である一方、海外は好調が続いており、全体としてはやや好調な状況である。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・投資ファンドを含めて市場に動きが出ており、受注の前年比はかなり改善しつつある。
		通信業(管理担当)	それ以外	・ボーナス商戦が始まったほか、エコポイント制度の影響でやや回復している。
		新聞販売店〔広告〕(店主)	受注量や販売量の動き	・購読数は1月に向けて上積みできているほか、折込チラシも年末にかけて増えている。
	変わらない	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・綿糸価格の急激な高騰により、生産、受注に大きな影響が出ている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・季節要因で受注量は前月よりも増えたが、前年比で見ると変化はない。
		化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・前年比で見ると、ここ数か月はやや良い状態となっている。ただし、売上が更に悪化している取引先もあるなど、企業間の格差が広がってきている。
		金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・年末の荷動きが例年に比べて少ない。
		金属製品製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・年度末に向けた小型の公共工事についても、受注は例年に比べて著しく伸び悩んでいる。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・当社の顧客には原発関連の企業が多く、比較的業況が良い。この傾向は過去1年以上続いているが、ここ数か月も大きな変化はない。
		電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・先行きが不透明なため、メーカーは設備の拡張に慎重となっている。ただし、研究開発に関しては、比較的前向きに投資する傾向にある。
		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、住宅関連共に、売上の前年比は前月と同じく2けたの伸びとなっている。一方、家具関連は買い控えの影響で前年並みとなっている。
		電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・売上が伸びず、低迷状態が続いている。
		電気機械器具製造業(営業担当)	取引先の様子	・取引先からも良い話が聞かれない。
		建設業(経営者)	取引先の様子	・回復の兆しがなく、設備投資の計画も凍結や延期になるケースが増えている。
		輸送業(営業所長)	受注量や販売量の動き	・今月に入って年末商品が増え、トラック不足が続いていたが、通年で動きのある商品は微減となっている。
		広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・広告業界には回復感が全くない。
		広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・広告の受注は3か月前よりも減少している。

	経営コンサルタント	取引先の様子	・顧客企業の食品スーパーでは、例年は売上の伸びる月であるにもかかわらず、前年を確実に下回りそうな状況にある。季節変動を除いても、やはり2～3か月前に比べて売上が減少している。	
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・取引先の状況に変化はない。	
	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・年賀状の注文状況については、個人客は例年並みであるものの、法人客は明らかに大幅減となっている。特徴としては、注文枚数の減少に加えて、より安価な白黒印刷を依頼する企業が増えている。	
	その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量や引き合いが減少しているほか、設備投資関係の動きが全く出てこない。	
	その他非製造業 [民間放送] (従業員)	取引先の様子	・年末年始のCM出稿は上向いているものの、不透明な状況に変化はない。	
やや悪くなっている	食料品製造業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・今年は年末商戦のシーズンに入った感覚が全くない。	
	繊維工業(総務担当)	取引先の様子	・得意先からの受注が前年比で20%減少している。販売面での企画が少なくなった感がある。	
	電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・エコポイントの半減により、薄型テレビなどが前年を下回る荷動きになっている。	
	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・年末を控えて小規模の工事は増えているものの、1案件当たりの単価は相変わらず低い。	
	金融業(支店長)	受注価格や販売価格の動き	・取引先の子ども向け衣料品メーカーでは、バーゲンセールでも全く売れず、販売先からは大幅な値引き要請が来ている。先行きが不透明なため、在庫処分も兼ねて販売を続けているような状態である。	
	広告代理店(営業担当)	取引先の様子	・ファッション系の専門店では大手ファストファッションを除いて売行きが芳しくない。更に気温が下がってくれば重衣料が動き出す。	
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	・例年、年末には年始分を含む注文が入ってくるが、今年の注文量は例年の半分もない。	
	その他サービス [自動車修理] (経営者)	取引先の様子	・周囲の景気も芳しくなく、経費削減やコストダウンの話しか聞かれない。	
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)	周辺企業の様子	・今月に入ってから、翌年以降を見据えたIT関係の求人が本格的に動き始めている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人が前年を9か月連続で上回っている。正社員の求人も7か月連続の増加となり、直近は前年比で29.5%の大幅増となっている。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・有効求人倍率が5月から7か月連続で上昇している。
		民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・日雇労働者による生活保護への大量移行で市場は小さくなっているが、日雇求人数の前年比はプラスに転じている。
	変わらない	人材派遣会社(役員)	求人数の動き	・派遣求人数は全体で前年比110%となったが、前年が非常に悪かった反動であり、回復している感はない。特に、大手金融機関は派遣業務の規制強化に伴い、求人を前年比85%と減少させている。金融機関以外では需要が若干回復しているだけに、規制強化が足を引っ張る結果となっている。
		人材派遣会社(支店長)	求職者数の動き	・派遣求人数は増えつつあるが、企業の求める要件と求職者のスキルがマッチしないほか、募集に対する求職者の反応も悪いため、成約に至っていない。
		人材派遣会社(支店長)	求人数の動き	・年度末に向けた駆け込み需要がみられないほか、今一つ年末の繁忙感もない。
新聞社[求人広告](営業担当)		求人数の動き	・求人数は相変わらず低調で求人広告の出稿も少なく、業種も限られてきている。	
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・秋ごろから新規求職者数が若干減少しており、職業相談件数や職業紹介件数も減少している。その一方、生活支援の相談件数は増加しているなど、景気回復の実感はない。	

	職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・相変わらずパート求人を中心となっており、再就職しても条件の悪さを理由に離職する人が増えている。雇用保険の受給資格者は減少傾向にあるものの、新規求職者数は増加している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加が続いており、特に医療・福祉や製造業では顕著となっている。また、最も求人数の多い卸売・小売業でも、前年比35%増と高い伸びがみられる。
	民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・年末を迎えても内定者の増加の声が聞かれず、不安を抱えた年越しとなっている。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・中小企業を中心に企業訪問を行っているが、来年度の雇用にもあまり明るさを感じられない。雇用調整弁としての採用に終始する気配となっている。
やや悪くなっている	求人情報誌製作会社（企画担当）	求人数の動き	・例年と同様に、年末にかけて求人数は減少傾向となっている。特に関西は関東、東海よりも落ち込み幅が大きい。
	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・採用担当者によると、求人数の抑制に伴い、関東地域での採用だけに絞る企業が増えている。
悪くなっている	-	-	-