

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	コンビニ（経営者）	単価の動き	・たばこの販売免許を取得した効果が出ており、客単価が5%ほど上がっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・天気の良い日が多かった影響もあり、京都では観光客が増加している。東日本大震災の影響についても、複雑な心境ではあるが、京都にはプラスとなっている。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・修理やバンド交換が中心であり、少し物足りない感はあるが、特に来客数が少ない日もなく、安定した動きとなっている。天気の良い日が続いたほか、客にも少し活気が戻ってきている。
		一般小売店〔食料品〕（管理担当）	販売量の動き	・一過性の動きに終わる可能性は高いが、新商品の売上が伸びている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は全体的に気温が高かったこともあり、冬物衣料の動きは鈍かったが、来客数、売上共に前年を上回っている。特に、婦人衣料や高額品の好調が続くなど、底堅い動きがみられる。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・富裕層の得意客限定で大規模な催事をホテルで行ったが、1千万円を超えるブランドの宝飾品や高級絵画の販売が何点も決まるなど、過去最高の売上となっている。
		百貨店（販促担当）	来客数の動き	・低迷していた来客数が今月に入って上向きに転じているほか、定価品も堅調な動きとなっている。その一方、気候が売上に与える影響は大きく、購入のタイミングを一度逃すと取り戻せないなど、客の購買意欲が高まっているとまでは言い切れない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前に比べると国産たばこの供給が安定しているため、たばこの購入層による来店が増え、全体的な来客数の増加につながっている。
		コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・関西は他地区ほど良くなかったが、生鮮品やデザートなどの戦略商品がよく売れて、売上の増加につながっている。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・前月は台風の影響で売上が予想を下回ったため、買上金額の多い客に販売促進のダイレクトメールを出した結果、健康や美容関連の売上が通常月を大きく上回っている。また、最近の寒暖の差で風邪気味の客が増え、風邪薬の動きも増えている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・材料費の値上げや、日によって寒暖の差が大きいことによる悪影響はあるが、スタッフが入れ替わり、年末年始に向けて土気が高まっている。さらに、新規客の増加や、近隣で行われた歓送迎会の二次会需要などで、売上が持ち直している。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・この秋は、大規模な法要関連の団体客が増えており、例年よりも来客数が増加している。東日本大震災で延期されていた旅行がこの時期に回った部分もあり、予想以上の動きとなっている。
		都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・来客数、売上共に前年を上回る見込みである。夏以降は間際予約が更に増えており、月末には結果として前年を上回る状況が続いている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は10,591円と、3か月前の10,481円に比べるとやや良くなっている。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	来客数の動き	・3店舗目が開店してから2年目を迎え、地域での知名度も高まっている。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・客からの相談も含めて、案件が増加傾向となっている。
	変わらない		商店街（代表者）	競争相手の様子
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）			来客数の動き	・来客数にもほとんど変化がみられない。
一般小売店〔雑貨〕（店長）			販売量の動き	・売上が激減した状態から半分ほど持ち直したが、タスポの導入やたばこ増税以前の売上に戻ることはなく、一定の水準を維持している。

一般小売店 [花] (店長)	販売量の動き	・客が余分な買物を控える動きが続いている。
一般小売店 [菓子] (営業担当)	販売量の動き	・前月に続いて販売量が少ないほか、動いているのは低額品ばかりで、高額商品の伸び悩む状態が続いている。
百貨店 (売場主任)	来客数の動き	・客は必要以上に物を買わず、マイレージやポイント制に興味を持つ傾向がみられる。
百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・今月は売上目標を達成できそうだが、優待販売の好調や、台風などで落ち込んだ前月の反動増が主な要因であり、状況は決して良くない。客は価格にもシビアであり、不要な商品は購入しないという傾向はむしろ強まっている。
百貨店 (売場主任)	販売量の動き	・気温の低下に伴ってファッション関連商材が動いているほか、物産展の食料品なども順調であるが、全体的な動きは相変わらず低調である。
百貨店 (売場主任)	販売量の動き	・販売量の不振が目立っているが、来客数も厳しい状況である。店舗のリニューアルによって来客数は前年よりも3～5%増えているが、10%増という目標には達していない。
百貨店 (企画担当)	お客様の様子	・円高や景気の先行き不透明感といった不安材料は多いが、外商客向けの催事では絵画やジュエリーの動きが好調となっている。
百貨店 (営業担当)	お客様の様子	・早期受注を目指し、今月中旬からお歳暮商戦を開始したが、客の動きは控えめである。
百貨店 (マネージャー)	販売量の動き	・気候要因もあり、ウオームビズなどの秋冬商材の動きは、例年に比べると芳しくない。ただし、消費を抑える傾向に歯止めがかかってきたのか、宝飾品や時計のほか、比較的買い得感のある美術品などに動きがみられる。
スーパー (経営者)	お客様の様子	・近隣に競合店が多いため、客は毎朝のチラシをみて、買う商品によって店を使い分けている。
スーパー (経営者)	競争相手の様子	・売上が見込めないため、競合相手は売上獲得よりも経費削減に力を入れている。
スーパー (店長)	来客数の動き	・必要なときに必要な物しか買わない傾向が更に強まっている。前年よりも気温が高いため、食品は売れても、衣料品や寝具の動きが悪く、来客数も少ない。また、前年は良かった地上デジタル放送関連の動きが非常に悪い。
スーパー (店長)	お客様の様子	・前月に続いて来客数が若干減少している一方、客1人当たりの買上単価は伸びている。競合店のオープンや改装で客が分散しており、来客数に占める固定客の割合が高まっている。
スーパー (企画担当)	販売量の動き	・売上は前年比97%で推移しており、この傾向に大きな変化はない。
スーパー (経理担当)	販売量の動き	・野菜の相場や衣料品の売上は気温の変動に左右されるが、今年は変化が激しいため、良くも悪くも売上に影響が出ている。
スーパー (広報担当)	販売量の動き	・テレビやエアコンといった大型家電の落ち込みが大きいほか、気温が高めで推移しているため、秋冬物の衣料や寝具といった季節商材の動きが鈍い。
スーパー (販売担当)	単価の動き	・競合相手との価格競争もあり、単価が下がる傾向にあるほか、単身世帯の増加で少量パックの品ぞろえを増やした結果、全体の1品単価が下がっている。
スーパー (社員)	販売量の動き	・前月の中旬以降は朝晩の冷え込みが例年よりも早く、衣料品全般や和菓子、寝具、果物といった秋物商材の動きが好調である。ただし、野菜の価格が上がり、客が購入量を抑えているため、販売量は落ち込んでいる。
コンビニ (店長)	来客数の動き	・同業他社やスーパーの出店が増えているが、少し離れたエリアで出店しても来客数に影響が出るなど、当店の商圏が徐々に狭まってきている。
衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・今月に入って安い物しか売れなくなっており、販売力が問われている。
乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・自動車税等のエコカー減税の適用は来年3月までとなっているが、販売量に大きな動きはない。
乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・今月は新車の販売量が目標の90%にとどまり、サービスの受注目標も達成できていない。
住関連専門店 (店長)	販売量の動き	・相変わらず売上は低迷し、上向き兆しが無い。

	その他専門店 〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・この3か月で金相場が上昇するなど、宝飾品を取り巻く環境は良くなっているが、金製品の価格がかなり上がった分、購入にはつながりにくくなっている。株安や円高の進行も消費マインドに悪影響を与えているため、良いとも悪いともいえない状況が続いている。
	その他専門店 〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・販売量は前年と同じような水準で推移している。
	その他専門店 〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・前月に続き、下取り依頼は増えているが、購入客は少ない。
	一般レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・来客数が前年を大きく割り込んでいるが、前年にテレビ番組で紹介されて大きく伸びた反動であり、大きな問題はない。
	その他飲食 〔コーヒーショップ〕（店長）	来客数の動き	・気温もほぼ平年並みであり、台風の影響を除けば、ここ数か月は来客数に大きな変化はみられない。一方、今月は客単価の引上げをねらって高額商品を投入したが、客の反応は今一つとなっている。
	観光型ホテル （経営者）	来客数の動き	・例年は今月から観光シーズンとなり、活況を呈するが、今年は全く盛り上がりが見られない。
	観光型旅館（経営者）	単価の動き	・客は価格に対して非常に敏感であり、高額なプランは売れにくい。
	観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・前月の台風による風評被害もあり、今月前半は利用者数が伸びなかったが、連休以降は天候にも恵まれて前年並みとなっている。一方、日帰りの入浴客が予想したほど伸びていない。
	都市型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・人が動いている実感はあるが、力強さはない。ここ数か月は、食堂の来客数や会議、宴会の予約が前年を上回っているが、宿泊は安定感がない。特に、首都圏からの観光客の動きが弱く、料金を下げて集客を行っている状況である。
	都市型ホテル （総務担当）	販売量の動き	・客室稼働率に変動はなく、レストランの来客数にも大きな動きはない。ただし、依然として販売単価は低迷している。
	都市型ホテル （マネージャー）	来客数の動き	・宿泊、宴会部門は低調であるが、レストランはやや持ち直した感がある。法人需要の低迷は続いているが、個人の需要は法人ほど落ち込みが大きい。
	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・国内旅行は前年割れが続いているが、円高効果で海外旅行の受付は前年比で120%を超えており、全体ではほぼ前年並みの水準となっている。
	パチンコ店（店員）	来客数の動き	・来客数は安定しているが、増加はみられない。
	競艇場（職員）	来客数の動き	・来客数の動きに変化はみられない。
	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	・本やDVDの販売、レンタルのすべてで前年割れとなっており、特に関西は全国平均よりも少し悪い状況である。
	住宅販売会社 （従業員）	それ以外	・住宅ローンの審査が更に厳しくなっているという話もあり、新築戸建の売れ残りが目立っている。客の購入意欲は衰えていないが、購入できる環境になっていない。
	住宅販売会社 （総務担当）	販売量の動き	・住宅エコポイントや、フラット35Sの金利引下げ幅拡大期間の一部延長などもあるが、購入客の動きは遅く、決定までに時間が掛かっている。
	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数は前年比で約1割減少したが、天候要因もあり、景気の影響とは言い切れない。また、来場者アンケートの内容に大きな変化はない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・今春の百貨店による増床ラッシュの影響がはじめており、売上が前年を超える店がほとんどない。
	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・年末年始のギフト関係の商談が今一つ盛り上がっていない。企業の予算も縮小気味で、省エネ関連の動きも夏ほどではない。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・商店街全体の売上も微減の動きが続いている。市や商工会議所による大きな企画があれば、客の動きも確実に増えるが、効果が持続しない。
	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	それ以外	・原料の海外相場が高止まりしており、値上げで対応できるレベルを超えているため、利益が出なくなっている。

一般小売店〔精肉〕（管理担当）	単価の動き	・ここ数年は来客数の減少ばかりが気になっていたが、この数か月は客単価の下落が顕著となっている。価格訴求型の販売が主流になっているが、肉の専門店として約60年間営業しており、今さらこの時流にも乗るわけにもいかず、試行錯誤している。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・今月は来客数が前年を下回るなど、厳しい状況となっている。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・節電関連の売上増をねらった冬物商戦の動きが悪い。気候の影響もあるが、客が衣料品を購入する場所が小型店から大型店に変わってきた感がある。
一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・今月に入っても好転する兆しが無い。
百貨店（企画担当）	販売量の動き	・気温が高めで推移しており、秋物商材の動きが悪いほか、今まで好調であった物産展の売上も大きく落ちている。
百貨店（婦人服）	来客数の動き	・円高、株安の影響が徐々に始まっており、特選品や宝飾品といった高額品の売行きが鈍っている。また、天候の影響でファッション商材の動きも軟調となるなど、売上全体が苦戦している。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・お歳暮の早期受注や、和・洋菓子、紳士服、紳士洋品の動きは好調であるが、店全体では好不調の偏りが目立つ。来客数も減少しており、売上の前年実績の確保は難しい状況である。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・前月の売上が2度の台風で悪化した分、今月は伸びることが予想されたが、9～10月の累計では前年を約4%割り込んでいます。3か月前の7月は0.7%減であったことを考えると、若干悪化している。
スーパー（経営者）	競争相手の様子	・資源価格の上昇によるコスト増に対応し、食料品や紙製品などのメーカーは値上げを実施したが、消費者に受け入れられていない。スーパー各社はこれまでの価格が、更に安い価格で販売し、消費の喚起をねらっているが、販売点数が伸びていない。8、9月は天候要因による悪化であったが、今月は先行き不透明感が消費を鈍らせている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・地上デジタル放送への完全移行によるテレビの落ち込みは予想以上に大きいなど、明るい材料が見当たらない。さらに、復興増税といった消費マインドを悪化させる話題が多くなっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・気温が下がらず、衣料品や住居関連、寝具・寝装品の季節商材を中心に、販売点数が伸び悩んでいる。特に、衣料品、住居関連が前年比87%と低迷しているほか、エコポイント制度の終了でテレビの売上も前年比25%と、不調に追い打ちをかけている。
スーパー（管理担当）	来客数の動き	・ここ数週間は週末の天気が崩れることが多く、それに伴い来客数も前年に比べて減っている。
スーパー（企画）	お客様の様子	・消費者の節約意識は更に強まっており、不要な物は安くても買わない傾向は一段と激しくなっている。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・今月は弁当やパンの売行きに波があり、売上がやや減少している。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・客の買い控えが進んでいる。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・年末が近づいてきたが、客が冬のボーナスに期待しておらず、購入の計画もないなど、夏よりも体感景気は悪くなっている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以降、台風による被害やタイの洪水、天候不順など、悪いことづくめとなっている。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・販売台数は今までの積み残しもあり、一定量は確保できているが、新規受注が伸び悩んでいる。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・サプライチェーンの復旧に伴う受注の集中が落ち着き、今月の受注は前年比で78%となっている。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ディナー客の減少が激しいほか、天候不順の影響もあり、夜に出歩いている人も少ない。
一般レストラン（店員）	お客様の様子	・ランチタイムのサラリーマンによる来客が少ない。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・前月に大型の台風が近畿を直撃したことで、秋の行楽シーズンを楽しむ状況ではなくなっている。買い控えの雰囲気が広がるなど、財布のひもも固い。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・円高による海外旅行の増加がみられず、安近短の傾向が強まっている。

	旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・円高で海外旅行の需要が伸びるはずが、トルコの地震やタイの洪水などで客が不安を感じ、せっかくの申込もキャンセルになっている。	
	タクシー運転手	競争相手の様子	・周辺企業では人の動きが閑散としており、特に大手家電メーカーでは顕著となっている。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災の影響が落ち着いてきた一方、タイの洪水による影響が居酒屋の仕入れなどにも出ている。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・駅やホテル周辺での待ち時間が、以前と比べてかなり長くなっている。特に、昼間の時間帯は動きがかなり悪くなっている。	
	タクシー会社（経営者）	お客様の様子	・街のにぎわいが非常に少なく、タクシーに乗る客も少ない。繁華街ではスーツ姿のビジネスマンが減少し、若者が目立つなど、企業、個人共に節約モードが強まっている。	
	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・ゲームセンターの売上が落ちている。	
	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・客には買い控えの動きなどがみられる。	
	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	・天候要因もあるが、円高によって海外からの団体客の回復が遅れ始めている。	
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・モデルルームへの集客増をねらって広告量を増やしても、反響がなくなってきている。	
	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）	販売量の動き	・全体的に取引件数は減少傾向にある。	
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・欧州の信用不安を発端とした円高が続き、企業業績の下振れリスクが徐々に高まっているほか、タイの洪水やトルコ地震による、客の動きへの悪影響も始めている。	
悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・はっきりとした季節感がないため、秋物商戦が盛り上がりせず、商店街の人通りも少ない。	
	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行後、テレビの販売量が減少しているほか、白物家電の販売量も悪化するなど、家電全体への出費が抑えられている。	
	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・節電意識の高まりで、社会全体に消費を抑制する動きが感じられる。	
	観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・台風の影響で、宿泊客数、売上共に前年比で30%減となっている。当地に大きな被害はなかったが、周辺に被害があったことで、風評被害につながっている。	
	通信会社（社員）	販売量の動き	・地上デジタル放送への移行完了後、8、9月と時間が経過するたびに、ケーブルテレビサービスへの申込数が悪化している。	
	美容室（店長）	販売量の動き	・来客数はますますであったが、販売量が非常に少なく、売上は17年間で最悪となっている。	
企業動向関連	良くなっている	-	-	
	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	・自動車用部品の受注が好調であるほか、原子力発電所のストレステストに対応した製品が特需的に売れている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・電気料金の値上げに備えて、消費者の節電意識は依然として強く、節電機能を搭載した家電や、石油ストーブ、LEDの住宅用シーリングライトなどの販売に勢いを感じる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が少し増えている。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	取引先の様子	・一部の小売店では国産品の取扱が増えており、メーカーの生産量の増加につながっている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東京方面からの受注が堅調であるほか、問い合わせが増えている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・テレビコマーシャルやインターネット広告を中心に、需要の回復が進みつつある。

	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・年賀状の印刷注文の状況は上々であるほか、来客数も増加傾向にある。必然的に売上も伸びているなど、今月は良い流れが維持できている。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・雑貨や衣料品関連の店舗は、相変わらず売上の低迷が続いているが、今夏の節電要請が終了し、秋らしい気候になったこともあり、スイーツ関連の店舗を中心に売上が伸びている。
変わらない	食料品製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・輸出関係の取引先から、円高に伴う価格の見直しを厳しく求められている。
	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・今月の中旬ごろから、気温の低下に伴って飲料水の受注が減っているほか、取引先の業態による受注量の好不調の差が激しい。
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・タオルの産地として最需要期を迎えているが、原材料の綿糸価格が下降気味であるため、流通各社からの注文は控え気味であるほか、値下げ要請もみられる。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節要因を考慮すると、受注量や販売量の動きに変化はない。
	化学工業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・価格が高止まりしている原材料がある一方、急落している物もあり、収支が判断しにくい。末端の市場価格もなかなか上がらない状況が続いている。
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相見積りや再見積りの依頼が増えているだけで、受注量には変化がみられない。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連を中心に、荷動きは活発である。
	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・8、9月に増えた車両関係の出荷が、平常に戻りつつある。
	金属製品製造業（管理担当）	それ以外	・中間決算では、棚卸資産が予想以上に少なかったが、ほかの事業部が好調であったため、全体では黒字になっている。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は原子力発電関連の製品が多く、最近はその技術を石油関連に活用する動きが活発化している。ただし、実際の受注に至るまでには時間が掛かるため、業況はここ数か月と大きく変わらない。
	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、年末に向けて不透明な部分はあるが、ここ数か月は安定している。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・最近の円高で製造業に大きな影響が出ているほか、自動車関連ではタイの洪水による影響も大きい。一方、家電関連では生産の減少を計画している企業もみられる。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・市場は金融情勢の変化による影響を受けているが、受注量や販売量に変化はない。
	建設業（経営者）	競争相手の様子	・民間関係の工事では相変わらず価格競争が厳しいほか、公共工事の全体的な発注量も減少している。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・新築、リフォーム共に、1件当たりの受注単価は下がり続けている。
	輸送業（営業所長）	取引先の様子	・通関関係の取引先の話では、円高であるが輸入貨物の取扱は増えていない。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災以降、取引先の業況は回復しておらず、業績の悪化も目立つ。特に、中小企業でその傾向が顕著となっている。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上は前年を上回っているが、週によってかなり波があるなど、回復している感はない。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・円高の進行やT P P参加への議論、東日本大震災の復興など、先行きは依然として不透明であるが、徐々に落ち着きも出てきている。取引先の中小企業は、設備投資の必要に迫られて、製品開発用の設備投資や新店舗の開設などに踏み切り始めている。
経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・関西地区の顧客企業の業況が悪化するなど、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）	競争相手の様子	・前向きな受注が全くみられず、見積り依頼などもない。	

	やや悪くなっている	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・製造と販売のバランスが合わず、在庫が増えている。売り急げば価格競争につながって利益が落ち込むほか、加工コストの上昇もうまく吸収できていない。生産調整にも限度があり、職人の高齢化で廃業につながりかねない状況である。販売単価の値下げが最も困難で、既に10%ダウンしている。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・買い控えている客が多いのか、前年よりも配達件数、売上共に10%ほど落ち込んでいる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・経済的な理由から購読数が減少している。他紙に変更するのではなく、新聞を読まなくなる傾向が強まっている。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・秋物商材が本格的に立ち上がったが、気温があまり下がっていないため、動きは芳しくない。また、大阪の中心部は新たにオープンした施設の一人勝ちであり、ほかのショッピングセンターは動きが低調である。
	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	・急激に売上が悪化しているが、価格を下げることは考えていない。通常の売り方では物が売れず、業界全体が不調だと聞いている。東日本大震災の後、西日本は比較的良かったが、物の動きが悪化している。
		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・円高の影響で、貸事務所のテナントが当地域から撤退している。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	それ以外	・円高の影響で輸出関連の動きが悪い。
雇用関連	良くなっている	求人情報誌制作会社（企画担当）	求人数の動き	・求人数が前年比で30%以上伸びている。
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・函面を扱うような職種の派遣需要が多いほか、IT関係の需要も増えている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が増えており、特に製造業の増加が目立っている。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・東日本大震災以降は求人数の増加が続いており、売上も前年比で15%増えている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・今月に入っても追加求人を行う企業がみられるほか、東日本大震災の影響で採用活動を止めていた企業が、秋から開始している。
変わらない	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・派遣依頼は増えてきているが、競合相手も多く、決定するまでには至らない。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・まだまだ回復している手ごたえがない。飲食街や新幹線などの混雑ぶりをみると、好景気の雰囲気ももっと広がってもおかしくないが、実際の売上にはつながっていない。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数はすべての主要産業で前年を上回っているほか、新規求人倍率は1.11倍と前月を0.07ポイント上回っている。	
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・円高による収益への影響について、現時点で雇用情勢に大きな影響はみられない。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は若干増加しているが、増員のための求人はほとんどなく、補充を目的とした動きが大半である。	
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・公共工事のほか、建設資材も東北にシフトしている影響で、建設業を中心とした近畿圏の日雇求人数は前年比で1～2割減が続いている。ただし、日雇労働者数そのものが減っているため、求人倍率はむしろ高まっている。	
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・留学生の採用が増加するなど、企業の海外進出が増えている影響がみられる。	
やや悪くなっている	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数全体は頭打ち状態で推移してきたが、ここへきて微減となっている。	
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求人数は横ばいであるが、宿泊や建設、サービス業では大幅な増加となっている。その一方、管内の企業をみると、親会社の破たんによる駅前商業ビルの売却や、電機メーカーの子会社による工場の廃止、ゴルフ場の民事再生、精密機械メーカーの下請契約の打切りといった動きがみられる。	
	悪くなっている	-	-	-