

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 (近畿)	良く なっている	-	-	-	
	やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・季節が変わり、行楽に意欲がわく。販売においても季節商材に力が入るため、客の購買意欲が高まる。	
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・婦人衣料関連の動きが堅調なほか、生鮮食品では精肉のセールが当たり、全体を底上げしている。	
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・例年高額品の引き合いが少ない9月であるが、秋冬物の高級衣料品やブランド宝飾品などには、昨年以上の問い合わせや、買上がみられる。	
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ファストフードの販売量が増えてきており、客単価が若干上昇している。	
		家電量販店（経営者）	お客様の様子	・日本製の付加価値の高い商品、節電商品の動きが良くなっている。	
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算の時期なので、値引きが多くなっても販売量を増やしている。	
		住関連専門店（店長）	お客様の様子	・来客数が少し回復してきたように感じる。消費税増税前の駆け込み需要かもしれない。	
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・夜の貸切りパーティーの予約が増えている。ランチの客が、夜に団体で予約するケースも出てきている。	
		スナック（経営者）	来客数の動き	・今月は誕生日、同窓会などで団体グループが続いて、忙しい月であった。しかし、この勢いが来月も続くとは思えない。	
		その他飲食 [コーヒー ショップ]（店長）	単価の動き	・9月においては天候や気温も安定し、例年から微増の来客数、客単価動向となった。低単価商品を販売している喫茶においては、比較的消費が進んでいる。	
		通信会社（経営者）	来客数の動き	・9月下旬からの新商品発売開始後は来客数が増えており、それまでの買い控えを補えるかかぎとなっている。	
		通信会社（社員）	販売量の動き	・昨年の9月と比較して7割くらい申込数が増加している。戸建関連の申込も堅調だが、集合住宅関連がかなり好調である。	
		通信会社（社員）	販売量の動き	・新商品の発売や通信会社の販売促進策のほか、販売促進策の延長により、3か月前に比べて販売台数が大幅にアップしている。	
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・見込み客が契約に向けて動き始めている。	
		その他住宅[情報誌]（編集者）	お客様の様子	・住宅ローン金利の低下と消費税増税に向けて、住宅購入検討層の動きが活発化の兆しをみせている。新築マンションの販売は来場数が昨年より増加するなど、引き続き好調が維持されている。	
		変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・人出が週末に集中している。平日は極端に人出が落ちるし、引きも早いいため売上が出ない。
			一般小売店[鮮魚]（営業担当）	それ以外	・仕入先や得意先からも暇という声しか上がらない。売上は前年を下回り、ここ2～3か月は横ばいである。
			一般小売店[食料品]（管理担当）	販売量の動き	・注文の数が減り、部署の存続が危ぶまれている。
			一般小売店[衣服]（経営者）	お客様の様子	・来客数は増えているが、商品選びに時間がかかり、売上としては伸びていない。
		一般小売店[雑貨]（店長）	お客様の様子	・店舗のある町内が高齢化し、客のなかには亡くなる人も数人出てきている。高齢者は定期的な来店客ただけに、売上減少の一因になっている。	
		一般小売店[花]（店長）	お客様の様子	・原因は分からないが、来客数が少ない。	
		一般小売店[菓子]（営業担当）	販売量の動き	・夏物商品も終わり、秋物商品の販売時期であるが、贈答品の動きが悪く、販売量の伸び悩んでいる状況が続いている。	
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・入店数は前年比でマイナス0.8%となり、単価も若干下がっているため、厳しい。	
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・外商顧客向けのイベントは大成功で、宝飾品の大口購入もあり、今月は大きく前年をクリアしたが、残暑が厳しくファッションアイテムの動きは鈍い。	
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・今までと変わらず、客の来店が曜日によって相変わらずはっきりとしている。特に、電車で来る家族連れにとっては交通費が馬鹿にならない。	

百貨店（売場主任）	お客様の様子	・当月は気温の影響もあり、前半は苦戦した。後半は好調に推移しているものの、目標達成は微妙な状況である。秋物商品の動きは、雑貨は堅調であるものの、アパレルの動きが良くない。特に、スーツなどの重衣料が苦戦しており、比較的金額が高く、不要不急の商品は動きの鈍い状況が続いている。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・9月は残暑が続いたことにより、ファッション関連では低単価の軽衣料が活発に動いたものの、コート、ジャケットなどの高単価商材の動きが悪く、単価ダウンにつながり、全体の売上は前年よりマイナスであった。しかし、販売数量は前年を上回っていることから、客の購買意欲は落ちていない。
百貨店（企画担当）	販売量の動き	・いつまでも気温が高く、例年どおり秋物の動きが悪い。特に、紳士服、子ども服の動きが悪い。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月前半は残暑が長く続いたことや、局地的なゲリラ豪雨などの気象状況による来客数の減少で苦戦したが、物産催事やワインを切り口に企画した催事は、好調に推移した。しかし、売上全体のシェアの高い衣料品全体が、気温が高い影響から秋物商品へのシフトが難しい状況が続いているため、前年実績の確保は難しい。
百貨店（販促担当）	単価の動き	・来客数は前年の天候条件もあり、前年比では増加傾向であるものの、客単価が低下して苦戦が継続している。月初の天候による秋物商材の動きの鈍さも影響しているほか、先取りで購入する傾向は少なく、ジャストシーズンでの購入が続いている。
百貨店（店長）	単価の動き	・若干客単価が上がってきたが、入店数や売上は減少傾向が続いている。
スーパー（経営者）	競争相手の様子	・先週末に安売りのスーパーが開店した。少し距離は離れているが、その店の影響で競合する2軒のスーパーが今までにない安売りをしており、チラシがどんどん入っている。
スーパー（経営者）	競争相手の様子	・競合各社のチラシ価格下落に歯止めがかからない。また、ポイントなどを使った販売促進も頻度が上がった。結果として原料価格は紙や穀物などが上がっているにもかかわらず、販売価格は下がる一方であるが、特売慣れで価格を安くしても買上点数が伸びない負のスパイラルが常態化してきている。特に、不要不急の菓子の動きが非常に鈍い。
スーパー（店長）	来客数の動き	・マイナス要素の多い環境のなか、なかなか来客数の増加が見込めない状況にある。
スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は昨年並みに近づくも、単価が低いまま推移している。夏のギフトは、量的にも質的にもダウン傾向で、厳しい現状を表している。
スーパー（店長）	販売量の動き	・今月も前年実績とギリギリの攻防で、上積みができるような状況ではない。食料品では余分な物は売れていないほか、食品以外についても次のシーズン物がなかなか浮上してこない。
スーパー（店長）	単価の動き	・記録的な残暑の影響もあると思うが、特に日常性の高い商品群で1品単価、客単価、買上点数の減少傾向がみられる。特に、客単価の低下が目立ち、家族連れの買い控えが考えられる。逆にハレの日の対応商品については好調を維持している。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・ここに来て来客数の前年比が確保できつつある。しかし、1か月だけでは判断しかねる。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・消費税増税が決まり、同業他社の値下げの動きが活発になってきた。こうしたムードもあり、消費者のマインドは再び節約志向に傾きつつある。
スーパー（開発担当）	お客様の様子	・東日本大震災の後の自粛ムードも弱まり、購買意欲が高まっているため、徐々にではあるが回復している。
スーパー（販売担当）	単価の動き	・競合との価格競争もあり、平均単価が下がる傾向がある。そのなかで、客が買物をする点数は維持しているが、平均単価が下がっている分、客単価が昨年を超えない状態が続いている。
スーパー（社員）	単価の動き	・今月の前半は天候の安定しない日が多く、来客数に伸び悩みがあったが、後半は回復基調にある店舗が多い。一方、夏以降は価格を引き下げる競合企業がいくつみられ、店頭価格が低下傾向にある。

コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が給料日前の週は前年比で5%ほど減少し、給料日後は3%ほど増え、1か月平均では変わらない状態である。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・ここ数か月、たばこを筆頭に販売量が前年割れのまま戻ってこない。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・残暑が厳しく、なかなか秋冬の商品が売れない。客も秋冬の商品には手をかけない。
乗用車販売店（営業企画）	来客数の動き	・繁忙期の来場数に達していない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・暑い日や残暑が続いたにもかかわらず、通常の夏場に比べて売上が芳しくない。消費者の堅実な購入がみられ、必要な物を更に安い価格で必要な数量のみ購入している。買上点数の動きは通常よりも良くない。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・円高、安価の傾向が続く。
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・販売量は天候次第となっている。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	競争相手の様子	・在庫が動かず、資金繰りのために商品をつぶすまでに至る業者もいる。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・消費税増税のみが決まり、政権も不安定である。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・横ばい状態が続いている。近隣の飲食店も閉店と新規開店のサイクルが激しいなど、地域型の店舗としては景気はさほど良くない。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・久しぶりに来客数の前年比が106%と大きく前年をクリアした。猛暑が主たる要因と考えるが、節約疲れなども影響している。
観光型ホテル（経営者）	単価の動き	・販売量を維持するために、単価を下げて来客数を増やさざるを得ない。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・日中、日韓関係の不安が中国、韓国からの旅行者減少につながっている。
観光型旅館（団体役員）	単価の動き	・宿泊単価の動きをみると、特に集客に力を入れなければいけないような悪い月は、前年比で80%台である。これでも相当無理をして集客している。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・エコカー補助金終了、原子力発電所問題による電気料金の値上げ、消費増税など、身の回りの景気が上昇しているようには思えない。かえって景気は減速しているのが実感である。
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・全館でほぼ前年並みの売上で推移しており、ここ2～3か月は同様の状況となっている。部門別で若干のよし悪しはあるが、総じて低いレベルで安定している。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・秋、年末年始の国内旅行の問い合わせが昨年以上に動いている感じがある。海外が中国は完全に駄目になり、既に入っている年末の予約にも迷いの声が入ってきている。韓国も少しキャンセルも入っていたが、中国に隠れてまた戻ってきている感がある。全体の受付は昨年をやや上回っている。
旅行代理店（店長）	お客様の様子	・料金や内容を見比べての選択を、客はかなり行っており、簡単に申込まない状況である。韓国や中国問題もあり、慎重になっている。
タクシー運転手	お客様の様子	・客の乗車機会は前月に続きやや増加し、流し営業での営業収入も増収傾向であったが、残暑が厳しい気候条件が主たる要因である。景気とは無縁の一時的な現象にすぎない。
タクシー運転手	来客数の動き	・夏休みも終わり、ここ数日は汗をかかない時期になり、雨などが降らない限り近距離は歩く人が増えている。今まで利用してくれた人も乗らず、必要最小限の利用が続いている。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・受注状況、客の状況に特に大きな変化はない。
テーマパーク（職員）	お客様の様子	・設備投資額に対する回収が鈍ってきているのが数字にも表れている。
パチンコ店（店員）	競争相手の様子	・他店の来客数も伸びていない。
美容室（店員）	来客数の動き	・8月に来店する客が、9月にずれた気がする。

	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	・レンタルの低価格キャンペーンにより来客数は増えて いるが、売上全体は伸びず前年割れが続いている。 ただし、女性アイドルグループなどのブームにより、 音楽の販売が伸びている。
	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・顕著な変化はみられない。
	住宅販売会社 (従業員)	それ以外	・国内や欧州の景気動向、領土問題など、企業業績の 低迷要因が依然として多い。
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームへの集客は好調な状 況が続いており、大型案件については毎週100組を超 える来場が半年以上続いている。
やや悪く なっている	商店街(代表 者)	お客様の様子	・暑さによる影響が大変大きく、商店街の通行人がほ とんどいない。
	一般小売店[事 務用品](経営 者)	販売量の動き	・夏枯れの時期からいよいよ秋を迎え、行楽や諸行事 も多く、何かと売れる時期になっている。決算セール もそれなりに盛り上がっているが、前年比で客単価は 低下するなど、財布のひもは固い。
	一般小売店[精 肉](管理担 当)	来客数の動き	・9月は1年の中でも肉の動く量が少ない月である が、今年は夏休みの反動が強く出ているのか、非常に 動きが悪い。お金を使うタイミングのメリハリが極端 になってきている。
	百貨店(企画担 当)	販売量の動き	・高級ブランドや美術品などの高額品には動きがみら れるものの、食品や雑貨など、普段の買物が多い商品 群の動きが鈍い。
	百貨店(商品担 当)	販売量の動き	・残暑の影響もあり、ファッション部門は婦人、紳士 共に不調である。一部食料品で好調な部門があるが、 全体的には厳しい状況である。
	百貨店(売場マ ネージャー)	販売量の動き	・夏のセール商戦の変更(2段階スタート)と気候要 因が重なって、結果として顧客の慎重な買物につな がっている。
	百貨店(外商担 当)	来客数の動き	・気温が下がり、秋物が本格的に入荷している一番充 実した売場にもかかわらず、入店数が昨年を下回って いる。
	百貨店(マネー ジャー)	お客様の様子	・気温が秋めいて涼しくなってきたものの、依然とし て服飾関連や寝具を中心に秋物商材の動きが悪い。気 温だけではなく価格面でもシビアになっている。ただ し、輸入品の時計や宝飾品、絵画、工芸品などで中価 格帯の商品には良い動きがみられるなど、消費者の動 きが二極化している。
	スーパー(管理 担当)	来客数の動き	・購買点数や来客数が落ち込んできている。また、主 力の農水畜産品の供給も前年よりかなり落ち込んでい る。
	スーパー(企 画)	単価の動き	・非食品部門の客単価の低下傾向が続いている。
	コンビニ(広告 担当)	来客数の動き	・来客数の伸びが鈍化傾向にある。夏以降は、昨年の たばこの売上増加による反動減がある。
	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・ここ最近では暗い話ばかりで景気が落ち込んでいる。 中国問題も長引けば景気が落ち込む。
	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・駆け込み需要も今一つ盛り上がらなかったが、エコ カー補助金の打ち切りなど、優遇措置が廃止されるた め、客の財布のひもが固くなっている。
	乗用車販売店 (販売担当)	来客数の動き	・9月に入り、サービス目的の来店はますますだが、 新規来店は減少している。
	乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・エコカー補助金が終了し、新車効果が少し薄れてい る。
	乗用車販売店 (営業担当)	お客様の様子	・9月は通常月と違い中間決算フェアで例年にぎわう が、駆け込みが目立たないエコカー補助金終了と時期 が同じになり、購買意欲を低下させる結果となった。 フェアもうまく客を刺激できず、来客数が伸びていな い。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ランチ営業の時間帯だけは来客数が伸びており、夜 の営業では来客数が減っている。商店街でも夜の人通 りはより一層少なくなっている。	
一般レストラン (店員)	来客数の動き	・持ち帰り客は昨年並みに来ているが、来店数が少な い。	

	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊では、尖閣問題で中国からの客に早速反応があり、予約のキャンセルでほぼゼロの状態である。韓国、台湾については影響は出ていない。マイナスを埋めるべく国内旅客が取り合いとなり、単価も更に下がり出している。宴会では会議や研修は増加しているものの、パーティー需要が著しく減少するなど、厳しい状況が続いている。
	都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・レストラン店舗への来客数が、減少している。当社の特殊な事情もあり、前年度からの落ち込みが大きい。
	都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・尖閣諸島の問題で、中国からの団体のキャンセルが出始めている。
	タクシー運転手 通信会社(企画 担当)	お客様の様子 お客様の様子	・どん底のまま横ばいである。 ・雇用を減らす動きが出てきている。
	競艇場(職員)	単価の動き	・3か月前に比べて1人当たりの購買単価が5%低下している。
	その他レジャー 施設[イベント ホール](職員)	お客様の様子	・イベントの入場者数の減少、売店の売上高の減少など、相対的に落ち込んでいる。景気の悪化が徐々に浸透し始め、遊興費を削るのは難しいとなれば、それに付随した身近な物の購入が削減されるが、それが始まっている。
	美容室(店長)	来客数の動き	・元々厳しい上に、競合店も更に増え、非常に厳しくなっている。
	住宅販売会社 (総務担当)	単価の動き	・受注棟数は減少傾向ではあるが、1棟単価が伸び、受注総額は前年並みである。
	その他住宅[展 示場](従業員)	お客様の様子	・来場者向け景品の良し悪しで、来場数が左右される傾向が顕著になっている。
悪く なっている	一般小売店[時 計](経営者)	お客様の様子	・月の前半は先月の水害の影響がかなり残っているようで、地域の雰囲気は沈んでいるように感じた。実際に電池交換以外の動きは少なく、危機感を感じたが、何とか後半になると客足が少し戻ってきた。売上を考えると決して良いとはいえないが、少しだけ救われた感じがしている。
	一般小売店[珈 琲](経営者)	販売量の動き	・前年比で単月の販売量の落ち込みが大きくなっている。消費者の動きが悪くなっている。
	一般小売店[衣 服](経営者)	販売量の動き	・冬物衣料に移り変わろうとするこの時期で、夏物も売れないが、まだ残暑の続くこの時期では秋冬物も動かない。
	一般小売店[野 菜](店長)	お客様の様子	・相変わらず飲食店の動きが悪い。特に今月はひどい。
	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・目的買いの客は、確実に売上につながっているものの、全体に来客数が落ちている。
	衣料品専門店 (販売担当)	お客様の様子	・かなりの割合で、客の買い控えが進んでいる。
	家電量販店(企 画担当)	それ以外	・家電業界全体の傾向として、状況が悪くなっている。特に、大手電機メーカーの経営不安によるショックは計り知れない。
	競輪場(職員)	単価の動き	・3か月前の客単価は9,370円であった。今月の客単価は8,914円であり、比較すると悪くなっている。
	企業 動向 関連 (近畿)	良く なっている やや良く なっている	-
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	・10月から新年度が始まるが、住宅業界、医療業界共に安定した受注が続いている一方、弱電業界は依然不透明である。これから大学・予備校関係の契約が始まるが、11月までにはおおよその受注が決定する。
建設業(経営 者)		受注量や販売量 の動き	・9月に入って、土地取引に関連する土壌汚染調査への問い合わせが増えてきている。実際に土地取得意欲も強くなってきている。
その他非製造業 [民間放送] (従業員)		受注量や販売量 の動き	・イベントや集客プロモーションの予算が増えつつある。
変わらない		食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量 の動き
	窯業・土石製品 製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・前年同月比で約2%出荷量が落ちている。特に、出荷は価格の安い物が多く、付加価値の高い物の売行きが鈍っている状況である。

	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・マスコミが伝える情報は悪いことが多いが、当社の周辺では意外と経済の動きは活発である。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・当社はセンサーを作っているが、海外輸出するインフラ設備やプラント、自動車のライン関連でセンサーの引き合いが増えつつある。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えずに、横ばい状態が続いている。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・家電量販店の来店自体が少なく、実売になかなか結び付かない。
	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・営業関係の情報が少ない。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注価格や販売価格の動き	・デフレ傾向が強く、販売価格は抑えられている。その反面、原材料価格は上昇しており、メーカーにそのしわ寄せがきている状態である。
	建設業（経営者）	競争相手の様子	・官庁、民間工事共に仕事量が減少傾向にあるため、激しい価格競争が繰り広げられている。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・最近、新築住宅で3千万円以上の物件は、ほとんどなくなってきている。
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・商品の値引きがマンネリ化していて、客を引きつける力が落ちている。
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・9月は四半期決算の関係で例年荷動きが活発になるが、今年は例年並みか、微減の様子である。
	通信業（管理担当）	それ以外	・市場価格が若干高めとなっている。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・景気の低迷による売上減少と、東日本大震災後の取引先からの受注減が、企業の財務内容を悪化させている。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・インターネット広告、紙広告共に売上は前年を超えて順調である。特に、インターネット広告の売上の伸びは大きい。しかし、全体は辛うじて前年を超えている程度で、3か月前と同じである。
	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・今年は気温の低下が早かったこともあり、来客数の回復が順調に進んでいる。ただし、時期的な影響が大きいいため、景気が回復したとまでは感じない。
	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	・依然、景気が良くなる見込みがない。
	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	・大阪北部から滋賀県南西部にかけてほぼ毎日のように発生した落雷を伴う豪雨の影響により、同エリアの店舗については大きな影響が出ている。また、朝夕の気温は下がり始めたものの、まだまだ前年に比べると暖かく、スイーツを中心に売上の回復がみられない。
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	・例年にない暑さが続き、秋向けの商品が伸びず、早くも返品が多い。
	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・気温の低下に伴って飲料水の売上も低下気味である。3か月前の6月はボーナス時期でもあり、それに比べると消費者の財布のひもが固い様子である。
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・夏場以降は年末の需要期を前に、受注量が減少している。景気の下降感が感じられる。
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・受注品がないに等しく、催事での販売が中心になってきている。ただし、取引先の在庫を販売することがメインのため、メーカーの受注にはならない。しばらくこの状態が続く気配である。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	取引先の様子	・物流量が少ないことが原因で、原紙メーカーがかなり生産調整を実施している。
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が、前年比で約10%減少している。
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・内示はあるが、発注に至らない。数量、時期を考慮しているためであるが、すべての動きが遅い。
	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・当社の取引先である鉄鋼大手の合併などの影響で、新規投資が見合わせられている。このため、多くの案件が保留になり、客先の投資計画が停滞している。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・9月に入り受注量が昨年を下回っており、特に家電系は価格競争が相変わらず厳しい。

	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・日本を取り巻く海外情勢の変化（中国、韓国との外交問題）、相も変わらぬ国内設備投資の冷え込みなどを勘案すると、先行きの不安感はぬぐえない。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・新規購読も伸びず、高齢や経済的な理由でやめる読者が増えていて、購読数が落ちている。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新聞広告やテレビスポットCMなどの発注が、9月は伸び悩んでいる。	
	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・大阪市街地での外国人観光客（中国、韓国）の来客が減ってきている。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・主に電気業界の取引先と仕事をしているが、大手電機メーカーなどは、広く知られているような状態である。	
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・日用品の購買には大きな波はないが、猛暑の終了で夏物のセールが終わったところで、秋物販売は日程が少な過ぎ、ここ1～2週間ほどは全体として低調な商戦が続いている。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	競争相手の様子	・物件や見積依頼が非常に少ない上に、従来に見積では取れなくなっている。価格が非常に厳しく、低くなってきているので、受注につながらない。	
	悪くなっている	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・急速に9月になって受注が悪くなった。取引先からの情報も悪化の方向の話が大半である。また、韓国、中国は樹脂部品、電子部品等の供給国でもあり、今後の懸念が残る。
		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・円高の影響などで、神戸では会社や事務所が減ってきている。そのため住宅への入居も減ってきており、空室率が上がり、分譲マンションも売れず、景気が悪くなっている。
雇用関連	良くなっている	-	-	
(近畿)	やや良くなっている	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・IT関連企業を中心にシステムエンジニアの売手市場感が出てきている。
		求人情報誌制作会社（企画担当）	求人数の動き	・フード、販売、サービス業種を中心に、例年に比べて年末の採用ニーズが前倒し傾向にある。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・労働者の高齢化などに伴う日雇い労働者の減少もあって、個々の雇用主の間では人手不足感が強まっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・企業の採用意欲が活発である。
変わらない		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・予想していたことではあるが、上半期も終わり下半期に入りつつあるなか、景気の良い企業がない。大手金融機関の信託銀行だけが大規模な募集をしていて、100人単位で求人を行っている。需要と供給がアンバランスな状態が続く、まだまだ景気の悪さも続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新聞の求人広告量でみると、第1四半期に比べて回復傾向が感じられない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・中小企業の求人そのものは、落ち込みはなく安定した状態が続いている。業種にもよるが、中小企業の場合、主に国内でのビジネスが中心となっているため、円高や中国、韓国といった隣国との摩擦の影響をあまり受けていないことが理由となる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で20%以上の増加となり、7か月連続で増加したほか、新規学卒求人数も高卒、大卒共に前年同月を上回っている。産業別でみると、宿泊業が2か月連続で減少したほか、製造業が6か月ぶりに減少に転じた。ただし、前月に減少した小売業や建設業、不動産業が増加に転じるなど、月によって変動があり、この辺りの傾向は判断しにくい。一方、新規求職者数の減少傾向は続いており、有効求人倍率は緩やかではあるが好転している。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・大手電機メーカーの経営不安による影響が懸念される。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の動きについて、8か月ぶりに前年同月比で減少している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は増加傾向にあるが、正社員の比率が下がり、派遣求人の比率が上がっている。
		民間職業紹介機関（大学担当）	求人数の動き	・日本銀行の金融政策も世界の流れに飲み込まれた感があり、やはり時期が遅過ぎたようである。企業の体力回復のための対策が早急に必要とされる。

	民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・積極的に採用を増やす企業が少なく感じる。
やや悪くなっている	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・仕事は増えているが、質の高い求職者は払底しており、成約につながらないため、景気が良いという実感がわからない。
	民間職業紹介機関（支社長）	採用者数の動き	・大手製造業の求人意欲が減退している。
	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・大阪港へ入港するコンテナ船の数が尖閣問題以後、減っているように感じられる。少し影響が出ているようである。
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の動きをみても、上期末というのに全く動きがない。