

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	商店街（代表者）	販売量の動き	・商店街の通行カウンターや、京都の1,200店舗におけるクレジットカードの売上からも分かるように、人の流れが良くなっており、以前よりも売上が伸びている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・来客数については、3か月前よりも少しずつ増えている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・気温の高い状態が続いているものの、ヤング層からヤングアダルト層を中心に、秋物商材が活発に動いている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・秋物の正価品に動きが出てきた。大きなヒット商材はないものの、婦人服や子ども服でジャケットやベストなどがよく動いている。ゲームソフトも話題の新作が順調に売れているなど、セール品や低価格品でなくても、客の心をつかむ商品であれば売れている。ただし、売行きには少し波があるため、本格的な回復までには至っていない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・大型連休もあってカジュアル関連やスポーツ関連の動きが好調で、久しぶりに売上目標を達成している。ただし、全商品が好調なわけではなく、パーゲン商品が好調な一方、高額品や定価商品の動きは鈍い。不要不急の商品は購買を控えるという客の傾向に変化はない。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・生鮮食品に加えて、婦人衣料がやや回復している。ヤング向け商品や肌着、大きなサイズなどの季節商品に動きがみられる。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・売上は厳しい状況であるが、前年比での減少幅が縮小しつつあるほか、来客数も増加傾向にある。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・売上前年比の減少率が低下するなど、悪化傾向に歯止めが掛かりつつある。特に最近数か月は、百貨店の主要顧客である主婦層の売上が健闘している。
		百貨店（婦人服担当）	販売量の動き	・前月の後半から秋物商品が動き出し、前年比がプラスになる店舗が出てきているほか、高額品も少し売れ始めている。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・前年の9月以降、売上が前年比で2けた減となる状態が続いていたが、今月は今のところ1けた台のマイナスで推移している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・競合店が閉店したことで来客数が前年比で30%増え、売上も15%ほど伸びている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・エコポイント制度の対象商品が堅調に動いている。テレビと冷蔵庫の売上が前年比で130%を超え、DVDレコーダーや洗濯機も前年比で120%となっている。小物や買回り品の動向は前年とあまり変わらないが、大型商品の好調が大きな助けとなっている。
		一般レストラン（経理担当）	来客数の動き	・日本料理店は以前の高級路線を改めたことで、消費者から見直されつつある。さらに、ダイエットにも良いということで女性客が増えてきている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・大型連休の影響で来客数が前年比で12%ほど増え、全体の売上も9%増となっている。客単価は横ばいではあるものの、連休中の行楽で多くの客が動くなど、状況は上向きとなっている。
	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・やや良くなっているものの、新型インフルエンザの影響が落ち着いたためであり、景気の低迷による厳しい状況は変わらない。宿泊部門の売上は前年比で5%以上減少しているほか、レストランも夜の会食客を中心に大幅に来客数が減少している。	
	通信会社（社員）	販売量の動き	・加入申込数は、前年比、前月比共に増加傾向となっている。様々な販促も行っているが、それよりも客自体のマインドが良くなっている。ケーブルテレビへの申込は低調であるが、光ファイバーを使ったインターネットサービスへの申込みがかなり伸びている。	
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・春の新型インフルエンザによる落ち込みを、大型連休の好調でかなり取り戻している。	

	観光名所（所長）	来客数の動き	・入場者数が増えている。
	競輪場（職員）	単価の動き	・9月の客単価は11,819円と、6月の11,119円に比べてわずかに上昇している。
変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・客単価が下落しているほか、相変わらず客足の引きが早い。
	商店街（代表者）	それ以外	・新政権への期待はあるが先行きは不透明であるため、客の買物姿勢は慎重となっており、特に高額商品が売れていない。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	販売量の動き	・販売量にもほとんど変化がない。
	一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・9月と6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101.6%で6月が89.2%となっている。5月のゴールデンウィークが悪かった反動が、大型連休は非常に好調となり、全体としては不安定ながら状況は悪くない。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	それ以外	・厳しい状況が続いているほか、今年は依然として暑さが残っているため、秋物商戦の立ち上がりが遅れている。
	一般小売店〔菓子〕（経営者）	販売量の動き	・当社の扱っているスイーツは生活必需品ではないため、売行きは景気に左右されやすい。ただし、客単価はそれほど高くないことから、他社に比べれば景気の影響は受けにくい。
	一般小売店〔野菜〕（店長）	お客様の様子	・大型連休で外出する人が増え、近隣の飲食関係の店舗は大きなダメージを受けている。
	一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・タスポの導入で売上が従来の3分の1に低下したまま変化がない。
	一般小売店〔花〕（店員）	来客数の動き	・先行き不安による節約モードに変化はない。
	一般小売店〔酒〕（店員）	来客数の動き	・大型連休中は来客数、売上共に予想を上回ったが、連休が終わった途端に大きく落ち込むなど、非常に差が激しい。
	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・中元商戦が終わって秋物商品の販売を始めている。各社共に自社製品を販売する傾向が強まっているが、販売量はどこも伸び悩んでいる。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・来客数が大きく減っているほか、入店しても以前のような衝動買いがない。特に、価格の安い消耗品は量販店やアウトレットなどで購入するため、セールを行っても以前のように売上が伸びない。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・本格的な秋冬物シーズンに入ったが、今一つ動きがみられない。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・高級婦人服の買上額は、低迷した前年よりも更に悪化している。富裕客についても、今までどおり高額品を買う客がいる一方、急に買わなくなった客も増えている。
	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は大型連休で来客数が増加し、売上は好調に推移している。特に、エコポイント制度の効果により、電化製品は好調となっている。ただし、衣料品の販売価格は依然として大きく低下している。
	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・秋物商材でも、特に高額な衣料品については買い控えが続いている。
	百貨店（店長）	販売量の動き	・中旬までは暑さが残り、来客数は苦戦したが、中旬以降は朝夕が少し涼しくなったことで、ファッション関連も動き出している。
スーパー（店長）	販売量の動き	・消費者の節約志向は依然として強く、日用品などの販売点数の減少が目立っている。1品単価は前年並みであるものの、特に衣料品は婦人、紳士肌着の販売点数が前年比で20%弱減少しており、食料品でも加工食品関係は5%の減少となっている。	
スーパー（店長）	お客様の様子	・政権交代後も小売の状況に変化はない。むしろ、食品の客1人当たりの買上点数は減少し、1品単価も低下している。	
スーパー（店長）	来客数の動き	・7、8月の来客数は前年比で95%程度であったが、今月は97%と、落ち込みがやや落ち着いている。	
スーパー（店長）	単価の動き	・客1人当たりの買上点数は増加しているが、1品価格の低下により、客単価が下がっている。	

スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数や売上の前年比は、既存店ベースで3か月前から横ばいが続いている。
スーパー（広報担当）	販売量の動き	・気温が下がって季節商品が好調に動いているほか、新型インフルエンザ対策のマスクや空気清浄機が売上を押し上げている。ただし、食品では客の低価格志向によって客単価が低下し、売上が苦戦している。
衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・秋物商材が入荷したものの、来客数が少ない。他店ではこの時期にセールを行っているため、そちらに客が流れている。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・客の財布のひもは依然として固く、景況感に変化はない。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・今月も新車購入補助金やエコカー減税の影響で販売量は好調であり、販売台数は前年比で117%となっている。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・政権交代による変化への期待はあるが、今すぐに動きは出てこない。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・目先の出費を減らすために、客は乗換えでなく、廃車や減車を検討している。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・政権交代で景気回復への期待が大きいですが、消費動向に変化はない。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・値引きをしようやく契約を結んでも、その後に更なる値引きを求める客が増えている。また、セールが終わって価格を定価に戻した途端に販売量が減るため、セールをやめられない状態が何か月も続いている。利益が確保できず、本当に苦しい状態となっている。
その他専門店 【医薬品】（経営者）	それ以外	・8月中旬ごろから新型インフルエンザの報道が増え、感染者数も増えているため、マスクや手洗い石けん、アルコール液、うがい薬などがよく動いている。これらの商品は消耗品であるため、報道が少し下火になっても引き続き動いている。
その他専門店 【宝石】（経営者）	来客数の動き	・来客数はほぼ変わらないが、政権交代の影響で客の表情は以前よりも明るくなっている。
その他専門店 【食品】（経営者）	販売量の動き	・大型連休でレジャーに出かける客が増え、市内の飲食店は売上が伸びていない。
その他専門店 【医薬品】（店員）	単価の動き	・来客数は若干増えているものの、客単価は下がっているのが現状である。
その他専門店 【宝飾品】（販売担当）	来客数の動き	・展示会の入場者数は横ばいで推移している。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・大型連休は高速道路料金引下げの影響が出ると予想されたが、意外にも来客数が連日増加した結果、月全体では前年比で横ばいとなっている。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・夏のメニュー改定で低価格メニューを導入した結果、来客数がやや増えたものの、客単価の低下で売上の回復には至っていない。また、メニューの改定効果も長続きせず、来客数の減少傾向が続いている。
スナック（経営者）	来客数の動き	・団体客などの大口の予約はなかったが、常連客の来店が途切れることなく続いている。
観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・大型連休の期間中は個人客でにぎわったが、それ以外の日は例年よりも団体客の動きが悪い。また、価格に対してはより一層敏感になっており、動いているのは格安プランが中心となっている。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・政権が交代し、客の動きにも落ち着きが見られる。
観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・旅館を運営しているが、宿泊人数を何とか確保しても、宿泊単価が数パーセント落ち込んでいるほか、菓子や飲料といった付帯売上の落ち込みが激しい。
観光型旅館（団体役員）	お客様の様子	・予約のペースが非常に遅いほか、客単価も低迷している。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊については、宿泊客数がようやく前年を上回ったものの、客単価が依然として低いため、売上は前年を大幅に下回っている。また、レストランも販促で来客数が増えたものの、客単価の低下で売上は前年並みとなっている。宴会は法人利用の停滞で、売上の大幅な減少が続いている。

都市型ホテル (マネージャー)	単価の動き	・宿泊部門は大型連休の影響で稼働率が前年を上回っているが、単価は横ばい状態が続いている。レストランも、連休を除くと大きな変化はない。
都市型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・宿泊については、大型連休の前半3日間は満室で価格も高水準となったが、月全体の売上は前年比で10%を超えるマイナスとなっている。稼働率は前年並みであったものの、底値での販売が続いている。また、食堂は大型連休中に久しぶりのにぎわいとなり、売上は前年より伸びた一方、一般宴会は件数が激減しており、今までにない低調な売上となっている。
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・大型連休の間際需要により前半は若干上向いたが、動きは極めて限定的である。海外旅行も前年比では伸びているものの、国内旅行は件数、単価共に大きく落ち込み、全体では前年を大きく下回る傾向が続いている。高速道路料金引下げの影響で、客単価が押し下げられている。
旅行代理店(店長)	単価の動き	・国内旅行、海外旅行共に近距離の需要が大半で、単価の低い傾向が続いている。
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・旅行よりも帰省を選び、公共交通機関よりも高速道路を利用する消費者が増えるなど、節約ムードが広がっているため、売上は伸びていない。
旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・大型連休は天候にも恵まれ、国内旅行、海外旅行共に販売は好調であった。連休に入った後も、今から行きたいという客からの予約が入るなど、客の旅行マインドそのものは落ちてはいない。ただし、マインド面は悪くないが、価格の低い商品から売れていく傾向そのものは、6、7月から変化はない。
タクシー運転手	競争相手の様子	・周辺企業からのタクシーの配車依頼が減っているほか、今までは空港やターミナル駅までという依頼が多かったが、最近是最寄駅までの利用が増えている。
タクシー運転手	来客数の動き	・タクシーの利用を最小限にとどめる傾向が完全に定着しており、ホテルからの利用も最寄の駅までという客が多い。また、ほかの交通機関が動いている間に帰る人が多く、夜中に繁華街を回っても空車が目立つ。
タクシー運転手 通信会社(経営者)	来客数の動き 販売量の動き	・夜間の乗客が少ない状況に変化はない。 ・携帯電話の需要は低いままである。不振に陥っている通信会社が販売促進を行い、やや動きがあったものの、活性化したという状態ではない。
通信会社(企画担当)	お客様の様子	・先日開催されたアミューズメント機器の展示会では、来場者数が例年よりも少なかった。展示機種についても、派手なゲーム機は陰を潜めている感がある。
競輪場(職員)	単価の動き	・年末以降は所得環境が非常に悪化しており、客からも遊興費や食費を削らざるをえないとの声が聞かれる。
その他レジャー 施設[イベント ホール](職員)	来客数の動き	・現在は公演日数や来客数に大きな変化はないが、年明けのイベントの決定が例年に比べて遅れている。興行の採算ラインについて、顧客の間で様子見の姿勢が強まっている。
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	・天候の良い日は来客数も好調に推移するが、全体的に売上はまだまだ低調である。
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	・キャンペーンによる売上の押し上げ効果はあまりなく、ゲーム売上の貢献で前年並みを何とか維持している。
住宅販売会社 (経営者)	それ以外	・住宅や不動産の購入を希望する客は増加傾向にあるが、住宅ローンの審査が少し厳しくなっており、審査の通らないケースが増えている。
住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・6～7月ごろに来場数が上向いたため、購入マインドの高まった感もあったが、その後は伸びがない。特に、景気に敏感なサラリーマン層は依然として動いていない。
住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・新築分譲マンションは、大幅な値引きで契約を何とか進めており、価格が反転するような状況ではない。

	住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・全国的なイベントの開催により、来客数は前年並みとなったものの、契約までに時間が掛かっている。また、かなりの値引き要求があるほか、契約に至らないケースも増えている。
	その他住宅[展示場](従業員)	来客数の動き	・住宅展示場の来場組数はほぼ横ばい状態である。
やや悪くなっている	一般小売店[衣服](経営者)	お客様の様子	・ここへきて暑さが戻ってきたため、冬物、夏物共に動きが全くない。さらに、景気に対する不安もあるため、買物に対する感覚が大変シビアになっている。
	一般小売店[花](店長)	お客様の様子	・客の様子をみるとやはり不景気であり、衝動買いはもちろん減っているほか、買物も最小限で済ませている。
	スーパー(経営者)	お客様の様子	・競合店が多く、客はその日の広告によって店を行き来している。
	スーパー(経営者)	単価の動き	・これまで客単価を下支えしてきた農産物の相場が下がっている。肉や魚を含めた生鮮品全体で、客が高額商品を避ける傾向が強まっており、一品単価がどの商品でも低下している。
	スーパー(店長)	それ以外	・地域の収入源が7~8月のレジャーシーズンの不振で打撃を受けており、その影響が大きく出ている。
	スーパー(経理担当)	販売量の動き	・客単価の低下が続くなど、節約志向がますます強まっている。
	スーパー(社員)	単価の動き	・天候に恵まれたこともあり、来客数は堅調に推移している。ただし、牛肉や果物といった比較的高額な商品が不振であり、全体的に客単価は低下している。
	スーパー(開発担当)	単価の動き	・来客数は前年と変わらないが、客単価の低下により、売上は減少している。
	スーパー(管理担当)	販売量の動き	・購買点数が低迷している。
	コンビニ(経営者)	お客様の様子	・割引セールを実施すれば一時的に来客数は増加するが、客単価が低下している。また、セール時以外は来客数の減少傾向が続いている。
	コンビニ(店長)	単価の動き	・プライベートブランド商品の活用や企業努力によって商品価格は下がったが、買上数はあまり伸びておらず、結局は客単価の低下につながっている。
	コンビニ(店長)	単価の動き	・来客数が前年比で93%程度となっているほか、客単価も厳しい状況にあり、売上に大きく影響している。
	衣料品専門店(販売担当)	お客様の様子	・売上は前年割れとなっている。これは同業他社も同じような状況であり、非常に悪い状況となっている。
	乗用車販売店(経営者)	お客様の様子	・9月中旬以降は減税効果が薄れており、大型連休で来客数も激減している。7月の売上台数は1店舗当たり28.9台であったが、今月は19.5台となっている。
	乗用車販売店(経営者)	お客様の様子	・大型連休は販売が伸びると期待したが、期待外れに終わっている。客の購買意欲にも陰りが出ている。
	乗用車販売店(経営者)	お客様の様子	・悪い条件ばかりがそろっており、客も政権交代で落ち着きがなくなっている。人も金も物も動かないという最悪の状態となっている。
	乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・大型連休など、例年にない休みがあったにもかかわらず販売量が伸びていない。
一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・週末の来客数はあまり変わらないが、平日の客が減っている。	
一般レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・来客数は徐々に減少しているが、客単価に大きな低下はない。	
その他飲食[コーヒーショップ](店長)	来客数の動き	・新型インフルエンザの影響の沈静化などにより、繁華街や駅前の店舗は回復傾向にある。一方、ビジネス立地の店舗などは来客数の回復が遅れているなど、平日の出費は抑制傾向に変化がない。	
タクシー会社(経営者)	お客様の様子	・法人によるタクシーチケットの利用額が大きく落ち込んでおり、経費の節減が顕著となっている。	
美容室(店長)	来客数の動き	・先月が非常に悪く、今月はその反動で良くなると予想していたが、前年比で売上が約2割減と非常に悪い結果に終わっている。	
住宅販売会社(経営者)	販売量の動き	・秋の需要期を迎えても、住宅に活発な動きはみられない。	

		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）	販売量の動き	・取引量が少し減少している。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・政権交代後も消費者の先行き不安感に変化はなく、来場者数は厳しい水準となっている。
悪くなっている		商店街（代表者）	それ以外	・各店舗の営業時間が大変短くなっているほか、日曜日に休む店も増えている。さらに、駅前1番街のような好立地でも閉店が相次いでいる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	競争相手の様子	・9月の気温が例年に比べて若干低かったため、秋物の動き出しが少し早まっている。ただし、現時点での売上は前年並みであるものの、月末にかけて気温が高くなったことで落ち込む。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・高速道路料金引下げで大型連休も外出する客が増え、買物に来る人が少なくなっている。また、来客数の割に販売量が少なく、ここまで落ち込んだのは久しぶりという水準まで悪化している。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	それ以外	・業務用商品の卸売を行っている企業からは暇であるとの声が非常に多い。小売店でも、売上が前年比で95%程度であれば良い方である。
		一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	お客様の様子	・来客数が極端に減っている。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	お客様の様子	・8月の盆明け以降、客の動きが急激に鈍くなっている。9月の大型連休には若干動いたものの、平常時の動きがあまりにも悪く、生鮮品を扱う企業にとっては非常に厳しい状況である。特別なときにしか消費が増えず、平常時は節約する動きが極端になっている。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	お客様の様子	・客からは、政権交代で今後どうなるのか不安であるとの声が多い。
		衣料品専門店（経営者） 都市型ホテル（支配人）	お客様の様子 販売量の動き	・9月に入ってショッピングセンター全体が閑散としている状態が続いており、売上が落ち込んでいる。 ・5月の新型インフルエンザによる影響は一時的なものと考えていたが、相変わらず売上は回復しない。
企業動向関連	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	・9月の出荷量は前年比で10%減であるが、6月に比べて15%程度増えており、4月以降で最高の水準となっている。
	やや良くなっている	化学工業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・原料価格の高騰が徐々に進んでいるものの、予想よりも緩やかであるため販売量が伸びており、収支は上向いている。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上については、半年前は前年比で5割まで落ち込んでいたが、8割まで回復している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・好不調の波があって判断が難しいものの、以前に比べれば受注状況はやや良くなっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・最近では少し仕事が集中的に入ってくるようになっている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・若干であるが、受注量、売上が増えている。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・大型連休中は予想を上回る売上となっている。
		通信業（管理担当）	それ以外	・大型連休の効果で経済全体が活性化している。
変わらない		食品製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・客は、価格が安くて特徴のある商品を求めており、全体的に荷動きの悪い状態が続いている。
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・現状は、最需要期の年末に向けた動きが出ていない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・うがい薬や消毒液のメーカーはかなり忙しくしているが、一部の大手顧客を除けば、受注量は減少したままである。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・大型連休などで稼働日数が減ったため、売上が予定よりも少なくなっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の顧客には、原子力発電関連の素材を製造している会社が多い。この分野は比較的順調で、過去数ヶ月は良くも悪くもない状況が続いている。

	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先をみると、金属関係では上向き気配もあったが、ここへきて生産は停滞している。さらに、機械の設備関係となると回復にはほど遠い状況である。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・エコポイント制度の効果で薄型テレビなどのAV商品は堅調な荷動きを示している。また、新型インフルエンザの影響で空気清浄機も順調に動いている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・液晶やタッチパネル関連の市場が伸び悩んでいる。ここ1年は販売量の減少が続いており、コストの面も厳しくなっている。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気回復の兆しはなく、相変わらず厳しい価格競争も続いている。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・先月は受注が少し伸びかけたが、今月に入って伸び悩んでいる。他社も同じような状況であり、特に中小の不動産会社は土地の仕入れに苦労している。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・総選挙前から政権交代は予想されていたが、実現した後は様子見が続いているため、受注は停滞している。
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の様子では、特に製造業が伸び悩んでいる。
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・例年9月中旬以降はトラックの確保が難しいが、今年は大型連休前に少し不足した程度で、簡単に車が確保できている。
	金融業（支店長）	競争相手の様子	・小規模の建売業者は同業各社と同様に、この2～3か月は販売の停滞が著しく、金利負担も重くなっている。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込広告の収入が相変わらず悪い。特に、マンションなどの不動産関係の広告が減少している。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新聞やテレビを中心に、広告出稿は厳しい状況が続いている。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上、広告量共に前年比で50%の水準が続いており、悪いながらも下げ止まりの状態にはなっている。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・国などの支援で設備投資を予定していた複数の顧客企業は、政権交代による事実上の予算凍結に戸惑っている。さらに、景気回復が一度足踏みするという見通しも広がっており、設備投資を見直す傾向にある。
	コピーサービス業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・印刷関連業界では、従来の価格では取引が困難になっている。場合によっては半額以下でしか取引できないケースもあり、まさに死活問題となっている。
	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	・取引先からの仕事の依頼はあるものの、条件が厳しくなっている。
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	・今年は連休で稼働日数が少ないため、生産量が減り、売上も当初予想より少なくなっている。低額商品の動きはあるものの、市場には活気がなく、売上は月を追うごとに徐々に減少している。
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・セット物と呼ばれる低額品は若干動いているものの、一般品は動いておらず、利益が圧迫されている。
	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一時期持ち直していた受注も、ここへきて動きが悪化している。また、取引先などの倒産情報が散見されるなど、景気の底割れとみられる動きも出てきている。
	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・民間のビル建設の減少が続いており、受注量や受注価格が予定を大幅に下回っている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・マンションの需要が回復せず、新規物件の建築や販売も少なくなっている。当社のショールームではリフォームの客が増えているものの、単価は今までよりも更に10%低下している。
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	受注量や販売量の動き	・個人消費の冷え込みにより、問屋からの受注量がかなり落ち込んでいる。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・顧客企業やその業界では状況が悪化、もしくは横ばいで推移しており、明るい兆しが無い。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	競争相手の様子	・まだまだ先行きが不透明のため、受注が伸びない。設備投資を含めて予定が立てられない状態となっている。
悪くなっている	一般機械器具製造業（設計担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連など一部の業界は上向きとなっているが、中小企業の受注量は依然として減少が進んでいる。

		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・当地域での事務所ニーズがますます減っており、撤退して周辺都市の拠点に統合されるケースが増えている。
		広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・流通業界では販促予算がかなり削減されている。
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	・ここへきてかなり雰囲気明るくなっており、企業からは仕事が増えてきたので人を補充したいとの声が聞かれる。税理士や会計士のほか、業界を特定した営業職を求める企業が増えてきている。
		人材派遣会社（支店長）	周辺企業の様子	・既存顧客からの追加派遣依頼のほか、新規企業からの問い合わせも増えている。また、下期に向けたメーカーの開発案件が動き出している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・9月に入り、これまで全く動きのなかった顧客から発注があったほか、広告代理店からの発注も少し増えている感がある。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求人数が微増であるほか、新規求職者数、有効求職者数共に2か月連続で減少と、状況はやや良くなっている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・減少の続いていた求人数はほぼ横ばいとなりつつあり、新規求人の相談が増えてきた安定所もある。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・求人数は前年比で60%以下の水準であるが、減少傾向に歯止めが掛かり、やや増加に転じている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・製造業派遣は3か月前に比べて求人が増えているが、人材派遣の半数以上を占める一般事務職に関しては、求人数が伸び悩んでいる。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・派遣スタッフの自己都合で契約を終了する場合でも、後任の依頼がないケースが増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・例年は秋の観光シーズンの前に飲食や調理の求人が増え、求人数全体を押し上げる動きがみられるが、今年はその動きがなく、求人不足で求職者が滞留している状況に変化はない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・休業する企業の数は減っておらず、更にサービス業にも広がりがつつある。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・来所する事業所からは、一部では仕事が増えてきたものの、全体的にはまだまだ少ないとの声が聞かれる。
		民間職業紹介機関（大学担当）	雇用形態の様子	・採用環境は依然として厳しい状況が続いており、関西のある中堅大学からは、まだ6割の学生しか内定を受けていないとの声も聞かれる。
		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・政権交代による影響が不透明であり、雇用対策に関する方針も分からない。
やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	周辺企業の様子	・競合先、取引先共にリストラを進めている。契約社員の更新ストップや派遣社員切りにも、ますます拍車がかかっている。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・景気全体の回復に対し、雇用の回復は2か月くらい遅れるが、今回はもう少し時間が掛かっている。	
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の出稿に全く回復の兆しがない。	
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・求人広告を扱っている会社では極めて厳しい状況が続いており、広告会社自身も経費削減のために人員削減を行う必要が出てきている。	