

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 | ・特に販促を行わなくても、週末だけでなく平日の来客数も大幅に増加している。 |
| | | 商店街（代表 者） | お客様の様子 | ・猛暑の夏が過ぎて購買意欲が高まっているほか、今月はハロウィーン関係のイベントを毎週行ったことで、来場者が増加している。 |
| | やや良く なっている | 百貨店（売場主 任） | 単価の動き | ・来客数は減少傾向が続いているものの、客1人当たりの買上点数の増加により、客単価は上昇傾向にある。 |
| | | スーパー（店 長） | 来客数の動き | ・前年に比べて悪い状況は続いているものの、来客数は3か月前よりも回復傾向にある。ただし、客単価も来客数以上に回復が遅い。 |
| | スーパー（社 員） | 単価の動き | ・前年から商品価格の下落が続いているため、1品単価の低下につながっている。ただし、夏以降は野菜や鮮魚の価格が上昇しているほか、客が良い物を買おうとする動きが出てきている。 | |
| | 家電量販店（経 営者） | お客様の様子 | ・エコポイント制度の縮小で買換えの動きが増えるなど、客の購入意欲が高まっている。 | |
| | 家電量販店（店 長） | 販売量の動き | ・エコポイント制度の縮小に伴い、テレビや冷蔵庫、エアコンの販売台数が伸びている。特にテレビは2台目需要が増えているため、単価は前年を大きく下回っているものの、販売台数は前年の200%となっている。 | |
| | 高級レストラン （スタッフ） | 来客数の動き | ・前月よりもやや上向いており、ディナーの予約も増えている。 | |
| | 通信会社（社 員） | 販売量の動き | ・前月から加入契約数が増加しており、過去2年間で一番の好成績となっている。今月も前月並みか微増となる見込みであり、状況としては良い。 | |
| | 通信会社（企画 担当） | 来客数の動き | ・アミューズメント施設への来客数が改善傾向にある。 | |
| | 競輪場（職員） | 単価の動き | ・今月の客単価は11,087円と、3か月前の10,781円から微増となっている。 | |
| | 住宅販売会社 （経営者） | お客様の様子 | ・売上が増えるまでには至っていないものの、来客数、相談件数共に若干増えつつある。 | |
| | 変わらない | 商店街（代表 者） | 単価の動き | ・今月は前半が暑く、後半に気温が下がったため、秋冬物の動きが少し出ている。ただし、京都への観光客が例年に比べて少ないため、販売量が芳しくない。 |
| | | 一般小売店〔時 計〕（経営者） | お客様の様子 | ・今月は売上を何とか維持できたが、客に明るさがなく、必要に迫られた買物が大半となっている。特に、家族客の間で厳しさが目立っており、明るい雰囲気がない。 |
| | | 一般小売店 〔花〕（経営 者） | 単価の動き | ・前半は顧客のイベントが重なって売上は多少伸びたものの、猛暑の影響で仕入価格が上がっているため、利益は伸びていない。 |
| | | 一般小売店〔事 務用品〕（経営 者） | 販売量の動き | ・特に目立った動きはない。 |
| | | 一般小売店〔菓 子〕（経営企画 担当） | 販売量の動き | ・10月と7月の売上前年比を各地区別に上位5店舗の平均で見ると、10月が96.5%で、7月が88.5%となっている。猛暑も一段落し、最悪の状況を脱した感はあるものの、このまま安定した状況が続くかは不透明である。 |
| | | 一般小売店〔鮮 魚〕（営業担 当） | 単価の動き | ・来客数に変化はないが、客単価が低いため、売上は3か月前に比べて5%減となっている。 |
| | | 一般小売店〔家 具〕（経営者） | 販売量の動き | ・例年夏から秋にかけて少しは良くなるが、今年は悪いままである。 |
| 一般小売店〔野 菜〕（店長） | | お客様の様子 | ・相変わらず取引先である飲食店の動きが悪いため、当店の売上も悪化している。 | |
| 一般小売店〔カ メラ〕（販売担 当） | | お客様の様子 | ・今月は運動会などのイベントがあったものの、それに伴う販売増がほとんどみられない。需要が大規模店に集中し、街の小さな店には客の目が向いていない。 | |
| 百貨店（売場主 任） | | 販売量の動き | ・来客数は前年比で10%増となっているが、1品単価は上がっていない。 | |

| | | |
|----------------------|--------|---|
| 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・まだまだ国内の経済状況は良くなく、物価が不安定で企業のリストラも続くなか、消費の減少傾向が続いている。 |
| 百貨店（企画担当） | お客様の様子 | ・売上は依然として厳しい状況が続いているが、気温の低下に伴って秋物商品が順調に動き出している。 |
| 百貨店（企画担当） | 来客数の動き | ・秋物衣料の動きがまだ悪いものの、食料品は若干戻ってきている。 |
| 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・美術品などに値ごろ感があり、良い物があれば動いているが、全体的には今一つ動きが芳しくない。 |
| 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・富裕客でも新着の高級衣料品を買い控える動きがみられる一方、一部の最高水準の超優良顧客は、美術品や宝飾品などの高額品を近年に大量に買っている。 |
| 百貨店（外商担当） | 単価の動き | ・衣料品、高額品の売上は伸びていないものの、食料品は良くなってきている。 |
| 百貨店（婦人服） | 来客数の動き | ・来客数が前年並みか微減となる傾向が続いている。気候の変動や販促、催事のタイミングによって増減するものの、最終的には同じような傾向となっている。 |
| 百貨店（店長） | 販売量の動き | ・9月の残暑から急に寒さが厳しくなり、婦人服を中心にファッション関連が少しずつ動いてきている。 |
| 百貨店（サービス担当） | お客様の様子 | ・今月は急に寒くなったことで、秋の行楽シーズン入りとも重なり、ジョギングシューズやウェアなどの動きが好調となっている。ただし、前半の残暑で秋物素材が苦戦したため、全体的な状況は前月と変わらない。 |
| 百貨店（商品担当） | お客様の様子 | ・急に寒くなったこともあり、婦人服や靴などの季節商品の動きは良くなっている。ただし、客単価は下がったままであるため、売上はさほど伸びていない。 |
| 百貨店（売場担当） | 販売量の動き | ・売上は前年比で大きく改善しているが、なかなか前年を上回ることができない。気温が下がり、防寒衣料を中心に動き出したものの、今月半ばまで気温が高かった分を取り戻せていない。 |
| スーパー（経営者） | お客様の様子 | ・客の買物が慎重になっており、余分な物は買わない姿勢が徹底している。 |
| スーパー（店長） | 単価の動き | ・値上げの影響でたばこの売上は前年比で60%減となったが、食品では来客数が10%増え、野菜の相場高で客単価も横ばいとなったため、売上は堅調に推移している。一方、衣料品では来客数が前年の85%にとどまったほか、客単価が4%低下、販売点数も20%減と悪化が著しい。特に洋品雑貨関係の動きがみられない。住居関連ではエコポイント制度が12月から変更となるため、テレビを中心に駆け込み需要がみられる。 |
| スーパー（店長） | お客様の様子 | ・店全体の傾向に変化はなく、強力な販促を仕掛けると対象商品は動くものの、ほかの商品に対する客の反応は鈍い。 |
| スーパー（店長） | お客様の様子 | ・急に気温が低下し、冬物商品を中心に売れ始めている。また、野菜価格の高騰が落ち着き始めたことで、買上点数が増えている。 |
| スーパー（企画担当） | 来客数の動き | ・来客数、売上共に前年比で90～93%の推移となっており、大きな変化はない。 |
| スーパー（経理担当） | 販売量の動き | ・季節の変わり目では、気温の動向に売上が左右される。今年は特に気温の変化が極端で、天候も不安定であるため、売上の回復が少し鈍くなっている。 |
| スーパー（販売担当） | 単価の動き | ・来客数は前年と変わっていないが、買上点数を伸ばすために平均単価を下げている分、前年の売上をクリアできていない。 |
| スーパー（企画） | お客様の様子 | ・ここ2か月は猛暑で販売は好調であったが、今月は高めの気温が逆効果となり、販売が伸び悩んでいる。 |
| コンビニ（店員） | 来客数の動き | ・たばこの購入を目的とした来客が、予想どおりに激減している。 |
| 乗用車販売店（経営者） | お客様の様子 | ・来客数が少なくなるなど、世間の空気が暗く重たい。例年は10月になると年末の元気な風が吹くが、今年は感じられない。 |
| その他専門店 [医薬品]（経営者） | お客様の様子 | ・客の間では、チラシが入ったときには生活必需品を多めに購入し、通常価格では極力買い控える動きが目立っている。他社の分も含めて、チラシが入るのを待っている感がある。 |

| | | |
|----------------------------------|---------|--|
| その他専門店 〔食品〕(経営者) | 販売量の動き | ・売上の推移に大きな変化はない。 |
| その他専門店 〔スポーツ用品〕(経理担当) | 販売量の動き | ・デフレ傾向に変化はなく、市場に活気がない。中国では反日デモが頻発しており、生産地や消費地としての中国に疑問を感じる企業も増えている。 |
| 一般レストラン (経理担当) | お客様の様子 | ・9月のシルバーウィークは日並びの関係で低調となったが、その期間を除けば、ほぼ前年並みとなっている。 |
| 観光型ホテル (経営者) | 来客数の動き | ・平城遷都1300年祭の記念イベントによって宿泊客は増加しているが、イベントが終わった後も好調が続くかどうかは疑問である。街全体の雰囲気としては特に変わらない。 |
| 観光型旅館(経営者) | 単価の動き | ・入込客数の前年比が伸びず、客単価も毎月数%ほど低下している。 |
| 観光型旅館(団体役員) | 来客数の動き | ・組合に加盟している22施設中、15施設で合計6500名の客が前年に比べて減っているなど、すべての項目で前年割れとなっている。 |
| 都市型ホテル (マネージャー) | 来客数の動き | ・客室部門は堅調に推移しているが、レストラン部門の来客数が上向かない。特に、高額店舗の夜の売上が低調であり、厳しい状況が続いている。 |
| 旅行代理店(経営者) | 販売量の動き | ・円高で海外旅行が絶好調と報じられているが、前年をやや上回る程度にとどまる。さらに、国内旅行が伸びていないため、全体としては悪かった前年を超えるのが精一杯で、2年前の水準には全く届いていない。 |
| 旅行代理店(広報担当) | お客様の様子 | ・年末年始の申込に伸びがない。客からは、エコポイント制度の終了前に冬のボーナスで家電を買うため、今冬の旅行は延期するという声も聞かれる。ただし、その動きが一段落すれば旅行マインドも戻ってくる。 |
| タクシー運転手 | 競争相手の様子 | ・周辺企業のそばで客待ちをしても、訪問者の数に変化はなく、就業時間後に社員が駅へ急ぐ様子にも大きな変化はない。 |
| タクシー運転手 | 来客数の動き | ・タクシーの利用を必要最小限に抑える動きが定着している。最近は観光シーズンで利用も増えているが、夜の街のにぎわいがあまりみられない。 |
| タクシー運転手 | お客様の様子 | ・秋になって観光客が増えているため、昼間は動きが良くなってきている。 |
| タクシー会社 (経営者) | お客様の様子 | ・夜が稼ぎ時であるが、約9割のサラリーマンはどこへも寄らずに帰宅する習慣が定着している。飲食に出掛けた人も電車などで帰宅するため、タクシーが利用されない状況となっている。 |
| 通信会社(経営者) | 販売量の動き | ・スマートフォンの需要も一巡し、市場に落ち着きが出てきている。 |
| その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕(企画担当) | お客様の様子 | ・レジャー、観光への需要は感じられるものの、消費への慎重さや、価格に対する敏感さに変化はない。ただし、天候に比較的恵まれたこともあり、売上は例年並みの水準が確保できている。 |
| 美容室(店員) | 来客数の動き | ・客単価の変動はないが、客の来店周期が延びている。 |
| その他サービス 〔コインランドリー〕(経営者) | 来客数の動き | ・既存のリピーターによる利用で売上が安定しつつあるため、新規客の獲得を検討している。 |
| 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 | ・販売量が増えているものの、価格競争で単価が下がっているため、全体の売上は前年割れが続いている。 |
| 住宅販売会社 (経営者) | 単価の動き | ・商業地や商業系のテナント物件の需要が減り、値崩れを起こしている。それに伴い、住宅地の動きも鈍くなってきている。 |
| 住宅販売会社 (従業員) | お客様の様子 | ・一部の好調物件を除き、基本的に客の動きは鈍い。 |
| 住宅販売会社 (従業員) | 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は、4月以降は好調といえないものの、一定の水準で推移している。 |

| | | | |
|--------------|-------------------------------|---|---|
| | 住宅販売会社 (総務担当) | 販売量の動き | ・集客状況が少し落ち込みつつあり、契約までに掛かる時間も伸びている。また、同業他社との競合も激しくなっている。 ・金融機関の融資姿勢に変化がない。 |
| | 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) | お客様の様子 | |
| | その他住宅〔展示場〕(従業員) | 来客数の動き | ・10月の住宅展示場来場者は前年並みであり、前月と比較しても変わらない。 |
| | その他住宅〔情報誌〕(編集者) | お客様の様子 | ・新築マンションの販売現場では客が堅調に動いており、好調な現場も増えつつあるが、購入マインドにはまだまだ個人差が大きく、全般的に上向いている状況ではない。一部に強気な開発業者も出始めているが、まだまだ安全な計画が必要といった声が多い。 |
| 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 | ・アパレル業界では前月に続いて最悪の状態となっている。利益率の改善を図り、売上の減少に耐えるしか生き残る方法はない。 |
| | 一般小売店〔精肉〕(管理担当) | 販売量の動き | ・今月に入り、特にホテルへの卸売の動きが非常に悪い。小売は悪いなりに何とか前年並みで推移しているが、卸売は全く数字になっていない。円高や中国問題の影響で外国人観光客が減っているのか、極めて悪い結果となっている。 |
| | 一般小売店〔菓子〕(経営者) | 来客数の動き | ・今年の猛暑の影響で落ち込んだ売上が、いまだに回復しない。 |
| | 一般小売店〔衣服〕(経営者) | 販売量の動き | ・気候の影響で秋冬衣料の動きが非常に悪い。客の様子をみると金回りが良い感はなく、景気の悪さを実感している。 |
| | 一般小売店〔衣服〕(経営者) | 単価の動き | ・来客数が少し減っているほか、安い物しか売れない。 |
| | 一般小売店〔花〕(店長) | 販売量の動き | ・猛暑によって花の品質が悪化し、出荷量が激減したため、価格がかなり高くなっている。野菜と同じく買い控えが増え、売上の悪化につながっている。 |
| | 一般小売店〔菓子〕(営業担当) | 販売量の動き | ・前月と同様に贈答品の販売がなかなか伸びず、大半が低額品の受注となっている。 |
| | 百貨店(売場主任) | 販売量の動き | ・残暑は収まりつつあるが、秋物衣料の動きが鈍いほか、中国人観光客の来店もやはり減少している。 |
| | 百貨店(売場主任) | お客様の様子 | ・前月の不調の反動で秋物商品の動きが良いものの、前月分をカバーするまでには至っていない。価格、商品内容に対する客の目が一層厳しくなっており、来客数、客単価共に回復がみられない。 |
| | スーパー(経営者) | 販売量の動き | ・野菜などの生鮮品価格の高騰で売上が伸びているほか、値下がりしたさんまの販売量も増え、売上全体は前年の水準を維持している。ただし、買上点数そのものは減少傾向となっている。必需品は高くても買わざるを得ないが、それ以外の商品は特売品でも必要以上に買わなくなっており、菓子類の不振もこの状況を表している。 |
| | スーパー(店長) | 単価の動き | ・前月は野菜の相場高やたばこの値上げ前の駆け込み需要により、客単価が今年初めて前年並みとなったが、今月はたばこの売上が前年比で50%前後となっているほか、客単価が97%と悪く、来客数も前年を下回るなど苦戦が続いている。 |
| | コンビニ(経営者) | 単価の動き | ・来客数は変わらないが、単品買いが増えているため、客単価が大きく落ち込んでいる。 |
| | コンビニ(店長) | 販売量の動き | ・前月の反動により、たばこの販売量は予想どおり悪化している。 |
| | コンビニ(広告担当) | 来客数の動き | ・たばこ価格の上昇による影響もあるが、やはり景気がまだ上向いていないため、来客数が減少している。 |
| | 衣料品専門店(経営者) | 来客数の動き | ・暖かい日が続いたため、来客数が減少している。来店しても単価の低い商品しか買わず、高い物には手を出さない。 |
| 衣料品専門店(販売担当) | お客様の様子 | ・客の買い控えが激しくなっている。 | |
| 乗用車販売店(経営者) | 来客数の動き | ・9月は1店舗当たりの見込み客数が38.1人であったが、10月は31.2人と減少している。販売台数も19.6台から16.5台に減っている。 | |

| | | | |
|----------------------------|--------------------|--|---|
| 乗用車販売店 (営業担当) | 販売量の動き | ・エコカー補助金が終了したほか、9月の決算も終わったため、客には購入の勢いがなくなっている。 | |
| 住関連専門店 (店長) | お客様の様子 | ・低価格に慣れた消費者は1回や2回の値引き交渉では満足せず、しつこく値切ってくる。送料やポイントのサービスは当たり前で、なければサービスが悪いと悪態をつく。消費者の感覚が変わるまでは、いつまでも苦しい状況が続く。 | |
| 住関連専門店 (店員) | 販売量の動き | ・目的買いの客が多く、下見やウィンドウショッピングの客が極端に少ない。 | |
| その他専門店 [宝石](経営者) | お客様の様子 | ・円高や株安が進むなか、政治も不安定であるため、客の消費意欲が高まらない。きっかけがあれば良い方向に進むものの、現状はその材料が見当たらない。 | |
| 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・夏の猛暑が終わったものの、相次ぐ天候不順によって来客数は前年よりも減少している。飲食店は天候に左右される傾向が大きく、今の天気はこれまでのデータが参考にならないため、先の見通しが立たない。 | |
| 一般レストラン (スタッフ) | 来客数の動き | ・3か月前に比べると、来客数は減少しているものの、高額なメニューを頼む客の数は変わっていない。減っているのは低額メニューを頼む客となっている。 | |
| 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の客足が鈍い。 | |
| スナック(経営者) | 来客数の動き | ・今日は、ほかの月とは比較にならないくらい暇となっている。 | |
| 観光型旅館(経営者) | 来客数の動き | ・例年この時期は各種団体や忘年会の予約が入るが、今年は少ない。 | |
| 都市型ホテル (支配人) | 単価の動き | ・酷暑が終わり、少しは景気が良くなると期待していたが、一向に良くなる気配がない。宿泊稼働率は上がっているものの、価格競争が激しいため売上は伸びていない。 | |
| 都市型ホテル (スタッフ) | 来客数の動き | ・宿泊では、関東からのビジネス客を中心に引き続き低迷している。また、中国人観光客によるキャンセルが大量に発生し、売上は前年を大きく下回っている。食堂はほぼ前年並みとなっているが、土日の家族連れ客が激減しており、周辺のファミリーレストランも苦戦している。宴会も同様に前年を下回っており、競合店との激しい値下げ競争の結果、常連客を取り逃がすケースも増えている。 | |
| 都市型ホテル (総務担当) | 単価の動き | ・宿泊部門では客室価格が依然として低迷している。特に、企業の出張需要が減少し、小さなパイの奪い合いとなっており、消耗戦の様相を呈し始めている。 | |
| 都市型ホテル (営業担当) | 来客数の動き | ・宿泊は例年並みの稼働率に戻りつつあるが、値下げが常態化しているため、売上はなかなか増えない。一般宴会も法人客の動きは悪かったが、個人客の需要が増えたため、売上は前年よりも伸びている。一方、食堂は前年並みの推移となっているが、来客数が減少しているなど厳しい状況に変化はない。 | |
| 旅行代理店(店長) | お客様の様子 | ・旅行の行き先が、単価の高い欧州からアジア方面へシフトしている。 | |
| 旅行代理店(従業員) | 販売量の動き | ・円高の進行が景気の悪化を招くと連想され、消費マインドが悪化している。 | |
| テーマパーク (職員) | 来客数の動き | ・エコカー補助金の終了に伴い、個人消費自体の落ち込んでいる印象がある。 | |
| 競輪場(職員) | 販売量の動き | ・来客数はもちろん、売上、購入単価共に悪化傾向が続いている。 | |
| その他レジャー施設 [イベントホール](職員) | 販売量の動き | ・景気にあまり左右されない若者層対象のコンサートでも、主催者の集客予想が慎重になっており、数か月先のイベントの決定が若干遅れつつある。 | |
| その他サービス [学習塾](経営者) | 来客数の動き | ・無料体験キャンペーンで何名か入会したものの、それ以上の退会者が出ている。 | |
| 悪く なっている | 商店街(代表者) | 販売量の動き | ・売上が安定せず、落ち込み幅が大きくなっている。 |
| | 商店街(代表者) | お客様の様子 | ・今年は野菜の高騰や、円高の影響でスーパー間の競争が激しく、商店街の客足が鈍っている。また、価格に敏感な消費者が走り回っている状況であるため、落ち着かない雰囲気となっている。 |
| | 一般小売店[珈琲] (経営者) | 来客数の動き | ・直営店、フランチャイズ店舗共に、10月に入って来客数の減少が顕著となっている。 |

| | | | | |
|--------|--------------------------|-------------------|------------|---|
| | | 一般小売店〔雑貨〕(店長) | 販売量の動き | ・たばこの値上げで売上が激減している。駆け込み需要が大きかった分、落差が非常に激しい。 |
| | | 一般小売店〔花〕(店員) | お客様の様子 | ・高額商品の売行きが悪い。 |
| | | スーパー(経営者) | 単価の動き | ・3か月前に比べると、明らかに買上単価が落ちている。 |
| | | コンビニ(店長) | それ以外 | ・前月のまとめ買いの反動で、たばこの売上が前年の半分にまで落ち込んでいる。それに伴い、販売量、客単価、来客数のすべてが悪くなっている。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | 販売量の動き | ・来客数は今月に入って若干戻りつつあるが、客の購買意欲が減退しているため、売上は低迷している。 |
| | | 乗用車販売店(経営者) | 販売量の動き | ・9月にエコカー補助金が打ち切られて以降、販売台数が激減している。自動車以外の業界にも影響が広がり始めている。 |
| | | 乗用車販売店(営業担当) | 来客数の動き | ・エコカー補助金によって約半年分は需要を先取りしたため、今月に入って客足はまばらになっている。 |
| | | 乗用車販売店(営業担当) | 販売量の動き | ・エコカー補助金終了の影響が続いており、受注台数は米国の大手金融機関が破たんした直後の水準に近くなっている。 |
| | | その他専門店〔宝飾品〕(販売担当) | 競争相手の様子 | ・確実な売上が見込めないため、仕入量を減少させると、それに伴って売上が更に減少するという悪影響に陥っている。 |
| | | 一般レストラン(経営者) | 来客数の動き | ・1品単価の低い居酒屋や定食屋でも来客数の減少が目立つなど、資金力のない店舗は閉店せざるを得ない状況となっている。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・猛暑が落ち着いて秋の気配が出てきたころから、乗客数が明らかに減少している。特に、企業の利用が落ち込んだまま上向いていない。 |
| | | 住宅販売会社(経営者) | 来客数の動き | ・新規問い合わせの減少が続いており、回復がみられない。 |
| 企業動向関連 | 良く なっている 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 | ・製造量、販売量共に、若干であるが増えている。気候が平年並みとなり、体感気温も落ち着いたことが主な要因で、食品の売行きもさっぱりした物から徐々に変化している。円高の影響については、今のところは輸入品の価格も下がっていない。 |
| | | 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、受注共に、若干であるが増えている。 |
| | | 電気機械器具製造業(企画担当) | 取引先の様子 | ・新規ユーザーの開拓や、サンプルへの高評価などにより、新規注文が増えている。 |
| | | その他製造業〔履物〕(団体職員) | 取引先の様子 | ・10月20、21日に開催した春物展示会の来場者が、前年比で5%程度増えている。 |
| | | その他非製造業〔商社〕(営業担当) | 受注量や販売量の動き | ・販売価格は下がっているものの、受注量は増えている。 |
| 変わらない | | プラスチック製品製造業(経営者) | 受注量や販売量の動き | ・一時的に持ち直していた景気が頭打ちとなっている。数字には表れていないものの、緩やかに悪化している状況で、雰囲気良くない。 |
| | | 一般機械器具製造業(経営者) | 受注量や販売量の動き | ・当社には原発関連の取引先が多いが、この業界では設備投資が活発に行われている。ここ数か月を含め、業況の良い状態が続いている。 |
| | | 一般機械器具製造業(設計担当) | 取引先の様子 | ・受注状況が好転し始めた感はあるものの、中長期的にみて良い感触はない。 |
| | | 電気機械器具製造業(経営者) | 取引先の様子 | ・この時期の設備投資には、前向きな要因と後向きな要因があるが、研究開発は進めなければならないという積極性がみられる。 |
| | | 電気機械器具製造業(企画担当) | 受注量や販売量の動き | ・売上の前年比は横ばいからプラス5%の範囲で推移しているが、マンション関連部門では、大口物件が少なく苦戦している。 |
| | | 電気機械器具製造業(宣伝担当) | それ以外 | ・エコポイント制度の段階的な縮小を前に、薄型テレビがこれまで以上に活発な荷動きとなっているが、需要を先食いしている感はぬぐえない。 |

| | | | |
|-----------|--------------------|--------------|---|
| | 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、また仕事が減っている。 |
| | 電気機械器具製造業（経理担当） | 取引先の様子 | ・今月の好調は、季節要因による一時的なものである可能性が高い。前年に比べれば好転しているが、根本的な回復と判断できる要素がない。 |
| | 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・工事の受注量は横ばいであるが、価格競争が相変わらず厳しい。 |
| | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・前月よりも好転している感はあまりない。例年に比べても、受注の動きはやや弱い。 |
| | 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・公共、民間共に工事の件数は増えつつあるが、依然として単価は低い。 |
| | 輸送業（営業所長） | 受注量や販売量の動き | ・前年はコピー機の配送が多かったが、今年は減少している。 |
| | 通信業（管理担当） | それ以外 | ・特に大きな変化は見当たらない。 |
| | 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・8、9月は売上が前年を上回ったが、今月は前年比が100%前後と減速している。 |
| | 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・テレビスポットCMの受注は少し回復したが、ほかの広告の動きは相変わらず良くない。 |
| | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・最近、飲食店の新規出店が目立つ一方、閉店も早い。景気回復で人通りが増え、これをねらった新規出店が増えているが、消費者の財布のひもは固いため、期待どおりにはいかない。 |
| | その他非製造業〔民間放送〕（従業員） | 取引先の様子 | ・スポット広告市場では回復の兆しがみられない。 |
| やや悪くなっている | 繊維工業（団体職員） | それ以外 | ・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急激に高騰している。販売価格には容易に転嫁できないため、受注や生産に悪影響が出ている。 |
| | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | 競争相手の様子 | ・工場の稼働が午後3時ごろに終わるという同業他社の話をよく耳にする。 |
| | 出版・印刷・関連産業（情報企画担当） | 受注量や販売量の動き | ・今月から新年度がスタートしたが、受注の動きは悪く、企業の間では円高や消費の冷え込みで様子見の動きがみられる。年末商戦も食品業界の一部で始まっているものの、印刷関連ではカレンダーの制作のみである。 |
| | 化学工業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・3か月前は前年比が20%以上の増加となっていたが、今月は10%台と伸び率がやや低下している。 |
| | 化学工業（企画担当） | それ以外 | ・ヤシヤパームといった原料油の価格が暴騰している。菜種、大豆、とうもろこしでも高値が続いており、乳原料、砂糖も価格が上昇している。原料価格が軒並み値上がりしたため、利益の出にくい状態となっている。 |
| | 化学工業（管理担当） | 受注量や販売量の動き | ・急激な円高による輸出の減少や、液晶テレビなどの在庫調整による販売減、エコカー補助金の終了による自動車の販売減などが進んでいる。 |
| | 金属製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・材料価格の上昇で収益が厳しくなる一方、競合する輸入製品が円高によって格安で入荷されるため、国内メーカーの稼働率が低下している。 |
| | 金属製品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・関西は関東に比べ、建築関係のプロジェクトなどで新たな物件が全く見当たらない。 |
| | 一般機械器具製造業（営業担当） | 取引先の様子 | ・設計部は5名体制であるが、2名しか設計作業をしておらず、残りの3名は雑務だけを行っている。 |
| | 金融業（支店長） | 取引先の様子 | ・取引先の建売業者ではインターネット経由の問い合わせが増え、9月よりも展示場への来場者数は2割程度増えたものの、購入の増加にはつながっていない。円高に関する報道や将来不安などから、購入時期を様子見する動きが広がっており、業況が悪くなっている。 |
| | 新聞販売店〔広告〕（店主） | 受注量や販売量の動き | ・経済的理由で購読を中止する読者や、購読料の回収が滞っている読者が増えているほか、折込広告も前年比で減少し続けている。 |
| | 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・食品の売行きに変化はないが、ファッション関連商品の売行きが良くない。 |

| | | | | |
|---------|--------------|-----------------------------|--|---|
| | | コピーサービス業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・大規模なイベントやセミナーが相次いだ影響で印刷物の作成依頼が増えたが、これは特定の業界の動きにとどまる。全体的には印刷の内製化が加速しており、総じて受注件数は減少傾向にある。一方、最近では熊の出没が頻繁に報じられているが、関連協会からは注意喚起のポスターや対策マニュアルなどの注文が入ってきている。 |
| | | その他非製造業 [機械器具卸] (経営者) | 取引先の様子 | ・引き合いや見積依頼が少なくなってきた。 |
| 悪くなっている | | 繊維工業（総務担当） | 取引先の様子 | ・取引先は催事販売が中心で集客には経費を掛けているものの、景品が目当ての来場が多く、販売につながっていない。 |
| | | 金属製品製造業（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・取引先に鋼材価格の値上げを求めたが、値上げ希望額の満額は認めてもらえない。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・今年に入って国内の営業成績はやや不調であるが、海外が好調であるため、売上全体としても好調が続いている。ただし、最近の円高で利益率が低下し、無視できない状況となっている。 |
| | | 不動産業（営業担当） | 取引先の様子 | ・当地域では、賃貸事務所や店舗、賃貸マンションの相場が相変わらず下がっている。東京方面への転勤はあっても、東京から入ってくる動きはない。 |
| | | 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 | ・取引先からの仕事の依頼が少ない。 |
| 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） | 求人数の動き | ・これまでは製造業務の求人増が目立っていたが、事務系業務も少し動きが出てきている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は前年を7か月連続で上回っており、増加幅も2か月連続で2けたとなっている。産業別にみてもほとんどの産業で増加となっている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は少しずつであるが増えており、6か月連続の増加となっている。特に、製造業での増加が目立っている。 |
| 変わらない | | 人材派遣会社（経営者） | 求人数の動き | ・例年、年末に向かって徐々に派遣依頼が増えてくるが、まだ動きは少ない。今国会で労働者派遣法の改正案が出るかは不透明なため、企業の間では派遣社員で一時的に対応する動きも出始めている。 |
| | | 人材派遣会社（役員） | 求人数の動き | ・多少の変化はあるものの、ここ3か月の求人数に大きな動きはない。経済情勢が不透明であるため、雇用意欲はかなり低下している感がある。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | 求人数の動き | ・今月に入り、年末商戦に向けての派遣依頼が増えてきている。依頼人数は前年よりも若干増えたものの、派遣期間を短縮するなど、人件費の抑制を図る企業が多い。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・求人は前年比で増加が続いているものの、全国展開のアパレル大手や中堅2社、ソフトウェア開発会社など、当地が本社の企業による他府県での求人が多い。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数が伸び悩み気味であるほか、相変わらずパート求人が半数を占めている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数は前年比で4割増と回復が続いているが、一般求人が2割増で、パート求人が8割増と、まだまだ本格的な回復には至っていない。また、製造業では一般、パート共に4割増となっている一方、建設業も6割増と改善が進んでいるものの、サービス業は一般が2割減、パートが4割増と、一般求人は弱い動きとなっている。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | 求人数の動き | ・3か月前と同じく、まだ働ける年代の日雇労働者が大量に生活保護へ移行したため、有効求人倍率は押し上げられている。ただし、求人数は底ばい状態のまま変化がない。 |
| | | 民間職業紹介機関（支社長） | 求人数の動き | ・4月以降、求人数は一定水準以上で推移しており、特に製造業からの求人が顕著に回復している。ただし、円高や株安といった不安要素も出てきている。 |
| | 学校[大学]（就職担当） | 採用者数の動き | ・中堅企業を中心に企業訪問を行っているが、採用については大変厳しい状況が続いている。 | |

| | | | |
|-----------|-----------------------|---------|---|
| やや悪くなっている | 人材派遣会社 (支店長) | 求人数の動き | ・派遣依頼の動き自体が鈍化しているほか、決まるまでに時間が掛かるなど、企業の間では人材の飽和状態が進んでいる。 |
| | 新聞社 [求人広告] (担当者) | それ以外 | ・新聞広告の動きに回復の兆しが全くない。特に、円高で関西の製造業は落ち込みが激しい。 |
| | 新聞社 [求人広告] (営業担当) | 求人数の動き | ・求人を行う企業や業種が固定しつつあり、中高年層を対象としたパート、アルバイト求人もかなり減少している。各企業は経営の維持を最優先に、年度末に備え始めている。 |
| | 民間職業紹介機関 (大学担当) | 採用者数の動き | ・来年3月卒の学生による就職活動は、例年よりも状況は依然として悪い。3月までに活動をあきらめる学生が増えそうで、実態としては発表されている数字に程遠い。 |
| | 民間職業紹介機関 (営業担当) | 求人数の動き | ・女性を中心に、新卒採用数が減少している。 |
| 悪くなっている | 学校 [大学] (就職担当) | 求職者数の動き | ・学内で実施する、4年生を対象とした企業説明会への参加企業が減少している。 |
| | - | - | - |