

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	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・18時以降の来客数が前年比で5%ほど増えており、弁当などの主食が売れている。
		家電量販店（経営者）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要により、単価の高い商品の購買意欲が高まり、販売量も増えている。
タクシー運転手		来客数の動き	・秋となり、京都では観光客が増加している。	
やや良く なっている	やや良く なっている	商店街（代表者）	単価の動き	・本格的な冬物商戦が始まり、1品単価や客単価が上がっている。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・今月は修理が売上の大部分を占めた。動きやすい季節になり、後回しになっていた時計の修理をする人が増えている。また、必要に迫られてという感じではあるが、目覚まし時計や腕時計にも動きが出てきており、全体的にはバランスの良い販売状況となっている。
	百貨店（売場主任）	単価の動き	・11月の入店客数は前年を下回ったものの、月後半の気温の低下により冬物衣料の販売が急増したほか、引き続き高額品の動きも良く、1品単価、客単価共に上昇している。	
	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・3月ごろから好調に推移していた外商顧客の売上について、8月には一服したようにみえたが、10月以降は再び堅調な動きに戻っている。特に高額な時計、絵画などの動きが良い。	
	百貨店（営業担当）	単価の動き	・富裕層顧客のほんの一握りが、超高額のブランド品や美術品を購入しており、全体の売上を押し上げているが、高額な商品を買う顧客数自体は減ってきている。	
	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・気温が低くなり、コートなどの防寒関連で単価の高い物がよく売れている。また、クリスマス商戦に向けて、20、30代がターゲットの宝飾品なども出足が好調である。	
	百貨店（店長）	来客数の動き	・特に、ここ数か月は店舗への来客数が前年よりも増加傾向にある。	
	百貨店（商品担当）	販売量の動き	・気温が低下するなか、婦人部門を中心にファッション関連の服飾、雑貨品が順調に動いている。食品表示問題の影響はあまり出ていない。	
	百貨店（マネージャー）	単価の動き	・高額品の時計の売上が前年比で31%増、家具、じゅうたんなどの耐久消費財が43%増と、好調に推移している。	
	スーパー（店長）	単価の動き	・久しぶりに来客数が増加し、単価も上がっている。	
	スーパー（店長）	単価の動き	・同じ品種のなかで、やや良い商品が売れる傾向が続いている。月前半は気温が高く、衣料品や寝具が苦戦したものの、月後半の冷え込みや高額商品の好調もあり、販売が一気に増えている。ただし、食品については価格に非常に敏感で、値上げが予想される品種では、特価品が爆発的な動きとなっている。	
	スーパー（店長）	お客様の様子	・11月は売上が前年並みにまで回復し、12月商戦に向けての季節商材の早期展開も堅調に推移している。おせち料理の予約状況も、ホテルなどの食品表示問題により、前年を上回っている。さらに、今年は家でおせち料理を作る動きを促し、関連商材の販売点数も上げていきたい。	
	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数はこれまで前年比で96～97%で推移していたが、今月は前年並みとなりそうである。	
	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・直近の売上は堅調である。野菜の相場高の影響もあるが、季節商品の動きも良く、全般的に上向いている印象がある。	
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・相変わらずプレミアム商品の売上が好調に推移しており、客単価を押し上げている。	
	衣料品専門店（営業・販売担当）	お客様の様子	・少しずつではあるが、客が欲しい物を購入するようになってきている。例年の5割増で、オーダーコートが売れている。	
	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・冬季ボーナス調査の回答結果から、景気回復の様子がみられる。また、パソコンの基本ソフトのメンテナンス終了に伴う、買換え需要が見込まれる。	
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・ここ数か月は新車が過去最高といえる勢いで売れている。この状態が続くかどうかは分からないが、景気はやや良くなっている。		

乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・東京と大阪でよく比較され、東京は景気が良いという話を聞くが、大阪では聞かれない。ただし、年末になると客の動きが違ってくるので、期待している。	
乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・今月も新型車の売行きが好調である一方、サービス売上はやや低迷している。	
乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・消費税増税前に購入を検討する客が増加している。	
乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・消費税増税の駆け込み需要が始まっているほか、新型車の発売効果で、受注台数は前年比で125%となっている。また、中間決算月の9月と比べても110%と好調である。	
住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・気に入れば買うという客の購買意欲に、力強さを感じるが増えてきている。	
住関連専門店 (店員)	販売量の動き	・消費税増税の決定で住宅の着工件数が増えており、家具を新規購入する客が多い。	
その他専門店 [医薬品](経営者)	お客様の様子	・季節や気候にもよるが、単価が少し高くても、良い物を購入する傾向を感じる。	
高級レストラン (支配人)	販売量の動き	・季節変動により販売量はやや多くなっているが、来客数は目標値に届いていない。	
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・季節変動が大きな業種であるが、秋を迎えて昨年の水準と比較すると、良くなっている。	
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・予約人数が増え、単価も上がっている。	
観光型旅館(団体役員)	来客数の動き	・昨年10月から順調に、前年比で宿泊客は増加している。10月は週末の大きな台風で結果的には減少したが、受注ペースとしては前年を上回っている。	
タクシー運転手	お客様の様子	・遠距離、近距離を問わず、客の乗車機会は間違いなく増加傾向にあり、流し営業での苦労が少なくなっている。	
タクシー運転手	それ以外	・街を走るトラックの数が増加している。	
通信会社(経営者)	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要により、建築、建設関係の景況感がアップしている。	
ゴルフ場(支配人)	単価の動き	・単価の動きが前年比で改善してきている。	
その他レジャー施設 [イベントホール](職員)	お客様の様子	・韓流タレントのコンサートは一時期低迷したが、ここへきて以前のように復活してきている。関連グッズも品切れになるほどよく売れ、終演後は近隣のレストランも満員になっている。	
その他サービス [保険代理店](経営者)	お客様の様子	・建築業界や運送業界の経営者の話では、アベノミクスの効果によるものか、荷物量の増加や大工の不足が始まっている。ブランドも一流、二流にかかわらず、販売好調である。	
住宅販売会社 (経営者)	競争相手の様子	・新規マンションの供給は好調で、流通在庫も減少しているなど、やや上向き傾向となっている。	
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・オフィスのテナント動向について、立地の改善など、前向きな理由による移転を検討する企業が増えている。	
変わらない	商店街(代表者)	販売量の動き	・オーパーストアによる競合の激化で、客単価の下落が続いている。
	一般小売店[珈琲](経営者)	それ以外	・消費税増税が決まってから、不動産や高額商品の売上が増えている。また、オリンピック特需が始まっているとも聞いている。ただし、当業界ではほとんど動きがないのが実情である。
	一般小売店[精肉](管理担当)	それ以外	・景気が多少は良くなっていると感じるが、具体的な動きを確認することはできない。周囲の話や雰囲気だけが前向きに聞こえてくる。今後はホテルを中心とした食品表示問題により、何らかの影響があるかもしれないが、逆に本来あるべき姿に戻ることで、メリットにつながる可能性がある。
	一般小売店[鮮魚](営業担当)	販売量の動き	・販売量はここ数か月変化がなく、売上もほぼ横ばいという状況である。
	一般小売店[衣服](経営者)	お客様の様子	・今月になっても売上が悪い。良くなることはなく、状況に変化はない。
	一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・消費税増税を前に、マスコミなどで駆け込み需要の話題が出ているが、今のところはそのような動きがあるとは感じられない。
	一般小売店 [花](店長)	単価の動き	・商品の価格が猛暑の影響で10月から高騰しており、販売量が伸び悩んでいる。

一般小売店〔野菜〕(店長)	お客様の様子	・もうすぐ年末だというのに、飲食関係が悪過ぎる。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・お歳暮のギフト需要や寒波の到来による防寒商品などは、前年に比べて好調ではあるものの、依然として消費者の財布のひもは固い。
百貨店(売場主任)	来客数の動き	・月によって売れ筋商品が異なり、今までと同様に限定品や高付加価値の商品に購入が集中している。例えば、輸入ブランドのハンドバックや腕時計などは良いが、消耗品や価値の低い商品は動かない。今は特にスイーツに注目している。
百貨店(売場主任)	来客数の動き	・直近では衣料品の売上が前年を上回り、客単価も上昇しているが、来客数は減少を続けている。一部の高額所得者は購買意欲が高いが、多くの客は先行きの不安で買い控えているようである。
百貨店(企画担当)	お客様の様子	・入店客数は伸びているものの、買上げる客の数が伸び悩んでいる。月後半の週末に雨が降ったこともあるが、買い控え傾向にあるように感じる。
百貨店(営業担当)	来客数の動き	・ギフト商戦の動きが鈍い。食品表示問題発覚以降、おせち料理や歳暮の動きが振るわない。一方、婦人衣料関連の動きはまずまずである。
百貨店(外商担当)	販売量の動き	・以前と同様に、時計を中心とした宝飾品が好調を維持している。ここ半年ほどは、売上も前年比プラス10%で推移している。
百貨店(サービス担当)	お客様の様子	・今月は食品表示問題で、おせち料理を中心に食料品全体が苦戦している。業界や政府機関が消費者に明確な基準を早急に示すことで、消費者からの信頼を回復することができる。
百貨店(販促担当)	来客数の動き	・気温が下がり、本格的な冬模様になってきたことで、防寒衣料の動きが活発になっている。ただし、来客数は前年並みで増えていない。消費税増税や株高などで高額品の動きは堅調であるが、日用品は引き続き手堅い購買行動が続いている。
百貨店(服飾品担当)	お客様の様子	・ブライダル関連商材が好調に推移しているが、消費税増税前の駆け込み需要で動きが出てきていると思われる。また、高額のアクセサリー商材にも需要があり、セレモニーでのニーズが高いパールのネックレスや、ダイヤモンド関連の商材にも動きがみられる。一方、ファッション関連の需要は、気温の低下とともにやや動きが出てきたものの、大きな勢いは感じられない。
百貨店(売場マネージャー)	販売量の動き	・ファッション関連では、気温の変化もあって先月よりは上向いている。宝飾品や時計なども依然として好調に推移している。顧客層では、ミセスやアダルト層が動いている一方、OL、キャリア層の動きが少し鈍い。
百貨店(売場マネージャー)	販売量の動き	・気温が下がっても、なかなか売上や買上点数の増加につながらないなど、財布のひもは固い。ただし、近隣の店では高額品の商談も出ており、店によって状況に差がある。
スーパー(経営者)	お客様の様子	・競合店が多いので、その日のチラシがどこに入るかによって、客が目まぐるしく動いている。
スーパー(店長)	販売量の動き	・今月は、食料品や雑貨などの生活必需品は昨年並みの動きで安定している。ただし、季節商材の動きは、衣料品が本格化してこない一方、寝具や家電といった暖房関連は活発な動きをみせており、明暗が分かれている。
スーパー(店長)	来客数の動き	・依然として来客数は減少傾向が続き、良い状況とはいえないのが現状である。
スーパー(広報担当)	お客様の様子	・一部の耐久消費財では、消費税増税前の駆け込み需要や、省エネ商品への買換え需要で売上が増加しているものの、日常生活での必需品については、節約志向が依然として強い。
スーパー(社員)	来客数の動き	・これまで給与や年金の支給日に合わせた売出しは来客数も多く、大きな売上を確保していたが、イベント日の来客数が多くの店舗で前年よりもやや減少している。
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、平均単価が下がっている。来客数は昨年を上回る動きが出てきているが、商品の平均単価が下がっている分、買上金額が昨年の水準に届いていない。

コンビニ（店長）	お客様の様子	・テレビなどで話題になった商品や、新商品が売れるところを見ると、今までどおり景気は悪くないように感じるが、売上が伸びているわけではないため、景気は横ばいのように感じられる。
コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・先月と比べても、来客数に大きな変化はない。世間は、紅葉からクリスマス、年末という段階に進んでいる。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・11月に入り、例年以上の寒さとなったため、10月の落ち込み分をある程度カバーすることができている。
家電量販店（店員）	お客様の様子	・消費税増税の決定による影響は少なく、金額で選ぶ傾向はいまだに変わらない。できるだけ安くという買い方である。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・新型車の発表が近く、客の反応もあるが、一部の客に限られている。
その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・最近では株式等の投資で収入のある客は相変わらず来店するが、一般のサラリーマンの来店は増えておらず、二極化が進んでいる。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・販売量は前年と変化がない。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・消費税増税を意識して購入を考えている消費者はまだ少ない。
一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・飲食業界はあまり良いうわさが聞かれないが、新規開店しても数か月のうちに閉店となるケースがよくみられる。物販や飲食の個人商店は手軽に開業しやすいが、資金力や集客力、継続力がなければすぐに閉店に追い込まれる。そういった状況をみると、業界への景気回復による恩恵はまだ少ない。
一般レストラン（経営者）	単価の動き	・秋から料金設定を変更し、実質的な値上げを行ったが、客単価はもちろん、来客数も減少することなく推移している。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・関西地区全体では来客数の前年比はプラスであるが、全国と比較すると低い水準で推移している。特に、大阪市内は前年を割り込んでおり、全席禁煙としたことが逆風となっている。ただし、現状では一時的な動きと考えている。
一般レストラン（店員）	来客数の動き	・異動が増える時期となったため、客層が少し変化している。
一般レストラン（経理担当）	来客数の動き	・法人などの宴会受注は好調であるが、個人客の数は週によって差がある。
スナック（経営者）	来客数の動き	・今月は大幅な赤字である。常連客が少し来店したぐらいで、グループや団体客の動きは全くない。
その他飲食【コーヒーショップ】（店長）	来客数の動き	・9、10月と天候の影響で客足が鈍っていたが、11月はほぼ前年並みの来客数となっている。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・予約が多く入っており好調に見えるが、仮予約後のキャンセルも多く、あまり変わっていない。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・11月も引き続き、来客数の動きは好調であった。元々年間で一番の繁忙期であり、大幅な上積みはなかったものの、前年よりも電話での問い合わせやインターネットのアクセス数が増えている。
都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・客室稼働率は依然として高水準で推移しており、宴会の獲得件数も増えている。
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・宿泊部門は海外からの観光客が依然として好調に推移しており、前年を大きく上回っているが、宴会、食堂部門は総じて良くなっていない。特に、食堂部門の高額店舗と宴会を含めた法人利用が低迷している。
都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・客室部門は、海外のオンライン旅行代理店からの予約が好調で、稼働率、室単価共に前年を上回り、売上も前年比で115%となっている。レストランも、宿泊客の増加で朝食の利用が増え、昼食もバイキングが堅調に推移している。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・年末年始の日並びが良く、海外旅行の予約が増加している。そのおかげで、例年ほどキャンセル待ちに動きがなく、予約の上乗せができない。好調の国内旅行は関東のテーマパークの予約がなかなか取れず、予約が伸びていない。一方、玉造温泉は満室状態が続いている。

旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・年末年始の日並びの良さで、旅行に行こうという意欲は高まっているが、現状は複数の予約を入れた客や、取りあえず申し込んでいた客からのキャンセルが目立つ。ただし、予算が厳しいことによるキャンセルは少なく、景気が悪くなっているという客は少ない。	
タクシー運転手	単価の動き	・今のところ、顕著な変化は見受けられない。これから寒くなってくると、雨の日などは客が動くものの、それ以外は必要最小限の利用が続く。	
通信会社（社員）	販売量の動き	・今年に入ってから販売状況は好調が続いている。ただし、3か月前との比較では、それほど変わっていない。	
通信会社（社員）	単価の動き	・販売台数としては前年を上回っているが、1台当たりの粗利率が低いため、収支は厳しい状態が続いている。	
パチンコ店（店員）	来客数の動き	・長時間滞在する客が増えている。	
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・天候要因もあるため見極めが難しいものの、観光における人の動きは特に変わらない。特に、海外からの観光客の動きは堅調である。	
美容室（店員）	単価の動き	・全体的に平均すると変わらない。先月が良かったので今月は落ち着いているが、単価はパーマやカラーが減ってカットのみとなることで低下したり、次月に来店を延ばすといった傾向がみられる。	
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	・レンタル売上は順調に推移しているが、CD販売がタイトル不足もあって悪く、売上全体は前年をぎりぎりクリアしている状況である。	
住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・9月の消費税増税に伴う駆け込み需要の反動が出ているが、9、10月を合わせると前年並みとなっている。	
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）	お客様の様子	・景気が良いといわれているが、あまり変わらないように感じる。現に、不動産の取引件数はあまり変わらない。	
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要で、9月までは新築マンションのモデルルームへの来場者数が増加傾向にあった。10月以降の冷え込みが心配されたものの、それほど大きな減少はみられず、引き続き購入意欲は高い。ただし、コストアップにより価格が上がった物件については、販売が厳しくなり始めている様子である。	
やや悪くなっている	一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・今年11月現在と8月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は11月が92.1%で、8月が86.1%、関東は11月が98.0%で、8月が95.2%、中部は11月が92.0%で、8月が96.3%、中国は11月が93.1%で、8月が93.9%となり、各地区合計は11月が93.3%で、8月が90.4%である。11月に入っても状況はあまり変わらず、依然として関西が悪い状態が続いている。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は前年実績を上回っているものの、目標は達成できていない。特選紳士服、コートなどの高額品や、パーゲン商品など低価格品の動きは良いが、価格の二極化傾向で、中心価格帯の定価品の動きは決して良いとはいえない。大多数の客は、消費に対する姿勢が更に慎重となっている。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・当店は食料品が売上の半分を占めるが、食品表示問題によって売上が前年比で2%ぐらい減少している。9月が良くて、10月が厳しく、11月は更に厳しくなっている。ただし、ギフトやおせち料理、カシミア関連商品については良い動きがみられる。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・食品の購買客数が減少したままで、衣料品の苦戦も続いている。家電関連のみが大きく伸びている。
	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・秋冬物の婦人服は単価の安い物を中心に動いている。客は先物買いをせず、セール待ちをしている。
	乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・1台当たりの粗利率が下がってきている。アベノミクス効果は一般家庭にまで波及していない。

	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・主要道路の通行止めが月下旬まで続いたため、レジャーや観光客の足が遠のき、日帰り入湯客は前年比で80%減、3か月前の約30%という利用状況となっている。景気の判断が難しい状況のなか、客単価も15%低下している。	
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊はビジネス、観光共に、客数の好調を維持しているが、単価は予想したほど伸びていない。特に、宴会部門の落ち込みが大きいなど、法人の利用が少ない。定例の会合は何とか続いているが、新規会合の動きが悪い。レストランも個人客の利用は堅調であるが、グループの利用が極端に悪く、売上全体では前年を割り込んでいる。	
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・季節的な影響が大きいものの、紅葉の季節の外出はやはり景勝地が多いため、娯楽、レジャー産業は苦戦している。	
	競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は8,869円と、3か月前の9,280円よりも下がっている。	
	美容室（店長）	来客数の動き	・半額のキャンペーンサービスには客が集まるが、その後はほとんど定着しない。	
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・9月末までは消費税率が5%で契約可能であったことから、非常に順調に推移していた。10月以降は、来年4月以降の引き渡し物件は消費税率が8%となるため、来客数が減少している。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・11月の住宅展示場への来場数は、10月ほどの落ち込みはないが、前年比で2割減となっている。	
	悪くなっている	コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数が激減している。主力商品の売上も落ち、かなり厳しい状況にある。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食店の来客数は天候によって左右されるが、今月は急に寒くなったこともあり、夜の来客数が少ない。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の駆け込み需要がなくなってきて、不動産の売買件数が激減している。
企業動向関連 (近畿)	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	・受注量は10月よりも5%減少したが、前年比では12%増加している。
	やや良くなっている	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・産地の大手企業からの大口受注もあり、繁忙期とも重なって、加工は需給がひっ迫した状態である。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売先の地域差は大きいですが、関西に限っていえば非常に良くなってきている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・土木建築、自動車関連を中心に、荷動きが良くなってきている。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・例年はマンション躯体工事が減少する時期であるが、消費税の増税による影響で、例年にないほどの工事量となっている。東日本大震災の復興工事に伴う資材不足、人材不足の影響で、予定していた見積金額よりも工事費が高くなっており、利益率が低下している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東アジアや東南アジアの市場でも価格競争が激しくなり、今年はかなり低調な動きとなっている。ただし、その反動がようやく10月ごろから出てきたようで、11月は好調に推移し、来月もまだ続きそうである。為替も円安水準で安定しているため、その恩恵が続いている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・マンション関連のオプション出荷が好調を維持している。また、省エネ関連商品への取替え需要も好調である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・引き合いが増えており、受注も少しであるが上向いている。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・近隣の同業者や下請業者の多くは忙しそうである。職種によっては、職人不足で年内は注文を受けられない状態である。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・単価の高い大型家具が売れている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・不動産関係や車のチラシが増えており、クリスマスや年末に向けての広告が入り始めている。
		コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・安価なサービスの利用が比較的好調である。大きく増加することはないが、堅調に販売量が伸びている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・流通量が以前よりも増加している。

変わらない

食料品製造業 (経理担当)	それ以外	・食品表示問題がクローズアップされた影響が、天候不順の影響かは分からないが、活気がみられない。	
食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・気温の低下に伴い、飲料水の販売が少しずつ減少している。	
パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・季節的要因を考慮すると、変化は少ない。	
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	・一般企業からの受注量が好調ではなく、季節的に良くなる年末関連の業績も上がってこない。市場からは先行き不透明感が感じられる。来年の年度末に向けた作業は始まっているが、学校関係が主体で、そのほかの業界では活発とはいえない。	
一般機械器具製 造業(設計担 当)	受注価格や販売 価格の動き	・受注量に関しては安定してきているが、価格が抑制され続けている。	
電気機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・製造業は円安になったといっても、以前のように大きな好影響があるわけではない。	
輸送用機械器具 製造業(経理担 当)	受注量や販売量 の動き	・国内の動向が、消費税増税、設備投資減税の見通しを含めて不透明である。	
その他製造業 [事務用品] (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・年末に向けての受注に変化がない。	
建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・消費税増税前の駆け込み需要と、景気浮揚に伴う土地取引の増加によって、土壌汚染調査の依頼が多くなっている。	
建設業(経営 者)	取引先の様子	・消費税増税の関係で3月末に終了する工事が過剰気味であり、ここへきて職人の確保がより困難になってきている。仕事はあっても職人不足で受注できない工事もある。官庁関係の工事でも、入札不調となるケースが多くなってきている。	
輸送業(営業所 長)	受注価格や販売 価格の動き	・新規案件は増えてきているが、料金単価が厳しく、時間をかけて精査しなければならない案件が多い。	
通信業(管理担 当)	それ以外	・諸物価が若干高めとなっている。	
金融業(営業担 当)	競争相手の様子	・景気回復に時間がかかり、同業者間での値引き競争が激しい。	
不動産業(営業 担当)	取引先の様子	・相変わらず神戸から事業所が撤退していき、事務所のニーズが減少している。また、従業員の社宅や寮も減ってきている。それに伴って事務所や住宅の賃料も下がっている。	
広告代理店(営 業担当)	受注量や販売量 の動き	・下期に入ったが、大きく変化した要素が広告業界ではみられない。	
経営コンサル タ	それ以外	・あまり関係はないが、10~11月は各地でまちづくり関係のイベントが増える。最近はマーケットやバザーなどの名称で、臨時の特設会場で手作り雑貨やこだわり商品を販売するイベントも多い。これらのイベントにはかなり多くの来場者が訪れ、その数は年々増えている。ただし、1店当たりの売上はあまり伸びていないのが現状である。	
経営コンサル タ	受注量や販売量 の動き	・顧客は関西のメーカーや流通業者が多く、大手電機メーカーなどの回復が遅れている。	
その他サービス [自動車修理] (経営者)	競争相手の様子	・今年も終わりであるが、忙しくならない。	
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	・来年4月の消費税率アップを意識してか、高額商品の需要は目立っているが、駅ナカ店舗で扱うような低価格の日用品は、その反動もあって全体的に客単価の低下が目立つ。特に、雑貨店、衣料品店の客単価の低下が顕著である。	
その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	取引先の様子	・まだまだ設備投資に関する見積依頼が少なく、受注状況も変わっていない。	
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	・大きな動きではないが、徐々に売上が悪化してきている。気温の差が日によってかなりあるほか、野菜の高騰などもあり、当社の製品の使用量にも影響している。

	繊維工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・消費税増税の決定で注文が前倒しとなっているのは、日常的に必要な物や、住宅などの大きな買物に偏っている。それ以外は増税の影響で、すべてではないものの、買い控えのムードが広がっている。問屋からの注文が前年比で2割減少したため、現場まで売り込みに行き、何とか販売数量を確保している状態である。	
	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の投資計画が大きく変化し、投資の実施が遅れている。このため、当社を取り巻く環境は悪化しており、景況感は良くない。	
	輸送業（商品管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・お歳暮の時期に入って売上は増加しているものの、全体の状況は悪い。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今年前半の広告出稿の申込量は前年を大きく上回っていたが、今月になって前年を割るケースも出てきている。	
	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	・住宅関連の仕事が止まり、自動車関連の仕事のみの稼働となっている。
雇用 関連 (近畿)	良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は74か月ぶりに7万人台まで増加しており、主要産業別でもほとんどの産業が前年を上回っている。また、今まで弱い動きであった製造業も、4か月連続して前年を上回っている。
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・予想どおり、求人関係は業種を問わず多くの依頼が出てきている。ここへきて年度末にかけての市町村や公共事業、特に医療・福祉関連の需要が多くなってきている。この流れは毎年のものであるが、今年はその勢いが例年より強く感じる。そのため、求人募集が増えても相変わらずの人材不足であり、派遣業界の好調につながることはないが、雰囲気は明るい。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・年末に向けて季節的な短期派遣が増えてくることはもちろん、例年に比べて長期派遣も増えつつある。周辺企業でも募集が増えてきていることから、やや良くなっている。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・これまで案件のなかった企業からの正社員採用や、様々な職種の案件が増えているように感じる。
		アウトソーシング企業（社員）	雇用形態の様子	・人手は増えていないが、求人条件は良くなっている。
		アウトソーシング企業（営業担当）	周辺企業の様子	・顧客企業からの注文量が増えてきている。自社の求人や採用にはまだ影響は出ていないが、採用難易度が高くなっていることは感じている。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・当社の取り扱う求人広告に、やや持ち直しの動きがみられる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は変わらず堅調に増加している。一方で新規求職者数は大幅に減少しており、当所における有効求人倍率は、前年よりも0.2ポイント、前月よりも0.1ポイント上昇し、2008年3月以来、5年半ぶりに1倍を超える高水準となっている。
		民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・人物本位の厳選した採用ではあるが、企業の採用意欲は上がってきている。後はマッチングが問題である。
		学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・医療機関などに求人開拓の訪問を行っているが、今までよりも活気が感じられるようになっている。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・3か月前と同様に求人数の伸びは堅調であるが、派遣市場は完全な売手市場で人出不足に陥っており、売上の増加には結びついていない。
		人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・期間の定めがない業務など、長期安定志向の求職者が多い点は変わらず、期間限定業務への不安や抵抗感が強い。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	求人数の動き	・店舗の縮小や人員の整理といったコスト削減の動きをよく目にする。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・新聞への広告出稿量を見ると、良くなってもおらず、悪くなってもいない。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の動きをみていると、不動産業界が若干であるが増え始めている。ただし、旅行、百貨店、流通業界が前年割れで、全体ではほぼ変わらない。	
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業を対象に景況アンケートを行い、集計中であるが、大半の事業所が変わらないとの回答である。	



	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は、医療・福祉、卸売・小売業からの求人は引き続き増加している。しかし、製造業の求人は3か月ぶりに、前年よりも12%減少している。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求人数が増加傾向にあるため、景気が上向いている感覚はあるが、3か月前と比較しても大きな変化はみられない。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・日雇いの求人数（建設部門が中心）だけを見ると、景気は良いと感じるが、賃金の回復が伴っていないため、そこまでは言い切れない。
	民間職業紹介機関（支社長）	採用者数の動き	・採用者数は増えているが、業種によって企業の採用意欲が異なる。
	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・企業の採用担当者からの話を聞くと、求人を継続しているのは、業績が上向いているからではなく、将来への投資（人材の育成）のためという意見が多い。
やや悪くなっている	-	-	-
悪くなっている	-	-	-