

7. 近畿（地域別調査機関：（株）大和銀総合研究所）

（-：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	通信会社（経営者） 通信会社（社員）	それ以外 販売量の動き	・アウトソーシングが進んでいるのか、少額ながら新規の受注が増えている。 ・新商品がある程度出そろい、またその機能の充実により、ある程度の価格をつけても売れている。
	変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・販売量の動きが非常に悪く、必要以外の物は買わないという傾向が強い。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	それ以外	・ショッピングセンターの中で倒産、退店が多く、イベントを行ってもその雰囲気の影響して盛り上がり水を差すような状況で、集客にも影響を及ぼしている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・低価格のカジュアルウェアは順調に売れたが、このところ気温が高かったため秋物の売上は悪くなっている。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	販売量の動き	・相変わらず一般客の買上も少ないが、当店では特に飲食店関係からの注文が極端に減少しており、状況は引続き非常に悪い。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・夏以降、宝飾、時計などの高額品の売上にも陰りがみられている。購買に至るまでの時間が従来よりも長く、決定率も低下している。不要不急の商品には買い控え意識が更に強まっている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・高額品については相変わらず需要が乏しい。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・秋、冬商材をいち早く広告媒体に載せたが、気温の高い日が続いたせいとそれほど売れていない。
		家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・客の店内での滞留時間が短い。目的意識、購入意欲のない客がダイレクトメールの記念品をもらいには来るが、その後店に残って興味のある商品を見たり、場合によっては購入するという流れが全くない。
		旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・海外の来客数、客単価とも若干改善しているが、国内の冬商材の動きが遅く、国内の近場利用の間際申込で、来客数、客単価ともに低迷している。
		旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・例年、年末年始であれば予算はいくらでもいいという客が多かったが、今年は、特別な時期でも予算が明確であり、無理ならば行かないという厳しい状況にある。
		タクシー運転手	お客様の様子	・客の乗車回数が減少し、遠距離客が減少している。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・新製品が矢継ぎ早に投入されているが、短期間しか効果がみられない。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンであるが、昨年と比べ団体客が大幅に減少している。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	競争相手の様子	・この業界の厳しい環境のもと、いくつかの類似施設では積極的に営業をかけているようである。使用料金等についてかなり幅を持って融通を利かせていると聞いている。それでもかなりきついようである。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・中間決算での指数がマイナスを示しているクライアントが多く、下期の投資を控えている。	
	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・総じて来場者数は伸び悩んでいる。希少性が高く高額な住宅については相応の来場があるが、契約にはなかなか至らない。	
	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	・景気の先行きが暗く、客は値下がりを見越したような買い方である。商品の正札を見ながらこれは何%引きですかと質問されるような状態になっている。気温が急に低くなり、冬の商品が欲しい割に値下がりを待っている様子である。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・景気の影響だけでなく、気候が温暖だったこともあり、特にミセス層の財布のひもが固く、秋冬物は全く動いていない。

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
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・買いたい物があっても必要になるまでじっくり下見して、衝動買いは単価の低い物、多少品質は悪くても諦められる物にとどめておく。 ・特に今年は気温が高い日が長く続き、コートの需要が感じられるのに売れないという現状である。（1か月半は購買時期が後ろへシフトしている）
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・ミセスの高価格商品の買上率が気温が下がっても増加しない。景気の影響が大きい。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・宝飾品の売上数量は減少し、単価は極端に低くなっている。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・水産、農産物の主力品種の相場上昇から一品単価の低下は落ち着いているが、9月中旬頃から買上点数が前年比5%程度減少している。特に、加工食品や日用雑貨類が顕著であり、チラシ等の目玉品のみが動いている。
		スーパー（経営者）	競争相手の様子	・最近特にチラシや販売合戦が激しくなり、常識を超えた信じられないような低い価格でチラシをうったり、販売したりされており、それに対抗していかねばならない厳しい状況である。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・商品の供給は十分であると思えるが、価格面での訴求が多いのか、品質の高い物が少なく、消費者からみて目新しさに欠け、購入選択の動機に結びついていない。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・公共事業の減少に伴う、関係者の来客減少が目立っている
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・周辺のコンビニ店数店が99円ショップに業態転換しており、客単価の低下に伴って、多少そちらへ購買層が流れている。
		コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・季節的に減少するシーズンであるが、近隣に競争相手が増えたため、1割ほど打撃を被っている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・シーズンインしているが、DMの効果もなく来客数の減少が続いている。優良な企業のオーナーは来店するもののその数が限られている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客の買い方では、ある程度の金額を買っていた客が金額を多少落としていたり、3枚買っていたところを2枚にという傾向がみられる。
		衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・高額商品を購入する客層は例年どおりの動きであるが、やはり引き続きサラリーマン層が激減している感がある。イベントを企画しても反応が薄い。
		衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・趣味性の強い、高額な時計やじゅうたん、宝石等に関しては、単価は下がっているものの、前年をクリアしている。その他のものは売れておらず、自分の好きな物しか買わない傾向がみられる。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・こここのところ気温が高かった影響もあるが、冬のボーナスをにらんでの動きがあるとみられ、ここ最近の来客数は減少している。
		家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・前年を上回っているのはDVDとパソコン関連に過ぎない。今まで堅調であったテレビも販売数量は前年を下回っている。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・固定客は来店しているが、フリーの客がかなり減少している。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・本来冬物商品の動く時期であるが、来客数、成約率ともに低迷している。特に、新規開店の動きが見られず、販売は既存店のメニュー変更関連商品に限られている。 ・商店街への来客数は激減しており、店頭での販売低迷は、特にひどい状況にある。客の話では、たとえ当社扱い商品への需要があっても、中古品、100円ショップ等で手に入る商品にシフトしている様である。
		一般レストラン（スタッフ）	単価の動き	・質より量、また低価格の商品に人気があり、全体的な客単価の低下につながっている。
		都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・宿泊、飲食、宴会各部門とも前年同月と比べ売上が減少し、特に企業の会議、宴会が減少している。来館者の飲食部門への客足も減少し、単価は依然として低下傾向にある。

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	
		都市型ホテル (副総支配人)	販売量の動き	・宿泊単価が低下するのに伴い稼働率が低下している。レストランは来客数が1割強減少している。婚礼の件数についてはまずまずであるが、一般宴会は、件数は順調であるが、単価は低下している。	
		タクシー運転手	お客様の様子	・京都市内は秋で客もみられるが、歩いたり、公共交通機関を利用する人が多い。	
		通信会社(経営者)	お客様の様子	・開発費の1か月当たり単価の値下げ要求がでている。	
		競輪場(職員)	来客数の動き	・競輪ファンの高齢化が進むなか、若年層の新規ファンがごく僅かで新陳代謝が進んでいないことが来客数の減少を招き、売上げを減少させている。	
		美容室(経営者)	来客数の動き	・パーマ、カラー等の質は落とさたくないで単価は低下していないが、回数は減少して売上は伸びていない。	
		美容室(店長)	来客数の動き	・不況から、生活費とくに美容関係の費用が引き締められる傾向が強くなっている。来店周期が長くなるなどの現象が顕著にみられる。	
		その他住宅[情報誌](編集者)	お客様の様子	・新築マンションの供給は依然活発ながら、販売在庫が相当数蓄積されている。首都圏では反発が見られる中古住宅相場の下落が関西圏では依然継続している。総じて不動産マーケットがやや冷めてきている気配がある。	
		悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・商店街の販促催しを行っても、効果がない。
			一般小売店[食料品](経営者)	販売量の動き	・セール等を行っても、客が以前のようにまとめ買いをすることがなくなっている。本当に必要な量しか買っていない。客は価格の安さによってもなかなか動かなくなっている。
			百貨店(売場主任)	お客様の様子	・売場客としては中小企業の客が中心を占めていたが、現状では減少傾向である。
衣料品専門店(経営者)	販売量の動き		・秋冬物のシーズンの真っ最中にも関わらず、実用品に関しては全く購買意欲がなく、商品が動かない。		
乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き		・販売台数の月々の差が激しく、車種についてもセダークラスはあまり売れず、1BOXなど8人乗りのクラスが圧倒的に多く、価格は200万から250万の車種が多い。支払いについてもローン会社などは通さず、現金の支払いがほとんどである。		
その他専門店[宝石](経営者)	単価の動き		・毎月セール、売出しを行っているが、この2か月間テレビのスポット広告を止めて新聞のみに広告活動を絞ったところ、全くレスポンスがない。		
都市型ホテル(経営者)	販売量の動き		・客の予算、ニーズに合わせ、低単価帯の商品等も販売している。来客数は一時的に増加するが、販売金額そのものが上がらず、3か月前より今の方が悪くなっている。		
都市型ホテル(スタッフ)	競争相手の様子		・大阪駅周辺のホテルでは、高級シティホテルを中心にインターネットサイトでの単価が大幅に下落している。単価を抑えても集客がままならない状況である。		
旅行代理店(店長)	販売量の動き		・10月に入り国内、海外旅行とも受注状況がよくない状況にあり、来客数も平日、土日とも2、3か月前と比べて減少傾向にある。特に海外旅行のOL層の動きが悪い。		
住宅販売会社(従業員)	来客数の動き		・例年10月の秋商戦はマンション販売が好調に推移する時期だが、今年は各物件ともマンションギャラリーへの来場者数が激減している。この時期にマンション検討客が動かないのは非常に深刻な問題である。		
企業動向関連	良くなっている	-	-	-	
	やや良くなっている	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・当業界は繁忙期に入るが、見積り依頼、受注が増加してきている。これには、同業他社の廃業や職人の離職等による、需要不足という原因も考えられる。 ・公共工事の中身が下水道工事等から電線類地中化などへと変化しているが、このような供給内容の変化に対応してきているのが奏功しているようである。	

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
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・8月に引き続き、9月に入っても、電機関係等の客の受注量は前年実績を上回っている。 ・これまで低調であった住宅関連の大口客について、単価はかなり下がってはいるものの、受注量はやや上向き始めている。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・宅配貨物、商流貨物ともに貨物量の若干の増加がみられる。
		コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・元来受注量が増える月ではあるが、久しぶりの前年実績110%クリアとなっている。業種によって明暗を分けた感があり、製菓、旅行業は前年の140%近い受注量となっている。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販促用景品として、まとまった数量の注文があるが、販売量の動きが悪いという理由で途中キャンセルが多い。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・同業者の倒産、廃業により供給はかなり絞られてきているが、まだまだ建築需要が落込んでおり、生き残り競争は続いている。
		一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・今月大きな受注はなかったが、取引先の設備投資的な引合いは活発である。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・引合いが多少増加しつつあるが、コスト面での競争、予算調整等により、受注までにかかなり時間がかかっている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・戸建分譲においてはチラシを大量に入れても集客力が非常に悪く、契約に至る確率が非常に低い。
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・依然、マンション用地、建売住宅用地の取得意欲がおう盛であるものの、価格面がシビアである。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・店頭での販売不振による売価引下げ、仕入原価引下げによる小売店の利益確保傾向が顕著で、全体として数量は出ているものの売上金額が減少する流れが一般化している。
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	・秋口に入り、食品関係は売れる時期に入るが、気候の影響もあってか動きは鈍い。価格の値下げ等の要因もあるが、全体的な購買意欲の低下が大きく起因している。	
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・当産地は需要期にあるが、受注量が増えていない。受注への見込み生産により資金繰りは悪化しており、景況感はずっと悪くなっている。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今まで減ることのなかった定番商品の、受注量及び販売量が減少してきている。	
	金融業（支店長）	取引先の様子	・取引先との話の中で、契約の期日が延期になることが多い反面、納期までの期間が短縮し、非効率な運営を余儀なくされていることが多いという話をよく聞く。	
悪くなっている	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・コンサルタントやシンクタンク等の業界では、行政からの受注や補助金を利用した受託が多いが、こと商業、流通関係においては、そのような案件が激減している。受注価格も個人営業でしか受けられないレベル、もしくは、採算が全く取れないレベルであり、個人や大手が採算を度外視した受注競争を行っている。	
雇用関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	求人情報誌製作会社（編集者） 職業安定所（職員）	求人数の動き 求人数の動き	・自動車、半導体、家電の白物の製造が増加傾向にあり、求人も増加している。 ・当地域において卸、小売、飲食業、サービス業で新規求人が大幅に伸び、有効求人数が平成9年4月以来の高い数値となっている。有効求人倍率も5月以降前月を上回って推移している。
変わらない	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・雇用形態の一環として、企業の人事採用担当者は、必要な人員についても派遣、パートを採用する動きが活発化している。	
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・依然として新規求職者数は前年比で増加傾向を示している。うち、事業主都合による離職者についても、増加傾向に変わりはない。自営業者からの求職も多く見受けられる。	

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
		学校 [ 大学 ] ( 就職担当 )	周辺企業の様子	・経営改善に伴い、企業の採用担当者は最少人数で対応している。また、採用人事以外の業務も兼務することが多い。
	やや悪くなっている	人材派遣会社 ( 社員 )	求人数の動き	・従来であれば年末にかけて増加傾向にある求人数が減少傾向にある。 ・業界における価格競争の激化によって専門業務を除く料金体系が低価格化し、収益率が低下している。
		職業安定所 ( 職員 )	周辺企業の様子	・管内事業所において、予期できぬ倒産等が多数発生し、多くの失業者が発生している。
	悪くなっている	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	それ以外	・職を求める人が多いという現象と、人は欲しいが、技術、年齢等の条件でふさわしい人がいないという雇用のミスマッチが現実問題として出てきている。この問題が雇用の活性化の一番のポイントとなっている。
		職業安定所 ( 職員 )	求人数の動き	・求職者数も相変わらず増加し続けているが、新規求人数が今月は前年同月比で2か月続けて減少している。求人開拓の状況も厳しく、今月は特に来春高卒者の求人開拓に力を入れたが、高卒者の採用は大卒採用へシフトしている側面が強く、そのしわ寄せがきているためかなり厳しくなっている。