

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	商店街（代表者）	販売量の動き	・当地区は観光地にあるが、天候にも恵まれ、紅葉を楽しむ人で賑わったため、商店街にも人が流れて全体的には良くなっている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・株安や景気にあまり敏感に左右されない主婦が98%を占めているランチタイムでは、9月より右肩上がり来客数が増加している。ディナーは10月中旬から11月中旬にかけてかなり悪くなり、過去最高だった6月と比べれば半分程度であったものの、22日からのポジョレーヌーボーのフェア等の反応はよい。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	来客数の動き	・当社の属する業界は昨年からのBSE、及び偽装事件というマイナス要因がかなり薄れ、来客数の増大につながっている。ただ、客単価に関してはデフレの影響で、3か月前と比べ横ばいである。
		衣料品専門店（営業・販売） 家電量販店（営業担当）	販売量の動き 来客数の動き	・11月に入って寒くなり、実需品の冬物スーツの受注が大幅に増加している。 ・3か月前と比べて、チラシ等の客の反応が少しだけ良くなっている。売上に大きく影響するほどではないが、来客数は前年並みに戻ってきている。
変わらない		商店街（代表者）	販売量の動き	・客は相変わらず余分な物は買わず、見込みの買物をしないため量が出ない。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・歳暮商戦が始まっているが、外商を中心に厳しい状態が続いている。単価ダウンも否めない。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・高額品については販売が思わしくない。一方で、20～30万円の単価の品物は良く出ている。
		家電量販店（企画担当）	単価の動き	・今の時期は暖房商品が主力になる。前半は堅調であったが後半は伸び悩んでいる。単価も前年より下落し、販売台数で去年を上回るのは困難である。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型車の発売効果にて、自動車販売台数は対前年比増で推移してきたが、新車効果が薄れつつある11月度は、実績低下傾向にある。
		自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・11月に入り山沿いでは雪になるなど寒い日が続いたため、タイヤ、チェーン等冬物が好調である。しかし、寒さが早く訪れたことによる季節的影響が大きく、購買意欲は依然として低迷している。特に今月オープンした大型店では来客数が多かったが、それに見合う売上が上がらず、所得減少の影響が顕著となっている。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・チラシ回数を増加させ来客頻度を上げたところ、買上点数も増えている。日中と朝夕の寒暖の差から風邪気味の人が増え、風邪薬がよく動いている。
		観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・10月は行楽シーズンで、年間でも客の多いトップシーズンなのでそれなりの来客数はあるが、年々単価が下落し、売上としては厳しい状況にある。前年同月比でも10%近く売上が減少している。日帰り客は概ね好調だが、宿泊客で苦戦している。
		都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・個人の宿泊、飲食には底打ちの傾向があるが、企業は相変わらず厳しく、内容のカットや値引き要請がある。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・夏場以降、昨年比100%推移が今月に入っても変わらず、昨年テロでの実績を上回る状況には至っていない。特に海外単価が低く、来客数の増加も売上増加に反映されにくい。
		旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・年末年始は9連休を取る企業が多く、申込は増えてキャンセル待ちも多いが、そこだけに集中しているという状況である。以前であれば、価格が安ければその前後に振替えるという客も多かったが、今はその誘導にも効果がない。また、希望のところが取れなければ旅行自体を止めるという客も多いなど、景気の状態は変わらない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・来客数は変わらないが、目的地が最終目的地でなく、最寄りの駅という客が多くなっている。

	通信会社（経営者）	お客様の様子	・移動体通信業界は需要の一巡を終えて、市場が飽和している感がある。卓越した新商品の投入など、大きな市場の変化がない限り、著しい変化は期待できない。
	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	それ以外	・関西では目立って大きな催事がなく、イベント業界関係者は規模や利幅にこだわらず仕事をしており、その内情は苦しいようである。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	お客様の様子	・塾生の保護者懇談で、学費が高い私学が敬遠されている。また、交通費がかからないということで近くの高校が話題に上っている。私学専願率が上がっていない傾向が伺える。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・見込み客から契約客となるまでの期間が非常に長いと感じられる。
	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・マンション分譲の契約率は相変わらず厳しいものの、事業用地の仕入れについては競合各社とも強気な取得姿勢を見せている。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・11月末のセール待ちで、買い控える客が多い。月末の均一セールも同月前期セールより25%減少し、1人当たりの買上点数が少なくなっている。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・週末の人出は多いが、なかなか商品を買わない。単価も厳しい。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・冬物衣料の品揃えは出来ているが、景気の先行きが暗く、買い控えが先行し、物が売れない。
	一般小売店〔家具〕（経営者）	競争相手の様子	・大阪の家具販売店では、関東、九州から大規模な競合店により出店攻撃をかけられている。大型店周辺の零細家具店は閉鎖、撤退する現状にあり、大変な状況である。
	百貨店（売場主任）	単価の動き	・前月よりも更に宝飾、時計などの高額品の動きが悪くなっている。来客数、平均単価ともに減少しており、購買意欲は更に低下したように感じられる。一部男性用的高額の時計などに動きは見られるが、全体を押し上げるまでには至っていない。また、高額品のコートなど季節商品の動きも悪い。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・気温が下がり、冬物商材を求めて来客数は増えているものの、消費者の財布のひもが一層固くなっており、販売量が前年を下回っている。特に、ミセス層の動きが鈍い。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・来客数は減少しているが、来客数が多い日でも売上の伸びに勢いがなく、特にフリー客の購買点数が減少している。固定客の場合もフェア等、何か施策のある場合はまとめて買いするが、それ以外は単品購入が下見に終わっている。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・高額商品の宝飾などのインポートブランドが大苦戦している。また、特別限定バーゲンなどで売上が上がった後にプロパーの売上が大きく下がるなど、客の購買動向は慎重で財布のひもは非常に固い。
	百貨店（売場主任）	競争相手の様子	・歳暮期の臨時アルバイトの全廃等、全社員店頭主義で、人件費の削減や媒体経費削減など切りつめられる物は総てカットし、歳暮、冬物商戦をオイルショック以来の危機感で戦っていかざるを得ない状況である。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前半は気温も下がり若干持ち直したが、苦戦である。優待セールなど割引に対しては反応が良いが、その他の日は厳しい。
	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・街としての集客力の低下が継続しており、新規出店をはじめとした街の活性化を図っているものの、歯止めがなかなかかからない。
	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・百貨店の外商による販売ウエイトの大きい呉服、絵画が軒並み大幅にダウンしている。おせち料理はよく売れているが、全体を押し上げる力には乏しい。
	百貨店（営業担当）	単価の動き	・昨年より、こたつ及びこたつ布団の関連商材を集積して展開、販売している。この冷え込みにより売上が伸びたが、売場全体では、7%減で推移しており、客単価が下落している。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・高級時計の売行きは好調であったが、高級ブランド品、宝飾品などは極端に悪くなっている。

	スーパー（経営者）	お客様の様子	・客の買物の様子に、最近特に節約をしているという傾向がみられる。衝動買いは全くみられず、ボリュームがあって、買得で、お値打の商品でないと思ってもらえない現状である。
	スーパー（経営者）	販売量の動き	・地元の大手建設業者の倒産などもあり、単価の低い物、必要な物しか買わないという傾向が3か月前に比べて更に強まった感がある。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・セールを打っても相乗効果がみられない。セール品だけを買ひ、余分な商品、今必要なもの以外は買わない傾向が更に顕著になってきている。
	スーパー（経理担当）	来客数の動き	・商品単価及び、買上個数は前年並みであるも、来客数が減少している。店舗によっては夕方にその傾向が目立っている。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の動向に多少変化がみられる。夜間から深夜にかけての来客数が、飲酒関係の法律が変わってから減少傾向にある。
	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・店頭で販売しているソックスが、2足単位の購入から1足ずつの購入へと変化し、客単価が低下している。
	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・今までは、売掛代金の支払い期日にすべて支払われていたが、この頃遅れることが多くなっている。
	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今までは、単価に多少下落傾向があるものの、来客数は横ばい傾向であったが、ここへ来て、来客数の減少の傾向も始めている。
	一般レストラン（スタッフ）	お客様の様子	・所得は減少しているが生活は安定しているので、欲しいものは購入するが、必要でないものは安くても買わない。
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・行楽シーズンにも関わらず、山間部への遠出が控えられるなど、各週末の来客数が前年度と比較しても大きく下回っている。
	タクシー運転手	単価の動き	・長距離の客が5000円以上5割引などのサービス料金の方に流れており、客単価が低くなっている。
	タクシー運転手	来客数の動き	・タクシー業界は非常に苦しい状態で、街中を昼間、早朝に回ってもなかなか客を捕まえられない。また、人の集まるホテル、病院等でも待ち時間が多くなっているほか、客の単価も低い。
	通信会社（社員）	販売量の動き	・相変わらず、キャンペーンが電話会社によって打たれているが、効果はあまりない。
	観光名所（経理担当）	来客数の動き	・集客を上げるため、他施設と連携したチケット販売を行い、前年度並みの来客数は確保できている。しかし、それ以上の押し上げ効果はない。
	ゴルフ場（経営者）	単価の動き	・業界全体では来客数はほぼ横ばいで推移しているが、最近では名門といわれるゴルフ場でも値下げを実施し、値引き競争が更に激化している。定価販売しているゴルフ場は皆無である。
	その他住宅[情報誌]（編集者）	お客様の様子	・新築マンションの販売率が低下しつつあり、売出し現場での来客数も大幅に減少している。
悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・ここ数年ずっと景気が冷え込んでいるが、ここ数か月、さらに拍車をかけるように交通規制が強化されたため、来客数が著しく減少している。
	一般小売店[時計]（経営者）	来客数の動き	・夏から秋にかけて来客数が徐々に増加していたものの、11月の冷え込みとともに止まってしまっている。ショッピングセンターに人はなく、例年みられるクリスマスプレゼントの話も、下見も全くない。
	一般小売店[衣服]（経営者）	単価の動き	・この冬は早く寒さが到来したため、あわてて冬物衣料の必要に迫られたためか、落ち着いて吟味することもなく購入している。従って外国製等の安いものに目が行き、落ち着いた物が売れない。
	その他専門店[宝石]（経営者）	単価の動き	・11月に入り、一足先にクリスマス商戦の商品構成でダイレクトメールを出したり、セールを展開しているが、手応えがない。
	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・先月と同様、昨年の米国テロやBSE問題による売上減少の回復見込に反し、来客数、単価ともに回復傾向にはない。

		都市型ホテル (副総支配人)	販売量の動き	・宿泊の稼働率、単価ともに前年より下がっている。レストランの来客数は1割以上減少している。また、婚礼宴会は前年を上回っているが、一般宴会は1割以上件数が減少しており、宴会全体では売上が1割弱となっている。
		旅行代理店(店 長)	販売量の動き	・来客数が減少し、受注が伸びないという先月からの傾向が、今月更に強まっている。海外旅行は2年前と比べ7割近くの状況で、非常に厳しい状況が続いている。特にOL層の来店が極端に少なくなっている。
		通信会社(経営 者)	競争相手の様子	・競争相手の倒産が相次いでいる。
		その他住宅[展 示場](従業 員)	お客様の様子	・よくいわれる消費者の二極化傾向は、住宅業界でも顕著で、全く土地もない30代の一般消費者と、50歳以上の富裕層に分かれている。家族の形態が多様化するなか、どちらにしても今すぐの購入を控える傾向は展示場のアンケート結果からも顕著である。
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	・今年は例年に比べて急激に冷え込んだため、早くから冬物商品の動きが活発である。このような季節的要因による販売量の増加は景気向上の指数にはしがないが、必要なものは惜しまず出費している状況ではある。
		輸送業(営業所 長)	受注量や販売量 の動き	・今年は肌着製品が好調で、例年以上に動いている。
		通信業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・売れ筋サービスにおいて、7~9月末までにキャンペーンを実施した結果、かなりの既存客のほか、新規客も開拓できている。
変わらない	金属製品製造業 (経営者)	受注価格や販売 価格の動き	・物件がかなり少なくなったため、大手ゼネコンの競争激化がますます激しくなっており、受注価格についても厳しい状況が続いている。	
	金属製品製造業 (経営者)	受注価格や販売 価格の動き	・材料価格が上がっているにも関わらず、製品価格、及び市中相場には反映されていない。	
	輸送業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・ここ2~3か月間、電気関係等の顧客の受注量は伸びているが、一方で、食品関係の商品の動きが低迷し出した。	
	不動産業(経営 者)	取引先の様子	・収益ビル等の取得希望者は多いが、中には銀行融資が受けられないケースがみられる。	
やや悪く なっている	繊維工業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・来客数の減少傾向が強くなっているだけではなく、多品種、少ロット化に拍車がかかっている。	
	パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・11月の受注量、販売量は、過去5年間で最低の数字となりそうである。	
	出版・印刷・同 関連産業(経営 者)	取引先の様子	・品質面などで粗探しをして、そのクレームを引き合いに値引きを交渉してくるクライアントが多くなっている。	
	電機機械器具製 造業(営業担 当)	取引先の様子	・客の中に、定年後の嘱託解雇や定年前の希望退職が多い。	
	電機機械器具製 造業(企画担 当)	競争相手の様子	・販売量や販売価格がダウンするなかで、ライバルの価格攻勢が激しくなってきた。生き残りをかけた熾烈な価格競争に突入している。以前からこのような動きはあったが、年末を前に変化が大きくなっている。	
	建設業(経営 者)	それ以外	・産業廃棄物の処理費が増大し、経費を圧迫している。工事価格を上げたいが、厳しい受注競争のなかでは実現できない。	
	建設業(経営 者)	競争相手の様子	・同業者、協力会社の倒産が再び増加している。	
	広告代理店(営 業担当)	受注量や販売量 の動き	・年末から正月にかけての広告出稿がかなり絞られている。必要性の少ない広告はどんどんカットされる方向にある。	
悪く なっている	建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・戸建分譲において、広告媒体であるチラシを入れても集客が非常に悪く、契約に至る可能性が低くなっている。	
	不動産業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・賃貸業のけん引役であった、飲食テナントが店を閉め始めている。多くのテナントで聞き取りをした結果、7月以降集客が減少傾向にあり、未だ回復していない。	

		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・リストラの影響で、購読の中止や購読料の滞納が増えている。読者数も折込広告も減少し、売上全体が減少傾向にある。
雇用 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	-	-	-
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・一般派遣は例年の年末の忙しさがみられない。IT関連については依然案件は多いが、成約に至らないケースがある。金額の面でもかなり下がっている。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・周辺企業（民間）の求人は皆無に等しく、短期および中期的にも求人が期待できない。部署の統廃合も進んでおり、その結果として契約打ち切りが多発している。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・短時間、短期間の需要が上向いているのに対し、長期的な受注は減少傾向にある。また受注があっても、専門性の高い人材に需要が集中するため、ミスマッチが増加し、収益向上に結びつかない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・週毎の求人広告の掲載量が前年を超えることもあるが、それが続かない。営業強化をして掲載量を増やした後に必ずその反動がやってくる。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・景気の低迷を反映し、企業の即戦力志向は依然高い。従って労働条件でのミスマッチが相変わらず増えており、有効求職者が高い水準で推移している。
職業安定所（職員）		雇用形態の様子	・新規求人数が前年同月比で増加し、求職者数も増加率は低くなっているが、求人の内容をみると、年末年始のアルバイトの大口求人であったり、緊急地域雇用創出特別交付金事業の臨時求人や、パート求人、派遣労働者の求人など、いわゆる非正規労働者の求人が増えている。経費節減、人件費削減という厳しい状況のなか、ますます効率よく人を雇いたいという事業所のニーズが高まっている。	
やや悪くなっている	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・例年の年末商戦における人材確保があまり活性化していない。派遣依頼案件でも短期派遣が増え、依頼人員も減少している。また、若い女性は正社員を希望せず、派遣やアルバイト、パートで働き、好きな時間、自分にあった働き場所を希望する傾向がある。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人が1年以上ストップしている企業もあり、定期的に求人広告を出していた企業でも頻度が少なくなつて、採用人数も補充程度にとどまっている。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・新聞求人数が一段と冷え込みを示している。他の媒体においても減少傾向がみられ、非常に厳しい状況が見受けられる。	
	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・追加求人がなくなり現4年生の就職活動は事実上終了した。また、本年度の採用報告に来校する企業が大幅に減少している。	
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・経済状況を反映し、業績の確保のため周辺企業は厳しい仕事環境になっている。そのため、即戦力となる人材を必要とするが、ふさわしい人材とめぐり合わない。また、厳しい仕事環境に我慢できず退社する30代前半の社員も増えている。どうもちぐはぐな構造で、すべてが悪循環になっている。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・過去扱っていた客が、最近ほとんど出稿しなくなるなどの傾向がみられる。単純労働者は職安からの採用者が増えているため、新聞での出稿は見込めなくなっている。	