

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	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・1～3月の商戦において、転勤、転校、結婚とマンション購入ターゲット層が一番動く時期を逃さなかった結果、販売量が増加している。契約決定率が15%から25%前後に飛躍的に伸び
	やや良く なっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・午後からの来客数が目立って減少し、DMやチラシ効果はない。子供服より小物商品に人気
		百貨店(売場主任)	来客数の動き	・リニューアル効果もあり来客数が増加している。
		百貨店(売場主任)	販売量の動き	・2月に入りセール品及び春物商品の動きが良くなってきた。セール品は再値下げをしてまさに底値になって顕著に動いている。またトレンドに敏感なOL層は早くも春物に敏感に反応し
		衣料品専門店(営業・販)	来客数の動き	・店が雑誌に掲載されたことなどで、ホームページからの新規客が増加している。
		乗用車販売店(営業担当)	お客様の様子	・先伸ばしにされていた車の乗換えが、今年に入って出始めている。決算期前にして特に商用車中心に顕著に目立っている。
		旅行代理店(店長)	販売量の動き	・国内、海外旅行とも学生を中心に賑わっているが、特に平日昼間の来客数が増加している。日々の受注は前年を下回るが、前月に比べ伸びはよくなってきている。
		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現場への来場数は、物件によって差はあるものの全般的には2月中旬まで好調であった。
	変わらない	商店街(代表者)	単価の動き	・バーゲン時期であっても、これまでの値引率では反応しない。
		一般小売店[時計](経)	販売量の動き	・修理する客が増え、時計の必要性が見直されてきている。電池交換のいらぬ時計が売れて
		一般小売店[衣服](経)	お客様の様子	・必需品以外の売上は悪かったが、良質の商品の売上は少しずつ増加している。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・春物の立上がり状況は厳しい。バーゲンは好調であるが、プロパーは大苦戦である。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・春物商材の動きが昨年並みであり、雑誌掲載商品などの問い合わせも多い。必要かどうかという判断より先に手に入れておくという行動など、どちらかという衝動的な購買姿勢がみられる。ただし今の時期は得意客の買物が多いため、一般客の購買がどう動くかはまだ不透明で
		百貨店(売場主任)	販売量の動き	・平均単価に下げ止まり感はあるものの、販売量が減少し売上の増加に結びついていない。一部輸入品で円安による値上げがあったが、スーパーブランドが値上げの影響を受けず売上を伸ばしている一方、ほとんどのブランドの売上が減少した。 ・宝飾、時計等の高額品の動きも悪く、プライダル関係の売上も低迷しており、当面このまま
百貨店(営業担当)		お客様の様子	・普通品売上は、相変わらず前年比5～10%減と苦戦しているが、催事等の媒体効果による集客策により売上の確保はできている。特に、物産展等の食料品を扱った催事によるシャワー効果は大きく寄与している。	
百貨店(営業担当)	単価の動き	・高額品やバレンタインデー商品が好調。理由は客単価の上昇である。一方ボリューム価格帯の数量は減少した。客が高品質、高機能の商品		
百貨店(営業担当)	販売量の動き	・2月中旬に電話で高級カシミア毛布のお値打ち品を販促し、売行きが非常に良かった。一方で店頭での売上、訪問販売による宝飾品、美術品などの売行きは良くなかった。		
スーパー(店長)	お客様の様子	・割引率がもっと上がることを期待して、安くなるのを待っている客が多い。少しでも安く購入しようという、生活防衛意識を強く感じる。		
スーパー(経理担当)	お客様の様子	・買物の動向が変わらない。必需品以外買わず、特売の安い商品を目当てにしている。		

	スーパー（経理担当）	単価の動き	・一品当たりの単価が、昨年比で上昇している。高品質の物が売れている。
	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・節分には関西地区を中心に好調な売上が記録したが、それ以降は盛り上がりが見られず、例年並みの推移となっている。週末には雨の影響もあり、売上が伸び悩んでいる。
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・新商品を導入しても回転率が伸びない。
	家電量販店（経営者）	お客様の様子	・家電製品の買替えは、故障しない限りサイクルが伸びている。
	家電量販店（店長）	単価の動き	・パソコンに関しては依然厳しい状況であるが、映像関係、大型液晶テレビ、DVD-R等新機種が出てきて単価が上昇している。
	家電量販店（企画担当）	単価の動き	・来客数は減少していないが、パソコン、冷蔵庫、エアコンなど単価の高いものの売行きが低
	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・決算月を控えたセールを各社が実施し、客の動きも今月より活発になっている。
	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・個人客の開業が最近半年間は極めて低調であったが、最近になって引合いが出てきた。しかし、実需にはまだ結びついていない。
	高級レストラン（支配人）	競争相手の様子	・同業者の閉店が相次いでいる。
	観光型旅館（経営者）	単価の動き	・来客数は前年比で落ち込んでいるが、客単価は3か月前とほぼ変わらない。安価のため、都市部からの客はレストラン、売店でまずまず買
	都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・宴会部門を中心に、後半来客数が増加し前年実績を上回ったが、予約面では改善されていない
	都市型ホテル（副総支配）	販売量の動き	・宿泊、宴会、婚礼の件数は前年を上回っているが、単価は下回っているため、売上は減少し
	タクシー運転手	お客様の様子	・景気回復を実感させるような動きはない。特に得意先企業の年末年始の挨拶回りのタクシー予約についても明らかに前年度より減少しており、企業における経費削減傾向の影響は依然と
	タクシー会社（経営者）	お客様の様子	・客はタクシー、交通機関に関して節約に工夫しているため、景気としては横ばいが続いている
	通信会社（経営者）	お客様の様子	・需要を喚起する狙いの新商品が旧商品と比べ魅力に乏しく、大きな需要を掘り起こせないで
	観光名所（経理担当）	販売量の動き	・観光客相手の販売が主流のため、土日と祭日の天候が売上にかなり影響する。今月は土日の天候に恵まれず、前年同月の売上高には届かな
	競輪場（職員）	販売量の動き	・ここ数か月動きなく停滞しているため、来月から新賭け式メニューをスタートさせる予定であ
	その他レジャー施設 [ イベントホール ]（職員）	それ以外	・コンサートや恒例の催し物以外で新規のイベントが見当たらない。不況下での企業の厳しい姿勢が反映されている。
	その他サービス [ クリーニング ]（経営者）	販売量の動き	・2月にほぼ全品に渡る割引キャンペーンを毎年恒例として行っているが、これも気候変化に左右される要素が大きくなっている。最終週だけはある程度の駆け込み需要があるが、本年は少し低調気味での推移である。
やや悪くなっている	一般小売店 [ 酒 ]（経営者）	来客数の動き	・夜の客の予約がほとんどで飛び込み客は少ない。安いワインを注文し、量もあまり飲まない。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・バーゲン等のチラシを強化して前年比をクリアしたものの、全体的にトレンド商品もなくプロパーでは低調な月であった。朝夕の来客が減
	百貨店（売場主任）	競争相手の様子	・本来、20日を過ぎると在阪各店が一斉にプロパー展開をスタートするが、月末になった現在でも大半の百貨店はバーゲンを全面に展開して
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・春の内祝いシーズンではあるが大きな受注もなく、歳暮から引き続き縮小傾向にある。
	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・月前半のバレンタイン商戦は前年の水準を確保したものの、ファッションを中心に相変わらず好調商材もなく、厳しい傾向が続いている。

	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・セールも終了したが、セール品の在庫が例年より多く残っている。春物の需要もやや遅めで
	スーパー（経営者）	販売量の動き	・昨年末ごろより続いている買上金額、買上点数の減少の影響で、農産物を主とした相場の上昇を減殺している。定番的な商品より、チラシ商品の販売比率の増加が非生鮮食品に顕著にみられ、生活関連用品では紙製品の値上げも影響するなど、冬場であるが大幅に売上が減少して
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・客単価の下落傾向は止まらず、都心店では平均客単価300円を切る寸前まで落ちている。
	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・現在所属している商店街振興組合でカラー舗装の改修工事を進めているが、商店街では売上低迷の理由を工事の影響だとする店が以前に比べて多くなっている。
	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・一つの取引に関して、今までになかった相見積りを取り、その結果発注しないケースが増え
	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・冬の閑散期に入って、競合他社との低価格競争も激しさを増し、単価下落が著しい。
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・大阪市内の宿泊単価が下落し、上位シティーホテルも交えて少ない宿泊客の取合いとなっている。年度末を控え出張宿泊の自粛が目立つ。
	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・イラク情勢がはっきりしないなか、海外旅行の受注の伸びが芳しくない。国内旅行も前年並みか前年割れが続いている。
	通信会社（社員）	お客様の様子	・年度末が近づいてきても状況の改善は期待できそうにない。全体的に毎月支払う固定費を圧縮したいという意見をよく聞くようになってき
	ゴルフ場（経営者）	単価の動き	・単価は下落し、来客数も減少してきている。極端に値引きするゴルフ場があり客の流出が激しくなっている。最近はメンバーも流出し
	その他レジャー施設（企画担当）	来客数の動き	・レジャー情報に対する反応は感じられるが、実際に行動を起こすところに壁がある。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	競争相手の様子	・同業者同士の会合でも、入塾の問い合わせが少ないという声がほとんどである。
	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・住宅販売では来客数はそこそこあるものの、状況が厳しいせいかなかなか契約に至らない。
	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・展示場集客のイベントを開催しても、前年同期の水準を大幅に下回り集客の見込みも立たない。土地価格が下落しているなかでも、土地、建売の販売が芳しくなく、案内会を開催しても
悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・空き店舗の増加や営業時間の短縮など、商店街にとって悪影響が出てきており、客の通行量が少なくなっている。
	一般小売店〔花〕（経営者）	それ以外	・来客数、単価とも前年並みで極端な落ち込みはないが、コンビニエンスストアの駐車場での飲食の数が日に日に増えている。飲食業に影響が出て、非常に景気が悪い状態である。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	単価の動き	・近隣に大型100円ショップが出店したため、客単価が下落した。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・気候の影響もあるが春物の動きも鈍く、モチベーション需要も3月の駆け込みになるであろうと予測される。2月度は来客数、売上ともにマイナスであった。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣の会社のリストラによって従業員数が減ってきているため、来客数も減少してきてい
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	単価の動き	・原油価格が上昇し、仕入れ価格が上昇しているが売値が上がらない。非常に利益が圧迫されている。
	スナック（経営者）	お客様の様子	・テーマパーク等の閉鎖が増加し人々に余裕をなくさせているため、飲食店も影響をうけてい
	タクシー運転手	来客数の動き	・客がいないうえに、価格が安い競合相手に取られる。ホテルで待機していてその傾向が強
	タクシー運転	競争相手の様子	・安い価格でも空車が目立つ。

		通信会社（経営者）	お客様の様子	・確実に顧客の開発資金余力が減ってきている。IT関連でやりたいことはあっても予算がない状態である。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・暖冬といわれていたが寒い日が多く、日曜祝日には天候不順が続いたため、来客数は大幅に減少している。
		競輪場（職員）	来客数の動き	・本場開催、場外発売が半月の間に連続したことから客の予算が厳しい状態となり、1か月トータルでは来客数が減少、平均売上額は減少している。
		その他住宅 〔展示場〕 （従業員）	お客様の様子	・客のアンケート回答をみると、予算的にかなり厳しくなってきたのが伺える。家を建てるのを様子見しているという状態が続いている。
企業動向 関連	良くなっている	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は順調である。業界の季節要因もあるが、弊社の業務内容に関わる発注も増えている。協力業者、取引先等も忙しくしている。
	やや良くなっている	出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・現在受注の話はあるが、決定までのプロセスに、まだ時間がかかるようである。
		金属製品製造業（営業担当）	それ以外	・原材料である鋼材が品薄のため高騰しており、売上が増加している。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・住宅業界では3月の完工がピークとなり、販売量は増加する。インテリア業界は横ばい状態が続いている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・数年前に比べればまだまだだが、昨年に比べて新年度以降の広告の発注が多く見られる。新規発注も多い。
変わらない	木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・2月より請負単価が再度大幅に引き下げられた。	
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車、公共事業関連は動いているが、他は材料価格が上昇しているにも関わらず製品価格は下がっている。中国をはじめ海外製品の価格が主流になって、材料高の製品安という現象が続いている。	
	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・顧客の設備投資は、国際的な技術優位性を維持するために極端に絞ることはできない。一定の水準で設備更新の需要が生まれるが、このような需要を取りこぼすことなく受注に結びつけている。	
	精密機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・特に関西圏で商談案件が少ないため、1つの案件にほとんどの業者が絡んできている。	
	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・事務所テナントは相変わらず需要が伸び悩んでおり、けん引役の賃貸住居も入居率が全く上がっていない。	
	コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・印刷物等では、例年この時期は受注が増える傾向にあるが、今年はやや減少傾向にある。特にIT関連企業が軒並み減少傾向にあり、それによって広告代理店が冷え込んでいる。	
	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・3月から4月初旬の広告需要は非常に高い様子で、テレビスポットも供給がかなり困難な状態になっている。その一方でそれ以降はまったく見通しが立たず、この活況も一時的なものである。ラジオCMへの需要がそれほどでもないというのも、全体的な景気の上向きではない。	
	やや悪くなっている	食品品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量は一般向けは非常に悪い。業務用商品は浮き沈みはあるが比較的安定している。全般的にはよくない。
繊維工業（経営者）		取引先の様子	・今まで順調に売上を伸ばしていた取引先でも年初から数字が下降線を描いている。企画提案面でもより一層の努力をしている最中であるが、今までのように安易に値下げすれば売上が増加している。	
出版・印刷・同関連産業（経営者）		受注価格や販売価格の動き	・価格のダンピングが全てに出てきている。赤字受注で作業量を増やしている業者が増加している。	
その他製造業〔ゴム製プラスチック製履物〕（団体役員）		受注量や販売量の動き	・今年に入り、身の回り品の動きが悪い。特に受注量、販売量の動きが低迷している。	

		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物件が減っているため競争の激化は依然として変わらない。受注するためのハードルがいろいろ意味でどんどん高くなってきている。
		輸送業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・大口の小売関係の荷主と、売上低下に伴う運送料金の減額改定交渉をしているが、当方の業務効率化の提言に対し、荷主側は卸売物価指数等を引合いに出し、業務量不変で単価切下げ要
		新聞販売店〔広告〕（店）	受注量や販売量の動き	・購読者数、折込チラシが減少している。
	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	・生産ライン3本のうち1本を停止する計画である。
		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、折込チラシ、住宅情報誌に掲載しても集客が悪すぎるため、契約率も
雇用関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規及び有効求人数は、2か月連続で対前年比増加している。電話やFAXによる更新の申込み者と窓口に来所する新規求業者が増えている。久しぶりに求人窓口は繁盛している状況である。一方、求職者、受給者は数か月連続で対
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前月比で15%伸びている。二桁以上の伸びは3年ぶりで、大きな伸びを示して
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・日雇い求人数が前年比20%の増加で推移している。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・昨年まで正社員での採用であった職種を契約社員、派遣社員などに変更する企業が多い。パート、アルバイトの場合、交通費支給に限度が設けられたり、その他待遇面が悪化してい
		新聞社〔求人広告〕（担当）	求職者数の動き	・中高年者の募集で1、2級建築士や宅建主任者など、公的資格を持った人の応募が目立って
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人が対前年比において全産業で大きく増加したが、期限付きの臨時求人やパートの求人が多く、また全国展開の企業からの大口求人があったため、求人倍率の上昇ほど、求人が増えた実感が求職者、職員ともない。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・有効求人倍率は若干の回復傾向にあるが、求人者、求職者の双方の条件に開きがあり多くのミスマッチが発生している。紹介件数、就職件数が落ち込み、景気回復する状況ではない。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・企業から求人される人材が偏っている。特殊なスキルを要求される人材や営業の人材以外はほとんど求人がない。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・例年であれば正社員の採用を手控えている企業からの受注が増大する時期にあるが、大口の受注が減少している。現時点で派遣社員を減らす傾向は特に顕在化していない。増減が交錯し
		求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・流通業では更なる派遣人員の削減、人件費の削減、フリーペーパーによる求人広告の掲載料金体系の破壊などが進んでいる。
		新聞社〔求人広告〕（担当）	求人数の動き	・この時期は、4月に向かって本来求人広告が活発化する時期であるが、低迷が続いている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者は減少傾向にはあるものの、会社都合による離職者の割合は26%近くを占めている。年齢層では、中高年、若年比率はほぼ同率である。また、在職中の相談者は全体の11%を占め、うち若年の比率は42%を占めている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・今の時期は補充求人がある時期であるが、今年はそれが大変少ない。
		学校〔大学〕（就職担当）	雇用形態の様子	・業績悪化により、正規社員で採用内定した4年生を契約社員に変更したり、内定を取消したりという旨の報告が昨年度より増加している。
	悪くなっている	-	-	-