

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 | 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・当月からセール期間に入り、前月まで動きの悪かった夏物商材が活発に売れ始めた。価格が安くなるから買うというよりもジャストシーズンだから売れるという状況であり、先取りで季節商品を買うというモチベーションが下がっている。 |
| | | スーパー（経営者） | 来客数の動き | ・近畿では猛暑が続いているが、梅雨明けも非常に早かったことで来客数が非常に増加しており、飲料、アイスクリーム、酒類の動きが非常に良い。昼間の酷暑による来客数の減少も長時間営業でカバーしている。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | 販売量の動き | ・猛暑の影響で夏物売上が前年比3倍程度となっている。一時的な繁忙感があるが、あくまで季節的要因によるものである。 |
| | | 旅行代理店（店長） | 販売量の動き | ・国内、海外旅行は堅調に推移しており、来客数も前年比で約12%増と大きな伸びを示している。夏場の繁忙期を乗り切るために派遣社員を探しているが、確保できない状況である。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | 販売量の動き | ・昨夏の国内旅行販売数は、海外旅行から国内旅行へのシフトもあり大きく伸びたが、今年はそれを上回る勢いである。猛暑もプラスに働いているようで、客の動きも活発である。 |
| | | 通信会社（経営者） | お客様の様子 | ・新規案件が順調に増え、現実的には人手不足が発生している。 |
| | やや良く なっている | 一般小売店〔家具〕（経営者） | お客様の様子 | ・昨年に比べると夏のボーナスで買物する客が増えた。 |
| | | 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・今月はセールが始まったということもあり、前年売上に対する下落幅が比較的小さい。今まで動きが良くなかったスーツアイテムなどの購入も増え、客単価も上がっており、ブランドテイストの変わらないショップでは、まとめ買いも多くみられる。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・中元商戦は早期受注も含め、昨年実績を確保する見通しであるほか、猛暑の影響で飲料水が非常に好調である。 |
| | | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・猛暑にもかかわらず、毛皮の早期受注や手持ちの宝石を金をかけてリフォームするなど、今までとは違った金の使い方をする客が増えてきた。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・全般的には悪いものの、季節品のエアコンが爆発的に売れ、全体を押し上げている。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・客単価は低下しているものの、営業時間の延長により来客数が増加傾向である。 |
| | | スーパー（経理担当） | 来客数の動き | ・消費税の総額表示や競合店との競争といった障害を乗り越え、来客数は前年水準を維持している。 |
| コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・猛暑により、ドリンクやアイスクリーム類の売上が好調である。 | | |
| コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・競合他社の閉店があったため来客数は増加したが、客単価は前年と比較して下がる一方である。 ・営業関係の客が戻ってきていることで、これまでは販売が夜型であったのに対して、朝や昼が伸びてきている。 | | |
| 衣料品専門店（営業・販売） | 販売量の動き | ・7月に入って夏物セールを始めたが、ここ数年になく売上が伸びている。 | | |
| 家電量販店（企画担当） | 販売量の動き | ・西日本では依然として暑い夏が続いており、エアコンを中心に販売が好調である。しかしエアコンの工事については、できる限り早くできないと客が次の店に行ってしまう傾向にある。 | | |
| 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・当社は販売より修理がメインのサービス業だが、今月は車がよく売れた。 | | |
| 観光型旅館（経営者） | お客様の様子 | ・昨年と比較して来客数は横ばいであるが、客単価は上向きである。ガソリンの価格上昇にもかかわらず遠方からの客も増えている。 | | |

| | | | |
|------------------|-------------------|---|--|
| 都市型ホテル (スタッフ) | 来客数の動き | ・今月は婚礼が前年より不調であったため、総収入は減少したが、レストランの改装効果で来客数は増加し、宴会も前年をやや上回っている。宿泊では、本来弱い月末に近畿の大型テーマパークで人気ロックバンドの10万人コンサートが開催されるため、大阪だけでなく周辺都市まで満室の状態である。 | |
| 都市型ホテル (役員) | 来客数の動き | ・1人当たりの単価は低下しているが、ホテルの宿泊者や宴会参加者の数はやや増えており、掛け合わせると若干の収入増となっている。 | |
| 旅行代理店(従業員) | 来客数の動き | ・夏商戦を迎え、パンフレットの発注枚数は既に前年比200%を超えている。来客数の大幅な増加に伴い、売上も同様に推移している。 | |
| 旅行代理店(広報担当) | 販売量の動き | ・昨年SARSの影響で不振を極めた反動から、海外旅行の申込が多い。一方、猛暑の影響で涼しい北海道を始め、夏のリゾートの沖縄、家族連れで行く関東の大型テーマパーク、さらには世界遺産登録直後の南紀方面などへの申込も相次いでいる。今まさに夏の旅行シーズンに突入しており、国内旅行も昨年実績を上回っている。 | |
| タクシー運転手 | 来客数の動き | ・乗務員の努力もあると思うが、客の利用が増加傾向にあり、3年ぶりに好転している。 | |
| 通信会社(社員) | 販売量の動き | ・夏のボーナスが比較的良かったからか、昨年とは状況が異なっている。オリンピックを直前に控えた7月は、地上デジタル放送対応テレビなどの需要がかなり増えており、それに比例するようにケーブルテレビの申込も好調である。 | |
| 競輪場(職員) | 単価の動き | ・4月よりも競走の種別が1ランク上がったこともあり、購買単価は上昇に転じている。 | |
| 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在庫が発表ベースで5,000戸を切り、6月の新規販売率も3年半ぶりに80%を超えるなど、好調な数字が出ている。また、住宅ローン金利の先高感から好機とみて購入に踏み切る客が出てきている。 | |
| 変わらない | 一般小売店[時計](経営者) | 来客数の動き | ・暑さのため来客数が落ち込んだ。客との会話の中で、年配や子連れの場合は日中に外出できないという声や、ボーナスもローン等で行先が決まっており、買物に回す余裕がないとの声が聞かれた。 |
| | 一般小売店[衣服](経営者) | 単価の動き | ・販売数量は前年並みであるが、昨年の冷夏に比べ猛暑のため、単価の低い軽衣料物の売行きが良く、販売単価は低下している。 |
| | 一般小売店[事務用品](経営者) | 販売量の動き | ・夏枯れといわれるように小売の現場では夏に動きが悪くなるが、今年は例年以上に落ち込みが激しい。 |
| | 一般小売店[貴金属製品](従業員) | お客様の様子 | ・暑さのため出歩かないのか、相変わらず来客数は低迷している。 |
| | 一般小売店[菓子](経営企画担当) | 販売量の動き | ・中元商戦の前倒しや、前年が冷夏だったことなどにより、前年を上回る実績となった。 |
| | 一般小売店[衣服](経営者) | お客様の様子 | ・ワゴンセール等は好評だったが、全体の売上としては横ばいである。 |
| | 百貨店(売場主任) | 来客数の動き | ・在阪百貨店は営業時間を延長しているが来客数の前年割れが多い。当店でも中元ピーク時以外は、前年を下回ることが多い。 |
| | 百貨店(売場主任) | 単価の動き | ・期待したクリアランスも1週目で息切れ状態となっている。価格を下げて販売量が増えず、全体の売上を引き下げている傾向が続いており、高額品の動きにも陰りがみられる。 |
| | 百貨店(売場主任) | 来客数の動き | ・来客数を前年と比べると、ミセス層は6%増であるが、ヤング層が6%減となった。ミセス層はクリアランスやセールなどのイベントに対して敏感であるが、ヤング層は客単価、平均単価が上がっているものの、来客数の減少分をカバーしきれない状況である。 |
| | 百貨店(担当者) | 単価の動き | ・来客数は前年比18.4%増となっているが、客単価は低下している。 |

| | | | |
|-----------|----------------------------|---------|---|
| | 百貨店（経理担当） | 販売量の動き | ・多くの衣料品ブランドのクリアランスが1日スタートということもあり、7月は非常に良い出足で数量も多く売れたものの、中旬以降は苦戦した。外商も中元の前倒し傾向から同様の推移がみられ、総じて前年を下回る結果になりそうである。猛暑の恩恵も、百貨店は家電が弱いことから非常に小さい。 |
| | スーパー（経営者） | 単価の動き | ・消費税の総額表示の導入以降、客単価が低下する一方で来客数や売上は増加しない。 |
| | スーパー（経理担当） | 販売量の動き | ・消費税総額表示の影響で売上が低迷しており、客の買い控えが感じられる。また、牛肉の相場が高くなっているのが気になる。 |
| | スーパー（経理担当） | 販売量の動き | ・天候に恵まれた影響も大きく、飲料などの売上が2けた増となった。また、猛暑のため家庭内での調理を避け、天ぷら等の惣菜売上が好調で、前年を上回る見込である。 |
| | スーパー（広報担当） | お客様の様子 | ・昨年の冷夏に対する反動や6月中旬からの気温上昇の影響で、衣料品、食料品、住居関連品の全般に渡り、季節商品である夏物の売行きが好調だった。また、アテネオリンピックを前にして液晶テレビ、DVDレコーダー等のデジタル家電も好調である。一方、食料品を中心に1人当たりの買上点数や客単価の前年割れが続いている。 |
| | 衣料品専門店（経営者） | 単価の動き | ・高額商品の売行きが悪く、バーゲン時期で客単価が低いため、何点売っても予算を達成できない状況である。 |
| | 衣料品専門店（経営者） | 単価の動き | ・プロパーでは全く動かなかった商品が、バーゲンになった途端に好調な売上を示している。 |
| | 自動車備品販売店（従業員） | 単価の動き | ・ボーナス商戦にもかかわらず、消費者の低価格指向は継続しており、販売単価が上昇しない。消費マインドが極端に落ちているわけではなく、計画消費に徹している。 |
| | その他専門店 [スポーツ用品]（経理担当） | 販売量の動き | ・昨年の冷夏に比べると夏物衣料がもっと爆発的に売れると予想していたが、やはり消費者は充分に品定めして値下げを待ってから購入している。 |
| | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・今年は非常に暑い日が続いているため、街には人が少なく、夜の動きもまだまだ少ない状況である。 |
| | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・昼間の乗車はあるが、夜間は終電までに帰る人が多く、利用者は少ない。 |
| | 通信会社（経営者） | 来客数の動き | ・携帯電話業界は飽和状態であり、決済機能付きなど新商品のリリースはあるが、インフラが未整備などの理由から市場を動かすほどの勢いではない。 |
| | 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 | ・今月は売上の良いジャンルが多かったが、入場者の明暗は分かれた。 |
| | その他レジャー施設（企画担当） | 単価の動き | ・ボーナス直後の消費意欲は高かったが、夏休みに入ってトーンダウンしている。 |
| | その他サービス [クリーニング]（経営者） | 販売量の動き | ・この時期は夏物衣料が受注の大半を占めるが、猛暑の影響から客が外出を控えており、前年をやや下回る推移となっている。 |
| やや悪くなっている | 一般小売店 [酒]（経営者） | 単価の動き | ・昼間は昨年に比べて来客数が増えているが、夜間はまとまった人数での予約が少ない。 |
| | 一般小売店 [精肉]（管理担当） | 販売量の動き | ・ギフト商戦についてもビールやそうめんへ流れたように、畜産関連にとっては暑さが悪影響となっている。 |
| | 百貨店（企画担当） | 単価の動き | ・美術、宝飾品やスーパーブランドを始めとした高額品の動きが悪く、トレンド商品が見当たらない状況である。 |
| | 百貨店（サービス担当） | お客様の様子 | ・中元商戦の出足は苦戦したが後半は取り戻し、前年並みは確保できそうである。一方、夏物商材の水着、浴衣などは苦戦している。食料品売場の改装効果が一巡し、前年比で約4.5%減、店全体としては前年比約2%減と、予算達成は難しい状況である。 |

| | | | | |
|----------------|---------|-----------------------|------------|---|
| | | その他専門店 〔医薬品〕（経営者） | 単価の動き | ・猛暑のためドリンク類は好調であるが、客単価が低く、来客数も落ち込んでいる。 |
| | | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・これがボーナス時期かと思うほど客の出足が悪かった。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | それ以外 | ・地元の同業者から聞いた話では、この5月又は6月ごろから来客数が減少しており、7月も昨年と比較してかなり悪化している。また、土産物店の話によると、街を歩く観光客がここ1、2か月めっきり減っており、夜は店を閉めてしまうこともしばしばあるそうである。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | 販売量の動き | ・昨年は大型グループの利用があったため、前年比ではマイナスとなっている。まだまだ個別の案件に業績が左右され、全般的な右肩上がりとはなっていない。 |
| | | タクシー運転手 | 競争相手の様子 | ・一番安い料金のタクシー会社でも空車が目立っている。 |
| | | 通信会社（社員） | 販売量の動き | ・今月は新商品で持ち直したものの、以前の水準には及ばず、市場全体も落ち着いている様子である。 |
| | | 美容室（店長） | 来客数の動き | ・売上は例年並みを維持できたが、新たな客が増えなかった。 |
| | | その他住宅〔展示場〕（従業員） | 来客数の動き | ・住宅展示場への来場数が6月以降落ち込んでいるほか、出展ハウスメーカーから客単価が減少してきたという声も聞かれる。 |
| | 悪くなっている | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・猛暑のため通行人が少なくなったので閉店時間を早めている。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなっている | 電気機械器具製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・オリンピックを前にしたAV関連商品、猛暑による空調関連商品などの盛んな荷動きにより、全体的に好調な推移を示している。 |
| | | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注が堅調で、自社の許容量を超えている。 |
| | | その他サービス業〔イベント企画〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・新規や従来からの案件見直し等の動きが出てきており、受注残が増えつつある。 |
| やや良くなっている | | 金属製品製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・一度下げってしまった単価を上げることができず、残業代を差し引くと利益が出ないという状況であるものの、今までにない短納期で仕事をするなど受注量が増えている。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・取引先の中心は製鉄所関連であるが、どこもフル稼働しているようである。設備投資も積極的に行われており、厳しい価格競争を伴うものの、当社にも引き合いが来るようになった。 |
| | | 輸送業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・4～6月の荷量が少なかったため今月は上向いている。戸建関連が目みえて伸びている。 |
| | | 輸送業（営業担当） | 取引先の様子 | ・今夏は猛暑のため飲料水の売行きが良く、6月については昨年の1.5倍売れている。7月についてもそれ以上伸びており、品切れ商品が続出している。 |
| | | 不動産業（経営者） | 競争相手の様子 | ・建売用地、マンション用地の仕入競争が激しくなりつつある。また、自社ビル取得を目指す企業も増加しており、弱含みではあるが景気回復の兆しがある。 |
| | | 不動産業（営業担当） | 取引先の様子 | ・神戸市中央区から芦屋、西宮方面にかけては、売行きの非常に良いマンションと不調なマンションが二極化している。 |
| | | その他非製造業〔衣服卸〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・梅雨明けが例年に比べて非常に早かったことや、週末の天気が安定して外出する機会が増えていることなどから、夏物の消費が順調であり、店頭欠品に伴うスポットの納品依頼が急増している。 |
| | | その他非製造業〔民間放送〕（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・春先には8月のアテネオリンピックまでと見込んでいたスポット需要が継続している。 |
| 変わらない | | 食料品製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・月によって少し変動はあるが、受注量は伸びている。ただし近畿エリアの増加はほとんどなく、主に東京を中心としたエリアの受注増に助けられている。 |
| | | 繊維工業（団体職員） | 受注量や販売量の動き | ・ごく一部の企業にスポット発注があったため稼働率が上がったようだが、産地では依然としてマイナス10%程度である。 |

| | | | | |
|-----------|-----------|--------------------|------------|---|
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・暑い日が続いているので飲料関連は良いが、全体的には横ばいである。また、受注量が少ない同業者の一部は無理な価格で在庫を確保しているようであり、収益面の悪化を懸念している。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | 取引先の様子 | ・9月ごろから発注量を増やすので、生産体制を検討して欲しいとの連絡を複数の客から受けた。 |
| | | 金融業（支店長） | 取引先の様子 | ・鉄鋼など素材原料の品薄や価格高騰が、金属加工業や建設業の収益を圧迫している。 |
| やや悪くなっている | | 繊維工業（経営者） | 取引先の様子 | ・現金取引の焦げつきで得意先が倒産した。問屋間での商品のやり取りが相当あるらしく、中間在庫の多さに改めて驚いている。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・労働組合、旅行業界などの得意先からは、夏の大会や正月用のパンフレットの需要が多いが、製造業などは動きが悪い。 |
| | | 輸送業（営業所長） | 受注量や販売量の動き | ・関西国際空港では輸出貨物の動きが好調であるが、輸入貨物の動きは不調で前年を少し下回っている。 |
| | | コピーサービス業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・法人からの大口受注件数が20%ほど減少している反面、一般小売店や飲食店などの店舗単位での注文が増加している。しかし、1件当たりの単価が低いため、売上が落ち込んでいる。 |
| 悪くなっている | | - | - | - |
| 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 | ・例年は夏枯れする時期であるが、そういう兆候は一切見当たらない。人材派遣や紹介予定派遣のオーダーは増えており、マッチングする人材が不足している状況が続いている。 |
| | | 新聞社 [求人広告]（担当者） | 周辺企業の様子 | ・長い間、正社員の採用を控えていた企業が正社員の募集や新卒採用を検討しており、各企業は秋ごろからの景気回復に備えているように感じられる。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・求人数の前年比は、全体的には大幅に増加しているが、製造業についてはまだら模様であるため、求人全体に占める産業別の動向を注視している。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・正社員の求人数がパート求人 に比べ2倍の伸びを示しており、就職しやすい環境になっている。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | 求人数の動き | ・日雇い求人数がようやく昨年水準を上回るようになった。 |
| | | 学校 [大学]（就職担当） | 周辺企業の様子 | ・就職部では未内定学生支援のため追加募集の求人情報を収集しているが、昨年に比べると16%増となっていることから企業の採用意欲は現在も高い。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・夏休みを控えて求職者数が減少傾向にあるため、少ない求人に対するマッチングが難しい状況である。 |
| | | 新聞社 [求人広告]（担当者） | 求人数の動き | ・新聞の求人広告に関しては安定傾向にあるが、固定広告主の影響が強く、全体が活性化してきているという状況ではない。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・飲食店の新規出店に関する求人や、業務請負業の大口求人が出されるなど、一部の業種に明るい兆しがみられるものの、他業種で減少傾向が続き、全体の求人数は横ばいである。 |
| | やや悪くなっている | 求人情報誌製作会社（編集者） | それ以外 | ・働く意識の低い人の無料求人誌による応募がみられるが、面接に行かなかったり、求人企業の希望条件とのかい離幅が大きいなど、無料求人誌の出現により労働市場が混乱している。 |
| | 悪くなっている | - | - | - |