

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			
	やや良く なっている	一般小売店〔時 計〕（経営者）	販売量の動き	・クリスマスシーズン特有の華やいだ雰囲気はなく、特別高い物が売れたわけではないが、平均した売上となった。
		一般小売店〔事 務用品〕（経営 者）	お客様の様子	・歳末にもかかわらず通常商品の動きは今一つではあるが、事務所の設備や、施設の拡充に関しての新たな商談が出てきている。
		一般小売店 〔酒〕（経営 者）	来客数の動き	・オープンして4年目になるが、12月では過去最高の来客数であった。
		百貨店（売場主 任）	販売量の動き	・クリスマスシーズンに入り、ギフト商品を中心に、アクセサリやバッグなど婦人雑貨アイテムの販売量が増えている。
		百貨店（売場主 任）	お客様の様子	・今月は気温の影響により防寒アイテムが不調であった。ただしクリスマスギフトや防寒アイテムを除いた商品の売上については好調に推移している。従来はヒットアイテムやヒット商品が乏しかったが、今月は商品を確保しても、すぐに欠品の出る物があった。少々高くても気に入った商品があれば購入するという傾向がみえてきた。
		家電量販店（経 理担当）	販売量の動き	・月の終盤から、話題のゲームソフトやゲーム機の発売が好調で、また大型テレビをはじめとするAV機器も依然として好調に推移したため、冬季商戦は予想以上に活況を呈している。
		乗用車販売店 （経営者）	お客様の様子	・メーカー勤務の客は中国特需などで例年にないボーナスをもらったり、来年に対しても前向きな客が多いように感じる。
		乗用車販売店 （経営者）	お客様の様子	・近畿でも排ガス規制の実施に伴って走れない都市ができ、トラックや車の買い替えをする客が増えてきた。
		住関連専門店 （経営者）	販売量の動き	・商店街への来客数も増えてきており、何年かぶりに年末らしい雰囲気となっている。
		スナック（経営 者）	来客数の動き	・公務員や医者グループが多かったが、忘年会の団体客もあり久々ににぎわった。
		都市型ホテル （経営者）	販売量の動き	・12月は今年で最大の売上となった。通常の年は11月、10月がピークとなるが、今年は学会や企業のインセンティブツアーなども多く、12月の来客数がこれまで以上に増加した。付加価値の高い商品にも需要があり、客室単価も若干上昇気味である。
		都市型ホテル （スタッフ）	販売量の動き	・宿泊は低迷期でも前年を上回っている。個人客の動きは悪いが、スポーツ団体などの受注が押し上げた。婚礼も前年並みだが単価がアップしたほか、忘年会時期で法人の宴会利用が件数、売上ともにプラスに転じた。
		都市型ホテル （役員）	それ以外	・12月は宿泊と料飲の両部門において比較的好調に推移し、ホテル全体収入は前年を上回ることができた。特に宿泊部門は7月以来久しぶりに前年を上回った。これはクリスマス期間と年末の稼働が好調で、単価を押し上げた結果である。また料飲部門では店舗のリニューアル効果のほか、おせちやクリスマスケーキの販売増に努めたことが売上増につながった。
	通信会社（経営 者）	お客様の様子	・不動産関連のクライアントが多いため、1月からの繁忙期に向けての設備投資がピークを迎えている。	
	通信会社（社 員）	競争相手の様子	・引き続き年末の申込者は増加している。ブロードバンドの需要においては、CATVやADSLが光ファイバーに移行しつつある。ファミリーユーザーを対象にした取り込みでは、CATVの優位性は高い。	
	その他サービス 〔クリーニング グ〕（経営者）	販売量の動き	・比較的暖かな気候であったが、年末需要が堅調な推移となり、ほぼ例年並みの動きとなった。	

	その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・依然、新築マンションの売行きは好調に推移しており、かつてのような超大量集客はみられないものの、集客動向も衰えを知らない様子である。中古物件についても、一部では既に相場が上昇傾向に入り、全体的にも底入れ感がはっきり出てきている。
変わらない	商店街 (代表者)	来客数の動き	・商店街では25日を過ぎても全く年末の雰囲気を感じられないほど、人出が減少している。
	一般小売店 [精肉] (管理担当)	お客様の様子	・ギフト需要期に入ったが、依然として買上単価が低く、作業量だけが増えており、売上金額や利益に直結していない。また、需要が弱いのに相場は高騰したままである。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	お客様の様子	・今年は暖冬のため防寒具の動きが悪く、年末の売上も伸びず利益も大幅に減った。
	百貨店 (営業担当)	単価の動き	・営業活動において、低単価の物については動きがあるが、100万円以上の高額品は動きが非常に少なくなっている。
	百貨店 (営業担当)	単価の動き	・高額品の売行きは良くないが、中低額品のダイヤやアクセサリーの売行きが良かった。医者は今まで通り購入金額が高かったが、経営者やサラリーマンは低迷している。
	百貨店 (サービス担当)	お客様の様子	・暖冬のため、紳士衣料並びに婦人衣料の売上が全般的に不振で、前年比5%減と苦戦した。歳暮商戦も11月に前倒し傾向にあり、12月は前年比4%減となった。来客数は前年より1.5%増えたが、客単価が低下した。
	スーパー (経理担当)	販売量の動き	・クリスマスから年末にかけて、これまでとほぼ同じ水準の売上を示し、最終的には昨年実績を超える堅調な動きとなった。
	スーパー (経理担当)	それ以外	・暖冬の影響と肉の相場高の影響で、冬物商材がほとんど買われていない。商品単価が昨年に比べて低い状況である。
	スーパー (広報担当)	販売量の動き	・12月前半は気温が高く、衣料品を中心に苦戦した。後半は気温も冷え込み盛り返したが、年末は天候に恵まれずに苦戦した。
	家電量販店 (店長)	販売量の動き	・全体的に好調に推移しているが、年末に大手電機メーカーのプラズマテレビ撤退のニュースが流れ、それ以降大型テレビを検討する客がインチダウンをして液晶テレビに流れる傾向が強まってきているので、単価が低くなってきている。
	家電量販店 (企画担当)	販売量の動き	・DVDや薄型テレビなどのデジタル家電関連は、前年を上回って堅調に推移しているが、白物家電、季節物は前年を下回っている。
	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・良くなるという話も多いが、それ以上に今年の後半は特に新潟県中越地震などの災害の影響が重なり、マイナス要因の方が多くなっている。
	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・3か月前に新型車が発売されたこともあり、それ以降の来客数は増えている。
	自動車備品販売店 (従業員)	お客様の様子	・暖冬の影響でタイヤ等の主力冬物商品が大幅に落ち込んでいる。ボーナス商戦にもかかわらず、顧客の購買意欲は今一つ盛り上がり欠けた。ボーナスはやや増加したものの、消費に向ける余裕はない。さらに、来客数も低迷している。
	その他専門店 [医薬品] (経営者)	来客数の動き	・チラシに載せた特価価格でないと、なかなか購入を促せない。通常価格ではとても売れるような状態ではない。客はチラシが入るまで待っており、更にチラシが入った商品しか購入しないなど、他の商品の購入頻度は低い状態が続いている。
その他専門店 [宝石] (経営者)	単価の動き	・今月は1年で一番忙しい時期であるので、3か月前から単価が下がることを予期して、低単価の商品をそろえていた。結果的に単価は下がったが、売上、利益ベースでは前年を2けた上回ることができた。	
一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・以前に比べて会社等の団体客が減少しており、新年会の受注もない。	
観光型旅館 (経営者)	単価の動き	・来客数が減少し、客単価も下がっているが、客の様子ではレジャーや買物帰りの立ち寄りが多くみられる。	

	都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・忘年会の利用客、特に企業関係の落ち込みが大きかった。会社単位の大口のまとまった忘年会が減少した。
	旅行代理店(店長)	来客数の動き	・新潟県中越地震や台風の影響が大きく、いまだに回復傾向をみせていない。
	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・暖冬のため、スキー旅行が振るわない。また、スマトラ沖地震の影響で、海外旅行への消費マインドが低下している。
	タクシー会社 (経営者)	お客様の様子	・宴会、忘年会シーズンだが、繁華街でもタクシーを利用せずに電車で急ぐ人の様子が目立つ。
	その他レジャー施設[イベントホール](職員)	来客数の動き	・例年通り年末恒例の各種イベント等の催物が続いたが、どのイベントも動員力があり、非常ににぎわった。
	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	・クリスマス、年末年始に向けてゲームの新機種発売もあり、ゲーム売上が好調である。
	住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・立地の良い土地は価格が高騰している一方、立地の悪い土地は価格を下げて買い手がつかない状況である。
やや悪くなっている	一般小売店[カメラ](販売担当)	競争相手の様子	・競合店の閉店が続いている。また、陳列している商品が以前に比べて非常に少なくなっている。商品仕入先の問屋が在庫を減らしているため、商品をその都度取り寄せているという状態である。
	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・全国的に暖冬のため、重衣料が全く動かず、それに代わる商材もなく大苦戦している。それに付随して他の物まで売れにくくなっている。
	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・競合他社の出店により、クリスマスギフトが売上、販売量ともに悪化し、特に高額商材が苦戦し厳しい結果となった。
	百貨店(売場主任)	単価の動き	・12月の商戦は、早期受注で11月にシフトしているものの、12月と合わせても昨年を切るような状態である。全体的な来客数も厳しい状況にある。
	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・依然、コートなどの重衣料の動きが鈍く、前年比マイナス30%前後で推移している。中旬以降、先行クリスマスアランスなどを行ったが振るわなかった。
	スーパー(経営者)	単価の動き	・台風等で高騰した農産物相場も輸入品の急増などで沈静化したほか、最大の商機である年末も、曜日配列から正月休暇が減少した上に悪天候が重なり、非常に厳しい推移となった。
	スーパー(店長)	単価の動き	・消費税総額表示の導入以降、1人当たりの買上点数のダウンと単価ダウンが月を重ねるごとに大きくなっているほか、競争の激化に拍車がかかっている。
	コンビニ(経営者)	競争相手の様子	・既に飽和状態であると思われる当エリアに、今月競合の新店がオープンし、来客数が15%ほど減っている。
	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・値引販売を行っていた競合店が閉店したため、ある程度の来客数を見込んでいた。しかし、月初は順調に推移していたものの、年末が近づくほど悪くなってきた。
	衣料品専門店(総務担当)	来客数の動き	・都心店舗への来客数が減少し、郊外立地のショッピングセンターに客が移動しているが、そのショッピングセンターにおいても売上が増加せず、結果的に売上が前年を下回っている。
	住関連専門店(店長)	お客様の様子	・客がサービスデーに集中し始め、プロパーでの売上がどんどん悪くなってきている。客の意識が、安い日を買えば得という意識から、安い日を買わないと損という意識へと変わってきている。
	一般レストラン(経営者)	単価の動き	・メニュー価格の引き下げ以上に購入金額が下がっている。
	観光型旅館(経営者)	競争相手の様子	・旅館を経営しているが、オンシーズンにもかかわらず、客の動きが悪い。特に他の旅館をみていると状況はもっと深刻である。

	都市型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・宿泊に関しては、個人向けのクリスマス、お正月のプランが前年以上に増えたほか、ラクビー等のスポーツ団体も入り、徐々に上向きである。一般宴会は、先月に引き続き前年の勢いが無い。忘年会の取り込みを行っているが、年々小規模になっており、前年比、予算比ともマイナスと厳しい状態である。
	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・10月の台風、新潟県中越地震等の災害から、受付の金額が鈍りはじめ、年末年始の日並びの問題もあるのが、下降気味の傾向が続いている。
	旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・11月頃からは個人旅行の受注が伸びず、前年割れの状況が続いている。国内、海外で発生している自然災害の影響が大きく出ている。
	旅行代理店(広報担当)	それ以外	・年末年始の日並びのせい、国内旅行はますますだが、海外旅行は近場中心で単価ダウンの傾向が強く、総取扱額で昨年を下回りそうな状況である。更に年末に人気のあったアジアのビーチが、スマトラ沖地震と津波の影響でキャンセルが相次いでいる。全く被害のなかった周辺のビーチへの影響も懸念される。
	タクシー運転手	来客数の動き	・神戸ではルミナリエが開催されており、ホテルに泊まる客は多いものの、それ以外の街中における流しでの客はかなり減っている。それに加え、団体がバスで日帰りする傾向が出てきており、出費を削っている動きが目立っている。
	美容室(店長)	来客数の動き	・年末年始が土日だったことで、営業日ベースでの土日の数が減ったことが響いた。
悪く なっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・商店街への客がますます減っているため、閉店時間が早くなっている。また、先日開店した大型スーパーへの客の流出や、その他の既存スーパーとの競争のため、商店街には年末の雰囲気もなく、売上が伸びない状態である。
	一般小売店[衣服](経営者)	競争相手の様子	・12月の売上については、一昨年から毎年2割ダウンしている。
	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・購買単価、数量の両方が昨年と比較して悪化している。クリスマス商戦はほぼ前年の水準を確保できたと思われるが、クリスマス以外の売上は前月より悪化しており、買い控えの動きが更に強くなった。また、衣料品も暖冬の影響で買い控えが強まり、防寒衣料品は大幅に前年を下回った。一部早期に立ちあがった梅春商品に話題性はあったが、売上を引き上げるまでには至っていない。
	衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・冬物の防寒物や重衣料のコートやスーツなどが、10~12月が暖かかったために全く売れない。昨年までは安い物を入れれば売れたが、今年は安い物も動かず、在庫を多く抱えている。
企業 動向 関連	良く なっている やや良く なっている		
	化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・値上げ交渉もおおむね落ち着き、売上に寄与し始めた。
	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・取引先が新規出店してオープンセールを行い、当社への影響が懸念されたが、年末とボーナス時期が重なったためか、当社の売上は予想以上であった。
	金融業(支店長)	取引先の様子	・衣料品関連では、急激な気温の低下によって冬物商品が売れている。
	コピーサービス業(従業員)	受注量や販売量の動き	・不動産関連の企業による販促用資料等の作成依頼が大幅に増加している。最近の傾向として、経費である社内報告用資料は減少傾向にあり、販促費である社外販促用資料は増加する傾向にある。
	その他非製造業[衣服卸](経営者)	受注量や販売量の動き	・タオル業界では年末向けの企業の名入れ注文が多いが、企業の好決算を背景に大手企業中心に発注枚数を増加させる動きがあり、11月頃から売上高は増加傾向にある。小売店でも歳末商戦は売筋商品の前倒し投入が奏効し、全体的に昨年水準をキープできている。
変わらない	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・注文の小ロット、短納期が極端になっており、多忙感はあるが絶対量は減少している。
	一般機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・取引先からの引き合いがこの数か月と同様に活発である。当社が受注できるとは限らないが、取引先の設備投資の意欲は強く感じる。

		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一般産業機械は少し落ち着いてきたが、航空機部門が好調である。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の様子をみていると、コストダウンを進めているからか、利益が思ったより多く出ている。また、コストダウンを進めてはいるが、投資は惜しまない様子である。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・暖冬が不安要素であったエアコンも堅調な推移を示しているほか、これまで同様、液晶テレビ等のAV機器も引き続き好調な荷動きとなっている。
		不動産業（経営者）	それ以外	・大阪市内商業地の土地取引価格は上昇気味であるが、まだ店舗、事務所の賃料は横ばいである。
	やや悪くなっている	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・鋼材不足による生産調整の影響がみられる。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少し、工場従業員の1日分の仕事量が確保できないことがあった。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・大得意先からの受注は定期便が不調で、なかでも特便が低調である。一般荷主も一部を除いて低調である。
		輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・季節的にランドセルやカバンの荷動きが活発ではあるが、昨年と比べると少ない。また輸出貨物も12月に入って落ち着いている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・得意先の商品の在庫、特に素材関連業界では在庫が増えて苦しい状況になっている。
	悪くなっている	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・今年の夏の猛暑及び暖冬により、得意先の販売量が激減している。そのため、受注済みの商品ですら引き取りが極端に減少してきた。
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（社員）	求人数の動き	・顧客からの派遣依頼は、微増ではあるが順調に伸びつつある。各企業ともリストラが一段落し、人材確保を始めている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・採用企業が増加している。また、採用予定に対する未充足企業が増加し、採用広告件数も増加している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数の動きとして、在職者及び自己都合離職者が以前に比べて増加傾向にあり、より良い条件を求めて転職を希望する動きがみられる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	雇用形態の様子	・11月に引き続き企業からの派遣依頼は多いが、企業の正社員採用が増えるのではないかとこの予測が広がっていることから、人が集まらない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数全体はほぼ横ばいで推移しているが、アウトソーシング業においては慢性的な人手不足がみられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・就職活動も終盤を迎えているが、採用継続企業が多くあるものの、未内定学生の動きが鈍く、人気企業の追加求人にも活発に動き、目立った動きはない。
	やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・新聞の求人広告に関しては、低い水準での横ばい傾向にある。広告主も業務拡大の方向にはなく、人が定着しない業種での人の入れ替え需要が中心である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の申込にやや陰りがみえ始めてきている。また同じ週であっても広告の反響に差があり、雇用のミスマッチについてもやや拡大しているように感じられる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・1年前と比べて出稿件数が3分の2まで落ち込んだ。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・これまで病院関係の求人が多かったが、病院も人が余る傾向にある。また、薬剤師はどこでも不足気味だが、新聞媒体では効果が出ないため、インターネット求人に移行している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・パートを含む全数ベースの新規求人数は、9月以降非常に高い水準で増加を続けていたが、12月は稼働日数が19日と通常より1、2日少ないこともあって、求人伸びはなく、前月比では減少する見込みである。
	悪くなっている			