

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	一般小売店 〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・昨年と比べて、売上がほぼ50%増加した。これは過去の色々な積み重ねの成果である。
		商店街（代表者）	それ以外	・商品の販売数量が前年より約10%増え、来客数も約6%増えるなど、やや上向いてきた。
	やや良く なっている	一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・夏物が良く売れたので、その波に乗って秋物も好調なスタートを切った。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・大阪のミナミ地区は大型商業施設のオープンによる集客効果が大きく、食料品や雑貨を中心に売上を伸ばした。また、高額品の動きも堅調で、時計、宝飾品などの動きも更に活発になっている。
	百貨店（売場主任）	単価の動き	・ボリュームブランドなどで単価が下落しているが、海外ブランドや有名ブランドを中心にコートなどの防寒物の動きが好調であり、販売量は前年を十分に上回っている。	
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・近くに大型商業施設が開店したことによって来客数が10～20%増え、販売量も増えた。	
	百貨店（担当者）	販売量の動き	・テナントとして入っている店の売上が、前年比でプラス基調になってきている。	
	百貨店（営業担当）	単価の動き	・中間層に元気がないが、一部の資産家や高額所得者が高額なブランド品や美術品などを買い、前年水準以上の売上を達成している。	
	スーパー（経営者）	販売量の動き	・異常気象が続いていたが、ようやく落ち着き、高騰していた主力野菜の価格も安値で安定している。商品の単価は少し弱含みであるものの、一日中雨という日が少ないことから、来客数、販売量が順調に伸びている。	
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・4分の1の店舗が前年の売上を上回っており、持ち直し傾向にある。	
	衣料品専門店（営業・販売）	販売量の動き	・月後半からの寒さにより、冬物スーツのオーダーが増加した。	
	家電量販店（店長）	単価の動き	・来客数は昨年の水準を若干下回っているが、婚礼セットや引越しのまとめ買い、さらに大型テレビ等、高額商品が売れている。	
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・顧客を個人と法人に分けると、個人は以前から消費意欲がみられたが、法人も最近は高額な自動車に買い換えるなど、全体的に景気が上向きになってきた。	
	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・系列各店は販売が上向きで、当店も前年に比べて15%アップした。また、新店舗に移転した関係で来客数が増加した。	
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・今月は天候が良かったので客の来店頻度が落ちたほか、薬の売上も減少したが、全体的には良くなってきている。	
	観光型ホテル（経営者）	お客様の様子	・営業部署からの報告によると、旅行や会合の計画を立てる企業が増えてきている。	
	観光型旅館（経営者）	単価の動き	・当施設の利用者数は前年度とほぼ同じであるが、3か月前より客単価が上回ってきたことで、売店等の売上が増加している。	
	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・国内旅行市場は引き続き堅調に感じられる。神戸市内の各ホテルとも稼働率は上がっており、婚礼件数も前年より増加している。	
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊稼働率は微増ながら前年より上昇し、宴会需要も前年並みに推移している。予約状況も順調であるなど、力強さはないが底打ち感がある。	
	旅行代理店（広報担当）	販売量の動き	・販売量が国内旅行を中心に良くなってきている。海外旅行の販売量も100%とまではいかないが、週ごとに増えてきている状況である。	
タクシー運転手	お客様の様子	・夜の客は減ったが、在阪球団の優勝で以前より客に元気が出てきたと感じられる。仕事に関して良い話をする客も増えている。		
タクシー運転手	来客数の動き	・新料金が認可されて1週間ほどが経過したが、今のところ売上が前年より約16%伸びている。		
通信会社（経営者）	お客様の様子	・大阪の顧客が東京に進出し業績を伸ばしていることに伴い、開発案件が急速に増えている。		

	通信会社（社員）	来客数の動き	・地方自治体と共同で展開しているケーブルテレビ事業が好調である。平野部は思わしくないものの、山間部でCATVのニーズは非常に高く、初期の受付ペースでエリア内世帯の約30%が申込をしている。
	遊園地（経営者）	単価の動き	・近郊に大型商業施設がオープンしたため、客の流れが少し良くなってきた。
	美容室（店長）	来客数の動き	・新しく入った店員が業務に慣れてきたことで営業力が増し、売上の増加につながった。
	美容室（店員）	単価の動き	・パーマやカラー、ヘアケア製品が伸びているので、1人当たりの単価は上昇している。
	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・地価については下げ止まり感がはっきりしてきた。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・一般的なファミリー型の分譲マンションを探している客は、平均3物件のマンションギャラリーに来るが、インターネット等で事前に十分検討するようになったことで、購入までの判断が早くなってきている。
変わらない	一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・関西地区ではいまだに在阪球団優勝が寄与しており、大手百貨店での売上が前年の137.6%となっているなど、最悪の状態からは脱しつつあるが、まだ完全に脱したとはいえない。
	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・在阪球団優勝に乗じた関連グッズの好調も一時的なものであった。年末に向けての商談も盛り上がり欠けている。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・特選、プレタゾーンは前年を上回ることが多いが、ヤング、カジュアルゾーンは依然停滞ぎみで、百貨店のなかでも勝ち組と負け組がはっきりしてきた。また、ヤングは個性的なブランドが好調で、カジュアルゾーンは低価格ブランドへのシフトという動きがはっきりしてきた。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・秋物商品の動きが良く、前年比3%増で目標を上回る見込みである。特にジャケット、ニット等のカジュアル衣料は好調である。ただこれは、9月に売れなかった分が10月にずれ込んだことが大きい。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・前年のこの時期は急な冷え込みで、単価の高いウールコートなどが売れたが、今年はこれといって良く売れている商品もない。ただ、来客数が多くない割には、前年を超える売上が上がっている。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・気候もほぼ前年並みで、秋冬ものの動きが活発になってきている。しかし売上全体では厳しさが続いており、買上げ客数がなかなか前年を超えることができない。
	スーパー（広報担当）	お客様の様子	・9月は在阪球団の優勝セール効果があったが、10月上旬の残暑の影響により秋物商品が全般的に不調であったため、月間の既存店売上は昨年実績を下回った。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・当店は主要幹線道路にあるが、交通量、特に日中の営業関係車両、工事関係車両の減少で、同じ道路上の同業他社は売上が軒並み減少傾向にある。
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・季節の変わり目で婦人服が売れる時期であるが、思ったより枚数が出ない。ヒット商品がないのが一番の大きな原因である。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・涼しくなって秋物が少し出たように思われたが、天候不順が続いたことで客が減少した。
	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・近くに大型ショッピングセンターができたが、それによる好調も2週間で終わった。
	家電量販店（企画担当）	単価の動き	・全体的に単価は下落しているが、テレビや冷蔵庫は唯一単価が上がっている。テレビは大型化と液晶画面、冷蔵庫は省エネ、ノンフロンと新しい商品が好調に推移している。
	家電量販店（営業担当）	単価の動き	・10月は最も売上が低下する月であるが、今年はそれに増して高額商品の売行きが不振であった。来客数は前年の90%、売上は70%という状態である。
	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新車販売台数が減少している。中古車の販売台数は良いが、利益率は悪くなっている。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新発売車、RV車はそれなりの実績が出ているものの、一般セダン系は買い替えサイクルが以前にも増して長くなっている。	

	自動車備品販売店（営業担当）	販売量の動き	・前月が決算月で、どの店も決算セール等を行っているが、売れる日と売れない日の差が大きい。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・若い人を対象とした立ち飲み屋や、価格の安いショットバー、居酒屋などが増えているなど、飲食街が客の嗜好に合わせて様変わりしてきた。
	都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・個人宿泊はインターネット予約を中心に回復傾向がみられる。しかし会議や研修における一般企業の動きは低調である。
	タクシー会社（経営者）	お客様の様子	・客は交通費を節約する傾向にあり、特に夜間の利用が激減している。
	通信会社（経営者）	来客数の動き	・顧客の買い換えサイクルが、やや短い周期で定着しつつある。
	観光名所（経理担当）	単価の動き	・10月に入って土、日曜の天候も良く、街全体でのイベントも何度か催されたが、他のイベントに客を奪われてしまい売上は伸びなかった。
	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・当社グループである関西の4つのクラブをみると、来客数は前年並みで、客単価が7～8%低下したクラブが2つ、来客数が7～8%低下し、客単価が前年並みであったクラブが2つであった。このように、単価を落とさないと入場者を確保できないのが実情である。
	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	お客様の様子	・恒例の催しや新規の催しで、ホール自体はよく稼働している。ただしほとんどのイベント主催者は、冷房時間を削ったり有料の部屋を使用しないなど、経費を細かく削減する動きがみられる。
	美容室（経営者）	お客様の様子	・当店は特に中高年者を対象としているが、来店回数が減っている。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・住宅ローン減税の締切り前の駆け込み契約などが少しあるが、金利上昇により先行きが不透明で、現状維持が精一杯である。
	その他住宅 [情報誌]（編集者）	お客様の様子	・秋商戦にもかかわらず、新築マンションの新規販売率が低迷しており、販売在庫も増加気味である。前月の新規供給が前年比マイナス45%という低水準にもかかわらず販売率が低迷しているということで、購入総量自体がかなり低い状態にある。
やや悪くなっている	一般小売店 [食料品]（経営者）	競争相手の様子	・低価格品の価格競争のみならず、買回り品の高付加価値品までも競争が激化している。
	一般小売店 [時計]（経営者）	それ以外	・在阪球団の優勝セールを行う店が増えたことで、日本一になればもっと安くなるという印象を与えてしまい、日本シリーズの結果が出るまで買わない客が増えた。
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・最近になってまた近隣に路上弁当販売が増えてきて、弁当類の売上に影響が出ている。
	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	お客様の様子	・全体に車の動きが悪く、1台当たりの給油量が少なくなっている。
	通信会社（社員）	販売量の動き	・商品の優位性や話題性で店の活気はあるが、市場が飽和状態であるため、販売数量はここ3か月の間下降している。
	その他サービス [ビデオ・CD レンタル]（エリア担当）	来客数の動き	・地域によって競争が激化してきており、来客数も前年比で10%以上落ち込んできている。
	その他住宅 [展示場]（従業員）	競争相手の様子	・住宅展示場の企画会社が、集客の新たな試みとして、築年数20年以上の一戸建てが多い地域にキャンペーン時以外にもポスティングを始めた。ポスティングは一番効率が悪い集客方法といわれているが、とにかく新しい客を集めようという姿勢がみられる。
悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・人通りも少なく、土日、祝日は特に開店休業状態となっている。
	その他専門店 [宝石]（経営者）	来客数の動き	・昨年と比べて売上が約40%の下げ幅を記録している。来客数はもちろん、客単価も低く、DMなども不調に終わっている。
企業動向関連	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・繁忙期に入り、特に通信建設業界が動き出している。しかし不況を経て業者数が減っているため、協力会社の確保が課題である。

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	・子供服関係の取引先が今後の企業存続の大きな柱として新規事業を立ち上げた。急速充電器事業への参入だが、期待感がある。	
	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の投資計画が活発に動いている。競争が厳しいので当社が受注できるとは限らないが、景気全体の雰囲気としては上向き傾向である。	
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・年末を見据えた受注が増えているため、生産枠を増やして対応した。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造設備に前向きな動きがある。家電業界や、環境関係の業界、設備プラント業界に活気が感じられる。	
	電気機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・液晶テレビや録画DVD等のAV商品に加え、冬物電化商品も好調なスタートを切っていることから、家電製品の市況が堅調に推移しており、前年を上回る伸びが見込まれる。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・税制特例の期限切れを控えた住宅の建設や、店舗施設のオープンはミニバブルの様相を呈している。ただし、価格は下降気味で、メーカー間の競争は厳しい。	
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・下旬頃から住宅関連等の大口顧客の受注が増えている。また帰り便を利用した外販物流も増えている。	
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・前月に続いて関西国際空港での輸入貨物の配達が好調である。特に自動車部品関連の緊急便が増えている。	
	金融業（支店長）	受注量や販売量の動き	・IT関連部品の製造や、成型材料の卸売などに回復の兆しがみられる。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・マンションなど住宅関係を中心に各種折込広告が増えている。	
広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・新製品の売り出しや新規事業をスタートさせる会社が増えてきており、広告出稿も盛んになっている。		
その他サービス業〔イベント企画〕（経営者）	取引先の様子	・数年間取りやめになっていた年末年始の案件の復活や、3月の期末までに実施を希望する案件が増えている。		
その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・スポット需要はかなりおう盛であるが、それに対して供給できるスポット枠量が絶対的に不足している状態である。		
変わらない	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月はスポットでの特注があったが、一過性のものにすぎない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・航空機部品の注文が減少したまま、回復しない。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・従来は発注顧客の地元へ見積照会が出されていたが、ここ数年は最終客先の地元へ出され、発注が行われている。その結果、顧客の受注量が増えても遠方へ発注するケースが多くなってきている。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年は前年に比べて引き合い件数が増えているのに、確定受注率が低くなっている。海外市場への依存も高まっているので、円高傾向も不安材料となっている。	
	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・コピー、印刷業は10月が最大の商戦期であるが、今年は法人による大口受注が減少したことにより、過去3年間で最も厳しい10月となった。	
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・在阪球団の優勝セールなどで消費が部分的に喚起されているが、小売業者からの協賛値下げ圧力や、セール後の売上減などによるマイナスの影響が大きい。	
やや悪くなっている	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・受注量の減少、価格の低下に加え、原材料である綿糸価格が急激に高騰している。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸の事務所ビルの空室率が、依然上昇している。神戸から大阪、東京への移転が続いており、事務所の賃料はまだ下げ止まっていない。	
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（社員）	求人数の動き	・求人数は増えているが、他社との競合が増えたことにより、単価の下落傾向は依然続いている。その結果、売上増の割に増益にはつながっていない。
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が若干増加傾向にあり、長期間低迷が続いてきた料金の下げ止まり感が出てきた。

	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・正社員の採用を抑制しているためか、派遣での求人依頼が最近特に増えている。ただ、求職者の数が極端に少なくなっており、マッチングに苦慮している。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・人材派遣業からの広告出稿が増えているほか、中小企業からの求人出稿も若干だが伸びてきている。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数が前年比で27%、前月比で20%と大幅に増加している。内容については、依然として短期的な臨時、アルバイト等の求人となっているが、製造業やサービス業を中心に高い水準で推移している。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数をみると、主な産業で2ケタの増加がみられる。
	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・企業の採用担当者の来訪や追加求人のアンケートに対する回答の増加がみられる。
変わらない	求人情報誌製作会社 (編集者)	求人数の動き	・中小の飲食店の倒産、閉店などが増加したが、インターネットでの転職希望の開示などで人材紹介は堅調に推移しているほか、商工会議所と共同で進めている新卒者の紹介事業に多くの企業から案件が寄せられた。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・求人広告市場では、パート、アルバイトの広告は活発だが、中高年の男性を対象とする広告、新卒を対象とする広告に関しては、求人そのものが伸び悩んでいるため縮小傾向にある。
	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・新規及び有効求職者数は依然として減少を続けているが、雇用情勢の厳しさから安易な離職、転職も大きく減少している。
	学校 [大学] (就職担当)	周辺企業の様子	・大学新卒予定者の雇用は、数としては拡大しているが、採用予定数を確保できなかった企業も多かった。その要因としては、企業が採用レベルを高めたことが上げられる。
やや悪くなっている	新聞社 [求人広告] (担当者)	雇用形態の様子	・社員が退職しても補充しない会社が増えるなど、人員の削減に歯止めがかかってない。
悪くなっている	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・求人数が伸びる季節のはずが、昨年より10%から20%少ないままで推移している。