

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	・昼間の来客数は今年最高であった。これは地元のイベント開催や、グルメ情報誌に掲載された影響である。
		乗用車販売店 （営業担当）	来客数の動き	・新型車が続々と発表されて、来客数が増えているが、客の様子は両極端である。400万円から500万円の高額車が多く売れている一方、低燃費である200万円までのコンパクトカーも多く売れている。
		通信会社（社員）	来客数の動き	・11月の段階での申込者数が過去最高を記録したほか、来客数もかなり増えてきており、手ごたえをかなり感じた。
	やや良く なっている	一般小売店[家具]（経営者）	来客数の動き	・11月は、1割引のサービス券を発行したので来客数が増えた。
		一般小売店[衣服]（経営者）	単価の動き	・今年に入って最高の売上であった。特に婦人服が好調であった。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・客単価は横ばいであるが、来客数は前年比110%となっている。暖房器具については、気温が下がらないので例年の水準を下回っているものの、映像商品等は好調に推移している。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・一般個人客による開業、改装が一気に増えてきている。これまで買い控えが目立った消耗品、備品関係も積極的に購入する姿勢がみられる。
		その他専門店[印鑑]（店長）	お客様の様子	・値引き交渉の頻度が減少した。
		タクシー運転手	お客様の様子	・流し営業での乗車数が安定しており、依然として堅調である。
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・秋のイベントとして、人気アニメ映画の催しを実施したことで、子供連れの家族が増えた。
		ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・今年の11月は昨年に比べて土日の数2日少なかったが、天候に恵まれたほか、10月の台風のキャンセル分が11月に振り替えられて、期待以上の成果が上がる見込みである。
		その他レジャー施設[イベントホール]（職員）	来客数の動き	・今月も様々な催物があったが、いずれも来客数が多く、大いににぎわった。
その他サービス[学習塾]（経営者）		来客数の動き	・毎年行っている無料体験への参加者が、低学年を中心に例年よりも多い。	
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数は相変わらず低水準にとどまっている。新規発売の物件も、集客動向は順調に推移している。		
変わらない	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は販促活動を行い、集客力の増加を図ったが、暖冬の影響により防寒衣料は非常に苦戦した。またヒット商品もなく、客の新たな購買意欲もみられない。	
	百貨店（営業担当）	単価の動き	・単価が20万円程度までの商品には動きがあるものの、50万円以上では動きが鈍い。	
	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・早期割引等の効果で、お歳暮ギフトは11月へと前倒し傾向にあり、売上は好調に推移している。ただ、暖冬傾向で秋、冬物の婦人服の売上が前年の5～8%減と苦戦している。特に婦人ヤングウェアが不調であるため、全体的な底上げができず、先月並みの苦しい状況にある。	
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・長時間営業に伴い、惣菜や酒類を中心とした商品が引き続き好調である。また、農産物、特に台風による野菜の相場高が定着し、売上を押し上げている。	
	スーパー（店長）	販売量の動き	・台風等の影響による農産物の相場高騰で、これらの商品については売上が伸びているが、販売量は少ない。他の商品についても余分には買わない傾向が定着している。少量パック商品をもっと増やしていく必要がある。	

	スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数は昨年より増加傾向ではあるが、客単価は前年比約93%と減少を続けている。農作物の価格高騰による節約や、広告や各店のサービスを活用した買い回りをしていると考えられる。
	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・11月は9、10月ほどの力強さはないが、予定売上は上回っている。しかし、暖冬傾向や野菜の相場高などで、鍋物や衣料品の動きが今一つである。
	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・夜型中心から朝、昼も来客が増えたことで、来客数が増加する傾向にある。営業、建設関係の動きが年末に向けて活発化している。ただ、単価は下がる一方で、ポージョレーヌポー解禁による単価アップを期待したが、結果は思わしくない。
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は相変わらず低迷しているが、人気化粧品シリーズのお試しセットの売上が好調で、客単価を押し上げている。
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・衣料品販売店は売行きが天候に左右されるが、今年は気温が高いため、冬物の販売量が鈍っている。
	家電量販店（企画担当）	単価の動き	・夏商戦はオリンピック効果等による大型テレビの販売で単価が一時的に上がったが、現在は市場も落ち着き、単価が下落している。
	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・悪い原因の一つに、災害が世間に暗い影響を与えていることが挙げられる。年末に向けて、本来ならば景気が良くなってくる時期であるのに、残念である。
	その他専門店 【医薬品】（経営者）	販売量の動き	・気温が高く過ごしやすい日が続いているので、通常この時期に売れる携帯用カイロが動かない状態である。
	その他専門店 【スポーツ用品】（経理担当）	販売量の動き	・小売での販売はプロパー品の前年割れが続いている。特にゴルフの高額品は大苦戦で、特価商材で売上を確保している状態である。
	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・10月の台風、新潟県中越地震によって旅行のキャンセルが増えたほか、予約状況にもかなり響いており、11月も影響がみられた。
	タクシー運転手	お客様の様子	・5、10日の大阪はにぎわうが、19時から21時頃までであり、深夜タクシーも23時がピークで1時半頃になると街に人が急にいなくなるという状況である。
	タクシー会社（経営者）	お客様の様子	・タクシーの稼ぎ時である夜の人出が非常に減少している。客が交通費を節約する傾向にあり、飲みに行っても電車のある時間に帰るといった動きがみられる。
	その他レジャー施設 【飲食・物販系滞在型施設】（企画担当）	来客数の動き	・行楽シーズンで、団体の動きは堅調である。ただし、個人客については昨年より落ちている。
	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	・台風、新潟県中越地震の影響が残っているのか、横ばい傾向が続いている。
	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・マンション価格については、単価が下げ止まり、やや反転気味ではあるものの、専有面積を狭くして総額を抑えることで、エンドユーザーに受け入れられている状態である。
やや悪くなっている	一般小売店【衣服】（経営者）	お客様の様子	・来客数の増減はあまりないが、防寒具といった厚地の素材は低調である。
	百貨店（売場主任）	単価の動き	・歳暮商戦が11月1日からスタートしたが、競合店の閉店などの影響で好調に推移している。しかし、購買単価が昨年は3,000円が中心であったが、今年は2,000円が中心へと移行している。また、暖冬によって、コートの動きが昨年より1か月遅れになっており、それが婦人服全体の売上に影響している。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・主力のコートが気候による影響で苦戦しているほか、競合店の影響で高額ゾーンのブランドが低迷しており、厳しい状況である。

	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・近隣地区で新たな商業施設がオープンしたほか、郊外でのショッピングセンターのオープンが相次いでいること、目新しさもあり客がそちらに多く流れている。 ・お歳暮ギフトの受注形態についても、店頭受注からインターネットを始めとした手軽な方法へと変化しており、集客効果はかなり落ちてきている。
	百貨店（統括）	販売量の動き	・3か月前と比べて前年比では紳士関連の商品が若干持ち直してきたが、婦人衣料がマイナスであるため、全体では低下傾向にある。
	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・最近はお客の転職が増えてきており、なじみの客が減少してきている。
	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・ショッピングセンターのオープンが相次いでいるにもかかわらず、全体としての売上が見込めない。既存店の落ち込みが大きく、新規店の売上でカバーできない状況である。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・毎年11月から12月にかけて販売も増えるが、今年は軽自動車などの安い車の引き合いはあるものの、高額車が何台も売れるということはない。
	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・新潟県中越地震の影響か、台風の影響かは分からないが、来客数がかかり落ち込んでおり、伸びが全くみられない。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・売上が減少しており、オープンから27年で最悪の状況である。
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宴会、会議は前年以上の取り込みができていますが、宿泊は新潟県中越地震の影響もあり、関東方面からの紅葉ツアー及びアジアからの客も激減した。ビジネス客の動きも悪く、総収入では大幅なマイナスである。大阪市内のホテル動向も同様である。
	都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・11月の客室稼働は、前年は過去最高となったが、今年は修学旅行やスポーツ団体に前年のような勢いが無いほか、個人客は前年並みとなっている。また、客室単価も競争で600円程度落ちており、前年比では2けた台のマイナスになりそうである。 ・一般宴会も宿泊同様に前年の勢いがなく、間際で大型の法要を取ったものの、前年比ではマイナスである。婚礼も前年と比べて3件のマイナスである。
	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・台風23号や新潟県中越地震以来、一般的に自粛気味で消費マインドが下がっている。
	旅行代理店（広報担当）	来客数の動き	・台風や新潟県中越地震という自然災害の心理的影響なのか、各支店からは、そろそろ年末年始が近づき活気が出てきて良い時期であるにもかかわらず、来客数がめっきり減っているという声がかかっている。
	通信会社（経営者）	販売量の動き	・携帯電話の需要増が頭打ちであり、各電話会社が特段の販促活動を行わない時期には、落ち込みが著しくなってきた感がある。
	競輪場（職員）	単価の動き	・今月はまだ本場開催が行われていないので、正確な判断はできないが、場外発売時での単価のみで比較すると、3か月前よりやや悪くなっている。
	美容室（店長）	来客数の動き	・固定客の結婚や出産、転勤などで来客数が若干減少した。
	その他住宅[展示場]（従業員）	来客数の動き	・11月に入って展示場の来客数が前年の水準を下回るようになった。
悪くなっている	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・気温が例年よりも高いことで、重衣料、特にコートアイテムは、数量、売上ともに前年比70%で推移した。11月は前年よりも土日が2日少ないことを勘案しても、顧客ニーズは低くなっている。単品の軽衣料は前年よりも微減という状況である。
	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・気温が下がらず、売れるものはニット単品であり、ジャケットやコートの羽織物が売れない。紳士マフラー、手袋も動かない。また、ジャストタイムでの購入となっており、先取りでの購入はみられない。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・商品の細部にわたって指名買いが増えている。しかしメーカーの倒産等で十分な供給ができていない。以前であれば、似たような商品へ流れていたが、好みのものが見付かるまで探し、見付からない場合は買わないようになってきている。

		観光型旅館（経営者）	競争相手の様子	・日本海に面した温泉街に立地しているため、今がオンシーズンである。しかし、この地域にカニをメインにした旅館が40軒くらいあるが、シーズンにもかかわらず旅館にあまりがつかない。今まではこのようなことはなかった。		
		旅行代理店（店長）	単価の動き	・海外旅行については韓国ブームで単価が下がり、前年に比べると人数は前年以上をキープしているが、国内旅行では台風や新潟県中越地震の影響でカバーしきれない状況である。		
企業 動向 関連	良く なっている やや良く なっている	出版・印刷・同 関連産業（情報 企画担当）	受注量や販売量 の動き	・年末納品の注文を生産中だが、年賀状の受注も峠を越え、カレンダーの納品は完了しつつある。		
		電気機械器具製 造業（営業担 当）	取引先の様子	・工場の新設で、冷凍機盤が過去最大の受注量になっている。		
		建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・一過性のものであり、長くは続かないと思われるが、台風23号による被害の修理工事で、いまだに需要過多の状態が続いている。		
		新聞販売店〔広 告〕（店主）	受注量や販売量 の動き	・新しく開発されて入居が進んでいる地域で購読数が伸びている。折込チラシも件数が増えている。		
		広告代理店（営 業担当）	取引先の様子	・11月、12月に関西エリアでのショッピングセンターのオープンが続いている。		
		コピーサービス 業（従業員）	受注量や販売量 の動き	・大型商業施設等の開発ラッシュもあり、様々なオープンプロモーションに関するオーダーが急増している。		
		その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	取引先の様子	・引き合いが多くなっており、価格さえ合えば注文につながるケースが増えてきている。		
		その他非製造業 〔衣服卸〕（経 営者）	受注量や販売量 の動き	・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、大手企業を中心に発注枚数を増加させる動きがあり、11月あたりから売上高は増加傾向にある。		
		変わらない		食料品製造業 （従業員）	受注量や販売量 の動き	・暮れにかけて、今月も荷動きが良いように思っていたが、地震、台風の影響、気候の温暖化等、何らかの影響が少しずつ浸透し、購買の減退化につながっていると考えられる。
				繊維工業（総務 担当）	受注量や販売量 の動き	・小売での販売が伸びないため、受注が昨年の2割減になっている。卸売価格が低く抑えられ、これからの原油高に伴う原材料費の値上がり分も転嫁しにくい。
金属製品製造業 （総務担当）	受注価格や販売 価格の動き			・民間の建築需要はまだまだ低迷しており、少ない物件に人気集中しているため安値受注が横行している。		
電気機械器具製 造業（経営者）	取引先の様子			・金属製品加工メーカー等に設備意欲がみられる。		
電気機械器具製 造業（宣伝担 当）	受注量や販売量 の動き			・液晶テレビ等、一部の商品については堅調に推移しているが、全体的には荷動きが鈍化している。		
建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き			・ここへ来て、やや動きが止まった感がある。しかし、土壌汚染調査の事業は相変わらず堅調である。		
建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き			・官庁関係の工事発注量は減少しているが、民間企業の大規模、小規模改修工事が増えてきている。		
輸送業（営業所 長）	受注量や販売量 の動き			・大阪のほとんどの倉庫は荷物が一杯で、荷動きが大変悪いと聞いている。		
不動産業（営業 担当）	取引先の様子			・神戸市の中央区から芦屋、西宮方面にかけて、建売、マンションともに、売れている場所とそうでない場所の差が大きくなっている。また、店舗関係でも元町や三宮周辺で、すぐに決まる場所とそうでない場所の差が非常に大きくなってきている。		
広告代理店（営 業担当）	受注量や販売量 の動き			・年末の新聞等の出稿需要が思ったほど伸びていない。広告でいえば、関西が目立って悪いように思われる。		
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	・需要期であるが、受注量が昨年より減少している。更に外注加工費がアップしており、採算はより悪化している。		
		化学工業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・ここへ来て値上げの影響が出始めており、販売量に陰りが出てきている。		

		金属製品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・製品単価が値上がりし、売上も上がっているが、それ以上に鋼材価格が上昇して採算面を圧迫している。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・温暖な気候で冬物商品の動きが悪く、昨年よりも悪い傾向である。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・大得意先の受注が低調である。新潟県中越地震、台風等で道路が全面開通していない地域があり、臨時便等はあったが、トータルとしては厳しい状況である。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・年末年始にかけてのスポットCM出稿予想が前年割れの見込みであり、担当者によっては今までのデジタル家電、オリンピックによる景気の上昇傾向が停滞、悪くするとマイナスになるとみている。
	悪くなっている			
雇用関連	良くなっている	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・野宿者用の緊急宿泊所に並ぶ列が短くなり、稼働率は1,040人の定員に対して6割まで低下した。また、日雇い労働者用ホテルの客室稼働率が高まるなど、求人増の影響が出ている。求人は台風等の災害復旧工事からも発生しているとみられる。
	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が順調に伸びてきている。各企業とも、リストラが一段落し、人材を求め始めている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	採用者数の動き	・厳選採用の影響で、就職や転職の内定を得ることができる人材とそうでない人材が二極化し、内定辞退が増加している。多くの企業が採用未充足に陥っており、秋以降は追加募集が増えている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告への出稿量が先月よりは若干ながら増えている。特に今月は、金融系の企業からの新聞出稿が堅調であった。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数は16か月連続で減少しており、職業相談窓口では以前に比べて混雑が緩和されている。また、事業主都合の離職者も15か月連続して減少しており、落ち着いた状況が続いている。
		学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・今月の追加求人アンケートの回答をみると、小売業を中心に依然として採用意欲が高い。しかし、知名度の低い企業は、採用意欲があるものの学生の人気は低く、特に苦戦している様子である。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・年末特有の動きはないが、相変わらず仕事量はかなり多い。一方でマッチングできず、ミスマッチが続く状況である。今後も正社員志向が強く、そちらに人が流れることから、人材派遣業に関しては良いとはいえない。仕事量はあるが、人材がいけないという状況である。
		人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・企業の採用意欲がおう盛とは感じられない。必要最小限の人員でまかなう傾向に変化はない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	雇用形態の様子	・求人募集広告はパート等の短時間労働者を求める企業が多い。応募者の反応は、どの年代層においても良くない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・卸売、小売業及び飲食店では求人が増加したが、製造業、医療、福祉、サービス業などで減少となったため、トータルとしては変わらない。
	やや悪くなっている			
	悪くなっている			