

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる		
	やや良くなる	家電量販店（経営者）	・アナログ放送の終了を控え、テレビなどでのPR効果で認知度が上がるため、購入が増える。
		通信会社（社員）	・販売促進に前年よりも大幅にコストをかけているため、少しずつ効果が出始めている。
	変わらない	一般小売店〔時計〕（経営者）	・分割払いはもちろん、クレジットカードの利用がほとんどなくなっていることから、先行き不安が以前よりも強まっている。良くなる兆し、材料共に見当たらない。
		一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・夏休み中も客が外出を控える傾向にあるため、外食業界では来客者数が減少する。
		一般小売店〔楽器〕（販売担当）	・様々な商品が値上がりし、趣味になかなかお金を使ってもらえないため、厳しい状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・今後も店内の工事は続き、売場面積が更に狭くなるため、状況はますます厳しくなる。
		百貨店（売場主任）	・家計収入が増えないなか、価格の上昇や企業業績の悪化など、景気の好転する要因が見当たらない。実用的な商品の売上に大きな変動はないものの、ファッション関連への支出は今後も抑えられる。
		百貨店（営業担当）	・専門店との競争が激しいため、ブランド品の動きが鈍くなる。
		百貨店（営業担当）	・3月ごろから始まった購買数、購買金額の低迷や、百貨店離れの動きは当分続く。
		百貨店（マネージャー）	・原油高や原材料高に伴う消費者心理の悪化により、衣料品を中心としたファッション関連は今後も厳しい状況が続く。
		スーパー（経営者）	・毎日スーパーのチラシが入るため、それによって客が買い回りする状況は当分続く。
		スーパー（経営者）	・大型スーパーでは集客策としてガソリン割引券などを配布している一方、車を使わずに行ける食品スーパーには今まで以上の客が来店している。ガソリンの値下がりには当面見込めないため、外食や大型スーパーなどの客は、今後も食品スーパーに流入することになる。
		スーパー（店長）	・今月から光熱費が上がり、生活水準を維持しようとする動きはますます強くなる。
		スーパー（経理担当）	・価格に対する客の視線がますます厳しくなっており、特売商品の売上構成比が上昇するなど、利益の確保が難しくなってきた。
		コンビニ（経営者）	・以前から客は必要な物だけを買っていたので、不況になってもあまり変わらない。
		コンビニ（店長）	・今後は値上げが本格化するため、来客数、買上点数共に悪化する。たばこの売上についても、タスポの普及率が上がるほか、自販機の24時間販売などにより、徐々に減少する。
		コンビニ（店長）	・タスポ導入から2か月となるが、来客数に変化がないところを見ると、タスポの普及が今よりも急激に進むことはない。
		コンビニ（店長）	・今後は値上げする商品がある一方、今月のような猛暑が続くことで売上が伸びるため、全体としては変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・ガソリンの値上がりで新車の販売が低迷しているほか、修理や車検の予約も少ない。
		乗用車販売店（営業担当）	・依然としてガソリン価格は高いほか、原材料の高騰で自動車の値上げも始まりつつある。車の需要がなくなることはないが、買い控えは今後も続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・今の状態がしばらく続くほか、新型車の発売予定もないため、悪い状況は変わらない。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・客が手持ちの貴金属、宝飾品を売り、お金の換える動きが更に進む。	
	観光型ホテル（経営者）	・先の予約をみても、最近の節約ムードによる影響で非常に厳しい状況である。	
	観光型旅館（経営者）	・食材や重油の値上がりで利益が徐々に減少している。消費者が外出を控えているのは明らかであり、今後は厳しい状況となる。	
	観光型旅館（団体役員）	・当地では車による来客が約90%を占めるが、原油高で車の来場が非常に減っている。	
	旅行代理店（広報担当）	・通常、オリンピック後はその地域への旅行が増えるが、中国に関してはその期待も薄いなど、旅行需要の盛り上がる要因が見当たらない。	

	通信会社（企画担当）	・取引先のアミューズメント施設による購買意欲は、直近で高まる材料はないものの、悪化することもない。
	観光名所（経理担当）	・今年の梅雨は雨が少なかったものの、厳しい暑さで入客が少なかったほか、ガソリンの高騰も来客数の減少に影響している。今後も当分はこの傾向が続く。
	その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・8～9月はプロ野球の人気球団の試合が予定されているほか、コンサートや子供向けイベントが開催されるため、来場者が増える。
	美容室（店長）	・今年の夏は暑くなるとの予報が出ており、外出が控えられるため、来客数に影響が出る。
	住宅販売会社（総務担当）	・資材の高騰分について価格転嫁が進んでおらず、今後も苦しい状況が続く。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・ガソリンや食料品の値上げが続くため、衣料品の消費はますます低迷する。
	一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・秋商戦は期待薄であり、ビジネスとしては完全な防御体制を取らざるを得ない。
	一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・食品の値上げが予定されているため、秋冬物の衣料品に買い控えが起こる。
	一般小売店〔精肉〕 （管理担当）	・消費者マインドが落ち込むなか、原材料費の高騰による影響が徐々に広がってくる。
	一般小売店〔菓子〕 （営業担当）	・相次ぐ仕入価格の上昇で、得意先には値上げ通知を何度も送っているが、2、3か月先には次の値上げが始まる。
	百貨店（企画担当）	・今後も物価の上昇が進むなか、客の間では支出を抑える動きが加速するため、衣料品や高額品の購買意欲は一段と低下する。
	スーパー（店長）	・値上げ傾向の続くなか、食料品は堅調に推移するものの、衣料品や住居関連品の売行き不振が更に進む。
	スーパー（管理担当）	・今のところ来客数は増えているが、値上げが続いているため、今後は客単価の落ち込みが激しくなる。
	コンビニ（経営者）	・値上げ品の買い控えや低単価商品へのシフトにより、客単価が低下する。
	コンビニ（マネージャー）	・タスポ効果が低下するほか、今月の猛暑効果の反動減が起こる。
	コンビニ（店員）	・近くに競合店がオープンしたため、厳しくなる。
	衣料品専門店（営業・販売担当）	・原材料や工賃の更なる値上げが行われる。
	その他専門店〔医薬品〕 （経営者）	・様々な商品が値上がりするなか、当社の扱っている生活必需品や食料品も軒並み値上がりしている。この傾向から早く抜け出さなければ、客の購買意欲は高まらない。
	一般レストラン（スタッフ）	・原油価格の高騰により、今後は特に郊外型のレストランが打撃を受ける。穀物価格の高騰で仕入価格も上昇することから、売上、コストの両面で大きな影響が出る。
	一般レストラン（店員）	・今月は店がテレビに出た影響で売上が伸びたが、それも徐々に落ちてくる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は現状維持となるものの、宴会は大きな予約がない。さらに、レストランでは来客数の減少に加えて、食材価格の上昇分を販売価格に転嫁できないため、収益が悪化する。
	都市型ホテル（マネージャー）	・8月の予約状況は宿泊、宴会共に厳しい状況である。今後も原材料の値上がり分を販売価格に転嫁できず、収益が大きく圧迫される。
	都市型ホテル（役員）	・秋の繁忙期にもかかわらず、団体客を中心に前年よりも宿泊の予約状況が悪い。宴会の予約状況も前年の8割程度と、今後は非常に厳しくなる。
	都市型ホテル（営業担当）	・宿泊は団体予約が少ないが、直前に予約が変化するため予想が難しい。それに対し、一般宴会はイベントの前売り券も売行きが良く、前年比プラスで推移している。一方、レストランは来客数の減少や原材料の値上がりなど、変わらず厳しい状況が続く。
	旅行代理店（経営者）	・燃油サーチャージの表示に関する通達が出たが、それによる好影響はほとんどない。一方、関西国際空港における減便により、更なる海外旅行離れにつながる。
	タクシー運転手	・遅い時間までの残業が減っており、無線で連絡してくる客の数も減りつつある。
	タクシー会社（経営者）	・タクシーの需要は今が底という感もあるが、物価の上昇により、必要のない物にお金を使わない動きがますます加速する。
通信会社（経営者）	・今年の携帯電話の需要予測は最大で15%減となっている。その一方で、販売店の体制は以前の需要に見合ったものであるため、今後は一定の淘汰が避けられない。	

		通信会社（経営者）	・原油価格や原材料費の高騰により、建設業界が更に冷え込むことになる。
		観光名所（経理担当）	・今のところ来客数は前年比でマイナスとなっているが、今年の夏は安近短のレジャー需要が高まるため、近郊からの来場が増える。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・消費者の節約傾向が強まり、同じ催しでも入場者数、売上などで地域格差が広がる。その結果として、地方の景気はますます悪くなる。
		美容室（経営者）	・年配客はお金にシビアになってきているほか、健康の問題などで来店間隔が開いてきているため、先行きは厳しい。
		その他サービス [学習塾] (経営者)	・今年の春に退会者が増えて以降、生徒数の少ない状態が続いている。
		その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・北京オリンピックの影響でレンタル需要が減少するため、売上は前年比で減少する。
		住宅販売会社（経営者）	・建築設備や資材の価格が前年比で10～20%上昇しており、今後販売価格に影響が出ることは避けられない。住宅需要も低下する一方であり、良い要素が見当たらない。
		住宅販売会社（経営者）	・在庫を抱えた業者による投げ売りがまだ本格的に始まっていない。在庫調整が進むまでは、価格は下がり続ける。
		その他住宅 [展示場] (従業員)	・住宅需要の喚起される要素が見当たらない。住宅ローン控除についても以前ほどの効果がない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・まだまだ猛暑が続き、値上げも更に進むなかで、消費マインドは大きく低下する。
		一般小売店 [珈琲] (経営者)	・売上は変わらないが、物価の上昇で買い控えが起こるなど、物の動きが更に悪くなる。
		一般小売店 [雑貨] (店長)	・コンビニでは深夜でもタスポなしで購入できるため、今後当店で客が戻ってくることは難しい。
		一般小売店 [花] (店員)	・例年は盆、彼岸の繁忙期を迎えて売上が伸びるが、今年は節約ムードが強まっており、来客数、売上共に伸びていないため、厳しい状況となる。
		百貨店 (企画担当)	・レジ客数の前年割れが続いているため、見通しは厳しい。
		百貨店 (商品担当)	・素材の高騰を受け、メーカーでは9月以降の値上げ計画が進んでいる。
		百貨店 (売場担当)	・次の秋冬商戦は、一部の商品以外に大きなトレンドや目玉商品が見当たらない。また、業況の悪化に伴って販促経費の圧縮が進むため、来客数も増えにくい。
		スーパー (店長)	・今後も原料高騰による食品の値上げが続くため、消費者の生活防衛意識が強まる。それに伴い、生活必需品への購買比率が更に高まることになる。
		衣料品専門店 (販売担当)	・客からは、10月に予定されている公共料金の値上げの話がよく聞かれる。
		乗用車販売店 (経営者)	・自動車業界は厳しい状況にあり、店舗の閉鎖が増えてきている。
		その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・盆休み明けに、倒産する会社が出てきてもおかしくない。
		一般レストラン (経営者)	・材料価格の上昇に、店の客単価の上昇が追い付かない。
		競輪場 (職員)	・物価の上昇が収まる気配がないため、レジャー業界の先行きは暗い。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・ガソリンをはじめとする物価の上昇は、レジャーマインドの低下に直結する。
		住宅販売会社 (経営者)	・原材料高騰に加えて、ヨーロッパからの輸入建材価格も上昇が進んでおり、今後も厳しい状況が続く。
		住宅販売会社 (経営者)	・戸建分譲では、ガソリンや日用品の値上げで主婦のマイホーム購入意欲が著しく低下している。広告、住宅情報誌などをフル活用しても、集客が非常に悪いなど、先行きの見通しは厳しい。
		住宅販売会社 (従業員)	・新築マンションの契約率が悪いと、販売価格の値引き幅はより一層大きくなる。
		その他住宅 [情報誌] (編集者)	・建設、不動産業界は、金融不安が解消されない限りは好転する気配がなく、まだまだ厳しい状況が続く。
企業動向 関連	良くなる	木材木製品製造業 (経営者)	・先の受注量が以前の2倍程度に増えているほか、インターネット事業も拡大しつつある。
	やや良くなる	化学工業 (管理担当)	・取引先から明るい話は聞かれないが、最近の原油価格の値下がりによってコストが低下し、個人消費も回復に向かう。また、為替相場も円安基調にあることで、輸出の採算性が幾分か改善する。

	電気機械器具製造業（営業担当）	・仕入価格の上昇が経営の足を引っ張っているものの、受注量が増えている。
	輸送業（営業担当）	・ガソリン価格の上昇分を運賃に転嫁したが、荷物量や受注の減少懸念にもかかわらず、今のところは減少していない。
変わらない	繊維工業（企画担当）	・大手の取引先でも今後の方向性がみえておらず、何をすればよいか分からないとの声が多い。
	金属製品製造業（総務担当）	・原材料価格の上昇に対し、販売価格への転嫁がなかなか進まないため、収益率の低下傾向が強まる。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注の予定は特にないものの、最近は突発的に注文が入ってくる傾向がある。
	輸送業（営業所長）	・燃料の高騰が落ち着かない限り、収益の圧迫が続く。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・インターネット広告やポスティング事業者に広告が流れており、折込広告の減退傾向が進む。
	広告代理店（営業担当）	・秋口までは良い材料がない。
	経営コンサルタント	・ここしばらくは現状のような推移が続く。クライアントからも同じような声が聞かれる。
やや悪くなる	繊維工業（団体職員）	・消費の不振により、外注加工費の上昇分などを価格転嫁しにくいなど、今後も厳しい状況が続く。
	繊維工業（総務担当）	・夏商戦も終盤であるが、注文は例年よりも3割少ないなど、秋に向けての見通しは厳しい。
	金属製品製造業（経営者）	・諸物価の上昇で荷動きも悪くなる傾向にあるため、先行きの見通しは厳しい。
	金属製品製造業（管理担当）	・見積り時よりも材料が大幅に値上がりし、予定の予算では着工できなくなっているため、計画中止となる物件が出てくる。
	一般機械器具製造業（経営者）	・今年度は新規受注案件が減少傾向にある。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・オリンピック後は需要が落ち込むことになる。
	建設業（経営者）	・不動産不況や建設会社への融資引締めなど、明るい材料が見当たらない。
	建設業（経営者）	・梅雨明けが例年より早く、降水量も少ないので、秋の天候不順が懸念される。
	金融業（支店長）	・取引先のガソリンスタンドでは、給油単位が今後更に少量単位となり、オイル交換や洗車の需要も減少するため、経営は深刻な状況となる。
	不動産業（営業担当）	・建築コストの上昇により、マンションの販売価格を値下げすることができない。仮に値下げすれば、不動産会社が大変な赤字になる。
	司法書士	・受注の少ない状態が常態化しており、好材料が見当たらない。
	経営コンサルタント	・取引先企業をみても、原材料価格の上昇分のすべてを価格転嫁することはできないため、経営状況は厳しくなる。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・値上がりが落ち着くまでは商品の動きも悪い。
悪くなる	食品製造業（従業員）	・原料価格の値上げが続くなか、安価受注によるシェアの奪い合いが今後も続く。
	繊維工業（総務担当）	・受注量が減少するなか、採算の合う案件だけを選ぶことで、減少が更に進んでいる。このような状況でも、パイヤーのほとんどは値上げを一切認めないため、繊維関係の中小企業は厳しい状況となる。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・原材料の値上げが予定されているが、販売先への値上げ交渉は難航する。
	化学工業（経営者）	・原材料や燃料の高騰分を販売価格になかなか転嫁できず、収益が悪化している。原材料の値上げ幅は徐々に大きくなっており、交渉の余地も少ないため、今後はますます厳しい状況となる。
	化学工業（企画担当）	・中国が一部原料の関税を上げた影響で、今まで原料高騰の影響が小さかった添加物が高騰し始めている。これまで安価であった魚油ですら高騰しているなど、企業努力の範囲を超えた状況は今後も続く。
	金属製品製造業（営業担当）	・素材インフレに加え、景気悪化による売上減少で経営がますます苦しくなる。
	金融業（営業担当）	・今後もマンションの買い控えが続くことから、マンションデベロッパーなどの不動産業者の間では破産が増える。
	広告代理店（営業担当）	・売上の前年比は、今年に入って月を追うごとに低下しているため、先行きの見通しは厳しい。
雇用	良くなる	-

関連	やや良くなる 変わらない	-	-
		人材派遣会社（経営者）	・今後数か月は派遣先企業からの求人件数の回復、増加は見込めない。それに伴い、派遣稼働者数も前年並みの推移となる。
		人材派遣会社（経営者）	・一般派遣はかなり堅調な動きであり、オーダーは入ってくるものの、人手は十分ではない。この状況は今後も続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設下請の求人などの回復にばらつきはあるものの、全体としてこれ以上は減りようがない。ただし、業者からは好材料も聞こえてこない。
	やや悪くなる	民間職業紹介機関（支社長）	・複数名を採用する企業が減り、新たに求人を出す企業もあまり増えない。ただし、中堅、中小企業を中心とした若年層や技術者などへの求人は、今後も底堅く推移する。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣会社、派遣社員による事件の影響で、以前に比べて派遣に対する風当たりが強まっており、求職者の間でも派遣を避ける人が増えてくる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・秋以降、合同企業説明会を始めとした企画を立てているが、現時点ではセールスが苦戦している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・営業に力を入れているものの、料金面や効果面で苦戦が続いているなど、今後も新聞求人は厳しい状況が続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・しばらくは悪い状況が続く。転職市場は低迷しており、新卒市場も求人数が抑制傾向となる。
		職業安定所（職員）	・更なる原油の高騰で企業活動が鈍くなるため、求人数が減少する。
		職業安定所（職員）	・新規求職者については、事業主都合の離職者が前年比で9か月連続の増加となっている。原油や原材料価格の高騰が続いていることから、この状況は当分続く。
	悪くなる	職業安定所（職員）	・来年3月卒業予定の新規高卒者の求人は、予想に反して好調となっている。ただし、これは長期の採用計画に基づく製造業の求人増によるもので、短期の好不況に応じて人員調整を行う小売業からの求人は急減している。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数が減少傾向にある一方、在職求職者の求職相談は増加が続いている。特に、派遣、請負労働者の間では先行きに対する不安から、若年労働者を中心に正社員への転職希望が強まっており、相談に訪れるケースが目立ち始めている。