

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	通信会社（社員）	・今年も年末にかけて薄型テレビの販売が増加する。それに比例してケーブルテレビの加入者数も増加していく。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・10月はプロ野球のプレーオフや、日本シリーズのために日程を空けていたが、それが無くなったほか、大きなイベントのアリーナ使用も少なく、来客数は非常に少なかったが、11、12月はコンサートや格闘技があるので来客数が増加する。
		その他住宅 [情報誌] （編集者）	・11月から来年春にかけては、大型マンションの売出しが重なることから、活発な販売活動で客の動きも活発化する。また、相場上昇感から、新築、中古を問わず市況が活性化する。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客単価、来客数共にやや改善しているため、年末に向けて期待している。
		一般小売店 [酒]（経営者）	・いつまでこの状態が続くかは分からないが、11月の予約数は昨年より多いほか、ポージョレーヌーポーの予約も大幅に増えている。
		百貨店（売場主任）	・近隣にマンションが増え、着実に商圏人口が増えてきている。また、10月中旬より改装を実施し、売上への効果が出ている。
		スーパー（経理担当）	・これから年末にかけて競合店との競争が激しくなっていくが、客は安い物だけではなく、健康、安全志向の高付加価値の商品を購入する傾向が目立ち始めている。
		スーパー（広報担当）	・新店のオープン予定もあり、年末商戦と合わせて活気が出る。
		コンビニ（店長）	・9、10月の増収は前年の天候不順による落ち込みの反動という要素はあるが、6月からの推移をみると、前年が猛暑の7月を除き、既存店の売上は前年比でマイナス幅が着実に減少している。
		乗用車販売店（営業担当）	・東京モーターショーも間もなく終わり、新型車の発表が年末年始にかけて続くので、これからは来客数も増え、販売台数も昨年並みに良くなっていく。
		住関連専門店（経営者）	・飲食店関係からの引き合いが徐々に増えてきており、このまま推移すれば需要も徐々に回復する。
		一般レストラン（経営者）	・ばらつきはあるが、売上の良好な店舗が多くなってきた。
		観光型旅館（団体役員）	・愛知万博も終了し、客の動きが良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・団体宿泊の先行予約は弱い、個人の動きが良いほか、単価も徐々に上がりつつある。宴会関係では、例年は会議だけの利用が、会議後に宴会をする法人が目立ってきている。特に、工作機械や不動産関係の業種が目立つ。
		都市型ホテル（営業担当）	・宿泊に関しては、今年前半は非常に好調に推移していたが、10月が予想以上に悪く、年後半の売上に影響が出る。ただ、11月に関してはかなり予約が伸びており、前年を上回る勢いである。特に、修学旅行などの団体客を多く確保できたほか、個人予約も1か月でかなり伸びた。 ・宴会に関しては、一般宴会も11月からは前年並みの予約を確保している。また、婚礼に関しては、10月に続き前年より増えているので、ホテル全体としても好調に推移していく。
		通信会社（店長）	・年末商戦に向け各業界で新商品の発表が行われ、購買意欲をかきたてられる。
		観光名所（経理担当）	・9月で愛知万博が終わり、10月はようやく来客数が前年並みに近づいてきた。旅行代理店からの問い合わせも多く、売上も回復が見込まれる。また、来春から始まる大河ドラマの舞台背景が当地とあって、その効果で来客数が増加する。
		その他サービス [生命保険]（営業担当）	・各月の新規契約件数が解約件数を上回るケースがほとんどであり、保有契約高の純増がトレンドとなりつつある。医療保障に関する客のニーズは引き続き高いほか、団塊世代などに対する資産運用の一環としての年金保険の販売も順調である。
	その他サービス [ビデオ・CDレンタル]（エリア担当）	・年末に向けて新タイトルが発売される。	

	住宅販売会社（経営者）	・住宅に対する集客の落ち込みは一時的なものであり、不動産の流通状況は今後正常に戻る。
変わらない	商店街（代表者）	・客の購買意欲がおう盛になってきた印象があったが、ここへきてあまり感じられなくなった。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	・今年、近隣に次々とオープンした商業施設の営業スタイルや概要がはっきりしてきて、街としては落ち着いたものになってきている。最近になって、欲しい物を手に入れようとする勇気を客に随分と感じるようになったので、今後は来客数が増える。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・米国产牛肉の輸入解禁に期待していたが、輸入量が少なくほとんど変化はない。牛の月齢が20か月程度では品質も良くないため、国内相場には影響はないという見方が強く、当面は従来の取組では厳しい。
	一般小売店〔野菜〕（店長）	・得意先の飲食店関係者からも、客が全く増えていないとの声が聞かれる。
	一般小売店〔コーヒ―〕（営業担当）	・夏期は売上が若干伸びる傾向にあったが、年末に向けて夏期と商品構成が大きく変わるため、足踏みとなる。
	一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・年末にかけて、例年どおりのイベントではなく、客の心をつかむようなイベントがあればよいが、今のところは期待できない。
	百貨店（売場主任）	・ギフトについてはお歳暮の時期に入り、全体的には例年と同じような状況となるが、若干のプラスとなる。
	百貨店（売場主任）	・歳暮、クリスマス共に、数量アップや平均単価のアップはあまり見込めない。ヒット商品も見当たらず、消費をけん引していく商材が不足している。暖冬で、冬物防寒衣料や雑貨も苦戦する。
	百貨店（売場主任）	・まだまだ来客数が少ない上に、購買率も低い。依然としてリストラや倒産が続いており、プラス面が出てきていない。
	百貨店（売場主任）	・防寒衣料、クリスマス需要など一定の動きはあるものの、全体的な単価ダウンをはじめ、1月のクリアランスセール待ちなどが例年以上に起きる。
	百貨店（売場主任）	・冬物衣料の動きがこの先悪くなることはないが、客単価は今後も伸び悩む。
	百貨店（営業担当）	・婚礼のほか住宅を新築する客がみられるが、余計な物は買わない傾向で、以前のような大きな売上に結び付かない。
	百貨店（サービス担当）	・お歳暮商戦やクリスマスを控え、各種のイベントを強化することで集客を図る。特に、今年のクリスマスはイルミネーションを強化し、約17万個の光による演出などで若者層の集客を図り、売上を確保する。
	百貨店（売場担当）	・クリスマス商戦に期待はしているものの、コートなどの防寒衣料にヒット商品が見当たらない。
	スーパー（経営者）	・原油高の商品価格への転嫁も、現状では一部の商品にしかみられず、生鮮品の相場安も年明けまで続く。今後は、更に買いやすい価格帯の販売を徹底するなど、売り方の工夫で来店頻度や買上点数などを改善していく。
	スーパー（経営者）	・地方の小さな商圈とされていた部分まで大手企業の進出があり、中小小売店の状況は厳しくなる一方である。
	スーパー（経営者）	・スーパーが何軒もあるので、特売品目的で客が店を回る動きや、必要以外の物を購入しない状況が続く。
	スーパー（店長）	・客の買い回り傾向が継続するため、単価は上がらない。さらに、商圈内での新規出店計画があり、競合店の増加傾向は続いているので、店舗としては厳しい状況が続く。
	スーパー（企画担当）	・客単価については厳しい面がみられる。来客数は増えているが、近隣に競合店があるので売上が伸び悩んでいる。
	コンビニ（経営者）	・競合店が単価を引き下げた飲料類は、冬場の売上が全体的に落ちるため、これまでのような影響は受けない。
衣料品専門店（経営者）	・デフレの意識が強く、物はいつでも買えると考えている客が多い。明日着て出かける服や、来週の旅行に着るといったような、間際で買い求める客が増えている。	
家電量販店（経営者）	・デジタル放送の開始やオール電化など、新たな提案で売上が伸びる。	
家電量販店（企画担当）	・これからは寒い季節に向かっていくので、暖房機器の充実した陳列が必要になる。一方で、液晶テレビやDVDは堅調だが、競争激化が進んでいる。	
乗用車販売店（経営者）	・販売、整備、車検などの受注が減少してきた。今後も受注は増加しない。	

	乗用車販売店（営業担当）	・ある程度の来客がみられ、商談は行われているが、原油高でユーザーは低燃費車など維持費の安い車種を希望して各社を回っており、成約までに時間がかかる。	
	住関連専門店（店長）	・夏のセールでも爆発的な売行きとまではいかなかったので、年末年始のバーゲンセールにもあまり期待できない。	
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・今年は暖冬と予想されているので、薬の動きが鈍くなる。	
	観光型ホテル（経営者）	・愛知万博終了後の一時的な動きで、団体客の動きは10、11月にかなり好転の兆しがあるものの、それ以降はこの好調が持続する動きはみられない。	
	観光型旅館（経営者）	・遠方からの客が多いほか、目的が観光よりもレジャーの客が多いため、客の様子をみても、さほど変わらないと思われる。	
	都市型ホテル（支配人）	・年末年始の宴会予約の動向がかぎとなるが、若干動きが悪い。	
	旅行代理店（広報担当）	・年末年始の旅行需要に期待しているものの、今年は日並びも悪く、長期での休みが取りにくいいため、国内旅行に需要が集中する。	
	観光名所（経理担当）	・一般に景気回復傾向にあるといわれているが余裕はない。レジャーに使う1回当たりの金額が、まだまだ抑えられている。	
	遊園地（経営者）	・積極的にイベントを展開する予定である。	
	競輪場（職員）	・最近の3か月は平均購買単価が低位で安定してきた。このため、今後は回復基調に転じることを期待しているが、当面は現状の上げ止まりが精一杯である。	
	美容室（店長）	・年末にかけて、セット販売を行っている化粧品のキャンペーンを行う予定であり、多少は売上が増加するものの、冬のボーナスもどの程度増えるのかも分からないため、大きな期待はできない。	
	美容室（店員）	・客の来店頻度や全体の雰囲気からすると、メニューを開発しても現状維持にとどまる。	
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・来月に生徒募集のキャンペーンを行うため、その結果次第で冬休み時期の生徒数に変化が出る。	
	住宅販売会社（経営者）	・一部で土地バブルのような状況になっており、特に市内中心部の商業地については実需に基づいた取引であるとはいいいにくく、今後の動向が注目される。	
	住宅販売会社（従業員）	・不動産の金融商品化が進み、低金利により土地に資金が流れてきていることから、低金利の間は活発な動きが続く。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・例年、年末は住宅展示場への来場者が減るが、団塊ジュニア世代の購入意欲が高いので、例年以上の集客となる。	
	やや悪くなる	百貨店（店長）	・和歌山では、景気が上向きという動きは引き続き感じられない。売上は今後も拡大しない。
		スーパー（開発担当）	・食品スーパーでの販売実績はあまりかんばしくないほか、原油の高騰が激しく利益が乏しくなっている。包装用のビニールやレジ袋などの値上げもある。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品は食料品のような必需品でないことから、今後予想される増税で買い控えが出てくる。
		家電量販店（店長）	・競合店も出店してくるので市場は活性化するが、売上の減少は避けられない。
		都市型ホテル（役員）	・宿泊部門は予約状況からみて良くなって来るが、宴会、レストラン部門では来客数が若干回復してきているものの、減少傾向は続くため、トータルとしてやや悪化する。
		旅行代理店（店長）	・海外旅行の手控えが目立つなど、旅行業界は厳しい。
		旅行代理店（従業員）	・季節感を感じない気温であることから、紅葉シーズンの盛り上がりには欠けるなど、秋商戦は低調である。
		タクシー運転手	・大阪の市況については、2000台の増車がかなり影響している。
		タクシー会社（経営者）	・原油高で色々な輸送料が上がってきている。タクシーでもLPガスが暴騰しているほか、運送業界ではガソリンなどが非常に値上がりしている。その影響が2、3か月後に出てくる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・年末を控えての商戦であるが、天候次第によってかなり左右される。また当地域の地場産業の不振が目立っている。
企業動向関連	良くなる	金属製品製造業（管理担当）	・大型物件の受注が決まりそうである。
		建設業（経営者）	・身の回りでも景気の良い話が多くなってきており、特に設備機械に関連する業界での好況の話をよく聞く。また、当社でも案件についての話が多くなってきている。

	金融業（営業担当）	・マンションデベロッパー、建売業者などの不動産業の売上好調であるほか、エステなどのサービス業の売上も好調である。
やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・今後受注量が増え、それに伴って売上などが増加する。
	金属製品製造業（営業担当）	・建築関係にも、遅くとも年末から年明けには動きが出てくる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・エレクトロニクスの業界では製品の質的变化が大きいため、荷動きは活発になる。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・東北地方でも地上デジタル放送が始まるなど、全国的に地上デジタル放送に対する関心が一層高まる。
	不動産業（経営者）	・投資家による収益マンション、ビルの取得意欲がおう盛であり、市場における物件の滞留期間が短くなってきている。
	広告代理店（営業担当）	・年末に向けて受注は増えるが、前年などと比較するとまだ足りない。
	経営コンサルタント	・企業は景気改善に前向きな印象を持ち、投資を増加させる。ただし、エンドユーザーに直接販売を行う企業などは、まだまだ慎重な態度を崩しておらず、現在は投資の余裕がある企業か、業務改善のための必要投資に限られている。
	コピーサービス業（従業員）	・様々な業界で営業所単位での経費の削減方針がやや緩和し始めており、攻めの営業に転じている。パンフレットや各種企画書などは数か月前まで少ページ、モノクロ印刷であったが、ページ数が増加してきたほか、カラー印刷へと移行する傾向にある。無駄の排除は相変わらずだが、ここの一番の勝負には経費を惜しまない姿勢がうかがえる。
	その他サービス業〔イベント企画〕（経営者）	・来年以降の案件の引き合いが増えてきている。
変わらない	食料品製造業（従業員）	・1つの製品がロングランで売れなくなり、新しい製品が出てても、採用されて売れるまでに時間がかかる。さらに、原材料や資材の高騰が続いているが、製品価格に転嫁できないため、利益率が低下してきている。このような現状では先行きが不安であり、何とか現状維持が可能な状態である。
	繊維工業（総務担当）	・一般のパンスト及びファンシーパンストの売行きが今夏から急激に悪化してきた。特に、ファンシーパンストにこの傾向が強い。現在が底でこれから良くなることを期待しているが、その兆候は全く見受けられない。
	金属製品製造業（経営者）	・同じ製造業でも、大企業と中小企業の受注格差が大きくなっている。
	金属製品製造業（総務担当）	・工場生産については、年内はフル操業の状態が続くが、来年以降の生産予定が把握できていない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・現在の強気な市場の景況感は、もうしばらく続く。この景況感は、中国市場が今後も右肩上がりて伸びるとの読みで生じており、バブルの状態でもある。今後、政治的な要因などで、このバブルは壊れる可能性もある。
	一般機械器具製造業（経営者）	・すでに年度末までの受注が決定しており、フル稼働状態が続く。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・持家と戸建分譲の着工件数が前月、今月と昨年を大きく下回るなかで、着工の影響を大きく受ける住宅照明が苦戦している。住宅関連商品の低迷を、家電照明の新規定番品の導入で多少カバーしているものの、状況は今月とほとんど変わらない。
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	・このままでは輸入製品の攻勢が更に激しくなり、価格競争が激化する。特徴のある製品以外の販売は、大変困難になる。
	建設業（経営者）	・民間工事関係の仕事量が上向きであるものの、今後も厳しい価格競争が続く。石油の高騰による原価への影響が心配である。
	輸送業（総務担当）	・商業施設が激減するなかで、宅配貨物が増加しているが、単価が低い。当社では採算の合わない単価で、他社が輸送を行っている。
	輸送業（営業所長）	・軽油税の見直しや軽減がなければ、運送業界は厳しい状況である。
	輸送業（営業担当）	・年末に向けトラック確保の動きはあるが、商談が成立しない。燃料価格の高騰で、業者が採算の合わない運送はしない傾向にある。
	金融業（支店長）	・最近の物流は顕著に動き始めているものの、原油価格の高騰による経費の増加で、利益としては変わらない。

		不動産業（営業担当）	・土地の値段は上がってきているが、賃料は横ばいか低下となっている。マンションの分譲も、販売価格を上げないために面積を小さくし、販売価格を横ばいに抑える傾向になってきている。
		広告代理店（営業担当）	・クライアントが固定しており、新たな発注先が出てこない。
		司法書士	・会社の設立や増資、支店設置など業務の拡大につながる案件も少しはあるが、これが一時的な動きかどうかの判断が難しい。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・暇になったり忙しくなったりするので、売上の一定の傾向がみえてこない。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・当社のメイン視聴者層が大きく変わらないと、スポンサー企業の個人視聴者重視の広告戦略になじまない。
	やや悪くなる	繊維工業（団体職員）	・年末需要が昨年より更に減少することが予想される。また、外注加工企業も昨年より1社減っており、短納期対応などへの影響も懸念される。
		繊維工業（総務担当）	・受注量や販売金額が伸び悩んでおり、メーカーまで景気の上向き感が伝わってこない。今後は新しいデザインを提案していくことで、売上を伸ばす。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・年末を過ぎると、1～3月は在庫調整の時期になり、市況は悪化していく。
		輸送業（営業担当）	・増税の影響による出費を抑えるために、生活に必ずしも必要ではない家具のような高額商品は買い控えされる。
	悪くなる	化学工業（経営者）	・順調に回復していた売上もここへきて急に頭打ちとなってきた。新規の問い合わせも減っている。
		通信業（営業担当）	・営業担当者がコストを重視しない提案、受注活動を行っているので、今後の利益に大きな影響を与える。
雇用 関連	良くなる	民間職業紹介機関（職員）	・日雇労働者を雇っている建設関係の下請業者に行った最新のヒアリングでは、雇用は増えるとの声が多かった。工事現場数が増えなくても、1か所当たりの求人数が増えるといった、久しくなかった反応もみられた。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・年末特有の動きになってきている。しかもここ数年の動きとは異なり、非常に強い動きとなっている。派遣、正社員、紹介予定派遣などの規模が大きくなってきている一方で、人材不足に悩まされており、さらにこの状況に拍車がかかる。
		人材派遣会社（社員）	・企業からの求人依頼の伸びはしばらく続く。来春の大卒新規採用人員が確保できず、派遣及び紹介予定派遣に切り替えて依頼するケースが出てきている。
		人材派遣会社（社員）	・企業の求人意欲はおう盛である。ただし、正社員の求人は営業部門のみであり、事務部門の補充は派遣社員で行うなど、雇用調整を考慮した対応となっている。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数が前年比2けた増という状況が続いている。新規の案件も多く、年末にかけてかなりの需要が見込めるが、スキルの高い求職者が減少しており、求人数に対する人材不足が発生する。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・新卒採用では、大学卒だけではなく、高校卒の技術系を中心に完全に売り市場となっている。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が1倍を超え、人の集まりにくい職種や慢性的な人手不足の傾向にある業種がある一方、求職者の意識にも変化がみられる。景気の回復や、雇用環境の改善を敏感に感じ取り、非正規雇用から正規雇用への転向や、より良い条件の職場への転職を志向する在職求職者が増えつつある。
		職業安定所（職員）	・就職者数の前年比での増加が継続してみられるので、今後もこの傾向は続く。
	学校〔大学〕（就職担当）	・平成19年3月卒の求人票の持参や郵送が徐々に増えてきている。一方、4年生の就職活動は終盤であるが、依然として企業には強い採用意欲がみられる。	
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・インターネット経由の求人が中心になってきており、業種的に厳しい状態が続く。
新聞社〔求人広告〕（営業担当）		・短時間のパート募集の広告量が増えてきたが、反響が少ないことから、広告主の紙媒体離れが進んでいる。それに伴い売上も減少してきた。	
職業安定所（職員）		・ここ2、3か月、前年比で新規求職者数の増加と、新規求人数の減少がみられる。特に、サービス業の求人の大幅な減少が目立っている。全体的に状況は変わらないが、多少は気になる動きである。	

やや悪くなる	職業安定所（職員）	・新規求職者数が3か月連続で、有効求職者数が2か月連続で前年よりも増加した。また、規模の大きな企業整理が数件予定されており、求職者が増加する。
悪くなる	-	-