

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	その他レジャー施設 [ 球場 ]（経理担当）	・今月は大きなイベントが少なかったため来場者数は非常に少ないものの、12月にはコンサートや格闘技イベントが開催されるため来場者が増える。
	やや良くなる	一般小売店 [ 花 ]（経営者）	・季節商品の注文が徐々に入っており、前年度並みの売上となることから、通常の商品も伸びて活気が出てくる。
		百貨店（売場主任）	・秋冬物に対する需要が遅れており、これからジャケットやコートなどが本格的に動き出す。
		住関連専門店（経営者）	・飲食店向け商品を中心に、問い合わせが増えてきている。
		高級レストラン（支配人）	・例年、観光シーズンの到来に伴って来客数が増えるが、今年は予約受注件数が例年になく多い。
		スナック（経営者）	・公務員の異動に伴う団体客は少なくなった一方、個人客は増えており、徐々に良くなっている。
		その他レジャー施設 [ イベントホール ] （職員）	・年末年始の公演予約が満杯状態であるほか、新規のイベントも企画されている。
	変わらない	その他住宅 [ 情報誌 ] （編集者）	・徐々に建築確認が下り始めることで、年末年始には新規物件が大量に売り出され、市場がかなり盛り上がる。
		商店街（代表者）	・真剣に商品を選んでいる客が少ないなど、まだまだ購買意欲が低い。
		商店街（代表者）	・今月は京都で最も観光客が増える月であるが、観光客の動きが消費に結び付いていないのが現状である。
		一般小売店 [ 鮮魚 ] （営業担当）	・商品の値上げにより、客離れが起きている。
		一般小売店 [ 野菜 ] （店長）	・様々な物の価格が少しずつ上がっているため、商品がますます売りにくくなる。
		百貨店（売場主任）	・石油価格の高騰に加え、ヒット商品の不足や取引先での生産調整もあり、今後売上が伸びることは非常に難しい。
		百貨店（売場主任）	・防寒品を中心とした季節商材の動きが出てきたものの、大きなヒット商品は見当たらない。全般的には実需に伴う動きが中心であり、大きな変化はない。
		百貨店（企画担当）	・平年並みの寒さとなった場合も、既に消費者は一通りのアイテムを持っているため、売上の確保は非常に厳しい。
		百貨店（経理担当）	・今以上に悪くなることはないものの、ガソリン価格の上昇や株価の下落が家計に与える影響は大きく、不安定な状況は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・進物などを含めて必要な物のみの買物が多いほか、50万円以上の高級品については動きが少ない。
		百貨店（営業担当）	・月後半から時計や家具などの引き合いが出てきており、多少の明るさがみえてきたものの、日々の店頭売上が伸びる気配はない。
		百貨店（マネージャー）	・今年の冬は寒くなるとの予報が出ているものの、客の百貨店離れを止める対策を打ち出せていない状態である。
		百貨店（商品担当）	・急に寒くなることで婦人服、雑貨などの身の回り品が売れる。
百貨店（サービス担当）		・暖冬傾向で冬物商材の売行きが鈍くなるほか、食品の偽装問題や原油高による商品の値上げもあり、売上は伸びにくい。クリスマス商戦も前年並みの推移となる。	
百貨店（売場担当）	・シーズンの立ち上がり時期に厳しい状況が続くと、アパレル側で供給調整が始まるため、気温が下がっても厳しい状況は続く。		
スーパー（経営者）	・来客数の落ち込みはほとんどないものの、単価や買上点数が落ちている。各商品で値上げが進んでいることで、客の間では節約傾向が強まっている。		
スーパー（店長）	・客には積極的な購買意欲が感じられず、できるだけ節約するなど必要な物以外の購入がみられない。プラス1品の購入がなくなっている。		
スーパー（店長）	・前年とは気温変化のタイミングが異なることで、今は一時的に好調となっている。これからの年末商戦で今の好調が続くとは限らない。		
スーパー（企画担当）	・物価も横ばいで推移しており、大きな変化はない。ただし、暖冬になれば冬物商材の売行きが悪化し、売上全体に悪影響が出る。		

スーパー（広報担当）	・食品や日用品の値上げにより、客の間では購買意欲が低下する。	
スーパー（管理担当）	・原油高に伴う食品の値上げや包装紙の値上げで、客の間に値上げイメージが浸透するため低迷が続く。	
コンビニ（店長）	・ここ数か月は客の動きが変わっておらず、年末年始の各種イベント時期にも、売上を押し上げるほど客は動かない。	
コンビニ（店長）	・来客数が若干減少し、客1人当たりの買上点数も減少していることから、今後も厳しい状況となる。従来傾向では、客単価が下がっても来客数は横ばいを維持することで、売上は2%程度の減少にとどまっていた。	
コンビニ（マネージャー）	・会社全体で大型キャンペーンが実施されており、今まで来店数の少なかった女性客の囲い込みに成功しつつある。また、電子マネーの普及も追い風となる。	
乗用車販売店（経営者）	・新車の販売台数や予約件数が少ないほか、ガソリンの値上げで車の運行台数も減っている。大型車の車検、一般修理も減っていることから、年末にかけて深刻な状況となる。	
乗用車販売店（営業担当）	・修理の依頼はあるものの、ガソリンなどの高騰で新車の売上が伸びない。	
一般レストラン（スタッフ）	・忘年会、新年会シーズンに入るが、予約状況をみても客単価は例年とさほど変わらない。	
観光型ホテル（経営者）	・トップシーズンである11月のほか、忘年会シーズンの12月の週末、そして正月期間は既に満室となっている。	
観光型旅館（団体役員）	・11月の予約の引き合いは来ているものの、キャンセルの発生などもあり、好転するまでには至らない。	
都市型ホテル（支配人）	・予約や問い合わせの状況には、大きな変化はみられない。	
都市型ホテル（スタッフ）	・間際予約が伸びていた宿泊に陰りが出ている一方、今後は大きなイベントもない。会議、宴会関係でも、例年と同様に目立った動きはみられない。さらに、食材価格が10%近く上昇しているが、販売価格への転嫁が難しいため、収益状況は厳しくなる。	
都市型ホテル（マネージャー）	・宴会、宿泊の予約状況や、今月の動きをみると、年内の利用が増えることはない。ただし、年明け以降の動きはさほど悪くはない。	
旅行代理店（経営者）	・先の予約状況をみると、合計では前年を若干上回っている。ただし、月ごとには前年を下回ることもあり、先行きが非常に読みにくい。	
旅行代理店（広報担当）	・冬のボーナス支給が前年を上回るとの報道もあり、遅れていた紅葉目当ての客にも動きが出てきた。ただし、原油高に伴う航空運賃の高騰が、客の気持ちにブレーキを掛け始めたとの声もあり、全体としては変わらない。	
タクシー運転手	・ガソリンスタンドのほか大きなビルも次々と取り壊されており、良くなる兆しが無い。	
通信会社（社員）	・多チャンネルテレビサービスへの申込がダウンしている分、光ファイバーサービスへの申込が増えている。	
観光名所（経理担当）	・来客数は増減も小さく、何とか横ばいを維持している状況である。今後2、3か月は目玉となるイベントもないため、この傾向は変わらない。	
観光名所（経理担当）	・天候に恵まれて地域のイベントに多くの人々が訪れたが、来客数の割に売上が伸びず、客単価の低い状態が続いている。財布のひもが固くなっているのか、品ぞろえが間違っているのかは判断が難しい。	
その他サービス[学習塾]（経営者）	・来月に無料参加キャンペーンを行うため、その結果によっては生徒数が増える。	
住宅販売会社（経営者）	・マイホームの購入希望者は多いものの、十分に収入のある人が少ない。そのため、チラシや住宅情報誌などへの反応も少ない。	
住宅販売会社（従業員）	・高額所得者の間では高額な住宅の購入や賃貸ニーズが高まっている一方、一般のファミリー層は住宅価格の上昇について行けず、販売不振となっている。	
その他住宅[展示場]（従業員）	・建築基準法改正による建築確認の遅れにより、着工がスムーズに進んでおらず、客も契約に対して慎重になってきている。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・日曜、祝日の来街者が目立って少ないなど、年内は苦戦が続く。
	一般小売店[ゴルフ用品]（店長）	・今はゴルフで一番良い時期であるにもかかわらず、商品の動きが悪いことから、先行きの見通しは不透明である。

一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・これから最大の繁忙期を迎えるが、商品の値上げに加えて、食品会社の不正問題による影響が出てくる。
一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・気温の影響で冬物の仕入れが進んでおらず、先行きは不透明である。
一般小売店〔花〕(店員)	・原油高や商品の相次ぐ値上げなど、この先も状況が変わることはない。年末、年明けに向けてますます節約モードが強まる。
一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・ガソリン高騰のほか、当社関連では穀物相場の上昇から原料価格が上がっている。一時的にせよ、消費者の間では低価格志向が進む。
一般小売店〔コーヒー〕(営業担当)	・年末商戦でばん回を図るものの、原油高騰に伴って既に数回の値上げを行っているため、出足が不調である。
スーパー(経営者)	・11、12月は各メーカーの商品の値上げが目白押しとなるため、消費は落ち込む。
スーパー(店長)	・原料高騰による値上げが広がり、客の間では買い控えや節約志向が強まる。小売店でも、価格交渉力の違いによって好不調の差が広がる。
スーパー(管理担当)	・原料の高騰で仕入価格は上昇しているものの、販売価格は依然として競争が激しく、価格転嫁が難しい。
コンビニ(経営者)	・近隣に定食屋がオープンした影響で、弁当類の売上が若干不振であるため、客単価がやや低下する。
コンビニ(店長)	・来月からパンやラーメンなどの小麦製品の価格が上がることから、売行きが悪くなって売上が落ちる。
衣料品専門店(経営者)	・原油高騰に伴う物価の上昇で、客の財布のひもが固くなる。
衣料品専門店(営業・販売担当)	・同業者、仕入先共に売上が減少している。
乗用車販売店(経営者)	・市場自体が縮小傾向に陥っており、有効な対策が見当たらない。
乗用車販売店(営業担当)	・この10月は新型車の発表があったが、来場者数は予想を大きく下回った。新車の買換え周期がこれまでの84か月から延びつつあるなど、市場環境は今後ますます厳しくなる。
その他専門店〔スポーツ用品〕(経理担当)	・原油価格の高騰によって食品の値上げが相次ぐなか、今後は繊維製品にも影響が出てくる。
一般レストラン(経営者)	・先の予約に力強さがなく、単価も下がり気味である。
一般レストラン(経営者)	・依然として、価格の安い店に客足の向かう傾向がみられる。
一般レストラン(スタッフ)	・原油高騰の影響が食品価格にも出始めているなか、牛ミンチ肉の原料偽装問題や、和菓子メーカーによる製造日偽装問題など、食に対する不信感が高まっている。これらは今後、飲食店にとって逆風となる。
観光型旅館(経営者)	・周辺施設では、宿泊予約がなかなか伸びていない。
都市型ホテル(スタッフ)	・企業の経費削減で日帰り出張が増えているほか、宿泊特化型ホテルへの新規参入増加で客足が分散しており、来客数は全体的に減少している。
都市型ホテル(役員)	・宴会の受注状況を見ると、年明けからの予約件数が前年よりも減少している。一方、宿泊やレストラン部門では前年並みで推移することから、ホテル全体では今よりも悪化するものの、前年を下回るほど悪くはない。
都市型ホテル(営業担当)	・11月の宿泊は、旅行代理店経由の個人客による予約が多くなっている。10月と同様に客室単価を例年よりも上げているため、売上は増える。宴会では、一般宴会、婚礼共に下半期の受注が伸びておらず、今後はホテル全体の収入にも影響が出てくる。
タクシー会社(経営者)	・ガソリンが高騰するなかで需要期を迎えるので、年末の繁忙期とはいえ厳しい状況となる。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕(企画担当)	・ガソリン価格の高騰など、レジャー業界にとってマイナスの要素が多い。
その他サービス〔生命保険〕(営業担当)	・保険金不払い問題の調査や再発防止への対応に人手が取られており、営業関連への対応が遅れている。
住宅販売会社(経営者)	・新築着工件数が全国的に下がっているほか、京都は新景観条例の影響もあるため、しばらく業界は良くならない。
住宅販売会社(経営者)	・京都市内では、これまで商業地での地価上昇に伴って住宅地も上昇してきたが、商業地で徐々に下落傾向が始まっている。

	住宅販売会社（従業員）	・年収が増えないなかで住宅価格の上昇が続いているため、いくら商品が良くても、客の購入意欲は低下する一方である。	
悪くなる	商店街（代表者）	・既に大型商業施設がある地域に、新たに大型商業施設がオープンすることで、客の動きは更に悪くなる。	
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・客が冬を感じられる気候にならなければ、冬物衣料へのニーズは増えない。	
	乗用車販売店（経営者）	・材料費、部品費などのコストが上昇しており、客も純正品よりも安価な社外品、OEM商品を選ぶようになってきている。	
	住関連専門店（店長）	・客の購買スタイルがマイペースになるなかで、秋を感じないままバーゲンセールを意識し始める11月を迎えるため、秋物商材をプロパーで売る機会がなくなる。	
	通信会社（経営者）	・総務省の指導で携帯電話の販売奨励金を見直す流れにある。それに伴い、携帯電話の需要が大きく低下することになる。	
企業動向関連	良くなる	-	
	やや良くなる	電気機械器具製造業（営業担当） 建設業（営業担当） 輸送業（営業担当）	・ダム関係の仕事が予定されている。 ・価格競争が続いているものの、先端製造施設や研究開発施設といった高付加価値の建設需要も増えつつある。今後、価格以外に重点を置くプロジェクトが増えれば、工事価格の上昇にもつながる。 ・月後半は個人向けの荷物が増えている。この時期に増えるのは珍しいことであり、これが来月まで続けば景気の拡大につながる。
	変わらない	繊維工業（総務担当） パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） 化学工業（経営者）	・催事での売上が伸び悩んでいる。 ・この数か月は受注量が安定していることから、大きな変化はない。
		金属製品製造業（経営者） 金属製品製造業（管理担当）	・度重なる原材料の値上げを販売価格に転嫁できない状況が続いており、収益を圧迫している。ただし、建築確認が徐々に下り始めたことから、受注は少し持ち直す。 ・建築基準法改正に伴う建築確認の遅れなど、景気の良くなる要素が少ない。 ・今後も受注は安定して推移する。
金属製品製造業（総務担当）		・受注量は増加傾向にあるものの、まだまだ価格面では厳しい競争が続く。	
一般機械器具製造業（経営者）		・既に年内の受注は確定しているため、現状維持である。	
電気機械器具製造業（営業担当）		・工場設備の大型冷凍機の注文は、半年先の分まで決まっている。	
電気機械器具製造業（宣伝担当）		・良くなる要因が見当たらない。今秋は各社から次世代DVD関連の商品が本格投入されるが、消費者の間では様子見の状態が続く。	
輸送業（営業所長）		・燃料高騰で大変な時期であるにもかかわらず、一部の客からは度重なる値下げ要請が来ている。運輸業界は競争が激しいため、要請を断り切れない状況である。	
金融業（営業担当）		・紳士服製造・卸売業の取引先は、冬物商材の出荷に関して不安を持っている。	
不動産業（経営者）		・交通アクセスが良好で規模のまとまった工場用地や、物流センター用地への需要がおう盛である。	
不動産業（営業担当）		・今までは不動産ファンドの活発な購入によって地価、賃料が上昇してきたが、アメリカのサブプライムローン問題による影響でファンドが動かなくなり、価格が下がり気味になってきている。	
新聞販売店〔広告〕（店主）		・今月は折り込み件数が良いものの、購読数は横ばい傾向にあるなど先が読めない。	
その他サービス業〔イベント企画〕（経営者）		・年末年始もほぼ前年並みの状況で、新しい動きはない。	
やや悪くなる		食料品製造業（従業員）	・業界では原材料、資材の値上げが毎日のように起こっている一方、販売価格は据え置きであることから、メーカーの努力も限界まで来ている。
		繊維工業（団体職員）	・年末の需要期に入るものの、外注加工費の値上げなどで採算は悪化傾向となる。外注加工費の値上げについては、値上げ前に駆け込み需要が発生することになる。

		金属製品製造業（営業担当）	・建築基準法改正による影響が、各方面に出てくる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先では設備投資意欲が低下しており、引き合い件数が少なくなっている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・住宅着工件数が伸びず、月を追うごとに売上目標との乖離が大きくなっている。売上不振や材料高により、年度末の利益は例年に比べて半減する。
		建設業（経営者）	・建築確認の申請の停滞により、工事の着工は11月ごろにまとめて始まることになる。それに伴い、技能労務者の取り合いや賃金の上昇が起こるほか、原油の高騰による建設資材価格の上昇も進む。
		金融業（支店長）	・原油価格の高騰が続けば、中小のガソリンスタンドは大型店との競争に負け、閉鎖に追い込まれるところも出てくる。
		広告代理店（営業担当）	・年明け以降、広告にプラスとなる要素が見当たらないので、年内に比べて出稿量は減少する。
		経営コンサルタント	・クライアントの先行受注や生産、販売状況に陰りがみられる。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・見積り依頼や引き合いが少なくなってきたため、先行きの見通しは暗い。
	悪くなる	繊維工業（総務担当）	・原油価格の急激な上昇で、多くの商品価格が上がっている。特に、食料品などの生活必需品の値上がりによって、靴下などの繊維製品への支出は顕著に減少している。
		化学工業（企画担当）	・需給関係が落ち着いた後も、原料価格の高止まりは続く。
		その他製造業〔履物〕（団体役員）	・原油の高騰による収益の圧迫が進む。
雇用関連	良くなる やや良くなる	-	-
		職業安定所（職員）	・大阪府の有効求人倍率は1.3倍と6か月ぶりに低下したものの、事業主都合離職者は2か月連続で前年を下回っており、当面は雇用失業情勢は改善傾向が続く。ただし、新規求人数や正社員の有効求人倍率が前年を下回っているほか、減少幅が拡大している。
		職業安定所（職員）	・前月に続いて、新たな求人を訪れる事業所が若干増加している。ほかの媒体を使っても効果が薄いとの声が聞かれ、従来から利用のある事業所からの求人が増えているほか、前回よりも賃金を増額して再求人するところも増えている。その一方、派遣求人もしばらずつ増えてきている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・就職情報サイトを通じた3年生のエントリーがスタートしたほか、企業は早くもオープンセミナーを実施するなど、優秀な学生の確保に向けた積極的な採用活動が目立つ。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・建築業界を中心に受注が先細ってきているものの、年末特有の注文も出てきているなど、今後も人手不足の状況は変わらない。
		人材派遣会社（経営者）	・企業からの派遣需要については微増傾向が続く。派遣会社は研修による既存派遣スタッフのスキルアップなど、企業の需要にこたえる体制づくりに力を入れている。
		人材派遣会社（支店長）	・今後も新規登録者の確保が困難な状況は続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新卒求人は活発であるが、中高年層の雇用状況が不安定な状況はしばらく続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業にも以前ほどの好調さが見受けられず、商談においても当社の利益率が薄くなってきている。
		職業安定所（職員）	・短期的には良くなる材料も悪くなる材料もないが、原油価格の高騰が予想の範囲を超えれば一気に悪くなる。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・広告会社と来年1～3月に向けた営業会議を行っても、好転の兆しが見当たらず、年度内は厳しい状況が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後2、3か月の新聞広告出稿量が芳しくなく、特に関西企業からの出稿が少ない。
		職業安定所（職員）	・原油価格の高騰による影響は雇用面まで及ばないものの、これ以上の高騰には耐えられないという事業所が出てきている。
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新しいビルの増加で設備関係の技術者に対する募集が増えている反面、派遣スタッフの募集がますますインターネットに流れており、厳しさが増している。