

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 | 一般小売店〔ゴルフ用品〕（店長） 家電量販店（経営者） | ・9月からのシーズンインでニューモデルが発売されるため、買い換えが増加する。 ・デジタル家電やオール電化リフォームへの関心が高まっているため、売上が伸びる。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・人通りは増えているものの、売上は伸びないという状況が今後も続く。 |
| | | 一般小売店〔時計〕（経営者） | ・近隣の競合店では電池交換の安売り競争が始まっている。今は様子見の状況であるが、決して楽観できる状況ではない。 |
| | | 一般小売店〔雑貨〕（店長） | ・景気の悪い状態は変わらず、たばこの販売量も今の状態が続く。 |
| | | 一般小売店〔花〕（店員） | ・客の節約ムードに変化はなく、来客数、客単価共に伸びることはない。 |
| | | 一般小売店〔カメラ〕（販売担当） | ・衣食住に生活費の大半が使われ、レジャー関係の出費が抑えられるため、ここしばらくは回復しない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・ガソリン代などの高騰が収まらない限り、消費マインドは冷え込んだままである。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・魚の価格は高いままで、野菜の相場も変わっていない。消費マインドも冷え込んでいるため、今後も全体としては変わらない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・短期的に良くなることはあっても長続きしない。下げ止まり感はあるものの、もう少し様子を見なければ判断できない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・所得は増えるよりも減る傾向にあるほか、原油の高騰による物価の上昇や医療費の上昇懸念など、将来への不安も大きいため、消費は伸びない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・夏物商材のバーゲンが終わって秋物商材を展開し始めているものの、今一つ動きが良くない状態が続く。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・店頭への来客数は今後更に低迷する。ただし、訪問販売は買い控えの反動で、割安で希少価値のある商品への引き合いはわずかながら増える。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | ・消費者の購買意欲が冷え込んでいるため、衣料品を中心に苦戦が続く。 |
| | | 百貨店（サービス担当） | ・本店の建て替え工事により売上の確保に苦戦するものの、その代わりに来月には新しい商業ビルがオープンするため、当社全体の売上としては現状維持となる。 |
| | | スーパー（経営者） | ・値上げの影響が全食品に出ており、購入に際して客が非常に慎重になっているため、今後も厳しい状況が続く。 |
| | | スーパー（経営者） | ・客の生活防衛意識は引き続き強いほか、ガソリンの高騰もあり、郊外のショッピングセンターよりも近くのスーパーでの買物が増えている。低価格での訴求を今後も続けることで、今の集客状況は維持できる。 |
| | | スーパー（店長） | ・客は必要最低限の商品しか買わないほか、なるべく近場で買うようになっている。駐車台数をみても、週末は前年比で7.5%減、平日は11.6%減となっている。この傾向は今後ますます進む。 |
| | | スーパー（店長） | ・ガソリン値下げなどのニュースもあるが、消費者はしばらく様子を見てから動くため、今の状況が続く。 |
| | | スーパー（経理担当） | ・節約志向が内食まで及びつつある。消費者の財布のひもは当面固いままであり、嗜好品やプラス1品の買物が減少する。 |
| スーパー（管理担当） | ・原料高にやや歯止めが掛かっているなど、今以上にコスト高の進む懸念は解消される。 | | |
| コンビニ（店長） | ・例年9、10月は売上が減少するほか、今年はまだ暑い暑くないため、ドリンク類の売上も伸びない。 | | |
| 乗用車販売店（経営者） | ・来月からガソリン価格が少し安くなるものの、それ以外の物価の上昇は続くため、好転の材料にはならない。自動車については燃費重視の傾向が進み、販売台数も減少が続く。 | | |
| 乗用車販売店（経営者） | ・ガソリンの値上げによって、今後も車の利用が減る。修理、点検、販売のすべてが現状維持となるため、売上は伸びない。 | | |
| 乗用車販売店（営業担当） | ・原材料の高騰で自動車の値上げも始まるため、新車の購入意欲は低迷する。 | | |

| | |
|----------------------|---|
| 住関連専門店（店長） | ・同業者や取引先からは、今年の夏は厳しいという声が聞かれるなど、売上の増加につながる好材料が見当たらない。 |
| その他専門店〔医薬品〕（経営者） | ・消費マインドが冷めており、衝動買いはほとんどない。やはり収入が増えないと消費は増えない。 |
| その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当） | ・ガソリンをはじめとする物価が安定しない限り、消費意欲は上向かない。 |
| その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長） | ・消費拡大につながる材料費や燃料価格の低下など、好材料が見当たらない。 |
| 観光型ホテル（経営者） | ・燃料価格は下がってきているが、全体的には物価高騰が続いているため、財布のひもも固いままである。 |
| 観光型旅館（経営者） | ・売上は前年並みであるが、原油や食材価格の高騰で利益が減っている。今後販売価格の値上げを予定しているものの、来客数は減少することになる。トラック業界や漁業関係だけではなく、旅館も非常に厳しい状況が続く。 |
| 観光型旅館（経営者） | ・ガソリン価格は下がる兆しがみられるものの、生活必需品の価格に反映されるまでには時間が掛かるため、業況の悪化はしばらく続く。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・今年中は単価の上昇が難しいため、東アジア諸国からの団体客によって受注量を確保する。一方、婚礼部門に関しては平年並みの推移となる。 |
| 都市型ホテル（マネージャー） | ・原材料の値上げによる収益への影響は避けられない。大きな増収も見込めないため、今後も厳しい状況が続く。 |
| 都市型ホテル（役員） | ・宿泊部門は秋の繁忙期であるにもかかわらず、予約状況は個人客、団体客共に前年よりも低調である。一方、一般宴会では10月の予約状況は低調であるものの、11月は若干の回復傾向がみられる。 |
| タクシー会社（経営者） | ・特に必要などきだけタクシーを利用するイメージがあり、今後もしばらくはこの傾向が続く。 |
| 通信会社（企画担当） | ・業務用ゲーム機器については市況に改善の兆しが無いため、今後も厳しい状況が続く。 |
| 観光名所（経理担当） | ・夏休みに合わせて様々な催しを行っているものの、来客数の割に販売の増えない状態が続いている。この状況は今後も続く。 |
| 観光名所（経理担当） | ・話題のイベントを開催するため、一時的に集客は増える。ただし、その後が続かず、一進一退の動きとなる。 |
| 美容室（店員） | ・全体としては髪の長いスタイルがはやっているため、寒くなると特に来店頻度が少なくなる。 |
| やや悪くなる | |
| 商店街（代表者） | ・午前中は来街者もある程度みられるが、午後からは急に減少する。さらに、来街者は商店街を通るだけで、目的買いの客が非常に少ない。各店の閉店時間も早くなっているため、先行きについては非常に厳しい。 |
| 一般小売店〔精肉〕（管理担当） | ・夏休み以降は、例年需要が引き締まる。特に今年は厳しい状況となるため、今後数か月は厳しい状況となる。 |
| 一般小売店〔衣服〕（経営者） | ・残暑が厳しく秋物商材の出足が悪いほか、客は気に入った格安商品だけを買うため、売上は低迷する。 |
| 百貨店（売場主任） | ・景気が好転するような明るい話題が見当たらない。今のままでは競合店とのシェア争いが続くだけで、市場の拡大は難しい。 |
| 百貨店（企画担当） | ・物価高が続くほか、年金問題などの不安解消も難しいため、節約志向は当分続く。 |
| 百貨店（商品担当） | ・2月ごろから買い控えの傾向が続いており、5月以降は来客数や客単価の悪化もみられる。今後は、特価品など割安感のある商品でなければ売れない傾向がますます強くなる。 |
| 百貨店（売場担当） | ・消費に占める衣料品の割合については、低下傾向が底を打った感はあるものの、百貨店の価格競争力が弱い状況は続いている。来客数も減少傾向にあるため、今後も緩やかにシェアダウンする状態が続く。 |
| スーパー（店長） | ・食料品を中心とした値上げが、衣料品、住居関連品に対する客の節約志向につながっていく。 |
| スーパー（管理担当） | ・値上げラッシュなどで消費者の先行き不安が高まっているため、今後食費の節約志向が強まる。 |
| コンビニ（経営者） | ・今後も食料品を中心に値上げが続くなかで、客単価が上昇することはなく、更なる買い控えにつながる。 |
| コンビニ（店長） | ・消費の落ち込みで客単価は伸びないほか、来客数も減少傾向が続く。さらに、たばこの販売量が落ちてくれば、売上の増加は難しくなる。 |
| コンビニ（マネージャー） | ・コンビニも積極的なイベントやキャンペーンを継続的に行わねばならないが、秋以降の店作りのイメージが今のところ不透明である。 |

| | | |
|-------------------------------------|--|--|
| 乗用車販売店（経営者） | ・オリンピックが終わり、先行きには良い材料が見当たらない。コンビニの来客数が減少するなど、消費の冷え込みが懸念され、当店の販売もこれから大変な時期となる。 | |
| 乗用車販売店（営業担当） | ・ガソリンの値上げのほか、原材料価格の上昇で車両価格が引き上げられるため、客の購買意欲は更に減少する。 | |
| 高級レストラン（支配人） | ・観光シーズンであるにもかかわらず、3か月前と比べて来客数が少ないなど、好材料が見当たらない。 | |
| 一般レストラン（スタッフ） | ・ガソリンや諸物価の値上げにより、消費者の間では生活防衛意識が強まっている。当社にはロードサイド型の店舗があるが、客は車で外食に行くのを控えているなど、良い材料が見当たらない。 | |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・宿泊は地域全体で不調であり、価格競争の再燃で客単価も低下基調に転じている。宴会部門も、定例の団体予約を中心に中止や縮小傾向がみられるほか、先の予約状況も悪い。 | |
| 都市型ホテル（営業担当） | ・宿泊は予約状況が非常に悪いほか、直前になって変化するため予想が難しい。宴会も、婚礼を含めて予約状況が非常に悪いことから、今後は更に厳しい状況が続く。 | |
| 旅行代理店（経営者） | ・燃油サーチャージの上昇がまだ続いているため、今後も海外旅行については厳しい。 | |
| 旅行代理店（広報担当） | ・燃油サーチャージがまた上昇するなど、客の消費マインドが上がらない。目立ったキャンペーンの材料もないため、良くなることはない。 | |
| 通信会社（社員） | ・節約につながるサービスであっても抵抗感が出ており、消費マインドの冷え込みが続く。 | |
| 通信会社（管理担当） | ・消費者による生活防衛が続くため、年明けまでは下降傾向となる。 | |
| 競輪場（職員） | ・諸物価の高騰から、入場者1人当たりの購買単価が低下している。今後も物価の上昇は当分続くため、遊興費に回すお金はますます少なくなる。 | |
| 競輪場（職員） | ・原油価格や生活必需品などの価格が上昇するため、やや悪くなる。 | |
| その他レジャー施設 [球場]（経理担当） | ・プロ野球シーズンが終了する10月以降は企業イベントなどが中心となるため、来場客は減少する。 | |
| 住宅販売会社（経営者） | ・客の間で買い控え感が出てきているため、先行きの見通しは厳しい。 | |
| 住宅販売会社（経営者） | ・原油高や建築資材、設備の値上げにより、不動産の健全な流通が困難になっている。また、景気の先行き不安などにより、高額物件の買い控えが続く。 | |
| 住宅販売会社（従業員） | ・不動産への融資が下りない状況が続く限り、不動産会社の倒産が続くため、住宅購入者のマインドもますます冷え込む。 | |
| 住宅販売会社（総務担当） | ・鋼材をはじめとする資材価格が高騰するなか、内部努力による対応も難しくなっている。販売価格の値上げが必要な状況であるが、受注が更に減少するため、なかなか値上げに踏み切れない状態が続く。 | |
| その他住宅投資の動向を把握できる者 [不動産仲介]（経営者） | ・不動産融資では担保評価が厳しくなっており、融資額の減少する傾向が続く。 | |
| その他住宅 [展示場] （従業員） | ・住宅着工戸数が減少するなか、新築需要を支えてきた住宅ローン減税も今年末で終わるため、新築市場は先行き不透明感が強まる。 | |
| 悪くなる | 一般小売店 [衣服] （経営者） | ・秋物商材には人気商品も出てきているが、購入がいつまで続くかは不透明である。 |
| 一般小売店 [珈琲] （経営者） | ・物価が上昇しても所得は横ばいであるため、消費金額は変わらず、販売量が減少することになる。 | |
| 一般小売店 [衣服] （経営者） | ・景気が良くないという報道が増え、消費者の購買意欲がますます低下する。冬は衣料品の需要が一番伸びるものの、明るい見通しは持てない。 | |
| 一般小売店 [花]（店長） | ・相次ぐ値上げで、客の財布のひもは固い状態が続く。 | |
| 百貨店（企画担当） | ・高額品だけでなく衣料品の動きも悪くなっているため、先行きの見通しは厳しい。 | |
| スーパー（経営者） | ・各業種で体力の無い企業が淘汰されるため、状況は更に悪くなる。 | |
| 衣料品専門店（経営者） | ・物価上昇の先行きがみえないため、客はどれだけ切り詰めればよいか分からず、生活設計の立てにくい状況が続く。 | |
| 衣料品専門店（経営者） | ・商品は悪くないが、消費者の意識が節約に向かっているため、今後は更に厳しい状況となる。 | |

| | | | |
|----------------|--------|-----------------------------|--|
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・ガソリンの高騰が車の売行きに悪影響を与える。 |
| | | その他専門店〔食品〕（経営者） | ・飲食店での値上げが一向に進まないため、特に個人店舗で廃業、倒産が増える。 |
| | | その他専門店〔宝飾品〕（販売担当） | ・様々な商品が値上がりするなか、必要な物は買わざるを得ないが、貴金属を購入する動機はますます減っていく。地金などの下取りは増えても、新たな購入には至らない。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・9月の予約状況は過去最悪であり、地域の同業者からも今秋の予約状況は最悪との声が聞かれる。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・割賦販売によって携帯電話の年間需要が著しく落ち込んでいる。2年間は支払いの続くユーザーに対しては、季節のキャンペーンを行っても効果がない。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 木材木製品製造業（経営者） | ・受注量の増加に伴い、売上が徐々に増えていく。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・設備の更新や拡張に関する引き合いが増えている。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・6月の運賃値上げ以降、売上は前年並みである一方、利益は伸びている。今後ガソリンの値下がりが続けば、運送業界にとってはプラスとなる。 |
| 変わらない | | 化学工業（管理担当） | ・原油価格の下落や円安傾向が追い風になると期待していたが、目先の受注は芳しくない。当面は今月並みの低水準が続く。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・同業他社が手形の不渡りを出したほか、大手上場企業のガラス瓶会社では東京工場を閉鎖する動きも出てきているなど、先行きの見通しは厳しい。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・かなり大規模な引き合いが来ており、これが順調に推移すれば現状維持は可能である。 |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・市況は下げ止まっており、今の状況が更に悪くなることはないものの、物流コストなどの上昇は続く。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・先の仕事の予定は入っているものの、量的にはあまり多くない。 |
| | | 建設業（経営者） | ・今後は不動産デベロッパーの倒産による影響が、建設業界にも出てくる。こういった閉そく感のある状況で、今後も厳しい受注競争が続く。 |
| | | 建設業（営業担当） | ・外資系企業を中心に所有不動産の売却が進み、相場が下落し始めている。さらに、資金調達計画や販売計画の変更で、年度内の工事予定が繰り越されたり、来年度の設備投資計画が見直されたりしている。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・オリンピックが終わったほか、クライアントによる大量出稿もみられない。今後も原油高や材料高により、広告費は削減傾向が続く。 |
| やや悪くなる | | 繊維工業（総務担当） | ・得意先では在庫が消化できておらず、加工依頼の注文も減少している。良いうわさが聞かれないなど、先行きの見通しは厳しい。 |
| | | 金属製品製造業（総務担当） | ・資材価格が高止まりしている一方、受注価格は相変わらず厳しいなど、今後も苦しい状況が続く。 |
| | | 金属製品製造業（管理担当） | ・今後は大型物件の情報があまりない。 |
| | | 建設業（経営者） | ・原材料の値上がりで建築コストが高騰するなか、個人客、法人客共に様子を見ている状況であり、先行きは不透明である。 |
| | | 建設業（経営者） | ・マーケットが縮小しているため、今後は受注量が減少する。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・ねじなどの金属加工業の取引先では、原材料価格の上昇分を販売単価へ転嫁できておらず、収益状況の好転は難しい。また、マンションデベロッパーなどの不動産業や建設業では、売上の低迷で資金繰りが更に悪化する。今後、取引先の間では経営破綻する企業が増えることになる。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・折込広告の受注が落ち込んでおり、回復の兆しがみえない。新聞の購読も経済的理由で打ち切られるケースが増えている。 |
| | | 司法書士 その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | ・仕事の量が大きく減ったことで、現状維持も難しい。 ・得意先からの見積り依頼や受注量の減少が続く。 |
| 悪くなる | | 食料品製造業（従業員） | ・原料や資材価格が高騰する一方、製品の値上げが進まず、危機的状態に陥っている企業がある。このような企業が増えれば、銀行融資の引締めなども起こるため、更に状況は悪くなる。 |

| | | | |
|----------|---------------|---|--|
| | | 繊維工業（総務担当） | ・今までは、受注価格の低下で収益の圧迫が続いていたが、ここへ来て受注量まで減少している。このような状況が続けば経営は非常に厳しくなる。 |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・価格転嫁を取引先がどこまで受け入れてくれるのか、現状では分からない。 |
| | | 化学工業（経営者） | ・値上げ前の駆け込み需要がみられるものの、値上げ後の受注には陰りが出てきている。 |
| | | 化学工業（企画担当） | ・ほとんどの一次原料の価格が高止まりするなか、取引先の経営状況が二極化している。勝ち組の取引先は高収益製品に絞って生産しており、全体的な生産量が落ちているため、当社の受注量も減少する。 |
| | | 金属製品製造業（営業担当） | ・力のある企業に利益が集まり、弱い企業は倒産せざるを得ない。このような状況は今後ますますひどくなっていく。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・各メーカーの在庫調整が進むため、受注が悪化する。 |
| | | その他製造業〔履物〕（団体役員） | ・食品価格のほか公共料金も上昇しているため、身の回り品への支出は減少傾向が続く。 |
| | | 不動産業（営業担当） | ・9月から年末にかけて銀行融資は下りにくくなる。特に、不動産、建築関係には融資しない状況が強まる。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・売上の前年比の落ち込みが月ごとに大きくなっており、歯止めが掛からない。 |
| | | その他非製造業〔民間放送〕（従業員） | ・北京オリンピックの特需もほとんどなく、年末に向けてテレビ広告の需要が喚起される材料がない。 |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 人材派遣会社（経営者） | ・景気の回復による求人件数の増加は、3か月先ではまだ難しい。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・企業の採用意欲が上向くことはないほか、求職者の確保にも引き続き苦戦する。 |
| | | 人材派遣会社（管理担当） | ・原油や原材料価格の高騰、輸出の鈍化などにより、今後2～3か月は求人が停滞気味に推移する。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・大きく変わることはないが、徐々に悪くなってきている。物価の上昇が企業業績にも影響を与えているため、求人広告には予算が回ってこない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・原油高も一服したため、今の状態がしばらくは続く。企業、個人共に過去の経験で不況対策はできているため、極端に冷え込むことはない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・原油や原材料価格の上昇により企業活動が鈍化するため、求人数の回復は難しい。 |
| | やや悪くなる | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・日雇派遣の原則禁止という流れを受け、求人出稿が大幅に減少している。求人倍率が低下すると共に、失業率も悪化することになる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・景況感の悪化が報じられており、各企業の求人出稿も低調な状況が続く。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・燃料価格の高騰による運輸関連の出稿減少のほか、派遣業の広告減少、消費低迷による流通業不振など悪材料が多い。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求人数が減少傾向となる一方、新規求職者では事業主都合の離職者が増加傾向となっており、当分はこの傾向が続く。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・原油や資源価格の高騰が企業収益を圧迫しており、先行きに雇用情勢の上向く要素が見当たらない。 |
| | 職業安定所（職員） | ・原材料費などの高騰により、求人は製造業を中心に厳しい状況が続く一方、新規求職者は増えている。特に、物価の上昇で家計が圧迫されているため、パート求職者の増加が目立っている。さらに先行きへの不安から、在職求職者が退職の意思表示をせず、より良い転職先を探すケースも増えている。今後しばらくはこれらの動きが続く。 | |
| | 民間職業紹介機関（職員） | ・求人の長引く低迷や高齢化により、建設業者からは日雇労働者そのものが少なくなっているとの声が聞かれる。 | |
| | 民間職業紹介機関（支社長） | ・例年であれば、新卒採用の不足分をキャリア採用で補う企業の求人が増えるが、今年はそれが少ない。さらに、有効求人数の減少や採用面接の合格者も減少しているため、先行きは厳しくなる。 | |
| | 悪くなる | 職業安定所（職員） | ・これまで若年社員を確保できなかった製造業や、慢性的に人手不足の飲食業で求人が増えている。小売業の正社員、運輸業の運転手などは減少が続いているものの、求人全体としては前年比で微増となる状況が続く。 |