

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	-	-
		スーパー（経営者）	・客の状況は今が底で、これ以上は悪くならないため、3か月先には好転する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年末年始の一般客による予約率が上昇している。特にインターネットからの予約が多く、単価を下げなくても受注できている。
		都市型ホテル（役員）	・宿泊部門の予約状況は11月ごろから改善がみられるものの、前年の水準には届いていない。一方、宴会部門については11月以降も前年並みとなっている。
		タクシー運転手	・観光客からの電話予約が徐々に入ってきているなど、現状よりも多少は良くなる。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球シーズンは終了するが、今年はクライマックスシリーズや日本シリーズ開催の可能性があるため、来客数は例年以上となる。
	変わらない	一般小売店 [カメラ] （販売担当）	・今は写真のデジタル化で長期間の撮影ができるため、カメラ店への来店が極端に少なくなっている。今後もその傾向が更に進む。
		一般小売店 [楽器] （販売担当）	・あまりにも悪くなってきたので、これ以上は悪くならない。
		百貨店（売場主任）	・先行きの不透明感により、消費者もしばらくは静観する動きが強まる。一方、今年のクリスマスギフトの単価ダウンは避けられない。
		百貨店（売場主任）	・米国の経済情勢や原油高も含めて、百貨店の状況が良くなる感はない。生鮮食料品についてもかなりの影響が出てくる。
		百貨店（売場主任）	・給与の減少などで可処分所得が減っており、会社員の消費に余裕がなくなっているため、厳しい状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・主な顧客は衣類のたんす在庫を多く持っているほか、景気の減速により、特にファッション関連では支出を抑える傾向が強まる。
		百貨店（売場主任）	・客の生活防衛意識は確かに強まっているが、購買力自体が大きく低下しているわけではないため、大きく落ち込むことはない。ただし、不安感も浸透しているため、急に好転することもない。
		百貨店（企画担当）	・消費の拡大が望めないなか、同業他社との限られたパイの奪い合いが続く。
		百貨店（企画担当）	・衣料品などにヒットアイテムが見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・消費全体が冷え込むなか、目新しい商品が出てこなければ状況は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・宝飾品や美術品、ブランド品といった高額品の売行きは、今のような低迷が続く。
		百貨店（店長）	・客が必要なもののしか買わない傾向は今後も続く。
		百貨店（マネージャー）	・原油などの物価上昇が一段落しているものの、店頭の上上は増えていないため、まだまだ不透明である。
		スーパー（店長）	・景気が右肩下がりとなるなか、来客数、売上の減少傾向が続く。客の間では今まで以上に低価格志向が強まる一方、食品などの値上げが続くなど、良い材料が見当たらない。
		スーパー（店長）	・事故米の問題や競合店との価格競争など、今後も厳しい状況は続く。
		スーパー（広報担当）	・客の節約志向は今後も続くため、生活必需品以外の消費は伸びない。
		コンビニ（店長）	・たばこの購入客の動きも、タスボ導入当時の大幅増は見込めない。さらに、業界内での過当競争により、前年の売上を維持することさえ難しくなる。
		乗用車販売店（経営者）	・ガソリン価格の高騰により、大型の修理が激減しているほか、車検や新車販売も芳しくない。今後もこの状況が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・例年はボーナス商戦や年末商戦に向けたイベントで店内にもぎわうが、最近は客がなかなか乗り換えなくなっているため、今後も厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・様々なキャンペーンを行っても客の反応があまり良くないため、当分は今のような状態が続く。
		住関連専門店（店長）	・年明けから始まったメーカーによる値上げが今年後半になっても続いている。値上げ額も大きくなっているため、売りにくい状況が続く。

	その他専門店〔医薬品〕（店員）	・季節の変わり目であるが、客の間では低価格志向が強まっているため、広告品を中心とした動きにとどまる。
	一般レストラン（スタッフ）	・物価の上昇で客の財布のひもはかなり固くなっており、生活防衛の傾向が強まっている。これ以上悪くはならないものの、来客数や単価の動きは今の厳しい状況が続く。
	一般レストラン（店員）	・今月はメニュー変更などを行ったものの、大した効果は出なかったため、今後も大きな変化はない。
	観光型ホテル（経営者）	・10、11月は、9月ほど極端に悪くならないが、それでも厳しい状況に変わりはない。既に衆議院の解散総選挙を予想して、大型団体の予約にキャンセルが出始めている。
	観光型旅館（経営者）	・ガソリン価格は下がり始めたものの、原油価格が安定しないなど不安要因が多いため、消費は増えにくい。
	観光型旅館（団体役員）	・世界的な経済不安や身の回りでの物価上昇により、客が先行きに対する警戒心を持っている。
	旅行代理店（経営者）	・燃油サーチャージの上昇が落ち着くには時間がかかるため、ある意味ではテロや災害問題よりも根が深い。さらに、今後は不況感も広がってくることから、回復は困難である。
	通信会社（経営者）	・年末にかけて電話会社の販売促進策が打ち出されるものの、一時的な効果にとどまる。
	通信会社（企画担当）	・ゲームセンターでは大きなブームもなく、苦しい状況にある。ただし、急激に悪くなる要素もないため、当分は横ばいで推移する。
	観光名所（経理担当）	・ここ数か月は来客数や販売量が減少しているほか、自動車による来場も減少が続いている。特に、今月は前年よりも土日が1日少なく、3連休も1回少ないため、売上は前年比で7%強の落ち込みとなっている。消費は下降気味であり、当分はこの状況から抜け出せない。
	観光名所（経理担当）	・冬場の集客が落ち込む時期に新規イベントを行う予定であるが、前年並みに推移すれば良い方である。
	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージは服を脱ぐ必要があるため、寒くなると客が減る。今年は寒くなるのが例年よりも早いいため、来客数の減少も早まる。
	その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・米国経済の低迷で国内経済にも停滞感が出てきたため、生命保険への新規加入を見送る客が増加する。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・ヒット商品もなく、良くなる要素がない。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	・客の間では生活に追われている雰囲気が強まっている。今後も少し高額な輸入時計はなかなか売れず、売れるのは国産の手頃な商品という傾向が進む。
	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・金融機関による融資の継続が難しくなっているため、企業の倒産や整理の増加に拍車がかかる。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・買い控えの客が増えるため、状況は更に悪くなる。
	一般小売店〔雑貨〕（店長）	・景気の減速で財布のひもが固くなり、たばこの購入が抑えられる。
	一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・昨今の金融不安もさることながら、国内では食の不安も拡大しているため、消費者が更に慎重になる。
	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・事故米や中国製の食品に関する問題が相次いでおり、食品を取り巻く状況が良くなることはない。
	百貨店（サービス担当）	・今後も必要最小限の物しか買わない傾向は続く。特に、これから冬にかけて光熱費が上昇するため、売上は大変厳しくなる。
	スーパー（経営者）	・今まで好調であった同業他社からは、来客数、単価共に悪化傾向との声が聞かれる。景気の悪化で周辺の自動車部品や家電部品関係の中小企業の状況が悪くなれば、当店でも買上点数などの減少が進む。
	スーパー（経営者）	・価格の低いプライベートブランド商品の購入が増えているため、それを持たない企業にとっては厳しい状況となる。
	スーパー（経理担当）	・客の間では食事1回当たりの費用を抑える傾向が強まっているため、外食やファストフード、コンビニとの競争が激しくなる。
	スーパー（管理担当）	・米国の金融不安による国内景気の悪化が、消費者に徐々に浸透し、食品への支出にも影響が出てくる。
	スーパー（管理担当）	・食品類のほか原材料の値上げが進むため、更に厳しい状況となる。年末商戦によほどの伸びがない限り、大きな好転は難しい。
	コンビニ（店長）	・食に対する不安や物価の上昇により、客の間では買い控えが増加する。
	コンビニ（マネージャー）	・客の様子からは今後良くなる感がないほか、本部もキャンペーンやセール頼みから脱却できていない。

	衣料品専門店（販売担当）	・物価が上昇する一方、給料も上がらない状態であるため、衣料品などが売れなくなる。
	衣料品専門店（営業・販売担当）	・生地仕入コストのほか、箱代などがすべて値上がりしており、収益が圧迫される。
	スナック（経営者）	・主要な客が定年退職したことで、客の流れが変わっている。とにかく先行きの見通しは暗い。
	その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・燃料価格の上昇は一服しつつあるものの、原料価格の上昇は続いているため、消費マインドの低迷に拍車がかかる。
	観光型ホテル（経営者）	・原材料価格の上昇分を販売価格に転嫁できないため、季節変動で客が多少増加しても、収益は悪くなる。
	都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門では、米国の金融危機による影響で、欧米のほかアジアからの観光客が減少してくる。また、選挙が始まると宴会部門やレストランにも影響が出る。
	都市型ホテル（営業担当）	・オンシーズンとなる宿泊では、予約状況は前年並みとなっているが、直前に変化するため予測が難しい。一方、宴会は婚礼を含めて予約状況が非常に悪く、更に選挙が始まれば動きが止まることになる。
	旅行代理店（広報担当）	・先行きの受注状況は前年を下回っており、回復のめどが立たない。また、需要喚起につながるようなイベントも予定されておらず、今後ますます悪くなっていく。
	タクシー会社（経営者）	・企業がますます交際費や交通費の節約を強めるため、タクシーチケットの利用が更に減る。
	通信会社（社員）	・地域のムードは冷え込んでおり、何か新しいことを始めようという雰囲気を感じられない。
	通信会社（管理担当）	・消費者の間では生活防衛の意識が強く、消費が抑えられるため、年明けまで緩やかに下降を続ける。
	競輪場（職員）	・ここ数か月、入賞者1人当たりの購買単価が減少しており、それに伴って売上も減少している。今後良くなる要素がないため、近い将来に状況が好転することはない。
	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・政治不信と経済不安はこれからも強まるため、レジャー消費は一層減少することになる。原油価格の下降傾向についても、上昇時におけるマイナスが少なかったため、あまり効果はない。
	美容室（経営者）	・客の来店間隔が長くなっており、今月に増えた客の来店は11～12月ごろになるため、10～11月は売上が伸びない。
	その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・本来は景気の動きにそこまで影響を受けない業種であるが、先行きへの不安は非常に強い。
	住宅販売会社（経営者）	・世界的な金融危機が、長期ローンを組む客の心理状態を悪化させる。
	住宅販売会社（従業員）	・不動産の買手が非常に少ないため、価格の下落傾向が一段と強まる。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・いまだに来年度以降の住宅税制の見通しも立たず、購入希望者への後押しがない。
悪くなる	商店街（代表者）	・秋物商戦が不調に終わる一方、冬物商戦もこのままでは結果が出ない。サブプライムローン問題や不安定な政治、株価の低迷など、心理的な不安による影響も出てきている。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・生活必需品を扱うスーパーなども、特売日には客が集まるが、それ以外は財布のひもが固い。一般家庭にお金回っていないため、客の買物姿勢は更に厳しくなる。
	一般小売店〔花〕（店員）	・相次ぐ値上げで客の購買意欲が低下しており、今後は節約ムードがますます強まる。また、客からは不景気な声が多く聞かれるため、花を飾ることも少なくなっていく。
	百貨店（売場担当）	・客の買い控えが顕著となり、優待セールなどの販促が効かなくなっている。この秋冬商戦も、たんす在庫の衣類を着回しする動きが増えるため、売上は伸びない。
	百貨店（商品担当）	・年末に向けて株価が更に下がり、様々な商品の値上げも続くため、景況感は更に悪化する。クリスマス商戦に向けて、既に取引先は低価格品の追加や、既存商品の改善を進めている。
	スーパー（店長）	・消費者の節約志向が進むため、今後も食品以外での来客数の減少につながる。
	コンビニ（経営者）	・近隣の競合店に対抗して安売りを行うため、売上、利益が減少する。
	衣料品専門店（経営者）	・景気の悪化や金融不安により、客の財布のひもがより一層固くなる。
	衣料品専門店（経営者）	・客の財布のひもが固くなっている。特に、ミセスの婦人服は節約傾向が強まっているため、半年以上は悪い状態が続く。

		乗用車販売店（経営者）	・ 株価下落や物価上昇に伴う個人消費の減少、企業業績の悪化により、新車購入が激減する。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・ 販売価格の値上げが進まない飲食店などでは、手持ち資金の減少が続くため、いずれは営業が続けられなくなる。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・ 宝飾業界自体に大きな動きはないものの、食品問題のほか、米国の大手生命保険会社の経営難で景気の先行きに不安が広がっていることから、少なからず影響を受ける。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ 宿泊やレストランなど個人客の多い部門での落ち込みが続くほか、法人部門でも食品の汚染問題で会合の無期延期などの動きが続く。
		通信会社（経営者）	・ 不動産業界に関係する客が多いため、先行きの見通しは厳しい。
		住宅販売会社（経営者）	・ 客の購買意欲が毎月低下しており、販売現場への来客数も極端に減っているため、更に厳しい状況となる。
		住宅販売会社（経営者）	・ 不動産業界全体に停滞感が広がっているほか、金融機関による融資姿勢も厳しくなっている。今後１年ぐらいは不動産の動きが鈍くならざるを得ない。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・ 金融不安はそう簡単に収まらない。特に、不動産市場については回復要因が見当たらない。
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）	・ 受注量が増えているため、将来的には販売量や売上が伸びる。
	変わらない	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・ 受注が増えていない。
		化学工業（管理担当）	・ 半導体メーカーの在庫水準が徐々に高まっており、受注が芳しくない。さらに、石油製品を中心に原材料の値上げ圧力が依然として強いものの、販売価格への転嫁は難しい。今後しばらくは、過去半年と同様に前年を５～１５％下回る販売量で推移する。
		金属製品製造業（総務担当）	・ 工事案件が大手ゼネコンに集中しているため、下請の激しい受注競争が続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ 取引先の投資姿勢はまだまだ積極的であるため、ここ数か月は変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ ここ数か月の業況の変化は過去に例がないほど大きなものであり、２～３か月程度では回復しない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・ 年末商戦の荷動きについては、例年を上回る要因が見当たらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・ 取引先に活発な動きがみられず、例年取引のある企業からの受注も減っている。今月のようにやや悪い状態が、今後も続く。
		輸送業（総務担当）	・ 取引先からは明るい話が聞かれず、積極的な投資の予定もない。
		輸送業（営業所長）	・ 景況感の悪化により、取引先では物流費の見直しなど、運輸関係のコスト締め付けが始まる。
		輸送業（営業担当）	・ 前月に比べて荷物量がかかなり増えたものの、あくまでスポット需要であり、来月以降も続くわけではない。
		不動産業（管理担当）	・ 銀行からの融資が下りないことで、不動産の売買が停滞する。
		広告代理店（営業担当）	・ 最近は紙媒体の広告が前年比６０～７０％、インターネット媒体が１００％前後という水準が続いているため、今後もその傾向が続く。
		経営コンサルタント	・ 小売業者はコスト上昇の先行きが不透明なため、積極的な事業展開ができない。
	やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・ 食品に関する事故や事件が毎日のように報じられ、客が購買意欲を失っている。食品は不況の影響を受けにくいといわれていたが、食品偽装などもあり、今回は大きな影響を受ける。取引業者を含めた周囲の状況から判断すると、業界の低迷は長引く。
		繊維工業（団体職員）	・ 外注加工費の値上がり分をすべて転嫁できる状況ではないほか、値上げ前に増えた駆け込み需要の反動減により、受注量が減少する。
		繊維工業（総務担当）	・ １０月から値上げする仕入先もあり、コスト高はこれからが本番となるものの、販売価格への上乗せは難しい。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・ 材料や資材の価格が落ち着かない。流動コストが変動するなか、適正な販売価格を維持することが困難になる。
		化学工業（経営者）	・ 信用不安がうわさされる得意先も出てきており、うわさが現実になれば一気に景気は悪化する。

		化学工業（企画担当）	・原料の高騰は一段落したものの、一部の原料油脂は高騰が続いている。今後の原料価格は商品市場へのファンド資金の流入次第であり、不透明な状態が続く。
		金属製品製造業（経営者）	・資材や輸送費などの更なる値上がりにより、経営環境が更に悪化する。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規の受注が低調である。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・景気対策が行われたとしても、すぐに効果が出るものではない。建設やゼネコン関係の倒産も増えるため、先行きが懸念される。
		建設業（経営者）	・不動産ファンドなどが厳しい状況になるのに伴い、不動産会社も厳しくなるため、建設会社への影響が出てくる。
		建設業（経営者）	・例年であれば、これから仕事が増えるはずだが、不動産市況をみても増える要因は見当たらない。
		建設業（営業担当）	・売上の落ち込みによる販売計画の見直しや、外資系ファンドによる融資の見直しなどを理由に、設備投資計画を延期、中止する客が増える。
		輸送業（営業担当）	・取引先から配達コストの値下げが要請される。
		金融業（営業担当）	・取引先のみがき棒鋼の製造業者では、原材料価格の高騰で収益の悪化が更に進む。不動産業者や建築業者についても、今後更に資金繰りが悪化する。
		金融業（支店長）	・小規模な建売業者については、金融機関の融資条件の厳格化などで資金調達が難しくなるため、当面は様子見の状況となる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・企業の経費節減により、折り込み広告の落ち込みが進む。
		広告代理店（営業担当）	・クリスマスから年末に向けた取引先への提案について、まだ受注が決定していない。
		司法書士	・事件数の減少が続くほか、企業の解散登記やそれに付随する業務については現状維持も難しい。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・引き合いが非常に少なくなっている。
	悪くなる	繊維工業（総務担当）	・売上の減少や、原料価格の高騰による採算の悪化が顕著になってくる。
		金属製品製造業（管理担当）	・今後も不動産業者の相次ぐ倒産や資金繰りの悪化で、新築マンションなどの計画中止が増える。
		金属製品製造業（営業担当）	・取引先に良い企業が見当たらない。
		不動産業（営業担当）	・サブプライムローン問題の影響で不動産価格がかなり下がっており、今後ますます不動産会社やゼネコンの倒産が増えることになる。
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）	・ＩＴ関係では、金融機関の大型案件が延期や中止になるなど厳しい状況である。ただし、11月以降の大型案件が出てきているなど、徐々に落ち着きつつあるため、年末ごろには元に戻る。
		人材派遣会社（支店長）	・周辺企業の倒産が増えている感があり、この状況は景気回復の兆しが出てこなければ変化しない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・良い話が営業サイドから聞こえてこない。
		職業安定所（職員）	・原油や原材料価格の上昇に加え、米国の景気後退の影響も出てくるため、求人数の回復は難しい。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・今後もしばらくは企業の倒産などが続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告にも、大阪湾岸部の新工場建設効果が若干みられるものの、マイナス傾向に歯止めをかけるまでには至らない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後2～3か月の新聞広告の出稿見通しは前年比80％台となっている。大手企業からの出稿だけではなく、地場産業関連の勢いもない。中之島新線の開通といった明るい話題もあるものの、全く良くなる気配がない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者が増加傾向となる一方、新規求人数は減少が続いているため、新規求人倍率は低下が続いている。当分の間、求人、求職状況は悪化傾向が続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・大阪湾岸の大型工事による特需も既にピークを過ぎており、プラス材料はない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・周辺企業や採用者数の動きが、今後すぐに回復する気配はない。

	民間職業紹介機関（支社長）	・総求人数は減少傾向が続くほか、企業側の採用条件の上昇傾向もしばらく続く。
悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・個人の給与所得が伸びない状況が続くため、飲食、小売の新規出店などの投資が減速していく。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・状況が急に好転する要素はない。関連企業も苦戦しており、求人広告以外の営業を積極的に進め始めている状況である。
	職業安定所（職員）	・様々な業種で欠員補充の求人が増える時期となるが、小売業に続き、製造業も新規求人に慎重となっている。今後は求人の質的な悪化に加えて、量的な悪化も進む。