

7. 近畿（地域別調査機関：（株）大和銀総合研究所）

（-：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 | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・これから一番忙しい時期であるが、レストランの予約状況からいけば12月は良くなる。それに伴い、期待しているワインが土産やギフトとして出るかどうかにかかっている。 |
| | やや良くなる | 百貨店（売場主任） | ・やや気温が下がってきたことで、主要客であるミセス層の来客数が若干増加しており、後ろ倒しで秋冬物が売れる。 |
| | | 家電量販店（営業担当） | ・年末商戦も近づき、気温が下がれば暖房機を求めて来客数も増加し、多かれ少なかれ単価も上昇する。また、年末を控えて大型テレビ等の売上増加による単価の上昇も見込まれる。 |
| 変わらない | | その他住宅〔情報誌〕（編集者） | ・年度末に向けて在庫処分の動きが出始めると、相場には価格低下圧力となるが、マーケット自体は活発化する要因となる。 |
| | | 一般小売店〔時計〕（経営者） | ・待たせたらもっと安くなるのではないかという考えが根付いていて、結局買わない方向に行っている。こういった風潮はまだまだ続く。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（経営者） | ・昨年に比べてBSEの影響は少なくなったが、今後ギフトシーズンにおいてはまだまだ需要がBSE問題発生以前には戻らない。 |
| | | 一般小売店〔野菜〕（店長） | ・飲食店関連は最悪の状況を迎えており、来月、再来月に好転するとは思えない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・期待していた改装の効果がみられない。今後も上向く要素がなく、厳しい状況が予想される。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・まだまだ様子を見てから行動を起こすという状況が続き、貯蓄はあっても使わないという傾向は強まる。 |
| | | スーパー（経営者） | ・美味しいもの、ご馳走と分かっていてもなかなか手が出ず、値段の安い物に走るという傾向が続く。 |
| | | スーパー（店長） | ・秋物商戦の不調は単に、気温の影響とだけは考えられない。セールを打っても、反応が非常に鈍い。今の不景気感が年末までに変わることも見込めない。 |
| | | スーパー（経理担当） | ・価格や量より質、安全性を重んじる商品製作を行っているが、新商品の開発が思うように進まず、消費者に対するアピールが若干不足することが予測される。 |
| | | スーパー（経理担当） | ・BSEの影響が一巡し、肉部門の売上は前年を上回ってきたが、全体を押し上げるほどの勢いはない。ただ、暖冬が予想されるものの、これから季節相応の気温になれば、鍋物関連を中心に底堅い動きを期待できる。 |
| | | スーパー（広報担当） | ・来客数は前年実績を上回っているものの、単価並びに販売点数に関しては9月以降、10月に入っても平行線をたどっており、この傾向は今後も続く。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・既存店の売上の伸び率が、ここ5、6か月ほど続けて前年割れとなっている。今後もこの傾向が続く。 |
| | | 家電量販店（経理担当） | ・商品別にみると、テレビではプラズマや液晶の薄型テレビが話題になり、売上は徐々に伸びているが、単価がまだ高く、爆発的なヒットになっていない。白物についてもこれといったヒット商品が見当たらず、今後も今の状態で推移する。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・年末にかけてフェアなどの企画があり、歳末セールその他では若干動くともみている。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・競争相手との競合が激しくなってきた、より内容的にも条件が厳しくなる。客の財布のひもも固く、販売量は変わらないものの、売上高は減少してくる。 |
| | | 自動車備品販売店（従業員） | ・引続き悪い状態が継続する。個人所得が回復しない限り、単品買いやセール中心の買物が続く。対象客が若年層中心だけに、買い控えではなく、買いたくても買えない状況にある。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（店員） | ・広告をみても低価格商品しか売れないようになっており、数点のまとめ買いもなくなるなど、消費量が減少している。この傾向は今後も続く。 |
| 高級レストラン（支配人） | ・毎月あった中旬から下旬にかけての伸びがなく、今後期待できる要因が少ない。 | | |
| 一般レストラン（スタッフ） | ・値下げをしているゴルフ場や飲食店に客が集まり、値崩れによるデフレがこれからも進む。 | | |
| 観光型ホテル（経営者） | ・先の予約台帳をみても、過去にないほど予約件数の減少、単価の低迷が続いている。 | | |

| 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 |
|-------------|---|-------------------------------------|---|
| | | 旅行代理店（店長） | ・電話の問い合わせ件数状況や、乗客状況、その他パンフレットの持ち帰り状況からみて、今より好転するとは到底思えない。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・年末年始を通して予約が伸び悩んでいる上に、遠方への旅行が不調なため、今後の動きに期待できない。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・先行受注状況は悪く、対前年を下回っている状況に変わりはないが、バリ島でのテロの影響は少なくなっている。 ・国内旅行ではカニ目当ての山陰、北陸方面等日本海側への客が前年をやや超えて推移しており、この状況が続く。 |
| | | 旅行代理店（広報担当） | ・2、3か月先は春休みの旅行シーズンとなるが、価格にシビアである点、自身の目的がはっきりして、それに合わない商品であれば行かないという傾向は今後も変わらない。 |
| | | 通信会社（社員） | ・今のペースのまま年末商戦に持ち込めると予想しているが、市場そのものが沈静化しつつあることが気掛りである。 |
| | | 観光名所（経理担当） | ・来客数は微増で推移しているが、客単価がどうしても上がってこない。平日の来客数も以前と比べて伸びず、土、日、祝日に客が集中する傾向が続いている。 |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・ゴルフシーズンになっても値引き要望が多々あり、今後も単価が下げ止まらない。 |
| | | 競輪場（職員） | ・競輪場における入場者数、同レースにおける、1人当たりの購入単価がこの半年程度変わっておらず、今後もこの状況が続いていく。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・良くなる要因が見つからない。地価の上昇もみられず、見込み客の増加も感じられない。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・年末、来年の1、2月は元来好調に推移する時期ではないのに加え、この秋商戦の状況を考えると上昇する要因及びイメージが湧いてこない。 | | |
| やや悪くなる | | 百貨店（売場主任） | ・百貨店にとって最大商戦の「歳暮」と「クリスマス」を迎えるが、クリスマスの対象客である若年層に購買意欲がみられず、苦戦が予想される。宝飾、時計の高額品も希少性のあるものや限定商品などの珍しいものであれば話題にはなるが、消費全体に対する影響力は少ない。歳暮も法人需要の更なる停滞や単価、件数のダウンから苦戦が予想される。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・熱しやすく冷めやすい流行に流される気質であるため、常に新しいことや話題が続かない限り上昇しにくい。季節指数も購買意欲減退に拍車を掛ける。本業である酒類販売業はその傾向がより顕著で、忘年会の予約状況は過去最悪である。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・しばらくは99円ショップの影響が続き、また客単価の下落傾向もしばらく継続しそうである。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・パソコンの新製品が出て依然として動きが悪い。もはやそのような商品を買う余裕もなくなってきており、先行きの見通しは厳しい。よほどのことがないかぎり、高額商品等には手が出なくなっている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・仕事を辞めていく運送会社が多く、今後ますます仕事量が減少する。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・現時点での予約状況が宿泊部門、宴会部門いずれも前年度より悪く、良くなる要素が見当たらない。 |
| | | 都市型ホテル（副総支配人） | ・宿泊と一般宴会の予約率は依然厳しい状況である。婚礼については挙式予定日に近づいたものが何件か入っている。レストランは依然として周辺のライバル飲食店との関係で苦戦が続くそうである。 |
| | | タクシー運転手 | ・ここ何年か、観光で動きのあるシーズンにも関わらず観光タクシーの需要は低迷しており、今年もそれが予想される。 |
| | | 通信会社（社員） | ・ケーブルテレビ回線の優位性を訴求する販売展開を行っているが、地上波デジタル化などの好材料がまだ浸透しきっていないため、数か月は苦戦を強いられかねない。 |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・景気が悪くゴルフ離れが進む中で、メーカーは1本20万円するドライバーなど、より高額なクラブを集中して市場に出してくるため、新規ゴルファーや女性ゴルファーの参入が全く望めない状況が続いている。当面はゴルフ業界に明るい兆しはみえてこない。 |
| | | その他レジャー施設 [球場]（企画担当） | ・野球シーズンが終了し、コンサートや企業イベント中心の季節になるが、景気の低迷からイベントの予定が多くない。 |
| | | その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当) | ・若者を中心として雇用不安が広がっており、売上等についても厳しい状況が続く。 |

| 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 |
|------------------------|-----------------------------|--|---|
| | 悪くなる | 百貨店（売場主任） | ・中小企業の社長夫人などの乗客が極端に減少しており、今後の見通しもまだまだ悪化傾向にある。 |
| | | 百貨店（担当者） | ・今月の売上は昨年対比で16%マイナスと非常に不振であり、秋物商材が全く動いていない。月が変わって重衣料関係のコート等を展開していくが、高額商品が売れるとは考えられず、売上の的にも低迷していく。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・高齢の客の場合、低金利に加え株価の低迷で洋服を買う余裕がない状況が続く。 ・現役世代の客の場合は、業績の悪化による先行き不安があるので買い控えが激しくなる。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・新規開業の相談、見積件数が極端に少なく、近々での売上に結びつく要因がない。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・世の中の景気が悪い状況で、国内旅行等の家計における支出の割合もかなり減少しており、この雰囲気为数か月後に良くなるという見通しが全くみえてこない。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・先行予約の悪い状況の中で、単価をかなり抑えても予約が集まらない。周辺ホテルの状況も同様で、旅行代理店等に聞いても旅行や企業の出張の手控えが大半を占めている。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・引合量が増加傾向にあり、受注が具体化しつつある。 |
| | | 建設業（経営者） | ・受注が増加し、客からの仕事の依頼もあって、当面は受注を確保できる。さらに、環境調査部門では、来年1月からの土壌汚染対策法に基づく施工もあり、受注の増加を予想している。 |
| | 変わらない | 金属製品製造業（団体役員） | ・国内の需要は減少しているが、輸出がやや良くなっているため今後もプラスマイナスゼロという状態が続くと考える。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・当社のこれまでの受注状況が順調であったので、3か月の範囲では現状の景気が続くかと判断する。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・3か月超の受注残があり、このまま推移する。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・先行きの不透明さが大きく、生産財である設備投資にはかなり厳しい状況が続く。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・ここ2か月くらいは受注量が伸びているが、これが更に増加するとまでは見込めない。 |
| | | 輸送業（営業所長） | ・大きな見積や配送予定がなく、大きな変化は見込めない。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・新しい仕事が決まっても扱い額が大きくないため、しばらくは大きな変化はない。 |
| 広告代理店（営業担当） | | ・値引き合戦が加速し、利益度外視の市場が続いている。今後もこの傾向が続く。 | |
| その他非製造業 [機械器具卸]（経営者） | ・取引先が消極的で販売しにくいという状況が今後も続く。 | | |
| やや悪くなる | 食料品製造業（経営者） | ・売れる商品と売れない商品で二極化している。しかし、売れる商品で売れない商品の減少を食い止めるのは困難な苦しい状況が続く。 | |
| | 食料品製造業（従業員） | ・価格の問題、販売量が非常に厳しくなっている。実際問題として企業間の競争、価格の下げ合いなどがあり、まだまだ下げ止まらない。 | |
| | 繊維工業（経営者） | ・来月は展示会等の催事が減少し、あっても催事用の商品の仕入れがほとんどなくなっている。得意先の在庫がまだ多くある様子である。 | |
| | 繊維工業（経営者） | ・消費者が財布のひもを緩めず、物が売れていない。最近ではそれに輪をかけるように仕切値がさらに厳しい段階に値下げされており、今後さらに大変な状況となる。 | |
| 悪くなる | 化学工業（経営者） | ・当社の得意先は広範囲の業界に及んでいるが、ほぼ全ての業界で前年対比が落ち込んでおり、先行きは厳しい。 | |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 人材派遣会社（経営者） | ・例年どおり季節的要因で年末にかけて動きがあり、特に会計、経理関係の仕事が増えている。 ・昨年と異なっているのは単価が抑えられている点であり、派遣スタッフに関する給与もかなり抑えられている。しかし、仕事量は増加している。 |
| 新聞社 [求人広告]（担当者） | | ・連載で求人広告を出す企業が少なく、単載での申し込みがほとんどとなっている。つまり毎週毎週新しい企業の求人が載っているということであり、期待感を持って先行きをみている。 | |

| 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 |
|----|----------|----------------|--|
| | 変わらない | 職業安定所（職員） | ・求人数は増加傾向にあるものの更なる増加は見込めない。 ・求人の職種が偏り、臨時、パートが多く希望賃金との格差も大きくミスマッチが続いている。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・次年度へ向けての採用増などの良い話が、訪問先企業または来社のあった企業から聞こえてこない。 |
| | やや悪くなる | | |
| | 悪くなる | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・競合代理店間の値引き競争が激しく、広告料金が下がる一方である。今後もこの傾向が続く。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・大手企業では引続き希望退職者の募集を行っており、多数の社員が応募して退職予定という話を聞いている。また、そのほとんどは45歳以上であり、再就職先は未定ということで、求職者数がさらに増加することが見込まれる。 |