

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 やや良くなる	一般小売店〔酒〕（経営者）	・ランチタイムの女性客がリピーターとなって新たな客を誘導してくれている。また、ランチタイムの客がディナーに来る傾向もみられている。今後新年会や、入学、卒業シーズンやお別れ会等のお食事会の需要が見込まれるが、それへの好影響が期待できる。
		乗用車販売店（営業担当）	・グリーン税制の関係により2、3月は駆け込み需要が多少あると予想される。
		旅行代理店（店長）	・国内の電話予約の問い合わせ状況から、冬の味覚を求める動きが多くなっている。単価は安いものが主であるが、今よりも良い方向が感じ取れる。
	変わらない	一般小売店〔野菜〕（店長）	・来店客や取引先の購買力をみても回復するような気配はない。忘年会、新年会も例年よりさびしく、かなり悪くなる。
		百貨店（売場主任）	・ヤング、キャリア層を中心に春物商材は前年より活発になると予想するが、景気の先行きの不透明感から、百貨店の主要客である主婦層の先行きは厳しい。
		百貨店（売場主任）	・今後2、3か月、百貨店はバーゲン季節になるが、ここ数シーズンの傾向として、バーゲンで価格が下がっているからといってまとめ買いをするという客はかなり少なくなっており、価格だけで客を呼べる時代ではなくなっている。
		百貨店（売場主任）	・歳暮商戦も、早期受注により多少良い動きをしているが、最終的に締めると昨年を割ることが予想される。ギフトも縮小傾向であるのには目に見えている。
		百貨店（営業担当）	・高級時計以外で伸びる商材が見当たらない。美術品の引き合いは増えるが、買上につながるような希少価値のある作品が、客の納得する価格で提供できない。
		百貨店（営業担当）	・主婦層の買物の様子としては、今後高額品を求めることはなく、20～30万円クラスのもの、高くても50万円クラスのもの求めてくるが多くなる。
		スーパー（経理担当）	・年末商戦が1年の商売で最大のポイントとなるが、昨年に比べ、9連休で海外旅行が回復する等のマイナス要素があり、厳しい状況が予想される。
		家電量販店（店長）	・パソコンの売行きは依然として鈍く、冬の新製品においても同様である。大型テレビ、DVD等、一部映像関連商品などが高単価ながら伸びており、特に年末は大型テレビ等が見込まれるが、パソコンの低調と相殺されるに過ぎない。
		家電量販店（経理担当）	・ここしばらくの販売量の動き、前年対比の動きをみると、2、3か月後も今のような一進一退の状況が続く。
		自動車備品販売店（従業員）	・新店オープンで来客数は非常に多いが、購買単価は低く、実態はかなり厳しい。ボーナス減も響き、12月以降も底で横ばいの状況が続く。
		高級レストラン（支配人）	・クリスマス、正月の予約件数が少なく、他に景気上昇の要因もないため、期待できない。
		観光型ホテル（経営者）	・先の予約状況を見ても、相変わらずずっと前年割れが続いている。今より好転する材料が地元周辺でも見受られない。
		都市型ホテル（支配人）	・年末年始の忘年会、新年会の予約の動向は、出足が遅いが、年度変わりにもともなう予約の増加による取戻しを期待している。
		タクシー運転手	・全体的に客が少なく、特に夜の営業が思うようにいかない。今後も同様の状況が続く。
		通信会社（経営者）	・2～3か月では市場環境の変化は予想できない。長期的には同業他社間での競争による淘汰により、相対的に好業績を上げられることは考えられる。
		観光名所（経理担当）	・10月には少し良くなるような傾向があったが、今月はその傾向が消えたようである。数的には少ないながらも高額品を買上げる客もあるが、依然として客単価の低下傾向が続いている。
		競輪場（職員）	・経済状況に回復の兆しはなく、レジャー等の余暇経費が制約される。先行き不透明な状況下で、今後も厳しい環境に変化は見込めない。
その他サービス〔クリーニング〕（経営者）	・冬のシーズンにおいては定番品需要の掘り起こしを行っていくが、クリーニング需要が年間を通じて最も低下する時期となるだけに、何か好材料がない限り厳しい状況は続く。		

	住宅販売会社（従業員）	・厳しい市況の中ではあるものの、立地・商品・価格のバランスが良いものについては来客者の動きは変わらず推移している。低金利が続いている中では大幅な変化はないと予想される。
やや悪くなる	一般小売店〔時計〕（経営者）	・お金を品物に換えるのではなく、今は現金を持っているのが一番だという声が多い。物を買って気持ちを満足させるのではなく、物を買うこと自体がもったいないという感覚を持っている。このままでは消費の回復は見込めない。
	百貨店（売場主任）	・業種自体が端境期に入るうえに、気温も不順であるなど、不安材料が多い。地域的なくくりでも同様な状況となることが懸念される。
	百貨店（売場主任）	・歳暮、クリスマス、初売りと百貨店にとっては年間を通じて最も売上の大きな時期に入るが、ヤング層にみられた「1点豪華主義」的なブランド商品の買物の仕方にもやや陰りが見られるなど、消費者の買い控え感、低価格志向は変化しそうにない。
	百貨店（売場主任）	・雇用不安など環境はまだまだ厳しく、ミセスを中心に買い控えが続くと予想される。
	スーパー（店長）	・今後も競合店との価格競争が厳しくなってくる。
	スーパー（広報担当）	・客単価の昨年実績割れが続くのに加え、先行きの不透明感により、 unnecessary 買物を控える客が増加する。
	コンビニ（経営者）	・99円ショップの台頭や路面での弁当販売店の影響で来客数微減に加えて、客単価もさらに下落が続く。
	コンビニ（エリア担当）	・8か月連続で、既存店の平均日販が前年を割っており、この傾向が今後も続く。
	衣料品専門店（経営者）	・気候の関係で何とか売上は上がっているが、既存客が減少し新規客が増加しているため、今後の売上に不安を覚えている。
	住関連専門店（経営者）	・将来の売上につながる、引き合い、見積件数が極端に少ない。
	一般レストラン（経営者）	・株価の低迷、道交法の改正などにより、個人の消費は冷え込んでおり、明るい材料がないため、売上高の増加は望めない。急いで送迎バスの設置等の対策を講じている。
	観光型旅館（経営者）	・特に明るい景気回復の要因もなく、目立った観光の目玉もない。全体的な気運が反映する業種だけに難しいと考えている。
	都市型ホテル（副総支配人）	・宿泊、宴会とも予約状況は依然として厳しい状況にある。レストランについても好転する材料が見当たらない状況である。
	旅行代理店（営業担当）	・1月から3月までの第4四半期は、各社、価格適及型商品を展開しているが、先行受注状況は国内海外ともに前年を割って推移している。
	タクシー運転手	・これからの時期は宴会シーズンでお酒を飲む機会が多いが、最近是人出が多くてもタクシーの利用者は増加しないという傾向が顕著であるため、期待できない。
遊園地（経営者）	・来客数の落ち込み、ならびに客単価の減少が回復する兆しが見えてこない。	
ゴルフ場（経営者）	・一部のゴルフ場では考えられない低い料金で営業しているところもあり、当面は好転の見込みはない。	
美容室（経営者）	・正月に消費の増加が予想されるため、それ以後は客単価が期待できない。パーマをかけるなどの流行がない限り難しい。	
悪くなる	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・先月、80年続いた伝統のある中小企業の鉄鋼所が倒産したが、その従業員の家族が当地区に多く住んでいることから、年末以降には売上に影響が出てくる。
	百貨店（企画担当）	・この時期、実需商品のコートやジャケットがファッション全体を牽引するような力がなく、年明けのクリアランスについても期待は薄い。
	百貨店（営業担当）	・12月の年末商戦（歳暮、クリスマス、迎春）が低迷する可能性が大きい。
	コンビニ（経営者）	・近隣に競合他社の出店が増えている。そのために、今後売上が一層減少してくる。
	一般レストラン（スタッフ）	・業界内の競合激化だけでなく、デパート、スーパー、コンビニエンスストアの弁当、惣菜も競合しており、背景にある低価格化の影響も大きいため、来客数、客単価の回復を見るのは困難である。
	通信会社（経営者）	・年末、新年にかけて実働時間も少なく、新規案件が決まる要素が少ない。

企業 動向 関連	良くなる	建設業（経営者）	・受注量、発注数量ともに増加しており、さらなる受注も期待される。
	やや良くなる		
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・新製品を出すも、取引先の反応が鈍く、良くなる材料が見つからない。
		繊維工業（経営者）	・年末年始は、得意先での催事の予定が極端に減っている。催事を行う場合も、客足は例年の半分がやっとなり、売上はそれ以上に減少している。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・得意先や仕入先の会話に、良くなる話が全くない。9月以降値上げ交渉をしてきたが、ほとんど値上げできていない。
		金属製品製造業（営業担当）	・販売量は今年5月頃と比較すると良くなりそうだが、材料価格の値上げとユーザーからの相変わらずの値下げ要求の板ばさみで採算は悪化が予測される。
		精密機械器具製造業（営業担当）	・下期予算の運用は、11月、12月に決定するため、今案件がないということは、3か月後もないということである。
		通信業（営業担当）	・販売量が落ち込んでおり、営業側から需要の明確でない案件が顕在化してこない。この傾向が続く可能性が高い。
		広告代理店（従業員）	・商業施設の売上がダウンしているため、来期の広告費削減は避けられない状況である。また、テナントの退店が多いため、リーシング業務や、施設のゾーニング、施設計画の見直しなど業務範囲が広がってきており、負担が増えている。
	広告代理店（営業担当）	・来年の注文や問い合わせが、今のところ全く入っていない。	
司法書士	・今、抱えている案件は少しはあるが、多くはない。現状維持的な状況が続く。		
やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・良くなる要因は今のところは見出せない。新製品も出し、既存品についてもマネキン販売、CM等により販売努力を行っているが、年末賞与のカット等、購買力の低下から販売増加にはなかなかつながらない。	
	繊維工業（経営者）	・消費者の所得水準が下がり、衣類等の消費物資は買い控え対象になっている。雇用や収入の安定感が出てこなければ、今後も下降傾向に歯止めがかからない。	
	化学工業（経営者）	・得意先各社の来年度の新商品や新企画商品に特に目新しい物がなく、数も少ない。	
	建設業（社員）	・客の建設投資意欲が低く、来年度の建設工事計画量は少なくなっている。また、投資対象も新規物件でなく、既存の収益物件を求めている。	
	輸送業（営業担当）	・食品関係の荷主との会話の中で、まだ低落傾向が続くとの見込みを示されている。	
悪くなる	不動産業（経営者）	・秋から冬にかけて伸びる予定であった、新規テナントの獲得が全く伸びていない。1、2月は例年落ち込む時期であり、春以降まで回復は見込めない。	
	不動産業（営業担当）	・これから年末にかけて、まだまだ倒産する業者、会社が増加する。それにより、売却物件が多く出されるが、購入希望者があっても銀行の融資条件が厳しく、購入できないケースが想定される。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・絶えず読者の販促活動を行っているが、新規読者の獲得件数も伸び悩み、リストラや経費削減を理由に止める読者のほうが上回っている。折り込み収入も減少傾向にあり、先行きが思いやられる。このまま行くと、こちらも経費を見直し、人員の削減も考えなければならなくなる。	
	その他サービス業〔イベント企画〕（経営者）	・全体的に広告費が目立って縮小している。加えて、衛星放送、インターネット等の他の新しい媒体の広告費が徐々に明確化してきており、従来のイベント等への広告予算は今後縮小幅がますます大きくなる。	
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（社員）	・来年度の正社員の採用を手控え、派遣社員で代替する企業が増加する一方、これまで派遣社員を既に多数起用してきた企業では減員傾向がみられるなど、両極化によって景況感に変化はみられない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・冬のボーナスの2桁減少、今まで唯一の勝ち企業であった大型テーマパークの集客落ち込みにより、ホテルや観光事業、飲食業の売上が減少するなど、明るい材料がない。
新聞社〔求人広告〕（担当者）		・対前年比ではそろそろプラスに転じてもよい水準にまで来ているが、まだ力強い手応えが感じられない。	

	職業安定所（職員）	・年未年始に係る新規パート求人の増加が見受けられ、改善の兆しもあるものの、依然として雇用環境の厳しい状況は改善されていない。
やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・今年例年の年未年始と異なり、正社員の解雇および派遣社員の解雇という状況のなかで単価が一向に伸びず、この状況が続けば厳しい年になる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・特に求人数において、明るい兆しが全くみえない。また、就職に有利な資格をとるために専門学校などに通う生徒数も減少している。
	職業安定所（職員）	・同一労働市場圏の複数の大手企業が、希望退職者の募集を予定している。その多くが中高年者を対象としたものであるが、早期に再就職が決まることはまれであり、失業者の増加が予想される。
悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・採用の見込みについて、当分凍結、欠員補充のみ、または減らしていく、という企業が多い。銀行の経営状況や株価の動きからみても、企業の業績が上向きになるとは思われな い。求人に関しては悪化の一途をたどっている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・広告料金の下落に歯止めがかからず、売上高が落ちてきて いる。この傾向が今後も続く。