

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	一般小売店〔酒〕（経営者）	・9月後半に月間のグルメ情報誌に掲載されることもあり、良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・9月以降に新型車が出る効果によって、販売量が更に増加してくる。
	やや良くなる	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・フォーマルや婚礼布団等が少しずつ動いてきた。
		百貨店（売場主任）	・今冬はヒットアイテムが出そうであり、コートやニット、ファーの動きも良く、顧客以外の反応も良い。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の発売が続くため、良くなる。
		旅行代理店（営業担当）	・法人旅行需要については、回復傾向が鮮明となってきており、削減に向かっていった企業の福利厚生費も社員のロイヤリティアップのために見直される動きも出てきている。こうした動きから今後が期待される。
		通信会社（経営者）	・案件量が年末にかけて増加傾向にある。
		遊園地（経営者）	・秋の行楽シーズンを迎え、団体客の問い合わせが昨年より多くなっている。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・DVDタイトル数の増加によるDVDレンタル・販売が依然好調であり、その傾向が今後も続く。
		住宅販売会社（従業員）	・当社販売物件の来場者数が増加しており、客の購入意欲も高くなりつつある。
		住宅販売会社（総務担当）	・展示場イベントにおいて、冷やかしの客が減り、真剣に建築を考えている人が増えてきている。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・金利の上昇局面で、割安感のある都心近郊部の一戸建て分譲も、引き続き好調に販売されると思われる。
	変わらない	商店街（代表者）	・購買単価の二極化が進むが、商店街においてはより単価下落志向が続くと考えられる。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・価格が安ければそれで良いとする客も相変わらず多く、財布の中の余裕のなさがかげえ、そういう傾向は当分続く。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・秋物の動きをみると、過去と比べ、動きの早いものは低価格品であり、良くなる要素が身の回りから出てこない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・近隣の百貨店が新装オープンするため、先行きの見通しは厳しい状況である。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・家具については、給料が増えないと購入してもらえず、今後については現状維持が精一杯である。
		百貨店（売場主任）	・売上が伸びず、仕入先の倒産、リストラも続いており、今後良くなる材料がない。
		百貨店（売場主任）	・10、11月に競合店の出店が予定されているため、集客力は高まるが、その反面、影響も大きいとみている。9月に改装予定であるが、プラス効果は薄いと考えている。
		百貨店（売場主任）	・先行きが見えない状況であり、先買いや予約販売などよりも、実売傾向が強くなる。
百貨店（企画担当）		・有力ブランドの動きが、相変わらず前年実績を大幅に下回る状況となっており、改善する兆しがみられない。	
百貨店（経理担当）		・百貨店に恩恵が少なかったエアコンやデジタル家電の消費が一段落すると思われるが、その分が百貨店に回るかは不透明であり、今の悪い状況から脱却するとは考えにくい。	
百貨店（サービス担当）	・9月からは、各フロアにおいて一部改装とブランドの入替え等を実施するが、全体的な売上の引上げ効果は期待できない。		
スーパー（経営者）	・スーパーの長時間営業が普及したのか、夜の9時台、10時台に普通の買物をする客も多く、当面は営業時間延長効果でまずまずの状態が保てそうである。		
スーパー（店長）	・昨年は在阪球団に関する盛り上がりがあったので、今年はその反動が予想される。		
スーパー（経理担当）	・郊外型大規模店の進出の影響が、限られた商圈で展開する中小店舗にとっては非常に大きい。		
家電量販店（経理担当）	・猛暑やオリンピックにより、エアコンやAV機器が好調に推移した反動が予想されることや、今秋以降はこれといった目玉商品が見当たらないことから、冬期商戦までは期待できない。		
家電量販店（営業担当）	・予報では暑い日が続くといわれており、そのまま暖冬という流れになるので、今の悪い状況が続く。		

	乗用車販売店（経営者）	・車検や車の販売が伸び悩み、板金等の予約もあまりない。	
	スナック（経営者）	・家族連れで来店するグループが増えてきている。	
	都市型ホテル（支配人）	・3か月先の予約状況は大きな変化もなく、レストラン、喫茶部門の来客数は伸び悩んでいるが、客単価は下げ止まり傾向にある。	
	旅行代理店（広報担当）	・10～12月の受付状況が現段階では芳しくない。しかし、オリンピック終了後、そろそろ秋の旅行計画をたてる客が増えて、申込が増えるのではないかと考えられる。	
	タクシー運転手	・深夜の客の乗車機会が増加傾向になく、景気回復感がもう少し加速しないと需要の回復はない。	
	タクシー運転手	・オリンピックも終わり、多少客が戻ってくると考えているが、夜間の客は減っており、今後も変わらない。	
	通信会社（経営者）	・需要を刺激するため、現行商品の値下げを行う予定であるが、購買増の大きな助けにはならない。	
	設計事務所（所長）	・建築資材の価格が徐々に上がってきているため、景気は良くならない。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・来場者の建築意欲に変化はなく、今後目立って良くなる要素もないが、住宅展示場の秋のイベント開催における集客効果に期待感がある。	
やや悪くなる	一般小売店〔食料品〕（経営者）	・今までニッチだった業界に大手資本が参入したため、競争が激化しており、厳しい状況が予想される。	
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・アメリカ産牛肉の輸入が解禁されるかどうか、12月の最大の繁忙期へ向けての相場に大きく影響を与えそうであり、今年は年末商戦での利益確保は非常に難しいとみられる。	
	一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・カメラがデジタル化されて、プリントの量が激減しており、それが今後も続く。	
	百貨店（売場主任）	・秋物が早く動きすぎていることや、天候不順から予想すると、冬物の最盛期に当たる3か月先は、コート商材が苦戦しそうな気配である。	
	百貨店（売場主任）	・商業施設の出店や、競合店の改装も予定されている中で、当店は改装の予定もなく、その影響が出てくる。	
	都市型ホテル（役員）	・秋口から婚礼件数が大幅に減少しており、ホテル全体の売上を引き下げる。	
	都市型ホテル（営業担当）	・宿泊に関しては、団体客が前年並みに見込まれるが、個人客は前年のような需要が今のところ見込まれない。宴会は婚礼数が前年よりやや減り、一般宴会は上半期のような需要は見込めない。	
	その他レジャー施設〔球場〕（企画担当）	・プロ野球がシーズンオフに入り、現時点では企業イベントもあまり多く入っていないため、来場者数があまり期待できない。	
悪くなる	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・原料高のなかで、製品デフレの基調は変わっていないので、今後景気は悪くなっていく。特に輸送業界では、軽油の値上げの吸収力がなく、今後の懸念される。	
企業動向関連	良くなる	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・9月決算を境に各企業の予算化された商品が動き出す。これによって来年3月までの受注・発注が増大する。
		金属製品製造業（営業担当）	・大型物件、マンション物件などの受注が決まっている。秋頃には、現在の生産ライン、人員では対応できなくなる。
		その他サービス業〔イベント企画〕（経営者）	・愛知万博の動きがいよいよ本格化され、その影響が出てきつつある。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・オリンピック効果で8月閑散期も乗り切り、更なるスポット需要により、年末年始の繁忙期までこの状況が続く。
	やや良くなる	輸送業（営業所長）	・輸入貨物で秋冬物の商品が動き出すので、売上増加が期待できる。また、空港への連絡橋の通行料が、期間限定ではあるが大幅値下げになり、経費削減になっている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・新開発地域に分譲地やマンションが建ち、売出しがなされ、すでに入居が始まっているところもある。その中で量販店やコンビニもでき、活気づき始めているため、今後の見通しは良い。
		コピーサービス業（従業員）	・今秋は早くから訪れそうで、秋・冬物商材の動きが良好ではないかと思われる。商戦が激しくなれば、印刷業界も企画書や販促物等の受注量が増える。
	変わらない	繊維工業（団体職員）	・年末の需要期に入っていくが、原材料の綿糸価格が下降傾向であり、取引先より値下げの要請がある中、原油価格の高騰で外注加工賃の値上げ懸念がある。

		繊維工業（総務担当）	・冬物商品の出荷が始まれば、売上が夏場よりも伸びると思われるが、昨年との比較では、安価な中国からの輸入商品に押され、好転することは期待できない。
		金属製品製造業（経営者）	・10月から更なる鋼材値上げが発表されているが、最終製品への転嫁が難しく、今後厳しい状況になる。
		金属製品製造業（総務担当）	・官民とも、建築工事業件の予算がまだまだ厳しく、当分奪い合い競争が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・製造については忙しくなると思われるが、原油高の影響により、設備投資に対する慎重さが出てくる。
		建設業（経営者）	・官庁関係工事の先細りにより、民間関係工事の激しい受注競争が続く。
		建設業（経営者）	・新聞チラシや住宅情報誌に折込や掲載をしても、反応が悪い。販売現場に客が来場しても、本気で住宅を探している客はごく一部である。これから2～3か月で状況が良くなるとは考えにくい。
		金融業（営業担当）	・期初の事業計画において販売額の増加を見込んでいた企業が、計画を下方修正するケースが増えている。
		不動産業（経営者）	・分譲マンション、建売住宅は依然おう盛であるが、価格面で地域ごとの格差が出てきている。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・消費税の総額表示に伴う価格ダウン要請などもあり、売上、利益ともに良くなることは困難で、今後、優勝劣敗の傾向が増幅される。各社の営業コストダウンや事務合理化が更に問われることになり、企業間の最終利益の格差が更に顕在化する。
	やや悪くなる	食料品製造業（経理担当）	・原油の値上がり鮮明になってきており、原材料の価格改定の依頼が増えてきている。
		金属製品製造業（営業担当）	・対米・対中輸出関連の受注が息切れしてきている。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・オリンピックの終了とともに、今後、これまでけん引していたAV商品の荷動き鈍化が懸念される。
		建設業（経営者）	・建設公共工事において、工事量の減少、価格の低下に加え、PFIなど中小企業に不利な条件が多くなってきた。今後は、少なくなった工事を中小企業で奪い合う状況がますます顕著になる。
		輸送業（営業担当）	・仕事量は増えてきているが、燃料費が高騰してきているため、運送業にとっては厳しい状況が続く。
	悪くなる		
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・求人数が大幅に増加しており、受注内容もこれまでの短期的な派遣から、長期的な派遣へと安定性を取り戻しつつあり、先行きに期待が持てる。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・新卒募集が増えてきており、派遣・紹介案件も企業からのオーダーにこたえきれないほどの状況である。企業ニーズが高く、橋渡しの成立が難しくなる状況が今後も続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新聞媒体での求人広告に関しては、やや活性化してきている。新聞以外のチラシ、インターネットの求人広告に関しても好調であり、求人数が増加傾向にある。
		民間職業紹介機関（支社長）	・中小・中堅企業の採用数減少や絞り込みの企業はまだなく、今年度はこのままの状態が続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・学生の内定率は、文・理系ともに昨年同時期と比べて若干上昇している程度であるが、中小企業の採用意欲は夏休み中でも継続しており、この傾向は採用予定数を充足するまで続く。
変わらない	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・正社員の採用が少なく、短時間労働のパートなどの募集件数が増える傾向にある。	
	職業安定所（職員）	・求人倍率については改善傾向にあるものの、依然として雇用形態が不安定な求人が多く、今後もミスマッチが続く。	
	職業安定所（職員）	・事業主都合離職者が減少傾向にある反面、自己都合離職者は若干増加傾向にあり、そのことが完全失業率の増加につながっていることから、しばらくは状況を注視する必要がある。	
	民間職業紹介機関（職員）	・今月は少し良くなっているが、これから更に良くなるかについては、建設関連の求人業者や求職者の中では懐疑的な声が多い。	
やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・求人がおう盛だった製造業における人材需要が一巡する。	
悪くなる			