

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	通信会社（経営者） 競輪場（職員）	・案件数が増えている。 ・12月は、競輪で一番競走グレードの高い特別競輪G1を開催するほか、年末という時期もあり、売上などがかなり伸びる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・商店街自体への来客は目立って少ないものの、天候にも恵まれて、早くから立ち上げた秋物は売行きが好調である。また、来客数も前年比で8%増加した。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ボジョレーヌーボーの予約販売がとて好調なので、今後期待できる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・月の半ばから秋物が売れ始めたので、この状態が続けば売上は伸びる。
		百貨店（売場主任）	・改装効果に期待しているほか、紳士服関連はウォームピズの導入で新たな需要が期待できる。
		百貨店（経理担当）	・株価次第ではあるものの、今のような上昇傾向が継続すれば、上位の客の購買意欲は今後も衰えることはない。特に、生活必需品以外の消費は活発になる。
		スーパー（企画担当）	・若干客単価の上昇があっても売上が伸びているほか、昨年の異常気象からみて、今後は売上が前年比で増加する。ただ、1月前後については暖冬が予想されるなど、客の動向がどうなるかは分からない。
		スーパー（経理担当）	・今までのように安いだけでなく、体に良い物やし好品などに客が流れている。
		コンビニ（店長）	・現在の店頭の販売量は比較的堅調に推移しているほか、今年前は前年9～10月の天候不順の反動増がある。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・スーツだけの注文に終わらず、ベスト、シャツ、ネクタイなどを追加で購入する客が増加している。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の売行き、車検台数も好調で、予約も多い状況が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・今年は東京モーターショーがある年なので、客は新車を見に来る。ガソリンが高騰しているのでコンパクトカーにシフトすることも予想されるが、全体には良くなっていく。
		住関連専門店（経営者）	・客の様子が、必要な物は購入するという姿勢に変化してきている。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・京阪神では在阪球団の優勝が波及効果をもたらす。一時的ではあるが、景気が上向いている時期での優勝効果は大きく、3～4か月は好調が続く。
		観光型ホテル（経営者）	・10、11月は年間を通じた旅行需要のトップシーズンであるが、愛知万博が終了したこともあり、グループ客、団体客を中心にまずまずの予約状況である。総販売量で前年の水準をなんとかクリア若しくは若干オーバーできる。
		観光型旅館（団体役員）	・愛知万博が終わり、地域間競争の大きなネックが解消されたと同時に、秋の受注のペースが好転している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・愛知万博にシフトしていた客が、旅行代理店を中心に下期は関西へシフトする動きもある。また、ビジネス客の動向も活発化してきている。
		旅行代理店（経営者） タクシー運転手	・年末年始の旅行の受付が昨年を上回っている。 ・距離を問わず客の乗車機会が増加しているのは確実であり、企業の利用も今後回復傾向となる。
		タクシー運転手	・これから京都は紅葉で客が増えるが、夜の飲み屋街は依然として悪いものの、昼間は良くなる。
		通信会社（店長）	・冬の商戦を前に高額商品が発売されることで、冬の賞与を見込んでの購入が増加する。
	観光名所（経理担当）	・今月で愛知万博が終了し、旅行会社からの引き合いや申込、パンフレットの請求などが増えてきた。来客数や売上も少し回復し始めている。	
	ゴルフ場（経営者）	・10、11月の予約状況は、前年の水準を相当上回っている。	
	美容室（店長）	・セット販売を行っている化粧品で新商品が出るため、売上が増加する。	
	その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・ここ数年来高水準だった解約件数は完全に落ち着き、回復基調となっている。さらに、介護、医療保障など第3分野商品の販売が堅調に推移する。	
	その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・次世代型店舗の出店が増える。	

	住宅販売会社（従業員）	・これまでさほど多くなかった投資案件としてのマンション購入層が増えており、新たな市場が開拓されつつある。この市場が成熟するまでには、まだ需要を吸収する余力がある。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・アンケートの内容では、建築予算の多い1年以内の計画者が増えている。一方で、予算が少ない層も増えており二極化している。
変わらない	一般小売店〔時計〕（経営者）	・近隣の大型ショッピングモールの新館がオープンし、年末には大規模なセールを行うことが懸念されるが、ショッピングモールで目当ての商品がなかった客が流れてくるという効果もある。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・10月から年末商戦にかけて非常に心配している。現時点からさらに悪化すると、持ちこたえられない状態になる。
	一般小売店〔精肉〕（営業担当）	・客の会話を聞いても、景気の良い話は全く出てこないし、先がみえてこない。
	一般小売店〔野菜〕（店長）	・9月後半になっても全く購買力が伸びない。
	一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・新規参入店舗が健闘しているが、既存店舗との客の取り合いになっており、楽観視できない。
	百貨店（売場主任）	・高額品の売上が苦戦する傾向は今後も続く。特に、年末にかけての最大の商戦であるクリスマスでも、買い控え傾向や単価の下落が起こる。一方、季節商品の衣料品は堅調であり、大きなヒット商品は見当たらないものの、百貨店の売上の下支えになっている。
	百貨店（売場主任）	・百貨店の入店動向については、気温の低下に対してそれほど変化がないので、この秋シーズンについても厳しい。
	百貨店（営業担当）	・地域的ににぎわっていくものの、ブランド品は他社との競争がさらに激しくなる。
	百貨店（営業担当）	・受注においては、客の方からの希望はなく、ニーズのありそうな物を提案していけばある程度の受注が見込めるが、まだ景気が上向きとはいえない。
	スーパー（経営者）	・昨年は相次ぐ台風の影響で農産物が高騰したことから、今年はその反動が心配される。しかし、鮮魚では近海物の良い商品を出すと確実に売れるなど、割合はまだまだ低いが高単価の物が売れ始めている。牛肉も和牛支持が拡大しており、品ぞろえ次第では単価の下落傾向に歯止めがかかる兆しが現れている。
	スーパー（店長）	・競合店がまだ出店する傾向で、消費者の買い回りが予想される。年末商戦の結果で年明けからの状況が分かる。
	スーパー（経理担当）	・気温がようやく平年並みとなり、秋から冬型の売場に合ってきた。また、ジンギスカンなどの羊肉が売れるなど、新しい鍋商材の売れ筋を予感させる動きもみられる。
	コンビニ（経営者）	・コンビニエンスストア、ディスカウントスーパーなどを使い分けた購買傾向が顕著になるなかで、低価格化が進み、余分な買物はなくなりつつある。近い将来、ディスカウント業界は利便性、販売価格などの点でスーパー、コンビニとの競争に敗れて減少するが、また先の話で、今すぐには当店の販売増加につながらない。
	コンビニ（経営者）	・客がマイペースに物を買うようになってきているので、今より売上が落ちることはない。
	衣料品専門店（経営者）	・9月も残暑が厳しく、秋物の出足に苦戦している。これから気候が定まり、例年は順調に売上が伸びる時期であるが、天候次第である。
	住関連専門店（店長）	・依然として安い時期しか買わないという客の様子に変わらない。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・ガソリンの値上げで客の消費意欲にブレーキがかかっている。それ以外にも要因はあるが、現在の状況は変わらない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・業種の特徴として、天候や気候に左右される部分が多い。秋口の気候が良く、過ごしやすければ、医薬品やドリンク類の動きが鈍くなるほか、長袖などの露出部分の少ない服装になるので、ダイエット食品を含む健康食品は夏ほど動かない。	
その他専門店〔印鑑〕（店長）	・個人客の増える雰囲気がない。	
一般レストラン（スタッフ）	・飲食業からみると、消費者の財布のひもは緩んでいない。これから先も、現状の横並びから変化はない。	
都市型ホテル（支配人）	・愛知万博に流れていた宿泊客の動向はまだ把握しきれないが、宴会予約の入りが悪い。	

	都市型ホテル（役員）	・宿泊及び宴会の2～3か月先の予約状況は、前年を上回る好調であるが、レストランについては周辺飲食店との競争が激しく低調である。ただし、ホテル全体としては現状を維持できる。	
	都市型ホテル（営業担当）	・宿泊に関しては、9月までは非常に好調に推移していたが、10、11月の予約状況があまり伸びていない。特に、10月の修学旅行の予約数が例年になく少なく、団体予約もキャンセル率が高くなっている。ただ、愛知万博も終わって、個人の動きが間近になって動くことから、今後の伸びに期待している。 ・宴会に関しては、一般宴会の10、11月の予約が悪く、下期も苦しい展開であるが、中宴会場を改装した効果もあって、婚礼が10、11月と前年より大幅に増えてきており、ほぼ前年並みとなる。	
	旅行代理店（広報担当）	・今年の年末年始の日並びは長期連休を取りにくいものの、年末年始をはさんで3連休が2回あるので、温泉旅行やカニ二日当ての国内旅行への需要が増加する。	
	タクシー会社（経営者）	・交際費、交通費の節約が続いている。公共交通機関、徒歩、自転車など、タクシーに代用できる部分は代用し、節約する傾向が続く。	
	通信会社（経営者）	・市場が飽和しているほか、画期的な新商品の投入が期待できない。	
	観光名所（経理担当）	・愛知万博も終わり、中部地区への営業活動を再開するが、来場者数の維持が精一杯である。	
	その他レジャー施設 【イベントホール】 （職員）	・新規の客のほか、既存客からの紹介もあるなど、良い兆候がみられる。	
	住宅販売会社（経営者）	・各種不動産の流通状態が安定期に入っているほか、相場も下げ止まったことから、短期的には良くも悪くもならない。	
	住宅販売会社（経営者）	・年末商戦に向けて期待感はあるが、市内への流入者数に変化は起こらない。また、未着工のインフラが多い。	
	住宅販売会社（従業員）	・分譲マンション業者、不動産ファンド共に土地仕入目標があり、土地価格が上昇しても購入せざるを得ない。	
	住宅販売会社（総務担当）	・土地価格の下落が止まり、一部の地区で好転しているが、駅が近いといった利便性のある物件のみで、全体の底上げにはならない。	
やや悪くなる	百貨店（企画担当）	・前年比での来客数の増加は見込まれるものの、競合他社の新店舗のオープンによる集客効果が一段落してくる。	
	スーパー（経営者）	・競合店がオープンしたが、地域の人口は変わらないので競争が一段と激しくなる。	
	コンビニ（経営者）	・競合店による飲料価格値下げの影響で売上が減少する。市場全体が飽和状態にあるなかで価格競争に突入するようなことがあれば、収益面を考えると撤退も視野に入れざるを得ない。	
	家電量販店（経営者）	・デジタル放送の開始が刺激となり、年末にかけて少し上向きとなる。	
	タクシー運転手 タクシー運転手	・タクシーの台数が多過ぎて、客の取り合いになっている。 ・ここ2、3か月は価格競争が安定してきたが、先日テレビで、ある大手グループが初乗り料金を500円に値下げするという特集が組まれていた。もしこれが現実になると、第2次価格競争が起こる。	
悪くなる	一般小売店【精肉】 （管理担当）	・米国产牛肉の輸入解禁が遅れているほか、国内の牛肉需要に供給が追いつかず、相場が高騰したままである。今後年末に向けて、お金を出しても商品がないという状態になる。	
	百貨店（店長）	・地域の経済が沈んでいて、顧客数が減っていることから、今後も厳しい。	
	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したが、フランチャイズ球団が4位になったため日本シリーズの開催もない。この時期は、企業イベントや社会人野球など、集客があまり見込めないイベントが主となる。	
企業 動向 関連	良くなる	金属製品製造業（管理担当） 建設業（経営者）	・超大型案件の受注が決まったものの、納期対応のための人員の確保が難しい。 ・商品やサービスの付加価値を高めようという意識が強まっている。そのために多少コストがかかっても取り組むという、戦略的な企業が増えている。
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・受注量が前月までの水準と比べて格段に増加しており、今まで以上に業績が改善する。

	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・得意先のなかで景気の悪い業界がはっきりしており、住宅でも戸建業界はいまだに悪いほか、製菓会社の統合も進んでいる。これらの勝ち組、負け組を見極めたうえで、安定成長している業界との関係を拡大すれば、厳しい状況を乗り切ることができる。
	金属製品製造業（営業担当）	・自動車関係の取引先が増産を計画している。
	電気機械器具製造業（経営者）	・原油価格の高騰、資源価格の高騰などの懸念があるほか、中国やアメリカの動きによる影響があるなかで、デジタル機器、自動車関連は動きが良くなる。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・12月には東北地方にも地上デジタル放送のエリアが広がるなど、地上デジタル放送対応の薄型テレビの需要に期待できる。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・家電照明などの商品は引き続き調子が良く、年末の最盛期に向け売上が増加する。
	建設業（経営者）	・戸建分譲用の土地仕入価格が非常に高騰している。入札物件が非常に多く、なかなか購入できないのが現状である。今後、一般客にもその情報が伝わり、早く購入しないと価格が上がるというような環境になってくる。
	建設業（営業担当）	・都心部の不動産価格の高騰により依然として先行きに不安は残るが、景気に明るさがあり、客にも投資意欲が感じられる。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告がここ半年ほど良いので、各業種の景気は上向いている。
	広告代理店（営業担当）	・年末に向けての企画がかなり出てきている。取引先による予算の配分も多い時期なので期待できる。
	経営コンサルタント	・受注活動が上向き傾向で、良くなる傾向が顕著にみられる。
	コピーサービス業（従業員）	・在阪球団の優勝に伴い、様々なイベントやセールが行われている。2年前の優勝に比べると経済効果は小さいものの、各業態とも主だったモチベーションが見当たらないなか、優勝の便乗セールが増加することから、多少の景気回復効果がある。
変わらない	繊維工業（総務担当）	・トレンド商品と呼べる新たな企画商品が出てこない。また、現在好調な商品にも陰りが出てきた。
	繊維工業（団体職員）	・産地として最需要期を迎えるが、定番品や大量生産品は輸入品で賄われ、多品種小ロット生産への対応を余儀なくされることから、生産量の減少とコスト増加が起こる。
	金属製品製造業（経営者）	・中国製品を中心に二極化が進み、自動車部品など的高级な商品は中国向けに輸出し、中国で生産できる標準品については中国から輸入するというような極端な動きとなる。
	金属製品製造業（総務担当）	・中堅以下のゼネコンで、まだまだ不安定な動きが見受けられる。
	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の設備投資の計画は活発に行われているが、技術と価格の競争が激しく、当社が受注できるとは限らない。このため、業界としては上向きであるが、当社としてはあまり多くは期待できない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・特に新規の注文、引き合いはないが、現在の受注案件は来年も引き続き受注できる。
	建設業（経営者）	・これ以上悪くなるとは思わないが、同業者の破たんとうわさが絶えないなど不安要素は多い。
	建設業（経営者）	・民間工事は勝ち組企業による発注量が増えるが、中身は厳しいものとなる。また、石油価格の高騰がどの程度まで進むのかが不安材料である。
	輸送業（営業所長）	・年末にかけて荷物の動きが良くなるのは確実だが、燃料費の高騰によって利益が圧迫されていることを客に分かってもらえない状況が続く。
	不動産業（経営者）	・分譲マンション、分譲住宅などの素地の取得意欲は依然としておう盛であり、素地価格も上昇傾向にあるが、なかには販売価格に転嫁できない地域もある。
	不動産業（営業担当）	・開発業者による購入は増えているが、実際に消費者がマンションを買ったり事務所に入ったりする際の賃料は上がっていない。
	広告代理店（営業担当）	・依然として取引先の業界に偏りがあり、新たな業種が増えていない。
その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・当面のスポット需要は前年の水準をやや下回ることが予想される。ただ、視聴率は微増の兆しが出てきており、将来的にスポット在庫の増加につながる動きとなっている。	

	やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・原料や資材の値上げの交渉が多くなっている。今まで何とかが努力して利益を出してきたが、製品安の原料高という状況で今後は利益が少なくなる。
		食料品製造業（経理担当）	・石油製品の値上がりにより、原材料の価格が上がってきている。単価の低い製品の製造業は厳しい状況である。
		繊維工業（総務担当）	・流通業者への販売が続かなかで、新しい展開がみえてこない。現状は20%の生産超過で需給バランスが取れていないため、新作商品をユーザーへ直接アピールできる方法を模索する必要がある。
		化学工業（経営者）	・ここ数年続いてきた年1回の大型案件が海外へシフトする話が出ており、いくつかの問題を残してはいるものの予断を許さない状況になってきている。また、これまで利益をけん引してきた商品の売上に陰りがみえることから、売上の全体的な回復感が相殺されて、やや悪くなる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・客からコストダウンばかり要求され、商品を生産しても採算の合わない状況になっているので、非常に厳しい。
		輸送業（営業担当）	・所有しているトラック3台が排出ガス規制をクリアしていないので、買い換えなければならない。
		輸送業（営業担当）	・燃料費の高騰が長期化する気配で、下請企業からは車両借入費用の値上げ要求がある。荷主に対してどこまで価格転嫁できるかが不安材料である。
	悪くなる	広告代理店（営業担当）	・先行きが不透明で、年末に向けて厳しい状況であるという声がクライアントからも聞こえてくる。
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・派遣だけでなく正社員の引き合いが多い。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・夏場が過ぎ、9月には年末特有の慌ただしさがみられるなど、企業は年末に向けて経理などの需要が徐々に高まっている。ただ、依頼案件が出てきているのは間違いがないが、派遣会社は人材不足で頭を悩ませている。
		人材派遣会社（社員）	・新卒者の求人などで求職者不足が発生し始めている。来年度の新卒者については売手市場となっている。
		人材派遣会社（営業担当）	・新規求人数が前年比で2けたの増加となる状況が続く。新規求職者数の伸びが鈍化する傾向にあるため、このミスマッチをいかに解消するかが問題であるが、今後も受注は増加する。
		新聞社 [求人広告]（担当者）	・良いトピックスはないが、これ以上の落ち込みは考えにくく、必ず新聞にもクライアントが戻ってくる。
		職業安定所（職員）	・原油の高騰による原材料費や輸送費の増加は注視する必要があるものの、現在のところ求人者の動きに大きな影響を与えるまでには至っていない。
		職業安定所（職員）	・パート求職者と常用求職者の就職件数に明確な違いがある。常用求職者の就職が増加し、パート求職者の就職が減少する動きが顕著になっている。
変わらない		学校 [大学]（就職担当）	・秋採用企業が増加している。採用終了企業からは、来年度の採用についてのアプローチが増えている。
		学校 [大学]（就職担当）	・就職部では追加求人アンケート調査を行い、多くの企業から情報収集をしている。内定辞退などもあり、依然として未充足の企業が多く、採用活動を継続しているとの回答が多く寄せられている。長期戦になっても人材確保を目指す企業側の強い採用意欲がうかがえる。
		新聞社 [求人広告]（担当者）	・8月ごろから求人数が減ってきている。景気は上向きと言われているが、求人雇用とは直結しておらず、今後数か月の間も大きな変化はない。
		新聞社 [求人広告]（営業担当）	・広告会社の情報では、下期の新聞広告の営業活動では苦勞するとの声が聞かれる。
		職業安定所（職員）	・公務員給与が引き下げられる予定であるが、それが多くの中小企業の賃金にも影響するため、買い控えなどの行動が懸念される。IT関連企業の業績大幅アップが顕著である一方、個人では高所得者と低所得者に二極化している。
	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年の水準を若干上回っているが、これは当所における平日の職業紹介業務が7月から2時間延長となったほか、今月から土曜日は開庁となったことが影響している。また、新規求人数は増加しており、今後もこの状況が持続する。	
	民間職業紹介機関（職員）	・一時期の求人増の勢いがやや衰えており、先細り感もあるが、好転、悪化ともに判断材料がない。	

やや悪くなる	求人情報誌製作会社 (営業担当)	・企業での人材の需給バランスが保たれず、仕事量の増加に対する人員補充ができていないほか、それを改善する対策も行われていない。
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・どの広告媒体も求職者の集まりが悪いため、企業が広告を控える傾向にあり、受注が苦しくなってきた。
	職業安定所 (職員)	・有効求職者数が前年比で28か月ぶりに増加に転じた。また、規模の大きな企業の整理が数件予定されている。
悪くなる	-	-