

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	一般小売店〔酒〕（経営者）	・関西の有名な情報誌などへ記事が掲載された効果が出てくるほか、ボージョレーヌスーパーフェアへの反応が非常に良いので、今後は上向き傾向となる。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・駅前に商業施設が完成したため、これから活気が戻ってくる。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・全体的に二極化が進んでいるものの、高い修理代を出すなど高額な商品を大事に使う客が、安い商品を頻繁に買い換える客よりも増えていることから、12月の大きなイベント月にはある程度高額な商品も動く。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今月の客の様子からみて、秋冬物も安くて一味違った商品は好調に推移する。
		一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・大型スーパーの出店により、ファミリー層をターゲットにした飲食店などの施設が客の外出を促すため、市場が活性化される。
		百貨店（売場主任）	・近隣に商業施設がオープンしたため、秋物商戦やクリスマス需要において相乗効果が生まれる。
		百貨店（営業担当）	・地域間競争が激しさを増しており大幅な売上増は見込めないものの、美術品などの引き合いが増えていることから、高額品の売行きは今後良くなる。
		スーパー（経理担当）	・客1人当たりの買上単価が下げ止まり、既存店売上の伸び率が安定してきたことから、上向き傾向となる。
		コンビニ（経営者）	・DVDなどの高額商品が少しずつ売れ出したため、客単価が上昇傾向となる。
		コンビニ（店長）	・近隣に有名大学のキャンパスができたほか、複合施設の増加で電車の乗降客数が増えている。
		家電量販店（店長）	・薄型テレビの価格低下で割安感が出てきたため、販売台数が増える。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売が好調で、多くの予約注文が入ってきている。
		その他専門店〔医薬品〕（店員）	・広告商品を中心に若干動き始めており、低価格商品を中心に販売量が増加することで売上が伸びる。
		観光型ホテル（経営者）	・来客数が前年よりも少し増加しているなど、明るい兆しがみられる。
		都市型ホテル（営業担当）	・宿泊は、10、11月は修学旅行の予約数が前年より多いなど、団体客の予約数が伸びている。また、1部屋当たりの宿泊者数の増加で平均単価も伸びており、好調に推移している。一方で宴会は、11、12月は婚礼の予約が小規模であるため、件数は若干増えるものの売上は前年比でマイナスとなっている。一般宴会は売上が前年比プラスで推移するなど久しぶりに好調であるほか、12月からの忘年会、新年会の受注もまずまずの水準で推移している。
		旅行代理店（広報担当）	・10、11月の先行受注状況は、国内旅行、海外旅行共に好調である。
		タクシー運転手	・飲酒運転の取締りが徹底してきて、飲んだら乗らないという意識も徐々に広がるため、これから飲む機会も増えるなかで、タクシーの利用が増える。
		通信会社（経営者）	・番号ポータビリティの導入によって一定の客の動きはあるものの、解禁後に大きな山が来るのではなく、毎月一定の客が少しずつ動く形になる。
		観光名所（経理担当）	・一時的な動きの可能性もあるが、ここへ来て来場者数が若干増えている。ただし、まだまだ財布のひもは固く、買上単価は低い状態が続いている。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・個人保険の販売は好調を維持するが、金利上昇により変額年金などの投資性商品の人気は薄れ、銀行での窓口販売の伸びがやや鈍化する。
住宅販売会社（経営者）	・ある程度の底上げはみられるものの、いわゆる売手市場には程遠く、各取引段階での経営努力が前提となっているほか、客も仕方なく値上げを認めているといった雰囲気である。		
住宅販売会社（従業員）	・まだマンションの販売単価は上昇傾向にあるため、今秋の販売物件よりも更に値上がりすることを想定して用地を取得している。		

	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・新規供給が増加する時期となるが、土地価格が上がる前に計画された旧価格物件と、土地価格が上がった後の新価格物件が混在するマーケットとなる。市況としては、旧価格物件の割安感と金利の先高感があいまって、順調な推移となる。
変わらない	一般小売店 [自転車] (店長)	・原油価格の高騰の影響で商品を多少値上げしたが、来客数、売上共に落ちなかったことから、この先あまり変化はない。
	一般小売店 [カメラ] (販売担当)	・客のニーズが大きく変わったため、我々のような店舗はこれから更に苦しくなる。
	一般小売店 [楽器] (販売担当)	・1年前から少しずつ来客数が減少していることから、今後急にも増えることはない。
	百貨店 (売場主任)	・おもちゃの売行きはテレビゲームなどで新しいヒット商品が出ると良くなるが、ファッション関連では大きなヒット商品が見当たらない。また、前年は好調であった防寒アイテムの今年の売行きが懸念される。
	百貨店 (売場主任)	・ヒット商品や話題の商品が不足しているものの、株価が安定してきており、高額商品が動く土壌はある。
	百貨店 (企画担当)	・今年の冬物商材は、特需により好調だった前年ほどには伸びない。
	百貨店 (経理担当)	・高級菓子や婦人用ロングブーツがキャリア層に売れているなど、この層に力強い動きがみられるものの、しばらくは良くも悪くもない状況が続く。
	百貨店 (営業担当)	・各ブランドに目新しい商品がないため、今後も現状のまま推移する。
	百貨店 (サービス担当)	・歳暮商戦が徐々に前倒し傾向となるなかで、今年は前年よりも立ち上げを1週間早めるほか、レストラン部門の強化のために改装を行い、新しいブランド店舗を導入するため、集客力が高まって売上が伸びる。
	スーパー (経営者)	・消費者が減少しているにもかかわらず、販売業者は増加している。
	スーパー (経営者)	・業界は依然としてオーバーストア状態にあり、客の奪い合いが今秋から年末にかけて特に激しさを増す。酒販免許が原則自由化となるなかで、営業時間延長などにより、いかに来客数を維持するかが重要である。
	スーパー (店長)	・小売店はオーバーストア状態である上に、郊外では広域からの集客をねらった出店が相次ぐことから、この厳しい状況は今後も続く。
	スーパー (店長)	・長期予報では昨年よりも高めの気温となることから、昨年の実績の確保は難しい。
	スーパー (広報担当)	・競合店による大型出店などもあり、厳しい状況は更に続く。
	コンビニ (店長)	・既存店では業績が上向き傾向であるものの、来客数、客単価は横ばい状態であるため、今後もこの傾向のまま推移する。
	家電量販店 (企画担当)	・価格競争の激化で、ポイント制度や値引きなどによる価格の下落が激しい。薄型テレビなどのデジタル関連商品は堅調であるものの、白物商品の動きは厳しい状況である。
	乗用車販売店 (経営者)	・例年9月は販売台数が伸びないものの、今年は中古車登録台数が前年比で6%減と、5か月連続で前年割れと厳しい状況がみられる。
	住関連専門店 (経営者)	・数年前に開業した大型商業施設と同様に、近隣にオープンした百貨店の開店人気は3か月程度しか続かない。
	その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・俳優や女優、タレントが身に付けている物と同じ物を求める客が減っている。大きな宝飾展では、メーカーは有名人を使って宣伝を行っているが、最近は宝飾品よりもアクセサリに注目が集まっており宣伝効果もみられない。
	一般レストラン (スタッフ)	・来客数の伸びがここへ来て止まっている。今後3か月の間に大きく伸びるのは難しい。
スナック (経営者)	・飲酒運転の取締り強化による影響で、今後は車に乗って来ずにたくさん飲むか、車に乗って来て飲まないかに大きく分かれる。	
観光型ホテル (経営者)	・間もなく10、11月の団体旅行シーズンを迎えるが、1つの団体から複数の行き先で予約が入ったり、1つの団体に対して複数の旅行会社から予約が入ったりするケースが増えている。そのため、満室で新しい予約を断っていても、ふたを開ければかなりの空室が発生する傾向にある。	
旅行代理店 (経営者)	・海外旅行を中心に年末年始の旅行需要は底堅いが、今以上に伸びるほど力強くはない。	

	タクシー運転手	・大阪では、タクシーの台数だけがが増えて客の数は変わって おらず、今後もこの状態が続く。	
	観光名所（経理担当）	・3月から来客数が前年を上回っている。購買率はなかなか 上がらないものの、売上が前年を上回る月が続いているの で、当分は好調が続く。	
	遊園地（経営者）	・近隣に大型ショッピングモールがオープンし、客がますます 分散化する傾向にある。	
	競輪場（職員）	・入場者数は徐々に増加する兆しがあるものの、低水準で数 か月間推移していることから、当面は変化が起これない。	
	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 が若干伸びる。	
	その他サービス [ビデオ・CDレンタル] （エリア担当）	・レンタルは堅調な動きとなるものの、全体としては前年並 みの推移となる。	
	住宅販売会社（経営者）	・広告などの反響はあまり良くないため、来月以降にステッ プアップすることはないものの、徐々に上向いている感はある。	
	住宅販売会社（経営者）	・集客状況が相変わらず悪い。新聞折り込みチラシや住宅情 報誌、テレビCM、ホームページなど、広告媒体を工夫をして いるものの、なかなか集客目標には届かない。また、来場 した客についても、住宅ローンの審査が通りにくい人が多い。	
	住宅販売会社（従業員）	・分譲マンションの全体的な契約率に大きな変化はないもの の、販売好調な物件がある一方で、不調な物件は来客もほと んどなく厳しい状況である。	
	住宅販売会社（総務担当）	・展示場への新規出展では、各社の足並みがなかなかそろわ ず様子見のメーカーもあるなど、上向き傾向となる兆しがな い。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・夏物商材の処分が順調に終了したものの、現在の販売状況 は午後になると来客数が目立って少なくなることから、先行 きは厳しい。	
	一般小売店 [精肉] （管理担当）	・仕入れ事情が非常に悪く、年末商戦の繁忙期の仕入れに苦 労する。また、大手量販店の近隣への出店が加速しており、 その影響も懸念される。	
	一般小売店 [鮮魚] （営業担当）	・商品の値上がりによる買い控えが懸念される。	
	百貨店（統括）	・前年は11月ごろから寒くなったことで、防寒衣料の売行き が非常に良かったため、今年も昨年並みに寒くならなければ 売行きが悪化する。	
	スーパー（店長）	・去年は気温の低下で季節商材が好調であったが、今年はや や厳しい状況になる。去年は衣料品などの利益率の高い商材 が活発に動いたため、収益にも少なからず影響が出る。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊では、単価はまだ上げられないものの堅調な推移とな る。ただし、会議、宴会関係の問い合わせが減少しているな ど先行予約状況が悪く、一時の勢いがいない。客の方でもガソ リンの値上がりなどにより、そのほかの経費の節約が必要な 状況となっている。	
	都市型ホテル（役員）	・3か月後の宿泊予約数は堅調であるが、これまでホテル全 体の売上を支えてきた宴会の予約件数が前年ほど伸びていな いことから、今後は厳しくなる。	
	ゴルフ場（経営者）	・メンバー、ビジター共にプレー料金を若干値上げするほ か、コンペ特別割引やコンペ賞品の提供などのサービスを見 直すため、今後來場者数は減少傾向となる。	
	その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球シーズンが終了してフランチャイズ球団が下位に 終わったため、日本シリーズの開催もなくなった。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 イベントが中心となるため、見通しは厳しい。	
	その他住宅 [展示場] （従業員）	・住宅ローン金利の上昇傾向や消費税率の引上げ懸念も住宅 需要の喚起にはつながらず、客の間では様子見傾向が一段と 強まっている。	
	悪くなる	タクシー会社（経営者）	・飲酒運転などの取締りは厳しくなっているものの、交通費 に関しては節約が続いており、なかなかタクシーを利用する 動きはみられない。
企業 動向 関連	良くなる	電気機械器具製造業 （企画担当）	・年末やクリスマス、正月商戦に向けて、各メーカーは新商 品の生産を始めている。
		建設業（経営者）	・大手通信会社関連の設備投資が久しぶりに多くなるほか、 不動産会社の宅地の開発案件も徐々に増えてきている。

やや良くなる	化学工業（経営者）	・まだまだ一部の得意先では停滞感があるものの、多くの得意先は回復感を感じていることから、一進一退を続けながらも良くなっていく。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・年末商戦に向けて薄型テレビの各社のラインナップが出そろうほか、今年中には全国で地上デジタル放送が開始されることから、関連商品の荷動きがより一層活発になる。	
	輸送業（営業担当）	・新規の商談は今までスポット的な依頼が多かったが、地域の中小メーカーの動きが活発になってきたことで、最近は定期便の確実な依頼が増えてきた。	
	金融業（営業担当）	・建機部品製造業や自動車部品製造業などでは設備投資意欲が強いほか、高級紳士服製造業では今後も回復基調が続く。一方、建設関連の中小企業では、競争激化により今後も厳しい状況が続く。	
	広告代理店（営業担当）	・メディアによる格差は広がっているものの、広告のニーズは十分にある。紙媒体も前年並みで推移しているなど回復してきている。	
	広告代理店（営業担当）	・広告出稿については、10、11月もかなり明るい見通しとなっている。	
	経営コンサルタント	・取引先の動きや、当社の生産、販売動向をみると、やや好転する傾向が出てきている。	
変わらない	食料品製造業（営業担当）	・特に増産計画もなく、現状維持の状態が続く。	
	繊維工業（総務担当）	・買い控えがみられるほか、呉服販売への不信が根強く残っていることから、厳しい状況が続く。	
	金属製品製造業（経営者）	・鉄鋼製品の国際価格の上昇で輸入品が減少するため、国内相場が維持できる。	
	金属製品製造業（管理担当）	・鋼材や燃料の値上げ分を販売価格に転嫁できるかが懸念される。	
	金属製品製造業（総務担当）	・公共事業による建築工事の減少を民間からの受注で補っているが、安値競争はまだ続く。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・年度内の受注状況は現在の水準で推移する。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・好調な状態が既に1年以上続いているが、今後数か月はこの状況が続く。	
	建設業（経営者）	・今後も建設資材の高騰や職人不足が続くなかでの受注競争となるが、競争は更に厳しくなる。	
	輸送業（営業所長）	・今は季節商材の荷動きが好調であるが、更に年末に向けて多少の伸びはあっても、大幅に伸びることはない。	
	不動産業（経営者）	・依然として分譲マンション用地などへの需要はおう盛であるものの、一部では再販価格への転嫁が難しい状況である。	
	不動産業（営業担当）	・地価は上昇しているものの、オフィスの賃料などは上昇しておらず、むしろ低下がみられることから、今後もまだ横ばいが続く。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・前月は折り込み広告の動きが極端に悪かったため、今月に回復を期待したものの、休日が多かったにもかかわらず前年に比べて落ち込んだ。	
	司法書士	・不動産の動きは若干みられるものの、継続的な動きではないことから、現在の状態が続く。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・新しい商材を探してコストを下げたり、新商品を提案したりといった対応をしなければ、今後も利益が伸びない状況が続く。	
その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・スポットCM需要を高めるような材料が見当たらない。		
やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・製品価格を値上げできれば良いのだが、販売先も仕入先も寡占化が進んでおり、中小企業にとって難しい状況である。	
	繊維工業（団体職員）	・年末に向けて最需要期を迎えるものの、ここへ来て輸入量が増加しているほか、原油高による外注費や資材価格の上昇が採算を圧迫しているため、受注見込みは厳しい。	
	繊維工業（総務担当）	・国内生産比率がますます低下しているほか、海外工場からの輸入品も利益率の低下に歯止めが掛からない。	
	輸送業（営業担当）	・最近では倒産品などの新品を置いているアウトレット店が増えていることから、一般の家具店は更に厳しい状況になる。	
悪くなる	-	-	
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・金融機関の採用意欲はおう盛であるものの、採用に適した人材がおらず、企業の期待に応えられていない状況である。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・企業の採用の動きが活発化している。

やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・例年、派遣業界は年末を見据えて9月ごろから忙しくなってくるが、今年もその状況は変わらない。特に、企業の採用意欲はおう盛であるものの、人材不足で正社員が採用できないため、派遣社員への需要が高まっている。ただし、相変わらず様々な注文を付けてくる一方で、価格は一向に上がっていない。
	職業安定所（職員）	・雇用保険受給者の実人員は14年8月以降、前年比で49か月連続の減少となっているなかで、求人数の増加と、求職者数の減少傾向は今後も続く。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は、前年比1%減から12.5%増へと再び増加基調に転じている。製造業全体では伸び率が鈍化しているものの、プラント関係にけん引された一般機械は堅調であるほか、国体特需に沸く宿泊業・飲食店も好調がみられる。さらに、11月中旬ごろに管内へ進出してくる大手家電量販店などに代表される卸、小売業では、前年比46%増と大幅に伸びていることから、今後も雇用機会の増加傾向が続く。
	職業安定所（職員）	・新規求人数が引き続き増加傾向にあるなかで、事業主都合の離職者数が前年を再び下回るなど改善傾向が続いている。求人企業の採用意欲からみて、この状況はもうしばらく続く。
	学校〔大学〕（就職担当）	・追加求人数をみると、採用活動を継続している企業は前年よりも15%増加しているほか、採用予定数が未充足の企業は積極的に大学訪問をして情報収集を行っており、長期戦になっても採用を目指す強い意欲がうかがえる。
変わらない	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・一部の好調な新規分野を除いて安定状況にあるため、各企業では攻めたり、守ったりという状況が続く。求人においても、とにかく優秀な人材は欲しいものの、優秀でなければ採用しない傾向が続く。
	職業安定所（職員）	・販売関係の企業進出が目立つ一方、製造業では業績の低迷などによる事業整理がみられるなど、業種によって格差が生じている。
	民間職業紹介機関（職員）	・求人側では受注量に関する悲観的な話題は少なくなったものの、労働市場では高齢化による人材不足が発生しているとの声も聞かれる。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・求人数に対し、求職者数の割合が高くなっている。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・インターネットを含めて、どの媒体に求人募集を出しても反響が悪いため、新聞関係の代理店は特に苦しくなっている。
悪くなる	-	-