

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）	・ボージョレーヌーボーの予約状況が非常に良いほか、併設のレストランへの宴会の予約が増えているなど、雑誌に店の記事が掲載された効果が出てきている。
		コンビニ（店長）	・年末にかけて近隣でサーカスが行われることなどから、業況は良くなる。
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・前年の売上を上回るためには、昨年並みの気温の低下による防寒商材の売上増が必要であるが、クリスマスギフト商戦の手ごたえは感じられる。
		スーパー（広報担当）	・新店のオープンを予定していることもあり、年末商戦に向けて活気が出る。
		コンビニ（経営者）	・近隣のビルに空室が少なくなってきた。また、近くに都心型マンションが建ったことで、夜間人口が増えつつある。
		コンビニ（経営者）	・フードやドリンク類に、プレミアムと称したやや単価の高い商品のラインアップが充実してきたため、客単価が上昇傾向となる。
		コンビニ（店長）	・既存店舗のうち売上が下降気味であった店舗でも、下げ止まりが若干の上昇傾向がみられる。また、売上が増加している店舗では、前年比の伸び率が更に伸びている。
		乗用車販売店（経営者）	・車検に伴う整備の予約や、新車の購入予約が順調に入っている。
		観光型旅館（経営者）	・ガソリン価格が下がり始めたことで、10月後半には近隣からのリピート客が増えてきた。年末年始にかけては付近での往来が更に増えるため、来客数が増える。
		タクシー運転手	・これから鍋物のシーズンとなるが、飲酒運転の取締りが強化されていることから、タクシーの利用が増えてくる。
		通信会社（経営者）	・番号ポータビリティの導入に伴う電話会社の競争においては、各社の商品やサービスが出そろうことで客の動きが出てくる。
		通信会社（社員）	・年末年始はテレビへの需要が更に増えることから、それに連動してケーブルテレビなどへの加入数も増加する。
		観光名所（経理担当）	・イベント内容などに関係なく、来客数が微増ながら増えている。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・10月はプロ野球のプレーオフや日本シリーズのために日程を空けていたが、それが無くなったほか、ほかに大きなイベントも少なかったため、来場者数は非常に少なくなっている。しかし、12月にはコンサートや格闘技イベントが行われることから、来客数は増加する。
		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。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・10数年ぶりに不動産価格が上昇局面となるなかで、新価格物件が年明けから数多く発売されるが、首都圏と同様に高額エリアを中心として販売状況が活性化する。
変わらない	商店街（代表者）	・多少良くなっているものの、前年の売上をクリアすることは難しい。	
	商店街（代表者）	・今後も地域間競争のほか、地域内での競争も激しくなることから、厳しい状態が続く。	
	一般小売店〔時計〕（経営者）	・これまで電波時計の人気が高かったが、実際に使ってみると弱さもあることから人気が一段落している。さらに、1月の日並びをみても連休がかなり続き、旅行などに客が取られてしまうことから、売上はあまり伸びない。	
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・全体の景況感是非常に良いと報じられているものの、商店街では好転の兆しがみられないほか、気温の動向に左右される部分が多い。	
	一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・新たな出店ラッシュも一段落し、販売量の伸びも落ち着いている。今後、歳暮用ギフトが動き出すものの、大手百貨店の早めの囲い込みに対してはなかなか太刀打ちできない。	
	百貨店（売場主任）	・テレビゲームなどの新商品の発売を今後控えており、一部の商品では供給が需要に追い付かないことも予測されるものの、衣料品ではダウンコート以外にヒット商材が見当たらず、大きく伸びる要素は少ない。	

百貨店（売場主任）	・来客数は前年を上回るものの、売上は前年を下回るという状況が今後も続く。
百貨店（売場主任）	・来客数、売上共に厳しい状況が続いているほか、年末商戦についても今のところは明るい見通しが無い。ただし、悪い材料もそれほど多いわけではない。
百貨店（営業担当）	・客を買う気にさせるような仕掛けやイベントによって、資産家などによる高額品の消費は更に増えるものの、一般客の消費は今よりも減少する。
百貨店（営業担当）	・おせち料理などへの引き合いはあるものの、ブランド商品の動きが横ばいであるため、今後も今の状態が続く。
百貨店（サービス担当）	・前年も好評であったクリスマスのイルミネーションを更に増やし、雰囲気盛り上げて集客を図る。また、歳暮ギフトやおせち料理、クリスマスケーキのカタログを充実させるほか、早期受注の立ち上げを前年より早めることで売上が伸びる。
百貨店（店長）	・ギフトの繁忙期となるものの、大きく伸びることはない。ただし、ファッション関連については、例年よりも暖かい割には前年の売上をクリアしつつあるため、これから更に冬らしい天候になれば売行きが良くなる。
スーパー（店長）	・既に単価が高めであり、これ以上の上昇は難しいほか、来客数が大きく増加する要因も見当たらない。
スーパー（店長）	・長期予報では暖冬の様子であるため、売上は大変厳しい状況となる。
スーパー（経理担当）	・消費が減少しているなかで、競合店同士の客の取り合いとなる。現在の客の買物動向も踏まえると、非常に厳しい状況となる。
コンビニ（店長）	・生活関連商品の値上がり影響して、客に節約の動きがみられる。増税に関する話題も多く、先行きは厳しい。
住関連専門店（経営者）	・新規の引き合いや見積依頼も少なく、販売の急激な回復は難しい。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・冷え込みが小さいため、秋冬物の動きは鈍い。ただし、昨年は品ぞろえが遅れた店舗では、10月から十分な品ぞろえを行っているため、店頭での動きはこれから出てくる。
一般レストラン（スタッフ）	・一部では景気が良くなってきていると報じられているものの、我々の身近ではなかなかその実感はない。これから3か月先にも来客数に大きな動きはなく、良くても横ばいの推移となる。
観光型ホテル（経営者）	・11、12月の予約状況を見ても、客室稼働率が20%を割るような極端に悪い日が多い。金～日曜日は順調であるが、月～木曜日は今まで以上に悪い日が多くなっている。
観光型旅館（団体役員）	・1人当たりの消費単価が低迷しているほか、予約の動きが今一つである。
都市型ホテル（支配人）	・予約状況を見ると、ほぼ当月並みの推移が続く。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は今の好調が続くものの、例年この時期に動き出す忘年会の予約が低調で、前年を下回っている。さらに、レストランも競合店がオープンし、ティータイムの売上が大幅に減少している。
旅行代理店（経営者）	・熟年層の海外旅行を中心に、予約が前年比で5%程度増加する傾向は変わらない。
タクシー運転手	・これから京都は紅葉で観光客が増えるものの、夜の乗客数の動きはあまり変わらない。
タクシー会社（経営者）	・消費者のライフスタイルが変わっており、昔のように2軒、3軒とお酒を飲んでタクシーで帰る習慣がほとんどなくなっている。タクシーの利用客が少ないという状態は今後も続く。
遊園地（経営者）	・秋の行楽シーズンに入ったものの、団体客の増加には至らない。
競輪場（職員）	・全体の車券売上は減少傾向にあり、その減少分を電話投票や場外発売でカバーすることで前年並みを確保している。その状況が今後数か月の間に改善することはない。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・11、12月は毎年恒例の催事がかなり入っているものの、来年1月については予約の確定の動きが鈍い。

	住宅販売会社（経営者）	・市内中心部の地価の上昇は、周辺部へ浸透しないまま頭打ちとなっている。結局は投機的な意味合いが強かったことであり、それを起爆剤として全体的な地価上昇につながっていないことから、しばらく業界内では様子見が続く。
	住宅販売会社（経営者）	・これから2～3か月で契約率が上がることはなく、年末に向かって集客状況は一段と厳しくなる。
	住宅販売会社（経営者）	・地方圏では土地価格の上昇における格差が拡大しているほか、需要にも格差がみられる。
	住宅販売会社（従業員）	・今まで積極的に土地を購入していた不動産ファンドが、都心部の地価上昇に伴う投資利回りの低下により、少し様子見の状態となっている。
	住宅販売会社（総務担当）	・土地購入に伴う入札金額の上昇分を販売価格へ転嫁するのが難しいため、販売の際には土地面積か建物面積の縮小を検討している。それでも資材の値上がり分を吸収できず、結局は販売金額を上げざるを得ないため、その分は販売に時間が掛かることになる。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・近隣への競合店の出店が増えているため、日曜日の来街者が激減している。商店街の店舗の間で定休日のばらつきが目立つほか、空き店舗も埋まらないなど厳しい状況である。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今年は昨年と比べて暖冬となる様子である。昨年も暖冬予想であったものの、実際は例年以上に寒くなって冬物商材が売れたが、これまでの様子を見ると決して楽観できない。
	百貨店（売場担当）	・前年は11月から気温が大きく低下し、コートを中心とした防寒衣料の売行きが好調であったが、今年は長期予報をみる限り、気温の低下による売上の底上げは難しい。
	百貨店（統括）	・前年ほど寒くならず、防寒衣料や鍋物商材などの売上が伸びない。
	スーパー（経営者）	・9～11月に大規模ショッピングセンターや中規模スーパー、小売店の出店が相次ぎ、価格競争が激しさを増すなかで、年末にかけては競争が一段と激しくなる。
	スーパー（店長）	・昨年は11月からの極端な冷え込みにより、冬物衣料や暖房関連、鍋物食材などの売行きが大きく伸びたが、今年は気温が平年並みと予想されている。また、番号ポータビリティの導入で携帯電話の売上が伸びるなど、一部の部門での下支えはあるものの、売上全体は減少傾向となる。
	衣料品専門店（経営者）	・昨年に比べて、販売量や販売単価、客単価が上向いていないにもかかわらず、経費や人件費は若干値上がり傾向にあるので、会社経営は難しい状況が続く。
	都市型ホテル（スタッフ）	・前年と同様に忘年会、新年会の受注が減少し、それに伴って宿泊客やレストランの利用客などが減少する。
	都市型ホテル（営業担当）	・宿泊は、年末にかけて団体客はほぼ前年並みであるほか、個人客はクリスマスや正月の予約がこれから動いてくるため、ほぼ前年並みの推移となる。一方で、年末にかけての宴会は、婚礼の件数が若干増えるものの、小規模であるため売上は減少する。さらに、一般宴会も11月に前年比プラスとなるほか、忘年会、新年会の受注もますますの推移であるものの、前年の実績には届かない状況である。
	都市型ホテル（役員）	・今後国体による特需も無くなるものの、予約状況を見ると前年並みの実績は確保できる。しかし、レストランは駅の工事による来客数の減少が続くほか、宴会の予約状況も上半期ほどの勢いがなく、ホテル全体では状況がやや悪化してくる。
	旅行代理店（広報担当）	・年末年始の申込が不調であるなど、料金の高い時期の売行きが悪い。客は、割安なシーズンに、自分のし好に合わせて高い料金を払うことはあっても、同じ商品に通常よりも高い料金を払う考えはない。したがって、高額シーズンに入る2～3か月後は厳しくなる。
	観光名所（経理担当）	・1月から続いていた市を挙げての催事が終わり、今後はその反動で来客数が減少する。来年2月からの催事が始まるまでは来客数が増えず、周辺の商店も同じような傾向となる。
	住宅販売会社（経営者）	・土地価格が異常に上がり、需要が伴っていない状態となっている。
悪くなる	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・年内には競合店がすべて出そろい、狭い商圈内で客を奪い合うことになる。専門店としてのきめ細かなサービスを提供していくものの、非常に厳しい状況となる。

		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・扱っている商品や業種柄、全体的にローンの審査が通りにくくなっている。買いたくてもローンが通らないという状況がこれから増えてくる。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・販売が底を打ち、売上にも下げ止まり感があることから、今後上昇に転じていく。
		化学工業（経営者）	・得意先の売上が平均的に良くなっているため、もうしばらくは好調が続く。
		鉄鋼業（経営者）	・受注量が増えていることから好調が続く。
		金属製品製造業（営業担当）	・年末にかけて自動車メーカーが増産するとの話を、取引先から聞いている。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・年末年始の需要見込みが良い。
		輸送業（営業担当）	・経営効率を高めるための、物流の外注化に関する商談が増えていることから、これらを積極的に受注していくことで売上が伸びる。
		金融業（営業担当）	・建機部品や自動車部品の製造といった製造業は今後も増収傾向が続く一方、高級紳士服などの小売業は、今後の天候要因に売上が大きく左右される。また、建設資材販売業や建設業などの中小企業が多い建設関連業では、今後も減収傾向が続く。
		経営コンサルタント	・取引先の業績が、今後しばらくは好調を維持する。
		食料品製造業（従業員）	・関西の食品業界は、大手スーパーに代表されるように大変厳しい状況であり、当社もそれに引っ張られるような状況となっている。
		変わらない	
繊維工業（団体職員）	・季節的な動きとしての受注は見込めるものの、昨年よりも受注量が減少しているほか、原材料の綿糸高騰などによる収益悪化が懸念される。		
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・判断が難しいものの、ある程度の値上げができたことから、更に悪くなることはない。		
金属製品製造業（総務担当）	・受注量は回復してきているが、相変わらず安値受注が横行している。		
一般機械器具製造業（経営者）	・年内の受注が、おおむね現状維持の水準で確定している。		
一般機械器具製造業（経営者）	・当社には鉄鋼関連の取引先が多いが、この業界に限ってはまだまだ好況が続く。		
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・薄型テレビなどのAV関連商品の荷動きは引き続き堅調に推移するものの、そのほかの商品には、今以上に活発となる要因が見当たらない。		
電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先からの受注残は横ばいで推移する。		
建設業（経営者）	・これから職人不足や建設資材の高騰が問題になってくるなかで、価格競争が繰り広げられるため、かなり厳しい状況になる。		
輸送業（総務担当）	・取引先自身に明るい情報がないほか、業務の縮小などの暗い情報が目立っている。		
不動産業（経営者）	・開発業者による建売住宅や分譲マンション用地への需要は依然おう盛であり、取得価格は上昇しているものの、再販価格に転嫁できない地域もみられる。		
不動産業（営業担当）	・開発業者による土地の取得価格は上がってきているものの、消費者が購入する土地や建物価格はほぼ横ばいで推移している。今後は金利の上昇もあることから、業況としてはほぼ横ばいで推移する。		
広告代理店（営業担当）	・広告費用を増やしているスポンサーは特定業種の大手企業に限られており、全体的には上向き傾向とはいえない。		
経営コンサルタント	・今後も今の状況が継続する。特に、小売業の媒介などを行っている卸売などの業界では、回復の兆しはまだみられない。		
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・得意先の要望がますます厳しくなっており、抑えることが非常に難しくなっている。		

	やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・実需の増える時期となるが、足元では得意先の催事での売上などが前年比で15%減少していることから、年末の売行きが懸念される。
		金属製品製造業（経営者）	・鉄鋼などの価格が上昇しており、材料高の製品安という傾向が強まる。
		建設業（経営者）	・同業者の倒産のうわさが絶えない。
		輸送業（営業所長）	・10月に入って燃料費がわずかに値下がりしたものの、まだまだ1～2年前の水準にはほど遠い。さらに、12月には再度値上げのうわさが出ていることから、利益が圧迫される。
		新聞販売店〔広告〕（店主） 司法書士	・毎年9、10月は折り込み件数も堅調であるはずが、今年は例年に比べて悪い状況で、件数が減っている。 ・受注案件が少なく、今後良くなるという要素も無い。
	悪くなる	電気機械器具製造業（企画担当）	・消費者はよりレベルの高い商品を要求しているにもかかわらず、液晶パネルの値下げが止まらない状況となっている。
		その他製造業〔履物〕（団体役員）	・原油価格の高騰に伴う原材料の値上げにより、収益の悪化は避けられない。販売価格への価格転嫁ができない中小企業は、厳しい状況が続く。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・営業スタッフの引き合いが相変わらず多いが、企業が求めるレベルの人材が不足している。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年比で27.4%の大幅な増加となっている。特に、ガスタービンの製造や自動車電装品の組立てといった一般機械業や電気機械業は、前年比50%強の増加と極めて好調な推移となっており、採用意欲の強さは、前年比で10ポイント以上の高さとなった学卒求人内定率にも表れている。技能工やサービス業といった一部の職種では、業界で人手不足が懸念されているものの、今後も採用者数の増加とともに雇用環境の改善が続く。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が引き続き増加傾向にあり、有効求人倍率は1.29倍と平成2年12月の水準まで回復した。また、雇用形態別にみても、いわゆる正社員の新規求人数は6か月連続で前年を上回っている。正社員の有効求人倍率も、1倍を下回るものの4か月連続で上昇していることから、全体的に雇用失業情勢は改善が進んでいる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・10月から色々な就職支援サイトがオープンし、平成20年3月卒の採用情報が既にリリースされているほか、大手企業などが学内で開催する企業説明会についても、企業からの参加要請が多く寄せられている。
変わらない		人材派遣会社（経営者）	・これから来年の2、3月にかけては、派遣業界が最も好調となる時期である。人材の確保については、2、3か月前よりも幾分やりやすくなっているものの、高い付加価値を持ったスタッフはすぐに派遣が決まるという状況である。一方で、まだ関西では派遣料の上昇が進んでいないにもかかわらず、目一杯の業務内容が求められるという状況が続いている。
		人材派遣会社（社員）	・長期的な大型求人案件がないほか、求職者数も伸び悩んでいる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・社会全体が紙媒体から離れる傾向にあり、今後もこの状態が続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・関西の雇用環境は、新卒求人の動きがやや活発化している感はあるが、落ち着きつつある。しばらく急激な増減はなく、経済状況に応じて緩やかな変化となる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2、3か月先の新聞広告の出稿状況を見ても、特に良くなる要素はない。
		職業安定所（職員）	・パートなどの非正規求人は増加傾向が顕著となっている一方、多くの求職者は正社員を希望しているため、依然としてミスマッチが発生している。
		職業安定所（職員）	・求人窓口の状況を見る限り、好調な状況は更に続く。
	民間職業紹介機関（職員）	・求人への依頼に訪れる建設下請業者の声には、強気な様子もない代わりに、悲観的な様子があまりみられなくなってきた。	
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・人材募集は徐々にインターネット広告へと流れており、新聞広告は厳しくなっている。

	職業安定所（職員）	・求人数の増加傾向は今後も続くものの、大手家電メーカーの工場が生産中止となったほか、整理が予定されている事業所も数か所ある。
悪くなる	-	-