

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	その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・12～1月には人気アイドルグループや、ロックグループのコンサートのほか、大みそかの格闘技イベント、正月の子供向けイベントもあるため、来場客が増える。
	やや良くなる	一般小売店[衣服] （経営者） 百貨店（企画担当） 百貨店（営業担当） コンビニ（マネージャー） 家電量販店（経営者）	・高額の冬物商材が少しずつ売れ出している。 ・徐々に寒波の到来が予想されているため、前年の売上水準はクリアできる。 ・一部のトップブランドでは動きが出てきている。 ・暖冬であった昨年と違い、今年の冬は本来の動きに戻るため、商品の動きが予想しやすい。 ・デジタル放送の開始が来年4月に決定し、客の間で認知度が高まることで、今後は需要が伸びる。
変わらない		商店街（代表者）	・11月中旬からの冷え込みで売れ始めたものの、それまでの不調を考えると、好調が続くとの見通しは立てにくい。
		商店街（代表者）	・身の回り品の値上げにより、今後は客の間に影響が出てくる。
		一般小売店[時計] （経営者）	・年配客からは、今の生活を維持するための節約の話がよく出るようになってきている。
		百貨店（売場主任）	・衣料品ではクリアランスセール期間となるが、厳冬効果は見込まれるものの、高級品の動きが活発化する兆しはない。
		百貨店（売場主任）	・2年後の新本館オープンに向けて工事が次々と始まることで、客の入店が難しくなってくる。
		百貨店（売場主任）	・客の購入傾向をみると、以前よりも先買いをする客が減っており、この傾向は今後もしばらく続く。観光客による購入も増えているものの、高額品の購入には結び付きにくい。
		百貨店（売場主任）	・取引先が在庫調整を行うなかで、売れ筋商品の確保や集客策の好不調が売上を大きく左右する。
		百貨店（売場主任）	・11月に入ってから順調に気温が低下しているため、今後は気候の影響を大きく受けずに済む。株価の低迷が懸念されるものの、ほかに大きな影響を及ぼす要因がないことから、差し当たって大きな変化はない。
		百貨店（企画担当）	・年明けのクリアランスセールについても、盛り上がりは一時的なものにとどまる。
		百貨店（営業担当）	・株価の低迷などにより、超富裕層による美術品や高額ブランド品の買上が、今後更に伸びることはない。
		百貨店（店長）	・お歳暮の受注が始まっているが、気温が暖かいこともあってギフトがやや伸び悩んでおり、先行きが不安である。
		百貨店（売場担当）	・今年は冷え込みが予想されているが、アパレルメーカーによる生産調整が既に始まっているため、コートなどの防寒衣料の販売数量は伸びない。
		百貨店（マネージャー）	・経済全体の先行きに不透明感が漂うなか、高額品の動きに活発さがみられず、ヒットアイテムも見当たらない。
		スーパー（経営者）	・スーパー同士の競争が激しく、日によって客の分散する状態がしばらく続く。
		スーパー（経理担当）	・値上げラッシュが続くなかでスーパー各社の対応は異なるが、今後は各社で明暗が分かれてくる。
		スーパー（広報担当）	・競合他社による攻勢が強く、今後も厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（販売担当）	・クリアランスセールなどの開催で来客数は増えるものの、各商品で値上げが進んでいるため、客の間で節約傾向が強まり、買上点数は伸びない。
		乗用車販売店（経営者）	・原油価格の高騰により、トラック関係の修理依頼や販売台数が低迷してきている。
		乗用車販売店（営業担当）	・ガソリンの高騰が続くなか、燃費の良い軽自動車やスモールカーに関心を示す客が多い一方、今は高額商品を購入する時期ではないという客が増えている。
		乗用車販売店（営業担当）	・ガソリンの値上がりによって車の維持費も上昇しているため、新車への買い換えや増車の商談が進まない。
その他専門店[宝飾品] （販売担当）	・宝飾品にも、宝石類や地金など、売れる商品に差が出てきている。		
その他飲食[コーヒーショップ] （店長）	・年末の賞与支給時期を迎えるまでは、予断を許さない状態が続く。		
観光型旅館（団体役員）	・阪和道の開通や、新しい食材の開発といった好材料はあるものの、その影響がすぐに出るわけではない。		

都市型ホテル（マネージャー）	・料飲部門ではプラスの要素が見当たらないが、クリスマス関連のイベントではチケットがほぼ予想どおりの販売数となっている。一方、宿泊の予約状況も悪くないものの、全体を押し上げるまでには至っていない。	
都市型ホテル（役員）	・宿泊部門の予約状況は厳しいものの、前年の水準は維持できる。一方、宴会は予約が順調に入っているため、ホテル全体では今のような状況が続く。	
旅行代理店（店長）	・積雪の状況次第でスキーやスノーボードの客が増えるものの、海外旅行では原油高の影響が当分は尾を引く。	
旅行代理店（広報担当）	・飛行船クルーズのような高額商品の販売も順調であるものの、売上は予想したほど伸びていない。ただし、前年を下回るほどの低下もみられない。	
タクシー運転手	・大阪ではタクシーの台数が増えている一方、客の数とのバランスが取れていない。	
タクシー運転手	・燃料コストの上昇による影響が出てきている。客についても、例年であれば宴会に伴う利用が増えるものの、客の間に余裕がなくなっている。	
タクシー会社（経営者）	・原油の値上がりなどで財布のひもが固くなるなか、交通費については節約ムードがますます強まる。	
通信会社（社員）	・光ネットサービスの契約数は毎月の伸びが顕著であるため、今後は売上が増えてくる。	
観光名所（経理担当）	・来客数は減っていないものの、販売量が伸びていない。原油の高騰による連鎖的な値上げにより、客の購買意欲が失われている感がある。また、高級品が売れている一方で一般商品が売れないなど、商品の品ぞろえが難しい。	
競輪場（職員）	・例年1～2月ごろは割と良い傾向となるが、今年は物価の上昇に伴う負担増の影響が出てくる。	
住宅販売会社（経営者）	・潜在的な住宅建築のニーズは多いほか、建て替えが必要な物件も増えている。ただし、建材コスト、労務コストが上昇しているほか、住宅用地価格もこの2年間で上昇しているなど、厳しい状況となっている。	
住宅販売会社（経営者）	・住宅の購入を検討している客が、先行きに不安を感じている。思い切って住宅ローンを組もうとはしないため、集客、契約決定率共に悪化している。	
住宅販売会社（経営者）	・市場の動きが今までにないほど悪く、今後どのように推移するかの判断が難しい。	
その他住宅 [情報誌] (編集者)	・年末年始を挟んで大きく好転する材料に乏しいほか、相場の上昇も避けられないため、好転する見通しが立たない。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・ポイントカードやイベントで集客を図っているものの、11月の商店街の通行調査では前年比10%減となっており、12月以降も厳しい状況が続く。
	一般小売店 [衣服] (経営者)	・これから気温の低下が進んでも、ニットやコートなどの防寒衣料は伸び悩み、年末年始のパーゲンセールも苦戦する。
	一般小売店 [精肉] (管理担当)	・食品などが値上がりするなかで、ギフト需要よりも、年末や正月における実需が減少することになる。
	一般小売店 [家具] (経営者)	・住宅着工戸数の低迷や、住宅販売の成約率の低下をみると、一般家具の販売が上向くことはない。
	一般小売店 [コーヒー] (営業担当)	・もはや企業努力では対応できないほどコストが高騰している。一般客の買い控えも目立ってきている。
	百貨店（経理担当）	・ガソリン価格の高騰による運送や漁業での利益の圧迫や、サブプライムローン問題に伴う株価の下落により、外商顧客の購買動向に影響が出ている。
	百貨店（商品担当）	・今の来客数の減少は、株価の下落や物価の上昇、増税の検討などによって客の心理が冷えているからであり、その傾向は今後も続く。
	スーパー（経営者）	・今は何とか原材料価格の上昇分を抑えて販売しているものの、年明け以降は値上げ対象商品が更に増加する。利益を大きく削るわけにはいかず、販売価格に転嫁せざるを得ないため、販売点数が減少する。
	スーパー（店長）	・商品の値上げに加えて、食の安全に対する懸念などから消費は減少傾向となる。消費をけん引するヒット商品も見当たらず、購買意欲は盛り上がらない。
	スーパー（店長）	・今後も来客数が横ばいで推移するなかで、特売品を買う節約方法などもマスコミで紹介されているため、更に単価は低下傾向となる。販売点数、単価共に対策が必要となるが、それを行ったとしても現状維持にとどまる。
	スーパー（管理担当）	・物価上昇のほか、産地や製造日の偽装問題による不信の影響も出てくる。

	コンビニ（経営者）	・コンビニで弁当と飲料を買うと割高なイメージが定着しつつあるため、稼ぎ頭であった弁当類の売上は減少傾向となる。
	衣料品専門店（営業・販売担当）	・生地や縫製の料金など、すべての原価が上昇傾向にある。
	乗用車販売店（経営者）	・様々な商品の値上げで客が慎重になるほか、業界ではガソリン代の値上げが大きく響いてくる。
	乗用車販売店（営業担当）	・景気の悪化により、これからも値下げを求める客が増える。
	住関連専門店（経営者）	・冬物商材の販売は気候による影響が大きいが、現状から判断して急激に需要が伸びる要素が見当たらない。
	住関連専門店（店長）	・原油高により、こん包資材などのコストが徐々に上昇しているため、販売価格の改定が余儀なくされる。
	一般レストラン（経営者）	・先行予約が少なく、単価も例年ほど上がっていない。
	一般レストラン（経営者）	・ガソリンや食品などの値上げが進むため、外食に出掛ける人が減る。
	観光型ホテル（経営者）	・これまでは少し回復感があったものの、10月を境に失速がみられる。今春にはある程度動きのあった中部や中国地方からの募集ツアーも、来春の予定はほとんど入っていない。金、土の週末には予約や問い合わせが多いものの、月～木の平日はこれまで以上に問い合わせが少なくなっている。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宴会、宿泊共に単価の低下がみられる。宿泊では日帰り出張が増えてきている。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊はビジネス客やアジアからの需要が強まっている一方、年明け以降は新年会などの法人客が極端に悪い。毎年利用のあった客からのキャンセルや、単価の低下など、非常に厳しくなっている。食材の値上げも始まっており、収支面でも苦戦が続く。
	都市型ホテル（営業担当）	・宿泊は、クリスマスや正月の個人予約の動きが例年よりも鈍いが、全体ではほぼ前年並みで推移している。一方、一般宴会や婚礼では受注が伸びず、規模も小さくなるなど今後も厳しい状況が続く。さらに、原材料の高騰によってコスト面でも厳しくなる。
	旅行代理店（経営者）	・株価は海外旅行の動向に影響を与えるため、今後も下落傾向が続けば売上に響く。
	通信会社（経営者）	・年度内は大手通信会社の出荷制限が続くほか、各社が始めた新しい販売スタイルの定着には時間を要する。
	美容室（経営者）	・近隣で15階建てのマンションが2棟建築中であるものの、近くにスーパーが1軒しかなく、土日は他市へ出掛けるため、来客数の増加にはつながらない。
	その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・保険金不支払い問題の調査や再発防止への対応に人手が取られており、営業関連への対応が遅れている。
	住宅販売会社（経営者）	・建築資材や運搬費などのコスト上昇が進むものの、住宅の販売価格の引上げは難しい。
	住宅販売会社（従業員）	・今後も株価の低迷や物価の上昇傾向は止まらないため、客の動きが変わることはない。
	住宅販売会社（従業員）	・マンション販売の不振が続くことから、来年3月のしゅん工物件では完成在庫が大量に発生することになる。
	その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・金融機関の融資に対する姿勢が厳しくなっている。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場への来場者の傾向をみると、建て替え需要が激減していることから、新築需要が今後伸びる材料は見当たらない。
悪くなる	商店街（代表者）	・近隣に大型商業施設がオープンすることにより、商店街の人通りが更に減少する。
	スーパー（経営者）	・今後も食品メーカーなどで値上げが続くため、消費は減少傾向が続く。
	コンビニ（経営者）	・店の斜め前に競合他社の店舗がオープンするため、売上が減少する。
	観光型旅館（経営者）	・石油製品の高騰が続いているほか、食料品や年明けの電気料金の値上げによる影響が出てくる。
	競輪場（職員）	・年初から低位で落ち着いていた平均購買単価が3か月ほど前から減少し、今月は3か月前に比べて大きく落ち込んでいる。さらに、ここ1～2か月は入場者も減少傾向にあり、状況は非常に厳しい。これから年末年始を迎えるものの、現状から判断して先行きに明るい兆しはみられない。

企業 動向 関連	良くなる	広告代理店（営業担当）	・取引先の動きをみると、年明けには受注が増えてくる。
	やや良くなる	繊維工業（企画担当）	・追加注文がやや増えてきている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・取引先から新モデルが発表されることから、受注が増加する。
		輸送業（営業担当）	・個人消費に関する受注が2か月続けて伸びているなど、良い兆しが出てきている。
		広告代理店（営業担当）	・年末年始にかけて、各スポンサーが広告に対して積極的な姿勢をみせている。
	変わらない	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・法人客からは、名入れ商品といった特注品への引き合いが強まっている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・顧客や仕入先からは今後の変化に関する声は聞かれないものの、材料価格の上昇が続くことから、利益率は低下する。
		化学工業（経営者）	・受注量が回復してきたのは建築関係が動き出した影響もあるが、これが長続きするかどうかは不透明である。
		金属製品製造業（経営者）	・商品の動きをみると、はん用品と特殊品、高級品の格差が極端になってきている。
		金属製品製造業（総務担当）	・受注状況はそれほど良くないが、受注残高はまだ前年並みを維持している。
		金属製品製造業（営業担当）	・建築確認申請に対する認可の遅れが解消したとの声は、まだ聞かれない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・AV関連は北京オリンピックも控え、これまでと同様に堅調な荷動きが続くが、そのほかの商品では荷動きが活発になる要素が見当たらない。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・扱っている商品が生活必需品ではなく、今後は購入量が抑えられるため、店頭での客単価は伸びない。
建設業（営業担当）		・建築基準法の改正による影響については、徐々に小さな物件で工事が始まりつつあるものの、全体としては年明け以降も続く。	
輸送業（営業所長）		・年末にかけて多少荷動きも良くなるが、その好調が続くことはない。	
不動産業（経営者）		・交通アクセスなどの良い工場、配送センター用地などの取得需要がおう盛であるほか、まとまった規模の土地に対する需要も多い。	
不動産業（営業担当）		・不動産ファンドによる購入意欲の低下で、土地の価格が下がり始めている。	
不動産業（管理担当）	・客の購買意欲が低下している感はない。		
やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・原材料コストの上昇で固定費が上がっているものの、販売価格に転嫁できないのが現状である。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・当社だけを見ると、引き合いは多く来ているものの、仕入先からは受注量が減っているとの声が聞かれる。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・防衛省関連の受注が減少している。	
	建設業（経営者）	・改正建築基準法の影響で、個人の工務店や設計事務所からは死活問題になっているとの声も聞かれる。	
	建設業（経営者）	・建築確認申請に対する審査の厳格化でストップしている工事が、今後一斉に始まる。それに伴って技能労働者が不足するほか、原油高騰による建設資材の高騰も進む。	
	金融業（営業担当）	・食品スーパーは商品の値上げで売上が増加しているものの、利益は増加していない。一方、建築基準法の改正により、不動産業、建設業では今後も売上の減少が続く。	
	金融業（支店長）	・取引先をみていると、石油関連商品が値上がりしているものの、なかなか販売価格に転嫁できない。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・拡張活動を行っているものの、若い世代で活字離れが進んでおり、なかなか契約に結び付かない。	
悪くなる	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・取引先での設備投資もほぼ終わったことから、一服感が出てきている。	
	食料品製造業（従業員）	・原料や資材が値上がりする一方で、我々のような中小メーカーは販売価格を上げることができない。原価率は上昇し、赤字でも何とか製品を売ろうとしている状況である。同業他社も同じように何とか息をつないでいる状態となっている。	
	繊維工業（団体職員）	・製造コストの上昇が更に進む一方で、価格転嫁は進まない。	
	繊維工業（総務担当）	・当社のような中小企業は、製造コストの増加分を販売価格に転嫁できない。	
	金属製品製造業（管理担当）	・メインの取引先で重大な偽装問題が発覚したため、今後は受注が大幅減となるほか、既に受注済みの案件にもキャンセルが発生する。	

		その他製造業〔履物〕 (団体役員) 経営コンサルタント	・前月に続いて資材の値上げが行われており、中小企業の経営状況が深刻な状況となっている。 ・住宅着工戸数の減少に伴う住宅業界の冷え込みについて、今後回復する見通しも立っておらず、良くなる気配はない。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所(職員)	・有効求人倍率が2か月連続で低下し、新規求人数も3か月連続で前年を下回っているものの、どちらも高水準で推移しており、当面は雇用失業情勢の改善が続く。ただし、様々な要因で改善の動きが弱まっていることもあり、今後の動向については慎重な判断が必要となる。
		民間職業紹介機関(職員)	・建築確認の停滞は若干改善しつつあるほか、堺の臨海部では大手電機メーカーなどの大規模工場の建設が始まり、鉄筋工などの職人が大量投入されている。その結果、職人不足となることで日雇労働者への需要も高まる。
		学校〔大学〕(就職担当)	・来校企業の多くは2009年3月卒業予定者の求人票を持参するなど、大手、中堅企業は前年よりも早く、来年度の採用活動を本格化している。
	変わらない	人材派遣会社(経営者)	・注文はあっても人手が足りないという状況は年度末まで続く。最近では派遣スタッフが派遣初日に出社しないケースが増えてきているが、これも人手不足で売り市場となっていることが原因である。
		人材派遣会社(経営者)	・原油高騰の影響で、正社員については企業の雇用意欲が若干低下傾向となるものの、派遣社員への需要については微増が続く。
		職業安定所(職員)	・全体として増員求人はほとんどみられず、欠員補充が中心である。新規の利用については、従業員規模5人以下の事業所が減少している。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕(担当者)	・今秋に好調であった企画やイベントの展開を続けるものの、それ以外の広告出稿に勢いが乏しいため、来年1～3月期は厳しい状況となる。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・求人募集の年齢制限の撤廃により、ますます紙媒体は不利になってきている。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・今後の売上見通しも前年の90%程度となっている。
職業安定所(職員)		・求人数は前年並みであるが、年末に向けての臨時求人を含めたパートタイム求人の割合が前年よりも高く、正規求人の割合は相対的に少ない状況である。	
職業安定所(職員)		・求人数の回復する兆しがみられない。	
悪くなる	-	-	