

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	コンビニ（マネージャー）	・まだまだダスボの普及が進んでいないため、今後はコンビニでたばこを買う客が増える。それに伴い、飲料などのついで買いが増えることになる。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・7、8月にはプロ野球の人気球団の試合などが予定されているほか、人気アイドルグループのコンサートや子供向けのイベントも行われることから、来場者数が増える。
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・特に食品では、こだわりの素材などを使った高額商品の売行きが好調であるため、客単価の押し上げにつながる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・オフィス街という立地条件から、7、8月はビジネスマンの客足が鈍くなるものの、東アジア諸国からの団体客のほか、催事に伴う宿泊の予約が入っている。
		通信会社（経営者）	・6月には大手通信会社によって大きなキャンペーンが行われるため、ほかの通信会社の動きも活発になる。
通信会社（企画担当）	・ゲーム業界では、これまで出遅れていたゲーム機の売上が伸びることで、新たな展開を迎える。		
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）	・今後は取引物件数が増えていく。		
変わらない	商店街（代表者）	・客足の引きが早いなど、相変わらず購入意欲が低いままとなっている。	
	一般小売店 [時計] （経営者）	・客の間には、ガソリンなどの価格が更に上がるという戦々恐々とした雰囲気がある。今持っている物を修理して使う傾向があり、新しい物を買うような雰囲気は全くない。	
	一般小売店 [コーヒー] （営業担当）	・昨今の価格高騰も、あきらめムードのなかで受け入れられている感があり、夏のレジャー商戦までは今のような状態が続く。	
	百貨店（売場主任）	・2、3か月後はクリアランスセールが始まるものの、盛り上がりは長続きしないほか、前年を上回る気配もない。原材料高やユーロ高による値上げ傾向もまだまだ続く。	
	百貨店（売場主任）	・店内の工事が進むにつれて売場面積も狭くなるため、先行きは厳しい。	
	百貨店（企画担当）	・今の状況が良くないのは天候要因の影響が大きいため、今後は持ち直す。	
	百貨店（営業担当）	・今まで動きのあったブランドでも、新商品の発売に対して今までのような動きがなくなっている。	
	百貨店（営業担当）	・原油高、株値低迷といった暗い要素が多いため、高級品を中心に売行きが低迷する。	
	百貨店（マネージャー）	・株値の下落については歯止めの掛かる傾向があるため、これ以上の悪化はないものの、引き続き厳しい状況が続く。	
	百貨店（店長）	・食料品やガソリンなどの値上げが客の購買意欲を低下させており、ここ数か月は明るい兆しがみえない。	
	スーパー（経営者）	・食料品の値上げにより、客が少しでも安い商品を探して、各店舗を買い回る状態が続く。	
	スーパー（経営者）	・自分の口に入る物については、客も多少の値上げを受け入れているものの、生鮮品では肥料、飼料などの値上がり分がまだ価格に十分反映されていない。今後食品が全般的に値上がりすることになれば、買上点数の減少などが起こる。	
	スーパー（経理担当）	・家計の節約ムードが強まりつつあり、最終的には食費が節約されることになる。ただし、食の安全志向もあって、まだその段階には至っていない。	
	スーパー（広報担当）	・消費者による生活防衛の姿勢は今後も続き、特に食料品以外での節約志向が更に強まる。	
	スーパー（管理担当）	・ほぼ値上げは落ち着いてきている。ただし、依然として原油価格の上昇が続いていることから、消費者の購買意欲は高まりにくい。	
	コンビニ（店長）	・値上げの影響で売上は今月と変わらない水準となるほか、近くに新しいコンビニがオープンしたために来客数が減る。	
	衣料品専門店（販売担当）	・食料品などの値上げにより、衣料品に対しては財布のひもが固くなっていく。ただし、セールを行う予定であるため、売上としては変わらない。	
	乗用車販売店（経営者）	・ガソリン価格の高騰で車の利用が減っており、修理や車検の依頼のほか、販売台数の少ない状況が続く。	
	乗用車販売店（営業担当）	・ガソリン価格が更に上がるとの報道もあるため、新車の売上は伸びない。	

乗用車販売店（営業担当）	・新型車の発表で受注は増えるものの、ガソリンなどの身の回り品が値上がりするほか、税金問題などで処分所得の減少が続くため、高額商品への需要は伸びない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・賞与の支給時期となるが、販売価格の上がっている貴金属を買うよりも、円高のうちに海外旅行へ出掛ける人が増える。
一般レストラン（スタッフ）	・物価の上昇が進むなかで、消費者が新たに動く要素は見当たらないため、今後はやや下降線をたどる。
スナック（経営者）	・団体客の増える時期となるものの、今月も個人的な付き合いでの団体客は来店したが、料金は非常に低いのが現状である。
観光型ホテル（経営者）	・宿泊料金の問い合わせはあるものの、なかなか予約につながらないなど、先の予約状況が芳しくない。
観光型旅館（経営者）	・食材価格が上昇しているほか、重油価格も3年前の2倍に上がるなど、レジャー、旅行関係にはプラスの要因が見当たらない。
都市型ホテル（マネージャー）	・宴会部門の予約状況は、ここ数か月と同様にあまり芳しくない。さらに今後はオリンピックの開催により、夏休み時期の国内旅行の動きが鈍化する。
都市型ホテル（役員）	・前年は8月下旬から9月にかけて、世界陸上による特需で宿泊部門を中心に潤ったが、今年は宿泊客の減少傾向が続くために厳しい。宴会についても、盆を中心に改装工事で休業となるため売上が減少する。
旅行代理店（経営者）	・燃油サーチャージはまだ上昇が続くほか、社会全体の閉そく感が旅行意欲を低下させる。
旅行代理店（広報担当）	・北京オリンピックは1つの大きなイベントであるものの、開催中は客の動きが鈍るほか、オリンピック後も四川大地震による影響が残る。
タクシー運転手	・客は節約できるところは節約し、使わざるを得ないときだけ使うということで、タクシーの乗車にも同じ傾向がみられる。この節約傾向は今後も続く。
観光名所（経理担当）	・土日、祝日の来客数と平日との差が以前よりも大きくなっており、売上も平日の落ち込みが大きくなっている。先行きの不透明な情勢が続く限り、今の状況は変わらない。
競輪場（職員）	・客単価や入場者数が悪化しているため、先行きが良くなる傾向にはない。
その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・株価の低迷や、原油高などによる物価の上昇により、生命保険への新規加入を検討するケースが減少している。
住宅販売会社（従業員）	・値引きを行うマンションが増えるなか、建設費の高騰が続いているため、今後は悪循環に陥る。
住宅販売会社（従業員）	・これ以上悪くはならないが、良くなることもない。市場が落ち着くまでにはしばらく時間が掛かる。
住宅販売会社（総務担当）	・原油や鉄骨、アルミなどの原材料が高騰する一方、販売価格にはなかなか転嫁しにくい状態である。利益が圧迫されるため、業績の向上は困難である。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・各種資材価格の高騰により、業績悪化が顕著になってくる。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・生鮮食品の店が次々と閉店しているなど、今月は例年に比べると極端に悪い。また、午後からの来街者が目立って減少している。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・ガソリン価格も更に上がるといわれており、当面は節約ムードが続く。
一般小売店〔花〕（店長）	・物価の上昇によって家計は厳しい状況となるため、買い控えや節約が増える。
百貨店（売場主任）	・全体的に給料が増えないなかで、物価の上昇が進むため、衣料品に対する支出は抑制傾向が強まる。さらに、紳士ファッションについてはヒット商品も見当たらない。
百貨店（売場担当）	・定価商品の前年割れによるマイナスを、好調な特価品や催し、優待セールだけではカバーできない状況が続いている。今後は、更なる生活必需品の値上げが業況の悪化につながる。
スーパー（経営者）	・食品関係では小麦関係などで更に値上げが行われるため、状況は悪くなる。
スーパー（店長）	・ガソリン高の影響で来店頻度が減少する。
スーパー（店長）	・更なる値上げ傾向が進むなか、消費者の生活防衛意識が高まるため、節約志向が当面は続く。
スーパー（開発担当）	・原油の高騰による関連商品の値上げや、小麦関連商品の値上げなど、今後も値上げラッシュによる悪影響は避けられない。

スーパー（管理担当）	・必需品の売上は採算ラインを何とか維持しているが、し好品は落ち込んでいる。	
衣料品専門店（経営者）	・増税や物価の上昇により、主婦の節約意識が高まっている。バーゲンセールを行っても効果は長続きしないため、今後は悪化が進む。	
衣料品専門店（営業・販売担当）	・所得の減少について話す客が、少なからず出てきている。	
衣料品専門店（管理担当）	・生活防衛意識の高まりで、必需品以外の購入を控える傾向が強まっている。その一方、いくら高額であっても、欲しい物を買回る動きがみられるなど、今後は消費の二極化が更に進む。	
乗用車販売店（経営者）	・原油の高騰や物価の上昇など、自動車業界にとってはマイナス材料ばかりである。	
自動車備品販売店（営業担当）	・ガソリン価格の値上がりにより、客が新車を購入する際の選択肢が狭まっていく。	
観光型ホテル（経営者）	・商品の仕入価格や光熱費などの値上がりが続いているほか、客の購入量が減ってきているため、今後良くなっていくことはない。	
観光型ホテル（経営者）	・ここ2、3か月の間にホテルの新設が続き、客室数が5割程度増えている。これに見合う需要はないため、これから悪化傾向が進む。	
観光型旅館（経営者）	・レジャーや観光への支出額は、生活用品やガソリン価格の値上がりの影響でかなり抑えられている。	
都市型ホテル（スタッフ）	・高付加価値商品の販売を始め、成果は上がってきているものの、全体のマイナスを補うまでには至らない。	
都市型ホテル（営業担当）	・宿泊は、間近になって予約の伸びる傾向があるものの、6月からの宿泊は個人予約が全く伸びていない。この1年では最悪の状態であり、特に首都圏からの客が激減している。一方、一般宴会は小規模ながら今月と同様に受注件数が増えている。	
旅行代理店（従業員）	・この2、3か月は四川大地震やサミット開催に伴う交通規制などにより、消費者の旅行マインドが低下する。	
旅行代理店（営業担当）	・旅行料金も今後は値上げを避けられないため、当面は厳しい状況が続く。	
タクシー会社（経営者）	・物価の上昇によってタクシーの利用は控えられている。今後、ガソリンの高騰が続いて自家用車に乗らなくなれば、タクシーの利用が増えることもあるが、総合的に判断すればやや悪くなる。	
観光名所（経理担当）	・来場者の減少により販促イベントを展開しているものの、なかなか回復する兆しがない。	
その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・物価の上昇圧力が、レジャー業界にとっては逆風となる。	
美容室（経営者）	・白髪を隠すためにかつらを購入する客が増えており、ヘアカラーの客の来店サイクルが伸びている。	
美容室（店長）	・前月、今月と売上が多少良かったため、その反動が来月以降に出てくる。	
住宅販売会社（経営者）	・この1年で地価がおよそ20%下落しているため、今年の秋ごろに底を打つまでは良くならない。	
住宅販売会社（経営者）	・夏休みシーズンで需要の高まる時期であるが、今年は販売物件が供給過多となる。	
その他住宅〔展示場〕 （従業員）	・来場者アンケートでは1年以内に建築する割合が減少しているため、しばらくは様子見の状態となる。	
悪くなる	商店街（代表者）	・春商戦も不調に終わり、環境が非常に悪いまま夏商戦に入ることになる。
	一般小売店〔珈琲〕 （経営者）	・今後値上げを行うことで客離れが進む。価値のある商品の提供が不可欠になるが、対応可能な店舗とそうでない店舗があるほか、日々の買回り品の値上げが進むことで、し好品への出費が抑えられる。総じて良くなることはない。
	百貨店（売場主任）	・客の間にリタイヤ層が増えているため、年金や医療保険といった社会保障負担の増加によって、不要不急の外出着などは買い控え傾向が強まっている。また、普段着も安い量販店で購入し、百貨店で買物は食料品などが中心になってきている。
	衣料品専門店（販売担当）	・7月の電気やガスなどの値上げによる影響が出てくる。
	乗用車販売店（経営者）	・燃料費のほか、個々の部品代が上昇しているため、客は仕方なく古い部品を修理して使っている。

		<p>その他専門店〔食品〕（経営者）</p> <p>住宅販売会社（経営者）</p> <p>住宅販売会社（経営者）</p>	<p>・飲食店での値上げが進まないため、収益の悪化が進む。</p> <p>・建材費や燃料費といったコストが上がる一方であるのに対し、それを販売価格に転嫁することができない。</p> <p>・ガソリンや日用品の値上げにより、住宅の購入マインドが低下している。広告や住宅情報誌、ホムページなどで広告を行っているが、集客状況が非常に悪い。</p>
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	<p>木材木製品製造業（経営者）</p> <p>化学工業（管理担当）</p> <p>電気機械器具製造業（宣伝担当）</p> <p>広告代理店（営業担当）</p>	<p>・受注量が増えてきている。</p> <p>・今月の落ち込みは前月に良かった反動減であるため、来月以降も落ち込みが続くことはない。ただし、建材の受注が弱含みで推移しているため、実需の悪化も否定できない。</p> <p>・オリンピックの開催が近づくことで、既に好調なAV関連商品の荷動きが更に活発になる。</p> <p>・夏に向けての案件が幾らか出てきている。</p>
	変わらない	<p>繊維工業（団体職員）</p> <p>繊維工業（企画担当）</p>	<p>・安全で安心感のある国産品への需要が伸びる。</p> <p>・売上は伸び悩んでいるものの、取引先からは新規ブランドに対する期待の声が聞かれる。</p>
		<p>窯業・土石製品製造業（経営者）</p> <p>金属製品製造業（経営者）</p> <p>金属製品製造業（管理担当）</p> <p>金属製品製造業（総務担当）</p>	<p>・製造原価などの増加が続いている一方、製品価格への転嫁が進んでいない。</p> <p>・原料価格の上昇や中国の需要増加により、鉄鋼市場では品不足の状態が続く。</p> <p>・販売量や売上が伸びている一方、原材料の高騰によって利益率は下がっており、今後もこの傾向が続く。</p> <p>・公共工事の減少が続いているほか、民間工事の工期も遅れているなど、工場は低操業の状態が続いている。</p>
<p>電気機械器具製造業（経営者）</p> <p>建設業（経営者）</p>		<p>・設備投資は遅れ気味であるものの、新興国を中心に更なる拡大が続くため、影響は限定的である。</p> <p>・今後も官庁工事の減少が続くため、民間工事の受注競争は更に激化する。それに加え、建設資材の高騰や、先行きの不透明感による設備投資の凍結や延期など、中小建設会社の経営状況はますます厳しくなる。</p>	
<p>建設業（営業担当）</p> <p>輸送業（営業所長）</p> <p>輸送業（営業担当）</p>		<p>・建築主からは、材料の高騰や消費の伸び悩みにより、今後の設備投資をちゅうちょしているとの声が聞かれる。</p> <p>・新規案件の依頼も寄せられているが、採算の合わない仕事が多い。</p> <p>・個人間、企業間共に物流量が増えている。この時期には珍しいことであり、今後もこの動きが続くかどうかは不透明である。</p>	
<p>経営コンサルタント</p> <p>司法書士</p>		<p>・取引先の受注や生産の動きをみても、好転の兆しはない。</p> <p>・良くなる材料が見当たらないほか、案件数も少ないため、今後も良くない状況が続く。</p>	
やや悪くなる		<p>食料品製造業（従業員）</p>	<p>・原料や資材の高騰により、今後は値上げを進めていく。値上げ前の駆け込み需要は発生するものの、その後しばらくは販売量の減少が避けられない。一方、量販店の安価なプライベートブランド商品が増えることもあり、競争が更に激しくなっていく。</p>
		<p>繊維工業（総務担当）</p>	<p>・受注量が損益分岐点を下回って減少することもあるため、取引ごとの粗利確保が難しくなっている。</p>
		<p>パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）</p> <p>化学工業（経営者）</p>	<p>・今後、取引先からは加工費や管理費の値下げ要請が増加する。</p> <p>・得意先回りをしているにもかかわらず、全く良い話が聞かれず、売上が減少する話ばかりが目立っている。</p>
		<p>一般機械器具製造業（経営者）</p> <p>電気機械器具製造業（企画担当）</p>	<p>・仕入価格の値上がりや金利の上昇のほか、受注の減少が大きくなってきている。</p> <p>・いまだに住宅着工戸数には回復がみられず、政府による対策も取られていない。今後は長期金利の上昇により、住宅ローン金利も上昇するため、ますます厳しい状況となる。</p>
		<p>金融業（支店長）</p>	<p>・ガソリンスタンドの経営者によると、ガソリン価格の高騰によって一般客によるガソリンの購入が非常に落ちているため、先行きの見通しは厳しい。</p>
		<p>金融業（営業担当）</p>	<p>・自動車部品製造業、建機部品製造業などの取引先では、原材料の上昇が販売価格へ転嫁できていないことから、収益が非常に圧迫されている。今後は価格転嫁が少しは進むものの、厳しい状況に変化はない。</p>

		不動産業（営業担当）	・土地価格の低下により、過去に高値で仕入れた物件の転売ができなくなっている。土地価格の低下が続く限り、今後も悪化傾向が続く。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読数に大きな変化はないが、区域内の世帯数が増えているため、購読割合は低下している。特に、若い世代の活字離れが進んでいる。
		広告代理店（営業担当）	・今年になって紙媒体の広告受注が減少し続けている。
	悪くなる	繊維工業（総務担当）	・来年3月の決算予想が大企業を中心に悪化するなか、中小企業は原料高などのマイナス要素を抱えているが、価格転嫁もできない。利益を維持するどころか、売上高の維持さえも難しい状況である。
		金属製品製造業（営業担当）	・素材の高騰によるコストアップを販売価格に転嫁できない状況が今後も続く。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・洞爺湖サミット期間中は警察が忙しくなるため、取引先のパチンコ業界では遊技機入替への許可が取りにくくなる。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	民間職業紹介機関（職員）	・90年代にも経験したことがないほど求人が落ち込んでおり、求人業者からはこれ以上は悪化しようがないとの声が聞かれる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・数か月は回復が難しく、派遣先企業からの求人件数は伸びない。
		人材派遣会社（支店長）	・企業からの求人が獲得できたとしても、新規スタッフ登録数は今後も伸び悩む。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・5月の合同企業説明会で新規出展企業を獲得したほか、アンケートでも出展企業、来場者共に満足度が高かった。新聞社の就職イベントは規模が小さいものの、きめ細かなサービスなどで商機がある。
		職業安定所（職員）	・原油の高騰といった不安要因はあるものの、昨年後半より低下傾向にあった有効求人倍率も落ち着きをみせているほか、平成20年3月卒業の新規学卒者の内定状況も前年並みとなっている。
		民間職業紹介機関（支社長）	・採用計画の推移をみると、IT関連は堅調であるが、製造、金融関連などでは計画を下方修正する企業が多い。この流れはしばらく続くものの、まだ全体としては需要超過の状況である。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・紙媒体の顧客離れが続いているため、他の媒体も積極的に取り扱って現状維持を図っているものの、厳しい状態が続いている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・各社が守りの状態に入っているため、求人は動きにくい状況にある。
		職業安定所（職員）	・企業は求人募集を続けているものの、採用基準を以前より高めに設定し、慎重に採用選考を進めている。これが一時的な動きかどうかは判断が難しいが、過去の傾向では今のような状況が数か月続いた後、求人数が急減するケースが多い。
職業安定所（職員）		・先行き不透明感などにより求人が手控えられている。	
悪くなる	職業安定所（職員）	・原油高や円高などのマイナス要因が多いため、好転は難しい状況であり、今の状況が続けば更なる悪化も見込まれる。一方、求職者の間では正社員への転換希望が強く、企業からの求人も以前ほど派遣、請負への依存度が高くない。ただし、それが新規求人倍率を押し上げるまでには至っていない。	