

7. 近畿（地域別調査機関：（株）大和銀総合研究所）

（-：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] (企画担当)	・プロ野球シーズンの開幕で、今シーズンはドーム内の人工芝の張替え、有名選手の残留、在阪人気球団の戦力強化もあって観客数が増加すると見込まれる。
	やや良くなる	一般小売店 [家具] (経営者)	・来客数が比較的増加している。人出が多くなってきている。
		乗用車販売店 (経営者)	・当社だけに限れば自動車の販売が好調で、引合いもあるようになったので今後は少しくよくなる傾向にある。
		乗用車販売店 (営業担当)	・今年の昇給はベースアップが見込めないが、以前からの買替えのユーザーが我慢できなくなってきている。商用車も少し売れてきており、3か月先は法人客の売上が見込める。
		その他専門店 [医薬品] (店員)	・チラシ広告の効果が出ている。季節商品の販売量、来客数の動きが順調である。
		都市型ホテル (スタッフ)	・春休み時期の観光客及び例年より早く開催する甲子園の選抜大会への期待が大きいが、前年に比較すると単価も下落しており、厳しい環境自体に変わりはない。
		旅行代理店 (店長)	・3月出発の海外旅行の受注はますますであり、国内も春に向かってテーマパーク等の問い合わせが徐々に増えてきている。
		通信会社 (経営者)	・わずかではあるが新規案件の問い合わせが増えてきている。
		通信会社 (社員)	・県内サービスエリア展開の加速やIP電話の導入など、ニュースが多いので期待できる。
		通信会社 (社員)	・元来需要期ではあるが、それに乗じての新型機種投入もありうる。
		住宅販売会社 (従業員)	・生前贈与非課税枠の拡大がもっと世間に認知され、契約量の増大につながる。
	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・各種住宅取得促進策が打たれているため、不動産購入は継続して好調に推移している。この動きは低金利が保たれた場合、住宅ローン控除特例の期限が来る今年末まで続く可能性がある。	
	変わらない	一般小売店 [時計] (経営者)	・卒業、入学シーズンでお祝い品の需要はあるが、単価が上昇するというのは難しい。
		百貨店 (売場主任)	・よくなる要素がない。一部のトレンドを追いかけるOLを除けば、消費意欲は春になっても回復しない。
		百貨店 (売場主任)	・ギフトについては、乾物関係の低迷もあり今後良くなる要素が見当たらない。
		百貨店 (売場主任)	・業種自体が新規オープンなどの増える時期でもあり活気が戻ることも予想されるが、最近の傾向として効果が長続きし
		百貨店 (売場主任)	・本年の春夏ファッションで大きく目立つトレンドがなく、今後も引続き厳しい状況が続く。
		百貨店 (売場主任)	・一部春物商品を立ち上げているが、衣料品の買い控え感が強く、無駄なものは買わない姿勢がさらに強くなっている。今後も厳しい状況が予想される。
		百貨店 (営業担当)	・株価の低迷なども考えると、余裕資金での買物は見込まれない。低単価の必需品だけが動く見通しである。
スーパー (経営者)		・客の厳しい買物の状況がこのまま続くと思われる。建設土木関係客が多いので、景気の波をまともに受けている。	
スーパー (企画担当)		・野菜等の相場は上昇してきているが、鮮魚、一般食品等の単価が上昇せず、売上は今までの横ばいであると予想される。	
一般レストラン (経営者)		・全体的に客の動きを見ると底だと考えられる。これ以上落ちることはないのほとんど変わらない。	
一般レストラン (スタッフ)	・春休みのイベントで来客数増加が期待されるが、あまり大きな変化は期待できない。		
旅行代理店 (広報担当)	・今年は大きなイベントはあまりなく、需要が伸びず、現状から変わる要因は見つけれない。オフ期に伸びない状況は、今春も現状と変わらないものと判断している。		
タクシー運転手	・新年宴会の数、客の動向はあまり変わらない。寒い時期にこの調子だとますますで、この状況が続くと思われる。		
通信会社 (経営者)	・短期的には大量需要を呼び込む商品やサービスが出てこないで、変化は期待できない。		

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
		通信会社（社員）	・春のキャンペーンや新商品発売などで盛り上げるため、このまま販売量を保てると思われる。
		観光名所（経理担当）	・春のイベントを予定しているが、現状維持が精一杯である。
		競輪場（職員）	・1人当たりの売上単価は上昇しているが、一時的なものでこのまま続かない。
		美容室（経営者）	・3月に大型同業店が開店予定である為、固定客は見込めても新客は望めない。
		美容室（店員）	・客の買物金額の低下や、来店周期が伸びるといった今の傾向がそのまま持続する。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・この状況はしばらく続くと思われ相当厳しい。出店についても慎重なスタンスが続いている。
		住宅販売会社（従業員）	・現在の需要は新規取得や、高齢者に代表される余裕生活者の需要であり、税制改正等での住宅取得に対する支援措置はみられるが、根本的に景気が改善するには買替層の需要が伸びないと無理である。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・バーゲンの反応が今ひとつなく、消費が本当に冷え込んできている。このままではかなりの景気の悪さが続く。
		百貨店（売場主任）	・ファッション関連では消費を引っ張るトレンドリーダー的な商品が出ず、厳しい状況が続く。
		スーパー（経営者）	・大衆商品を中心とする店頭では、ますます購買頻度を上げ、一回の買物単価を抑制する客の行動が常態化している。将来に対する不安を先取りしての行動であるため、先行きは厳しい。
		家電量販店（店長）	・健康商品、空気清浄機は今後売れる見込みがあり、大型テレビへの関心も高いものの、昨年のサッカーワールドカップのような需要がないため、AV関係でやや暗い兆しがある。
		乗用車販売店（営業担当）	・今年はフルモデルチェンジする車がないので、今ひとつお客様の代替見込みが少ない。
		自動車備品販売店（従業員）	・顧客の消費意欲は1月に入り一段と低迷しており、もともと個人所得が減っているなか、賞与明けの1月以降は一段と悪化していく。
		一般レストラン（スタッフ）	・今のところ不況感を払うような活気ある話題が見当たらない。したがって、景況感に大きく左右される業界全体の回復は望みにくく、見通しは暗い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約状況が宿泊、宴会とも芳しくなく、対前年比はもちろん3か月前と比較しても件数、金額とも減少している。
		旅行代理店（営業担当）	・先行受注状況は前年を下回る傾向にある。間際申込の傾向が進んでいるが、お買得商品に流れるため伸びは期待できない。
		通信会社（経営者）	・ITで実現するべき開発案件は多いが、効果と予算の評価がかなりシビアになってくる。より付加価値の高い提案と新しい概念の導入が不可欠になる。
住宅販売会社（経営者）	・通常、新春の時期は正月休みから市場が活発化するが、今年は未だ停滞しているようである。この分だと見通しは暗い。		
悪くなる		商店街（代表者）	・不安材料が多く、これからの見通しが立たない。同業で廃業する会社が増えてきている。
		衣料品専門店（経営者）	・金利、株価等の低迷の継続もしくは悪化により、高級品の売行きがこの先不透明である。さらに、仕入先の業務縮小により思うような品揃えができないことも見通しを悪くしている。
		都市型ホテル（副総支配人）	・宿泊、宴会ともに予約状況は厳しい状況である。
		旅行代理店（営業担当）	・先行予約状況が昨年を割り込み、春需要の初動が悪い。間際予約が多くなっているものの現状の動向では先行きが不安である。
		タクシー運転手	・値引き合戦が続いており、安売りする競合他社が多数出てきている。料金体系も様々で、なお一層厳しくなる。
		遊園地（経営者）	・関西大型遊園地の廃業や閉鎖などが発表され、一段とマイナスイメージになっており、今後の厳しい状況が予想される。
企業動向関連	良くなる	建設業（経営者）	・先々の受注予測が立てられる状況にある。通信電力関係の電線類地中化工事と土壌汚染調査を主体としているが、どちらの分野も、これから市場の拡大が見込まれている。

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
	やや良くなる	通信業（営業担当）	・中規模企業の受注が増える傾向にある。しばらく受注量が停滞していたが、営業からの報告では6月までの間に受注できる中規模企業は増加するとの事である。
		金融業（支店長）	・単価の面での問題はありますが新規受注の商談があり、営業推進した結果が実を結び始めている。
		広告代理店（営業担当）	・2月後半以降の広告の発注状況は非常に好調で、前年同期とは全く異なる活況を示している。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・伸びる要素がない。大口得意先である量販店にしても新規出店があまりなく、企画も目新しさが無い。色々な新製品も春に向けて出ているがヒットしそうな物が見当たらない。
		繊維工業（経営者）	・春先に新作の発表を控えているが、投資資金が確保できにくい状態である。今までの商品を改良することで経費の節減を行わないと、値段が下がる状況では先行投資が難しい。
		精密機械器具製造業（営業担当）	・IT投資の抑制を打開するきっかけが見当たらない。
		広告代理店（営業担当） 経営コンサルタント	・販売価格も利益度外視の売値に定着しているため、販売量が回復しても利益が上がることは期待できない。 ・受注先の投資の状況や、経費の使い方を見ていると、事業や設備の維持に必要な支出は最小限で行うものの、事業拡大や設備更新、新規事業のための支出や投資がない。
	やや悪くなる	広告代理店（従業員）	・コンペの状況を見ると、これまでクライアントはクリエイティブ力と見積金額を総合的にみて判断していたが、現在はクリエイティブ力より見積金額を重視している。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・小売においては、売価低下や競争激化が広まる傾向で回復材料に乏しい。また中間流通においては、資金不足により仕入れの絞込みが進む。
	悪くなる	繊維工業（団体職員）	・国内全般に需要回復の見込みがなく、その影響を受ける。なかでも、法人需要の見込みがない。
		不動産業（営業担当）	・マンションの供給が過剰になってきているため、今後マンションが売れなくなると商業地の買い手がなくなり、なお一層土地の価格が下落する。将来的には価格はまだまだ下落する。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読料の滞納や購読契約の中途解約が増えてきており、先行きは厳しい。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	民間職業紹介機関（支社長）	・劇的な変化はないが、いくらか採用数を広げ始めた企業が出てきた。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・顧客の状況が相変わらず悪い。人員削減にとどまらず減資などで会社規模を縮小する企業まで出てきている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大手企業でリストラ社員の転職支援依頼が増加しており、派遣会社の手先などの派遣依頼は落ち込んで、転職支援事業が伸びている。求職者の働く場所が大手から中堅、中小企業へシフトしている現況であるが、中堅、中小企業は景況の不透明感で辛抱、我慢の連続であり採用の拡大は今後も望めない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・まだ求人数は低調である。現在の教育関連求人数の活発化を見ると、活発化する業界とそうでない業界の二極化が進んでいる。この状況が今後も続く。
		職業安定所（職員）	・大規模なリストラは減少傾向にある。若年層中心に自己都合による離職者が減らないため、求職者が高水準で推移している。今後もこの傾向が継続する。
	職業安定所（職員）	・新規求人が対前年比において微増しているものの、業種により大きく偏っており安定した回復は見込めない。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・例年、4月に正社員を採用しない企業からの受注が相次ぐ時期にも関わらず、統合や合併を済ませた企業、あるいはその予定のある企業が採用を手控えている。採用予定のある企業においても最少人数で、大口の受注が見込まれない。
		職業安定所（職員）	・複数の事業所が1年前にリストラを実行したにも関わらず、予想以上の景気の落込みにより再度リストラを計画している。
		職業安定所（職員）	・一般の求人条件が特に賃金面で悪くなっている。数年前に出した求人を復活する際、賃金を下げる事業所も目立っている。今後の見通しは暗い。
悪くなる	-	-	