

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	・プロ野球のオープン戦が開始され、人工芝の入替えもあり来客数の増加が見込まれる。
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・今までなかった部分の客のニーズに合った商材が増えてきたので、見通しは明るい。
		百貨店（営業担当）	・絵画、時計、ダイニングの改装など客よりの問い合わせ、引き合いが多くなってきた。
		スーパー（企画担当）	・商品の動きが若干速くなってきていて、シーズン商品等の動きが良い。来客数の増加で売上が伸びる。
		衣料品専門店（営業・販売）	・少々高額であっても商品へのこだわりを注文する人が増加しているため、先行きに期待できる。
		乗用車販売店（営業担当）	・法人を中心に活発な動きが出てきており、先行きが明るくなってきている。
		住関連専門店（経営者）	・個人客の開業が最近半年間は極めて低調であったが、最近になって引合いが出だしてきているため、先行きに期待できる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・シーズン要素が強いが、前年度より予約先行率が上昇している。経費削減で温泉宿泊付き会合を地元宴会だけで済ますケースもあるが、宴会も順調に入ってきた。
		通信会社（経営者）	・新商品の売れ行きが好調であり、先行きに期待できる。
		通信会社（社員）	・ブロードバンドに対するニーズは一巡している状況だが、IP電話やケーブルテレビにおけるニーズが出
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・予定される大型税制改正の効果を期待したい。3500万円までの住宅取得資金贈与の特例が決まれば、少しは不動産投資熱が高まる。		
変わらない	一般小売店〔花〕（経営者）	・お金の使い方が明らかに変わってきている。要るものはより安く、安くても要らないものは要らないという消費者側の明確な意思が出ている。今後もこの状態	
	百貨店（売場主任）	・春夏は改装計画もなく、消費回復につながるファッショントレンドの要素もないため、引き続き厳しい状	
	百貨店（売場主任）	・一部のトレンドに反応するOLを除けば、消費意欲は春になっても回復しない。	
	百貨店（担当者）	・春物の新作の投入で売上は良いが、2、3か月先もこのまま売れるか読めないため、先行きの見通しは変	
	百貨店（経理担当）	・1年以上前年比をクリアしておらず、これ以上悪くなる要素が見つからない。	
	百貨店（売場担当）	・郊外店のため流行は遅く、2か月後ぐらいに春夏物の需要がくると思うが、ヒットアイテムが出なければ売上も伸び悩む。	
	スーパー（経理担当）	・昨年度に引き続き積極的に改装を進めているが、以前ほど改装効果が顕著に現れる例は少なく、売上増に結び付かない事から、今の状態が続くと思われる。	
	コンビニ（エリア担当）	・過去7か月程度、既存店実績の前年割れがマイナス3～4%で続いているため、この状態が続くと考えて	
	家電量販店（経理担当）	・一進一退の状態、これといったヒット商品も見当たらないことから、今の状態が続く。	
	家電量販店（企画担当）	・今後独り立ち需要は増えるものの、全体を高める効果にはならない。	
	乗用車販売店（営業担当）	・2～3月は例年増販月間でもあり、低年式車保有の客も活発に動いているように見えるが、4月以降低下することが予測されるため、今の状態が続くと思われ	
	その他飲食〔コーヒーショップ〕（店	・昨年対比で来客数が減少している。値引きによる価格競争に突入してその出口が見える気配がない。	
	観光型ホテル（経営者）	・先の宿泊予約状況をみても低単価のものに集中しており、一つの団体客に複数の旅行エージェントが絡み合い、値引き合戦を繰り返している状態である。	
	都市型ホテル（副総支配人）	・宿泊、一般宴会の予約は前年より低調であり、婚礼は前年を下回る。レストランはリニューアル効果を期待して、現状と変わらず推移するとみている。	
旅行代理店（営業担当）	・春以降の商品はますますの受注状況であるが、伸びの勢いはなく、イラク情勢により海外旅行の受注が落ち込む傾向がある。		

		旅行代理店（広報担当）	・新キャンペーン商品を出しても2、3か月先の物は見向きもしない。春休み、GWの旅行は予算内でまとめ、決して金額オーバーしないなどの動きがみられるため、厳しい状況は変わらない。
		通信会社（社員）	・売れる状況になりつつあるという点では好調といえるが、一方では他社の値下げが目立つようになり、全体として変わり映えしないなど、厳しい状況が今後も
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・住宅金融公庫の基準金利が市場3番目の低金利に下がり、生前贈与の住宅取得特例も実施されるなど、景況の不安感はあるものの住宅購入への後押しとなることから、住宅購入意欲が減少する可能性は低く、今の
やや悪くなる		百貨店（売場主任）	・ブランドは多少伸びているものの、ギフトは縮小傾向にあるという状況から、全体的に外商、売場の見通しは非常に厳しい状態である。
		百貨店（企画担当）	・春物商戦も期待できるトレンドアイテムが見当たらず、ファッションを中心に苦戦が予想される。
		スーパー（広報担当）	・雇用、所得環境が更に悪化し、いくら安価でも不必要な物は買わないという傾向がより強まり、消費の冷え込みはさらに厳しくなる。
		一般レストラン（スタッフ）	・ゴルフ場の倒産や大型遊園地の閉鎖等が相次いでいるため、ますます不況感が高まっている。
		観光型旅館（経営者）	・地元のスーパー、地元銀行支店の撤退の情報が流れることによって、不景気感がより一層広まってきているため、先行きに期待はできない。
		ゴルフ場（経営者）	・思い切った値引きを打ち出したが、予想したほどの増加にはつながっておらず、先行きの見通しは厳し
		ゴルフ場（経営者）	・業界最大手のゴルフ場運営会社が民事再生法の適用を申請した。今後、同社のゴルフ場が安い料金で営業する可能性があるため、同じ地域にゴルフ場がある当社としては影響を受けやすい。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・保護者との懇談から、一部では教育費に大きな額をあてているが、大多数の保護者はそこまでのゆとりがないと感じられるため、先行きは厳しい。
		住宅販売会社（経営者）	・現在は、住宅流通市場の年間を通じて一番活発な時期であるにもかかわらず需要が少なすぎるため、先行きの見通しについても期待できない。
		住宅販売会社（従業員）	・税制改正により、贈与税の非課税枠拡大等明るい環境ができていますが、恩恵を受けられる層が少ない。企業の再編が加速される来年度は、高額商品であるマンション購入のマインドが上がるとは思えない。
悪くなる		商店街（代表者）	・需要が学校関係商品にシフトし、一般物販は動かない時期であるため期待できない。
		一般小売店〔食料品〕（経営者）	・昨年に比べて来客数が減少し、客単価が下落している。先行きの不安から、欲しい物さえ買い控えるという傾向が強くなっている。今後の見通しは厳し
		衣料品専門店（経営者）	・高額品を買う客が減っているのと同時に、地方自治体の実施している「エコスタイル」の影響で需要の低迷が予測される。
		衣料品専門店（店員）	・景気不安などが先行し、買い控えの傾向が強まっている。経営者などオーナーは相変わらず購入しているが、サラリーマン層の一層の落ち込みが予想される。
		タクシー運転手	・乗車回数が減り、距離も伸びないという傾向が表れてきているため、先行きの見通しは暗い。
		タクシー運転手	・夜の繁華街は暗く、良くなる見込みがない。
		遊園地（経営者）	・春の団体予約状況が昨年より悪い。年々予約状況が落ち込んでいる。
企業動向関連	良くなる		
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・徐々に注文が入るようになってきた。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・この状況下で急成長している会社が数多くある状況であり、自然淘汰される老舗の大手企業が落ち着けば全体に落ち着きを取り戻す。そういった大企業と関係の深い中小企業も多いので、やや良くなる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・更新、補修を中心に具体的な引合いが増えてきた。価格的には厳しいが受注が見込まれプラス要因とな

		広告代理店（従業員）	・既存クライアントの広告費は削減傾向にあるが、今後外資系大手スーパーの出店加速が予定されているため、減少分を補えるものと見込んでいる。
		広告代理店（営業担当）	・4月以降も好調が継続するのではないかという感じが広告取引をしても肌で感じられる。
変わらない		食料品製造業（経営者）	・よくなる要素がない。リストラによる閉店が多く、売場が狭くなっている。
		食料品製造業（従業員）	・色々とキャンペーン等を打ち出して売上の拡大を狙っているが、何とか前年売上をカバーできる水準を確保するのがやっとである。量販店では家庭向け商品全般に伸び悩んでおり、必需品以外購入しない傾向にある。この傾向は今後も続くと思われる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・得意先や外注先のムードはいかにも悪く、売上増のための対策を盛んに打ち出しているが、反応が鈍いことから、先行きには期待できない。
		不動産業（経営者）	・3月のテナント入替え時期を迎えているが、引越し需要や、新規客など昨年に比べても2～3割減少していることから、厳しい現状は続くと思われる。
		不動産業（経営者）	・地価下落の底打ちの予測はなかなか立たないものの、ペイオフ、贈与税にまつわる税制特例等から住居または総額の小さな収益物件の需要が見込まれつつあり、今の状態が続くと思われる。
		広告代理店（営業担当）	・上向きの業種もあるが、地場産業は特に落ち込んでおり、今の状態が続くと思われる。
		司法書士	・以前と比べて量的にはほとんど変わらないが、現状でも不動産売買、新規融資、新規事業の相談はある。ただ、継続性があるかは判断しがたい。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・小売においては、価格低下や競争激化が広がる傾向で、回復材料に乏しい。消費者においても将来に対する明るい希望が描けない状況なので価格に厳しく、この傾向には更に拍車がかかることが懸念される。
やや悪くなる		金融業（支店長）	・融資に対する返済金額の削減、期間の延長等の申し出が多いことから、先行きの見通しは暗い。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・経費の節減を理由にした購読の中止が増えてきた上に、新規の読者獲得が伸びないため、先行きは厳しい。
悪くなる		繊維工業（団体職員）	・輸入量が更に増加しており、受注量の回復が期待できない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・4月以降の受注量が予測できない。現在販促策を打ち出しているが、ライバルとの競争激化は避けられない。
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・今後、若年層フリーターに対する職業意識を向上するための活動支援や、緊急地域雇用創生交付金の活用など、様々な雇用創出支援が活発になる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人数だけでなく、新聞広告の増加が期待できるような動きが少しずつ始めている。求人の動きに関しても中小企業からの求人が出始めている。
	民間職業紹介機関（支社長）	・すべての企業が回復しているわけではないが、採用数の拡大、復活が出始めた。	
変わらない		人材派遣会社（経営者）	・来年度以降については各社慎重になっており、賃金については横ばい、下落傾向である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・取引先企業は募集費用の節約のため、まずはハローワークへ依頼し、そこで採用できなければ他の費用の安い機関を利用している。新聞広告は高いというイメージを持たれているため、今後も苦戦が続く。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は雇用動向指標の先行指数であるといわれており、景気は上向いていくと思われるが、まだまだ大型倒産が増加する可能性も大きく、不安定な要素
		学校〔大学〕（就職担当）	・採用、求人も先行き不透明であるのか、昨年は皆無であった学内セミナーのキャンセル件数が増加し
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・リストラ推進策が浸透しつつあり、期間限定の契約が増加し、来年度は厳しい展開が予想される。即戦力の人材を求められるため、雇用のミスマッチも深刻化し求職者の期待に応えられない懸念がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求職者が求めるものと求人企業が求めるものが異なっている状況が継続している。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設工事現場での求人数の先行指数である鉄筋工の求人数が少ないため、景気の先行きには期待できない。

	学校〔大学〕（就職担当）	・現3年生を対象とした求人数は前年同月比で50.5ポイント減少している。特に事務用機械器具、建築材料、繊維、鉄鋼、金属関連の業界からの求人が減少しているため、先行きは厳しい。
悪くなる		