

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	旅行代理店（従業員）	・トリノオリンピックやサッカーワールドカップの好影響に期待したい。
		通信会社（社員）	・テレビの買い換え需要が更に増えてきているほか、今後は地域性を考慮したサービスの展開などでケーブルテレビの優位性を更に高める。また、光ファイバーを使ったサービスを春以降展開していくため、その部分でも販売が拡大する。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球シーズンが始まるが、今年のフランチャイズ球団には人気選手が入団したことから、来場者数が増加する。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・医療保障関連商品の新規契約件数が増加してきている。また、団塊ジュニア世代の年金保険の販売も好調である。
	やや良くなる	一般小売店〔酒〕（経営者）	・今月には700床ある総合病院が近隣にできたほか、12月発行のミニコミ誌に店の記事が掲載されたので効果が表れる。
		百貨店（売場主任）	・いくつかのスーパーブランドで昨年からの円安による値上げが続いているが、売上に対する悪影響はみられず、逆に単価アップとなっている。また、ファッション衣料品では、一部立ち上がっている春物商品へも関心が高く、雑誌掲載品を中心に入荷時期などの問い合わせが多く入っているなど、購買意欲がおう盛である。
		百貨店（売場主任）	・内祝需要の時期に入るが、景気の状態をみると少しずつ回復してくる。
		百貨店（売場主任）	・高品質な高額品への需要が増えてきており、良い物であれば金額に関係なく売れる傾向がみられる。また、新規ヒット商材の開発への取組が早くなってきている。
		百貨店（企画担当）	・高額の時計など動きが活発なアイテムもあり、長期的には改善傾向にある。
		百貨店（経理担当）	・毛皮やブランドバックなど売行きが気温に影響される商品が含まれているものの、高額品の売行きは良い。また、外商では、業績が良くなっているという企業経営者が以前と比べて多くなっており、業種も広がっている。
		コンビニ（店長）	・たばこや酒類といった免許品以外の商品で、売上前年比のマイナス幅が改善してきている。既存店では9月がマイナス1.4%、10月がマイナス2.1%、11月がマイナス1.2%、12月がマイナス0.9%で推移している。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・固定客からの注文が増加しているほか、新規客の増加がみられる。
		家電量販店（経営者）	・地上デジタル放送の開始が近づき、地上デジタル放送対応テレビの需要が一層増加する。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・寒波の影響で来客数が減少しているが、2、3か月先については天候も落ち着き、やや良くなる。また、買取りや修理などを手掛ける当社のビジネスモデルも定着してきたので、売上が伸びる。
		観光型旅館（団体役員）	・今年は愛知万博のような全国規模のイベントもないので、業績は上向きとなる。
		都市型ホテル（経営者）	・宿泊予約をみると、予約状況が良い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前月同様に、先行予約などがやや上向いている。なかでも、自動車関連、不動産業界が利用頻度、単価共に突出している。ただ、客からは原油価格の上昇と、株値の先行き不安により、今後どのような影響が出るのか予測がつかないとの声が多い。
		旅行代理店（経営者）	・トリノオリンピックやサッカーワールドカップの報道のほか、5月の連休の日並びの良さなどが報道されているので、客の気分によって需要が左右される旅行は、今後良くなる。
		タクシー運転手	・年度末を控えて需要の増加に期待しているが、年明けにこれだけ暇であれば、年度末は例年より暇になることが懸念される。
		タクシー運転手	・企業関係の受注および一般客の乗車は確実に増加傾向であることから、今後もこの傾向は続く。
通信会社（経営者）	・今年の春商戦は、規模が小さいながらも例年に比べて盛り上がる。		
観光名所（経理担当）	・例年にない寒波や大雪により、12月に続いて1月も来客数、販売量共に10%程度ダウンしたが、2～4月の観光客からの引き合いが多いことから、昨年よりも来客数が増加する。		

	競輪場（職員）	・直近2、3か月の1人当たりの購買単価は、低位ながら上昇傾向に転じてきたことから、引き続き上昇傾向が続く。ただ、依然として入場者数が増加する兆しはない。現在の購買単価の上昇が単なる正月景気の可能性もある。
	その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・3月以降の予約状況は、恒例の催し、新規の催しを含めて非常に順調に入っている。
	美容室（店員）	・客の自由になるお金が増えてきている。
	その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・インターネット経由のオンラインサービスや、カード事業によるシナジー効果が拡大傾向にある。
	その他住宅〔情報誌〕 （編集者）	・地価上昇に伴う物件価格の上昇にも、現時点ではエンドユーザーが付いてきている。将来的な金利上昇予測に支えられて、不動産の販売は、当面は順調に推移する。
変わらない	商店街（代表者）	・今月のセールには新鮮味がないものの、防寒物は好調であるほか、春物も動いている。今後、当分寒さは続くものの、徐々に暖かくなることから売上は伸びない。
	一般小売店〔時計〕 （経営者）	・この1か月の間に、近隣で強盗事件が2件発生したほか、今話題になっている構造計算書偽装問題も他人事ではないという雰囲気が漂っている。本来であれば入学や就職シーズンに向けて明るい兆しを感じる時期であるが、接客するなかでは、明るい話題よりも、そついった話で持ち切りである。客が余裕を取り戻すには時間が掛かる。
	一般小売店〔精肉〕 （管理担当）	・米国産牛肉の輸入再禁止の影響が懸念される。いずれにしても国産の相場には良い影響はないことから、今の状況は変わらない。
	一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・昨年末から現在にかけて、寒さの影響による消費が伸びた。長期予報では2月も寒くなるため、春先に向けてどのような気温になるか判断が難しい。そのため、春物の売行きの見通しが不透明であり、客の動きも判断が難しい。
	百貨店（売場主任）	・春物の動きは気温次第で早々から動き出す。クリスマス商戦も好調だったことから、バレンタインデーやホワイトデーなどのギフトモチベーションも売上が伸びる。
	百貨店（売場主任）	・子供関連の商品は少子化の影響により伸びる要素は非常に少ない。また、紳士関連でも、前年も上昇傾向にあったことから、2年連続で前年実績を超える要素は少ない。
	百貨店（営業担当）	・ブランド品の競争はさらに激化するため、個々のショップは売上が落ちるものの、優良な固定客を持っている高級ブランドでは、高額品の好調で売上の減少をカバーする。
	百貨店（サービス担当）	・顧客ニーズの変化が早く、熱しやすく冷めやすい傾向が年々進んでいる。半年周期で改装や新しいショップの導入を実施していかなければ顧客離れが進むため、売上確保のための投資が増加する。
	スーパー（経営者）	・春先に生鮮物が市場にあふれる懸念があったが、重油高などの影響で生育が不調との情報もあり、相場暴落の懸念は薄れてきた。結果として、現状の傾向が当面は続く。
	スーパー（経理担当）	・気温の低い状態が続いており、売上は堅調に推移している。今後、春型の売場への切替え時期と気温の上昇傾向のタイミングが合えば、好調が持続する。
	コンビニ（経営者）	・来客数はほぼ一定しているが、高額商品の売行きが相変わらず不調である。客単価が上がらない状況はしばらく続く。
	衣料品専門店（経営者）	・衣料品店では、バーゲンセールの売行きがあまり思わしくない。バーゲン期間が終わっても春物が順調に推移するとは考えられないので、苦戦を強いられる。
	乗用車販売店（経営者）	・自動車市場は、景気の動向にあまり連動しない循環型の動きになってきた。
	乗用車販売店（経営者）	・新車の販売や車検など、仕事はある程度みられるが、売上は現状維持である。
	乗用車販売店（営業担当）	・来客数は増えるが高級車が売れないなかで、排気量が1500～2000CCクラスの車種は売れるものの、ユーザーとの値引き交渉に苦労する。
乗用車販売店（営業担当）	・良くなる動きはみられるものの、客の動きはシビアであり、少しでも安い店に行く傾向にあることから、先行きは横ばいである。	
その他専門店〔印鑑〕 （店長）	・周辺で12月末で閉店した店もみられるなど、個人消費に回復の兆しはみえない。	
その他専門店〔スポーツ用品〕 （経理担当）	・冬物の消化が順調に進み、越年在庫が少ないことから、今後は身軽に商売が開始できる。	

	都市型ホテル（支配人）	・売上の中心である会議や宴会の予約状況をみると、会議が中心となっており、宴会の予約がやや弱い。また、ほかのホテルとの競合もあることから、全体としては変わらない。	
	都市型ホテル（役員）	・婚礼宴会は競争激化で厳しいものの、宿泊、レストラン共に来客数の増加傾向は続く。春以降は特に、宿泊では前年の愛知万博による旅行客の減少も一巡し、エーゼントからの送客も増加する。	
	都市型ホテル（営業担当）	・宿泊ではオフシーズン料金が出てきており、アジアの団体客などの取り込みが厳しい状況であるものの、2、3月は前年並みの入込状況である。宴会に関しては、一般が2、3月共に前年に比べて入込が弱い一方、婚礼は、2月は前年割れであるが、3月は前年より多く、累計では大幅な上昇となっている。	
	旅行代理店（広報担当）	・国内では神戸空港の開港効果が持続するほか、海外ではゴールデンウィークの受注がピークとなるので、今の好調を維持できる。また、今年のゴールデンウィークの日並びは、2日間の平日を休めば9連休と良いので、旅行需要が増える。	
	タクシー運転手	・昨年に比べて新年会などが増えているため、今後週末の動きが活発になる。	
	タクシー会社（経営者）	・サラリーマンのライフスタイルが変わり、電車がある間に帰宅するといった動きが今後も続く。	
	観光名所（経理担当）	・集客のためのイベントや広告掲出数を増やしているものの、来場者が伸びておらず、前年度の維持が精一杯である。	
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・来月に体験入学キャンペーンを行うため、その結果によって来年度以降の生徒数の動向が分かる。	
	住宅販売会社（経営者）	・季節的要因で市場に若干にぎわいが出るものの、半年から1年というスパンで緩やかに推移する。ただ、中小零細企業の業績はいまだに下向きであるため、全体的には大きく変化することはない。	
	住宅販売会社（従業員）	・土地価格については上昇基調が続くが、エンドユーザーへの価格転嫁が難しい。	
	住宅販売会社（総務担当）	・構造計算書偽装問題については、個人住宅販売には大きく影響しない。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・平成18年度税制改正大綱によると、住宅取得者にとってメリットが感じられない物となっている。今後も住宅取得へ支援策がなければ需要喚起につながらない。	
やや悪くなる	一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・カメラ業界の大手メーカーが事業縮小を表明するなかで、それ以外のメーカーが今後どのような動きをみせるかによって、業界の様子が一変する。	
	百貨店（店長）	・和歌山地区においては、まだまだ売上が前年の水準を上回ることができず厳しい状況である。	
	自動車備品販売店（営業担当）	・例年、年末年始が過ぎると来客数も販売量も落ちるが、今年は3月までは新製品もあまり出ないので、難しい時期になる。	
悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・パーゲンセール後のプロパー商品の売上を維持できるかが不安であるほか、客の購買意欲の低下が懸念される。	
	観光型ホテル（経営者）	・先の予約状況をみると、例年の予約人数をかなり下回っている。旅行代理店で企画する当地域への募集团体ツアーも、今年は例年よりもかなり少なくなっている。	
企業動向関連	良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・この2、3か月は非常に好調である。設備投資関連の受注であるため実需に基づいたものであるが、今後生産能力の過剰といった影響が出てくることが懸念される。
		建設業（経営者）	・コンプライアンスや、企業の社会的責任に対する意識が確実に高くなってきているので、当社の業務は今後も伸びる。
		金融業（営業担当）	・中小の建築業者など一部の企業では、今後も単価の値下げにより、売上、利益共に伸び悩みや減少傾向が続く。一方、建機部品製造業や自動車部品製造業の製造業、ガラス容器卸売業、菓子小売業などの幅広い業種で今後も売上が増加する。
やや良くなる		木材木製品製造業（経営者）	・受注量が増えたほか、新規の見積依頼が多く寄せられている。
		金属製品製造業（経営者）	・自動車部品を中心に、日本でしか生産できない材料や部品については、内需、輸出共に拡大している。
		金属製品製造業（管理担当）	・構造計算書偽装問題が起こった後は、建築工法に関する問い合わせが増えている。また、今まで取引のなかった会社との契約も成立した。

	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・深夜放映されるトリノオリンピックやサッカーワールドカップなどのスポーツイベントを前に、きれいな画質で録画できるハイビジョンレコーダーやハイビジョン薄型テレビなどの一層の荷動きの増加が期待できる。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	・受注量の増加が見込まれる。	
	建設業（営業担当）	・エリアによる格差はあるものの、梅田や郊外のターミナル駅前のテナント賃料が持ち直していることから、収益ビル事業においても投資に追い風が吹いている。	
	輸送業（営業担当）	・運賃が厳しい水準にあるほか、軽油価格が高騰傾向ではあるものの、やや荷量が増えつつあり営業活動が活発になってきた。	
	不動産業（営業担当）	・神戸市の中央区から西宮方面まで土地の価格が上がってきている。ただ、神戸市の北区や西区、明石方面はまだ上がるまでには至っていない。	
	広告代理店（営業担当）	・4月以降の広告出稿計画も、前年比でプラスの取引先が多い。	
	司法書士	・不動産が多少動いていることや、企業も事業目的を増やしており、活動範囲を広げる努力をしているので、やや良くなる。	
	コピーサービス業（従業員）	・今後はトリノオリンピックやワールド・ベースボール・クラシック、サッカーワールドカップなど世界的なスポーツの祭典が目白押しであり、協賛企業からの宣伝企画資料やパンフレットなどの印刷需要が増える。	
	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・トリノオリンピックやサッカーワールドカップなど大型イベントが目白押しであり、関連業界からの広告出稿が増える。	
変わらない	食料品製造業（経理担当）	・気候に影響される商売であるが、今後も寒さが続くことから良くはならない。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・ガラス瓶容器メーカーは景気に敏感であるが、同業他社に聞いても良い話が聞こえてこない。	
	金属製品製造業（総務担当）	・全体的に建築需要も上向いているが、マンションの構造計算書偽装問題の影響により、ゼネコンやデベロッパーに多少不安要素がみられる。	
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	・安価な商品の輸入攻勢が依然として続いていることから、非常に厳しい状況は変わらない。	
	建設業（経営者）	・これから東京、名古屋中心に業界も上向き傾向となる。ただ、受注時点の契約金額では吸収できない原材料の高騰や、職人不足などが問題となるほか、今後も中小建設会社による受注競争は続く。	
	輸送業（営業所長）	・年度末に入り仕事量も増えるが、排ガス規制への対策で減車する協力会社も多く、車不足となることが懸念される。	
	不動産業（経営者）	・収益マンション、収益ビルなどの取得希望者が多く、利回りが低下傾向にある。	
	広告代理店（営業担当）	・広告効果が思ったほどは出ず、継続するスポンサーが増えていないのが現状であり、先行きも変わらない。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・通常の商品の売行きはあまり良くないので、この先も横ばいである。	
やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・原材料、資材メーカーから価格値上げが伝えられ、現実に価格が上昇している。一方、販売価格は問屋や量販店の力で値上げは到底できない。このような状況では、最終製品加工メーカーは良くならない。	
	繊維工業（総務担当）	・今後の売上予定が立てにくくなっているほか、今後の催事に経費が掛かり過ぎる。	
	繊維工業（総務担当）	・例年になく寒い冬となったため、現在は防寒用繊維品の販売が一時的に増加した。しかし、春夏物の商品については依然慎重な見方となっている。	
	繊維工業（団体職員）	・一部に国産品に対する引き合いもあるが、実需にはまだ至っていない。それ以上に、定番品の減少による影響が大きくなっている。	
	化学工業（経営者）	・大型物件が少なくなっているほか、受注量の減少に対する穴埋めも難しくなっている。また、メーカーからは再三の値上げ要請が来ているものの、カタログなどの関係から売価への転嫁も困難であり、今後影響が深刻化する。	
悪くなる	-	-	
雇用	良くなる	人材派遣会社（社員）	・金融機関からの求人の引き合いが止まらない。

関連	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・正社員の雇用情勢が引き続き好転しているなど、景気の先行きに対する企業の自信が表れている。特に、製造業においてその傾向が強い。
		人材派遣会社（社員）	・顧客企業が正社員を採用する体力が戻りつつある。その反面、派遣社員の人材が不足傾向にある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・3月期末の新聞広告出稿量をみると、現段階で前年比ベースで10%の伸びがみられる。
		職業安定所（職員）	・新規求人の伸びはやや落ち着いているものの、主要な産業では依然として求人意欲が高く、求職者サイドでも正社員での就職が増加していることから、より安定した仕事に就ける状況が今後も続く。
		職業安定所（職員）	・有効求人数の増加傾向が続き、求職者のなかにはより良い条件への転職を求めて来所する転職者もみられる。また、雇用保険の受給者は平成14年8月以降、40か月連続して減少している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・平成18年度の卒業生を対象とした求人情報は徐々に増加している。学内企業研究会への参加を希望する企業は年々増加しており、大手企業のみならず中堅、中小零細企業も積極的な動きをみせている。
変わらない		人材派遣会社（経営者）	・人材派遣の依頼は今後更に増えるが、正社員志向が進むなかで、いかに人材を集めるかが難しくなる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・求人広告市場をみると、パートで募集年齢の上限が上がってきている。2007年問題に伴い、団塊の世代の就職市場が動き始めれば、その動きが4月ごろから出てくる。
		職業安定所（職員）	・やや良くなっているという状況は2～3か月先も変わらない。ただ、求人が多くなれば景気は良くなっているといった見方や、求職者が減れば同様に景気が良くなっているといった見方は、今は通用しなくなってきた。
		職業安定所（職員）	・先月と同様に新規求職者数が減少傾向にあるが、就職件数が伸びた上での減少ではない。また、新規求人全体でみると、ここ数か月の新規求人数の伸びが止まっている。
	民間職業紹介機関（職員）	・4月からの3か月間は、例年建設関係の日雇求人が激減するが、今年は求人数が堅調に推移するといった予想も出ている。公共工事への求人依存度が低下し、民間工事への依存度が高まっていることから、来年度に入っても求人は堅調な状態が続く。	
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・インターネットに客を取られて、新聞や雑誌などの紙媒体を中心に行っている求人広告代理店の営業が厳しくなってきた。
	悪くなる	-	-