

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	一般小売店〔酒〕（経営者）	・夜、昼を問わず、新規の客が非常に多くなっている。そういった客がリピーターになる可能性が非常に高いので、先行きは良くなる。
		旅行代理店（営業担当）	・高単価、高品質の商品の販売量が、昨年と違って伸びている。
		競輪場（職員）	・前年に23,000円台であった客単価は今年も変わらない。ただ、今年はゴールデンウィークにグレードの高いレースが開催される。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球が開幕するが、フランチャイズ球団への人気選手の入団効果が出るほか、4月には人気チームによる試合が行われることから来場者が増える。
	やや良くなる	その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・各業種共に業績が好調であり、今後も保険販売件数は堅調に推移する。
		百貨店（売場主任）	・バレンタインデー商戦では、紳士服、食品共に堅調であった。客単価の上昇が売上確保に貢献していることから、今後もプラス効果が期待できる。
		百貨店（売場主任）	・今後の商品確保に問題がなく、ファッション関連では天候不順がなければ、アイテムによっては売上増となる商品もあるため、売上が若干伸びる。
		百貨店（売場主任）	・中元商戦時期に入ってくるが、景気も上向いていることから、少しは良くなる。
		百貨店（企画担当）	・美術や宝飾といった高額品の動きが活発になってきている。
		スーパー（店長）	・雇用市場にひっ迫感があるほか、給与が増加しつつあることから、家庭の収入は増加傾向にある。ただし、家庭における教育などのコスト増は大きく、消費に回る部分は限定的である。
		スーパー（経理担当）	・価格に関係なく、価値観のある良い商品を望んでいる客が増える傾向にあるので、先行きは良くなる。
		スーパー（広報担当）	・新店がオープンするため、活気が出る。
		コンビニ（店長）	・たばこ、酒などの新規免許品を除く既存店の売上前年比が、11月はマイナス1.2%、12月はマイナス0.9%、1月はマイナス0.7%と順調に回復しつつある。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・客の様子から、次のシーズンに欲しい物が明確になってきている。
		家電量販店（経営者）	・デジタル放送の開始が近づくのに伴い、デジタル商品の需要が増加する。
		乗用車販売店（経営者）	・車の販売、車検などの予約が順調に入っている。
		乗用車販売店（営業担当）	・郊外店では客の動きが比較的良好。また、サラリーマンも車の購入を活発に行うようになったことから、今を底として徐々に良くなっていく。
		住関連専門店（経営者）	・新規で飲食店を開業する個人客は相変わらず少ないものの、従来からの顧客のなかに、新店舗を開店する動きが急に出始めた。
		一般レストラン（スタッフ）	・12～2月は例年よりも気温が低下したことで客足が非常に鈍っていたため、3月以降は気温の上昇に伴って客の動きが活発になってくる。
		観光型旅館（経営者）	・設備投資の効果が出てくる。
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会を中心に、先行予約は新規の予約もあって順調である。宿泊は個人利用が多いので定かではないが、ここ最近の傾向では直近で数字が伸びていることから好調が続く。ただし、いずれも単価アップが図れていないことから、本格的な回復とはいえない。		
都市型ホテル（営業担当）	・宿泊に関しては、前年のような愛知万博開催による影響もないことから、エージェンツから関西への送客が増える。既に春の予約も順次入ってきているものの、予約状況はまだ前年並みである。 ・宴会に関しては、婚礼の予約が前年並みの件数で推移しているが、前年から続いている低調な状態がこれからの目安となる。一方、一般宴会では企業からの予約が3月以降伸びてきており、少しずつ回復感が出てきている。		

旅行代理店（経営者）	・神戸空港や北九州空港の開港のほか、サッカーワールドカップなど、旅行需要につながる話題が多い。また、好景気に関する報道や株高も追い風となる。	
旅行代理店（広報担当）	・今年のゴールデンウィークは平日を2日間休むと9連休になる。その時期に、これまでの節約疲れの客の消費マインドが刺激され、旅行需要もおう盛になる。	
タクシー運転手	・神戸空港が開港したほか、これから春先に向かうということもあり、客の動きが多少出てくる。	
通信会社（社員）	・引き合い自体は増えている。	
観光名所（経理担当）	・12、1月は寒さと雪で客足が前年よりも落ち込んだが、2月の後半からは寒さが和らぎ、来客数が増えてきた。今年の大河ドラマで当地が舞台となっている影響で、夏ごろまでは来客数の増加が期待できそうであり、暖かくなる3月ごろからその効果が出てくる。	
遊園地（経営者）	・同業他社で閉鎖が相次ぐなかで、来月にまた1か所が閉鎖されるため、少しは来客数が増える。	
ゴルフ場（経営者）	・コンペの予約が増加しているほか、客の雰囲気明るくなってきている。	
その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・3月から先は、かなり確実な予約が順調に入っている。	
美容室（店員）	・髪を切る客が増えているのに伴い、デザインの幅が広がっている。	
その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・出店数の増加により売上増となる。	
住宅販売会社（経営者）	・今後も引き続き契約の予定がある。	
住宅販売会社（総務担当）	・今年に入って受注が微増ではあるが増えている。土地価格が上昇基調となっていることもあり、購入を考えている客は、今が買い時と感じている。	
その他住宅 [情報誌] (編集者)	・不動産相場が上昇局面となっているが、この春に販売される物件には相場上昇前に計画された物も多い。今後も低金利が続けば、エンドユーザーにとっては買い時であると評価され、しばらくは好調が続く。	
変わらない	一般小売店 [衣服] (経営者)	・春物の動き出しが例年より10日近く遅れている。冬の好調が継続するかどうかは3月中ごろまでの状況次第である。
	一般小売店 [精肉] (管理担当)	・神戸空港の開港により、周辺地域の活性化が期待されるが、関西圏に3か所も空港が存在することの影響も懸念される。一方、アメリカ牛肉の輸入再停止の影響などもあり、全体としては変わらない。
	一般小売店 [野菜] (店長)	・今月末になっても注文が増えてこない。
	百貨店 (売場主任)	・外商顧客の消費は目にみえて良くなっているが、入店客数そのものは伸びていない。
	百貨店 (営業担当)	・高級時計、ブランド品などの売行きは、もうしばらく良い状態が続く。高額な美術品においては、一部の顧客が更に高額な作品を求める動きが予想されるものの、購入する客の数は減少傾向となる。
	百貨店 (サービス担当)	・今期改装の新規ショップや新ブランドが続々とオープンするため、来客数も増加し、前年売上の確保はできる。
	スーパー (経営者)	・来客数は対前年比で大きな変化がないものの、客単価の下落が大きい。地方では景気の回復感もなく、厳しい状況である。
	スーパー (企画担当)	・既存店売上の状況は、昨年と比べて大きな変化がない。ただ、今後は競合店の状況が大きく影響してくる。
	スーパー (経理担当)	・厳冬であった分、気温の上昇に伴って春物商戦も順調に立ち上がる。今後の気温や天候に左右される部分もあるが、当面は底固い動きとなる。
	コンビニ (経営者)	・各コンビニ間での商品ラインアップにあまり差がなく、必要最小限の購買パターンが定着している。何か付加価値の高い商品や独自性の強い商品が発売されない限り、客単価の上昇は見込めない。
衣料品専門店 (経営者)	・今も売上が伸びておらず、落ちている店があるほか、今後はプロパー商品の販売時期となるため厳しくなってくる。	

		衣料品専門店（経営者）	・バーゲンも終わりこれから春物のシーズンに入るが、これといったヒット商品が少ないほか、客の動きが分散化する傾向にある。また、天候要因などもあり、好調は期待できない。
		乗用車販売店（営業担当）	・中古車の販売は好調であるが利益率は悪い。また、新車販売は普通乗用車より軽自動車为好調であるものの、利益率は悪い。
		その他専門店〔医薬品〕（店員）	・季節の変わり目でもあり、売れている商品に限られている。各メーカーの新製品の動きが客に浸透するまで、今後1、2か月はかかる。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・雇用も上向いてきているので、気候に関係なく現状は維持できる。
		スナック（経営者）	・暇は暇なりに来客数が安定してきており、客の来店のリズムが分かるようになってきた。
		観光型ホテル（経営者）	・今月は来客数、売上高が過去最悪であったので、これ以上は悪くならないものの、3、4月以降の予約状況をみると前年をかなり下回っていることから、非常に厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（役員）	・4月の宿泊、宴会の予約状況をみると、来客数の増加傾向が続く一方で、5月の宴会受付状況が若干悪い。
		タクシー会社（経営者）	・少しずつ街に活気が出てきているような兆候はあるものの、電車などの交通機関からタクシーにシフトするまでには至ってない。また、昼間でも健康志向のスタイルが続いており歩く人も増えているので、相変わらず厳しい状況である。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・全体としては好材料もあるものの、レジャーにかかわる現場の実感としては、まだ好転したとはいえない。
		美容室（店長）	・今年はゴールデンウィークの日並びが良く、旅行に出かける人が多いことから、来客数が減少する。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・間もなく体験入学キャンペーンが終了するが、そのまま正式に入学する子ども数が増える。
		住宅販売会社（経営者）	・季節的な需要で若干良く感じられるものの、基本的な部分では改善していないことから、2、3か月後も同じような水準となる。市場に資金は余っているようであるが、当社の主要な顧客である消費者や中小零細企業まで還流している様子はない。
		住宅販売会社（経営者）	・客の動向がまだはっきりしない。土地の仕入価格は高騰しているが、客はその状況を全く把握していないことから、今後2～3か月で良くはならない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・春物の売行きに期待しているが、客は限定品にしか手を出さない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・今年のゴールデンウィークは休みが続くため、ショッピングとしてはあまり良くない状況である。ここしばらくは明るい雰囲気が続いているが、行楽と買物の両方に消費するほど財布のひもは緩くない。
		コンビニ（経営者）	・昨年の5月にリニューアルしたので売上は伸びたが、今年は通常に戻り、前年比で10%の減少となる。
		一般レストラン（スタッフ）	・この冬の厳しい寒気で暖房器具が売れたが、消費活動が上向きなのは首都圏が中心である。それ以外の地域では、外食は低価格店舗が中心となる。
		住宅販売会社（経営者）	・一部の商業地では地価が上昇し、それに伴って住宅地の地価も上昇している。ただ、商業地は利回りを基準とした適切な土地価格に戻っているのに対し、利回りと関係のない住宅地は、これから動きが鈍くなって相場が崩れる。
		住宅販売会社（従業員）	・土地価格の高騰が激しく、不動産ファンドやマンションデベロッパー共に取得が困難になるほか、事業利益率も低くなるを得ない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・例年、ゴールデンウィークが年間で最大の集客数を記録するが、今年は税制のバックアップなど政府の目立った支援もなく、潜在需要を喚起する材料が見当たらない。
企業動向関連	良くなる	金属製品製造業（管理担当）	・構造計算書偽装問題でネームバリューのあるゼネコンに仕事が集まってくる。大規模のマンションのプロジェクトも受注が決まった。
		電気機械器具製造業（経営者）	・引き合いが活発であるため、短期的には物が活発に動く。ただ、海外からの引き合いが特に多いが、それがいつまで続くのかを見守っている状況である。

	金融業（営業担当）	・今後も建設機械製造業や自動車部品製造業、ガラス瓶卸業などの売上が順調に推移するほか、中堅の建築業者の受注が伸びてくる。
	広告代理店（営業担当）	・春のファッションの立ち上がりに向けて、案件の仕込みが増えつつある。
やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・現在取引先へ納入中である、新商品の売上が貢献する。
	化学工業（経営者）	・長期にわたって追いかけていた大型物件がいくつか決まり始めるなど、新規開拓に力を入れ始めた結果が徐々に実を結んでいる。
	金属製品製造業（営業担当）	・自動車業界については、春以降も強気の予想を立てている。
	電気機械器具製造業（経営者）	・輸出関連産業は好調であり、その中でもプラント関係は非常に忙しくなる。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・サッカーワールドカップに向けた薄型テレビやハイビジョンレコーダーなどのAV機器に対する需要が高まる。
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	・春物商品の受注が堅調である。
	建設業（営業担当）	・土壌汚染対策やアスベスト対応、構造計算書偽装問題などが一段落し、民間企業による建設投資の計画が増加する。
	不動産業（営業担当）	・神戸空港が開港し、人の流れが神戸に向いていることから、景気は上向く。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・無読者の増加傾向で購読数は伸び悩んでいるが、折込み広告の件数は増えている。
	広告代理店（営業担当）	・4月以降は広告出稿予定が増加している取引先が多い。
	経営コンサルタント	・大企業のクライアントに回復傾向がみられ、前向きな話が増えている。
	変わらない	食料品製造業（従業員）
金属製品製造業（総務担当）		・年度末を控えて小口の受注案件が出てきているが、4月以降の物件の動きが読めない。
一般機械器具製造業（経営者）		・この数か月は引き合いが多く、また実受注も増加している。この意味で高景況が続くとみている。
電気機械器具製造業（営業担当）		・既存顧客による見積依頼件数は横ばいであるが、新規顧客からの見積依頼が少ない。
電気機械器具製造業（企画担当）		・営業情報によると、家電関係はやや良い一方、電材やハウジング関係は変わらない。また、家具関係も変わらないという状況で、全体的には前年並みとなる。
輸送用機械器具製造業（経営者）		・引き合い件数はある程度みられるものの、取引の決定が遅れている。
建設業（経営者）		・原油などの高騰による建設資材の値上がりが懸念される。工期の長い作業所では契約時との差額が発生する。
輸送業（営業担当）		・物流業界は、軽油の高騰や運賃の低下、他社との競合など、まだまだ厳しい状況が続く。
輸送業（営業所長）		・燃料の高騰、排ガス規制による車の減車などで厳しい状況が続く。
金融業（支店長）		・衣料品卸売業では、冬物商品が順調であったことから春物商品への需要が落ち込む。
不動産業（経営者）		・再販価格への転嫁が厳しいものの、マンションや建売住宅の素地取得意欲はおう盛である。今後は大阪市中心部の地価の上昇により、素地を取得する地域は大阪市内から郊外へと広がる。
コピーサービス業（従業員）		・昨年は花粉の飛散量が極めて多かったこともあり、花粉症に悩まされた人も多かったが、今年は例年並みということもあり、花粉症対策商材の売上があまり伸びない。また、昨年は医療機関から花粉症対策の大型広告などの受注が目立ったが、今年は期待できない。なお、期待したトリノオリンピックも盛り上がり欠けたことから、今後のイベントにも期待できない。
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・大型量販店が多数出店してきており、金物、工具の販売が、その状況に押されて年々減少してきている。	
やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・靴下業界では、販売価格の更なる低下に歯止めが掛からず、売上の減少や利益率の低下など、良くなる兆しが全く見受けられない状況が続いている。

	繊維工業（団体職員）	・タオルはギフトやノベルティー関連の需要が多いが、この分野では価格が優先されることから、実際は低価格の輸入品への需要が増えている。国産品としては各種の対応を行っているが、業況の改善にはまだ至っていない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・受注はあるものの、価格が低下していることから悪くなる。	
	悪くなる	-	
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・企業の採用意欲はおう盛であるものの、スキルの高い登録者が集まらない。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・顧客企業が積極的に正社員採用を行っている反面、派遣スタッフの人材不足、アンマッチなどの影響が出てきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・エリアによる企業間格差は依然としてあるものの、新しい期を迎えるに当たって、人事担当者は不足部署の採用を新聞媒体で募集する傾向が若干出ている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後2、3か月先の新聞広告出稿をみると、昨年を上回る申込がある。通信、家電などの業界を中心に好調である。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加や求職者数の減少を受けて、有効求人倍率がこの半年間で0.10ポイントも上昇した。さらに、労働市場の需給関係にも、求職者にとって少し良い変化がみられることから、今後も雇用環境は改善する。
		職業安定所（職員）	・以前は専門職、技術職などの人手不足感があったものの、現在は事務職以外の全ての職種で人手不足感が増加している。
		職業安定所（職員）	・有効求人数が増加傾向にあり、より良い職を求めている在職者も見受けられる。また、雇用者受給者数においても、平成14年8月以降、41か月連続して減少している。
		職業安定所（職員）	・中小の事業所からの求人募集活動も景気の上昇に伴って活発化しており、今後2～3か月先もこの傾向は続く。一方、構造計算書偽装問題でマンション建設が先送りされるなど、回復傾向にブレーキがかかっている業種もある。
	学校〔大学〕（就職担当）	・来年3月の卒業生を対象とした学内説明会においても、大手、中堅企業を問わず積極採用の方針を打ち出している。地方の中小企業でも、高卒採用から幹部候補の大卒採用に採用方針を変更している企業も少し増加している。	
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・雇用形態からみると、この2、3月の動きがピークで、4月には新卒採用の対応も一段落する。新卒で採用できなかった企業は中途採用や派遣社員でカバーすることから、4月以降はかなり落ち着いた動きとなる。
新聞社〔求人広告〕（営業担当）		・もう少し企業活動が活性化する要因があれば、関西圏の各社も前向きな求人活動を始める。求人関連の企業もこれまでと違った取組を各社なりに模索している。それらが報われ始めれば、求人活動もより活発化する。	
新聞社〔求人広告〕（営業担当）		・不動産関連の人材募集広告が活発になってきたものの、新聞広告全体としては依然として苦しい。	
職業安定所（職員）		・新規求職者数が2けたの伸びとなっているほか、有効求職者数の対前年比での減少幅が縮小している。また、昨年8月以降、新規求人数の伸び率が鈍化しているほか、新規求職者数の増加がみられる月がある。	
職業安定所（職員）		・事業主都合による離職者は、今まで必ずいずれかの産業が前年を上回っていたが、今月は全ての産業で前年を下回った。	
民間職業紹介機関（職員）		・季節的には日雇求人の減少が確実であるものの、それを除けば、民間工場の活発な動きに伴って、もう少し今の回復傾向が続く。	
	やや悪くなる	-	
	悪くなる	-	