

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（経営者）	・今年は空梅雨の様子であり、梅雨が早く明けて暑くなれば水物が早く売れるほか、来客数の増加にもつながる。
		通信会社（社員）	・光回線による接続サービスを開始して約3か月になるが、徐々に認知されてきており加入者が増えている。他社のブロードバンドサービスと比較しても価格が格段に安いので、このまま販売を拡大することで顧客数が増加する。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・フランチャイズ球団が低迷から抜け出せないままプロ野球交流戦も終わったが、8月は人気球団の試合や人気ロックグループのコンサートがあるほか、9月は人気アイドルのコンサートや格闘技イベントが開催されるため、来場者が増加する。
		その他住宅 [情報誌] （編集者）	・夏場以降は、価格の安い旧物件と価格の高い新物件が入り交じって供給されるため、消費者の物件選定も低価格志向と高級志向に分かれる。既にその動きは始まっており、購入エリアの広域化につながっていることから、マーケットは活況となる。
やや良くなる		一般小売店 [酒]（経営者）	・私鉄の各駅で無料配布されている機関誌に店の記事が掲載されることもあるので、売上が伸びる。
		一般小売店 [衣服] （経営者）	・客の動きのほか、商品の回転も良くなっているため、上向き傾向となる。
		一般小売店 [カメラ] （販売担当）	・今の状況が続けば、夏休みも控えていることから、売上が大きく減少することはない。また、最近はデジタルカメラとフィルムカメラの利用者に分かれているが、今後はプリントの受注が多少は安定する。
		スーパー（経営者）	・買物の様子が慎重な点は変わらないものの、値打ちのある商品を探して来店する客が徐々に増えている。
		スーパー（企画担当）	・客単価が若干上昇してきている。また、今後の天候次第で売上が伸びる可能性があるほか、一般的に消費が上向いている。
		スーパー（経理担当）	・ボーナス支給額が前年比でプラスとなるため、消費全般を下支えする。上期中は比較的順調な売上が見込める状況になりつつある。
		家電量販店（経営者）	・デジタル放送の開始は2年後であるが、デジタル放送関連商品に対する客の関心は高まっており、販売の拡大につながっている。ただ、単価の下落が激しいため、販売を倍増させる必要がある。
		乗用車販売店（経営者）	・4～6月の前半に新車販売台数が大幅に減少したものの、既にその対策が取られているため、今後は良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売が順調なほか、車検などの予約も入ってきている。
		住関連専門店（経営者）	・商品価格の値上がりに伴う駆け込み需要により、今後しばらくは売上が伸びる。
		その他専門店 [医薬品] （店員）	・リニューアルオープンした店舗では来客数の増加が続くため、前年の水準をある程度クリアできる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏休みには全国高校総体が大阪を中心に開催されることから、宿泊や食事収入が増える。また、高校総体関係で各ホテルの予約が一杯であるため、法人からの会議や宴会場についての問い合わせが増えている。
		旅行代理店（経営者）	・前年の水準を上回る傾向が長らく続いているほか、企業の団体旅行の申込も増加している。
		旅行代理店（広報担当）	・夏休みの取得の分散化がより進んでいるため、8月末から9月にかけての申込が増える。
		タクシー運転手	・サッカーワールドカップの日本戦の際は客が減少したものの、今後は夜の客が増える。
		美容室（店員）	・ヘッドスパという頭部マッサージの新メニューを開発しているため、客単価が伸びる。
		その他サービス [ビデオ・CDレンタル] （エリア担当）	・夏休みに向けたキャンペーンによる販促で売上が伸びる。
住宅販売会社（従業員）	・マンション購入者には、先を争って購入する傾向がみられることから、しばらくは好調が続く。		
住宅販売会社（従業員）	・都心部を中心として土地価格が上昇するなか、郊外では下落が続いていたものの、地元の不動産業者によると底打ちの動きがようやく出てきた。		

変わらない

一般小売店 [衣服] (経営者)	・企画を先行して進めていることで、何とか前年の売上を維持しているものの、客から購買意欲が伝わってこない。
一般小売店 [花] (経営者)	・売上に大きな影響はないものの、道路交通法の改正による影響が若干みられる。細かな配達が多く、その都度駐車場に止めるために時間が掛かるほか、持ち運びの距離が延びて身体的にも負担が増えている。さらに、駐車料金の支払いによって経費が増加している。
一般小売店 [衣服] (経営者)	・最近数か月は販売量や来客数が安定していないため、先行きは楽観できない。
一般小売店 [野菜] (店長)	・安売り商品しか売れない状況では、先行きに期待できない。
百貨店 (売場主任)	・株価の下落などで、特に高額品の消費意欲が低下している。2～3か月先はクリアランスセールに伴う需要も落ち着く一方、残暑が残る季節であることから、売上の回復は難しい。
百貨店 (売場主任)	・おもちゃを購入する客は、子どもの好きな物を買う客と、こだわりを持って買う客とに分かれ始めている。その動きに業界がついて行けていない。
百貨店 (売場主任)	・ファッション関係はクリアランスセール待ちの状況であったほか、天候が悪かったこともあり、苦しい状態が続いている。来客数はこれまでの水準を維持しているものの、販売量が全く伸びていない。
百貨店 (売場主任)	・衣料品では大きなヒット商材が見当たらず、今後も傾向は大きく変わらない。従来と異なった新しい商品が出てこない限り、衣料品が伸びる要素は少ない。
百貨店 (企画担当)	・4、5月の天候不順もあり婦人ファッションの苦戦が長期化しているため、今後も買上に消極的な傾向が続く。
百貨店 (経理担当)	・株価が予想以上の早さで大きく下落したほか、ガソリンの更なる値上げによって、消費に少なからず悪影響が出る。一方、企業業績の好調でボーナス支給が増えるため、ヒット商品は見受けられないものの、しばらくは今の状況が続く。
百貨店 (営業担当)	・ブランド品は他店との客の取り合いがさらに激しくなるため、売上は伸び悩む。
百貨店 (サービス担当)	・今年は例年より気温が低く過ごしやすいものの、天候不順による夏物衣料や野菜の売行きへの影響が懸念される。また、ヒット商品が見当たらず来客数の増加が見込めないことから、傾向としては変わらない。
百貨店 (店長)	・店の周辺環境はあまり変わっていない。新しい媒体で広告を打つなど、販促策を行っているものの、最近の3～4か月の動きをみると大きな改善は難しい。
スーパー (経営者)	・加工食品類の単価は競争激化を反映して低下しており、売上が伸び悩んでいる。生鮮品などは相場高もあって販売も着実に伸びているものの、1人当たりの購買量は伸びておらず、全体の押し上げ効果は弱い。
スーパー (店長)	・良くなる材料が見当たらない。衣料品や住関連のバーゲンセールも、前年の実績をクリアすることは難しい。
スーパー (広報担当)	・改装店舗においても競合相手からの攻勢が激しく、厳しい局面となっている。
コンビニ (経営者)	・コンビニエンスストアが増加して飽和状態になったことで、家の冷蔵庫代わりに使う消費者が増えている。必要な物をその都度購入する動きが定着してきたため、客単価が上昇しない。
コンビニ (店長)	・6月はたばこの増税前の駆け込み需要などで一時的に売上が増加したものの、7月はその反動を受ける。強力な新商品の発売がない限り、全体としては天候に左右される要素が大きくなる。
家電量販店 (店長)	・市場を大きく動かす力のある商品がないため、状況はあまり変わらない。
家電量販店 (企画担当)	・これからエアコンの売上が増加する時期になるものの、出足は昨年よりも悪い。
その他専門店 [宝飾品] (販売担当)	・金相場が下がるか、販売量が著しく増加しなければ利益は出ない。
一般レストラン (スタッフ)	・これから飲食業にとっては需要の最盛期に入るものの、過去3か月は横ばいで推移していることから、大きな落ち込みはない一方、大きく伸びることもない。
スナック (経営者)	・客の多くがこの夏に海外旅行を予定しているという話題を耳にするので、ボーナスの用途は当店以外に向けられることから、来月以降は期待薄である。

都市型ホテル（役員）	・宿泊は夏休み以降、団体客が増加する。ただし、9月の宴会の予約状況は悪くないものの、その前後の月に比べると伸び率が鈍っているため、全体としては今の状況が続く。
都市型ホテル（営業担当）	・宿泊は、学生団体やセミナー、全国高校総体の関係で団体客の予約数がかかり伸びているものの、個人客の伸びが前年に比べると悪い。ただ、事前予約の傾向が年々強まっていることから、まだ静観している状況である。 ・一方、婚礼は相変わらず件数が増えているものの、売上が前年に追いつかない状態である。さらに、一般宴会は大規模な宴会のキャンセルなどがあり、前月に続き予約数が激減しているなど、大変厳しい状況である。
タクシー会社（経営者）	・梅雨とボーナス支給という季節要因によるプラスを差し引くと、タクシー代を節約する動きが進んでいる。
観光名所（経理担当）	・前年と比べて天候に恵まれたことで入客も増え、売上は4か月連続で前年を上回っている。これには、大河ドラマと連携したイベントを開催している効果大きい。ただ、当分の流れは続くものの、客単価はなかなか上がらない。
観光名所（経理担当）	・景気が回復し始めたに耳にするようになったものの、客にはレジャー消費にお金を回すほどの余裕は未だみられない。
競輪場（職員）	・安定しつつあった平均購入単価が、わずかながら下落気味となっている。
その他レジャー施設 [イベントホール] （職員）	・イベントの開催に伴う日程の照会が増えている。今後の予約状況をみても、仮予約もあるものの全体的には良い。
美容室（経営者）	・定休日を平日から日曜日に変える店が増え、定休日にはばらつきが出てきたため、商店街の人通りが少なくなっている。
その他サービス [フィットネスクラブ] （スタッフ）	・入会してもなかなか継続せず、2～3か月で退会する利用者が増えている。
住宅販売会社（経営者）	・住宅販売価格は他社との競争上、値上げはできないものの、材料費や外注費といった仕入価格は明らかに上昇している。今後、利益率は悪くならざるを得ない。
住宅販売会社（経営者）	・根本的に周りの環境が変わる様子がない。地価も上昇し切った感があり、ミニバブルの崩壊に近いとの警戒感も出てきている。
住宅販売会社（総務担当）	・住宅ローン金利の上昇を抑えた駆け込み受注を期待しているものの、展示場への来客数は前年並みであり、それほど反応はない。
その他住宅 [展示場] （従業員）	・ハウスメーカーの動向をみると、展示場への出展を控える動きもあることから、しばらくは様子見の状態が続く。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・土日の来街者が目立って減少している。ダイレクトメールやインターネット販売などで販促を行っているものの、商店街を取り巻く環境は非常に厳しい。
一般小売店 [時計] （経営者）	・客の動きに余裕を感じるなど、明るい雰囲気もみられるものの、依然として衝動的な買物をするのではない。気に入った物でも、店に足を2、3回運んで、支払方法も計画してから購入するため、まだまだ固い雰囲気の方が強い。
一般小売店 [精肉] （管理担当）	・米産牛肉の輸入解禁が目前となっているものの、国内相場に影響を与えるのは随分先になる。また、道路交通法の改正による駐車場問題はより深刻になる。
一般小売店 [楽器] （販売担当）	・以前よりも来客数が減ったほか、客単価も下がっている。また、最近では中古品の方がよく売れており、新品の価格の高いピアノはなかなか売れなくなっている。
百貨店（売場主任）	・株価の動きや客の様子から、高額品の販売では今後も苦戦する。ここ数年は売上が東高西低で推移していたものの、先月からは全国的に息切れ状態であるため、地域的な問題ではない。
衣料品専門店（経営者）	・経済情勢や株価の下落の影響で、洋服の購入を控える傾向が出てくる。また、天候不順で秋物の立ち上がりが遅れるため、秋にかけて売上が減少する。
乗用車販売店（経営者）	・自動車市場は完全な循環型市場となっており、全体的な景気回復とは連動しなくなっている。
一般レストラン（スタッフ）	・年初来の定率減税の廃止や、原油価格高騰によるティッシュペーパーの値上げなどの影響が徐々に出てくる。
観光型ホテル（経営者）	・6月ほど悪くはないものの、7月以降の予約状況も非常に悪く、愛知万博の影響で悪かった昨年をさらに下回る状況である。

		タクシー運転手	・タクシー台数と、客の数のバランスが崩れてきているので、先行きも厳しい状況が続く。	
		タクシー運転手	・夜間については、個人客、法人客共に客足が遠のいてきた。	
		通信会社（経営者）	・10月から始まる番号ポータビリティの準備期間に入るため、買い控えが起こる。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・今後も来客数は天候に左右されるほか、暑い日にはスーパーへ買物に行く人が増えている。さらに、道路交通法の改正による影響は、今後商店街にとって致命的な問題となる。	
		都市型ホテル（支配人）	・宿泊や宴会など、全体的に予約状況が悪い。	
企業 動向 関連	良くなる	金融業（営業担当）	・建機部品製造業や自動車部品製造業、メッキ業、高級紳士服製造業では、今後も売上、収益の増加が続く。	
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・既存事業において、利益率の悪い事業は売上が減少している一方、利益率の良い事業の売上が増加傾向にある。	
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・企業の海外向けの生産が増えた関係で、特に東南アジア向けのパンフレットなどが動いている。	
		金属製品製造業（経営者）	・今後在庫調整が進むため、秋にかけて活発な需要が出てくる。	
		金属製品製造業（営業担当）	・建築関係の案件が7月ごろから動くという話を耳にする。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・新規顧客の製鉄所では設備投資が活発に行われている。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・建設業や製造業からの受注が定期的に入ってきている。	
		建設業（経営者）	・取引先による土地の購買意欲は一時に比べておう盛であるものの、物件が市場に出にくくなっている。	
		建設業（営業担当）	・設備投資用の建設用地のあっせん依頼が増加し、投資規模も大型化する傾向が強くなっている。依然として入札方式での発注が増加しているため、受注価格の低下が続いているものの、今後の建設市場の伸び次第では、価格競争にも歯止めが掛かる。	
		輸送業（総務担当）	・顧客からの明るい情報があるほか、営業努力による成果が出る。	
		輸送業（営業担当）	・新規の引き合いが多くなっているほか、成約の割合も高くなりつつある。	
		金融業（支店長）	・子ども服を販売している取引先の様子では、今年は非常に夏物商材の売行きが良いことから、秋物商材の動き出しも早くなる。	
		広告代理店（営業担当）	・スポンサーの予算枠が大幅に増えてきている。	
		変わらない	繊維工業（団体職員）	・原油高などの影響で徐々にコストが上がっていることから、受注の増加は難しい。
			繊維工業（総務担当）	・今後も一進一退を繰り返す。7、8月は夏物商材が中心となるため、商品の動きが悪くなるものの、秋口にかけていると工夫した催事があることから上向き傾向となる。
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・季節的要因を除くと状況は変わらない。一方、石油製品関連の値上げで材料が値上がりすることから、製品価格への転嫁の度合いによっては厳しくなる。			
化学工業（経営者）	・全体的に荷動きは悪いものの、大口物件も若干みられるなど、トータルでは変わらない。			
一般機械器具製造業（経営者）	・3か月以上先の注文も受注済みであり、今後も好調が続く。			
一般機械器具製造業（経営者）	・取引先では設備計画がめじろ押しであるため、しばらくは好況が続く。			
電気機械器具製造業（経営者）	・機械メーカーには受注残がみられるものの、来年分の注文は引き合いが若干少ないという話を聞く。			
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・現状は薄型テレビやHDD付きレコーダーの荷動きがやや落ち着いており、この状況にあまり変化がみられない。			
建設業（経営者）	・石油価格の高騰により建設材料が値上がりしつつある。			
輸送業（営業所長）	・季節が変わって荷動きも良くなるものの、燃料の高騰が利益を圧迫している。			
不動産業（経営者）	・利便性の高い工場用地や、環境条件の良好な住宅地に対する需要が増えており、価格も上昇傾向にある。			
不動産業（営業担当）	・上昇を続けていた地価がここへ来て横ばいになっており、この先もしばらくはこの状況が続く。			
経営コンサルタント	・クライアントの業種のほか、業績などの動きをみると、今後3か月程度は現状維持が可能である。			

	経営コンサルタント	・小売業やサービス業に対するコンサルティング業務では、特に生活必需品を扱う小売業の売上に回復の兆しがみられるものの、依然として前年の水準を下回ったままである。	
	司法書士	・会社の解散といった後ろ向きの案件が目立つものの、これ以上悪くなることはない。	
	その他サービス業 [イベント企画] (経営者)	・集客イベントの規模の縮小がみられる。	
	その他非製造業 [民間放送] (従業員)	・スポット広告需要の伸びはないものの、低下しているわけでもない。	
やや悪くなる	繊維工業 (総務担当)	・取引先の在庫水準が高まっており、在庫調整のために引取量が抑えられている。在庫調整が進めば引取量が増加するものの、それでも昨年と比べて低い状況であることに変わりはない。	
	その他製造業 [履物] (団体役員)	・原油の高騰による原材料価格の上昇でコスト高となっているものの、現状では販売価格への転嫁は困難である。	
悪くなる	-	-	
雇用 関連	良くなる	-	
	やや良くなる	職業安定所 (職員)	・電気機械や一般機械といった好調な基幹産業を中心に、求人数は高水準で推移しており、採用の動きは卸、小売業やサービス業へも広がっている。ただし、就職者数は堅調に増加しているものの、4月以降は契約期間が4か月未満の派遣求人が請負求人に対して急増している。これは、先行きに対する企業の慎重な見方の表れである可能性もある。
		職業安定所 (職員)	・求人数の増加傾向と求職者の減少傾向は今後も続くほか、雇用保険の受給者数も平成14年8月以降、前年比で45か月連続の減少となっている。
		職業安定所 (職員)	・新規求人数の増加や有効求人倍率の上昇は続くものの、いわゆる正社員の有効求人倍率や、新規求人に占める正社員の割合が依然低い水準で推移するなど、一部に懸念される動きもみられる。
		学校 [大学] (就職担当)	・大手企業の採用がほぼ終了した一方、中堅、中小企業の採用意欲は引き続き高い。多くの企業は就職サイトや大学を中心に採用活動を進めているものの、採用予定数は充足できておらず、積極的に大学を訪問して再度情報発信を行っている。
変わらない	人材派遣会社 (経営者)	・今後も派遣需要が増加することは間違いないものの、登録者がかなり減少しているほか、登録者のスキルが落ちていることから、求人条件とのマッチングがかなり難しくなっている。低スキルの登録者を派遣すれば企業からの信用を失うため、今後はかなり厳しい状況となる。	
	求人情報誌製作会社 (営業担当)	・新卒採用が終了し、未充足企業による追加募集が始まるが、これらの動きは予測の範囲内である。中途採用における求職者のスキル向上が望めない以上、さらに活発な動きとなるのは難しい。	
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・若い世代は新聞を読まないと考えられているため、若い世代を採用したい企業は求人広告を新聞からインターネットに移行している。今後もこの傾向は続く。	
	民間職業紹介機関 (職員)	・建設業の日雇求人の先行指標である鉄筋工の求人がある程度出てきているため、梅雨明けに伴って他職種でも求人が出てくる。	
やや悪くなる			
悪くなる	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・新聞の求人広告は、折り込み広告やフリーペーパー、インターネット広告に客を奪われて、苦しい状態が続いている。	