

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）	・8月下旬に関西の有名雑誌へ記事が掲載され、7月の記事掲載との相乗効果が出てきている。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・不動産相場の上昇傾向には二極化がみられるものの、最終消費段階でも確実に上昇局面になってきている。金利の上昇や景気の拡大とともに、現場によっては買い急ぎがみられる地域も出てきた。この傾向はしばらく続く。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・販売量に増加の動きが多少あるほか、単価も維持していることから、今後は良くなる方向にある。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今月の客の様子をみると、一味違った商品があれば秋冬物の売行きは好調に推移する。
		百貨店（売場主任）	・地域としての客の吸引力が落ちているなかで、9月22日に当店の向かいに新しい商業施設やシネマコンプレックスがオープンすることから、来街者の増加といった活性化の追い風となる。
		スーパー（経営者）	・若干懐に余裕のある客が増えており、味が良い物や値打ちのある商品は売れる傾向がみられる。
		スーパー（経理担当）	・全体的に販売量が増えているほか、単価も伸びている。来客数も増え、消費行動も非常に力強くなっていることから、将来に明るさがみられる。
		コンビニ（経営者）	・近隣の競合店では高級アイスクリームなどの高額品の売行きが良いという話もあるため、もう少し高額商品を店頭に並べることで客単価は上昇する。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・客からは、安いスーツは買いたくないという感覚が伝わってくる。
		乗用車販売店（経営者）	・少しずつではあるものの、新車の販売や車検の予約の状況が良くなってきている。
		その他専門店〔医薬品〕（店員）	・今までは低価格志向の客が多かったものの、広告に掲載している値引き商品が若干売れなくなってきた。これから季節商品が高額志向に変わってくれば、上向き傾向となる。
		高級レストラン（支配人）	・真夏の暑い時期にもかかわらず、観光客が絶えることなく来店しており、この勢いが今後も続く。
		旅行代理店（営業担当）	・先行きの予約状況を見ると、秋以降も熟年世代を中心に旅行需要は堅調である。
		通信会社（経営者）	・10月24日から導入される番号ポータビリティにより市場が活性化する。
その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・銀行窓販を含め、個人保険の販売量が堅調に推移する。		
変わらない	商店街（代表者）	・1日の間で繁忙時間が短くなっている。最近の2～3か月は同じ傾向が続いているので、今後は急には良くなるならない。	
	商店街（代表者）	・8月は猛暑が続き、来客数、売上共に好調となった。商店街は全国的に厳しいものの、この勢いで秋物、冬物商戦は好調に推移する。	
	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・購買に関して上向きの材料は見当たらないものの、一部のデイケア商品など福祉関係では需要が伸びる。	
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・好転する材料が見当たらないほか、残暑が厳しくなるため秋物商戦は苦戦する。	
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・これから年末までは予測が難しいものの、国体の開催県でもあり、観光客も含めて人が神戸に集まれば動きが良くなる。	
	一般小売店〔家具〕（経営者）	・大型家具店の出店が関西で増えており、我々のような中堅家具店はこの半年で10件近く閉店している。	
	一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・商品の値上げなどの不安要素が多かったものの、客からは仕方がないといった意見もあり、買い控えにはつながらない。	
	百貨店（売場主任）	・現状よりも収入の格差が更に明確になるなかで、それぞれの顧客層に販売する商材の準備ができていない。その準備ができれば動きは良くなる。	
	百貨店（売場主任）	・野菜や魚の相場の高さや全体的な環境をみると、先行きがそれほど良くなることはない。	
	百貨店（企画担当）	・優待セールなどの販促を行ったときに売上が集中するため、客単価を上げるのはこの秋以降も非常に難しい。 ・競合店の新規オープンもあって競争が激化するものの、客の購買意欲も堅調に推移する。	

百貨店（経理担当）	・秋色で夏素材のTシャツやカットソーの動きが良いほか、販売量は少ないものの、ファッションリーダーといえる客がダウンや革のコートを買っている。しかし、残暑が厳しく、秋物衣料が本格的に動くような状況ではない。
百貨店（営業担当）	・高額品を買う客が限られているほか、新たな需要を満たす商品も見当たらない。
百貨店（統括）	・秋物商材の動きが鈍いことから、今後2、3か月は苦戦が続く。
百貨店（サービス担当）	・手作りや国産品といったこだわりの商材への反響は依然として大きいことから、これからもそういった商材を確保することで集客力が高まる。また、下半期からの営業部門の人員強化で接客サービスの質を高めることから売上が伸びる。
百貨店（売場担当）	・大きな変化はみられそうにないものの、月半ばから秋物商材に動きが出てきた。
スーパー（店長）	・長期の天気予報では秋もかなり暑く、昨年のような低い気温とはならないため、衣料品などの季節商材を中心に厳しい状況となる。
スーパー（店長）	・原油高が続いていることで、ガソリンなどの身の回りの商品価格の上昇傾向が強くなっている。企業努力でのコスト吸収も限界であり、一部商品で価格転嫁が進むことから、買い控えや販売点数の減少が起こる。その一方、健康志向の商品については割高感があっても堅調な動きが続く。
スーパー（企画担当）	・これまで売上は天候や環境条件に左右される部分が多かったが、今後はガソリンの値上げや物価の上昇の影響で伸び悩む。
スーパー（広報担当）	・新店のオープンも予定されていることから、やや活気が出る。
家電量販店（経営者）	・家電業界では、デジタル商品の需要が伸びているものの単価ダウンが激しい。今後は、デジタル商品以外の高付加価値商品に関する提案を積極的に行い、売上を維持する。
住関連専門店（店長）	・必要な物を必要なときに買うだけで、買物にゆとりや楽しみ、工夫が無くなっている。有名ブランド品だけが売れ、あとは低価格品とアウトレット商品しか売れないなど、消費の二極化が進んでいる。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・昨年は厳しい寒さとなったことで秋冬物の受注も好調であったが、今年は出荷の時期を例年よりも遅らせる傾向にある。それに伴って、店頭での展開時期も遅れることになる。
観光型ホテル（経営者）	・先の予約状況をみても、人員ベース、単価共に良くなる兆しが見られない。
観光型旅館（経営者）	・他地域では大河ドラマなどによる特需もあるものの、それも見込めない地域のため、特に変わった動きはない。
観光型旅館（経営者）	・例年、行楽シーズンで利用者数は増加するものの、今年はガソリンなどの値上げの影響で、リピーターの利用回数が減る。
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会や婚礼の受注も減少傾向にあり、それに伴って宿泊も減少傾向となっている。
都市型ホテル（役員）	・3か月後は宿泊を中心にした特殊需要もなくなり、いつもの状態に戻るものの、一般宴会の予約が順調であるなど前年の売上は確保できる。
都市型ホテル（営業担当）	・宿泊は、9月の団体客の伸びが前年に比べてかなり悪く、個人客の動き次第という状況である。10、11月は修学旅行の予約が前年よりも多く、団体客の予約数を押し上げている。また、1部屋当たりの宿泊者数も増えているので、平均単価も伸びている。一方、宴会に関しては婚礼、一般宴会共に受注が少なく厳しい状況で、ホテルにとっても緊急に手を打たねばならない状況となっている。
旅行代理店（経営者）	・関西国際空港発着の海外便の座席数が減少し、繁忙時期は座席の確保が非常に困難となっている。
旅行代理店（広報担当）	・今年は昨年よりも連休が少ないほか、イベントも予定されていないことから、大きな期待要因はない。ただし、年末年始の時期にしか旅行に行けない客からの申込は、これから伸びていく。
タクシー会社（経営者）	・ガソリンの高騰で、自家用車よりもタクシーを利用する人が増える傾向であるものの、やはりバスや電車で間に合わせる人は多い。

	観光名所（経理担当）	・今年3月から、来客数、売上が前年比で増えている。地域で開催しているイベントの効果がかなり大きく、今年一杯はこの影響が続く。この8月も、売上が前年比19%増となったほか、来客数は17%増となっており、この先2、3か月はこの傾向が続く。ただし、客単価は若干の上昇にとどまっている。	
	観光名所（経理担当）	・夏のイベントのような大きな集客策がなく、前年の実績を維持するのが精一杯である。	
	遊園地（経営者）	・近隣の遊園地がまた1つ閉鎖されるなど、明るい材料がみられない。	
	その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・業界ではこれから秋にかけて繁忙期に入るが、ある程度は予約が入っているので悪くはない。ただし、仮の予約もあるため読めない部分も出てきている。	
	設計事務所（所長）	・石油価格がまだまだ上がるため、建築単価への影響が出てくる。	
	住宅販売会社（経営者）	・市内中心部の地価上昇はストップしたものの、周辺部との価格差が広がっていることから、今後の調整の動きに対して様子見の感がある。今のところは市内中心部、周辺部共に調整が起こる様子がないため、このままの状態ではらくは推移する。	
	住宅販売会社（経営者）	・所得層の違いで購買意欲に差が出てきている。立地条件などにより、集客が多く販売が好調な現場とそうでない現場の差が広がっている。また、金利の上昇により、客の来場が増えるような傾向はなくなってきている。	
	住宅販売会社（従業員）	・マンションの販売状況は全体として好調であるものの、販売不振の案件も増えているなど予断を許さない状況である。	
	住宅販売会社（総務担当）	・受注量は横ばい状態と、住宅ローン貸出金利の先高感から契約に結びつかない状況である。	
やや悪くなる	一般小売店 [自転車] (店長)	・原油価格の高騰により仕入コストも上昇するため、商品の販売価格も値上げする必要が出てくる。	
	百貨店 (売場主任)	・前年は改装効果と寒波により防寒商材が好調であったほか、当店に限らず百貨店は増収となる店が多かった。今年は昨年を上回る要素が非常に少ないことから、大きく伸びることはない。	
	百貨店 (売場主任)	・ユーロ高の影響で特に輸入ブランド品の価格が上がり、客の心理状態にも影響が出る。また、原油高などによるコスト上昇が消費財の価格にも影響するなど、好転する要素があまりみられない。	
	スーパー (経営者)	・ショッピングセンターの開業が各地で相次ぐため、開業の前後は販売競争が激化する。	
	衣料品専門店 (経営者)	・プレタポルテの商品開発力の低下は、売上に直接的に響いてくる。また、売上は天候にも大きく左右されることから、現在の状況からみて今後は悪化傾向となる。	
	乗用車販売店 (経営者)	・石油の値上がりや株価の下落などの不安材料による、輸入車の販売への影響が懸念される。	
	一般レストラン (スタッフ)	・定率減税の縮小や原油価格高騰の影響で、中間所得層の可処分所得が減少するため、彼らをターゲットとしている外食産業は影響を受ける。	
	都市型ホテル (スタッフ)	・宿泊は好調を持続するものの、大型宴会の予約が少ないため小口で件数を集めざるを得ない。また、客単価がなかなか上がらないため、売上は厳しい状況となる。	
	住宅販売会社 (経営者)	・商業地の地価は投資利回りなどの条件次第で上昇する一方、住宅地の地価上昇にはまだ市場がついて行けない。	
	住宅販売会社 (経営者)	・地元企業は秋商戦に向けての商品準備に取り掛かっているものの、特に中古住宅物件が少なく、市場に出回るまでにはまだ時間が掛かる。	
	その他住宅 [展示場] (従業員)	・住宅需要が伸びる要因が見当たらない。住宅展示場も秋に向けてイベントを行っていくものの、来客数を増やす有効策がない。	
	悪くなる	その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・9月は人気アイドルグループや、外国人歌手のコンサートが開催されるものの、10、11月は客の来場が見込める大型イベントの予定がない。
	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)	・今後も受注、販売量が伸びる。
	電気機械器具製造業 (宣伝担当)	・12月1日に地上デジタル放送の視聴エリアが全国に広がるため、それに伴うサービスへの訴求が一層活発になり、地上デジタル放送対応のテレビへの買換え需要が増える。	

	金融業（営業担当）	・建設業や建設資材販売業などでは今後も売上の水準は変わらないものの、自動車部品製造業や建機製造業では売上の増加傾向が続く。	
	広告代理店（営業担当）	・最近1、2か月の動きをみると、紙媒体の落ち込みにも歯止めが掛かってきている。	
	経営コンサルタント	・不安定要素が多く確実な回復は望めないものの、足元ではこれまでの対応の蓄積による効果が出始めている。	
	経営コンサルタント	・取引先のコストダウンやリストラの動きが一巡し、再び軌道に乗ることなどから受注量が増える。	
変わらない	繊維工業（団体職員）	・年末に向けて需要期となるものの、輸入品との競合などで需要があまり見込めない。また、原材料費や外注加工費が値上がりしているものの、販売価格への転嫁ができない状態である。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・得意先や仕入先からは、先行きが大きく変化するという話をほとんど聞かない。	
	化学工業（経営者）	・得意先回りをしていると、大体どの企業も景気回復の手ごたえを感じている。今後、値上げなどのマイナスの影響が出てくるものの、しばらくは今の状態で推移する。	
	金属製品製造業（経営者）	・原油価格の上昇に伴う輸送費や諸費用の値上げが懸念される。	
	金属製品製造業（総務担当）	・大阪市内の建築案件は増加してきているものの、当社に効果が及ぶにはまだ時間が掛かる。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・現時点で2か月以上の受注残が確定しているほか、新規の見積依頼なども来ている。さらに、設備関連の合理化の見積依頼も多く寄せられている。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・1年以上前から業況は順調であるが、今後数か月もこの調子が続く。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・自動車やテレビ、そのほかのデジタル機器といった家電関係の売行きはこれからも良いものの、材料の高騰や世界的な価格競争により、更なるコスト削減が求められる。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・官公庁関係の入札案件は増えているものの、落札できない可能性があるほか、落札金額に左右されるため、受注額の予測が困難である。	
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	・原油価格の高騰に伴う利益の圧迫により、採算が厳しくなる。	
	建設業（経営者）	・神戸では阪神大震災の影響もあり、依然として設備投資が伸び悩んでいる。さらに、原油価格の高騰による建設資材の値上がりのほか、景気の良い地域への職人の流出による職人不足も懸念される。	
	輸送業（営業担当）	・売上が増加しても、燃料の高騰により利益が伸びない状況となる。	
	通信業（管理担当）	・商品の売行きが今一つである。急に回復する兆しもないため、やや悪い状態が続く。	
	司法書士	・今月は依頼件数が決して多くはないものの、極端に少ないわけでもないほか、起業に関する依頼も数件みられた。ただし、この状態は長くは続かない。	
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・底値の商品にしか注文が来ないため、今後も利益は伸びない。		
その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・当面のテレビスポットCMへの需要は前年並みで推移するものの、カンフル剤となるようなイベントがなければ活況とはならない。		
やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・これから秋に向けた商材なども出てくるものの、現状では良くなりそうな物が無い。また、原材料の値上げ交渉が多く発生していることも懸念材料の一つである。	
	食料品製造業（経理担当）	・石油の値上がりによる原料高が続いており、非常に苦しい状況となってきている。	
	繊維工業（総務担当）	・輸入品の増加で販売量が減少しているほか、原材料の高騰で利益率にも低下がみられる。	
	繊維工業（総務担当）	・大手小売店の自己破産による影響が仕入れにも大きく出始めているため、今後の需要期への影響が懸念される。	
	建設業（経営者）	・年末にかけて、近隣では同業他社や取引先を含めて厳しいうわさが絶えない。	
悪くなる	-	-	
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・登録者が正社員希望に流れており、派遣スタッフの確保が難しい。

やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・7、8月は夏枯れ状態で、派遣業界は落ち着いた動きであったが、昨年に比べるとかなり活発な動きもあった。10月以降には、更に活発な引き合いが出てくるほか、企業側も正社員では優秀な人材が確保できないので、派遣社員にも目を向ける意識が最近では強まっている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・9月は気候も良くなって求職者も動き出すため、企業も積極的に採用活動を行う。さらに、新聞に長い間出稿していなかった企業からも求人依頼の連絡があるなど、良い動きが増えている。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ホテルのオープンや改装が相次ぐなか、それに伴う求人が増える。
	職業安定所（職員）	・新規求人数はここ数か月の堅調な伸びから一転して、前年比で1%減少したものの、出店意欲の強い大手流通業者などの卸、小売業は高水準で推移している。また、9月末から開催される国体による特需で、ホテルなどの飲食、宿泊業が管内景気を下支えする。
	職業安定所（職員）	・求人数の増加傾向と求職者数の減少傾向は今後も続く。一方、雇用保険受給者の実人員は平成14年8月以降、前年比で47か月連続の減少となっている。
	職業安定所（職員）	・新規求人数が引き続き増加傾向にあるほか、一部の職種では人手不足の声も聞かれることから、原油価格の高騰など懸念材料はあるものの改善傾向は続く。
	学校〔大学〕（就職担当）	・企業は採用予定数確保のため採用活動を継続して行っており、求人企業数が増加しているほか、学内合同セミナーへの参加希望も多い。今後も積極的な採用活動が続く様子で、夏休み明けには学生の動きも活発化する。
変わらない	職業安定所（職員）	・石油価格の高騰や円高による雇用への影響はあまり出ていないことから、良い状況は今後も続く。
	職業安定所（職員）	・求人数は増加傾向にあるものの、求人内容が非正規から正規へ移行する傾向はまだみられない。
	民間職業紹介機関（職員）	・建設現場の求人に関する先行指標である、鉄筋工の求人がかなり出始めている。
やや悪くなる		
悪くなる	-	-