

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）	・デザートや菓子類をもう1品追加で買っていき客が増えており、客単価が上昇している。さらに、当店独自の割引セールに対する購買意欲もみられる。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球のシーズンが始まり、今年は3月にセ・リーグ開幕戦が2試合行われることから、来場者数が増加する。
		その他住宅 [情報誌] （編集者）	・年明け以降は住宅情報誌の販売部数が伸びているほか、これから新規物件の供給も本格化してくるため、マーケットは活性化する。
やや良くなる		一般小売店 [酒]（経営者）	・2～3月の予約状況が非常に好調であるほか、12～1月に来店した新しい客がリピーターになる傾向が高い。
		百貨店（売場主任）	・生鮮品については来客数や販売量が徐々に増えており、3か月先もこの傾向が続く。
		百貨店（営業担当）	・近隣の企業では新卒採用が昨年よりも増えることから、来客数の増加につながる。
		百貨店（統括）	・1月も寒くならず冬物商材は伸び悩んでいるものの、春物商材を早めに確保して仕掛けていくことで良くなる。
		スーパー（経営者）	・客や取引先の動きをみると、春先からやや良くなっていく。
		コンビニ（経営者）	・高付加価値商品については、価格を多少上げてでも売れる傾向がみられることから、客単価は上昇傾向となる。
		コンビニ（店長）	・気温に左右される業態であり、暖冬で今後3か月も気温は上がる可能性があるため、やや良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・客の動きが10月から年末にかけて良くなってきている。
		観光型旅館（経営者）	・例年は3月後半になると桜の開花シーズンとなるが、今年は暖冬で来客数が増えるほか、客単価も上昇傾向となる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・依然として、先行予約は宿泊、宴会共に例年の水準をやや下回っているが、最近は十分に手ごたえがある。つまり、宿泊は競合が多くて単価を上げられる状況ではないものの、宴会は徐々に単価の引上げが出来ている。
		通信会社（社員）	・2月から光ファイバーを活用した電話サービスがスタートする。料金面などで客のメリットが拡大するため、売上は上向き傾向となる。
		観光名所（経理担当）	・現在は閑散期であるものの、前年を上回る来場者数となっている。これから販促イベントなどを強化していくことから、今の状況が春先までは続く。
		遊園地（経営者）	・春のシーズンに向けて新施設を増設するため、来客数が増加する。
		その他レジャー施設 [イベントホール] （職員）	・定例以外の人気歌手やグループの公演のほか、長期イベントや新規のイベント予約が決まってきている。
		その他サービス [生命 保険]（営業担当）	・景気回復を受けて資産の運用状況が改善に向かっているため、貯蓄性商品の販売状況が好転する。
変わらない		商店街（代表者）	・一時的なにぎわいはあるものの、それが続かない傾向にあることから、依然として厳しい状況が続く。
		商店街（代表者）	・売上が今以上に伸びる様子は特に無い。
		一般小売店 [時計] （経営者）	・今の暗い雰囲気を見ると、今後明るい傾向とはなりにくい。話題の新製品に興味を持った客が来店してくるものの、値段を見てあきらめるというケースが続くなど、明るい兆しは見られない。
		一般小売店 [鮮魚] （営業担当）	・客の元気な声も無く、消費の低迷した状態が続く。
		一般小売店 [衣服] （経営者）	・暖冬の後の春は寒くなることが多いが、それによって冬物商材が売れるわけでもない。それどころか、春物商材の売行きが一層悪くなるのが懸念される。
		一般小売店 [カメラ] （販売担当）	・レジャーの後に現像の依頼があるという考え方は、これからは通用しなくなる。我々のような店は、これからどう対応していくかによって存続が問われる。
		一般小売店 [コー ヒー]（営業担当）	・昨年秋ごろから販売量が増加傾向にあったものの、現在は横ばいとなっている。春先の商品構成も現在とさほど変わらないため、今の状態が続く。

一般小売店〔楽器〕 (販売担当)	・売上単価は伸びてきているが、来客数が少ないままである。
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ない。客はたんす在庫を豊富に持っているため、特徴のある商品は売れるが、そうではない商品は以前よりも厳しくなっている。今後は気候などの外部要因に頼らざるを得ない状況である。
百貨店(売場主任)	・クリアランスセールも失速状態であるため、春物衣料のスタートを早めることになるが、現状では単価ダウンを数量でカバーするのは困難である。高額品の動きも一部の趣味性の高い商材に限定され、全体のけん引役とはなっていない。今後もこの傾向は続く。
百貨店(企画担当)	・メーカーからは、手持ちの在庫にないような商品の提案が少なく、購買にはつながりにくい。
百貨店(営業担当)	・今のところは新商品の発表も無く、客の間にも特別な需要がみられないことから、現状のまま推移する。
百貨店(営業担当)	・客は買物に対して慎重になってきているが、高額商品の価値を吟味して納得すれば、今までと同様に購入している。
スーパー(店長)	・高単価商品を購入する傾向が続くことはあっても、単価が更に上昇することは無い。
スーパー(店長)	・食品や日用品などの生活必需品は節約傾向が顕著で、販売量、販売額共に微減の傾向となっている。しかし、バレンタインデーなどのいわゆるハレの日の需要や、健康関連食品などの需要はおう盛で、全体としては現在の傾向が続く。
スーパー(経理担当)	・国から地方への税源移譲に伴う所得税の短期的な減額効果で、消費は引き続き底堅く推移するため、売上の増加基調はしばらくは変わらない。
スーパー(広報担当)	・大型店が多数出店し、競争は一層厳しくなっている。
家電量販店(企画担当)	・デジタル関連商品の売行きが良いときは白物商品が悪く、その逆もあるなど、一進一退の状況となっている。今後は、パソコンで新OSの発売があるなど良いニュースはあるものの、売上の増加には結び付かない。
乗用車販売店(経営者)	・車検の申込台数や新車の販売台数をみると、少し停滞気味である。
その他専門店〔医薬品〕(店員)	・客からの相談は増えてきているものの、低価格の商品の動きが今一つである。
その他専門店〔スポーツ用品〕(経理担当)	・暖冬の影響で冬物商品の処分ができないほか、来年度の商戦にも影響が出る。
その他専門店〔宝飾品〕(販売担当)	・女優やタレントの起用が、以前ほど消費者の購買意欲の引上げにつながらない。
高級レストラン(支配人)	・ディナーの時間帯で売上の回復がみられず、先行きが懸念される。
スナック(経営者)	・値下げのほか、女性客を大切にするなど様々な対策を行っているものの、その結果が出るかどうかは不透明なため、現状維持となる。
その他飲食〔コーヒーショップ〕(店長)	・低価格商品の販売量はほぼ横ばいであり、高単価商品の投入で売上増を見込んでいるものの、売行きは良くない。
観光型ホテル(経営者)	・今後2～3か月先の予約状況は、月によって若干のよし悪しがあり、一進一退の厳しい状況となっている。従業員、パート、アルバイトなどの採用がかなり難しくなっているため、景気の回復は感じられるものの、それが旅行などの消費には結び付いていない。
都市型ホテル(支配人)	・予約の問い合わせ件数は最近やや多くなったが、単価、件数共に低調なままで、好転することは無い。
都市型ホテル(営業担当)	・宿泊はオフシーズンに入るが、今年はアジアの旧正月である2月にかんがりの予約が入っている。3、4月も団体予約が多く入ってきており、先行きはやや明るい状況である。ただし、宴会に関しては婚礼が足を引っ張っているほか、一般宴会の予約状況も悪く、かなり厳しい状況である。
都市型ホテル(役員)	・例年、春休みに向けて客の動きは活発になるが、予約状況を見ると前年の水準は何とか確保できるものの、勢いは低下してくる。
旅行代理店(経営者)	・暖冬でスキー商品は厳しい状況にあるものの、卒業旅行を含めた海外旅行への問い合わせは多いことから、昨年の実績はクリアする。
旅行代理店(従業員)	・大きなイベントも無いので現状で推移する。

旅行代理店（広報担当）	・春休みや卒業旅行の先行受注状況は、立ち上がりは鈍かったものの、中盤に盛り返したことで前年並みとなっている。
タクシー運転手	・暖冬が続けば、全体的な回復にはつながらない。2月に入ってどれだけ例年どおりに寒くなるかに左右されるが、3月になるまでは今の状態が続く。
タクシー会社（経営者）	・タクシーの利用は、緊急時のほか、公共交通機関では不便な場合に限定されている感がある。地下鉄の最終時間が延長されるなど、バスや電車で用が足りるようになりつつあり、タクシーは今後も厳しい状況が続く。
通信会社（経営者）	・4月までの案件は予定どおり入ってきている。
通信会社（経営者）	・現在の携帯電話市場は、新規受付と機種変更受付の比率が約3対7となっており、新規市場は規模が縮小している。さらに、年度末にかけて電話会社が新規市場の拡大策を取り、機種変更を抑制するため、市場全体の規模がやや縮小する。
観光名所（経理担当）	・来客数に変化は無いものの、客単価がなかなか上昇しないほか、商品を見るだけの客の割合が高い。飲食関係では売上が何とか伸びているものの、物販の客がなかなか増えないため、現在の傾向がまだまだ続く。
競輪場（職員）	・正月気分がなくなったところから、入場者や平均購入額も元の低い水準に戻っているため、当面は回復感はない。
美容室（経営者）	・春は新品種を売出し易いものの、低料金の店が近くに出店しており、高齢者がその店に行くようになるため、売上としては変わらない。
美容室（店長）	・セット販売を行っている化粧品の新品種が出るため、売上が伸びる。
美容室（店員）	・単価が若干低下する傾向にあることから、その分来客数が増加する。
その他サービス[学習塾]（経営者）	・来月に無料体験キャンペーンを行うため、その結果次第では生徒数が増える。
その他サービス[ビデオ・CDレンタル]（エリア担当）	・今は好調なゲーム販売が落ち込んでくる。
住宅販売会社（経営者）	・景気が良いのは大企業だけで、中小零細企業は良くなる気配も無い。不動産業界も例外ではなく、好立地のマンションや戸建てが売れているだけで、集客状況は悪く、契約戸数も少ない。
住宅販売会社（従業員）	・販売価格は横ばいが続くものの、今後の顧客動向次第では厳しい状況となる。
住宅販売会社（総務担当）	・住宅ローン減税の延長効果は余りみられず、そのほかにも好転要因は無い。ただし、悪くなる要因も無いことから、現状維持のまま推移する。
その他住宅[展示場]（従業員）	・政府の平成19年度の税制改正大綱では住宅取得者に有利な改正がほとんど無く、ここ数か月は住宅需要が喚起されることは無い。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・1月は来街者の減少が目立っている。売上も暖冬の影響で前年比13%減少しており、特に高額商品の売行きが悪い。このままでは最終セールの上上も伸びない。
商店街（代表者）	・空き店舗が増えているほか、新しく入ってくる店についても、針きゅうマッサージのような小売業以外の店が多い。
一般小売店[家具]（経営者）	・扱っている家具の70%が欧米か東南アジアからの輸入品であるため、ドル高やユーロ高の影響で苦戦している。
百貨店（売場主任）	・売上全体を左右する新品種の売行きが良くないほか、天候要因により春物商材の動きが良くない。
百貨店（売場主任）	・定率減税の廃止などによる支出の抑制が本格化し始める。
スーパー（経営者）	・暖冬の影響で冬物商材の売行きが悪いほか、今後2、3か月はスキー客や観光客の減少による影響が続く。
スーパー（経営者）	・異常気象で野菜の相場安が続いており、昨年のゴールデンウィークごろから上昇が続いていた客単価が再びマイナスに転じている。再び始まった食品価格の低下により、売上は減少傾向となる。
コンビニ（店長）	・店の前の広場で行われていたサーカスが今月で終わったため、先行きはやや悪くなる。
衣料品専門店（経営者）	・2、3月は寒い日が続き、春物衣料はまだ売れない一方、冬物衣料は良い物が次々に売れてしまっているため、今後は昨年よりも悪い状況が続く。

	住関連専門店（店長）	・どの月によく売れるといった季節的な動きが少なくなってきた。従来はこの時期によく売っていた学習機の売行きも盛り上がり欠けており、客のマイペースな動きが加速している。	
	住宅販売会社（従業員）	・急激な土地価格の上昇によって投資用物件の利回りが低下しており、不動産ファンドによる投資スタンスが慎重になってきている。	
	悪くなる		
企業 動向 関連	良くなる	-	
	やや良くなる	建設業（経営者） 金融業（営業担当）	・急激にはないものの、受注は徐々に増えていく。 ・建機部品製造業や自動車部品製造業、配管製造施工業などの製造業は、今後も受注の増加による増収増益傾向が続く。また、中小企業も受注の増加に伴って設備投資を行い始めているほか、増収増益に自信を示す経営者が増えてきている。
		不動産業（営業担当）	・土地の値段が上がっているほか、新築の賃貸マンションの価格も上がってきている。さらに、賃貸ビルの空室率が低下し、賃料も上がってきていることから、今後は若干上向き傾向となる。
		その他サービス業〔イベント企画〕（経営者）	・春から初夏にかけての案件に少し動きが出てきている。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・大阪では世界陸上が夏にあることから、それに伴う広告キャンペーンなどが増える。
変わらない	食料品製造業（従業員）	・底値を維持するだけで良くも悪くもならず、景気の悪い状況は変わらない。	
	繊維工業（企画担当）	・売上に良くなる兆しが見られないため、まだまだ不安である。	
	繊維工業（総務担当）	・倒産した大手小売店の整理商品が3月までは出回ることから、売上が減少する。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・得意先や仕入先、同業者から、今後上向くという話を聞くことが少ない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・製鉄関連の企業は次々と設備投資を計画しているため、少なくとも今後数か月は活発な状況が続く。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・前年とほぼ同じく、新年度の注文が6割程度確定している。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・グローバル化によって市場が拡大しており、積極的に海外進出している企業は好調となっている。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・これまでのAV関連の好調な荷動きは続くものの、そのほかの商品の動きに大きな変化は起こらない。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・工場設備の冷凍機などの注文が好調で、半年先までの受注がある。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・ハウスメーカーに対する売上がこの3か月は現状維持となっており、伸びが悪い。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・新規の引き合いの動きをみると、前年並みとなっている。	
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	・暖冬により季節商材が伸び悩んでいるなか、予想以上に消費の伸び率が鈍化している。	
	建設業（経営者）	・建設資材価格の上昇や技能労働者の不足、大手ゼネコンに対する官庁工事の長期指名停止などにより、今後も厳しい受注競争が続く。	
	建設業（営業担当）	・工事に関する情報は増えているが、受注金額は相変わらず厳しい状態が続いている。さらに、下請企業への発注単価が上昇し、ゼネコンの収益を圧迫するケースも増えている。	
	不動産業（経営者）	・依然として、建売住宅や分譲マンション用地の取得意欲はおう盛であるが、立地条件により、やや慎重になっている面もある。	
広告代理店（営業担当）	・インターネット広告やイベント広告は好調であるが、それ以上の伸びが見込める材料が無い。		
やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・緩やかな景気回復と報じられているが、靴下業界ではいまだに販売価格の下落に歯止めが掛からない。	
	繊維工業（団体職員）	・現状では、需要の増加に関する動きがみられない。	
	化学工業（経営者）	・年度末の受注が増えてくる時期であるが、例年に比べて今年は受注が少ない。注文の小型化もみられるため、急激ではないものの状況は悪くなっていく。	
	金属製品製造業（営業担当）	・新規の引き合い件数が減少している。	

		建設業（経営者）	・年度末に向けて、周辺では倒産する企業のうわさが絶えない。
		金融業（支店長）	・市内の建売業者をみると、土地の仕入価格が上がっている一方、販売価格になかなか転嫁できず厳しい状況となっている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・若年層の活字離れや新聞離れが進んでおり、新規購読数が伸び悩んでいる。
		広告代理店（営業担当）	・新年度に入って予算引締めを行う企業が増えることから、広告は不調気味となる。
		司法書士	・相続登記などの依頼はあるものの、会社の設立や増資など、新たな事業に関する案件が無い。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・引き合い件数や、取引先からの電話の回数が少なくなってきている。
	悪くなる	金属製品製造業（管理担当）	・談合により、ある案件の元請会社が45日間の営業停止処分となるなど、先行きが不安である。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（経営者）	・景気の緩やかな伸びに合わせて、求人需要は今後ますます高まる。それに伴って派遣社員の注文が増える一方、優秀な派遣社員の正社員登用などで登録者の確保が難しくなるため、伸びとしては堅調な水準に収まる。
		人材派遣会社（経営者）	・例年は2月に近づくに落ち着いた動きとなるが、今年は経理事務のほか、医療系の調剤事務や医療事務、技術関係など、様々な分野で活発な注文がある。ただし、条件に合う人がいない状況で、人材を探すために少し派遣料金を上げてほしいと要望しても、依然として厳しい姿勢の企業が多い。4月の派遣料金見直し時期が近づいてきているものの、企業の対応は厳しい状況である。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は、建設業が3か月連続で前年を下回っているものの、それ以外の産業では増加傾向がみられる。それに伴い、大阪の有効求人倍率は1.32倍と平成2年8月以来、16年4か月ぶりに1.3倍台となっている。これらの状況から、全般的に雇用情勢は改善傾向が続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業による求人票の送付時期が一段と早まっている。また、本社が近畿圏以外の企業の来校も増加しており、優秀な学生を確保するための積極的な動きがみられる。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・新入社員の採用増加に伴い、派遣社員の求人数は減少する。
		人材派遣会社（社員）	・2007年問題や少子化の影響で人材の確保が困難になっており、今後はスキルの高い人材の取り合いになる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・雇用市場が売手市場である状況は続くものの、新聞媒体による求人は主に中高年対象であり、それほど増えることは無い。やはり、若年層に強いインターネット媒体が引き続き好調に推移する。
		職業安定所（職員）	・求人数は減少傾向に転じてきているものの、求職者数も引き続き減少傾向を示しているため、求人倍率は今後も大きな変化は無い。
		職業安定所（職員）	・求人数の減少はみられるものの、それ以外に不安材料がないことから、今後もこの状態が続く。
やや悪くなる		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2、3月の新聞広告の受注をみても、直近3か月と同じく、前年割れの傾向がみられる。
		職業安定所（職員）	・求人の増加は、鉄鋼や電気機械などの製造業から卸、小売業へ広がっているものの、漸増傾向にあるのは派遣、請負といった非正規雇用の求人である。今後は、正規雇用を希望する求職者とのミスマッチが拡大するほか、それに伴って就職者数が伸び悩む。
		職業安定所（職員）	・大手電気メーカーの工場における生産中止や、滋賀県内で唯一残っていた大手スーパーの店舗が来月で閉鎖されることも影響して、求人数は横ばいか微減で推移する。
		民間職業紹介機関（職員）	・日雇労働者の高齢化などで、仕事に就ける層が若年層に偏ってきており、建設業者などからは弱気な声が出てきている。
悪くなる		-	-