

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（店長）	・今年は猛暑になることから、ドリンク類が爆発的に売れる。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・フランチイズ球団の試合では来客数の低迷が続いているが、8月には人気球団の試合が6試合行われるなど、来客数が増加する。
	やや良くなる	一般小売店 [コーヒー]（営業担当）	・土地が若干入手しやすい状況にあるため、周辺での新規出店数が増加傾向にある。
		百貨店（売場主任）	・日によって売上に差があるものの、高額品が動くようになってきている。
		百貨店（売場主任）	・全体的にはかなり上向きになりつつある。来客数、販売量共に良い動きとなっていることから、今後は高級商材なども置いていく。
		スーパー（経営者）	・今夏は猛暑で少雨となるため、飲料やビールのほか、アウトドア用品、殺虫剤などの販売量が例年よりも増加する。ただし、暑さがピークとなる昼間の客足が落ちることから、早朝と夜間に商品を確実に提供することが必要となる。
		コンビニ（経営者）	・周辺ではコンビニが飽和状態にあったが、今月に1店舗が撤退したため、多少は売上が増加する。
		コンビニ（店長）	・6～8月は前年よりもかなり暑い日が続き、特に猛暑の予想もあって業界全体で売上が伸びる。また、チェーン本部で品ぞろえの強化を図ることで、売上は上向いていく。
		家電量販店（経営者）	・デジタル家電の売行きが加速するほか、今年は猛暑と予想されているのでエアコンなどの購入意欲が高まる。
		乗用車販売店（経営者）	・車検の予約や新車の販売もある程度好調で、売上も伸びてきている。
		乗用車販売店（営業担当）	・売上目標が上がってきているなど、当社の収益状況は良い。
		その他専門店 [医薬品]（店員）	・今年は夏物商材の動きが早くなる。
		高級レストラン（支配人）	・単価の動きに変化はないものの、販売量が微増となっているほか、来客数も増加していることで徐々に良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・感謝セールへの来店客に店の場所を覚えてもらえたことで、今後はリピーターが増える。
		その他飲食 [コーヒーショップ]（店長）	・ラニーニャ現象の発生など、今夏は気温が著しく上昇することから、喫茶、飲料の売上が増加する。
		観光型旅館（団体役員）	・来客数の動きをみると、都市部の好調が地方にまで及んできている。
		都市型ホテル（役員）	・業況の悪化が感じられるものの、夏には世界陸上が開催されるほか、レストランの改装オープンによる効果が出てくる。
		旅行代理店（広報担当）	・今年のボーナス支給額も昨年を上回るため、7、8月の夏休みの旅行受注が増える。関西国際空港の第2滑走路の話題が報じられる機会も増え、消費マインドを刺激する良い材料になる。
	通信会社（経営者）	・携帯3社がほぼ同時に新商品を投入するが、これによってキャリア間の競争が加熱し、市場が盛り上がる。	
	その他サービス [生命保険]（営業担当）	・各業種で新規採用数を増やす傾向にあるため、新入社員に対する生命保険の販売数が増加する。	
	その他住宅 [情報誌]（編集者）	・ゴールデンウィーク中に出てきた新規購入検討者については、夏を控えた商戦期に購入が決まってくるため、市況は上向く。	
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街では午後からの来街者が目立って少ないものの、空き店舗が埋まってきているなど明るい兆しもある。
		商店街（代表者）	・ヒット商品が出ないほか、相変わらず夜になると客足の引きが早いため、売上が伸びない。
商店街（代表者）		・以前に比べて良くなってきているものの、今後更に良くなる傾向はみられない。年金問題も含めて、高齢者の間で不安が大きくなっている。	
一般小売店 [酒]（経営者）		・月1回の地域活性化イベントが好評であり、今後も続けていくことで来客数が更に増える。また、新しい業態の店が近くに3軒開店したことで、地域全体の注目度が高まる。	
一般小売店 [衣服]（経営者）		・今年の夏は暑くなるとの予報が出ており、夏物衣料の売行きは若干良くなる。ただし、現状は客がなかなか振り向いてくれない状況であるため、夏物衣料の企画を前倒しで行う。	

一般小売店 [ゴルフ用品] (店長)	・ゴルフシーズンに入るが、ボーナス支給との関係でどこまで販売量が伸びるか判断が難しい。今月と同様に、週ごとに動きが変わることになる。
一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・商品の仕入価格も徐々に上がっており、良くなる材料は全く見当たらない。
一般小売店 [衣服] (経営者)	・来客数は増えているものの、4、5月をみても売上は伸びていないため、先行きも同じ傾向となる。
一般小売店 [衣服] (経営者)	・夏に向かってまた寒さが戻るという情報もあり、夏物衣料の売行きが懸念される。
百貨店 (売場主任)	・来客数が大幅に増える要因が見当たらない上に、来店した客も必要な物しか買わない状況である。
百貨店 (売場主任)	・中元やクリアランスセールなど購入動機が高まる季節に入るが、今後 come 街者の増加が続くことから、好調は維持できる。
百貨店 (企画担当)	・中元ギフトやクリアランスセール共に、売上の増加は難しい。
百貨店 (営業担当)	・若年客の間では、一部でブランド品の動きがみられるものの、年配客には購入意欲がみられない。
百貨店 (営業担当)	・円安による海外高級ブランド品の値上げに伴って、売上は伸び悩む。その一方で、一部の富裕層による買上は増えるなど、二極化が更に進む。
百貨店 (サービス担当)	・参議院選挙が行われる1か月前には消費が弱まる傾向となる。一方、中元商戦も前倒し傾向が年々強まっているものの、中元商戦全体への影響はない。
百貨店 (マネージャー)	・景気が回復傾向にあるなか、個人消費にも力強さが出てきている。その一方で、百貨店を取り巻く環境は依然として厳しい。
百貨店 (統括)	・今年の夏は暑くなるとの予測が出ているため、衣料品全体の売行きは苦戦する。
スーパー (店長)	・価格がある程度維持できているため、今後大きく悪化することはないものの、生活必需品を中心に節約志向が根強い。一方、ヘルパーによる買物代行の増加もみられる。
スーパー (経理担当)	・ボーナスの増加や雇用状況の改善による効果が出てくるものの、食品関連では6月以降の住民税の負担増による影響が大きい。
スーパー (開発担当)	・全店ベースの売上は伸びているものの、既存店ベースでは逆に減少している。原油価格の高騰に伴うレジ袋の有料化といった懸念材料も多く、今後も売上は伸びにくい。
コンビニ (マネージャー)	・今月末から近隣の競合店がポイントカード会員の募集を始めており、当店のポイント会員の優位性が若干低下するものの、夏からは新規の電子マネーを導入するため、新規客の来店につながる。
乗用車販売店 (経営者)	・今年前半は明るいニュースも聞かれたものの、最近では同業者の廃業や倒産など、先行きが不安になるニュースが多い。
乗用車販売店 (営業担当)	・客はみられるものの、他社が強いために新規客がなかなか増えない。
その他専門店 [医薬品] (経営者)	・客が商品の品質や効能に納得すれば、価格が高くても購入がみられる。
一般レストラン (スタッフ)	・来客数が増加傾向となったのはゴールデンウィークだけであり、それ以降は元に戻っている。客単価には変化がみられないことから、今後も変わらない。
都市型ホテル (マネージャー)	・業績好調の業種で一部の企業が活発に動いているものの、個人客の消費マインドは横ばいか若干下降気味となる。
都市型ホテル (営業担当)	・宿泊は夏休みの予約がまだ入っていないなど、予約の動きが悪いほか、婚礼も6月以降の受注が目標の50%で推移しており、大変厳しい状態である。一方、一般宴会には大きな動きはなく、前年並みで推移している。
旅行代理店 (経営者)	・関西からハワイへの航空路線の減便により、海外旅行の伸びに影響が出る懸念される。
旅行代理店 (店長)	・大きなイベントの開催もなく、旅行業界に目新しい話題が不足している。
タクシー運転手	・今年になって多少上向いてきたものの、今後は目新しい材料もなく、現状維持が精一杯である。
タクシー会社 (経営者)	・個人、法人共に、タクシー代を節約する風潮が依然として続いている。今後もその傾向が続くものの、徐々に底に近づいており大きくは変わらない。

	通信会社（社員）	・インターネットサービスへの加入の動きが沈静化してきており、光ファイバーなどの新サービスへの加入促進が必要となる。	
	観光名所（経理担当）	・これまでは多少良い状況であったものの、ゴールデンウィークを終えて少し停滞気味となっている。	
	観光名所（経理担当）	・前月に続いて休日の天気が比較的良く、乗客数は伸びたものの、売上はさほど伸びていない。今後もこれ以上の伸びは難しいことから、現在の状態が続く。	
	競輪場（職員）	・年明けまでは入場者数、客単価共に上向き傾向であったものの、2月からは従来の水準に戻っており、ここ数か月は低調なまま変化がない。この傾向は当分変わらないものの、今後は大きなレースも控えていることから上昇に転じることもある。	
	その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・物販の状況は天候に左右されているものの、入場者数は相変わらず好調である。その一方、客の購買力には変化がみられない。	
	その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・社会の雰囲気は今一つレジャーの追い風になっていない。ただし、消費者の嗜好がアウトドアのレジャーへ回帰している感がある。	
	その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・レンタル売上で物販売上の落ち込みをカバーする状態は今後も続く。	
	住宅販売会社（経営者）	・サラリーマンの賃金が据え置かれているため、住宅の購入動機が生まれにくい。その結果、住宅の広告に対する反応も鈍くなっている。	
	住宅販売会社（経営者）	・不動産売買を下支えしていたファンドの動きが鈍くなり、商業地などの取引が停滞している。今後数か月は同じような状況が続く。	
	住宅販売会社（総務担当）	・団塊世代が退職する一方、税制の相談も少ないなど、受注が増える材料はない。ただし、受注が減る要因もないため、現状維持となる。	
	その他住宅〔展示場〕 （従業員）	・客の間で家を建てる意欲がわきにくい状況となっている。住宅金融公庫も独立行政法人化し、客にとってはますます購入しにくい環境となっている。	
やや悪くなる	一般小売店〔精肉〕 （管理担当）	・例年この時期から豚肉の相場が高くなるが、今年は飼料の高騰もあるため相場高が一段と進む。一方、アメリカ産牛肉が少し脚光を浴びてきたものの、専門店への影響は小さい。	
	スーパー（店長）	・店の周辺では競合店が次々に出店しており、競争が激化することから、現状よりも上向くことはない。	
	コンビニ（経営者）	・中堅スーパーの出店増加や営業時間の延長に加えて、コンビニのフランチャイズ間のシェア争いにより店ごとの商圏が縮小している。今後はこれらが売上の伸び悩みにつながる。	
	衣料品専門店（経営者）	・今年の夏が猛暑になれば売上は伸びるものの、商品の手当てが不十分なために、伸びは限定的となる。今年の冬が悪かったため、メーカー、小売店共に、夏物商品を十分に手当てしていない。	
	観光型ホテル（経営者）	・来月までは今の好調が続くものの、7、8月の予約状況を見ると好調の持続は難しい。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼や宴会の受注が著しく減少している。一方、宿泊については、世界陸上などのイベントに伴う需要が増える。	
悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・今後、販売価格の高いマンションの販売が予定されており、客がついて来られない。	
	観光型旅館（経営者）	・8月の宿泊やキャンプ場の予約にはまだ空きが残っているなど、来客数の増加は難しい。	
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）	・大規模で利益率の高い契約が予定されており、業績面は良くなる。
		金属製品製造業（管理担当）	・今後も大型マンションやビルの受注が増えていく。
		その他サービス業〔イベント企画〕（経営者）	・今後は企業の販売促進イベントが増えてくる。
変わらない	食料品製造業（従業員）	・偶然に製品が売れているだけであり、景気が上向いている感はない。色々な人との話では景気の悪い話が多数を占め、特に石油関連の価格上昇に対する懸念が大きい。	
	金属製品製造業（経営者）	・業種によって、増産する企業と減産する企業に大きく分かれている。	

	金属製品製造業（総務担当）	・大阪でもようやく建築プロジェクトが動き出しているものの、依然としてゼネコンの安値受注が続いている。
	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の投資意欲が特に低下する様子もなく、これ以上加速する様子もない。
	建設業（経営者）	・建設資材が高騰傾向にあるほか、受注競争は更に厳しくなる。
	輸送業（営業所長）	・取引先は注文を出す際に自社の経費削減は考えているが、燃料コストの上昇は考慮していない。
	金融業（営業担当）	・自動車部品製造業、各種機械製造業の企業では、売上は増加しているものの、原材料の値上がりによって利益は増えていない。今後2、3か月はこのような状況が続く。
	不動産業（経営者）	・利便性の高い工業地域における用地に対する引き合いが多い。
	不動産業（営業担当）	・土地の価格は上がっているが、賃貸料は横ばいもしくは下落している。一方、土地価格の上昇に伴って分譲マンション価格も上がっているものの、途端に売行きが悪くなり、在庫が増加している。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新規購読は伸びているものの、折り込み広告の件数が減少気味であり、全体に売上が伸びていない。
	経営コンサルタント	・生活必需品にかかわる小売業や製造業の中小企業では、特に良い材料が見当たらない。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・商品の見積依頼が少なくなってきた。
	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・テレビスポット広告の出稿予想が伸び悩んでいるほか、ラジオCMもかなり厳しい様子である。
やや悪くなる	繊維工業（企画担当）	・競合店舗に押され気味で、取引先では一部の店舗が閉鎖されている。
	繊維工業（総務担当）	・靴下の輸入量が前年比で10%増加しているなど、国内の製造環境が悪化している。
	化学工業（経営者）	・最近では価格が落ち着いていたものの、原料メーカーが7度目の値上げの動きをみせ始めている。これまで市場の冷え込みで様子を見ていたメーカーも、値上げに動き出すのは時間の問題である。その一方、当社のユーザーは景気後退を意識して値上げを受け入れる状況にないため、当社の収益は今後悪化する。
	金属製品製造業（営業担当）	・荷動きが良くない中で、原材料の値上がりする話が進んでいる。
	一般機械器具製造業（経営者）	・航空機部門の仕事量は増えていくものの、価格が低く採算の取れない注文が多い。
	建設業（経営者）	・材料価格は値上がりしているが、請負価格は厳しい水準のままである。
	金融業（支店長）	・築10年の1DKマンションの経営者を見ると、メンテナンス費用がかかる一方で家賃を思うように上げることができない。それどころか、競争相手があるので家賃を引き下げて入居率を上げざるをえず、苦戦している。
	司法書士	・事件数の減少が常態化しており、回復する兆しがみられない。
悪くなる	-	-
雇用関連	良くなる	-
	やや良くなる	-
	人材派遣会社（支店長）	・7月の参議院選挙に向けて、短期的な業務の受注が増える。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・金融機関向けの派遣を目的にした、人材派遣会社の求人広告が増加傾向にある。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年比2.9%減と、前月の増加から減少に転じたものの、依然として高水準で推移している。その一方で求職者数も減少したことから、大阪の有効求人倍率は1.27倍と4か月ぶりに上昇している。一部の産業の動向や正社員求人の動向など、注意すべき点はあるものの、当面の雇用失業情勢は改善傾向が続く。
	学校〔大学〕（就職担当）	・大手企業の採用活動がほぼ終盤を迎えるなか、中堅、中小零細企業の採用活動が本格的に動き出している。その一方で、大企業のなかには、優秀な学生を確保するために秋採用の情報発信を始めた企業もみられる。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・正社員求人を充足できなかった企業からの派遣依頼が増えることで、今後も派遣求人は緩やかに増加する。

	人材派遣会社（経営者）	・各社からの求人が増加する傾向が続くものの、正社員でまかなうか、派遣でまかなうかは企業ごとに分かれる。今は経理関係で正社員や紹介予定派遣の求人が多いほか、IT業界でも正社員や派遣求人が多い。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・全体的な構造の変化で、読者が新聞に求人情報を求めなくなっている様子がうかがえる。
	職業安定所（職員）	・学卒求人を含めて積極的に求人を行っている事業所がある一方、設備投資が一巡して受注が減少し、在庫調整を行っている事業所もみられるなど、企業によって動きに差がみられる。
	職業安定所（職員）	・求人数、就職者数共に目立った動きはない。企業の進出は多少みられるが、雇用増までは見込めない一方、大規模な企業整理もない。
やや悪くなる	民間職業紹介機関（職員）	・ここ数年になく求人数が悪化しているものの、まだ下請業者や日雇労働者には落ち着きが残っている。
悪くなる	-	-