

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）	・昼食代を節約するために、コンビニを利用する客が増えている。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・8～9月にかけて人気球団の試合や子供向けのイベントが行われるほか、9月には人気グループのコンサートが開催されるので、来客数が増える。
		その他住宅 [情報誌] （編集者）	・相場の上昇感が市場に浸透すれば、トピックス物件などの新規供給が増加することで市場は活性化する。秋商戦の始まる盆休み明けが、その分岐点となる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・今年に入って順調に推移していたが、6月に入って少し落ち込んでいる。ただし、商品の品ぞろえは万全であるため、今後1か月で夏物商材の売行きは良くなる。
		一般小売店 [衣服] （経営者）	・衣料品の売行きは天候に大きく左右されるが、今年の夏は暑いと予想されていることから、夏物衣料の売上は例年よりも増加する。
		一般小売店 [コー ヒー]（営業担当）	・外食に出かける客層が拡大傾向にある。
		スーパー（経営者）	・全体的に客は味の良い物を求めており、今までのように価格のみで判断することはなくなっている。
		スーパー（店長）	・長期予想では今年の夏は猛暑になることから、今後は回復に向かう。
		衣料品専門店（販売担 当）	・夏の一時金支給額の増加を話題にする客が増えている。
		家電量販店（経営者）	・デジタル放送が一部受信できるようになったことで、客の購買意欲が増す。
		都市型ホテル（スタッ フ）	・夏に開かれる世界陸上で大阪市内の一部では特需がみられるものの、地区全体を底上げするには至っていない。一方、盆休みは閑散期となる宴会場では、今年もサマーバイキングを企画しているが、例年よりも販売を早めたところ好評となった。既に前年の半数の予約が入ったため、開催期間を延長することになっている。
		都市型ホテル（役員）	・客室やレストランの改装工事が終了し、各部門共に来客数、客単価が伸びる。
		旅行代理店（営業担 当）	・低価格商品から高価格商品まで幅広く受注が伸びている。
		住宅販売会社（経営 者）	・住宅建築の請負については、以前に比べて受注や受注見込みが増えている。
		変わらない	一般小売店 [衣服] （経営者）
一般小売店 [衣服] （経営者）	・この夏は猛暑が予想されているが、夏物商材がどのような動きとなるのか判断が難しく、先行きが懸念される。		
一般小売店 [家具] （経営者）	・大阪の家具業界では、中小の小売店が閉店、休業、解散などで半減している。その一方で、大手量販店の進出によって、売場面積は従来の2倍に増えている。		
一般小売店 [カメラ] （販売担当）	・生活に余裕のあるように見える中高年の客からも、今後の生活が不安で、以前からのリタイア計画を見直さねばならなくなったとの話をよく聞く。		
百貨店（売場主任）	・この夏は酷暑になるため、2～3月先も残暑が厳しく、秋物衣料の販売に苦戦する。その一方で、高額品のバッグや時計、めがねといった商材は活発に動く。		
百貨店（売場主任）	・一部の高額品などで良い動きがみられるものの、実需の動きが中心であり、今後大きく好転することはない。		
百貨店（企画担当）	・近隣店との競合が厳しさを増してくる。		
百貨店（営業担当）	・輸入品には値上げ前の駆け込み需要がみられるが、7月以降はその反動が出るため、全体的な売上がわずかに減少する。		
百貨店（営業担当）	・特に目新しい商材もないことから、今の受注状況が続いていく。		
百貨店（サービス担 当）	・円安傾向に伴ってヨーロッパの高級特選品が7月に値上げとなるため、その前日までは販売が好調に推移する。ただし、一般商品に対する購買意欲はまだ低いことから、全体的な傾向は変わらない。		
百貨店（統括）	・客にとっての選択肢が増え、色々な場所で買物をするようになっているため、百貨店全体の売上が前年割れする傾向に変化はない。		

百貨店（店長）	・食料品やファッション関係は堅調に推移しているものの、一気に大きく伸びることはない。
百貨店（マネージャー）	・京都地区では競合店の閉店に伴って競争状況がやや緩やかになっているものの、百貨店を取り巻く環境は厳しい状況が続く。売上についても前年の水準を確保するのが精一杯の状況である。
スーパー（経営者）	・夏に向かって暑くなる予測が出ており、食品、飲料関係には好材料である。
スーパー（店長）	・中小企業の多いこの地域では、ボーナスなどの増加が少ないこともあり、テレビなどの大型商品や中元商戦の動きにも力強さが感じられない。
スーパー（広報担当）	・競合店との競争は依然厳しいものの、新店舗や改装店舗が堅調な動きとなっていることから、今後はセールと合わせて良くなる。
コンビニ（マネージャー）	・現状は来客数が前年比2けた台で伸びている。今後も、商品の在庫を増やして品切れを防止するほか、清掃や接客などを再度徹底していくことで、客の固定化を図る。また、お財布携帯の普及による良い影響が徐々に出てくる。
家電量販店（企画担当）	・梅雨らしくなく、気温も安定しない日が続いているため、販売商品が絞れない。エアコンについても、客が慎重に選ぶ姿がみられるなど、なかなか販売に結び付かない。
乗用車販売店（経営者）	・新商品の発表がなく、客の目を引くことができない。また、6～7月のボーナス商戦にも以前のような盛り上がりが見られない。
乗用車販売店（経営者）	・車の販売台数はそれなりの水準であるものの、売上が伸びない。
乗用車販売店（営業担当）	・夏のレジャーシーズンに向けて、点検などの入庫は増えるものの、新車の販売には結び付かない。
住関連専門店（経営者）	・夏物衣料の出足が遅いことで、今後の売行きが懸念される。また、夏物以外の売行きが鈍ってきており、先行きは不透明である。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・最近では宝石、貴金属に爆発的な商品がない一方、売れる商品が非常に多様化している。そのなかでも、普段身に着けやすい物でおしゃれな物、かわいい物が売れる傾向にある。その辺りの品ぞろえを強化することで、単価が下がっても売上を確保することができる。
その他専門店〔医薬品〕（店員）	・健康に関する商品への問い合わせが非常に増えているため、今後はそれらの商品の動きが良くなる。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・手ごろな価格であったファッションリングですら、コストの大幅な上昇により、簡単に買える価格ではなくなっている。
一般レストラン（経営者）	・今年は猛暑となるため来客数が伸びにくいものの、昨年は盆期間中に来客数が伸びたことから、今年も同様の動きとなる。
観光型旅館（経営者）	・ガソリンの高騰により、遠出する際の費用やレジャーに使う費用にも影響が出てくる。
都市型ホテル（マネージャー）	・8月後半の世界陸上開催時は、一時的に宿泊関係に好影響が出るものの、終了後は厳しい反動が起こる。
都市型ホテル（営業担当）	・宿泊は、まだ夏休み期間の予約が少なく、8月中旬からの世界陸上の期間だけが満室となっている。一般宴会、婚礼は共に7、8月の予約件数が少なく、大変厳しい状況となっている。
旅行代理店（経営者）	・海外旅行の予約受付が不調であるが、原因がよく分からない。予約の間際化傾向が強まっているものの、飛行機が満席になる恐れがあるほか、間際になるほど受注価格も下がることから、販促を前倒しして先行需要を少しでも確保する。
旅行代理店（店長）	・観光関係で目立つイベントや、博覧会などの大きな催しがない。
旅行代理店（広報担当）	・申込が間際化しているため、ボーナスが支給されて夏休みの計画が立てられるようになれば、予約状況も上向っていく。
タクシー会社（経営者）	・個人客は、タクシーに乗らずに、ほかの交通機関や徒歩、自転車を使うなど工夫している。法人客についても、接待費や交際費、交通費の節約が続いており、チケットの利用も少ないなど、まだまだ厳しい状況が続く。
観光名所（経理担当）	・イベントなどで集客を図るものの、来館者数の変化は小さいものにとどまる。

	観光名所（経理担当）	・前年比でみると4～6月は売上が横ばいであり、来客数にもあまり変化はない。客単価は店によっては若干伸びているものの、全体としては横ばい状況である。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・7月後半から夏休み期間中の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の数が増える。
	その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・ボーナス月で雰囲気も良くなるものの、保険金不支払い問題の調査が長引いており、営業活動がやや停滞している。
	その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・新商品のゲーム売上が好調である。
	住宅販売会社（経営者）	・住宅の購入に訪れる客の多くは、今の生活をどう維持していくかを考えている。家は欲しいが、将来を考えると不安で、家を購入するところではないといった声が多い。
	住宅販売会社（従業員）	・一時のマンションブームが終わり、需要は実需が中心となっている。今は需給バランスの調整期に入っている。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・政府の住宅税制による後押しもなく、有効な需要喚起要因が見当たらない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・客足の引く時間が徐々に早くなってきている。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	・当店は地域柄、中年以上の客が多い。年金記録問題がはっきりしなければ、客が物を買う気にならないほか、今後は衝動買いも少なくなる。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・北海道で起きた牛ひき肉偽装事件の影響が出てくる。
	百貨店（経理担当）	・6月中旬以降は、客との会話に住民税の話題が多く出てくる。思ったよりも増税額が多く、消費を控えるとの声も聞かれることから、ボーナス支給額が増えているものの、今後は悪影響が出てくる。
	スーパー（経営者）	・円安や原油高による原価の上昇に伴い、洗剤などの日用品や鮮魚、飲料をはじめ、コーヒーやマヨネーズといった加工食品についても値上げ要請が来ている。1～2か月後には店頭価格を調整せざるを得ないことから、先行きの商品の動きが懸念される。
	スーパー（店長）	・住民税の増額に伴い、客の間では所得の減少感が強まっていることから、今後は悪影響が出てくる。
	コンビニ（経営者）	・酒類販売は、飲酒運転に対する取締り強化などもあって消費量が減少している。それに伴って、今後は関連商品の販売も減少していく。
	コンビニ（経営者）	・プレミアム商品で大きな新製品が発売されない限り、しばらくは客単価の低下傾向が続く。
	衣料品専門店（経営者）	・9月以降に入荷する秋冬物の価格が、円安の影響で10～15%上がっている。そのほかの商品も全体的に価格が上昇している一方、客の間では無駄な物を買わないという意識が依然として強いいため、9月から年末にかけて大きな影響が出る。
	一般レストラン（スタッフ）	・今から夏に向けてイベントが減るため、来客数が減る。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門ではビジネスマンの利用が減少している一方、宴会部門は件数、単価共に好調であるものの、婚礼の予約件数が前年を下回っている。
	ゴルフ場（経営者）	・7月の予約状況については、例年行われていた平日貸切りコンペが変更となったほか、土曜日が例年よりも1日少なく、予約が前年を下回っている。さらに8月の予約状況も芳しくない。
	競輪場（職員）	・例年と比べてやや悪くなっているほか、この地域特有の秋祭りシーズンに入るため、上向くことは難しい。
	住宅販売会社（経営者）	・物件数に比べて購入希望者の数が少ないため、今後は土地の価格が下がる。
	住宅販売会社（従業員）	・今後もマンション販売価格の変化は予想できない一方、販売率や来場数は更に悪化する。
	住宅販売会社（総務担当）	・不動産の販売状況が悪化しており、近隣の同業他社にも同じ状況がみられる。
悪くなる	乗用車販売店（経営者）	・業界全体がマイナス傾向となっており、そこから抜け出す方法が見当たらない。
	タクシー運転手	・客の数は変わらず、タクシー会社だけが毎月増えていることから、忙しくなる材料がない。
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）

	窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注品目がいろいろと増えてきているなど、先行きが良くなる証拠が出てきている。
	金属製品製造業（管理担当）	・大型ビルの受注が決まっているなど、受注状況が好調である。ただし、既に工場の生産量を超える注文が入っているため、納期で折り合いがつかずに他社に流れることもある。
	電気機械器具製造業（経営者）	・大手の得意先が悪くない状況であるため、今後は良くなる。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・取引先で量産が始まったため、しばらくは市場が拡大する。
	建設業（経営者）	・5、6月の反動で、7月の注文が入ってきている。
	広告代理店（営業担当）	・秋に向かって新たな広告の引き合いが出てくる。
変わらない	繊維工業（総務担当）	・価格の下落に伴って低価格品はある程度動いていたものの、ここへ来てそれも停滞気味となっている。夏場の在庫調整を見据え、客の間で買い控えが起こっている。
	繊維工業（総務担当）	・受注価格の低下は更に続くほか、受注量の増加も今後2～3か月は見込めない。ただしその後は、利益面での好転は難しいものの、受注量は上向いていく。
	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・医療関係のほか、弱電の輸出に関する販促関係では動きがみられるものの、国内の製造業では受注の見込みが小さい。
	金属製品製造業（経営者）	・鋼材の値上げに伴う価格転嫁も順調に進んでいる。
	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の鉄鋼関連の業況は今後も良く、数か月間はそのまま推移する。
	一般機械器具製造業（経営者）	・現状維持が続くものの、航空機部品の受注については、受注量は堅調であるものの価格が低下している。
	電気機械器具製造業（経営者）	・内需の動きは今一つであるが、市場のグローバル化が進むなかで、今後も新興国での設備投資に伴う需要は拡大していく。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・薄型テレビなどのAV関連商品の荷動きは堅調に推移するものの、そのほかの商品では販売台数や単価の改善が難しい状況である。
	建設業（経営者）	・官庁関係工事が減少する一方で、民間工事での競争が激化する。
	建設業（営業担当）	・設備投資に関する情報が増加しているものの、取引先では景気の先行きをみて投資を判断する傾向がみられる。
	輸送業（営業所長）	・増収になるような見積依頼も少なく、横ばいの状態が続く。
	金融業（営業担当）	・自動車部品製造やプラスチック成型などの製造業、スーパーなどの小売業の中小企業では、売上は今後も横ばいで推移するものの、利益については減益基調で推移する。
	金融業（支店長）	・家族で経営している洋服店では、最近では販売価格が下がるなかで収益が確保できないことから、廃業することも考えている。
	不動産業（営業担当）	・土地価格は依然として上昇しているが、消費者の相場観はそれについて行けるほど上昇していない。
	広告代理店（営業担当）	・今までのようにインターネット広告が伸びることはない。
		その他非製造業[機械器具卸]（経営者）
やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・バイオエネルギーへの食料の利用増加に伴い、原料価格の値上げ交渉が増えている。その一方で、商品は安い特売品しか動かない状況がまだまだ続く。
	繊維工業（企画担当）	・百貨店の撤退が数件予定されている。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・石油関連の材料費で値上げを要求されているものの、すぐには価格転嫁できない。
	化学工業（経営者）	・今月に入って売上は少し回復してきたものの、依然として前年よりも少し悪いペースで推移している。
	不動産業（経営者）	・建売住宅や分譲マンション用地の取得意欲は依然としておう盛であるが、建売住宅では素地の仕入価格に慎重になっている。
	新聞販売店[広告]（店主）	・折り込み件数にはこれまで、木曜日から金、土と増えていく傾向がみられたが、最近では土曜日だけに集中しており、全体的に減少している。また、インターネットや携帯電話など、広告の形態が変わりつつある。
	司法書士	・事件数の少なさに加えて、新規で事業を興すといった案件や、事業拡大を見据えた案件がほとんどない。
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）	・新規求人数は引き続き高水準で推移し、有効求人倍率も2か月連続で上昇している。今後の雇用失業情勢は当面改善傾向が続くものの、正社員の有効求人倍率は0.64倍と前年並みにとどまるなど、一部には厳しい動きもみられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設関係の日雇求人数の先行指標である、鉄筋工の求人が少し動き出している。
		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、中小企業は採用予定数を確保できておらず、引き続き大学を訪問して情報発信を行っている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・最近では企業が派遣のような形態を好まず、以前にリストラした正社員の穴埋めに、紹介予定派遣や正社員を採用する動きが一段と加速している。この反動がいつか出てくるものの、当面は順調に推移する。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・求人に対して応募が集まらなくなってきたため、効果がないということで、企業が求人広告にお金を使わなくなっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新聞の求人広告では今後も好材料が少ない。若年層の活字離れや、無読層の拡大が進んでいるほか、インターネットや無料情報誌との競争も激しさを増している。
		職業安定所（職員）	・原油や原材料の高騰により、クリーニング業やプラスチック製品製造業などでは利益が出ていない。また、管内の他社よりも賃金が低い企業には、求人受付時に賃上げを打診しているが、賃上げが困難な場合もある。今後の原油価格の動向により、企業の業況にも影響が出てくる。
		職業安定所（職員）	・原油価格の上昇による影響が運輸業を中心に起っているものの、今のところ雇用面への顕著な影響はみられない。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後2、3か月の数字をみても全く良くなる傾向がみられず、前年の実績を上回る見込みがない。
新聞社〔求人広告〕（営業担当）		・税負担の増加による雇用市場への影響は大きい。転職市場が低迷していることもあり、副業を始める人が増えるほか、主婦のパート就労なども増える。	
	悪くなる	-	-