

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 やや良くなる	百貨店（売場主任）	・今のところは価格や相場が安定しているため、今後も今の価格水準を維持できる。
		衣料品専門店（販売担当）	・次のシーズンに関する問い合わせが、例年に比べて早まっている。
		乗用車販売店（営業担当）	・最近では部品販売が増えており、伝票の整理量も多くなってきているなど、良い傾向がみられる。
		乗用車販売店（営業担当）	・4～7月は今まで経験したことがないほど悪かったため、これ以上は悪くならない。商品力の低下も現状に比べて少しは良くなる。
		観光型旅館（団体役員）	・予約が前倒しで入ってきている。
		都市型ホテル（役員）	・客室やレストランの改装により、来客数、単価が今よりも良くなる。宴会部門も件数だけは引き続き伸びており、上向き傾向がみられる。
		通信会社（企画担当）	・1年を通して平均的に推移すると思われるので、過去3か月で少し沈んだ反動と猛暑による影響で、少しは良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・消費者のライフスタイルの多様化により、消費スタイルも多様化しているほか、オーバーストアで競争の激化が続いている。今後も少子化のほか、サービスの質の向上によるコスト高など、小売業にとって環境の厳しい時代が続く。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・年金問題などがすっきりしないのに加え、様々な商品が静かに値上がりしてきている。時計も舶来物を中心に徐々に値上がりしており、以前の価格を知っている客は購買意欲を失っている。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・政策的に客単価は上昇させているものの、来客数が上昇する環境にないことから、売上全体としては変化がない。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・以前は夏のレジャーの思い出を写真に残す人が多かったが、最近はカメラ付き携帯電話に残すだけである。プリントしない人が大半であるため、この業界が伸びていくことはない。
		一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・原油の高騰に伴い、商品の値上げを行った影響がこれから出てくる。生活必需品はともかく、嗜好品では苦戦を強いられる。
		百貨店（売場主任）	・この上半期は店頭売上が厳しい一方、下期には取引先での生産が抑え気味となる傾向が強まっている。販売量が増加する状況ではないため、効率の良い販売機会が得られない限り、大きな増収となるのは厳しい。
		百貨店（売場主任）	・天候要因のほか、ヒット商品が出ないことから大きく好転することはない一方、悪化する要因もないことから、現在の堅調な状況が続く。
百貨店（企画担当）	・クリアランスセールは好スタートを切ったものの、その後は非常に厳しい状況となっている。特に、客が買上点数を絞る傾向が続いている。		
百貨店（経理担当）	・パートの時給などに上昇傾向がみられるものの、それがすぐに消費に向かうわけではなく、欲しい物を欲しい量だけ購入するといった行動に変化はみられない。		
百貨店（営業担当）	・客がこれから必要と感じる物について、日常の営業活動では特に聞かれないため、今後も現状のような状況が続く。		
百貨店（統括）	・一部の婦人雑貨ではヒット商品もみられるが、衣料品などではヒット商品が見当たらない		
百貨店（サービス担当）	・秋物商材の立ち上げを早めても、なかなか消費には結び付かないのが現状である。ただし、この秋の世界陸上による来客数の増加に伴って、売上は増加する。		
百貨店（店長）	・売上の底が見えた感はあるものの、上昇傾向とはなっていない。		
スーパー（店長）	・単価が維持できても、来客数が増えなければ下向き傾向となる。今後も競合店との客の取り合いは続くため、当分は今の状況が続く。		
スーパー（企画担当）	・全体的に客の動きが鈍く、特に夜の動きが悪い。飲酒運転の取り締まり強化が大きく影響しており、今後は単価の下落も懸念される。		

スーパー（経理担当）	・中国産の商品については前年の水準を大きく割り込んでいますが、全体への影響は限定的である。また、住民税の負担増による影響も、今のところは顕著にはみられない。	
コンビニ（経営者）	・これまで夏の売上には飲料水が大きな部分を占めていたが、最近はコンビニにも様々な商品がそろっており、昼食も自分の予算に合わせて選ぶことができるため、売上に大きな変化はない。	
乗用車販売店（経営者）	・新車の販売台数や車検の予約件数については、今後もあまり伸びることはない。	
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・特に大きな変動要因は見当たらない。ドラッグストア業界では週末の購買が全体の約6割を占めるため、土日が天候不順の場合は極端に影響を受ける。	
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・売れそうな商品をそろえても、当たり外れがあるので予想が立たない。新しい定番品やブランド展開を検討中であるが、良くなる要因が見当たらない。	
一般レストラン（経営者）	・昨年は比較的来客がみられたものの、今年は住民税の負担増や、旅行に出掛ける人の増加などで出費が増えているため、来客数に変化はない。	
一般レストラン（スタッフ）	・今のところ、来客数はほぼ横ばいで推移している。夏休みに入っており、来客数の増加が若干みられるものの、今後の更なる増加には結び付かない。	
一般レストラン（店員）	・夏休みに入って売上が伸びると期待したものの、客単価の高い主婦層が減って単価の低い学生が増えたため、変化はない。	
観光型ホテル（経営者）	・2、3か月先に景気が良くなる要素は何一つ見当たらない。9、10月の予約はある程度入っているものの、金、土の週末にかなり集中しているほか、エージェントによる仮押さえ分もかなり含まれている。	
観光型旅館（経営者）	・温泉施設の利用客数は前年並みに戻ってきているものの、ガソリンの高騰が続いている限り、回復は難しい。	
都市型ホテル（支配人）	・予約状況に変化はみられない。	
都市型ホテル（スタッフ）	・一般宴会は受注できているものの、単価が前年を下回っている。宿泊も新規参入ホテルとの競争で単価が下がりがつつある。	
都市型ホテル（マネージャー）	・月によっては予約状況の良し悪しがあるが、平均するとほぼ前年並みとなり、大きな変化は見受けられない。	
旅行代理店（経営者）	・団塊の世代による海外旅行が増えるといわれているが、夏商戦では感じられない。年末年始の海外旅行の予約受付についても、今の流れが変わる材料は見当たらない。	
タクシー運転手	・例年は夏休みに入ると、暑くなるのに伴って客の動きも出てくるが、タクシー台数が以前よりも非常に増えているため、あまり変化がみられない。	
タクシー運転手	・平均的に売上が伸びているが、これ以上良くなる要素もないため、今のままで推移する。	
観光名所（経理担当）	・近隣で大きなイベントが開催されている影響で、来客数が減少している。イベントが11月まで実施されることから、夏休みを含めて当分はこの状況が続き、客単価もなかなか伸びない。	
観光名所（経理担当）	・新企画のイベントを投入して集客増を図るものの、前年水準の維持が精一杯である。	
競輪場（職員）	・今年の3月ごろに入場者、売上共の上昇傾向が止まり、やや減少した後、低位のまま推移している。今後も当面は上昇に転じることはなく、現状維持すら厳しい。	
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・夏休みにかけて人気球団による試合や人気グループのコンサートで来場客が増えるものの、10月は人気球団のプレーオフ、日本シリーズ進出に備え日程を確保しているが、現時点の成績をみると難しい状況である。それらの代替イベントについても、大きなイベントの確保は難しい。	
住宅販売会社（総務担当）	・競争相手を含めて、土地、建売住宅共に、契約に至るまでに時間が掛かっている。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・近隣のスーパーの品ぞろえや鮮度、衛生面での対応をみると、商店街との差が広がっている。また、来街者については、午前中にはある程度みられる一方、休日のばらつきが大きいほか、閉店時間の早い店が増えているなど、先行きが懸念される。
	百貨店（営業担当）	・数千万円の商品を買う客はいるものの、大部分の客の購入が減ってきている。

		スーパー（経営者）	・今夏の予想が猛暑から平年並みへ変更されたが、果物産地の降雨不足や日照不足による収穫の不振のほか、相次ぐ加工食品類の値上げ問題、中国産の食料品問題など、消費を減退させる材料がそろっている。
		スーパー（店長）	・主に原料や燃料のコスト上昇による影響が出てくる。
		スーパー（店長）	・月中から月末にかけて、客の財布のひもが非常に固くなってきている。特に、給料日前の商売が難しくなっている。
		乗用車販売店（経営者）	・原油高や円安など、乗用車の売行きに関する不安材料は依然として多い。
		住関連専門店（店長）	・ユーロ高に伴い、この夏はヨーロッパからの輸入商品が軒並み大幅な価格改定となる。値上げ前には駆け込み受注が増えるが、その後の落ち込みが懸念される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊に一時の勢いがみられず、特需に結び付くようなイベントもない。宴会、会議の先行予約も悪く、例年利用がみられる常連客の動きも鈍いほか、飲食なしの会議のみが増加している。金融、保険といった不祥事を起こした業界が、研修を含めた行事を自粛している影響が出ている。
		都市型ホテル（営業担当）	・宿泊は、夏休みに入っても個人客の動きが悪い状態である。8月後半には世界陸上が開催されるものの、チケット自体の売行きが悪く、ホテルへの影響が懸念される。また、一般宴会も参議院選挙の影響で企業の動きが止まっており、受注状況が悪いほか、婚礼も依然として受注が減っているなど、大変厳しい状況となっている。
		旅行代理店（広報担当）	・法人需要が鈍化している。特に、9～10月の秋の行楽シーズンにおける申込状況が芳しくない。
		その他レジャー施設 [ イベントホール ] (職員)	・参議院選挙の結果に左右される要素は少ないものの、年金問題や住民税の負担増の影響で、高齢層を対象とした催しについては来客数が減少する。
		住宅販売会社（経営者）	・建築基準法の改正に伴って、建築確認に必要な期間が1.5～2か月と長くなったことで、住宅の着工が遅れ始めている。
		住宅販売会社（従業員）	・販売不調にもかかわらず、マンション価格の上昇が続くため、客の購入意欲が更に減退する。
		その他住宅 [ 展示場 ] (従業員)	・展示場はアスファルトで囲まれているため、猛暑となれば集客においてマイナス要因となる。
	悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・円ユーロレートが約6か月間で10%上昇しているため、秋冬物商品の価格が5%上昇する。さらに、税金や社会保障費などの増加に加え、石油製品も値上がりしてくるため、売上は低迷する。
		乗用車販売店（経営者）	・マーケットそのものが縮小傾向にある。
企業 動向 関連	良くなる	その他製造業 [ 事務用品 ] (営業担当)	・例年以上に秋の新商品が多く発表されるため、受注量が増える。
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・2、3か月後には受注量が増えていく。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・大型の新設工事は少ないが、設備の改修工事は増えている。
		建設業（経営者）	・徐々に回復しているが、昨年のような受注量まで戻るかどうかは不透明である。
		建設業（営業担当）	・非常にゆっくりとしたスピードではあるが、建築コストの上昇が浸透してきており、入札でも極端に低い価格を提示する応札業者が減少している。さらに、極端に低い価格を提出する企業を敬遠する建築主も増えてきている。
		金融業（営業担当）	・食品スーパーでは、販売量の減少を単価の上昇でカバーし、売上が回復基調となっている。自動車部品製造業でも、売上げに加え、今後は材料高の販売単価への転嫁が進む。さらに紳士服製造、卸売業においても、秋冬物の受注が増加してきている。
		変わらない	食料品製造業（従業員）
		繊維工業（団体職員）	・輸入量は微増が続いている一方、ごく一部に国産品への回帰の声は聞かれるものの、現状では需要の回復はみられない。

	化学工業（管理担当）	・7月の受注量は好調であり、取引先の業況は堅調に推移している。今後2、3か月先については、直近の円高傾向や政局の先行き不透明感などで、企業の設備投資意欲はやや減退する。また、素材価格の高騰で製造原価が上昇しているものの、すべてを転嫁できる企業は少ない。金利や株価などの不透明感もあることから、結果として現状維持が精一杯である。
	金属製品製造業（経営者）	・材料の値上げ分を製品価格に転嫁するのに時間を要する。
	金属製品製造業（総務担当）	・民間での案件数が増加してきたものの、価格は相変わらず厳しい。
	一般機械器具製造業（経営者）	・当社には鉄鋼関連の取引先が多いが、好調な状況は変わっていないため、当社への引き合いの減少は一時的なものである。
	電気機械器具製造業（経営者）	・原油が高騰すると、製品の原材料コストが上昇するため、利益面に影響が出る。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・薄型テレビをはじめとするAV関連の好調と、冷蔵庫などの電化関連の荷動きの不振については、今後もあまり変化がない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・先の仕事の予定が決まっている。
	建設業（経営者）	・技能労務者不足に伴って工賃が高騰するほか、建設資材も高騰するなかで、今後も激しい受注競争が続く。
	輸送業（営業所長）	・秋以降は季節も変わって衣料品なども動くものの、今のところは新規案件の話題が少ない。
	不動産業（営業担当）	・土地の価格は上がっているものの、消費者の所得が増えていないため、高いマンションが買えなくなってきている。3か月後も横ばいが続く。
	広告代理店（営業担当）	・インターネット広告の好調と、紙媒体の不振といった構図が依然として続いている。
	経営コンサルタント	・好転が実感できる業務がないほか、好転する材料も見当たらない状況である。中越沖地震や、円の反発による影響がどのように出るのかは分からないが、全体としては今の状況が続く。
	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・テレビスポットCMの市況は横ばいとなっている。
やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・販売量、販売価格共に悪化が続いており、好転する兆しが全く見受けられない。取引先は市場シェアを上げようと躍起になっており、値引き要請が一段と強くなっている。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・材料価格の上昇に対し、値上げ交渉の長期化が懸念される。
	化学工業（経営者）	・原料価格の値上がりを押さえられないメーカーと、価格転嫁に応じないユーザーの間で消耗戦が続いており、根本的な戦略の見直しが迫られている。
	化学工業（企画担当）	・中国のオリンピック需要が続く限り、原料価格は高騰し続ける。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・住宅着工戸数の減少による影響が出てきている。今後は、原料高や原油高などによる景気の下降傾向が出てくる。
	建設業（経営者）	・建設業者の淘汰が加速するため、しばらくは様々な影響が出てくる。
	司法書士	・案件が少なく、現状が大きく変わる要因もないため、若干の悪化傾向が続く。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・設備投資に関する案件が非常に少なくなっている。
悪くなる	その他製造業〔履物〕（団体役員）	・原油価格の高騰で収益性が悪化しているが、製品価格に値上がり分を転嫁できない。
雇用関連	良くなる	-
	やや良くなる	-
	人材派遣会社（経営者）	・例年どおり、7、8月は落ち着いた動きとなっている。ただし、企業業績が良くなっているため、秋以降は活発な動きが出てくる。
	職業安定所（職員）	・大阪府の有効求人倍率は1.30倍と3か月連続で上昇し、昨年12月以来6か月ぶりの1.3倍台となった。新規求人数も高水準で推移し、事業主都合離職者も引き続き減少傾向にあるなど雇用失業情勢は改善傾向にある。一方、正社員の新規求人数は5か月連続で前年を下回り、有効求人倍率も0.65倍と前年と同水準にとどまるなど、雇用形態別では改善傾向がみられず、引き続き厳しい状況にある。

	民間職業紹介機関（営業担当）	・秋に向けて採用ニーズが増加する。
	学校〔大学〕（就職担当）	・夏期休暇中は学生の動きも鈍くなるが、9月からの就職活動再スタートに期待する企業も多い。また、企業からの学内セミナーへの参加依頼も多く、積極採用の意欲がうかがえる。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・企業からの求人については、今後も大きな増減はなく堅調な動きが続くものの、注文に合った人材の確保が人材派遣会社の課題となる。
	人材派遣会社（支店長）	・企業からの求人に対して登録者の確保が追い付かず、人材不足が解消されない状況が続く。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・合同企業説明会などのイベントを予定しており、秋以降は広告が増加するものの、今の時点では好材料が少なく、今後2、3か月は厳しい状況が続く。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・特に大きな企画もなく、広告形態でも紙媒体は相変わらず減少している。ただしインターネット媒体も、今後はパソコンに代わって携帯電話が主流になっていく。
	職業安定所（職員）	・原油高といった良くない材料はあるものの、既にある程度は織り込み済みとなっている。予見できないような悪い材料が出てこない限り、現在の水準付近でしばらくは推移する。
	職業安定所（職員）	・学卒求人は採用が難しいとの見方から、昨年よりも動き出しを早めた事業所が多かったが、最終的な求人数は昨年並みとなっている。派遣事業所からは、企業で新卒の受け入れが落ち着き、派遣社員の必要数が把握できる時期になれば、求人が増加するという声が聞かれる。
	職業安定所（職員）	・求人の傾向が、人手不足の解消から企業の将来を見越したものに变化してきており、しばらくはこの傾向が続く。
	職業安定所（職員）	・原油価格が再び上昇傾向にあるものの、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）	・9、10月の売上も依然として前年割れとなっているほか、あまり良い話も聞かれない。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・一部の職種、業種を除いて、人の動きが止まっている状況である。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・若い人が集まらなくなったため、今後は新聞広告から若い人の募集がますます少なくなっていく。
悪くなる	-	-