

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             | 景気の現状判断         | 業種・職種           | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|-----------------|-----------------|--|--|
| 家計<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている     | 一般小売店〔精肉〕（管理担当） | それ以外   | ・中国産冷凍食品の問題から、冷凍食品そのものに対する消費者の嫌悪感が強まり、結果的に生鮮食品に対する需要が高まっている。その結果、来客数、客単価が大幅に上昇し、2月としてはかつてない好調となっている。                     |
|                | やや良く<br>なっている   | スーパー（経営者）       | 販売量の動き   | ・前年に比べて気温が低い分、鍋商材など高単価品の動きが良いほか、野菜も相場高となっている。前月末の中国産冷凍食品の問題以来、国産品の動きが良いほか、手作り志向の高まりを受けて食材もよく動いており、単価の上昇や販売点数の増加につながっている。 |
|                |                 | スーパー（店長）        | 販売量の動き   | ・原油高騰による値上げで販売単価が上昇したほか、今のところは販売点数も伸びている。ただし、中国産冷凍食品の残留農薬の問題もあり、仕方なく高い商品を買っているという面が強い。                                   |
|                |                 | スーパー（広報担当）      | 販売量の動き   | ・気温の低い日が続いたことで、冬物商材を中心に好調となっている。一方、食品の値上げが増えているため、価格を据え置いた商品の動きは好調となっている。  |
|                |                 | スーパー（管理担当）      | 販売量の動き   | ・食品の売上が前年比で約2%増加しており、特に畜産部門が好調である。しかし、衣料品は相変わらず前年を割り込んでいる。   |
|                |                 | 家電量販店（経営者）      | 販売量の動き   | ・デジタル家電の販売量が増加しているほか、オール電化関連の需要も増加している。  |
|                |                 | 競輪場（職員）         | 販売量の動き   | ・3か月前に比べて、入場者、売上共にわずかながら増加傾向にある。   |
|                | その他住宅〔情報誌〕（編集者） | お客様の様子          | ・新築マンション購入者の動きは、落ち込んでいた前年の秋から冬に比べるとやや回復している。低価格物件や好立地物件に限られるものの、販売状況には改善傾向がみられる。   |  |
| 変わらない          | 商店街（代表者）        | 来客数の動き          | ・3か月前から景気が低迷しており、特に今月は客足の減る時間が早い。夜の7、8時以降は急激に人通りが少なくなるため、商売にも悪影響が出ている。   |  |
|                | 一般小売店〔時計〕（経営者）  | 販売量の動き          | ・今月は稼働日数が少ないほか、雪が続くなど条件はあまり良くなかったが、来客数、販売量共に落ち込みはみられない。ただし、子どもの受験用の腕時計や、共働きの親の代わりに子どもを起こす目覚まし時計など、必要に迫られた買物が多かったため、客単価はあまり上がっていない。 |  |
|                | 百貨店（売場主任）       | お客様の様子          | ・紳士服フロアへの来客数は多くないことから、売上は目標に若干届いていない。ただし、雪の日が急に増えたことを考慮すれば、状況は良い。  |  |
|                | 百貨店（売場主任）       | お客様の様子          | ・当月はバーゲンセールで夜の来客数が増え、売上は好調に推移している。ただし、客は価格に対して非常に敏感であり、以前よりも高額品の動きが弱まっている。   |  |
|                | 百貨店（売場主任）       | 単価の動き           | ・厳しい寒さで防寒アイテムはセール品を中心に好調であるが、単価は低い。一方、ラグジュアリーブランドでは、特にユーロ高で値上げのあったブランドなどが苦戦しており、実需中心の動きが続いている。                                     |  |
|                | 百貨店（営業担当）       | 販売量の動き          | ・カード顧客向けの企画により、しばらく低迷していた店頭売上が大幅に伸びている。その一方、訪問販売では、宝飾品や美術品といった高額商品の売行きが先月と同様に悪い。   |  |
|                | 百貨店（営業担当）       | 販売量の動き          | ・冬物商材のバーゲンセールが始まっているが、客の動きは今一つである。   |  |
|                | 百貨店（サービス担当）     | お客様の様子          | ・寒気が例年よりも強く、冬物衣料を中心にバーゲン商材が好調に推移している。売上は前年実績を確保できるものの、下半期の目標を大きく上回るような状況ではなく、あくまで一過性の動きである。  |  |
|                | スーパー（経理担当）      | 販売量の動き          | ・冷え込みが強く、鍋物商材を中心に堅調な動きとなっている。食品の残留農薬問題による影響は限定的である。  |  |

|                      |                  |  |  |
|----------------------|------------------|--|--|
| コンビニ（経営者）            | お客様の様子           | ・依然として近隣の定食屋にランチの客を奪われている。弁当類の売上減少に伴い、客単価の低い状態が続いている。  |  |
| 乗用車販売店（営業担当）         | 販売量の動き           | ・ガソリンなどの物価の上昇で客の動きが鈍くなっている一方、2、3月の目標台数は前年よりも高いため、達成が難しい。   |  |
| その他専門店〔医薬品〕（経営者）     | 販売量の動き           | ・値上げの影響で前年の11、12月ごろにまとめ買いが増えたため、前月と同様に食品雑貨の動きが鈍い。一方、風邪薬は前年並みの動きとなったものの、厳しい寒さでインフルエンザ患者が増えて病院へ行く傾向が強まったため、栄養剤などの動きが少ない。 |  |
| その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当） | 単価の動き            | ・長引く寒さで例年になく冬物商材の消化が進んでいる一方、ガソリンや灯油の高騰、小麦粉の値上がりなどで消費が増えにくい状況もみられる。   |  |
| その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）    | それ以外             | ・仕入先の倒産が相次いでいる。  |  |
| 観光型旅館（経営者）           | 競争相手の様子          | ・今月は例年であればオンシーズンであるが、周辺の旅館では空室が目立つ。  |  |
| 観光型旅館（団体役員）          | 来客数の動き           | ・前年に比べて、客の動きに活気がみられない。   |  |
| 旅行代理店（経営者）           | 販売量の動き           | ・燃油サーチャージの上昇で海外旅行の予約が不調であるものの、国内旅行が若干伸びていることから、全体的には前年並みとなっている。  |  |
| タクシー運転手              | 競争相手の様子          | ・法人客は相変わらずの状況であり、増加しているのは高齢者の需要のみである。  |  |
| タクシー運転手              | 来客数の動き           | ・駅の周辺で客を待っているが、非常に寒い日を除けば、タクシーの利用は必要最小限となっている。雨の日や寒い日には客が動くものの、それ以外は低調な状況が続いている。                                       |  |
| 通信会社（企画担当）           | それ以外             | ・人気の高い家庭用ゲーム機向けのソフトは堅調に動いているが、ゲームセンターなどのアミューズメント施設の集客力に悪化傾向がみられる。  |  |
| 競輪場（職員）              | 単価の動き            | ・今月の客単価は14,634円と、11月の14,660円よりも若干低下した。一方、場外発売は12,400円と、11月の12,120円を若干上回っている。   |  |
| 美容室（店長）              | 販売量の動き           | ・前月に落ち込んだ反動もあり、今月の売上は何とか前年を上回っている。   |  |
| 美容室（店員）              | 単価の動き            | ・カラーやパーマなどの提案も普通に受け入れてもらっており、今のところは景気の悪くなった感はない。   |  |
| 住宅販売会社（経営者）          | お客様の様子           | ・建築資材の価格高騰で新築住宅やマンションの供給に影響が出ている一方、中古市場は堅調で売買件数が伸びている。   |  |
| やや悪くなっている            | 一般小売店〔衣服〕（経営者）   | お客様の様子   | ・寒波の影響で多少は売上が伸びているものの、衣料品では高額品の販売が減少している。  |
|                      | 一般小売店〔食料品〕（管理担当） | 単価の動き  | ・商品の動きは例年並みであるが、価格の低下によって利益は減少している。  |
|                      | 一般小売店〔精肉〕（管理担当）  | お客様の様子   | ・中国産冷凍食品の問題や食品価格の高騰により、高級部位が売れないほか、鶏や豚を中心とした動きとなっている。忙しい割に売上の伸びない状態が続いている。                         |
|                      | 一般小売店〔衣服〕（経営者）   | 来客数の動き   | ・来客数が少なく、売上は前年比で約15%減少している。  |
|                      | 百貨店（売場主任）        | 販売量の動き   | ・株価の低迷で高額品が動いていないほか、婦人雑貨などの身の回り品の動きも鈍くなっている。ただし、バレンタインデーの売上は前年比で2けた以上伸びており、オケージョン需要に限っては堅調に推移している。 |
|                      | 百貨店（店長）          | 来客数の動き   | ・寒さや天候不順の影響もあるが、今月は来客数がかなり減少している。街全体で客の動きが鈍いといった感がある。  |
|                      | スーパー（経営者）        | お客様の様子   | ・12月にパンが値上がりしたほか、1月からはラーメンやカレー粉が値上がりするなど、食料品全体の価格が上昇したことで、客の間で買い控えが起こっている。                         |

|                      |        |   |
|----------------------|--------|---|
| スーパー（店長）             | お客様の様子 | ・食品や日用雑貨などの値上げに伴い、プライベートブランド商品や、生活応援キャンペーン商品は好調に売れている。その一方、気温の影響などで衣料品の動きは鈍くなっている。                        |
| スーパー（店長）             | お客様の様子 | ・中国産冷凍食品の問題で、客の間では商品の安全性を求める傾向が強まっている。特に、冷凍食品の売上が半減しているほか、衣類や寝具関係にまで影響が広がっており、中国産の表示があるだけで敬遠される場面も多くみられる。 |
| スーパー（企画担当）           | それ以外   | ・中国産冷凍食品の問題で、冷凍食品の売上が落ち込んでいる。   |
| コンビニ（店長）             | お客様の様子 | ・高校生までの子どもの小遣いが減っており、あまり買物をしないようになっている。   |
| コンビニ（店長）             | 来客数の動き | ・前年より気温が低いほか、中国産冷凍食品の問題により、売上が減少している。   |
| コンビニ（店長）             | 販売量の動き | ・当店は駅前に立地しているが、沿線に新駅ができたことで来客数が減っているほか、最近の値上げによって販売量も減少している。  |
| コンビニ（マネージャー）         | 来客数の動き | ・大きな外部環境の変化がないにもかかわらず、主力商品の弁当やおにぎりなどの販売が今月になって急に鈍化している。特に、ランチ需要の来客数が前年比で10～20%程度減少している。                   |
| 衣料品専門店（経営者）          | 来客数の動き | ・天候不順の影響もあり、客の購買意欲はあまり高くない。質の高い商品を欲しがると一方で、実際は無理をしてまで買わない。  |
| 衣料品専門店（販売担当）         | 販売量の動き | ・客が買物に慎重になっており、特価品でも売れなくなっている。  |
| 乗用車販売店（経営者）          | お客様の様子 | ・例年、2月と8月は底といわれるが、今年は特に落ち込みが大きい。  |
| 乗用車販売店（経営者）          | 販売量の動き | ・中古車の買取りについては、1月が229台、2月が331台となり、合計で560台となっている。前年は672台であったため、大きく減少している。                                   |
| 乗用車販売店（経営者）          | 販売量の動き | ・在庫量が例年に比べると少なく、今年に入って暇な状況が続いている。自動車ディーラーは3月決算であるため、例年は忙しい時期となるはずが、売上も来客数も今一つである。                         |
| 乗用車販売店（営業担当）         | 販売量の動き | ・通常月よりも来店を促進しているため、来客数は増加しているものの、メンテナンスの依頼が多い。販売台数は前年比78%と低調となっている。                                       |
| 住関連専門店（経営者）          | 販売量の動き | ・原材料価格の上昇に伴って当社商品も値上げしているが、取引先が価格をみて購入を見送るケースが増えている。  |
| 住関連専門店（店長）           | お客様の様子 | ・購入に際して、これまで比較的ちゅうちょのなかった30、40代の客がかなり慎重になっており、購入を即決することが非常に少なくなっている。                                      |
| 一般レストラン（スタッフ）        | 来客数の動き | ・来客数で前年割れが続くなか、最近は更に厳しくなっている。特に年明け以降は、来客数の減少を客単価の上昇で補っている状況である。   |
| その他飲食 [コーヒーショップ]（店長） | 来客数の動き | ・燃料高騰などの影響で収益が圧迫されているほか、値上げで来客数も減少傾向にある。特に今月は寒さも重なったことで、来客数、購買意欲共に悪化している。                                 |
| 観光型ホテル（経営者）          | 販売量の動き | ・今月は前年よりも営業日が1日多いにもかかわらず、前年の実績を下回っている。  |
| 観光型旅館（経営者）           | 来客数の動き | ・来客数が前年に比べて12%程度落ち込んでいる。  |
| 都市型ホテル（スタッフ）         | 来客数の動き | ・宿泊はビジネス客を中心に活発で、前年を大きく上回っているほか、韓国からの団体客も安定的に動いている。その一方、婚礼を中心に宴会は大きく落ち込んでおり、企業による飲食を伴う会合の減少傾向も続いている。      |
| 都市型ホテル（マネージャー）       | 来客数の動き | ・低価格のレストランに大きな変化はみられないが、高級店の来客数が減少している。一方、宿泊部門では海外からのインバウンド客は相変わらず好調であり、全体的には国内客の悪化を海外客でカバーしている状況である。     |

|         |                              |         |   |
|---------|------------------------------|---------|---|
|         | 都市型ホテル<br>(役員)               | 来客数の動き  | ・ここ1~2か月は、特にビジネス客や観光客などの宿泊の落ち込みが大きく、ホテル全体の売上が悪化している。  |
|         | 都市型ホテル<br>(営業担当)             | 来客数の動き  | ・宿泊は受験生や契約企業の動きが良いものの、月の中ごろから個人客の動きが極端に悪くなっており、インターネット予約も伸びていない。一方、宴会では一般宴会の受注が良いほか、特需の宴会も入るなど、久しぶりに良い状況となっている。 |
|         | 旅行代理店(営業担当)                  | 来客数の動き  | ・雪や寒さによる影響もあり、海外旅行を中心に4月以降の予約受注が前年割れとなっている。   |
|         | 旅行代理店(広報担当)                  | お客様の様子  | ・客の購入単価が下がっているほか、来店しても相談だけで購入しない客が増えている。  |
|         | タクシー運転手                      | 来客数の動き  | ・この業界は2月と8月が暇になるが、今年は特に客が少なく、夜の営業が非常に厳しい状況となっている。   |
|         | タクシー運転手                      | お客様の様子  | ・雪が降ると多少は乗客が増えるものの、状況は次第に悪くなっている。   |
|         | タクシー運転手                      | 来客数の動き  | ・今月は非常に寒くなり、雪や雨の悪天候も多かったものの、今一つ売上が伸びていない。   |
|         | 通信会社(社員)                     | 販売量の動き  | ・年末の契約数は前年比マイナス20%程度に落ち込んだが、今年に入ってからも伸びていない。販売量はそれなりに伸びているものの、解約数の増加で純増分が少なくなっている。                              |
|         | その他レジャー施設[飲食・物販系滞在型施設](企画担当) | お客様の様子  | ・ガソリンの高騰などにより、車でのレジャー客の来場が減少している。   |
|         | 美容室(経営者)                     | 来客数の動き  | ・年配層の客が多いため、寒さによる影響で来客数が減少している。   |
|         | その他サービス[学習塾](経営者)            | 来客数の動き  | ・今月に無料体験キャンペーンを行ったが、例年よりも参加人数が少ない。  |
|         | その他サービス[ビデオ・CDレンタル](エリア担当)   | 販売量の動き  | ・物販系の売上で前年割れが続いているものの、レンタル売上がようやく前年を上回っている。   |
|         | 住宅販売会社(経営者)                  | 来客数の動き  | ・インターネット経由の問い合わせ件数が減少している。  |
|         | 住宅販売会社(従業員)                  | 競争相手の様子 | ・マンション販売が非常に不振であり、分譲マンション用地として購入した土地の転売や、販売時期の延期が増加している。  |
|         | その他住宅[展示場](従業員)              | お客様の様子  | ・住宅展示場への来場者を見ると、ハウスメーカーと契約前の相談者が増加しているなど、メーカー選びにかなり慎重になっている。  |
| 悪くなっている | 商店街(代表者)                     | お客様の様子  | ・来客のある時間帯が限られてきている。平日は夕方为数時間であり、特に土日は客足の引きが早い。  |
|         | 一般小売店[鮮魚](営業担当)              | お客様の様子  | ・消費者の財布のひもが固く、高額商品、低額商品共に売行きが非常に悪い。   |
|         | 一般小売店[衣服](経営者)               | 来客数の動き  | ・来客数が減っているほか、購買意欲も低い。この地域には零細工場などが多いため、地域経済の悪化による影響を強く受けている。  |
|         | 一般小売店[雑貨](店長)                | 販売量の動き  | ・健康ブームや禁煙ブームで喫煙者が減っており、たばこの売上が落ちている。  |
|         | 一般小売店[花](店員)                 | 来客数の動き  | ・前年よりも寒い日が続いており、来客数が激減している。   |
|         | 一般小売店[カメラ](販売担当)             | 来客数の動き  | ・例年2月になるとプリント需要が低下するが、今年はこれまで記憶にないほど落ち込んでいる。  |
|         | 百貨店(経理担当)                    | 販売量の動き  | ・2月に入って寒い日が続いたことで、春物衣料が売れていない。また、来客数の減少傾向にも改善がみられない。  |
|         | 百貨店(商品担当)                    | 販売量の動き  | ・客が購入するまでに時間が掛かるようになっており、購入を見送る客も増えている。   |
|         | スーパー(管理担当)                   | 単価の動き   | ・依然として販売単価が低い傾向にあり、販売計画は達成しても利益目標は未達成の状態が続いている。   |

|                |               |                 |              |  |
|----------------|---------------|-----------------|--------------|--|
|                |               | コンビニ（経営者）       | 来客数の動き       | ・近隣に競合店がオープンして2か月が過ぎ、客足が少し戻ってきている。ただし、ピーク時の客さばきを良くするためにレジや店員を増やしたため、経費が増加している。 |
|                |               | コンビニ（店長）        | 来客数の動き       | ・来客数が前年比で5～6%減少しており、売上にも影響が出ている。   |
|                |               | 衣料品専門店（経営者）     | お客様の様子       | ・バーゲンセールが終わったものの、春物商材の動きが鈍い。春物商材が動かないのは寒さの影響であるが、先行買いの傾向もみられないのが今年の特徴である。      |
|                |               | 衣料品専門店（営業・販売担当） | 販売量の動き       | ・冬物商材の受注、販売が例年よりも早まった一方、春物スーツなどの受注の立ち上がりは遅れている。                                |
|                |               | その他専門店【宝石】（経営者） | お客様の様子       | ・宝石、貴金属の販売は女性客がメインであるが、女性の購買意欲が大幅に低下し、来客数も減っている。                               |
|                |               | 一般レストラン（経営者）    | 単価の動き        | ・宴会では5千円超のメニューのオーダーが少なく、材料も吟味される場合が多い。   |
|                |               | 一般レストラン（経営者）    | 来客数の動き       | ・値上げの影響で来客数が減っている。   |
|                |               | 一般レストラン（スタッフ）   | 来客数の動き       | ・食材価格が上がるなか、当店は値上げを行っていないものの来客数が減少している。さらに、気候の影響もあるものの、客の財布のひもが固くなっている。        |
|                |               | スナック（経営者）       | 来客数の動き       | ・今月に入ってから客の入りは最低であるが、これは天候や気候よりももっと大きな要因によるものである。                              |
|                |               | 住宅販売会社（従業員）     | お客様の様子       | ・客の購買意欲が著しく低下し、モデルルームへの来場者数が大きく減少している。販売価格の高騰といった報道もあり、客が様子見の状況となっている。         |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている   | -               | -            | -  |
|                | やや良く<br>なっている | 電気機械器具製造業（宣伝担当） | 受注量や販売量の動き   | ・これまでと同様にAV関連商品が堅調であるのに加え、今月は気温の低い日が続いており、エアコンなどの冬物商材が好調な荷動きとなっている。            |
|                |               | 電気機械器具製造業（営業担当） | 取引先の様子       | ・大手電機メーカーの堺工場の建設により、当社にも仕事が入ってきている。  |
|                |               | 建設業（経営者）        | 受注量や販売量の動き   | ・不動産価格が伸び悩むなかで住宅の付加価値を高めるため、電線の地中化に対する問い合わせが増えている。顧客からの値下げ要求は厳しいものの、受注は伸びている。  |
| 変わらない          |               | 金融業（支店長）        | 取引先の様子       | ・取引先の建売業者では、昨年契約した注文住宅の引渡しを、ようやくこの3月に集中して行えるようになってきている。                        |
|                |               | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き   | ・業界では例年、1、2月が特に悪いが、今年は受注量、販売量共に今まで経験したことのないほどの悪さとなっている。                        |
|                |               | 金属製品製造業（経営者）    | 取引先の様子       | ・自動車関連商品の動きと、建築関連商品の動きの差が拡大するなど、業種間格差が大きくなっている。                                |
|                |               | 金属製品製造業（管理担当）   | 受注価格や販売価格の動き | ・鉄関係の製品全体が高騰し、上昇に歯止めが掛からないため、販売価格の見直しが追いつかない。                                  |
|                |               | 一般機械器具製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き   | ・当社には鉄鋼関連の顧客が多いが、それぞれの案件が受注につながっている。   |
|                |               | 電気機械器具製造業（経営者）  | 取引先の様子       | ・取引先のプラントメーカーは相変わらず多忙であるが、材料の値上げに伴ってコスト面では厳しくなっている。                            |
|                |               | 建設業（経営者）        | 受注価格や販売価格の動き | ・建築基準法の改正による確認申請の遅れにより、工事の着工がずれ込んでいる。仕事量を確保するために低い価格で受注したため、鉄筋の急激な高騰に苦しんでいる。   |
|                |               | 新聞販売店【広告】（店主）   | 受注量や販売量の動き   | ・新規購読数が増えた一方、解約も増えている。   |
| やや悪く<br>なっている  |               | 繊維工業（企画担当）      | それ以外         | ・一般の店舗に比べて、直営店の売上が軒並み前年割れとなっている。   |
|                |               | 繊維工業（総務担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・年明け以降、受注量が前年比で20%減っている。   |

|         |                     |              |  |
|---------|---------------------|--------------|--|
|         | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）  | 取引先の様子       | ・今月に入って、同業他社からは設備の稼働状況が非常に悪いとの声が聞かれる。  |
|         | 出版・印刷・同関連産業（情報企画担当） | 受注量や販売量の動き   | ・学校や団体からの注文はある程度来ているものの、企業関係の受注が少ないことで、2月の販売量は低迷している。現在は、再生紙の古紙配合率の問題もあり、業界としても対応に苦労している。  |
|         | 化学工業（経営者）           | 受注量や販売量の動き   | ・売上は前年並みであるものの、原材料やガソリンの高騰でコストが増えている分、状況は厳しくなっている。   |
|         | 化学工業（企画担当）          | 取引先の様子       | ・重要顧客の大手パンメーカーでは、値上げを行った途端に販売が落ち込むなど、販売価格への転嫁が難しくなっている。一方、一部の油脂原料が品薄状態であり、一時は原料メーカーからの供給保障が得られないほどの異常事態となっている。   |
|         | 金属製品製造業（総務担当）       | 受注量や販売量の動き   | ・公共工事の減少で年度末の案件が非常に少なくなっているため、競争が激しさを増している。  |
|         | 電気機械器具製造業（企画担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・住宅着工件数が少し回復してきているが、まだ厳しい状況が続いている。   |
|         | その他製造業【履物】（団体役員）    | 受注価格や販売価格の動き | ・原油高騰による原材料価格の上昇が更に進んでいるが、その分を価格転嫁できないのが実情である。   |
|         | 建設業（経営者）            | 受注価格や販売価格の動き | ・公共工事は小規模工事でも受注額の下落が続いており、利益の確保が難しい。   |
|         | 輸送業（営業所長）           | 受注量や販売量の動き   | ・関西国際空港での輸入貨物の取扱いが前年よりも減っている。  |
|         | 不動産業（経営者）           | 取引先の様子       | ・分譲マンションや分譲住宅の用地需要は依然としておう盛であるが、銀行からの融資の承認が得られにくくなっており、物件の成約に時間の掛かるケースが増えている。  |
|         | 不動産業（営業担当）          | 取引先の様子       | ・銀行が融資を行わなくなったことで、国内の不動産ファンドが物件を買えなくなっている。そういったファンドが売り手に回ったことで不動産価格が低下している。  |
|         | 広告代理店（営業担当）         | 受注量や販売量の動き   | ・例年2月は受注が落ち込む時期であるが、今年は特に落ち込みが大きい。   |
|         | 経営コンサルタント           | 受注量や販売量の動き   | ・電気業界の取引先が多いが、相当景気が良くないという状況である。   |
|         | 経営コンサルタント           | 取引先の様子       | ・取引先のスーパーでは仕入価格が次々に上昇しているが、そのまま店頭価格を上げることはできないため、利益を圧縮して販売している。特にスーパーでは、ガソリン価格の高騰などにより、余分な購入を控える客が目立っている。  |
|         | その他非製造業【機械器具卸】（経営者） | 取引先の様子       | ・原材料の高騰によって仕入価格が上昇している。取引先に値上げを要請しているものの、回答を先延ばしにされており、利益が圧迫されている。   |
| 悪くなっている | 食料品製造業（経理担当）        | それ以外         | ・原材料の高騰による物価上昇や中国産冷凍食品の問題により、消費者の間で買い控えが起こっている。  |
|         | 繊維工業（団体職員）          | 受注量や販売量の動き   | ・年末需要では最低限の水準が確保できたものの、今月の受注量は前年比で激減している。  |
|         | 電気機械器具製造業（企画担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・販売先で在庫調整が行われているため、製品の出荷が遅れている。  |
|         | 金融業（営業担当）           | 取引先の様子       | ・不動産業や建築業の取引先では、建築基準法の改正による影響や、消費者の買い控え傾向によって売上が減少している。また、紳士服などの小売業の取引先でも、買い控えから売上が落ちているほか、売上減少による廃業も出てきている。さらに、中小企業のメッキ業者やファッション時計などの企画販売会社が破産するといった例も出てきている。 |
|         | 広告代理店（営業担当）         | 受注量や販売量の動き   | ・紙媒体、インターネット媒体共に、受注が前年の水準を大きく割り込んでいる。  |
| 雇用関連    | 良く<br>なっている         | -            | -  |
|         | やや良く<br>なっている       | -            | -  |

|           |                 |         |  |
|-----------|-----------------|---------|--|
| 変わらない     | 人材派遣会社（経営者）     | 求人数の動き  | ・企業の間では正社員の採用意欲に陰りがみえてきたが、派遣需要については今のところ変化はない。   |
|           | 職業安定所（職員）       | 求職者数の動き | ・新規求人数は減少傾向であるが、企業の人材確保の意欲は依然として高い。一方、新規求職者数でも減少傾向が続いており、増加する動きはみられない。                                   |
|           | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き  | ・技術職や専門職では求人未充足状態が続いているほか、建設関係や飲食関係、パート求人全般への応募が少なくなっている。その一方で、事務販売系では採用が順調に進んでいる。                       |
|           | 民間職業紹介機関（職員）    | 求人数の動き  | ・例年であれば求人が増える月であるが、建築基準法の改正による建築確認の遅れで、建設業の日雇求人も大きく減少している。大手電機メーカーの堺工場による効果も当てが外れたとの声もあり、閑散とした雰囲気となっている。 |
|           | 学校〔大学〕（就職担当）    | 周辺企業の様子 | ・企業の採用活動も2009年3月の卒業予定者にシフトしており、2月から企業セミナーも本格的に行われているが、今のところ大きな変化はない。                                     |
| やや悪くなっている | 人材派遣会社（支店長）     | 求人数の動き  | ・2月に入り、今まで活発であった企業からの求人依頼が減少してきている。  |
|           | 求人情報誌製作会社（営業担当） | 求人数の動き  | ・例年、1月中旬から2月にかけては求人数が伸びる時期であるが、今年は伸びが少ない。  |
|           | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | 周辺企業の様子 | ・求人広告の特集紙面のセールスは毎回のように苦勞し、売上も前年を下回る状況が続いている。新規企画による効果も一時的でしかなく、手詰まり感がある。                                 |
|           | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | それ以外    | ・3月末から紙面が新しくなるが、求人広告の紙面に変化はないため、相変わらずインターネットによる求人が強い。企業も費用対効果を重視するため、料金の高い広告は敬遠されている。                    |
|           | 職業安定所（職員）       | それ以外    | ・大阪の有効求人倍率は1.04倍と、3か月前の1.23倍よりも0.19ポイント低下している。   |
|           | 職業安定所（職員）       | 採用者数の動き | ・求人の減少に伴い、就職者数も減少している。   |
|           | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き  | ・求人数が2か月連続で減少しており、今月は前年比で3.5%減となっている。受注減に伴って休業するという電気関係の事業所からは、雇用調整助成金の申請に関する問い合わせが来ている。                 |
| 悪くなっている   | 学校〔大学〕（就職担当）    | 採用者数の動き | ・学内の就職セミナーに訪れる企業の採用担当者からは、活気が感じられない。   |
|           | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | 求人数の動き  | ・優秀な人材を確保するために、求人広告主はインターネットや折り込み広告、雑誌といった様々なメディアを活用しているものの、予想以上に正社員の動きが悪い。積極的な転職が控えられている感がある。           |