

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   | コンビニ（経営者）   | 来客数の動き | ・コンビニが近隣に3か所できたものの、当店ではサービス向上のためパートから正社員に切替えたことで、それが実を結んできている。   |
|                |               | 都市型ホテル（副総支配人）   | 販売量の動き | ・宿泊、宴会、レストランの来客数は中旬以降、伸びてきている。   |
|                |               | 通信会社（経営者）   | お客様の様子 | ・新規webシステム等、新しいビジネスプランに投資をする企業が、特に大企業で増えている。   |
|                | やや良く<br>なっている | 商店街（代表者）  | 単価の動き  | ・依然として客は慎重に商品を選んでいるが、高額商品が売れ始めている。   |
|                |               | 商店街（代表者）  | お客様の様子 | ・新規スーパーの出店で、依然として来客数は落ちているが、家族連れが増えて売上は伸びている。  |
|                |               | 一般小売店〔衣服〕（経営者）  | 単価の動き  | ・天候が良くなるにつれて来客数も増え、安い商品より品質の良い高額商品が売れるようになってきた。  |
|                |               | 百貨店（売場主任）   | お客様の様子 | ・ファッション関係は順調で、特にオーダーメイドの動きが順調に推移している。  |
|                |               | 百貨店（売場主任）   | 単価の動き  | ・宝飾、時計、美術品などの高額品の動きが良い。富裕層の消費に活発さがみられる。  |
|                |               | 百貨店（売場主任）   | 販売量の動き | ・常備商品への反応が以前と比べると良くなっている品物が多く、スーツ関連やスプリングコート関連が2桁の伸びを示している。  |
|                |               | 百貨店（売場主任）   | お客様の様子 | ・中旬から気温が上昇して来客数も増えたことで、スプリングコートやジャケット等の春物の動きも活発になり、売上も好調に推移した。また春のプライダル関連商品やマザーニーズを中心としたモチベーション需要も前半は苦戦したものの、後半に盛り返し、前年を上回る結果となった。 |
|                |               | 百貨店（営業担当）   | お客様の様子 | ・高額品の引き合いは少なかったが、客がアクセサリやハンドバックなどを迷うことなく買う様子から、2、3年のなかで最高の景気の明るさを感じられる。  |
|                |               | 衣料品専門店（営業・販売）   | お客様の様子 | ・高価なスーツの購入を辛抱していた客が戻ってきている。  |
|                |               | 家電量販店（店長）   | 単価の動き  | ・住宅事情の関係で、エアコンや照明器具は伸び悩んでいるものの、薄型テレビ、洗濯機、健康器具等の売上は大きく前年を上回っている。また、薄型テレビの平均単価は前年に比べ30%アップしている。                                      |
|                |               | 乗用車販売店（経営者）   | 来客数の動き | ・新車の販売台数は前年度より大幅アップしている。   |
|                |               | 乗用車販売店（営業担当）  | 販売量の動き | ・自動車のグリーン税制が3月までという要因などで需要が活発であったため、販売台数は過去10年間で最高、会社全体でも新記録であった。  |
|                |               | 自動車備品販売店（営業担当）  | 来客数の動き | ・どの店舗も3月は決算セール等をしているので、人通りも多く来客数が増えた。商品のアピールがしやすい店内ディスプレイに変えたため、いつもより売り逃がしが少なくなった。   |
|                |               | 一般レストラン（スタッフ）   | 単価の動き  | ・来客数が既存店前年比でほぼ100%を維持しているうえに、客単価が107%と伸びている。   |
|                |               | 観光型旅館（経営者）  | お客様の様子 | ・客のニーズは単価の高いものに移行してきている。   |
|                |               | 都市型ホテル（スタッフ）  | 来客数の動き | ・宿泊は今月も前年をやや下回ったが、下旬にかけて伸び率が大きく、観光客及びビジネス客の動きが活発化してきた。全体では、婚礼や歓送迎会が増加した一般宴会部門、会社説明会利用が大幅に増加した会議、レストラン部門が大幅に伸び、前年の収入を大きく上回った。       |
|                |               | 都市型ホテル（スタッフ）  | 来客数の動き | ・3月に入り客の動きが良くなってきている。特に宿泊客が前月比20%ほど増加していて、これは2月と3月の特異性を差し引いても好調である。レストランでも宿泊ほどではないが前月比10%ほど増加している。                                 |
| 旅行代理店（店長）      | 単価の動き         | ・今年のゴールデンウィークは曜日配列が良く、特に海外旅行は1人当たりの単価が2.5万円上がり、大きく底上げをしている。 |        |  |
| 旅行代理店（従業員）     | 販売量の動き        | ・関東の大型テーマパークをはじめ、温泉旅行など国内旅行が堅調に伸びている。                       |        |  |

|                     |               |   |
|---------------------|---------------|---|
| 旅行代理店（営業担当）         | 販売量の動き        | ・国内旅行、海外旅行ともにゴールデンウィークを中心に受注が大幅に伸びている。夏場はこれからであるが、先行販売状況も順調であるので、このままの状況が推移すればかなり期待をもてる。海外旅行についても今春から航空会社が大幅に増便を決定しており、旅行会社としても思いきった商品展開をできる環境にあり、十分勝負できる状況である。 |
| タクシー運転手             | 来客数の動き        | ・割引サービスを始めたことで中距離や長距離の客が戻ってきている。  |
| タクシー運転手             | お客様の様子        | ・夜勤乗務者の営業収入は遠距離割引効果が出ず、今ひとつ回復感がないものの、昼間の乗客数の改善傾向は依然として堅調である。  |
| 通信会社（経営者）           | それ以外          | ・新たな商品開発や、他業種とのアライアンスによる仕事の話が増えてきている。   |
| 遊園地（経営者）            | 来客数の動き        | ・来客数は少し良くなっている。団体客数が前年に比べて増加している。   |
| その他レジャー施設〔球場〕（企画担当） | 来客数の動き        | ・プロ野球公式戦が開幕したが、初戦の観客数が非常に多かった。  |
| 住宅販売会社（経営者）         | お客様の様子        | ・住宅購入希望者、買換え希望者が増加傾向にあり、資金的余裕のある顧客層が動き出している。  |
| 住宅販売会社（経営者）         | 販売量の動き        | ・具体的な売買案件が増えてきているように感じる。また、一部の区域であるが、市内中心部の商業用地の地価に若干上昇気配がみられる。   |
| 住宅販売会社（従業員）         | お客様の様子        | ・高額案件を担当しているが、最近販売を開始した案件が予想以上の引き合いであり、早期完売が見込めそうである。   |
| その他住宅〔展示場〕（従業員）     | お客様の様子        | ・住宅を1年以内に建てたいという客が増加している。これは大型住宅ローン減税の1年間延長及び住宅取得資金贈与の3500万円までの非課税枠の延長の効果と考えられる。  |
| その他住宅〔情報誌〕（編集者）     | お客様の様子        | ・マンションデベロッパー各社はおおむね順調な決算期を迎えた様子である。新築マンションの販売在庫も2年ぶりの低水準となり、今年度の新規供給抑制の影響が見受けられた。   |
| 変わらない               | 商店街（代表者）      | お客様の様子<br>・気候が不順で人出の好不調がはっきりしていた。   |
|                     | 一般小売店〔花〕（経営者） | 来客数の動き<br>・卒業祝い、退職、転勤等、花束の注文は増加しているが、内税表示の影響か税込での注文が増えたため、売上としては大きな増加がみられなかった。  |
|                     | 百貨店（売場主任）     | お客様の様子<br>・春らしい気温が数日続き、出足が遅かった春物に動きがみられる。但し気温が一気に上がったため、春物コートなど奥行きを準備していた商材は販売時期が飛んでしまい、3月下旬の花冷えによる需要に期待という不安定な状態である。   |
|                     | 百貨店（企画担当）     | 販売量の動き<br>・高額品の動きがやや悪くなってきている。特に時計の不振が目立っている。   |
|                     | 百貨店（営業担当）     | 単価の動き<br>・日用必需品等は活発に動いているが、高額商品についてはまだまだ動きが鈍い。  |
|                     | スーパー（企画担当）    | 単価の動き<br>・鳥インフルエンザ等の影響で、消費は低迷している状態が続いている。  |
|                     | スーパー（経理担当）    | お客様の様子<br>・鶏肉、牛肉の需要が落ちてきている。また5%引きで税込み表示をしているがあまり効果がない。   |
|                     | スーパー（広報担当）    | 販売量の動き<br>・衣料品、食料品、住居関連品の全般にわたり、1点当たりの単価は下げ止まりつつあるが、1人当たりの買上点数の前年実績割れが続いており、買い控え傾向がある。  |
|                     | 衣料品専門店（総務担当）  | 販売量の動き<br>・天候不順であったとはいえ、売出しをしても来客数は少なく販売量も少ない。また、外商顧客がけん引していた宝石などの高額品も今月に入って悪くなっている。  |
|                     | 家電量販店（企画担当）   | 販売量の動き<br>・薄型テレビをはじめデジタル関連は好調に推移しているが、白物家電は相変わらず伸び悩んでいる。  |
|                     | 家電量販店（経理担当）   | お客様の様子<br>・来客数等には大きな変化はみられないが、4月より導入される消費税の総額表示方式による値引期待により、買い控えがみられる。  |

|                |           |                              |              |  |
|----------------|-----------|------------------------------|--------------|--|
|                |           | 乗用車販売店<br>(営業担当)             | 単価の動き        | ・新車、中古車とも月次予算台数は達成できたが、単価が安い車両が多くて、収益目標を大幅に下回る。サービス売上においても同様である。マンション、電化製品等は高価格のものが好調のようであるが、自動車はまだ状況が異なる。                     |
|                |           | 自動車備品販売店<br>(従業員)            | お客様の様子       | ・前月に引き続き顧客動向に大きな改善はみられない。買上客数は前年より若干増加しているが、目的買いに徹している。また買物額も決めているようで、プラスアルファの買物が少ない。以前のような目的買いも抑えるといった悲壮感はないが、高額商品の動きはまだまだ鈍い。 |
|                |           | 住関連専門店<br>(経営者)              | 来客数の動き       | ・年度末で予算執行に伴う注文は多いが、一般客からの注文は相変わらずの低水準が続いている。   |
|                |           | 観光型旅館(経営者)                   | 競争相手の様子      | ・例年客が減ってくる時期ではあるが、周囲の旅館の様子をみても減り方が極端である。   |
|                |           | タクシー運転手                      | お客様の様子       | ・大阪のタクシー料金は、500円から650円まで広がったことで、競争相手が多くなった。  |
|                |           | 美容室(経営者)                     | 来客数の動き       | ・気温の変化が激しかったため、当店で多い年配の客のなかには、体調を崩した人が多かった。  |
|                |           | 美容室(店長)                      | 販売量の動き       | ・来客数は若干減少しているが、各種キャンペーンやセット割引などの販促活動の結果、販売量はほぼ前年並みとなった。  |
|                |           | その他サービス<br>[クリーニング]<br>(経営者) | 販売量の動き       | ・今年は昨年に比べ暖かくなるのが早かったこともあり、衣替え対応のクリーニング利用開始時期が多少前倒しとなった。  |
|                | やや悪くなっている | 一般小売店[時計]<br>(経営者)           | 来客数の動き       | ・近くの大手百貨店が3月末に閉店するため、先月に続いてかなり規模の大きなセールをしている影響で、周囲の店は閑散としている。  |
|                |           | 百貨店(売場主任)                    | 販売量の動き       | ・2月には春物の動きが活発化したが、3月に入って気温が急激に低下し、大苦戦を強いられている。   |
|                |           | 百貨店(担当者)                     | 来客数の動き       | ・近郊に大きな商業施設がオープンし、来客数は前年に比べ5.3%のマイナスとなった。  |
|                |           | 百貨店(営業担当)                    | 販売量の動き       | ・新作商材や春物商材の前面展開にて売場の活性化を図ったが、前年より苦戦している。特に弁当箱などの春物商材の販売量が不振で客単価の低下が大きく、前年と比べて10%減で推移している。                                      |
|                |           | 乗用車販売店<br>(経営者)              | お客様の様子       | ・キャンペーンによる売り込み攻勢をかけているが、目標の到達には至っていない。販売や修理代に関してもクレジットや分割を希望する客が多く、手持ちの資金が少ない。   |
|                |           | タクシー運転手                      | 来客数の動き       | ・送別会等を行う会社があるが、繁華街に出ないで各会社の近くで行うところが増えている。   |
|                | 悪くなっている   | 一般小売店[野菜]<br>(店長)            | 販売量の動き       | ・売上も伸びず、単価もシビアになってきている。周りでは閉店するところも多く、当店も厳しい状況である。   |
|                |           | コンビニ(経営者)                    | 販売量の動き       | ・競合店、100円ショップの出店、道路開発による交通量の変化等、様々な要素が重なった結果、来客数、販売量、単価すべてにおいて悪化傾向にある。   |
|                |           | 衣料品専門店<br>(経営者)              | 来客数の動き       | ・当店の来客数が減少しているだけでなく、立地している商店街の来街者数も減少している。   |
|                |           | 通信会社(経営者)                    | お客様の様子       | ・大口の受託顧客から、サービスの停止が提示され、経営的に縮小せざるを得ない状況である。  |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなっている   | 出版・印刷・同<br>関連産業(経営者)         | それ以外         | ・青年会議所の入会面接を担当しているが、昨年と比べて明らかにベンチャー企業が増えていることと、自ら望んで応募する企業が増えた。  |
|                |           | 電気機械器具製造業<br>(従業員)           | 受注量や販売量の動き   | ・液晶テレビがかなり好調に推移しており、全体をけん引する形で実績が伸びている。  |
|                | やや良くなっている | 金属製品製造業<br>(経営者)             | 受注価格や販売価格の動き | ・鉄鋼の原料不足に伴う材料不足のため、ユーザーからの実需以上の材料買いが入っている。   |
|                |           | 一般機械器具製造業<br>(経営者)           | 受注量や販売量の動き   | ・航空機部門はますます不況であるが、その他の製造業は生産量が増えている。   |
|                |           | 電気機械器具製造業<br>(経営者)           | 受注量や販売量の動き   | ・従来の試作品が量産化に移行しつつあり、ユーザーからモデル変更の注文も受けた。  |
|                |           | 電気機械器具製造業<br>(経営者)           | 取引先の様子       | ・家電ではデジタル関係が良いという傾向にあるが、自動車関係でもハイブリットカーの部品の供給が増えている。   |

|           |                     |                |  |  |
|-----------|---------------------|----------------|--|--|
|           | 電気機械器具製造業（経営者）      | 取引先の様子         | ・取引先では電子機器関連や半導体素子関連の企業が急に忙しくなっており、ステンレス加工品などの仕入先から、値上げ要求が来るようになった。                                      |  |
|           | 建設業（経営者）            | 受注量や販売量の動き     | ・年度末で土壌汚染調査がかなり忙しくなっている。決算を控えた土地の売上の動きが活発である。  |  |
|           | 輸送業（営業所長）           | 受注量や販売量の動き     | ・年度末ということもあるが、学校関係や官庁関係に事務機器や備品の配達が増えている。  |  |
|           | 金融業（支店長）            | 取引先の様子         | ・鋼材等の資材価格の高騰が懸念材料であるが、建機製造業、美容サロンなどのサービス業の売上は増加している。   |  |
|           | 不動産業（経営者）           | 取引先の様子         | ・地域ごとに格差はあるものの、品質の高い大阪市内商業地の売却物件については、購入希望者が多数集まり、価格も上昇傾向にある。  |  |
|           | 新聞販売店〔広告〕（店主）       | 受注量や販売量の動き     | ・春の転宅シーズンで、読者の移動が激しくなってきた。折込チラシも2月、3月と増えてきている。   |  |
|           | その他非製造業〔民間放送〕（従業員）  | 受注量や販売量の動き     | ・テレビスポット需要が引き続き高いレベルで好調を維持している。  |  |
| 変わらない     | 繊維工業（経営者）           | 取引先の様子         | ・問屋の売上が前年比で2割減少したという話を耳にした。  |  |
|           | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）  | 競争相手の様子        | ・今年に入ってから競争相手の様子では、あまり変化がない。消費税の表示変更でラベル、シールはよく動いている。  |  |
|           | 金属製品製造業（経営者）        | 受注価格や販売価格の動き   | ・原材料価格は上昇しているが、受注価格は相変わらず低迷しており、ゼネコンを取り巻く環境は厳しい状況が続いている。   |  |
|           | 一般機械器具製造業（経営者）      | 取引先の様子         | ・3月に大型検査装置を納入したが、それを使っての生産予定がフル生産状態になった。   |  |
|           | 輸送業（経営者）            | 受注量や販売量の動き     | ・年度末に向けて、住宅関連等の大口顧客の部材の荷量ももっと増えてこなければならないが、業務の平準化のためか駆け込み需要は落ち込んでいる。一方、他の一般貸切では、外販部分で運賃は安い、引き合いが増えてきている。 |  |
|           | 不動産業（経営者）           | 受注価格や販売価格の動き   | ・大阪府中央区の飲食テナントの賃料は下げ止まり、空室も目立たなくなっている。   |  |
|           | 広告代理店（営業担当）         | 取引先の様子         | ・広告主のなかでも、次年度に向けて積極的に広告出稿を計画している企業もあれば、かなり厳しいところもあり、一概に良いとも悪いともいえない。                                     |  |
|           | コピーサービス業（従業員）       | 受注量や販売量の動き     | ・決算前の調整ということもあり、業績が好調だった企業からは大口の印刷物オーダーが入稿したが、反対に不振だった企業からは注文が大幅に減少した。                                   |  |
|           | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | 取引先の様子         | ・企業の経常利益が増加していると報道されているが、得意先についてはまだそれが感じられない。  |  |
| やや悪くなっている | 繊維工業（団体職員）          | 受注量や販売量の動き     | ・原材料の綿糸価格の高騰、受注量の減少などから、採算の悪化が更に深刻になっており、休業する企業も出てきている。  |  |
|           | 通信業（営業担当）           | 受注量や販売量の動き     | ・年度末になり、移転などのメンテナンス注文が増したが、駆け込み需要がそれほどなかった。  |  |
|           | 広告代理店（従業員）          | 取引先の様子         | ・各SCともに来客数はやや増加しているようだが、テナント小売業の客単価は減少している。  |  |
| 悪くなっている   | 繊維工業（経営者）           | 受注価格や販売価格の動き   | ・消費税の総額表示で、仕入先に値引要求する取引先がでてきた。   |  |
| 雇用関連      |                     |                |  |  |
|           | 良く<br>なっている         |                |  |  |
|           | やや良く<br>なっている       | 人材派遣会社（社員）     | 雇用形態の様子  | ・企業から正社員採用を前提とした人材紹介などの需要がおう盛である。  |
|           |                     | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き   | ・高度な技能を有する人材が不足し、雇用のミスマッチが解消できていないものの、求人数が増加傾向にあり、新規案件も短期的な内容から長期的な受注となってきた。 |
|           |                     | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子  | ・求人案内を出す会社の動きが安定してきている。小口の案内広告の広告主、人材紹介業などの動きが多少出てきた。                        |
|           | 新聞社〔求人広告〕（担当者）      | 求人数の動き         | ・年度末を迎えて、特に人材派遣会社からの登録者募集告知の広告が活発に動いている。   |  |

|           |                |         |  |
|-----------|----------------|---------|--|
|           | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・有効求人倍率が9か月連続でプラスとなっている。また、依然として雇用形態でのミスマッチはあるものの、就職数、充足数がともに3か月連続で増加に転じている。                                       |
|           | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・有効求人数は対前年比で2桁の増加であるが、求職者数の推移は減少傾向が続いている。ただ、求職者の現況をみると、在職者であって求職を行っている人が増加している。                                    |
|           | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・求人数はここ6か月で急速に改善しており、昭和55年2月以来全国平均を上回っている。   |
|           | 学校〔大学〕（就職担当）   | 求人数の動き  | ・この時期になると、平成16年度の採用中止を決定した企業からのレターが届くが、例年に比べて非常に少ないように感じている。   |
|           | 学校〔大学〕（就職担当）   | 求人数の動き  | ・平成15年度の求人数は前年度に比べ2.1ポイントの微増であった。規模別では大企業、中堅企業からの求人が増加した。また、業種別では製造業、不動産業が好調であった。                                  |
| 変わらない     | 人材派遣会社（経営者）    | 求人数の動き  | ・年度末で駆け込み需要がある時期だが、今年は一切ない。ただし、IT関連企業には根強い需要がある。   |
|           | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き  | ・例年通り新旧のアルバイト、パート異動があり、求人数は昨年と変わらない。今年になって求人情報の件数が増加したといわれているが、一部の業者が複数の媒体に重複させて求人企業を掲載しているためであり、実際の求人企業数は増加していない。 |
|           | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 雇用形態の様子 | ・ビルメンテナンス会社で、嘱託社員を減らしパート勤務に切り替えるところが出てきた。  |
|           | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求職者数の動き | ・求人数は増加したが一時的なものに過ぎない。例年に比べて求人にかかる予算が減ったのか、小さなスペースでの掲載が増えた。  |
| やや悪くなっている | -              | -       | -  |
| 悪くなっている   | 民間職業紹介機関（職員）   | 求人数の動き  | ・3月の求人数としては史上最悪のレベルである。しかも、それでも人々は驚かないという雰囲気になっている。ただ一部では、業者の淘汰が進んで、今後は少し経営が安定しそうなどところもある。                         |