

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	百貨店（経理担当）	・企業業績を反映して夏の賞与は昨年より相当の増額が予想される。絶対的なヒット商品が見当たらないので貯蓄に回る可能性もあるが、趣味性の強い商品への需要はおう盛であることから、先行きに期待できる。
		コンビニ（経営者）	・来客数が10%ほど伸びており、それを維持するために商品を切らさないようにする必要があるので、先行きに期待が持てる。
	やや良くなる	一般小売店〔酒〕（経営者）	・今年に入ってからの動きをみていると少し良くなっており、客の反応にも良い兆しが見えてきている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・駅前商店街の開発も2年目になり、人通りが次第に増えているほか、来客数も増えていることから、今後の売上増加が期待できる。
		一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・新規出店及び来客数の増加が続いている。また、単価の高い季節商品の滑り出しも好調であることから、先行きに期待が持てる。
		百貨店（売場主任）	・来客数の変化はなく売上も減少している状況であるが、夏物衣料の売行きに関する見通しは比較的良好である。
		百貨店（企画担当）	・夏のクリアランスセールを控え、例年は需要の鈍る時期であるが、競合店のセールに対して各社とも売上対策を強化することが予想されることから、需要の拡大が期待できる。
		百貨店（営業担当）	・宝石や時計の購買が増える傾向にあるなど、高所得者が気軽に高額品を買うようになってきていることから、先行きに期待が持てる。
		コンビニ（経営者）	・工事関係者や営業マンの利用頻度が上がっているように思われる。飲食店での昼食や、喫茶店での休憩という行動が、コンビニの駐車場で弁当を食べたり昼寝をしたりという行動に変化している。長時間の駐車場占拠という問題はありますが、来客数の増加には違いなく、暑さが増すとともに利用の頻度が上がりそうである。
		コンビニ（店長）	・職探しのための履歴書が少し売れており、周りの雇用環境が改善してきたように感じられることから、先行きに期待が持てる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売が好調で、今後も同じような状況が続くと予想される。
		乗用車販売店（営業担当）	・キャンペーンを行うほか、新型車が発表されることから、先行きに期待している。
		乗用車販売店（営業担当）	・他社にも新しい車種が出揃うこともあり、昨年より販売台数が増える。
		観光型旅館（経営者）	・宿泊は、夏休みを利用したキャンプやスポーツ合宿の予約が例年通り入っており、天候次第で来客数が増加する。
		旅行代理店（広報担当）	・今年はボーナスの増加が期待できそうであるほか、昨年の夏は家でオリンピックを観戦していた人たちが、今年は海外を中心とした旅行に消費を回すことが期待できる。
		遊園地（経営者）	・大規模な設備投資により施設を増設しているため、夏からの来客数は大幅に増加すると予想している。
		ゴルフ場（経営者）	・予約が以前よりも多くなってきている。また、客の雰囲気も少し明るくなっているように感じられることから、先行きに期待できる。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・6月は一時的に稼働日数が落ちるが、それから先は予約がかなり順調に入っている。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・5月に行われたプロ野球の交流戦は期待したほどの集客数ではなかったが、6月以降の交流戦、セリーグ公式戦では人気球団の試合が予定されているため、集客数増加が期待できる。
美容室（経営者）	・近くに高層マンションができたので、しばらくは引越しなどで落ち着かないと思われるが、そのうちの何人かは客になることが期待できる。		
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・今年は無料の体験入会キャンペーンへの希望者が多かったが、例年そのうちの8割程度が正式に入会するため、今後入会者の増加が期待される。		
その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・6月はボーナス月であるが、支給額の増えそうな業種が多く、保険商品を勧めやすい状況であることから、2、3か月後には成果につながると考えている。		

	住宅販売会社（従業員）	・不動産への投資が、投資ファンドなどの専門業者から一般の客まで裾野が幅広く広がってきている。ますます取引が活発になる。
	住宅販売会社（営業担当）	・住宅業界全体の動きが活発になっているなかで、一部にインターネット経由で特別なこだわりを求める顧客層が徐々に増えつつある。今後も、徹底した情報収集とホームページでの徹底した品質主義のアピールによって、会社規模とは関係なく客と上手く折り合うことができると感じている。
変わらない	一般小売店〔花〕（経営者）	・例年夏場は売上が伸びないうえに、プライダル関連の営業結果が思わしくないことから、厳しい状況が続く。
	百貨店（売場主任）	・上期最大の商戦である中元、クリアランスとセールが続くが、価格に対するシビアな見方は変わらないと予想する。今年は昨年より気温が低く、衣料品にとってはプラス要因とみられることもできるが、ヒット商品が不足しており、大きく売上を伸ばすまでには至らない。
	百貨店（売場主任）	・中元時期に入るが期待は持てない。健康をテーマとした売場は好調に向かうことが予想されるが、既存の商品については期待できない。
	百貨店（売場主任）	・前年は猛暑により青果商材が好調に推移したが、今年は大型ヒット商品が不在のなか、取引先の在庫縮小傾向もあり大きな期待はできない。
	百貨店（売場主任）	・民間のボーナス次第ではあるが、消費者の目はデジタル家電などに向かうと予想されるため、夏のクリアランスセールも前年を上回る気配がない。
	百貨店（サービス担当）	・中元商戦の前倒し傾向とサービス強化などの競争が激しくなる一方で、個人情報保護の観点からDM発送や電話勧誘などを安易に実施できない状況であり、大変な苦戦が予想される。
	スーパー（経営者）	・5月の消費支出が減少したとの発表があったが、我々の現場では、昨年が悪すぎた反動で5月は良かったという感覚が強い。昨年は7月以降の猛暑効果で売上が回復したが、今年は他社のチラシをみても価格攻勢がより一層激しいことから、予断を許さない状況である。
	スーパー（開発担当）	・売上が4年ぶりに前年を下回った。現在は南河内地域に13店舗あるが、全体的に売上が減少気味であることから先行きには期待できない。
	コンビニ（経営者）	・ランチ需要がやや回復傾向にあるものの、昨年ほどの猛暑は考えられないことから、ドリンクや冷菓類の売上にはそれほど期待できない。
	コンビニ（店長）	・3～5月の既存店ベースの売上前年比に大きな変動がなく、6～8月の商戦についても特別な好材料、悪材料がない状態である。
	住関連専門店（経営者）	・今後も引き合いは弱いほか、ほとんどが相見積りで成約に至るものはそれほど多くないと予想される。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・今後2、3か月は変わらないと思われるが、客は徐々に景気が良くなっているという気持ちになると思われるため、その面を先取りし、接客や商品構成、客へのアプローチの方法に配慮していきたい。
	都市型ホテル（支配人）	・金曜日、土曜日の集客は愛知万博の影響で若干苦戦することが考えられるが、企業部門の利用客でカバーできる。
	都市型ホテル（役員）	・列車の脱線事故による懇親会等の自粛状況は長引くと予想されることから、先行きの見通しは厳しい。
タクシー運転手	・愛知万博の入場者数が好調に推移しているなかで、大阪に観光目的で立ち寄る客もみられるが、景気回復を後押しするには程遠いことから、今後も厳しい状況が続く。	
タクシー会社（経営者）	・企業、個人の両方から節約の風潮を非常に強く感じており、なかでも交通費は、タクシーをできるだけ利用せずに仕事や生活しようという意識が広がっているため、3か月先も変わらない。	
観光名所（経理担当）	・今月は前月に続き、売上高、来客数とも対前年比で落ち込んだ。連休中の実績は前年とあまり差はなかったが、連休後の売上、来客数は減少しており、これには愛知万博の影響があるものと推測される。万博の会期末の9月までこのような状況が続く。	
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・資産運用としての不動産投資が見直されるなか、不動産バブルの再来という予測もあるが、実際に家を建てるという客の数は、相変わらず低調に推移していることから、今後も厳しい状況が続く。	

	やや悪くなる	商店街（代表者）	・トップブランドのメーカーがネット販売を含めた店舗展開を始めるので、その影響を受けることが懸念される。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・各百貨店やショッピングセンター、商店街などの調査では、ヤングカジュアルは回復傾向が少しみられるものの、ミセス部門は単価の低下が止まりそうもない傾向が続いていることから、先行きが懸念される。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・ゴールデンウィークの売行きが良くなかった割には仕入相場が高止まっている。このまま中元戦線へと突入すると利益が望めないほか、早期に取り組んでいる企画などは逆さやになる恐れもある。
		スーパー（店長）	・近隣に業務用スーパーがオープンし、秋にも大型店が出店予定であるので現状維持が難しくなってくる。
		観光型ホテル（経営者）	・大企業の状態は非常に良いが、我々の周囲はこれから悪化していくものと予想される。やはり、単価の動きが非常に悪く、ますます価格の引下げを要求される状況であることから、仮に来客数の変化がない場合でも、収入はかなり減ってくるかと予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊については、夏休みの個人客による愛知万博への旅行増加により、間違いなく影響を受ける。婚礼も予約が伸びないことから、宿泊のマイナスをカバーできる材料がない状態である。
		都市型ホテル（営業担当）	・宿泊に関しては、5月後半から先の予約に勢いが無い。アジアの団体客の予約などを例年より多めに取り、稼働率の向上に努めているが、愛知万博の影響で夏休み期間の個人旅行者の減少が懸念される。宴会についても前月までの好調さはない。婚礼が6月に前年以上の件数を確保できた程度で、一般宴会の予約は依然として悪い。
		観光名所（経理担当）	・来客数は前年を少し下回っているが、一般的に変わりはない。今のところ愛知万博の影響はあまり感じられないが、万博入場者数が好調との報道もあることから、徐々に響いてくる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・新規参入のスーパー2店を含めた競合激化のため、商店街への来客数の増加は期待できない。
		商店街（代表者）	・来客数や売上の全てにおいて底ばいの状態が続いている。先がみえないほか、特に1年ほど前からの交通規制により、駅前飲食店以外の夜型の店は低迷していることから、先行きの見通しは厳しい。
		衣料品専門店（経営者）	・重衣料に関しては、エコスタイルの定着で需要が減退していることから、先行きが懸念される。
企業動向関連	良くなる	金属製品製造業（管理担当）	・見積件数が大幅に増えている。企業の設備投資が活発なほか、新規マンションなどの建設が増える。
	やや良くなる	食料品製造業（従業員）	・家庭用の製品は安売りが当たり前のようになっているが、中食用の製品は伸びている。中食用の製品は個別対応が必要で手間はかかるが、その分家庭用よりも多少は価格が上がる。同じ製品が長く売れないという問題はあるものの、先行きに期待できる。
		木材木製品製造業（経営者）	・受注量、販売量が徐々に増加傾向にあり、単価の下落分を補うことができる見込みである。
		金属製品製造業（総務担当）	・ビルやマンションなどのリニューアル工事への営業を展開中であるが、受注面で少し明るさがみえてきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先では設備投資が活発に行われているようであり、今後もこの傾向が続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・見積依頼案件が増えてきていることから、先行きに期待できる。
		金融業（営業担当）	・建機部品製造業、中小の建築業、建売業、プラスチック材料卸売業、菓子小売業など、あらゆる業界で全般的に回復基調にあり、今後もこの状態で推移するものと考えられる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告や読者数が増加しており順調であることから、先行きに期待が持てる。
		広告代理店（営業担当）	・夏に向けてのプロモーション計画の依頼が増えてきており、予算的にも多めに見込んでいく。
		変わらない	繊維工業（総務担当）
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・顧客全体の3割程度は収益を上げて忙しくしているが、残りの企業は元気がないように感じられることから、変化はないと予想される。

	金属製品製造業（営業担当）	・自動車関連以外で前向きな話はあまり聞こえてこない。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・持家住宅着工など外部環境は依然厳しいが、春に発売した新製品の評判が良くマイナスをカバーしていることから、全体としては現状維持が予想される。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・AV商品の好調は持続すると思われるが、その他の商品で市場をけん引できるものが見当たらない。
	建設業（営業担当）	・景気回復感はあるが、まだ建設業界では市場に回復感がない。受注工事の選別により大手ゼネコン各社は増益となっているが、受注量がいまひとつ伸びていないことから、今後も厳しい状況が続く。
	輸送業（営業担当）	・荷主によっては契約が順調に推移し、6月以降の荷量増加が期待できると考えられるが、油断はできない状態である。
	輸送業（営業所長）	・今月ほどの落ち込みはないが、現時点で見積りや大口貨物の予定が少なく、先行きは不透明である。
	不動産業（経営者）	・分譲住宅、マンション用地などの取得意欲は依然おう盛であり、価格も上昇傾向にあるものの、再販価格になかなか転嫁できない状況にあることから、厳しい状況が続く。
やや悪くなる	化学工業（経営者）	・原材料に再度値上げの動きが出ており、値上げ踏み切りの時期によっては価格転嫁が難しいため、先行きが懸念される。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・ガラス容器業界では原材料が大幅に上がっているが、価格転嫁できない状況であり、コスト削減も限界にきていることから、今後は厳しい状況になる。
	金属製品製造業（経営者）	・鋼材の値上げ分を製品価格に転嫁できないことから、鋼材を安い輸入品で代用する傾向があるなど、先行きの見通しは厳しい。
	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・8月は、世界陸上の放送でスポットCMが減少するマイナス要因があることから、先行きが懸念される。
悪くなる		
良くなる		
雇用関連	やや良くなる	
	人材派遣会社（営業担当）	・若年層の人材が集まりにくくなり、雇用のミスマッチが深刻化してきている。しかしその一方で、前年度は4月に正社員が入社して減少した受注が、今年度は絶え間なくあるなど求人数が増加していることから、先行きに期待できる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・7月は求人広告の大きなキャンペーンを行う予定なので、かなり売上が伸びる見込みである。
	職業安定所（職員）	・卸、小売業関係では夏の商戦に向けた求人増加が予想されるほか、製造業では家電を中心に6月から生産を増やす企業が多いため、今後求人への動きが出てくるものと予想される。
	職業安定所（職員）	・求人の増加、求職者の減少が続いており、有効求人倍率が1倍台目前の高い数値を示している。一部の業種では、原油、鋼材価格の高騰の影響がみられるなど懸念材料はあるものの、急激な悪化は考えにくい。
	民間職業紹介機関（職員）	・災害復旧工事が一部で出てきているが、梅雨明けには更に出てくるのではないかと、雇用主や日雇い労働者の間で話題になっている。
	学校〔大学〕（就職担当）	・大手企業による採用活動も終盤を迎え、中堅企業が本格的に動き出した。特に製造業が好調で、機械、電気、電子関係の求人が目立つ。同時に技術系アウトソーシング業界でも優秀な学生確保のため、大学訪問を積極的に行っていることから、先行きに期待できる。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・4月の時給改正については、東京では若干上がっているが大阪ではまだ厳しい状況が続いている。各社は派遣社員にするか正社員にするかについて試行錯誤していることから、今後も厳しい状況が続く。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新聞出稿の様子をみても、東京からの新聞広告出稿がほとんどであり、地元からの広告出稿が前年割れとなっていることから、今後も厳しい状況が続く。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・求人全般の動きは安定してきており、優秀な人材を積極的に取るという傾向も見受けられる。また、求人広告を掲載しても応募者が集まらないという声も出てきているが、仕事の量が増え、求職者が選り好みをするという傾向は、その背景として景気が上向きになっている可能性が高い。ただ、実感としては急激な改善は感じられないことから、先行きは大きく変わらない。

	職業安定所（職員）	・新規求人数そのものは順調に推移しているが、対前年比の伸び率が大幅に低下してきており、求人はほぼ出揃ったと考えられることから、先行きの状況は今と大きく変わらない。
やや悪くなる	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・ビルメンテナンス業界などで、社員が辞めて欠員が生じても、正社員は採用せずパートなどで穴埋めするようになってきたことから、先行きの見通しは厳しい。
悪くなる	-	-