

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	その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球の公式戦が始まり、フランチャイズ球団の試合が行われるほか、4月には人気球団の試合が開催される。さらに、ワールド・ベースボール・クラシックで日本が初代チャンピオンに輝き、野球人気が高まったことで来場者が増加する。
		その他住宅 [情報誌] （編集者）	・不動産価格の上昇や金利の先高感に加えて、マンションの大規模化が更に進んで魅力的な商品が供給されるため、新築マンションの売行きは当分好調に推移する。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・売上が2月に比べて極端に悪い週がなく、安定してきている。
		商店街（代表者）	・客の購買意欲が高まってきており、新しい商品に対しても興味を持っている客が増えている。
		一般小売店 [酒]（経営者）	・今は勢いがあるので4、5月は伸びるものの、6月のサッカーワールドカップで集客力が低下するため、悪い影響が出る。
		一般小売店 [衣服] （経営者）	・最近の不順な気候を考えると楽観視はできないものの、金利や景気の上向きに関する報道などをみると、先行きは明るい。
		百貨店（売場主任）	・旅行者が土産だけでなく自分の買物も増やし始めたほか、外国からの裕福そうな旅行者も増えてきているなど、今までの体験型消費に加えて商品の購入も増えてきた。
		百貨店（売場主任）	・今の高額品の動きが急に冷え込むことは考えにくいほか、大阪地区でもようやく上向きの兆しがみえてきているので、今後は来客数が増加する。
		百貨店（経理担当）	・少額ながらベースアップの話題があるなど、雇用情勢の改善で所得が増加することから、消費が伸びる。
		百貨店（統括）	・サッカーワールドカップが開催される影響で明るい雰囲気になり、消費の増加につながる。
		スーパー（店長）	・労働力不足や企業業績の回復による賃金の上昇効果が部分的に消費を押し上げる。ただ、生活必需品は依然として単価下落が続いているなど、スーパー業界には厳しさが残る。一方、高機能商品や健康関連は今後の消費を押し上げる。
		スーパー（経理担当）	・売上は堅調に推移するが、一方で競合店の出店も相変わらず続いていることから、景気全体と同じベースでの改善は難しい。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・欲しい物や必要な物は、高額でも購入されるようになってきている。
		乗用車販売店（経営者）	・仕事の量が増え、新車の予約などが増えている。
		住関連専門店（経営者）	・商店街への来客は一般客を中心に回復してきているので、今後は業務用の客も増加していく。
		高級レストラン（支配人）	・桜のシーズンとはいえ来客数が増えているほか、過去に大きな落ち込みもなく来ていることから、先行きへの期待は大きい。
		観光型旅館（経営者）	・単価の回復傾向がみられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・会議や宴会では、先行予約が順調に入っており好調である。一方、宿泊は大きな団体客の予約が入る時期ではないが、今後も出張ビジネス客の利用が伸びる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約状況を見ると期待が持てる。季節柄、団体利用などが増加する傾向にあるので、収支と来客数の両面で良くなる。
		旅行代理店（店長）	・ゴールデンウィークの曜日配列が良いほか、客はお金をためており、利用時期を見計らっている。また、最近では家族、グループでの国内及び海外旅行の動きが活発になっている。
		タクシー運転手	・営業収入が前年比で6か月連続増加しているほか、客の乗車機会が増加している。
		通信会社（社員）	・サッカーワールドカップの開幕前であり、ケーブルテレビへの加入者も増加してくる。さらに、新サービスが好調な広がりを見せつつあるので、加入申込者数は今後増加する。
遊園地（経営者）	・春のイベントを色々と企画しているので、先行きは良くなる。		
ゴルフ場（経営者）	・今までは料金の値下げばかりを行っていたが、この3月から一部値上げを行った。しかし、客の反応はさほど悪くなく、予約状況は昨年と比べてプラスで推移している。		

	<p>その他サービス〔生命保険〕（営業担当）</p> <p>その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）</p> <p>その他住宅〔展示場〕（従業員）</p>	<p>・企業業績は各業種で好調であることから、今後も保険販売件数は堅調に推移する。</p> <p>・次世代型店舗の出店が続くため、先行きは良くなる。</p> <p>・住宅ローン金利が上がるとの予測が広がっており、相当数の駆け込み需要が発生する。例年、展示場への来場組数はゴールデンウィークの時期が一番多いが、今年は昨年以上に多くなる。</p>
変わらない	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・知事選挙などのトピックスはあるものの、全体的な需要増につなげる動きが少ない。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	・季節が良くなると行楽にお金が使われる。時の記念日に合わせて各社が新製品を出すという話もあるが、新製品が必ずヒットするわけではないほか、電波時計の需要も一巡して落ち着いてきた感がある。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・3月の売上が数が月ぶりに減少したように、ここ数か月は小さな波があることから、春物衣料が伸び悩んだ後は、夏物衣料の売行きが好調となる。
	一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	・12～2月の売上前年比を上位5店舗で平均してみると関西は93.2%であった。歳暮期のギフト商戦が不調に終わった後、2月ごろから盛り返してきているが、依然として安定した状態とはなりにくい。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・これからゴールデンウィークへ向けて上昇傾向となるかどうかは非常に不透明である。神戸空港が開港した割には、客を引き寄せる要素が乏しい。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・気温が不安定なので、春物から夏物へ順調にシフトするかどうかは分からない。
	一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・大型店舗の新規出店が相次いでおり集客が望めるものの、個人経営のフランチャイズ店舗の閉店も数件あるなど、状況は依然として厳しい。
	百貨店（売場主任）	・2年目になるクールビズなど、夏物商材は活発に動きそうであるが、特選ブランドの売上の減少傾向は今後も続く。
	百貨店（売場主任）	・春物衣料は好調に推移しており、購買意欲自体は高まってきているが、百貨店への来店数は伸び悩んでいる。
	百貨店（売場主任）	・改装効果もあり大きなマイナス要因はない。ただ、客が価格よりも商品の中身を重視する傾向がますます強まっている。したがって、新しい魅力のある商品が出て来ない限り大きく伸びることはない。
	百貨店（売場主任）	・ギフトについてはこの先も伸びる要素がないことから、今後も厳しい。
	百貨店（営業担当）	・客の買物に対するし好がはっきりしてきているため、提案型の販売が難しくなっている。
	百貨店（サービス担当）	・30歳前後の女性を中心に購入価格が上がっている。特に、ハンドバッグや靴、化粧品、アクセサリなど、高級ブランドや新ブランドへの関心が高いことから、今期に導入するショップは好調に推移していく。また、リラクゼーションサロンへの関心も高く、固定客化が進んでいる。
	百貨店（売場担当）	・近年、売場改装効果が長続きしない傾向にある。
	スーパー（経営者）	・競合店が多い状況がこのまま続くため、広告などによる価格競争は今後も続く。
	スーパー（経営者）	・価格のみで比較される全国ブランド品を中心に、オーバーストア状況でデフレ傾向はまだ続いている。買上頻度の高い農産物も、一時的な供給不足が解消されると、前年の単価をすぐに割る傾向が続いている。よほど商品やサービスの差別化を図らなければデフレ傾向は解消されない。
	スーパー（店長）	・冬物が厳冬の影響で活発であったように、夏物も天気、気温に大きく左右される。いずれにしても今の状況が続く。
スーパー（開発担当）	・日銀の量的緩和解除により、預金、貸付金共に金利が上昇することが見込まれているが、それに対する消費者の反応に今後は大きく左右される。	
コンビニ（経営者）	・来客数については変化がない。また、他業態や同業他社にないような商品が出てこない限り客単価も上昇しない。	
コンビニ（経営者）	・オフィス向けの新しい健康グッズを販売するため、先行きは良くなる。	
コンビニ（店長）	・来客数、客単価共に改善傾向にはあるが、他チェーンによる近隣への出店が増加し、売上全体では伸び悩みが続いている。	

	衣料品専門店（経営者）	・春物の販売開始が例年より遅れていたが、3月に入って寒さが戻ったので、これからの天候次第では春物の売行きに多くの期待はかけられない。	
	家電量販店（企画担当）	・デジタル関連商品には期待できるが、白物商品の伸びが悪い。この時期は映像商品の売行きにかかっている。	
	乗用車販売店（営業担当）	・客の車を選ぶ目は厳しくなってきたが、購入から10年以上経過した車が非常に多いため、買い替え需要はまだ残っている。	
	乗用車販売店（営業担当）	・オリジナルの買い得車を出して他社との差別化を図っているが、ユーザーの反応はあまり良くない。また、売れ筋の車種の納期が長すぎて、他社や他メーカーに需要が流れるケースもある。	
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・先月に続き大きく収益が伸びている。売上は対前年比で60%の増加、利益は40%の増加で、買取り、下取りを活用したビジネスがようやく浸透してきた。	
	一般レストラン（スタッフ）	・今のところは来客数に大きな減少傾向がみられないことから、今後2、3か月は大きな変動はない。	
	都市型ホテル（営業担当）	・宿泊は、春休みの個人客と4月以降のアジアからの団体客の入込が良いほか、5月も大型コンベンションに絡む予約が入っており好調である。一方、婚礼は前年よりかなり予約数が減っているほか、一般宴会に関しても企業宴会の予約数が激減しており、大変厳しい状況である。	
	都市型ホテル（役員）	・宿泊は、昨年5月にアパレル関係の大型団体があつたため今年は横ばいとなる。宴会とレストランは来客数の増加が続いており、今後も回復傾向が続く。	
	旅行代理店（広報担当）	・6月は夏休みの旅行の申込時期であるが、旅行動向のアンケートの結果でも夏休みも旅行に行きたいという客が増えている。	
	タクシー運転手	・週の後半にかけて客の動きが徐々に良くなっているが、この状態がいつまで続くかは分からない。	
	タクシー会社（経営者）	・繁華街の飲食店街ではスーツ姿の客がみられるようになってきたが、最終的にタクシーを利用するまでにはもう少し時間がかかる。	
	通信会社（経営者）	・盛り上がるはずの期末に大きな需要がなかったため、春に若干の市場の動きがあるものの、この秋に予定されているナンバーポータビリティの導入を前に買い控えが起こる。	
	観光名所（経理担当）	・1、2月と例年よりかなり寒い日が続き、来客数も落ち込んだが、3月はようやく暖かい日々に恵まれた。当地が大河ドラマの舞台となっている効果もあって来客数が増え、それに比例して売上も伸びた。4、5月も天候に恵まれれば、売上はかなり良くなる。	
	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・恒例の催事はもちろん、新規の催事もあるなど確実な予約が順調に入っている。	
	住宅販売会社（経営者）	・今年になって集客状況が悪い。新聞折り込みチラシやテレビ、住宅情報誌などで広告を行っているが、反響が悪すぎる。	
	住宅販売会社（従業員）	・金利の上昇と日銀による不動産向け融資への監視強化により、地価動向の先行きは不透明である。	
	住宅販売会社（従業員）	・地価上昇など不動産市場を取り巻く環境は好転している。その一方、顧客マインドは現状と変わっていないのにもかかわらず、販売価格は高くなる傾向がある。	
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・商店街の動向調査を行ったが、商圈人口は増加しているものの来客数が減少している。インターネット販売などでカバーしているが厳しい状況である。
		スーパー（店長）	・今後更に競合店の出店計画があり、シェアの奪い合いになる。
		衣料品専門店（経営者）	・金利の上昇や増税などにより家計が苦しくなり、ミセス層では買い控えが起こる。
		観光型旅館（経営者）	・昨年と比べて今年は予約の動きが遅い。
	悪くなる		
企業動向関連	良くなる	金融業（営業担当）	・今後2、3か月は、マンションデベロッパーは構造計算書偽装問題の影響で売上の伸び悩みや減少傾向が続く。一方、建機部品製造業やガラス容器卸売業、菓子小売業などの幅広い業種で売上増加が今後も続く。
		広告代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークに向けての販売企画が進行していることから、先行きは良くなる。

やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・請負事業は単価の引下げにより採算が合わなくなってきているが、販売面では商品によって在庫切れが起こるほど好調である。
	金属製品製造業（経営者）	・スタンダードな商品の需要が徐々に減少して、高付加価値品が主流になる。
	一般機械器具製造業（経営者）	・既に前年を上回る受注が決定しており、更に注文が入る見込みもある。
	電気機械器具製造業（経営者）	・今後為替相場が安定するという条件はあるが、高付加価値製品を製造している企業は良くなる。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・サッカーワールドカップの開催がボーナス商戦にプラスに働き、これまで好調の薄型テレビやハイビジョンレコーダーなどのAV関連商品の荷動きが一層活発になる。
	建設業（経営者）	・自社の受注も堅調に推移しているが、同業他社や取引先の受注状況も堅調である。
	建設業（営業担当）	・デベロッパーだけでなく、製造業でも設備投資意欲の増加を感じるようになってきた。
	金融業（支店長）	・今後、運送業においては、販売価格の改定によって状況はある程度改善する。
	不動産業（営業担当）	・土地の値段や賃料が神戸市中央区から東方面は下げ止まってきたことから、将来的には賃料が上昇する。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・インターネットや携帯電話などのIT産業に押され、読者数の伸びは今一つであるが、折り込み広告の件数が増えているので収益は伸びている。
	広告代理店（営業担当）	・4月以降の予算が上方修正されているスポンサーが目立つ。
	広告代理店（営業担当）	・4月以降の広告予算は、各社とも若干であるが増加している。
	コピーサービス業（従業員）	・量的緩和解除後の金利上昇やゼロ金利政策解除を控えて、ハウスメーカーなどの住宅販売業界で駆け込み需要が発生することから、今後ますますチラシなどの印刷物が増える。
変わらない	食料品製造業（経理担当）	・砂糖などの原材料価格が高止まりしていることから、売上、利益共に改善しない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・紙の原紙価格が上がることから製品価格へ転嫁することになるが、顧客が強く抵抗すれば収益が圧迫される。今回の原紙価格の値上げは理由がはっきりしないことから、顧客の抵抗も強い。
	化学工業（経営者）	・荷動きが良くなってきているが、それと同時に原材料の値上げがあった。再三の値上げに対して、得意先がどこまで応じてくれるかが懸念される。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・住宅照明プラン獲得件数は昨年並みであるほか、店舗やその他の施設においても目立った動きはみられない。
	建設業（経営者）	・都心の一部では好調であるが、建設業は官庁工事の縮小や民間工事の価格競争などでこれからも厳しい状況が続く。
	輸送業（営業担当）	・燃料の価格が不安定であり、利益につながる仕事の予定もない。
	不動産業（経営者）	・交通アクセスや環境条件などの比較的良好な住宅用地のほか、工業用地に対する需要がおう盛であり、価格も上昇傾向にある。
	経営コンサルタント	・得意先の状況が大きく好転する材料はみられないものの、悪い材料もみられないので、先行きは緩やかではあるが上昇傾向となる。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・最近では量販店やホームセンターが次々とオープンしているため、一般の金物屋では売上の減少が続いている。
やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・消費者向け催事の不振の影響が長引くほか、消費者の間には販売方法への不信感も広がっているため、これからが夏向けの本番であるが出足は鈍い。一方、浴衣は例年通りの売上が達成される。
	繊維工業（団体職員）	・タオル業界では輸入品への需要が増加している。国産品の利用に関する提案依頼も一部にはあるが、需要につながっていない。今後、低価格品への需要増加が輸入の増加を招く懸念がある。
	輸送業（営業所長）	・新年度に入り荷動きが落ち着く。関西国際空港での国際貨物の仕事も輸出は好調ではあるが、輸入貨物に関してはばらつきがあり、前年度を下回ることも多い。
悪くなる	繊維工業（総務担当）	・販売先が中国での直接調達を始めたために、今後当社からの調達量が更に減少する。
雇用	良くなる	-

関連	やや良くなる	新聞社 [求人広告] (担当者)	・新聞広告については、年度が替わっても微増が続く様子である。
		職業安定所 (職員)	・新規求人数の伸びが落ち着いていたが、2月には上昇率が回復したほか、新規求職者数の伸び率が低下していることから、やや良くなっている。しかし、まだ新規求職者数の伸びには落ち着きが見られない。
		職業安定所 (職員)	・新規求人数が44か月連続で増加しているなど、事業所の求人意欲は衰えていない。一方、パートや派遣などの非正規型求人は充足しにくくなっており、条件の変更や正社員への切替えなどの動きがみられる。
		職業安定所 (職員)	・求人企業のなかには、昨年と同条件で求人を行っても全く人が来ないケースが増えている。求職者数の減少と共に求人条件の見直しを提案しており、その結果賃金が上昇する傾向もみられる。
		職業安定所 (職員)	・有効求人数は増加傾向が続き、求職者のなかにはより良い条件での転職を求めて来所する在職者もみられる。また、雇用保険受給者人員は平成14年8月以降、対前年同月比で42か月連続して減少している。
		職業安定所 (職員)	・景気回復に伴って来春の卒業生の採用が大幅に増えると報じられているが、中小企業が多い当所管内では、その動きは顕著ではない。さらに、大都市と同じ市場であるため企業は新卒確保に苦労しており、雇用市場は売手市場になってきている。この状況は今後も続く。
		学校 [大学] (就職担当)	・2007年3月の卒業生を対象とした会社説明会や選考が本格的にスタートした。特に、理系については採用情報の発信だけでなく、教員に対して積極的にアピールを行い、優秀な学生の確保を目指している企業が多い。
変わらない		人材派遣会社 (経営者)	・金融、証券関係では積極的に採用が行われているが、製造、サービス業に関しては落ち着きをみせている。ただ、全体として需要も多く、値段も高くなってきているので良い状況が続く。
		人材派遣会社 (社員)	・年度替わりの事務作業に関する派遣依頼は多いが、一時的な業務に過ぎず、各企業とも正社員の採用を多く行っているため、しばらくは需要の減少が起こる。
やや悪くなる		-	-
悪くなる		新聞社 [求人広告] (営業担当)	・新聞広告などの紙媒体の求人広告は、インターネットや無料情報誌に客を取られて、ますます苦しくなってきた。