

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	コンビニ（経営者）	・乗客数は増えているので、気温が上がって飲料水といった商品のついで買いが増えてくると売上が伸びる。
		通信会社（経営者）	・受注案件の数が増加している。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・平成18年度の新入社員の初任給が数年ぶりに増加したこともあり、例年に比べて販売量が増加する。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・住宅ローンの金利が徐々に上昇する傾向が今後も続くため、駆け込み需要が増える。さらに、相場の上昇で将来の値下がり不安が薄れることで、マーケットが活性化する。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・昨年は賞与の支給が無かった会社でも、今年は少額であるが支給されるという話題が多い。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・今後気候が良くなってレジャーシーズンを迎えるが、客単価が上がってきているので、売上が伸びる。
		百貨店（経理担当）	・気候に左右される部分があるものの、衣料品はクールビズの盛り上がり今年も続くほか、たんすの中が物であふれている状況ではないため、ファッションに関する提案を更に行うことで動きは良くなる。また、原油の値上げで商品価格が緩やかに上昇してくるため、売上が増加する。
		百貨店（営業担当）	・こちらからの提案次第で宝飾品や美術品、呉服といった高額品は更に売れるものの、衣料品を中心としたブランド品は、ブランド間の競争が激化して売上は伸び悩む。
		スーパー（経営者）	・味が良くて値打ちのある商品なら、徐々にではあるが、客は以前よりも多少お金を出すようになってきた。
		スーパー（企画担当）	・天候などの影響で客の動きが鈍いものの、地域の状況をみると企業の進出などのプラス要因があることから、売上が若干増加する。
		コンビニ（経営者）	・近隣の中小企業でも、この4月から社員給与のベースアップが実施された企業が多いため、少しは単価の高い商品が売れ始める。
		家電量販店（経営者）	・デジタル放送の開始を控えて関連商品の需要は伸びる。ただし、当地区に限ってはデジタル放送の開始は2年後のため大きな影響はない。
		乗用車販売店（経営者）	・先行きに安心感があるのか、高額車種への引き合いや乗り換えの話が増えていることから、今後もしばらくは好調が続く。
		乗用車販売店（経営者）	・新車販売の注文が好調であるほか、車検や一般修理の予約も好調な動きとなっている。
		観光型旅館（団体役員）	・昨年行われた愛知万博のような大きなイベントもないので多少良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、宴会共に6月を除いて先行予約が伸びているが、最近の傾向としては直近の予約の伸びが顕著にみられる。ただ、競合各社も単価アップには至っておらず、景気の上向き傾向がいつまで続くのかを慎重にみている。
		旅行代理店（経営者）	・団塊世代の定年需要で海外旅行への需要が順調に伸びる。
		タクシー運転手	・昼、夜共に客の乗車機会は回復傾向が続いており、わずかではあるが営業収入が増加していることから、今後もこの傾向は続く。
		タクシー運転手	・乗車料金が2割上がる夜の時間帯であっても、客が一時と比べて増えている。これから天候も良くなり、飲みに行く機会も増えてくるため、売上は徐々に伸びる。
		通信会社（社員）	・6月のサッカーワールドカップの開催に向けて加入数が伸びるほか、足元では消費者向け事業だけではなく、法人向け事業への対応が増加している。
競輪場（職員）	・例年の傾向から見るとやや悪くなる傾向にあるが、今年の6、7月は客の興味を引く内容の競走が行われるため、やや良くなる。		
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・フランチャイズ球団の4月の試合は予想を上回る来場者であったため、今後も来場者数は高水準で推移する。		
住宅販売会社（従業員）	・好立地のマンションは販売価格が上昇してきているにもかかわらず、契約率は好調に推移している。		
住宅販売会社（総務担当）	・日銀の量的緩和解除の影響が浸透してくると駆け込み需要が出てくるほか、ゴールデンウィークは展示場への来場が多いことから、先行きは良くなる。		
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅ローンの金利が今後上がるという予測からか、駆け込み需要が増えてきた。		

変わらない

一般小売店 [事務用品] (経営者)	・サッカーワールドカップの開催などの話題で少しは盛り上がるが、最近はずぐ冷める傾向があるので変わらない。
一般小売店 [時計] (経営者)	・客との話や、客の様子から判断すると、いくら気に入った物があっても衝動的に買うことはほとんどない。一度家に帰って考えてから、やはり欲しいと思った物は購入するが、必要な物の優先順位が決まっており、必要以外の物は買わない。このように、必要以外の物には予算が回ってこないという雰囲気は、たとえボーナス時期であっても変わることはない。
一般小売店 [菓子] (経営企画担当)	・1～3月の売上前年比を上位5店舗の平均で計算してみると、関西は97.5%であった。2月ごろから盛り返してきているものの、なかなか安定した状態にはなりにくい。
一般小売店 [精肉] (管理担当)	・これから中元期へ向けて需要期を迎えるが、原料については必要な量の確保と価格の推移が共に不安である。
一般小売店 [家具] (経営者)	・需要の増加が少しみられるものの、大型量販店や海外の家具店が進出してきていることから苦戦する。
一般小売店 [楽器] (販売担当)	・来店する子供が減っているほか、単価が下がっている。
百貨店 (売場主任)	・購買意欲の増加がみられる一方、まだヒット商品があまり出回っていないため、今の状態が続く。
百貨店 (売場主任)	・現状を上回るほどの底上げはないものの、季節に関係なくファッション系の商品の平均単価が上がってくれば、景気の上昇が次のステージへ移ったことになる。
百貨店 (売場主任)	・春物の在庫を抱えた衣料品メーカー各社は、値下げして早期売却を図る一方で、夏物商材の生産を減らして在庫調整に入るため、今後は商品調達力のある店舗が勝ち組になる。
百貨店 (売場主任)	・気温の影響で春物衣料の動きが多少鈍い感じではあったが、この先は良くなる。
百貨店 (売場主任)	・衣料品の売上を左右する要素として気候の影響が強くなっているため、今年の夏が前年以上に暑くなるか、メーカーが夏物商材を大量に作らない限り、売上は大きく伸びない。
百貨店 (営業担当)	・4月以降は目新しい新製品が出てくることはないので、現状のままである。
百貨店 (サービス担当)	・新ブランドや新ショップをオープンした当初は好調であるが、すぐに客の関心が薄れて長続きしない傾向が強く、前年の売上が確保できる程度の効果しかない。
百貨店 (売場担当)	・高額品の売行きは順調であるため、全体的な好調は今後も続く。
スーパー (経営者)	・都市部での景気回復の動きが地方へ波及してくるのは、まだまだ先である。
スーパー (店長)	・オーバーストアの状況のなか、まだ出店の予定もあるため状況は良くならない。他店を圧倒できるような商品、サービスの差別化が図られない限りこの状況は続く。
スーパー (店長)	・気温次第で衣料品の売上はこれから伸びるものの、近隣では同業者の出店が近く予定されていることから、状況は厳しくなる。
スーパー (店長)	・一部の企業業績の好調と人手不足感から従業員の給与が増加傾向にあるが、旅行や通信といったサービスへは需要がみられる一方、食品を中心とした生活必需品の単価は微減傾向が続いている。
スーパー (経理担当)	・競合店の出店によるマイナスと共に閉鎖によるプラスの影響もみられるが、今後は競合店の出店が増えるため、消費の上向き傾向と合わせて考えてもややマイナスとなる。
スーパー (経理担当)	・景気回復が報じられるなか、スーパーでは消費の回復が感じられない。さらに、商品の差別化が明確な商品しか売れない傾向にある。
コンビニ (店長)	・昨年11月以降は売上が回復しつつあったが、ここ2か月はやや低迷している。気温や天候の問題が大きいのが、飲料の落ち込みが目立つため今後も予断が許されない。
衣料品専門店 (経営者)	・今まで経験したことのない量の黄砂が飛来しているほか、気温が不安定なことから、先行きに不安を感じている人が多い。そのため、最低限の物しか購入しない傾向が続く。
家電量販店 (企画担当)	・今後AV商品とエアコンの早期販売が中心となるが、競争が激しく大きく前年を上回るのは難しい。
乗用車販売店 (経営者)	・経済全体の景気回復と自動車市場の市況が連動しなくなった。

	その他専門店〔宝石〕 (経営者)	・宝飾品に対するニーズは、欲しい物と欲しくない物や、付加価値のある物とない物の差が明確にみられる。今後は、必要のない物は買い取りやリペア、リフォームといったサービスを絡めながら、客に分かりやすい提案を行うことが必要になる。
	観光型ホテル(経営者)	・先の予約状況を見るとほぼ昨年並みである。ただ、昨年は愛知万博の影響で来客数がかかなり少なかったことから、実質的には昨年よりも悪くなっている。
	観光型旅館(経営者)	・7、8月の週末の施設内の宿泊予約状況は前年並みに入ってきているが、平日はまだ空きがある。今後もある程度の予約が入るが、どの程度入るのか今のところは判断が難しい。
	都市型ホテル(役員)	・サッカーワールドカップをテレビで観戦する人が増え、ホテル利用客が減少する懸念があるものの、全体の流れとしては今月と同様に各部門で順調に推移する。
	旅行代理店(広報担当)	・夏休みの旅行の先行受注状況は特別に良いわけではないが、ゴールデンウィークの駆け込み需要のような申込状況が続けば、今と変わらず好調な推移となる。
	タクシー会社(経営者)	・歩けるところは歩き、よほどの急用でない限りタクシーは利用せず、電車やバスで帰るといった人が多い。こういった交通費の節約ムードはまだ続く。
	通信会社(経営者)	・携帯電話の番号ポータビリティ導入に向け、各キャリア企業の顧客囲い込み策が行われるため、市場はある程度活性化されるものの、買い控えも始まる。
	観光名所(経理担当)	・季節的に来場者数が増える時期であるほか、今年は愛知万博のようなマイナスの影響を及ぼす大きな催しはないものの、前年とほぼ変わらない。
	観光名所(経理担当)	・来客数や販売量、客単価が3、4月と連続して前年を上回っていることから、前年よりやや良い状況が今後も続く。
	競輪場(職員)	・過去3か月の動向をみる限り、車券売上額に大きな動きはない。
	その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕(企画担当)	・原油高などによる物価上昇の兆しもあるため、特にレジャー消費については慎重になる。
	その他サービス〔学習塾〕(経営者)	・来月に行く無料体験キャンペーンへの参加者が多ければ、今後さらに生徒数が増える。
	住宅販売会社(経営者)	・市内中心部のバブル的な地価上昇も一段落し、今後の推移が注目される。その動きによっては、周辺部を含めた地価の上昇に移行するか、中心部でのバブルが崩壊する。
	住宅販売会社(経営者)	・今年は1月から景気が少しずつ良くなり、不動産業界にも追い風が吹くと期待していたが、想像していたよりも悪く集客が困難な状態である。住宅金利も今後少しずつ上昇していくのにもかかわらず、住宅の購入を予定している客の動きが非常に鈍い状況である。
	住宅販売会社(従業員)	・これ以上販売価格が上昇するほど景気が回復するとは考えられず、他社の動向などを踏まえると、販売価格は据置かれる。
やや悪くなる	商店街(代表者)	・日曜、祭日の来街者は数年前に比べて50%減少しているほか、平日も11～15時までの来街者数は約30%減少している。
	百貨店(企画担当)	・株式相場の先行き不透明感といった外部環境の変化も影響して、消費者の購買意欲が慎重になる。
	乗用車販売店(営業担当)	・来客数は増えているが、成約までには至らない。
	一般レストラン(スタッフ)	・金利上昇によるローン金利の引上げや原油価格高騰による生活雑貨の値上げ、ガス代の値上げなどで日常生活は厳しさを増すため、消費の最下流にある外食までは景気の回復効果は及ばない。
	観光型旅館(経営者)	・サッカーワールドカップの開催などもあり、宿泊などにおいてはあまり改善しない。
	都市型ホテル(スタッフ)	・ゴールデンウィークは来客数が増加するものの、それ以降の季節商品があまりない通常営業については、現在の予約状況からみても厳しい状況になる。
	都市型ホテル(営業担当)	・宿泊は、個人客とアジアの団体客の入込が良く、5月も大型コンベンションに絡む予約が入っているなど好調である。一方で宴会は、婚礼の件数が前年より増えてきているものの、反対に売上が減っており深刻な状態である。また、一般宴会に関しても、景気が回復してきたにもかかわらず企業宴会の予約数が激減しており、前月に引き続き大変厳しい状況である。

		タクシー運転手	・景気が上向いていると報じられているが、実際にタクシーに乗る客の様子をみると、まだまだ冷め切っている状態である。
		タクシー運転手	・タクシー業界への参入が自由化され、新会社が次々に認可されているのでタクシーの台数が増える一方である。
	悪くなる	商店街（代表者）	・商店街への来客数の動きは天候に左右されやすいが、春商戦の結果をみると、この先が不安である。
企業 動向 関連	良くなる	金属製品製造業（管理担当）	・薄型テレビの工場の増築に伴う受注が決まる予定で、夏ごろから生産が始まる。
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・請負事業では請負金額が減少しているものの、ほかの新規事業の売上が増加しているほか、従来の家具部門の売上も今後増加していく。
		金属製品製造業（総務担当）	・例年4～6月は閑散期であるが、今年はかなり予定が入っているため忙しくなる。
		金属製品製造業（営業担当）	・建築業界に動きが出てくれば、ほかの業界は悪くないため、現状より少しは良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・大手の得意先が設備投資を行うなど、受注状況が堅調である。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・取引先の海外進出でヨーロッパや中国への出荷が増えるのに伴い、受注が増加する。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・販売量が好調に推移している。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・6月のボーナス商戦にサッカーワールドカップの開催が追い風となるため、来月から再びAV関連商品の荷動きが活発になってくる。
		建設業（経営者）	・当社の営業努力が足りないこともあり、受注量の伸びがやや緩やかになっているものの、営業努力やマーケティングのやり方によってはまだまだ伸びていく。
		建設業（営業担当）	・長期的には金利の上昇や、不動産投資の一翼を担っているファンドの先行きに不安材料があるものの、当面は新規プロジェクトが活発に動いており好調が続く。
		輸送業（営業担当）	・物流業にとっては厳しい経営環境で、燃料費の高騰によって今後更に拍車がかかるが、徐々に荷物量が増加している。
		輸送業（総務担当）	・顧客からの明るい情報が目立つ。
		不動産業（営業担当）	・引き続き土地の値段は上がり、分譲マンションの価格も従来に比べて1割ほど上昇する。ただ、それが賃料にそのまま跳ね返るかどうかは疑問で、やや横ばいで緩やかに景気は回復する。
		広告代理店（営業担当）	・夏や秋ごろの企画の依頼が少しずつ来ている。
		広告代理店（営業担当）	・大口スポンサーの広告料が右肩上がりが増えてきているなど、勢いが出てきている。
		広告代理店（営業担当）	・過去最高益を上げている企業もあることから、広告の予算も増加傾向となる。
		経営コンサルタント	・クライアントの状況や、クライアントの先にあるマーケットの状況が、一進一退ながらやや上向き傾向となっている。
		コピーサービス業（従業員）	・住宅ローン減税の見直しもあり、マンションメーカーからのパンフレット増刷注文が非常に目立っている。今後しばらくは駆け込み需要をねらって数か月先の印刷予約が増える。 ・また、進学塾からも入学案内などのパンフレット作成注文が目立ち始めたが、他校との差別化をねらって、印刷による大量作成ではなく、随時内容を改訂して必要な時期に必要な部数のみを出力するオンデマンド対応を希望するケースが多い。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・6月のサッカーワールドカップや、年末に全国的に始まる地上デジタル放送に関する広告出稿が増える。
	変わらない		食料品製造業（従業員）
		繊維工業（総務担当）	・夏物の問屋向け販売は既に終わったが、注文の動きが例年より遅れていることから不安である。

	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・景気全体は良くなる方向に向かっているものの、石油価格の上昇による板紙の値上げが4月より実施される。取引先はまだまだ製品値上げを簡単には了解しないことから、当社の収益は悪化する。	
	化学工業（経営者）	・最終ユーザーが原料高騰によるコストの増加をどこまで価格転嫁できるかによって状況が変わる。最終ユーザーには、相変わらず他社が値上げしてから値上げを行うという雰囲気がある。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・当社の京都工場と大阪工場の求人広告を新聞に入れたが、以前であれば多くの申込があったにもかかわらず、今回は非常に少なかった。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・当社の顧客には製鉄関連の企業が多いが、設備投資が活発に行われており、この状況は今後も続く。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・得意先からの情報では、住宅照明プラン獲得数、店舗関係の需要共に昨年並みを維持するのが精一杯の状況である。	
	建設業（経営者）	・まだまだ建設業者の淘汰が続くなど、不安定な要素が多い。	
	建設業（経営者）	・原油価格の高騰による建設資材の値上がりが不安材料である。	
	輸送業（営業所長）	・燃料の高騰により利益が圧迫されているが、荷主に運賃の値上げを要請できない状況である。	
	不動産業（経営者）	・マンション用地や建売住宅用地の需要は依然としておう盛であり、価格も上昇傾向にあるものの、地域によっては再販価格への転嫁がいまだに難しい。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・若年世代と高齢者世代で、新聞を購読しない傾向が進んでいる。	
	司法書士	・相談はあるものの、仕事に結びつかない物も多く、この状況は今後も続く。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・最近では、ホームセンターや量販店が商品を展示して大きな物も扱っているため、客がそちらへ流れて、金物屋などでの客の動きが悪くなっている。	
	やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・トレンド商品については変化がないが、一般商品についてはこれから夏に向けて売上が減少する。
		輸送業（営業担当）	・原油価格が過去最高となったほか、第三のビールへの増税で客の買い控えが増えるなど、先行きについては不安要素が多い。
		金融業（支店長）	・運送業では燃料価格が高騰しているにもかかわらず、受注価格が全く改定できないことから、今後苦勞することになる。
	悪くなる		
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・パルプ崩壊後の採用抑制の影響で、金融機関では渉外業務での中途採用を増やしているほか、後方支援事務での派遣要請が続いているが、人材が不足しており、どうしようもない状態である。
		職業安定所（職員）	・今月の新規求人数は横ばい傾向だが、求人意欲の変化や雇用形態の変化がみられることから、今後求人数が増加に転じれば、先行きは良くなる。
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後予定されている会社説明会などの募集に対する反応が、比較的良い。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・銀行などの金融機関の渉外スタッフや、住宅、マンションなどの営業部門の求人広告の動きが活発化してきた。
		職業安定所（職員）	・有効求人数は増加傾向が続いているが、求職者の中には、より良い条件での転職を求めて来所する在職者も見受けられる。また、雇用保険の受給者の実人員は平成14年8月以降、前年比で43か月連続して減少している。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加が続いているものの、いわゆる正社員の新規求人数の割合が前年と比較して低下していることから、単純に景気が良くなると楽観できる状況にはない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大手企業からの内定報告が徐々に増加しているが、昨年同様に重複内定が目立つ。中堅、中小企業の選考が連休明けから本格的に始まるが、積極採用企業も多く、先行きに期待できる。一方、原材料の高騰により収益が大幅に悪化している企業もあることから、注視する必要がある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・新入社員の採用増加に伴い、しばらくは派遣社員への需要が落ち着く。

	職業安定所（職員）	・新規求人数が増加している反面、就職者数が伸び悩んでいる。求人の採用基準のハードルが高い一方、求職者のニーズに見合う条件の求人が少ないなど、双方の事情が影響している。
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・新聞広告の今後3か月の見通しをみても厳しい状況である。特に6月の落ち込みが大きい。
悪くなる	-	-