

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）	・近隣のディスカウントショップが閉店するため、当店の売上は伸びる。	
		その他住宅 [情報誌] （編集者）	・抑制されてきた新規供給が徐々に増えてくることで、新たな需要が掘り起こされる。また、相場の上昇によって従来よりも少し上の所得層が刺激されるため、売上は回復に向かう。	
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・来客数が増加しつつあることから、今よりも上向き傾向となる。	
		スーパー（経営者）	・常連客に少々高額の商品を勧めているが、当店の自信を持っている商品はよく動いている。	
		コンビニ（経営者）	・DVDなどの品ぞろえ増加に伴い、近隣にはDVDショップがないことから売上が増加するほか、客単価の上昇にもつながる。	
		コンビニ（店長）	・大学のキャンパスが建てられたため、通勤や通学客による利用が増える。	
		コンビニ（店長）	・例年よりも気温の高い状況が続けば、今後も上向き傾向となる。	
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・今年は年末の遅い時期まで注文が入ってきていることから、冬物の販売期間が長くなる。	
		乗用車販売店（経営者）	・車検の申込や新車販売の好調が今後も続く。	
		乗用車販売店（営業担当）	・大阪の中心部では高層マンションの建設が進んでいるなど、人の動きが活発になってくる。	
		スナック（経営者）	・団体客の増加もあり、12月の売上はある程度まで伸びたことから、この状況が続けば徐々に上向き傾向となる。	
		観光型旅館（経営者）	・予約状況を見ると、件数や価格が上向いているほか、予約の入る時期も早まっている。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・一般宴会や宿泊団体の予約状況を見ると、今後は上向き傾向となる。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・相変わらず先行予約の状況は悪いが、明るい兆しが感じられるようになってきている。	
		旅行代理店（営業担当）	・海外旅行を中心に来年も堅調に推移する。また、団塊世代の退職については、旅行業界にとって大きなプラスとなる。	
		観光名所（経理担当）	・イルミネーションなどの装飾やイベントに力を入れたことで、この冬は来場者が少し増加傾向にある。	
		その他サービス [生命保険]（営業担当）	・景気回復を受けて資産の運用環境が改善に向かっているため、貯蓄性商品の販売状況が好転する。	
		変わらない	一般小売店 [時計] （経営者）	・新年度を迎える時期になるが、プレゼントとしての購入は、時計よりもゲーム機の方が動いている。目覚まし時計については、生活必需品としての需要はあるものの、単価が低いいため売上を押し上げるまでには至らない。
			一般小売店 [精肉] （管理担当）	・同じ商圈内に大型スーパーがいくつか出店し、現状はさほど影響が出ていないものの、これから本格的な競争が始まる。
			一般小売店 [コーヒー]（営業担当）	・年始で外出が増えるものの、最近は普段との違いが無くなってきているため、大きな変化はない。ただし、大型ショッピングセンターの出店ラッシュで飲食店が増えているため、今後の来客数の増加につながる。
百貨店（売場主任）	・今年度の下半期は厳しい状況となっており、今後メーカーが商品の生産を抑えれば、商品が順調に回ってこないことも懸念される。			
百貨店（売場主任）	・入店客数の減少に伴って販売点数も減少するという図式は今後も続く。特に、円安による輸入ブランドなどの値上がりは客の心理に大きな影響を与えており、高額品の買い控えにつながっている。			
百貨店（売場主任）	・定率減税の廃止などで、サラリーマン世帯の財布のひもは更に固くなる。			
百貨店（経理担当）	・年末の客の様子を見ると、福袋のほかクリアランスセールの売行きは良くなるものの、そのほかに売上をけん引する商品がない。			
百貨店（営業担当）	・客の間では、今後特に欲しい物があるという声は聞かれない。			
百貨店（売場担当）	・暖冬による冬物衣料の不振だけではなく、高級ブランド品の動きも芳しくない。			

百貨店（統括）	・今後はセールから春物の動きがポイントとなるが、現状の客の動きからみると、ヒット商品が出ない限りは大きく変わらない。
スーパー（店長）	・今後も暖冬の続く気配が強いことから、1、2月の冬物処分のセールも厳しい状況となる。
スーパー（店長）	・団塊世代の退職に伴う動きは出てくるものの、液晶テレビなどを除いて消費を刺激する商材も少なく、大きな変化はない。
スーパー（企画担当）	・来客数や客単価の改善が期待できないほか、現状維持も難しい状況である。
スーパー（経理担当）	・客の様子から上向き傾向は感じられるものの、まだまだ完全な動きではない。
家電量販店（企画担当）	・年末商戦では薄型テレビの単価が下落したものの、販売台数の増加により売上は堅調に推移していることから、今後も今のような状況が続く。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・売上につながる話題やイベントがないものの、今年のラッキーカラーがゴールドであるといわれているため、シルバーの人氣がゴールドに向かえば、少しは良くなる。
一般レストラン（スタッフ）	・景気が良くなったと報じられているものの、消費への波及はみられない。来客数の伸びも、3か月前と比べて大きく変化しておらず、これから3か月先も横ばいで推移していく。
観光型ホテル（経営者）	・先の予約状況をみても、良くて前年並みであり、前年よりも悪くなっている月が多い。
観光型旅館（経営者）	・年明け以降の予約も、昨年よりは動きが早くなっている。
都市型ホテル（営業担当）	・宿泊はこれからシーズンオフとなるが、1、2月の予約状況は前年よりも少なめで推移している。それに伴い、これまで少しずつ引き上げてきた単価についても、今後2か月は稼働率を重視して特價販売を行う。また、宴会に関しては、婚礼の落ち込みが足を引っ張っているほか、一般宴会の予約も悪い状況となっている。
旅行代理店（従業員）	・新年を迎えても大きなイベントや話題がない。
旅行代理店（広報担当）	・海外旅行に関しては、SARSや鳥インフルエンザのような大きな事件や事故がない限り、現状と変わらず推移する。国内旅行に関しても、年末年始の勢いがスキー、卒業旅行につながっていくため、大きな変化はない。
タクシー運転手	・大阪のタクシー台数は3,500～4,000台と非常に多く、需要と供給のバランスが取れていない。
タクシー会社（経営者）	・公共交通機関や自家用車の利用で間に合うような場合は、よほどの事情がない限りタクシーの利用を控える傾向が続いている。
通信会社（経営者）	・年度の売上目標どおりに推移する。
通信会社（経営者）	・年末商戦が盛り上がらなかった分、これから通信会社が顧客獲得に乗り出すことで市場の動きは活発になるものの、一時的な販売の増加にとどまる。
観光名所（経理担当）	・今年当地で催されたイベントによって市外からの観光客数が大幅に増加し、売上も伸びた。来年はその反動がどう出ることが不透明であるものの、全体としては今の状況が続く。
遊園地（経営者）	・シーズンオフに入るが、前年並みの来客数を確保できるかが不透明な状況である。
競輪場（職員）	・ボーナス支給後は入場者数や客1人当たりの購買単価が上向いたものの、すぐに通常の水準に戻ったことから、今後も厳しい状況が続く。
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・先の予約状況からみて、現状維持の状態が続く。
その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球のシーズンが始まる前であるものの、コンサートや展示、販売関係のイベントが予定されていることから、来客数は前年並みとなる。
美容室（店長）	・セット販売を行っている化粧品で新商品が発売されるため、売上が伸びる。
住宅販売会社（経営者）	・客は先行きの雇用不安や賃金の減少を強く意識しており、住宅購入に対しては非常に慎重な判断を行っているため、今後すぐに良くなることはない。
住宅販売会社（従業員）	・土地価格や建築工事費の高騰で、マンション販売価格の抑制が難しい状況であるなか、今後は客の間で、現在の販売価格が通常の水準であるとの認識が広がってくる。
住宅販売会社（従業員）	・新築マンションへの需要が伸びる要因が見当たらない。

		その他住宅〔展示場〕 (従業員)	・住宅ローン減税の延長が発表されたが、インパクトは弱く、住宅需要を喚起するまでには至らない。
やや悪くなる		商店街(代表者)	・客の間には買物に慎重になる傾向がみられ、単価も頭打ちとなっている。
		商店街(代表者)	・今年は年末セール開始時期を早めたものの、気温が高く客の動きが例年になく悪いことから、今後も厳しい状況が続く。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・冬物商戦から春物商戦にかけて、どのような動きになるのかが不透明である。昨年に比べて春物商材の動き出しは早くなるものの、苦戦は避けられない。
		百貨店(営業担当)	・来客数の動きが低迷しており、新規客の開拓も芳しくない状態である。特に、最近30～40歳代の客の動きが良くない。
		百貨店(サービス担当)	・郊外に大型ショッピングセンターが続々とオープンしており、市内中心部への集客が難しい状況にある。特に、広い駐車場を確保している郊外店が強く、当店では駐車場利用台数も前年を下回っている状況である。
		スーパー(経営者)	・冬はスキー客による買物に頼る部分が多いが、スキー人口の減少が顕著であるため先行きの見通しは厳しい。
		衣料品専門店(経営者)	・客の様子をみると、かなり検討した上で商品を購入しており、財布のひもが固い。
		衣料品専門店(経営者)	・暖冬が続いてコートや重衣料が売れなければ、春物商材の入荷が遅くなり、バーゲンセール開始もずれるという悪循環に陥ることが懸念される。
		住関連専門店(店長)	・インターネットなどで情報を集めて安く買う客が増えるなか、当店のよう対面販売では新規客の獲得が難しくなってきた。
		その他専門店〔医薬品〕(経営者)	・このまま暖冬が続くと、冬物商材である風邪薬やドリンク剤、ビタミン剤などの売行きに影響が出る。
		都市型ホテル(支配人)	・現在の予約状況を見ると、今月以降は状況がかなり悪化する。
	都市型ホテル(役員)	・宿泊、宴会の予約状況を見ると、3か月後も好調が続くわけではなく下向き傾向となる。	
	タクシー運転手	・年明け以降は気温が下がれば好調に推移するものの、今年は暖冬であることから乗客数も低調に推移する。	
悪くなる		商店街(代表者)	・先日行ったセールでも売上が伸びないなど、年末商戦では売上が一向に伸びていない。
		タクシー運転手	・例年、新年のあいさつ回りや新年会などが終われば、3月の異動シーズンまで悪くなる。それに加えて、今年は暖冬の予報が出ていることから、冷え込みによる乗客の増加も起こらない。
企業動向関連	良くなる	通信業(管理担当)	・受注量が回復した状態のまま新年を迎えたことから、今後も好調が持続する。
	やや良くなる	繊維工業(企画担当)	・営業担当者や直営店からの、商品に対する問い合わせが増えている。
		電気機械器具製造業(営業担当)	・既に来年の仕事の予定がある程度入っている。
		建設業(経営者)	・年度末に向けて、例年どおりの受注状況となる。
		金融業(営業担当)	・建設資材販売業や建設業などの中小企業では今後も減収傾向が続く一方、建機部品製造業や自動車部品製造業などで今後も増収傾向が続く。また、スーパーやプラスチック製造業については増収に転換する。
		不動産業(営業担当)	・株価が年末から上昇しているため、マンションや戸建の購入や、事務所などの建築意欲が若干高まる。
		広告代理店(営業担当)	・景気が好調に推移しているのに伴って、取引先の広告予算がやや増えている。
		広告代理店(営業担当)	・1月以降のスポットCMの市況が、かなり良くなってきている。
		その他非製造業〔民間放送〕(従業員)	・スポットCMに対する需要が3月ごろまでは続く。
		変わらない	家具及び木材木製品製造業(営業担当)
パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・暖冬の影響が今後出てくるものの、なかには影響を受けない業種もあることから、全体としては悪くはない。		
金属製品製造業(総務担当)	・当面は価格の上昇が見込めないため、赤字にならない程度の物件を受注していかなざるを得ない。		
一般機械器具製造業(経営者)	・鉄鋼関連では活発な設備投資がしばらく続くため、この数か月と同様に好調が続く。		

	一般機械器具製造業（経営者）	・年度内の受注は確定済みであるほか、材料の手配や生産計画もほぼ確定している。さらに新年度の引き合いがかなり来ており、これが受注に結びつければ非常に忙しくなる。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・大きな変化はなく、薄型テレビなどのAV商品は引き続き堅調な荷動きとなる。	
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	・輸入品との競合で値下げ要求が更に強まることから、収益の悪化が懸念される。	
	建設業（経営者）	・技能労働者数が不足していることから、今後職人不足に陥ることが懸念される。	
	輸送業（営業所長）	・今後、輸入貨物の取扱いが多少は増えるものの、依然として燃料単価は微減か横ばい状態であるため、利益の確保が難しくなる。	
	不動産業（経営者）	・開発業者による建売住宅、分譲マンション用地の取得意欲は依然おう盛であるものの、立地条件によりやや慎重になっているケースもみられる。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・クリスマスから年末に掛けて、折り込み件数がさほど伸びていない。	
やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・年末に商品が売れなかった場合、その分が年明け以降に売れるかといえば、今までの経験ではそのようなケースは少ない。	
	繊維工業（総務担当）	・流通や小売業界からの値下げ要請に歯止めが掛からないため、靴下の価格低下が止まらない状況である。国内生産を減らして中国からの輸入品に頼らざるを得ない状況で、現在では市場の80%以上が輸入品となっている。この傾向に変化の兆しは全くみられない。	
	金属製品製造業（管理担当）	・公共事業の縮小や落札価格の暴落の影響が、これからも出てくる。	
	金属製品製造業（営業担当）	・大手ユーザーからの厳しい値下げ要求と原材料の高騰による板挟みで、経営状況はますます苦しくなる。	
	建設業（経営者）	・1月から資材などの値上げが予定されているが、販売価格への転嫁が難しいことから、利益率が更に低下する。	
	輸送業（営業担当）	・大手メーカーを中心に、物流コンサルタントによる物流見直しが行われていることから、一般貸切輸送については一層厳しくなる。	
	金融業（支店長）	・建売業者では、過去に仕入れた物件の販売が進む一方、新しい物件が購入できていないことから、来年以降は厳しい状況となる。	
	司法書士	・案件の増加傾向も一段落したことから、今後は現状維持も難しい状況である。	
悪くなる	繊維工業（団体職員）	・他業種をみても好感感はない。来年も輸入品の流入により更に厳しくなる。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・注文が多品種小ロット化し、納期が短くなっていることから、市場の先行きが読みにくくなっている。	
雇用関連	良くなる	-	
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・運輸業では、原油価格に落ち着きがみられるほか、年末の繁忙期を迎えたことから、新規求人数が3か月ぶりに前年を上回っている。全体としても、大阪の有効求人倍率は依然として全国を上回る高水準にあるほか、新規求人数も増加傾向にあることから、全般的に改善傾向が続いている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大手企業の多くは採用予定数の充足状況に関係なく、来年度の採用活動にシフトしている。その一方で、中小零細企業には未充足の企業が多いため、年明け以降の学生の動きや、就職部からの学生の紹介を待っている状況である。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・受注状況を見ると、企業の採用意欲は来年度もかなりおう盛であるものの、受注価格が上昇する兆しは無い。その一方で、広告会社が広告料の値上げを始めたことから、体力のない企業はついて行けなくなる。	
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・年度末の動向について周囲の声を聞いても、特に大きな変化はない。	
	職業安定所（職員）	・求人数の増加と求職者の減少が続いているため、有効求人倍率は上昇しているものの、求人側では人材確保が困難となり、求職側では正規雇用での就職が困難となるなど、双方にストレスがたまりつつある。	
	職業安定所（職員）	・求人数はこれまでの増加傾向から一転して、11月から2か月連続で前年を下回っている。	
	民間職業紹介機関（支社長）	・企業の採用意欲は依然としておう盛であるものの、増え続けているわけではない。	

やや悪くなる	職業安定所（職員）	・求人数の増加率は更に鈍化が進む。さらに、大手家電メーカーの工場では生産中止が予定されているほか、数か所の事業所の整理も予定されている。
悪くなる	-	-