

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）	・昨年12月にオープンした2店舗間で商品の調整を行い、品不足を防いでいることから、今後は徐々に良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・今年に入って売上は少しずつ上向いている。値ごろ品の売行きが順調で、天候次第では夏物商材の売上が伸びる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・商店街も少し上向き傾向となりつつある。今月は売上が前年割れの店もなく、少し上向いているという声が多い。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・最近の傾向では、売上の良くない時期は続かず、その後は必ず良い月が来る。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・思い切って買物をする客が増えており、回復感が出てきている。5、6月の気候にもよるが、今後も良くなっていく。
		百貨店（売場主任）	・販売量はさほど多くないものの、時には高額商品が売れている。商品のPRをより強めれば、更なる購入の増加につながる。
		百貨店（営業担当）	・家の新築や改築の増加に伴う需要が増えてくる。
		スーパー（経営者）	・客は競合店の特売品を買い回っているが、味が良くて値打ちのある商品をそろえれば徐々に売れていく。
		スーパー（企画担当）	・先の予約についても間際予約が順調に推移しており、今後この状況が続く。
		スーパー（経理担当）	・酒類販売の自由化で取扱いを始めてから、関連商品の売上は好調に推移している。
		コンビニ（経営者）	・高付加価値品に対する客の興味が増しているため、購買意欲をうまく刺激できれば客単価が上昇する。
		コンビニ（店長）	・来客数が前年を上回る傾向にあるため、品ぞろえの見直しや、カウンター周辺のファーストフードの販売強化などで、客単価を引き上げる。また、今年の6～8月は猛暑という長期予報も出ているため、コンビニエンスストアにとっては追い風となる。
		衣料品専門店（販売担当）	・客の休日の過ごし方や、夏の一時金に関する話題をみると、今後は良くなる。
		家電量販店（経営者）	・デジタル放送の開始に伴うテレビの販売増加により、今後は若干良くなる。
		観光型旅館（経営者）	・近隣の国道の通行止めが解除されて、観光やレジャー、アウトドア、釣りなどの客が例年どおりの動きとなり、立ち寄り客も元の水準に戻る。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前月と同様に先の予約が入ってきている。直近の予約も含めれば売上が増加する。
		旅行代理店（経営者）	・団塊世代の退職が始まったことで、高額な旅行に対する需要が増える。
		タクシー運転手	・タクシー料金の据置きが続いているため、ほかの交通機関に対する割高感が薄れてきている。また、飲酒運転の取締り強化の影響でタクシーを利用する人が増えている。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・各業種で新規採用数を増やす傾向にあるため、新入社員に対する生命保険の販売数が増加する。
	変わらない	商店街（代表者）	・状況はある程度良くなっているものの、京都への観光客の動きは今がピークであり、更に良くなる感はない。
一般小売店〔花〕（経営者）		・商品の注文単価が上がっているものの、まだ一部の現象であり全体的な回復とはいえない。また、商品内容のグレードアップも求められるため、純利益が増えることはない。	
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）		・天気や気候の問題ではなく、全体的に客の財布のひもが固く、沈滞ムードが広がっている。	
一般小売店〔衣服〕（経営者）		・不安定な気候が続く中で、これから夏場に向けて気候がどう変わっていくか判断がつかない。暖冬の苦い経験があるため、夏場の気候をみて判断する必要がある。	
一般小売店〔カメラ〕（販売担当）		・ここ数か月は一向に変化がみられない。客も今までは楽しい思い出をプリント保存していたが、今ではデジタル保存で十分という人が多く、カメラを販売してもプリント需要に結びつかない。	
百貨店（売場主任）		・今後は天候のほか、売れ筋商品が確保できるかによって売上が大きく左右される。そのなかで取先は生産を抑える傾向にあるため、思うように商品を確保できなくなる。	
百貨店（売場主任）		・過去10年は、波はあっても大きな変化は起こっていない。今後は波はあっても一定範囲の動きにとどまり、大きく好転することはない。	

百貨店（売場主任）	・特選ブランドの売上が好調な一方、春物衣料は今一つである。今後、売場が一気に夏物衣料へと移行するため、クリアランスセールが前倒し傾向となる。
百貨店（企画担当）	・客が店の手持在庫とは違う商品を求める傾向が強まっているほか、購入には慎重さがみられる。
百貨店（経理担当）	・店頭でのファッションの動きが弱い一方、食品は高級そう菜をはじめ、高級スイーツの動きが良い。また、婦人雑貨ではシーズン商材の帽子や日傘といった紫外線対策商品の中でも、グレードの高い商品が売れている。
百貨店（サービス担当）	・母の日のプレゼント商材では、いわゆる癒し系商品のほか、お茶や茶器などの企画商品が好調に動いている。その一方、物産催事の売上では前年水準の確保が難しい状況となっている。そろそろ新しい切り口や取引先の発掘も限界に来ている。
スーパー（店長）	・客の間では、食品や日用品などの必需品には価格志向が依然として強い。食品などでも、こだわり商品への需要はあるものの、量の少ない物を選ぶ傾向がみられる結果、単価には変化がない。
コンビニ（店長）	・食料品などが値上がりしており、生活費の負担増につながるため、今後も厳しい状況が続く。
家電量販店（企画担当）	・早くもエアコン商戦の季節となるが、商品単価が毎年下落しているため、買換えを勧めなければ前年並みに終わる。
乗用車販売店（経営者）	・新車の売行き、車検の予約共に停滞気味である。
乗用車販売店（営業担当）	・取扱車種が他社の車種に比べて人気が低いほか、系列メーカー自体の利益も減少している。
住関連専門店（経営者）	・連休明けは一時的に落ち込むものの、既に夏物商材の売出しが順調にスタートしている。
住関連専門店（店長）	・確かに余裕が出てきた客もみられるが、お金の使い方は依然としてシビアである。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・健康ブレスレットを取り扱い始めて売上が安定してきたところに、類似品の報道があったため、今後の売上にも影響が出てくる。
一般レストラン（スタッフ）	・夏に向かって売上は伸びるものの、例年の動きにとどまる。前年の水準を上回ったり、今年の売上目標を上回ったりするほど消費が活発になるわけではない。
観光型ホテル（経営者）	・間際予約が増えているため先行きの予測が難しいものの、上向き傾向が続くことはない。良くなったり悪くなったりの繰り返しとなる。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は好調が続くものの、宴会、会議は引き合いや問い合わせ自体が減少しており、単価を下げてでも動く気配がない。
都市型ホテル（マネージャー）	・夏休みを控えて旅行業界などでは動きが活発になるものの、国内の消費マインドを大きく高めるような要因は見当たらない。
都市型ホテル（営業担当）	・宿泊は旅行代理店からの個人予約が順調に入ってきている。平均単価を圧迫しているものの、契約企業による予約も多い。一方、婚礼は5月からの予約件数が前年よりも少ないほか、土日の新規来場者も少ない。また、宴会も大きな動きはなく、例年よりややマイナスで推移している。
都市型ホテル（役員）	・改装工事で宿泊、料飲部門の営業休止が予定されており、収入が減少する。
旅行代理店（店長）	・旅行業界では目玉となるイベントがない。
旅行代理店（広報担当）	・夏休みの旅行受注の滑り出しはおおむね順調で、高額商品と低額商品が売れている一方、最もボリュームのある中間価格帯の売上が伸びていない。
タクシー運転手	・大阪の景気は良くなる兆しが無い一方、タクシーの台数は増えており、客の奪い合いが続く。
タクシー会社（経営者）	・客のライフスタイルの変化に伴って夜間の利用が減少しており、今後もこの状況が続く。
通信会社（社員）	・数か月は光ファイバーサービスへの加入が増加する一方、ADSLやケーブルのインターネット利用者の減少が続く。
観光名所（経理担当）	・今月は天候に恵まれて来客数が増え、客単価も少し上昇するなど、前年に比べてかなり好調に推移している。今後も天候が良ければ上向き傾向が続く。
競輪場（職員）	・1月までは入場者数が増加傾向となったほか、売上にも増加の兆しがあったものの、2月以降は入場者数、購買単価共に横ばいで推移している。今後2、3か月で状況が好転することはなく、逆に下降気味の推移となる。

	その他レジャー施設 [ イベントホール ] ( 職員 )	・高額の連続公演をすべて観賞する客がいるなど、レジャーや趣味にゆとりが出てきている。その一方、来客数は伸びているものの、物品販売では購買量、購買額共に前年比で横ばいにとどまっている。	
	その他レジャー施設 [ 球場 ] ( 経理担当 )	・プロ野球のフランチャイズ球団の試合では集客に苦戦しているが、5、6月はセ・リーグとの交流戦が行われるほか、ゴールデンウィークには家族向けイベントが行われるため来場客が増える。	
	その他サービス [ 学習塾 ] ( 経営者 )	・5月に無料体験キャンペーンを行うため、その結果次第では生徒数が増える。	
	その他サービス [ ビデオ・CDレンタル ] ( エリア担当 )	・全アイテムの売上合計は前年並みの水準が続く。	
	住宅販売会社 ( 経営者 )	・客が家を購入する動機に乏しい。将来の賃金に対する不安もあり、チラシやホームページ、住宅情報誌などで広告を行っても集客状況が極めて悪い。	
	住宅販売会社 ( 経営者 )	・9月から新景観条例が施行されるのを前に、市場では様子見の状態が続く。	
	住宅販売会社 ( 総務担当 )	・展示場への来場数自体は変わっておらず、需要と供給のバランスが取れ始めているものの、すぐに契約には結びつかない。	
	その他住宅 [ 展示場 ] ( 従業員 )	・住宅への需要が低下している一方、政策による起爆剤もないため、ここしばらくは横ばいが続く。	
やや悪くなる	一般小売店 [ 酒 ] ( 経営者 )	・今月のように、売上が前年比で125%上昇する水準が続くことはない。ただし、一般的には前年を上回る状況が続く。	
	一般小売店 [ 精肉 ] ( 管理担当 )	・例年、ゴールデンウィークが終わると中元戦線まで谷間の時期となるため、今年は5月に神戸で婚礼イベントが行われるものの、盛り上がることはない。	
	百貨店 ( 営業担当 )	・家具などのリビング関連商品への引き合いが減少しているのに伴い、店頭に来客数や売上が減少傾向にある。	
	百貨店 ( 統括 )	・競合店の進出で客の分散化が進むため、今後は更に悪くなる。	
	スーパー ( 経営者 )	・冬季のスキー客や観光客に依存している地域であるため、暖冬の影響で多くの人の収入が減少し、春以降の買物にも影響が出る。	
	スーパー ( 店長 )	・周辺に競合店が出店する予定であるため、来客数の減少に伴って売上が減少するなど、更に環境が厳しくなる。	
	スーパー ( 店長 )	・商圏内の状況は変わらないほか、今後は大型競合店の出店がみられる商圏外からの影響を受け始める。	
	コンビニ ( マネージャー )	・ポイントカード会員が毎週着実に増えているものの、近隣の競合店も5月から新規のカード会員を募集するため、当店カードの優位性が弱まる。今後は、高額商品の販売増よりも、客のニーズを的確に捉えた売場作りで来店頻度を高める。	
	衣料品専門店 ( 経営者 )	・4月に売上が伸びる年は夏まで良い状況が続くが、今年は伸びなかったため良くなることはない。さらに、4月の売上が悪い年は夏物商材の手配が甘くなるなど悪循環に陥る。	
	通信会社 ( 経営者 )	・前期末は新規販売の促進で売上に大きく伸ばし、今期に入ってから買換え促進策が出されたことで、今後しばらくは大きな盛り上がりが見えにくく、	
		住宅販売会社 ( 従業員 )	・新築マンションでは好調物件が少なくなっており、大半の物件で苦戦し始めている。
		住宅販売会社 ( 従業員 )	・今後は高額マンションの販売が予定されているが、客がついて来るのは難しい。顧客の動きが停滞することで、景況感が悪化する。
	悪くなる	商店街 ( 代表者 )	・郊外の大型スーパーとの販売競争により、商店街では閉店の話が絶えない。徐々に商店街としての機能を果たせなくなっている。
		乗用車販売店 ( 経営者 )	・業界全体が縮小傾向となっており、そこから抜け出す糸口が見当たらない。
企業 動向 関連	良くなる	広告代理店 ( 営業担当 )	・不動産ファンドなどがショッピングセンターの売買を始めたことで、ディベロッパーの動きが変わってきており、販促業界にとってはチャンスが増える。
	やや良くなる	木材木製品製造業 ( 経営者 )	・受注量、販売量共に増加していく。

	金属製品製造業（管理担当）	・マンションなどの受注件数が増えているが、構造計算書偽装問題の発生以降は、価格の安さ以外に高い品質が求められている。会社のネームバリューで受注が増える部分も出てきている。
	電気機械器具製造業（経営者）	・自動車や家電業界では設備の増設が行われるなど、増産傾向が広がっている。
	輸送業（総務担当）	・海外への出荷が増加傾向にあるなか、大阪の南港地域に外資系企業が物流倉庫を建設するなど、今後は荷物量が更に増加する。
	金融業（営業担当）	・鉄鋼関連設備や金属加工などの鉄鋼関連のほか、土木建築業では今後も受注が増加し、増収増益基調が続く。
変わらない	食料品製造業（従業員）	・石油関連製品の値上げや、とうもろこしのエタノール原料への利用増加に伴い、コーンスターチなどの原料価格の上昇が始まっている。中小企業は価格競争力を保つために製品の値上げを抑制することから、経費節減などの動きが増える。
	食料品製造業（経理担当）	・油や砂糖の値上がりに伴って製品価格が上昇しており、売り方が非常に難しくなっている。
	繊維工業（総務担当）	・各得意先で売上が伸び悩んでいるため、メーカーへの注文が来ない状況である。
	繊維工業（企画担当）	・売上を増やすよりも、在庫を減らすことが会社の方針となっているため、今後も現在の状況が続く。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・材料の値上げが続く一方で価格転嫁が遅れるため、受注量は微増するものの、利益全体としては変わらない。
	金属製品製造業（経営者）	・スクラップの品薄で鋼材価格は上昇する一方、製品価格の低下傾向は続く。
	一般機械器具製造業（経営者）	・既に6月までの受注が確定している。
	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先には鉄鋼関連の企業が多いが、各社の積極的な投資姿勢は変わらない。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・状況はあまり変わらず、AV関連商品を中心とした荷動きになる。
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	・輸入製品の増加により、国内製品の先行きは不透明である。
	建設業（経営者）	・建設資材の高騰が進むことで、厳しい価格競争が繰り広げられる。
	輸送業（営業所長）	・新規の注文が取りにくくなっているなど、先行きは不透明である。
	不動産業（営業担当）	・土地の値段は上がっているものの、オフィスなどの賃料は上昇していない。また、建売住宅の素地も仕入価格が上昇しているが、販売価格に転嫁するのは難しい。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・スーパーが広告の配布範囲を狭めているほか、パチンコ店が広告を自粛していることで、折り込み広告数が減少しつつある。
	広告代理店（営業担当）	・広告の出稿量は2～3か月変わっておらず、今後増える材料も減る材料も見当たらない。
	やや悪くなる	繊維工業（総務担当）
化学工業（経営者）		・昨年に比べて、大口の注文に動きの遅れている物が多く、売上は一進一退の動きとなる。経験的にみると、景気減退のパターンに入ってきている。
その他製造業〔事務用品〕（営業担当） 司法書士		・大きなイベントの予定がないほか、新商品投入の予定もない。 ・事件数が絶対的に減少しているなかで、好材料が見当たらない。
悪くなる	-	-
	-	-
雇用関連	良くなる	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）
	学校〔大学〕（就職担当）	・大企業からの内定報告が徐々に増加するなかで、中堅、中小企業の動きも活発になっている。来校企業の多くは、学生の内定状況などの情報収集のほか、連休明けから本格的に始まるセミナー情報の発信を行うなど、採用意欲は高い。

変わらない	人材派遣会社（経営者）	・人材派遣に対する需要は堅調であり、今後も微増傾向が続く。
	人材派遣会社（経営者）	・各社では営業担当が不足しており、特に不動産業では即戦力の派遣依頼が多い。
	人材派遣会社（支店長）	・企業からの派遣依頼に対し、紹介できるスタッフの確保に引き続き苦戦することになる。
	新聞社 [ 求人広告 ]（担当者）	・全体的に新聞や活字離れが進むなかで、新聞が求人広告に占めるシェアが大きく伸びることはない。
	新聞社 [ 求人広告 ]（担当者）	・5月以降もほぼ前年並みの推移となるものの、前年が非常に低い水準であったため絶対量は多くない。
	職業安定所（職員）	・同業他社の倒産で仕事量が増加した企業や、競合店舗の閉鎖で事業所を新設した企業など、景気回復が理由とはいえない求人募集がみられる。
	職業安定所（職員）	・求人数の減少は、これまで多くの求人を出していた事業所の閉鎖が大きな要因であるが、請負派遣の求人も減少傾向にあることから、今後注視する必要がある。
やや悪くなる	民間職業紹介機関（職員）	・日雇求人数はここ数年になく悪い水準であるが、建設業者からは以前ほど悲観的な声は聞かれない。今後もしばらくは、やや悪い状況のまま推移する。
	新聞社 [ 求人広告 ]（営業担当）	・金利の上昇に伴い、不動産関係の人材募集の動きが少し鈍くなっている。
悪くなる	-	-