

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）	・プロ野球が開幕し、3月に人気球団の試合が3試合行われるほか、外国人人気歌手のコンサートが2日間開催されるため、来場者数が増える。
	やや良くなる	家電量販店（経営者）	・4月からのデジタル放送開始に伴い、薄型テレビをはじめとするデジタル家電の動きが更に良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売が好調で、車検や一般修理の予約が次々に入ってきている。
		住関連専門店（経営者）	・小麦粉の値上がりなどが一段落して最終価格への転嫁が進めば、取引先も多少は落ち着いてくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・海外の団体客からのまとまった受注が入ったため、週末の稼働率が上昇する。さらに、婚礼や宴会の問い合わせ件数、成約件数も伸びている。
		競輪場（職員）	・例年は新年度や大型連休を迎えて客単価は伸びるものの、今年は生活必需品が軒並み値上がりするほか、株価の動向も不安定であるため、例年ほどは伸びない。
		美容室（店員）	・ロングスタイルからミディアム、ショートスタイルに客がスタイルを変えているので、それに伴って来店周期も短くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・新規供給が中心の業者は厳しい状況となる一方、中古物件を主に扱っている業者は客が増加していく。
	変わらない	一般小売店 [衣服] （経営者）	・春物商材を展開する時期に入ったが、客の反応は非常に悪い。株価の低迷や物価の上昇といった悪材料が非常に多く、客の購買意欲の回復が見込めないため、当分は低価格商品で売上を確保せざるを得ない。
		一般小売店 [鮮魚] （営業担当）	・仕入価格が約5%引き上げられ、その分を販売価格に転嫁しなければならないため、客の購買意欲はますます低下する。
		一般小売店 [自転車] （店長）	・原油の高騰などで仕入価格が上がっているため、修理や販売価格の値上げを検討している。客は必要に応じて修理、購入することから販売量は変わらないものの、購入姿勢は以前よりも慎重になる。
		一般小売店 [花]（店員）	・例年であれば贈答用の売上が増えるが、現時点では予約数に減少がみられる。さらに、原油高の影響で利益も少なくなっている。
		一般小売店 [菓子] （営業担当）	・今後も小麦粉をはじめ、あらゆる商品の値上げが予想されるなど、明るい兆しはみられない。中国産冷凍食品の問題で消費者も敏感になっているほか、得意先からは中国産食品の使用に関する問い合わせや資料提出依頼が多く、営業活動の時間が削られているのが現状である。
		百貨店（売場主任）	・高額品の低迷に加えて一般商品の値上げも顕著になるなかで、好転する兆しが無い。
百貨店（売場主任）		・競合他社が紳士服に力を入れていることから、今後は客が奪われることになる。	
百貨店（売場主任）		・バーゲン商材は好調であるものの、プロパー商材の動きは厳しいことから、大手アパレルも商品づくりには慎重になっている。また、客の買物が慎重になる要素も非常に多いため、今後は売上の大きな伸びは難しい。	
百貨店（売場主任）		・消費者の購買意欲は回復に向かうものの、基本的には実需が中心であり、大きく好転する要因は見当たらない。	
百貨店（経理担当）		・暖かくなるにつれて春物衣料が売れてくるが、今年是在庫もそろっていることから、今よりも悪くなる要素は少ない。ただし、株価の低迷や生活必需品の値上げもあり、余分な物を購入しない傾向は続く。	
百貨店（営業担当）	・絵画や家具などに対する引き合いは出てきているものの、販促時以外には購入しない傾向が強まっているため、今後は売上は伸びない。		
百貨店（営業担当）	・特に新しい商品もないため、相変わらず実用的な商材だけが動くことになる。		
百貨店（店長）	・年配客の割合が高いため、天候によって客の動きが大きく変わってくる。来客数が増えれば販売数量も当然に増えるが、急激に好転することはない。		
スーパー（経理担当）	・値上げの品目が幅広くなっているが、その影響がこれから本格化してくる。売上が増加するか、来客数が減少するかは、現状では判断が難しい。		

	スーパー（管理担当）	・食品だけでなく、様々な商品の値上げによって消費者の購買意欲が低下するため、売行きは鈍る。
	コンビニ（店長）	・来客数の傾向は大きく変わらないものの、たばこの自販機で年齢認証が始まるため、コンビニエンスストアに客が流れてくる。
	コンビニ（マネージャー）	・商圏内の事業所では前年以上に新入社員などが増えることから、来客数が増加する。ただし、既存客では来店頻度の減少がみられることから、トータルでは現状維持となる。
	衣料品専門店（販売担当）	・平日を中心に来客数が減少しているのに伴い、買上客数も減少している。
	一般レストラン（スタッフ）	・各商品の値上がりが続くなかで、ますます客は外食から遠のくため、今後は悪化傾向が進む。
	観光型ホテル（経営者）	・3、4月の予約状況も前年を下回っているなど、前年並みの実績を上げることは非常に難しい。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊はビジネス主体の利用であり、先行きは不透明であるが、大型液晶工場の建設や大阪駅北ヤードの開発関連で人が動いている。一方、宴会、レストランでは来客数の低迷に歯止めが掛からない一方、高単価メニューへの注文が増えるなど、客の動きには二極化がみられる。
	都市型ホテル（役員）	・前年は5月から客室、レストランの改装工事が始まったことで来客数が減少した。今年の予約状況はその反動で良くなっている部分が多く、景気の回復による増加かどうかは判断が難しい。
	旅行代理店（経営者）	・株価の下落や、燃油サーチャージの上昇は海外旅行に悪影響を与えるが、今後も需要は一定の水準で底固く推移する。
	旅行代理店（広報担当）	・今年のゴールデンウィークは日並びが良いため好調となるが、その分4月の受注が悪化する。トータルでは前年並みとなり、現状と大きく変わらない。
	タクシー会社（経営者）	・個人客、法人客共に交通費の節約が定着しており、この状態がしばらくは続く。
	通信会社（企画担当）	・次世代家庭用ゲーム機が出そろったことで今後は大きな話題がないものの、これらのゲーム機向けのソフト販売が増加する。
	観光名所（経理担当）	・今後も広告宣伝に力を入れていくものの、前年の水準を維持するのが精一杯である。
	美容室（経営者）	・暖かくなっても、今より来客数が大きく増えるわけではないため、売上は伸び悩むことになる。
	その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・株価の下落や原油高などで全体に停滞感があるため、生命保険への新規加入を検討するケースが減少している。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・年度末の決算に向けて、一部では既にしゅん工済み物件の値引き販売が行われている。販売在庫は減少しつつあるものの、今後の新規供給物件はいずれも新価格物件であり、価格の上昇に購入者がついて来られるかは不透明である。特に、立地環境などの商品力に優位性のない物件については、販売の見通しが立てにくい。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・生活必需品の値上げや株価の下落などにより、客単価が前年比で3%低下している。特に、高齢者の買い控えが目立つ。
	一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・生活に影響の大きな商品が値上がりするため、しばらくは客が買物に対して慎重になる。
	百貨店（サービス担当）	・春物商材にヒット商材が見当たらないほか、原油や小麦粉などの値上げで買い控え傾向が強まるため、前年実績の確保は難しい状況である。
	百貨店（売場担当）	・店頭商材が春物商材の新作に変わっても、客の買物は非常に慎重であり、今まで以上によく吟味して買う動きがみられる。
	百貨店（マネージャー）	・国内外の景気動向が不透明ななか、株価の上昇も期待できないため、高額品は引き続き苦戦する。また競合店の改装による影響も出てくる。
	スーパー（経営者）	・4月にまた小麦の輸入価格が約30%上昇するのに伴い、パン類が再び値上げされることになれば、状況は一段と悪くなる。
	スーパー（経営者）	・めん類やビールの値上がりに対し、加工食品関係では在庫商品の特売でしのいでいる。来月以降は小麦関連商材が更に値上がりするほか、大豆関連商品や乳価の値上がりなども続くため、厳しい状況となる。
	スーパー（店長）	・値上げ基調が続くなか、店頭価格の上昇が販売点数の伸び悩みにつながる。

	スーパー（広報担当）	・食品は更なる値上げが行われることから、買い控えなどの影響が出る。
	スーパー（管理担当）	・食への不安や、小麦の値上げなどの懸念材料が多いほか、価格競争もこれから更に激化する。
	コンビニ（経営者）	・市場は飽和状態であるにもかかわらず、今月末には他社の新店舗がオープンした。今後は更なる消耗戦に突入することになる。
	コンビニ（店長）	・様々な商品の値上げにより、スーパーで安い商品をまとめ買いする客が増えている。コンビニは価格が高いイメージがあるため、来客数が減少している。
	コンビニ（店長）	・ここ数か月はキャンペーンなどを行っても、売上の前年維持が精一杯である。競合店が出店したわけでもないのに、来客数の減少傾向が続いている。
	住関連専門店（店長）	・いよいよ仕入量を減らさねばならなくなったことで、これまで回転率の良かった商品にも売り逃しが起こるようになる。
	スナック（経営者）	・当店には団塊世代の客が多いため、3月以降、今までのように来店してもらえぬかが不透明である。
	観光型ホテル（経営者）	・この2、3か月は、来客数や単価の悪化傾向が顕著になってきている。
	都市型ホテル（営業担当）	・宿泊の個人予約の状況が例年よりかなり悪い。直近の予約で多少は取り戻しているものの、今年はこれといった特需もなく、先行きが読みにくい。また、一般宴会では2月は良かったものの、受注状況が前年より悪いことから、今後も厳しい状況が続く。
	旅行代理店（従業員）	・中国方面への旅行の予約受付が減少している。
	その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・各方面での価格上昇が、レジャー消費にマイナスの影響を与える。
	その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・固定費の増加などにより、利益構造に影響が出てくる。
	住宅販売会社（従業員）	・昨年秋までは、分譲マンションの新価格といえば土地価格や建設費高騰による高額の販売価格を指していた。それが今では、販売不振で値下げを行った価格を指すようになってきている。
	住宅販売会社（総務担当）	・資材価格の上昇を販売価格へ転嫁するのは難しいため、利益が減少する。
	その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・住宅販売が低迷しているほか、地方からの新大生による部屋の確保も減少している。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・建築基準法の改正に関しては、4号建築物の特例廃止が延長となり、木造2階建ての検査が今後どうなるのかが不透明である。また、200年住宅に対する税制優遇策の話も出てきており、今の時期に住宅を購入する理由がなくなってきている。
悪くなる	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・今後も節約ムードが続けば専門店が苦しくなるほか、神戸近郊では大手量販店も出店に意欲的であるため、更に厳しい状況となる。
	一般小売店〔雑貨〕（店長）	・健康ブーム、禁煙ブームから喫煙者が減っており、売上が落ちている。さらに未成年にたばこを販売しないための認証制度が導入され、売上が減少するほか、自販機で購入できなくなった未成年によるトラブルも懸念される。
	スーパー（店長）	・川上インフレ、川下デフレの状態が顕著にみられ、衣料品や入園、入学関連商品のほか、学習機などの高額商品の伸びが鈍化している。一方、食料品では小麦粉などの値上げに伴って価格が上がっており、消費者はエブリデー・ロープライス商品などの価格据置き商品に敏感に反応するようになってきている。
	衣料品専門店（経営者）	・洋服では春物商材から値段が若干上がって割高感が出てきたため、客の間では買い控えが続いている。
	衣料品専門店（営業・販売担当）	・原材料価格の上昇分を商品価格へ転嫁できない状態が続く。
	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・生活必需品の値上がりにより、客の間では宝飾品の購入意欲がますます低下する。
	一般レストラン（経営者）	・食材、資材の調達先が選別されていくのに伴い、コストが上昇することになる。
	旅行代理店（営業担当）	・販売現場では、明らかな購買意欲の低下が感じられる。

企業動向 関連	良くなる	広告代理店（営業担当）	・ 3、4月には大型の案件の話もあるなど、今後は受注が増える。
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者） 電気機械器具製造業（宣伝担当） 電気機械器具製造業（営業担当） 建設業（経営者） 建設業（営業担当） 輸送業（営業担当）	・ 受注量が増える予定なので、それに伴って売上も増加する。 ・ 北京オリンピックに向け、薄型テレビやハイビジョンレコーダーなど、AV関連商品の荷動きが更に活発となり始めている。 ・ ダム関係や建設関係で受注の予定がある。 ・ 受注が順調に伸びてきている。 ・ 企業の再編や連携に伴う大型設備投資が続いており、仕事量は確保できるものの、資材や労務費が上昇し続けているため、採算面では厳しい状況となる。 ・ 同業他社も運賃を値上げしているなど、運送業界全体が薄利多売から抜け出しつつある。
変わらない		繊維工業（企画担当）	・ 利益よりも売上が重視した営業の動きが増えている。
		繊維工業（団体職員）	・ 国産品を求める声もあるものの、現状では需要全体が拡大するまでには至っていない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・ 当社だけではなく、取引先でも今春には材料価格の値上げが予定されているなど、良くなる要因がない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・ 小売段階での販売鈍化による在庫調整で、製品がなかなか市場に出回らない。
		不動産業（経営者）	・ 交通利便性の良い地域を中心に、比較的規模の大きな工場のほか、物流センターや倉庫用地の需要が堅調である。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・ 3月から入居が始まる新築のマンションでも、若い世代に新聞を読まない人が目立つなど、活字離れが進んでいる。
		食料品製造業（従業員）	・ 原材料や資材の高騰で原価率が上がっている一方、製品の販売価格は据え置いているため、利益率が低下している。販売数量は伸びているものの、今の状態が続けば赤字に陥るのは明らかである。
やや悪くなる		繊維工業（総務担当）	・ 売上の維持は可能であっても、原料高によるコスト上昇分を販売価格に転嫁するのは不可能である。一般的な繊維製品では、取引先からの値引き要請はあっても値上げが受け入れられることはなく、強く要請すれば取引が打ち切られてしまう。
		繊維工業（総務担当）	・ 加工コストや原材料の値上がり分を、販売価格に上乗せできない状態が続いている。
		化学工業（経営者）	・ これから売上が伸びていく時期であるが、例年のような大型物件がみられないほか、問い合わせも少ない。
		金属製品製造業（経営者）	・ 材料コスト上昇分の製品価格への転嫁が遅れるため、川上インフレ、川下デフレの様相がますます顕著になる。
		金属製品製造業（管理担当）	・ 原材料の大幅値上げが4月に決定したため、利益の確保が難しくなる。
		金属製品製造業（総務担当）	・ 資材の高騰といったマイナス要因が多い一方、需要の増加につながるようなプラス要因が全く見当たらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ 前年に比べて、受注額、見積額共に減少している。
		建設業（経営者）	・ 激しい受注競争が続く一方、今後も鉄筋などの建設資材の高騰が続く。
		建設業（経営者）	・ 近隣で同業者の廃業や縮小が相次ぎ、年度末に向けても廃業などのうわさが絶えない。
		金融業（支店長）	・ 取引先の建売業者では、今月の販売状況は順調であるものの、今後は土地仕入れが難しくなる。
		広告代理店（営業担当）	・ クライアントの広告予算については、先の見通しが立てにくくなっている。
		司法書士	・ 好材料が見当たらないなか、事件数も伸び悩んでいることから、2、3か月は下降傾向が続く。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・ 今年度の決算が良くないとのうわさが広がることで社員のモチベーションが低下し、それが更に業績へ悪影響を及ぼすという悪循環となる。
		悪くなる	
金属製品製造業（営業担当）	・ 鋼材の値上がりに対し、販売価格への転嫁が難しいことから採算が悪化する。		
雇用	良くなる	-	-

関連	やや良くなる	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は大幅に低下しているものの、依然として1倍を上回っている。ただし、複数の主要産業の新規求人数が減少傾向にあり、各種の経済指標にも弱い動きがみられることから、今後の各指標の動向には注意する必要がある。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・派遣社員を活用している企業では、今までは3か月であった契約期間を6か月や1年に延ばす傾向が散見される。その一方、契約を1か月更新にする企業もあるなど、両極端の動きとなっている。
		人材派遣会社（支店長）	・営業活動を行っていても、周辺企業の反応が薄くなっている感がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2月に実施した既卒者、新卒者を対象とした合同企業説明会では、従来よりも新卒者の来場が伸び、全体でも近年にない入場者数を記録している。
		民間職業紹介機関（職員） 学校〔大学〕（就職担当）	・建築基準法の改正による影響が和らぐものの、大手電機メーカーの新工場による効果は限定的である。 ・2009年3月の卒業予定者に対する求人企業数は前年比で2割増えており、順調な伸びを示しているものの、来校企業数自体は減少している。大企業の採用意欲は高いものの、中小零細企業は先行きに不安を感じており、積極的な動きがみられない。
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・今後、関西の求人市場は更に動きが鈍くなる。今よりも良い条件で転職できる機会が少ないため、今の職場が重視される傾向がますます強まる。広告主も希望どおりの人材を求めにくくなり、人の動きが停滞することになる。	
	職業安定所（職員）	・製造業への派遣を行っている事業所からは、いま取引のある半導体や液晶関連事業所で来年度以降は受注が減少するため、新規取引先を開拓しているとの声も聞かれる。	
	職業安定所（職員）	・原油高、原材料高への企業の対応が限界に達してきたほか、状況が好転する材料も乏しい。	
	職業安定所（職員）	・知識や技術が必要な職種では採用の困難な状況が続いている。全般的な傾向として新規求人数の減少がみられるものの、原材料費や燃料費の上昇による影響かどうかは判断が難しい。	
	悪くなる	-	-