

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街への来街者数が以前に比べて増えてきたため、売上がわずかながら増えている。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・衣料品と食品の落ち込みが回復してきている。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・3か月前に比べるとやや改善している。ただし、クリアランスセールの前倒しで6月が少し少なくなった分、例年よりも苦戦している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣の競合店が移転したため、来客数が増えている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・エコポイント制度の影響により、大型テレビの買換えが増えている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・来客数は前年と大きく変わらないが、エコポイント制度の影響でテレビの売上が前年比で140%を超え、冷蔵庫も110%を超えている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー減税の効果により、店舗当たりの平均販売台数が通常月よりも大きく増えている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・単価の高いメニューがよく売れるようになっている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・新型インフルエンザの風評被害により、5月の売上は前年比で60%、6月は55%まで落ち込んだが、7月は85%程度まで回復している。
		都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・夏休みに入ってから個人客の動きが徐々に回復しているが、在阪ホテルではインターネット予約を中心に価格破壊が起きており、月前半の落ち込みを取り戻すには至っていない。宴会やレストラン部門でも、来客数の減少や婚礼件数の減少が続いているため、売上は前年比で10%減と厳しい状況が続いている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型インフルエンザの影響を受けていた旅行マインドも、回復傾向にある。
		タクシー運転手	来客数の動き	・高い湿度や暑さの影響で、景気には関係なく客が増えている。ただし、3か月前に比べればやや良くなっているものの、この時期にしては暇であるなど、客の財布のひもは固いままとなっている。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・エコポイント制度の効果でテレビの売行きが良く、ケーブルテレビの地上デジタル放送対策コースへの加入も増えつつある。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・最近になって、ようやく問い合わせが戻り始めている。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・依然として顧客の住宅購入意欲は衰えておらず、相場に合った物件については契約率も上がってきている。
		住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・新規分譲市場では、用地の仕入れが地価下落後の物件は、比較的早期に売却が進んでいる。また当社では顕著な動きではないものの、価格調整も一段落している。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・新規物件や人気地域の物件は、おおむね早期売却ができています。
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・開発用地の新規取得を積極的に行うデベロッパーが増えている。また、株価の上昇により、客の様子にも変化が出てきている。
		変わらない	商店街（代表者）	単価の動き
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	単価の動き	・高額商品は敬遠されがちだが、価格の安い定番品で、魅力のある商品は売れている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	単価の動き	・20日過ぎから割引セールを行っており、売上を何とか維持している。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・セール時期にもかかわらず、客は必要な物しか買わない傾向が強い。価格に関係なく、必要な物だけを求める客の意識が目立っている。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・たばこの販売量がタスポの導入以来減っており、導入前の5割減のまま増える気配がない。特に、30、40代の客がコンビニに流れている。

一般小売店〔野菜〕(店長)	販売量の動き	・飲食店などの動きが悪く、厳しい状況が続いている。
一般小売店〔菓子〕(営業担当)	販売量の動き	・今年は中元時期になっても梅雨明け宣言がない。この時期はギフト商品が動く時期であるが、例年になく低迷している。
百貨店(売場主任)	来客数の動き	・店舗の工事で来客数、販売量共にかなり落ちている。セール続きで単価も低下しているが、3か月前とはそれほど変わらない。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・クリアランス時期に入り、例年であれば盛り上がるものの今年は動きが鈍い。それと同時に、食料品では中元ギフト需要、自家需要共に全商品で苦戦している。
百貨店(売場主任)	単価の動き	・販売点数は前年以上に増えているが、1品単価が大きく低下しており、売上はなかなか前年の水準に届かない。また、価格の低下に対する客の驚きも薄れており、安いだけでは売れなくなっている。ファッション関連では、目新しい新鮮な商品に人気が出始めているため、客の要求は低価格で新鮮という難易度の高い物となっている。
百貨店(売場主任)	お客様の様子	・クリアランスセールの前倒しで客が分散し、例年に比べれば今月は活気がない。新たな販売促進策として、一部のブランドでセット販売による割引セールを行っているが、全体を押し上げる効果はない。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・夏のセールを前倒しで前月に始めたこともあり、今月は非常に厳しい状況である。特に、セール関係の苦戦が目立っている。一方、定価品も単価は低下しているが、販売数量では前年を上回る商品やブランドもある。全体的に回復の兆しがないわけではないが、厳しい状況に変わりはない。
百貨店(営業担当)	単価の動き	・中元商戦もほぼ終わりを迎えたが、申込件数はほぼ前年並みで、単価は少し低下傾向となっている。
百貨店(サービス担当)	お客様の様子	・今月に入って来客数が安定し、購買単価も上昇してきた。ただし、異常気象で夏物商材の売上は不振であり、依然厳しい状況に変化はない。
百貨店(婦人服担当)	販売量の動き	・3か月前に比べ、通常品の売上は前年比で変わっていないが、バーゲン品が若干良くなっている。ただし、全体の売上はあまり変わっておらず、高額品は相変わらず不調である。
百貨店(外商担当)	販売量の動き	・景気は底を打ったと報じられているが、個人消費は伸びていない。賃金、賞与のカットで買い控えがみられ、特に衣料品の売上が落ち込んでいる。
百貨店(売場担当)	販売量の動き	・7月の売上合計は前年比で7%前後の減少と、新型インフルエンザの影響を受ける前と同じ水準となっている。定価商品でも、買いやすさを感じる価格の商品はよく動いている。一方でバーゲンでは、単に1品単価が安いだけではなく、2点以上買えば20%オフなどのプロモーションが効果を発揮しているが、客の間では値引きが当たり前となっている。
スーパー(経営者)	お客様の様子	・近隣には競合店が何店舗もあるが、客はその日のチラシを見て目まぐるしく動いている感がある。
スーパー(店長)	販売量の動き	・衣料品の売上が前年比で85%程度と落ち込んでおり、特に単価の下落が大きい。食品も前年の95%程度で、単価の下落がみられるなど、ここ3か月は動きに変化がない。一方、住居関係はエコポイント制度の効果で家電の売行きが良く、若干上昇傾向となっている。
スーパー(店長)	単価の動き	・低額品に需要が集中し、客単価の低下傾向が続いている。さらに、梅雨が長引き、客の来店頻度も落ちている。
スーパー(企画担当)	販売量の動き	・売上、来客数共に大きな変化はなく、前年比で96%台となっている。
スーパー(広報担当)	販売量の動き	・客の低価格志向は引き続き顕著であり、1品単価の下落を販売点数の増加で補えない状況となっている。衣料品の下取りセールは好調であったが、全体を押し上げるまでの効果はない。一方、住居関連品では季節商品が不調なほか、本来は不況の影響を受けにくい化粧品も販売点数が伸びず、不調となっている。
スーパー(管理担当)	販売量の動き	・従来と大きく変わらず、購買点数が回復していない。

コンビニ（経営者）	単価の動き	・値引きセールを行えば来客数は一時的に増えるものの、客単価の下落傾向が続いている。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・梅雨が長引いており、来客数、飲料類の売上共に、あまり伸びていない。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・今年のバーゲンセールは6月末に前倒して始めたが、客単価や購買点数が低い水準となっている。
衣料品専門店（営業・販売担当）	販売量の動き	・夏物のセールを行っても、客の反応が非常に弱い。
乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・盆前という時期を考えれば、今月の動きはかなり悪い。ただし、全く動いていないわけではなく、中古車を買って修理する客が少なからずいる。景気の持ち直しが報じられているが、目立った好材料はまだ見当たらない。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・自動車業界では、新型ハイブリッドカーの人気とエコカー減税で回復傾向もみられるが、本当の勝負はこれからであり楽観視はできない。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・新品の購入よりも修理依頼が多くなっており、市場が目に見えて小さくなっている。
その他専門店【宝石】（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べても客の購買意欲は全く変わらない。宝石や貴金属は必需品ではないため、プライダルマーケットも含めて、すべて冷え込んでいる。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・通常の販売は横ばいであるが、インターネット経由の販売は好調である。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	競争相手の様子	・競争相手の倒産が相次いでいる。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・天候不順もあって来客数の動きは非常に鈍くなっているが、客単価の大きな変動はない。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・新型インフルエンザによる風評被害が非常に大きく、7月の前半まで影響が続いている。一般客の予約状況も非常に悪い。
観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・一般国道沿いにある当施設では、高速道路料金引下げの影響で利用客が減っている。
観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・予約のペースが非常に遅いほか、宿泊料金の低下傾向が顕著となっている。
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・宿泊部門は、外国人観光客、国内の個人客共に依然として低調であるが、ビジネス客は若干ながら増加傾向にある。また、宴会部門は堅調に推移しているほか、レストラン部門は宿泊客による利用減を除くと、来客数はほぼ横ばい状態となっている。
旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・8月の夏休みの旅行予約が国内、海外共に伸びない。年間で最も予約の入る月だけに深刻であり、状況は3か月前に比べて悪くなっている。最近、週末の空き状況を見て予約を入れてくるような間際化が進んでいるほか、少しでも価格の低いプランが求められている。高付加価値の高額商品よりも、とにかく安く旅行したいという傾向がみられる。
タクシー運転手	来客数の動き	・客の傾向をみると、依然としてタクシーの利用は最低限となっている。ただし、今年は梅雨明けの遅れから、傘代わりに利用する回数が増えている。
タクシー運転手	来客数の動き	・前月に比べると多少は良くなっているが、大きく変わった感はない。
タクシー運転手	お客様の様子	・前月と同様に良くも悪くもなっておらず、バスなどの公共交通機関を利用する客が増えている。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・取引先の業況があまり回復していない。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・夏商戦に入ったが、盛り上がりには欠けている。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・客の景気や動きに変化がない。
通信会社（管理担当）	お客様の様子	・前月はやや良くなったものの、7月に入って大きく好転している感はない。携帯電話の新製品が発売され、新規契約や機種変更契約が伸びると期待したが、あまり変化がない。割賦販売で買換えサイクルが24か月以上に伸びたことが主な原因である。

	その他レジャー施設 [ イベントホール ] (職員)	来客数の動き	・子ども対象の恒例イベントでは、問い合わせ状況やチケットの販売状況を見る限り、ボーナスの支給減などの影響をあまり受けていない。
	美容室 (店員)	単価の動き	・パーマやカラーといった高額メニューについては、売行きが鈍化が長期化している。
	その他サービス [ ビデオ・CD レンタル ] (エリア担当)	販売量の動き	・新商品の発売によりゲームの売上は前年比で増えているものの、レンタルを含めた総売上は前年並みがやっとである。
	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・モデルルームへの来場数は増加しているが、成約に至る客は少ない。
	住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・展示場の来客数には下げ止まり感もあるが、成約までの時間が掛かるため、現状維持が精一杯である。
	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)	販売量の動き	・不動産取引については、取引件数は横ばいで推移している。
	その他住宅 [ 展示場 ] (従業員)	お客様の様子	・住宅展示場では、購入計画が3年以上先という来場者が増えており、しばらく様子を見てから購入する傾向が強まっている。
	その他住宅 [ 情報誌 ] (編集者)	お客様の様子	・新築マンションの販売現場では来客数や成約数の厳しい状況に変化はなく、在庫も増加傾向となっている。新規物件の着工遅れも顕著であり、市場は依然として縮小傾向から脱していない。
やや悪くなっている	一般小売店 [ 時計 ] (経営者)	来客数の動き	・定額給付金の給付効果の揺り戻しもあり、月前半から客足が伸びていない。当然販売量も芳しくなく、厳しい日が続いている。最近では、修理が終わっても取りに来ないケースがあるため、前金や預り金をもらう形に変える必要が出てきている。
	一般小売店 [ 珈琲 ] (経営者)	来客数の動き	・新型インフルエンザによる外食離れなどで、販売量の減少が顕著となっている。
	一般小売店 [ 食料品 ] (管理担当)	販売量の動き	・例年よりも中元の注文が少ない。
	一般小売店 [ 酒 ] (店員)	来客数の動き	・夏のセールが例年よりも早く始まったため、既に客の購買意欲が薄れてきており、来客数が減少している。
	一般小売店 [ カメラ ] (販売担当)	来客数の動き	・来客数が急激に減っている。
	百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・セール品、通常商品共に、客の買う要素が見当たらない状況である。雨が降ると来客数も減るため、売上が前年比で2けた減となっている。
	百貨店 (企画担当)	お客様の様子	・夏のクリアランスセールに期待したが、客の間では本当に必要な物しか買わない傾向が一段と強まっており、期待外れに終わっている。普段からセールを強化していることで、客がセール慣れしている影響も大きい。
	百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・店頭での季節商品の買上げが低迷している。富裕層についても、10万円までの宝飾品などの買上げは増えているが、それよりも高額な商品は非常に購入が少ない。
	百貨店 (マネージャー)	販売量の動き	・前月はクリアランスセールの前倒し効果で前年を上回ったが、7月は前月に先取りした分がマイナスとなり、前年比で2けた減となっている。
	百貨店 (店長)	販売量の動き	・中元の募集やクリアランスセールの前倒しを6月から行っているが、その分、今月に入って苦戦している。夏のボーナスの大幅カットが非常に大きいとの声が多い。
	スーパー (店長)	来客数の動き	・店全体の来客数は前年比で6.2%減少しているが、特に衣料品では12%減と極端に悪化している。百貨店や専門店でも夏物バーゲンの開始が前年よりも早まったほか、依然として消費者の買い控えが続いていることも影響している。

スーパー（店長）	来客数の動き	・4～6月は来客数が前年比98%前後であったが、7月は96%と悪化し、曜日によっては90%を割る日も増えている。特に、今月は来客数だけではなく、客単価、1品単価も過去3か月に比べて低下している。
スーパー（店長）	お客様の様子	・滋賀県では、7～8月の消費は他府県からの琵琶湖周遊客の動きに大きく左右される。今年は梅雨明けの遅れで来客数が大きく減少したほか、湖に行くよりも登山を楽しむ人が増えたことで、客の動きにも影響が出ている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・天候要因もあるが、全体的に売上が不振である。特に、例年は気温の上昇で販売が上向き、冷菓やドリンク類の売上が前年を下回っている。
スーパー（社員）	来客数の動き	・これまでは買上金額が減少したとしても、来客数は底堅く推移してきたが、前月からは来客数もやや減少傾向となっている。長い梅雨も原因ではあるが、消費全体の低迷が大きく影響している。
コンビニ（店長）	単価の動き	・各社の低価格弁当やプライベートブランド商品の投入で1品単価が低下しているが、買上件数の増加にはつながっていないため、売上全体が伸び悩んでいる。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・最近3か月は来客数の大きな減少もなかったが、ここへきて客単価、来客数共に落ち込んでおり、売上にも影響が出ている。他業態との客の取り合いも激化しており、来店1回当たりの出費については、500円ではなく400円以下の攻防になっている。
コンビニ（マネージャー）	単価の動き	・価格に対して敏感に反応する客が増加し、1回当たりの買上点数も減少している。客の生活防衛の意識がより強まっている感がある。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・販促策に対する客の反応が悪いほか、来店しても財布のひもが固く、客単価が上がらない。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・客による買い控えが増えている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・实体经济の悪さが徐々に影響してきたのか、販売量が落ち込んでいる。ボーナスシーズンであるが、今年は減額された企業も多いため、消費の持ち直しは困難である。
その他専門店 [医薬品]（経営者）	販売量の動き	・いまだに梅雨が明けず、天候不順が続いている。夏らしい気候でないため、殺虫剤や虫刺され、日焼け止めクリームの売上が軒並みダウンしている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今年は夏のボーナスが減っているほか、新型インフルエンザで休校が増えた影響で、まだ本格的な夏休みに入っていない学校が多い。また、高速道路料金引下げで渋滞がひどくなり、帰りにレストランへ立ち寄る人が減っているため、来客数が減少傾向にある。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・突然の雨などで客足に影響が出ている。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・前月の後半には新型インフルエンザの影響からやや回復し始めたが、今月は雨の影響もあって不振となっている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・新型インフルエンザの影響は落ち着いたが、選挙戦が始まって旅行を控えているの声がある。
都市型ホテル（支配人）	単価の動き	・来客数は増加しているものの、値引き競争の影響で売上は3か月前よりも減少している。
都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・宿泊需要は地域全般で悪化しており、価格競争による消耗戦となっている。稼ぎ時であるにもかかわらず、客室単価は前年比で700円も下がっており、特に高価格帯のホテルで下落が目立つ。一方、宴会関係では法人利用の減少が続いている。特に、最近は周辺企業の移転や撤退が目立ち、ビルの空室率も上がってきている。
都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・新型インフルエンザの影響はなくなったものの、不況による利用客の減少傾向は止まらない。ビジネスマンの利用が減っているほか、例年は客の増える夏休みであるにもかかわらず、レジャー客やファミリー客の財布のひもは固く、利用が極端に減少している。
旅行代理店（店長）	来客数の動き	・8月30日の総選挙が決まって以来、旅行需要の鈍っている感がある。

		タクシー会社 (経営者)	お客様の様子	・昼間に比べ、夜間の利用が大きく減っているほか、週末の利用も以前に比べて減っている。最近は夜間の繁華街や飲食に出掛ける人が減っており、個人客、法人客共にチケットの利用も減っている。
		観光名所(経理担当)	来客数の動き	・新型インフルエンザの影響はなくなったが、これまでのキャンセル客が新たに返ってくるわけではなく、夏休みに入っても非常に苦戦している。
		遊園地(経営者)	来客数の動き	・ボーナスの減額で消費マインドが低下している。また、報道は下火になったものの、新型インフルエンザの感染拡大は続いているほか、夏休みの短縮などもあり、レジャー業界は厳しい状況となっている。
		競輪場(職員)	販売量の動き	・客には娯楽に回すお金がないため、1人当たりの購買額も伸びない。
		競輪場(職員)	単価の動き	・3か月前の客単価は16,261円であったが、今月は13,220円に低下している。場外発売では3か月前の11,130円に対し、今月は11,574円と少し上がったものの、全体的にはやや悪くなっている。
		その他レジャー施設[飲食・物販系滞在型施設](企画担当)	来客数の動き	・悪天候の影響でレジャー消費は落ち込んでいるが、落ち込みは新型インフルエンザが流行した際よりも大きくなっている。
		その他サービス[学習塾](経営者)	来客数の動き	・例年行っている夏休みの無料キャンペーンへの参加者が、今年は少ない。
	悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・定額給付金の給付効果もなく、売上が伸びていない。
		一般小売店[衣服](経営者)	来客数の動き	・セールを行ってもミセス層の購買意欲に反応がなく、下げ止まり感がない。
		一般小売店[精肉](管理担当)	販売量の動き	・今年は法人客による中元の贈答がかなり減り、数量、単価共に悪化している。個人客も同じような傾向となっている。
		一般小売店[花](店員)	来客数の動き	・天候や気温要因を考慮しても、例年に比べて来客数が減っている。特に、週末の来客数が落ち込んでいる。
		旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・夏商戦が全く盛り上がらない。国内旅行の受付件数が落ち、客単価も下がっている。海外旅行の受付件数は前年を上回っているものの、安近短の商品が好まれる傾向が強く、客単価が3割近く下がっているため、売上は前年を下回っている。
			金属製品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き
企業動向関連	良くなっている	化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・ハイブリッドカーの受注好調や、携帯電話の新機種発売に伴い、電子部品用の樹脂は堅調に動いており、出荷数量は3か月前に比べて約10%増加している。ただし、それでも前年比では80%程度の水準であり、回復ペースは緩やかである。
		金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・前月比で約15%上昇しているが、これまでの落ち込みがあまりにも大きいため、前年比では約70%の水準にすぎない。
	やや良くなっている	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・前月までが悪かったため、それに比べれば少しは活気が出てきている。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・景気が本当に良い方向に向かっているのか定かではないが、販売量が一時的に増えているほか、新しい商談が確実に増えている。
		電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・エコポイント制度の効果もあり、液晶テレビなどの省エネ家電が堅調に推移している。
		電気機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・少しであるが受注量が増えている。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注が徐々に戻ってきている。不動産会社の話でも住宅が少しずつ売れ始めており、土地も動き出している。
		建設業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・前月よりも取引先からの注文が増え、早出や残業が続いている。
		不動産業(経営者)	取引先の様子	・不動産の購入に対する銀行の融資姿勢がやや緩和され、取引の成約する可能性が高まっている。

	新聞販売店〔広告〕(店主)	受注量や販売量の動き	・わずかながら折込収入が上向き、購読者数も増えている。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・政府の景気対策により、小売業の顧客企業の業績は家電や自動車を中心に良くなっている。ただし、消費者に余裕が出てきたわけではなく、より安く買おうとする節約志向の表れであり、景気対策の恩恵のない食料品などは落ち込んだままである。定額給付金の給付効果も一時的なものに終わり、今やその効果も実感できない状態にある。
変わらない	食品製造業(従業員)	受注価格や販売価格の動き	・主に安価なプライベートブランド商品の売れる状況が続いている。中小量販店もプライベートブランド商品を開発しているが、業界のトップメーカーが参入しているため、中小企業では対応できない価格まで下落している。
	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・今年に入り、受注量は低下したままで推移している。
	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量は6月よりも多少増加しているが、安定していない。
	出版・印刷・関連産業(情報企画担当)	受注価格や販売価格の動き	・各企業とも出張を減らすなど、経費の節減を徹底している。仕入れや発注作業の見直しも行っているため、この機会をうまく活用できれば客を獲得につながる。
	化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・最悪期を脱した感はあるが、春以降は一進一退の状況であり、良くなっていない。
	化学工業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・原油の価格が基本的には上昇傾向であるものの、投機マネーの動きが激しいために安定しない。バターや脱脂粉乳は供給過剰で極端な低価格となっている。景気の動向は不透明であるが、売行きは堅調に推移している。
	金属製品製造業(総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・信じられないほどの安値受注が増えている。コストダウンにも限界があり、採算の確保が困難となっている。
	電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・研究開発や品質の向上のための予算は出るが、量産化のための設備に対しては出にくい。
	その他製造業〔履物〕(団体役員)	受注量や販売量の動き	・大きな変化はないものの、依然として厳しい経営環境が続いている。
	建設業(経営者)	取引先の様子	・新型インフルエンザの影響で業績が極端に悪化している取引先が少なくない。徐々に回復しつつあるものの、今期中には落ち込み分を取り戻せないとの声が多い。
	輸送業(営業所長)	取引先の様子	・少しずつ新規案件の話も出てきているが、なかなか成約には至らない。
	通信業(管理担当)	それ以外	・特に良くなっているとも、悪くなっているともいえない。
	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・下期の広告出稿は多少回復すると予想されたが、受注状況から判断すると、上期の悪い状態が下期も続く顧客企業は多い。
	やや悪くなっている	コピーサービス業(従業員)	受注量や販売量の動き
その他サービス〔自動車修理〕(経営者)		受注価格や販売価格の動き	・エコカー減税は新車への乗換えだけが減税になるが、乗換えにもそれなりの資金が必要であるため、あまり状況は変わっていない。
その他非製造業〔機械器具卸〕(経営者)		取引先の様子	・受注量が少ないために1つの案件を取り合っており、利益が出ない状況である。
金属製品製造業(管理担当)		受注量や販売量の動き	・目立った新規物件がなく、受注済み物件も納品が完了するため、仕事量が減少している。
電気機械器具製造業(企画担当)		受注量や販売量の動き	・5、6月は住宅着工件数が落ち込んだが、7月に入って一段と悪くなっているほか、マンションにも買い控えが広がっている。家電やエコカーなど一部の良い動きが報じられているが、住宅市場は一段と悪化している。
建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・例年に比べて、盆までに完成予定という工事が全くない。	
輸送業(総務担当)	取引先の様子	・消費者の買い控えが目立っており、中元関連の荷動きも前年に比較すると減少している。	

		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・3～8月の売上予想は、前年の8割と低調である。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の業界がいまだに停滞しているため、当社の見通しも立たない状況である。
悪く なっている		繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・3か月前よりも値段の下がっている物だけが売れ、販売量も半減している。季節的な要因もあるが、3か月前とは全く異なり、取引の話にもなっていない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	受注量や販売量の動き	・景気対策もまだ一部の企業にしか効果がなく、社会全体では全く効果がない状態である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・取引先から仕事来ない。
		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・企業の3月決算の悪さが5～6月に表面化し、経費節減をねらった事務所ビルの解約が増えている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・インターネット媒体、紙媒体共に、受注が前年の半分以上で推移している。
雇用 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・製造業向け派遣の求人件数が少しずつ増えており、底入れから底打ちの状況になりつつある。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・決定的な要因はないが、全体の雰囲気は少し好転している。ただし、自動車業界ではハイブリッドカーのみが好調であるように、特定業種、特定企業だけが好調となっている。
		人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・求人件数が増え始めており、決定率も上がってきている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・エコポイント制度やエコカー減税、各種補助金により、関連企業の生産が増加している。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・不景気で休業していた会社が、仕事が増えて増産に転じている。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・今年に入って減少を続けていた合計求人数が5月を底にやや回復している。これまでは新規求人数を上回る減少が続いていたが、6、7月は新規求人数の増加が上回り始めている。
変わらない	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・求人数が少ない上に選考基準が高いため、離職期間が長期に及んでいる求職者が多い。	
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・企業は、中途採用の募集を引き続き行っていないほか、派遣社員を今後新たに採用する計画もない。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人件数は極端に減っていないが、欠員補充の求人がほとんどであり、経験者の募集が多い。	
	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・新規求人数に大きな変化はない一方、新規求職者数には減少がみられる。ただし、いまだに雇用市場は買手市場であり、前年の今ごろは5、6社の面接を受ければ就職できたが、今は10社に応募しても1社から内定をもらえる程度である。以前に比べて、求職者が高望みしなくなっていることを考慮すれば、この水準は相当低い。求職申込みの減少だけをとりえて、状況が好転しているとは判断できない。	
	民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・採用数の抑制や、給与カットを実施している企業が多い。	
	民間職業紹介機関（大学担当）	周辺企業の様子	・一部の業界では持ち直し傾向も出てきているが、人材募集や採用広告関連では、まだ明るい兆しはみられない。	
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・学生たちの内定報告件数も、前年比で15%近く悪化している。	
やや悪くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・例年、7、8月は夏枯れで仕事が停滞する。特に今年は、IT関係で予定されていた大型案件がすべて延期か白紙となり、金融機関や電力、ガス会社でも同じような状況となっている。	
	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・3か月前に比べて求人数が減少傾向にある。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・例年、夏は新聞求人広告の集稿が難しいが、今年の厳しさは予想以上であり、企画ページを縮小せざるを得ない。	
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・事業主都合の離職者については、年度末の非正規社員の雇い止めで急増したが、いまだに雇用調整が続いており、前年比の増加率は高いままで推移している。	

	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・中小企業を中心に積極的な求人開拓を行っているが、事業主の採用意欲が低く、パート求人はあっても正社員求人の動きは鈍い。
	民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・日雇求人の激減に耐えられず、生活保護を申請する人が増えている。その結果、益に向けた一時的な求人増にもこたえられなくなっている。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・5月末時点の求人数は前年比で2.6%減であったが、企業が追加求人を控えており、7月末は12%減となっている。
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・一部の新卒求人を除き、転職、派遣、パート、アルバイトなど、関西の各ジャンルの求人は悪化している。求人広告は各紙で前年比50%を割り込んでおり、企業は給与や各種手当を少しでも抑えて現状をもちこたえている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・新たな企画を提案して求人広告の受注を目指しているが、社員を減らしたい企業の方が多く、企画倒れとなっている。なかには求人募集を行っている企業があっても、ハローワークで十分と断られ、売上に繋がらない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の出稿が特に悪く、前年比で7割台となっている。