

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	-	-
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費者の節約疲れにより、先行きはやや良くなる。
		一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・今年のゴールデンウィークは売上が増加しなかったものの、予想したような大幅なダウンとはならなかったため、今後はやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・リニューアル後は前年以上の動きとなっているため、今後も少しずつ良くなる。
		百貨店（売場主任）	・景気回復が進む大きな要素は見当たらないが、ファッション関連では価格よりもトレンド感のある物や、価値を共感できる物の購入が目立っている。アパレル業界も活気付いてきているため、今後はやや良くなる。
		百貨店（企画担当）	・景況感の悪化や、前年のような新型インフルエンザの流行といった外的要因の悪化がなければ、消費者の間にも節約生活から抜け出したいという気持ちが出てくる。
		百貨店（マネージャー）	・ボーナス支給額が前年よりも増えるため、景気は少しずつ回復してくる。
		百貨店（婦人服担当）	・前年は売上が大きく落ち込んだため、天候が安定すれば売上はある程度良くなる。
		スーパー（店長）	・身の回りの景気回復は内需中心となりつつあるが、先行きは子ども手当の支給効果によりやや良くなる。
		スーパー（社員）	・以前に比べて広告やイベントに対する客の反応が良くなり、多くの買物をする客の姿が目立つようになっている。これから夏に向けて、客の消費意欲が更に高まっていく感がある。
		スーパー（企画）	・前年は6月から新型インフルエンザが流行し、外出を控える動きが目立ったため、今年はその落ち込みがないだけ良くなる。
		コンビニ（経営者）	・冷たいめん類と一緒に揚げ物を買う客が増えるなど、客単価が伸びているため、先行きはやや良くなる。
		コンビニ（店長）	・コンビニでは来客数が戻りつつある。客単価は相変わらず低下傾向にあるものの、来客数が確保できれば前年の売上はクリアできる。
		コンビニ（マネージャー）	・通行客が増えつつあるため、長梅雨にならない限り、夏物商材を中心に購買が増える。
		乗用車販売店（営業担当）	・ボーナス時期に向けて新車購入を検討する客が増えているため、先行きはやや良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・補助金の期限前の駆け込み需要がある程度は出てくるため、9月までは受注台数が増える。
		住関連専門店（店長）	・客の様子がやや明るく、大らかになってきた感がある。目的の商品以外にプラス1点を買って足す客も少し出てきたため、先行きはやや良くなる。
		住関連専門店（店員）	・値下げ競争が続くなかで何とか利益を確保してきたが、徐々に頭打ちになっている。今後は、売手、買手共に価格よりも品質を重視する方向に変わるため、やや良くなる。
		高級レストラン（支配人）	・販売量、単価、来客数共に、3か月前の水準を上回っている。外国人観光客も増えているため、見通しは明るい。
		一般レストラン（経理担当）	・最近の来客数の回復は、前年の新型インフルエンザによる落ち込みの反動という面もあり、継続的な回復かどうかは判断が難しい。それよりも、増加傾向にある外国人観光客の来店を増やす方が確実である。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊・宴会の先行予約が順調で、新型インフルエンザで落ち込んだ前年を上回っている。今後はアジアからの団体による予約も増えてくる。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・景気が不安定なため楽観視はできないものの、宿泊の先行予約や宴会の引き合いが例年になく好調である。新規の法人客では、グレードの高いホテルからの移動といったケースもみられる。	
	都市型ホテル（役員）	・前年の新型インフルエンザの影響を除いても、今までとは違う動きが出始めており、レストラン部門を中心に売上が少しずつ伸びている。これで宿泊部門が伸びてくれば、景気は回復基調にあると判断できるが、予約の動きはまだまだ鈍い。	
	タクシー運転手	・景気回復が報じられているため、先行きに多少期待が持てる。	

	通信会社（経営者）	・今月末からは通信各社から新機種が投入されるが、携帯端末ではスマートフォンの人気が高いため期待が持てる。ただし、現在はスマートフォンの機種が少ないため、大きな動きにはつながらない。
	通信会社（企画担当）	・日本経済全体が好転しているため、我々の業界にも好調が波及してくる。
	テーマパーク（職員）	・修学旅行生を含めた団体のキャンセルもなく、先の予約は比較的順調に推移している。
	その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・集客の増加をねらい、近隣に割引チケットをポスティングするため、先行きは若干良くなる。
	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、暖かい時期になると客が増える。今年は例年よりも来客数のかなり少ない日が続いているが、最近になって少しずつ回復してきたため、今後はやや良くなる。
	住宅販売会社（経営者）	・売却物件の数は増えていないが、購入希望客は増えてきているため、将来的に成約率は上がっていく。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場への来場組数が増加傾向にあり、1回の来場で見学するモデルハウスの数も増えているため、今後はやや良くなる。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・子ども手当の支給開始で消費意欲が多少上向くほか、企業業績も上向き傾向であるため、先行きに明るい見通しを持つ消費者が増える。
変わらない	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・この夏の売上は天候によって大きく左右されるが、参議院選挙もあり、良くなる材料が見当たらない。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	・電池交換で持ち込まれる時計をみると、雑貨屋で買った値段の安い物が増えている。時計メーカーの製品ではなく、値段が安くて買いやすい時計を選ぶ傾向は今後も続く。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・変化する要素が見当たらないため、食に携わる商売は今後も厳しい。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今後も気候は不安定となるため、売上は伸びない。
	一般小売店〔野菜〕（店長）	・参議員選挙が近づくと消費者の購買意欲が低下する。
	一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・ゴールデンウィーク中はかなり上向きであったが、連休が終わると通常時よりも悪くなるなど、先行きの見通しは厳しい。
	一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・末端の小売店では売上が一向に伸びず、当店の商品も回転率が悪いなど、先行きに期待の持てる状況ではない。客が賞味期限を気にするため、どの店もあまり在庫を持たない状況が続いている。
	百貨店（売場主任）	・ファッションに対する客の関心は落ち着いており、夏物、秋物商戦に向けて大きく盛り上がる要素が見当たらない。また、客の間では二極化が顕著で、特にファッションへの関心が高くない客は、景気の先行き不安や政治への不信で購入マインドが左右される。今後は経済全体が好転しなければ、百貨店で積極的に買物するのは一部の客だけとなる。
	百貨店（売場主任）	・一部では動きの好転している商品もあるが、消費全体を押し上げる大きな要素は見当たらない。百貨店を取り巻く環境は今後も厳しいが、百貨店以上に厳しい状況の取引先もあり、生産の抑制や人件費の削減、販売促進費の抑制を行っている。これらは百貨店にとってマイナスの要素となる。
	百貨店（売場主任）	・先行きの予想が全く立たない状況であるが、クリアランスセールによって来客数は増える。
	百貨店（営業担当）	・魅力のある新商品がなく、客の動きも今一つであるため、今後の見通しは厳しい。
	百貨店（営業担当）	・高級時計やブランド品の高級バックへの引き合いは増えてきたが、株価の低迷などで実際の買上げにつながるかは不透明である。
	百貨店（サービス担当）	・天候の長期予想では冷夏となるため、農作物への影響が懸念される。また、今年は特に口蹄疫による物価への影響も懸念される。
百貨店（店長）	・メーカーの業況は上向いているが、小売業まではまだまだ波及していないため、今後も客の財布のひもは固い状況が続く。	

百貨店（売場担当）	・高級ブランドのような高額品の売上が安定してきたほか、ここへきてニューミセス、ミセスといった比較的高い年齢層を対象とした商品が回復している。ただし、今後はユーロ不安による円高や株価の低迷で、高所得者の購買意欲が低下する懸念もあるため、トータルで考えるとあまり変わらない。
スーパー（経営者）	・客は予算内で何をかうか毎日悩んでおり、最近特にその傾向が顕著となっているため、今後も厳しい状況が続く。
スーパー（経営者）	・サッカーワールドカップの影響で内食化傾向が一時的に進むものの、政治不信、景気対策の不足、円高の長期化など、消費者の財布のひもが緩みそうな材料は見当たらない。業界各社も価格の見直しを進めているが、比較的好調なのは主にディスカウントを積極的に行っている業種である。
スーパー（経営者）	・来客数の落ち込み以上に、単価の下落が大きい。都市部では景気が回復傾向にあると報じられているが、地方では良くなっている業種もなく、全体的に疲弊しているため、見通しは厳しい。
スーパー（店長）	・日用品や食料品価格の全体的な低下傾向が続いているほか、来客数の減少も止まらないため、今後も厳しい状況となる。
スーパー（店長）	・1品単価が上向くことは難しいため、客1人当たりの買上点数が増えない限り回復しない。また、来客数も回復傾向にあるものの、前年並みにまでは戻っていない。
スーパー（店長）	・景気の上昇気運が広がっており、子ども手当も支給されるが、根本的な所得の増加にはつながらない。夏のボーナスも減少気味であるため、消費者の購買意欲は高まりそうになく、エコポイント制度による家電の売上も低迷しつつある。
スーパー（店長）	・当地域は人口減少や高齢化の進行に打つ手が無い状況であり、小売業にとって非常に厳しい状態が続く。来客にも高齢者が目立つほか、客単価の上昇もみられない。
スーパー（企画担当）	・前月と今月の推移から判断すると、来客数と売上の前年比に格差のある状態が今後も続く。
スーパー（経理担当）	・ボーナス増といった所得面での明るい兆しはあるが、株安や失業率の悪化といった悪材料もあるなど、まだら模様の状況である。夏商戦に期待したいが、梅雨が長引く予想もあるため、先行きは不透明である。
スーパー（広報担当）	・ギリシャ財政危機で金融資産が目減りし、先行きの不透明感もぬぐえないため、消費に関する節約傾向は当面続く。
スーパー（管理担当）	・消費者の買い控え傾向は今後もしばらく続く。
スーパー（販売担当）	・競合店は販促回数を増やすなど、少しでも客を取り込もうとしている。客も価格に応じて店を変えているため、今後も厳しい競争が続く。
コンビニ（経営者）	・割引セールを行うと一時的に来客数は増えるが、客単価も落ちるため売上はほとんど変わらない。近隣オフィスの家賃がもう少し下がって入居率が戻るまでは、厳しい状況が続く。
衣料品専門店（経営者）	・おしゃれを楽しむようになるような状況にならない限り、今後も変わらない。
家電量販店（経営者）	・景気の良くなる要素や、消費者の景況感が高まる要素は見当たらない。政治への不安も含め、消費者の間に先行きの安心感が広がるには、もう少し時間が掛かる。
家電量販店（店長）	・サッカーワールドカップによる特需にはあまり期待できない。2台目のテレビの需要はエコポイント制度の終了直前となる12月に高まるため、11月までは大きな山場は到来しない。一方、嗜好商品のテレビとは違い、生活必需品の冷蔵庫やエアコンは前年並みの動きとなる。
乗用車販売店（経営者）	・ボーナス商戦に入るが、業者間の中古車の取引がかなり停滞気味で、販売の見込みが立っていない。
乗用車販売店（営業担当）	・前年に比べて来客数がかかなり落ちているため、先行きの見通しは厳しい。
乗用車販売店（販売担当）	・今年度中は状況に変化はない。
乗用車販売店（営業担当）	・補助金による盛り上がりで、7～8月に市場は山場を迎える。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・ユーロ不安の影響で当分の間は円安にならず、経済状態や株価水準も現在の状態が続くため、宝飾品への需要にも変化はない。
その他専門店〔医薬品〕（店員）	・来客数は一定の水準にあり、今後もこの傾向が続く。最近、広告を入れた日は健康に関する相談が若干増えている。

その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・賞与が支給されても、今年は宝飾品の購買意欲の上昇にはつながらない。
一般レストラン（経営者）	・まだまだ天候不順が続くほか、客からの話でも景気回復にはもう少し時間が掛かる。
一般レストラン（スタッフ）	・天候による変化を除けば、今後も大きな変動はない。
一般レストラン（スタッフ）	・政治への不安や天候不順など、明るい展望を持てる状況ではなく、消費者の景況感も良くなっている感がない。小売業界でも低価格戦略の企業が優位性を保っている程度であり、全体の底上げ感が出てくるほどではない。
一般レストラン（店員）	・感謝セールなどの催しもあるが、売上が今後大きく上昇することはない。
スナック（経営者）	・個人的なつながりで来客が増える見込みであり、今後少しは良くなる。
その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・どの店も暇であり、今後来客数は増えない。
観光型ホテル（経営者）	・西日本では平城遷都1300年祭の奈良と、龍馬伝の高知に人気集中しており、そのほかの観光地は大きな集客イベントや話題性もないため、今後も厳しい状況が続く。
観光型ホテル（経営者）	・秋までは平城遷都1300年祭が行われるため、現在の状態が続く。
観光型旅館（経営者）	・良くなる理由が見当たらないため、今の状況が続く。
観光型旅館（経営者）	・子ども手当が支給されても、レジャーへの支出はあまり増えない。
観光型旅館（経営者）	・売上が伸びず、これといった原因もつかめないため、今後も厳しい状態が続く。
観光型旅館（団体役員）	・景気が回復傾向にあると報じられているが、個人消費にまでは届いていないため、今後も厳しい状況となる。
都市型ホテル（支配人）	・7月の参議院選挙が終わるまでは、今の動きが続く。
都市型ホテル（営業担当）	・前年の5、6月は新型インフルエンザの影響で売上がかなり落ちたが、ホテル全体で例年並みに戻ってきている。宿泊は個人客の動きが良くなっているため、一般宴会の受注件数にも期待しているが、予約状況はまだ低迷している。
都市型ホテル（マネージャー）	・夏休みを迎えて宿泊部門が好調を持続できるかが問題であるが、長期にわたって開催される奈良県のイベント効果には期待できる。ただし、宴会部門ではプライダルが競合施設の増加で苦戦続きとなっており、一般企業の予約状況にも回復感はないため、全体的に大きく上向くことはない。
旅行代理店（経営者）	・高速道路料金の引下げ問題が国内の宿泊客数に影響するほか、欧州の不透明な情勢についても、ユーロ安が現地での買物にはプラスとなるものの、出発そのものを尻込みさせる懸念がある。
旅行代理店（広報担当）	・客はお金を持っていないわけではなく、消費に回すことに踏ん切りがつかない。長期にわたって我慢が続いているため、今年の夏休みは旅行に行くとの声も聞かれるが、なかなか申込につながらない。この状況は夏を迎えても変わらない。
旅行代理店（営業担当）	・経済、政治が不安定であり、旅行業界に薄日が差すまでには時間が掛かる。
タクシー運転手	・気温が上がれば多少は客も増えるが、冷夏になればあまり増えない。
タクシー会社（経営者）	・どうしてもタクシーが必要な人は今でも利用がみられるため、今後も現在の状態が続く。
通信会社（経営者）	・特に変化の起こる兆しがないため、現在の状況が続く。
通信会社（店長）	・特に良くなる兆しも、悪くなる兆しもない。
通信会社（社員）	・現在の加入促進策による効果が全体的に低下してきている。打開策として様々なプランを検討しているものの、効果が出るかどうかは不透明である。
通信会社（企画担当）	・好転する材料が見当たらない。
観光名所（経理担当）	・前年は5、6月と新型インフルエンザの流行で来場者数、売上が大幅に落ち込んだため、前年比の動きは参考にならない。一昨年に比べると来場者数はほぼ同水準であるが、売上は落ちているため、今後も楽観視はできない。
観光名所（経理担当）	・今月も寒暖の差が激しかったが、天候には比較的恵まれたことでゴールデンウィークは前年を上回る人出となった。その後も少しずつ来客数が増えているため、しばらくは好調が続く。前年は新型インフルエンザの影響でかなりの痛手を被ったが、今年は3月ごろから徐々に良くなっている。

競輪場（職員）	・例年どおりの推移となるものの、ギリシャ財政危機に伴う円高傾向や、株価の下落、政治不安、天候不順や口蹄疫による食料価格の上昇、ガソリンの高騰など、景気の悪化要因が数え切れないほど多いため、状況が更に悪くなる懸念もある。
その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・6月、8月にプロ野球の試合が行われるほか、人気アイドルグループのコンサートも予定されている。夏休み期間でもあるため、来場者数は例年並みに増える。
その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・景気は回復傾向にあるとの声も聞かれるが、観光やレジャー業界ではその実感はなく、今後も大きな変化はない。
その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・消費者が景気の改善を実感していないため、生命保険への加入を検討する客は増えにくい。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・サッカーワールドカップが始まると、レンタル売上は例年より悪化する傾向がある。
住宅販売会社（経営者）	・春の需要期に伸びがみられなかったため、今後も回復が実感されることはない。
住宅販売会社（経営者）	・景気が徐々に良くなってきたと報じられているが、底なし沼にいたる気分です全く実感がなく、今後も厳しい状況が続く。
住宅販売会社（従業員）	・欧州の金融不安に端を発して株価が下落しているほか、企業業績も回復の見込みが乏しい。政治不信も広がっているなど、消費の上向き要因が少なすぎる。
住宅販売会社（従業員）	・モデルルームへの来客数は増加傾向にあるが、年収の低下で優良顧客が減少しているため、状況は大きく変わらない。
住宅販売会社（総務担当）	・現状を打破する大きな施策がない限り、当面は今の状態が精一杯となる。
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）	・金融機関の融資姿勢によっては、景気が悪化に向かう。
やや悪くなる	
一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・政府からは景気回復のための対策が何も聞かれないため、消費マインドは冷え込んでいく。
一般小売店〔花〕（経営者）	・例年売上の低迷する時期となるほか、昨今の天候不順が悪影響を及ぼす。
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・間もなく中元商戦の始まる時期となるが、口蹄疫の問題で業界全体が厳しい状況となる。これだけマスコミで連日報道されているため、国全体で対策を進めなければ大変な打撃となる。
一般小売店〔家具〕（経営者）	・参議員選挙も終わって秋にならなければ、若干なりとも良くなるはずはない。
一般小売店〔雑貨〕（店長）	・タスポの導入で売上が下がった後も、売上の減少傾向が続いている。たばこの値上げが売上の更なる減少につながるのは必至であり、既に値上げの発表だけでも影響が出ている。
一般小売店〔花〕（店長）	・今後状況はますます悪くなる。この不況は50年間続くという声も聞かれる。
一般小売店〔花〕（店員）	・例年に比べて客単価、来客数共に悪化している。客の間でも節約志向が定着しているため、売上のアップは難しい。
百貨店（商品担当）	・来客数は回復しているものの、可処分所得の減少が続いているため、客単価の低下傾向が進む。
コンビニ（店長）	・キャンペーンや値引きセールにより、前年から何とか現状を維持しているものの、基調は少しずつ悪くなっている。明るい材料が見当たらず、天候に恵まれるといったプラスの要素に期待するしかない状態である。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・客の勤務先の業績やボーナスの支給状況について、良い話が聞かれない。
乗用車販売店（経営者）	・大企業の業績は良くなっているものの、小売業まではまだ恩恵が回ってこない。株価が下がるなど暗いニュースも多いため、先行きも厳しい状況が続く。
乗用車販売店（経営者）	・修理の入庫台数が激減しており、車検の予約や新車販売も少ないため、先行きはやや悪くなる。
乗用車販売店（経営者）	・沖縄の米軍基地問題や口蹄疫の問題で先行きへの不安が高まっており、為替市場でも円高傾向が進んでいる。明るい材料がなく、消費は喚起されないため、まだしばらくは悪化傾向が進む。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・株価が下がることで、消費マインドの低下が進む。

		一般レストラン（経営者）	・食品関連のトラブルは不況時によく目にするが、今回の口蹄疫の問題なども長期化しそうであり、外食産業にとっても影響が大きい。		
	悪くなる	商店街（代表者）	・近隣のスーパー同士の競争が激しくなっており、商店街にも悪影響が出てくる。		
		商店街（代表者）	・消費の冷え込みはまだまだ続くほか、売れる物と売れない物の差が激しくなる。また、消費はメディアによる影響を大きく受けるため、商店街でも様々なイベントを考えない限り、近隣の大手スーパーに客を取られる。		
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・夏物衣料の売行きには期待できないほか、不安定な政治の影響で景気回復は全く進まないため、先行きが不安である。		
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-		
		食品製造業（従業員）	・夏の新商品の採用も少しは決まってきたため、今後も環境に大きな変化がなければ、少しは上向き傾向となる。		
		木材木製品製造業（経営者）	・既存事業に変化はないが、新規事業に関する取組が始まっており、その効果が出てくる。		
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・住宅産業の低迷が非常に響いているものの、電機などの弱電分野や、太陽電池などのエネルギー、環境分野が今後の大きなマーケットになる期待が高まっており、先行きはやや良くなる。		
		化学工業（経営者）	・売上の回復度合いは徐々に低下しているが、引き合いなどについては、年内は回復傾向が進む。		
		一般機械器具製造業（経営者）	・当社の受注は原子力発電関連で納期が長いと、しばらくは良い傾向となる。		
		電気機械器具製造業（経営者）	・欧州向けの事業は心理的な影響を含めて先行きが懸念されるものの、中国や東南アジアの状況には活気がみられるため、先行きはやや良くなる。		
		電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先からの引き合いが増えてきたため、先行きはやや良くなる。		
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・夏のボーナス支給額が増加すれば、少しは上向いてくる。		
		輸送業（営業担当）	・前月より荷物量が減っているものの、前年に比べれば増えている。工場向けの荷物が多いと、来月以降は良くなる。		
		金融業（支店長）	・取引先の建設業者については、住宅版エコポイントの利用拡大で売上の増加傾向が続けば、経営状態も良くなる。		
		経営コンサルタント	・エコポイント制度などの政策効果はほぼ頂点に達した感もあるが、子ども手当の支給の開始により、消費はまだ少し良くなる。ただし、その後は全く期待できる材料がない。		
		コピーサービス業（従業員）	・マンション販売関連や教育関連全般に回復の兆しが出始めている。これらが景気回復のけん引役となれば、建設業や印刷業といった関連業界にも波及効果が出てくる。		
		変わらない		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量に変化がないため、今後も大きな動きはない。
				パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・少し上向きの動きを感じることもあるが、生産調整を行う取引先もあるため、全体的には変わらない。
プラスチック製品製造業（経営者）	・傾向としては横ばいか、緩やかな回復に向かう。夏期賞与の支給増に伴い、売上の増加をねらう取引先からの注文が増えるものの、価格は抑えられたままであるため、大きな改善とはならない。				
金属製品製造業（総務担当）	・関西地区では新築の工事件数が減っているため、関東にシフトして受注減をカバーする状況が続く。				
電気機械器具製造業（経営者）	・景気の基礎的な部分はほとんど良くなっておらず、人件費や地価の高さもほとんど解消していない。現在の好況は部分的なもので、当社は運良くそれに乗っただけであり、自助努力が効果を上げたにすぎないため、先行きに明るい見通しは持てない。				
電気機械器具製造業（営業担当）	・依然として先行きは不透明である。				
電気機械器具製造業（企画担当）	・マンションの設計や着工が増えているが、完成は来年の3月以降の物件が多く、今期中は完工が少ないため苦戦を強いられる。今後3か月もあまり完工物件数は増えないため、状況に変化はない。				
建設業（経営者）	・地方の景気回復の時期はまだ先である。景気回復の兆しが出てきてから、計画、設計、工事着工と進んでいくため、建設業の回復はほかの産業よりも少し遅れる。				
建設業（経営者）	・子ども手当の支給に多少期待していたが、来年度の満額支給は困難な様子であり、効果は小さい。				

		輸送業（営業所長）	・夏に向けて商品は多少動くが、少し暇になれば物流費削減の要求が増えてくる。既に、数社から値下げ要請の話が寄せられている。
		通信業（管理担当）	・特に変化する要素が見当たらない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告の注文が減少しているほか、読者の活字離れで新規購読数も伸びない。特に若い世代での活字離れが顕著であるため、見通しは厳しい。
		司法書士	・今の状態は良くないほか、案件が少なく、好材料もないことから、現状が維持できればよい。
		経営コンサルタント	・明るい材料が見当たらないため、今後も変わらない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・見積、受注に関する話がいまだにないため、見通しは厳しい。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・放送業界全体での広告投下額の減少傾向には、なかなか歯止めが掛からない。
	やや悪くなる	食料品製造業（経理担当）	・デフレ傾向が進んでいる影響もあり、先週から売行きが悪くなっている。政治の混迷もあって先行きに明るさがみえない。
		繊維工業（団体職員）	・原材料価格の高騰分が製品価格に転嫁できず、収益が悪化する。
		繊維工業（総務担当）	・出張による経費拡大が利益を圧迫しているなど、見通しは厳しい。新規の販売ルート開拓が急務となっている。
		繊維工業（総務担当）	・再び世界的に不況感が高まりつつあるため、販売量も更なる悪化が進む。
		化学工業（企画担当）	・消費者物価の低下やコンビニの業績悪化、欧州でのバター価格の上昇、マレーシアでのパーム油の生産減少など、不安要素が多い。製菓市場は全体的に低調で、複製品類みの状態が続いている一方、小麦粉価格の低下が進む製パン市場では、クリームを多用した高額品が好調となっている。市場によって動きに差があるため、先の予測が立てにくい状態である。
		金属製品製造業（経営者）	・鋼材値上げによるコスト上昇を自社では吸収できないため、収益が悪化する。
		金属製品製造業（管理担当）	・新たな案件情報もないため、見通しは暗い。
		金属製品製造業（営業担当）	・鋼材価格が値上がりしているが、販売価格には転嫁できそうにない。
		輸送業（営業担当）	・割引セールを行っている小物商品ばかりが売れ、大型商品が売れていないため、配達件数が減る。
	悪くなる	一般機械器具製造業（設計担当）	・受注量が少し上向き可能性はあるものの、価格破壊で受注価格が下がっているため、売上の押し上げ効果はない。
		不動産業（営業担当）	・賃貸ビル、賃貸マンション共に賃料の下落が続いているため、先行きはまだまだ悪くなる。
		広告代理店（営業担当）	・3月からは月ごとに売上が落ちている。顧客企業にも広告費を増やす先はほとんどないため、先行きの見通しは厳しい。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・日ごとに先行きの見通しが立たなくなっている。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・荷動きは前年並みであるが、原料の綿糸価格の上昇により、収益面での厳しさが加速する。
雇用関連	良くなる	求人情報誌製作会社（企画担当）	・前年比で売上がプラスに転じている商品があるなど、先行きの見通しは明るい。
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・設備投資の効果が始まるのは、今から3か月程度先になる。機械などのハードから動き、次にソフトという順番となるため、年度後半にはかなり良くなる。
		人材派遣会社（役員）	・求人数の増加傾向や求職数の微減傾向をみると、景気は緩やかに回復している感がある。ただし、労働者派遣法が改正されれば求人数の減る可能性が高く、雇用情勢の回復に水を差す懸念もある。
		人材派遣会社（支店長）	・一部メーカーなどで業績が回復している。現時点では、業務量の増加に余剰人員で対応しているが、2、3か月先には社内の人員だけでは足りなくなる。
		職業安定所（職員）	・仕事が戻ってきたという事業所が増えてきたが、短期の受注が多いため、先行きに不安を抱えている。求人数は緩やかな増加傾向が進むものの、正社員求人が増加するまでにはもう少し時間が掛かる。
		職業安定所（職員）	・建設業を除く主要産業で求人が増加しているほか、ターミナル駅周辺では6月に大型商業施設がオープンし、ホテル建設も進んでいる。これから商業施設の集積が進むため、雇用の改善につながる。

	民間職業紹介機関（大学担当）	・まだ不透明な状況ではあるものの、不況に対応した新たな企業のあり方や雇用形態が確立されていくため、先行きはやや良くなる。
	民間職業紹介機関（支社長）	・今期の採用計画が前年を大きく上回っている大企業もあり、全体的に回復傾向が顕著となっている。それに伴い、中堅、中小企業からの求人依頼も増加しているため、採用者数は夏場にかけてかなり増える。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・派遣への規制が厳しくなり、企業側が採用に慎重になるため、今後は人がかなり余ってくる。
	人材派遣会社（経営者）	・労働者派遣法の改正が審議中であるほか、雇用情勢もまだまだ厳しいため、少なくとも上半期は厳しい状況となる。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・最近の3か月を振り返ると、低位安定の状態で、すべての企業が様子をみながら動いている感がある。多少は忙しいものの、受注の効率も悪化しているため、先行きの見通しは厳しい。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・各社の売上はL字型の推移となっており、特に関西企業の間では底打ち感が出てきている。
	職業安定所（職員）	・正社員求人が依然として少なく、特に新卒者の求人が厳しいことから、まだまだ回復している感はない。企業の間では今後も先行き不透明な状況が続く。
	職業安定所（職員）	・新規求職者が若干増加し、相談や紹介件数は増えているものの、就職件数は減少している。希望職種が不明確であったり、高齢者の相談が増えたりと、採用につながりにくいケースが多い。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・欧州の金融システム不安やユーロ安、株価の低下や中国の金融引締め、朝鮮半島情勢の緊迫化による悪影響が、雇用情勢にも出てくる。
	学校〔大学〕（就職担当）	・企業の景気見通しが弱含みであり、雇用情勢の回復にはなかなかつながらない。
悪くなる	-	-