

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）	・新たに新企画のイベントを開催している。		
		百貨店（売場マネージャー）	・クールビズや雨天用など、問題解決型の商材の動きが例年になく早い上に調子が良く、市場も広がっている。準備をしっかりと、夏に備えたいという客の声がとても多い。		
		百貨店（マネージャー）	・これから夏に向けて、節電への関心の高まりと共に、いわゆるクールビズやクールライフといった、節電・避暑商材の動きは活発になると予想する。また、今年はオリンピックイヤーでもあり、それにちなんだスポーツ関連の商材の動きも良くなる。		
		スーパー（店長）	・前年の東日本大震災による影響も沈静化し、今買い控えられている分が夏休みなどに消費される。		
		スーパー（店長）	・3か月予報で7月後半からの気温は平年並みかそれ以上となっており、気温が上昇するにつれて、景気も回復してくる。ただし、仮に6月に入っても現在の低温傾向が続くと、予断を許さない状況になってくる。		
		スーパー（社員）	・温度差の激しい日が続いたこともあり、夏に向けて大きく増加するはずの肌着や制汗剤、飲料、めん類といった季節感のある商品の動きが例年より鈍い。これからの気温上昇による需要増加に期待している。		
		コンビニ（経営者）	・ファーストフードの売行きが良くなってきており、今後客単価の上昇が期待できる。		
		コンビニ（店員）	・盛夏になって来客数も増え、ドリンク類やアイスクリームの売上が伸びる。		
		家電量販店（経営者）	・夏の節電の山場に向けて、節電商品の需要が一層高まる。		
		乗用車販売店（営業企画）	・供給過多の流れが止まり、ここ半年くらいのめどは立っている。		
		乗用車販売店（販売担当）	・来月は3か月ごとの繁忙月で、ボーナス支給もあるため、その余波で7、8月も来場数が増える。		
		高級レストラン（スタッフ）	・これからどんどん暑くなり、仕事帰りの飲食が増える。		
		観光型旅館（団体役員）	・前年の東日本大震災や紀南地方の大水害の影響で、団体旅行が途絶えていたが、今後はやや回復していく。		
		通信会社（社員）	・携帯電話の夏モデルは6月下旬ごろから順次発売されるが、スマートフォンブームもあり、販売は伸びる。		
		通信会社（社員）	・まだ1年程度は、スマートフォンへの乗換えなどが進んでくるため、それに連動して申込数が増加する。		
		その他サービス[マッサージ]（スタッフ）	・オイルマッサージのため裸になるので、夏場になると来客数が増加する。		
		住宅販売会社（経営者）	・金融機関による融資姿勢の緩和などに期待している。		
		住宅販売会社（経営者）	・短期的なものではあるが、現在の受注見込み客の動きで先が読める。長期的には不透明ではあるが、過去2年間の最悪であった状況に比べると楽観できる部分が多い。		
		変わらない		商店街（代表者）	・週末を中心に人出はあるが、平日の落ち込みが極端である。
				一般小売店[事務用品]（経営者）	・省エネの夏がまたやって来るが、関連商品は動くものの、長い目でみると景気が良くなるとは考えられない。
一般小売店[鮮魚]（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。				
一般小売店[精肉]（管理担当）	・景気よりも、消費者マインドが冷たく固まっているように感じる。使うところだけに使い、我慢するところは絶対に我慢する。特に、食品の原料については価格が下がっている一方、出来上がり品は高付加価値商品が認められるようになっている。				
一般小売店[衣服]（経営者）	・今後は売上、来客数共にさほど伸びないので、景気は横ばいとなる。				
一般小売店[家具]（経営者）	・政治、経済がすべて不安定で、先行きに落ち着いた見通しが立たない。				
一般小売店[雑貨]（店長）	・売上はタスポ導入前のピーク時の約半分のままである。仕入れや棚卸しから感じる実感としては、3分の1にまで減っているような感覚がある。今後も売上は減ることはあっても増えることはない。				
百貨店（売場主任）	・非常に悪いわけではないが、良くなる要素がない。				

百貨店（売場主任）	・国内需要の拡大や、サラリーマンに対する減税、国内景気対策、雇用の安定、社会保険料の引下げ、年金の支給拡大などが必要である。
百貨店（売場主任）	・電力供給などの不安要素があるものの、予想される猛暑に対する消費は活性化するため、盛夏商材の在庫確保がポイントになる。
百貨店（売場主任）	・ボーナスや給与が伸びないなか、電力不足や電気料金の値上げによる影響が懸念される。また、百貨店においては夏のクリアランスセールが分散するため、セール需要の高まりが期待できない。秋物ファッションについても、気温と連動することから先物買いがなくなり、ジャストシーズンで着るカットソーやブラウス中心となるため、単価アップにはつながらない。
百貨店（企画担当）	・夏のクリアランスセールのスタートが遅くなるが、大きな影響はない。他社よりも早いスタートとなるので、早期の集客や、売上のかさ上げにつなげたいが、業界全体では分散化によって盛り上がりにつなげる懸念がある。
百貨店（企画担当）	・株価が一時上昇したが、また元に戻ってしまっている。今後も消費税の増税など不安な話題が多い。
百貨店（営業担当）	・気温の関係で夏物は本格的な受注となっていないが、今後は気温の上昇と共にブランドの衣料品を中心に、受注が上向いてくる。
百貨店（営業担当）	・超優良顧客の高額品の買上を更に伸ばせるかがテーマであるが、富裕客全体の約95%の買上は減少する。
百貨店（サービス担当）	・省エネ商品やクールビズ商品への関心が高く、展開場所を拡大しているほか、前年から実施している雨の日対策として、客の印象に残るようなお買得セールを実施することで、梅雨の時期の集客につながる。
スーパー（経営者）	・5月の天候は暑くなったり寒くなったりと安定しなかったが、今後も商品によってかなり売行きに差が出るような動きが続く。
スーパー（経営者）	・大企業や一部業種で改善の兆しはあるが、個人消費の伸びに波及するまでには至っていない。
スーパー（店長）	・消費増税などの政治の混とん、節電要請や光熱費の値上がり傾向など、景気の上昇する話題に乏しく、節電関連商品の好調では賄いきれない。
スーパー（店長）	・政治及び経済の動向がはっきりしない現状では、電力需給の問題ともあいまって改善する材料が見当たらない。
スーパー（経理担当）	・猛暑予想もあり、夏商戦に期待している。ただし、節電や計画停電の動向次第では、好影響が減殺される可能性がある。
スーパー（広報担当）	・消費増税論議の着地と電力不足問題の状況次第では、悪化する可能性がある。
スーパー（開発担当）	・原油価格が安定し、ガソリンの小売価格は下がっているが、消費増税法案の行方や欧州の安定が、これからの景気に対する肝になる。
スーパー（販売担当）	・競合店との価格競争で定価品の価格を下げているのが現状である。買上点数は前年をクリアしているが、価格が下がっている分、買上金額が前年に達しておらず、売上がクリアできない状況が続いている。
スーパー（管理担当）	・節電や節約がいわれるなか、余分な物を買って控える傾向は今後も続く。
コンビニ（経営者）	・近隣にマンションが建ち、生活関連の売上が増えているが、コンビニが増えすぎているため、売上が分散する。
コンビニ（店長）	・近くにパン屋や弁当屋ができ、一時的には売上に影響も出るが、新たにマンションができるなど、ぎりぎりのところでバランスが取れているので、しばらくは今の状態が続く。
コンビニ（店員）	・この先気温が上がり、飲料水やアイスクリームの売上は伸びるが、パンや弁当は落ち込んでいく。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・夏物の売れる見通しが立たない。
家電量販店（店長）	・前年3月に終了のエコポイント制度に伴う需要、7月のアナログ停波需要をカバーできる需要の動きが悪く、ロンドンオリンピック需要にも期待できないため、収益部分でのマイナスが大きくなる。また、メーカーの収益減により、更に厳しい価格環境になる。
乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金による駆け込み効果もあるものの、車種も偏り気味で受注全体としては期待薄である。

乗用車販売店（営業担当）	・車の修理や車検は、販売が伸び悩んでいるので少なからず伸びている。ただし、やはり販売が増えてこそであるため、先行きは楽観できない。
住関連専門店（店長）	・消費税率引上げもどうなるか未定で、政府の助成や援助策もない業界なので、消費者の購入動機を高めにくい状況が続いている。もはやセールだからといって単純に飛びついてくれる消費者も少なく、鈍化傾向は継続している。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・日本の経済と政治の状況が今よりも良くなる限り、株価は上がらない。ましてや欧州や米国も安定した状況ではないため、変化するとは思えない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・今年はクールビズの取組が1か月ぐらい早くなったが、業界に対する影響はない。気温も上がっていくことで、より薄着になるため、健康食品の動きが良くなる。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・ローン決済による商品購入の客から後日キャンセルがあった。本人は購入意欲や支払能力があるにもかかわらず、家族に消費の優先順位を指摘され、反対されている。このように優先順位に対する意識が強まる傾向はまだ続く。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・家電不況や電力不足に伴う節約で、消費が拡大するきっかけがない。
高級レストラン（支配人）	・販売量は前年をやや上回ったが、年度目標には届かず、回復には至っていない。
一般レストラン（スタッフ）	・15%の節電が生活やレストランの営業にどのような影響を及ぼすのが不透明である。
一般レストラン（経理担当）	・個々にみるとよし悪しのばらつきが大きい。全体的な底上げがないと本来の消費が回復しない。公共料金の値上げや節電など、社会を取り巻く環境や外的要因、増税論議に対する不安から、企業ならびに個人の間で自己防衛意識が非常に高くなっている。
一般レストラン（店員）	・競合店の影響は当分受けるだろうが、打撃になることはない。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・前年と比較して天候は安定しているようだが、猛暑になるとの情報もある。喫茶店では、今夏の電力需給の問題次第で営業に影響が出る危険性もあり、先行きは不透明である。
観光型ホテル（経営者）	・欧州の経済危機をはじめ、米国、世界的な景気の動向は良くない。日本も東日本大震災以後の諸問題があり、閉そく感が漂っている。これを明るくする方向に持っていくような政治経済の方向性をはっきりと示さない限り、今の閉そく感を崩すことはできない。
観光型ホテル（経営者）	・6月から生ビールフェアや花火大会など夏のイベントが増える分、来客数も増えるが単価は特別価格が多くなるので、売上の減少が見込まれる。ただし、天候なども来客数を左右するため、予想が難しい。
観光型ホテル（経営者）	・関西の電力不足が深刻で、最終的にどの程度の節電要請になるかは不透明であるが、関西の宿泊施設にとっては大きなマイナス要因になる。また、ロンドンオリンピックの開催も、東京スカイツリーに加えてかなりのマイナス要因になる。
観光型旅館（経営者）	・大手企業では夏の休暇を増やして節電対策を試みる傾向にあるが、物価が不安定となる懸念がある状況で、レジャーやバカンスへの波及効果のほか、経費の動向は不透明である。
都市型ホテル（支配人）	・節電が7月2日から開始し、節電ムードが高まるため、消費拡大は期待できない。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、宴会共に単価が伸び悩んでいる。来客数はそれなりに見込めるが、動向をみていると価格重視の問い合わせが多い印象がある。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は先行予約が悪く、見込みは厳しい。また、夏のロンドンオリンピック開催による旅行控えの影響が出てくる。宴会は定例会合を中心に、先行予約は例年どおりであるが、値引きなどの経費削減を訴える企業が増えてきている。
都市型ホテル（マネージャー）	・V字回復のためとはいえ、大企業の人員削減や、欧州の信用不安、不安定な株価など、景気が良くなる要素は見当たらない。今月が良くなかった明確な原因が不明であることが、一層先行きの不安感を高めている。
旅行代理店（経営者）	・海外旅行の好調は続くと思われるが、オリンピック期間は毎回旅行の需要は落ち込む。今年も同様の動きが繰り返される。
旅行代理店（広報担当）	・大きなイベントリスクさえ起こらなければ、現状の動きが続く。ロンドンオリンピックもカウントダウンを迎え、客の楽しもうという気持ちが大きくなっている。

タクシー運転手	・企業関係の利用に若干の回復傾向がみられるものの、流し営業での客の不景気感は根深いものがあるなど、タクシーの乗り控え傾向が続いている。	
タクシー運転手	・必要最小限の利用が今のところは定着している。歓送迎会などがあっても電車を利用する状況は今後も続く。ただし、金曜日や学会などの会議、会合のあるときには少し動きがある。	
観光名所（経理担当）	・前年度は異例な状況下での数字であるため、例年の動きと比較すれば、この5月は売上が10%増となっている。ちなみに前年比は27%減となる。今月は天候も良く、連休も前年に近い来街者となったほか、当地での展示会による営業効果が徐々に集客増につながっている。ただし、飲食・喫茶の部門に比べて、当社のメインであるガラス製品の売上は来客数の割には伸びておらず、客単価も上がっていないが、ガラス体験教室はかなり伸びている。やはり手作りに関する関心はまだまだ強いいため、もっと力を入れて伸ばしていく必要がある。	
その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球の公式戦や人気歌手グループのコンサートが行われるほか、夏休み期間となるので多数の来場者を見込んでいる。	
その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・基本的に根本的な好材料は見当たらないが、節電ムードは当地のような山にある行楽地には前年も追い風であったため、一応は期待したい。	
美容室（経営者）	・連休で出費したほか、出かける所がなくなったので来客数は少ないが、これから蒸し暑くなるのでカットの客が増える。	
その他サービス[保険代理店]（経営者）	・良くなる材料は全くなく、為替、株価も最悪でどうしようもない状態である。このような状況では大企業は輸出も苦しく、企業財務が改善されるはずもない。大企業が悪ければ、中小企業も同様で、零細企業は倒産を逃れることがかり考えることになるため、当然ながら良くなることはない。	
その他サービス[ビデオ・CDレンタル] （エリア担当）	・映像関係は、引き続き価格競争もあり厳しい状況が続くが、書籍関係は前年並みで順調に推移している。	
その他サービス[生命保険]（営業担当）	・欧州の信用不安など、依然として景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は伸びない。	
住宅販売会社（従業員）	・今後、消費税率の引上げが予定されており、消費者にとっては、それまでに気に入ったマンションが販売されれば購入しておけばよいという、心理的な後押しにつながる。	
住宅販売会社（総務担当）	・現状を打破する材料が見当たらない。消費税が上がることを考えると受注が増えるが、当面は様子見となり、駆け込み受注が中心になる。	
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も左右されるほか、不良債権処理の動向によっては、市場価格の変動がそれなりにある。	
その他住宅[展示場] （従業員）	・少子高齢化で住宅着工戸数も頭打ちのなか、政府のストック重視の政策で新築市場は当分停滞が予想される。	
その他住宅[情報誌] （編集者）	・現在は活況な新築マンション市場であるが、今後の発売物件の価格上昇が顕著になり始めたときに、顧客マインドの低下が心配される。	
やや悪くなる	一般小売店[花]（経営者）	・夏に向かい、生花の購入が減少するほか、夏期休暇などで定期販売の売上も減少する。
一般小売店[時計] （経営者）	・客の平均年齢が高いため、最近出てくる話題の多くが夏の節電であり、真夏の暑さを避け、家での消費電力を少なくするために、大型商業施設に避難するという話が頻繁に出てくる。小さな路面店としては、どのくらい集客できるかが悩ましい状況である。	
一般小売店[珈琲] （経営者）	・電力供給不足の懸念があり、計画停電などで飲食店の営業時間が短縮される影響が心配される。	
一般小売店[食料品] （管理担当）	・6月中旬にはお中元商品が落ち着くため、売上は元に戻る。	
百貨店（売場主任）	・夏の電力不足に伴う節電により、景気全体が抑制される。特に、百貨店は営業時間を短縮せざるを得ない可能性もあり、そうなれば売上減少につながる。また、欧州の信用不安もあり、直近は景気が悪くなる要素の方が多い。	
百貨店（売場主任）	・節電意識の高まりが節約意識につながる。ボーナス減額の声も聞こえており、前向きな消費を促すきっかけがみつかりにくい。	

百貨店（販促担当）	・夏物セールのスタート日が一部ずれ込むため、単純に買い控えとなり、7月前半の動向が悪化する。セールの開始が遅くなると、その分だけセール待ちの期間が長くなり、前年の実績を確保することすら困難が予測される。
百貨店（婦人服）	・アパレル関連で夏のクリアランスのスタートを遅くする流れのなか、晩夏から初秋商材の手当てが十分とはいえず、せっかく堅調な流れが滞る恐れがある。
百貨店（店長）	・当地域では人口の減少及び産業の衰退が進んでいる。
スーパー（店長）	・節電対策を以前から実施しているが、目標削減率が高いため、日々の営業に支障が出る。
スーパー（企画担当）	・夏期の電力不足に伴う計画停電の懸念があり、営業時間の短縮や家庭の停電に備えた冷凍、冷蔵商品の買い控えて、売上が減少するほか、対策に伴う経費の発生で想定外の営業利益減が予測される。
スーパー（企画）	・節電が始まるほか、電気料金が大幅に上がるということもいわれており、節電に関する物以外の動きはかなり鈍くなる。さらに、消費税増税など、景気回復の明るい材料が全くみえてこない。
コンビニ（広告担当）	・今後2～3か月先は、不安要素としては電力不足が大きな問題である。
衣料品専門店（経営者）	・今後、売上を伸ばしていくためには、客が買いやすい価格帯のヒット商品を出す必要がある。
衣料品専門店（販売担当）	・企業自体が節約志向になる。
家電量販店（企画担当）	・テレビ需要の減退により、家電販売全体が冷え込んだままになる。
乗用車販売店（経営者）	・欧州経済圏の不安定化が株安を誘導している。
乗用車販売店（経営者）	・商店街のシャッター通りが増加してきている。東京スカイツリーは毎日20万人の人出とのことで、大阪も起爆剤になるような物が欲しい。
乗用車販売店（経営者）	・欧州の信用不安への懸念が常にあり、円高、株安を引き起こしている。各国が景気刺激策を行っているが、あまり効果がない状態である。先行きへの不安感から、しばらくは消費に関心が向かず、景気は低迷し続ける。
乗用車販売店（経営者）	・車両の販売や、車検予約、一般修理のすべてにおいて仕事の受注が少なく、来客数も少ない。
スナック（経営者）	・客の話で、団体で予約する場合はインターネットで調べて、珍しい店を探していると聞いた。景気、不景気は別として、商売の形を変えていかなければならない。
都市型ホテル（総務担当）	・宿泊の予約が減ってきている。また、宴会の予約も芳しくない。
都市型ホテル（客室担当）	・計画停電が実施されるかどうかに加え、ロンドンオリンピックによる客の出控え、東京スカイツリーへの話題の集中といった懸念材料があるため、先行きに不安を覚えている。
タクシー運転手	・周辺企業や店舗で人の数が減っている。客からの注文の激減が顕著となっている。
タクシー運転手	・客の動きは下火になっているが、これがどん底という感覚があり、この状態が続く。
通信会社（経営者）	・消費税率引上げ議論による影響が懸念される。
通信会社（企画担当）	・節電による悪影響が出てくる。
テーマパーク（職員）	・近隣の施設で大きな火災があり、その影響が懸念される。また、情報があいまいで事実確認が取れないが、今年は関西圏でも電力不足が見込まれており、その影響をどの程度受けるかがまだ予測できない。
観光名所（経理担当）	・近隣美術館での人気展示会が7月に終了するため、来場客が減少する。
競輪場（職員）	・依然として経済に活力があるようには思えない。
競艇場（職員）	・今夏の15%のピーク電力削減目標により、サービスの低下が避けられず、それによる来場者数の減少が懸念される。今後はマイナス要因が多いため、やや悪くなる。
その他レジャー施設 〔イベントホール〕 (職員)	・消費税の増税、電気料金の値上げなど、生活必需品に影響を及ぼす物がいろいろと出てきている状況下で、個人消費も冷え込み、中小企業、特に個人商店などはますます落ち込んでいく。その解決策、対応策がないと、一向に改善されない。
住宅販売会社（従業員）	・電力問題、消費税問題、ギリシャ問題、円高問題等、国内外に景気回復を阻害する要因が多く、景気の下振れリスクが大きい。

	悪くなる	商店街（代表者）	・公共料金の値上げや計画停電により、どのような影響が出るかが予想できない。
		一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・ギリシャの破たんが懸念される。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・計画停電のうわさもあり、節電が一層必要とされるこの夏場、小売店だけでなくメーカーやその現場の工場の苦労は避けることができない。そうしたなかで関西の景気が上向いていくとは決して思えない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・これから起こる電力不足は、致命傷になる。
		一般小売店〔花〕（店員）	・繁忙期でも客の節約志向が高く、売上が落ちているため、この夏の繁忙期も例年に比べて売上が落ちる。
		衣料品専門店（経営者）	・節電で外出を控えたり、節電対策の支出でほかの消費を抑える傾向が強くなる。
		一般レストラン（経営者）	・前年の猛暑時のデータでは、来客数がかなり落ち込んだ。今年、関西で節電協力や計画停電が実施されれば、来客数や売上は落ちる。
		一般レストラン（経営者）	・節電などで商店街よりも大型ショッピングセンターに人が集まるため、人通りが少なくなり、売上も伸びない。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・ゴールデンウィークの天候が悪かった影響で、客足が減っている。今後も景気が悪いので、悪い状況が続く。
		通信会社（企画担当）	・関西の空洞化が進む。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業（営業担当）	・前年のこの時期は、ミネラルウォーターを中心に飲料水の供給がままならない状況であった。ミネラルウォーターの需要は気温の上昇と共に高まるため、前年以上に受注は伸びる。
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量が増え出して、忙しくなってきたため、先行きはやや良くなる。	
	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業及び新たな提携事業の計画により、今後は売上、利益が増加する。	
	化学工業（経営者）	・この1年ぐらいいは景気がこまめに良くなったり悪くなったりしており、現在のような景気の悪さが長く続くとは思えない。	
	金属製品製造業（営業担当）	・自動車向け出荷は秋口まで今の状態が続く。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・ロンドンオリンピックや節電など、社会状況に応じた需要増が期待できる。	
	建設業（経営者）	・ホームページをみた客からの問い合わせは、この時期にしては多いと思うので、これからやや動きが出てくる。	
	輸送業（営業担当）	・繊維関係で小売店や問屋の新規の会社が増えたこともあり、荷物が増えている。	
	通信業（管理担当）	・ボーナス商戦で若干上向きとなる。	
	金融業（営業担当）	・企業の新規開拓の成果が徐々に始まる時期だと期待している。	
	広告代理店（営業担当）	・交通の要所での出店や開発が増えてくれば、再度マーケットの活性化が見込まれる。	
	広告代理店（営業担当）	・各クライアントの広告出稿意欲も前向きになってきており、出稿の話が増えてきている。	
	コピーサービス業（店長）	・前年は在庫切れなどで、うちの販売チャンスを逃したが、今年は各卸業者の対策も進んでおり、在庫切れはなさそうである。今年も需要は多いと予想しているため、若干見通しは明るい。	
	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・欧州の信用不安が解決の方向に向かえば、経済自体は上向いているので、先行きはやや良くなる。	
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・引き合い件数が増えており、先行きに期待できる。	
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・これから夏に向かい、節電の影響で蒸し暑い状態で過ごす場合、当社の製品は敬遠されると思われるため、厳しい状況になる。快適な状態の生活であれば影響はないが、本格的に節電すると食生活も大きく変わってくる。9月ごろには新商品も何品か発売するが、即座に全体をカバーするまでには至らない。
繊維工業（団体職員）		・外注加工費の値上げ要請もあり、コスト高の製品安で採算の悪化が懸念される。	
繊維工業（総務担当）		・商品の工夫にかかる経費がなかなか商品価格に転嫁できないのが現状であり、単価が上がってこない。	
化学工業（企画担当）		・高機能な製品よりも、安価である程度の機能を有する製品の売行きが良く、利益があまり取れない状態が続いている。	

プラスチック製品製造業（経営者）	・新しい物、売れる物を生み出そうという動きはあるので、極端な落ち込みはないが、逆に爆発的にヒットしそうな物の前兆も見受けられない。	
一般機械器具製造業（経営者）	・比較的良好な景況で推移する。	
一般機械器具製造業（設計担当）	・電力不足や節電問題などの影響も出てくる。	
電気機械器具製造業（経営者）	・やや悪い景況は当分続く。今後も国の債務問題を筆頭に多くの問題が残っており、それが爆発しないことを願っている。得意先の海外移転について行く企業や、コストを下げるために海外拠点を作る企業が出てくるなか、国内で日本企業と取引するだけの企業は、これからも厳しくなる。自社ブランドで国際的な販路を広げ、貿易実務も自力で処理できる企業は、まだ希望が持てる。全体的には変わらないが、企業の体質によって結果は変わる。	
電気機械器具製造業（企画担当）	・電力不足などの危機感から店舗や施設での節電意識は高まっているが、一般の消費意欲は値上げ要因で削られることが考えられる。	
電気機械器具製造業（営業担当）	・大きな案件がなく、現状を維持するのが精一杯である。	
電気機械器具製造業（営業担当）	・景気が良くなる要素がない。この先夏になって停電になれば、どうなるか分からない。	
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・海外向けについては、現在仕掛中の物件で安定した売上が見込める反面、国内の景気回復が不透明で積極的な設備投資が手控えられており、厳しい状況にある。	
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・夏場の電力不足の影響が懸念される。	
建設業（経営者）	・民間関係の価格競争が激しいなか、東日本大震災の本格復興も始まりつつあり、労務費や建設資材の高騰が予想される。官庁関係も震災復興が中心となり、各地の公共事業の予算は削減される。	
建設業（経営者）	・住宅の案件は増えつつあるが、新築1件当たりの単価が依然下がり続けている。	
輸送業（営業所長）	・新規の案件も出てきているが、運送業界も運賃の下落が大きいほか、燃料価格の高騰も利益を圧迫している。	
新聞販売店〔広告〕（店主）	・インターネットや携帯端末に読者が流れているため、購読者数の減少傾向は避けられない。	
広告代理店（営業担当）	・変動する要素があまりみられない。	
経営コンサルタント	・特に良い材料が見当たらない。	
司法書士	・案件もほとんどなく、現状を変えるような要因も見当たらない。	
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・何も変わる要素がない。	
その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・欧州の信用不安問題の日本国内への余波が危惧され、関西では電力不足による節電要請も見込まれるなど、小売事業者にとっては決して明るい要素はみられない。ロンドンオリンピックに期待したいところであるが、こちらも経済効果は期待できない。	
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・経費削減という意識が消費者にかなり刷り込まれているので、回復傾向がみえてこない。	
やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・欧州の経済状況が相変わらず安定しないため、この先も円高による経済の停滞が続く可能性を強く意識している。
出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・夏場にかけての節電キャンペーンがマスコミをにぎわせているが、情報通信の業界では次々と新しいモデルが出てきている。秋には新商品が発売される情報もあるが、タブレット端末との互換性によって、企業に対する新しいビジネスモデルの提案チャンスが生まれる。	
化学工業（管理担当）	・電力会社による15%の電力削減要請で、生産活動に支障が出てくる。また、円高やユ・ロ安によって輸出量が減少する。	
窯業・土石製品製造業（経営者）	・デフレの継続や政治の不安定があり、瓶などの庶民的な商品は売行きが悪い。	
金属製品製造業（経営者）	・電力不足の報道から荷動きが悪くなってきている。計画停電などが実行されれば関西経済は壊滅状態になる。	
金属製品製造業（管理担当）	・都心の再開発関連の受注が7月でほぼ終わり、次の大型物件の受注情報が入っていない。	
電気機械器具製造業（経営者）	・世界経済の不透明感で経済が収縮する感もあるため、前向きの商談は影を潜めている。	

		経営コンサルタント	・ここ2～3か月での回復見込みは非常に薄い。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・円高が続くようであれば、輸入商品が出回って受注するのが難しくなり、今後も問題であるため、何らかの対策を練らなければならない。
悪くなる		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・夏の電力不足により生産活動が抑制される。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・来月も仕事がないと取引先からいらわれている。
		不動産業（営業担当）	・円高などで神戸から事業所や従業員がいなくなり、不動産の空室率が上がるため、将来的にもまだまだ景気が悪くなる。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・欧州の信用不安と円高で、先行きが見通せない状態となっている。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・6月までの契約が既に9月まで延長となり、更なる追加もあるなど好調である。
		人材派遣会社（支店長）	・いつもは閑散期である5月が好調なので、繁忙になる7月以降は更に良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・この地区で最も不安視されることは今夏の電力需給だと思われるが、大飯原子力発電所の再稼動が多少みえてきたことで、景気に対するマインドが上向きになる。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・停滞感はあるものの、全体的な傾向は今年に入って以降、上向きの動きが続いている。
		民間職業紹介機関（支社長）	・半導体製造装置メーカー、電機メーカーがやや持ち直しているほか、家計動向も明るいいため、サービス関連業界の求人にも期待できる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の人事担当者から、支店の増加などの事業拡大に伴い、採用数を増やしたいという話を最近よく聞くようになってきている。
	学校〔大学〕（就職担当）	・企業側が景気回復が見込めると予測しているため、企業の採用意欲が活発化している。	
変わらない		人材派遣会社（役員）	・外部環境の不透明さが懸念材料である。欧州の信用不安の行方や中国経済の失速リスク、イラン問題、国内政治の推移など、いずれも景気への影響が大きく、注意を要する。
		人材派遣会社（営業担当）	・電力不足による産業の空洞化が懸念される。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・トピックス的な採用計画は特にない。節電などで先行き不安が残るなか、抑制気味の動きとなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費増税などが景気回復にマイナスの影響を与えることが懸念されるが、オリンピック景気にも期待される。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・全国の地域で農業や林業、漁業など、1次産業の担い手を求める声を聞く機会が増えたような気がする。また、地方都市も有能な人材を地域で確保したい思いが強く、東京一局集中型の雇用形態が、徐々に変化してくる可能性もある。
		職業安定所（職員）	・回復傾向にはあるものの、今夏の電力供給の制約などによる雇用への影響が懸念される。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の動きについては、1、2か月ほど様子をみないと判断できない。
		職業安定所（職員）	・求人の増加傾向は当分の間継続すると思われる。しかし、製造職の正社員求人（未経験者可）に応募者が殺到するなど、求職者には厳しい状況が続いている。また、今後も大規模な雇用調整の情報があることや、欧州の信用不安や節電、計画停電の状況など、不安定な要素が多い。景気が回復基調にあるのは間違いのないものの、情勢の変化によっては一気にしぼんでしまう恐れを含んでいる。
		職業安定所（職員）	・求人数の急激な増加は見込めない。
		職業安定所（職員）	・円高、電力不足などが雇用に影響を及ぼす懸念があるため、景気が良くなる見通しが立たない。
		民間職業紹介機関（職員）	・当地の建設日雇労働市場では、長期低迷と高齢化などによる熟練作業員の不足をハローワークなどからの若年層補充では賄いきれず、企業が仕事の受注量を抑える傾向も定着しつつある。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・本当の景気改善がない限り、安定的な採用環境は期待できない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・特に大きな変化を感じていない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・全般的に不透明感がぬぐえない。
	やや悪くなる		
	悪くなる	-	-