

## 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）	・4月前半の感触が良かったため、5月以降にも少し期待が持てる。
		商店街（代表者）	・京都の商店、1,200店舗のクレジットカード売上をみて、底を打った感があるため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（企画担当）	・環境自体は今後も厳しいが、定額給付金の給付といった景気対策の効果が出てくる。
		スーパー（店長）	・定額給付金の給付や、プレミアム付き商品券の発行が来月ぐらいから増え、今後2～3か月は消費マインドも若干上向くため、夏物商戦はやや良くなる。
		家電量販店（経営者）	・省エネ家電のエコポイント制度が実施されることで、消費マインドが高まる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・政府の景気対策の効果が出てきたのか、消費者の行動が活発になっている。また、新型インフルエンザにより、うがい薬や手洗い石けん、マスクが動き始めている。特に、マスクについては、4月末には例年と比較して5割アップぐらいの販売量となっている。
		観光型ホテル（経営者）	・景気対策などが消費の増加を促し、経済の良い循環が生まれている。ゴールデンウィーク中は満室状態となるなど、今後は売上が上向いていく。
		都市型ホテル（役員）	・宿泊部門では3か月先の予約状況がやや上向いており、単価をうまく上げることができれば久しぶりに良くなる。宴会部門も予約件数は前年並みを維持しているものの、小規模な宴会が多いため、前年比では2～3%ほど売上が落ち込む。
		通信会社（企画担当）	・今後、景気対策の効果によって消費者動向の改善が進む。
	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の交流戦が行われるほか、家族向けのイベントや人気アイドルグループのコンサートもあるため、来客数が増える。	
	住宅販売会社（従業員）	・住宅購入に対する支援策により、客の購入マインドが向上する。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・過去最大規模の住宅ローン減税がスタートし、特に6月4日から認定が開始される長期優良住宅には大きな優遇があるため、今後は上向き傾向となる。	
	変わらない	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・定額給付金の給付効果にはあまり期待していない。新型インフルエンザの影響もあり、ゴールデンウィーク明けの客足も伸びない。
		一般小売店〔ゴルフ用品〕（店長）	・来客数には回復の兆しが出てきたものの、1品単価が上がらないため、販売数量を増やさねばならない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・客の動向をみても来店頻度が少なくなっているため、しばらくは低調な状態が続く。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・客単価が下がり、売上も伸びていないため、今後も悪い状態が続く。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・客の購買意欲はなかなか戻らないため、今後も厳しい状況が続く。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・タスポを嫌ってコンビニに流れた客が戻ってこない限り、売上が回復することはない。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・カメラ付き携帯電話の機能がこれだけ上がり、保存容量も多くなれば、特にカメラを持つ必要がなくなる。携帯電話があれば十分という人が急速に増えているため、今後も厳しい状況が続く。
百貨店（売場主任）		・現状からこれ以上悪くなることはないが、全体的にどんどん良くなることはないため、当分は現状と変わらない。	
百貨店（売場主任）		・2、3か月先はクリアランスセールが実施されるが、余分な物は買わないという消費トレンドは変わりそうにない。	
百貨店（売場主任）		・定額給付金の給付といった景気対策には若干期待できるものの、効果は一時的なものにとどまる。本格的な回復には、対策を断続的に続ける必要があり、まだまだ相当な時間が掛かる。	
百貨店（企画担当）	・今年は気温が低めに推移するため、初夏物の動きは伸びない。		
百貨店（営業担当）	・超優良顧客の間には、美術品といった高額品の引き合いも徐々に出てきている。ただし、大部分の客については衝動買いの動きなどもみられないため、今の状況が続く。		
百貨店（営業担当）	・客に興味を持たせるような新しい商材にも期待できないため、現状のまま推移する。		

百貨店（外商担当）	・定額給付金の給付による効果については不透明である。
百貨店（商品担当）	・この3か月は下降が続いたものの、売場への来客数が増えるなど下げ止まり感があることから、今後更に悪化することはない。
百貨店（店長）	・気温の差が大きく、売上のよし悪しの変化がかなり激しい。この状況はしばらく続く。
百貨店（売場担当）	・依然としてクーポンの配布や値引き、ポイントアップなどの販促で売上を確保しているのが現状である。また、衣料品のリフォーム売上が大きく伸びていることから、消費者の間で新たな商品を買う意欲は回復しにくい。
スーパー（経営者）	・高速道路料金引下げの影響で、天気の良い週末は客が15%ほど少なく、売上も15～20%減少しているのが現状であり、この傾向が今後も続く。
スーパー（経営者）	・雇用不安やデフレ傾向など、悪循環に陥っている感があるため、2～3か月では回復しない。
スーパー（店長）	・定額給付金の給付による余分な買物には期待できず、高速道路料金引下げも客の減少につながっている。一方、客単価の低下傾向はこれからも続くほか、競合店が減少することはないため、今後も厳しい状況が続く。
スーパー（経理担当）	・新型インフルエンザの発生により、早くも豚肉が敬遠されるといった影響が出ている。今後外出制限のような事態になると、売上への影響も非常に大きくなる。
スーパー（広報担当）	・定額給付金の給付といった景気対策により、消費喚起につながる可能性は多少あるものの、大きな回復は難しい。
コンビニ（経営者）	・節約で弁当を持参する人が増え、そう菜や汁物の単品買いが増えているため、売上は横ばい傾向が続く。
コンビニ（店長）	・プライベートブランドの商品開発が進み、高品質で低価格の商品が増えるため、販売量は増加する。ただし、景気後退で客の財布のひもが固くなり、そのほかの商品は現状維持かマイナスとなるため、全体としては現状維持に落ち着く。
衣料品専門店（経営者）	・必要な物には支出がきちんと行われており、何も買わずに我慢するといった極端な状況は少なくなっているため、現状のまま推移する。
乗用車販売店（経営者）	・政局が不安定な上に、新型インフルエンザの発生などの景気後退要因も残っているため、今後も全体の状況は変わらない。
乗用車販売店（経営者）	・ゴールデンウィーク前の駆け込み需要も期待したほどではなかったため、先行きには不安がある。
乗用車販売店（営業担当）	・税制の変更や補助金による受注増はいくらも見込めるものの、いずれも効果は短期間にとどまり、根本的な解決にはならない。
住関連専門店（店長）	・家具は食料品などと違って買換えのサイクルが長く、買い控えの対象にもなりやすい。売上は低迷しており、定額給付金の給付による効果もないため、今後も厳しい状況が続く。
その他専門店〔医薬品〕（店員）	・客の間では低価格志向が若干強く、広告を行った場合も値引き商品には動きがややみられる。さらに、健康志向の相談客も若干増えており、今後もこれらの傾向が続く。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・しばらくは市場の停滞が続く。
一般レストラン（経営者）	・今後、競合他社は更なる値下げを行ってくと予想されるが、その影響がどう出るかは予想が難しい。また、新型インフルエンザの影響はまだ出ていないものの、先行きは不透明である。
一般レストラン（経営者）	・地域でプレミアム付き商品券が発行されるため来客数は伸びるが、キャンペーンで単価を下げた場合、売上はさほど変わらない。
一般レストラン（経営者）	・まだまだ景気の先行きは不透明であるため、外食に対して客の慎重な状態が続く。
一般レストラン（スタッフ）	・政府の景気対策が身近に感じられないため、連休後の反動が心配されるほか、新型インフルエンザによる心理的影響が消費全体に広がる。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・季節的には新入社員による需要も見込まれるが、今年は期待外れに終わる。雇用が不安定で先行きも不透明であるため、新入社員の間にも節約志向がみられる。
観光型ホテル（経営者）	・先の予約状況を見ると、1～2割の減少どころか3～4割減と、今後も悪い状況が続く。低額の宿泊プランを出すと予約はある程度入るが、単価の高いプランはあまり売れず、団体客も前年に比べると半減している。

観光型ホテル（経営者）	・定額給付金の給付や高速道路料金引下げが、良い方向に向かう材料となれば良いが、もう少し様子をみないと分からない。ただし、現状は底であるため、これ以上は悪くならない。
観光型旅館（経営者）	・所得の減少が進むため、今後も回復はあまり進まない。
観光型旅館（団体役員）	・主要な集客先である京阪神からの高速道路料金が引下げられるものの、夏シーズンとの端境期であるため、大きな効果はない。
都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約状況を見ると、来客数、単価共に前年と変わらない。一般宴会、婚礼についても、単価の低下が止まらないため、今後も厳しい状況となる。
都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門の外国人旅行者の減少に歯止めが掛からず、夏休みまでは非常に厳しい状況が続く。レストラン、宴会も良くなる要素は見当たらない。
都市型ホテル（営業担当）	・5月の連休は、宿泊が3日と4日のみ高稼働となっているが、それ以降は大変厳しい状況である。当ホテルは個人予約が主体であるが、予約が例年ほどは入ってこない。一般宴会の予約は少しずつ入っているものの、未確定の予約が多く、選挙時期などが決まることで変動してくる。いずれにしても厳しい状況がまだ続く。
旅行代理店（経営者）	・海外旅行でも安近短の方面は好調であるが、その一方で国内旅行が落ち込み、金額では前年並みを維持するのが精一杯である。新型インフルエンザの影響拡大も懸念材料となっている。
旅行代理店（広報担当）	・新型インフルエンザによる被害がアメリカやニュージーランドといった多方面へと広がると、海外旅行の需要にも大きな影響が出る。問い合わせ客からもそういった声が聞こえており、終息、拡大のいずれかによって状況は大きく変化する。
タクシー運転手	・今はどん底の状態で、これ以上悪くなる要素はない。
タクシー運転手	・タクシーに関しては、節約志向もある程度限界にきており、これ以上悪化することはない。
通信会社（経営者）	・携帯電話の買換えサイクルは、一昨年から昨年にかけて24か月から33か月に延びている。今年度は更に需要が10%ダウンすると予想されており、低位で推移することになる。
通信会社（管理担当）	・通信会社による新製品導入は7月ごろとなるため、夏場にはやや回復するが、現状については販売優遇策がない限り変化はない。
観光名所（経理担当）	・土日や祝日と、平日の来客数の差が以前よりも広がっている。売上も平日の落ち込みが大きくなっており、先行きの不透明感も続いているため、今後も状況は変わらない。
競輪場（職員）	・上昇するきっかけが見当たらないものの、今より悪くなる要素もない。
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、その結果によって生徒数に変化が出てくる。
その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・景気の低迷で消費者は家計を引き締めているため、生命保険への加入を見送るケースが今後も増える。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・シニア向けの販売促進策に期待しているが、効果が判明するのはこれからである。
住宅販売会社（経営者）	・当社は現金での購入客が多く、住宅ローン減税の恩恵もあまり受けない。今後は株価の動向にも大きく左右されるため、非常に不透明である。
住宅販売会社（経営者）	・連休が明けても客の動きが続いていれば、一時的には回復傾向にあるといえるが、まだまだ楽観視はできない。
住宅販売会社（経営者）	・今は新たな需要によって売れているのではなく、今まで条件の合わなかった人による購入にとどまるため、今の動きが一巡すれば元の売れない状態に戻る。
住宅販売会社（従業員）	・税制や金利面では購入に良い時期であるが、経済状況が悪く客の購入マインドが冷え切っているため、今後も厳しい状況となる。
住宅販売会社（総務担当）	・長期優良住宅の取得に対する優遇税制に期待しているが、効果はすぐには表れない。
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）	・一般の消費は足踏み状態となるものの、不動産取引については引き続き増加する。
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・企業を取り巻く環境は引き続き厳しく、消費マインドの上昇にはまだ時間が掛かる。特に、不動産デベロッパーの破たんが続くようであれば、更に悪化が進むことになる。

やや悪くなる

一般小売店〔時計〕 (経営者)	・定額給付金の給付により一時的に華やいだ雰囲気となっているが、それが落ち着き始めると、逆に財布のひもが固く締まる。取りあえず欲しい物は手に入れるが、新たに自分のお金で買うまでには至らない。
百貨店(売場主任)	・消費者の間では、無駄な買物をしないという意識が根付いているため、今後は更に悪くなる。
百貨店(サービス担当)	・新型インフルエンザにより、ゴールデンウィークも行楽や買物に出掛けない傾向が強まるほか、風評被害的な食品の買い控えが進む。
百貨店(婦人服担当)	・新しい売場の認知は徐々に進む一方、冷え込んでいる消費マインドの回復は難しい。
スーパー(経営者)	・定額給付金の給付は多少の追い風になるものの、日常の買い回り品の購入に使われたとしても、1、2か月分の効果しかない。業界がそろって値下げを進めるなか、売上の伸びる要素が見当たらない。
スーパー(店長)	・定額給付金の給付や高速道路料金引下げなどにより、消費マインドがやや上向いた感はあるものの、夏季賞与の減額が報じられることで、再び冷や水が浴びせられる。
スーパー(店長)	・昨年秋以降、県下の雇用は低調であるため、定額給付金の給付による効果も薄い。
スーパー(店長)	・新型インフルエンザの報道もあり、景気低迷に追い打ちをかけることになる。
スーパー(企画担当)	・競合店の出店が相次ぐため、来客数、売上共に前年の水準確保は困難となる。
スーパー(管理担当)	・客の購買量は緩やかに下降しており、低迷から脱却する材料が見当たらない。
スーパー(開発担当)	・大手企業の夏の賞与が減るのに伴い、中小企業でもカットされる。賃金が減少するなかで、景気が良くなることはない。
コンビニ(経営者)	・専門学校の開鎖で近隣の人口が更に減少しており、客単価の上昇も見込めないなど、良くなる要素が見当たらない。
コンビニ(店長)	・タスポによる売上の押し上げ効果については、開始から1年が経過するため、6月以降は前年比でみた売上が厳しくなる。
衣料品専門店(営業・販売担当)	・今年の夏はスーツの新調を見合わせるという客が多いため、更に悪化が進む。
家電量販店(管理担当)	・景気対策が十分でないため、雇用不安がかなり大きくなる。周囲からもリストラだけでなく、実際に倒産したという話がよく聞かれる。
乗用車販売店(経営者)	・環境対応車への優遇税制で対象車の動きは良いが、そのほかの車種はかなり厳しい状況である。夏の賞与支給額もかなり厳しくなるため、需要を喚起するには至らない。
乗用車販売店(経営者)	・良くなる要因がなく、まさに100年に一度の不景気といった感がある。最近ではテレビでも先行きに明るさが出てきたと報じられているが、失業者も増えてきているため、そうならなければ大変なことになる。
乗用車販売店(経営者)	・新車の販売台数が減少しているほか、車検や一般修理の予約状況も悪いため、先行きの見通しは厳しい。
高級レストラン(支配人)	・外出を控えるなど、社会全体で新型インフルエンザ対策が進むことにより、消費が落ち込むことになる。
一般レストラン(スタッフ)	・ゴールデンウィークを控えて若干良くなる要素はあるものの、周囲の景気は悪く、早々と休業に入っている企業もある。今後については、来客数や客単価の回復は見込めず、現状のままで推移していく。
観光型旅館(経営者)	・今は定額給付金の給付によって下支えされているが、今後はその効果が薄れてくる。
都市型ホテル(スタッフ)	・アジアからの観光客は前年並みに戻っているが、ビジネス客の宿泊は回復の見込みが立っていない。一方、レストランは安定してきたが、宴会の先行予約は悪く、特に企業による定例会合の中止が数件発生している。
観光名所(経理担当)	・来場者数や売上の減少が大きくなっている。ゴールデンウィークに入っても客の動きは上向かず、特に団体客の減少が著しいため、先行きの見通しは厳しい。
住宅販売会社(経営者)	・供給過剰の住宅分譲物件で値引き競争が始まっているため、中古市場や不動産流通市場にも影響が出てくる。
悪くなる	商店街(代表者) ・日曜、祭日は来街者の減少が特にひどい。定額給付金の給付に期待しているが、一過性の効果にとどまるため、先行きは厳しい。

	商店街（代表者）	・定額給付金が給付されたとしても、商店街の買い回り品にはプラスにならない。
	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・雇用調整の波が消費の減退につながるため、消費者の財布のひもが更に固くなる。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・春の売出しのほか、商店街やショッピングモールでの抽選会など、どの売上も前年比20%以上のダウンとなっているため、先行きの見通しは厳しい。ただし、新緑の見物などの観光客は確実に増えている。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・ゴールデンウィークが明けると夏までは消費の落ち着く時期に入るため、ゴールデンウィーク中の動きが今後の指針となる。一方、新型インフルエンザによる食肉業界への影響も気掛かりである。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・定額給付金の給付効果に期待されるものの、最近は消費者の間で買い控えの傾向が強まっており、先行きの見通しが全く立たない。
	一般小売店〔花〕（店員）	・悪いニュースばかりで客の購買意欲がますます低下し、節約志向も進むため、客単価が落ちる。
	百貨店（マネージャー）	・当社の夏の賞与は前年比で15%減となるほか、他社でも大きな減少となるため、個人消費は悪化傾向が進む。
	コンビニ（マネージャー）	・前年の6月にタスポが導入されて1年が経過するため、売上の前年比は大きく低下するが、効果的な対策もない。
	衣料品専門店（経営者）	・今の状況で多くの商品を抱えるわけにはいかないため、バーゲンでも品ぞろえの不足で苦戦することになる。
	衣料品専門店（販売担当）	・客単価の低下や買い控え傾向など、客の動きが悪いため、先行きの見通しは厳しい。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	・現状よりも良くなる要因が見当たらない。景気対策などで国民全体が前向きになれる環境を作らなければ、客は消費に対して積極的になれない。
	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・売上を支えてきた社員が減ったため、在籍者でカバーできるかどうか見通しが立たない。
	旅行代理店（店長）	・海外旅行の際の燃油サーチャージはなくなるが、新型インフルエンザの発症による新たな不安要素が発生している。
	タクシー運転手	・ゴールデンウィーク中は、高速道路料金引下げによりタクシーの乗客数は間違いなく減る。タクシーの乗車回数が増えるのは、暑い夏や激しい雨、寒い冬、また正月などのあいさつ回りで酒を飲む時期のみであるため、これから厳しい時期に入っていく。
	タクシー会社（経営者）	・季節要因や気候要因を除いても、交通費は節約傾向が強まる。特に、徒歩や自転車、電車、バスで代用できるタクシーは、緊急性がない限り利用が控えられる。また、法人に関してはタクシーチケットのほか、接待、社用での利用が節約される雰囲気となっている。
	その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・新型インフルエンザの影響で、感染確認地域のショッピングセンターや集客施設の収益が一段と冷え込む。日本でも感染が確認されれば、相当なダメージを受けることになる。
	美容室（経営者）	・持ちこたえられずに閉店する同業者や他業者がこの1か月で増えているため、先行きは厳しい。
	住宅販売会社（経営者）	・不動産市況は最悪であり、チラシや住宅情報誌などの集客率も悪過ぎて話にならない。今後は建売住宅やマンションの値引き合戦も本格化することになる。
企業 動向 関連	良くなる	-
	やや良くなる	-
	木材木製品製造業（経営者）	・販売数量や受注量が少しずつ増えているため、今後は上向き傾向となる。
	化学工業（管理担当）	・4月以降、自動車関連の出荷は徐々に増える。2～3月が底であり、今後は緩やかな回復に向かう。
	金属製品製造業（経営者）	・1～3月は在庫調整で受注が激減したが、調整も最終段階に入っており、今後は徐々に需要が出てくる。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・省エネ商品のエコポイント制度もあるため、荷動きが増える。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・受注量は底冷え状態となっているものの、ほかの業界からは明るい話題も聞かれるため、やや上向いてくる。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・2、3月と引き合いが止まっていた取引先に、少しずつ動きが出てきている。
	輸送業（営業担当）	・4月中ごろから、工場から出る製品、材料などの荷物が徐々に増えているため、やや良くなる。
	通信業（管理担当）	・定額給付金の給付による影響で良くなる。
その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・ここ数か月は卸売、小売共に総崩れであったが、小売店では徐々に回復の兆しが出てきている。卸売には相変わらず不調な分野もあるものの、卸売、小売全体では回復に向かう。	

変わらない	食料品製造業（従業員）	・新型インフルエンザの流行に伴い、豚肉は安全であると報道されているが、消費者がどう判断をするかは未知数である。ただし、商品の売行きに影響が出たとしても、安価な製品を中心に販売量は安定的に推移する。	
	食料品製造業（経理担当）	・原材料の価格が徐々に下落しているが、製品価格に反映できるまでには至っておらず、すぐには影響が出にくい。	
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・受注量が増えていないため、今後も厳しい状況が続く。	
	化学工業（経営者）	・売上や受注状況は底を打った感があるものの、得意先に回復の力強さを感じられるほどではない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・業況は今後も一定の水準で推移する。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・実体経済については何とか予測もできるが、金融市場が引き起こした不況であるため、本当に先行きの見通しが立たない。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・例年はゴールデンウィークに仕事が入ってくるが、今年は入ってこないため、先行きも良くはならない。	
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	・景気対策による消費の浮揚効果により、やや良くなる。	
	建設業（経営者）	・閑散期となるため、受注状況が改善するのはもう少し先になる。	
	建設業（経営者）	・消費者は住宅や土地などの高額な買物を控えており、企業にも大規模な設備投資は控えるという待ちの姿勢がみられるため、今後も現状維持となる。	
	建設業（営業担当）	・半導体関連でも設備投資を開始し始めている企業がある。引き続き予算を許さない状況であるが、わずかながら明るい兆しが出てきている。	
	輸送業（営業所長）	・取引先ではパート社員の出勤日数の削減や時間調整の話も出ているため、急激に仕事量が増えることはない。	
	輸送業（総務担当）	・顧客からは明るい情報が入ってこないため、厳しい状況が続く。	
	金融業（支店長）	・従来は戸建住宅を中心に販売していた取引先が、現在は中古マンションのリフォーム販売を主に行っている。住宅ローン減税で一般のサラリーマンが買いやすい状況となっているため、今後も好調が続く。	
	金融業（営業担当）	・下請の製造業者では厳しい状況が続いているものの、大企業の生産調整が終わるのに伴い、生産調整分の受注は回復する。ただし、受注の落ち込みにより今後2、3か月は資金繰りが厳しくなる。	
	やや悪くなる	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込チラシの件数も例年よりかなり落ちており、下げ止まりの感もあるが、上向く要素もない。また、経済的理由による購読中止が増えているため、今後も厳しい状況となる。
		広告代理店（営業担当）	・しばらくは広告費の削減が続く。
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）		・取引先からは、設備に関する予算の見積も全然出てこないため、受注量の減少が続く。	
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）		・得意先での在庫調整はかなり進んだようであるが、販売量の増加は難しい。	
出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）		・景気対策はいずれも短期的なものであり、消費者の財布のひもは緩まないため、企業独自の考えで行動する必要がある。例えば、環境や医療業界では原材料の工夫が求められるため、エコマークの使用や環境対応の用紙を得意先に提案していく必要がある。	
化学工業（企画担当）		・プライベートブランド商品といった安価な製品へのニーズが高まるため、高機能、高付加価値品向けの利益率の高い原料については、需要が伸びない。	
電気機械器具製造業（企画担当）		・景気回復の兆しがない限り、住宅ローン減税があっても住宅需要はなかなか回復しない。	
建設業（経営者）		・世界同時不況で設備投資の中止や延期が今後も続くため、仕事量については先行きが不透明である。	
広告代理店（営業担当）		・まだ底が見えず、今後の状況が良くなる気配もない。	
経営コンサルタント		・顧客各社共に、生産、販売、受注量の回復はみられないため、今後も悪化傾向が進む。	
コピーサービス業（従業員）	・景気悪化に伴う企業の経費削減は、印刷関連会社にとって死活問題となる。ただし、定額給付金の給付に関する通帳や身分証明書のコピー需要は、焼け石に水ではあるものの、ある程度は期待できる。		

	悪くなる	繊維工業（総務担当）	・受注量の減少に伴い、売上の先行きは前年比15～25%減となる。
		繊維工業（総務担当）	・これまで靴下のような低価格品は購買量がさほど落ち込んでいなかったが、今後は減少が顕著になってくる。
		繊維工業（団体職員）	・受注などを取り巻く環境は悪くなっているため、今後は更に悪化が進む。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・原因は分からないが、昨年12月から4月まで瓶の消費が大きく落ち込んでいるため、先行きの見通しは厳しい。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・例年の傾向では下降する時期となるが、今年は特に先行きの見通しが立たない。
		不動産業（営業担当）	・企業が当地域に進出し、事務所を借りるといったニーズはまだまだ弱い。まずは東京圏が回復しない限り、大阪圏の事務所需要もなかなか回復してこない。
		広告代理店（営業担当）	・ここ半年間は受注量が前年比40～50%で推移しているため、今後の見通しは厳しい。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・世界的な景気対策の効果が徐々に出てくる。株価なども最悪期は脱しつつあるため、2、3か月先には求人依頼も増加傾向となる。
		人材派遣会社（支店長）	・少しずつ求人数が増える感はある。3か月後に上向き傾向となっているかは不透明であるが、追加景気対策の影響で10月ごろから少しずつ上向いてくる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・新規求人数が底を打ち、やや回復がみられる。採用計画を下方修正する企業はほとんどなく、スポット的にはあるが求人を再開する企業も出始めているため、3か月後には最悪期を脱する。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・まだ底の見えない状況が続いているため、回復は難しい。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣という形態が今後見直されていくため、厳しい状況が続く。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・求人数を大きく押し下げているアウトソーシング業界に一応の落ち着きがみられるため、求人数が今よりも落ち込むことはない。
		民間職業紹介機関（職員）	・日雇労働市場に関しては、景気対策に伴う公共工事関連の求人増に期待が掛かるものの、まだ具体的な兆候はない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・周囲に景気回復の兆しは見当たらないため、今後も厳しい状況が続く。
		やや悪くなる	職業安定所（職員）
		職業安定所（職員）	・求人数は既に相当少ない水準にあるほか、募集を中断していたサービス業や小売業からの求人が戻り始めているため、これ以上減少することはない。ただし、休業補償を支払って正社員の雇用を何とか維持しているメーカーは、依然として先の見通しが立っていない。今後人員整理を始めることになれば、離職者が更に増加することになる。
悪くなる		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・全く先行きの見通しが立たないが、大阪の地元企業の業績が新聞広告の動きに反映されるため、前年比で7割程度の動きとなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・既に来春の新卒採用の減少が大きく報じられるなど、雇用不安の広がるなかで転職者が増えることはない。太陽光発電関連の生産現場は比較的活気があるものの、雇用の増加は技術系職種の一部に限られる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・雇用に対する不安や収入の減少で生活の見直しが進むため、消費が更に抑えられる。
		職業安定所（職員）	・製造現場の仕事を探す求職者が多い一方、製造業の求人は前年比で5割減となっており、求人求職のミスマッチが生じている。また、これまで増加傾向にあった飲食店関係の求人も2か月連続で大幅減となるなど、先行きの見通しは厳しい。