

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）	・新型インフルエンザの影響もなくなり、景気対策の効果もわずかながら出てくるため、上向き傾向となる。
		百貨店（売場主任）	・株価が上がってきており、景気の底打ち感も出てきたため、今後は少しずつ良くなる。
		百貨店（売場主任）	・夏のボーナス支給の減少による影響はまだ分からないが、全体として消費の抑制傾向は和らいでくる。
		百貨店（売場主任）	・選挙などの不透明な要素はあるが、必要な物を中心に、買いたい物は買うという動きが出てきているため、このまま消費は微増の傾向が進む。
		百貨店（営業担当）	・今月ごろから宝飾品や高級時計に動きが出てきている。店頭売上は当分低迷するが、資産家や優良顧客による高額品の買上げは増えてくる。
		百貨店（営業担当）	・直近の宝飾品の催事では、100～200万円程度の受注が多くみられた。この程度の価格帯であれば、良い商品への引き合いが今後出てくる。
		百貨店（商品担当）	・1、2月の最も厳しかった時期に比べ、来客数が増加している。客は買い控えに飽きているため、特價品や少し特典を付けた商品であれば、購入につながるパターンが増える。
		百貨店（売場担当）	・為替の影響で、秋からは衣料品を中心とした輸入商品の価格が下がる。国産アパレル商品も更に価格を意識した品ぞろえとなるほか、株価が少し上昇する傾向となるため、富裕客の間でも高額品の購入が拡大する。
		スーパー（社員）	・依然として厳しい経済環境は続いており、夏のボーナス減少で消費拡大も難しい。ただし、店舗ごとのばらつきはあるものの、食品が主体の当社は総じて堅調な売上、来客数を維持できており、夏に向けては更に拡大傾向となる。
		家電量販店（経営者）	・今後はエコポイント制度による効果で消費意欲は高まる。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー減税やスクラップインセンティブにより受注が好調であるため、今後もやや良くなる。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・景気の上向き感が広がりつつあるため、今後はやや良くなる。
		高級レストラン（支配人）	・今月後半から新型インフルエンザの影響もなくなり、徐々に観光客も増えているため、今後はやや良くなる。
		一般レストラン（スタッフ）	・新型インフルエンザの影響も落ち着き、今後は夏休みにも入るため若干良くなる。
		スナック（経営者）	・7月はボーナスの支給があるため、新型インフルエンザの影響でストレスをためている客が、そろそろ店に来るようになる。
		都市型ホテル（役員）	・新型インフルエンザの影響も落ち着くため、少なくとも今よりは良くなる。ただし、予約状況は前年比で80%と、宿泊部門を中心に景気低迷の影響は続いているため、前年並みに戻ることはない。
		旅行代理店（経営者）	・夏場は新型インフルエンザの影響が大きく低下するため、今月よりも上向くが、特に好材料は何もない。前年並みに戻れば御の字である。
		旅行代理店（広報担当）	・今年の9月は5連休があるため、多くの申込みが入っている。来店客の話聞いても、夏休みと9月の両方に旅行へ出掛けるとい人が多い。今後は客のマインドが更に盛り上がるため、受注の増加につながる。
		タクシー運転手	・これから夏の風物詩が多くあり、新型インフルエンザで落ち込んでいた修学旅行関係も夏休みには出てくるため、多少は良くなる。
通信会社（社員）	・エコポイント制度が前月から実施され、地上デジタル放送対応のテレビなどの売上が上向いている。それに伴い、家電量販店などのイベントでも、ケーブルテレビに対する客の反応が今まで以上に良くなっているため、今後は上向き傾向となる。		
通信会社（管理担当）	・新製品の一部に不具合が出て低迷していたが、改善後の商品が入荷されたことで、夏商戦から秋商戦に向けては良くなる。		
遊園地（経営者）	・5～6月前半は不況に加えて新型インフルエンザの影響もあり、営業状況は最悪であった。これから更に状況が悪くなるとは考えにくい。		

	<p>その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕(エリア担当)</p> <p>住宅販売会社(経営者)</p> <p>住宅販売会社(従業員)</p> <p>住宅販売会社(総務担当)</p>	<p>・夏のキャンペーンやCMによる効果、商品タイトルなどにも恵まれるため、先行きはやや良くなる。</p> <p>・政府の各種景気対策により客の将来不安が和らいできた感がある。特に大型物件において住宅ローンなどを勧めやすくなっているため、先行きはやや良くなる。</p> <p>・これ以上悪くなることはなく、株価の上昇と共に住宅の需要は回復してくる。</p> <p>・長期優良住宅の認定制度の実施により、少しは良くなる。</p>
変わらない	<p>商店街(代表者)</p> <p>一般小売店〔花〕(経営者)</p> <p>一般小売店〔鮮魚〕(営業担当)</p> <p>一般小売店〔衣服〕(経営者)</p> <p>一般小売店〔衣服〕(経営者)</p> <p>一般小売店〔花〕(店員)</p> <p>一般小売店〔菓子〕(営業担当)</p> <p>百貨店(売場主任)</p> <p>百貨店(売場主任)</p> <p>百貨店(売場主任)</p> <p>百貨店(企画担当)</p> <p>百貨店(サービス担当)</p> <p>百貨店(婦人服担当)</p> <p>百貨店(店長)</p> <p>スーパー(経営者)</p> <p>スーパー(経営者)</p> <p>スーパー(店長)</p> <p>スーパー(店長)</p> <p>スーパー(店長)</p> <p>スーパー(店長)</p> <p>スーパー(企画担当)</p> <p>スーパー(広報担当)</p>	<p>・客の買物意欲が低下したままで、回復する気配がない。週末の高速道路料金引下げにより、都心部の商業施設の売上にも影響が出ている。今後も環境はあまり良くならず、客の節約志向がまだまだ続く。</p> <p>・景気の回復が報じられているが、生活に直接関わらない生花などの売上が回復するには、まだ時間が掛かる。</p> <p>・これからも好転する材料は全く見当たらないため、この景気の悪さは長期にわたって続く。</p> <p>・今の状況では買い控えが続くため、今後も良くならない。</p> <p>・先行きへの期待が全く持てず、この先どうなるかが非常に不安である。</p> <p>・先行きへの不安もあり、客の節約志向は変わらないため、客単価は伸び悩む。</p> <p>・個人の営業成績は販売量、売上共に順調であるが、店舗単位では売れている店舗と売れていない店舗に分かれており、今後もこの状況が続く。</p> <p>・サラリーマンの使えるお金は限られているほか、雇用も不安定であるため、先行きの見通しが立たない。</p> <p>・流通業界は売場面積や店舗の拡大が続いているが、消費自体は伸びていない。従って、景気が大幅に回復しない限り、決して好転することはない。</p> <p>・消費者の購買意欲が低下し、心の豊かさや環境問題に関心が移っている。購買意欲を高めるようなインパクトのある仕組みは、まだまだ生まれてこない。</p> <p>・夏物衣料の動きが鈍いため、クリアランスセールにも期待できない。</p> <p>・夏物のクリアランスセールや中元ギフト商戦のほか、46年ぶりの皆既日食で関係商品の需要が増えるため、来客数が増加する。</p> <p>・低価格商品の開発といったニュースが多く、消費者の注目が集まるものの、高額な商品には目が向かないため、相変わらず市況は良くならない。</p> <p>・景気の底入れなどと報じられているが、小売業ではボーナスの大幅減といった逆風が大きいため、先行きの見通しは厳しい。</p> <p>・客の会話などから、所得の減少がかなり進んでいるため、今後も厳しい状況が続く。</p> <p>・大企業の輸出関連では回復の兆しがあるものの、地方では観光や地場産業、雇用情勢などに回復の様子は全くない。消費も全く伸びていないため、今後も厳しい状況が続く。</p> <p>・省エネ家電のエコポイント制度の導入により、エアコンや冷蔵庫、薄型テレビの動きが活発化しているが、民間企業の夏のボーナス支給額は前年比で10~15%の減少となることから消費は落ち込む。</p> <p>・客は複数の店舗を買い回りするため、1品単価は上がらず、来客数も大幅には増えない。衣料品も広告による売出しや割引以外では売れない状況が続いているため、今後も厳しい状況が続く。</p> <p>・景気対策が個人消費を後押しするためには、一定の時間と、もう少し雰囲気の良い必要がある。</p> <p>・政治の先行き不安のほか、客の間で環境意識や節約意識の高まりが続くなかで、商品単価の低下が進む。</p> <p>・他社との競合状況には変化がないほか、住居関連、衣料品は今後も低迷するため、厳しい状況が続く。</p> <p>・ボーナスの減額による影響もあり、引き続き生活防衛型の消費が続く。</p>

コンビニ（経営者）	・近隣のオフィスビルの空室率は依然として高いため、今後も来客数は増加しない。さらに、値引き合戦によって客単価の低下も進む。
コンビニ（店長）	・景気の回復が望めず、企業業績も現状維持であるため、特に良くなることはない。
衣料品専門店（経営者）	・今のような悪い状況が今後も続く。3か月先の株価が今の水準であり、年金受給者がお金を使ってくればよいが、使わない状況が続けば更に悪くなる。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・修繕やリフォームが多く、新しい商品をなかなか購入してもらえないため、今後も厳しい状況となる。
乗用車販売店（経営者）	・景気の良くなる材料が見当たらないため、今後も厳しい状況が続く。
乗用車販売店（経営者）	・ハイブリッド車の販売は好調であるがトラックから軽自動車まで全体的に販売は芳しくなく、車検などの整備の予約状況もあまり良くない。
乗用車販売店（営業担当）	・現在の好調が一過性であるとしても、しばらくは景気対策の影響が良い効果をもたらす。
乗用車販売店（販売担当）	・特に良くなる材料が見当たらないため、今後も厳しい状況となる。
乗用車販売店（営業担当）	・まだまだ先の予測が立たないため、大きな変化はない。
住関連専門店（店長）	・何度も検討した挙げ句、結局は購入をやめる客が多い。政治が落ち着き、消費者の不安感が根本的に解消されるまでは、状況が好転することはない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・夏季賞与の支給時期になるが、大部分の企業では昨年よりも減少する。手取り収入が減るため、消費マインドの上昇には当分つながらない。
その他専門店〔医薬品〕（店員）	・低価格志向により、売れるのは広告の商品が中心となり、今後もこの傾向は続く。
一般レストラン（経営者）	・基本的には現在の状況に変化はないため、現状維持の状況が続く。
一般レストラン（経営者）	・これからグループでの利用が増える季節となる。集客状況が良くなっている感はあるが、旅行や衣料品のセールが増えているため、飲食への消費は増えにくい。
一般レストラン（スタッフ）	・価格を下げた地域では来客数が増えたように、価格や認知度、サービスの改善などで業績が改善する余地はまだある。ただし、それは外食市場の低価格志向の強さが主な要因であり、景気回復によって良くなるわけではない。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・気候は前年より良く、気温も高くなるが、消費者の節約志向は変わらない。
観光型ホテル（経営者）	・新型インフルエンザによるキャンセルは落ち着いたものの、地域全体として価格の低下に苦しんでいる。市内のホテルや旅館が一斉に破格の格安プランを出したほか、旅行代理店も格安プランを求めてくるため、今後も価格破壊がしばらくは進む。
観光型ホテル（経営者）	・イベントの増加で売上は伸びるが、夏のイベントには多額の広告宣伝費を使うほか、客へのサービスも大きいため、利益は減少する。
観光型旅館（経営者）	・8、9月の宿泊やキャンプ場の予約状況では、稼働率が前年比で20%ほど落ちている。
観光型旅館（団体役員）	・選挙の日程なども不透明な状況であるため、客の動きに関する予測が立たない。
都市型ホテル（スタッフ）	・韓国や台湾といったアジアからの旅行者の予約は戻りつつあるものの、ビジネス利用客が激減しており、ほかのホテルとの価格競争が避けられない。一方、一般宴会や婚礼は前年並みに予約が入っているため、それに伴う宿泊は堅調な動きとなる。
都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門は少しずつではあるが、アジアからの観光客に動きが出てきている。一方、選挙の影響が懸念される宴会部門では、予約状況は良いとはいえ、全体的に良くなるにはまだ時間が掛かる。
都市型ホテル（営業担当）	・宿泊については、インターネット予約商品が他都市とかけ離れた価格になるなど、価格破壊が続いている。夏休みの予約状況も前年よりかなり悪く、これから伸びるのか予測が立たない状況である。宴会も、新型インフルエンザの発生から予約が全く伸びていないため、かなり厳しい状況はまだ続く。
旅行代理店（営業担当）	・予約客数はある程度回復するものの、客単価の回復が見込めないため、この状況がしばらくは続く。

	タクシー会社（経営者）	・新型インフルエンザの影響や季節的な要因を除いても、やはり個人、法人共に交通費の節約ムードが漂っている。特に、法人のチケット利用が減っているなど、今後も経費の削減傾向が続く。
	通信会社（経営者）	・夏商戦向けの新製品も既に出そろっており、更に盛り上がる要因は少ない。
	通信会社（企画担当）	・好転する材料が見当たらないため、今後も厳しい状況が続く。
	観光名所（経理担当）	・梅雨時期としては天候に恵まれたが、例年多くみられる中高生やPTAの団体客の動きが止まっている。月末近くになって少し戻った感はあるが、売上は前月よりも悪化している。景気の底打ちについては実感が全くなく、元の売上に戻るにはまだ時間が掛かる。
	競輪場（職員）	・急激に変化する要因が見当たらないため、今後も厳しい状況が続く。
	その他レジャー施設 [ 球場 ]（経理担当）	・プロ野球交流戦も終わって正念場となるが、7～8月の夏休み期間中には人気チームの試合が6試合、アイドルグループのコンサートや子供向けのイベントも開催されるため、来場者数は堅調に推移する。
	その他レジャー施設 [ 飲食・物販系滞在型施設 ]（企画担当）	・新型インフルエンザの影響は徐々に薄れるものの、根本的な好材料は特に見当たらない。
	その他サービス [ 生命保険 ]（営業担当）	・消費者が景気回復を実感できていないため、依然として家計を引き締めたままで、生命保険への加入を控える傾向が続く。
	住宅販売会社（経営者）	・富裕層を対象とした住宅を扱っており、これまでお金はある所にはあると感じていたが、去年の秋以降は富裕層の資産もかなり目減りしている。これ以上悪くなると来期の事業継続が難しくなる。
	住宅販売会社（経営者）	・販売量が増えない割には、業者の倒産件数もさほど増えていない。秋まではこういった辛抱の状態が続く。
	その他住宅 [ 展示場 ] （従業員）	・住宅ローン減税などの刺激策に期待したが、今のところは期待した集客効果が上がっていないため、現状のまま推移する。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・セールの前倒しや各種イベントを行っても効果がなく、定額給付金、プレミアム付き商品券による押し上げもないため、先行きの見通しは厳しい。
	一般小売店 [ 時計 ] （経営者）	・客からは給料や残業代のカットといったシビアな話が多く聞かれる。夏に向けて少し予算があったとしても、省エネ家電や高速道路料金引下げでドライブなどに流れるため、新たに時計が売れることはない。
	一般小売店 [ 珈琲 ] （経営者）	・まだまだ個人消費は減少が進むため、売上は更に悪化する。
	一般小売店 [ コーヒー ]（営業担当）	・一般商品の流れが停滞しているほか、中元商品の動きが非常に悪いため、先行きの見通しは厳しい。
	スーパー（経営者）	・前年に比べて、食品類のデフレ傾向は加速している。今まで都心部では人材募集しても集まらなかったが、1回の求人広告で何十人も応募者があるなど、世間で報じられているほど回復は進まない。
	スーパー（店長）	・公務員や上場企業のボーナス支給が始まるが、支給額は10～20%ダウンとなるため、ますます節約志向が進む。
	スーパー（経理担当）	・ボーナス支給が始まって所得の減少を実感することで、節約、低価格志向が更に強まる。プライベートブランド商品を含めて価格競争が激化するため、利益や体力を削る消耗戦となる。
	スーパー（管理担当）	・景気の先行きは解散総選挙の結果にもよるが、原油価格が再び高騰し始めているため、原材料の値上げにつながる。
	スーパー（開発担当）	・原油価格が徐々に高騰しているため、そのうち関連商品の値上げが始まる。物価が上がっても賃金が上がらないため、物が売れずにデフレが進むことになる。
	コンビニ（経営者）	・近隣の大手企業の移転によって人口が減るため、来客数が減少し、売上も悪化する。
	コンビニ（店長）	・従来はコンビニで買っていた弁当や飲み物を自宅から持ってくる人が増え、客単価の低下につながっている。景気全体が良くならなければ、この傾向は変わらない。
	衣料品専門店（販売担当）	・近くにある老舗の外食店が6月で閉店した後、買手の見込みも立っていない。周辺環境は非常に悪化が進んでおり、先行きの見通しは厳しい。

		乗用車販売店（経営者）	・政治の混乱でエコポイント制度や新車購入助成金といった景気対策の効果が打ち消されている。景気の底打ちが報じられているが、選挙が終わって落ち着くまでは上向かない。
		一般レストラン（経営者）	・今年も残暑が厳しくなって来客数が減るため、やや悪くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・政治が混乱しているほか、経済政策も出尽くしたことで、一時的に良い影響が出てみずれ消えていく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏休みの国内観光客の先行予約は、例年よりも動きが遅い。特に団体予約の動きが悪く、レストランへの影響も大きくなっている。宴会やイベント関係も、公共機関を中心に自粛傾向であり見通しが立たない状況である。
		旅行代理店（店長）	・新型インフルエンザの再発が予想されるため、状況はやや悪くなる。
		観光名所（経理担当）	・回復の兆しがないため、非常に厳しい状況となる。
		住宅販売会社（従業員）	・値引きによりマンション分譲価格には割安感が出てきているが、購入者の給与、ボーナスの減少で購入意欲が落ちているため、先行きの見通しは厳しい。
	悪くなる	商店街（代表者）	・大型店でセールが行われているため、各店舗では販売単価が低下している。客足も鈍くなっているため、今後は更に悪化が進む。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・大手、中堅メーカーの倒産件数が落ち着かず、商品仕入れにも不安が増える一方である。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・夏期賞与の減額により、今後の消費の動きはより消極的になる。さらに、秋口から新型インフルエンザの対策に追われることになれば、経済に与える影響は計り知れない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・売場面積が増える予定ではあるが、このまま来客数が増えない状態では、売上の増加は困難である。
		競輪場（職員）	・最近では景気がわずかに回復していると報じられるものの、消費者の所得環境はボーナスカットなどで悪化が進む。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・消費マインドが更に悪化していくなかで、各企業もリストラを迫られている。住宅市場はその速度に対応し切れていないため、今後は更に厳しくなる。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業（従業員）	・家庭での食事の機会が増えており、食品全般の売上は良い。このままの状態が続けば、売上が急激に伸びることはないものの、食品の需要は堅調に推移する。ただし、販売価格は徐々に低下してくる。
		木材木製品製造業（経営者）	・今までは長期間にわたって低空飛行の状態であったが、半年後はかなり改善される見込みであるため、今を乗り切ることが第一である。
		金属製品製造業（営業担当）	・新製品の受注が増えているため、先行きはやや良くなる。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・現在の好調な荷動きがしばらく続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・ほんの少しであるが、案件が出てきているため、先行きはやや良くなる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・これまでほとんど引き合いがなかったものの、少し出始めている。
		建設業（経営者）	・受注が戻ってきているほか、取引先の状況も回復しつつあるため、先行きはやや良くなる。
		輸送業（営業担当）	・今年は減ると思っていた中元の注文が、取引先からは例年並みになるとの声が聞かれる。
		輸送業（営業担当）	・今年に入ってから配達件数が上向いているため、先行きはやや良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・今月末からの夏のセールや、秋のフェアに向けて回復が進む。
		広告代理店（営業担当）	・自動車以外の業種では景気悪化の底が見えており、今後は広告出稿も戻ってくる。
	変わらない	繊維工業（団体職員）	・現状よりも特に悪くはならないが、改善の兆しも全くない。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・受注の動きがないため、今後も厳しい状況が続く。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・良くなる要因が見当たらないため、今後も厳しい状況となる。
		化学工業（経営者）	・以前に比べれば多少回復しているが、これ以上良くなる様子はない。

	化学工業（管理担当）	・実需面で目立った材料はないが、各種の景気対策によってマインド面では明るい兆しが出始めている。社内でも車や家電製品の買換えや、研究開発助成金の申請など、前向きな話が聞かれるようになった。欧米の先行きが不透明なため、あと2～3か月は一進一退を繰り返しながら、秋以降は緩やかな回復に向かう。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注状況はこれ以上悪くならないため、今の底の状況が今後も続く。
	金属製品製造業（経営者）	・自動車の販売や設備投資の状況は停滞気味であるが、通信や建設などは堅調に推移している。ただし、前年の平均に戻るまではまだまだ時間が掛かる。
	金属製品製造業（総務担当）	・民間企業の工事案件が少なくなっており、受注競争がますます激しくなるため、今後も厳しい状況が続く。
	一般機械器具製造業（経営者）	・今後数か月の範囲では、受注は低迷が続く。
	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先からは新興国の動きは堅調であるとの声が聞かれるが、やはり先進国の景気が回復しなければ良くならない。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・この3か月は選挙もあって世の中が安定しないため、悪い状況のまま推移する。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・物が売れなければどうにもならないため、先行きも厳しい状況が続く。
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	・景気は底打ちしたと報じられているが、組合員の業況が好転する兆しは全くない。
	建設業（経営者）	・政府の補正予算の成立に伴い、公共工事が一時的に増加する。
	建設業（経営者）	・夏期賞与額もかなり厳しい水準となり、消費者の財布のひもは引き続き固くなることから、今後も厳しい状況となる。
	輸送業（営業所長）	・関西国際空港での貨物の取扱が減り、値崩れが始まっていることから、今後も厳しい状況が続く。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込収入が低迷しているものの、下げ止まった感がある。ここ3か月は前月比で横ばいであるため、今後も今の状況が続く。
	広告代理店（営業担当）	・ここ数か月は、紙媒体、Web媒体共に前年比50%前後の推移となっているため、今後も厳しい状況が続く。
	司法書士	・良くない状態が続いているが、悪いなりに落ち着いているため、今後も大きな変化はない。
	経営コンサルタント	・小売業の回復感は一時的なものであるが、製造業の回復にはやや期待できる。ただし、全体としては先行き不透明であるため、現在の状況が続く。
	経営コンサルタント	・依然として消費は弱い動きとなるため、顧客各社も厳しい状態がしばらく続く。
	コピーサービス業（従業員）	・エコポイント制度の導入などが消費マインドを刺激して景気を活性化させるが、消費の先取りにすぎないため、本質的な景気回復には到底及ばない。
やや悪くなる	食料品製造業（経理担当）	・原材料価格が再び上昇傾向にあるため、先行きの見通しは厳しい。
	繊維工業（総務担当）	・依然として回復の兆しがない。催事への参加者はあっても価格競争が激しいため、利益確保が困難となる。
	繊維工業（総務担当）	・消費者の靴下に対する購買意欲が低下し、販売先からの注文量が落ちている。これまで自動車や家電のような急激な落ち込みはなかったが、その分遅れて徐々に減少しているため、底打ちはかなり先になる。
	化学工業（企画担当）	・原料価格が上昇傾向であり、今秋には食品価格が再上昇する危険性もある。米国では原乳が余剰状態となり乳牛10万頭が処分されたほか、投機マネーの流入もあるなど、食品業界の先行きは厳しい。
	金属製品製造業（管理担当）	・今後の大型受注などの情報が全くないため、社内では派遣切りなどの人員整理が進むことになる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・今までの経験では、在庫調整が進むと一時的に回復するはずであるが、今回の不況は複雑で奥が深い。昨年からの景気対策で何とか生き延びてきた弱い企業も、今の金融機関の姿勢では資金繰りに困って破たんが増える。
	金融業（支店長）	・取引先の建売業者では、物件はボーナス時期にある程度動く予想していたが、非常に動きが悪い。新規で購入した土地は注文建築の形で分譲する方針であり、経費節減を進めているなど、今後も厳しい状況となる。
悪くなる	不動産業（営業担当）	・居住用、事業用共に賃貸市況が悪化している。空室が増えており、賃料を下げてもなかなか決まらないため、まだ将来的には景気は悪くなる。

雇用 関連	良くなる		
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長） 求人情報誌製作会社（企画担当） 民間職業紹介機関（支社長）	・ 補正予算の影響もあり、少しずつ景気は上向いてくる。 ・ 電池関連などで製造業に底打ち感が出ているほか、小売、サービス関連でも新型インフルエンザによる落ち込みから回復がみられるなど、小さいながらも明るい材料が出てきている。 ・ 一企業から複数職種の採用が徐々に出てきている。中小企業にとっては採用のチャンスでもあるため、求人数は緩やかな回復基調へ向かう。
	変わらない	職業安定所（職員） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員） 民間職業紹介機関（職員） 民間職業紹介機関（大学担当） 民間職業紹介機関（営業担当） 学校〔大学〕（就職担当）	・ 一部の企業では仕事に戻ってきたという話もあり、求職者の増加は落ち着いてくるものの、求人の増加は望めず、低い水準のまま推移する。 ・ 大企業は余剰人員を抱えているため、仕事量が増加したとしても、すぐには中小企業まで回ってこない。 ・ 一時的な観光客の減少による影響もあり、小売、サービス業からの求人が再び少なくなっている。一方、観光客数に影響を受けないはずのIT業界や医療関係の求人も、少ないままとまっている。大量離職の動きは落ち着いているが、求人の質も考慮すれば当分は好転が難しい。 ・ 公共工事が前年比2～3割増という明るい材料はあるが、日雇労働者を雇用する末端事業所には効果が及ばないといった声が多い。 ・ 企業体力の回復が見込めないため、今後も厳しい状況が続く。 ・ 今後、求人動向はすぐには改善されないため、大きな変化はない。 ・ 企業の設備投資も上向いていないため、雇用が回復するまでにはもう少し時間が掛かる。
やや悪くなる	人材派遣会社（経営者） 新聞社〔求人広告〕（管理担当） 職業安定所（職員）	・ IT業界では正社員が余っているため、大型案件が出てきても派遣業界まで回ってこない。これを解消するにはかなりの時間が掛かるため、今後も厳しい状況となる。 ・ 大手広告会社が販促分野に特化した専門部隊を編成するなど、これまで中規模の広告会社が得意としていた領域に進出しつつある。ほかの大手もこれに続く可能性があるため、今後ますます競争が激化する。 ・ 新規求人数が全産業で減少しているため、雇用情勢は今後も悪化が進む。	
悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 新聞社〔求人広告〕（営業担当） 新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 昨年10月から売上が毎月低下しており、底が見えない。今後も広告の予算を確保できる企業は限られてくるため、厳しい状況となる。 ・ 新聞の求人広告の反響が非常に良く、広告主からは喜ばれるが、1回の掲載で充足してしまうため出稿回数は減少している。出稿件数の増加も見込めないため、9月までは好転する気配がない。 ・ 各社では現状の人員体制の安定が優先であり、社員を増やす状況にはない。この状況は今後も続き、急に改善することはない。 ・ 今後3か月の受注見通しにも、全く復調の兆しが無い。特に、百貨店や学校など、大阪の地元企業からの出稿が激減している。	