

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	商店街（代表者）	・売れ筋商品を確保することができたため、先行きはやや良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・大型商業施設の開業や百貨店の改装により、人の流れが良くなっているため、客の購買意欲の高まりと共に景気も良くなる。
		百貨店（売場主任）	・来客数と販売量が少しずつ増えてきたため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（企画担当）	・地域同士の激しい競争は続いているが、一時減少した来街者数は底を打ちつつあるため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（企画担当）	・今月下旬から天候が安定しているほか、気温が上昇し始めたため、来客数の増加につながる。
		百貨店（営業担当）	・一部の富裕客の間では、1本400万円以上のブランドや高級時計の受注が少しあるなど、売上が上向しているため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（営業担当）	・百貨店らしい高品質な商品を本気で提案することで、売上の減少を食い止めることは可能である。
		百貨店（販促担当）	・高速道路料金の値引きが終了したことで、人の動きが都心部に戻るかが注目される。また、今夏の節電による涼感商材の好調がクリアランスと重なり、相乗効果が生まれるため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（マネージャー）	・消費を取り巻く状況については予断を許さないが、消費の傾向を的確にとらえることで、今までにない需要を開拓することもできる。
		スーパー（店長）	・節電、省エネ商材の売行きが活発化しており、寝具や家電関係の動きも今以上に活発となるため、先行きはやや良くなる。
		スーパー（経理担当）	・節電や暑さ対策で、電気を使わずに涼しさを感じられる商品が売行き好調となっている。売上が猛暑となった前年並みにまで伸びれば、消費の回復感も出てくる。
		スーパー（社員）	・イベントや販促に対する客の反応が良いなど、消費意欲の高い客が増えているため、夏に向けて消費は少しずつ活発になる。
		スーパー（企画）	・このまま暑い日が続けば、前年よりも真夏日が早く始まっている分、売上は良くなる。大幅に良くなることはないが、節電という特殊要因も新たな需要を喚起するため、回復の動きが進む。
		コンビニ（経営者）	・梅雨が明けてもこの暑さが続けば、来客数が増え、飲料水も爆発的に売れる。
		コンビニ（経営者）	・たばこが安定供給されるようになれば、来客数が以前の水準に戻る。また、近隣のオフィスビルの家賃も下がり始めているため、入居率が上昇すれば、購買人口の増加につながる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の生産ペースが上がっているため、今後車両の供給が進めば、仕事がないという悪循環から抜け出すことができる。
		乗用車販売店（営業担当）	・自動車業界は最悪の状態にあるため、今後は上に向かうしかない。
		住関連専門店（店員）	・今夏は節電の意識が高まっているため、関連商品の売上は前年を上回る推移となる。
		高級レストラン（支配人）	・東日本大震災の発生時よりも、販売量は若干増えているほか、観光客も徐々に増えるなど、回復の兆しが出てきている。外国人の利用はあまり増えていないが、先行きはやや良くなる。
		観光型旅館（経営者）	・高速道路無料化社会実験が打ち切れ、当施設の最寄の国道を利用する動きも増えつつあるため、今後は来客数が増えてくる。
観光型旅館（団体役員）	・消費マインドが低下してきた感があるほか、外国人観光客の回復もまだ先であるが、東日本大震災による影響は落ち着きつつある。また、今後は国内旅行の行き先が東日本から西日本へシフトする動きも出てくる。		
都市型ホテル（客室担当）	・大手企業の休日分散化に伴い、観光需要が高まる。		
都市型ホテル（総務担当）	・東日本大震災による消費の自粛はほぼ落ち着き、復興に向けた企業の動きも活発化しつつあるため、政治による遅れがなければ先行きは良くなる。		

	旅行代理店（経営者）	・3、4月に見送られた旅行需要が、夏の繁忙期に向けて徐々に戻ってきている。間際予約の傾向がかなり強まっていることもあり、先行きは前年を上回る動きとなる。
	旅行代理店（従業員）	・欧州や米国を中心とした海外旅行の予約が伸びている。
	通信会社（企画担当）	・東日本大震災の復興事業によって需要が増える。
	パチンコ店（店員）	・東日本大震災による自粛ムードが落ち着き、活気が出てきているため、先行きはやや良くなる。
	その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・国内旅行の動きは大きく変わらないが、海外からの観光客の動きは回復が続くため、先行きはやや良くなる。
	その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・被災地以外の地区では価格競争が激化しているが、映像や音楽のレンタル、販売を中心に、ゲームや書籍に関するニーズも高まっているため、先行きはやや良くなる。
	住宅販売会社（経営者）	・これまで低迷していた有望顧客のほか、新規顧客の動きが良くなってきている。水準はまだまだ低いが、前年に比べれば良くなっていく。
変わらない	一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・原子力発電所の問題が原因であるため、消費の自粛ムードの払しょくには時間が掛かる。
	一般小売店〔花〕（経営者）	・取扱商品によっては売上も増えるが、経済がもっと安定しなければ、業種全体としての回復感が出てこない。
	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・東日本大震災の復興もままならず、節電要請といった消費マインドを下げる要素ばかりが目立つ。
	一般小売店〔鮮魚〕 （営業担当）	・東日本大震災の直後に比べれば良くなっているが、更に上向く要素が見当たらない。
	一般小売店〔野菜〕 （店長）	・まだまだ販売量などが回復する見通しが立たない。
	一般小売店〔雑貨〕 （店長）	・客がたばこ増税前に買いためた在庫も切れ始めており、売上は多少良くなっているが、これ以上良くなることはない。
	一般小売店〔カメラ〕 （販売担当）	・社会情勢の不安が一番の原因であり、業界が最も大きな影響を受けているため、今後も厳しい状況となる。
	百貨店（売場主任）	・ヒット商材もないなど、消費動機の上向く要素が見当たらない。
	百貨店（売場主任）	・政治、経済を取り巻く外的要因が劇的に改善されない限り、大きな変化は望めない。特に、大阪では都市間競争も激しくなっており、地道な営業努力だけでは業績向上が困難になりつつある。外的要因に頼らざるを得ないため、短期的に改善することはない。
	百貨店（売場主任）	・今夏は節電の動きが広がるなど、消費が盛り上がりにくいいため、今後も厳しい状況が続く。
	百貨店（売場主任）	・残暑や節電の影響が残り、ファッション関連では秋物商材の動きが鈍くなる。
	百貨店（サービス担当）	・夏物のクリアランスセールや中元商戦が本格的に始まるが、今年は6月末から猛暑となっているため、夏物衣料を中心に好調な推移となる。
	百貨店（売場担当）	・一般客を中心に販売量は若干増えるが、富裕客の購買は逆風が強まる。既に高額品の大口購入が減っているほか、貴金属原料の高騰で、高級ブランドに値上げの動きが出始めている。
	百貨店（婦人服）	・節電の動きや、地上デジタル放送への完全移行により、家電関係の好調は続くが、そのほかの商品は必要最小限の消費にとどまる。し好性の高いファッション関連についても、客の動きは慎重になる。
	スーパー（経営者）	・徐々に良くなっている感はあるが、一部の大手企業や、一定の所得層にとどまるため、今後も厳しい状況となる。
	スーパー（経営者）	・燃料や穀物価格の高騰で、食料品価格の値上げが目白押しとなる。消費者の購買意欲が盛り上がらない状況では、景気的好転も期待できず、販売は低迷する。
	スーパー（店長）	・今後も競争は続くため、各社が販促を強化する傾向は続く。それによって客が刺激されるため、大きな傾向は今後も変わらない。
	スーパー（店長）	・今夏の節電により、涼しさを求めて一部の商品は動きが良くなるが、それは本来の景気回復ではない。
スーパー（店長）	・今夏は節電やエコ意識が高まるほか、サマータイムの導入や休日の変更、夏季休暇の増加によって家庭の生活リズムも変化するため、それに対応した商品が売上増につながる。	
スーパー（企画担当）	・競合状況を含む経営環境に大きな変化はないため、今後も現在の状況が続く。冷夏も懸念されるが、今のところは影響が出ていない。	

スーパー（広報担当）	・電力不足などで消費者の生活が変化するほか、資源や原料価格の高騰による仕入コストの上昇が進む。
スーパー（販売担当）	・価格を強調した広告商品は、客は朝から並んでも買い回る。ただし、低額商品だけを買ひ、そのほかの商品には見向きもせず、すぐにレジに並ぶ姿が目立つなど、先行きの見通しは厳しい。
コンビニ（店長）	・今後は現状維持の状態がかなり続くか、若干の悪化傾向が進む感がある。東日本大震災の復興と同様に、景気の先行きも不透明であるため、客も店も手探り状態となる。
コンビニ（広告担当）	・来客数が増えていないため、2、3か月後も今月と大きくは変わらない。ただし、今年は前年並みかそれ以上の猛暑となるため、飲料や氷、アイスクリーム、めん類、制汗剤などは売上が伸びる。その反面、弁当などの売行きは落ち込む。
コンビニ（店員）	・たばこの入荷が正常に戻れば、来客数、客単価共に回復してくるが、現時点では不透明である。
乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災の影響で、車の交換部品が不足しているほか、新車の予約が入っても納車できないため、今後も厳しい状況が続く。
乗用車販売店（営業企画）	・新車の生産が回復することで、前月までの中古車価格の高騰は落ち着く。それによって1台当たりの利益は減るが、販売台数の増加につながる。
乗用車販売店（販売担当）	・年内は、東日本大震災による影響や、国民の政治不信が続く。
住関連専門店（店長）	・販促キャンペーンやセールが、売上目標をクリアするための手段となり、起爆剤の役割を果たさなくなっている。消費者にも飽きられつつあるため、今後も厳しい状況となる。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・東日本大震災による影響は少ないため、前年どおりの推移となる。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・地上デジタル放送への対応や、省エネ家電などの購入で消費者の出費が増えるため、今後も厳しい状況となる。
一般レストラン（経営者）	・暑さが和らげば商店街にも人が戻ってくるが、近隣の飲食店も昼間のランチ営業を始めており、客が流れる心配もあるため、今後も厳しい状況となる。
一般レストラン（経営者）	・外食産業の衛生面が問題視されているため、安心・安全を全面的に打ち出す必要があるほか、今夏は節電対策も求められるなど、課題が山積みとなっている。
一般レストラン（スタッフ）	・テレビでの紹介という特別事情で大きく伸びているが、東日本大震災による自粛ムードが払しょくされる必要があるほか、原子力発電所問題や節電による悪影響もあるため、大きな変化はない。
一般レストラン（経理担当）	・東日本大震災による来客数などへの悪影響は、秋ごろまで続く。
スナック（経営者）	・喫茶店とパーの中間の店を求めるグループが増えているため、今後も一部の客層では来客数が増える。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・賞与の支給額が前年を下回った企業が多いため、業況が好転することはない。
その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・ここしばらくは大きな変化がなく、それに慣れて店員が頑張らなくなるなど、悪循環に陥っている感があるため、先行きの見通しは厳しい。
観光型ホテル（経営者）	・夏休みとなる7月後半以降は、個人客にも動きが出てくるが、客単価は低下傾向にあるため、今後も販売量は厳しくなる。
観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災による影響は業界には敏感に表れているが、復興に向けた動きは政治の混乱もあって遅れているため、良くなる要素がない。
観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災の直後に比べると、景気回復の兆しが出てきている。ただし、生ビールフェアなどの各種イベントでは活気もあるが、今年は非常に蒸し暑いため、来客数は例年を下回る。
観光型旅館（経営者）	・海水浴場の安全は政府から発表されているが、政府への信頼がなければ安全宣言の効果がないため、先行きの見通しは厳しい。
都市型ホテル（スタッフ）	・製造業の法人客からは、需要は上向きであるが、原子力発電所の事故処理の遅れや、節電による負担が徐々に響いてくるとの声が聞かれる。
都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災を題材とした講演会が増えているほか、宴会、宿泊共に前年の予約率を上回っているため、今後も好調な状況が続く。

都市型ホテル（マネージャー）	・全体的には夏の電力不足による影響が不透明であるが、少なくともプラスに作用することはない。夏休みのレジャー客の動きも分かりにくく、外国人旅行客の復活にも期待できない。企業の宴会需要も元々少ない時期であるため、今後も厳しい状況が続く。	
旅行代理店（広報担当）	・今年のゴールデンウィークは申込が約2週間遅れたように、夏休みの旅行も間際になればもう少し動いてくる。また、7月に節電が本格的に始まれば、旅行などで関西を離れたいという客も増えてくる。ただし、それらを確実に受注できたとしても、売上は今月と大きく変わらない。	
タクシー運転手	・暑さや雨のほか、ボーナスの支給といった一時的な要因で、今月は夜遅くまで利用がみられたが、今後は節約生活に戻る。	
タクシー運転手	・暑さにも慣れて落ち着いてくると、客の数も減ってくる。消費税率の引き上げや、物価の上昇なども問題となるため、財布のひもは固い状況が続く。	
タクシー会社（経営者）	・自動車メーカーの製造ラインが減少したままで、タクシーの新しい車両を注文してもなかなか入ってこないなど、東日本大震災の影響は今後も広い範囲にわたって続く。	
テーマパーク（職員）	・今夏の節電対策など、消費を抑制する動きばかりが目立ち、消費を促す対策はみられないため、今後も厳しい状況となる。	
観光名所（経理担当）	・前月に続き、現在放映中の大河ドラマの影響もあり、来客数、売上共に前年比で40～50%増と大きく伸びている。あくまで今年限りの動きではあるが、団体ツアー客、個人客共に大幅に伸びているため、当面は今の状況が続く。	
観光名所（経理担当）	・夏のイベントを企画しているが、最近3か月の実績から予算は前年以下となるため、来場者数も前年並みが維持できればよい。	
その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・夏休み期間中にはプロ野球の公式戦が6試合行われるほか、今年はコンサートも開催されるため、来場者数は好調に推移する。	
その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・東日本大震災の影響で全体的な需要は落ちたものの、底打ち状態となることで、固定客を中心に安定した動きとなる。	
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・来月の無料体験キャンペーンの結果によって、生徒数に変化が出てくるが、現時点では不透明である。	
その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージは服を脱ぐため、暑くなるこの時期は来客数が増えてくるが、今年は昼間も来客数が少ないため、先行きの見通しは厳しい。	
その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・東日本大震災の影響もあり、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（経営者）	・デベロッパーによるマンション用地の取得意欲はかなり高いが、大手企業と中小零細の間にはかなり溝があるため、今後も厳しい状況となる。	
住宅販売会社（従業員）	・即日完売という人気物件がある一方、契約が進まない物件もあるなど、マンションの販売状況は二極化が進んでいる。モデルルームへの来場者数はほぼ一定で推移しているため、今後も現在の状況が続く。	
住宅販売会社（総務担当）	・住宅エコポイントの前倒し終了など、良い材料が見当たらないが、これ以上悪くなる要素もない。	
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場への来場者数は増加しているが、関西でも東日本大震災の影響で消費マインドが悪化している。すぐに家を建てるという客の割合は低いため、今後3か月程度で回復することはない。	
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・企業業績が下半期に回復する期待はあるが、関西でも電力不足が問題となっているため、経済活動の停滞が懸念される。ただし、夏の消費マインドへの影響は限定的であるため、全体としては今の状況が続く。	
やや悪くなる	一般小売店〔時計〕（経営者）	・この夏の暑さをどう乗り切るかに客の関心は高く、それ以外に気持ちの余裕はない。もう少し先行きの不安が解消されなければ、物を買う気にはならない。
	一般小売店〔菓子〕（経営者）	・今夏の節電が、製造にも販売にもマイナスの影響を及ぼすことは明らかである。
	スーパー（経営者）	・パンなどの小麦関連商品の値上げが進んでいる。例年、暑い時期は物が売れないが、値上げで更に売れなくなる。
	スーパー（管理担当）	・夏に向けての節電対策が消費に与える影響は不透明なほか、今後の政策についても不明確であるため、先行きの見通しは厳しい。

		衣料品専門店（経営者）	・節電の意識が消費の自粛ムードにつながっている。客は必要最小限しか買わなくなっているため、先行きの見通しは厳しい。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・クールビズによるスーツ離れが更に進むため、先行きの見通しが厳しい。
		家電量販店（経営者）	・地上デジタル放送への移行により、テレビの販売量が減少するため、全体的な売上も減少する。
		乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災の影響が広がっている部分もあるため、今後はますます消費マインドが冷え込む。
		乗用車販売店（経営者）	・原子力発電所をどうするかが一番の課題であるほか、今年は猛暑で体の動きも悪くなる。
		一般レストラン（店員）	・近隣に商業施設がオープンし、今は当店にも客が流れてきているが、施設内にも飲食店は多いため、今後は競争が激しくなる。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・東日本大震災の直後は厳しい落ち込みとなったが、現在は回復傾向にある。ただし、買上点数の回復は難しいため、全体的には厳しい状況が続く。
		タクシー運転手	・これから観光シーズンに入るが、現在は暇過ぎるため、先行きの見通しは厳しい。
		通信会社（経営者）	・東日本大震災の影響はまだこれから出てくる感があるため、先行きの見通しは厳しい。
		競艇場（職員）	・購買単価の低下が進んでいるほか、節電対策の影響で買い控えの動きも広がるため、先行きの見通しは厳しい。
		住宅販売会社（従業員）	・政治に対する不安があるほか、電力不足による企業活動への悪影響も出てくる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・例年よりもバーゲンの実施を早める店が多いなど、客の取り合いが顕著となっている。夏商戦は消耗戦となるため、先行きの見通しは厳しい。
		商店街（代表者）	・真夏になると空調設備が整っている大型店へ行く客が増えるため、商店街を訪れる客が減る。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・今後良くなる業界も、建設や土木関係と非常に限られている。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・7月にかけてギフトシーズンとなるが、東日本大震災の影響がどの程度出るかは予測が立たない。価格と品質の維持がますます難しくなるほか、売りたい時に商品がないケースや、商品はあっても価格が高いケースなどが増えることで、利益が圧迫される。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・夏場は衣料品が苦戦する時期であるほか、今年は特に良いニュースも聞かれない。東日本大震災の復興の動きも進んでおらず、景気が回復する兆しは全くない。
		一般小売店〔花〕（店員）	・今夏は猛暑の予報が出ているため、生花の購買意欲は激減する。
		衣料品専門店（経営者）	・1品単価の上がない商品が多いなど、客の欲しがらない商品がない状況が続いている。今後は、良い商品がないために売上も伸びないという悪循環に陥る。
		家電量販店（店長）	・アナログ放送の終了やエアコンや扇風機の供給不足などで、需要動向は不透明であるが、メーカーによる8月のテレビの需要予測は前年比で30%となっている。テレビは売上の25%前後を占めているため、先行きの見通しは非常に厳しい。
		通信会社（社員）	・東日本大震災や原子力発電所の事故の影響で、家庭での節電の動きが進んでいる。夏にエアコンをかけてテレビを見るというスタイルが否定される傾向も出てくるため、先行きの見通しは厳しい。
		通信会社（企画担当）	・電力不足となるため、先行きの見通しは厳しい。
企業動向関連	良くなる	食料品製造業（営業担当）	・関西でも15%の節電が行われるため、飲料水の販売が増える。
		金属製品製造業（営業担当）	・盆明けぐらいから、東日本大震災の復興需要が出てくる。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・引き合い件数が増えているため、先行きは良くなる。
	やや良くなる	繊維工業（総務担当）	・東日本大震災の影響や、政治の混乱が徐々に解消へ向かうため、消費マインドも改善する。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・出版・印刷業界では、デジタルメディアと紙媒体の融合によって新たな仕事が生まれており、先行きはやや良くなる。この動きを先取りすることで、少ない資本で人材やソフトへの投資が可能となるため、企業にとっても大きなチャンスとなる。

	化学工業（経営者）	・ 今月は問い合わせや受注が激減したが、東日本大震災からの復興は報道されているよりも進んでいるため、停滞の動きは長期化しない。
	金属製品製造業（経営者）	・ 一般の製品は、電力不足や円高、不安定な政治などの影響で回復は遅れるが、自動車関連では回復が進む。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・ 少しずつであるが、材料が入ってきているため、先行きはやや良くなる。
	輸送業（営業担当）	・ 消費税率が引き上げられる前に、購入する客が増える。
	広告代理店（営業担当）	・ ここ数か月は売上が辛うじて前年を上回っており、今後もマイナスの材料はないため、回復傾向が進む。
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・ 高速道路料金の値引きも終わり、鉄道の利用客は徐々に増え始めるため、駅構内の店舗の増収につながる。
	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・ 経済活動も徐々に正常化が進んでいくため、先行きはやや良くなる。
変わらない	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・ 受注量は増えたが、この動きが今後も続くかどうかは不透明である。
	化学工業（管理担当）	・ 米国経済の回復が望めないほか、国内政治も不安定な状態が続くため、今後も現在の状況が続く。
	一般機械器具製造業（経営者）	・ 最近2か月の売上は順調であるため、今後も良い流れが続く。
	電気機械器具製造業（経営者）	・ 他社の追随を許さない製品があれば、世界経済の動向が不透明でも成長は可能である。来年の予測は困難であるが、2～3か月先であればプラス方向で推移する。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・ 猛暑で夏物家電の荷動きは堅調となるが、地上デジタル放送への完全移行も終了するため、市場はやや落ち着いてくる。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・ 引き合いがなく、今後も受注量が増える兆しはない。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・ 電力不足の問題が解決していないため、先行きに不安感がある。
	建設業（経営者）	・ 東日本大震災の復興が始まれば、建設需要が被災地に集中し、工賃や建設資材価格が高騰するため、今後も厳しい状況となる。
	建設業（経営者）	・ 夏に向けた需要の動きは不透明であるが、今の状況がしばらく続く。
	輸送業（営業所長）	・ 夏には衣料などの季節商材の動きが増えるが、全体として大きな変化はない。
	金融業（営業担当）	・ 少し良くなりつつあるが、東日本大震災で止まった分が回復しているだけである。米国の大型金融機関が破たんする前の水準にまでは戻らないため、厳しい状況に変わりはない。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・ 購読数は辛うじて維持しているが、経済的な理由から新規購読数が伸び悩んでいる。折込収入も落ち込んだまま上向き気配がないため、今後も厳しい状態となる。
	広告代理店（営業担当）	・ ファッション関連の取引先ではクリアランスの時期になるが、単価が低く、売行きが良くても利益はあまり増えないため、当社の受注面に影響は出にくい。
	広告代理店（営業担当）	・ テレビスポットCMの枠がなくなりつつあるが、東日本大震災前の水準に近づいているだけであり、それ以上に良くなる要素は見当たらない。
	司法書士	・ 不動産登記では今月も抹消登記が目立つほか、案件も少ないため、現状よりも良くなることは難しい。
	経営コンサルタント	・ 良い材料が見当たらないため、先行きの見通しは厳しい。
	コピーサービス業（店長）	・ 大阪駅周辺が開発され、人の動きが活発になった感はあるが、単なる見物客も多いため、景気への影響については不透明である。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・ 景気が上向きになる兆しが全くないため、今後も厳しい状況となる。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・ 取引先による日常的な引き合いが伸びる要素はほとんどないため、今後も厳しい状況となる。
	やや悪くなる	食料品製造業（従業員）
食料品製造業（経理担当）		・ 東日本大震災の影響は徐々に小さくなっているが、今後は電力不足の問題が足を引っ張る。
繊維工業（総務担当）		・ 取引先の今夏の動きが悪いと、地方への売り込みが経費増につながるなど、先行きの見通しは厳しい。
繊維工業（団体職員）		・ 先行きに不透明感があり、需要の増加も見込めない。

		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・業種によっては、既に稼働している海外工場に生産をシフトするといった声も聞かれるため、今後は更に悪くなる。
		化学工業（企画担当）	・原料価格の上昇分を製品価格に転嫁できるまでには、まだ時間が掛かるため、製品によっては逆さやの状態となる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・6～8月分の計数は前年を上回っているが、節電による駆け込み需要が押し上げている部分もあるため、それが終わればどうなるかは不透明である。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・7月以降の節電需要がいつまで続くかが不透明なほか、LED照明器具の供給が必要に追いつくかが不安であるなど、先行きの見通しは厳しい。
		建設業（経営者）	・これから夏に向けて節電ムードが高まるのに伴い、消費マインドは悪化するため、先行きの見通しは厳しい。
		輸送業（営業担当）	・テレビなどの電子部品関連の企業が生産を半減させている。来月以降も減産予定であるため、関連業種にも影響が出る。
	悪くなる	電気機械器具製造業（経理担当）	・今夏は節電への対応で厳しい状況となるので、先行きの見通しは厳しい。
		不動産業（営業担当）	・賃貸マンション、貸事務所、貸店舗で、賃料の低下が続いている。神戸では事務所が増えていないため、賃貸マンションの需要も伸びず、貸店舗の利用も減るといった悪循環に陥っているため、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）	・東日本大震災の復興財源として増税が行われれば、更に厳しくなる。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（企画担当）	・派遣会社などの人材系の業種で、求人案件が増えつつあるため、先行きはやや良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災後の底打ち感が広がっているため、先行きはやや良くなる。特に、関西では大阪駅周辺の開発といった大きなトピックスがあり、マインド面でも改善が進んでいる。
		職業安定所（職員）	・今夏の電力不足が雇用が悪影響を及ぼす懸念はあるが、新規求人倍率は1.06倍と2か月連続で1倍台となったほか、すべての主要産業で前年を上回っているため、先行きはやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災による雇用への影響はほとんどみられなくなっており、新規求人数もほぼ前年並みで推移しているため、先行きはやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響で生産減となっていた事業所から、増産のための期間社員の求人があるなど、先行きの見通しは明るい。
		民間職業紹介機関（職員）	・東日本大震災の復旧、復興工事が本格化すれば、日雇求人も多少はプラスの影響が出てくる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・業種を問わず、企業の中途採用意欲がやや活発化しつつあるため、先行きはやや良くなる。これには様々な理由があるが、やはり景気が上向いていることが大きく影響している。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・求人数は増えているが、職種は営業や販売に限定されており、大きな変化はない。求職者も、事務職や土日が休みの仕事を希望する傾向に変化はないため、就業者数の増加にはつながらない。
		人材派遣会社（支店長）	・政治、経済共に不安要素があり、不安定な状況にあるため、小康状態が続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・東日本大震災や原子力発電所の事故、今夏の節電の動きなどが、雇用にどのような影響を及ぼすかが予想できない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の減少幅は徐々に小さくなっているほか、隣接する安定所では求人数が増加に転じているため、今後は求人数が増加に向かう。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・先行きに好転する兆しはないため、今後も現在の状況が続く。
	民間職業紹介機関（大学担当）	・企業が採用を厳選する動きは続くため、学生にとっては今後も厳しい就職活動となる。	
	やや悪くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・東日本大震災の具体的な復興の動きがみられないため、企業からは設備投資や雇用の計画が立てられないとの声が聞かれる。将来的には景気が良くなる期待はあっても、当面は様子見の動きとなる。
	悪くなる		