

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）	・商店街の中央にある公設市場が今月上旬に新規オープンし、来客数が増加しているため、先行きはやや良くなる。
		商店街（代表者）	・今後は国内の観光客が戻ってくるため、徐々に良くなっていく。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・高額な衣料品を買う気まづさなどが徐々になくなり、従来の形に戻りつつある。大きな期待はできないが、今後はやや良くなる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・客の購買意欲が少し上向いてきたため、先行きは良くなる。
		一般小売店〔酒〕（店員）	・来客数には波があり、例年に比べると苦戦しているが、中元などの需要が売上を底上げしている。また、店内の全商品を対象としたセール企画もまとめ買いのきっかけになり、客単価の上昇につながっていることから、先行きの見通しもやや明るい。
		百貨店（売場主任）	・クールビズのほか、秋冬のウォームビズ、省エネ関連商材の消費が活発化する。
		百貨店（企画担当）	・競合店の出店による影響は想定範囲内であり、今後は以前から当地区で買物をしてきた客が徐々に戻ってくる。
		百貨店（外商担当）	・東日本大震災による影響は残っているが、かなり薄らいできた感があるため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（販促担当）	・近隣エリアの開店効果が一段落するほか、節電による消費の自粛ムードも、今後は反動の動きが出てくる。現在も状況や時節に合った消費は堅調であるため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（マネージャー）	・食品の放射能汚染問題などで食品に対する目は厳しくなるが、それ以外の商材については、環境や社会貢献を意識したエシカル消費の伸びる動きがあるほか、今冬の節電に備えるウォーム商材などに期待できる。また、関西地区では店頭に外国人旅行客が戻りつつあるため、売上の伸びにつながる。
		百貨店（婦人服）	・震災復興が軌道に乗る秋口には消費マインドが更に良くなり、活気を取り戻す。
		スーパー（社員）	・平常時は客の動きに大きな変化はないが、イベントや売出しに対する反応は良い状況が続いている。今後、夏に向けて様々なイベントや催事を行うため、消費は更に活発となる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・夏物商材の販売は最低の状態であり、これ以上悪化することはないため、今後は上向き傾向となる。
		住関連専門店（店員）	・節電対策が急に進んだため、節電関連商品が不足しているが、もう少しで解消する。在庫がそろえば、売り逃していた売上也戻ってくる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・台風の発生が少なく、夏本番の暑さが続けば、飲料水や冷却材が引き続き好調に推移する。また、今年は節電で首や体の一部を冷やす商品の動きが良いため、先行きはやや良くなる。
		一般レストラン（経理担当）	・消費マインドが低下しつつあるほか、外国人観光客の本格回復もまだ先であるが、東日本大震災による悪影響は落ち着きつつある。
		観光型ホテル（経営者）	・8月の予約は今月よりも減っているが、9、10月は婚礼の予約件数が増えている。最近は熱中症予防で飲料がよく売れているほか、先の予約も好調となるなど、活気が出てきているため、先行きはやや良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・燃油サーチャージの上昇は気になるが、円高を追い風に海外旅行が好調であり、国内旅行の不調分をカバーすることができる。
		旅行代理店（店長）	・東日本大震災の復興が加速するため、先行きはやや良くなる。
テーマパーク（職員）	・原子力発電所の事故で、海のレジャーを避ける傾向が強まるため、その代わりにプールやテーマパークの来客数が増える。		
パチンコ店（店員）	・東日本大震災による自粛ムードが解消され、来客数が伸びてきているため、先行きはやや良くなる。		
変わらない	変わらない	一般小売店〔時計〕（経営者）	・自然災害が増えているなど、明るい材料が全くなく、ほとんどの客からは今を大事にするという雰囲気を感じる。今をいかに無事に過ごすかを考えているため、消費を増やす動きにはつながらない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・東日本大震災や節電の影響で消費者マインドが冷えているため、今後も厳しい状況となる。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・たばこの健康被害に対する認知度が高まっているほか、価格の上昇もあるため、売上が以前の水準に戻ることはない。

一般小売店〔花〕(店員)	・先行き不安は続いており、購買意欲も低下したままであるため、売上の増加は困難である。
一般小売店〔菓子〕(営業担当)	・原子力発電所の問題や風評被害などが落ち着かない限り、景気の回復は進まない。
一般小売店〔カメラ〕(販売担当)	・無駄な買物ははなくなり、必要な買物もよく検討した上で、一番良い方法で買うという客が増えているため、今後も厳しい状況となる。
百貨店(売場主任)	・原子力発電所問題の方向性が出ない限り、消費者による買い控えの動きは続く。
百貨店(売場主任)	・今年の残暑は厳しくなるため、ファッション関連は秋物商材を中心に苦戦が予想される。ただし、客の関心が低価格品から価値の高い商品へと変わっており、それに合った商品が提案できればチャンスはある。
百貨店(売場主任)	・来客数の減少がみられる一方、1品単価は上昇しているなど、良い物を選ぼうとする傾向と、買物そのものを控える傾向という2つの流れがみられる。売上への影響については、プラスとマイナスで打ち消し合う形になるため、今後も横ばいで推移する。
百貨店(企画担当)	・台風による水害のほか、節電、食品の放射性汚染問題など、消費を鈍らせる要素が多過ぎるため、今後も厳しい状況が続く。
百貨店(営業担当)	・優良客には、ブランド品の時計や宝飾品に好みの物があれば、購入する動きがみられるため、今後も堅調な推移となる。
百貨店(営業担当)	・業界では地域間競争が更に激しくなるため、店頭売上は苦戦を強いられる。その一方、富裕客の買上は、宝飾品や美術品などの高額品を中心に、今後も好調に推移する。
百貨店(店長)	・当地域では人口の減少や高齢化が進んでいるほか、商業施設の新規オープンもないなど、先行きの見通しはまだ厳しい。
百貨店(売場担当)	・量販品の売上増が見込めないため、今後もほぼ前年並みの実績で推移する。現在売れている量販品も、クールビズ関連の機能性商品であり、本来のファッショントレンド商品の動きは今一つである。
スーパー(経営者)	・節電が結果として節約につながり、たまったお金は家電や自動車の購入に回るため、全体としては大きく変わらない。
スーパー(経営者)	・現在の不調が今後も続く感があるほか、パンをはじめとした食品の値上がりによる影響も出てくる。
スーパー(店長)	・今後も節約傾向が続けば、景気回復は難しいが、暑さが9月まで続くため、今よりも悪くなることはない。
スーパー(店長)	・東日本大震災の復興や、放射線関連の問題、電力不足などの不安要因が増えつつある一方、前年度のエコポイント制度のような景気対策の予定はないなど、消費を後押しする要素が見当たらない。ただし、消費者の間では節電やエコに関する意識が非常に高まっており、関連商材への需要増加につながる。
スーパー(店長)	・今年は暑さがピークとなる時期が早まるため、今後更に良くなることはない。
スーパー(企画担当)	・夏物商材のクリアランスの動きも例年並みとなるため、3か月で大きく景気は変化することはない。
スーパー(経理担当)	・円高はやや気になるが、消費全般は堅調に推移しているため、所得が前年を上回る状況となれば、引き続き底堅い動きとなる。
スーパー(広報担当)	・電力不足や食品の放射能汚染問題など、解決までに時間の掛かる問題が多く、先行きは不透明である。
スーパー(販売担当)	・客はクーポンやポイントサービスといった販売促進ツールに応じて、店をうまく利用している。同じ商品であれば、少しでも安く購入しようとする傾向が顕著であり、景気が良くなる感はない。
コンビニ(経営者)	・今後、めん類などの季節商材の売上は落ち込むが、今年は残暑が厳しくなるため、飲料水の売上は維持できる。
コンビニ(店長)	・今後3か月で、東日本大震災の復興や政治の動きは出てくるが、客の動きや買物の様子が極端に変わることはない。
コンビニ(店員)	・売上は今後も気候に左右されるが、暑い時期が続くため現状維持となる。
コンビニ(店員)	・商品の供給はほぼ回復したが、今後更に景気の良くなる要素が見当たらない。
家電量販店(店員)	・財布のひもが固く、来客数も少ないため、今後も厳しい状況となる。
乗用車販売店(経営者)	・現時点では需要が回復する要素が見当たらない。

乗用車販売店（経営者）	・トラックの修理や販売が低迷し、売上が伸びないほか、東日本大震災などの影響で新車の売行きも良くないため、今後も厳しい状況となる。
乗用車販売店（営業担当）	・生産の回復に比べて、需要の回復ペースは遅れている。先行きの不透明感が強まっており、予想以上に買い控え感が強いいため、今後も厳しい状況となる。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・東日本大震災の影響も残っているため、上向くまでにはまだまだ時間が掛かる。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・販売量は前年と同じ水準で推移しており、今後も大きな変化はない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円高の進行で、消費が海外旅行の方へ流れていくため、今後も厳しい状況となる。
高級レストラン（支配人）	・近隣から訪れた観光客の姿も多くみられるが、消費にはつながっていないため、先行きの見通しは厳しい。
一般レストラン（経営者）	・残暑が厳しくなければ昼間の来客数も戻ってくるが、現時点では不透明である。週末の来客数が安定しても、売上の大きな変化にはつながらない。
一般レストラン（経営者）	・東日本大震災による影響が特に大きかったウェディングは集客が戻りつつある一方、一般客については、原子力発電所の問題が落ち着く見通しが立たなければ、売上の回復は難しい。
一般レストラン（店員）	・現在の様子からは、良い材料も悪い材料も見当たらない。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・今夏は前年よりも回復している感はあるが、あくまでも天候要因によるもので、根本的な景気回復はまだであるため、今後も大きな変化はない。
その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・今後も来客数に大きな変化はない。最近はこの状況に慣れてきており、景気が良いとか悪いといった感覚もなくなりつつある。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・回復の動きに乗り切れていない感があり、受注量も減少しているため、見通しは厳しい。
観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災や原子力発電所の事故、政治の混迷による影響が続いている。経済とは関係が薄い感もあるが、消費全体にブレーキを掛けているため、今後も厳しい状況となる。
観光型旅館（団体役員）	・客単価の低下や消費額の減少に加えて、予約の動きが非常に遅くなっている。
都市型ホテル（支配人）	・夏期休暇の旅行は、国内、海外共にあまり期待できないほか、高速道路料金の引下げも終了するため、景気回復は進まない。
都市型ホテル（スタッフ）	・アジアからの観光客による予約は増えているが、受注単価を大幅に下げているため、売上の増加にはつながらない。悪化する要素はないが、節電が終了した後の消費動向も予測が立たないなど、良くなる要素もない。
都市型ホテル（客室担当）	・海外の客からの問い合わせも増えているため、今後も好調な状態が続く。
都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門では、夏休みのレジャー客による利用はほぼ前年並みとなるが、9月以降は宿泊、宴会部門共に、法人客の利用が減少する。原子力発電所の問題、円高、地方選挙などのマイナス材料が多い一方、プラスとなる要素は見当たらない。
旅行代理店（広報担当）	・9月には3連休が2回、10月には1回あるが、旅行の申込はまだまだ芳しくない。原子力発電所の問題が落ち着かなければ、旅行で盛り上がる気分にはならないという客が多い。
タクシー運転手 タクシー運転手	・今年は9月まで残暑が続くため、今の状態は維持できる。 ・暑さの影響や、様々な会議の開催が東京から移ってきているなど、一時的な要因で良くなっている。今は週後半の乗客が多い一方、前半は非常に少ない状態であり、しばらくはこの動きが続く。
タクシー会社（経営者）	・東日本大震災の影響も少しずつ和らいでいるが、関西でも節電が行われたことで、様々な分野で節約の動きが広がっている。今後は、タクシーなどの交通費を節約する傾向が更に強まる。
観光名所（経理担当）	・現在放送中のテレビ番組の影響もあり、前月に続いて売上、来客数共に大幅な増加となっている。大型の台風の接近でかなりの悪影響を予想していたが、台風の後には団体ツアー客、個人客共に、大幅に伸びている。夏休みに入ってから、来客数、販売額共に大きな伸びは続いているが、これらはあくまで一過性の動きにとどまる。
観光名所（経理担当）	・今夏の動向が下半期の販売促進活動を左右するが、上半期の伸び悩みで販売促進費が抑え気味になるため、来場者の増加にはつながらない。

	その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型 施設〕（企画担当）	・最近2か月の傾向が続くと予想されるが、集客が比較的好調に推移しても、消費はそこまで伸びない。
	その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・8～10月にはプロ野球の公式戦が10試合行われるほか、人気歌手のコンサートもあるため、来場客は例年のように好調な動きとなる。
	その他サービス〔マッ サージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージは服を脱ぐ必要があるため、毎年夏には来客数が増えるが、今年は来客が全くみられないため、先行きの見通しは厳しい。
	その他サービス〔ビデ オ・CDレンタル〕 （エリア担当）	・競合店との価格競争の影響が小さい、書籍などを扱う大型店舗の出店を計画しているなど、今後も堅調な動きが続く。
	その他サービス〔生命 保険〕（営業担当）	・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増えない。
	住宅販売会社（経営 者）	・東日本大震災の復興事業や、景気の先行きなど、すべてが不透明であり、消費者の警戒感が非常に高いため、今後も厳しい状況となる。
	住宅販売会社（従業 員）	・デベロッパーは高値で土地を取得しているが、購入客の予算は限られているため、住宅価格への転嫁は難しい。今後は利益の確保が困難となってくる。
	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）	・政治や経済について特別な対策も見当たらないため、今後も大きな変化はない。
	その他住宅〔情報誌〕 （編集者）	・全国的な節電により、経済活動の縮小や停滞を招く恐れがあるほか、消費意欲の低下にもつながる。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・商業施設の開業効果が一段落し、オーバーストアの傾向が徐々に出てきているため、今後は更に厳しい状況となる。
	商店街（代表者）	・各店舗は努力しているが、大変厳しい状況が続いているため、今後も営業時間などの短縮傾向が続く。
	一般小売店〔珈琲〕 （経営者）	・原子力発電所の事故による影響が食品にも広がりつつあるため、外食産業への打撃は避けられない。
	百貨店（サービス担 当）	・秋以降に収穫される食料品の放射能汚染が懸念されるため、今後の売上悪化につながる。
	スーパー（経営者）	・食品の放射能汚染問題にどのように対応し、消費者に安心感を与えるかが明確でなく、今後は農産物や水産物への拡大も懸念される。また、米国の熱波でとうもろこしの価格が再び高騰し、仕入価格にも反映されつつあるが、店頭での売行きが思わしくないため、販売価格は上げられない。結果として、今後は利益の悪化につながっていく。
	スーパー（店長）	・食品の放射能汚染問題などで、牛肉の売上は前年比で2割ほどダウンしている。食品に対する消費者の不安が高まっており、先行きの不透明感が強い。
	スーパー（店長）	・今後も天候の変化に大きく左右されるが、例年のない台風の接近や、気温や日照時間の変化も激しいなど、予測が難しい。一方、今後も省エネ関連商品への需要は高まるが、低価格品が多いため、今後は売上が減少傾向となる。
	スーパー（企画）	・依然として政治が不安定であるほか、増税や電力不足による電気料金の値上げの話も出始めている。また、食品の放射能汚染問題もあるため、消費が喚起されるどころか、再び節約志向が強くなる。
	スーパー（管理担当）	・節電を背景に様々な商品が売れているが、起爆剤となるには至っていない。一方、放射性物質による風評被害で、食品の買い控えが更に広がる懸念もあるため、先行きはやや悪くなる。
	コンビニ（経営者）	・今後、節電のために照明を減らさざるを得ないが、雰囲気的に良くないほか、生鮮品の見た目も悪くなるため、売上に影響が出る。また、店内温度も高めに設定しているため、店内の滞留時間の更なる短縮につながるなど、売上の減少要因となる。
	コンビニ（広告担当）	・東日本大震災の復興対応の遅れや、節電対応、原子力発電所の問題などが、企業や消費者に大きな影響を与えるため、結局消費は縮んでいく。
	家電量販店（経営者）	・地上デジタル放送への移行完了で、テレビの販売が一気に減るため、売上の減少につながる。
	乗用車販売店（経営 者）	・今月の売上をみても大きく好転する要素はなく、8月以降も特別な材料はないため、見通しは暗い。
乗用車販売店（経営 者）	・良くなるきっかけがなく、暗いニュースばかりであるため、先行きの見通しは厳しい。	
乗用車販売店（営業担 当）	・以前に比べて単価が下がってきているため、今後はやや悪くなる。	

		住関連専門店（店長）	・節電や省エネを意識した生活をとおして、今までの無駄に気付き始めた消費者は多く、買換えはもったいないという声も多く聞かれる。決して悪い習慣ではないが、売上などには悪影響が出る。
		一般レストラン（経営者）	・食品の放射能汚染問題は、国の買取りなどである程度は落ち着くが、国内外の景気が不安定であるため、外食の利用は減少傾向となる。
		一般レストラン（スタッフ）	・前月にテレビ番組で紹介された効果は低下していくため、先行きはやや悪くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・夏休みの予約はますます間際化しており、8月が終わってみなければ結果は分からないが、出足は少し悪い。最近の円高で、客が海外旅行にシフトしていることも影響している。
		観光型旅館（経営者）	・為替相場の動向次第では企業経営の悪化につながるため、家計にも徐々に影響が出てくる。
		通信会社（社員）	・地上デジタル放送への完全移行が終了し、需要の高まる要因が見当たらない。さらに、景気が回復する要素もほとんどないため、新規契約は増えない。
		競艇場（職員）	・1人当たりの所得は減少傾向となるほか、節電や災害などの影響で景気の回復も遅れるため、先行きの見通しは厳しい。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・前年の売上から予想すると、今後はやや悪化傾向で推移するほか、消費者の節電・節約傾向による悪影響も出る。
		住宅販売会社（総務担当）	・住宅エコポイントの終了で、市場の冷え込みにつながる。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅エコポイントも今月末までの工事着工分で終わるため、新たな対策がなければ需要喚起は困難となる。
	悪くなる	一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・経済的要因、心理的要因共に、景気の良くなる要素が見当たらない。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・ただでさえ経済状況が悪いなか、食品の放射能汚染問題による影響は、BSE（牛海綿状脳症）の感染拡大よりも深刻である。今後、放射性物質に対する不安で消費者の牛肉離れが加速するが、販売店にはどうすることもできない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・ここ数年は、秋に入っても暑さの続く傾向がみられる。気候がはっきりしなければ買い控えにつながるため、ただでさえ夏物商材が苦戦するなか、数か月後の景気が良くなることはない。さらに、最近の円高関係の報道をみても、景気が安定して回復するまでにはまだまだ時間が掛かる。
		一般小売店〔花〕（店長）	・ガソリンなどの物価の高騰や、増税、政治不信など、景気にマイナスの要素しか見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・マスコミが、東日本大震災の復興に伴う増税などのマイナスだけを取り上げ、復興特需などのプラス材料を伝えていないため、今後も心理面の悪化が進む。
		衣料品専門店（販売担当）	・電気代やガス代の値上げのほか、消費税率を引き上げる話も出てくるため、見通しは厳しい。
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送への移行が完了したことで、メーカーは8月のテレビの需要が前年の40%にまで落ち込むと予想している。さらに、エアコンなども猛暑となった前年ほどは動かないため、先行きの見通しは厳しい。
		タクシー運転手	・先行きに良くなる要素が見当たらない。
		通信会社（企画担当）	・節電による悪影響が出てくるため、今後は悪くなる。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・受注量が増えているため、先行きの見通しは明るい。
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）	・気象予報では10月まで残暑が続く見通しであり、飲料水や冷たい食品はしばらく売れ続ける。8月は35度を超す猛暑日が続くため、熱中症対策で水分や塩分補給も活発になる。
		木材木製品製造業（経営者）	・新規事業による大きな成果が見込めるため、売上、利益共に伸びる。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・国内の事業は景気に左右されにくい医療業界のウエイトが高いため、受注状況は安定している。今後は、電子書籍のほか、タブレット端末を利用した大学や医療関係のコンテンツ事業が伸びるため、先行きはやや良くなる。
		化学工業（経営者）	・東日本大震災で止まっていた注文が徐々に動き始めている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・消費電力量がピークを過ぎて落ち着くころには、抑えられていた購買意欲も伸びてくる。
		金属製品製造業（経営者）	・8月以降は、東日本大震災の発生前の水準か、それ以上にまで回復する。
		金属製品製造業（管理担当）	・太陽光発電関連が順調であり、LED照明関連の受注も入るなど、先行きの見通しはやや明るい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の復興需要は様々な分野に波及するため、今後は受注が増える。

	電気機械器具製造業（経営者）	・中期的な見通しは暗いが、今後2～3か月は好調に推移する。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・部品の仕入れなどの面で東日本大震災の影響はまだ残っているが、2、3か月後には影響がなくなるため、少しは受注も増える。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・今後も省エネ・節電志向が続くため、店舗や住宅向けのLED照明の需要が更に拡大する。ただし、技術の進歩や新規参入の増加により、価格競争は激しさを増す。
	輸送業（営業担当）	・円高が進んでいるため、価格を値引きしても利益が出ている。今後もこの状況がしばらくは続く。
	経営コンサルタント	・東日本大震災の特需のような受注が入ったという顧客企業が増えているため、先行きはやや良くなる。
変わらない	食料品製造業（経理担当）	・景気の低迷で消費者の購買意欲も低下しているため、今後も厳しい状況となる。
	繊維工業（総務担当）	・取引先や同業他社の様子から判断しても、今後状況が好転するような要素が全く見当たらない。
	繊維工業（団体職員）	・東日本大震災の影響も続いているため、景気そのものの回復には時間を要する。
	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、今後も現在の状況が続く。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先からは受注の増加に関する話がない一方、生産の一部を海外に移すという声は聞かれるため、受注は減少傾向が続く。
	化学工業（企画担当）	・食品の放射能汚染問題などで、乳関係の消費が伸びないため、今後も厳しい状況となる。
	一般機械器具製造業（経営者）	・原子力発電所に関する設備投資は少なくなるが、保守などに必要な注文は出てくるため、全体的に大きな変化はない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・また材料が手に入りにくくなるという話が出ており、先行きは不透明である。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・テレビの買換えも落ち着くなど、市場の荷動きが活発になる要素が見当たらない。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・新規の引き合いがあるが、まずは試作品が認められなければならないため、年内は受注の見込みが立たない。
	建設業（経営者）	・まだまだ本格復興の動きは先であるため、建設資材や人手不足の心配はないが、受注競争は今後も激しくなる。
	建設業（経営者）	・受注単価、利益率の低調な状態が続くなど、全体的に顧客の収入が減っていることは明白である。経済対策が実施される予定もないため、良くても現状維持である。
	輸送業（営業所長）	・四半期決算月となるため、多少は荷動きが増えるが、継続的な動きにはならない。
	輸送業（営業担当）	・中元の荷物が前年よりも3割増えているが、百貨店からの配送依頼が他社から移ってきた影響であり、景気そのものに変化はないため、今後も現在のような状況が続く。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読の中止についても、他紙に変更するわけではなく、経済的な理由で購読を中止する人が多い。新規読者も伸び悩んでいるため、現状維持が精一杯である。
	広告代理店（営業担当）	・売上の前年比は110%前後であるが、それ以上伸びる要因が見当たらない。
	広告代理店（営業担当）	・これ以上良くなる要素は見当たらないため、現状維持となる。
経営コンサルタント	・顧客企業の生産や販売状況は横ばいであり、短期間で上向くことはない。	
司法書士	・相変わらず解散などの登記が目立ち、新たに起業する人は少ない。今後増加する要素もないため、現状を維持できればよい。	
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・特に、景気の良くなる気配がみられない。	
やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・食品の放射能汚染問題で、流通経路の複雑さが改めて分かった。今後は水産物や農産物への影響が懸念されるが、当社の商品にも問い合わせが増えているなど、食品業界に明るい話はない。
	繊維工業（総務担当）	・イベントは安価で薄利なセット販売が中心となっているほか、生産量を落とすににくい状況であるため、在庫の増加も進んでいるなど、先行きの見通しは厳しい。
	化学工業（管理担当）	・1ドル78～79円の円高が続く、輸出に悪影響が出るほか、東日本大震災の復興需要も遅れるため、先行きはやや悪くなる。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注状況が非常に悪くなってきているため、先行きの見通しは厳しい。
	一般機械器具製造業（設計担当）	・今後は電力不足の影響が出てくる。

		<p>その他製造業〔履物〕（団体職員）</p> <p>コピーサービス業（店長）</p> <p>その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）</p>	<p>・原材料価格が上がってきているが、販売価格には転嫁できないなど、先行きの見通しは厳しい。</p> <p>・今夏はもちろん、その後も節電要請は消えないことが予想される。エコブームによる特需も考えられるが、関西経済の先行き不透明感が更に増している。</p> <p>・今後も円高が続けば国内の製品では対応できなくなり、輸入品に頼るしかなくなる。</p>
	悪くなる	不動産業（営業担当）	<p>・当地域に入ってくる会社や事務所がなく、賃貸事務所、住居共に需要が減っているため、今後も厳しい状況となる。</p>
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（経営者）	<p>・例年であれば夏は動きが鈍るが、今年は全体的に忙しくなっている。金融関係以外は好調な動きがみられるため、先行きもやや良くなる。</p>
		人材派遣会社（経営者）	<p>・製造業派遣では、サプライチェーンの復旧に伴って自動車産業からの求人が増えており、秋以降はその動きが更に本格化する。</p>
		人材派遣会社（支店長）	<p>・東日本大震災の影響も徐々に薄れ始めており、これから本格的な復興需要が出てくる。</p>
		求人情報誌製作会社（企画担当）	<p>・例年、8月後半から9月にかけて求人数が増えるほか、今年は東日本大震災後の復興需要もあるため、景気回復につながる。</p>
		職業安定所（職員）	<p>・求人数が増えてきているため、先行きはやや良くなる。</p>
		民間職業紹介機関（職員）	<p>・建設関係の日雇求人数の先行指標である、鉄筋工の求人がやや動き始めている。</p>
	民間職業紹介機関（支社長）	<p>・求人動向は堅調に推移しており、今後下振れすることは考えにくい。</p>	
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	<p>・前年が悪かったため、それを下回ることはないが、水準はほぼ前年並みとなる。</p>
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	<p>・新卒や転職、パート、アルバイトに関する求人広告は、低迷した状況が続いている。それらの求人広告を扱う企業やメディアも業況が縮小しているため、今後も厳しい状況となる。</p>
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	<p>・景気対策、雇用対策共に新たな施策が打ち出されていないなど、当面は厳しい状況となる。</p>
		職業安定所（職員）	<p>・企業からは自粛ムードが一段落したといった声や、サプライチェーンの復旧で生産が持ち直したといった声が聞かれる一方、今夏の節電や円高による雇用への影響も懸念されるなど、今後の見通しは非常に分りにくい。</p>
		職業安定所（職員）	<p>・電力会社からの節電要請に対し、各社は対策を行っているが、事業活動や雇用に与える影響はほとんどみられないため、今後も現在の状況が続く。</p>
		職業安定所（職員）	<p>・電力不足や円高による先行き不透明感で、学卒求人の出足も悪い。増産体制の事業所もみられるが、全体的には現在の状況が続く。</p>
職業安定所（職員）		<p>・新規求人数の減少幅が徐々に縮小しており、隣接する安定所では、求人数は増加に転じていることから、今後も求人数の増加が続く。</p>	
民間職業紹介機関（大学担当）	<p>・就職活動をとおして、学生は徐々に成長しているが、企業の採用姿勢は今後も慎重な状況が続く。</p>		
民間職業紹介機関（支社長）	<p>・求人は増加し続けているが、前年に比べると少し鈍化した感があるなど、全体的には今の状況が続く。</p>		
やや悪くなる	人材派遣会社（役員）	<p>・異常な円高で厳しい状況にあるなか、労働行政の停滞が続けば産業の空洞化は避けられない。世界経済の不安定さなどもあり、先行きには明るさがみられない。</p>	
	学校〔大学〕（就職担当）	<p>・東日本大震災の復興の動きが遅れており、景気が上向く気配も全くない。</p>	
	悪くなる	-	-