

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）	・売上が前年比で4%増加するなど回復傾向にあるため、今後もやや良くなる。
		商店街（代表者）	・円高で輸入品の仕入価格が低下し、激安価格での販売が増えているため、今後は消費も活発になる。また、3～6か月後のドル建て決済で仕入れた場合、以前の仕入分では為替差益が発生しやすいため、この秋は円高還元セールを行う施設が増える。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・来客数が増え、客単価も徐々に上がってくるため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・婦人衣料のトレンドは、誰もが身に着けやすいクラシックテイストが人気であるほか、上質な素材感の商品が支持されているため、今後は購入客数や1品単価の改善が進む。
		百貨店（企画担当）	・電力不足に陥る懸念から、寒さ対策の商品については動きが活発になる。
		百貨店（営業担当）	・夏物商材では高額品の販売量は少なかったが、今後は本格的に秋冬物が有名ブランドを含めてそろってくるため、高額品の受注が増える。
		百貨店（販促担当）	・今後は冬の節電に伴い、温感商材への需要が高まる。
		スーパー（店長）	・食品の放射能汚染問題の影響で落ち込んでいた牛肉の売上が回復しつつあるため、そのほかの商品の回復も進めば、先行きはやや良くなる。
		スーパー（販売担当）	・広告初日には卵などの低価格商品に買物が集中するが、その中でも価格ではなく品質の良い商品がよく売れていることから、先行きの見通しは良い。
		スーパー（社員）	・売出し日などには客の買物意欲も高まるほか、前年の秋は店頭の販売状況が悪かったこともあり、今年は秋から冬に向けてやや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・節電の影響で8月以降は企業の残業が減り、売上は前年比で約16%減ったが、2～3か月先は涼しくなって節電の動きも落ち着くため、売上也回復する。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・スーパークルーズの影響で、スーツやネクタイといった夏物商材の売上は最低であったため、これ以上は悪くならない。
		乗用車販売店（営業担当）	・東日本大震災の後、中間決算フェアなどがすべて延期となっていたが、今後は新型車の発売も予定されている。集客につながる材料が多いため、売上の回復傾向が進む。
		乗用車販売店（営業担当）	・自動車の生産も回復してきたため、これから少しずつ仕事が増えていく。
		スナック（経営者）	・新しい店がオープンしては消えていく動きが続いているが、35年間営業している当店にも客が訪れ始めているため、これから良くなっていく。
		観光型ホテル（経営者）	・光熱費の支出がピークを過ぎ、予約件数が今月よりも増えるなど、収支が改善に向かう。大きな婚礼も増えてきているため、先行きの見通しは良い。
		観光型旅館（経営者）	・高速道路料金が元に戻り、都市近郊で高速道路料金もあまり掛からない当地区に客足が向かいつつあるため、先行きはやや良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼の単価は低下傾向にあるが、宴会は予約率や単価が上昇している。また、講演会の受注が伸びているほか、設備の改善によって宿泊の予約率や単価も上向いているため、先行きの見通しは良い。
		旅行代理店（店長）	・先行受注の状況が上向きつつあるため、先行きはやや良くなる。
	住宅販売会社（経営者）	・先行きは不透明であるが、リーマンショック以降、激しく落ち込んでいた受注が回復しつつあるため、先行きはやや良くなる。	
	住宅販売会社（経営者）	・近畿では東日本大震災による影響も和らいできており、秋の異動シーズンを控えて、市場の動きは若干活発化する。	
	変わらない	商店街（代表者）	・売上の良い時期と悪い時期の差が極端であるなど、まだまだ不安定な状況が続く。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・客が低価格品に飽き始めており、品質を求める声が増えてきている。ただし、実際に購入する客は少ないため、当面は今の状況が続く。

一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・余裕のある客は高額品に興味を示しているが、少しでも安く買おうとする傾向が強い。また、消費者全体の購買意欲も高まっている感はあるが、実際の消費につながるには時間が掛かるため、平均するとあまり変わらない。
一般小売店〔食料品〕（管理担当）	・東日本大震災の影響で材料が不足しており、今後も入ってくる見通しが立っていない。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・冬場に入っても、客の動きが良くなるとは思えない。社会や経済全体に明るさが出てこなければ、消費者の購入意欲が高まらない。
一般小売店〔雑貨〕（店長）	・ここ数か月の売上は横ばいで変わらないが、以前の水準には遠く及ばず、回復は困難である。
一般小売店〔花〕（店長）	・景気の先行き不安のほか、円高や株安といった不安材料が山積しているため、今後も厳しい状況が続く。
一般小売店〔花〕（店員）	・客の節約志向が定着しつつあるため、生活必需品ではない花の購入が増えることはない。
一般小売店〔酒〕（店員）	・客単価や来客数が前年よりも落ち込んでいるほか、進物の需要も極端に低下しているため、先行きの見通しは厳しい。
一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・業界に景気が良くなるムードはない。消費者の財布のひもも固いため、ぜいたく品などのし好品の売上はなかなか伸びない。
百貨店（売場主任）	・世界経済の停滞や東日本大震災の復興財源問題など、先行き不透明感が強い状況であるため、消費が回復する兆しはみられない。
百貨店（売場主任）	・全体的な景気や競合店舗の状況を考えると、大きく落ち込むことはないが、今よりも回復することは困難である。
百貨店（売場主任）	・円高が続くため、一部の商品の動きは良くなるが、全体的な売上の底上げにつながるまでには至らない。また、来客数と客単価の改善が求められるなか、大幅な来客数の増加は、劇的な環境変化がない限り難しいため、大きな変化は起こらない。
百貨店（企画担当）	・客の購買意欲が一気に高まるような、大きな出来事がなければ、今後も変わらない。
百貨店（営業担当）	・ごく一部の富裕客は、今後もブランド宝飾品や美術品を購入すると予想されるが、大部分は消費を控える傾向が出始めているため、見通しは厳しい。
百貨店（店長）	・これといった明るい兆しがないため、今後も厳しい状況となる。
百貨店（サービス担当）	・東日本大震災の影響で農作物や海産物の確保が難しくなり、価格の上昇が懸念されるが、冬に向けて消費電力を抑えた暖房器具への需要が高まるほか、保温効果の高い衣料品の売行きが良くなる。
百貨店（婦人服）	・円高や株安で企業業績の悪化が懸念されるなか、高額商品の動きも再び悪化している。今後、消費は必要な物だけに絞られ、不要不急の消費は控えられる傾向が強まる。それに伴い、景気は一進一退の動きとなるため、持続的な回復は進みにくい。
百貨店（売場担当）	・今年も例年並みの残暑となるほか、宝飾品の値上げも相次いでいるため、客の購買意欲は更に低下する。
スーパー（経営者）	・周囲には競合店が多く、その日のチラシを見て客が動くという傾向が顕著であるため、今後も厳しい状況となる。
スーパー（経営者）	・自動車や家電部品関連の中小企業が多い地域であるため、円高が定着すれば、客の節約志向が更に厳しくなる。また、小麦粉や原乳価格の値上げ、米の相場高騰などが進んでいるにもかかわらず、客の財布のひもが固いため、小売店の間では価格競争が激化する。
スーパー（店長）	・円高の継続や電気料金の引上げといった、消費マインドを悪化させる要素が多いほか、夏の節電で売れ筋となっていた涼感商品の動きも、秋以降は落ち着く。今後は消費を盛り上げる要素がないほか、東日本大震災の復興財源としての増税の動きによる悪影響も懸念される。
スーパー（店長）	・依然として食品の放射能汚染問題への関心が高く、産地へのこだわりが目立つほか、買い控えの動きもみられる。
スーパー（店長）	・前年とは状況が大きく異なっており、今後も全体的には苦戦が続く。衣料品では品ぞろえの変更で上向くが、家電関係は苦戦するほか、食品も販売量の減少に伴って競争が更に激しくなる。
スーパー（経理担当）	・消費そのものは底堅く推移するが、円高の長期化によって雇用者所得が減少し始めると、消費にも影響が出てくる。現状は、どちらの方向に向かうかが不透明な状況である。

コンビニ（経営者）	・周辺のオフィスビルの空室率は依然として高く、購買人口の回復はみられない。また、値引きセールを実施しても、そのほかの商品が売れないため、来客数は増えるが、客単価は低下する傾向が今後も続く。
コンビニ（店員）	・夕方以降、値引き商品を目当てに来店する主婦やサラリーマンが多いなど、家計の厳しさがうかがえるため、今後も厳しい状況となる。
乗用車販売店（経営者）	・景気の上向き材料が全く見当たらず、2～3か月先の予測が立たない状況である。
乗用車販売店（経営者）	・円高や東日本大震災の復興の遅れといった悪い材料がみられるなか、最も悪影響が大きいのは復興の遅れであり、今後も状況は厳しくなる。
乗用車販売店（経営者）	・車検や販売の予約状況を見ると、先行きはあまり良くない。
乗用車販売店（営業担当）	・新型車の発売効果で一定の受注量は期待できるが、節約ムードもみられるため、大きな回復は困難である。
住関連専門店（店長）	・東日本大震災で景気の衰退に拍車が掛かっており、身近に明るい材料も見当たらないなど、回復までには時間が掛かる。
住関連専門店（店員）	・前年に比べて、今年は羽毛布団やこたつに目立った新商品もないため、冬物商材の売上はあまり伸びない。
高級レストラン（支配人）	・日本人の来客が増えているなど、徐々に回復の兆しもみられるが、外国人客は東日本大震災前の水準に戻っておらず、今後も良くない見通しは立っていない。
一般レストラン（経営者）	・東日本大震災で延期となっていたウエディング客が動き始めるため、売上は上昇するが、落ち込み分を取り戻す動きに過ぎない。
一般レストラン（経営者）	・天候にもよるが、現時点では良くなる要素が見当たらない。近隣に婦人服のリサイクルショップがオープンしたが、当店の来客増につながるかは不透明である。
一般レストラン（店員）	・夏休み期間中に早めていたオープン時間を元に戻すが、大きな影響はない。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・企業収益の大幅改善といった報道もみられるが、喫茶の利用客の話では、大企業でも社員への利益還元は進んでいない。消費の拡大にはつながっていないため、今後も大きく変化することはない。
その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・来客数が減っているほか、閉店となる店が増えており、見通しは厳しい。
観光型旅館（団体役員）	・予約の入り方が非常に遅いほか、客単価が上向きような気配もない。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の伸びる要因は見当たらないが、落ち込む要素もないため、今後も微増の傾向が続く。一方、宴会や会議といった法人客の動きが非常に不透明であるほか、福島第一原子力発電所の問題や増税、円高に対する悲観的な声も増えている。
旅行代理店（経営者）	・海外旅行には円高が大きな追い風となるが、燃油サーチャージも大きく上昇しており、効果は半減する。ただし、国内旅行では関東のテーマパーク関連の問い合わせが大きく回復しつつあるため、全体としては現状維持となる。
旅行代理店（広報担当）	・このまま円高が進めば景気が悪化し、収入の減少につながるため、旅行に行く人も減少する。ただし、今秋は3連休が多いため、予約状況は堅調に推移している。
タクシー運転手	・週の前半は人の動きが少ないが、週末にかけては会合が多い。会議の開催場所が関東から神戸や大阪にシフトしているため、今後も現在の動きがしばらくは続く。
通信会社（経営者）	・東日本大震災の影響で落ち込んだ消費が回復するまでには、まだ時間が掛かる。
観光名所（経理担当）	・今月は前年よりも暑くなく、来客数、販売額共に大幅な伸びが続いている。前年の10月から好調が続いており、来期はこの反動で大幅なダウンも予想されるが、当面は好調な動きが続く。
その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・来客数の増加につながる要素もなく、安定した状態が続いているため、今後も現在の状況が続く。
その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・毎年暖かい時期になると来客数が増えるが、今年は常連客が減りつつあるため、全体としては現状維持となる。
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、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。

やや悪くなる	一般小売店〔時計〕 (経営者)	・電気代やガス代といった生活に必要な物が値上がりするため、節約志向が更に強まる。自然災害などの心配もまだまだ続きそうで、客が買物を楽しむ状況は望めない。今月はまずまずの実績であったが、先行きは今月よりも厳しくなる。
	一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・BSEと同様に、食品の放射能汚染についての安全基準は今一つはっきりしていない。検査のレベルにもばらつきがあるなど、分かりにくい状況となっている。出荷制限が1か月以上続くなど、先行きの見通しは非常に厳しい。
	百貨店(マネージャー)	・円高や株安といったマイナス材料によって先行きの不透明感が高まっているため、景気にも悪い影響が出る。
	スーパー(経営者)	・テレビへの需要のほか、東日本大震災関連の需要もなくなり、今後は消費者の間で節約傾向が強まる。
	スーパー(企画担当)	・来客数、売上共に、前年比は96%で推移しており、下げ止まる気配がないため、今後らせん階段状に悪化が進む。
	スーパー(管理担当)	・東日本大震災や原子力発電所の事故による影響が続くなど、消費の増加につながる材料が見当たらない。
	スーパー(企画)	・子ども手当の減額など、今後も先行きが不透明な状況が続く。ここへきて乳製品が値上げされたほか、電気料金の値上げの話も出ているため、消費が本格的に回復するまでには時間が掛かる。
	コンビニ(広告担当)	・復興財源としての増税や、天候要因による物価の上昇などで、消費マインドの低下が進む。
	衣料品専門店(経営者)	・当社の店舗近くのディスカウントストアでは、常識では考えられない価格で販売しており、周辺よりも多くの客を集めている。商品の質は良くないが、半数以上の客はそれを見て買って購入している。このような状態をみると、定価での販売が成り立たなくなる恐れもあるなど、先行きの見通しは厳しい。
	衣料品専門店(販売担当)	・円高が響いて、どの企業も非常に業況が悪くなるため、先行きの見通しは厳しい。
	乗用車販売店(経営者)	・電力不足や円高、株安など、消費マインドを低下させる要素が山積しているため、先行きの見通しは厳しい。
	その他飲食〔ファーストフード〕(店員)	・前年よりも受注が減少し、客単価も下がっている。客の動きが非常に流動的であるため、今後も良くならない。
	観光型ホテル(経営者)	・個人客の動きは良くなっているが、9月以降は団体客シーズンとなるため、先行きの見通しは厳しい。また、9月の連休はほぼ満室状態であるが、平日の稼働率が極めて悪いなど、繁閑の差が極端となっている。
	観光型旅館(経営者)	・2、3か月先の予約状況を見ると、前年比で約5%悪化しているため、先行きの見通しは厳しい。
	都市型ホテル(支配人)	・円高による生産や消費への悪影響のほか、食品の放射能汚染問題には解決の兆しがみられないなど、景気回復にはもう少し時間が掛かる。
	都市型ホテル(マネージャー)	・9月以降の予約は厳しい状況となっている。今後も円高や株安の傾向が続くため、秋以降の回復は難しく、特に法人による宴会利用が大きな影響を受ける。
	都市型ホテル(客室担当)	・春から自粛されていた旅行が、夏休みになって動き出している。今後、秋の行楽シーズンに向けて同じように動くかは不透明であるほか、円高の影響で海外旅行が増えるため、先行きの見通しは厳しい。
タクシー会社(経営者)	・法人客、個人客共に、節電が節約志向につながり、タクシー利用が減少するという動きは和らぐ一方、円高などの影響が企業に及んでくるため、先行きの見通しは厳しい。	
通信会社(経営者)	・新機種効果も徐々に薄れ、年末に向けた冬商戦との端境期となるため、売上は減少する。	
通信会社(社員)	・年末に向けてテレビの購入が増える兆しはないほか、アンテナを使って地上デジタル放送を視聴する世帯も増えているため、ケーブルテレビサービスへの加入者は更に少なくなる。	
観光名所(経理担当)	・節電対策で企業の夏休みが後ろに伸びたことで、盆期間後の16～20日の来場者数は前年を上回っているが、今月に入って来場者数が減少しているなど、見通しは厳しい。	
その他レジャー施設〔球場〕(経理担当)	・9～10月はプロ野球の公式戦が4試合あるほか、人気歌手のコンサートも予定されているが、プロ野球シーズンが終了する10月中旬以降は企業イベントが主となるため、来客数は減少する。	
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕(企画担当)	・消費者のレジャーマインドは大きく変わらないが、今月は天候要因で良かった分、今後はやや悪くなる。ただし、海外からの団体客が戻ってくれば、現状維持は可能である。	

		住宅販売会社（総務担当）	・住宅の購入に対する優遇措置の終了で、客の購入意欲が低下するため、市場の冷え込みにつながる。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・来場者数が増えている要因は、住宅ローンのフラット35Sへの申請期限を前にした駆け込み需要であるため、今後は厳しくなる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・急激な円高が企業業績に悪影響を及ぼすほか、消費でも生活防衛の姿勢が強まるため、景気の悪化が進む。
	悪くなる	家電量販店（店長）	・アナログ放送終了に伴う駆け込み需要の反動減が出るなか、今年は節電がトレンドとなるが、LED照明の需要は高い一方、エアコンや冷蔵庫、洗濯機の需要には結びついていないため、見通しは厳しい。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・宝飾品の購入よりも海外旅行に行く動きが増えるほか、家にある金製品などを下取りに出す動きが増える。
		都市型ホテル（総務担当）	・円高による輸出の不振などで、法人客や個人客の心理が一気に冷え込むため、先行きの見通しは厳しい。
		競輪場（職員）	・今月は特殊事情で客単価は上昇したが、例年通りの動きとなれば、今後は悪くなる。増税の予想や物価の上昇、円高の進行など、好転する要素が見当たらない。
企業動向関連	良くなる	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・見積件数が増えているため、先行きの見通しは良い。
	やや良くなる	食品品製造業（営業担当）	・秋から冬にかけても円高が続くようであれば、輸入原材料の価格低下で利益率が上がる。さらに、安売り商品が出回りやすくなることで、商品の回転が速くなれば、受注の増加にもつながる。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達が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）	・継続的に受注可能な事業が成約に向かうため、今後はやや良くなる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・関東での節電で減少していた生産の減少分を10月以降に増産するなど、先行きはやや良くなる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数が増えつつあるため、先行きはやや良くなる。
		建設業（経営者）	・土地の動きはそれほど良くないが、ホームページへの問い合わせも増えている。土壌汚染に対する関心は高まっているため、先行きの見通しは良い。
		輸送業（営業担当）	・前月に運賃の値上げを行ったが、荷主の理解を得ることができていることから荷物は減っておらず、今後も利益は好調な推移となる。
		金融業（営業担当）	・住宅関連が徐々に動き出すなど、東日本大震災で落ち込んだ消費者の意識にも変化がみられる。今後は特に、エコ関連の商品の動きが良くなる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・自動車や家電業界では各社が競って広告を出しているほか、不動産や住宅関係の広告も増えているため、今後はやや良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・メーカー関連の広告が増え始めているため、先行きは更に良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・しばらくは新たな広告の出稿が続くなど、先行きの見通しは良い。
	変わらない	食品品製造業（従業員）	・秋に向かって食品関係は徐々に良くなるが、円高や政治の動向次第で大きく変わる。円高の割には輸入原料が安くなっておらず、逆に投機筋による原料価格の上昇を耳にするなど、収益面では厳しい状況となる。
		繊維工業（総務担当）	・現在の受注状況を見ても、好転する要素は見当たらない。価格面でも、取引先には価格転嫁を受け入れる雰囲気は全くない。
		化学工業（経営者）	・東日本大震災の復興需要がこれから本格的に動き出すが、円高の影響も大きいいため、景気が回復するまでにはまだ時間が掛かる。
		金属製品製造業（経営者）	・自動車産業は活況となっているが、そのほかの製造業は円高で国際競争力が低下しており、海外向けの案件が決まらないなど、今後も厳しい状況となる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の復興事業はこれから動き始めるが、景気全体は為替の変動によって左右される。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・今後も販売量の増加が続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・復興事業が本格的に始まれば、再び材料不足となる可能性もあり、先行きは不透明である。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・デフレや円高は今後も続くなど、景気の良くなる要素が見当たらない。

	建設業（経営者）	・急激な円高により、取引先の設備投資計画が凍結される懸念がある。	
	建設業（経営者）	・円高や国債の格下げといった不安要素が多いため、楽観的にみても現状維持である。	
	輸送業（営業所長）	・新規案件も乏しく、先行きの見通しは今後も厳しい。	
	経営コンサルタント	・小売業では円高のメリットが出始めるため、好調が続く一方、製造業では円高の悪影響が中小企業に広がるまでには、まだ時間が掛かる。	
	経営コンサルタント	・節電や円高により、顧客企業の間では経費削減が進んでいるため、当社にも悪影響が出てくる。	
	司法書士	・今月は会社の設立登記や相談があるなど、少しは良くなる兆しもみられたが、この動きが続くかどうかは不透明である。	
	コピーサービス業（店長）	・各社の節電対策などで更なるアウトソーシングが進めばよいが、コスト負担が増えることには敏感なため、大幅な回復にはつながらない。	
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・近隣の大規模商業施設を訪れる客の動きも一巡し、開業効果は落ち着いてくる。円高や増税といった不安要素もあるため、消費マインドはあまり良くならない。	
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・小売では堅調な状況が続くため、全体としては現状維持となる。	
やや悪くなる	繊維工業（団体職員）	・原材料である綿糸価格の下降により、年末向けの製品価格に影響が出てくる。	
	繊維工業（総務担当）	・値下げに頼る取引先が増え、当社の社員が催事で販売支援を行うケースが増えているため、経費の増加が進む。	
	化学工業（管理担当）	・円高による輸出の減少や、産業の空洞化が進むため、先行きの見通しは厳しい。	
	化学工業（企画担当）	・世界的に経済が不安定であり、円高状態の改善が見込めない。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・円高や東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故といった問題が山積しており、業界の先行きは不安である。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・原子力発電関連の投資が停滞するため、今後数か月は良くない状況に陥る。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・海外と取引している得意先が多く、特に東南アジアとの取引では円高で商談が不調となっており、受注減につながっているため、先行きの見通しは厳しい。	
悪くなる	プラスチック製品製造業（経営者）	・円高で生産拠点が海外へ流出するため、製造業の空洞化が更に加速する。	
	金属製品製造業（営業担当）	・円高の急進で海外向けの取引が全く成約しない。せっかく回復してきた売上が秋以降は急激に落ち込むほか、顧客の間で海外調達へのシフトが加速しており、このままでは来年以降の業績悪化が非常に懸念される。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・円高の影響で業況が更に悪くなる。	
	不動産業（営業担当）	・企業による合理化の動きで当地域から事務所が減り、それに伴って賃貸マンションの需要もなくなっている。これらの悪循環によって、空室率が上がっているため、今後も厳しい状況となる。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・先行きに良くなる要素が見当たらない。	
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・東日本大震災の復興が進んでおらず、先行きは不透明である。	
雇用関連	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を中心に、採用予定数を増やす動きが出てくるほか、例年9～11月は年末商戦に向けて増加傾向となる。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・秋以降は自動車産業などで増産となるため、製造系はもちろん、事務系でも求人ニーズが増加する。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災以降、新規求人数は前年を下回っていたが、久しぶりに前年比で8.0%増となっている。これは正規求人の回復によるものであり、今後の本格的な求人の増加が期待される。飲食業では震災以降に落ち込んだ客足が戻らないとの声があるほか、海外比率の高い製造業では、急激な円高による経営への悪影響を懸念する声も聞かれるが、小売業やサービス業、建設業などの幅広い業種で求人が増加がみられる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・求人依頼件数が前年比で着実に増加しているため、先行きもやや良くなる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業からは雇用への意欲を示す声が出始めたため、先行きの見通しは良い。

変わらない	人材派遣会社（経営者）	・下半期の案件が出てくる予定であるが、まだ不透明である。円高などの懸念もあるため、先行きはあまり明るくない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・広告全体としては、今後2、3か月は横ばいであるが、求人広告は回復基調となる。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・今後の製造業の動向に大きく左右される。生産拠点を海外に移す企業が増えれば、求人の増加にはつながらない。
	職業安定所（職員）	・円高などによる雇用情勢への悪影響が懸念されるなど、今後の見通しは不透明である。
	職業安定所（職員）	・円高などの不安材料はあるが、求人数や求職数の動きから判断すると、状況は大きく変わらない。
	職業安定所（職員）	・新規求人では製造業の増加がみられるが、円高などの不安材料があるため、増加傾向は続かない。
	民間職業紹介機関（職員）	・建設業者によると、復興予算が動き出し、東北での作業員向け宿舎が確保できれば、日雇求人は増える。ただし、関西での工事は減るため、求人全体は増えない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・求人数はやや増えているが、雇用情勢がすぐに良くなることはない。
やや悪くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・学生は就職活動で内定の獲得に苦戦しており、今後も同様に厳しい状況が続く。
	人材派遣会社（役員）	・東日本大震災の復興に伴う需要が本格化するが、復興財減を含む財政問題のほか、円高による景気への悪影響も出てくるため、雇用全体としては悪化につながる。
悪くなる		