

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	乗用車販売店（営業担当）	・今が底の状態であるため、今後は良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・新型インフルエンザの影響が若干和らぐため、少しは回復する。
		商店街（代表者）	・1品単価は落ちているものの、購買量の増加で売上全体は伸びているため、今後も上向き傾向となる。
		百貨店（売場主任）	・新型インフルエンザの影響が落ち着いており、今後は来客数が増加に向かう。また、株価も上がってきているため、少し高価なものにも動きが出てくる。
		百貨店（売場主任）	・夏のセール時期が夏物商材の実需期となりつつあるため、やや回復する。
		百貨店（売場主任）	・新型インフルエンザの騒ぎが落ち着けば、身の回りの商品から徐々に回復に向かう。ただし、売上を伸ばすためには特徴のある商材が必要であるほか、しっかりと接客が求められる。
		衣料品専門店（販売担当）	・新型インフルエンザの影響が少し落ち着けば、来客数も増える。
		乗用車販売店（経営者）	・環境対応車の購入に関する減税などが実施されることで、先行きは良くなる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・新型インフルエンザの影響も終息し、元の状態に戻ってくる。
		高級レストラン（支配人）	・新型インフルエンザの影響による販売量の減少も底を打ち、回復傾向となる。
		スナック（経営者）	・新型インフルエンザで外出を控えている影響で、客のストレスがたまっているため、今後はその発散の意味もあって来店が増える。
		観光型ホテル（経営者）	・5、6月は新型インフルエンザの影響で予約の取消しが相次いでいるが、その後は希望的観測もあるものの、今の極端に悪い状況に比べれば良くなる。
		観光型旅館（経営者）	・楽観的な見通しであるが、新型インフルエンザ問題の沈静化が進むため、やや良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門については、夏に開催される高校総体関連の需要で予約が好調であるほか、宴会も前年を上回る予約率となっている。一方、婚礼は前年並みとなっている。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門は、新型インフルエンザで出張やレジャーが控えられた反動で、短期的には少し動きが出てくる。一方、宴会部門の予約状況は選挙の関係もあって微妙な状況である。
		都市型ホテル（役員）	・6月になれば新型インフルエンザの感染は終息するため、全部門で少なくとも今に比べれば回復する。ただし、予約状況をみると景気低迷の影響は続いているため、前年並みの水準にはまだまだ戻らない。
		旅行代理店（経営者）	・新型インフルエンザの報道が少しは落ち着くのに伴い、今よりも回復する。
		タクシー運転手	・今月は新型インフルエンザの影響で最悪であったため、2～3か月後はやや良くなる。
		通信会社（社員）	・政府の旗振りで地上デジタル放送やブロードバンドへの対応が進められている。特に地上デジタル放送については、2011年7月24日に向けて加速度的に周知が進むため、やや良くなる。
		通信会社（企画担当）	・政府の景気対策に期待できるほか、消費マインドが上向いていることから、先行きはやや良くなる。
通信会社（管理担当）	・大手の携帯電話会社で新製品が販売開始となるほか、新型インフルエンザの話題が下火になることで、上向き傾向となる。		
通信会社（企画担当）	・景気が底打ちする気配を感じるため、今後は良くなる。		
美容室（経営者）	・5月に減少した客が戻ってくるため、売上の増加につながる。		
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、暖かい時期になると来客数が増えるほか、今月は新型インフルエンザの影響で来客数が減っていたため、少しは良くなる。		
住宅販売会社（経営者）	・不動産については買手市場が続いているが、物件相場の低下に伴って徐々に良くなる。		
住宅販売会社（従業員）	・客の様子が変わってきたことでデベロッパーの停滞ムードも払しょくされるほか、今後は販売物件も増えるため、市場の動きが活発化する。		

	住宅販売会社（総務担当）	・新型インフルエンザの影響は終息傾向となるほか、6月からの長期優良住宅の優遇などが大きな後押しとなる。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅ローン減税の拡充による追い風もあり、実需に基づいた客が増えているため、新型インフルエンザの騒ぎが落ち着けば客足も戻る。
変わらない	商店街（代表者）	・定額給付金の給付や、商店街でのプレミアム付き商品券の発行により、6、7月は来街者が増加する。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・新型インフルエンザの影響は落ち着くものの、客の消費意欲は依然として低迷した状態が続く。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・客の様子を見てみると、良くなることはない。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・先行きが良くなる実感がなければ、消費者の財布のひもは緩まないため、小売店の販売も増えるはずがない。
	一般小売店〔野菜〕（店長）	・実体経済はまだまだ底打ちしていないため、今後も厳しい状況が続く。
	百貨店（売場主任）	・まだまだ雇用環境や給与所得といった面が良い方向へ向かっていないため、今後も厳しい状況が続く。
	百貨店（売場主任）	・不況の影響で買物が減っており、これを機に客の間で賢く消費する習慣が定着した感があるため、今後も厳しい状況が続く。
	百貨店（売場主任）	・景気対策が実行されるものの、各企業では給与やボーナスのカットが行われているため、個人消費は伸びない。今後も低額品や生活必需品が売れる一方、高額品は苦戦する。
	百貨店（企画担当）	・毎日の客の動きに敏感な食品関連に活気がないため、先行きの見通しは厳しい。
	百貨店（営業担当）	・マスコミの報道に流されやすい消費者が、選挙や海外景気の動向次第では、余裕があっても高額品の購入を手控える感があるため、今後も厳しい状況となる。
	百貨店（営業担当）	・若者のブランド離れにより、以前にも増して高級品の売行きが芳しくないため、今後も厳しい状況となる。
	百貨店（サービス担当）	・景気は上向き傾向にあると報じられているが、近畿では依然として暗い状況が続く。今後も消費を拡大させるような話題性のある商材が少ないため、前年の売上確保は難しい状況である。
	百貨店（婦人服担当）	・根本的な景気回復はまだであるため、客の衣料品に対する購入意欲は高まってこない。
	百貨店（商品担当）	・ボーナスカットの話も多く、消費者の生活防衛意識が高まっているため、客単価は低下したままで回復しない。
	百貨店（マネージャー）	・消費の増加につながるような企画がない。既に景気が悪くなって久しいため、これから更に悪くなることもないが、上昇することもない。
	百貨店（店長）	・新型インフルエンザの影響が沈静化し、夏のボーナス時期となるが、なかなか上昇ムードにはならない。
	スーパー（経営者）	・近くに競合店が多数あるため、客はその日のチラシを見て買い回っている。こちらが安売りすればこちらの目玉商品、競合店が安売りすればそちらの目玉商品と、客は少しでも安い店を買い回っている。
	スーパー（店長）	・新型インフルエンザの影響で、来客数は週末を中心に減少傾向が進む。一方、備蓄関連商品の売行きは今後も好調が続くものの、省エネ家電のエコポイント制度については、テレビの売行きは若干良くなっているが、冷蔵庫やエアコンの売行きには全く変化がないため、効果については不透明である。
	スーパー（店長）	・当地域は新型インフルエンザの影響もそれほど受けていないため、今後の状況もそれほど変化はない。
	スーパー（店長）	・消費者の節約志向は今後も続くため、購入金額も大きくは変わらない。
スーパー（店長）	・県下の雇用情勢に回復傾向がみられない状態であるため、消費が上向くことはない。	
スーパー（企画担当）	・景気の下げ止まりを実感しているため、これ以上は悪くならない。	
スーパー（広報担当）	・新型インフルエンザの影響は次第に落ち着きつつあるが、景気の良くなる要素が少ないため、今後も停滞が続く。	
スーパー（管理担当）	・来月以降は新型インフルエンザの影響も落ち着く兆しがあるものの、状況が大きく変わることはない。	
コンビニ（経営者）	・おにぎりを30円値引きするだけで売上が3倍になるなど、低価格指向は続いているため、客単価の上昇は見込めない。さらに、近隣のオフィスビルの入居率も低調なままであり、売上の回復する要素が見当たらない。	

乗用車販売店（経営者）	・ハイブリッド車だけに注目が集まり、需要全体としてはまだまだ厳しい。新車への買換え補助制度についても、現状では不透明である。今は、夏期賞与の減額による影響が懸念される状況である。
乗用車販売店（経営者）	・先行きに対する判断材料がない。高速道路料金引下げで交通量は予想以上に増加しているが、いずれにしても先行きは良くならない。
乗用車販売店（経営者）	・減税などの景気対策が実行されているものの、まだまだ製造業を中心に落ち込みは大きい。自動車を含む環境関連で売上は好転しているが、経済全体を支えるまでには至らない。
乗用車販売店（経営者）	・車検や一般修理の予約が少なく、新車の販売も良くないため、今後も厳しい状況が続く。
乗用車販売店（販売担当）	・今後2、3か月では状況に変化はない。
住関連専門店（店長）	・不景気や新型インフルエンザの感染拡大で不安な状況となっているため、安心感や心の余裕が社会全体に広まらなければ、経済活動は縮小していく。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・新型インフルエンザの感染がようやく落ち着いてきたが、3か月後に消費が上向くとは考えられない。
その他専門店〔医薬品〕（店員）	・最近では医薬品に関する問い合わせや健康相談が増えているが、6月には薬事法が改正されるため、一般の薬品に関する問い合わせが増える。
一般レストラン（経営者）	・イベントの企画などで、何とか前年を下回らないように努力を続けるものの、夏は閑散期であるため期待はできない。
一般レストラン（スタッフ）	・今は景気の回復や所得が安定する見込みが立たないほか、原油価格の上昇に伴うガソリン価格の上昇など、消費に対するマイナスの要素が多い。
一般レストラン（スタッフ）	・完全に新型インフルエンザの感染が落ち着いたわけではないので、今と比べて来客数が大きく変動することはない。
その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・今月は景気が悪い上に、新型インフルエンザの影響で外出を自粛する人が増えたが、今後も大きな変化はない。
観光型ホテル（経営者）	・先の予約がキャンセルでほとんど消えてしまったため、今後は社員のリストラや、場合によっては休業も考えている。
観光型旅館（経営者）	・7月の予約分までキャンセルが来ているため、今後についての予測が立たない。
観光型旅館（団体役員）	・5、6月の予約に対してキャンセルが約1千件、人数ベースでは1万人程度発生しているため、新型インフルエンザの影響が落ち着く夏以降は、今よりも良くなる。
都市型ホテル（支配人）	・金融支援を中心とした新型インフルエンザ対策を早急に進めなければ、倒産企業が今以上に増える。
都市型ホテル（営業担当）	・5月の下旬になってようやく新型インフルエンザの影響も落ち着き、宿泊客が戻りつつある。ただし、市場では低額商品が出回っているため、夏休み前までは厳しい状況が続く。宴会も、新型インフルエンザの影響で延期になった予約が戻らない限り、売上は回復しない。いずれにしても厳しい状況はまだまだ続く。
旅行代理店（店長）	・新型インフルエンザ騒動が落ち着けば、若干需要は戻るものの、秋に再び発生すれば現在と同じ状況に陥る。
旅行代理店（広報担当）	・客からは、旅行に今行く必要はないといった声や、新型インフルエンザが秋に再流行するといった声も聞かれ、先の見通しが全く立たない。2～3か月先も、状況が大きく変化することはない。
通信会社（経営者）	・特に変化の兆しが見当たらないため、今の状況が続く。
観光名所（経理担当）	・今月は天候に比較的恵まれ、ゴールデンウィークも前年並みの人出となったが、その後は新型インフルエンザの影響で客足が止まっている。例年5、6月は中高生やPTAの団体客が多く来場するが、ほとんどキャンセルとなっている。これまで経験したことのない状況であり、折からの不況に対する追い打ちとなっているため、元の売上に戻るには時間が掛かる。
遊園地（経営者）	・先行きが不透明であるため、今後も厳しい状況が続く。
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。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・巣ごもり消費の傾向が強まっているため、利用者がもっと増えてもよいところであるが、現状は今一つである。今後も大きく増えることはない。
住宅販売会社（経営者）	・業界では、地元の中堅企業も何とか持ちこたえている状態であり、秋まではこの状況が続く。

	住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークは一部のモデルルームで来場客数の増加がみられたが、契約数はなかなか伸びない状況が続いている。今後もマンション市況は厳しい状況が続く。
	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）	・しばらくは、現状の良くも悪くもない状態が続く。
やや悪くなる	一般小売店〔時計〕（経営者）	・定額給付金はある程度消費に回されたが、普段の生活では収入が増えていないので期待できない。実際に、不景気で定年延長の話がなくなった客もあり、楽観視はできない。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・アパレルでは良くなる材料が見当たらない。定額給付金の給付による影響もアパレル関係には回ってこない。
	一般小売店〔家具〕（経営者）	・3か月先に良くなる要素が1つも見当たらない。
	百貨店（企画担当）	・新型インフルエンザの影響が徐々に薄らいでくるものの、一度遠のいた客足が回復するには、まだ時間が必要である。
	スーパー（経営者）	・各社は通常価格、特売価格共に値下げしており、パンや豆腐、めん類など特に販売点数の多い商品で顕著となっている。原料価格の上昇で値上げした商品は、値上げ率以上に販売点数の落ち込みが大きくなることもあり、今後は1品単価、客単価共に低下が進む。
	スーパー（店長）	・各企業の夏季賞与は減額が決定的で、客の間では生活防衛の意識が高まるため、ますます節約志向が進む。
	スーパー（経理担当）	・ボーナスの支給が本格化し、所得の目減りが明らかになるにつれて、生活防衛意識が高まっている消費者心理に悪影響が広がる。
	スーパー（開発担当）	・中小企業では賃金が据置きとなっているほか、原油価格も徐々に上がっているため、先行きの見通しは厳しい。
	コンビニ（店長）	・新型インフルエンザの影響がいつまで続くか分からないまま、景気も落ち込んできているため、なかなか回復には向かわない。
	コンビニ（マネージャー）	・昨年6月から売上を押し上げたタスポの反動減が出てくるほか、昨年の猛暑でよく売れた飲料も反動減となるなど、プラスの材料が見当たらない。
	衣料品専門店（経営者）	・新型インフルエンザの感染がいつ終息するかが分からず、客の購買意欲の低下が続く。消費者の安心が担保されない限り、上向くことはない。
	衣料品専門店（営業・販売担当）	・客からも良い話が聞かれないため、先行きの見通しは厳しい。
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・6月1日から薬事法が改正され、一部の医薬品を除いてコンビニやスーパーで販売ができるようになる。ドラッグストアだけでもオーバーストアである上に、更に販売先が増えることで競争が激しくなる。
	一般レストラン（経営者）	・当地域ではプレミアム付き商品券が発行されたが、大型スーパーなどでは使用できないため、商店街の人通りが増える。ただし、今後は新型インフルエンザを含めて何が起こるか分からないため、見通しとしては厳しい。
	一般レストラン（経営者）	・ボーナスの減額などが实体经济を悪化させるほか、年金を含めた将来不安もあり、消費者の生活防衛意識は更に強まる。
	一般レストラン（経理担当）	・景気の現状は厳しいものの、悪化に歯止めが掛かっている感もある。ただし、新型インフルエンザの感染拡大でキャンセルが相次いでいるため、今後の沈静化が大きなかぎとなる。
観光型ホテル（経営者）	・一時的ではあるものの、新型インフルエンザの影響で宴会、宿泊が延期やキャンセルとなり、売上が数百万円減少している。ただし、今は終息に向かっているほか、夏に向けて各種イベントの予約も入ってくる。	
都市型ホテル（スタッフ）	・新型インフルエンザの拡大が落ち着けば戻るものの、見通しが立たない。アジアからの観光客はまだ様子見状態で動いておらず、宴会・レストランも全体的に冷え込んでおり、先行予約は悪い。さらに、総選挙が実施されることになれば余計に人が動かなくなるため、より一層厳しい状況となる。	
タクシー運転手	・来月ごろから延期された旅行も出てくるものの、新型インフルエンザの影響で修学旅行の8割がキャンセルとなっている。	
タクシー会社（経営者）	・2、3か月先には新型インフルエンザの影響も落ち着くものの、客の節約志向は続いており、特に企業によるタクシーチケットの利用減が続いている。今後についても、個人客、法人客共に利用を控える傾向が進む。	

		<p>通信会社（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・例年6～8月は携帯電話会社による販売促進の動きが少なくなる。今年は特に、新製品の発表といった大きなトピックスも見当たらない。 <p>観光名所（経理担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型インフルエンザの影響が大きく、特に学校などの団体客によるキャンセルが増加しているため、先行きは悪くなる。 <p>その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型インフルエンザへの政府の対応方針によっては、今後は集客施設の収益減が顕著となる。 <p>その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型インフルエンザによる影響がしばらくは残る。 <p>その他住宅[情報誌] (編集者)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型インフルエンザの影響が危険な状況まで拡大し、消費者が自分の行動を制限し始めると、経済的な悪影響はかなり大きくなる。 	
	悪くなる	<p>商店街（代表者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大型店の値下げ競争には対抗できないため、来客数が減少する。 <p>一般小売店[珈琲] (経営者)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型インフルエンザの影響で外出回数が減少するため、当社の得意先の販売量も減少する。 <p>一般小売店[菓子] (経営企画担当)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・最近3か月の売上前年比を上位5店舗の平均で見ると、関西は86.0%となっている。今後の新型インフルエンザの影響次第では、更に悪化することになる。 <p>一般小売店[精肉] (管理担当)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・100年に一度の不況と新型インフルエンザ発生というダブルパンチに、冷静な対応がいつまで続けられるかが分からない。日々の変化に今までの経験は通用しないため、先行きの見通しは厳しい。 <p>一般小売店[花](店長)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・まだまだ底が見えず、先行きは不透明である。景気回復まではまだまだ時間が掛かる。 <p>一般小売店[花](店員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・単価の高い商品が売れにくくなっており、贈答用の注文も減っている。これから夏になって気温が上がると、売上が更に減少する。 <p>一般小売店[コーヒー] (営業担当)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・昨秋以降の消費低迷や雇用不安に加え、新型インフルエンザで消費者が外出を控える傾向に拍車がかかる。 <p>スーパー(経営者)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型インフルエンザにより、観光をはじめとする様々な業種で売上減の影響が出ているため、今後はその影響が避けられない。 <p>コンビニ(店長)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・客単価の落ち込みが厳しいほか、チェーン間の価格競争もあるため、今後は一段と悪化する。 <p>衣料品専門店(経営者)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・不況で来客数が減り、高額品が売れなくなった上に、新型インフルエンザの影響で客がショッピングセンターに寄り付かなくなっている。仮に来店した客も、食料品を買ってすぐに帰るといった状況が続いているため、今後数か月は良くなることはない。 <p>衣料品専門店(販売担当)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・短い期間で客の購買意欲が上向くことはない。 <p>その他専門店[宝飾品] (販売担当)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・不景気を理由にするだけではなく、販売体制を見直さない限り、売上は伸びないどころか維持も難しい。 <p>旅行代理店(従業員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当地域は今最悪の状況であるため、先行きの見通しは厳しい。 <p>住宅販売会社(経営者)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・景気最悪時期は脱したと報じられているが、マンションや戸建住宅の分譲にはその兆候が全く感じられない。消費マインドは完全に冷めており、新聞折込や住宅情報誌などの媒体を駆使しても反響は芳しくないため、先行きの見通しは厳しい。 	
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		<p>食料品製造業(従業員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・5月よりは当然良くなるが、景気全体が良くなるような企画もないため、今は我慢の時期である。販売量も前年に比べて上向き傾向となるが、夏場の天候にも影響されるので、予断を許さない状況である。 <p>木材木製品製造業(経営者)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在の受注量は微増であるが、今後は増加傾向となり販売量も増えるため、先行きは良くなる。 <p>化学工業(管理担当)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ハイブリッド車の受注好調を受け、車載用電子部品に使う製品の出荷が持ち直すなど、一部に明るい材料がある。最悪期は脱したと思われるが、全体として回復の速度は遅く、前年並みの水準に戻るのは秋以降となる。 <p>金属製品製造業(経営者)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受注が前年の半分に激減していた状態から、徐々に70%を目指す状態に向かっている。 	

	金属製品製造業（総務担当）	・政府の緊急経済対策で公共工事の前倒し発注が行われ、一部で需要回復の期待が戻ってきた感があるため、先行きはやや良くなる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・先行きは不透明であるが、現在の商談が増えていることは間違いない。その動きが当社だけのものか、市場全体のものかは判断が難しい。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・好評価を受けている開発中の商品については、最終試作品の評価、認証が終われば受注を受け始めるため、先行きは良くなる。
	建設業（経営者）	・6月以降に受注が回復する兆しがみられる。
	輸送業（営業担当）	・個人あての荷物は動きが好調であり、特に通販の荷物の増加が目立っている。運送業にとっては良い兆しであるため、先行きはやや良くなる。
	金融業（営業担当）	・自動車部品製造業では、自動車業界の在庫調整が完全に終わるため、今後は更に受注が増加する。
	金融業（支店長）	・新築の建売物件はなかなか契約に至らないが、お風呂や台所など一部のリフォームについては若干ながら動いているので、先行きは良くなる。
	広告代理店（営業担当）	・新型インフルエンザの騒ぎが収まれば、少しは落ち着いてくる。
	広告代理店（営業担当）	・テレビスポットCMなどの受注が比較的良くなりつつあるため、先行きは良くなる。
	コピーサービス業（従業員）	・新型インフルエンザも梅雨を境に終息するため、その後は補正予算の成立が景気回復の起爆剤となる。
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・新型インフルエンザ騒動で消費の回復感に水を差されたものの、この騒ぎもそろそろ落ち着くため、今後は回復していく。
変わらない	化学工業（経営者）	・同業者や得意先の会合になるべく参加して情報収集に努めているが、回復の兆しが出てきた得意先や業界はまだまだ限定的で、回復にはまだ時間が掛かる。
	化学工業（企画担当）	・今後はユーザーからの値下げ要求を拒めない状態となるため、原料価格の低下に伴う差益効果が薄れる。
	金属製品製造業（営業担当）	・先行きは依然として不透明な状態が続いている。
	一般機械器具製造業（経営者）	・今後数か月については、取引先の状況は変わらない。海外での合併事業に関連した引き合いが来ており、その経過が気になるところである。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・株価は上がってきたが、景気の浮揚感はまだ感じられないため、マンション着工戸数も少ないままで推移する。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先の業績は低迷したまま回復の兆しがなく、他社と同様にじっと我慢している状態であるため、今後も厳しい状況が続く。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・消費に関する部分の荷動きはやや上向き傾向であるが、今後も続くかどうかはまだ不透明である。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・先行きの見通しが立たないため、今後も厳しい状況が続く。
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	・補正予算成立後も、实体经济の悪化から厳しい状況が続く。
	建設業（経営者）	・景気対策の一環により公共工事は前倒しで発注されているが、今後も激しい価格競争が続く。一方で民間企業の工事については、急な景気回復がない限り、計画の凍結や延期が続く。
	建設業（営業担当）	・定額給付金の給付などで、個人客を相手にした業界は景気が良くなるものの、我々の仕事にはメリットがない。
	輸送業（営業所長）	・新年度に入り、少しずつ新しい注文も出てきているが、大きな変化は起こらない。
	輸送業（総務担当）	・客からも良い話が聞かれないため、今後も厳しい状況が続く。
	不動産業（営業担当）	・将来的には新型インフルエンザの影響も沈静化するものの、事務所や店舗、住宅の賃料のほか、新築戸建の価格もまだ上向き感はないため、今後も価格は低い水準のまま横ばいで推移する。
	広告代理店（営業担当）	・ここ半年間は、受注が前年比で50%前後の推移となっており、上向き材料がない。
	司法書士	・新型インフルエンザの影響もこれから夏に向かって少し落ち着いてくるが、経済状態が改善する兆しは感じられない。

	やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・季節的に夏物商材が動いているが、当用買いのため、追加の仕入れには期待できない。全体では前年比で15%落ち込んでいるほか、新型インフルエンザの余波で催事も減っているため、先行きの見通しは厳しい。
		繊維工業（総務担当）	・過去10年以上、靴下の販売価格は低下が続いてきたが、いまだに歯止めが掛からない。現在の不況はその傾向に拍車を掛ける形となっており、製造業者に負担を強いている。先行きについても好材料が見当たらない状況である。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・新聞の折込広告などは動いているが、価格競争が激しく、対応できない状況である。内需拡大が進まない限り、中小企業の生き残りは難しいため、しばらくは厳しい状況が続く。
		金属製品製造業（管理担当）	・マンションやビルの建設が伸び悩んでおり、年度上期の売上のめどが立たない。下期も見込み案件はあるものの、受注は決定していない。ただし、ソーラーパネル関連の事業部は下期に増産が決まったため、新工場の建設を予定している。
		建設業（経営者）	・景気低迷に加えて、新型インフルエンザの流行や公務員の賞与減額など、良い材料が見当たらない。
		建設業（営業担当）	・建設投資の減少で受注競争が激しさを増し、工事の入札では損益分岐点を大きく下回る価格で落札する建設会社も出てきている。市場が健全性を失い、混乱に陥る危険性もある。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込収入が前年比で2割近く悪化している。経済的な理由で購読料を滞納する読者が増えているなど、回復の兆しが見当たらない。
		経営コンサルタント	・顧客各社は不況のなかで様々な努力をしているものの、業績はまだ回復軌道には乗っていないため、先行きの見通しは厳しい。
	悪くなる	繊維工業（団体職員）	・企業のノベルティ商品向けの需要が多いため、企業の業績悪化による影響は非常に大きい。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・関西では新型インフルエンザが不況の追い打ちとなったものの、数か月先には落ち着き、夏場には全体的に少し上向いてくる。世界的にみれば日本の産業は決して悪いわけではなく、報道によって悲観的な雰囲気が生まれているだけである。
		人材派遣会社（支店長）	・すべての業界が悪いわけではなく、小売業を中心に上向いてくる。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣契約や請負契約の終了が3月末で一段落したため、どうしても必要な求人依頼については徐々に増えてくる。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・株価の上昇に伴って大手顧客からの広告受注は増加するが、体力のない中小顧客は広告費を抑える傾向が続く。大阪に本社を置き、非上場の中小顧客を多数抱える当社については、3か月先の回復も限定的なものとなる。
変わらない		民間職業紹介機関（支社長）	・大企業の在庫調整も一段落し、今年度の採用活動が始まっている。求人数も若干持ち直しており、1～2か月後の採用数の先行指標となる面接数も伸びてきている。
		人材派遣会社（経営者）	・一部の業種では求人数の回復も若干みられるが、今後数か月は全般的に依然厳しい状況が続く。
		人材派遣会社（経営者）	・底を打った感があり、心理的にも明るくなり始めている。大企業による大型案件が動き始めたほか、大手生保も動き出したため、銀行や生損保の動向次第で一気に市場は引き締まってくる。その辺りはまだ不透明であるが、少なくとも徐々に動き始めている。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・求人数で高い割合を占めるアウトソーシング業が落ち込んだのは昨年11月からであるため、求人数の前年比については10月までは変わらない。
		職業安定所（職員）	・業種によって業況にばらつきがあるため、一概に判断することは難しい。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人企業からは、公共工事の前倒し着工といったプラス材料はまだ聞かれない。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・省エネ家電のエコポイント制度なども、周辺企業にはあまり影響がない。やはり、各企業の体力回復が最重要課題である。
		学校〔大学〕（就職担当）	・今後も雇用環境が上向く感はないため、厳しい状況が続く。
やや悪くなる		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・取引のある広告会社の営業担当者からも、上期中の好転を予想する声は少ない。毎年夏に実施してきた合同就職説明会などのイベントを、今年は中止せざるを得ない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・今の状況が底であると考えたいが、今後も出稿の減少傾向は進む。

	職業安定所（職員）	・依然として雇用情勢に回復がみられず、新規求職者数の増加が続いているため、先行きの見通しは厳しい。
	職業安定所（職員）	・既に出されている求人の内容変更について、最近は募集賃金を下げる動きが増えている。既存社員の賃下げが増えるなか、募集賃金とのバランスを取るという目的もあるため、先行きの見通しは厳しい。
	学校〔大学〕（就職担当）	・採用に関して企業が消極的であるため、先行きの見通しは厳しい。
悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・周辺企業の業績もかなり落ち込んでおり、広告予算が削られている。このような状態がいつまで続くのか底が見えない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・特に7月の受注が悪く、大阪全体でも前年の7割を下回る水準となっている。すべての業種で悪化がみられる。
	職業安定所（職員）	・倒産件数が増加傾向にあるため、今後も求職者は増加していく。生産に下げ止まり感も出ているが、求人が増えるまでに回復するには、まだ時間が掛かる。