

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	コンビニ（経営者）	・競合店の移転で、11時30分～13時30分のメイン時間の来客数が微増となり、それ以外の時間帯も増えつつあるため、先行きは良くなる。
		観光型旅館（経営者）	・9月には大型連休があるため、これまで控えていた人たちが旅行に行く。
		住宅販売会社（経営者）	・物件購入希望の客が順調に増え、待機している状態である。今は相場に合った物件が不足しているが、これから増えてくるのに伴って契約件数は増える。売手が物件価格を決める時代から、市場が決める方向に変わってきている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・今月はバーゲン時期であるが、全体の販売量が以前に比べてプラスになるなど、景気はある程度底を打った感があるため、先行きはやや良くなる。
百貨店（売場主任）		・全体的な景気や株価が少しずつ良くなっている。価格の安い物が非常によく売れるため、利益率の下がる懸念はあるが、今後も売上の減少幅が少しずつ改善していく。	
百貨店（売場主任）		・選挙結果を含めた先行きは不透明であるが、消費マインドは底を打ったため徐々に良くなる。	
百貨店（営業担当）		・最近の宝飾関係の催事では、100万円ぐらいの商品にはある程度の引き合いが出てきているため、先行きはやや良くなる。	
百貨店（売場担当）		・昨年の10月以降に売上が急減したため、9月の売上も前年比は今月並みに苦戦するが、10、11月はここ3か月ほどは落ち込まない。衣料品の価格が20～30%下がっていることから、客の購入意欲は高まってくるが、価格の下落分を補うだけの来客数を確保できるかが不安要素である。	
家電量販店（経営者）		・エコポイント制度による効果のほか、太陽光発電への消費者の関心が高まっているため、売上は伸びる。	
乗用車販売店（経営者）		・減税効果が出始めているため、今後は良くなる。	
その他専門店〔医薬品〕（経営者）		・天気長期予報では、8月の第2週ごろから夏型の天気となる。それに伴い、体力の消耗に効果のあるドリンク剤やビタミン剤の動きが良くなる。	
高級レストラン（支配人）		・新型インフルエンザの影響も小さくなり、販売量にも徐々に回復の兆しが出始めているため、徐々に良くなる。	
観光型ホテル（経営者）		・5～7月は新型インフルエンザによる風評被害で全く商売にならなかったが、もう新型インフルエンザのことを言う人はほとんどいないため、先行きはやや良くなる。	
通信会社（経営者）		・そろそろ最悪の時期は過ぎたため、今後はやや良くなる。	
通信会社（経営者）		・新規顧客がみられるため、先行きは良くなる。	
通信会社（社員）		・地上デジタル放送への関心が今後更に高まるため、ケーブルテレビへの加入も比例して増える。	
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）		・根本的な消費マインドは大きく落ち込んでいないため、天候の回復や秋の大型連休などにより、現状よりも良くなる。	
その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）		・広告宣伝効果で店の知名度が高まっているため、来客数が伸びる。	
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）		・夏のキャンペーンCMによる効果や、大型タイトルの商品投入により、今後はやや良くなる。	
住宅販売会社（経営者）		・現実は大変厳しいが、給料などの固定費を見直し、財務面での負担が軽くなったタイミングで有力な新規顧客が出始めたため、先行きはやや良くなる。	
住宅販売会社（経営者）		・価格調整が進んでいるほか、秋の需要期に入ることで一時的に取引が活発化する。ただし、これは住宅地に限った動きであり、商業地についてはまだ厳しい。	
住宅販売会社（従業員）		・株価が1万円まで回復したほか、新築マンション価格の下落傾向も止まりつつある。さらに、客のマンション購入に対する不安感も薄れてきたため、先行きはやや良くなる。	
住宅販売会社（総務担当）		・来客数の下げ止まりにより、先行きはやや向上気になる。	
変わらない		商店街（代表者）	・客の雰囲気から考えても、客単価が上がることはない。

一般小売店〔時計〕 (経営者)	・店の近くに比較的大きな私鉄の駅があるが、最近は飛び込む人を見たという客が増えている。今まで身近になかったことであり、非常に怖さを感じると共に、そのような経験をした客は買物も楽しめなくなる。
一般小売店〔食料品〕 (管理担当)	・良くなる要因がないため、当分は今の状況が続く。
一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・好転する材料が全く見当たらないため、しばらくは低迷が続く。
一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・来客数が安定しているため、今後新たな商品を中心に販売していけば今の状態を維持できる。
一般小売店〔酒〕(店員)	・ボジョレーヌーヴォーの解禁までは、低迷が続く。
一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・今のような状況では、当社のような会社では先行きの見通しが立たない。
百貨店(売場主任)	・総選挙の結果が出るまで、消費者も慎重になる。
百貨店(売場主任)	・まだまだ世間一般には景気の良くなる傾向がみられない。雇用や年金問題もあってプラス要素が全く見当たらないほか、株価が1万円以上に回復しない限り、今の状況は変わらない。
百貨店(売場主任)	・前年よりも良くなるが、価格に対する客の価値観が変化しているため、以前の良かった状態に戻ることはない。
百貨店(売場主任)	・百貨店の主力商品である衣料品は、景気が好転しない限り、客が購入する優先順位は一番後回しになる。販売数量が増えない以上、売上は増加しない。
百貨店(企画担当)	・今月の回復がセールによる一時的な動きの可能性もあり、更に良くなることはない。
百貨店(企画担当)	・競合他社の改装オープンもあり、非常に厳しい状況が続く。
百貨店(営業担当)	・値打ちのある高額品を展開することで、今後富裕層の消費は好転していく。ただし、300万円を超える美術品や宝飾品の売上については、今後も低迷が続く。
百貨店(婦人服担当)	・景気の下げ止まり感はあるものの、総選挙もあって先行き不安が強いため、消費の回復はまだまだ先になる。
百貨店(店長)	・秋には世界不況が始まってから1年が経過するが、取引先による営業活動の縮小の話が依然として多いため、先行きの明るい見通しは立たない。
百貨店(サービス担当)	・9月の5連休に向けた商材の展開で売上の増加を図る一方で、秋から冬にかけては新型インフルエンザの再流行による影響も出てくる。
百貨店(マネージャー)	・雇用情勢の悪化で客の財布のひもが固くなっているため、なかなか回復には至らない。
スーパー(経営者)	・近隣には競合店が多いため、しばらくはチラシの打ち合いといった激しい競争が続く。
スーパー(経営者)	・長梅雨や冷夏の影響で、衣料や食品、レジャーに関する消費がかなり落ち込むため、上向くことはない。
スーパー(店長)	・エコポイント制度の効果で薄型テレビの売行きは好調であるが、消費者の節約志向が根強く、販売点数はなかなか伸びない。夏休み期間中の来客数も、高速道路料金引下げで週末は伸びておらず、駐車台数は前年比で5%減少しているため、先行きの見通しは厳しい。
スーパー(店長)	・客の生活防衛意識が強まっているため、消費が活発になる要因が見当たらない。特に、当店の立地エリアでは高齢化が進んでいるため、回復の見込みは薄い。
スーパー(店長)	・益も高速道路料金引下げで遠出する人が増えるなど、スーパーにとってマイナス要因は多いが、プラス要因が見当たらない。
スーパー(店長)	・8月の総選挙によって悪影響を受けるほか、新型インフルエンザによる休校調整で2学期の開始が早まることも、消費にはマイナス要因となる。
スーパー(経理担当)	・気温の上昇に伴って販売は上向く。秋以降は前年からの不調が一巡するため、何とか横ばいで推移する。
スーパー(広報担当)	・個人消費の冷え込みは今後もしばらくは続く。
スーパー(管理担当)	・今の傾向が長らく続いており、大きく回復する材料が見当たらない。
スーパー(社員)	・これまで堅調に推移していた主力の食品部門の売上、来客数がやや減少している。天候不順もあり、期待していた夏の売上が伸びていないため、今後も厳しい状況となる。
コンビニ(経営者)	・近隣ビルの入居率に好転する気配がなく、客単価も上昇しないなど、売上の回復する要素が見当たらない。

コンビニ（マネージャー）	・利益確保のために経費削減を進める企業が増えるため、人件費の削減による消費の縮小は今後も続く。
コンビニ（店員）	・最近では常連客が決まった物を購入することが多いため、今後も大きな変化はない。
衣料品専門店（経営者）	・寒くなる時期が早まらない限り、今年も秋物の動きは悪くなる。
衣料品専門店（販売担当）	・無駄な物は買わないほか、必要な物でも買換えサイクルが長くなっているため、今後も厳しい状況が続く。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・価格の低下が更に進むが、これ以上はついていけない。
家電量販店（店長）	・エコポイント制度による伸びも落ち着いてくる。来客数の減少を食い止めるため、現在の来店客への再来店促進策や販促活動が急務となる。
乗用車販売店（経営者）	・これといった好材料がなく、売れている店と売れていない店の差も際立っている。今後は生き残りをかけた消耗戦の様相を呈しており、次の手が打てない。
乗用車販売店（経営者）	・補助金や減税などでエコカーの販売は伸びているが、ほかの自動車の売行きが芳しくない。国内では総選挙を控えて慌ただしい日々が続くが、選挙後もしばらくは混乱が続くため、まだまだ景気は上向かない。
乗用車販売店（営業担当）	・特に変化がないため、2、3か月では何も変わらない。
乗用車販売店（販売担当）	・今年いっぱい回復が難しいため、今後も厳しい状況が続く。
住関連専門店（店長）	・政治が安定し、継続的に社会に安心感が広まらなければ本当の景気底上げは難しい。特に、我々のような買換えサイクルの長い商品を扱う業界は厳しい状況であり、売上回復への企業努力は手を尽くした感がある。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・それなりの規模の企業も業績が悪いため、販売状況は横ばいが続く。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・新店舗をオープンする予定であるが、売上の見通しも立たない状況である。
一般レストラン（経営者）	・新店舗を出店するが、売上の見込み額よりも出費の方が多くなる。
一般レストラン（スタッフ）	・今年は梅雨明けが8月にずれ込んでいるが、今後の客の動きに大きな変化はない。高速道路料金引下げの影響で外食は非常に厳しい状況が続く。
観光型ホテル（経営者）	・現状を大きく変える政策も見当たらず、経済や政治の不安定が消費者の不安感を高めている感がある。総選挙後にどういった政策が行われるかで消費動向も変わってくるが、現時点では不透明である。
観光型旅館（経営者）	・所得の減少が続くため、なかなか消費マインドは上がらない。
観光型旅館（団体役員）	・天候不順に加え、総選挙の影響で客の動きが停滞しているため、今後も厳しい状況が続く。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊では、新型インフルエンザの影響でゼロに近かったアジアからの団体客が戻りつつある。ただし、単価を上げられる状態にないため、収入は依然として厳しい。一方で宴会関係も先行予約が悪く、減収のまま推移する。
都市型ホテル（役員）	・長引く景気の低迷により、宿泊の予約状況は悪い。他社との競争も一段と激化しているが、稼働数の確保のために宿泊価格を下げて販売せざるを得ないため、売上が伸びない。宴会についても、直近の四半期の予約状況が1割以上落ち込むなど、なかなか伸びてこない。
都市型ホテル（営業担当）	・前年には及ばないものの、夏場になって宿泊と食堂の売上は徐々に回復しつつある。ただし、一般宴会と婚礼の落ち込みが激しく、イベントを開催しても、落ち込み分を取り戻すには至っていない。これから選挙戦が始まると更に人が動かなくなるため、しばらくは厳しい状況が続く。
旅行代理店（店長）	・燃油サーチャージの付加がまた決まったため、今後も厳しい状況が続く。
旅行代理店（広報担当）	・9月には5連休の特需もあるが、10月には新型インフルエンザの再流行も予想されるため、今とは変わらない。
タクシー運転手	・8月30日の総選挙で世間は多少動くものの、景気の良くなる要因が見当たらない。
タクシー運転手	・今後は特に目立った要素もないため、しばらくは変わらない。

	タクシー会社（経営者）	・企業の元気がないため、法人客の利用は今後も増えないほか、個人客にも交通費の節約傾向が定着しているため、今後も厳しい状況が続く。
	通信会社（経営者）	・携帯電話の割賦販売導入以降、買換えサイクルが伸びたままの状態になっている。秋までは、電話会社による売出しなどの好材料も見当たらない。
	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）	・今月は後半の天候が悪く、夏らしい日が少ないため、夏休みに入っても来客数が増えていない。例年は多くの客が集まるガラス製作の体験教室も、今年は受講者数が伸びず、物販も不調となっている。唯一、飲食店舗が前年の売上を上回っている状態であり、消費者心理はまだ冷え切っているため、今後も厳しい状況が続く。
	その他レジャー施設 [ イベントホール ] (職員)	・総選挙の行方や株価の動向なども関心事ではあるが、興行関係の市場についてはあまり変化がない。
	その他レジャー施設 [ 球場 ] (経理担当)	・8、9月にはプロ野球の人気球団の試合が行われるほか、コンサートが開催されるため、来場者が増える。
	美容室（店員）	・基本的にはメニュー自体に新たな要素が少ないため、大きな変化はない。
	その他サービス [ 生命保険 ] (営業担当)	・消費者が経済の先行きに不安感を持っているため、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）	・消費者は必要な物を以外を買わなくなっているため、不動産購入の検討客は本当に少ない。販売現場にも足を運んでもらえず、集客は最悪の状態であり、今後もこういった厳しい状況が続く。
	住宅販売会社（従業員）	・株価の上昇で客の様子も変わってきたが、まだ浮き足立っている感がある。これが落ち着いてくれば本当に変わってくるが、まだ当分は時間を要する。
	その他住宅 [ 展示場 ] (従業員)	・住宅ローン減税などの効果は期待よりも弱く、展示場の来場者の需要喚起につなげていない。やはり、恒常的な住宅政策がなければ上向くことはない。
やや悪くなる	一般小売店 [ 精肉 ] (管理担当)	・先行きが不透明で、客にはすべてを手控える雰囲気があるため、先行きの見通しは厳しい。
	一般小売店 [ 衣服 ] (経営者)	・本来、衣料品が売れるのは冬場であるが、今の状態をみると冬が好調になることはない。夏の不調を取り戻す秋冬シーズンに期待できないため、先行きの見通しは厳しい。
	スーパー（店長）	・中小企業の夏のボーナスに関する厳しい報道もあり、不要不急の商品や高額品は買わない傾向が強まっている。消費者の節約志向、生活防衛意識は更に強まる傾向であるため、消費の増加による景気の浮揚は難しい。
	スーパー（企画担当）	・近畿地方の梅雨明けが例年に比べて遅く、冷夏が予想されるため、夏物の売上が減少する。
	コンビニ（店長）	・ここ2か月はキャンペーンが続いたことで、売上の低下幅は何とか抑えられているが、景気自体は低迷が続いているため、明るい材料は見当たらない。
	衣料品専門店（経営者）	・政府の経済対策の息切れで、現在景気をけん引している部分が悪化するため、全体の景気も悪くなる。
	乗用車販売店（経営者）	・ハイブリッドカー以外のショールームには客が来ない。現状は良くなる要素が見当たらず、総選挙が終わらなければ見通しは立たない。
	乗用車販売店（経営者）	・車検、修理の売上があまり良くないほか、車の販売予約も少ないため、先行きの見通しは厳しい。
	一般レストラン（経営者）	・輸出関係の大企業もまだ本格的に回復しておらず、消費マインドが更に冷え込む可能性があるため、客単価、来客数共に落ち込む。
	一般レストラン（経営者）	・9月は大型連休があるものの、高速道路料金引下げで遠出する人が増えるため、前年に比べれば来客数は伸びない。
	一般レストラン（スタッフ）	・株価は上昇しているが、景気が上向いている感はなく、減少した夏のボーナスも生活資金に使われている。今年は梅雨が長いほか、風水害も発生しており、消費が活発化することはない。
	その他飲食 [ ジャズバー ] (店員)	・ここ数か月は、周囲から景気が回復したという声は聞かれず、近隣の店舗も閉まり始めている。全く先が見えない状況であり、回復の見通しが立たない。

		都市型ホテル（支配人）	・定額給付金や高速道路料金引下げの効果は一過性で、消費全体には及んでいない。特に、高速道路料金引下げについては渋滞の増加が目立ち、ホテル業界には寄与していないため、業況は今後下降気味になる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・インターネット経由の宿泊予約の増加で、客単価の低下傾向が進む。さらに、新型インフルエンザを警戒して、5月と同様に来阪客も減少する。
		遊園地（経営者）	・秋以降、新型インフルエンザの感染が再拡大する。
		美容室（経営者）	・客がパーマやヘアカラーをオーダーする回数が減ってきているため、先行きの見通しは厳しい。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・金融機関からの在庫圧縮要請により、マンション専門のデベロッパーなどが、転売や大幅な値下げを行う危険性が高い。そうなれば今の価格での販売が難しくなり、利益の見込み額が大きく減少する。
悪くなる		商店街（代表者）	・日曜、祭日の来街客が大幅に減少し、平日の1日と合わせて週2日が定休日の状態である。来客数、売上共に前年比10%強の減少となっており、景気が大幅に回復すれば少しは良くなるが、現状は非常に厳しい。
		商店街（代表者）	・給料やボーナスカットの影響で売行きが悪くなっているため、先行きの見通しは非常に悪い。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・好材料が全くないほか、独自企画も頭打ちであるため、先行きの見通しは厳しい。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・小型の販売店では、販売の落ち込みが引き金となった廃業が出てくる。
		一般小売店〔花〕（店員）	・客単価、来客数共に落ち込んでいるほか、客の節約志向の定着もあり、回復する要素が見当たらない。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・来客数が少ないほか、来たとしても反応が非常に悪いため、先行きの見通しは暗い。
		コンビニ（店長）	・コンビニチェーン間や他業態との競争激化により、客の取り込みは一段と難しくなる。
		タクシー運転手	・現在の状況を見ると、今後気候が良くなるにつれて最悪の状態になる。
企業動向関連	良くなる	金属製品製造業（営業担当）	・新規受注が決まっており、売上が伸びる。
		建設業（経営者）	・土地が動き始め、受注も戻ってきたため、今後は受注の回復が進む。ただし、前年並みにまで戻るかどうかは不透明である。
やや良くなる		木材木製品製造業（経営者）	・今後は受注量が増えるため、売上也伸びる。
		化学工業（管理担当）	・建設用が依然不振であるほか、民生用と工業用で取引先の業況にばらつきがあるものの、エコカー減税やエコポイント制度の効果により、電装品や家電向けに限れば、今後しばらくは堅調に推移する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・まだ本調子ではないが、メーカーがやや増産傾向となっているため、先行きは少し良くなる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・底を脱した感があり、少しずつ受注量が増えているため、先行きはやや良くなる。
		建設業（営業担当）	・前年のこの時期はかなり暇であったが、今年は好調であるため、今後も上向き傾向となる。
		輸送業（営業担当）	・取引先の出店計画があるため、協賛セールなどで配達件数が増える。
		輸送業（営業担当）	・これまで景気の悪かった製造業関係の取引先でも、今月に入って荷物量が伸び始めている。
		広告代理店（営業担当）	・秋口には少し受注が増えそうな気配があるため、やや良くなる。
変わらない		食料品製造業（従業員）	・すべての量販店でプライベートブランド商品の販売競争が始まるまでは時間が掛かるため、しばらく大きな変化はない。
		食料品製造業（経理担当）	・総選挙の結果によるが、動きが出てくるまでは時間が掛かるため、今とはあまり変わらない。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・受注量に変化がみられないため、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）	・顧客から生産の増加に関する声が聞かれない。
		化学工業（経営者）	・荷動きに回復感が出てきたものの、緊急融資などで一時的に助かっただけの得意先もあると聞いている。今後、破たんする得意先も出てくるため、今と大きくは変わらない。

	化学工業（企画担当）	・昨年のような投機マネーの流入が今後は難しくなるため、原料価格の異常な高騰による販売の落ち込みは起こりにくい。
	金属製品製造業（経営者）	・前年比で75%を維持できれば、当面の目標は達成できる。
	金属製品製造業（管理担当）	・目立った新規物件がないため、今後も仕事量の減少が続く。
	金属製品製造業（総務担当）	・公共工事では緊急経済対策による案件が出てきているが、民間の設備工事は非常に少なくなっており、全体としては厳しい状況が続く。
	一般機械器具製造業（経営者）	・当社の顧客には原子力関連の素材メーカーが多く、その分野は相変わらず好調である。ただし、自動車などの一般需要については素材の動きがまだ悪いため、全体的には低調な状態が続く。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・エコポイント制度による販売促進効果が続く。
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	・極端な落ち込みはないものの、消費者の購買力の低下は今後も続く。
	建設業（経営者）	・取引先の業種によっては底打ち感が出てきているものの、先行きに明るい兆しはみられない。
	建設業（営業担当）	・一部の企業からは設備投資計画が始めているが、全体的には時期を見合わせているため、厳しい状況は当面続く。
	輸送業（営業所長）	・物流費削減の動きが大きく、車両の減便が増えているため、今後も厳しい状況が続く。
	輸送業（総務担当）	・消費者の買い控えが目立つため、3か月程度では回復は困難である。
	金融業（支店長）	・取引先の建売業者は、当面は建売用地の購入を見合わせてリフォーム事業に力を注ぐ方針であるなど、今後も厳しい状況が続く。
	不動産業（経営者）	・開発業者による分譲マンションや建売用地の取得意欲は比較的堅調であるものの、銀行融資の制約もあって消費者は物件選びに慎重であるため、今後も厳しい状況が続く。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・今月は折込収入が上向いているが、7月は毎年伸びるほか、例年ほどは良くないため、今後も低調な状況が続く。
	広告代理店（営業担当）	・どの企業も広告予算を抑えており、増やす動きがみられないため、今後も厳しい状況となる。
	広告代理店（営業担当）	・10月以降についても、広告関連で良い話は聞かれない。
	司法書士	・新規事業の開始や事業の拡大よりも、縮小などの案件が目立つため、何とか現状維持できればよい。
	経営コンサルタント	・国内経済のなかでも、特に個人消費が盛り上がっていないため、好転する見通しが立たない。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・大企業では業況の上方修正も行われているが、中小零細企業にはまだまだ底打ち感がなく、先行きも厳しい状況が続く。
やや悪くなる	繊維工業（団体職員）	・世界不況のなかで受注量の回復は見込めないほか、逆に今後は値下げ要求が強くなる。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・夏休みは季節的に停滞する時期であり、今年は更に総選挙も行われるため、今後3か月は4～6月よりも落ち込む。
	建設業（経営者）	・住宅ローン減税も一般市民や中小工務店には大きな効果がないため、しばらくは様子見せざるを得ない。
悪くなる	繊維工業（総務担当）	・催事から取引に結び付く動きが少な過ぎる。良い商品を作る以前に、流通も含めた立て直しが必要であり、先行きの見通しは厳しい。
	繊維工業（総務担当）	・繊維製品はほかの業界に遅れて不況の影響が出るが、今はまさにそのような動きとなっている。前年は売上の落ち込みもなかったが、これから減少が顕著になってくる。
	不動産業（営業担当）	・3月決算の悪かった企業が様々な方法で経費削減を図っている。賃料の引下げや事務所の統廃合のほか、駐車場の解約などで経費を更に削減しようとしているため、先行きの見通しは厳しい。
雇用関連	良くなる	-
	やや良くなる	-
	人材派遣会社（経営者）	・製造業派遣では求人件数の減少が底を打ち、徐々にではあるが回復傾向が出てくる。一方、事務職派遣は企業の人員余剰感がまだまだ強く、今後も微減傾向が続く。
	人材派遣会社（支店長）	・最近では求人数が増え、成約までの時間も短くなっている。状況としては底を打った感があり、今後はやや良くなる。
	求人情報誌製作会社（企画担当）	・非正規雇用については、求人数が若干下げ止まってきた感があるため、やや良くなる。

	職業安定所（職員）	・有効求職者数が依然として増加傾向にある一方、新規求人数の前月比は製造業、卸・小売業、サービス業で大きく伸びている。企業は人員削減を進めてきたが、一転して増員を検討するケースが増えているため、先行きはやや良くなる。
	民間職業紹介機関（支社長）	・採用時期は不透明であるが、各社は求人需要を抱えている。特に、いち早く在庫調整のめどが立った企業からは、この時期がチャンスとして求人依頼が入り始めており、この流れが秋口へ向けて少し加速してくる。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・一般派遣については底を打った感があるものの、IT関連では大型案件が白紙か延期という状況で、9、10月ごろまでは今の動きが続く。
	人材派遣会社（社員）	・秋口から企業業績が良くなるという予想もあるが、先行きは極めて不透明である。特に、総選挙の行方が気掛かりであるほか、新型インフルエンザが再流行する可能性もあり、現時点では予測の立てようがない。
	人材派遣会社（支店長）	・景気の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。
	人材派遣会社（営業担当）	・秋にかけて求人数は少し増えるものの、相変わらず選考基準が高い一方、求人倍率は低いいため、雇用情勢の改善にはつながらない。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・契約期間の満了をもって、契約社員や派遣社員の契約打ち切りを検討している企業は多く、2、3か月先に上向くという見通しは感じられない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・広告予算を持っている企業はほとんどないため、企業の体力回復が先決である。医療関係では求人募集が若干あるものの、料金の割高な新聞媒体は敬遠される。
	職業安定所（職員）	・不況のため、休業を検討する企業が今後も増え続ける。
	職業安定所（職員）	・前年比で減少していた就職数が増加傾向となってきたため、近いうちに有効求人倍率は横ばいになる。ただし、回復は緩やかであり、事業所からは雇用の増加には至らないとの声が多い。
	職業安定所（職員）	・業況の良くなった会社がある一方、仕事がなく今後の見通しも立たない会社もあるため、先行きは変わらない。
	職業安定所（職員）	・高校の新卒求人が今年は極端に少なく、企業を訪問しても、過剰人員を理由に採用を中止する企業が非常に多い。前年の夏ごろまで強気の採用が続いていたほか、社員の定着率上昇で人員が過剰となっている企業はかなり多いため、雇用情勢は今後も厳しくなる。
	民間職業紹介機関（大学担当）	・年末までに景気回復は少しずつ進んでいくものの、人材募集や採用広告関連に効果が及んでくるのは、回復から1年後になる。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・短期的には景気の上向く要因が見当たらない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・企業が総選挙の結果を様子見している状況であるため、しばらくは今の状況が続く。
	学校〔大学〕（就職担当）	・関西の倒産件数は減少傾向にあるが、1～3月は建設、不動産が中心であったのに対し、最近は様々な業界に広がっている。さらに、近隣での倒産が出始めることで、消費の冷え込みが進むことになる。
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・秋に向けて好材料が見当たらず、毎年秋に実施してきた合同就職説明会も中止せざるを得ない。
	職業安定所（職員）	・高卒求人の出足が悪く、企業に対するアンケート調査の結果も芳しくない。
	民間職業紹介機関（職員）	・補正予算による公共工事の増加で日雇求人が増えるとの声もあるが、求職者側が求人の激減に耐えられず、生活保護を申請する人が増えており、日雇求人市場そのものが壊れつつある。
悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後2、3か月も、出稿が前年比7割台という底の状態となるため、見通しは非常に悪い。