

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）	・政権が交代し、閉そく感のあった社会が明るくなる感もあるため、実際の消費も上向く。
		百貨店（売場主任）	・今後の政局や新型インフルエンザの流行といった不安要素はあるものの、来客数が微増となっているほか、わずかながらも秋物商材の先買いがあることから、先行きはやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・店舗の改修工事もあるが、新たなメーカーの商品も入れて活性化を図ることで、食料品については少しずつ良くなる。
		家電量販店（経営者）	・エコポイント制度による効果や、太陽光発電への関心が高まることで、先行きはやや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー減税や新車購入補助金の効果がしばらくは続くため、先行きはやや良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税により販売量は確実に増えているため、先の見通しも明るい。
		高級レストラン（支配人）	・今後の新型インフルエンザによる影響は懸念されるが、以前のようなパニックに陥ることはない。観光シーズンの到来で来客数も増えるため、やや良くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・新型インフルエンザの影響が出てこないことを祈るが、先の予約が入ってきているため、景気は徐々に回復している感がある。
		観光型旅館（経営者）	・9月の大型連休の予約が好調なほか、総選挙も終わったことで、今後はやや良くなる。
	その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・売上が増加しており、今後も増加傾向となるの見通しから、コインランドリーを試験的に有人営業にする。	
	変わらない	商店街（代表者）	・客足の引きが早く、にぎわう時間帯が短い。客単価の下落と同様に、この傾向はしばらく続く。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・経費削減で定期契約の注文が減少している。祝い花も単価が下がっているなど、景気回復が小売業界に広がるまでにはまだ時間が掛かる。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・突然、近隣の店が相次いで突然閉店している。まだシャッター通りとまではいかないが、確実にシャッターの数は増えている。地域として寂しくなるほか、寂しい地域には人が徐々に集まらなくなるため、先行きについても安心できない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・好転する判断材料が全く見当たらないため、今後も悪いまま推移する。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・景気が良くなるという話もなく、売上も伸びないため、今後も厳しい状況が続く。
		一般小売店〔花〕（店員）	・客の節約志向はかなり定着しているため、しばらくは今の状況が続く。
		一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・中元のギフト商戦が一段落したが、ギフト分を含めても販売量が激減している。底まで落ちた感があるため、これ以上は悪くならない。
		百貨店（売場主任）	・秋物のトレンド商材は例年並みの活発な動きとなるが、ボリューム商材の動きは気候や気温に大きく左右されるため、不透明である。
		百貨店（売場主任）	・なかなか増えない収入や、景気の厳しさで、消費者の低価格志向が強まっている。その結果、来客数や販売量は大幅には増えないため、売上の増加は難しい。
百貨店（企画担当）		・ファッションのトレンドをとらえたヒット商品が見当たらない。	
百貨店（企画担当）	・競合他社の改装オープンなどもあり、厳しい状況が続く。		
百貨店（営業担当）	・秋冬物を展開し始めているが、客の態度が慎重で受注につながりにくいため、今後も厳しい状況となる。		
百貨店（営業担当）	・店頭で低額商品が多くなることで、富裕客が本当に欲しがらぬ高価格、高品質な商品が少なくなるため、今後も買上げが伸びない。		
百貨店（婦人服担当）	・米国の大手金融機関の破たんから1年が経過するが、百貨店の衣料品に明るい材料はなく、今後も状況は変わらない。		
百貨店（外商担当）	・企業間のばらつきはあるが、まだまだ中小企業が回復基調にあるとは感じられない。個人所得についても厳しい状況は変わらない。		

百貨店（店長）	・朝晩が少し涼しくなり、ファッション関係、衣類関係が少し動いているが、これも一時的な動きの感があるため、今後も厳しい状況が続く。
スーパー（経営者）	・客は少しでも値段が高い物には手を出さず、安い物でも欲しくない物は一切買わないため、今後も厳しい状況となる。
スーパー（経営者）	・政権交代で、先行きに不安を持つ消費者が少しは希望を持つかもしれないが、景気が急回復することはないため、当面は必要な物しか買わない傾向が続く。
スーパー（店長）	・所得が増えない限り、消費者の購買意欲は改善しない。今後は生活防衛意識が更に強まるため、各社による低額商品の売り込みが激化する。
スーパー（店長）	・政局の変化による景気回復を期待しているが、小売への波及は最後となるほか、過疎化の進む地方都市については期待しにくい。また、競合店とのシェア争いについても、今後は一段と厳しくなる。
スーパー（店長）	・景気が良くなったのは経費削減などの企業努力の結果であり、個人の所得が増えたわけではない。所得が増えなければ本格的な回復には結びつかないため、現状は良くなる材料が見当たらない。
スーパー（店長）	・今年は県下の夏の観光収入が減少し、当分はその影響が尾を引くことになるため、総選挙による雰囲気改善も効果がない。
スーパー（経理担当）	・政権交代でこれまでお金を使えなかった層にお金回り、買物の仕方が変わる期待はあるものの、実現までには時間が掛かる。
スーパー（広報担当）	・新型インフルエンザの流行など、先行きには不安要素が多い。
スーパー（社員）	・前月以降、それまで堅調であった食品部門の売上や来客数の減少が続いている。昨年来の景気悪化が、個人消費の基礎的な部分にまで波及してきた感があるため、先行きの見通しも厳しい。
コンビニ（経営者）	・近隣のオフィスビルでは大手企業の抜けた空室が埋まり、来客数が増えるものの、客単価が低下するため売上は変わらない。
コンビニ（店長）	・売上は厳しい状況であるが、下げ止まり感はあるため、これ以上は悪くならない。
家電量販店（店長）	・政権交代により、エコポイント制度の打切りを心配した駆け込み需要が多くなる。また、パソコン用基本ソフトの新商品が発売されるため、新たな需要が発生する。
乗用車販売店（経営者）	・確かに販売量は増えているが、客はまだまだシビアで無駄な買物はしない。より良い物をより安くといった感があり、財布のひもは依然として固いため、中途半端な商品は全く売れない状況が続く。
乗用車販売店（経営者）	・今後も車検の予約、車の販売や修理はそれなりにあるものの、今の状態とはあまり変わらない。
乗用車販売店（営業担当）	・今の好調には特需的な意味合いが強いものの、補助金が打ち切られるまでは、受注台数は良い状態が続く。
住関連専門店（店長）	・当店の商品は買い換えサイクルが長く、どうしても今買わなければならない物ではないため、長期にわたって景気が上昇、安定しなければ回復は難しい。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・支店の売上が単発で伸びることはあっても、長続きしないため、今後も厳しい状況が続く。
一般レストラン（経営者）	・秋はいつも来客数が増えるが、今年は高速道路料金引下げの影響により、例年ほどは増えない。
一般レストラン（経営者）	・新店舗は赤字が続くものの、婚礼シーズンで本店の売上が伸びるため、プラスマイナスゼロとなる。
一般レストラン（スタッフ）	・来客数が増えていないため、3か月先についても大きな変化はない。一方、客単価は現状維持が続く。
一般レストラン（スタッフ）	・天候不順や総選挙、米国経済の不振など、消費を上向かせる要因はないため、今後も大幅な改善は難しい。
その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・活気がないほか、回復に向けての具体策がないため、先の見通しが全く立たない。
観光型ホテル（経営者）	・一度は落ち着いた感のあった新型インフルエンザの感染が再び拡大しつつあるため、秋の団体予約にも大きな影響が出る。
観光型旅館（経営者）	・消費者の給与所得が上向いてこない限り、景気の回復は期待できない。
観光型旅館（団体役員）	・新型インフルエンザの再流行といった懸念材料があるため、今後も厳しい状況となる。

都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門では外国人観光者の回復が期待できるものの、新型インフルエンザの流行で落ち込む可能性もあるため、予断を許さない。さらに、宴会部門の予約状況が芳しくないため、先行きは非常に不透明である。
都市型ホテル（役員）	・宿泊の予約状況は現在よりも若干上向いてきたが、客単価が上向く気配はない。また、宴会の予約状況も第3四半期は最悪の状況であり、ホテル全体の売上を低下させることになる。
都市型ホテル（営業担当）	・宿泊は9月の大型連休も期待したほど動いていない。反対にビジネス利用の予約は減少しており、一般宴会の予約も厳しい状況となっている。特に、選挙期間に入って問い合わせ件数が極端に減っているほか、人の動きも悪い。さらに、新型インフルエンザの感染が再び拡大傾向にあることも不安要素となっている。
旅行代理店（経営者）	・国内は予約件数、客単価共に悪化している。海外旅行は予約件数が前年を上回っているが、客単価の落ち込みが激しく、安・近・短の傾向が顕著である。株価が徐々に上昇している好影響もあるが、新型インフルエンザが本格流行する懸念もあるため、好転は難しい。
旅行代理店（広報担当）	・今後は新型インフルエンザの感染拡大状況と、マスコミの報道にかなり影響される。さらに、前年は11月に2回の3連休があったが、今年は1回に減る影響も出てくる。
タクシー運転手	・総選挙で政権交代が決まれば、2～3か月は世間が動くかもしれないが、その後については不透明である。
タクシー運転手	・総選挙が終われば、夜の繁華街の飲食関係が少しは活気付く。
タクシー会社（経営者）	・法人客、個人客共に、タクシーに関する節約は限界まで行うため、まだまだ今の厳しい状態が続く。
通信会社（経営者）	・状況がすぐに変わる様子もないため、今後も今の状況が続く。
通信会社（企画担当）	・政府の景気刺激策で家電や自動車売れているが、大きな買物をした後は財布のひもが固くなるため、アミューズメント業界にとっては逆風となる。
観光名所（経理担当）	・今月は暑さがしのぎやすかったことで、来客数が伸びている。ただし、売上は前年並みであり、財布のひもはなかなか緩まない。先行きの不安が解消されない限り、今後も消費は上向かない。
競輪場（職員）	・政権交代があれば一時的に高揚感はあるものの、長続きしない。
その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・好材料が見当たらないほか、総選挙の結果にも即効性はない。
その他サービス[生命保険]（営業担当）	・消費者が先行きに不安を持っているため、生命保険への加入を控える傾向が続く。
その他サービス[ビデオ・CDレンタル]（エリア担当）	・都心部の店舗では売上の前年割れが続いているため、今後も厳しい状況となる。
住宅販売会社（経営者）	・成約の見込める物件については、品薄状態がしばらく続くなど、不動産の流通が活発化する要素が見当たらない。
住宅販売会社（経営者）	・住宅業界を取り巻く環境は最悪の状態、客の間には雇用不安も多く、マイホームの購入動機がない。新聞の折込チラシや住宅情報誌、ホームページなどの広告媒体を駆使しても、とにかく集客率が悪いので、今後についても厳しい状況となる。
住宅販売会社（経営者）	・秋の住宅需要期を迎えるが、流通在庫の消化が進んでいないため、例年ほど動きは良くならない。
住宅販売会社（従業員）	・今年中は今の状態が続くものの、在庫処分にある程度めどが付けば、来年から中堅デベロッパーの動きが出てくる。
住宅販売会社（従業員）	・マンション価格は下げ止まるものの、来客数は停滞した状態が続く。
住宅販売会社（総務担当）	・成約まで時間が掛かるほか、同業他社との競争も激しいため、全体の成約数は伸びない。
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）	・金融機関の融資姿勢によって変わるため、どの方向に進むのかは不透明である。
その他住宅[展示場]（従業員）	・住宅ローン減税に期待したものの、思ったような効果が出ていない。新たな住宅需要刺激策にも期待できないため、状況はしばらく変わらない。

	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・景気全体に回復の兆しが少なく、特に不動産業界には変動要因が見当たらない。
やや悪くなる	商店街 (代表者)	・経営者の高齢化や、体調不良で閉店する店が増えている。また、食品スーパーの営業時間の短縮などで客足の引きが早く、客単価も落ち込むなど、良い材料が見当たらない。
	一般小売店 [雑貨] (店長)	・タスポ導入後に売上が半分に落ち込み、これ以上は悪くならないと思っていたが、その後も悪化が進んでいるため、更なる悪化もあり得る。
	一般小売店 [カメラ] (販売担当)	・最近では再就職用の証明写真を撮る客がよく来店するが、就職の話が全くないため、撮る写真が徐々に減っているなど、先行きの見通しは厳しい。
	百貨店 (サービス担当)	・異常気象により農作物の価格が秋以降に上昇するほか、新型インフルエンザの再流行で来客数が減少するため、売上は落ち込む。
	百貨店 (商品担当)	・一度は売上が回復したが、8月に入って不要な物を買わない傾向が更に強まっている。ジュエリーなども、すぐに必要な物でなければ購入が控えられているため、先行きの見通しは厳しい。
	百貨店 (売場担当)	・新型インフルエンザの流行拡大や、野菜を中心とした食物の値上がりといった不安定な要素が目立ち、消費意欲を刺激する材料が見当たらない。
	スーパー (経営者)	・天候不順によるダメージを受けた業種は多いため、秋にかけて景気に悪影響が出てくる。
	スーパー (店長)	・政府の財政出動で一部の産業は最悪期を脱したと報じられているが、小売業、特にスーパーは個人消費の動きに直結しているため、更に厳しくなる気配である。消費者の節約志向、生活防衛意識に加え、雇用不安と物価下落の同時進行が更なる悪化につながる。
	スーパー (店員)	・近隣に新しくスーパーマーケットができるため、先行きはやや悪くなる。
	スーパー (企画担当)	・消費の不振が続くほか、暖冬が予想されているため、先行きはやや悪くなる。
	衣料品専門店 (経営者)	・価格の比較的高い商品は仕入れていないため、売上も下がっていくという悪循環に陥る。
	衣料品専門店 (経営者)	・株式の配当減や雇用不安により、財布のひもがより一層固くなる。
	その他専門店 [医薬品] (経営者)	・新型インフルエンザの流行が落ち着けば、消費も元の落ち込んだ状態に戻る。今の消費者は我慢強く、浮かれた消費をしなくなっている。
	その他専門店 [食品] (経営者)	・新型インフルエンザの感染拡大による影響が懸念される。今度は関西だけでなく全国的に影響が出るため、イベントや文化祭などの行事も中止になる。
	その他専門店 [医薬品] (店員)	・客の間には低価格志向が強く残っており、特にチラシの商品を中心にある程度の値引きを行わなければ、商品の売れない状況が続く。
	観光型旅館 (経営者)	・現在の予約状況などから判断すると、先行きはやや悪くなる。
	都市型ホテル (スタッフ)	・婚礼、宴会は平年並みの予約状況であるが、宿泊部門では新型インフルエンザの影響で海外からの観光客の動きがいまだに止まっているため、先行きの見通しは厳しい。
	都市型ホテル (スタッフ)	・法人利用では経費の削減がみられ、定例会合の規模が縮小しているほか、出張でも回数や人員の減少、日程の短縮が目立つなど、予約状況が極端に悪い。また、レストランも夕食利用の落ち込みが大きいなど、先行きについては非常に厳しい。
	タクシー運転手	・新型インフルエンザの流行が拡大することで、人の動きが鈍くなる。
	通信会社 (経営者)	・新商品の発売や大きな値下げの予定が少ないため、盛り上がりには欠ける。また、下半期は各通信会社が代理店に支払う販売促進費を抑制するとの予想もあるため、市場が冷え込むことになる。
観光名所 (経理担当)	・ここへきて新型インフルエンザが再流行しているため、特に団体客が減少することになる。	
その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・9月はプロ野球の試合や人気アイドルグループのコンサートが開催されるので集客が増えるものの、プロ野球シーズンが終わる10月以降は企業イベントが主となるため、集客は減少する。	

		美容室（経営者）	・新型インフルエンザの流行拡大で、外出を控える客が増える。年配客の多い当社では、5月のように売上に大きな影響が出る。
悪くなる		商店街（代表者）	・賃下げやボーナスカットの影響がますます大きくなるため、客の購入意欲が減退する。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・秋物衣料の打ち出しについて、様々な企画の準備は整っているが、購買につながるかどうかは不透明である。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・大規模小売店における低額商品の販売競争が激化しており、小売全体の衰退につながる。また、各業界でのコスト削減の影響がメーカーの利益を圧迫し、それが雇用調整につながるという負の連鎖が始まっている。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・夏が終わらないうちに新型インフルエンザが流行期に入るとは、先が思いやられる。特に神戸は前回に大きな痛手を受けており、その影響をいまだに引きずっているため、大きな打撃を受ける。
		百貨店（マネージャー）	・新型インフルエンザの流行で外出を控える人が増えれば、確実に来客数が減るため、売上にも深刻な影響が出る。
		コンビニ（店長）	・ここ数年は売上のベースが下がり続けているほか、景気回復の兆しもないため、更に苦しい状況となる。
		スナック（経営者）	・新型インフルエンザによる来客数への影響については、この秋から冬にかけて以前よりもひどい状態が出てくる。
		タクシー運転手	・今の状況から考えると、秋の気配が感じられるようになれば悪化していく。
		テーマパーク（職員）	・新型インフルエンザが早くも再流行の兆しとなっており、必要な外出以外は控えられるため、秋の行楽シーズンへの影響は甚大なものになる。
		遊園地（経営者）	・8月に入って新型インフルエンザの拡大が更に広がっており、秋、冬にかけて大流行する懸念があるため、レジャーに対する消費者のマインドが一層冷え込む。
企業動向関連	良くなる やや良くなる		
		木材木製品製造業（経営者）	・新規事業の計画が販売の増加につながれば、売上や利益が伸びる。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・例年10～12月は受注が安定する時期となるが、今年は医療や環境関係が良い一方、製造業、住宅関連にはまだ回復の兆しがない。
		化学工業（管理担当）	・家電向け材料については、景気対策の効果で年内は堅調に推移する。その一方、春以降全体をけん引してきた携帯電話向けは、新製品の投入効果が一巡するため秋からは減少に転じる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・米国や欧州の状況は不透明であるが、中国や東南アジアは良くなっており、雰囲気も非常に明るくなっている。アジア方面は安い製品が中心であるため、さほど悪くはならない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・前年に比べると水準は低いものの、ようやく受注量が増えてきたため、先行きはやや良くなる。
		建設業（経営者）	・見積り依頼など、受注にやや改善の兆しがあるため、少しは良くなる。
		建設業（営業担当）	・具体的な理由は分からないが状態は安定しているため、先行きはやや良くなる。
		輸送業（営業担当）	・企業間の荷物の動きは減っているが、企業から個人への荷物が通販以外でも増えているため、先行きはやや良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・秋から年末に向けての企画提案物件が増えている。
変わらない		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・従来の景気政策では中小企業に恩恵が少なかったが、子育て支援などの各種手当が速やかに行われることで期待が持てる。消費マインドが上昇し、教育関連などの支出増につながることで、消費の底上げが進む。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・ここ半年ほどは受注の動きがないため、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）	・客からは良くなる話が聞かれないため、今後も厳しい状況が続く。
		化学工業（経営者）	・一部で明るさも出てきたが、得意先の取引先が倒産したり、信用のできない手形が回ってきたりと、全く安心できる状況ではない。
		金属製品製造業（経営者）	・全体的に通常の70～80%しか受注がなく、これ以上良くなる気配もない。
		金属製品製造業（総務担当）	・民間工事が非常に少なくなっており、同業者間の生き残りをかけた競争が当分は続く。
		金属製品製造業（営業担当）	・建築関連の回復が遅れているため、今後も厳しい状況が続く。

	一般機械器具製造業（経営者）	・周囲の企業は回復がまだまだであるため、景気全体としてはそれほど回復しない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・新たな問い合わせは活発であるが、得意先からの設備発注は回復していないため、売上が増えない。市場では在庫調整にめどが付いたと報じられているが、大手企業はコストの高い国内生産の増加に慎重なため、大口の商談が動かない。特に、産業用機械については国内市場の先行きは暗い。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・現状から更に好転する要因が見当たらないため、今の状態が続く。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・景気全体が良くならなければ住宅の購入マインドも上がらないため、悪い状態が年末まで続く。
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	・一部の業界では回復が報じられているが、履物業界は依然として低迷しており、明るい兆しはない。
	建設業（経営者）	・政権交代すれば公共工事が激減する可能性もあり、先行きは不透明である。民間企業による工事も、計画が出てくるのは景気回復後になるため、まだ先の話である。
	輸送業（総務担当）	・顧客から明るい話が聞かれないため、今後も厳しい状況が続く。
	輸送業（営業所長）	・不景気を理由に物流費の値下げを迫られており、先行きの見通しは厳しい。
	広告代理店（営業担当）	・良い話が聞こえてこないため、先行きの状況も厳しい。
	広告代理店（営業担当）	・広告量は紙媒体、インターネット媒体共に前年の半分程度で推移しており、今年に入っても変わっていないため、今後も厳しい状況が続く。
	経営コンサルタント	・現状から変化はないものの、政権交代や新型インフルエンザの感染状況といった要素次第では、更に悪くなる。
	司法書士	・事件数の少ない状態が長く続いており、良くなる要素や原因が見当たらないため、当面は現状維持の状態が続く。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・大きく景気の良くなる要素がないため、状況は変わらない。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・取引先の予算がなく、設備投資の計画もないため、年内は今のような不況が続く。
やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・総選挙の結果による景気への影響は不透明であるほか、いまだに家計の財布のひもも固い。安価な製品の動きはあるが、それ以外の製品の荷動きが悪いため、先行きの見通しは厳しい。
	繊維工業（総務担当）	・受注量や販売量の減少に伴い、値引き要請にも拍車がかかっているため、業績の悪化が更に進む。
	繊維工業（団体職員）	・年末需要期を控えた時期となるが、現時点で引き合いなどの動きはみられない。
	繊維工業（総務担当）	・催事の来客数が減っているが、今後は新型インフルエンザの影響も出てくる。
	化学工業（企画担当）	・いまだに乳脂肪原料を多く含む高額製品は受注量が伸びておらず、バターも過剰在庫となっている。業界大手が原料用バターの値下げに踏みきった一方、糖類はインドの雨不足や投機マネーの流入で高騰するなど、原料価格は天候や投機マネーの動き次第で急変動することから、先行きの見通しは厳しい。
	建設業（経営者）	・総選挙後はどの政党が政権を取ってもしばらくは低迷が続くほか、既に流行しつつある新型インフルエンザが秋に向けて大流行する。
	金融業（支店長）	・政権交代により、経済がどの方向へ向かうかが不透明であるため、不動産業界では様子見の状況が続く。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・失業による経済的理由で購読を止める客や、3か月ほど購読料の滞っている客が数人みられるなど、先行きの見通しは厳しい。
	コピーサービス業（従業員）	・既に新型インフルエンザの流行する兆しが出てきており、今後消費は更に冷え込む。前回と違い、今回は影響が長期に及ぶ可能性があるため、深刻な問題となる。
悪くなる	不動産業（営業担当）	・賃貸事務所の需要がなく、供給が増えているわけでもないのに空室率が高まっている。企業が他の大都市への拠点の集約を進めていることで、今後はますます悪化が進む。
雇用関連	良くなる やや良くなる	-
	人材派遣会社（経営者）	・下期に向けた案件が出てくるが、これが一時的な動きなのかどうかは不透明である。輸出の息切れの有無を含めて、10月が本格的な回復の分かれ目となるが、雰囲気としては明るくなっている。

	人材派遣会社（経営者）	・製造業を中心に求人件数の増加が期待されるものの、景気の先行きは依然不透明であり、契約期間の短期化する傾向が強い。大幅な稼働者数の増加には、まだまだ時間が掛かる。
	求人情報誌製作会社（企画担当）	・まだまだ予断は許されないが、アウトソーシング業界では非正規求人数が増えつつある。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・総選挙で政権が変われば、新たな雇用対策も打ち出され、現在の閉そくした状況から少しは上向く。
	民間職業紹介機関（支社長）	・求人数が底打ちしただけでなく、次世代の幹部候補の求人なども出てきている。海外経済の回復や在庫調整、リストラの一巡により、求人企業には攻めの姿勢がみられるため、先行きはやや良くなる。
	学校〔大学〕（就職担当）	・10月以降も採用活動を続ける企業が出てきている。
変わらない	人材派遣会社（支店長）	・先行きは総選挙次第であり、どうなるかは予測が立たない。ただし、我々の業界は、民主党が政権を取ればかなり厳しい事態となる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・10月に医療関係での企画広告を予定しているが、それ以外は上向き要素がない。秋以降もこのままの状態が続く。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・8月の終わりになり、企画の枠が埋まり始めている。下げ止まりや底打ちを感じている広告会社の営業担当もいるため、好転の兆しはないものの、これ以上の悪化もない。
	職業安定所（職員）	・下請会社や孫請会社にしわ寄せが来ており、休業する事業所が後を絶たないため、今後も厳しい状況が続く。
	職業安定所（職員）	・雇用調整助成金を利用して約1年の事業所から、1年が経過した後も利用できるのかといった問い合わせが増えている。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は4か月連続で減少しているものの、製造業では2か月連続で増加するなど、若干明るい材料が出てきている。
	職業安定所（職員）	・有効求人数が7か月ぶりに前月を上回ったが、秋以降の見通しが不透明なため、求人数が増加傾向に転じるかは分からない。ただし、求職者数の増加幅も縮小してきたため、有効求人倍率は下げ止まってくる。
	職業安定所（職員）	・最近求人が出てこなくなった企業からは、生産や売上が回復しても欠員補充はせず、忙しくなれば残業で対応するとの声が聞かれるため、今後も求人数は回復しない。
やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・総選挙の結果にもよるが、今のところは3か月後に景気が良くなる材料が見当たらない。
	職業安定所（職員）	・産業別の新規求人数では、製造業が前年比で約50%減少しているなど、まだまだ見通しは暗い。
	民間職業紹介機関（大学担当）	・企業の建て直しに伴うリストラなどで景気の悪化が進むため、企業を支援する早急な対策が必要である。
悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・3か月後も上向き兆しが全くなく、特に大阪の企業に動きがない。