

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）	・クレジットカードの利用状況をみても、前年を数%ずつ上回る傾向が続いているため、先行きはやや良くなる。
		商店街（代表者）	・抽選会を定例イベント化したことで利点が増えているため、先行きはやや良くなる。抽選会の時期に商品の仕入れを集中できるほか、抽選に合わせて商品予約をする客も増えている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・来客数が自然に増加しているため、消費は今後上向いていく。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・今月の状態が続けば、気候も暖かくなって人の動き自体が活発になるほか、今まで買物を我慢していた反動もあるため、少しずつ上向きになる。
		百貨店（売場主任）	・2～4月の売上は前年並みで推移しているほか、前年は新型インフルエンザの影響で落ち込んだため、どう転んでも前年以上の売上で推移する。
		百貨店（売場主任）	・景気回復の大きな要素は見当たらないが、近隣では競合店の改装や閉店セール、大型商業施設のオープンなどが相次ぐため、客の消費意欲が喚起される。
		百貨店（営業担当）	・気温の低い状態が続いていたが、ここへきて気温が上がってきたほか、春夏商材も出そろっている。今までの反動もあり、今後は需要がかなり伸びる。
		百貨店（マネージャー）	・今後は子ども手当の支給など、家計にある程度のインパクトを与える政策が実施される。それが消費に回れば、少なくとも何らかの良い影響が出てくる。
		百貨店（婦人服担当）	・2年前の悪い状況から大きく改善が進んでいるため、更に大きな伸びは期待できないものの、今後も回復傾向が進む。
		百貨店（サービス担当）	・前年は新型インフルエンザの影響で客足が遠のき、売上も大変苦戦したが、今年はゴールデンウィークの休みも長いいため、来客数の増加につながる。また、平城遷都1300年祭への出展ショップの売上も伸びる。
		百貨店（売場担当）	・花柄のプリントなど、長期間使える色や柄以外の商品に対する客の反応が良くなってきたため、今よりもファッションやおしゃれ関連の商品が動く。
		百貨店（商品担当）	・3月以降、定価品の売上が若干回復しており、4月も継続している。客も買い控えに疲れてきた感があるため、今後も回復傾向が進む。
		スーパー（店長）	・新商品や話題の商品など、価格に関係なく売れる物が出てくるなど、安さだけを求めて買い回りすることに疲れが始めている。今後は少し価格の高い物も売れ始めるため、状況はやや良くなる。
		スーパー（経理担当）	・子ども手当の支給や、株高による資産効果、夏のボーナス増加など、消費に好影響を与える材料がみられるほか、昨夏以降の売上の減少傾向も一巡するため、今後は徐々に上向く。
		スーパー（社員）	・節約傾向が長期間続いてきたが、店頭客の意見に新しい商品やメニューを求める声が増えているため、先行きはやや良くなる。最近は低価格志向の店よりも、やや高価格な店舗の方が堅調な売上を確保できている。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税やエコカー購入補助金などが9月まで延長されたため、今後も販売量が増える。
	高級レストラン（支配人）	・桜の開花が遅れたことで、今の時期にしては観光客が予想以上に多かった。また、販売量も予想を上回るなど安定した状況が続いているため、先行きの見通しも明るい。	
	一般レストラン（経営者）	・政治への不信感、不安感はあるものの、景気が回復傾向にあることは認識されつつあるため、消費者心理の改善が進む。	
	一般レストラン（経営者）	・高速道路料金の引下げが終わるため、土日の来客数が回復する。	
	一般レストラン（経理担当）	・消費マインドはさほど高くないが、ここ数か月の消費は意外に底堅い。これで気候が良くなれば、更に売上が伸びる。	
	都市型ホテル（営業担当）	・前年は新型インフルエンザの影響で5、6月の売上がかなり落ちたため、今年はホテル全体として例年並みに戻る。宿泊では個人客の動きが良くなっているほか、一般宴会も恒例の予約がほぼ入っているなど、やや持ち直した感が出てきている。	

	旅行代理店（経営者）	・前年比で見れば、前年の新型インフルエンザによる落ち込み分だけ大きく伸びるが、力強さはない。株価が堅調である点は良いものの、政局の混迷による閉そく感は当面続く。
	旅行代理店（広報担当）	・上海万博は開催期間が6か月と長く、このイベントを起点に旅行需要が盛り上がるため、夏休みの旅行増加につながる。客からも、気持ちの盛り上がり足りないだけで、旅行の費用がないわけではないとの声も多い。マインドの問題は非常に大きいので、盛り上がりさえ出れば景気も良くなる。
	通信会社（社員）	・インターネット関連の動きだけではなく、地上デジタル放送の開始まで1年程度となるため、それに対応した需要が動き出す。
	観光名所（経理担当）	・客単価はなかなか上がらないため、売上は厳しいものの、来場者数が前年を上回る日が多くなっている。
	その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球の交流戦が開催されるほか、家族向けのイベントや人気アイドルグループによるコンサートがあるため、来場客は増える。
	住宅販売会社（総務担当）	・住宅取得資金の贈与に関する非課税枠の拡大、住宅版エコポイントといった政策による効果徐徐に出てきているため、先行きはやや良くなる。
	その他住宅 [展示場] （従業員）	・住宅版エコポイントの開始や、住宅取得資金に関する贈与税の非課税枠の拡大により、4月は住宅展示場への来場者が増加している。この傾向は今後しばらく続くため、先行きはやや良くなる。
	その他住宅 [情報誌] （編集者）	・住宅ローン減税や住宅取得資金に関する贈与税の非課税枠拡大といった支援策、企業決算の改善、子ども手当の支給など、新築マンションに対する購入意欲が徐々に上向いてくる。それに伴い、市況の回復も緩やかに進む。
変わらない	商店街（代表者）	・天候要因で初夏物の需要がなくなったため、夏のバーゲンセールの前倒しにつながるなど、今春、今夏の売上は良くならない。
	一般小売店 [事務用品]（経営者）	・一部企業の好決算が報じられているが、ここへきて原材料価格が高騰し始めている。今後、商品価格の上昇につながることであれば、消費マインドが再び冷え込む。
	一般小売店 [花]（経営者）	・特に大きな変化のある時期ではないが、先行きが不透明で予測が立たない。
	一般小売店 [衣服]（経営者）	・先行きが良くなることはなく、悪い状態が続く。
	一般小売店 [鮮魚]（営業担当）	・末端の客を相手にする小売業は非常に厳しい。財布のひもも固いため、当分の間は閉そく感の強い状態が続く。
	一般小売店 [衣服]（経営者）	・今年は冷夏になるとの声も聞かれるため、夏物衣料の動きも鈍くなる。ただし、最近は季節商材以外の動きが少しは出てきている。景気が上向きになったとは決していえないが、前年のように悪化している感もない。
	一般小売店 [野菜]（店長）	・まだまだ景気回復には程遠いため、先行きの見通しは厳しい。
	一般小売店 [雑貨]（店長）	・低迷した販売量が上向くとは思えず、今後たばこが値上げされることになれば、更なる悪化が進む。
	一般小売店 [菓子]（営業担当）	・贈答品の売上は横ばいが続いているため、先行きも厳しい状況が続く。
	百貨店（売場主任）	・まだリニューアルは3分の1が終わっただけであり、今後も工事をいながらの営業となるため、その影響を大きく受ける。
	百貨店（売場主任）	・消費者の所得が大きく増えない限り、ファッション関連の購入は増えない。子ども手当の支給で所得が若干増える可能性はあるものの、消費を活性化させるほどの効果はない。また、春物衣料の不振により、取引先が商品供給に消極姿勢となる可能性もあるなど、売上の好転する要素が見当たらない。
	百貨店（売場主任）	・子ども手当の支給などで消費マインドは多少和らぐものの、中元などのギフトは販売量、単価の悪化が避けられない。
	百貨店（企画担当）	・セールを前面に出した売場展開となっているため、クリアランスセールを行っても新鮮味がなく、売上は伸びにくい。
	百貨店（企画担当）	・販売額が伸びるような要因が見当たらないため、今後も今の状況が続く。
百貨店（営業担当）	・家具の引き合いがみられるなど良い傾向もあるが、美術品や宝飾品といった高額品への客の興味が低下しており、見通しは厳しい。	

百貨店（店長）	・メーカーなどの設備投資が少し増えて右肩上がりになりつつあるが、小売はまだ前年を下回る状況が続いているため、全体的には変わらない。
百貨店（外商担当）	・景気が良くなっていると報じられるが、地方の百貨店業界の厳しい状況は変わらない。
スーパー（経営者）	・客の間では、ボリュームがあって値打ちもある商品を好む傾向が強まっているため、今後も厳しい状況が続く。客は今日のメニューを決めて買物に来るのではなく、その日の買得品に合わせてメニューを決めている。
スーパー（経営者）	・景気の持ち直しが報じられているが、日常の買物では客の節約志向に変化はない。値下げを行っても、来客数、販売点数の大幅増にはつながらないため、各社で販売価格の見直しを進める気配がある。今後は業界全体で単価の上昇が進む可能性もある。
スーパー（店長）	・天候次第で生活必需品の動きは変わるが、低価格志向そのものは続く。
スーパー（店長）	・食料品を中心に来客数の増加が続くため、店全体でも増加傾向となる。その一方、衣料品の来客数、1品単価の回復は当面見込めず、特に子ども、婦人関連の不振が続くことになる。
スーパー（店長）	・先行きの不透明感と不安感が広がっているなど、消費が活発化する要素は少ない。
スーパー（店長）	・テレビや冷蔵庫といった一部の省エネ家電の動きはまずまずであるが、一般的な商品は単価の維持が困難となる。
スーパー（企画担当）	・好材料がないため、今後も厳しい状態が続く。
スーパー（広報担当）	・天候によって消費意欲が大きく左右されるが、前年の新型インフルエンザの影響で落ち込んだ反動や、子ども手当による効果には期待できる。ただし、最近の状況から判断すると、一直線に回復が進むことはない。
スーパー（販売担当）	・競合店の販売価格を調べて値下げを行い、更にそれをほかの競合店がみて値下げする状況となっており、見通しは厳しい。販売件数は前年並みであるが、1品単価が落ちているため、売上全体では前年割れの状況が続いている。
スーパー（管理担当）	・好転する材料は見当たらないものの、下げ止まりの傾向が出てきている。
スーパー（企画）	・生活や将来に対する消費者の不安が取り除かれない状態は、まだ当分続く。
コンビニ（マネージャー）	・製造業の回復が小売業に波及するまでには、もう少し時間が掛かる。
衣料品専門店（販売担当）	・客からは現状維持で我慢するという声が多いなど、明るい材料がない。
家電量販店（店長）	・地上デジタル放送の開始に伴うテレビの需要はあるものの、先食いしたテレビやエアコン、冷蔵庫の需要は3か月では戻らない。12月までは3月並みの需要が見込めない。
乗用車販売店（経営者）	・良くなる材料が見当たらない。
住関連専門店（店長）	・注文数が依然として少ないほか、消費者の安値志向も続いているなど、状況が変わる気配は全くない。
住関連専門店（店員）	・良くなるきっかけがないため、今後も厳しい状況となる。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・太陽の日差しが強くなれば日焼け止めや殺虫剤の動きが増えるなど、天候によって大きく左右される。今のところは前年比で20%程度の落ち込みとなっているため、全体としては厳しい状況が続く。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・前年は新型インフルエンザで落ち込んだため、今年の前年比は良くなることが期待されるが、先行き是不透明である。
その他専門店〔医薬品〕（店員）	・広告品を中心に動きはみられるが、低額品が中心で季節商品に伸びがみられないため、今後も厳しい状況となる。
一般レストラン（スタッフ）	・来客数と客単価は若干回復しているが、先行きについてはゴールデンウィークが一つの目安であり、大きな変化はない。
一般レストラン（スタッフ）	・関西圏に比べて関東圏は好調に推移しているなど、東京以外の地域では景気が上向いていない。不景気が逆に東京集中を加速しているため、先行きの見通しは厳しい。
スナック（経営者）	・来月は連休もあって暇となるが、その先は小規模な団体の予約も少し入っている。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・客の給与水準に変化はなく、財布のひもを緩めるだけの好材料が見当たらない。

その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・客からは、会社からの接待費が出ないほか、個人的にも飲みに行く日が少なくなったとの声が聞かれるため、今後も厳しい状況となる。
観光型ホテル（経営者）	・今月は歓迎会などの宴会数が増え、売上は前月並みを維持できている。ゴールデンウィークの来客数や婚礼件数の伸びをみると、来月の売上にも期待できるが、梅雨の時期や7月は低迷してくる。
観光型ホテル（経営者）	・宿泊や館内消費の客単価の悪化が止まる兆しはない。来客数を増やすしか打つ手はないが、キャパシティーの問題もあり、週末などの繁忙日は来客数をこれ以上増やすことはできない。一方、価格を下げた平日の来客数を増やしても、利益が大幅に圧迫されることになる。
観光型ホテル（経営者）	・やや良くなっている感はあるものの、政治の混乱や経済政策の不足という点から、回復が進む確証はない。
観光型旅館（団体役員）	・夏を迎えて需要が最も伸びる時期となるが、先の予約状況をみても動きがない。
都市型ホテル（スタッフ）	・先行予約の動きはまだまだ厳しく、宿泊部門ではインターネット経由の間際予約が中心となっている。特に、6月は客足が弱まり、近隣ホテルとの価格競争が激しくなる。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊では韓国、中国からの観光客の利用が好調で、単価は安いものの、国内客が不調のため頼らざるを得ない。一方、宴会は大型案件の先行予約が好調であるが、小規模の会合が減少しており、前年比では微減となる。
都市型ホテル（マネージャー）	・先行きは前年を上回る動きとなるものの、前年に新型インフルエンザの流行で落ち込んだ反動が大きい。また、今後は競合店の進出で供給が増える一方、需要が活発になる要素は少ない。特に、レストランの動きは鈍いまま、個人消費が全体を押し上げるほど回復することはない。
都市型ホテル（役員）	・宿泊、飲食部門は価格を下げた販売しているため、来客数は伸びるものの、売上が前年並みに戻るまでには至らない。宴会部門も今年に入って景気低迷の影響が顕著に出ているため、受注件数はなかなか伸びない。
タクシー運転手	・価格改定から1年以上が過ぎて、ある程度浸透したため、乗客も慣れてきている。ただし、今までと同様に必要最小限での利用が定着しているため、パブル期のような不必要な利用は今後もない。
タクシー運転手	・参議院選挙があるため、特に選挙活動の期間中は夜間の乗客が極端に減る。
タクシー会社（経営者）	・個人客、法人客共に節約傾向が続いている。特に、法人客によるタクシーチケットの利用が非常に少なく、経費の削減傾向が続いているため、今後も厳しい状況となる。
通信会社（経営者）	・客の様子に大きな変化がないため、先行きも厳しい状況となる。
通信会社（経営者）	・携帯電話の機能拡充にも限界が出てきており、スマートフォンに注目が集まりつつある。これによって買換え需要は喚起されるものの、通信事業者への販売手数料は更に抑えられる動きがあるため、今後は利益の圧迫が進む。
テーマパーク（職員）	・具体的な景気刺激策もなく、期待していた子ども手当の効果についても、消費動向を左右するほどではない。
観光名所（経理担当）	・天候は寒暖の差が激しく不順であったが、月前半の人はやや多く、中旬ごろまでは花見と重なって来客数が増えたため、売上は前年並みであった。ただし、前年は新型インフルエンザの影響で来客数、販売額共に振るわなかったことを考慮すれば、消費はまだまだ良くなっておらず、見通しも厳しい。ただし、体験教室の来客数は徐々に増えている。
遊園地（経営者）	・客の間に動きが出てきた感はあるものの、先行きはいまだに不透明である。
競輪場（職員）	・例年、特に変化のない時期であるほか、好転する要因も見当たらない。
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・天候要因がなくなれば前年並みの集客は期待できるものの、ゴールデンウィークのイベント効果などを見極めなければ、明るい見通しは立てられない。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・5月末に無料体験キャンペーンを行うため、その結果次第で生徒数に変化が出る。
その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・新社会人の生命保険への加入検討が増えるものの、今年は大幅な増加にはならない。
住宅販売会社（経営者）	・地域性もあり、高速道路料金の問題で住宅の購入を様子見している客も増えているため、先行きは不透明である。

	住宅販売会社（経営者）	・客に消費意欲が感じられない。デフレ傾向を脱しなければ回復は進まない。	
	住宅販売会社（従業員）	・住宅価格に割安感がなければ、消費者は関心を示さない。土地価格が底を打ったことで、住宅価格の値下げは難しくなったため、先行きの見通しは非常に厳しい。	
	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）	・賃金が上昇する話も聞かれないため、景気全体に大きな変化はない。	
やや悪くなる	一般小売店〔食料品〕（管理担当）	・おかし関係の部署が暇で、3週間ほど前から週に2回の出勤となっているほか、別の部署を手伝っている状態が続いているため、先行きの見通しは厳しい。	
	一般小売店〔花〕（店長）	・原油価格の高騰によるガソリン価格の上昇で、景気が悪影響を受ける。	
	スーパー（経営者）	・都市部では持ち直し傾向が一部にみられるが、地方ではデフレの影響が少し遅れて出ているため、今後は今以上に厳しくなる。	
	コンビニ（経営者）	・来客数の増加が見込めないほか、割引セールを実施してもセール品しか売れないため、結果的に客単価の低下につながっている。デフレの悪循環に陥った感があり、先行きの見通しは厳しい。	
	コンビニ（店長）	・気温の上昇に伴って客の利用は増えるものの、客単価が伸びないため、売上全体としては伸び悩む。また、商品発注に必要な気温の予測についても、過去の推移が当てにならないため判断が難しくなる。	
	コンビニ（店長）	・今年は5月後半も天候が悪く、6月は雨量が前年よりも増え、7月は気温の上昇が少ないといった予測が出ている。コンビニにとっては厳しい夏となり、年間で最も売上の伸びる時期に落ち込むことになる。	
	衣料品専門店（経営者）	・今は定価品が最もよく売れる時期であり、今売っておかなければ、5、6月にはバーゲン待ちで買い控えが始まるため、夏のバーゲンまで売れなくなる。	
	家電量販店（経営者）	・夏物商戦はエコポイント制度の対象であるエアコンや冷蔵庫といった季節商品を積極的に展開するが、景気を刺激する要素が見当たらない。	
	乗用車販売店（経営者）	・新車販売、車検、修理のすべてで売上が伸びず、予約注文も少ないなど、先行きの見通しは厳しい。	
	乗用車販売店（営業担当）	・今後は先行きの不透明感がますます強まるほか、景気対策を進めるべき政界も混乱しているため、明るい見通しは持てない。	
	乗用車販売店（営業担当）	・販売店の統合による経営方針の変更に伴い、やや悪くなる。	
	観光型旅館（経営者）	・天候不順で野菜価格が高騰しているほか、ガソリン価格も10円ほど値上がりしており、今後悪影響が出てくる。	
	都市型ホテル（支配人）	・高速道路料金の実質値上げが行われようとしており、観光客の減少や個人消費の冷え込みにつながる。子ども手当の効果も不透明であり、現段階では景気の良くなる材料が見当たらない。	
その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・近隣に競合店が出店したため、顧客の一部がそちらへ流れる。		
悪くなる	商店街（代表者）	・今年は春物商戦がなくなり、すぐに夏物商戦に入る。見通しとしては需要が少ないため、客単価も低調となる。	
	一般小売店〔花〕（店員）	・天候不良のほか政治不安もあり、生花がますます売れにくくなる。母の日商戦も、原価の高騰によって販売価格が上がるため、販売量の増加は難しい。	
	衣料品専門店（経営者）	・天候不順による春物商戦の不調が尾を引き、夏物商戦にも期待が持てない。また、7月の参議院選挙が終わるまでは、選挙活動などに伴う不況が続く。	
	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・金相場の上昇に伴って仕入コストが上昇する。宝石の価格上昇につながれば、アクセサリで十分と考える客も増えるため、先行きの見通しは厳しい。	
	住宅販売会社（経営者）	・本来であれば決まるはずの契約が決まらず、とても不気味な感があるため、見通しは暗い。	
企業動向関連	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・6月に新規事業を開始するため、その効果が出てくる。
	やや良くなる	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・受注量が増えてきたため、先行きはやや良くなる。

パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・微増ながら5月分の受注量が増えているため、見通しは明るい。ただし、顧客企業の間では業況の格差が拡大している。
化学工業（経営者）	・業績は引き続き回復していくが、それぞれの得意先に特別な活気があるわけではなく、力強さを感じるほどではない。
化学工業（管理担当）	・国内市場では自動車、家電、半導体向けは横ばいとなる一方、環境関連は若干上向き、輸出も中国、韓国向けは堅調に推移する。それに伴い、販売量は緩やかに増加していくものの、原油価格の上昇による原材料費の値上げ圧力や、需要増に伴う値引き要請が強まるため、忙しい割には回復を強く実感できない状況となる。
一般機械器具製造業（営業担当）	・取引先からの人員の増員要請に加え、海外展開の話も活発に進んでいるなど、見通しはやや明るい。
電気機械器具製造業（経営者）	・パソコンや薄型テレビなどが消費者の購入意欲を刺激しているため、家電製品や情報機器の出荷は今後も増加が進む。
電気機械器具製造業（経営者）	・米国の景気が良くなっているほか、上海万博が世界経済に明るさをもたらすため、先行きは良くなる。
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・エコポイント制度による需要の押し上げに加え、ワールドカップサッカーの開催といったイベントにより需要が更に伸びる。
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・参議院選挙を控え、選挙対策の景気刺激策が出てくることで、一時的に少し良くなる。
建設業（経営者）	・4月に土壌汚染対策法が改正され、ホームページなどへの問い合わせが少しずつ増えている。まだ力強さには欠けるが、資産除去債務の取扱いにも関心が高まっているため、先行きはやや良くなる。
広告代理店（営業担当）	・3月以降、顧客企業の動きに若干底を打った感があるため、先行きはやや良くなる。
その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・サッカーワールドカップの開催など、大型イベントによる需要喚起が進む。
変わらない	
食料品製造業（従業員）	・低価格品が中心に動き、1品単価の低下を販売量でカバーするという状況は、今後も大きく変わらない。
食料品製造業（経理担当）	・デフレ傾向に底打ち感も出てきているが、当分は良くなる材料が見当たらない。
繊維工業（団体職員）	・景気の一部に回復の兆しといった報道もあるが、実態はまだまだ低調である。法人が中心となる当地タオルへの需要も、当面厳しい状態が続く。
プラスチック製品製造業（経営者）	・底を打った感はあるが、回復傾向の進む材料が見当たらない。政府の公共投資が増えない一方、発注を増やすような体力のある企業も多くない。
窯業・土石製品製造業（経営者）	・やや良くなる雰囲気はあるものの、売上などの数字には表れてこないため、まだまだ回復には時間が掛かる。
金属製品製造業（総務担当）	・今年度の公共工事予算が動き出すのを待っているが、前年に比べて大きく増加することはない。
一般機械器具製造業（経営者）	・顧客企業の設備投資計画は、徐々にではあるが積極的に動きつつある。ただし、ここ数か月の間では状況が大きく変わることはない。
電気機械器具製造業（営業担当）	・継続的な受注は減っているが、新規の引き合い量が増えているため、全体としては今の状態が続く。
電気機械器具製造業（企画担当）	・急激に受注が拡大する要素がないため、3、4月の回復傾向が今後も続くかどうかは不透明である。
電気機械器具製造業（企画担当）	・国内市場への供給はコスト競争力のある製品が求められるため、今後も厳しい状況となる。
建設業（営業担当）	・取引先からは設備投資を再開する声も出始めているが、なかなか具体的な動きはないため、回復にはもう少し時間が掛かる。
輸送業（営業所長）	・長期的、継続的な輸入貨物の到着情報も少ないため、先行きは不透明である。
輸送業（営業担当）	・個人間の荷物は多少増えているが、企業間の荷物は今月も減っている。来月もその傾向が続く気配であるため、状況に大きな変化はない。
金融業（支店長）	・住宅版エコポイントに関する知識が更に浸透することで、取引先の建売業者の売上が増える。ただし、本業の建売住宅の販売が不振であるため、先行きは不透明である。
新聞販売店〔広告〕（店主）	・折り込み広告は増えているものの、経済的な理由での購読中止が増えているため、全体としては変わらない。
広告代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークや夏のセールで消費意欲は盛り上がるものの、全体的に大きな変化は起こらない。

	司法書士	・不動産取引自体が少なく、あったとしてもやむを得ない事情による売買であるため、これ以上良くなる材料が見当たらない。	
	経営コンサルタント	・エコポイント制度などで政府の財政赤字が拡大するなか、スーパーで買物をする主婦からも、今に大変なことになるといった声が聞かれる。また、野菜価格の高騰でスーパーの売上は伸びるはずが、低額品しか売れないため、売上は前年を下回っている。この状況は今後も当分の間続く。	
	経営コンサルタント	・顧客企業の業界全体の動きや、売上、利益の推移をみていると、今後も現在の状況がしばらく続く。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・依然として先行きは不透明であり、良くなる材料が見当たらない。	
やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・得意先では利益の圧迫が進み、催事の経費が賄えなくなっているため、メーカーによる負担分の増加が進む。	
	繊維工業（総務担当）	・天候不順により春物商品の販売が思うように進んでいない。今後、好転することを期待しているが、景気全体の動きを考えるとそれも難しい。	
	金属製品製造業（経営者）	・4月以降の鋼材値上げで受注が減り、在庫調整期に入る。	
	金属製品製造業（管理担当）	・業界全体の受注量が減少するなか、価格競争の激化で利益が更に減少する。また、同業他社に得意先を奪われているため、当分の間は回復の兆しも出てこない。	
	建設業（経営者）	・6月からの貸金業法の改正に伴い、住宅ローンの審査に悪影響も出るため、案件の減少につながる。	
	広告代理店（営業担当）	・広告予算を削減している顧客が多く、先行きに明るい材料が見当たらない。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・取引先から良い話が聞かれないなど、先行きの見通しは暗い。	
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・今後も回復傾向は続くものの、徐々に原料価格の上昇が進んでいる。綿糸価格は前年比で60%以上の上昇、ゴム関係は2倍以上、原油も50%の上昇となっており、利益の圧迫が進むため、今後の経営環境は悪くなる。	
悪くなる	化学工業（企画担当）	・投機目的のファンドはこれまで落ち着きを見せていたが、再び資源市場に参入する動きがあるため、先行きの見通しは厳しい。	
	金属製品製造業（営業担当）	・鋼材価格の値上がりで収益が圧迫される。	
	一般機械器具製造業（設計担当）	・今後も受注量の減少が進む。	
	不動産業（営業担当）	・店舗や事務所の解約が続いており、賃料を下げても次のテナントがなかなか決まらないため、先行きの見通しは悪い。	
雇用関連	良くなる	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・新年度に入り、即戦力に絞って派遣求人を出す企業が増えているため、先行きはやや良くなる。IT関係では依然として人が余っているものの、派遣依頼は確実に増えている。
		職業安定所（職員）	・求人倍率は0.5倍程度とまだまだ低いものの、雇用失業情勢は改善傾向が進む。ただし、企業の業績は改善しても、海外との厳しい競争もあるため、賃金などに反映される割合は低いまま推移する。
		職業安定所（職員）	・管内の景気は厳しい状況にあるが、緩やかに持ち直しているため、先行きはやや良くなる。中国を中心にアジア向けの輸出が回復しており、製造業の求人意欲が弱いながらも増加傾向にある。
		職業安定所（職員）	・産業別、職業別にみた新規求人数には増減のばらつきが大きい。製造業では大きく増加しているため、今後はほかの産業の増加につながる。ただし、新規求人数の増加傾向はパート求人の増加によるもので、正規雇用には依然として回復がみられないため、本格的な回復にはまだ時間が掛かる。
		職業安定所（職員）	・新規求人が増加に転じ、有効求人倍率も緩やかに上昇していく。ただし、求人数の増加する勢いは弱く、増えたとしてもわずかな規模にとどまる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・周辺企業の様子から判断すると、先行きはやや良くなる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・製造業では求人意欲の回復が鮮明になっているため、先行きはやや良くなる。前年度に採用抑制を行った分の補充も含め、環境などをキーワードに求人が増加している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・採用動向の改善にはもう少し時間が掛かるものの、景気全体については上向く。

変わらない	人材派遣会社（支店長）	・7月は参議院選挙関連で短期業務の依頼は増えるが、そのほかに良くなる要素はない。
	求人情報誌製作会社（企画担当）	・求人件数は現状程度で推移すると考えるのが妥当である。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・医療関係の求人広告には期待が持てるものの、ほかに目立った好材料がない。これ以上の悪化はないが、好転する兆しもない。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・パート、アルバイト求人に動きの出ることがポイントとなる。そのためには折り込み広告やインターネットの求人が動き始めなければならないが、現段階では不透明である。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・雇用情勢の本格的な回復は依然として進んでいない。現在の忙しさもあくまで一時的な物であり、今後も回復が続くことはない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・中小企業の求人数や新聞広告の出稿状況が良くなっている気配はあるものの、まだまだ当社の受注に表れる気配はなく、むしろ再び落ち込む感がある。
	職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の利用がなかなか減らないため、まだまだ回復には時間が掛かる。
	職業安定所（職員）	・大企業では国内売上は良くないものの、アジア向けなどの海外売上は好調であるため、多くが前年並みの採用を計画している。ただし、依然として先行きが不透明なため、中小企業は採用に慎重となっている。
	民間職業紹介機関（職員）	・建設部門の日雇求人は大きく減少しており、季節要因以外で増加する兆しはない。
	民間職業紹介機関（大学担当）	・新卒、中途採用の回復は企業の経営改善に託されているため、まだまだ回復は進まない。
学校〔大学〕（就職担当）	・企業はまだまだ先行きに不安を持っているため、採用意欲が高まるまでには至らない。	
やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・今後、派遣業界では規制が更に厳しくなるため、先行きの見通しは厳しい。
悪くなる	-	-