

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）	・世界経済にはまだまだ不安があるものの、客の我慢が限界となつて購入が増え始めているため、先行きはやや良くなる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・商店街の人通りが増えているため、当店の来客数も増える。
		百貨店（売場主任）	・全体的な状態が良くないため、大きな変化とはならないものの、これからリニューアル工事が進むにつれて環境面は良くなっていく。
		百貨店（売場主任）	・依然として前年の実績は下回っているものの、来客数、売上共に回復傾向となっており、価格一辺倒の購買動向に変化がみられる。
		スーパー（店長）	・食品中心に来客数や販売点数、1品単価が改善し、その噴水効果によって衣料品、住関連も堅調な売行きが維持できそうである。ただし、口蹄疫の影響で牛肉の購入意欲が低下気味であるほか、相場高とも重なって、牛肉の売上が前年比で15%程度悪化している点が懸念される。
		スーパー（店長）	・政治、経済の先行き不透明感はあるものの、子ども手当が支給されるほか、夏のボーナスも少し増えるため若干良くなる。
		スーパー（経理担当）	・他社の値下げ攻勢や百貨店のバーゲン前倒しなど、価格については厳しい環境が続くものの、ボーナスの増加や残業時間の増加、子ども手当の支給といった所得の増加要因もあり、消費が回復するかすかな兆しも出てきている。
		スーパー（社員）	・店舗によって差はあるが、売上の回復している店舗が増えている。子ども手当の支給や夏の賞与支給額が増える期待もあるため、きっかけさえあれば消費につながる実感がある。
		コンビニ（店長）	・来客数が前年比で順調に伸びているため、先行きはやや良くなる。
		家電量販店（店長）	・テレビの2台目需要や、あまり普及の進んでいない録画機の需要が始まる。また、3DテレビやDVDの商品が各メーカーから発売され、新たなジャンルが確立されることで客単価の上昇も進む。
		一般レストラン（経営者）	・秋には近隣に分譲マンションができるため、人口の増加が来客数の増加につながる。
		一般レストラン（経理担当）	・夏のボーナスが数年ぶりに増える企業が多く、まだ安心はできないものの、回復の兆しが出てきている。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・子ども手当の支給によって少し良くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・今後2～3か月に限れば、平城遷都1300年祭の記念事業が続くため、宿泊客の増加が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、宴会部門共に前年を上回る予約率で、直近の集客状況をみても期待できる動きとなっている。客単価は前年を下回って推移するものの、客の数はそれを補う増加となる。
		旅行代理店（広報担当）	・サッカーワールドカップでの盛り上がりや、夏の旅行の申込につながっている。また、上海万博も開催期間の後半になればメディアの報道も更に増えるため、旅行マインドが上昇する。
		タクシー運転手	・ボーナスの支給もあり、遊びに出掛ける客が増えている。これから暑い時期となるが、今年はタクシーの利用客が前年よりも多くなる。
		タクシー運転手 通信会社（企画担当）	・参議院選挙に多少動きが出てくれば、世間も動き始める。 ・アミューズメント業界に改善の兆しはないものの、家電や自動車の販売量が回復しているため、社会全体に波及効果が広がってくる。
		住宅販売会社（経営者）	・全体的な底上げが進めば、周囲でも回復が実感できるようになる。
変わらない	商店街（代表者）	・前倒しで開催したバーゲン後に、売上の落ち込むことが懸念される。	
	商店街（代表者）	・7月上旬までは現状維持の状態が続くものの、中旬以降は販売戦略次第で好転する。	

一般小売店〔時計〕 (経営者)	・周囲からは、お金を使って何かを買ったという話が全く聞かれなため、今後も厳しい状況が続く。若年層、年配といった年齢を問わず、今持っている物を工夫して長く使う傾向がある。これを表向きはエコと表現するが、結局は節約志向の表れであり、お金を使って買物する雰囲気がない。
一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・口蹄疫の問題など、畜産関係者にとって非常に厳しい環境での中元戦線となる。経済状況も含めて先行きの予測が立たず、特に口蹄疫の問題はかなり長期にわたって影響が残る。
一般小売店〔野菜〕 (店長)	・今後もまだまだ変わる気配がない。
一般小売店〔雑貨〕 (店長)	・今後たばこの値上げがあれば売上は更に減少するが、それまでは今の低水準の状態が続く。
一般小売店〔酒〕(店員)	・まだまだ買い控えが続いており、百貨店などでのセールに出費が回るため、先行きの見通しは厳しい。
一般小売店〔コーヒー〕(営業担当)	・中元商戦での盛り返しを期待したいが、悪い状況のまま変わらない気配がある。
一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・今後3か月で景気が良くなることはないため、新たな販路を開拓して売上増を図る。
一般小売店〔カメラ〕 (販売担当)	・今の状態では先行きにも期待できないため、店のあり方も含め、色々と検討が必要である。
百貨店(売場主任)	・今後も、少子高齢化の進行や客のたんす在庫の整理による消費の減少傾向は変わらない。外的要因が大きく変わらない限り、今のような厳しい状況が続く。
百貨店(売場主任)	・参議院選挙の結果次第では、消費者の財布のひもは更に固くなる。
百貨店(企画担当)	・バーゲン商戦の中心である婦人服の商品が少ないため、バーゲンの売上もあまり伸びない。
百貨店(企画担当)	・今後も消費者の節約志向は当分続くため、特定の有名ブランドしか売上は伸びない。
百貨店(営業担当)	・魅力のある新商品がなく、夏物衣料のバーゲン品を中心にした低価格商品の販売が中心になる。
百貨店(婦人服担当)	・5月から若干の陰りが出てきており、今後の夏物セールについても厳しい状況となる。
百貨店(サービス担当)	・今年は夏物商材のクリアランスセールを前倒しする傾向が特に進んでおり、今後バーゲン期間が2～3か月の長期にわたって続く。また、サッカーワールドカップの放送が深夜に行われる影響で、夕方5時以降の売上が苦戦する。
百貨店(店長)	・来月の参議院選挙後に政府が思い切った経済政策を行っても、小売業に影響が出てくるのは最後になるため、今年一杯は予断が許されない。
百貨店(マネージャー)	・参議院選挙の結果にもよるが、経済政策が少し空回りするなど、政府が苦戦している状況もあるため、個人消費の回復はなかなか進まない。
百貨店(売場担当)	・一部の海外ブランドを除き、まだまだ客単価や1品単価の低下に歯止めが掛かっておらず、今後2、3か月で前年実績をクリアするまでには至らない。
スーパー(経営者)	・客は価格に非常に敏感で、手を出さか出さないかのラインがある。今後も、価格がそのラインを超えるかどうかで商品の売行きが大きく変わる。
スーパー(経営者)	・大手企業では夏の賞与支給額が増加する一方、中小企業はその恩恵がまだまだ実感できない。穀物といった一部の食品原料の値下がりや、円高による輸入価格の低下が、価格上昇の障害となっている。
スーパー(店長)	・周囲に店舗が多く、客の買い回りは続くため、食品以外を中心に厳しい状況が続く。
スーパー(店長)	・生活必需品のみが実需期に売れる傾向が続いている。低額商品を打ち出しても、客が必要としていなければ反応がないため、今後も厳しい状況が続く。
スーパー(店長)	・地方都市の活性化策が見当たらず、今年の夏も今のままでは非常に厳しい状況となる。
スーパー(企画担当)	・現状は売上の前年比が88%、来客数が92%程度で推移しており、今後も大きくは変わらない。
スーパー(広報担当)	・一部では所得が改善する兆しもあるが、先行きの不透明感が根強く、消費者の節約志向は当分変わらない。同業他社との販促競争も更に激化するため、引き続き厳しい状況が続く。
スーパー(販売担当)	・来客数は前年並みであるが、客単価が前年を下回る状況が続いているため、先行きの見通しは厳しい。
スーパー(管理担当)	・消費の上向く材料が少ない。

スーパー（企画）	・政治に対する不信感があるほか、景気回復に向けての施策も明示されていないため、今の状態がしばらくは続く。
コンビニ（経営者）	・景気回復の見込みもなく、客の財布のひもは今後も固い状態が続く。最近では、果汁飲料を買う際もペットボトルではなく紙パックにするなど、出費を切り詰める動きがみられる。
コンビニ（経営者）	・低価格の弁当の売上が伸びているが、その分客単価も若干下がっているため、今後も売上全体は横ばいで推移する。
コンビニ（マネージャー）	・客は将来不安を抱えており、生活防衛意識が2、3か月で変化することはない。
衣料品専門店（販売担当）	・今月も節約の話をする客が多いため、見通しとしては厳しい。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・ボーナス減少などの話をよく聞くほか、客の購買意欲も感じられないため、今後も厳しい状況となる。
家電量販店（経営者）	・家電業界ではエコポイント制度や地上デジタル放送、オール電化、太陽光発電といった環境型商品への需要はあるものの、客の財布のひもは固い。買い換えサイクルも伸びているため、景気全体が良くなるまでは厳しい状況が続く。
乗用車販売店（経営者）	・エコカー購入補助金も9月で期限を迎えるため、消費が低迷する。
乗用車販売店（経営者）	・客の動きが以前よりも悪化しているため、先行きの見通しは厳しい。良くなっているのは製造業だけで、ほかの業種は回復が遅れている。
乗用車販売店（経営者）	・参議院選挙の結果にもよるが、世界経済が二番底に陥る懸念が消えないため、消費者の間では買い控えが続く。それに伴って数か月は景気全体が低迷し、あまり大きな変化は起こらない。
乗用車販売店（営業担当）	・最近では忙しくなってきたが、単価が上がらないため、大きな変化とはならない。
住関連専門店（店長）	・現状はまだ、必要に迫られて実用的な商品を購入する客が大半である。趣味性が高く、少し高価な商品が動き始めてこそ、ようやく利益につながり、景気回復も実感できる。
住関連専門店（店員）	・値下げの効果が少なくなっている。客の購買意欲を高める新たな取組を行わなければ、変化は起こらない。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・参議院選挙の期間中は来客数が減少する。また今後の政局が株価にどう影響するかによって来客数が左右される。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・天候や環境などによほどの変化がない限り、前年並みの推移となる。
その他専門店〔医薬品〕（店員）	・季節商品の入替えて各メーカーの新製品が増え、来客数は戻りつつある。ただし、客単価が低下しているため、今後も売上に大きな変化はない。
一般レストラン（スタッフ）	・夏休みという大きなイベントが控えているが、今の傾向でいくと3か月先も順調な推移となる。
スナック（経営者）	・客が大入りとなることは望めないが、常連客は間隔が空いてもそれなりに来店してくれるため、今後も堅調な推移となる。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・子ども手当の支給が始まったものの、喫茶利用の増加にはつながりにくい。
その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・周囲の店が閉店となった話をよく聞くほか、客足も遠のいているため、今後も厳しい状況となる。
観光型旅館（団体役員）	・これから需要期の夏シーズンに向かうが、高速道路料金の無料化の問題などにより、客がほかの観光地へ流れてしまう懸念がある。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊では、低価格での受注を増やして売上のベースを作っているが、最終的な売上の予測が立たない。宴会も月ごとの受注が不安定で、前年並みに受注できるかどうか不透明である。
都市型ホテル（マネージャー）	・夏休みから秋の行楽シーズンにかけて、宿泊部門は好調を維持できるものの、企業による宴会の予約状況は芳しくなく、レストランについても不透明な状況である。
都市型ホテル（営業担当）	・前年の客室売上は新型インフルエンザの影響でかなり落ちたものの、今年は例年並みに戻っている。一方、一般宴会は参議院選挙の関係で動きが止まっており、回復の兆しが少ない。
旅行代理店（経営者）	・前年比では、前年の新型インフルエンザによる落ち込みがない分だけ伸びているが、2年前の水準には届いていない。特に、国内旅行は車を使った安い商品に流れやすく、インターネット予約の増加もあるため、今後も金額は伸びない。

タクシー会社（経営者）	・公共交通機関を利用すればタクシーを使わなくても事が足りるほか、健康志向でウォーキングやサイクリングが流行しているため、今後も厳しい状況となる。緊急事態や天候の急な変化がない限り、タクシーの利用を控える習慣が定着している。
通信会社（経営者）	・今後も目立った変化は起こらない。
通信会社（経営者）	・携帯電話市場はスマートフォンのけん引で加熱しているようにみえるが、特定のヒット商品以外は振るわず、有力な対抗機種もまだ見当たらない。
通信会社（店長）	・特に先行きが明るくなる要因が見当たらない。
観光名所（経理担当）	・来場者数を新型インフルエンザによる影響のない2年前と比較すると、年明けから春先までの間、ほぼ同じ水準で推移している。夏が近づくにつれて2年前を下回る日が増えているが、イベントや販促活動で何とか現状維持は可能である。
観光名所（経理担当）	・前年は新型インフルエンザの影響で売上は悪化した。今年も梅雨の割には月前半の天候が比較的良かったため、客の出足も良かった。月後半は天候が悪く客足も落ちたものの、恒例の中高生の団体やPTAグループが多数来たことで、売上は前年比で12%増となっている。ただし、前年の状況を考慮すればもっと上回る必要があるほか、客の買物状況をみても景気の回復している実感はないため、今後も厳しい状況が続く。
その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球の交流戦は終わったが、夏休み期間中に6試合が行われるほか、人気アイドルのコンサートも開催されるため、来場者数は増える。
その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・景気回復の兆しはあるが、我々の業界が実感するまでには時間が掛かる。参議院選挙の結果次第でもあり、消費税率の引上げは基本的にはマイナス要素であるが、現状でその影響がすぐに出るわけではない。
美容室（経営者）	・これ以上は来客数も減らないが、暑くなってくると昼間の客が減少し、朝夕に集中することになる。集中する客にどれだけ対応できるかによって、結果が左右される。
美容室（店員）	・客の需要を左右する決定的なメニュー展開については、きめ細かく行っているが、売上が大きく伸びることはない。
その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・オイルマッサージでは服を脱ぐため、冬よりも夏の方が来客数は増えるが、今年は少なめであるため見通しは厳しい。
住宅販売会社（経営者）	・深い水の中でもがいている感があり、明るい見通しは立たない。
住宅販売会社（従業員）	・不安定な政局、欧州の経済動向といったマイナス材料が多く、回復の材料に乏しい。
住宅販売会社（従業員）	・割安感のあるマンション、戸建住宅の売行きは好調であるが、立地の良い土地は価格が上昇傾向となってきた。販売価格への転嫁は難しいため、利益確保が難しくなる。
住宅販売会社（総務担当）	・不動産市況に下げ止まり感がないため、住宅取得に関する贈与税の非課税枠拡大や、住宅版エコポイントによる現状維持が精一杯である。
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）	・今後も金融機関の融資姿勢に左右される。
やや悪くなる	
一般小売店 [珈琲]（経営者）	・消費税率の引上げを予感させる動きが増えるため、先行きは厳しくなる。
百貨店（営業担当）	・店頭への来客数が伸びないほか、店での滞留時間も減少しているため、先行きの見通しは厳しい。目的の商品以外を購入する客が減っており、富裕層の固定客にもその傾向が出ている。
コンビニ（店長）	・近隣に競合店のオープンが決まっているため、悪影響が出てくる。
衣料品専門店（経営者）	・セールで売れていない以上、3か月後の定価販売の売行きも悪くなる。
衣料品専門店（販売担当）	・ボーナスの削減といった声も聞かれるため、アパレル市場は厳しくなる。
乗用車販売店（経営者）	・景気が上向くような好材料は特になく、中古車も売行きが悪いため値崩れが起きている。
乗用車販売店（経営者）	・ハイブリッドカーの購入予約はあるが、高級車は売れず、トラックなどの販売も少ない。また、車検や修理の売上も上がらないため、先行きの見通しは厳しい。
乗用車販売店（営業担当）	・政府による補助金制度が9月で終わるため、先行きは不透明で、見通しとしては非常に暗い。

	乗用車販売店（営業担当）	・所得の安定や増加の動きがないままでは、景気対策も一時的な効果に終わってしまう。9月に補助金の期限が切れた後、これまでの反動で更に落ち込むことは容易に想像がつく。
	一般レストラン（スタッフ）	・国の財政状況の悪化が報じられ、消費税率の引上げ論議が選挙の争点となっているため、消費が活発になることはない。
	観光型ホテル（経営者）	・生ビールフェアや夏の季節プラン、花火大会といったイベントで来客数は増えるものの、電気や水道、灯油などの使用量も増える。今後は灯油価格の値上がり予想されるほか、光熱費や建物管理の支払いも増えることで、やや苦しくなる。
	観光型ホテル（経営者）	・地域の同業者もインターネットで格安プランをどんどん出しており、際限のない値下げ競争の様相を呈している。宿泊単価は今後回復するどころか、ますます下がることは間違いない。
	競輪場（職員）	・近隣の同業者も売上がますます落ち込んでいる。例年夏は良くないため、先行きはやや悪くなる。
	競輪場（職員）	・地域経済全体を含めて好転する要素が見当たらないため、今のような状態で推移する。
	その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・レンタル価格の値下げ競争が終わらない限り、売上の減少傾向は進む。
	住宅販売会社（経営者）	・不動産売買の成約率は横ばいであるが、住宅ローンの審査が厳しくなっている。売買契約後の住宅ローン不承認で解約となるケースが増加傾向にあり、今後もこの動きが続くと考えられるため、先行きの見通しは厳しい。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場への来場者の傾向をみると、低価格志向の来場者が増え、全体的に建築予算が減少傾向にある。政府の更なる景気刺激策がなければ、住宅需要の盛り上がりは長続きしない。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・参議院選挙の結果にもよるが、政治経済の不安定な状況が加速する事態になれば、景気回復が後退する動きも出てくる。
悪くなる	商店街（代表者）	・参議院選挙の結果による影響もすぐには出ないため、夏商戦も厳しい状況となる。
	一般小売店〔花〕（店長）	・不安だらけであり、今後も状況は悪くなる一方である。
	一般小売店〔花〕（店員）	・客の間で節約志向が定着し、客単価が下がる一方であるなど、明るい兆しが無い。
	スーパー（経営者）	・政権、政策の先行き不安感や、エコポイント制度による効果の減少、雇用情勢の悪化などマイナスの要因が多い。
	衣料品専門店（経営者）	・秋冬商戦も値下げ競争が続き、デフレ傾向が激化する。
	観光型旅館（経営者）	・高速道路料金が無料化されると客の流れが変わる可能性がある。当地は高速道路から離れているため、不安定な状況となる。
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）	・売上の予定が立っている案件があるほか、数か月後には新しい事業も始まるため、先行きはやや良くなる。
	一般機械器具製造業（経営者）	・原子力発電関連は今後も活況を呈するため、設備投資の動きが活発となり、受注が増える。
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・人民元相場の柔軟化により、国内生産にシフトする動きが出てくる。
	建設業（経営者）	・不動産が動き出しているといった話があちこちで聞かれるため、これから少しずつ受注が増える。
	経営コンサルタント	・川上の製造業だけでなく、川下の中小小売業でも売上が回復している。前年を超える水準には至っていないものの、先行きはやや良くなる。
	コピーサービス業（従業員）	・内閣支持率が一時的に上がったほか、秋のたばこ増税前の駆け込み需要など、普段に比べると明るい材料がみられる。
	変わらない	繊維工業（団体職員）
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・受注量に動きがないため、今後も大きくは変わらない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・客からは、生産増の計画や、今後良くなるといった声が聞かれない。

化学工業（経営者）	・少し良くなってきたと思っても翌月が悪いなど、売上の回復も非常に不安定な状況が続いている。得意先からは、しばらくは良かったり悪かったりの状況が続くといった声も多い。
化学工業（管理担当）	・参議院選挙の結果に左右されるが、いずれにしても景気回復には時間を要するほか、欧州各国の財政不安もなかなか解決しない。
プラスチック製品製造業（経営者）	・不安定な政治による影響が経済に広がっており、消費者の間に必要な物だけを安く手に入れようとする生活防衛の姿勢が強まっている。一部の富裕層による消費だけでは、部分的に需要は増えても、回復につながるまでには程遠い。
金属製品製造業（総務担当）	・民間の建築需要がまだまだ回復しておらず、相変わらず低迷しているため、今後も厳しい状況が続く。
電気機械器具製造業（経営者）	・大手企業は市場の変化への対応がうまくってきたが、中小企業は取り残された感がある。やはり技術力がなければ、なかなか継続的な受注は厳しい。
電気機械器具製造業（経営者）	・今の繁忙状態は3か月程度であれば続くものの、最先端の製品には需要が急に減少する怖さもある。新たな市場や顧客の開拓を進めているが、先行きの予測は立たない。
電気機械器具製造業（営業担当）	・鋼材関係で値上げ要求があるものの、値上げ分を製品価格には転嫁できないため、苦しい状況に変化はない。
電気機械器具製造業（営業担当）	・参議院選挙の結果がどうなるかによって大きく左右される。
電気機械器具製造業（企画担当）	・ボーナス支給額が少し増加する傾向にあるものの、住宅やマンションといった大きな買物にはあまり影響がない。しばらくは前年を少し上回る程度の動きが続く。
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・景気回復の材料があまり見当たらない。
輸送業（営業所長）	・顧客はまだまだ物流経費の見直しを図っているため、値下げ要求の増加による利益の圧迫が続く。
通信業（管理担当）	・景気の良くなる要素が見当たらない。
金融業（支店長）	・設備の買換え需要が乏しく、メーカーの間では修理の需要が高まっている。企業が設備投資に資金を回せない状況は今後も続く。
新聞販売店〔広告〕（店主）	・新規購読者を開拓しても、経済的な理由で購読を中止する人が増えており、全体的な購読者数は減少傾向にある。また、折込チラシも減少したままで伸びる要素がないため、厳しい状況が続く。
広告代理店（営業担当）	・広告出稿が秋までに上向くような話は聞かれず、低位安定の状況が続く。
広告代理店（営業担当）	・今後も広告費を積極的に使う企業がほとんどないため、先行きはかなり悲観的にとらえている。
司法書士	・今月は相談案件が多少あるという程度で、全体としてはあまり変化がないため、今後も現状維持となる。
経営コンサルタント	・しばらくは現状維持の動きが続くなど、大きな変化の兆しはない。
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・受注量や引き合いも少なく、今後の見通しは不透明である。
その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・当面はこのような状況が続く一方、素材価格の高騰というコスト問題もある。中国の綿糸相場はこの半年で44%上昇しているなど、今年は利益の確保が最大のテーマとなる。
その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・企業の宣伝費に回復傾向がみられない。
やや悪くなる	
食料品製造業（従業員）	・少しは持ち直してくるものの、今の販売価格は他社に負けているため、売上増は見込めない。販売価格を落とせば利益も減るといった悪循環に陥るため、原料、資材の見直しや、他社との差別化を図るしかない。
繊維工業（総務担当）	・販売面での工夫が更に必要なため、販促品が増えるなど負担感が強まる。
繊維工業（総務担当）	・靴下の販売状況は他業種ほど急激な落ち込みがなかったものの、徐々に減少する動きが続いている。年末までには回復して欲しいが、底打ちの時期がいつになるのか予測できない。
出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・新型多機能情報端末の人気製品が登場し、業界には新たな動きが出てきている。コンテンツの主流が、セールスによる製品説明や教育用が変わっていく懸念があり、より機能的な物を作らなければ販促物の減少をカバーできない。

		化学工業（企画担当）	・ロシアやアジアでの需要増により、欧州やオセアニアで乳原料価格が急騰している。それに伴って国内での販売価格も下げ止まったものの、投機筋による先物の売却で再び低下する可能性もあるため、先行きの予想は難しい。
		金属製品製造業（経営者）	・材料価格の値上げによるコスト上昇や、円高の進行により、国際競争力の低下が進む。
		輸送業（営業担当）	・月前半は鉄鋼、機械、建築関係の荷物がかなり少なく、衣料、食品関係もやや少なめであった。月後半は前年に近い動きとなったものの、全体としてはかなり悪かったため、先行きの見通しは暗い。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・周囲では景気が良くなる気配がない。
	悪くなる	金属製品製造業（営業担当）	・鋼材価格の値上げにより採算の悪化が進む。さらに、大企業と中小企業では上昇幅に差があるが、すべてを販売価格には転嫁できない。
		不動産業（営業担当）	・当地域からのテナントの流出が止まらず、賃貸マンションや事務所も同じ状態となっているため、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（支店長）	・設備投資が増加傾向にあるため、年度下期に向けて回復が進む。
		職業安定所（職員）	・管内の中心業種である製造業で新規求人数が増加しているため、先行きはやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・企業の先行きに対する不安が消えないため、正社員求人の動きは弱いものの、景気の回復傾向から求人数の増加は当分続く。雇用調整助成金などの支給額が縮小する動きもあるため、これが本格化すれば求人需要は更に増加する。
		民間職業紹介機関（支社長）	・大企業の求人も復活し、外需関連企業の求人意欲も高くなっている。国内の本格回復はまだ遅れているが、関西全体では求人数が増えているため、上半期中は上向き傾向で推移する。
		学校〔大学〕（就職担当）	・4月の求人企業数は前年比マイナス20%となっていたが、6月はマイナス幅が3%程度縮小している。求人意欲が少しずつ上がってきているため、先行きはやや良くなる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・参議院選挙の結果といった不確定要素はあるものの、今後は少し上向いてくる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・企業からは採用を極力控えたいという意思が強く感じられ、当面はこういった状況が続く。
		人材派遣会社（支店長）	・一部では採用増を検討している企業もあるが、多くの企業はいまだに余剰人員を抱えているため、状況に大きな変化はない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・選挙を控えて各党が公約を発表しているが、消費税率上げの議論がメインで、雇用対策が後回しになっている感がある。雇用の改善がなければ景気の実態は良くならない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・悪いなりに各社の経営状況が安定してきている。経営の方向性がみえてくれば、採用の強化が始まる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加傾向に鈍化の兆しがあるため、先行きは不透明である。新規求職者数の前年比もマイナス2.4%と減少傾向ではあるものの、依然として高止まりしている。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加傾向であるが、正社員求人はまだ少ない。多いのはパート求人、賃金も抑えられているため、消費の増加にはつながりにくい。
		職業安定所（職員）	・新規求職者が若干減少しているものの、パートでは中高年の求職者が増えるなど、就職をあきらめていた層が戻ってきた感もある。ただし、正社員の求人倍率は低く、すぐには改善が見込める状況ではない。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設請負を中心に、どの事業所からも依然として上向く材料は聞かれない。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・身の回りの景気回復はもう少し先になるものの、回復傾向にあることは間違いない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・短期的に大きな変化は起こらない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・ゴールデンウィーク前は9月まで今の状況が続き、10月からはペースが若干落ちるとみていたが、ここへきて既に7月から悪くなってきている。派遣そのものに対する逆風もあるが、企業の慎重な姿勢もあり、月後半から徐々に景気が悪くなっている。

	新聞社 [求人広告] (担当者)	・ 関西の中小企業には底打ち感も出てきているが、まだまだ復活といえる状況ではない。特に、新聞広告の回復時期は全く予想が立たない。
悪くなる	-	-