

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 (近畿)	良くなる		
	やや良くなる	一般小売店 [珈琲] (経営者)	・飲食店のクールスポットとしての利用などが予想される。来客数の増加は見込めるが、集客のためのイベント費用が利益に結びつくかが不透明である。
		一般小売店 [菓子] (営業担当)	・7月に入ってお中元セールが本格化し、前年よりは販売量などが増えることを期待している。
		百貨店 (販促担当)	・セールのスタート時期が分散するなか、7月中旬には気温上昇の予測もあり、同じ時期にスタートするセールが活発となることに期待している。定価品の好調は、サイズや色柄、売れ筋がそろっていることが必須となる。
		スーパー (広報担当)	・消費増税や夏の賞与支給額の減少などの報道により、消費マインドが若干冷え込んでいる感がある。夏以降は、昨年の家電の特需による反動減がなくなるほか、電力不安も一度は解消されるため、現状よりは上向きになる。
		スーパー (社員)	・今月は天候不順の影響を受けて、足元の売上は苦戦しているが、客の購買意欲は堅調であり、梅雨明け後に天候が安定してくれば、売上も持ち直すと期待している。
		コンビニ (広告担当)	・今後2、3か月先は夏休み時期となるが、昨年は東日本大震災の影響で抑えていた行楽やレジャーへの行動が、今年は動くかと予測される。
		衣料品専門店 (営業・販売担当)	・夏物に比べれば、秋物には少しは期待できる。
		家電量販店 (経営者)	・節電志向の一層の高まりや、自家発電への関心の増加により、太陽光発電をはじめとしたスマートハウス関連商品の販売が増加するため、景気は良くなる。
		乗用車販売店 (経営者)	・先行きは全く分からないが、このまま順調に売れることを期待している。
		乗用車販売店 (販売担当)	・今の客との会話では、良い商品、条件であれば、し好品であっても購入する気持ちが強いという内容が多い。
		高級レストラン (スタッフ)	・梅雨が明けると、ディナー客が増えることを期待している。
		高級レストラン (支配人)	・今月は販売量が3か月前の水準を下回ったが、季節的な動きで予想された結果である。週末をみる限り、観光客も多いため、夏休みシーズンに入れば販売量も良くなる。
		一般レストラン (経営者)	・広告宣伝の見直しで多少の回復は見込めるものの、お盆休みなどが入るので絶対的な売上が下がる。
		観光型ホテル (経営者)	・6月は集客が少なく、売上が予想以上に上がらなかった。今後の予約件数をみると、花火大会や生ビールフェアなどの各種イベントは6月よりも多いため、やや景気も良くなってくる。
		タクシー運転手	・梅雨も明けて、これから暑い時期になってくる。少しの距離であっても暑さに負けて乗る人が増える。ボーナスの関係もあり、夜の街の人出も増えると期待している。
		通信会社 (社員)	・新商品が出そろってボーナス商戦ごろがピークとなり、良くなるだろうが、9月ごろになるとまた閑散期となり、販売は落ちる。
		通信会社 (社員)	・県内でのブロードバンド総加入件数は、それほど増えにくくなっている。現在は他社からの移行でアップしてきているので、大きな増加は見込みにくい。
		通信会社 (企画担当)	・消費増税前の駆け込みによる需要増が見込める。
		その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	・アロマオイルの仕事をしているが、客は服を脱ぐ必要があるため、毎年夏になって暑くなると来客数が増える。
	その他住宅 [情報誌] (編集者)	・消費税率の引上げが決定した段階で、中期的な駆け込み需要が発生し始める。	
	変わらない	商店街 (代表者)	・季節柄、梅雨時期なので天候で客足が左右される。
		商店街 (代表者)	・7月は本格的な夏物シーズンだが、早くからのセールも一段落して、例年どおりの動きが予想される。
		一般小売店 [貴金属製品] (従業員)	・消費税増税など、消費が冷え込む要素は多い一方、景気は上向き要素はない。
		一般小売店 [鮮魚] (営業担当)	・客の購買意欲が感じられない。

一般小売店 [精肉] (管理担当)	・この夏は節電問題や消費税の先行き不安なども影響して、夏休みも節約モードに転じる。前年は牛肉を中心に放射性セシウムの検出が広がった夏でもあったため、そのリバウンドが出てくれば嬉しい。外食は観光客が増えて動きが出てくるが、単価の低下、来客数の増加というゴールデンウィークの傾向が続けば、忙しくても利益が残しにくい夏となる。
一般小売店 [衣服] (経営者)	・消費税や年金の問題があるので、先行きの景気については不安がある。
一般小売店 [野菜] (店長)	・今は変わりようがない。
一般小売店 [酒] (店員)	・進物の時期であるが、ここ2～3年は徐々に進物のまとめ買いの固定客が減少し、客単価も低下してきている。前年の売上を保つのが厳しい状況である。近年、百貨店や大型スーパーが、酒売場においてワインにこれまでよりも力を入れてきているので、需要が分散している。
百貨店 (売場主任)	・今の店の状況を考えても、今後悪くなる要素は見当たらないが、特別良くなることも考えられない。
百貨店 (売場主任)	・政治の安定や長期政権の確立、国内需要、雇用の拡大が必要である。
百貨店 (売場主任)	・タンス在庫がある上に、収入が増えないなか、よほどのヒットアイテムが出ない限り、客が積極的に購入するとは考えにくい。直近のファッション関連商品は即効性のあるヒットアイテムが見当たらず、デフレにより購買単価の上昇も見込めないため、大きな改善は期待できない。
百貨店 (売場主任)	・節電、衣料品セールの後倒しなど、環境の変化がいろいろとあるにもかかわらず、客の動きに大きな変化がみられず、冷静に欲しい物だけを選んで購入している。この傾向が強まっているように感じられるなど、大きく景気がアップダウンする様子はない。
百貨店 (企画担当)	・電力不足などの懸念が払しょくできず、購買意欲の低下や景気への悪影響も懸念される。
百貨店 (営業担当)	・上位顧客では、海外ブランドの時計を中心に安定した受注が続いており、有名ブランドのバッグなどの雑貨も根強い人気が続いている。
百貨店 (営業担当)	・二極化は更に進むが、高級ブランド品や美術品などを買われる固定客の買上は増えていく。
百貨店 (サービス担当)	・計画停電や節電、クールビズなどのキーワード商品の展開強化を実施している。特に、昨年からブームになっている紳士下着のステテコは今年も好調に推移しているが、どうしても明るいイメージが少なく、依然として状況にも変化がみられない。
百貨店 (婦人服)	・景気回復の実感がない上、消費税増税の流れは止まらないため、消費には一層慎重になる。
スーパー (経営者)	・大手スーパーが値段や営業時間の面でかなり頑張っている。当店は接客や生鮮品の販売に力を入れていく方針に切替えている。
スーパー (経営者)	・何とか計画停電は回避できそうだが、節電モードが強く、調理を伴う素材関連の動きが鈍くなりそうである。そう菜や飲料は伸びそうだが、これらは異業種との競合も激しい。また、これから更に本格化する家電関係のリストラや海外移転の影響のほか、先行き不安も本格化する。ロンドンオリンピックの効果だけでは、これらの悪影響が払しょくできそうにない。
スーパー (店長)	・通常の消費は元に戻るが、ギフトなどは購入店舗の分散化や減少傾向で、全体の回復にはつながりにくい。
スーパー (店長)	・現段階では、前年のエコポイント制度などによる反動が7月末まで続き、天候や消費税の増税問題が消費者の購買意欲を大きく低下させる要素を多く含んでいるため、現状が継続する。
スーパー (店長)	・最近の客の購買状況や、前年の地上デジタル放送に関する特需の反動減などがあり、今年は節電対策需要に期待は高まるが、今の流れは変化しそうにない。
スーパー (店長)	・大飯原子力発電所の再稼働により計画停電の心配は和らいだが、景況感の上昇は現場ではみられない。売価に対してもしびやかな反応は変わらない。
スーパー (企画担当)	・外部環境の変化はなく、現状が継続する。
スーパー (開発担当)	・原油価格も今のところ安定しているが、欧州の信用不安や衆議院での消費税増税法案の可決など、景気の良くなる要素が見当たらない。

スーパー（販売担当）	・競合店同士で価格を下げる動きが続いており、客もそれに反応している状況にある。買上点数自体は昨年をクリアしているが、商品単価が下がっているため、買上金額が前年を超えられない状態が続いている。
スーパー（企画）	・今の厳しい状況は当面続くと思われる。ここへきて衆議院での消費税増税法案の可決など、消費者の心理としては、将来への不安から節約意識が一層強くなっていくことが予想される。
コンビニ（経営者）	・前年比では食品が4%減、アルコール類が3%減であるが、これから夏に向かって飲料水やアルコール類が伸びるため、ほぼ横ばいになる。
コンビニ（店員）	・景気回復につながる要素が見当たらない。
乗用車販売店（経営者）	・車の売行きが悪く、車検の予約も少ない。
乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金ももうすぐ終わると思われるため、とりあえず2、3か月の景気は良くならないが、悪くもならない。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・政治や為替レート、株価の安定が、海外情勢を含めて良い方向に向かわなければ、購買意欲の増進につながらない。安定が大事である。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・消費増税の行方にもよるが、最近の良いニュースが少ないので、雰囲気的にも消費が増える要素がない。6、7月は夏季賞与の支給時期となるため、少しは期待するが、現状と大きく変わらない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・天候次第である。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・省エネ家電や健康グッズ、または家族旅行などの消費が優先される傾向があり、個人の嗜好品やぜいたく品の順位が低迷している。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費税の増税法案が衆議院を通過した。開始時期まで猶予があり、当面は駆け込みの特需もないため、デフレ傾向の消費動向に変化は見込めない。
一般レストラン（経理担当）	・天候次第ということもあるが、残念ながら社会保障や税の動きで先行き不透明な部分があり、不安材料の方が多い。総合的にみると、今後はあまり景気が変わらないと判断される。
一般レストラン（店員）	・当店舗だけをみると大きな落ち込みは考えにくいですが、家庭は決して景気が良いとはいえない。
観光型ホテル（経営者）	・世界経済の動きが良くなっていない。日本経済も同じであり、積極的な経済政策が取られていない。消費税率の引き上げも暗い影を落としている。
観光型ホテル（経営者）	・円高もあって海外旅行の先行き予約は好調であるが、国内旅行の需要は先がみえない状況が続き、国内旅行のなかでも、今年は特に関西が厳しいのではないかと予想される。
観光型旅館（経営者）	・計画停電やガソリン価格、景気の動向などに左右され、利用客の増加が見込めない。
観光型旅館（団体役員）	・計画停電など、周囲に多種多様な課題があり、通常の営業で客を迎える体制が非常に弱い。
都市型ホテル（スタッフ）	・計画停電の影響からか、予約を延期するケースがある。稼働の良い曜日などは順調に予約が入っているものの、宴会や会議部門では昼間の予約が固まっておらず、苦戦を強いられている。
都市型ホテル（客室担当）	・東京スカイツリーで関東圏が元気であり、円高による海外旅行への流れを考えると、見通しは良いとはいえない。
旅行代理店（経営者）	・夏場の旅行の受付は海外、国内共に2年前を超える水準で動いているが、ますます国際化は進み、人が動かなくなる。オリンピックの影響がどう出るのかも不安要素である。
旅行代理店（広報担当）	・ボーナスも前年並みか、それを下回る傾向のなかで、円高傾向にも一服感があるため、客の旅行へ行こうというマインドが低下してきている。そのような状況で、2～3か月後は秋の旅行へうまくスライドできるとは考えられない。
タクシー運転手	・社会全体の閉そく感は依然として払しょくされておらず、ときどき出てくる景気の良い話題も長続きしない。線香花火のような現状では、景気回復への期待感を持っていない。
タクシー運転手	・これから変わる要素がない。
タクシー運転手	・今のような状態が続くと思われるが、夏祭りに期待している。
テーマパーク（職員）	・将来に不安がある以上、消費が促進されることは考えられず、景気が良くなるとは考えにくい。

観光名所（経理担当）	・昨年度は異例な状況下での営業数字であるため、比較が難しいが、昨年以前の例年との比較をすれば、この6月は9.6%増の売上となる。ちなみに昨年度比は30%減となる。今月は梅雨入りの割には天候もあまり崩れず、何とか状況は良いが、売上は思っているほど伸びてくれない。ただし、6月は例年中高生の団体やPTAのグループが多く訪れるが、今年も変わらずに来場し、ガラス作りの体験教室はにぎわっている。やはり手作りのし好は強く、もっと力を入れて伸ばしていこうと考えている。	
競輪場（職員）	・この地域は秋祭りシーズンに入るので、購買単価は上がらない傾向となる。税と社会保障の一体改革法案のうち、消費税増税法案が衆議院を通過したが、この先経済や国民生活にどのような影響が出るのか不透明である。原子力発電所問題や大手企業の赤字決算、自然災害など、あまり明るい話題がない。	
競艇場（職員）	・計画停電などの不安定な要素はあるが、1人当たりの購買単価や入場者数については、それほど変わらない。	
その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・消費税法案が可決となる見込みであるが、まだ2年後ということもあり、すぐに景気への影響はないように思われる。具体的に実施となれば、景気への影響は避けられない。	
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、引き続き公式戦が開催されるほか、他にも人気アイドルのイベントが開催されるので、多数の来場を予想している。	
その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)	・前年はやはり東日本大震災によるマインドへの影響が行楽にもあったと思わざるを得ない。根本的には景況感の好転がなければ、なかなか観光、レジャー消費は伸びないが、消費税問題、欧州の信用不安、電力問題などの不安要素が多過ぎるため、好転していくとは思えない。	
美容室（店員）	・お勧めメニューの動きが少ない。	
その他サービス [学習塾] (経営者)	・7月下旬から始まる無料体験キャンペーンによって生徒数に動きが出る。	
その他サービス [保険代理店] (経営者)	・短期間で景気が良くなるようなことは一切ない。かつての常識は通用しない世の中であり、経済においてはグローバルであり、世界のどこかで火種が出てくる。日本国内で少し明るい兆しがみえたとしても、それが足を引っ張り、なかなか回復はしない。1年後にも期待できない。	
その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・収益源のレンタル売上が、低価格競争の継続で伸び悩んでいるため、新規アイテムでの売上アップを目指している。	
その他サービス [生命保険] (営業担当)	・依然として景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は伸びない。	
住宅販売会社 (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要も出てくると思うが、住宅ローン減税の延期もはっきりとしない。過去3年間に比べれば明らかに業績は伸びつつあるが、まだまだ予断を許さない。	
住宅販売会社 (従業員)	・好調なマンション販売状況ではあるが、消費者の物件選別に関しては、立地、環境、価格面の1つでも希望を満たさなければ購入しない消費者が多く、安価で良質な物件以外は厳しい。	
住宅販売会社 (総務担当)	・消費税アップをにらみ、すぐに必要でない限り、買い控えが目立ってきている。	
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)	・根拠はないが、政策的に何かがあるわけでもないの、変化はない。	
その他住宅 [展示場] (従業員)	・住宅展示場のアンケートによると、世帯年収は相変わらず低く、所得が増えないと新築需要にもつながらない。	
やや悪くなる	商店街 (代表者)	・旅行やレジャー関係には多少動きがあるようだが、生活関連は大変厳しい。また、暑い夏を迎えて、設備の良いスーパーに行く客が増える。
一般小売店 [花] (経営者)	・消費税の問題もあり、景気回復の見込みがない。	
一般小売店 [時計] (経営者)	・消費税の増税で、とりあえずお金を持っておこうという客が多いので、あまり良い方向には向かわず、財布のひもはますます固くなる。	
一般小売店 [衣服] (経営者)	・消費税問題による心理的な影響は当然避けられず、前年の水準維持に全力を傾けていくしかない。	

一般小売店〔菓子〕 (経営企画担当)	・3～5月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は99.6%、関東は105.5%、中国は102.4%、中部は108.0%となり、各地区合計の平均は102.7%となっている。前月と同様に地区によってばらつきはあるが、多少は昨年の東日本大震災の影響と思われる。ただし、お中元商戦が始まるにつれて、状況は徐々に悪くなる。
百貨店(売場主任)	・例年どおりであれば、残暑が厳しく、秋物が売れず、晩夏物の商材も底となる。端境期の需要を喚起する商材や販売促進が不可欠になる。
百貨店(企画担当)	・クリアランスセールの日程を遅らせる取引先が増えたため、盛夏物のバーゲン日数が減少する。また、衆議院で消費税増税法案が可決され、消費者は先行きに不安を感じている。
百貨店(マネージャー)	・服飾関連では、7月のクリアランスの分散化の動きが客の動向にどう響くかが予測できず、悪い影響が懸念される。また、高額品についても、政治動向などの影響もあり、更に様子見が続くように思われる。また、ロンドンオリンピックの影響も見逃せない。
百貨店(店長)	・消費税増税法案が衆議院を通過した後の政局不安により、マイナスの意識が高まっていると感じる。
スーパー(店長)	・客の購買意欲が低下する流れは、更に拡大し浸透する。
スーパー(経理担当)	・ボーナスの前年割れや、消費税増税など、消費者は再度節約を意識するマインドになりつつある。大手小売店の値下げ攻勢もこうした動きを先取りしており、全体的に消費を取り巻く環境は厳しくなりつつある。
コンビニ(経営者)	・近隣のオフィスビルの入居率が回復せず、予備校の生徒数も減少しているなど、絶対的な購買人口が減少している。客単価引下げの要因となる値引きも、競合上実施せざるを得ない状況が続く。
コンビニ(店長)	・たばこの販売量の減少は、たばこだけではなく、コーヒーやガムなどの嗜好品の減少や、来店頻度の減少にもつながるので、心配材料である。
衣料品専門店(経営者)	・夏物を売るにも在庫を抱えている取引先が少なく、売物がないので、夏物の売上は悪くなる。
家電量販店(企画担当)	・今回の消費税増税法案が成立すれば、買い控えが起きると予測される。
乗用車販売店(経営者)	・エコカー補助金の終了間近の駆け込み需要もなく、逆に終了後の反落が懸念される。
乗用車販売店(経営者)	・政治の不安定や円高問題があり、大企業や中小企業からも仕事がなくなったという声が聞かれる。
乗用車販売店(経営者)	・消費税の増税問題などで民主党も分裂の危機を迎えており、海外ではギリシャの再選挙後も欧州の信用不安の危機は回避できておらず、依然として内外に先行きを不安視する要因がある。したがって、景気は悪化していく。
乗用車販売店(販売担当)	・エコカー補助金の終了のほか、新型車の発表などの市場が盛り上がる要因が少ない。
住関連専門店(店長)	・消費税率の引上げ法案可決で、これまで政局のたびに繰り返されたように、消費者は購買に慎重になると予想される。販売や営業の現場でも、価格の高い物を安い物で済ませるのではなく、買うこと自体をあきらめる消費者の傾向を実感している。
一般レストラン(スタッフ)	・消費税増税法案が衆議院で可決されたが、これから家計の支出に影響してくることが予測される。
都市型ホテル(支配人)	・具体的な景気回復の対策は今の政権ではみえてこない。
都市型ホテル(スタッフ)	・円高や欧州の信用不安、政局の不安定などを口にする企業が増えている。年度の初旬のため、経費削減を当面継続する企業が多い。個人消費も、ランチの集客が落ちてきており、テナントや周辺競合店も同様の傾向にある。スーパーやコンビニで弁当を買うサラリーマンが増えている。
都市型ホテル(マネージャー)	・宿泊部門は夏休み期間のレジャー客に期待しているが、ロンドンオリンピックの開催による出控え、関西地区での電力不足により、例年よりも減少すると予想している。将来の消費税率のアップで、瞬間的に個人消費が増加する時期があるかもしれないが、全体的には下降線となりそうである。
都市型ホテル(総務担当)	・海外からの宿泊客も依然として回復せず、ビジネス客の宿泊利用も逡減している。9月以降の宴会予約件数も伸び悩んでいる。
旅行代理店(従業員)	・オリンピックイヤーであるが盛り上がりもなく、全く好材料はない。

		通信会社（経営者）	・将来の増税による心理的影響により、やや悪くなる。
		通信会社（企画担当）	・状況が改善する兆候がない。
		観光名所（経理担当）	・近隣美術館での展示物が7月中旬で終了のため、当エリアへの来場者数の減少が予想される。現状でも少しずつ減少傾向となってきた。
		美容室（経営者）	・閉店する店が増えている。小さな店は整骨院が入ったが、広い店はガレージになったため、人が寄り付かなくなる。
悪くなる		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・消費税の増税がうわさでなくなる日は近く、かといって駆け込み需要も衣料品では見込めない。ただでさえ、衣料品にとって夏場は厳しいシーズンであるのに、暑い気候に加えて、政治的、社会的に安定しないのであれば、消費意欲の上昇も全く期待できない。
		一般小売店〔花〕（店長）	・消費税増税など、いろいろと問題があり過ぎるため、ますます厳しくなる。
		スーパー（経営者）	・特売品しか売れない傾向が顕著になってきている。
		スーパー（管理担当）	・消費税増税の決定は、一般消費者の出費に大きく影響する。
		衣料品専門店（経営者）	・電力不足を経験するため、支出が大幅に抑制される。
		一般レストラン（経営者）	・増税や計画停電などの話もあり、良くなる要素がない。3年前に街灯費を払わない店舗が多いため、商店街全体が電灯を消した時期があったが、全く客の流れが変わり、商店街自体が大損害を受けた経験がある。
		スナック（経営者）	・おなじみの客を待っている状態であるが、それぞれの客にマイナス要因が重なっていることもあり、来月、再来月はあまり期待できない。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・節電や消費税の増税などで、客の買物が減少している。今後とも来客数は少ない。
		住宅販売会社（従業員）	・増税問題、欧州の信用不安など、国内外に深刻な懸念事項がある。
企業動向関連 (近畿)	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業（営業担当）	・今後夏日を迎え、関西では節電対策や計画停電の実施に伴い、暑さ対策として飲料水の販売が更に伸びる傾向となるため、景気はやや上向きとなる。
		木材木製品製造業（経営者）	・今後のメインの新規事業は準備が順調に進んでおり、そのほかの事業も計画に上がってきているため、売上、利益の増加が期待できる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・人よりも長く頑張れば、チャンスも増えるものだ実感している。変化を続けていけば、何とか展望が生まれてくる。
		建設業（経営者）	・土壌汚染関連の状況は変わらないが、太陽光発電に関しては個人からの問い合わせも増えているため、今後は更に増えてくる。
		建設業（経営者）	・関西電力管内は節電の夏となりそうであるが、家電製品や住宅改修のニーズが高まることを期待している。
		輸送業（営業担当）	・プラスチック関係では製造、小売共に荷物が増えている。最近弱かった部門なので、少し期待できる。
		通信業（管理担当）	・若干ではあるものの、ボーナス支給で良くなる。
		金融業（営業担当）	・自動車関連事業は見通しが良い。
		広告代理店（営業担当）	・来月から夏物の処分期になる。関西エリアも動きがやや遅めになるが、7、8月は良くなる傾向にある。
		広告代理店（営業担当）	・今月は売上が鈍ってきているものの、問い合わせは増えてきている。
		経営コンサルタント	・クライアント企業との間では、専ら消費税率アップが話題になっている。皆、早々に駆け込み需要が出てくると考えており、その分、景気は若干好転する。
		コピーサービス業（店長）	・計画停電の情報も流れており、先行きの不透明感が増すばかりだが、うちの印刷などエコ関連商品の問い合わせも多くなっており、比較的上向き気配が感じられる。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・季節的な暑さの本格到来により、滞留在庫が消化される見通しである。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・オリンピック景気に期待している。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・受注量が増加傾向にある。
変わらない		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量に変化がない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・節電による減産が予想される。
		化学工業（経営者）	・得意先と話をしてもあまり明るい話はなく、当面は一進一退の状況が続く。

化学工業（企画担当）	・景気の上昇する要因が見当たらない。販売量が伸びているのは高機能な製品よりも、そこそこの品質で低価格な物ばかりである。
プラスチック製品製造業（経営者）	・主力部品が伸び悩むなか、コストダウンした低価格版の販売量が増える。粗利ベースではほぼ均衡する予想である。
窯業・土石製品製造業（経営者）	・消費税の増税法案の可決といった政治問題があるため、これからしばらくは変わらない。
金属製品製造業（管理担当）	・新規の大型物件の受注が決まっていない。
一般機械器具製造業（経営者）	・顧客の動向から、現在の状況が続く。
一般機械器具製造業（設計担当）	・少しずつは良くなるという期待はあるが、電力不足や欧州の信用不安による影響が心配である。
電気機械器具製造業（経営者）	・欧州の信用不安の問題も不安定さが続く感があり、なかなか景気は良くなりそうで、良くならない。
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・2、3か月先になると、オリンピック需要も終息していると思われるため、良くなる要因が見当たらない。
電気機械器具製造業（企画担当）	・大飯原子力発電所が再稼働しても、電力供給は相変わらず厳しさが残るほか、住宅家電の照明分野においては、新規参入や低価格競争が激しさを増す。
電気機械器具製造業（営業担当）	・この夏の計画停電によって、どうなるか分からない。
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内設備投資の動向がまだまだ回復基調になく、引き合いがあっても、相見積の場合が多い。どうしても中小企業は価格競争の面で大企業に太刀打ちできず、受注に至らない傾向がある。
建設業（経営者）	・政府がしっかりと景気対策を早急に行なえば、民間関係の設備投資は先のみえない状況が続く。公共工事も東日本大震災の復旧が中心となり、他地域への補助金削減が予想される。
建設業（営業担当）	・取引先の様子をみても、発注数が激変しており、期待薄である。
輸送業（営業所長）	・新規案件の話も乏しく、先行きに明るさはみえない。
輸送業（営業担当）	・新店舗の売行きもあまり良くないので、今後もこの状況が続く。
新聞販売店〔広告〕（店主）	・夏の節電に向けてか家電量販店の広告や、自動車関係の広告が増えているようだが、配布地域を限定するなど、1件当たりの数を調整するスポンサーが増えてきたので、折込収入の上昇にはつながっていない。
広告代理店（営業担当）	・良くなりそうな条件がしばらくはない。
司法書士	・消費税の増税法案が可決されて、実施されるまでの間は駆け込みで消費が伸びることも考えられるが、2～3か月ではまだ影響が出ない。
経営コンサルタント	・芳しくない状態が続いているが、クライアントも同様の横ばい状態が続いている。
その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・関西における節電が、場合によっては計画停電に発展する可能性もあるため、そうなれば少なからず売上に影響が出る。現に、毎年実施のアイスクリームの臨時出店も、今年は節電の観点から見送りとしている。
やや悪くなる	
食料品製造業（従業員）	・周囲をみても良くなる要因はない。他社に対抗できるよう廉価販売できる新製品も出しているが、売上に大きく貢献するところまで至っていないのが現状である。
繊維工業（団体職員）	・受注の見込みが感じられない。
繊維工業（総務担当）	・非日常品としての和装は、景気の上昇に対しては後手となり、下降に対しては先手となる。質の良し悪しを説明しても、懐事情が先に出るため、非常に販売が厳しい。
繊維工業（総務担当）	・得意先の動きとして、国内消費が頭打ちの状況であるため、海外店の増設に力を入れている。ただし、現地への商品供給は日本から行う形であり、價格的にも日本での店頭価格を維持または下げることが目標としているので、供給側からみれば更に利幅が少なくなる。
出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・夏場にかけての需要は、情報産業にとっては一服感があるが、国際環境関係では東日本大震災の情報を世界に提供できるようなレポートの作成が進んでいる。また、今後は電子書籍の配信も検討中である。一方、医療業界における各種学会も国際的になってきており、英語のセッションが多くなってきている。配信は紙媒体とスマートフォン媒体の2本立てで、約10%のシェアを情報端末が押さえるようになってきている。

		化学工業（管理担当）	・欧州の信用不安によるユ - ロ安や電力需給懸念によって生産性が低下する。	
		金属製品製造業（経営者）	・関西の電力不足への不安で、特に関西のメーカーの製品が敬遠されつつある。	
		金属製品製造業（営業担当）	・前向きな話がほとんど聞こえてこない。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・2～3か月後の受注がなく、引き合いが減っている。	
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・夏場の電力問題の影響が今後出てくる。	
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・より一層財布のひもが固くなる。	
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今後は当分の間、円高の影響や品質の向上で輸入商品が回り、流れが落ち着かないため、厳しい状況が続く。	
悪くなる		電気機械器具製造業（企画担当）	・国内での製造コストは海外でのコスト競争力に勝てないため、国内での経営はますます圧迫される。	
		不動産業（営業担当）	・神戸から製造業などの事業所が撤退している。今後とも続くと思われ、それに伴って神戸の事務所の空室率が上がる。また、神戸の就労人口が減少し、賃貸マンションの空室率も上がることにより、将来の景気はまだ悪くなる。	
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・経済の展望が開けていない。	
雇用 関連 (近畿)	良くなる	-	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・下期に向けた動きが出てきている。例年は9月までの3か月契約で様子見という動きが中心であるが、今年は6か月単位で年度末まで人員を確保しておこうという動きが強まっている。	
		人材派遣会社（支店長）	・政治の不安定さは残るものの、底を打った感はあるので、今後もゆっくりではあるが上がってくる。	
		人材派遣会社（役員）	・国内政治の混乱の沈静化のほか、欧州や新興国の景気安定など、国際的な外部要因が安定すれば良くなるが、これらの前提が変動すれば状況は一変する。	
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・例年のトレンドどおりで推移しているため、7～9月は右肩上がりです。求人数が伸びる傾向となる。	
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・関西地区では大飯原子力発電所の再稼働が決まり、夏場の電力供給の不安が多少緩和されたことが、企業の生産意欲を押し上げる1つの要因になる。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大阪の地場産業の動きが少し良くなるような気配がある。消費増税や欧州の信用不安などの不安材料がありながらも、特に大阪の地場産業の動きが感じられる。	
		職業安定所（職員）	・新規求人数では、前年同月を20%以上上回っており、27か月連続の増加となっている。また、主要産業別では、建設業、製造業、情報通信業、卸売業、小売業、宿泊業、飲食サービス業が前年同月を大きく上回っているため、求人は当分増加傾向が続く。	
		民間職業紹介機関（職員）	・日雇労働市場の規模が小さくなった一方で、人手不足感も出てきている。求人票の未充足が増えてきている。	
		民間職業紹介機関（大学担当）	・期待を含んでいるが、回復基調が継続してほしい。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・前年夏の地上デジタル放送化に伴い、それまではテレビ需要が高まり、購入者が増えた。前年の7月以降は購買意欲が失われていたが、1年が経過したほか、オリンピック需要などの相乗効果で、購買意欲が出てくる。	
	変わらない		人材派遣会社（営業担当）	・関西では東日本大震災の復興需要の恩恵が受けにくく、関西本社の大企業も元気がない。ただし、富裕層の高額消費意欲はおう盛であるため、景気の方角性の判断が難しい。一方、消費税増税で駆け込み需要は増える。
			新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・求人数は安定しているものの、昨今の欧州の経済情勢や国内の政治情勢の不安定感から、どのように変化するかは予測が困難である。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・関西圏での大きなプロジェクトに合わせた動きに期待している。大阪府市統合本部の動向にも注目している。	
		職業安定所（職員）	・円高や消費税、増税問題もあり、先行き不透明である。	
		職業安定所（職員）	・求人の増加傾向は当分の間続く一方、新規求職者数はやや減少傾向にある。企業の採用意欲は高くなく、特に製造業においては、人手不足というよりも世代交代のために若年者を求める傾向が強く、選考のハードルが高い。大飯原子力発電所の再稼働決定により、夏場の電力不足の懸念が少し薄らいだとはいえ、欧州の信用不安や円高などで景気の先行きの不透明感は続く。	

	職業安定所（職員）	・夏の電力不足による節電の影響で、生産の縮小などが懸念されるため変わらない。
	民間職業紹介機関（支社長）	・米国、中国の景気減速により、雇用状況の悪化する可能性がある。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・大きな好転の要因がない。
やや悪くなる		
悪くなる	-	-