

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	乗用車販売店（販売担当）	・自動車販売は9月が繁忙月になるため、2、3か月先は良くなる。
	やや良くなる	百貨店（企画担当）	・大飯原子力発電所が稼働し、電力不足には一区切り付けることができた。また、ロンドンオリンピックなどの明るいニュースが増えることにより、客の心理状態が良い方向に向かう。
		百貨店（商品担当）	・少しずつではあるが、売上の前年比でのマイナス幅が小さくなる月が続いている。特に、特価品とぜいたく品が好調である。
		スーパー（社員）	・通常時の客の消費はあまり変わらないが、イベント日や催事では盛り上がりが見られる。今後、天候が安定してくれば、売上も良くなる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・クールビズが終わり、少しはスーツ、ネクタイなどの販売量が増える。
		家電量販店（経営者）	・節電志向と太陽光発電の需要増加により、景気は良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・数か月前から比べると販売量が少しずつ増えている感がある。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・まだまだ暑い日が続く、8月中旬ごろから残暑となるため、また体調の変化があると思われる。また、今後も暑いときにはあせもや日焼け、虫刺されの治療薬が動く。
		一般レストラン（経営者）	・歓送迎会や結婚式の需要が少し増えてくるシーズンに入るので、一般の営業は期待が薄い、中規模や大口の利用が多少増える。
		観光型旅館（団体役員）	・関係団体、関係施設の意見を総合すると、やや良くなるのではないかという見通しとなるが、今のところは足踏み状態にある。
		通信会社（経営者）	・東日本大震災の復興需要が出てくる。
		通信会社（社員）	・申込の件数は増加しているが、最近では解約数も増加している。獲得しても純増数は目立って増えていないことが気になる。
		パチンコ店（店員）	・今はイベントに力を入れている。
		住宅販売会社（経営者）	・市内中心部の一部の好調な物件に引っ張られて、全体的なかさ上げが期待できる。
	住宅販売会社（総務担当）	・消費税の増税前の駆け込み需要を期待しているが、現状は様子見で動きがない。	
	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）	・事業用物件については、少し購入意欲のある企業が増加した感がある。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税に対する懸念から、その前に住宅を購入しようというだけの話である。	
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・不動産会社側が、金利の更なる低下と増税前購入を促進することで、市場の活性化が進む。	
	変わらない	商店街（代表者）	・節電、猛暑につき外出を控えている。
		商店街（代表者）	・ここ数年は、単価の下落やオーバーストアによる来客数の減少のほか、客足の引きが早まる傾向は全く改善していない。今後もより一層この傾向が続くので、改善は期待できない。
一般小売店〔花〕（経営者）		・盆休み等で会社の発注が減少する一方、お供えの花等で売上は維持できるが、節電問題で思わぬ影響も考えられるので、景気回復は期待できない。	
一般小売店〔衣服〕（経営者）		・数字的に伸びる要素は少ないが、高額商品に目がいくような傾向がみられる。ミセスゾーンでは低価格のカジュアル品に飽きがきている。	
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）		・現状では変わり映えせず、良くなる材料は見当たらない。	
一般小売店〔衣服〕（経営者）		・先行きに増税の問題があるので、景気については分からない。	
一般小売店〔家具〕（経営者）		・この暑さで客が少ない。小売業は大変困っている。	
一般小売店〔衣服〕（経営者）		・社会面でも経済面でも現在の日本には元気がない。消費者の消費意欲が上向くとはとても見込めず、国全体が元気にならないと本当の意味で景気が上向いてくるとは思えない。	
一般小売店〔雑貨〕（店長）		・たばこの値上げなどがあれば、更なる売上減が想定されるが、何もなければ低位安定のまま推移する。	

一般小売店〔酒〕（店員）	・客単価の低迷はここ数か月続いている。例年の進物需要は期待を下回り、売上も前年を下回っている。近隣百貨店のリニューアルオープンと、進物時期に来店する客の減少が、今月の大きな敗因である。
百貨店（売場主任）	・現状からいえば、先行きは良くも悪くも変わらないというのが実感である。
百貨店（売場主任）	・国内の景気安定策が立てられていない。産業関係も不安定で、それによる物価や雇用の不安定感が大きい。
百貨店（売場主任）	・当店では改装前の売り尽くしセールが始まり、売上が増加する機会はある。しかし、その機会を除けば、外的要因では景気が好転する材料に乏しいほか、増税、社会保障の不安等、消費が活発になる要素が全くといってよいほど見当たらない。
百貨店（売場主任）	・節電、消費増税などで積極的に消費するムードが感じられず、商品を購入するにあたっては非常に慎重になっている。
百貨店（売場主任）	・残暑のなかで秋物の実需が完全に後ろ倒しになり、消費者の来店頻度、購買個数共に減少すると予想される。
百貨店（売場主任）	・今後も収入が増えないほか、消費税増税がある。節電で暑いので、秋冬のファッション商材は寒くなるまで購入しないという意識もあり、景気を押し上げる内容が少ないため、景気が良くなる見込みは小さい。
百貨店（企画担当）	・近隣の競合店の増床オープンを控え、オープン前の競合店間で販売促進策の競争が激しくなることが予想される。
百貨店（営業担当）	・お中元商戦も終盤に入ってきたが、相変わらず法人関係において経費節減の傾向がみられ、前年に比較してあまり芳しくない実績となっている。
百貨店（営業担当）	・超優良顧客の次に優良な顧客へと、裾野が広がる形で高額品の買上が増えてきている。消費税の増税に対しての前倒しの買上も徐々に増してくる。
百貨店（販促担当）	・1か月予報では、今夏は平年並みかやや高め気温であるため、盛夏商材の動きに期待が持てる。その反面、オリンピックの開催による外出率の低下で、前半は苦戦も予想される。政治や、欧州を含む経済も不安定なため、高額品の動きが改善するには今しばらく時間がかかる。
百貨店（売場マネージャー）	・当面は現在の状況が継続する。
百貨店（サービス担当）	・今月末から始まったオリンピック効果による関連グッズの販売増や、話題商材の展開による前年実績の確保をはじめ、関西初となる外食チェーンの新業態の出店による集客効果に期待する。
百貨店（商品担当）	・消費増税が現実化しつつあり、消費には一層慎重になるため、衝動的な行動は少なくなる。
百貨店（マネージャー）	・やはり景況感や先行きの不透明感など、消費者の動きが守りに入り、閉そく感が広がっているように感じられる。特に、消費のパイが拡大しないなか、小売以外のほかのサービス、例えば旅行などに関心や支出が向かっている。
スーパー（経営者）	・家族の収入がかなり悪化している感じで、一段と節約の動きがみられる。
スーパー（経営者）	・販売点数、来客数は維持できているが、単価が伸びず、節約傾向も続く。
スーパー（店長）	・節電、猛暑関連の商品の動きががざとなる。ただし、良い傾向に向かってもこれまでの悪化分の穴埋めにすぎず、今後大きく回復する必要がある。
スーパー（店長）	・消費増税を中心とした環境下で節約志向も更に高まり、予断を許さない状況となっており、先行きの予想が非常に難しい。
スーパー（店長）	・ボーナス商戦をみても盛り上がり弱く、消費マインドは依然低いと感じられる。景気回復の好材料も見当たらない現状では、まだまだ時間がかかる。
スーパー（店長）	・株価や円高などの要因が大きく、景気回復は見込めない。また、残暑が厳しくなることが予想されるほか、ゲリラ豪雨や大型台風などの影響も考えられる。
スーパー（店長）	・店頭での客の様子では、不況感の強い流れが当分続く可能性が高い。
スーパー（開発担当）	・原油価格の高騰も落ち着き、関西では大飯原子力発電所を稼働して計画停電の可能性も低くなったため、総選挙まではこのまま落ち着く。
スーパー（販売担当）	・客の買い方をみていると、値段の安い物や広告初日のお買得商品などには並んででも買おうという意欲がみられるが、付加価値の高い高額商品は買い控えている。

スーパー（企画）	・消費を促す動きが全くない状態が常態化しており、その状況はこれからも当面の間は続くと思われ。
コンビニ（経営者）	・季節的に飲料水の売上が減少してくるが、近隣のマンションの工事が始まって作業関係者の来店が増えるため、少しカバーできる。
コンビニ（経営者）	・周辺のオフィスビルの入居率が低いままであるため、購買人口が回復しないほか、客単価も上がってくる要素が見当たらない。
コンビニ（店長）	・今後もおにぎりやサンドイッチなどの割引といったキャンペーンの継続と、気温の上昇による来客数の増加が見込めるので、悪いなりに維持できるのではないかと思う。計画停電などの影響がないことを期待している。
コンビニ（店員）	・夏から秋にかけては売上の順調な時期が続く。
衣料品専門店（経営者）	・今後も秋になってから悪くなり、現状の悪い状況が続くと思われる。来客数と客単価の悪化が大きく響いてくる。
乗用車販売店（経営者）	・景気が上向く材料は何もないが、とりあえず気温が高いので、エアコン修理が今後も続くことを期待している。
乗用車販売店（経営者）	・車検、車の販売のすべてがあまり良くなく、現状維持が続く。
乗用車販売店（経営者）	・円高ドル安が中小企業の製造業の業況を大きく左右している。昔からオリンピックの年は景気が良くなるというが、今年は例外のような気がする。
乗用車販売店（経営者）	・欧州の信用不安も、ここへきてスペインにまで飛び火して一向に収まらない状態であり、国内も新党の乱立や、大飯原子力発電所の再稼働、いじめ問題、オスプレイの配置など、将来が不安で国民が安心して消費できない状態である。この状態はしばらく続くため、景気は変わらない。
住関連専門店（店長）	・輸入品を扱っているが、為替レートの不安定や消費税率引上げ前の動きが読みにくい。混とんとした経済情勢を意識してか、顧客は様子をつかがっているようで、購買の慎重さに拍車がかかっているように感じられる。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・株安と円高の連鎖反応がこのまま続き、その上に政情がますます不安定になるので、選挙がない限り国内の情勢、消費者の購買意欲の向上にはつながらない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・天候次第であるが、大きくは変わらない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・節電対策で在宅よりも外出を促す企業、業界に比べると、節約の影響で宝飾品の購買意欲の向上は期待できそうにない。
高級レストラン（スタッフ）	・ビールの売上増加には期待するが、盆休みに入るため、売上全体はそう伸びない。
高級レストラン（支配人）	・来客数の減少が大きいのが、観光客が関東方面へ流出しているのではないかと思われる。
一般レストラン（店員）	・夏休みに入り、日中の来客数が多い。サラリーマンの客に加えてファミリーが増えている。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・今夏は猛暑との予測もあり、家庭での節電の影響で、近場の商業施設への避暑行動が見込まれるため、喫茶業としては追い風になるかもしれない。
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・客のなかには、少し高い物であっても、付加価値があれば購入する傾向が目立つ。
観光型ホテル（経営者）	・今後2、3か月先の予約状況を見ると、昨年よりも減り、売上見込みも落ちている。暑い日が続いているので、客足も減っている感じがする。また、客には快適な空間を提供したいため節電も難しく、光熱費は上がる一方である。
観光型ホテル（経営者）	・世界的な不況の影響もあると思われるが、少なくとも日本の政治の不安定や株価の暴落的な要素が、国民生活に大変暗い影を落としている。景気が良くなる感じは全くない。
観光型旅館（経営者）	・昨年は台風等の被害と風評の影響で客足は途絶えたが、災害等がなければ例年どおりの来客は期待できる。
観光型旅館（経営者）	・特に良くなる要因が見当たらない。
都市型ホテル（スタッフ）	・7、8月については計画停電への不安による影響もあり、予約が別の地域に変更される等、少なからず収入減になった。延期された宴会等もあって先の予約は受注できているものの、前年並みの数字であり、今後の伸びに期待したい。
都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門は、秋の行楽シーズンや学会の開催により堅調に推移すると思われるが、宴会部門は予約状況も芳しくなく、厳しい予想となっている。
旅行代理店（経営者）	・オリンピック期間中の出控えが気になるが、旅行気分が水を差すような大きな事件が起きていないので、急激なユーロ安を背景に海外旅行の堅調な動きは続く。

旅行代理店（従業員）	・更なる円高傾向で海外旅行への関心は高まるが、消費マインドは低下している。
旅行代理店（広報担当）	・節電の影響が関西でどの程度出るかにもよるが、客の申込状況をみていると、できるだけ涼しい所に長期で旅行する動きもあるが、その際は低価格の宿泊を選ぶなど、トータルで考えると現状とは変わらない。
タクシー運転手	・例年この時期は夏休みの影響もあり、昼間は乗客が増えるが、夜の街の出足の悪さでマイナスとなる。今後も景気が良くならない限りは平行線のままとする。
タクシー運転手	・周囲の状況のどれを取っても景気回復に向かう材料がない。
タクシー運転手	・まだまだデフレ傾向が終わりそうにない。
通信会社（企画担当）	・世界的な政治や経済の混乱などがあり、大幅な景気浮揚は難しい局面にあるが、国内景気は悲観するほどのものではない。
観光名所（経理担当）	・昨年の異例な数字との比較では25%の減収になるが、前年以前の各年度との比較をすれば20%ほどの増収となる。今月は異例な梅雨前線の影響で、前半は雨の影響をかなり受けたが、中旬以降は天候の回復で持ち直したようである。最近はあまりの酷暑で来客数が伸びていないが、夏休みに入るとガラス体験教室はやはり好調で、前年を上回る数字を上げている。物販の方は少し伸びていないが、飲食、喫茶はまずまずであり、トータルとしてはここ近年の数字を15～20%ほど上回っている。
競輪場（職員）	・前年の傾向からみると変わらない。景気を上げる要因が思い当たらないので、今後もやはり変わらない。
その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・電力供給不足の予想による節電が功を奏したのか、幸運にも計画停電に至っていない。また、原子力発電所が稼働してもしなくても、電力使用率は85%前後を維持しており、何ら変わっていない。これによって今後どのような影響が出てくるかが心配である。
その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・8月にはプロ野球の公式戦が開催されるほか、人気アイドルグループなどのコンサートもあるので、例年と同等の来場者を見込んでいる。
美容室（経営者）	・新メニューを加えて来客数の増加をねらっているが、定着するには時間がかかりそうである。
美容室（店員）	・涼しくなると髪を伸ばす人が増え、来店周期が長くなるが、その分単価が上がる。したがって、来店周期と単価の関係をもても変化は少ない。
その他サービス[マッ サージ]（スタッフ）	・毎年夏場になると来客数が増えるが、今年は来客数が増えないので、秋も同じような状況になる。
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）	・契約済みと、契約見込みで複数の顧客があり、当面の売上は見込めるが、その後がみえない。一時期順調に伸びていた新規の問い合わせにも陰りがみえ始めている。
住宅販売会社（従業 員）	・電力問題、増税問題、欧州情勢等、問題が長期化する不安材料が多い。
やや悪くなる	
一般小売店[珈琲] (経営者)	・電力供給の今後の見通しが不透明なほか、消費者の財布のひもも固くなったままである。
一般小売店[時計] (経営者)	・夏のレジャーや家族旅行など出費の重なる暑い夏が一段落して、一番財布のひもが固くなる時期になる。消費税や電気代などで値上げが待っていたりするので、金の使い方はシビアになる。
一般小売店[精肉] (管理担当)	・消費税問題で財布のひもが締まっているのか、節電ムードでお金も節約しているのか、とにかく使うときと使わないときのメリハリがものすごく大きくなっている。高級牛肉を扱う者にとっては厳しい状況が続いている。
一般小売店[菓子] (経営企画担当)	・本年4～6月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で計算すると、関西は102.0%、関東は97.6%、中国は104.9%、中部は105.6%となり、各地区合計の平均は102.3%となっている。先月と同様、地区によって多少のばらつきはあるが、昨年の東日本大震災の影響と思われる。しかし、お中元商戦が終盤に近づくにつれて状況は悪くなる。
一般小売店[花]（店 長）	・計画停電の不安や暑さでの出控え、商品の花持ちの悪さなど、花屋としてはこの夏も厳しくなる。
一般小売店[花]（店 員）	・増税などのニュースでますます節約志向が高まっていて、売上も落ち込んでいる。これから繁忙時期となるが、期待できそうにない。

百貨店（店長）	・経済の不透明感や政局の不安定感など、いくつかの懸念材料が散見される。
スーパー（経営者）	・景気回復の兆しが全くみえないなか、グローバルな食品価格は穀物の高騰により上昇が必至であるが、日本では価格転嫁の見通しが全く立たない。結果として、メーカー、卸売、小売、そして消費者の誰もが勝者にならない状況が続く。
スーパー（企画担当）	・来客数、売上高はこのまま前年割れの傾向が進むとみられ、下げ止まり感がない。
スーパー（経理担当）	・梅雨明けから、夏休み、盆商戦と売上が伸びる時期であるが、状況は今一つで、全般的な消費の低迷を感じる。消費税増税への不安感やボーナス減少が遠因と思われる。
スーパー（管理担当）	・消費税増税、電気代の値上げ懸念等、家計が財布のひもを引き締めにかかる材料には事欠かない。
コンビニ（広告担当）	・消費者の心理として、消費税率アップや原材料の値上げなどで買い控えが増える。また、社会保障制度も揺らいでいるなど、将来に対する不安要素ばかりである。
衣料品専門店（経営者）	・様々な面で不安材料がある。万が一計画停電が実施された場合、それ以降の出入りが減るのではないかと感じている。
衣料品専門店（販売担当）	・電気代や消費税が上がり、消費者が貯蓄に走る。
家電量販店（企画担当）	・季節商品の好調は長続きしないため、販売量としては減少する。
乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金が終了するほか、新型車の発表などの好材料にも乏しい。
乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金があと少しで終わるといわれるなか、最後の駆け込みが予想されるものの、終わってしまうと以前に経験したよりも厳しい反動減がある。
一般レストラン（経営者）	・消費税問題など先行き不透明で消費を抑える傾向にある。
一般レストラン（スタッフ）	・オリンピック以外は明るいニュースがなく、活断層という新たな原子力発電所の問題も出てくるなど、先行きは不透明である。ただし、猛暑と節電による外食機会の増加に期待している。
一般レストラン（経理担当）	・有効な景気対策もないままに消費税の増税が決まれば、景気は落ち込む。
観光型ホテル（経営者）	・円高で海外旅行志向が高い上に、今夏の国内旅行は新名所等で人気の首都圏や、格安航空会社を利用した遠方への旅行が好調と聞かれる。昨年の西高東低の傾向が、今年は逆に東高西低に明らかに変わっていると感じる。
都市型ホテル（スタッフ）	・節電や円高などの不安定要因が多いなか、客足は停滞した状態である。夏休みの国内旅行が好調といったニュースが流れているが、大阪地区に限っては全くその様子がない。
都市型ホテル（客室担当）	・円高ドル安やユーロ安で、海外旅行が魅力的な料金で行けることを考えると、国内旅行が活性化するとは思えない。
都市型ホテル（総務担当）	・平日のビジネス客の予約が良くない。企業の景気動向を反映しているのか、平日の予約は減少している一方、週末は引き続き好調である。ビジネス客は単価の低いホテルへ流れていると考えられる。
タクシー運転手	・今後は行事もないので、下り坂になる。
通信会社（社員）	・ボーナス商戦も終わり、夏モデルの商品の売行きも落ち着く。
テーマパーク（職員）	・増税を控え、消費動向にプラスとなる要素が見当たらない。景気を押し上げなければならないときに、なぜ今増税なのかと疑問を感じずにはいられない。
観光名所（経理担当）	・近隣の美術館での展会示が今月で終了し、それ以降は当エリアへの来場者が減少し、商業施設内のレストラン等の売上も減少している。夏休み期間は何とかしのげるだろうが、秋の集客が落ち込むと予測している。
競艇場（職員）	・購入単価の下落傾向、入場者数の減少傾向、一方で電気料金の値上げ、消費税増税などの要素があるため、景気回復は遅れる。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・オリンピックの開催時期は、特にレンタル売上は例年より低調になることが予想される。
住宅販売会社（従業員）	・近畿圏の分譲マンションの契約率をみると、80%を超えるなど非常に高いが、実態は大規模な苦戦案件は供給数を絞っている結果である。販売不振物件の今後の動向によっては、市場価格が下落する可能性がある。

		住宅販売会社（従業員）	・低価格を売りにする新築戸建のデベロッパーが増えて価格の低下が進行し、一般の不動産業者、建築業者、それに付随する工事業者は疲弊している印象がある。大手ハウスメーカーが好調という構図が更に進行する。
	悪くなる	商店街（代表者）	・暑さで客の通行も少ないなか、スーパーの売上も低下しているため、ますますスーパー同士の値下げ競争が激しくなる。それに伴い、より一層各店舗が影響を受ける。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金終了後の反動が出てくる。
企業動向関連 (近畿)	良くなる やや良くなる	-	-
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・最近では配達量が多く、忙しくなっている。
		木材木製品製造業（経営者）	・現在計画している新規事業が予定どおり進んでいるため、今年中には具体的な数字が出てくる。
		化学工業（経営者）	・現在、売上は昨年よりも10%ぐらい落ち込んでいるが、引き合いが少なくなっているわけではなく、雰囲気も悪くなっているわけではないので、これから多少景気は戻る。
		建設業（経営者）	・太陽光発電は、個人用、産業用共に見積り依頼も多くなっている。法律や制度等の追い風もあり、今年一杯は増えていくことが予想される。また、土地の動きについても、売買が増えている。
		建設業（経営者）	・電力不足による省エネ化工事の需要が増えていくと思われる。
		輸送業（営業担当）	・レジャー、スポーツ用品のなかでも、少し高価な商品の工場は荷物がよく動いている。不況下でも趣味、娯楽用品は少しは景気が良くなっている。
		広告代理店（営業担当）	・夏物の処分の後は秋冬物に順次移っていくが、秋は年間販促予算の割合が高くなるので、効果が期待できる。
		広告代理店（営業担当）	・広告出稿のホームページでの問い合わせが増えてきており、広告を検討してから出稿が決まるまでの期間が早くなっている。
		経営コンサルタント	・そろそろ各店舗、各企業から、増税対策としての拡販策が登場し、一時的な需要が喚起されてくるのではないかと思う。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・欧州の信用不安の回避策が具体化しつつあるため、日本の景気にも後押しとなる。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・受注量の増加によりやや良くなる。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・9月の決算に向け、今までの販売低迷分を少しでも取り戻すために、特売や新製品などで積極的に売り込みをかけていくが、特売では1回当たりの発注量が少なくなっている。積極的に販売すると単価が大幅に下がり、利幅は少なくなるが、販売量を増やすことで利益を確保していく。
		食料品製造業（経理担当）	・電力不足が緩和されてきており、少しは消費者の気持ちも和らぐ。
		繊維工業（団体職員）	・今後は需要期に向かい、受注量は増加するが、景況感は特段良くならない。
		繊維工業（総務担当）	・現在は受注価格が下がり続けているために、製造コストの低下に力を入れてきたが、その効果は努力とは裏腹に全くみえてこない。
		化学工業（企画担当）	・食品業界では機能よりもコスト重視の状態が続いており、今後も傾向が変わると思えない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・徐々に良くなるのかもしれないが、兆しがみえない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・世界的に経済が収縮している感がある。先を読めない感じがあり、経済の不調も尾を引く。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・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）	・住宅着工が回復しつつあるため、新規住宅向けの受注が増えてくるが、今後も家電商品が足を引っ張る状況が続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・相変わらず、同業者も景気が悪い。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・少し引き合いが増えてきたが、回復とまではいかない。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新商品も少なく、まとまった受注もない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・デフレが続いているほか、大飯原子力発電所の再稼働があったものの、電力不足の懸念が残っている。

	建設業（経営者）	・東日本大震災の本格復興が始まれば、工賃等の急騰が予想される。現在も職種によっては人手不足の傾向があり、東北中心の賃金の高騰が全国的に広がる傾向が予想される。工事が増加しないまま、工賃や建設資材価格が上昇する可能性もある。	
	建設業（営業担当）	・建築投資の情報量が少しずつ増えているが、仕事の内容に見合った付加価値が価格に転嫁されていない。	
	輸送業（営業所長）	・新規案件も乏しく、大きな変化はない。	
	輸送業（営業担当）	・今の例年どおりの状況が今後も続く。	
	通信業（管理担当）	・良くなる要素が見当たらない。	
	金融業（営業担当）	・景気の回復がなかなかみられないのが地元の中小零細企業で、安定した売上確保が難しいのが実情である。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読部数は維持できているものの、折込チラシの件数が減り、折込収入が減少傾向にある。	
	広告代理店（営業担当）	・今の状況はしばらくは続きそうである。	
	司法書士	・現在も案件は少なく、好材料が見当たらない。	
	経営コンサルタント	・関西企業のみならず、様々な問題があるため、好転するとは思えない。	
	コピーサービス業（店長）	・数か月先は早くも年賀状印刷の時期となる。本格的な受注はもう少し先になるが、今年もサービス強化、売上の向上を目指して対策を練っている。ただし、爆発的な受注増加は期待できないため、今後も厳しい状態を予想する。	
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・間もなく開催されるロンドンオリンピックによる当面の経済効果は期待できず、日本人選手団の結果次第ではその後の経済効果が期待できるかもしれない。	
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・これ以上悪くなるという気配はないが、良くなる気配も感じられない。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・円高の影響で価格競争が厳しく、受注が減少している。	
やや悪くなる	食料品製造業（営業担当）	・秋以降は節電対策が緩和し、過ごしやすい気候にもなるため、家飲み派が増える。その理由で現在よりも消費者の動きはやや悪くなる。	
	繊維工業（総務担当）	・秋商戦に向け、受注や仕入れが出てくる時期であるが、催事自体が取りやめや延期となるなど、取引が減ってきている。8月の休みも重なり、注文の予定数が読めない状態である。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・改善する要因が見当たらない。	
	化学工業（管理担当）	・円高傾向のほか、ユ・ロ安及び中国経済の下降に伴う輸出減が懸念される。	
	金属製品製造業（経営者）	・為替に対する政策がなく、このままでは中小零細の物づくり企業は全滅する。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・顧客の投資計画が停滞しているように思われる。この状況ではこれからは景気が下降するかもしれない。	
悪くなる	プラスチック製品製造業（経営者）	・業界としての見通しは暗い。一般消費者が購入したいと思う商品がないか、もしくは既に持っている商品と大差がないので、購入の意欲がわかない。ごく一部の特化した商品は持ち直しているが、大半はまだ下降気味である。	
	金属製品製造業（営業担当）	・取引先の自動車業界からは、エコカー補助金の終了に伴い、秋以降は生産調整を行うとの声が聞こえてくる。	
	不動産業（営業担当）	・円高ユーロ安、ドル安になり、ますます日本から製造業がいなくなる。神戸からも事業所がいなくなり、それに伴って不動産の価格が下がるため、景気もますます悪くなる。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・日に日に厳しくなっている。	
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・経済の将来進むべき道がはっきりしていない。	
雇用関連 (近畿)	良くなる	求人情報誌製作会社（企画担当）	・8～9月に向けてはアルバイト・パート市場が例年活性化する。
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・計画停電の懸念もいったんは収まったため、今の状況がしばらく続く。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・これまでの採用を控えていた環境から、通常の採用環境に変化し始めたように思われる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の採用意欲が増しているように感じている。

変わらない	人材派遣会社（経営者）	・派遣業界全体には底上げムードがあり、先月と同様に力強い動きをしているなかで、電機メーカーのIT技術者がかなり余ってきている。契約終了となる人もいるが、契約を終了せずにお盆休みを長く取って様子を見るケースも出てきているため、今後の動きに注目したい。
	人材派遣会社（営業担当）	・欧州の信用不安、米国の雇用悪化等、世界的に良い材料がないほか、消費税増税に対応する経済政策も必要である。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・秋になって好転していくかどうか、現時点では何ともいえない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・このままの状態が推移することが予想される。オリンピックの影響もさほど感じられない。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・国政の混とんとした状況や、自治体行政の改革が進むなか、関西の企業1社1社に対応した具体的な政策がみられないため、経営や雇用の低迷した状況は継続する。
	職業安定所（職員）	・現時点では求人は増加傾向にあるが、先行きについては、長引く円高等が雇用にどのような影響を与えるかが懸念される。
	職業安定所（職員）	・新規求人数の動きは6か月連続して増えているが、円高や消費税増税問題もあり、先行きは引き続き不透明である。
	職業安定所（職員）	・新規求人の増加傾向は当分の間継続すると思われるが、新規求職者数は減少傾向にある。欧州の信用不安や円高などで景気の先行き不透明感は続くものの、企業からは、最悪であった昨年は別として、業績が一昨年並みに戻ってきたとの声も多く、悪化しているという声は少数である。
	職業安定所（職員）	・求職者は減少しているものの、円高や欧州の信用不安といった不安定要素で求人が伸びてこないため、変わらない。
	民間職業紹介機関（職員）	・建設部門が中心の日雇求人数はもう少し増える可能性があるが、地域の日雇労働者数が減っているという現実が、足を引っ張る状況が続く。
民間職業紹介機関（支社長）	・米国景気、円高、株安などの不安材料がまだ多い。	
民間職業紹介機関（営業担当）	・まだまだ劇的には好転しない。	
やや悪くなる	人材派遣会社（役員）	・欧州の信用不安や円高ユーロ安、新興国の成長鈍化、国内政治の不安定さなど懸念材料が多く、製造業を中心にかなりの影響が出そうである。
	人材派遣会社（支店長）	・改正労働者派遣法に対する理解不足に関しては、早々には解決されない。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・関西は中小零細企業が多く、景気状況はすぐに求人広告に反映される。現在の求人数の若干の減少傾向は、景気が悪化しつつあることを反映している。
悪くなる	-	-