

## 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<br>動向<br>関連 | 良くなる<br>やや良くなる | 商店街（代表者）                | ・客の来店頻度を上げるために、商店街で買物をしたいと思わせるイベントを土日に集中的に行う。また、パート帰りの主婦層にも参加してもらえるように、イベント開催時間を夕方6時まで延長するため、来客数の増加につながる。   |
|                |                | 百貨店（売場主任）               | ・徐々に改装工事の影響も小さくなるため、若干上向いてくる。   |
|                |                | コンビニ（経営者）               | ・欠品率を減らしたり、売りたい商品を多くそろえたり、商品をきれいに陳列することで、売上は上向いていく。   |
|                |                | 通信会社（企画担当）              | ・身の回りでは消費マインドが若干良くなった感があるため、先行きはやや良くなる。   |
|                |                | 通信会社（管理担当）              | ・携帯電話の新製品が11月から1月の間に90%ほど出そろうため、先行きはやや良くなる。   |
|                |                | その他レジャー施設<br>[球場]（経理担当） | ・12～2月にはコンサートが16日間行われるほか、就職関係や子供向けのイベントも開催されるため、来客数は増える。  |
|                |                | その他サービス [コインランドリー]（経営者） | ・商圏内にはまだ潜在的な需要が見込まれるため、先行きはやや良くなる。  |
|                | 変わらない          | 一般小売店 [花]（経営者）          | ・12月はクリスマス関連、正月関連で多少売上は伸びるが、例年より買い控えが増えているため、回復の兆しはない。  |
|                |                | 一般小売店 [時計]（経営者）         | ・円高のニュースが増えるなか、客からは海外旅行に出掛けるという話をよく聞く。特に、時間や資金に余裕のある世代に多いため、国内で買物が増えるのは難しい。                                 |
|                |                | 一般小売店 [家具]（経営者）         | ・来年1、2月については、現状よりも良くなる兆しはない。  |
|                |                | 一般小売店 [野菜]（店長）          | ・まだまだ消費者には動きが出てこないため、厳しい状況が続く。  |
|                |                | 一般小売店 [カメラ]（販売担当）       | ・衣食住のうち、衣類や食品の値下げ競争が行われているが、売上はそれなりに伸びている。一方、カメラ業界では価格を安くしても反響がほとんどないため、今後も厳しい状況が続く。                        |
|                |                | 一般小売店 [コーヒー]（営業担当）      | ・商品の流れは停滞しているが、何とか横ばいで持ちこたえている状況であり、今後も今の状態が続く。   |
|                |                | 百貨店（売場主任）               | ・失業率の悪化やボーナスの支給減といった報道が、消費者の財布のひもを固くしている。今後は、高額品から低額品への需要のシフトが加速する。   |
|                |                | 百貨店（売場主任）               | ・春から夏にかけてやや回復傾向にあったが、再び下落傾向に陥っている。底が見えない状況であり、しばらくは回復に向かう材料が見当たらない。   |
|                |                | 百貨店（売場主任）               | ・サラリーマンのボーナスや給料が減っているため、減税を含め、長期的な政策がなければ良くならない。  |
|                |                | 百貨店（売場主任）               | ・取引先は新たな商品の供給に消極的であり、ヒット商品も出てこない。経済状況が大きく好転しない限り、今の状況は変わらない。  |
|                |                | 百貨店（企画担当）               | ・ファッション関連でヒット商品が見当たらないほか、今年は暖冬予想が出ているため、防寒用品の売上も伸びない。   |
|                |                | 百貨店（営業担当）               | ・今後はクリスマスや正月用品の受注も増えるが、例年のような高額品の受注は難しい。  |
|                |                | 百貨店（営業担当）               | ・円高で輸入品が安く買えるようになり、競争が更に激しくなるため、百貨店業界があまり良くなることはない。   |
|                |                | 百貨店（婦人服担当）              | ・株価の低迷や雇用不安など、まだまだ購買行動を刺激するような要素はないため、2、3か月先も良い状況にはならない。  |
|                |                | 百貨店（サービス担当）             | ・低額商品や食料品は正月を前に動きが出てくるものの、単価が低いため、前年の売上を上回ることではない。  |
|                |                | 百貨店（売場担当）               | ・今年は暖冬予想で売上が伸び悩むほか、円高などの影響で価格の低下も続く。値下げ効果の出やすい一部の高級ブランド品では売上が回復しつつあるものの、ボリュームゾーンの売上は更に悪化しているため、全体としては変わらない。 |
|                |                | スーパー（経営者）               | ・競合店との競争が激しくなっているため、その日の目玉商品によって客の動く状況が続く。  |
|                |                | スーパー（店長）                | ・年末年始を迎えるが、正月関連の商材には通常どおりのお金を出す、それ以外の物は少しでも安く済ませる傾向にある。デフレ傾向が以前から続いていることで、今後も買手市場が更に続く。                     |

|                     |   |
|---------------------|---|
| スーパー（店長）            | ・夏と同様に冬のボーナスも減額となるため、個人の所得は伸び悩む。今後もシビアな購買動向となるが、低価格志向の進むなかでも高品質の商品が求められるため、厳しい状況が続く。12月のボーナス商戦は、既に死語となってきた。                                   |
| スーパー（経理担当）          | ・消費者の節約傾向は今後も続くほか、暖冬予想もマイナスの要素となる。  |
| スーパー（広報担当）          | ・前年の売上がかなり悪かったため、更に悪くなることはないが、引き続き低水準のまま推移する。   |
| スーパー（社員）            | ・これから年末にかけて、食品中心のスーパーマーケットでは1年で最も売上が伸びる。ただし、今年は消費の低迷がしばらく続くため、例年のように年末に向けて盛り上がることはない。   |
| コンビニ（店長）            | ・プライベートブランドの販売に重心を置き、低価格のファーストフードも販売を続けることで、前年並みの売上を維持する。   |
| コンビニ（マネージャー）        | ・一部の求人誌は大阪から撤退し始めているが、雇用情勢が上向かない限り、小売業の回復は困難である。  |
| 家電量販店（経営者）          | ・景況感を高めるようなニュースはなく、エコポイント制度の期間延長も、駆け込み需要をねらっていた年末商戦にとってはマイナスである。  |
| 家電量販店（店長）           | ・地上デジタル放送の開始もあり、エコポイント制度の対象商品のなかでもテレビの売上は今より更に伸びる。  |
| 住関連専門店（店長）          | ・商品の確認に来店するだけで、他店やインターネット通販で価格を比較した結果、購入してもらえないケースが増えている。この節約志向がなくならない限り、本格的な回復は困難である。  |
| その他専門店〔医薬品〕（経営者）    | ・デフレによる悪循環や、円高による輸出企業の収益減、海外の不安要因による株安など、周辺環境が悪過ぎる。他社と競合する商品や生活関連商品は様子を見ながら値下げしているものの、限界もあるため、売上の確保は非常に厳しい。                                   |
| その他専門店〔医薬品〕（店員）     | ・来客数の減少が目立つが、客は健康に対する関心があるため、話題商品が出れば購入単価や販売量は伸びる。  |
| 一般レストラン（経営者）        | ・生活に直結する部分で回復感がなければ、たとえ価格が下がっても消費の改善にはつながらない。   |
| スナック（経営者）           | ・今月に入って、早めの忘年会のグループが来店したものの、12月は大きな団体客の来店は期待できない。   |
| その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長） | ・冬の賞与水準が回復しないため、当面は回復につながる好材料が見当たらない。   |
| 観光型ホテル（経営者）         | ・12月の忘年会シーズンは例年20日ごろまでにぎわうが、今年は第2週以降の予約が非常に少ない。また、正月明けの1、2月の予約もまだほとんど入ってこない。  |
| 観光型旅館（団体役員）         | ・協会加盟ホテルのなかでも、大型チェーンは財政状況が急激に悪化している。  |
| 都市型ホテル（スタッフ）        | ・今月は3連休に宿泊予約が集中し、それ以外は前年を下回っている。中規模の会議や宴会は順調に予約が入るものの、例年行われていた宴会が中止になっている。今後は、新年会の予約にも中止の動きが出てくる。   |
| 都市型ホテル（営業担当）        | ・前年の12月から急激に売上が落ちたため、前年比では今までのように悪くはならない。宿泊については、間際予約の増加で予想は難しいが、現時点で前年を上回る動きとはなっていない。一般宴会の忘年会、新年会については、今まで毎年実施していた宴会にも不景気を理由にしたキャンセルが目立っている。 |
| 旅行代理店（経営者）          | ・新型インフルエンザの影響が出始めるなか、大手航空会社の神戸空港撤退、関西国際空港の減便による悪影響が徐々に出てくる。   |
| 旅行代理店（店長）           | ・国内旅行、海外旅行共にイベントの予定もなく、需要の喚起が難しい。冬の賞与支給の状況によっては、更に落ち込むことになる。  |
| 旅行代理店（広報担当）         | ・バンクーバーオリンピックや上海万博などのイベントは予定されているものの、具体的な問い合わせはほとんどない。円高傾向もあまりにも進めば不安感が高まるため、良い影響にはつながらない。  |
| 通信会社（経営者）           | ・特に良くなる兆しがないため、今後も厳しい状況が続く。   |
| 通信会社（経営者）           | ・12月には各通信会社が販売強化を行うため、市場はやや活性化するが、年始以降は大きな動きが期待できない。  |
| 通信会社（企画担当）          | ・好転する材料が見当たらないため、今後も厳しい状況が続く。   |

|        |                            |   |
|--------|----------------------------|---|
|        | 観光名所（経理担当）                 | ・今月は例年よりも暖かく、天候にも恵まれ、3連休は前年並みの人出となっている。その後も前年並みの人手が続いたものの、売上は伸び悩んでいる。飲食部門では売上が前年比で20%強増えるなど、来客数は確実に増えているが、客の財布のひもが非常に固い。デフレ傾向により物販の売上が伸びないため、今後も厳しい状況が続く。 |
|        | 遊園地（経営者）                   | ・新型インフルエンザの流行には終息の兆しが無い。  |
|        | 美容室（経営者）                   | ・10～11月は売上にあまり変化はなかったが、今の状況では12月も年末だからといって良くなることはない。  |
|        | その他サービス[マッサージ]（スタッフ）       | ・オイルマッサージは服を脱ぐため、寒い時期になると来客数は減る。今年は来客数が特に少ないので、今後寒くなれば例年以上に客が減少する。  |
|        | その他サービス[ビデオ・CDレンタル]（エリア担当） | ・レンタル料金の価格競争は長期化する気配であり、先行きの見通しが立たない。   |
|        | その他サービス[生命保険]（営業担当）        | ・景気の低迷で家計の引き締めが続いているため、生命保険への加入を検討する客は増えない。   |
|        | 住宅販売会社（経営者）                | ・不動産業界は最悪の状態であり、販売価格を下げても客が全く集まらないため、今後も厳しい状況が続く。利益を度外視して価格を下げてても効果がない。   |
|        | 住宅販売会社（経営者）                | ・客の活発な動きが増える見込みはないため、現在の取引の増加は一時的な動きに終わる。全体的には、来春の市場動向次第となる。  |
|        | 住宅販売会社（総務担当）               | ・政権交代で贈与税をはじめとする優遇税制の継続に不安があるなど、先行きの見通しが立たない。   |
|        | その他住宅[展示場]（従業員）            | ・雇用環境が変わらない限り、住宅ローンを組んで家を買う客は増えない。  |
| やや悪くなる | 商店街（代表者）                   | ・ボーナスの減額などにより、なお一層の節約が進む。   |
|        | 一般小売店[精肉]（管理担当）            | ・冬の賞与が大きく減額されるため、客の財布のひもは更に固くなる。  |
|        | 一般小売店[衣服]（経営者）             | ・今後も客単価の下落が進む。  |
|        | 百貨店（売場主任）                  | ・節約志向の広がりによる低迷が続いているため、先行きに明るい見通しを持てるような対策がなければ、実際にマイナスの影響を受けていない人も消費をしなくなる。  |
|        | 百貨店（企画担当）                  | ・クリアランスセール時期となるが、平常時からセールを行っているために魅力が低下している。今夏と同様に、売上には結びつきにくい。   |
|        | 百貨店（店長）                    | ・これだけ円高が進行し、株価も上らず、賞与の大幅減も予想されているため、クリアランスセールも苦戦する。   |
|        | 百貨店（マネージャー）                | ・冬の賞与の支給額が減少するため、財布のひもが固くなる。期待されていた新政権の改革が思うように進んでいないほか、雇用対策に明るい見通しもないため、更に悪くなる。  |
|        | 百貨店（外商担当）                  | ・企業収益の悪化に伴い、賃金が増加することはないため、先行きの見通しは厳しい。   |
|        | 百貨店（商品担当）                  | ・売場が新しくオープンして来客数は増えているが、見に来ただけの客が多く、購入の増加にはつながっていない。ボーナスの減額やデフレ関連のニュースが増えるなか、不要な物は購入しない動きが強まっているため、先行きの見通しは厳しい。   |
|        | スーパー（店長）                   | ・冬のボーナスの減額による影響が出ることで、デフレスパイラルが加速する。  |
|        | スーパー（店長）                   | ・冬のボーナスカットが現実のものとなり、年間で最大の12月商戦の売行きにも危機感がある。  |
|        | スーパー（店長）                   | ・ニュースからも先行きの不透明感がひしひしと感じられるほか、毎日の売上が前年を下回っており、閉そく感が充満している。  |
|        | スーパー（開発担当）                 | ・ボーナス支給の減少で消費も落ち込むため、デフレ傾向が進む。  |
|        | スーパー（管理担当）                 | ・売上は緩やかな減少傾向が進むため、先行きはやや悪くなる。   |
|        | コンビニ（店長）                   | ・商品価格の見直しや値引きセールの乱発が、平常時の割高感につながっている。通常価格では販売が伸びないため、しばらくは価格の下落が続く。   |
|        | 衣料品専門店（営業・販売担当）            | ・客の会社の状況などを聞いても、良い話が全くないため、見通しは暗い。  |
|        | 乗用車販売店（経営者）                | ・冬の賞与が減額となるため、消費も減る。  |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| 乗用車販売店（経営者）                   | ・乗用車やトラックの販売が低迷しており、車検や修理の依頼も減っているため、見通しは厳しい。取引先でもリストロが行われ、職を失う社員が増えている。  |
| 乗用車販売店（営業担当）                  | ・エコカー減税などの期間延長が期待できる半面、駆け込み需要は減少する。既に客の多くは報道に対して敏感に反応している。  |
| 乗用車販売店（営業担当）                  | ・修理のための在庫量も減少が進んでおり、前年比で約20%減となっている。  |
| その他専門店〔食品〕（経営者）               | ・今の調子からすると、先行きはやや悪くならざるを得ない。  |
| その他飲食〔ジャズバー〕（店員）              | ・来客数が減っており、年末にもかかわらず人通りが少ないため、先行きはやや悪くなる。   |
| 観光型ホテル（経営者）                   | ・景気にあまり左右されないはずの婚礼も、今後2～3か月は予約が入っていないほか、デフレ傾向で売上が伸び悩む。  |
| 観光型ホテル（経営者）                   | ・株価の低下が続くなか、新たな政策も打ち出されず、悪いニュースばかりが流れているため、客の動きも低調になる。  |
| 観光型旅館（経営者）                    | ・宿泊施設の予約が前年比で20%ほど減っているほか、景気の減速や新型インフルエンザの影響も出てくる。  |
| 都市型ホテル（スタッフ）                  | ・出張需要が弱いままで、宿泊付きの研修も集客が落ち込んでいるため、先行きはやや悪くなる。忘年会や新年会、定例会合の中止も広がっており、前年の米国の大手金融機関の破たんによる落ち込み以上のスピードで冷え込んでいる。  |
| 都市型ホテル（マネージャー）                | ・宿泊部門はオフシーズンを迎えるほか、円高による外国人観光客の減少や、ビジネス需要に対する価格競争の激化など、良くなる要素が見当たらない。宴会部門の予約状況も減少し、規模も小さくなるなど、ここへきて急速に悪化している。   |
| 旅行代理店（従業員）                    | ・販売単価のより一層の低下が進む。   |
| タクシー運転手                       | ・悪循環に陥っているため、先行きの見通しが厳しい。需要と供給のバランスが取れなくなっている。  |
| 通信会社（社員）                      | ・例年、年末に向けてケーブルテレビの加入者数は伸びるが、今年は増加していない。その一方で解約数は増加しているため、正味数では増えにくい状況となる。   |
| テーマパーク（職員）                    | ・新型インフルエンザの勢いがどの時点で落ち着くのか、今の時点では予想が立たない。  |
| 観光名所（経理担当）                    | ・消費マインドの低迷が続く、業界ではどの企業も苦戦していることから、先行きの見通しは厳しい。例年並みの投資を行っても、同じだけの回収が見込めないことから、投資自体を控える傾向が強まっている。   |
| 観光名所（所長）                      | ・不安定な政局に関するニュースが流れ、余計に財布のひもが固くなる。   |
| 住宅販売会社（経営者）                   | ・円高やデフレの影響で、再び以前のような悪い状態となる。  |
| 住宅販売会社（従業員）                   | ・好材料が見当たらないなかで、消費マインドの低下が進む。  |
| 住宅販売会社（従業員）                   | ・ボーナス支給額は減少が予想されているが、支給状況によってはマンションの購入マインドが冷え込む。  |
| 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が厳しくなるため、先行きの見通しは厳しい。   |
| 悪くなる                          | <p>商店街（代表者）</p> <p>・近隣の大型店との値下げ競争が激しいため、先行きの見通しは厳しい。商店街は人通りがほとんどないため、太刀打ちができない。</p> <p>一般小売店〔衣服〕（経営者）</p> <p>・衣料品は価格の低下が依然として続いている。これから年末商戦やセールが始まるが、客の動きが全く予想できない。</p> <p>一般小売店〔衣服〕（経営者）</p> <p>・年末に向けて明るい兆しもない。さらに、年度末には今以上に厳しい状態となる。</p> <p>一般小売店〔花〕（店長）</p> <p>・一部の取引業者からは、この不況はまだ3～5年続くといった声も聞かれるなど、先行きの見通しは厳しい。</p> <p>一般小売店〔雑貨〕（店長）</p> <p>・たばこが600円や1000円にまで値上げになれば、売上は更に落ち込み、廃業に追い込まれる。</p> <p>スーパー（経営者）</p> <p>・建設や製造といった他業種の企業からも業績悪化の声が聞かれる。社員の収入減少にもつながるため、デフレ傾向は今後更に進む。</p> <p>スーパー（経営者）</p> <p>・昨年から続く家庭での節約傾向も一巡するなか、ボーナスの減少や新卒就職率の大幅な低下により、消費者が家計の切り詰めに更に進める。</p> <p>スーパー（企画担当）</p> <p>・デフレスパイラルに陥っており、景気回復の兆しが無い。買い控えにより、売上、来客数の更なる減少が進む。</p> |

|                |                |                     |   |
|----------------|----------------|---------------------|---|
|                |                | 衣料品専門店（経営者）         | ・政権交代による影響が不透明になってきたため、買い控えが起きており、先行きの見通しも厳しい状況である。   |
|                |                | 衣料品専門店（販売担当）        | ・円高傾向が続くほか、良くなる条件が見当たらないため、今後も厳しい状況が続く。   |
|                |                | その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）   | ・円高で海外旅行などのレジャー消費は増えても、宝飾品などの購入増加にはつながらない。また、為替差益の還元で値下げを進めると利益が減少するほか、円安時に仕入れた在庫品のコスト割れが発生する。      |
|                |                | タクシー会社（経営者）         | ・人が街に出歩かなくなっており、今後もこういった状況が続くため、見通しは厳しい。法人関係では、タクシーチケットの利用が売上全体の減少以上に減っている。                         |
|                |                | 競輪場（職員）             | ・景気浮揚に結びつくような政策がなく、生活資金すら不足する状況において、娯楽に回す資金の余裕はますますなくなる。  |
|                |                | その他住宅〔情報誌〕（編集者）     | ・年度末に向けて企業を取り巻く環境が厳しさを増し、経営破たんに向いて追いつかれる企業が増加するため、連鎖的に業績悪化に陥る。                                      |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなる<br>やや良くなる | -                   | -   |
|                |                | 木材木製品製造業（経営者）       | ・これまで営業努力を行ってきた事業が少しずつ進んでいくため、それに伴って売上、利益が伸びる。  |
|                |                | 化学工業（経営者）           | ・学校の施設、設備工事が止まっているのは、予算の執行停止の影響であるため、今後徐々に動き出せば良くなっていく。   |
|                |                | 電気機械器具製造業（営業担当）     | ・取引先に動きがあり、案件が増えているため、先行きはやや良くなる。   |
| 変わらない          |                | 食料品製造業（従業員）         | ・来年に向けてプライベートブランドの生産を受注している。今以上に販売量が伸びるかは分からないが、少なくとも現在の状況から大きな変化はない。                               |
|                |                | 繊維工業（総務担当）          | ・価格競争ばかりが目立ち、品質や付加価値の説明ができていないため、宣伝文句を工夫し、取引先に出向いて説明もしている。ただし、社員数にも限度があるため、今後も厳しい状況が続く。             |
|                |                | 家具及び木材木製品製造業（営業担当）  | ・近ごろは定時で帰宅できているため、今後も良くなることはない。   |
|                |                | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）  | ・生産計画が上向かない取引先が多いため、今後も厳しい状況が続く。  |
|                |                | 出版・印刷・同関連産業（情報企画担当） | ・円高の影響で企業の来年の計画が見直される事態になれば、景気が上向くことはない。一部の企業からは、1ドル78円までの円高は覚悟した方がよいとの声も聞かれる。特に、大企業の経費の節減はこれからも続く。 |
|                |                | 化学工業（管理担当）          | ・用途別には、LED照明関連は増加傾向となる一方、自動車向けは横ばい、携帯電話向けは弱含み、土木建築関連は一部を除いて低調なまま推移する。全体として、今後2～3か月は今の水準で推移する。       |
|                |                | 一般機械器具製造業（経営者）      | ・当社の顧客には原子力関連の企業が多く、不況にあっても比較的業況は良好であるため、今後数か月は大きく変わらない。  |
|                |                | 電気機械器具製造業（経営者）      | ・先行きは円高の推移に掛かっている。そのほかの条件であれば自助努力で乗り切れるが、為替については見通しが立たない。   |
|                |                | 電気機械器具製造業（宣伝担当）     | ・エコポイント制度の期間が来年末まで延長されたため、消費者の動きにも変化が出てくる。  |
|                |                | 電気機械器具製造業（営業担当）     | ・公共工事が止まっているため、中小企業まで仕事が回ってこない。   |
|                |                | 建設業（経営者）            | ・12月にかけての受注残が少ないほか、モラトリアム法案が可決したこともあり、今後は予断を許さない状況となる。  |
|                |                | 建設業（経営者）            | ・政権交代で公共工事の受注が厳しくなったほか、民間企業も設備投資に慎重であり、受注競争が激化しているため、今後も厳しい状況が続く。                                   |
|                |                | 輸送業（営業所長）           | ・12月に入って多少の荷動きはあるが、1年ごとに取扱量が減っているなど先行きは不透明である。  |
|                |                | 金融業（支店長）            | ・取引先の伸線機メーカーでは、海外向けの新規契約が決まる予定である。価格は厳しい状況であるが、ようやくこれで生き延びることができる。                                  |
|                |                | 広告代理店（営業担当）         | ・売上が前年比で50%と低迷しているほか、同業者の解散も増えているなど、明るい材料が何もない状況である。  |
|                |                | 広告代理店（営業担当）         | ・広告費の動きは景気に左右されるため、現状では増える要素が見当たらない。  |

|        |        |                     |  |
|--------|--------|---------------------|--|
|        |        | その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）   | ・良くなる要素がほとんどなく、過度な円高が小売業者の売りによる価格破壊を招く。  |
| やや悪くなる |        | 金属製品製造業（経営者）        | ・政府による来年度予算の事業仕分けなどで市場の雰囲気が悪く、荷動きが鈍化気味であるため、先行きはやや悪くなる。  |
|        |        | 金属製品製造業（総務担当）       | ・新政権の公共事業見直しにより、ますます建築業界の冷え込みは厳しくなる。   |
|        |        | 金属製品製造業（管理担当）       | ・価格の下落傾向がより一層進む。   |
|        |        | 電気機械器具製造業（企画担当）     | ・新設住宅着工戸数は減少率が若干小さくなるものの、前年比で大幅なマイナスが続くことには変わらない。大手マンション分譲会社の破たんもあり、先行きはまだまだ減少が続くことになる。                |
|        |        | その他製造業〔履物〕（団体職員）    | ・デフレ傾向が続くことで、企業業績にも影響が出てくる。  |
|        |        | 新聞販売店〔広告〕（店主）       | ・折込収入が低迷したまま、上向く気配が全くない。客も経済的な理由で購読をやめるケースが増えており、維持するのが精一杯である。   |
|        |        | 経営コンサルタント           | ・円高やデフレの進行が顧客企業の業績に暗い影を落としており、それが受注見通しにも良くない動きとして表れている。  |
|        |        | 経営コンサルタント           | ・顧客である中小企業の経営者からは、最悪期を脱しつつあるとの声が聞かれるものの、円高の進行で受注の減少を心配する声が増えている。まだ直接的な影響は出ていないものの、3か月先の受注については予断を許さない。 |
|        |        | 司法書士                | ・好材料がなく、不安感だけが増している。現実には案件も少ないため、現状を維持するのも難しい。   |
|        |        | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | ・良くなる見通しや材料が全くなく、非常に不安な状況である。  |
| 悪くなる   |        | 繊維工業（団体職員）          | ・国内景気の状態や、業界を取り巻く環境などを考えると、大変厳しい状況である。   |
|        |        | 繊維工業（総務担当）          | ・冬物商品の販売状況が非常に悪いため、販売会社による商品の引取りが遅れている。今後好転することを期待しているが、現実には難しい。                                       |
|        |        | プラスチック製品製造業（経営者）    | ・本来は受注の見込める今月ですら悪いため、調整期となる2、3月は良くなるはずがない。   |
|        |        | 金属製品製造業（営業担当）       | ・円高の影響で、海外向けの新規受注が決まらない。   |
|        |        | 一般機械器具製造業（設計担当）     | ・まだまだ中小零細企業の受注状況は悪く、多少良くなり始めたとしても、業況が上向くまでには時間が掛かる。  |
|        |        | 建設業（経営者）            | ・例年冬は仕事量が少ないほか、今年は新型インフルエンザに大流行の兆しがある。   |
|        |        | 建設業（営業担当）           | ・建築関連の設備投資が急激に冷え込んでいるため、先行きの見通しは非常に厳しい。取引先からも、事業仕分けなどによって官民共に投資の意欲が減退しているとの声が聞かれる。                     |
|        |        | 不動産業（営業担当）          | ・今年の春からは中国、韓国、インドといったアジア系の投資ファンドが日本の不動産を買い始めていたが、先日のドバイショックの影響で、不動産の相場が更に下がる。                          |
| 雇用関連   | 良くなる   | -                   | -  |
|        | やや良くなる | 人材派遣会社（経営者）         | ・年度末を控えて、IT関連を除く派遣はかなり通常の水準に戻りつつあるため、先行きは多少良くなる。IT関連では、大手生保や電力、ガス会社などで動きは出てきているが、全体的に人が余っている状態である。     |
|        | 変わらない  | 人材派遣会社（社員）          | ・現状では良い材料が全く見当たらないため、数か月先の改善は期待できない。   |
|        |        | 人材派遣会社（支店長）         | ・政府による事業仕分けなどが行われ、来年度予算が決まらないため、様子見の企業が増える。  |
|        |        | 人材派遣会社（支店長）         | ・周辺の一部の企業では持ち直している感もあるが、余剰人員で対応できる程度の仕事量であるため、雇用情勢は厳しい状況が続く。   |
|        |        | 新聞社〔求人広告〕（担当者）      | ・景気が良くなる兆しが一向になく、12月の企画についても出稿需要が見込めない状態である。   |
|        |        | 職業安定所（職員）           | ・良くなる要素が見当たらない。企業経営者からも、相変わらず厳しい話しか聞かれない。  |
|        |        | 職業安定所（職員）           | ・求人数は下げ止まりつつあるが、企業は景気の先行きに不安を持っている。正社員の増加には至らず、パートや臨時の求人にとどまっているので、当分この傾向が続く。                          |

|        |                 |   |
|--------|-----------------|---|
|        | 民間職業紹介機関（支社長）   | ・夏以降は求人数、採用者数共に回復し始めているが、決算を前に再び採用を抑制する企業も出てくる。その一方で、採用に動き始める企業もあることから、しばらくは二極化の状況が続く。  |
|        | 民間職業紹介機関（営業担当）  | ・就職の現場には、早期に回復する材料が見当たらない。  |
| やや悪くなる | 人材派遣会社（経営者）     | ・先行きの見通しが立たないため、年未年始にかけて、派遣契約の終了件数が増えてくる。   |
|        | 職業安定所（職員）       | ・首都圏と比べ、近畿は半年ほど回復の動きが遅れる傾向があるため、良くなるのはまだ先である。   |
|        | 職業安定所（職員）       | ・事業所規模の縮小に伴う再就職支援計画の相談も出てきているため、年末に向けて求職者が増加する。また、高卒の内定率が例年に比べて芳しくない状況にあるため、先行きはやや悪くなる。   |
|        | 職業安定所（職員）       | ・求人数は増えているものの、配送や接客といった未経験でも応募できる求人が多い。一方、転職者の受け皿となっていた職種の募集は、秋ごろから前年の2分の1～3分の1程度しかない。製造業の回復が求人増加につながらないなか、再びミスマッチが増えることで、就職数は低迷する。 |
|        | 職業安定所（職員）       | ・会社の休業に関する助成金の申請件数が増加傾向にあるなど、先行きの見通しは厳しい。また、今後はデフレ傾向や円高による悪影響も出てくる。   |
|        | 民間職業紹介機関（職員）    | ・生活保護を受け始めた日雇労働者の多くは、もう労働市場には戻って来ない。求人も更に減っているため、悪循環に陥る。  |
| 悪くなる   | 新聞社〔求人広告〕（管理担当） | ・景気の悪化により、雇用情勢の悪化に歯止めが掛かっておらず、改善の兆候も全くない。   |
|        | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・3月決算を踏まえて求人数は更に抑えられるため、来年度に向けて動きは悪くならざるを得ない。   |
|        | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | ・勝ち組と負け組がはっきりしているが、勝ち組も先行き不安で身を潜めている感があり、今後2、3か月の広告受注の動きに表れている。   |