

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）	・2月は年間で売上が最も少なくなるが、前年比では伸びる。		
		商店街（代表者）	・節約続きで今月末ごろには客の我慢も限界になるため、月末から2、3月の毎週土曜日にはレシートで抽選に参加できるイベントを開催する。商店街の付加価値を高めることで売上が伸びる。		
		百貨店（売場主任）	・少しずつであるが、前年に比べて来客数が増えているため、売上也伸びる。		
		百貨店（営業担当）	・一部の高額所得者からの問い合わせや引き合いが出てきている。今後は婚礼や入学といった記念日などをきっかけに、商品の購入が前年よりも増え始める。		
		スーパー（広報担当）	・しばらくは所得が大幅には改善しないため、低単価商品へ需要がシフトする動きは変わらない。ただし、買上額に応じて商品券をプレゼントする還元セールや、輸入品の福袋といった新しい取組のほか、値ごろ感のある高額商品は動きが開始している。前年の落ち込みから1年が経過したこともあり、今後は若干改善する。		
		乗用車販売店（経営者）	・一部の中古車販売店では販売が伸びており、それに伴う修理依頼が増えている。ここまで様子を見ていた客がしびれを切らした感もあるため、これ以上は悪くならない。		
		高級レストラン（支配人）	・販売量は季節要因による大きな落ち込みもなく、安定した状況であるため、今後はやや良くなる。		
		一般レストラン（経営者）	・宴会シーズンとなるほか、イベントなどの取組によって来店客が増える。		
		都市型ホテル（役員）	・徐々にではあるが各部門共に回復基調となりつつある。まだまだ前年の売上には届かないものの、今後は徐々に良くなっていく。		
		旅行代理店（広報担当）	・日本選手の活躍でバンクーバーオリンピックが盛り上がることで、その勢いが上海万博も続く。上海万博は、開幕日付近の空き状況に関する問い合わせが開始しているため、少しずつ良くなる。		
		通信会社（社員）	・地上デジタル放送への全面移行まであと1年となるため、春以降も特需が出てくる。		
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球のシーズンが始まり、今年は3、4月に人気球団の試合が開催されるため、来場客数が増える。		
		その他サービス [コインランドリー]（経営者）	・リピート客がもう少し増えてくるため、先行きはやや良くなる。		
		住宅販売会社（経営者）	・これと違って良くなる根拠はないが、住宅に関する問い合わせが少し増え、受注の可能性がある客も出てきている。		
		住宅販売会社（従業員）	・価格の適正な新築マンションや戸建住宅は売れ始めているため、先行きはやや良くなる。特に、価格については底を打った感がある。		
		その他住宅 [展示場]（従業員）	・住宅版エコポイント制度や住宅取得資金の贈与にかかる非課税枠拡充といった、住宅需要の刺激策による効果が出てくる。		
		その他住宅 [情報誌]（編集者）	・年度末に向けて心配されていた、景気が二番底に陥るリスクも低下している。企業の先行きに明るい材料が増えてくれば、消費マインドも上昇する。		
		変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・現状から判断する限り、急に回復することはない。
				一般小売店 [時計]（経営者）	・携帯電話に時計の需要が奪われているほか、考えられない低価格品が雑貨屋などで売られ始めている。時計メーカーの商品は価格を下げるにも限度があるため、先行きは非常に厳しい。
一般小売店 [花]（経営者）	・客が減少し、売上の減少も進んでいるため、今後も厳しい状況となる。				
一般小売店 [衣服]（経営者）	・特に良くなる材料がない。客単価の引上げも含め、各店舗ごとに様々な対策を講じなければ売上の増加は難しい。				
一般小売店 [鮮魚]（営業担当）	・景気が上昇するような要因が全く見当たらないため、今後も厳しい状況となる。				
一般小売店 [菓子]（経営者）	・今の経済状況は非常に悪く、2～3か月で何かが好転することはない。				
一般小売店 [衣服]（経営者）	・今の悪い状態を考えると、先行きへの不安感が大きい。				

一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・1、2月以降も販売量が伸びない状況が続くため、先行きが良くなることはない。
一般小売店〔コーヒ―〕 (営業担当)	・今の出荷量をみると消費のペースがかなり落ちている。年末年始の客の動きも悪かったため、先行きの見通しは厳しい。
百貨店(売場主任)	・消費者の値ごろ感が変わってきているため、物に対する消費は更に厳しくなる。その一方、サービス消費については節約姿勢がやや緩和される。
百貨店(売場主任)	・まだまだ会社員にとっては不況が続いているため、内需拡大や所得の増加につながる対策が取られなければ、すべてが下降傾向をたどる。
百貨店(売場主任)	・無駄な買物はしないものの、必要な物は買う傾向が出てきており、売上は徐々に回復している。一方でメーカーの経営状態は厳しく、人気商品も生産が不十分なため、売り逃しが出ている。消費者は本当に欲しい物がなければ購入をやめるため、まだまだ景気がすぐに回復する状態ではない。
百貨店(売場主任)	・客が増えない限り、現状が好転することはない。賞与や給与をカットしている企業が多く、取引先でもリストラが続いているため、今後も厳しい状況が続く。
百貨店(企画担当)	・ファッションに敏感なヤング層で衣料品の動きが悪いため、先行きは良くならない。
百貨店(営業担当)	・季節的にも新商品が今一つ不足しており、客の動きは相変わらず食料品が中心となっているため、先行きの見通しは厳しい。
百貨店(婦人服担当)	・前年の落ち込みの反動で少しは良くなると期待したが、客の購買行動から判断すると非常に厳しい。さらに、衣料品にはヒット商品もないため、低価格品のみが動く状況に変化はない。
百貨店(売場担当)	・買物客の減少は止まりつつあるが、商品価格の低下傾向には歯止めがかかっていないため、売上の増加にはつながっていない。この傾向は、まだ今後数か月は続く。
百貨店(サービス担当)	・今年のパレンタインデーは日曜日となるため苦戦が予想されるが、バンクーバーオリンピックの影響で薄型テレビの買換え需要が大きく増える。
百貨店(マネージャー)	・景気の回復傾向が消費に波及するまでには、もう少し時間がかかる。経済が大きく好転する要因も特にないため、急速な回復は困難である。
百貨店(店長)	・取引先の情報を聞く限り、今後数か月で良くなるような状況ではない。
スーパー(経営者)	・当社の周辺地域では、人口の減少や雇用情勢の悪化といった要因が重なっているため、今後も消費や売上の伸びる要素が見当たらない。
スーパー(店長)	・回復する材料が見当たらないため、今後も厳しい状況となる。
スーパー(店長)	・スキーなどの観光関係も大きく落ち込んでおり、県下の景気低迷に拍車がかかるため、先行きの見通しは厳しい。
スーパー(店長)	・衣料品では高額商材の売上が回復する兆しはないものの、実用商材は堅調な動きがみられる。来客数は全体的に前年並みとなっているが、客単価や販売点数の悪化による売上の減少が続く。
スーパー(企画担当)	・デフレの進むなか、消費環境の厳しさに変化はない。
スーパー(経理担当)	・企業業績の回復が若干みられるが、所得や消費へは当分波及しない。
スーパー(社員)	・年末年始は例年並みの売上を確保できたが、客の消費がこの期間に集中した面が大きく、今月中旬以降は厳しい売上となっているため、先行きも厳しくなる。
スーパー(管理担当)	・今の状況が急に良くなることはない。
コンビニ(経営者)	・近隣のオフィスビルの入居率が伸びない限り、来客数は増加しないほか、客単価を引上げるようなヒット商品も見当たらない。
コンビニ(店長)	・客単価や来客数は悪化しているが、悪いなりに安定している感があるため、キャンペーンや新商品の投入などで何とか現状は維持できる。
コンビニ(マネージャー)	・給与水準が上がるといっても聞かれず、失業率の改善も進まないため、今後も厳しい状況となる。
家電量販店(経営者)	・3月末にエコポイント制度の基準が変更される薄型テレビは今後も期待できるものの、それ以外の商品の販売量が大きく増えることはない。

家電量販店（店長）	・4月以降にエコポイント制度の対象商品が削減される見通しのため、2～3月は駆け込み需要が生まれるが、それ以降は需要が減少する可能性がある。また、地上デジタル放送の関係でテレビの需要は高まるが、それ以外の商品については売上が伸びない。
乗用車販売店（経営者）	・新車、修理、車検のすべてで売上の増加は期待できず、修理や販売の予約件数も少ない。
乗用車販売店（経営者）	・先行きの良くなる気配がない。政治が安定しない限り、この状況が続く。
乗用車販売店（営業担当）	・決算月に向けてフェアなどを行う予定であるが、補助金などを活用して前倒して購入している客が多いため、例年よりも効果は小さくなる。
乗用車販売店（営業担当）	・早くも減税や補助金の効果は薄れつつあるほか、所得も減少しているため、今のままでは回復は進まない。
乗用車販売店（販売担当）	・全体的な状況に変化はないものの、バンクーバーオリンピックやサッカーワールドカップにより活気が出てくる。
住関連専門店（店長）	・消費者の間でデフレ意識が定着し、適正価格ではもう買ってもらえないという悪循環に陥る。
その他専門店〔医薬品〕（店員）	・催事の開催や広告により来客数は若干回復しているが、前年よりも動きが悪い。ただし、健康に関する問い合わせは以前と変わらず、相談客の来店もあるため、今後も同様の動きとなる。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・パールなどは以前から値崩れしている割に購入者が少ないなど、明るい材料がない。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費者の間に景気に対する安心感が広がるまでは、厳しい状況が続く。
一般レストラン（スタッフ）	・政権交代後は先行きの不透明な状況が続いており、目立った景気政策も実行されていないため、消費低迷やデフレスパイラルにつながる。
一般レストラン（スタッフ）	・良くなる要素が見当たらないほか、デフレが進むなかで不況感はなかなか払しょくできない。
その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・来客数が減っているほか、企業の間では経費の削減が進んでいるため、先行きの見通しは厳しい。
観光型ホテル（経営者）	・2、3月も団体客の動きが極端に悪く、厳しい状況となる。5、6月ごろからは少し団体客の動きも出てくるものの、当面は厳しい状況が続く。
観光型ホテル（経営者）	・現在はあまりにも悪い状況が続いているため、何らかの形で景気対策を期待している。また、消費については、巣ごもり状態が長く続くようであれば、気晴らしの動きも出てくる。
観光型旅館（団体役員）	・例年は2、3月の予約が動き出す時期であるが、まだ客の動きには冷え切った感があるため、見通しは厳しい。
都市型ホテル（支配人）	・景気対策の効果がまだまだ不透明なため、今後も厳しい状況が続く。
都市型ホテル（スタッフ）	・間際予約の割合が増え、より低額なホテルの需要が高まっているほか、連休などの繁忙期以外は客が増えない。
都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門の稼働率は前年並みとなる見通しであるが、単価の上昇は見込めない。また、外国人観光客の動きにもよるが、大きな増収も期待できない。宴会部門の予約状況も良ならず、厳しい状況が続くほか、レストラン部門も高価格帯の店舗に回復の動きは見当たらない。
都市型ホテル（営業担当）	・宿泊は旧正月を迎えるアジアからの団体客が好調であり、稼働率も前年比で10ポイント以上上がっている。ただし、単価が下がっているため、売上は前年並みが精一杯の状態である。一般宴会については、今年に入って間際予約が動き始めているため、少し良くなる兆しが出てきている。
旅行代理店（経営者）	・客が安近短の旅行を選ぶ傾向が続くなど、社会全体に閉そく感がある。また、今後はインターネット予約との価格競争もますます激しくなる。
旅行代理店（営業担当）	・所得の回復が進まなければ、今後も厳しい状況となる。
タクシー運転手	・年度末となるが、良くなる要因が見当たらないため現状維持である。
タクシー運転手	・今のどん底の状態が今後も続く。
タクシー会社（経営者）	・数か月前からの悪い状況は今後も続く。タクシーの利用は高齢者のほか、どうしてもタクシーに乗る必要がある人に限られ、それ以外ではかなりの節約傾向が続く。

通信会社（経営者）	・春商戦は新規ユーザーの取り込みで若干は盛り上がるが、一時的な動きにとどまる。携帯電話市場では、割賦販売の導入で買換えサイクルが21か月から37か月に大きく伸びた一方、客1人当たりの通信料は減っているため、通信会社の売上は減少している。それに伴い、代理店への販売手数料も減少傾向にあり、その流れを変える動きは今のところ見当たらない。ただし、最近のスマートフォンの人気は携帯市場に一石を投じることが期待され、市場の活性化につながる。
通信会社（経営者） 観光名所（経理担当）	・特に良くなる兆しもないため、今の厳しい状況が続く。 ・前年に比べて元旦から積雪が多いほか、県で一番の積雪地が当市と合併し、当市の積雪量が多めに報道され始めた影響が出ている。客足がかなり少なくなり、体験教室などの予約もキャンセルが相次いでいる。土日、祭日の天候も悪く、来客数が大幅に減ったほか、平日の客も依然として少ない。また、来客数と購入客数の比率も更に悪くなっているため、今後は値打ちのある買得品や、し好を強烈にそその物しか売れない。
観光名所（経理担当）	・悪化傾向は止まり始めたが、回復に向かう材料は少ないため、まだまだ厳しい状況が続く。今は慌てて動いても何も変わらないため、耐えて静観するしかない。
遊園地（経営者）	・景気回復の兆しはまだなく、仮に上向いたとしても、レジャーがその恩恵を受けるのは最後である。
その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・政治や経済に関する不透明感が強いので、レジャー消費が控えられる傾向は当面続く。
美容室（店員）	・基本的には動きの安定した客が多いため、現状維持となる。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・2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）	・消費者の景気回復に対する期待感は薄く、家計の引き締めが続くため、生命保険への加入を検討する客は増えない。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・年末年始はゲーム売上が伸びるため、全アイテムで売上が前年を上回っているが、レンタルは今後も厳しい状況が続く。
住宅販売会社（総務担当）	・客は様子見を行っている感があり、回復する兆しが見当たらない。
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）	・金融機関の融資姿勢は一段と厳しさを増しており、先行きは不透明である。
やや悪くなる	・外資系たばこメーカーも経営状況が苦しいため、今後更に自動販売機が撤去されれば販売量が落ち込む。
一般小売店〔雑貨〕（店長）	・物価の下落や円高で企業収益の悪化が進むため、賃金の減額や雇用不安の問題も先行きが不透明である。また、政府の景気対策についても見通しが立たない。
スーパー（店長）	・先行き不透明感が更に強くなっており、見通しが立たない。競合店からも同じような声が聞かれる。
スーパー（企画）	・今春の賃金交渉でもベースアップは見込めないため、4月以降は更に落ち込む。
コンビニ（店長）	・デフレ傾向は当面変わらないため、コンビニ業界でもファストフード業界に対抗した商品開発が必要となってくる。
衣料品専門店（経営者）	・今後は春にかけて景気は悪くなる。寒い日が続いているので、春物の定価品は春本番になるまで売れない。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・良くなる理由が見当たらないため、先行きの見通しは厳しい。
乗用車販売店（経営者）	・景気政策の効果が徐々に弱まってきているため、先行きの見通しは厳しい。
乗用車販売店（営業担当）	・客の様子にも景気の良くなっている感はないため、見通しは暗い。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・新型インフルエンザの流行も落ち着き、関連商品の動きもほとんどなくなっている。また、今年は花粉の飛散量も少ないと予想されているため、売上は苦戦することになる。
スナック（経営者）	・結婚パーティーの予約が1件あるものの、それ以外は見通しが立たない。
観光型旅館（経営者）	・不況で消費者が余暇を楽しむ雰囲気にならないため、更に悪化が進む。
都市型ホテル（スタッフ）	・春休みの観光シーズンを控えて客単価の上昇をねらっているが、先行きは不透明である。近隣では居酒屋などの飲食店の撤退や業態変更が増え、空き店舗が目立ち始めている。

		旅行代理店（従業員）	・消費者の購買意欲が低下しており、低価格品にしか関心が持たれないため、先行きは更に悪くなる。
		観光名所（所長）	・入場者数が減少傾向にあるため、今後も悪化が進む。
		その他レジャー施設 [イベントホール] （職員）	・雇用統計は若干良くなりつつあるが、政府のデフレ克服の姿勢も具体性が欠けるなど先行きへの不安感も増してくるため、前売り券の購入や数が月先の予約などが控えられ始める。
		美容室（経営者）	・年金生活の客が多く、来客数の減少につながりやすいため、先行きはやや悪くなる。
悪くなる		商店街（代表者）	・入学、就職関連の動きは多少出るが、そのほかについては全く上向かない。
		一般小売店 [珈琲] （経営者）	・企業の雇用調整が更に進む可能性があり、今後は派遣社員から正社員の調整に切り替わる。それに伴って消費意欲が低迷するという悪循環が進むため、更に悪くなる。
		一般小売店 [精肉] （管理担当）	・価格競争が店の規模に関係なく広がっている。肉の消費は家計に占める割合も高く、客はすぐに上質の肉を食べようとは考えないため、そのきっかけ作りには非常に時間がかかる。業界がデフレの動きに巻き込まれている感が強い。
		一般小売店 [衣服] （経営者）	・将来の見通しが不透明で暗いままでは、消費よりも貯蓄に回す意識の方が強くなる。
		一般小売店 [花]（店員）	・例年に比べて売上も減少しており、景気が上向くようなニュースもない。客の購買意欲もかなり低下しているため、今後は更に厳しくなる。
		衣料品専門店（経営者）	・来年度以降の先行きが不透明であり、家計の極端な引き締めが行われているため、見通しは非常に厳しい。
		その他専門店 [食品] （経営者）	・業者間の値下げ競争でもうからない体質が定着し、デフレスパイラルのような悪循環に完全に陥っているため、環境はより一層悪くなる。
		一般レストラン（経理担当）	・消費者の間で節約志向や内食化が進んでいるため、外食関連では今後もデフレが進む。
		タクシー運転手	・寒い時期は短距離でも利用されていたが、今後は寒さが薄れるにつれて利用が減る。また、家計の引き締めによる影響は大きく、企業によるタクシーの利用も減っているため、先行きの見通しは厳しい。
		テーマパーク（職員）	・先行きがあまりに不透明なため、どうしても消費ではなく貯蓄に消費者の目が向いている。消費の刺激しか景気を高める方法はないが、具体的な政策が出てきていない。
	競輪場（職員）	・前年はこの時期から売上が激減したため、今年も悪くなる。依然として、今年が前年よりも回復した感はない。	
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）	・現在は注文が入り、売上も今まで以上に伸びているため、先行きもやや良くなる。ただし、この状態はいつまでも続かないため、既存事業の拡充や新規事業の構築が急務となる。
		化学工業（経営者）	・各営業担当による売上予測が前年実績を超え、売上目標との差も小さくなっているため、緩やかながらも回復傾向となる。
		化学工業（管理担当）	・半導体関連は減速傾向にあるが、自動車、LED照明関連は上向いている。また、土木、建築関連では、水路の補修用などでまとまった受注があるなど、今後しばらくは良い状態となる。
		金属製品製造業（経営者）	・エコカー補助金やエコポイント制度の期限が延長されたため、国内情勢にあまり変化はないが、海外向けの部品は受注が多少増加する傾向にある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・原子力関連の業況は良いため、今後も受注量などは少しずつ良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・先の見通しを立てられないのが実感であるが、3か月程度先であれば、やや良くなる。
		輸送業（営業担当）	・CM効果で取引先の機などの商品がかなり売れている。また、今までは1件当たり1商品の配達が多かったが、2つ、3つと増えているため、先行きはやや良くなる。
	輸送業（営業担当）	・電子部品工場からの荷物が増えており、来月も増える見込みであるため、先行きはやや良くなる。	
変わらない		食料品製造業（従業員）	・大手企業は海外の好景気に支えられているが、国内では石油関連の資材で値上げが始まっており、業績に影響が出てくる。さらに、海外の好景気で砂糖などの食品原料も値上がり傾向にあり、商品が動いても利益が出にくくなるため、良くても現状維持である。
		食料品製造業（経理担当）	・商品見本市などを開催しても、来客数が前年比で85%程度と活気がないため、見通しとしては厳しい。

繊維工業（団体職員）	・景気の回復感が全くなく、受注量は今後も減少傾向が続く。	
家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・受注量、配達量に変化がないため、今後も厳しい状況となる。	
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・生産増を計画している得意先がない。	
プラスチック製品製造業（経営者）	・在庫処理も進んでこれから良くなる期待感もあるが、上向き要素が見当たらない。家電製品も買換えなどの必要最低限の動きはあるものの、基本的にはぜいたく品に当たるため、それ以上の動きは出てこない。	
窯業・土石製品製造業（経営者）	・良くなる要素が見当たらず、今後も厳しい状況となる。	
金属製品製造業（管理担当）	・空調、土木部門は同業他社との価格競争に陥っており、デフレスパイラルの状況が今後も続く。ただし、ソーラーパネル部門は、自治体による補助制度や環境問題、品質の向上といった追い風により、順調に売上が伸びる。	
金属製品製造業（営業担当）	・車両関係の取引先によると、4月以降も特に落ち込みはなく、秋ごろまでは今のペースで推移する。	
電気機械器具製造業（経営者）	・輸出の面では良い方向に進むため、現状維持となる。	
電気機械器具製造業（企画担当）	・住宅版エコポイント制度が導入されるが、当社の製品は対象商品に入っていないため、当面は影響がない。	
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・状況が更に改善する要因が見当たらない。	
電気機械器具製造業（営業担当）	・先行きの見通しが立たないため、今後も厳しい状況が続く。	
電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量は底の状態を脱したものの、その後は横ばいとなっている。取引先からの引き合いも特に増えていないため、今後も厳しい状況となる。	
建設業（経営者）	・状況の好転する要因が見当たらない。	
建設業（営業担当）	・顧客への年始のあいさつ回りでも、厳しい話ばかりであった。ただし、一部の顧客は先行き不透明なため設備投資を見合わせているが、景気が好転すれば投資を行う準備を進めている。	
輸送業（営業所長）	・新規案件の情報が少なく、出てきても交渉がなかなか進まないため、今後も厳しい状況が続く。	
輸送業（総務担当）	・企業の業績次第であるが、特に明るい情報は無い。	
通信業（管理担当）	・良くなる要素が見当たらないため、今の状況が続く。	
金融業（支店長）	・取引先の建売業者では、内装用の重機を二流メーカーの製品に入替えてコストダウンを図っているほか、住宅版エコポイント制度の活用に適した戦略に切替える動きをみせている。	
不動産業（営業担当）	・市内中心部の事務所でも解約が続いている。新たに事務所を構えたり、出店したりというニーズが非常に減少しているため、更なる賃料の低下や空室率の上昇につながる。	
新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込件数は上向いているものの、広告主の数量調整で1件当たりの枚数が減っているため、収入の伸びにはつながらない。	
広告代理店（営業担当）	・今年度中については、顧客企業からも良い話はあまり聞かれない。	
司法書士	・解散登記はあっても、新たな会社の設立は相談すらない。事件数の減少から考えると、現状維持が精一杯である。	
経営コンサルタント	・顧客企業や業界の様子をみると、一部の大企業、商品を除けば、しばらくは足踏み状態が続く。	
コピーサービス業（従業員）	・経費削減により印刷会社への発注を見直す企業が増えているため、既存客との取引は減少する。今後は、システムインテグレータなどのITソリューション企業のような、仕事の増えている企業との取引が急務である。	
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・設備投資が減り、見積依頼が非常に少なくなっているため、今後も悪い状況が続く。	
その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・景気好転の兆しがまだないため、先行きの見通しは厳しい。	
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・輸出が少し持ち直しているほか、成長産業のバイオや再生医療、環境関連も少しずつ動き出しているが、大きな市場になるには時間がかかる。
	金属製品製造業（総務担当）	・現在の受注量では工場の存続が非常に厳しくなっており、雇用調整も考えざるを得ない状況であるため、見通しは非常に厳しい。

	その他製造業〔履物〕 (団体職員)	・年度末を控えて、物価の下落や企業収益の悪化による先行き不透明感が広がる。
	建設業(経営者)	・住宅、店舗共に、建て替えよりも改修で済ます客が増えているため、受注額は減少が進む。
	広告代理店(営業担当)	・取引先の広告予算が前年より減っている感があるため、広告量は増えない。
悪くなる	繊維工業(総務担当)	・受注が前年の30%前後まで落ち込んでおり、無理な売り込みが増えるため、利益の確保も難しくなる。
	繊維工業(総務担当)	・当社で扱っている靴下の場合、前年は他業種ほど急激な悪化がなかったものの、今後は一部の業種の回復が報じられている一方、更に悪化が進む。
	一般機械器具製造業(営業担当)	・本来は予算の制約を受けない部署も、コスト削減による予算の都合で仕事が回せないなど、見通しは厳しい。
	一般機械器具製造業(設計担当)	・まだまだ中小企業への発注がない状態が続いているため、先行きの見通しは厳しい。
	経営コンサルタント	・中小企業の経営者は一様に、景気対策の必要性のほか、現政権への失望を口にしている。マインドが後ろ向きであるため、このままではますます状況は悪化していく。
	その他サービス〔自動車修理〕(経営者)	・取引先や外注先からは良い話が聞かれないため、見通しは厳しい。
雇用関連	良くなる やや良くなる	-
	求人情報誌製作会社(企画担当)	・求人数の前年比は緩やかに改善しているため、例年求人の増える3月まではこの傾向が続く。ただし、4月以降については楽観視していない。
	民間職業紹介機関(支社長)	・今期は採用のなかった企業も、夏以降の景気回復を予測して来期の採用を予定している。求人数の推移も安定しているため、今後は緩やかに回復する。
	学校〔大学〕(就職担当)	・雇用環境が良くなるまでには、もう少し時間がかかる。ただし、年度末の動き次第ではあるが、中小企業の雇用意欲は前年よりも高まっている。
変わらない	人材派遣会社(経営者)	・製造業派遣は求人件数が増加傾向にあるものの、労働者派遣法の改正などで先行き是不透明であり、契約の短期化が顕著となっているため、大きな回復は困難である。
	人材派遣会社(経営者)	・案件数、成約数が増え、今後はしっかりと動きになるものの、新年度以降は不透明である。
	人材派遣会社(社員)	・現在の経済情勢や政府の対応から判断すると、早期の回復は困難である。
	新聞社〔求人広告〕(担当者)	・例年1～3月は求人の増える時期であるが、今年はその動きがなく苦戦している。今後の見通しも立たない状態である。
	職業安定所(職員)	・雇用調整助成金の利用日数が減っている企業もあれば、新たに申請を希望する相談も多いなど、先の見通しが立たない企業は依然として多い。
	職業安定所(職員)	・雇用調整助成金の申請件数が依然として減っていないものの、1月中旬からは職業紹介件数が増えている。今後も全体としては今の動きが続く。
	職業安定所(職員)	・景気が回復傾向にあるため、求人が大幅に減少することはない。ただし、中小企業を中心に値下げ圧力が強く、仕事が増えても経営の苦しい企業が多いため、大幅な増加は困難である。
	民間職業紹介機関(営業担当)	・好転する具体的な要因が見当たらないため、今後も厳しい状況となる。
	学校〔大学〕(就職担当)	・新政権の政策がまだ明確ではないため、先行き是不透明である。
やや悪くなる	人材派遣会社(支店長)	・4月に労働者派遣法が一部改正されるなど、マニフェストが実行に移されつつあるため、企業の間で様子見の動きが増える。
	新聞社〔求人広告〕(管理担当)	・雇用が回復しなければ、景気回復が軌道に乗ったという実感は出ない。今は効果的な対策が実施されていないため、雇用回復の道も閉ざされたままとなる。
	新聞社〔求人広告〕(担当者)	・今後も回復の兆しは出てこないものの、薬品業界が好調であるなど、落ち込みは鈍化する。ただし、悪い状況に変化はない。
	職業安定所(職員)	・求人を出さなくなった企業を訪問すると、経営努力の方向が売上の増加ではなく、今の業務をより少ない社員数で行うという方向に向かっている。生産性の向上が雇用の減少に直結しているため、今後は更に悪くなる。

	民間職業紹介機関（大学担当）	・今の状況が続けば、景気は更に悪化していく。海外企業も含めて法人税を下げるなど、企業の支援策を講じなければ、大変な状況に陥る。
悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・モノ、カネ、ヒトの動きが低迷している状況であり、急に良くなることはない。今期をどう乗り切るかが最大の課題で、4月以降は静かな立ち上がりとなる。
	民間職業紹介機関（職員）	・日雇求人市場は縮小傾向が進んでおり、もはや回復は困難である。