

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	その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球が開幕して人気球団の試合が行われるほか、家族向けのイベントも開催予定であるため、来場者数が増える。	
	やや良くなる	一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・販売量と売上は前年とほとんど変わらないが、客の動きは少し上向いてきているため、先行きはやや良くなる。	
		百貨店（売場主任）	・所得環境や心理面の悪い傾向が一気に回復することはないものの、今後、商業施設のリニューアルが相次ぐため、エリア全体の活性化が進む。	
		百貨店（企画担当）	・市場環境は更に厳しくなるものの、改装による売上の減少も一巡し、前年比での数値は落ち着く。	
		百貨店（営業担当）	・今後、大規模なレストランのオープンを予定している。消費者の間でグルメ志向は依然として強いいため、売上も少しは上向き傾向となる。	
		スーパー（店長）	・食料品の来客数は前年比で104%と、この3か月間は堅調に伸びているほか、節分やバレンタインでは高額商品の売行きも良くなっている。家電もエコポイント制度の効果で今後も好調が続く。一方、衣料品の来客数や、商品単価の低下は当面続くことになる。	
		スーパー（広報担当）	・内食関連の商品は堅調な動きが続くなど、顧客ニーズに合った商品や新たな取組に関しては回復傾向がみられる。特に、衣料品は冬物商品の不振が続くなか、春物商品は好調に推移しているため、今後の実需期に向けた好材料となっている。	
		高級レストラン（支配人）	・3か月前の観光のトップシーズンに比べて販売量は減っているが、前年の水準は上回っているため、今後は徐々に良くなる。	
		一般レストラン（経営者）	・ウェディング需要の取り込み強化を計画しているため、今後はやや良くなる。	
		一般レストラン（経理担当）	・単なる低価格路線でない独自の取組を強化することで、生活防衛意識を高める消費者の財布のひもも緩くなる。	
		スナック（経営者）	・2月は最悪の状態であったため、今後は多少良くなる。	
		都市型ホテル（マネージャー）	・春からは隣の県で平城遷都1300年祭が本格的に始まるため、宿泊部門の上向き期待があるほか、宴会部門の予約状況もやや前年を上回っている。ただし、高級レストランなどを利用する個人客の動きは不透明である。	
		旅行代理店（経営者）	・今後、新型インフルエンザの流行で減少した分は戻ってくる。ただし、高額商品が動くためには、3月の企業決算が好調となり、株価が上昇しなければ難しい。	
		旅行代理店（広報担当）	・上海万博の開幕日周辺ツアーは販売が好調である。パンクーパーオリンピックを皮切りに、上海万博、サッカーワールドカップと今後は話題が尽きないため、旅行マインドは徐々に高まっていく。	
		遊園地（経営者）	・来客数が回復傾向にあるほか、客単価も若干ながら前年を上回っており、レジャー消費に下げ止まり感が出始めている。	
		住宅販売会社（経営者）	・問い合わせは増えたが、なかなか成約に至らないほか、以前よりも低予算の客が増えている。ただし、前年の夏から冬前にかけてはほとんど動きがなかったことを思えば、低予算でも動きが出てきたことは良い傾向であり、明るい見通しが持てる。	
		住宅販売会社（総務担当）	・住宅版エコポイント制度の効果が出始めるため、やや良くなる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・今の傾向が一気に変わる気配はない。
			一般小売店〔花〕（経営者）	・経費の削減で従来からの注文を停止する企業が後を絶たない。まだまだ企業の間では回復の兆しが無い。
一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・今後数か月で上向き材料は全くないが、アパレル業界では客の動きに変化の予兆が感じられる。			
一般小売店〔鮮魚〕 （営業担当）	・少し暖かくなって外出が増えることを期待しているが、良くなる条件は全く見当たらない。			
一般小売店〔精肉〕 （管理担当）	・牛肉や豚肉の卸値は上がらず、生産者は悲鳴を上げている。消費者に認められるためには価格と品質のバランスが必要となるが、食品の場合はどこでバランスが取れるのかの想像がつかない。ある程度のバランスが取れなければ、業界は負のスパイラルから抜け出せない。			
一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・大手自動車メーカーのリコール問題が取りざたされるなど、経済、政治共に明るい兆しが全くない。			

一般小売店〔野菜〕 (店長)	・依然として変化の起きる要素が見当たらない。
一般小売店〔花〕(店員)	・例年よりも売上、来客数共に減少しており、春に向けた祝い事に伴う予約も少ないため、先行きも悪い状況が続く。
一般小売店〔カメラ〕 (販売担当)	・2月は少し良くなってきたものの、売上の増加はこれ以上望めず、現状維持が精一杯である。
一般小売店〔コーヒー〕 (営業担当)	・出荷量が激減しており、どの店舗も限界に近い経営状態となっているため、見通しは暗い。
百貨店(売場主任)	・依然として就職難などの動きもあり、回復の兆しは感じられない。消費に限っても積極的な客と消極的な客の二極化が進んでいるため、トータルでは横ばいの動きとなる。
百貨店(営業担当)	・海外の高級ブランド品については、高品質で価値のある商品は売上が伸びるが、価格が高いだけの商品は今まで以上に苦戦する。
百貨店(婦人服担当)	・景気の実感があまり良くないため、しばらくは今のような状態で推移する。
百貨店(店長)	・現状は来客数、販売量共に苦戦している。メーカーには回復の兆しが少し出てきた一方、末端の小売業者では回復の見通しが立っていない。
百貨店(売場担当)	・客の間には、必要な物を必要な分だけ買う意識や、とにかく安く良い物を選ぼうとする意識が依然として強いいため、販売量や売上はなかなか上向かない。
百貨店(サービス担当)	・大阪万博40周年などの記念行事を活用し、春から集客力のある催事を行うため、新たな顧客の獲得につながる。
スーパー(経営者)	・競合店との客の取り合いが続くため、広告や特売などで客は動く。
スーパー(経営者)	・景気対策で一部の大企業は業績が持ち直しつつあるが、中小企業、特に地方の中小企業には景気の良くなる気配がない。
スーパー(経営者)	・食品類の値下がり傾向は、原料価格の上昇した商品でも進んでいる。春闘の状況をみても、企業の業績回復が個人所得にはすぐに反映されないため、財布のひもは緩まない。子ども手当が少しでも消費に回ることを期待している。
スーパー(店長)	・収入が上がらなければ、客は安心して消費を増やせない。現状は商品を少しでも安く手に入れようと、店を買い回る客が多いなど、回復の手掛かりはまだ見当たらない。
スーパー(店長)	・相変わらず衣料品の動きが悪く、食料品も競合店との価格競争が激しいため、先行きの見通しは厳しい。
スーパー(店長)	・物価の下落や円高、企業収益の悪化、雇用不安などにより、今後も消費者の節約傾向は続く。
スーパー(企画担当)	・デフレの進むなかで消費者の生活防衛の姿勢は変わらず、競争の激化も進む。また、今年は春闘の見通しも厳しい。
スーパー(経理担当)	・プレミアムビールが売れ、イタリア料理の食材の動きが好調となるなど、内食化にも新たな傾向がみられる。食の安全志向や節約志向に支えられた内食化とは異なり、今後は前向きな動きにもつながってくる。
スーパー(企画)	・来客数はほぼ横ばいで推移するものの、客単価の下落傾向は今後も続く。
スーパー(社員)	・主力部門である食品の売上は堅調であるが、客はディスカウントストアやセールに集まるなど、価格を重視しているため、売上全体は大きく伸びにくい状況が続く。
コンビニ(経営者)	・これからの時期は飲料水がよく売れるが、価格が10%ほど下がっているため、今年は例年ほど売上が伸びない。
コンビニ(経営者)	・近隣のオフィスビルでは入居率の回復がみられず、来客数の増加には期待できないほか、客単価を引き上げるような高額ヒット商品も見当たらない。
コンビニ(店長)	・買い控えや節約の動きは十分に進んでいるため、競合店の出店などを除けば、これ以上の急激な悪化はない。
家電量販店(経営者)	・エコポイント制度の延長が決定したことで、当店ではエコポイント関連商品やオール電化の積極提案を進めるが、特に3か月先に景気が良くなる要素はない。
乗用車販売店(経営者)	・3月の決算期が近づいても、販売、修理共にあまり好調ではないため、先行きの見通しは厳しい。
乗用車販売店(営業担当)	・ほとんどの客が値引きを求めてくるなど、景気の現状はまだまだ悪いため、明るい見通しは持てない。
その他専門店〔宝石〕 (経営者)	・大手自動車メーカーのリコール問題を含めた不安定な内外情勢により、客の間で消費マインドが低下するため、今の状況が続く。

その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・生活必需品の取扱いが多いため、消費全体の動きに応じた推移となる。1品単価の低下により、売上を確保するには買上点数を上げるしかないため、客には買物カートの利用を呼び掛けている状況である。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・前年はインフルエンザの流行で悪かったことを考えると、今年は更に悪化しているため、今後も厳しい状況となる。
その他専門店〔医薬品〕（店員）	・来客数が伸びているほか、広告を出した日は客単価も若干上がっているため、今後も回復の動きが続く。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・大阪府によるプレミアム付き商品券が発行されたため、その波及効果に期待している。ただし、生活用品や春に向けての準備が優先されるため、宝飾品の購入にはつながらない。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費意欲の高まる雰囲気がない。
一般レストラン（スタッフ）	・最近の様子から判断すると、今後も横ばいで推移する。
一般レストラン（店員）	・気温の上昇で今よりは来客数は増えるが、それは例年のことであり、ほかに良くなる要素が見当たらない。
観光型ホテル（経営者）	・5、6月頃からは少し上向いてくると期待しているが、それまでは前年以上に厳しい状況となる。
観光型ホテル（経営者）	・デフレの動きが続いているため、状況が大きく変化することはない。
観光型旅館（経営者）	・今の悪い流れを変えるような対策が取られていないため、変化が起こることはない。
観光型旅館（経営者）	・周辺施設の予約状況をみても空きが多いため、今後も厳しい状況が続く。
観光型旅館（団体役員）	・現状は大きく回復する要因は見当たらないが、大手旅行会社の間では、春以降に少し動きが出てくるとの声が聞かれる。
都市型ホテル（スタッフ）	・来客数は上昇傾向にあるものの、客単価は前年を大きく下回っている。特に、インターネット販売による単価の大幅な低下が避けられないため、今後も苦戦することになる。
都市型ホテル（スタッフ）	・現状よりも悪化することはないものの、上向き要素は全く見当たらない。
都市型ホテル（役員）	・宴会は、前月から企業の大型宴会の受注が落ち込んでいる。宿泊、レストランについても、値下げ競争が続くなか、売上の増加にはなかなかつながらない。
都市型ホテル（営業担当）	・3月後半から春休みで観光シーズンとなるため、宿泊はアジアからの団体客、国内客共に予約が伸びている。ただし価格は低いほか、アジアからの団体客はキャンセル率も高いため、売上の予想は難しい。一方、一般宴会では謝宴会や歓送迎会の予約が入っており、ほぼ前年並みに戻る気配となっている。
タクシー会社（経営者）	・3か月前に比べて利用が非常に少なくなっているが、今が底の状態であり、今後は横ばいで推移する。
通信会社（経営者）	・通信会社の収入が伸びず、販売促進に費用を割かなくなっている。スマートフォンなどの新商品の伸びには期待できるものの、国内の通信会社は対応の遅れている感がある。
通信会社（経営者）	・客の動きをみても、今後も厳しい状況は変わらない。
通信会社（社員）	・街の雰囲気は悪いが、不況による落ち込みを地上デジタル放送関連の需要が支えるため、全体としては現状維持である。
通信会社（社員）	・特に良くなる要因がないため、今後も厳しい状況となる。
通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設向けのゲーム機器の見本市では、大手メーカーの出展商品も比較的小型で安価な物が目立つなど、上向き要素が見当たらない。かつては規模や豪華さを競っていたが、現実路線にシフトしている。
観光名所（経理担当）	・当地域で毎年行われているイベントには多くの人が来場するため、各店舗はその波及効果で一定の売上を確保してきた。ただし、今年は来場者数が前年比で35%減となり、大幅な売上減となっている。土日、休日はある程度の来客数となるが、平日は特に団体客が減少しているため、先行きにも明るさはみられない。
観光名所（経理担当）	・大きく状況は変わっていないが、近郊からの来客数が少し回復している。レジャーの行き先が近場に変わってきている。
競輪場（職員）	・特に良くなる要素が見当たらないので、前年と同様であまり変わらない。

	<p>その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設] (企画担当)</p> <p>美容室 (経営者)</p> <p>その他サービス [生命保険] (営業担当)</p> <p>その他サービス [ビデオ・CD レンタル] (エリア担当)</p> <p>住宅販売会社 (従業員)</p> <p>住宅販売会社 (従業員)</p> <p>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)</p> <p>その他住宅 [展示場] (従業員)</p> <p>その他住宅 [情報誌] (編集者)</p>	<p>・特に明るい見通しはない。子ども手当については、定額給付金と同様に日常の消費に回り、行楽関連への波及は少ない。</p> <p>・新店舗が増えてきたが、来客数が多いのは最初だけで徐々に減ってくるため、増収を続けることは難しい。</p> <p>・各業種共に来年度の賃金交渉は厳しい結果となり、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。</p> <p>・今後もレンタル料金の価格低下が続くため、ポイント事業の提携強化や新型パッケージの導入などで売上を伸ばす。</p> <p>・安価なマンションの販売状況は良くなる一方、高額物件の販売状況は苦戦が続く。</p> <p>・今後も厳しい状況が続くものの、住宅版エコポイント制度などの諸施策の効果が出始める。ただし、実際の購入に対する慎重な姿勢は変わらない。</p> <p>・不動産の実需は増加傾向にあるものの、金融機関の融資姿勢は先行き不透明である。</p> <p>・住宅取得資金に関する贈与の非課税枠拡大に期待しているが、給与の減少が続く現状では、住宅需要の喚起は困難である。</p> <p>・雇用環境の悪化や先行き不安から、不動産市場の回復期待は引き続き薄い。住宅版エコポイント制度などの効果も限定的なものにとどまる。</p>
やや悪くなる	<p>商店街 (代表者)</p> <p>商店街 (代表者)</p> <p>一般小売店 [時計] (経営者)</p> <p>一般小売店 [珈琲] (経営者)</p> <p>百貨店 (売場主任)</p> <p>百貨店 (商品担当)</p> <p>スーパー (店長)</p> <p>スーパー (管理担当)</p> <p>スーパー (開発担当)</p> <p>コンビニ (店長)</p> <p>衣料品専門店 (経営者)</p> <p>家電量販店 (店長)</p> <p>乗用車販売店 (営業担当)</p> <p>住関連専門店 (店長)</p> <p>都市型ホテル (支配人)</p> <p>競輪場 (職員)</p>	<p>・春物商戦も限られた業種にしか動きがないため、全体としての見通しは厳しい。</p> <p>・客は必要な物以外は買わず、来店頻度も減少しているため、先行きの見通しは厳しい。</p> <p>・購入客の年齢層が徐々に上がっている感がある。特に、若い客の間では先行き不安定感が広がっており、買物をする雰囲気を感じられない。特に今年は閉そく感が強いいため、先行きの見通しは暗い。</p> <p>・来客数が減少しているため、今後は厳しい状況となる。</p> <p>・近隣の百貨店の増床やショッピングセンターのオープンにより、客の奪い合いが今以上に激しくなるため、景気全体が良くならない限り増収は難しい。</p> <p>・当社を含めて、周囲では人員整理を進めている企業が増えているため、高級品や不要不急の商品の購入は更に控えられる。</p> <p>・先行き不安が消費に大きく影響しており、明るい兆しは全くない。民間企業の自助努力では限界が出てきている。</p> <p>・春の賃上げ交渉も厳しい結果に終わるため、更に消費が冷え込む。</p> <p>・収入が少ないままでは客の購買意欲も高まらず、景気は低迷したままとなる。</p> <p>・デフレ状況が続く以上、コンビニ業界では大幅な回復はもちろん、前年を上回ることは厳しい。</p> <p>・セールが終了して定価販売に戻るため、ヒット商品を打ち出して売上を支えなければ、今以上に悪くなる。</p> <p>・エコポイント制度の改定で対象商品が減るため、需要は鈍化する。特に、3月の駆け込み需要により、4月以降は動きが落ち着く。地上デジタル放送関連でも対応テレビの普及が遅れているため、2台目を購入する動きも鈍化する。</p> <p>・今月は新車の発表や決算商談会など、来客数の増加を期待できる月であったが、政治不信や大手自動車メーカーのリコール問題が目立っている。今後も世間の雰囲気は悪くなる要素しかない。</p> <p>・物が売れずに苦勞していることが分かっているため、客は値切って当然と考えている。セール品を更に値切るのは当たり前で、値引きを渋ると腹を立てる客もいる。不況が進み、社会全体の常識のレベルまで落ちている。</p> <p>・良くなる材料は見当たらず、今後は更に悪化傾向となる。</p> <p>・3、4月は客も物入りな時期となるため、例年売上は良くない。特に今年は生活資金すら不足気味になるため、更に悪くなる。</p>

		その他サービス [コインランドリー] (経営者)	・近隣に競合店の出店が決定しているため、今後はやや悪くなる。
	悪くなる	衣料品専門店 (販売担当) 乗用車販売店 (経営者) 乗用車販売店 (経営者)	・取引先も年度末はかなり厳しい様子で、来年度に入っても上向き気配がない。 ・エコカー減税などの効果も薄れつつあるため、先行きの見通しは厳しい。 ・リコール問題や国内の政治不信により、いずれ将来不安が失望感に変わってくるため、景気の良くなる要素はない。
企業 動向 関連	良くなる	広告代理店 (営業担当)	・ゴールデンウィークにはイベントなども企画しているため、徐々に回復に向かう。
	やや良くなる	木材木製品製造業 (経営者)	・既存事業の受注は減少が続くものの、新規事業の取組を進めているため、近い将来に効果が出始める。
		化学工業 (経営者)	・得意先や同業者との会話にも明るさが戻り始め、具体的な商談も増えつつある。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・東南アジアや東アジアに拠点のある電子機器関連の取引先は、ものすごい勢いで増産を行っているなど、一部の業界では改善が進んでいる。ただし、国内では雇用情勢が非常に厳しいほか、自動車業界などの先行きも不透明である。
		建設業 (経営者)	・受注は増えているものの、単価や利益率は厳しくなっている。ただし、土地が動き始めているという話も聞かれるため、先行きはやや良くなる。
		建設業 (営業担当)	・業種、企業ごとに偏りはあるが、業績の回復に伴って設備投資を計画している取引先が年末に比べて増えている。
		輸送業 (営業担当)	・電子部品関係で国内外向けの荷物が増えている。製造業関連の荷物が3か月連続で増えたのは数年ぶりである。
		金融業 (支店長)	・取引先の建売業者では、客の間で住宅版エコポイント制度への関心も高まっており、今後も良い動きの続く感がある。ただし、好調な期間は2~3か月と長続きしない。
		広告代理店 (営業担当)	・売上が前年並みにまで回復し、注文も少し増えているため、先行きはやや良くなる。
	変わらない	食料品製造業 (経理担当)	・残業も減っており、サラリーマンの収入増加は見込めないため、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)	・来月は少し良くなるものの、具体的なプラス要因は見当たらない。
		化学工業 (管理担当)	・液晶バックライト用LEDは品薄状態が続くほど好調であるため、LED用の樹脂は高水準で推移する。先行きが不透明なのは自動車関連で、大手自動車メーカーのリコール問題が予想以上に拡大し、影響は避けられない。販売台数が落ち込めば電装部品の需要も減るため、売上も減少する。
		プラスチック製品製造業 (経営者)	・上向き要素は見当たらないが、底割れする要素も見当たらない。
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	・良くなる材料がないので今後も変わらない。
一般機械器具製造業 (経営者)		・原子力発電関連の市場は今後も活発な動きとなるため、今の状況が続く。	
電気機械器具製造業 (経営者)		・自動車は多くの産業と関係があるため、自動車業界が好調であれば景気全体も良くなる。今回の大手自動車メーカーのリコール問題は身近に影響が出るため、先行きは不透明である。	
電気機械器具製造業 (営業担当)		・案件はあるものの、現状維持が精一杯である。	
電気機械器具製造業 (企画担当)		・今年後半に着工となるマンションの設計が始まるなど、マンション開発の動きが少し出てきている。	
電気機械器具製造業 (宣伝担当)		・サッカーワールドカップの開催による需要増は期待できるが、一時的な増加に終わる可能性は否定できない。	
電気機械器具製造業 (経理担当)		・2、3か月の短期間で好転する要素は見当たらない。	
建設業 (経営者)		・民間関係の工事は、企業業績が回復して設備投資が計画されなければ増えないため、景気全体の回復とは時間差がある。	
建設業 (経営者)		・住宅版エコポイント制度の効果が期待されるものの、実際にはほとんどメリットがなく、需要も増えない。	
輸送業 (営業担当)		・取引先のシステムベッドが予想以上に売れているため、今後品切れを起こして配達件数が減る可能性もある。そのほかの商品については、横ばいで推移する。	
輸送業 (営業所長)	・今月は受注が微増となったが、先行きは不透明である。		
通信業 (管理担当)	・変わる要素がないため、今後も厳しい状況が続く。		

		司法書士	・2月に入っても案件が少なく、良くなる要因が見当たらないため、しばらくは今の状態が続く。
		経営コンサルタント	・住宅関係の顧客をみても、業界の急速な回復は困難である。依然として生産調整や経費削減などの対策を進めているため、今後も厳しい状況となる。
		経営コンサルタント	・全般的に変わらないものの、少しは変化が出てくる。繊維関係の中小企業では、手ぬぐいなどの消費者への直接販売が好調となっているほか、建築資材関係の製造業でも、従来の壁紙は全く売れないが、高機能の塗料の売行きが伸びている。本当に価値のある商品は支持され始めるなど、何か根本的な部分で変化が出てきている。
		その他非製造業〔機械器具卸〕(経営者)	・全体的に不透明で、今後の見通しが立てられない状況である。
やや悪くなる		食料品製造業(従業員)	・生産量は前年並みを維持できても、同業他社の低価格品との競争になるため、売上の減少は避けられない。また、寡占化の進んでいる原料では値上げの動きもあるため、状況はますます厳しくなる。
		繊維工業(団体職員)	・受注量の回復が見込めないため、先行きはやや悪くなる。
		繊維工業(総務担当)	・経費をかけない催事は客が集まらず、経費を掛けると利益が圧迫される。何もしなければ販売量が落ち込む一方であるため、先行きの見通しは暗い。人員の削減だけでは利益を確保できなくなっている。
		繊維工業(総務担当)	・消費者による靴下の購買意欲の低下が進むなか、販売先からの更なる値下げ要求が出ている。これまで何度となく値引きを受け入れており、利益水準は下がる一方である。
		出版・印刷・同関連産業(情報企画担当)	・大手企業が開発を進めている代替エネルギーなど、環境関連はこれからも成長が期待されるが、中小零細企業の経営は今後も苦しい状態が続く。また、出版業界の不況の原因は本を読む人が減ったことであり、電子書籍の普及も進むため、今後は更に厳しい状況となる。
		金属製品製造業(経営者)	・国内鉄鋼材料の値上げに伴い、輸入品の使用が増えるため、国内メーカーは減産せざるを得ない。
		金属製品製造業(管理担当)	・今後は案件の情報が出てくる期待もないため、更なる業務改善、人件費を含む経費削減が必要となる。
		金属製品製造業(営業担当)	・公共事業の削減により、建築関係の仕事が特に地方で減っているため、先行きの見通しは厳しい。
		金属製品製造業(総務担当)	・年度末の工事が終われば案件がほとんどないため、工場の休業日数を増やさざるを得ない。
		電気機械器具製造業(企画担当)	・国内市場は既に飽和状態となっている。現段階で海外進出は考えていないが、海外市場で顧客を獲得するにも、円高の進行で更に厳しい状況となる。
		その他製造業〔履物〕(団体職員)	・デフレによる影響が企業業績にも出てくる。
		広告代理店(営業担当)	・年度始めとなり、各社は広告費の更なる引き締めを行う。
		その他サービス〔自動車修理〕(経営者)	・取引先からも良い話が聞かれないため、見通しは暗い。
悪くなる		化学工業(企画担当)	・原料価格の高騰による従来の落ち込みと違い、不況の長期化で安値志向が定着しているため、利益の出るような高額原料の需要が当面伸びることはない。
		一般機械器具製造業(設計担当)	・大企業は少し上昇傾向となる様子であるが、中小企業の下降傾向はまだまだ続く。
		一般機械器具製造業(営業担当)	・今年に入り、忙しい部署もあれば暇な部署もあるという状況だが、来月からはどの部署も暇になる。
		不動産業(営業担当)	・賃貸事務所の空室率が上がり、賃料は下がるなど、需給状況が非常に悪くなっている。賃料を下げてでも借り手が見つからない状態であるため、景気はまだ悪化が進む。
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社(経営者)	・この数か月間の求人数をみると、最悪期を脱した感がある。ただし、年度末までの仕事が多く、それ以降は不透明である。今の時期はどの派遣会社も料金改定や契約更新の交渉を行うが、契約の更新は進んでいる一方、料金の改定に関しては厳しい。
		職業安定所(職員)	・求人倍率が若干ではあるが毎月上昇しているため、先行きは上向き傾向となる。
		民間職業紹介機関(支社長)	・全体的な求人数の増加に加え、大手製造業の来期採用をみても今年度を上回る企業が多いため、4月以降は求人数が更に増える。

	学校 [大学] (就職担当)	・ 求人企業数が増加傾向であるため、今後はやや良くなる。
変わらない	人材派遣会社 (社員)	・ 最悪期を脱して少し上向いてくると期待しているが、政治や経済で問題が山積しており、しばらくは一進一退の状況が続く。労働者派遣法の改正についても、今後の求人動向に大きな影響を与える。
	人材派遣会社 (支店長)	・ いまだに正社員の余剰人員を抱えている派遣先も多く、派遣求人が大幅に増える見込みはない。また、労働者派遣法の改正を見越し、派遣社員の利用を控える企業や、契約社員へ切り替える企業が増えてきている。
	新聞社 [求人広告] (管理担当)	・ 雇用の回復感は乏しく、具体的な対策も講じられていないため、今後も雇用が回復することはない。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・ 不況で大半の企業は採用を控えており、現状維持もしくは縮小を考えているため、今後も広告需要は上向く気配がない。
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・ 年度末にかけて中小企業の倒産が増える見通しであり、先行きは依然として不透明である。
	職業安定所 (職員)	・ 今後も新規求人数については、減少幅の縮小の動きが続く。ただし、製造業の求人は依然として少なく、介護福祉関係が中心となる。
	職業安定所 (職員)	・ 管轄地域の事業所からは先行きが不透明との声が多いため、先行きに変化はない。
	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が、中小企業に対する取引先からの値下げ圧力は強く、仕事が増えても経営の苦しい企業が多い。それに伴い、求人の大幅な増加も見込めないため、今の状況がしばらくは続く。
	職業安定所 (職員)	・ 求人企業が若年層を求める意識は強く、若い世代は多くの求人に応募できるが、採用率は極端に低い。即戦力が求められるなか、これから未就職の新卒者が中途採用市場に入ってくれば、若年求職者が更に過剰となる。
民間職業紹介機関 (営業担当)	・ 好転する要因が見当たらないため、今後も厳しい状況が続く。	
学校 [大学] (就職担当)	・ 採用環境が上向くのは、景気回復から半年から 1 年ほど遅れる傾向があるため、現時点での見通しは厳しい。	
やや悪くなる	新聞社 [求人広告] (担当者)	・ 直近の 3 か月に比べて悪化幅は緩和しているものの、まだまだ回復基調とはならない。
	職業安定所 (職員)	・ 新規、有効求職者数共に減少傾向で推移しているが、管内の中小企業の業況が悪いため、今後は新規求職者が増加に転じる。
悪くなる	民間職業紹介機関 (職員)	・ 現役の日雇労働者が生活保護へ流れており、日雇労働市場の縮小が止まらないため、先行きの見通しは厳しい。