

## 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）	・商店街全体の動きからみて底を打った感があるため、これから徐々に上昇傾向となる。
		商店街（代表者）	・2、3月に毎週行ったイベントの効果が出てくる。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・米国の大手金融機関が破たんした際の落ち込みを考えると、現状は良い方である。最近は商談も増えているため、今後はやや良くなる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・少しずつ良い物が売れるようになっているので、今後はやや良くなる。
		一般小売店〔酒〕（店員）	・様々なイベントや、パック商品などの企画も幾つかあるため、やや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・前年は新型インフルエンザの影響で苦戦したため、今年は前年の水準を上回って推移する。業界では店舗の閉鎖が話題となっているが、継続店舗にはその分、客や商品などの集中する傾向が進む。
		百貨店（売場主任）	・リニューアルはまだ3分の1が終わったところであるため、これから順次進んでいけば来客数はかなり増える。
		百貨店（売場主任）	・前年は新型インフルエンザの影響で落ち込んだため、よほどのことがない限り、売上の前年比は5月中旬から下旬にかけて良くなる。
		百貨店（売場主任）	・前年は新型インフルエンザによる来客数の減少に加え、セールによる1品単価、客単価の下落が進んだが、今年は来客数、購買率の回復が続いているため、先行きの見通しは明るい。
		百貨店（企画担当）	・売場面積の減少が一巡し、前年比の数字上は回復が進む。ただし、それぞれの商品の動きについては楽観視できない。
		百貨店（企画担当）	・出店ブランドの拡大、充実により、持ち直しの動きが進む。
		百貨店（営業担当）	・富裕顧客のなかでもトップクラスの客の間では、美術品や宝飾品といった高額品の引き合いが増える。ただし、以前のように海外高級ブランド品なら何でも売れるわけではなく、本当に良い商品があれば売上の伸びる傾向が進む。
		百貨店（売場担当）	・衣料品にデニムジャケットなどのヒット商材が徐々に出てきたほか、高級ブランドが堅調に推移しているため、先行きはやや良くなる。
		スーパー（広報担当）	・天候不順で季節商材の動きは鈍いものの、衣料品の下取りセールといった新たな取組が客の支持を集めつつある。ただし、全体を押し上げるまでには至らない。6月からは子ども手当が支給されるため、消費意欲を喚起できれば消費の回復につながる。
		スーパー（社員）	・客の間では、多くの店を買い回りしている様子がみられる。買物額は全体として堅調に推移しているため、今後きっかけがあれば少し改善に向かう。
		家電量販店（経営者）	・夏商戦となり、エアコンや冷蔵庫といったエコポイント制度の対象商品の買換えが進む。
	乗用車販売店（営業担当）	・利益率の高い車検の依頼で前年割れの続いている点は気がかりであるが、リコール問題も特に影響はなく、修理の依頼は順調に入ってきている。	
	高級レストラン（支配人）	・桜の開花以前から観光客が増え、開花後も安定した予約状況であるため、先行きの見通しは明るい。	
	一般レストラン（経営者）	・価格以外での商品PRに対して、客の間に反応が出始めているため、先行きはやや良くなる。	
	一般レストラン（経営者）	・会社創立10周年のイベントに向けた企画で客を増やすほか、ウェディング事業の見直しにより売上が上向く。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・前年の新型インフルエンザのような落ち込みは予想されないほか、ビジネス客の動きが回復している。不況による単価の低下は避けられないものの、予約件数が増加傾向にあるほか、宴会では先の予約も前年を上回っている。	
	都市型ホテル（マネージャー）	・前年は新型インフルエンザの影響で落ち込んだため、大半の部門では予約状況が前年を上回っている。ただし、新年度のビジネス客の動きは不透明であり、予断を許さない状況である。	
	旅行代理店（店長）	・前年は新型インフルエンザの影響で最悪の状況であったため、今後はやや良くなる。	

	タクシー運転手	・貸切りでの利用は激減しているものの、どん底の今に比べれば良くなる。
	通信会社（企画担当）	・販売に動きが出てきたほか、消費者が活発に動き始めたため、先行きは明るくなる。
	テーマパーク（職員）	・少なくとも子ども手当などにより消費が刺激され、動きが出てくる。
	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るほか、5月には家族向けのイベントや人気アイドルグループのコンサートも予定されているため、若年層を中心に来場者が増える。
	その他レジャー施設 [ 飲食・物販系滞在型施設 ]（企画担当）	・株価の回復や子ども手当の支給により消費マインドは改善するものの、本格的な回復には業界の努力や相当な時間が必要である。
	住宅販売会社（従業員）	・不動産価格は底を打った状況であり、今市場に出回っている物件には買得感が出てくる。
	住宅販売会社（総務担当）	・特に、アパートなどで住宅版エコポイント制度の効果が出てくる。
	その他住宅 [ 展示場 ] （従業員）	・住宅取得資金の贈与に係る非課税枠拡大のほか、住宅版エコポイントの受付も始まり、客の関心も高まっているため、住宅の潜在的需要の喚起につながる。
変わらない	商店街（代表者）	・天候が良くなって外出しやすい時期となるが、今後も昇給は望めないため、財布のひもは固いままとなる。
	一般小売店 [ 花 ]（経営者）	・会社の経費削減で定期の納品依頼が減少し、いまだに回復の見込みがない。一般の祝い事も予算が抑えられたままで、先行きに回復の兆しはみられない。
	一般小売店 [ 鮮魚 ] （営業担当）	・客の支払の様子をみると、ここ数か月は千円札が多くて1万円札が少ない。客の財布のひもが固くなっているため、まだまだ先行きの見通しは厳しい。
	一般小売店 [ 衣服 ] （経営者）	・消費者の購買意欲は以前ほど落ち込んでいないものの、決して上向きに転じているわけではない。将来に対する安心感がなければ、購買意欲はなかなか上向かない。
	一般小売店 [ 菓子 ] （経営者）	・昨今の景気回復は経費削減や在庫調整の結果であり、企業収益が回復したわけではない。今後も雇用情勢は厳しい状況が続くため、消費は伸び悩む。
	一般小売店 [ 野菜 ] （店長）	・一般小売店を取り巻く環境はまだまだ厳しいため、今後も厳しい状況となる。
	一般小売店 [ 雑貨 ] （店長）	・今後もたばこの販売量が増える要因は見当たらない。
	一般小売店 [ コーヒー ] （営業担当）	・春になると共に外出機会が増えればよいが、年末年始や連休の人の動きをみると見通しは明るくない。
	一般小売店 [ カメラ ] （販売担当）	・景気が悪いなりに消費を楽しんできた若年層も、長引く不況で守りの姿勢となっているため、今後も厳しい状況となる。
	一般小売店 [ 菓子 ] （営業担当）	・今年は4月が近づいても寒い日が多いため、果物などを使った水物商品の動きは悪くなる。
	百貨店（売場主任）	・内需拡大を進めて消費を押し上げなければ、変化につながらない。
	百貨店（売場主任）	・食堂街を充実させたことでリピーターも増えるため、今後も好調が続く。
	百貨店（営業担当）	・紳士物や中年以上の婦人物の動きが相変わらず低迷している。
	百貨店（婦人服担当）	・客は価格に対してまだまだ敏感で、買物の姿勢はシビアであるため、今後も厳しい状況が続く。
	百貨店（店長）	・景気の上昇要因は見当たらないが、ここ数年は前年割れが続いているため、客も買い控えを我慢できなくなっている感がある。
	百貨店（サービス担当）	・全体的に景気回復はみられないが、新しい商業施設が郊外に多くオープンしているため、大阪市内への集客が徐々に難しくなっている。
	百貨店（商品担当）	・売上はかなり回復しており、最悪期を脱した感はある。ただし、周囲の取引先では人員整理や給料の削減が続いているため、見通しは依然として厳しい。
	百貨店（マネージャー）	・一部の経済指標では改善もみられるが、その影響が個人消費にまで出てくる感はないため、しばらくは今の状況が続く。
	百貨店（外商担当）	・給与やボーナスを中心に所得が伸びなければ、消費は増えてこない。
	スーパー（経営者）	・来客数は維持できても、客単価の落ち込みが止まらないため、見通しは厳しい。

スーパー（店長）	・施設全体では、来客数、販売点数がほぼ前年並みの推移となっている。ただし、衣料品は依然として1品単価、来客数の悪化が目立つなど、見通しについては不透明感が強い。
スーパー（店長）	・高齢者の割合が高い地域であり、客からは先行きへの不安で消費をなるべく抑えよとの声が多い。
スーパー（店長）	・安い商品を買って回る客が多いなど、一度減少した消費の増えるきっかけが見当たらない。
スーパー（店長）	・食品では競争が厳しくなっているほか、生活関連でもエコポイント制度の対象商品の変更により、薄型テレビの売行きが若干悪化している。ただし、衣料品は若干回復に向かうことから、全体としては変わらない。
スーパー（店長）	・輸出企業の動きには少し明るい兆しもみられるが、国内で良いのは一部の環境関連のみである。現状では、日用品などの一般的な商品は価格維持が困難である。
スーパー（企画担当）	・今後もデフレ傾向が進むなど、好転する材料が見当たらない。
スーパー（経理担当）	・大手生保の上場や子ども手当の支給による消費マインドの向上に期待しているが、郵便貯金の限度額引上げは、消費に対するマイナス要因となる。
スーパー（企画）	・しばらくは今の状況が続くが、夏の賞与支給額によって大きく左右される。
スーパー（管理担当）	・現在より更に悪くなるとは考えにくい。非常に悪い水準ではあるが、大きく変化することはない。
コンビニ（経営者）	・これから季節的に来客数も増えていくが、弁当、飲料水などの価格が下がっており、菓子類でもプライベートブランドが増えているため、売上増にはつながらない。
コンビニ（マネージャー）	・景気全体が少し回復する可能性はあるものの、流通業が回復するのはもっと後になる。
乗用車販売店（経営者）	・新車購入に伴うスクラップインセンティブが9月まで続くため、しばらくは今の状況のまま推移する。
乗用車販売店（経営者）	・年度末の需要はほぼ例年どおりであったが、新年度からの重量税の変更で月後半は車検台数、登録台数が若干減少するなど、来月以降の動きは不透明である。
乗用車販売店（経営者）	・修理の入庫台数にはほとんど変化がないほか、新車の契約もあまり伸びていないため、先行きの見通しは厳しい。
乗用車販売店（販売担当）	・政治不信や雇用不安などの悪材料が多く、環境の好転する要素はまだまだ足りない。
住関連専門店（店長）	・最近はセールや値引きをひたすら繰り返すだけで、業界全体としての突破口や成功例がまだ見当たらない。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・政情が不安定なまま推移するため、客の購買意欲、来客数共に上向くことはない。
その他専門店〔医薬品〕（店員）	・季節の変わり目で各メーカーが商品の入替えを行っているが、今後の新商品の売行きについては不透明である。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・子ども手当が購買の増加につながる予想は少ないため、今後も厳しい状況が続く。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・購入意欲のある客が少ないため、今後も厳しい状況が続く。
一般レストラン（スタッフ）	・景気はやや持ち直していると報じられているが、消費の上向いている感はないため、今後も厳しい状況となる。平日の支出を我慢し、日曜日の外出が増える傾向が進んでいる。
スナック（経営者）	・3月は期待外れであったが、来月は大きなイベントが予定されているため良くなる。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・消費者の財布のひもは相変わらず固い。ポイントカードの導入で何とか来客数を確保しており、今後はそれに伴う経費の増加が利益の圧迫につながる。
その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・客足が落ちているほか、早く帰る客が増えているため、先行きの見通しは厳しい。
観光型ホテル（経営者）	・今後も団体客の回復にはあまり期待できず、単価の低いインターネット予約に頼らざるを得ない。金～日曜日の集客にはある程度の見込みが立っているが、月～木曜日は単価を下げても非常に厳しい状況である。
観光型ホテル（経営者）	・大企業では業況が好転していると報じられているが、末端の消費にまではお金が回っていないため、見通しは厳しい。
観光型旅館（経営者）	・この4月から電気料金が上がるため、家計の動きに悪影響が出る。
観光型旅館（経営者）	・春シーズンの予約が鈍いため、明るくなる見通しが立たない。

観光型旅館（団体役員）	・全国ネットで展開しているホテルチェーンのなかには、業況の悪化で組合を脱退する動きもあるなど、見通しはまだまだ厳しい。
都市型ホテル（スタッフ）	・先行予約には大きな波があり、見通しが立ちにくい状況である。5月は極端に悪いが、6月は好調となるなど、偏りが大きくなっている。
都市型ホテル（役員）	・宿泊、レストランは値下げで来客数の確保を図っており、売上は前年の水準に届かないものの、来客数は増加傾向となっている。また、宴会は企業からの注文が減少しており、個人客向けパーティも伸びていない。ただし、前年は新型インフルエンザの影響でキャンセルが相次いだため、今年は低水準ながらも売上は前年を上回る。
都市型ホテル（営業担当）	・宿泊については、春休み中は個人客の利用で高稼働となり、それ以降もアジアからの団体客の予約が入っているが、キャンセル率も高いため不透明な状況である。一方、一般宴会は謝恩会や歓送迎会の予約が順調に入っているため、前年並みに戻る。
旅行代理店（経営者）	・前年比では新型インフルエンザの影響が小さくなったことで確実に良くなるが、一昨年水準にまで戻るかは不透明である。
旅行代理店（広報担当）	・上海万博も始まり、旅行マインドは上向くと期待しているが、客の様子では不要不急の出費には全く関心がない。出張や帰省といった必要な物以外は、問い合わせや申込の動きが鈍い。
タクシー運転手	・景気を押し上げる政策が打ち出されていないため、状況はまだまだ変わらない。
タクシー運転手	・3月は異動の増える月であるが、例年に比べて動きがないため、今後も厳しい状況が続く。
タクシー会社（経営者）	・タクシーでなければ移動が困難な高齢者や身体の不自由な人、急用のある人には最低限の利用が見込める。ただし、それ以外ではタクシーを必要としない習慣が定着しているため、今後も利用状況は底の状態となる。
通信会社（経営者）	・例年、春商戦が大きく盛り上がることは少ないが、通信会社からの代理店向け販売手数料が減額されるとの情報もあるため、大きく販売の伸びる月は今までもよりも少なくなる。
通信会社（社員）	・ユーザー当たりの収入の減少が気がかりである。新しいサービスをユーザーにアピールしても反応が芳しくないため、先行きの見通しは厳しい。
観光名所（経理担当）	・今月は寒暖の差が激しく天候も不順であったが、月の中ごろからは人出も増え、売上も前年並みとなっている。前年は来客数、売上がかなり悪かったことを考慮すれば、消費はまだまだ良くなっていない。ただし、体験教室は好調で来客数も増えているため、全体では現状維持となる。
観光名所（経理担当）	・来場者数は少し増えつつあるが、客単価は戻っていない。客の財布のひもは依然として固いため、今後も厳しい状況が続く。
遊園地（経営者）	・景気全体は必ずしも上向きとは言い切れないため、今以上に良くなる感はない。
競輪場（職員）	・ゴールデンウィークには期待したいが、それを過ぎればかなり厳しい状況となる。
その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・イベントの入場者数が下げ止まったものの、政治分野での課題の先送りが続く限り、株価が多少回復した程度では先行きに期待できない。
その他サービス[コインランドリー](経営者)	・例年は売上の低迷する時期となるが、有人営業による客足の増加で一定の売上は確保できる。
その他サービス[生命保険](営業担当)	・各業種共に新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にくい。
その他サービス[ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・今後の売上については、CD販売の落ち込みを新アイテムの導入でカバーする。
住宅販売会社(従業員)	・株価の値動きも重く、景気の好転する材料に乏しいため、購買意欲は上向かない。
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)	・全体的には変わらないが、金融機関の融資姿勢によって左右される。
その他住宅[情報誌] (編集者)	・消費動向は引き続き厳しい状況であるため、販売活動は苦戦が続く。

	やや悪くなる	一般小売店〔花〕（店長）	・例年どおり春は忙しくなるが、客の買い渋りは収まらない。
		一般小売店〔花〕（店員）	・客の節約志向は変わらず、先行き不安からますます買い控えが進む。
		スーパー（開発担当）	・今年の春闘の結果次第であるが、政府の景気対策も遅れているため、先行きの見通しは厳しい。
		コンビニ（経営者）	・低価格の弁当やおにぎりの新製品で集客を図っているが、それほど効果が上がっていない。近隣の購買人口の減少による悪影響は今後も続くため、見通しは暗い。
		衣料品専門店（経営者）	・主婦は自分の服も買い控えており、安い商品しか買わないため、見通しは厳しい。
		家電量販店（店長）	・現在の好調は、エコポイント制度が終わると勘違いした客の駆け込み需要によるものである。4月以降の需要を先食いしている状態であるため、3か月後にはテレビや冷蔵庫、エアコンといった主要商品の販売台数が悪化する。
		乗用車販売店（経営者）	・客の財布のひもは固く、買物をする意欲もないため、先行きの見通しは厳しい。
		一般レストラン（店員）	・良くなる材料が見当たらず、先行きは更に悪化が進む。
		観光名所（所長）	・全体的に売上や入場者数が停滞しているため、見通しは厳しい。
		住宅販売会社（経営者）	・取引先の建築予算が明らかに少なくなっている。
		住宅販売会社（経営者）	・依然として買換え層の動きが鈍いほか、住宅業者も新規分譲より在庫調整を優先させるため、売却物件の減少が更に進む。
		住宅販売会社（経営者）	・根本的な底上げが進んでいるとは考えられず、春の異動シーズンが終われば市場は再び停滞する。
		悪くなる	一般小売店〔時計〕（経営者）
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・春休みやゴールデンウィークのホテル、レストランの予約状況は例年以上に悪いと聞いている。外食に出かける人も大きく減っていることから、消費全体の見通しは悪い。
		コンビニ（店長）	・この2、3か月の間に競合店が近隣へ出店する予定であり、悪影響が出ることは間違いない。
		衣料品専門店（販売担当）	・企業によっては、早めのクールビズを導入して経費を抑える動きが増えている。
		乗用車販売店（営業担当）	・政府やメディアの発表する景気の底打ち、上昇を感じている人はほとんどいない。これまで需要の先取りで帳尻を合わせていたため、今後は厳しい状況となる。
		一般レストラン（経営者）	・客からは、今までにないくらい厳しいといった声がよく聞かれるため、先行きの見通しは暗い。
		タクシー運転手	・政府の主導による景気回復は期待できず、気候が良くなれば乗客も減るため、今後の動向は不透明である。
	通信会社（店長）	・今後は増税や収入減が予想されるなど、消費者が明るい見通しを立てられないため、更に悪化が進む。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	食料品製造業（経理担当）	・子ども手当の支給や高校授業料の無償化なども始まるため、消費の押し上げを通じて零細企業にも良い影響が出てくる。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・最近受注量が多くなってきているため、先行きはやや良くなる。
		木材木製品製造業（経営者）	・新規事業の効果が徐々に出てくるため、収入の増加につながる。
		化学工業（経営者）	・まだまだ力強さはないため、かなり良くなるとまでは言い切れないものの、各営業担当者は随分と明るさを感じている。
		化学工業（管理担当）	・最近受注の動きが底堅いほか、為替相場も円安傾向に変わりつつある。当社は販売先に輸出企業が多いため、先行きはやや良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・好調な業種については、半年間は良い動きが続くほか、円高の緩和も進む。ただし、全体的に不況であることに変わりはないため、今後1年は楽観視が許されない。
		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やユーザーの関心が高い3Dテレビの登場などで、AV関連の荷動きは堅調となるほか、単価の上昇にもつながる。

	輸送用機械器具製造業（経営者）	・設備の更新工事などの引き合いが増える。	
	輸送業（総務担当）	・全体的な景気の回復により、既存顧客の出荷が増え始める。	
	輸送業（営業担当）	・今月は個人向けの荷物が前年よりも15%増えている。家電量販店や食品、衣料品のメーカーが低価格の通信販売に力を入れ始めているため、今後はやや良くなる。	
	金融業（支店長）	・住宅版エコポイント制度がどこまで消費者に浸透するかによって、住宅業者の業績は左右される。	
変わらない	食料品製造業（従業員）	・少し上向き傾向になりつつあるが、極端に安い製品の動きが増えている。販売量は増加するものの、景気の動きが大きく変わる気配はない。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・季節的要因を除けば、特需に関する話は聞かれない。	
	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・4月から新年度がスタートするが、企業の販促の動きは冷え切ったままであるため、状況に変化はない。今後は景気に左右されにくい業界を中心にインターネット経由の取引が拡大するため、印刷業界でも在庫を持たない方式の流通を積極的に取り入れねばならない。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・製造業については良くなる要素が見当たらない。減った需要を多くの企業が取り合うす取りゲームの状況であり、いかに有利な条件でゲームに参加できるかが今後を左右することになる。	
	金属製品製造業（総務担当）	・新年度の予算執行に期待しているが、量的に前年以上の受注は困難である。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・当社の顧客には原子力発電関連の企業が多く、この分野に限れば業況は非常に良いため、3か月程度では大きな変化はない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・中国やインドを中心に景気が良いため、輸出関連企業の好調は続くが、設備関連の増設については今後も厳しい動きとなる。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・現状はまだ本格的な回復ではないため、前年並みの推移が続く。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・先行きについては製品の開発スピードに大きく左右される。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	・社会全体の不況感が薄まらず、融資の抑制や業界への規制強化といったマイナス要素が目立つため、見通しは厳しい。エンドユーザーにも資金確保に注力している様子がみられる。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・案件が増えず、現状維持が精一杯の状態である。	
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・景気刺激策の浸透には時間が掛かるため、大きな変化は生じない。	
	建設業（経営者）	・宅地価格を大きく下げて販売する業者が出始めており、その周辺の宅地は同様に値下げせざるを得ない。建物でも低価格業者が増えているため、ますます価格競争が厳しくなる。	
	輸送業（営業所長）	・来期に入れば新規の作業が多少は増えるが、先行きは依然として不透明である。	
	やや悪くなる	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折り込み件数は良くなっているが、購読者数は経済的な理由による減少が増えているなど、今後も一進一退の動きとなる。
		広告代理店（営業担当）	・今年になって注文件数は増えているものの、今月後半から失速し始めているため、先行きの見通しは厳しい。
		司法書士	・年明けから低迷が続いており、好転する材料もないため、今後もこの状態が続く。
経営コンサルタント		・季節的な動きとして4月には受注が増えるものの、景気の先行きは不透明である。昨今の政治の混乱が不安感を助長することもあり、回復は期待できない。	
コピーサービス業（従業員）		・子ども手当の支給や高校授業料の実質無償化に伴い、塾や予備校といった教育関連業界に活気が出ている。	
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）		・商品の購入につながる見積依頼も出てこないため、先行きは不透明である。	
繊維工業（団体職員）		・国内景気全体の回復感が感じられないため、先行きは更に厳しくなる。	
繊維工業（総務担当）	・現状は問屋としての役割が果たせていないため、ますます取引経路の短縮化が進む。それに伴い、メーカーでは小売店に訪問する出張経費などが増えることになる。		

		繊維工業（総務担当）	・価格の安い靴下といえども、消費者の購買意欲が前年に比べて低下している。この傾向は今後も更に続くため、先行きの見通しは厳しい。
		建設業（経営者）	・建設関係の受注価格は低下している一方で、鉄などの素材価格は値上がり傾向にある。今後は受注競争が更に激しくなるのに加え、中国などの需要が増えて建設資材が高騰する可能性もあるため、見通しは非常に厳しい。
		経営コンサルタント	・取引先の中小企業ではコスト削減などのプレッシャーも強いいため、回復傾向が進まないどころか更に厳しくなる。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・良くなる要素がなく、今後は更に悪化傾向が進む。
	悪くなる	金属製品製造業（営業担当）	・鋼材の値上げに伴いコストが増加するものの、取引先への価格転嫁は困難な状況にあるため、収益が悪化する。
		金属製品製造業（管理担当）	・注引量が毎月落ちているため、先行きの見通しは厳しい。目立った案件の情報もなく、スタッフの出勤調整などの経費削減を行っているものの、大きな赤字が続いている。
		不動産業（営業担当）	・当市の賃貸事務所の需要は悪い状況であり、解約が続いている。新たに入居してくるテナントもなく、賃料が下がり続けているため、先行きの見通しも暗い。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（経営者）	・メーカーや物流関係でかなり求人案件は増えているが、派遣に対する規制が厳しくなっているため、先行き不透明な部分もある。長期と短期で対応も変わってくるなど、派遣依頼に今までのスタイルでは対応できなくなる。
	人材派遣会社（経営者）	・先行きの不透明感が強いほか、労働者派遣法の改正案が国会に提出されたことで、派遣社員の利用の減少や、契約期間を短期化する傾向がみられる。ただし、派遣求人数などの大幅な増加は期待できないものの、最近の人手不足に対応した微増傾向は続く。	
	求人情報誌製作会社（企画担当）	・海外向けではなく、国内営業の求人が増加しているほか、ゴールデンウィーク明けの求人案件が既に出てきている。	
	職業安定所（職員）	・新規求人数が増加し、新規求職者数は減少傾向にあるため、全体的に明るい方向へ向かう。	
	職業安定所（職員）	・求人倍率が毎月徐々に改善しているほか、業種に偏りはあるが周辺企業からも良い話が聞かれるため、先行きはやや良くなる。	
	民間職業紹介機関（支社長）	・企業業績は着実に回復しているものの、新卒採用は絞ったままであるため、現場の人材不足感は強まってくる。それに伴い、ゴールデンウィーク以降はキャリア採用ニーズが高まるため、採用者数は増加傾向となる。	
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・積極的に求人活動を行う企業がどれだけ増えるかがポイントとなる。新たなビジネスモデルが生まれてくることも重要で、安定した仕事をどう確保するか、どう創出するかという具体的な政策が必要となる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・一部に下げ止まり感はあるものの、閑散期となるゴールデンウィークを挟むため、売上の回復は進まない。
		職業安定所（職員）	・求人数は底打ちとなったものの、好調な事業所は一部に限られ、先行きが不透明という声も多い。求人動向は今後大幅に悪化することはないが、横ばいか若干の回復にとどまる。
		職業安定所（職員）	・新規求職者の増加は落ち着いてきたが、職業相談件数や職業紹介件数は増えているため、全体的な状況は今後も変わらない。特に最近では、在職者からの相談や、パート希望の相談が増えている。
		職業安定所（職員）	・メーカーからの求人数が回復傾向にあり、ほかの業界でも増員を目的とした求人が始めているなど、先行きに明るさがみられる。ただし、転職に有利な若年者でも、再就職が決まらない状況に変化はない。求人数が回復傾向にあるとしても、企業の採用基準が下がっているわけではない。
		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）		・雇用関連で新たな政策が打ち出される見込みもないため、今後も厳しい状況が続く。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・各統計では回復がみられるが、雇用の改善につながるまでには時間が掛かる。	
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新年度の4月以降は企業の景況感が更に悪くなるため、特に宣伝関係の予算削減が進む。売上減少に苦しむ企業の間では、支出の抑制による利益追求の傾向がますます強まっていく。	

	民間職業紹介機関（職員）	・日雇求人は建築業界の動向に大きく左右されるが、上向く材料が見当たらない。
悪くなる	民間職業紹介機関（大学担当）	・夏のボーナスには期待できないほか、給与の減少が進むことから、雇用に関する見通しは厳しい。