

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（-：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）	・当地域は来年映画口ケが予定されている。前回ドラマの口ケがあった際は全国から来街者が増加して、周辺の店は少なからず恩恵があったため、先行きはやや良くなる。
		一般小売店〔文具〕 （販売企画担当）	・暖かいため、今一ツ年が明けるとか年を越すという感覚がなく、例年より手帳や年賀状などの出足が遅い。ただ、こういった物は間違いなく使う物なので、若干良くなる。
		百貨店（販売管理担当）	・気温の低下に伴い、コートやジャケットなどの単価の高い重衣料の動きが活発化してきたことから、全体的に購買意欲の向上の兆しが見られるため、先行きはやや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車業界は補助金終了の反動で市場が冷めてしまっているようだが、補助金の恩恵をあまり受けられなかった客が少しずつ動き出している。
		乗用車販売店（渉外担当）	・補助金終了後、販売量が前年比30～35%落ちているが、今が底打ちとみている。今後は特別仕様車や新型車の投入により、やや持ち直すと考えている。楽観視はできないので、状況に応じて随時対策も打っていく。
		その他小売〔ゲーム〕 （開発戦略担当）	・2月末には本命の新しいゲーム機が発売となる。今月の新デバイス発売による市場の動きから見るに、こちら也十分期待できる。
		高級レストラン（副店長）	・来月以降の宴会予約内容から判断すると、やや良くなる。
		旅行代理店（営業担当）	・前年同時期より顧客の動きが良い。
		タクシー運転手	・これからもタクシー適正化・活性化法に基づく適正車両数を実現させる減車、休車の推進が進むようなので、実働日車営収増と見て、景気はやや良くなる。
		パチンコ店（経営者）	・今が底辺の時期だと思うので、この先は必ず数字が上がってくる。しばらく台の入替えの自粛期間があったので、この期間に遊ぶのを控えていた人たちが来店するようになり、新しい台も出るので数字は上がってくる。
	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・新型インフルエンザが今年は流行らないようなので、集客が見込める。	
	変わらない	商店街（代表者）	・就職難などであおられて、世間のマインドがかなり冷えている。実際は若干回復しつつあると思うが、マインドが上向かない限り、「やや」でも良くなるとは言えない。
		商店街（代表者）	・家電エコポイントが終了し、その分消費に回ってくるのではないかとと思うが、全体的にはさほど変わらない。
		一般小売店〔印章〕 （経営者）	・買物自体が大型店中心の形態になってきたような感じで、商店街での買物は非常に減少しており、このままいくと商店街自体の存続の問題にもかかわってくる。
		一般小売店〔生花〕 （経営者）	・以前は年末になってくると人出が多くなっていたが、最近では年末になってクリスマスイルミネーションをやっても客の反応がないので、先行きの景気はあまり良くならない。
		一般小売店〔家具〕 （経営者）	・先行きは今の状況と変わらない。家電エコポイント等が無くなると悪くなるのではないかと懸念している。
		一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・当店だけでなく、周辺業者を見ても良くなる傾向は無い。
		一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・今後もずっと停滞が続きそうである。
		百貨店（総務担当）	・改善につながる要素が見当たらないので、依然として厳しい状況が続く。
百貨店（総務担当）		・2、3か月のスパンでは変わらない。ただし、株価等にも左右されるので、その動向次第で、株価が低迷すれば悪化することもある。	
百貨店（企画担当）	・来客数、販売額などが好調である一方、先行き不透明感の払しょくにつながる施策や、その他外的要因に打ち勝つほどの力強さは感じられない。		
百貨店（広報担当）	・施策に対する客の反応に変化が見られるのは確かである。前年12月から売上が回復基調に転じており、その前年実績をクリアするべく防寒用品のベストセラーの品ぞろえ強化、在庫の確保、販売体制の強化などを行っている。取引先が生産量を抑えてきているため、売れ筋商品の確保ががきとなる。		

百貨店（営業企画担当）	・天候が順調であればこの流れは継続していくが、本格的な回復の力強さは感じられない。
百貨店（店長）	・株価は多少上向いたものの、外交問題等、政治不安が解消しないこと、中国の日本企業に対する紡績の政策絡みで商品供給が不安定なことから、先行きは非常に不透明である。
スーパー（経営者）	・野菜の単価が高く少し押し上げている部分もあるが、基本的に良くない状況がずっと続いている。競合店が出てきて売上に影響している部分もあるので、この先もなかなか良いほうへはいかない。
スーパー（店長）	・年末を控えて出費がかさむ時期になるため、まだまだ節約志向が強くなる恐れがある。
スーパー（店長）	・来店した客の様子や現状の目標数値を鑑みて、3か月後も現状と変わらない。特に安くても必要な物以外は買わないということで、チラシの特売品や安い商品は売れるが、それ以上の物にはほとんど手を出してもらえない。
スーパー（営業担当）	・まだまだ将来に対する不安感が払しょくしきれていない。この点がやはり一番大きな問題である。
スーパー（仕入担当）	・消費の自己防衛意識は高いままで、消費の喚起は期待できない。ノロウィルス、インフルエンザという単語を目にする機会が多くなってきており、発生による大きな影響が懸念される。
スーパー（仕入担当）	・競合店の出店が続き価格競争は激化しているが、客が低価格に慣れてしまい、販売側が売れると思う価格でも必要がなければ手を出さなくなっている。結果的に単価ダウンのスパイラルに巻き込まれてしまい、売上が伸び悩む状況になっている。
コンビニ（経営者）	・たばこの売上が個数ベースで前年に戻ってくれば、もっと良くなる。周辺の客に支持され、来客数の多い状態が続いているので、安心していい。
コンビニ（経営者）	・来客数が前年比100%を超えている。たばこが大分戻ってきており、本数はまだ間に合わないが、値上げ幅が非常に大きいので、売上にプラスになると期待している。
コンビニ（エリア担当）	・円高や内需回復の遅れのため、変わらない。
コンビニ（店長）	・デパートやスーパー等の他店を見ても、この時間なら混んでいるだろうと予測されるところが比較的空いていたりする。客はなかなか財布のひもが固く、考えて行動している。
コンビニ（商品開発担当）	・消費を上向かせるような好材料、消費者の財布のひもが緩むような施策がない。
コンビニ（商品開発担当）	・景気回復の見通しが一向に立たないため、変わらない。
衣料品専門店（経営者）	・消費が改善する要因が見当たらない。今のところ値引き販売しかないが、それでも集客や売上の向上は見込めない。
衣料品専門店（経営者）	・衣料品は気温に大きく左右されるが、客の一部にはただ安いだけの商品に飽きが出て、国産の良い物を購入していく傾向になっている。1品単価を上げる努力をして、前年比をクリアしていく。
衣料品専門店（店長）	・ボーナス支給後で需要は若干上がるかと思うが、その後の落ち込みを踏まえると、ほぼ変わらない。
家電量販店（店員）	・全体的に見てどう動くかは予想が難しいが、右肩上がりには到底見込めない。
乗用車販売店（販売担当）	・補助金が終了して以来、法人関係の販売はまだ伸びているものの、個人の販売台数が低迷している。新型車の導入で多少伸びると思うが、前月同様に来場者も少なく、見通しは少し暗い。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・家電エコポイント制度の見直しによる駆け込み需要の反動があると予想されるが、新春バーゲンなどでの個人消費に期待している。
高級レストラン（支配人）	・最近では会合の件数や来客数は前年よりやや増加しているものの、売上はほぼ横ばいという傾向にある。原因は会合の小規模化と単価の下落であり、しばらくはこの傾向が続く。
一般レストラン（経営者）	・今年になってからも売上、客数は前年比95～98%で推移しており、100%を超える月がない。しばらくこのまま悪い状況が続くのではないかとと思うので、厳しい。
一般レストラン（経営者）	・外食デフレが止まらない状態である。
一般レストラン（店長）	・ボーナスも貯蓄やローンで消えてしまい、飲食にまで回ってこないという話なので、2～3か月先も大変厳しい状況は続いたままである。

都市型ホテル（支配人）	・先々の販売量推移も大きな変化はなく、前年と変わらない。
都市型ホテル（スタッフ）	・前年同時期と比べ、結婚披露宴の販売、予約件数が非常に悪い。今年度内、3月までの件数も前年を下回るような非常に厳しい状況である。
都市型ホテル（スタッフ）	・2～3か月先の宴会取込人数は前年同時期並みである。レストランの予約取込人数は前年同時期を10%前後オーバーしているが、店によりバラつきがあり、今月に入ってから予約も伸びていない。また、予約が無い当日の来店客は大幅に減っている。宿泊は競合ホテルがネットで安い料金を出すと予約が下がる傾向にあり、体力の消耗戦が続いていく。
旅行代理店（経営者）	・ホテルや旅館業等の組合に属さず、独自の送迎バスを運行したりしているホテルが多くなってきている。客が安く泊まればそれで良いという傾向に向いてしまっているため、先の見込みは良い方に向いているとは思えない。
旅行代理店（従業員）	・業務性の海外渡航が中心であり、企業業績及び景況感の回復が弱いと、同じような状況が続く。
旅行代理店（支店長）	・一番の懸念材料は韓国と北朝鮮の問題である。当店には影響が出ていないが、2回目の攻撃に基づいて客から問い合わせや、他の支店では実際に中止といった話も入っている。韓国は身近な海外ということで非常に人気があるため、その分の需要が無くなるかどうかというのは懸念材料として非常に大きい。「変わらない」としたのは、国内がそれに変わって出てくると考えているからで、全体的には同じである。
タクシー運転手	・雇用に対する不安感が払しょくできていないため、節約傾向は続く。
タクシー運転手	・今までの回復が天候ではなく本格的な回復によるものか、あるいはタクシー適正化・活性化法により減車の効果が表れたものかまだよく分からないが、見通しとしてはまだ暗いものがある。
通信会社（経営者）	・中小企業は、円高で今までの景気上昇も吹っ飛んだ感じがある。また、家電エコポイント需要も無くなるので厳しい。
通信会社（営業担当）	・あと数か月は集合住宅のデジタル対策需要が続く見込みであり、契約数も堅調に推移する。
通信会社（営業担当）	・顧客が消費に消極的であり、地上デジタル放送対策も助成金等を当てにしている客が多い。
通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送化の影響は加入増にも寄与するが、それ以上に解約増加につながる。
通信会社（支店長）	・今後、ユーザーが厳しい目線でイニシャルコスト、ランニングコストを見てくるので、それに対応するために各社のしんぎ合いが継続される。
通信会社（局長）	・政治的不安感の高まりもあるので、様子見の状況は変わらない。
通信会社（営業担当）	・地上アナログ放送終了が迫ってきており、デジタル多チャンネル契約については順調に推移すると思われるが、他社への切替えや解約に関しても増えていく。
通信会社（管理担当）	・来年7月の地上デジタル放送化までは、しばらく今の状態が続く。
その他レジャー施設 [ホール]（支配人）	・デパートでは衣料品が好調で前年を上回っているようだが、公演の前売りへの反応は悪く、買い控えが顕著となっている。まだしばらくはこの状況は変わらず続く。
その他レジャー施設 [アミューズメント] （店長）	・8月以降回復基調にあったが、9月をピークに下がり続けている。とはいえ、今期の状況を鑑みても現在は底値の状態であり、これ以上下がることは考えにくい。現在までの推移を考えると、次の回復基調までは2～3か月を要する。
その他レジャー施設 （経営企画担当）	・ホテルの宿泊単価を向上させるためには、マーケティング施策を継続的に実施するしかなく、景気回復による効果を期待できる状況ではない。
その他サービス[立体 駐車場]（経営者）	・来客数、周りの様子共に、ここ数か月悪いままで良くなる兆しがない。
設計事務所（経営者）	・過去1年間を見ても大きな伸びや沈みがなく、先が見えない状態が続いている。建設業は悪いと言われている中で、当事務所では何とか入札で大きな仕事が取れたが、それ以外には目立って新しい仕事生まれる様子もない。
住宅販売会社（従業員）	・仕入れができていないこともあり、在庫数に限りもあるので、今後3か月先も今月とあまり変わらない。
住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン金利、ローン減税等の税制に変化はなく、景気の変化は期待できない。

	住宅販売会社（従業員）	・来年度の住宅取得に関する特典にインパクトのある目新しいものが出ない限り、厳しい状況は変わらない。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅購入に対する新たな制度がないので、景気動向次第である。
やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・エコカー減税や家電エコポイント等で大きな買物をしているため、今後の消費は多少冷え込む。年末年始の贈答に関しても、単価、販売点数等が下回ると予想している。
	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・家電エコポイント製品が集中的に売れているようだが、業界では何の恩恵もなく、むしろ負の傾向が強い。
	一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・給料が上がらず、増税などで可処分所得が増えるような状況にはないので、先行きは本当に悪くなるのではないかと心配している。
	百貨店（広報担当）	・株価の1万円超えなど、一時的に景気上昇の気配があるように見えるが、企業景気の回復は人件費縮小が前提で、賃金は低下したまま、就職難もそのまま、加えて朝鮮半島の緊迫化、日本政権の不安定など、好材料は全く無い。客の節約志向はまだ続く。
	百貨店（営業担当）	・良くなることはない。せいぜい現状維持が精一杯である。実質的に秋物が飛んでしまい、秋冬物で考えると単価、数量共に、前年を大きく下回することは必至である。その後、アパレルメーカーの力が落ちること、小売業者も中国事情により、利益を減らして価格維持していかなければ販売に結び付かない。よって、先行きは悪くなる。
	スーパー（店長）	・毎年所得減の中、年末年始と出費が多く、家電エコポイントの駆け込みで前倒しでの買物も多く見られ、この先家計は節約モードになる。
	スーパー（総務担当）	・円高も含めて、投資もなかなかうまく進んでいない状況の中で、小売業の買物に使う1人1人の所得が増えていないため、先行きは暗い。買物しづらい状況だということが、客の買い方、客数から見て取れる。
	スーパー（ネット宅配担当）	・年末商戦はある程度高い水準で推移すると予想しているが、年明けからは低単価商品が多く出回る様子であり、客単価の低下による売上減が懸念される。
	コンビニ（経営者）	・新規商品の寿命が短く、客の志向がつかみにくい。また価格にも敏感で、販促値下げを打ち続けなければならず、先が大変不安である。
	衣料品専門店（営業担当）	・この先冬物、重衣料など単価の取れる物がセールになるが、冬の定価品の動きを見ていると勢いはなさそうである。より良い商品もメーカーが持たない、作らない時代なので、半額でも売れる良い品探しが難しくなりそうである。
	家電量販店（経営者）	・エコポイントの条件変更が12月1日と1月1日に予定されているため、対象品目の伸張率が少しずつ低くなる。
	家電量販店（営業統括）	・エコポイント関連3商品については確実に落ち込む。また、その分を稼ぎ出せる大型商品が見当たらないことから、全体的に大きく落ち込む可能性も十分ある。
	乗用車販売店（総務担当）	・整備車の在庫がぼちぼちあるが、新車登録のじり貧に伴い、整備在庫も減ってくる。新型車投入も活性化につながらない。EV車の投入に多くの人に興味を持ち、実用化が進めばよいが、そのためには政府にも購入促進をバックアップして欲しい。
	一般レストラン（経営者）	・12月の予約状況等を見ると、3か月後も回復する兆しが無い。同業者も消費者も安さばかり追い求めており、良くなる兆しは感じられず、本当に厳しい。
	一般レストラン（スタッフ）	・良いということはない。当店はまだ持ちこたえているが、他はどこも人が入っていない。どんどん悪くなる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・見込み客の来館が減少しており、来年度の受注率は前年比で2割落ち込んでいる。
	タクシー（団体役員）	・個人消費の節約傾向が今後も続く限り、タクシー利用客が増える要素はなく、先行きは現状よりもやや悪くなる。
通信会社（経営者）	・インターネット獲得のための集合住宅双方向化工事が遅れており、営業マンへの物件供給がままならない状況が続いているため、やや悪くなる。	
遊園地（職員）	・景気回復が期待できるような状況が見られない。	
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・自分自身の身の回りの景気は、ある程度個店の努力によって持ちこたえられると思うが、全体の先行き不安がより一層高まり、景気の冷え込みが加速する。	
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・2学期からの入塾者数はほぼ前年並みであるが、家庭の事情で辞める生徒が前年よりも多くなっている。	

		設計事務所（所長）	・官民共に新築物件が激減している。ほとんどが増改築や耐震補強の工事、診断等であるため、これから景気が上向きになるとは思えない。業者が年々増える一方で、少ない仕事の取り合いで低価格競争にますます拍車がかかっている。
		住宅販売会社（従業員）	・展示場への来場者数が減っている。
悪くなる		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・エコポイントが終わると売上が減る。来年が心配である。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・エコポイントで先取りした需要の反動が出る。ただし、アンテナ工事などの需要はもう少し続く。
		衣料品専門店（経営者）	・セールの前倒しでセールが長期化し、年明け以降の商材、売上が不安である。
		衣料品専門店（店長）	・現状、需要の先食いをしているのに景気全体が前年割れの状況であるので、工場の減産等が始まる来年は、給与収入の大幅減は明らかである。よって、悪くなる。
		家電量販店（統括）	・特需の反動が来るので、年明け以降は厳しい。
		家電量販店（副店長）	・エコポイント制度変更、終了に伴う消費者の購入意欲の低下が考えられる。
		乗用車販売店（店長）	・補助金終了以降、大量のバックオーダーがカバーする形で総受注はある程度確保できていたものの、今後は売上が非常に厳しくなっていく。住宅ローンの引き上げや政局の不安定と、良くなる要素があまり見えてこない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・大手の競合店2店の出店が決まった。狭い地域で客を取り合うことになるので、悪くなる。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・毎年、今が一番売れる時期なのにこれだけ売れないのは、年明けはもっとひどいことになる。
		旅行代理店（従業員）	・期待される冬場の北海道スキーツアーは、以前のような人気がなくなってきており、団体1件当たりの人数も少なくなっている。国内団体旅行は前年比60%を割っている。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業（経営者）	・この先は繁忙期に入るため、やや良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係は横ばいかやや減っている程度だが、店頭に来る客の注文が増えている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・来月から新しい受注分が動き出す。現在対応している分の収益が今よりも甘くなると新しい分が入っても売上が変わらないので、その点が心配である。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・公共工事の他にマンションの警備等も増えているので、やや良くなる。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・取引先の様子から、とりあえずしばらくは変わらない。
		繊維工業（従業員）	・繊維業界では数か月先の納期となるが、底のまま年を越してもなお、受注すら来ない状況が続く。
		化学工業（従業員）	・少し販売量が増えているが、継続するとは思えない。また、客先も良くなる気配はないと言っている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・3か月先に、特に良くなるという要因は見当たらないので、基本的には変わらない。
		金属製品製造業（経営者）	・小ロットの機械加工部品でも、加工難易度が高く、低価格でなければ受注できなくなり、海外へのシフトが一層進んでいる。
		金属製品製造業（経営者）	・2、3か月の短期的には、現状がそのまま続く。中長期的に見れば、この円高等が改善しない限り日本での生産は減っていくので、現地生産が増え、製造業に限っては景気が悪くなっていく。ただし、この2、3か月は得意先の大会社も急には変えられないので、変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ビルの改装に伴う空調設備の入替えが入っており、結構忙しくなる。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・当社の得意先では、悪ければ悪いなりに何か仕事を見付けてきているという状況が定着してきている。当社の取引先では当分そのような状況の中にあるが、社会的な問題については難しい。
		建設業（経理担当）	・大手ゼネコンが、地元の中小企業では考えられないような価格で地域の大型物件を次々と受注している。大手が低価格受注をしている限り、中小企業にはその次に回ってくるような仕事は来るとも思えない。
		金融業（役員）	・円高の一服感はあるが、それ以外に景気が上昇する大きな要因は見当たらない。エコカー補助金等の政策がいったん終了したことなどを考えると、この先上昇していくともなかなか考えにくいので、変わらない。

	不動産業（従業員）	・契約成立は住宅地であり、工業用地、商業用地の引き合いは非常に少なく、また成約率も低い。
	不動産業（総務担当）	・新規に入居したいというテナントからの問い合わせは多少増えてきたが、空室を大幅に埋められるまでには至らない。まだ我慢の時期が続く。
	広告代理店（従業員）	・仕事の件数はさほど減ってはいないが、入札、見積合わせ等が多く、利益率があまり良くなってこない。
	広告代理店（営業担当）	・社会情勢の不安から、あまり冒険もできない状況だと思つため、変わらない。
	社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない。
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・同業他社とのデフレスパイラル現象がしばらく続きそうである。
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・家電エコポイントが来月から半減するこの時期に、インターネット、テレビのセット導入が進んで来ないため、これ以上の増加は見込めず、先行きの伸びが見込めない。
やや悪くなる	プラスチック製品製造業（経営者）	・どこの顧客も年末から年始に掛けて新規企画の予定が全くないため、厳しい状況が続く。
	金属製品製造業（経営者）	・新しい得意先の開拓で取引ができそうになっている。これをしっかりした仕事にして、長い取引ができるようにし、先の仕事を確保していきたいが、このままの悪い状態が続きそうである。
	輸送業（経営者）	・何とか良くなってもらいたいという気持ちで毎日過ごしているが、今の調子では全く先が見えない。我々零細企業はいつ倒産しても不思議ではない。
	輸送業（所長）	・直接的ではないが、家電エコポイント終了などによる影響が、徐々に始まっている感がある。来年になれば更にその影響が大きくなる。
	輸送業（総務担当）	・このままでは、年末から年度末に掛けて、安定した出荷量が期待できない。過去の年末から年度末とは全く違う荷動きで、不安である。
	金融業（支店長）	・日銀が金融緩和（ゼロ金利政策）を維持しているにもかかわらず、企業の資金需要は一向に盛り上がらない。当面厳しい状況は続く。
	金融業（支店長）	・客に来年度の受注予測を聞くと、今年度よりも大幅に減少するという予測が多い。また、円高の影響を受けている客も多い。金融円滑化に関しては、条件変更先の客の倒産又は自己破産が相次いでおり、今後も厳しい。
	不動産業（経営者）	・客が減って全く見通しが立たない。
	広告代理店（経営者）	・一時期、下り坂が緩まったかという観があったが、直近ではまた別の下り坂に入った感じがあるため、やや悪くなる。
	広告代理店（従業員）	・受注量が減っているため、やや悪くなる。
	経営コンサルタント	・経済対策の空白のみならず、不安感の増加がある。アメリカの回復の遅れもあり、やや悪くなる。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）
	その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・韓国、北朝鮮の世界情勢に懸念があるため、やや悪くなる。
悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・景気もそうだが、業界の状況も照らし合わせて考えると、ペーパーレス時代の波が大きく打寄せてきていると感じる。印刷自体は無くならないと考えるが、体力の無い企業はどんどん淘汰されると思うため、悪い状況は更に続く。
	建設業（経営者）	・建設関係は、来年は今まで以上に冷え込むのではないかと心配している。下請企業でも若手の人材が入らず、高齢化して廃業に至っているところも出ている。特に躯体（くたい）関係の業者に多く聞く。
	輸送業（経営者）	・年末年始の特需には期待ができない。年末年始の休日の増等を考えると稼働日数が減少し、また、今年の取扱量の動向を考慮すると、悪化の傾向が予想される。
	金融業（渉外・預金担当）	・やはり良い材料が見当たらない。物は売れているし、価値のあるものはそれなりの値段でも売れている。しかしそれだけでは、周りに波及するほどの効果はない。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・円高の影響が大きい。
雇用関連	良くなる	・年明け3か月後に支店、営業所を作るというので募集を掛けるというオファーが何件も来ている。在来企業も新しく工場を建てるとか営業所展開をするとか、様々な前向きな計画が出ているため、それを考えると相当な伸びが期待できる。
	やや良くなる	・エコ関連業務や地上デジタル放送関連業務で繁忙が見込まれるため、求人が増加が予測される。

変わらない	人材派遣会社（社員）	・製造関連企業の業績に注目すると、自動車の国内販売が減少し、海外市場と不安要素があるため、景気下振れを懸念している。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・3、4月に向けては求人需要の回復が進むと思うが、まだ時間が掛かりそうである。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人の動きは特に変わっておらず、今後も変わらない。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・年末に向けて非正規社員の採用ニーズが高まって募集が増え、特に派遣社員の募集広告が増えている。逆に、忘年会に向けた飲食業のアルバイト、パート採用があまり増えていない。季節ニーズが見込める業界の動きが年末は薄かったため、年明け以降に急激に動きが変わるとは思えない。
	求人情報誌製作会社（編集担当）	・求人数の低調な動きに変動はなく、雇用形態がパート、アルバイト中心であることや、求人業種で堅調なのは医療事務関連、看護、介護、保育などであることも変わっていない。年末年始の短期求人の案件も少なく、厳しい状況が続く気配である。
	職業安定所（所長）	・平成23年3月卒業予定者の就職内定状況が、前年度同様に厳しい。企業の採用マインドは低く、今後の景気回復への不安の表れである。
	職業安定所（職員）	・受注量の増加から休業規模を縮小する事業所、休業を実施しない事業所が見られるようになってきているものの、大きな変化はない。
	職業安定所（職員）	・求人数は以前と変わらず少ない状況にあり、特に製造関係や事務職の求人が少ないため、今後も就職者が増えるとは予想できない。
	民間職業紹介機関（経営者）	・明るくなる端緒も見えない。
	民間職業紹介機関（職員）	・大きく変化する可能性がある要素は見当たりにくいですが、CI値を見る限りでは、失速が少し懸念される。ただし、2、3か月という期間では変わらない。
学校〔専修学校〕（就職担当）	・新規募集等、人員採用の動きに活発さは戻らず、採用予定数も伸びはない。	
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・現在は年末調整に絡む短期的な業務での採用があるが、年内で終了する。また、例年2月ごろは求人数が減る傾向にあり、採用者数は減っていく。
	人材派遣会社（営業担当）	・求人数の増減は変更ないと思うが、新規採用における請求単価の低下が拡大するため、全体的な売上は減少の方向である。
	人材派遣会社（支店長）	・法規制や景気悪化懸念を背景に、派遣ニーズは一時的な上下があるにせよ、横ばいである。
	職業安定所（職員）	・家電エコポイント終了後の消費意欲の低迷、円高や生産調整等の不安要素があるため、やや悪くなる。
悪くなる		