

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	商店街（代表者）	・大手スーパーの出店で新規の客が増えている。大手スーパーの折込広告が週末と決まっているため、商店街全体で2、3月は毎週末にイベントを行う。客の間で週末に買物に来るとお買得という意識が高まるため、更なる新規客の獲得につながる。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球が開幕して公式戦が行われるほか、アニメキャラクターのイベントも開催されるため、来場者数が増える。
	やや良くなる	一般小売店 [鮮魚] （営業担当）	・引き続き安価な商品が売れ筋であることに変わりはないものの、季節が良くなるにつれて客足も戻る。
		一般小売店 [衣服] （経営者）	・少なくともこれ以上は悪くならない。
		百貨店（売場主任）	・食品やエネルギー分野での値上げは気になるものの、客の間では一時よりも価格に対する関心が薄れている。客はファッションそのものを楽しもうとしているため、客単価は上昇傾向が続く。
		百貨店（売場主任）	・当地区で大型商業施設の開店や改装があり、販促活動も強化されるため、客の消費意欲が高まる。
		百貨店（売場主任）	・大手の取引先では、不採算店舗の整理や不良在庫の整理を進めた結果、今年は攻めに転じる姿勢が目立つ。販促や商品開発、販売員といった売上に結びつく部分で協力が得られれば、大幅な好転は難しいものの、先行きはやや良くなる。
		百貨店（企画担当）	・今春には店舗の工事が終わり、新たなテナントも入るため、客の購買意欲が高まる。
		百貨店（営業担当）	・3月のリニューアルオープンに向けて多くのイベントが企画されているほか、春夏物が本格的に出そうため、売上はかなり伸びる。
		百貨店（商品担当）	・生活必需品でない商品の売上が一度上向き始めると、株価の急落といった大きな経済的要因がない限り、上向き傾向が続く。
		百貨店（店長）	・今月の上旬は良かったが、中旬に落ち込んだ後、下旬に再び回復した。天候に左右されるなど安定感はないものの、右肩上がりになりつつあるため、先行きはやや良くなる。
		スーパー（店長）	・家電エコポイント制度の縮小による家電売上への影響は大きく、売上全体としては今後も苦戦が続くものの、油や小麦粉、コーヒーといった値上げ商品の売行きは非常に良くなっており、先行きに期待が持てる。消費者の生活防衛姿勢が強まっており、特売時は今までとは比較にならないスピードで売れている。
		コンビニ（店長）	・最近ではデザート類の販売が安定しているため、今後は気温の上昇に伴って更に伸びる。
		コンビニ（店長）	・来客数が回復傾向にあるほか、客単価も下げ止まりつつあり、今後は上昇に転じる。
		コンビニ（広告担当）	・今後はやや良くなるか、ほぼ横ばいで推移する。各種食品の値上げや公共料金の上昇で客の財布のひもは固くなるため、自助努力で売上を伸ばさなければならない。
		コンビニ（店員）	・店舗がきれいになったことで、若い主婦層の来店が増えるほか、周辺に大きなスーパーもないため、車に乗れない高齢者層の利用も増える。
		その他専門店 [医薬品]（経営者）	・これから徐々に気温が上がるにつれて、花粉の飛散量が増えてくる。特に今年は量が多いため、マスクや目薬といった花粉関連の商品の動きが良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・ほんの少しずつではあるが、周囲からは時間と予算に余裕が出てきたという声が出始めている。時間は掛かるものの、景気の回復は徐々に進んでくる。
		一般レストラン（店員）	・最近では客の反応も非常に良いため、先行きはやや良くなる。
		スナック（経営者）	・今月は最悪であったが、3月は昼の客も含めて3組の団体客の予約などが入っている。
その他飲食 [ファーストフード]（店員）	・来客数が増え、売上も伸びてきているため、先行きは良くなる。		
都市型ホテル（スタッフ）	・単価は低下傾向にあるものの、婚礼、宿泊、宴会共に前年を上回る予約率となっており、先行きの見通しはやや良い。レストランでも家族連れ客による土日の来店が増えている。		
都市型ホテル（総務担当）	・当地区の百貨店の新築、増床が出そうほか、新幹線の開通による集客効果にも期待できる。ただし、これから関西全般で賃金が上昇するといった情報もあるが、米国の大型金融機関の破たん前に比べると低迷していることに変わりなく、消費が回復するまでには至らない。		

	通信会社（経営者）	・今年度は年度末にかけて携帯電話各社が販売促進を図るため、市場が盛り上がる。
	テーマパーク（職員）	・3か月先には施設のリニューアル工事も大体は終わるため、新施設の目新しさもあり来客数が増える。
	住宅販売会社（経営者）	・周囲からは景気が少し回復しつつあるとの声が聞かれるため、先行きはやや良くなる。今後は販売価格を見直すほか、商品の魅力を改めて高めていく。
	住宅販売会社（経営者）	・東京の都心では既に地価の底打ちがみられるため、最低でも地価の下落にはストップが掛かる。
	住宅販売会社（総務担当）	・贈与税、相続税に関する税制改正を見越した動きが出てくる。
変わらない	商店街（代表者）	・入出のパターンが定着しつつあり、にぎわうのは一瞬で、客足が引くのは早い。しばらくはこのパターンが続く。
	商店街（代表者）	・良くなる要素もないが、景気が悪くなる話も聞かれない。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	・同じメーカーの同じような製品が、ディスカウントストアやアウトレット、インターネットで安く買えるという話を客から度々聞く。仕入価格を考えると不可能なはずであるが、そういった客も相手にしなければならないため、今後売上が大きく伸びることはない。
	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・上向き要素が全くない。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・原油価格の高騰や食料品価格の値上がりで厳しい環境にあるほか、競争もますます激しくなる。価格、品質、サービスのすべてで客を満足させなければ、市場から淘汰されてしまう。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・零細企業の多い当地域では、消費者の元気な声が久しく聞かれない。政治や景気への不安が大きく、購入したくてもできないのが現実であるため、今後も厳しい状況が続く。景気回復の明るい声が報じられているが、それが隅々にまで行き渡っているとはとてもいえない。
	一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・し好品の販売が中心であり、大手数社が値上げの意向を公表しているため、今後は買い控えなどの悪影響が大きくなる。
	百貨店（売場主任）	・春物の実需品は動いているが、輸入ブランドなどの高額品の動きは良くならない。梅田地区に大型商業施設がオープンするため、消費者の動きも分散する。
	百貨店（サービス担当）	・来月からは百貨店や新たな商業施設が次々とオープンするため、様々な対策による顧客の確保が急務となる。
	百貨店（売場担当）	・今後は不安定な中東情勢による原油価格の上昇や、小麦粉、コーヒーといった食品価格の上昇が進む。生活必需品の値上げがどの程度進むかによって、ファッション関連の購買意欲も左右されるため、今の状況ではこれ以上良くはならない。
	スーパー（店長）	・政治が不安定であるほか、生産基地としてウェイトの高い中国で、賃上げや物価の上昇といった変化が起きつつあるため、今後も厳しい状況となる。
	スーパー（店長）	・政治の先行き不透明感が日に日に増しており、小売の動向にも大きく影響している。少子高齢化や過疎化の進む地方が元気になる要素は見当たらない。
	スーパー（店長）	・繁盛時と通常時の差が大きくなっているため、来客数が回復しても売上の回復にはつながらない。
	スーパー（店長）	・食品関係の店舗はオーバーストアとなっており、若干の景気回復では地域の状況は変わらない。今後は他店との差別化が重要となってくる。
	スーパー（企画担当）	・景気が好転する材料はなく、客1人当たりの売上も低いままであるため、今後も現在の状況が続く。
	スーパー（経理担当）	・食品の原材料などの値上げ報道が相次ぐなか、小売の現場では値上げが受け入れられる状況ではないため、消耗戦の様相が強まる。
スーパー（広報担当）	・原料、食料価格の高騰で販売価格の上昇が始まるため、消費マインドに悪影響が出る。	
スーパー（販売担当）	・客は日替わりの目玉商品には朝から行列を作っても買物をする一方、目的の商品を買いと定価品は買わずに帰る傾向が続いているため、今後も厳しい状況となる。	
スーパー（社員）	・前年比ではかなり回復しているものの、あくまで前年に消費が大きく落ち込んだ影響であり、消費自体が活発であるとはいえないため、今後も大きな変化はない。	
スーパー（企画）	・これ以上悪くなることはないが、原油価格の高騰で食品を中心に値上げが進むため、衣料品、生活用品などでは買い控えが続く。	

コンビニ（経営者）	・近隣のオフィスビルの入居率が低いままで、購買人口が回復していない。今後は客単価も低い水準で推移するため、厳しい状況が続く。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・仕入先からの生地が遅れているほか、バラエティに富んだ商品も少ない。
乗用車販売店（経営者）	・新車販売、車検整備の予約が少なく、車の修理も増える気配はない。
乗用車販売店（営業担当）	・まだまだ横ばいの状態が続く感がある。
乗用車販売店（営業担当）	・決算関連や4、5月の新社会人向けのキャンペーンにより、今月並みの受注は確保できるようになる。今後は底打ちし、緩やかな回復傾向が続く。
住関連専門店（店長）	・客の購入意欲が高まったとしても、景気回復を実感するまでには至らない。
住関連専門店（店員）	・新店舗の出店でしか売上を伸ばせないのであれば、いずれ頭打ちとなるのは避けられない。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・例年よりも悪い部分が気になるものの、当分は今の状態で推移していく。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・宝飾品への購買意欲が高まる要因が見当たらないため、今後も厳しい状況となる。
高級レストラン（支配人）	・前月中旬からの来客数の落ち込みが販売量に響いており、今月に入っても回復の兆しがみられない。今年はゴールデンウィークに期待しているものの、見通しは不透明である。
一般レストラン（経営者）	・企業業績の回復が報じられているものの、消費にどう波及するかが不透明である。
一般レストラン（経営者）	・飲食店の動向は天候に左右されやすいため、今後天候の良い日が増えれば客足も伸びる。
一般レストラン（スタッフ）	・来客数は増加傾向にあるが、販売単価が下がっている。今後もデフレ状況から抜け出せないため、景気は横ばいか下降気味となる。
その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・ここ2年は来客数が増えないどころか減っている。状況に大きな変化はないため、今後も厳しい動きとなる。
観光型ホテル（経営者）	・4月以降は団体参拝関連の団体客が増えるものの、統一地方選挙によるマイナスや政情不安による混乱を考えると、決して楽観はできない。
都市型ホテル（スタッフ）	・まだ価格を上げられる状況ではないが、客に動きが出てきている感がある。値下げの動きにも限界があるため、当分はこの状態が続く。
都市型ホテル（マネージャー）	・統一地方選挙の結果により、個人客の消費マインドや法人客の宴会需要などが大きく影響を受ける。今年のゴールデンウィークは日並びが良いため、レジャー客の動きが活発になるものの、海外旅行に比べて国内旅行に大きな期待はできない。ただし、新幹線の延伸や梅田周辺の商業施設の開業はプラス要因である。
都市型ホテル（客室担当）	・宿泊部門では、インターネット予約を中心に価格競争が激しくなっており、単価の設定が稼働率を左右する状況となっている。宿泊客が増えても、単価の低下で実収入が減る場合も多く、予断を許さない状態である。原油などのエネルギー価格の上昇による影響も大きいため、先行きは不透明である。
旅行代理店（経営者）	・旅行プランでは価格の二極化が進んでおり、低価格のインターネット商品の人気はまだ続く。今後、平日の高速料金の上限が設定されれば、マイカーでの旅行も更に増える。
旅行代理店（店長）	・今後は燃油サーチャージの上昇が進む。
旅行代理店（広報担当）	・今年はゴールデンウィークの日並びが良いほか、間際予約を含めた旅行需要も上向きつつある。ただし、ここへきて客の状況が極端に悪化しているため、全体としては大きく変わらない。
タクシー会社（経営者）	・物価の上昇といった不安要素があるなか、タクシーなどの交通費は一番に節約の対象となる。
通信会社（企画担当）	・原油価格の上昇が気になるものの、影響はまだ限定的なものにとどまる。
観光名所（経理担当）	・今月に入って非常に苦戦している。来場者数、客1人当たりの売上共に減少しているため、先行きの見通しは厳しい。
観光名所（経理担当）	・例年2月は雪の降る日も多いが、今年はかなり好天に恵まれ、土日や祭日の来客数もかなり多かった。現在放映中のドラマの影響で売上、来客数共に大幅増となっており、前年の10月から前年比でプラスが続いている。ただし、これはあくまで今年限りの一過性の動きにとどまる。
パチンコ店（店員）	・悪くはならないが、良くなることもない。
競輪場（職員）	・ほかの競輪場の動きをみても、回復の兆しがみられない。

	美容室（経営者）	・春は外出することが増えるため、パーマやカラーのオーダーが増えるものの、来客数が増えるとは限らない。
	その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・特に集客改善のための広告といった販促の予定もない。やや来客数が落ちてきたため、今後も状況は大きく変わらない。
	その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は伸びない。
	その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・レンタル売上が前年を上回りそうな状況であるが、まだ低価格競争が続いているため、今後も厳しい状況が続く。
	住宅販売会社（従業員）	・特に好転する材料はないものの、企業業績の回復に伴い、購入を控えていた製造業関係の社員の間に動きが始めている。
	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に左右されるものの、現状は景気の改善する要素が見当たらない。一般のサラリーマンを取り巻く環境はまだまだ厳しい状況である。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅版エコポイントの延長などの追い風はあるものの、住宅展示場への来場者アンケートでは世帯年収が下降気味となっているため、今後も厳しい状況となる。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・消費者による不動産の購入意欲は依然として弱含みであり、本格回復までにはまだ時間が掛かる。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・商店街では週休2日の店が増えているほか、閉店する店が増えており、その度に客の購買意欲が低下するため、今後も厳しい状況となる。
	一般小売店〔花〕（経営者）	・生活に密着した商品の値上がりが続くため、しばらくは支出が抑えられる。
	百貨店（営業担当）	・梅田地区での百貨店の新規出店や増床などで客が流出し、来客数の減少につながる。ただし、訪問販売では混雑で買いそびれた客からの引き合いが多少は出てくる。
	百貨店（販促担当）	・大阪で商業施設の大規模増床が続くため、当地区での集客にも週末のヤング、キャリア層を中心に悪影響が出る。
	百貨店（婦人服）	・大阪地区での競争が激しくなるほか、原油価格の高騰といった不安定要素もあり、売上の増加要因が見当たらない。
	スーパー（経営者）	・急に競合店がチラシの価格を大きく下げており、一部の店舗では採算を度外視した動きもみられるため、先行きの見通しは厳しい。
	スーパー（管理担当）	・中東の政情不安による原油価格の高騰が懸念されるほか、一部の生鮮品価格の高騰もなかなか解消されないため、先行きの見通しは厳しい。
	衣料品専門店（経営者）	・セールで売れないのであれば、定価品は更に売れない。
	家電量販店（経営者）	・エコポイント制度の終了に伴い、地上デジタル放送対応テレビは販売量がいったん落ち着くため、売上が減少する。
	乗用車販売店（経営者）	・前年の政策効果の反動減による悪影響が徐々に出てくる。
	乗用車販売店（経営者）	・年度末に向けて例年並みの売上となるものの、車を手放すだけで購入しない客が増えているため、先行きは悪化傾向が進む。
	乗用車販売店（経営者）	・中東の政情不安による原油価格の高騰や国民の政治不信により、消費マインドは低下している。外需の回復で製造業は持ち直しているものの、今後もしばらくは景気が改善する要素はない。
	観光型旅館（経営者）	・景気の不確定要素が多過ぎるため、先行きは厳しい状況となる。
	通信会社（社員）	・地上デジタル放送関連の特需が伸びる余地は小さいため、先行きの見通しは厳しい。最近ほとんど頭打ちの状態にある。
	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・政治の不安定感や原油価格の高騰など、レジャー消費を促す要因は非常に少ない。
悪くなる	百貨店（企画担当）	・来月から競合他社の新規、改装オープンが続き、短期的には客の流出が避けられないため、5月ごろまでは厳しい状況となる。
	衣料品専門店（経営者）	・原材料価格が高騰している。それも生活必需品に直接影響する物が多いため、可処分所得の減少によって個人消費が低迷する。
	家電量販店（店長）	・3月のエコポイント制度終了前の需要で若干は持ち直すものの、4月以降は期待できない。エコポイント制度の対象となる主要商品の買換えはほぼ終わっているため、1品単価が前年以上に伸びることはない。
	タクシー運転手	・景気が上向き要素は依然として見当たらず、政府の頼りなさもあって今後は更に落ち込む。

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）	・現在の事業があまり伸びることはないものの、二酸化炭素の排出削減に関する新規事業によって、売上、利益の増加につながる。	
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・新年度に向かって企業の動きが出てくるため、新たな販促の動きが出てくる。新規事業の電子書籍のコンテンツ開発も進んでおり、ニッチ分野での開発を担えば期待が持てるほか、医療業界の情報分野にもまだまだ未開拓の市場が眠っている。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・当社には原発関連の顧客が多いが、この分野だけをみると業況は今後も緩やかな改善が続く。	
		電気機械器具製造業（経理担当）	・今まで抑え込まれていた設備投資について、耐久性の点で必要に迫られた更新需要が出てくる。	
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・国内生産の製品が見直されているため、受注が増えやすくなる。	
		建設業（経営者）	・受注残が増えているため、年度末は例年よりも良くなる。地場のデベロッパーによる土地取得意欲も高く、土壤汚染に関する問い合わせも増えているため、今後は受注が増えている。	
		建設業（経営者）	・例年のことであるが、春を待って始まる工事が多い。今年は雪が多かったため、余計にその傾向が強まる。	
		輸送業（営業担当）	・企業間の荷物は工場、商店共に減っているが、個人間では活発に動いているため、今後も利益は上向きで推移する。	
		広告代理店（営業担当）	・気温が上がって春物商材が動き出せば良くなる。	
		経営コンサルタント	・季節要因もあり、ここ2～3か月はやや上向いてくる。	
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・CMのスポット市況が底を打ち、上昇基調に移った感があるため、先行きはやや良くなる。	
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・受注見込みから判断すると、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）	・3月以降も良くなる要素が見当たらない。
			繊維工業（団体職員）	・綿花価格の高騰による影響が大きいため、今後は市場での適正な価格転嫁が必要となる。
家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・受注量には変化がないため、今後も現在の状況が続く。			
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先の生産計画について、増産の予定が聞かれない。			
化学工業（経営者）	・問い合わせや引き合いがあまり増えておらず、競争も激しくなりつつあるため、今後もしばらくは厳しい状況が続く。			
電気機械器具製造業（営業担当）	・5、6月の受注量が増えていない。			
建設業（経営者）	・景気が回復した後に建築の企画や設計が始まり、施工はその後であるため、建設業の業況の回復には時間が掛かる。			
輸送業（営業所長）	・年度末はコピー機器や事務機器の配達が前年を少し上回る予定であるが、4月以降は前年並みの動きとなる。			
金融業（営業担当）	・今後、中小企業による政府系金融機関からの借入れは難しくなるが、中小企業金融円滑化法に支えられたこの1年間で、企業の体力は逆に弱体化した感がある。金融機関の今後の対応により、企業の資金繰りは大幅に変わってくる。			
広告代理店（営業担当）	・今の動きは年度末までであり、その先は予測が立たない。			
司法書士	・前月よりも事件数が少なく、案件もほとんどないなど、良くなる要素が見当たらない。			
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・原料価格が値上がりするほか、個人消費もなかなか伸びず、財布のひもは固いまとなる。			
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・先行きが不透明な状況であり、引き合いもほとんどない。			
やや悪くなる	食料品製造業（従業員）		・調味料の原材料が値上がりする一方、販売価格が上げられずに苦労している。価格を上げると販売量が減るような状況であり、先行きの見通しは暗い。	
	繊維工業（総務担当）	・原材料価格の値上がりが増速するため、状況は更に悪くなる。		
	化学工業（管理担当）	・原油、原材料価格の高騰で消費が冷え込むほか、円高による輸出の悪化、政治不安などで経済が混乱する。		
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・世界情勢の悪化により、先行き不透明感が高まっている。		
	金属製品製造業（経営者）	・原材料の値上がりや円高による国際競争力の低下により、製造業は窮地に追い込まれる。		
	金属製品製造業（管理担当）	・4月からの公共事業の受注がほとんど決まっていない。		

	金属製品製造業（営業担当）	・自動車関連の得意先からは、4月以降の発注の内示が3月よりも15%ほど減っている。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・原油価格の高騰で物流コストが上昇するほか、政治不安もあるため、今後は全体的に悪化へ向かう。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・エコポイント制度の終了により、商品の荷動きが更に鈍化する。	
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・仕入価格の上昇が進む一方、販売価格への転嫁は遅れるため、その間は利幅の確保が非常に難しくなる。	
悪くなる	繊維工業（総務担当）	・今年に入ってほとんどの取引先の販売状況が悪くなっており、先行きの見通しは厳しい。靴下に対する消費者の購買意欲が急に低下した感がある。	
	化学工業（企画担当）	・原料価格の上昇は、今後ますます進行する。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・今後の中東情勢や原油価格の動向は不透明であるが、原油価格が上がれば原材料コストも上昇するため、先行きの見通しは厳しい。	
	不動産業（営業担当）	・当地域から出ていく会社が多く、事務所、住宅共に解約はあっても新規契約のない状態が続いているため、先行きの見通しは厳しい。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・電気、ガス代の値上げや原油価格の上昇など、周囲から良い話が聞かれない。	
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・政治、経済状況が非常に不安定で、先行きの見通しが立たない。	
雇用関連	良くなる	民間職業紹介機関（支社長）	・大手企業の採用予定数が来年度は増加へ転じるほか、中堅、中小企業からの求人依頼も増加傾向にあるなど、ほぼすべての業界、業種で求人が増加する。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・年度末の確定申告を含む様々な動きが出てきており、求人の依頼件数は米国の大型金融機関の破たん前に近い水準となっているため、今後も好調な推移となる。ただし、正社員を目指す安定志向が強まっており、派遣社員が集まらなくなっている。
		人材派遣会社（支店長）	・政治の不安定感がなくなれば一気に回復する感はあるが、今後の選挙次第である。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・求人件数は例年4月以降落ち着くものの、今年は新たな商業施設のオープンといったスポット需要で求人が出るほか、全体の景況感も上向いてくる。
		職業安定所（職員）	・有効求職者数が10か月連続で減少となったほか、新規求職者のうち雇用保険受給者数も13か月連続の減少となっている。その一方、有効求人数や新規求人数は減少したが、これは一時的な要因によるものであり、増加傾向自体は今後も続く。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・今後、派遣需要の増える材料が見当たらない。
		人材派遣会社（支店長）	・企業からの求人数が徐々に増えつつあるものの、新年度に向けた補充や増員など、一時的な動きにとどまる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新聞広告の市況をみると、悪くはないものの、回復することもない。特に、依然として関西企業の元気がない。
		職業安定所（職員）	・求職者数が増加している一方、雇用保険の受給資格者数は減少している。これは、雇用保険に加入しない短期間雇用が多いことを意味しており、今後も正社員求人が増加するまでには時間が掛かる。
		職業安定所（職員）	・求人は増加しているが、派遣求人の増加が中心で安定性がないため、楽観視はできない。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加しているが、企業からは先行き不安に関する声が依然として多い。求人倍率は求人数の増加で改善傾向が続くものの、求職者数が高止まりするなど改善の動きは緩やかであり、すぐに大きな変化は出ない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・求人が増えた要因は、採用をここ数年抑えたことによる即戦力の不足である。決して景気が良くなったためではないため、今後も大きな変化はない。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・企業の採用意欲、学生の就職意欲共に、高まる気配がない。人材の質を重視する企業に対し、学生の間には取りあえずフリーターを選ぶ傾向がみられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・急激な悪化は一時的であり、全体的な回復傾向に変化はない。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・原油価格の高騰や株安による影響が懸念される。食料価格の高騰もあり、企業収益へも大きく影響するため、特に価格転嫁できない企業は非常に厳しい状況となる。
	悪くなる	-	-