

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	乗用車販売店（販売担当）	・当社が扱っている車種では、今月から新機能を備えた新型車が導入されたため、その効果もあり販売量が伸びる。
	やや良くなる	一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・年始には悪い気持ちを吹き飛ばして新しい年にしたいという思いから、楽しく前向きに考える客が増えるため、それに伴って景気も良くなる。
		百貨店（売場主任）	・冬物商材への需要時期が後ろにずれているため、今後の気温の低下に伴って需要が高まる。
		百貨店（売場主任）	・ここ2～3日の気温の低下で冬物衣料の動きが活発になり、お歳暮の受注も急激に良くなっているため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・おせち料理の注文は前年の水準に届いているほか、ギフト関係の動きも戻ってきているため、今後は少し良くなる。
		スーパー（店長）	・12月からは家電エコポイント制度の縮小から1年以上が経過するため、売上の前年比が落ち込むことはなくなる。競合状況に変化はなく、今年は寒さが厳しくなることから、必要に迫られた買物を中心に回復に向かう。
		コンビニ（経営者）	・ファストフード関連の品ぞろえが充実しているため、ついで買いの増加で客単価の上昇につながる。
		家電量販店（経営者）	・太陽光発電や節電、省エネ家電などを積極的に提案し、節電や創電の需要を盛り上げることで、先行きは良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・徐々に客単価や販売数が上向いているため、先行きの見通しは良い。
		乗用車販売店（販売担当）	・小型のハイブリッド車が発表される期待感も大きいため、先行きの見通しは明るい。
		観光型旅館（団体役員）	・台風12号の影響や被害も少しは落ち着いてきている。団体旅行が急に回復することはないが、年明けからは個人旅行を中心に少しずつ良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・3か月先の予約状況は前年を若干上回っている。海外からの利用客は大きく減少しているが、新年会や大規模な講演会、パーティーなど、新規客からの受注が目立っているため、先行きの見通しは良い。
		旅行代理店（店長）	・東日本大震災後の新しい年でもあり、消費者が動き始めるため、先行きは良くなる。
		タクシー運転手	・最近では週の後半に医者やイベントが開かれる傾向があるため、タクシーの需要は増える。
		通信会社（経営者）	・取引先の間では東日本大震災の復興関連の仕事が増えつつあるため、先行きは良くなる。
	その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・12～1月にはコンサートが開催されるほか、子ども向けイベントや企業イベントも開催されるため、例年よりも来場客が増える。	
	その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・前年にオープンした新店舗の知名度が上がってくるため、先行きの見通しは良い。	
	変わらない	商店街（代表者）	・2～3か月後は一番消費が落ち込む時期となる。それを押し上げる要素もないため、今の状態を維持することが精一杯である。
		商店街（代表者）	・人出の減少傾向は以前から続いているため、今後も急に良くなることはない。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・節約志向がクリスマスや正月商品の注文にもみられる。得意先の飲食店の閉店も年末に向けて数件あるなど、まだまだ回復の兆しはみられない。
一般小売店〔衣服〕（経営者）		・ミセス層をねらったファッションビジネスは大きく変わり、それが定着し始めているため、今後は徐々に良い方向へ向かっていく。	
一般小売店〔時計〕（経営者）		・客の平均年齢が高いため、年金や介護などのシビアな話題が多い。今後はお金を貯めておく必要があり、使えないと感じる人が増えるため、今よりも良くなることはない。	
一般小売店〔精肉〕（管理担当）		・景気低迷や食品の放射能汚染問題の影響もあり、牛肉のギフト需要は更に減少する。ただし、年末や正月用には少しゼイタクが戻ってくる雰囲気はある。東日本大震災以降の自粛や節約疲れもあり、正月ぐらいいは大勢でご馳走を食べる動きが出てくる。	
一般小売店〔食料品〕（管理担当）		・お歳暮商品などの受注と重なって、特別注文が入ってきているため、今後も忙しい状況が続く。	
一般小売店〔衣服〕（経営者）		・客は買物を控え始めた感があるが、今後もその傾向が続く雰囲気がある。	
一般小売店〔野菜〕（店長）		・忘年会のシーズンとなるが、予約の単価が高くないなど、見通しは厳しい。	

一般小売店〔雑貨〕 (店長)	・たばこの値上げがあれば売上は再び激減するが、状況に変化がない限り、当面は現状維持の状態が続く。
百貨店(売場主任)	・景気の上向き要素がないほか、子ども手当の見直しや消費税率の引上げ議論などで将来不安も高まるため、高額消費を積極的に行う雰囲気にはならない。
百貨店(売場主任)	・付加価値の高い商品や高級品の動きは好調であるが、それは一部の商品であり、全体的な底上げにはつなげていない。市内はオーバーストアの状況であるほか、消費者の所得も増えないため、今後も大きく改善することはない。
百貨店(企画担当)	・ようやく気温が下がってきたが、12月になるとクリアランスセール待ちの客も増えるため、大幅な回復にはつながらない。
百貨店(営業担当)	・金融不安などで投資に見切りをつけた客が資金を現金化し、ブランド品や美術品などに変える傾向が今後も強まるが、このような客は一部であり、全体的には厳しい状況となる。
百貨店(営業担当)	・上位顧客による輸入時計や高級ブランドのバッグなどの受注が増えているため、クリスマス商戦に向けて更に動きが良くなる。
百貨店(販促担当)	・株価の低下で高額品の動きも鈍く、先行き不透明な状況が重しになっている。身の回り品も、気温が高めとなることで重衣料の苦戦が続く。来月中旬以降はクリアランスセール待ちの動きが増えるため、前倒しで開始せざるを得ず、客単価の下落などの悪循環に陥りかねない。
百貨店(サービス担当)	・例年どおり、福袋の予約受付が始まるほか、クリスマス商戦も本格化する。今年は、家庭や家族を大切にしようという意識が強まっているため、その関連商材を強化することで前年売上の確保につながる。
百貨店(婦人服)	・小売業では消費税率の引上げが将来的な不安要素であるほか、足元の景気もおぼつかないため、好転することはない。
スーパー(経営者)	・予算的に厳しい客がかなり多い一方で、一部の客は予算をあまり気にする必要がないなど、買物の仕方が二極化しており、今後も全体として良くなる兆しはない。
スーパー(経営者)	・欧州の信用不安による景気減速や先行き不安の高まり、企業業績の悪化による冬のボーナス減少など、悪い材料が多い。さらに、税や社会保障負担の増加に関する議論もあるため、消費者の節約志向が解消されることはない。
スーパー(店長)	・消費者は特別な機会にはお金を使うが、余分な買物はしないため、全体的には大きく変わらない。
スーパー(経理担当)	・今冬のボーナス支給額は微増が予想されているほか、株価の底打ちや円高の一服などで、年末から年始の消費は底堅い動きとなる。普段の節約の反動もあり、消費は増加しやすくなる。
スーパー(管理担当)	・年末商戦に期待しているが、既にかなり厳しい状況となっている。年明けに消費税率の引上げ論議が本格化すれば、更に冷え込みが進む。
スーパー(販売担当)	・競合相手との競争で1品価格が下がっているため、客の買物点数は前年を上回っているが、売上の伸びない状況が続く。
スーパー(社員)	・円高や世界的な景気後退により、製造業に悪影響は出てくるが、小売業への影響はすぐには出ない。客の動きも堅調であるため、これから繁忙期の年末年始に向けて当面は良い状況が続く。
衣料品専門店(経営者)	・客は実用的な商品や本当に必要な商品しか購入しないなど、今後も悪い状況が続く。
家電量販店(店長)	・今冬の節電対策で一部の商品は前年の売上を上回っているが、主要商品の需要が高まる材料は見当たらない。
乗用車販売店(経営者)	・ボーナスの支給を前に財布のひもが固くなっており、注文が取れない。取れたとしても必要最低限の注文がほとんどで、カーナビやアクセサリはぜいたく品とされているのか、注文する客はいないため、今後も厳しい状況となる。
乗用車販売店(経営者)	・新車の予約が少なく、車検や一般修理の注文もあまり伸びないため、見通しは良くない。
乗用車販売店(営業企画)	・取引先には回復の見込みが感じられない。仮に回復が進んだとしても、単価とのバランスが悪いため、売上が前年を上向することはない。
住関連専門店(店長)	・消費者の低価格指向に全く変化はみられない。当店は高額品の品ぞろえが多いため、客との商談機会は増えない。
その他専門店〔宝石〕 (経営者)	・円高や株安傾向、国際情勢に大きな変化はないが、大阪は市長選と知事選の結果によって全体的な雰囲気が変わってくる。

その他専門店〔食品〕（経営者）	・現状では良くなるとも悪くなるともいえず、先行きは不透明である。	
一般レストラン（経営者）	・低価格志向が進んでいるが、客層の二極化によって富裕客の客単価が大きく伸びているため、全体としては大きく変わらない。	
一般レストラン（スタッフ）	・国際情勢や国内経済の先行き、原子力発電所の問題といった不透明な要素が多く、好転することはないが、著しく悪化することもない。	
その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・現在はほぼ前年並みで推移しているが、気温の冷え込みが弱く商品の動きが鈍いため、見通しは良くない。	
観光型ホテル（経営者）	・観光シーズンで団体客が非常に多かったが、単価が低く、販売促進活動の不足もあり、売上の増加につながっていない。2、3か月先も予約件数は維持できているが、売上が上昇するかは不透明である。	
観光型旅館（経営者）	・道路事情が多少悪くても、正月からは近隣の神社仏閣に初詣に訪れる行楽客が増えてくる。	
都市型ホテル（マネージャー）	・クリスマスや正月から春休みへと行事が続くが、全体的な予約状況はあまり良くない。特に、宴会部門では新年の定例の催しも規模が縮小するなど、良くなる要素は見当たらない。	
都市型ホテル（客室担当）	・円高などで先行き不透明感が強いほか、間際予約が多いため、見通しが立ちにくくなっている。ただし、夏以降の結果をみると、終わってみれば良い結果となっているため、今後も大きな落ち込みはない。	
旅行代理店（経営者）	・ここ数年は旅行需要が大きく落ち込む出来事が毎年起きているが、今年の4月以降は何も起きていない。円高や株安の影響により、しばらくは海外旅行が好調な一方、国内旅行は不調となる傾向が続く。	
旅行代理店（広報担当）	・今年は年末年始の曜日配列が悪く、長期の休暇を取りにくい客が多いほか、気温要因などで季節感がなかなか高まらず、2～3か月先の旅行を申し込む雰囲気にならない。また、今冬の節電要請に伴う動きにも大きな影響を受ける。	
タクシー会社（経営者）	・法人が経費節減で利用を控えているほか、個人客の間でも節約ムードが続いているため、今のような底の状況が今後も続く。	
観光名所（経理担当）	・個人客、団体客共に減少傾向であり、来場客の財布のひもも固い。クリスマスの3連休は来場者も増えるが、その前後は前年並みか前年よりも悪化するほか、年明け以降も厳しい状況となる。	
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・大阪府知事、大阪市長のダブル選挙が終わり、大阪都構想が動き出そうとしているが、市民の生活がどう変化するのは明確でなく、先行きは不透明である。	
住宅販売会社（経営者）	・数は少ないが、受注の見込案件が出てきている。米国の大手金融機関の破たん以来、ひどい状況であったが、目先は少し良くなっている。ただし、この動きがいつまで続くのかは不透明である。	
住宅販売会社（従業員）	・住宅ローンの審査が通りにくくなったため、客の購入意欲も低下している。それが住宅価格の下落にもつながっているため、住宅販売業者にとっては厳しい状況が続く。	
住宅販売会社（従業員）	・国内外に景気の足かせとなる問題がある一方、有効な打開策が見出せていないため、今後も景気の低迷が続く。	
住宅販売会社（従業員）	・最近のマンション市況は、景気動向よりも各地域での需給バランスによって契約率が左右されている。デベロッパー各社の仕入状況を見ると、今後も需給バランスに合った供給が行われる。	
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）	・今後の金融機関の融資姿勢や、不動産案件の動きについては予測が立たないが、3か月後の取引件数は一時的に減少する感がある。	
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅エコポイントの継続が決まっているが、被災地以外は従来の半分のポイントとなるなど、新築需要を喚起する効果は薄い。住宅に関する税の優遇策が出てこなければ、売行きは厳しくなる。	
やや悪くなる	一般小売店〔花〕（店員）	・客単価の低下に拍車が掛かり、売上の減少につながっている。このまま安値志向が定着すれば、利益が上がりにくくなる。
	百貨店（売場担当）	・対ユーロやドル、ポンドで今の円相場が続くか、更に円高が進む可能性が高いため、海外や空港の免税店で輸入ブランド品を買う客が増える。
	百貨店（マネージャー）	・経済的、社会的な悪循環が続くなか、年金や増税問題が加わるため、ますます消費環境は悪化する。その悪条件をひっくり返すような強力なヒット商材やトレンドは見当たらないため、見通しは厳しい。

	スーパー（経営者）	・来客数は維持できているが、客単価は低下傾向にあるため、見通しは良くない。
	スーパー（店長）	・冬の賞与が減少傾向にあり、消費者の間で更に生活防衛、節約志向が強まるため、クリスマスや年末商戦も苦戦を強いられる。また、来月に気温の低下が進まなければ、冬商戦全体が厳しくなり、値引き合戦が始まる。
	スーパー（店長）	・前年は厳冬となったため、暖房器具や防寒商材の動きがシーズンを通して良く、年末商戦や年明けのバーゲンも順調に推移した。今年は節電意識の高まりで、省エネ、節電関連商材の動きは良くなるが、1品単価が低いいため、大きな売上にはつながりにくい。全体的に消費マインドが高まるような要素が見当たらない。
	スーパー（企画担当）	・冬物商材の出足が例年に比べて悪い。来客数が下げ止まらないことと合わせて、先行きの見通しは暗い。
	スーパー（企画）	・消費喚起を促すような明るい材料が見当たらない。子ども手当の見直しなどで、生活防衛意識も更に高まっているため、見通しは厳しい。
	コンビニ（店長）	・競合店がオープンしたほか、たばこの販売を始める店も増え、競争が激化しているため、見通しは厳しい。
	コンビニ（店員）	・国道沿いの当店から約1キロ手前に新しい店がオープンし、車で来店する客がそちらに流れるため、先行きはやや悪くなる。
	コンビニ（広告担当）	・今後、欧州の信用不安による影響が世界各地に出てくる。さらに、日本国内でも税制の問題や各商品の価格高騰などが進むため、先行き不安から消費を抑える動きにつながっていく。
	衣料品専門店（経営者）	・株価の低迷などで個人の所得が悪化しているため、今後は消費が更に冷え込む。
	衣料品専門店（営業・販売担当）	・スーツ代に回る予算が減っている感があるため、今後の見通しは良くない。
	家電量販店（店員）	・東日本大震災やタイの洪水などの影響もあり、景気が良くなることはない。
	乗用車販売店（経営者）	・欧州の信用不安や株安などによる悪影響が徐々に出てくる。
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・今のところは暖冬気味であり、景気も今一つ良くないため、客が生活防衛意識を強めるのに伴って消費が落ちる。
	都市型ホテル（支配人）	・円高や株安といった経済情勢はしばらく続くため、景気回復にはまだ時間がかかる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊の先行予約が非常に悪い。予約の動きが弱ければ単価を上げられないため、売上の悪化につながる。宴会も忘新年会の受注が伸びず、低単価の引き合いでも受けざるを得ない状況となっている。全体的な収支構造も、食品価格の値上がりで悪化し始めているなど、先行きの見通しは厳しい。
	通信会社（社員）	・テレビの需要減少が大きく響いており、先行きの見通しも厳しい。
	通信会社（企画担当）	・景気刺激策が実施される予定はなく、増税議論も活発になるため、景気回復は進まない。
	観光名所（経理担当）	・今月も天候に恵まれたほか、現在放送中のテレビ番組の影響もあり、来客数が前年比で40%増、売上が37%増とかなり増えている。ただし、今月に番組が終了するため、街ぐるみで対策を考えているが、好調がどれだけ維持できるかは不透明である。
	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・円高や欧州の信用不安により、海外からの観光客、国内の観光客共に消費マインドが低下する。
	住宅販売会社（経営者）	・依然として先行き不透明であり、金融機関の個人向け住宅ローンの審査も厳しくなっているため、見通しは厳しい。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・欧州の信用不安が实体经济に悪影響を及ぼし始める。年末商戦への心理的影響も強まるなど、先行きは厳しくなる。
悪くなる	商店街（代表者）	・不安定な天候の影響で今後も売上が伸びないほか、ユーロ安や円高、株安、世界景気の停滞による影響も出てくる。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・国内景気の先行き不安に加えて、欧州の信用不安も続いている。消費者の間で、これから安定した生活が送れるかどうかの不安が高まっているため、先行きの見通しは厳しい。
	コンビニ（経営者）	・コンビニだけでも飽和状態となっているところに、食品ミニスーパーが出店したため、今後は更に客が分散する。
	衣料品専門店（販売担当）	・月収が増えず、消費者による生活防衛の姿勢がどんどん強まる。
	家電量販店（企画担当）	・株価の極端な下落や円高による景気の先行き不安、11月下旬とは思えない暖かさなどで、季節商材の需要が見込めない。原子力発電所の問題やタイの洪水による影響、今冬の電力不足もあり、しばらくは消費意欲が高まることはない。

		乗用車販売店（経営者）	・欧州の信用不安が世界景気を冷え込ませ、国内でも失業率が上がるなど、内外の環境が悪化している。タイの洪水で新車の納期も大幅に遅れており、売上への悪影響が続くことから、先行きの見通しは暗い。
		その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・年内に近隣の3店舗が閉店となるが、今後は更に閉店の動きが増える。
		観光型ホテル（経営者）	・企業の忘新年会が減っているほか、予約の料金も更に厳しくなっているなど、来月以降は今月までと大きく変わって厳しくなる。
		都市型ホテル（総務担当）	・円高や株安、年金問題のほか、欧州の信用不安に端を発した世界経済の変調により、企業や消費者のマインドが低下し始めているため、先行きの見通しは厳しい。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・来月はクリスマスや年末年始の行事で客の財布のひもが緩むほか、地球温暖化の影響で海産物の価格も高騰しているため、売上は前年よりも良くなる。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量が増えているため、先行きの見通しは良い。
	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業の効果で利益が増えるため、業況は格段に良くなる。	
	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・グローバル化の進行で輸出に陰りもみられるが、情報の集約方法が紙からデジタルへと変化しつつあるなど、市場では新たな動きも出始めているため、先行きの見通しはやや良い。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・一時的な動きに終わる可能性はあるが、取引先からの引き合いが増えているため、先行きの見通しは良い。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	・タイの洪水で電子部品が入手困難となっているが、取引先からは景気が上昇傾向にあるとの声も聞かれるため、今後は良くなっていく。	
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・一部の小売店では輸入品を国産品に切り替える動きが出てきたため、先行きの見通しは良い。	
	輸送業（営業担当）	・金属部品の工場で出荷が増えているため、来月以降、金属製品のメーカーの出荷増につながる。	
	広告代理店（営業担当）	・年度末に向けた動きには前年ほどの落ち込みはみられない。特に、テレビ広告の出稿が好調となる兆しがあり、先行きはやや良くなる。	
	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・テレビコマーシャルのスポット出稿などに改善の兆しがみられるため、先行きの見通しは良い。	
	変わらない	食料品製造業（経理担当）	・円高や原材料価格の高騰が続いているほか、経済全体の先行きにも明るさがみえない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・良くなるという情報を取引先から聞くことがない。
		化学工業（経営者）	・問い合わせも含め、大きな物件は見当たらない一方、悪くなる要因もない。
		化学工業（企画担当）	・毎年2月ごろまでは消費の伸びが続くが、今年も例年どおりの動きとなる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・欧州の信用不安や円高の継続、株安といった不安要素は多いが、先行きへの期待感もあるため、全体としては現状維持となる。
		金属製品製造業（経営者）	・自動車関連を中心に荷動きが活発であるが、今後の為替の動向次第では受注に悪影響が出る。
		金属製品製造業（営業担当）	・建築関係が少しずつ良くなっていく一方、自動車関連では世界景気の減速による影響が出てくるため、全体として大きな変化はない。
一般機械器具製造業（経営者）		・エネルギー関連の産業構造が大きく変化しているが、入替わる動きは緩やかであるため、業況への大きな影響はない。	
一般機械器具製造業（設計担当）		・今後も状況に大きな変化はないが、景気の悪い状態が長引いているため、景気の悪さに鈍感になっている感もある。	
電気機械器具製造業（経営者）		・世界経済の先行きが不透明であり、経営面での対策が必要となっている。東日本大震災やタイの洪水関連で復興の仕事が増えている企業もあるが、全体としては不透明感が強い。	
電気機械器具製造業（企画担当）		・タイの洪水により電子基盤の供給減が懸念されるなど、見通しは良くない。	
建設業（経営者）		・政府による景気対策の実施や公共事業の増加には期待できないほか、円高や欧州の信用不安の影響で、民間企業の間でも設備投資の計画延期や凍結が増えてくる。	
輸送業（営業所長）		・スポット的な見積依頼はあるが、年間を通しての案件の見積は少ないため、全体的には今の状況が続く。	
広告代理店（営業担当）		・しばらくは受注単価に変化のない状況が続くため、今後も売上は伸び悩む。	

		司法書士	・不動産登記では個人の相続や贈与に関する登記以外はみられず、商業登記も役員変更以外はほとんどない。事業の拡大につながるような物も少なく、案件自体があまりないため、現状維持が精一杯である。
		経営コンサルタント	・経済環境の悪さなどを考えると、現状維持が精一杯である。
		コピーサービス業（店長）	・以前よりも来客数が少し増えたとはいえ、減少の動きが続いているなど、明るい兆しはみられない。取引先のコスト意識も厳しく、不安材料が尽きない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・欧米向けの輸出減少やタイの洪水といった景気悪化要因もあるため、消費者の購買意欲は今後も向上かない。
	やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・売上が急激に悪くなることはないが、緩やかな悪化が進んでいく。量販店とは安売りを前提とした価格交渉が進んでおり、量販店の希望価格で納品しなければ売上に繋がらないため、今後は非常に厳しい状況となる。
		繊維工業（団体職員）	・全体的な受注量は前年よりもやや少なくなるなど、先行きの見通しは厳しい。
		繊維工業（総務担当）	・取引先の売上不振が、製造や流通面にも影響しているなど、先行きの見通しは良くない。
		化学工業（管理担当）	・円高の継続や、欧州の信用不安を巡る懸念が高まっているため、先行きの見通しは暗い。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・今はたまたま受注が重なっているだけで、半月もすれば元に戻るため、依然として見通しは厳しい。
		金融業（営業担当）	・東日本大震災やタイの洪水の影響を受けた企業が多く、業況の良い企業はごく一部である。今後は大半の企業の業況が悪化していく。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・今後3か月で予定されている見積が大きく減っているため、今後の受注も少なくなる。
	悪くなる	繊維工業（総務担当）	・物が売れないため、繊維メーカーでは売上維持のために過度な値下げを行っているが、既に限界を超えている感がある。今後も値下げ競争が収まる様子はないなど、先行きの見通しは非常に厳しい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・自力で業績を上げる対策を進めているが、それには時間がかかる。数か月先の輸出案件の動向も悪化気味であるため、見通しは非常に厳しい。
		不動産業（営業担当）	・当地域から事業所の撤退が増え、それに伴って住宅の空室率も上がっている。その動きが円高によって更に加速するため、今後は状況の悪化が進む。
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・インフラ関係の図面作成やIT関係の求人が増えているほか、自治体からの医療や介護関係の仕事も出てきているため、先行きの見通しは良い。
		人材派遣会社（支店長）	・東日本大震災の復興需要で東日本を中心に受注が増えており、その動きが西日本にも波及してくる。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の日雇求人数の先行指標である、鉄筋工の求人がやや増えているため、先行きは良くなる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・就職活動の開始時期が遅くなり、多くの企業からは採用が難しくなるとの声も聞かれるが、これは積極的に人材を確保したいという意欲の表れでもあるため、先行きはやや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・毎年、年末までの季節的な需要が一巡すると、製造業務を中心とした派遣需要はやや落ち着くが、今年も例年どおりの動きとなる。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・例年であれば年始から求人数は増加傾向となるが、大手顧客企業の採用姿勢が慎重であるため、先行きは不透明である。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・3月末に向けた企業の動向に左右されるなど、先行きの不透明感はぬぐえない。
		職業安定所（職員）	・業種によるばらつきはあるが、求人は増加傾向、求職者は減少傾向と、雇用情勢の回復が進んでいる。ただし、急激な円高の進行で企業の雇用意欲は減退し、求人提出をためらう傾向がみられるほか、管内の大手電機メーカーでは大規模な雇用調整を計画しているなど、今後は雇用情勢への悪影響も出てくる。
		職業安定所（職員）	・円高が続くほか、タイの洪水による影響で製造業での生産が減少するなど、先行きには不安材料が多いため、今よりも良くなることはない。
		職業安定所（職員）	・円高などの不安材料はあるが、新規求人数の増加傾向については大きく変わらない。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・企業の採用意欲が低下しないように祈っているが、先行きは不透明である。

	学校 [大学] (就職担当)	・ 関東の企業を訪問したところ、関西よりも活気があるように感じたが、関西の学生は関東での勤務を敬遠している感もあるため、今後も大きな変化はない。
やや悪くなる	新聞社 [求人広告] (管理担当)	・ 欧州の信用不安や円高、タイの洪水が輸出企業に大きなダメージを与えており、全体として雇用を控える傾向が強まる。
	職業安定所 (職員)	・ 欧州の信用不安や過度な円高、今冬の電力不足、タイの洪水による経済環境の悪化で、雇用情勢にも悪影響が出る。
	民間職業紹介機関 (支社長)	・ 長引く円高や欧州の信用不安、タイの洪水による大手メーカーの業績不安などで、採用抑制の影が忍び寄っている感もあるため、先行きの見通しは厳しい。
悪くなる	-	-