

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	通信会社（社員）	・当社の商品は自宅で楽しむテレビやインターネット関連であり、いわゆる巣ごもり消費に関係する。また、サービスへの加入が通信費の削減にもつながるため、加入を検討する客が増える。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球の公式戦が始まって人気球団の試合が開催されるほか、WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）で日本が2連覇を達成して野球人気が高まっているため、来場者は増える。
やや良くなる		一般小売店〔家具〕 （経営者）	・5、6月に定額給付金が給付されれば、多少は購買のきっかけになってくる。
		百貨店（外商担当）	・定額給付金の給付による効果が出てくる。
		スーパー（経営者）	・客の生活も徐々に回復するため、ゴールデンウィーク以降は良くなる。
		コンビニ（経営者）	・冷たい飲料水のプライベートブランド商品が例年より多くそろっており、テレビの宣伝効果で売上が伸びる。
		コンビニ（店員）	・近隣の大きなスーパーが閉店するため、来客数が増える。
		乗用車販売店（経営者）	・高速道路料金引下げで車の利用が増えるのに伴い、カーナビなどの需要が増える。
		乗用車販売店（経営者）	・ハイブリッド車の購入に対する優遇減税により、市場にも少しは活気が出る。
		自動車備品販売店（営業担当）	・ハイブリッド車に対する優遇税制や高速道路料金引下げなど、良くなる方向性が出てきている。
		一般レストラン（経営者）	・今年は近隣企業の新入社員による来客数の増加は難しいが、会社の移転などによる新規客は徐々に増えている。また、日常的な利用客は減ったものの、週末などのスポットの利用客が増えている。
		住宅販売会社（経営者）	・新規顧客数は増加傾向にあるほか、成約には以前よりも時間が掛かるようになったものの、客の購入意欲は衰えていない。ただし、住宅ローンの銀行審査が厳しくなっており、成約率の落ちることが懸念される。
		住宅販売会社（従業員）	・景気底入れ感が出てくるほか、景気対策の実行などで、今後は良い方向に向かう。
変わらない		商店街（代表者）	・買上単価が一層下がっているため、今後も厳しい状況が続く。
		一般小売店〔時計〕 （経営者）	・客との会話では、定額給付金の使い道には旅行が最も多く、時計の購入に関する話は出てこないため、現状維持も不安である。
		一般小売店〔事務用品〕 （経営者）	・個人消費は定額給付金の給付や高速道路料金引下げで多少回復するものの、企業は以前にも増して支出を抑えるようになる。
		一般小売店〔ゴルフ用品〕 （店長）	・4月にニューモデルの発売があり、気温の上昇と共に動き出すことを加味しても、現状からは大きく変わらない。
		一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・物価の低下で買物しやすくなるが、景気は落ち込んだままの状態が続く。
		一般小売店〔野菜〕 （店長）	・客の購買意欲の状態から判断すると、2～3か月で回復することはない。
		一般小売店〔雑貨〕 （店長）	・一度コンビニに流れた客が、タスポを入手してまで当店に戻ることはないため、売上の半減した状態が続く。
		一般小売店〔酒〕（店員）	・これまでの経験から判断しても、今の状態はかなり悪い。この状態よりも更に悪化することは何としても避けたい。
		一般小売店〔菓子〕 （営業担当）	・ここ数年、ほとんどの店で来客数の減少と、客単価の低下が続いている。しばらくはこの状況に変化はない。
		一般小売店〔カメラ〕 （販売担当）	・これまでは中高年層が家庭を守るために支出を抑えてきたが、最近では若年層までが浪費しなくなっている。欲しい物はたくさんあるが、今は我慢しているといった話が多いため、今後も厳しい状況となる。
		百貨店（売場主任）	・客の購買意欲の低下が続いており、取引先でも商品や販促関係の投資を控えているため、大きく回復する要素はない。
		百貨店（売場主任）	・少し良くなる可能性もあるが、全体の景気が非常に厳しいので、今と変わらない。
		百貨店（売場主任）	・消費者の間では急激な好転はないとのイメージが定着しているため、秋に向けて景気後退が一巡するまでは底打ちしない。
		百貨店（売場主任）	・定額給付金の給付が、百貨店の売上増加に直接つながることはない。

百貨店（企画担当）	・美術、宝飾品の高額品は依然として厳しいものの、一部に動きが出てきているなど、回復の兆しもみられる。
百貨店（企画担当）	・セールを実施しても客の反応が薄いため、今後も良くなることはない。
百貨店（営業担当）	・新商品もなく盛り上がり欠けているものの、定額給付金の給付に対応した特別商材を準備しているため、少しは売上が伸びる。
百貨店（営業担当）	・訪問販売については、宝飾品や衣料品などの手ごろな商品は買上げが増えるものの、店頭販売は来客数、売上共に今以上に低迷する。
百貨店（サービス担当）	・従来よりも営業面積が減るために苦戦するものの、それを考慮した売上目標は達成可能な状況である。また、リニューアル改装後は新規客の来店もみられるため、定額給付金に対応した商材によって売上を確保する。
スーパー（経営者）	・政府の追加景気対策にもよるが、消費者の買い控え傾向は変わらない。
スーパー（店長）	・人口の増加や競合店舗の減少といった大きな動きはないため、今の状況が続く。
スーパー（店長）	・定額給付金の給付や高速道路料金引下げは、消費意欲を高める要因になるものの、昨年10月以降の消費者の節約傾向は変わらない。
スーパー（企画担当）	・楽観材料も悲観材料もないため、今の厳しい経営状況が続く。
スーパー（広報担当）	・消費者の買い控え傾向に改善の兆しがみられないため、厳しい状況が続く。
スーパー（開発担当）	・原油の高騰が落ち着いているため、今はこう着状態となっている。今後については、定額給付金の給付で消費がどれだけ増えるかに左右される。
コンビニ（店長）	・買い控えで客単価も低下しており、コンビニ業界では定価に近い価格設定は難しくなっている。各チェーンでは値引きによる販促を行っているものの、一過性の効果にとどまる。
コンビニ（店長）	・タスポ効果が始まって1年が過ぎるが、どこまで効果が続くかは不透明である。また、話題のプライベートブランド商品の売行きについても、今後の大きな要素となる。
衣料品専門店（経営者）	・徐々に落ち着きを取り戻しつつある。予断は許されないが、これ以上極端に悪化が進むことはない。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・収入の減少で消費者に節約傾向が浸透しつつあるため、厳しい状況が続く。
家電量販店（経営者）	・製造業を中心に業績の回復が進まない限り、景況感はしばらく変化しない。
乗用車販売店（経営者）	・車の販売が低迷しているほか、トラック関係の修理や車検も伸びないため、今後も厳しい状況が続く。
乗用車販売店（販売担当）	・明るい材料が見当たらないため、年内は悪い状態が続く。
乗用車販売店（営業担当）	・ニュースで報じられているほどの不況感はなく、現状のまま推移する。
乗用車販売店（営業担当）	・高速道路料金引下げや、自動車に関する優遇税制といったプラスのニュースはあるものの、景気全体が底打ちする感はない。
住関連専門店（店長）	・昨年秋から客の間で慎重な姿勢が慢性化しており、その状況がすぐには変わらない。
その他専門店 [宝石]（経営者）	・客の様子や国内外の情勢も含め、購買意欲の回復する要素が見当たらない。
その他専門店 [食品]（経営者）	・不安はあるものの、売上は今後も順調に推移する。
その他専門店 [医薬品]（店員）	・暖かくなるシーズンに向けて、各メーカーが新製品を多く出す傾向であるため、来客数や販売量の動きが若干変わる。
その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・定額給付金が給付されても、宝飾品に使う人は少ない。
一般レストラン（経営者）	・週末に遠出する人が増えるため、駅周辺や住宅街にある飲食店などでは悪影響が出る。
一般レストラン（店員）	・今年のゴールデンウィークは遠出する人が増えるため、来客数は減少が続く。
その他飲食 [コーヒーショップ]（店長）	・客の財布のひもは依然として固く、お金を使うのは必要最小限であるなど、回復につながる好材料が見当たらない。
観光型ホテル（経営者）	・景気対策などで少しずつ回復している感はあるものの、先行きは不透明であるため、客の動きも変わらない。

	観光型旅館（経営者）	・ガソリン価格の安定や高速道路料金引下げ、定額給付金の給付といった好材料はあるが、給料が上がらず、失業の不安もある状況では回復は難しい。
	観光型旅館（団体役員）	・予約が低料金施設へ流れる傾向が強まっているため、今後も厳しい状況となる。
	都市型ホテル（支配人）	・明るい材料が見当たらないため、しばらくは現状の打破は困難である。
	都市型ホテル（マネージャー）	・宴会部門の予約状況がやや悪いほか、それ以外の部門も引き続き前年を下回る推移となる。
	都市型ホテル（役員）	・宿泊部門の予約状況には改善の兆しがみられず、売上も前年比10%以上の減少となる。比較的落ち込みの少なかった宴会部門も、新年度に入って急激に予約状況が悪化しており、第1四半期の予約状況は前年の85%にまで落ち込んでいる。
	旅行代理店（経営者）	・個人客の流れは大きく変わらないが、法人などの団体客の落ち込みをどこまでカバーできるかは不透明である。
	旅行代理店（広報担当）	・ゴールドエンウィークの日並びは前年よりも良いものの、予約は前年を上回るほどではない。よほどの好材料がない限り、先行きは良くならない。
	通信会社（企画担当）	・これから更に悪くなるとは考えにくい、良くなる感もない。
	通信会社（企画担当）	・好転する材料が見当たらないため、今後も厳しい状況が続く。
	観光名所（経理担当）	・来場者数が減少すると共に、財布のひもも固くなっているため、店舗売上は厳しい状況が続く。
	その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・株価の底打ちといった好材料がある一方、ガソリン価格の上昇などの不安材料もある。また、高速道路料金引下げも、近郊型の観光地にはマイナスとなる不安が大きい。
	その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・景気の低迷で消費者は家計を引き締めているため、生命保険への加入を見送るケースが増える。
	住宅販売会社（総務担当）	・1人の客に2～3社が競合し、一度決定しても他社の再値下げにより契約の決まらないケースが増えているため、今後も厳しい状況が続く。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・不動産各社の決算発表までは大きな変化はなく、住宅ローン減税による消費者マインドの改善に左右される。その影響が出始めるまでは、変化の起こる要素は少ない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・日曜、祭日の来街者の減少で、平日の定休日を含めて週2日が休みのようになっており、回復の見通しは立たない。
	一般小売店〔コーヒーマーケット〕（営業担当）	・既存店の商品の動きが停滞しているほか、新規顧客の開拓もうまく進んでいないため、先行きは更に厳しくなる。
	百貨店（売場主任）	・客の購買意欲がなかなか上がらず、来店しても購入につながりにくい。かなり割安感のある商品を用意しても客の反応は変わらないため、先行きの見通しは厳しい。
	百貨店（売場担当）	・比較的好調であった食料品の売上に陰りが出てきているほか、新しい物を買わずに、修理して使う人が増えている。当面の物販については、低価格品以外に消費が向かうことはない。
	スーパー（経営者）	・大手スーパーが相次いで値下げに踏み切っているほか、輸入小麦の価格改定で更に多くの商品が値下がりする。来月以降、前年の価格上昇の反動が本格化してくる。
	スーパー（経理担当）	・所得の減少が本格化するため、食品の消費も減少してくる。
	スーパー（管理担当）	・今の消費者の動きから判断すると、良くなる感はない。
	スーパー（管理担当）	・各業界でも給与の上昇はみられず、むしろ下がっているため、今の悪い状況は長期的に続く。
	コンビニ（経営者）	・近隣のオフィス人口はしばらく増えず、客単価も若干低下気味であるため、売上は更に悪化する。
	衣料品専門店（経営者）	・定価販売の時期に売れなければ、バーゲンになってもあまり売れない。売上は前年比で80%程度の推移となる。
	乗用車販売店（経営者）	・今年はベースアップがゼロになり、夏期賞与も減額される。消費者の所得減少が進むため、消費意欲が減退する。
	乗用車販売店（経営者）	・株価や為替は少し持ち直しているものの、基本的には米国の景気が回復する必要があるため、今は良くなる材料が見当たらない。
	観光型ホテル（経営者）	・先の予約状況は相変わらず非常に悪い。4月は春休みで個人客がある程度動くため、間際の予約も入るが、5、6月は団体シーズンに入る。これから予約がどの程度上積みされるのか、かなりの危機感がある。

		都市型ホテル（スタッフ）	・企業が更に経費削減を進めているため、新年度は定例会合の見直しや中止が進む。定額給付金の給付や高速道路料金引下げによる効果についても、実際に動き出してから判断になる。
		都市型ホテル（営業担当）	・今月は宿泊が例年並みに戻ったものの、4月からはまた厳しくなる。アジアからの団体予約はあるものの、キャンセルになるケースも多い。料飲部門にも明るい材料が見当たらないなど、今後は厳しい状況となる。
		旅行代理店（店長）	・定額給付金の給付による需要喚起効果はあるものの、高速道路料金引下げは販売単価の下落につながる。
		タクシー運転手	・例年3月は多少動くが、前年に比べると非常に暇である。新年度に入っても、5月ごろから更に悪化する感がある。
		タクシー運転手	・この先は地域に目新しい催しもないため、良くなる要素がない。
		通信会社（経営者）	・例年3月に盛り上がりを見せる春商戦も低調で、4月以降に良くなる要素が見当たらない。
		通信会社（管理担当）	・メーカーの生産計画や通信会社の販売計画についても、来年度は前年よりも引き下げられている。
		遊園地（経営者）	・不況によってレジャー消費は減少しているが、新年度に向けて社会全体で雇用調整が進めば、更に消費は減少することになる。
		競輪場（職員）	・入場者数、1人当たりの購買単価共に悪化している。業界全体で同様の動きがみられ、好転の兆しは見当たらない。
		競輪場（職員）	・状況は落ち着きつつあるものの、世界経済自体の先行きが不透明であるため、やや悪化が進む。
		美容室（経営者）	・客単価はあまり変わらないが、客の来店サイクルが延びているため、今後も悪化が進む。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場の来場者アンケートでは、雇用不安のある30代の実需が減少しているため、先行きの見通しは厳しい。
	悪くなる	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・打つ手はなくなってきているが、対応策を打ち続けなければ、販売量は前年比10%ダウンでは止まらない。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・飲食業界は、消費者の所得減少が実際に始まってから売上が減少するため、先行きはまだまだ暗い。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・各社の決算が明らかになり、人や物の動きが出てくる季節になると、良い所と悪い所の格差が拡大する。
		一般小売店〔花〕（店員）	・先行き不安で客の購買意欲が落ちているため、売上の増加は難しい。
		百貨店（店長）	・昨年の秋以降は客の購買意欲が低く、必要最小限の買物にとどまっている。この状態が長引けば、取引先の業種や規模にかかわらず、かなり苦戦することになる。
		百貨店（マネージャー）	・夏の賞与に関する労使交渉が始まっているが、要求額は前年比でマイナスとなっており、今後は可処分所得の減少が進む。2、3か月後には確実に個人消費の鈍化につながる。
		スーパー（店長）	・同業他社のチラシや価格をみると、プライベートブランド商品、メーカー商品を含めて、日用品を中心に値下げしている。消費者の間にも低価格志向が広がっているため、今後は更に来客数が伸び悩み、売上の減少が進む。
		コンビニ（マネージャー）	・5月に競合店が出店するため客がそちらに流れるほか、6月からはタスポ効果の反動減が出始める。
		衣料品専門店（販売担当）	・客の間で生活防衛意識が強まるため、今後は更に悪くなる。
		その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・客からは良い話が聞かれないほか、来客数が毎月減っているなど、先の見通しが全く立たない。
		タクシー会社（経営者）	・法人客、個人客共に節約傾向が強まっている。特に法人客の利用が落ち込んでおり、チケット利用の減少など、社用でのタクシー乗車が減少していることから、今後は更に厳しくなる。
		住宅販売会社（経営者）	・市場の動きが極端に鈍くなってから半年以上が経過するため、関連企業の倒産が増えてくる。それに伴い、市場の雰囲気は更に重苦しくなる。
		住宅販売会社（経営者）	・不動産業界は全滅状態で、新聞折り込みチラシや住宅情報誌、ホームページで広告を行っても客の反応が全くないため、先行きの見通しは厳しい。
企業動向関連	良くなる	建設業（営業担当）	・既に4、5月までの注文が入っており、このまま順調に推移する。
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・今後は受注量の増加に伴い、売上也増加する。

	化学工業（経営者）	・各取引先の在庫調整が多少は進んでいるほか、景気対策もようやく動き出した。すぐに以前の水準まで良くなることはないが、多少の回復は十分可能である。
	化学工業（管理担当）	・取引先の在庫調整は最終段階にあるとの声もあり、これ以上悪化することはないため、今後は横ばいか、やや回復傾向となる。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・高速道路料金引下げによる外出の増加や、太陽光発電に関する補助金など、回復要因が出てきている。
	輸送業（営業担当）	・製造業の取引先では荷物量の減少が続いているものの、小売業や個人客の荷物は多少であるが増え始めている。
	輸送業（営業担当）	・今の状態が続けば当社の出店数も増加し、売上や配達件数が伸びる。
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・地方の購買意欲が回復してくれば、売上は前年を上回る。
変わらない	食料品製造業（従業員）	・食品関連に大きな変化はないものの、安い商品を中心に販売が増えている一方、通常の商品は減っている。まだまだ先行きの見通しが立たない状況である。
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・受注量が少なく勤務の終了時間も早いため、今後も厳しい状況が続く。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・今のところ、4月分の受注量は3月と大きな変化がない。
	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注や引き合いに、明るい兆しは全くみられない。
	金属製品製造業（総務担当）	・需要の低下で受注価格は下がっているものの、工場の操業維持に必要な受注量の確保を進めるしかない。
	金属製品製造業（営業担当）	・自動車関連は生産調整が進み、少し上向く気配がある一方、建築関連はこれから悪くなっていく。
	一般機械器具製造業（経営者）	・当社の顧客の投資意欲はそれほど悪くないため、今後数か月も同じような動きで推移する。
	電気機械器具製造業（経営者）	・世界的な不況で全体的には良くないが、中国からの引き合いが出てきている。
	電気機械器具製造業（経営者）	・高額製品の受注が回復する見通しは立っておらず、今後も悪い状況が続く。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先の業況が悪く、仕事が回ってこないため、厳しい状況が続く。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先からの引き合いもないため、しばらくは我慢するしかない。
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	・様々な景気対策が講じられているが、中小企業に効果が及ぶのはまだ先である。
	建設業（経営者）	・先行きの見通しが立たない。一部に明るい話も聞かれるが、不動産市況の回復にはもう少し時間が掛かる。
	金融業（支店長）	・小規模の建売業者では、賃貸マンションの居住者向けに2000万円台の物件の販売を計画している。住宅ローン減税の利用による割安感もあるため、先行きには多少の明るさもみられる。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折り込みの受注が少し良くなっているが、不況により購読を中止する読者が増えているため、厳しい状況は変わらない。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・取引先が減産を進めており、フル生産に回復する見通しが立っていないため、今後も厳しい状況が続く。
	やや悪くなる	食料品製造業（経理担当）
繊維工業（総務担当）		・得意先を集めるための催事にも経費が掛かり、開催には控えめとなるため、売上の減少につながる。
電気機械器具製造業（企画担当）		・当社に住宅ローン減税の効果が出てくるのは半年後からであり、それまでは悪化が進むことになる。
輸送業（営業所長）		・新規案件が少なく、経費削減の動きも強まっているため、今後は更に悪化が進む。
金融業（営業担当）		・自動車部品製造業などでは在庫調整も終わりに近づいており、発注が若干増加している。その一方、不動産、卸売、製造業などでは、売上の大幅な減少が続いているため、今後も業績の悪化が進む。
不動産業（経営者）		・不動産価格の先安観から購入を延期する企業が多く、建売素地、分譲マンション素地の取得に極めて慎重になっている。さらに、工場や倉庫の購入についても様子見が多く、成約が減少しているため、先行きの見通しは厳しい。
広告代理店（営業担当）		・来年度は更に広告予算の縮小を検討している広告主が多い。

	司法書士	・事件数はもちろん、問い合わせや相談も減少している。住宅ローン減税などの優遇税制があるとしても、先行きは楽観視できない。
	経営コンサルタント	・景気全体が悪いため、顧客企業の業績も場合によっては悪くなる。
	経営コンサルタント	・高速道路料金引下げや定額給付金の給付、プレミアム付き商品券の発売、市町村の雇用対策など、様々な景気対策が打ち出されているが、いずれも一時的な効果にとどまるため、景気後退には歯止めが掛からない。
悪くなる	繊維工業（総務担当）	・価格の低い靴下ですら、2月以降は消費者の買い控え傾向が出てきている。どこまで落ち込むかは不透明であるが、少なくとも今後2、3か月は悪化が進む。
	繊維工業（団体職員）	・世界的な景気悪化の影響で、今後は更に悪くなる。
	化学工業（企画担当）	・原料価格が不安定であるが、製品価格に過去の上昇分を反映できないうちに値下げ競争が始まる。体力のない企業から淘汰されるが、外食関係は特に悲惨な状況となる。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・昨年12月から瓶の需要が大幅に落ち込んでいる。前年比で10%以上の落ち込みは今まで経験がなく、先行きの見通しは厳しい。
	金属製品製造業（管理担当）	・他地域の工場では1日7時間勤務の時短を行うことになったが、今後の仕事量によっては、更なる時短や週休3日制の導入も検討される。地元工場も状況によっては、時短が行われることになる。
	建設業（営業担当）	・クリーンエネルギー関連では設備投資計画があるものの、それ以外は冷え切った感がある。公共工事だけではなく民間工事でも市場が収縮しているため、今後は少ないパイをめぐる受注競争が激しくなる。
	不動産業（営業担当）	・マンションデベロッパー、建売業者共に、今まで仕入れた土地が処分できずに困っている。家を建てても売れないため、土地の仕入れを控えていることから、地価はまだまだ下がる。
	広告代理店（営業担当）	・昨年10月以降は紙媒体、インターネット媒体共に、受注は前年比で50%の水準となっており、回復の見通しは立たない。
	コピーサービス業（従業員）	・取引シェアの高い、不動産業界、特にマンション販売関係の企業が大変厳しいため、大きな影響を受けている。取引に際しては倒産リスクの回避が必要となるなど、今後は更に厳しい状況となる。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）
雇用 関連	良くなる	－
	やや良くなる	職業安定所（職員）
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・景気の回復はまだまだ先であり、雇用情勢も悪いなかで一進一退の状態が続く。
	人材派遣会社（支店長）	・状況の好転する材料が見当たらないため、今後も厳しい状況が続く。
	人材派遣会社（支店長）	・既に求人数は以前の半分に落ち込んでいるが、今後もこの状況が続く。
	人材派遣会社（営業担当）	・短期間で景気が回復し、求人が活発になることはない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・売上が最悪の状態からは、当分は脱け出せる見込みがない。営業担当がセールスを行っても、良い話が全く聞かれない。
	民間職業紹介機関（支社長）	・最近の傾向から考えると、これ以上の落ち込みはない。ただし、上向きになる要素もないため、大きな変化はない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・採用数は例年よりも減少するものの、企業の採用活動は最も活発な時期となる。現在は一部の業界を除いて例年並みの動きとなっている。
やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・新年度に入ると各企業で人が余ってくるのに加え、今年度は新入社員を大量に採用しているため、派遣社員による調整が進む。9月ごろまでは派遣市場がかなり縮小することになる。
	求人情報誌製作会社（企画担当）	・求人数の動きをみると、今後も減少傾向が続くことから、先行きの見通しは厳しい。

	職業安定所（職員）	・新卒の内定取消しや入社直後の休業といった報告が数件あるほか、3月末での期間工の契約打ち切りの情報もある。ただし、小売業やサービス業では求人再開の動きがあるだけでなく、予想したほど売上は悪くないという経営者も少なくない。
	職業安定所（職員）	・求人が全産業を通じて減少しており、回復の兆しがみられない。
	職業安定所（職員）	・現段階では、新規求人数の減少や事業主都合離職者の増加が回復に向かう要素は見当たらない。
	民間職業紹介機関（職員）	・梅雨などの季節的要因により、3か月先は建設の日雇求人が激減する時期であるが、それを差し引いても悪い状況となる。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・周辺企業の様子からは、回復の兆しが感じられない。
悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ゴールデンウィークを挟むために求人広告の大型企画は難しく、売上の減少には歯止めが掛からない。広告会社の営業担当者からは、3か月先の見通しが全く立たないとの声が上がっている。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・企業が4月から急に人材を求め始めるとは思えない。製造業が回復しない限り、人材募集の広告が増えることはない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末の大きな落ち込み以来、回復の兆しが全くない。特に、地元企業からの出稿が、前年比で7割にまで激減している。
	職業安定所（職員）	・事業所では雇用調整助成金の申請が大幅に増えており、新規求人が増える見込みがない。今後も求人倍率は低下が進む。
	民間職業紹介機関（大学担当）	・まだまだ景気の回復は見込めない。特に今回は、先行きの見通しが全く立たない。