

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）	・年末までは毎週決まった日に小規模の買得イベントを実施し、客にこの日に来れば得だという感覚を定着させる。年始には大型スーパーがオープンするため、オープンイベントに便乗して商店街への客足を増やす。商店街を通してスーパーに行く客が増えれば、先行きは良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔時計〕 （経営者）	・今月は悪過ぎたが、エコポイント制度関連の買物が少しは落ち着くため、そちらに回っていた客の予算が多少戻ってくる。
		一般小売店〔雑貨〕 （店長）	・まとめ買いのたばこがストック切れになり、若干売上が回復してくる。ただし、値上げによって禁煙を始めた人の数が分からないため、先行きは不透明である。
		百貨店（売場主任）	・今年のクリスマス商戦や初売り、クリアランスセールについては、厳冬やギフト需要に支えられて、買い控えムードが徐々に和らぐ。
		百貨店（売場主任） スーパー（社員）	・店舗のリニューアルが完了してくるため、売上が伸びる。
		コンビニ（店長）	・今月に入ってから、気温の低下に伴って衣料品が全体的によく売れている。前年の年末は来客数の減少と商品単価の低下に苦戦したが、今年はその反動もあってやや良くなる。
		衣料品専門店（販売担当）	・コンビニエンスストアの売上に占めるたばこのウェイトは大きいため、今回の値上げによる影響が出ている。ただし、売価自体が上がっているため、販売個数は減少をカバーできている。さらに、予想よりも早く回復が進んでいるため、先行きはやや良くなる。
		住関連専門店（店員）	・客との会話では仕事に関する話題も出てくるが、景気が良いという人もいるため、先行きはやや良くなる。
		旅行代理店（店長）	・学習機の売れる時期となったが、当店の今年の売上目標は全店でも上位のグループに入っているなど、先行きはやや良くなる。
		通信会社（経営者）	・これからスキーシーズンに突入するほか、学生の卒業旅行シーズンを迎えるなど業界の最繁忙期となる。現段階では先行受注が増えているため、先行きはやや良くなる。
		通信会社（社員）	・新商品の発売で、年末から新年は市場が若干盛り上がる。ただし、スマートフォンなどは詳細な説明を必要とするため、販売効率の悪化やコストの増加が懸念される。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・来年7月のアナログ放送終了までは好調が続く。
		その他サービス〔コインランドリー〕 （経営者）	・12～1月にはコンサートが7日間開催されるほか、アイドルグループの握手会や就職関連、子ども向けイベントなども開催されるため、集客増につながる。
		変わらない	商店街（代表者）
商店街（代表者）	・客足の引きが早いいため、今後も厳しい状況となる。		
商店街（代表者）	・プレミアム付き商品券がどの程度の期間で回収できるかに左右されるが、年末は売上が伸びる。		
一般小売店〔衣服〕 （経営者）	・今年の1、2月は寒波の到来で防寒類の売れる気配があるものの、納期遅れの商品がこの時期に出てくるため、値崩れが発生する。		
一般小売店〔カメラ〕 （販売担当）	・写真を撮る専門的に撮りたい人や、記念に残しておきたい人、子どもの成長を残しておきたい人など、需要が多様化している。全体としては、必要以上に需要が伸びることはない。		
百貨店（売場主任）	・取引先は百貨店以上に厳しい状況で、商品の生産や人件費を抑制する動きが目立っている。今後、百貨店で改善を図るためには大型の改装が必要となるが、直近では改装計画がない状況である。		
百貨店（企画担当）	・気温の変化による売上の増減はあるものの、客1人当たりの購入額は変わらない。		
百貨店（営業担当）	・通常の商品には動きがないものの、特別企画の目新しい商品には注文が入っているため、今後も現在のような動きが続く。		
百貨店（マネージャー）	・世界的に株価の回復などが進むなか、日本では輸出企業の好調は続いているものの、個人消費は政治不信も高まっているため回復には至らない。		
百貨店（店長）	・11月に入って寒くなり、月中旬までは好調に推移していたが、お歳暮も含めて月末近くになり伸び悩んでいるため、先行きの見通しは厳しい。		

百貨店（売場担当）	・株価が持ち直してきたにもかかわらず、客の様子見が続いており、高額品の購入にはなかなか結びつかない。必要な物を最小限しか購入しない傾向は今後も続くほか、アパレル関連では中国からの納期遅れも発生し始めており、先行きの見通しは厳しい。中国では賃上げで生産コストが上昇し始めているため、今後は低価格品を作りにくくなっていく。
百貨店（婦人服）	・百貨店は決算期を迎えて様々な対策を行う予定であるが、力強いヒット商品や話題の商品がないため、前年割れ傾向からの脱却は困難な状況である。
スーパー（経営者）	・客の買物姿勢が慎重であり、どちらかといえば少し悪くなりつつあるため、今のような状態がしばらく続く。
スーパー（経営者）	・冬の賞与が増えないと予想されているが、果物やそう菜では低額品だけでなく少し高額な商品の動きが良い。これらの商品を中心に、最近では生鮮品の売行きが順調となっている。今後ほかの商品が落ち込んで、まとめ買いの減少による来店頻度の増加もあり、食料品関係は堅調な動きが続く。
スーパー（経営者）	・今後良くなる要素が見当たらない。
スーパー（店長）	・これまでの傾向から、年末年始も繁盛日の分散が進むほか、クリスマスや正月用品関連の出費はあっても、全体の消費額は普段どおりに抑えられる。
スーパー（店長）	・エコポイント関連の特需が終わるのに加え、生活必需品中心のスーパーでは、全体の景気がかなり良くならなければ変化は起こらない。
スーパー（店長）	・エコポイントの半減で家電の売上が減少するほか、先行きの不透明感が強まっているため、これから良くなることはない。
スーパー（企画担当）	・来客数、売上は現状と大きく変わらない状況が続く。
スーパー（経理担当）	・今年の冬は寒くなるとの予想や、株価の1万円台回復といったプラス要因と、冬のボーナスの微減や、エコポイント制度の縮小といったマイナス要因が交錯している。基本的には現状維持となるが、いずれにしても年末商戦をどう乗り切れるかが分かれ目となる。
スーパー（企画）	・これ以上悪くなる要因はないが、明るい兆しもないため、これから良くなる可能性は小さい。恐らく年末年始は現在の状況が続く。
スーパー（販売担当）	・競合相手との価格競争で1品単価が低下傾向にあるため、来店客の購入点数は前年並みであるが、買上金額が前年の水準に達していない。今後も価格競争はしばらく続く。
コンビニ（経営者）	・値引きセールを実施した時だけ来客数は一時的に増加するが、客単価が下がるため売上増にはつなげていない。近隣ビルの入居率も相変わらず下がったままであり、売上の回復する要素が見当たらない。
コンビニ（広告担当）	・現政権による施策などで長期的には消費者の収入は減少が予想されるものの、2～3月先であれば現状とほぼ変わらない。
衣料品専門店（販売担当）	・来客数が芳しくないほか、円高で輸入ブランドの売行きが伸びるため、今後も国産品は厳しい状況となる。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・冬物衣料の販売が本格化しないまま、バーゲンを始めなければならない状況となる。
乗用車販売店（経営者）	・良くなる材料が全くない。以前は年末年始に向けてにぎわっていたが、今年は元気の出るような材料がない。
乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の終了で新車が売れなくなっており、今後も厳しい状況が続く。中古車が売れる期待もあったが、新車が売れないため在庫が不足している。仕入価格の上昇で客への提示価格も上がっているため、客が買えない状況となっている。
乗用車販売店（営業担当）	・他系列のメーカーがリコールを発表しており、売上は伸びているものの、この波が終われば再び悪化する。
乗用車販売店（販売担当）	・来年も現在と大きくは変わらないものの、徐々に良くなる感はある。
住関連専門店（店長）	・客の間に経済的な安心感はまだない。欲しい物が予算を超えた場合は、安い商品に変更するのではなく、購入をやめてしまう。決して無理をしない慎重な姿勢は今後も続く。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・来月以降も現在と同じような状況となる。
その他専門店〔医薬品〕（店員）	・客の間で低価格志向が強まっているため、先行きの見通しは厳しい。今動いているのは広告の品が中心であり、特別な値引き商品しか売れない。

	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・当たり前のようにボーナスが減額されるため、消費者も初売りやバーゲンには反応するものの、宝飾品にまではお金が回らない。 ・来客数が安定的に推移する傾向は当面続く。
	一般レストラン（経営者）	
	一般レストラン（店員）	・年末に向けて忙しくはなるが、例年と同じような水準である。
	スナック（経営者）	・前年に比べるとかなり落ち込んでいるが、12月は多少予約が入っているため良くなる。
	観光型ホテル（経営者）	・政治が不安定で客の動きにも影響が出ている。政治が安定して新たな経済政策が積極的に実施されない限り、現状は良くならない。
	観光型旅館（経営者）	・冬の利用状況は例年あまり芳しくない上に、年明けからの予約がほとんど入っていない。
	観光型旅館（団体役員）	・今後の予約状況も非常に動きが遅いため、これ以上良くなる見通しは立ちにくい。
	都市型ホテル（マネージャー）	・株価には上昇気配もみられるが、そのほかには景気の良くなるような要因が見当たらない。先の予約状況もすべての部門で芳しくなく、おせち料理の売行きも不透明である。
	都市型ホテル（営業担当）	・客室稼働率は回復しつつあるが、消費者の低価格志向が強まっているため、収益の伸びない傾向が続く。
	旅行代理店（経営者）	・国内旅行は高速道路料金の無料化で鉄道の利用が減少、宿泊だけの客もインターネットに流れているなど、前年の売上を超えることは難しい。海外旅行の予約も円高の後押しで増えてはいるが、相変わらず安近短の傾向が強い。
	タクシー運転手	・これから忘年会や鍋物のシーズンで飲酒の機会も増えるが、客はタクシーになかなか乗らず、電車のある時間に帰宅する傾向は変わらない。
	タクシー会社（経営者）	・例年は忘年会や新年会シーズンで利用が増えるものの、今年は宴会が少なくなっている。飲食店が暇であればタクシーも暇になるため、今後も悪い状態が続く。
	通信会社（経営者）	・特に変化の兆しを感じられないため、今後も現在の状況が続く。
	観光名所（経理担当）	・今年は前年のような3連休がなかったものの、休日の天候にも恵まれるなど条件が良かったため、来客数が伸び、予想以上の売上となっている。政治情勢などの悪化にもかかわらず、ここ2か月は良い流れに乗っているため、今後もこの傾向が続く。
	観光名所（経理担当）	・これから閑散期に入るため、様々な対策を行っても大きな集客にはつながらない。
	パチンコ店（店員）	・失業率の悪化も報じられており、先行きが良くなることはない。
	その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、例年寒い時期になると来客数は減るが、今年は夏から既に少ない状態が続いている。今月に入ってから来客がほとんどないため、今後寒くなると更に来客数が落ち込む。
	その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・依然として景気の先行きが不透明なため、新たに生命保険の加入を検討する客は増えない。
	その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・DVDレンタルの郵便返却サービスなどによる売上アップを図るため、全体的な状況は変わらない。
	住宅販売会社（経営者）	・何をすべきか分からないほど厳しい状況にあるため、見通しは非常に厳しい。
	住宅販売会社（経営者）	・自動車や家電は補助制度によって売上が左右されているが、住宅には動きがほとんどないため、先行きも大きな変化はない。
	住宅販売会社（従業員）	・国内経済の回復する気配がないなかで、個人消費の上向く兆しもみられない。
	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）	・今後は横ばいか、少し悪くなる。円高の継続や完全失業率の上昇など、明るい話題がない。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・新築住宅市場は依然厳しい状況となっている。住宅取得に対する政府の思い切った減税策などが打ち出されない限り、新築需要の喚起は難しい。
やや悪くなる	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・12月から約3か月は、この年末の動きにかなり左右される。年末に消費が集中することになれば、1月は日並びが悪いと、2月までは確実に低調な動きとなる。
	一般小売店〔食料品〕（管理担当）	・今月の大口注文は一時的なものであり、来月以降は再び厳しくなる。

一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・今後も客の間では不況ムードが続くため、見通しは厳しい。
一般小売店〔花〕(店長)	・消費者の間に花を買う余裕はないため、まだまだ花業界の先行きは暗い。
百貨店(売場主任)	・中国のカントリーリスクを避けて、衣料品生産の国内回帰が少し進んでいる。ただし、コスト上昇分は製品価格に反映されるため、低価格に慣れた消費者に受け入れてもらうにはかなり苦労する。
百貨店(企画担当)	・近隣での競合他社による増床、新規オープンを控え、客の奪い合いが一層激化する。
百貨店(営業担当)	・美術品や宝飾品の引き合いが減っているため、見通しは厳しい。高額品を購入するのは一部の限られた客であるが、人数が更に少なくなっている。
百貨店(サービス担当)	・気温の低下が進んでいるものの、婦人服のほか、福袋やおせち、クリスマスケーキなどの季節商材も、前年売上の確保は難しい。
スーパー(店長)	・来月はボーナス月となるが、消費者の節約志向が更に強まっているため、消費の伸びには期待できない。今月の駆け込み需要の反動で家電の売行きが低迷するほか、衣料品も依然として来客数や販売点数が伸びていない。今冬の冷え込みがよほど大きくない限り、衣料品の売上が増加することはない。
スーパー(店長)	・省エネ家電は完全に需要を先取りしており、12月以降は反動減となる。食料品も相場高の野菜を除くと、肉や魚では単価の低下が続く。衣料品は肌着や靴下といった軽衣料の需要は横ばいであるが、コートやジャケットの重衣料は苦戦が予想される。消費についてはまだまだ厳しい状況から脱していない。
スーパー(広報担当)	・現在はエコポイント制度関連の特需や気温の影響で上向しているものの、消費全体が拡大しているわけではないため、先行きの見通しは厳しい。
スーパー(管理担当)	・エコポイント制度の縮小で駆け込み需要もなくなるが、それに代わる好材料が見当たらない。
衣料品専門店(経営者)	・バーゲンでは前年のような売れ筋商品が見当たらない。今後は寒波の到来が予想されているが、売上が大きく伸びることはない。
家電量販店(店員)	・エコポイント制度関連の駆け込み需要で来客数がかかなり増えているものの、今後はエコポイントの半減で来客数が減少する。
乗用車販売店(経営者)	・年が変われば多少は上向き気配がある。
乗用車販売店(経営者)	・新車の販売が依然として悪く、先行きの見通しは暗い。車検も低料金を整備する客が大半で、売上が伸びない。
高級レストラン(支配人)	・今月の販売量は前年を下回るなど、徐々に下降線をたどっているため、先行きはやや悪くなる。
一般レストラン(経理担当)	・飲食業界を取り巻く環境は、市場の縮小や競争の激化、顧客による要求の多様化、法律の改正、就業労働人口の減少など、厳しくなる一方である。さらに、従業員の確保も困難になるなど、負担は増える一方となる。
観光型ホテル(経営者)	・クリスマスや正月のほか、忘年会といった行事が増え、本来なら予約件数が増えるはずであるが、今一つの動きとなっている。客の様子をみても景気が良くなっている感はなく、設備投資に伴う出費で資金繰りも厳しくなっている。
観光型ホテル(経営者)	・12、1月の予約状況はかなり悪い。これまで恒例で忘年会を行っていた企業のキャンセルも幾つか出ている。景気が良くないためか、企業文化が変化したためかは分からないが、先行きはかなり厳しい。
都市型ホテル(スタッフ)	・宴会部門は忘年会などの受注が好調であるが、新年会以降の予約が前年を下回っているため、見通しは厳しい。宿泊の予約についても、直近予約が増えていることもあり、クリスマスや正月を除けば減少傾向となっている。
都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊には特に良い要素もなく、今後も低価格競争が続く。宴会では新年会などで定例会合の中止が数件発生しているほか、2～3年前は多かった就職関連の企業説明会の予約が全くない。
旅行代理店(広報担当)	・北朝鮮による砲撃により、韓国方面の旅行を見合わせるといふ連絡が増えている。この状況で先行きが良くなるとは考えにくく、今後は全体的な旅行マインドにも影響が出てくる。

		テーマパーク（職員）	・社会情勢が混迷し、安心して暮らせない雰囲気になっている。このような情勢では消費に積極的になれず、将来に備える気持ちが強くなりやすい。また、12月以降のエコポイント制度の縮小といった消費の阻害要因も多い。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・天候がいつも良いとは限らないほか、アジア情勢の悪化が海外からの観光客の動きに悪影響を与える。
		住宅販売会社（経営者）	・世界情勢、社会情勢が不安定なため、消費者の不安が高まっていく。
		住宅販売会社（総務担当）	・個人消費の落ち込みが大きいと、住宅・不動産はますます厳しい状態となる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・世の中の不安定な状況が、個人消費にマイナスの影響を及ぼし始める。
	悪くなる	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・商品相場の高騰や円高による悪影響が出てくる。
		コンビニ（経営者）	・9月に近隣で競合店がオープンしたが、12月にも出店の話があるため、売上が更に減少する。
		家電量販店（経営者）	・エコポイント制度の縮小に伴う対象商品の売上減により、売上全体も大きくダウンする。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度の縮小が盛んに報じられたことで、需要が先食いされた感はない。また、テレビはエコポイント特需でメーカーからの供給が滞っているほか、エアコンもレアース問題による資材不足で商品がない状況となっている。テレビは商品によって新規生産が中止となるほか、エアコンも最短で2月以降の供給となるため、見通しは厳しい。
		一般レストラン（経営者）	・年末年始を過ぎると全体的にイベントも減るため、ますます財布のひもは固くなる。
		一般レストラン（経営者）	・たばこのまとめ買いや家電の買換えで出費が増え、消費者には外食に行く余裕がなくなっているため、先行きの見通しは厳しい。
		競輪場（職員）	・業界全体に売上の回復につながるような明るい兆しが全くない。
企業動向関連	良くなる	輸送業（営業担当）	・企業間の荷物のほか、個人間や通販関係の荷物も大幅に増えているため、先行きの見通しは明るい。円高による悪影響を大きく上回り、今月は好調となっている。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・受注量が増加傾向となりつつあるため、先行きは良くなる。
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新たな事業が年明けから始まるため、売上、利益共に格段に良くなるなど、今までとは違う展開となる。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・9月決算の企業では動きが出始めているため、先行きはやや良くなる。ただし、受発注をインターネットで行うケースが増えているため、営業の体制も見直さねばならない。また、出版業界の先行きは電子書籍の推移によって大きく左右される。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・百貨店の売上が増えているほか、大手企業のボーナスもアップするため、先行きはやや良くなる。
		建設業（経営者）	・今の状態をみると、先行きは少し良くなる。ただし、年末年始の動きによって大きく変わってくる。
		広告代理店（営業担当）	・年末に向けてセールやイベントの販促を予定している。今年は気温も低くなるため、年末品の購入時期になれば売上が伸びる。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・景気そのものは最悪期を脱しているため、今後はやや良くなる。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・スポットCMの受注状況が年末に向けて大きく改善するなど、少し明るい兆しが出始めている。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・市場の荷動きは年末にかけて少しは良くなるものの、動きは低価格品に集中する。年明けは例年どおり少し悪くなるが、量販店の売上が若干増えているほか、外食が減って内食化傾向が進んでいるため、調味料の利用も少しは増える。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量に変化がないため、今後も状況は大きく変わらない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・最近では月末が近づくと出荷量の減少する傾向があるなど、先行きが良くなる感はない。
		化学工業（企画担当）	・大豆や菜種、パームといった油の原料価格が高騰している。やし油は暴騰状態であるほか、砂糖も値上がりしている。受注の増えている製品の原料価格が予想しにくいいため、全体としては変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・全体的には底を打った感もあるが、右肩上がりとなる要素は見当たらない。しばらくは一進一退の推移となる。

	窯業・土石製品製造業（経営者）	・今の政治の不安定な状態では好転する材料が見当たらない。
	金属製品製造業（管理担当）	・受注見込みの情報が相変わらず少ないため、先行きの見通しは厳しい。
	一般機械器具製造業（経営者）	・原発関連の設備投資は活発に動いているため、今後も当社への引き合いは多い。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量は少し増えているものの、大きな変化はない。全体的には低迷が続いているため、今後も厳しい状況となる。
	建設業（経営者）	・取引先は景気回復の兆しが出てきてから設備投資を検討し始める。計画が決定しても、施工が始まるのは半年から1年後となるため、厳しい状況は変わらない。
	金融業（支店長）	・取引先の婦人服の卸売業者は春物商品の取扱を始めているが、気候の予想も難しいため先行きは不透明である。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読数には大きな増減がないものの、経済的な理由で購読をやめる読者が目立つ。折込収入も落ち込んだままで上向く兆しがないため、今後も厳しい状況となる。経費を削ってしのいでいるが、やはり苦しい。
	広告代理店（営業担当）	・業種によっては広告発注が増えつつある顧客企業もあるが、あくまで最近2か月程度の動きであり、ほかに上向く材料が見当たらない。
	経営コンサルタント	・小売業の顧客では、12月の繁忙期も売上が前年を下回る予測を立てている企業が多い。12月の仕入分の支払時期となる1～2月にかけて、今年行き詰まる企業が増える。
	司法書士	・不動産登記の依頼が少なく、商業登記も解散や会社をスリム化する動きが目立つため、今後もあまり良くない状態が続く。
	コピーサービス業（従業員）	・来年度の子ども手当への支給額が明らかではないため、教育関連企業の動きがやや鈍くなっている。印刷物の依頼内容を見ると、今後も大きな変化はない。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・景気の上昇する材料が見当たらないため、今後も動きは良くなる見込みはない。
やや悪くなる	食料品製造業（経理担当）	・消費者が先行き不安で消極的になっている。ネガティブな材料ばかりが目立つなど、消費の増える兆しはない。
	繊維工業（団体職員）	・原材料の綿糸価格が上昇しているため、需要にも悪影響が出る。
	繊維工業（総務担当）	・販売量と受注量の合計を製造量が上回っているなど、コストのまかなえる販売量が維持しにくくなっている。
	繊維工業（総務担当）	・売上、利益が前年比で減少しており、先行きの見通しは厳しい。消費者が所得の減少に伴って購入量を抑えているほか、製造原料の価格上昇による収益の圧迫が主な要因となっている。
	化学工業（経営者）	・問い合わせから受注に至る期間が延びているほか、注文のロットを少しでも抑える動きがあるため、先行きの見通しは厳しい。円高の影響で輸出関連の得意先は販売に力を入れておらず、売上に影響が出ている。
	化学工業（管理担当）	・省エネ家電のエコポイントの縮小で販売が落ちるため、受注量が減る。米国経済の先行きも不透明で、円安傾向が定着するかは定かでないため、輸出の回復も見通しは厳しい。
	金属製品製造業（営業担当）	・円高の影響で取引先が海外調達を増やすため、注文がなくなるといった話が数件出ている。
	一般機械器具製造業（設計担当）	・デフレの動きが止まる様子もないため、先行きはやや悪くなる。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・省エネ家電のエコポイントも来月には半減するため、購入の増えていたランプや理美容健康器具が影響を受ける。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・12月からエコポイントが半減するほか、1月以降は更にエコポイントの対象商品が絞られるため、需要が減少する。
悪くなる	不動産業（営業担当）	・企業の撤退に伴い、年末から年明けにかけての解約が増えている。その一方で入ってくる企業は少ないため、今後も事務所や住宅の賃料の下落が続く。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今後良くなる要素が何も見当たらない。
	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・非常に不安定な状況が続いているため、見通しは厳しい。
雇用	良くなる	-

関連	やや良くなる	職業安定所（職員）	・新規求職者数は一般、パート共に減少し、前年比で8.3%減となっている。有効求職者数も5.4%減と7か月連続で減少しているため、先行きはやや良くなる。一方、有効求人数は4月を除けば9か月連続で増えているほか、新規求人も製造業で着実な増加が続いており、特に介護・福祉業で大きく増加している。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・全体的に求人ニーズは回復傾向にあるが、エコポイントの半減などで一部の製造業では減産に伴う求人の減少が進む。
		人材派遣会社（支店長）	・企業の採用担当者からは事業拡大といった増員に関する話は聞かれないため、求人数は横ばいで推移する。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・効果的な雇用対策が全く行われていない。56%という新卒学生の就職率をみても、今後景気が上向くことはない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西地区の景気が良くなる気配は全くない。広告の出稿も今後2～3か月は前年比90%台のまま推移する。
		職業安定所（職員）	・来所者数は前年よりも若干減少しているが、職業訓練の相談や受講申込の増加が続いているなど、今後も見通しは厳しい。特に、中高年層は正社員としての就職が難しいため焦っており、相談が増えている。
		職業安定所（職員）	・事業所からは先行きが不安といった声が多いものの、求人意欲に大きな変化はみられないため、当分は大きな変化はない。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・企業の採用活動の対象が2012年3月卒業予定者にシフトしつつある。採用枠はあっても採用基準と学生がマッチしていない感があるため、今後も厳しい状況となる。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・短期的に大きな変化は起こらない。	
	民間職業紹介機関（支社長）	・今期の採用計画はほぼ出そろっているほか、求人でも求められる条件と求職者の経験とのギャップは依然として大きいため、今後大きな変化はない。	
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・経済情勢の著しい変化に伴って、求人市場も大きく変化しており、年度末に向けてはその傾向が更に強まる。
		職業安定所（職員）	・エコカー補助金の終了や、エコポイント制度の縮小によって買い控えが進むほか、輸出相手国の低迷によって輸出も減少するため、雇用情勢は改善しない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・エコポイント制度の縮小などで一時的な好調も終わり、今後はその反動が出てくる可能性が大きい。企業業績の改善は一部の大企業に限られ、中小、中堅企業は今後も苦しい状況となる。
	悪くなる	-	-