

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<br>動向<br>関連 | 良くなる     | 商店街（代表者）            | ・商店街に隣接してスーパーが1月18日にオープンする。それに伴って商店街の通行量が増えれば勝機が出てくる。<br>・今年は学習机、ランドセル共に競合店に比べて品ぞろえが良く、客から褒められることも多いため、販売量はある程度伸びる。 |
|                |          | 住関連専門店（店員）          |                                                                                                                     |
|                | やや良くなる   | 百貨店（売場主任）           | ・店舗リニューアルの途中であるが、株価も上がりつつあるため、客の間で認知度が上がってくれば少しずつ上向きになる。                                                            |
|                |          | 百貨店（売場主任）           | ・客が低価格一辺倒ではなく、低額品と高額品の使い分けようになっており、今後は全体としての消費額も増えていく。                                                              |
|                |          | 百貨店（企画担当）           | ・新年を迎えて消費者心理が良くなるほか、11、12月の売上不振により、クリアランスの商品も豊富にそろっている。                                                             |
|                |          | 百貨店（営業担当）           | ・今月に入って宝飾関係で1千万円を超える高額品の注文が入るなど、今後は徐々に良くなっていく。                                                                      |
|                |          | 乗用車販売店（営業担当）        | ・今年は年間を通して更に厳しくなると予想されるが、この2、3か月は新型のハイブリッド車が投入されるため、来客数は多少増加する。                                                     |
|                |          | 高級レストラン（支配人）        | ・ボーナス商戦、クリスマス商戦の客単価は3か月前に比べて113%と大きく伸びたため、今後はやや良くなる。                                                                |
|                |          | その他レジャー施設「球場」（経理担当） | ・今年3月にはプロ野球の公式戦やコンサート、子ども向けイベントが予定されているため、来客数の増加につながる。                                                              |
| 変わらない          |          | 商店街（代表者）            | ・客単価は今後まだまだ低下する。                                                                                                    |
|                |          | 一般小売店「時計」（経営者）      | ・入学祝いといったプレゼント需要については、今年は全く期待できない。送っても喜ばれないといった話も聞か、消費者が予算を割かなくなっている厳しい現実がある。                                       |
|                |          | 一般小売店「衣服」（経営者）      | ・客の低価格志向が強まっているため、今後も厳しい状況が続く。                                                                                      |
|                |          | 一般小売店「雑貨」（店長）       | ・たばこの売上はタスポの導入で激減したあと、10月の値上げによって再び激減している。その後は低位安定が続いているため、今後も大きな変化はない。                                             |
|                |          | 一般小売店「カメラ」（販売担当）    | ・節約志向が年配者だけでなく、若年層にまで浸透してきているため、今後も厳しい状況となる。                                                                        |
|                |          | 一般小売店「菓子」（営業担当）     | ・新年を迎えてもあまり景気が良くなることはない。                                                                                            |
|                |          | 百貨店（売場主任）           | ・個人に対する増税の不安から、今後は主婦層を中心に財布のひもは一層固くなる。                                                                              |
|                |          | 百貨店（売場主任）           | ・消費意欲が乏しいなか、商業施設は増床や出店が続き、オーバーストアの傾向が更に強まっている。また、所得が増えないためにデフレも脱却できないなど、外部要因の大きな変化がなければ好転が望めない状況が続く。                |
|                |          | 百貨店（売場主任）           | ・好転する要素がなく、今後も堅実な消費が続く。                                                                                             |
|                |          | 百貨店（企画担当）           | ・税制の先行き不透明感など、お金が消費に積極的に回る状況ではない。                                                                                   |
|                |          | 百貨店（営業担当）           | ・一部の優良顧客では高級ブランド品や美術品の購入が増えているものの、全体的には買い控えの動きが続く。                                                                  |
|                |          | 百貨店（婦人服）            | ・冬商戦の序盤で暖冬傾向となり、冬物の生産を控えた衣料品メーカーが多いため、今年の冬物セールは盛り上がりや持続力に不安がある。                                                     |
|                |          | 百貨店（商品担当）           | ・生活に不要なぜひたく品が売れつつあるものの、余裕のある客は以前よりも減っているため、全体的に良くなることはない。                                                           |
|                |          | 百貨店（サービス担当）         | ・来月以降も変化する要素が少なく、状況は大きく変わらない。福袋の予約状況をみても売れ残りがあるなど、消費者の財布のひもが固くなっている感がある。                                            |
|                |          | 百貨店（店長）             | ・ファッション関連は上向きつつあると感じていたが、今月の状況をみると、年明けのセールにはまだまだ予断が許されない。                                                           |
|                |          | 百貨店（売場担当）           | ・衣料品は価格一辺倒で選ぶのではなく、この品質でこの価格といった商品の価値で選ぶ傾向もみられつつある。その一方、とにかく長く着られる商品や汎用性の高い商品を選ぶ傾向も衰えていない。                          |
|                |          | スーパー（経営者）           | ・年が明けても激しい価格競争が続くため、客が安い店を買い回る状況は変わらない。                                                                             |
|                |          | スーパー（店長）            | ・今月は中旬以降に気温が低下し、下着類は売行き好調となっているが、婦人関係のジャンパーやコート、ジャケットといった重衣料は依然として動きが鈍い。年明けのバーゲン待ちといった状況であり、今後も衣料品の売行きには不透明感が強い。    |

|                     |                                                                                                     |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| スーパー（店長）            | ・年末年始の出費が例年並みとなれば、収入が増えていない現状を考えると、その後の消費拡大は困難である。                                                  |
| スーパー（店長）            | ・今月の傾向をみると、食料品や消耗雑貨などの必需品はほぼ前年並みの推移となるが、衣料品は相変わらず苦戦が続く。大型家電も、エコポイント制度の影響を受けやすく、買い替えの必要性の高い商材のみが動く。  |
| スーパー（店長）            | ・近隣にスーパーが新規出店するなど、オーバーストアとなっている。よほど景気が良くならなければ、業況は改善しない。                                            |
| スーパー（店長）            | ・政治の先行き不安感が大きく、過疎化や少子化、高齢化が進む地域では景気の好転は見込めない。今後、小売店は更に淘汰が進む。                                        |
| スーパー（経理担当）          | ・法人税率の引下げで雇用に好影響が出るまでには時間が掛かるものの、雇用、所得情勢については比較的好材料があるように感じる。所得の動きは販売状況に直結するため、もう少し先には販売に上向き感が出てくる。 |
| スーパー（販売担当）          | ・客の動きをみていると、低価格を打ち出した広告商品は開店から走ってでも買いに行くが、その商品のみを購入する姿が目立つ。目玉商品を買って回っているという状況であるため、先行きの見通しは厳しい。     |
| スーパー（社員）            | ・前年の売上が相当悪かった反動増で良くなるほか、年末年始の活発な消費に期待している。ただし、今年は冬のボーナスが支給された後も、消費が盛り上がってこない。                       |
| コンビニ（店長）            | ・直近の3か月の動きをみると、前年に近い状態となりつつあるが、先行きは不透明である。                                                          |
| コンビニ（店員）            | ・客の低価格志向は今後も続くため、回復の見込みが立たない。                                                                       |
| コンビニ（広告担当）          | ・状況が大きく変わる要素はないため、今後も厳しい状況となる。                                                                      |
| 衣料品専門店（経営者）         | ・少し景気が悪くなることはあっても、良くなることはない。                                                                        |
| 衣料品専門店（営業・販売担当）     | ・客との会話でも会社の良い話題が聞かれないなど、見通しは暗い。                                                                     |
| 家電量販店（経営者）          | ・前月ほどではないものの、テレビについては今後も一定の需要が続く。アナログ放送終了後はテレビの売上が落ちるものの、オール電化や太陽光発電、白物家電の販売増で補う。                   |
| 乗用車販売店（経営者）         | ・中国の利上げや米国の景気低迷が国内経済の足を引っ張り、次のステップに進めない。与党内の紛争や政策の不透明さなどが国民に不安を与えており、消費を刺激する要素がないため、今後もしばらく景気は低迷する。 |
| 乗用車販売店（営業担当）        | ・販売単価は毎月着実に下がっている感がある。客の間に値引きがないと損をするような雰囲気があり、今後は更にその傾向が強まっていく。                                    |
| 乗用車販売店（販売担当）        | ・先行きが好転する材料が見当たらない。                                                                                 |
| 住関連専門店（店長）          | ・買い控えの起きやすい業界であり、政治や経済の不安を解消する動きがなければ回復しない。ポイント還元や値引きサービスといった企業努力も行き詰まりつつある。                        |
| その他専門店〔医薬品〕（経営者）    | ・依然として客単価は下がっているため、買上点数の押し上げを図っているものの、財布のひもは固い。なかなか消費にはつながらないため、見通しとしては厳しい。                         |
| その他専門店〔食品〕（経営者）     | ・今後も現在の状況は変わらない。                                                                                    |
| その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）   | ・円高が今後も続くなか、消費が海外のブランド品に流れる傾向が進む。                                                                   |
| 一般レストラン（経営者）        | ・今後も経済環境が客の心理に大きな影響を与えるが、政治も含めてまだまだ不透明感が強い。                                                         |
| 一般レストラン（経営者）        | ・最近では気候が不安定なほか、統一地方選挙も控えており先行きが不透明である。前年のデータが参考にならないほど、状況が毎年大きく変わっている。                              |
| 一般レストラン（スタッフ）       | ・来客数は増加し始めているが、全体的に価格を下げているため、売上は大きく変わらない。                                                          |
| その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長） | ・最近の来客数の増加は一時的な動きにとどまる。                                                                             |
| 観光型ホテル（経営者）         | ・平城遷都1300年祭の開催中は大変好調に推移していたが、イベント終了後は完全に冷え込んでいる。景気全体が良くないこともあり、先行きはあまり良くならない。                       |
| 観光型ホテル（経営者）         | ・間際になると低価格の個人向けプランは動くものの、団体需要はかなり冷え込んでいるため、先行きの見通しは厳しい。                                             |

|                                  |                                                                                     |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 観光型旅館（団体役員）                      | ・予約の動きが直前までみられないなど、客は宿泊料金の動向に敏感になっている。安く泊まるタイミングを計っている感があるため、今後も厳しい状況となる。           |
| 都市型ホテル（客室担当）                     | ・旅行会社からは、国内旅行の先行きは非常に不透明といった印象を受ける。宿泊、宴会、レストランのいずれの業態でも、消費者の財布のひもは固いため、今後も厳しい状況となる。 |
| 都市型ホテル（マネージャー）                   | ・各セクション共に予約状況は前年並みであり、大きな変化はない。景気の良くなる要素も見当たらず、先行きは不透明である。                          |
| 旅行代理店（経営者）                       | ・海外旅行は円高もあって前年を上回る動きとなるが、構成比のより大きな国内旅行については、経済の閉そく感もあって厳しい状態が続く。                    |
| 旅行代理店（広報担当）                      | ・客の財布のひもは固く、自分が良いと思った物にはお金を使うが、納得しなければ使わない。その使い分けは想像以上にはっきりしており、今後もなかなか変わらない。       |
| タクシー運転手                          | ・上向き要素が見当たらないため、今後も厳しい状況が続く。                                                        |
| タクシー会社（経営者）                      | ・個人客、法人客共に、交通費や交際費の節約ムードが定着しており、今後しばらくは上向き見通しが立たない。                                 |
| 通信会社（経営者）                        | ・年度末の春商戦に期待されるが、新商品が少しずつ投入されるため、大きな盛り上がりにはつながらない。                                   |
| 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）                       | ・クリスマスの24、25日は来場者が増えたものの、ほかの日は大きな変化がないなど、見通しは厳しい。                                   |
| 競輪場（職員）                          | ・政治や経済に対する不安の解消は難しいとしても、軽減するような明るい材料すら見当たらない。                                       |
| その他レジャー施設<br>〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当） | ・天候要因以外に好材料は見当たらない。                                                                 |
| 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、例年寒い時期には来客数が減るが、特に今年は客が少なく、先行きの見通しは厳しい。昼間はここ何か月か来店がみられない。          |
| 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）       | ・映像レンタルの企画タイトルが支持され、売上は上昇しているものの、CD販売に代わる新規アイテムの導入を検討している。                          |
| 住宅販売会社（従業員）                      | ・国内経済の改善する見込みがない。                                                                   |
| 住宅販売会社（従業員）                      | ・マンションの購入希望者は減少しつつあるものの、各エリアにおいて需給バランスの良い物件は好調に推移する。                                |
| 住宅販売会社（総務担当）                     | ・集客状況は悪化しつつあるが、契約量は微減にとどまっている。現在検討されている、贈与税にかかる生前贈与の優遇措置などが下支えとなり、今後は現状維持で推移する。     |
| その他住宅〔展示場〕（従業員）                  | ・一時的な優遇税制や住宅版エコポイント、低金利などで需要が下支えされてきたものの、個人所得や雇用情勢が基本的に良くならなければ、新築需要はこれ以上伸びない。      |
| その他住宅〔情報誌〕（編集者）                  | ・デベロッパーの間では前年ほど在庫を圧縮する動きが強くないため、消費者の購入を後押しする要素は多くない。                                |
| やや悪くなる                           | ・今年度は年度末の需要が例年ほどは伸びない。                                                              |
| 一般小売店〔事務用品〕（経営者）                 | ・得意先の店舗や会社で経費削減が行われ、クリスマスや正月商品の買い控えが増えている。営業努力は行っているものの、不安材料ばかりで先行きは不透明である。         |
| 一般小売店〔花〕（経営者）                    | ・当面は買う時と買わない時の差が激しい状態が続く。消費の盛り上がりには、価格競争ではなく消費者の財布のひもを緩める仕掛けが必要となる。                 |
| 一般小売店〔精肉〕（管理担当）                  | ・年明けも消費者の買い控えは、ますます加速する。政治への不信任や給料カットもあり、先行きの不安感による影響は深刻となる。                        |
| 一般小売店〔花〕（店長）                     | ・法人税率の引下げが確実となった反面、個人に対しては増税となるため、消費意欲は徐々に低下していく。                                   |
| 百貨店（マネージャー）                      | ・今年は小麦やとうもろこしなどの穀物価格が上昇する。政治、景気共に先行き不透明で所得も増えないなか、商品価格への転嫁は簡単ではないため、見通しとしては厳しい。     |
| スーパー（経営者）                        | ・先行きに明るい材料がないほか、12月の推移をみると先行きは悪化が進む。                                                |
| スーパー（企画担当）                       | ・政治不信や増税への不安など、懸念材料には事欠かないため、消費動向はますます悪くなる。                                         |

|                               |                                                                                                                         |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| スーパー（企画）                      | ・省エネ家電のエコポイント制度も今年に終了するほか、法人税率の引下げに伴って個人に対しては増税となる。それを補う景気対策も検討されていないなど、今後回復に向かう要素が見当たらない。                              |
| コンビニ（経営者）                     | ・近隣の購買人口が回復する見込みは当面なく、他社との競争も激化しているため、セール合戦による客単価の低下が更に進む。                                                              |
| コンビニ（店長）                      | ・税負担の実質的な増加により、客の財布のひもも固くなる。                                                                                            |
| 乗用車販売店（経営者）                   | ・良くなる理由が見当たらないほか、最近の傾向から判断すると先行きは悪くなる。                                                                                  |
| 乗用車販売店（経営者）                   | ・エコカー補助金の終了後、まるで絵に描いたように仕事が減っている。今月で大体の需要が出切ったため、これからの1、2か月は厳しい状況となる。                                                   |
| 乗用車販売店（経営者）                   | ・12月でも動きがないため、今年に良くなる材料はない。                                                                                             |
| 乗用車販売店（経営者）                   | ・エコカー補助金の終了以降は新車の販売が全くなく、修理や車検の売上も芳しくないため、先行きの見通しは厳しい。                                                                  |
| 一般レストラン（スタッフ）                 | ・政治の混乱や財政悪化のニュースも多いなど、景気的好転する材料が見当たらない。                                                                                 |
| 一般レストラン（店員）                   | ・年明け以降に新たな好材料はなく、不安材料の方が目立つ。扶養控除の廃止といった目立たない税負担の増加もあり、先行きの見通しは厳しい。                                                      |
| 一般レストラン（経理担当）                 | ・客からは今の状態が続くような雰囲気が伝わってくる。前年は賞与の増加期待で消費に薄明かりがみえたが、今年は就職難や倒産、経済対策の遅れといった報道が多い。消費者にもそういった情報が直接影響するため、今後は消費に抑える行動が更に増えてくる。 |
| スナック（経営者）                     | ・今月は12月であるにもかかわらず前月より悪く、当てにしていた団体客も少なかったため、先行きの見通しは厳しい。                                                                 |
| 観光型旅館（経営者）                    | ・1月以降の予約状況では、新年会は例年の半分以下となっている。宿泊も2月はほとんど空いており、3月後半に合宿団体が入っている程度であり、すべての面で客の動きが鈍い。                                      |
| 都市型ホテル（総務担当）                  | ・冬のボーナス支給の減少や失業率の高止まり、円高の継続、政治の混乱による先行き不透明感など、消費者の動きが良くなる要素は見当たらない。明るい材料は消費者の節約疲れだけであり、先行きの見通しは厳しい。                     |
| タクシー運転手                       | ・客が動くのは週末の限られた時間帯にとどまる。寒さが強まれば動きは多少増えるものの、宴会シーズンも終わったため、今後は下降気味となる。                                                     |
| 通信会社（社員）                      | ・今年の春ごろにかけての好材料に乏しい。エコポイント制度の終了もあるため、地上デジタル放送関連の需要は減少する。                                                                |
| テーマパーク（職員）                    | ・効果的な消費の促進策が出てこない状況が続き、自分自身も消費をするより、消費せずに済む方を選ぶようになっていく。エコポイント制度関連の駆け込み需要も一段落したため、今後は消費の冷え込みが加速する。                      |
| 住宅販売会社（経営者）                   | ・エコポイントなどが一時的に需要を刺激したが、根本的な回復には程遠い。今後はその反動で悪化に向かう。                                                                      |
| 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） | ・今後もサラリーマンの所得などに明るい展望がない。                                                                                               |
| 悪くなる                          |                                                                                                                         |
| 一般小売店〔珈琲〕（経営者）                | ・販売価格の値上げは避けられないが、消費の抑制につながる。利益率と販売量のどちらを優先するかが課題であり、売上はそれによって左右される。                                                    |
| 一般小売店〔衣服〕（経営者）                | ・節約志向が強まるなか、最近では高額商品も売れていると報じられているが、町の商店街では生活に密着した商品を扱っているため、その恩恵が少ない。客の財布のひもは固く、かなりシビアな状態であるため、年明けは今以上の苦戦を強いられる。       |
| スーパー（経営者）                     | ・政府の景気対策も尽きた感があり、今後は支出が一層引き締められる。                                                                                       |
| コンビニ（経営者）                     | ・近隣に競合店が出店したほか、地域の人口も減少しつつあるため、先行きの見通しは厳しい。                                                                             |
| 一般レストラン（経営者）                  | ・年始は年末の利益で乗り切れたとしても、2、3月は運転資金の不足で閉店や倒産が増える。                                                                             |
| その他飲食〔ジャズバー〕（店員）              | ・今年の12月は前年に比べて来客数が減っているため、先行きの見通しは厳しい。                                                                                  |
| 都市型ホテル（スタッフ）                  | ・企業による利用が非常に悪く、春先の採用関連の会合はすべて中止となっている。また、一度受注した会合が経費削減などでキャンセルとなる例も目立つ。                                                 |

|                    |                                                                                                     |                                                                        |                                                                                                                                    |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 企業<br>動向<br>関連     | 良くなる                                                                                                | 通信会社（店長）                                                               | ・増税に対する不安で、家計を切り詰める傾向が強まる。                                                                                                         |
|                    | やや良くなる                                                                                              | 広告代理店（営業担当）                                                            | ・年末は不調であったが、年明けからの初売りや福袋、パーゲンで少しは持ち直す。                                                                                             |
|                    |                                                                                                     | 食料品製造業（従業員）                                                            | ・現在の朝の連続ドラマはお好み焼き屋が舞台であるが、お好み焼きを食べるシーンを見た視聴者が食べたくなるらしく、ソースの売上が伸びている。今後もお好み焼き関連では好調な状況が続く。                                          |
|                    |                                                                                                     | 電気機械器具製造業（経営者）                                                         | ・海外の受注は今後もまだ増える見通しである。国内企業も中国を含む東アジアの成長に刺激を受け、生産や販売先を海外にシフトする動きのほか、国内での活動も活発になっている。円高による悪影響や巨額の財政赤字といった懸念材料はあるものの、今年に比べれば好調な推移となる。 |
|                    |                                                                                                     | 電気機械器具製造業（営業担当）                                                        | ・受注が少し増えているため、先行きはやや良くなる。                                                                                                          |
|                    |                                                                                                     | その他製造業〔履物〕（団体職員）                                                       | ・海外生産から国内生産に回帰する動きがあるため、先行きはやや良くなる。                                                                                                |
|                    |                                                                                                     | 建設業（経営者）                                                               | ・全体的な状況は良くなるものの、回復のスピードは速くない。                                                                                                      |
|                    |                                                                                                     | 輸送業（営業担当）                                                              | ・低価格の衣料品や食品の増加で荷物量はかなり増えているため、先行きはやや良くなる。                                                                                          |
|                    | その他非製造業〔商社〕（営業担当）                                                                                   | ・受注量の動きをみると、今後はやや良くなる。                                                 |                                                                                                                                    |
|                    | 変わらない                                                                                               | 食料品製造業（経理担当）                                                           | ・今月の売上は前年比で96.99%とマイナスに終わっており、見通しとしては厳しい。特に悪かった量販店は30%以上のマイナスとなったが、何が原因なのかが分からない状態である。                                             |
|                    |                                                                                                     | 家具及び木材木製品製造業（営業担当）                                                     | ・今後も受注量に大きな変化はない。                                                                                                                  |
|                    |                                                                                                     | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）                                                     | ・景気の上向くような話が、取引先からは聞かれない。                                                                                                          |
|                    |                                                                                                     | 窯業・土石製品製造業（経営者）                                                        | ・新聞には景気の良い記事が出ているが、製造業の立場からすると経営状態に余裕はない。今後、好転するきっかけとなる要素も見当たらない状況である。                                                             |
|                    |                                                                                                     | 一般機械器具製造業（経営者）                                                         | ・当社を取り巻く環境は比較的良好いため、今後数か月も現在の状況が続く。                                                                                                |
| 一般機械器具製造業（設計担当）    |                                                                                                     | ・どん底の状態が続いているため、良くなるとか悪くなるといった感覚がなくなってきた。                              |                                                                                                                                    |
| 電気機械器具製造業（経営者）     |                                                                                                     | ・メーカーにとって最も気になるのは海外の動向であるが、米国の景気は少しは良くなるものの、日本の景気回復にはまだ時間が掛かる。         |                                                                                                                                    |
| 電気機械器具製造業（企画担当）    |                                                                                                     | ・住宅版エコポイントもあるため、住宅関連の好調はもうしばらく続く。                                      |                                                                                                                                    |
| 電気機械器具製造業（営業担当）    |                                                                                                     | ・周囲の会社からも景気の良い話が聞かれないため、今後も現在の状況が続く。                                   |                                                                                                                                    |
| 建設業（経営者）           |                                                                                                     | ・ばらまき型ではなく、効果の見込める景気対策を早急に実施してほしい。公共工事は発注量が増えることはなく、民間の工事でも価格競争が厳しくなる。 |                                                                                                                                    |
| 新聞販売店〔広告〕（店主）      |                                                                                                     | ・今月は少し上向いたが、折込チラシはクリスマスや年末商戦による増加であるため、今後も上向き傾向が続くわけではない。              |                                                                                                                                    |
| 広告代理店（営業担当）        |                                                                                                     | ・広告業界では、新年以降の新たな良い話が聞かれない。                                             |                                                                                                                                    |
| 広告代理店（営業担当）        |                                                                                                     | ・広告量が安定していないため、今後も全体的な状況は変わらない。                                        |                                                                                                                                    |
| 経営コンサルタント          | ・顧客企業の食品スーパーでは、価格の低下や買上点数の減少により売上が前年を下回っている。価格が低下するなかでの買上点数の減少は、明らかに買い控えが起きている証拠であり、この動きは今後もしばらく続く。 |                                                                        |                                                                                                                                    |
| 司法書士               | ・年末にもかかわらず、事件数、案件数共に少なく、景気の良くなる要因がない。                                                               |                                                                        |                                                                                                                                    |
| コピーサービス業（従業員）      | ・広告物が紙媒体から電子媒体へシフトしつつあり、例年ポスターの作成依頼がある複数企業からも変更の通知があった。今後は電子化によって徐々に仕事が減っていくことになる。                  |                                                                        |                                                                                                                                    |
| その他非製造業〔民間放送〕（従業員） | ・年末年始のCM出稿は上向いたものの、その先は依然として不透明である。                                                                 |                                                                        |                                                                                                                                    |
| やや悪くなる             | 繊維工業（団体職員）                                                                                          | ・綿糸価格の高騰が続き、受注に悪影響が出てくる。販売価格への転嫁も容易ではないため、採算が更に悪くなる。                   |                                                                                                                                    |
|                    | 繊維工業（総務担当）                                                                                          | ・消費者向けの催事は得意先の戦略に左右されるが、催事の経費では当社の負担割合が増えるなど、先行きの見通しは厳しい。              |                                                                                                                                    |

|      |                          |                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                             |
|------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | 化学工業（経営者）                | ・ここへきて円高の影響が出てきた得意先も増えている。極端に悪くなることはないものの、景気全体に悪影響が出てくる。                                                                                      |                                                                                                                                                                             |
|      | 化学工業（企画担当）               | ・年末年始の特需が落ち着くほか、製菓、製パン業界では定番品、大量流通品の値引き販売が一般化し、価格を戻しにくいため、原料メーカーの販売価格にも影響が出る。菓子、パン類ではコンビニやスーパーといった販売チャンネルによって売行きに大きな差が出るなど、消費者の動向が読みにくくなっている。 |                                                                                                                                                                             |
|      | 化学工業（管理担当）               | ・エコポイントの縮小で家電製品の販売がしばらく低迷するほか、原材料価格の値上がり分を製品価格に転嫁できないため、利益が圧迫される。また、米国経済の先行きも依然不透明であり、輸出の回復も困難である。                                            |                                                                                                                                                                             |
|      | 金属製品製造業（経営者）             | ・円高の影響が徐々に出てきているため、先行きの見通しは暗い。                                                                                                                |                                                                                                                                                                             |
|      | 金属製品製造業（営業担当）            | ・鉄道車両向けの売上が悪化する。                                                                                                                              |                                                                                                                                                                             |
|      | 金属製品製造業（総務担当）            | ・受注価格は相変わらず安値が続いており、売上も予定を下回る気配となっている。                                                                                                        |                                                                                                                                                                             |
|      | 電気機械器具製造業（宣伝担当）          | ・エコポイント制度の縮小による影響が今後更に出てくる。                                                                                                                   |                                                                                                                                                                             |
|      | 建設業（経営者）                 | ・建築業界もデフレ状態に陥っており、仕事を取るためには受注単価を上げることはできない。人件費を限界まで下げて対応しているなか、政府は最低賃金を上げようとしているため、利益を出すことがますます困難になる。                                         |                                                                                                                                                                             |
|      | 輸送業（営業所長）                | ・大口顧客からは今年早々の運賃見直しを求められており、今以上のコスト削減が必要となる。                                                                                                   |                                                                                                                                                                             |
|      | 金融業（支店長）                 | ・雇用情勢も不安定であり、衣料品メーカーがバーゲンセールを行っても客は必要な物しか買わないため、今後も景気回復とは程遠い状況となる。                                                                            |                                                                                                                                                                             |
|      | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当） | ・正月に人もお金も動いた分、財布のひもも固くなり、3月決算に向けては経費節減の傾向が強まる。                                                                                                |                                                                                                                                                                             |
|      | 悪くなる                     | 繊維工業（総務担当）                                                                                                                                    | ・市況の悪化により、多くの輸入業者では値下げしても売れない状態が続いている。高品質を武器に国内生産を続けている当社は彼ら以上に打撃を受けており、今後この傾向は更に厳しさを増す。                                                                                    |
|      |                          | プラスチック製品製造業（経営者）                                                                                                                              | ・楽観的な展望を持ちたくても不安要素が多過ぎる。仕事量の減少や競争相手の増加、値引き競争の激化のほか、市場の衰退も進んでくる。                                                                                                             |
|      |                          | その他サービス〔自動車修理〕（経営者）                                                                                                                           | ・今年も景気の良くなる要素がない。                                                                                                                                                           |
| 雇用関連 | 良くなる                     | 求人情報誌製作会社（企画担当）                                                                                                                               | ・年度末に向けて求人件数は増加傾向となる。                                                                                                                                                       |
|      | やや良くなる                   | 人材派遣会社（経営者）                                                                                                                                   | ・公共機関では来年度を見据えたIT業務の求人が増えつつある。これから生保などの金融機関に動きが出てくれば、求人水準については米国の大型金融機関の破たん時まで戻る。                                                                                           |
|      |                          | 職業安定所（職員）                                                                                                                                     | ・有効求職者数は8か月連続減少と回復基調は続いているものの、新規求職者数は一般、パート共に前年比で微増に転じるなど、高止まり状態となっている。一方、有効求人数は4月を除けば10か月連続で増えているため、全体としては今後やや良くなる。新規求人についても、製造業や卸売・小売業で着実に増えているほか、成長分野の介護・福祉業でも大きく増加している。 |
|      | 変わらない                    | 人材派遣会社（役員）                                                                                                                                    | ・景気に重大な影響を与える政治の先行きが依然として不透明であり、来年度予算の成立も曲折が予想される。法人税率の5%引下げは雇用拡大に多少のプラスとなるものの、家計の所得増加につながるかは判断が難しい。規制強化による雇用拡大のような政策が行われているため、先行きの見通しは厳しい。                                 |
|      |                          | 人材派遣会社（支店長）                                                                                                                                   | ・求職者の中で派遣に対するイメージが悪くなっているため、派遣求人に対する反応は今後も鈍い状態が続く。                                                                                                                          |
|      |                          | 新聞社〔求人広告〕（管理担当）                                                                                                                               | ・中小企業には赤字企業も多いため、法人税率の5%引下げに雇用対策としての効果はない。大企業も先行き不透明な状況では単純に雇用を増やすとは考えられない。根本的な雇用対策が行われない限り、景気が上向くことはない。                                                                    |
|      |                          | 新聞社〔求人広告〕（営業担当）                                                                                                                               | ・大手企業の業績はほぼ安定しつつあるが、中小企業は全体的に回復が遅れており、求人が増える状況にはない。                                                                                                                         |
|      |                          | 職業安定所（職員）                                                                                                                                     | ・夏以降は新規求人数が増加しているものの、年末になって製造業や運送業では減少に転じている。特に正社員の求人数が伸び悩んでいるなど、先行きに不透明感がある。                                                                                               |

|        |                |                                                                                         |
|--------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
|        | 職業安定所（職員）      | ・事業所からは先行きが不安という声が多いものの、求人の姿勢に大きな変化はみられず、当分大きな変化はない。                                    |
|        | 職業安定所（職員）      | ・企業のアジア進出に歯止めが掛からず、海外との競争に精一杯で国内に利益が還元されないため、先行きの見通しは厳しい。                               |
|        | 民間職業紹介機関（職員）   | ・稼動の見込める日雇労働者層が生活保護に回り、市場に戻らない状況となっている。求人数自体も建設部門ではこれ以上伸びにくいため、日雇関連の会社の廃業も目立っている。       |
|        | 民間職業紹介機関（大学担当） | ・年明け以降は次の学年の採用活動が始まる。中小企業のほか、福祉業界では採用意欲が若干みられるものの、学生の希望に合わないため内定率は上昇しない。                |
|        | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・人材紹介案件数に変化の兆しがないため、今後も現在の状況が続く。                                                        |
|        | 民間職業紹介機関（支社長）  | ・求人数、面接数は増えているが、企業の求める要件が高度化しており、採用者数が伸びていない。景気の上昇局面では採用者数を確保するために要件が下げられるが、現状はその兆しがない。 |
|        | 学校〔大学〕（就職担当）   | ・求人企業数は少し回復傾向にあるが、採用数は明らかに減少しているため、先行きの見通しは厳しい。                                         |
|        | 学校〔大学〕（就職担当）   | ・先行きについても雇用情勢は依然として不透明である。                                                              |
| やや悪くなる | 人材派遣会社（支店長）    | ・政治の混迷、円高といった不安要素が多いため、例年に比べて動きが鈍くなる。                                                   |
|        | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・今年1月からの出稿依頼にも全く回復がみられない。関東では求人広告にも回復基調がみられる一方、関西はまだまだ時間が掛かる。                           |
|        | 職業安定所（職員）      | ・エコカー補助金の終了で自動車関連の新規求人が減少するなど、今後は全体としてやや悪くなる。パート求人が増えており、特に4か月未満の臨時求人の増加がみられる。          |
| 悪くなる   | -              | -                                                                                       |