

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）	・商店街にスーパーマーケットがオープンしたことで往来客が増え、新規客の増加につながっているため、先行きの見通しは明るい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災による落ち込みから徐々に回復し、予約状況にも前年を上回る勢いがみられる。外国人の来客は減少が続いているが、インターネット経由の宿泊客の動きは好調で、宴会部門でも講演会、一般宴会共に予約が埋まっているなど、先行きの見通しは明るい。
	やや良くなる	一般小売店〔酒〕（店員）	・今月は前月よりも活気が出てきた感がある。特に、月下旬に来客が集中し、客単価も上昇しているため、今後も良い状況となる。
		百貨店（売場主任）	・ウォームビズや節電関連消費が高まることから、先行きはやや良くなる。
		百貨店（企画担当）	・客の購買意欲は高まっている感があるため、今後はやや良くなる。
		スーパー（店長）	・冬の節電に伴う新たな需要で、衣料品では特に肌着や寝具の動きが良くなるため、地上デジタル放送への完全移行による需要の落ち込みもカバーできる。
		スーパー（社員）	・東日本大震災以降、自粛ムードや節電などが消費を抑えてきたが、客を取り巻く環境は徐々に好転している。秋から年末にかけては、消費を促す行事やイベントも多く予定されているため、先行きはやや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・たばこを買いに来た客による、ついで買いが増えてくるため、先行きは良い方向に向かう。
		家電量販店（経営者）	・太陽光発電に対する客の関心が高まっているため、年末商戦で省エネ関連の提案を積極的に行うことで、先行きはやや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の注文が取りやすくなったほか、客の購買意欲に少し深みも出てきている。相変わらず楽観視はできないが、先行きは少し良くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・天候さえ落ち着けば、客足も持ち直すため、先行きはやや良くなる。
		高級レストラン（支配人）	・台風による予約のキャンセルが多かったにもかかわらず、来客数は維持できているため、先行きの見通しは明るい。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の復興や食中毒事件、食品の放射能汚染問題については、解決の方向性が明らかになりつつあるため、消費マインドも回復してくる。
		観光型ホテル（経営者）	・今後2～3か月の予約件数は今月よりも多いため、売上も良くなる。原材料の仕入価格が高騰する懸念はあるが、周囲の景気は徐々に回復に向かう。
美容室（店員）	・年内にヘアスタイルを変える客が多く、年末に向けて計画している客もみられるため、来客数が増える。		
その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・冬場にかけて利用頻度が上がるため、更に知名度がアップする。		
変わらない		商店街（代表者）	・週末の人出は増えたが、売上につながらない状態が続いているため、先行きの見通しも良くない。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・企業の経費削減が進んでいるほか、店舗用の祝花も別の商品に変わり、単価が低下、販売量も減っているため、先行きの見通しは厳しい。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・増税などの消費環境が悪くなる話ばかりで、明るい話題が聞かれない。
		一般小売店〔食料品〕（管理担当）	・今月は特別注文が入って忙しくなっているが、来月以降は不透明である。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・衣料品の売上が伸びる冬商戦への期待が高まるが、景気が良いとはいえない状況であり、寒くなったからといって冬物衣料が動くかは不透明である。末端の小売店の景気は非常に悪く、店舗や商店街の形態も大きく変わりつつある。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・これまでの推移をみると、現状維持が精一杯である。今後更にたばこが値上げされれば、値上げ幅にもよるが、売上は5割かそれ以上の落ち込みにつながり、経営そのものが成り立たなくなる。
		一般小売店〔花〕（店員）	・客は必要最低限の物しか買わず、明るい兆しもないため、売上は増えない。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・東日本大震災の復興増税案などが出ており、若年客にまで無駄な出費を減らす意識が浸透している。この状態からは簡単に脱け出せないため、先行きの見通しは厳しい。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・今後数か月はあまり良くなることはなく、前年の実績をクリアできればよい状態が続く。

百貨店（売場主任）	・歳末で冬物の実需期となるが、東日本大震災の復興増税の動向次第では、客の財布のひもが更に固くなる。
百貨店（売場主任）	・当地域は商業施設がオーバーストア状態であり、都市間の競争も始まっているが、ファッション関連は特にヒット商品が見当たらず、消費者の購買意欲も決して高くない。今後は経済環境や気候といった外部要因に頼らざるを得ないため、大きな好転は困難である。
百貨店（営業担当）	・秋冬物が本格的に出そろうことで、催事を中心にブランド品の衣料雑貨の動きが活発になってくる。
百貨店（サービス担当）	・来月は秋の北海道物産展が開催されるほか、お歳暮ギフトの早期受注も始まる。また、お節料理などのお歳暮商戦が始まるため、客の動きも良くなるが、目玉商材や企画が少ないため、前年の実績確保には苦勞する。
百貨店（商品担当）	・売上の減少傾向が長く続いており、悪いままで動きがない。特価や割引、カードのポイントアップといった販売促進策への反応も鈍くなっているため、先行きの見通しは厳しい。
百貨店（婦人服）	・台風による来客数の減少は取り戻せるが、東日本大震災の復興が進まないなか、財源確保のための増税議論が消費に悪影響を及ぼす。
スーパー（経営者）	・当店の客には職人や運転手が多く、仕事上の景気の悪さが買物の様子に表れているため、今後も厳しい状況となる。
スーパー（店長）	・競合店の数が増え、改装も頻繁に行われているため、来客数や売上は今後も伸び悩む。
スーパー（店長）	・牛肉の売上は前年比で80%と一時よりも回復している。鍋料理が増える時期になれば需要は更に増えるが、台風などの影響で一部の野菜の相場が上がるなど、全体的な販売点数は増えにくい。
スーパー（管理担当）	・東日本大震災の復興増税について連日報じられているが、内容もまだ明確ではないため、消費が改善する見込みは少ない。
スーパー（販売担当）	・競合店との価格競争もあり、単価の低下傾向が進んでいる。販売点数は前年並みであるが、単価が下がっている分、客の買上金額は前年の水準に達していないため、今後も厳しい状況となる。
コンビニ（経営者）	・周辺のオフィスビルの入居率が依然として回復しないため、来客数は増えにくいほか、より安い商品を買う傾向が続いており、客単価も上昇しにくい状況が続く。
コンビニ（店長）	・来年以降の増税による影響が、どのような形で出るかが懸念されるなど、先行きの見通しは厳しい。
コンビニ（店員）	・今後も来客数、客単価共に現状維持となる。
衣料品専門店（販売担当）	・増税の動きがどうなるか不透明なため、今後も厳しい状況が続く。
家電量販店（店員）	・来客数が減少し、販売単価が上昇する見込みもないなど、良くなる兆しがみられない。
乗用車販売店（経営者）	・新車の購入予約が少ないほか、車検や修理の予約も少ないため、今後も厳しい状況となる。
乗用車販売店（販売担当）	・新型車の発売といった新しい話題も少なく、しばらくは現状維持となる。
乗用車販売店（営業担当）	・数か月前から大きな変化はないため、今後も現在の状況が続く。
住関連専門店（店長）	・政治、経済が安定し、消費者の安心感が戻らなければ本当の回復は困難である。売上の先行き不透明感はまだ払しょくできない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・全体的に重たい雰囲気となっている。例年は年末に向けて消費ムードが高まるが、今年は以前とは異なり、必要な物だけを買う動きが中心となる。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・増税や公共料金の値上げの話ばかりであるため、消費マインドは上向かない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・貴金属の価格が上昇し、持っている物は売りやすくなるが、簡単に買える価格ではなくなっているため、今後も売上は伸びない。
一般レストラン（スタッフ）	・前年は景気の悪化を見越して折込チラシなどで販売促進を行ったが、今年は現状維持が見込まれるため、特別な対策は行っていない。
一般レストラン（店員）	・ランチタイムの動きが悪いなど、客足が鈍いため、先行きの見通しは厳しい。
その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・今月は台風による影響で売上が減少したが、来月以降に大きく回復する好材料も見当たらない。
その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・客の来ない日が1か月に2、3回あり、近隣の人通りも減っているため、見通しは厳しい。

観光型ホテル（経営者）	・これから秋の観光シーズンとなるが、大口の団体客は他地区や他施設との競合が激しく、宿泊単価はかなり抑えられている。また、団体客のキャンセルや規模の縮小によって空室が増えるなか、それをどうカバーするかによって、売上が大きく左右される。
観光型旅館（団体役員）	・来年3月までに2万件近いキャンセルが出ており、当分は回復の見込みが立たない。
都市型ホテル（客室担当）	・秋の行楽シーズンに入り、国内旅行の予約も徐々に動いているため、今月と同じく最終的には良い結果となる。
旅行代理店（広報担当）	・本来は円高で海外旅行がもっと伸びてもよいはずだが、仕事面に悪影響が出るほどの円高であるため、旅行の申込につながらない。学生が動き出す冬の旅行が好調となれば、ようやく前年並みとなるが、客からは年末年始の休みが取りにくいという声もよく聞かれる。
タクシー運転手	・悪いながらも必要最小限はタクシーが利用されるほか、全体に少なくなっているが、今後もイベント関係で週の後半には動きがある。
タクシー運転手	・景気の良くなる要素が見当たらない。
タクシー会社（経営者）	・個人客の需要だけでなく、法人客によるタクシーチケットの利用も減少しているため、今後も厳しい状況となる。特に、企業による経費削減の動きが厳しくなる。
通信会社（経営者）	・特に変化の兆しがみられない。
通信会社（経営者）	・冬商戦との端境期であり、売上が若干落ち込む時期となるが、スマートフォンに対する一定の需要は続く。
通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設向けのゲーム機器では、従来の大型機のほかに小型機も多数発売されるため、業界が活性化する。
観光名所（経理担当）	・現在放映中のテレビ番組の影響もあり、売上、来客数共に大幅な増加となっており、今後もこの傾向が続く。今月は大型台風による影響が懸念されたが、大きな被害もなく、来客数、売上共に前年比で33%増となっている。ただし、客単価が上向き気配はなかなかみられない。
その他レジャー施設 [ 球場 ]（経理担当）	・来月にはプロ野球の公式戦や都市対抗野球が予定されているほか、11～12月には複数の人気グループによるコンサートも開催されるため、この時期としては例年以上の集客となる。
その他レジャー施設 [ 飲食・物販系滞在型施設 ]（企画担当）	・海外からの観光客の動きは回復しつつあるが、円高による悪影響を受けることになれば、先行きは厳しくなる。
その他サービス [ マッサージ ]（スタッフ）	・例年夏は来客数が増えるが、今年は全く増えていない。今月も昼間は客が全くみられないため、先行きの見通しは厳しい。
その他サービス [ 生命保険 ]（営業担当）	・東日本大震災の影響もあり、依然として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増えない。
その他サービス [ ビデオ・CDレンタル ] （エリア担当）	・自然災害や世界的な株安などの影響で、特にCDやゲームなどの売上は前年割れが続く。
住宅販売会社（経営者）	・ここしばらくは受注につながる客も出てきそうだが、その先は予測が立たない。
住宅販売会社（経営者）	・同業者の間では分譲住宅用地の取得価格が上がっているが、需要が高いというよりも、物件を確保するために高い価格を提示している。ただし、それが売れているかは別問題であるため、今後は完成在庫が増えてくる。
住宅販売会社（従業員）	・現在の主な住宅取得者は、高所得層か若年の低所得層が中心であり、これらの層の動きは景気にあまり左右されないため、今の状態がしばらくは続く。
その他住宅 [ 展示場 ] （従業員）	・住宅市場では長期的にみても新築需要が伸びる要素は少なく、政策的な後押しがなければ現状維持が精一杯である。
その他住宅 [ 情報誌 ] （編集者）	・円高や復興増税による企業業績の悪化懸念から、個人消費も鈍化する傾向が強まる。
やや悪くなる	
一般小売店 [ 時計 ] （経営者）	・年末商戦が始まると、近くの大型商業施設では自動車を賞品にした抽選会が催される。小さな個人商店では対抗する力もないため、先行きは厳しくなる。
一般小売店 [ 珈琲 ] （経営者）	・海外の商品相場や為替の影響が問題視されているが、今後は景気全体に悪影響が広がってくる。
一般小売店 [ 精肉 ] （管理担当）	・食品の放射能汚染問題が残るなか、最大の需要期である年末を迎えるが、客が例年どおりに牛肉を購入するとは考えられない。かなり大きな落ち込みを想定する必要があるが、ギフト需要も見込めない可能性があるなど、先行きの見通しは厳しい。
一般小売店 [ 花 ]（店長）	・まだまだ世間は厳しく、景気の底もみえない状態であるが、先行きは更に悪くなる。

	百貨店（売場主任）	・増税の報道などで、短期的に消費を抑制する機運が高まるため、節約志向が更に進む。	
	百貨店（企画担当）	・クリスマス商戦では、普段は来店しないような客も増えるが、今年は新しくオープンした商業施設へ流れる可能性があるため、見通しは厳しい。	
	百貨店（販促担当）	・世界的な株価の下落で高額品の動きに大きな影響が出るほか、気温の3か月予報も高めとなるなど、冬物商材にとっては良くない。東日本大震災や台風による被害、株価の下落と重苦しい空気が続いているため、これを払しょくするきっかけがなければ、先行きは更に厳しくなる。	
	百貨店（マネージャー）	・省エネ関連商品への需要は増えるが、売上を大きくけん引するような商材は少ない。その一方、円高や株安の動きといったマイナスの要素が多い。	
	百貨店（売場担当）	・増税の議論や、円高による企業収益の圧迫といったマイナス要因ばかりで、良くなる要素が全く見当たらない。	
	スーパー（経営者）	・目立った景気対策もない一方、東日本大震災の復興増税の話題が増えているため、客の消費マインドは冷え込む。	
	スーパー（店長）	・前年のエコポイント制度終了に伴う駆け込み需要は非常に大きかったが、今年はそれに代わる景気対策もないほか、円高の進行や東日本大震災の復興増税案、欧州の債務問題など、消費者心理に悪影響を与える要素が山積している。	
	スーパー（企画担当）	・来客数、売上の前年比が92%程度で推移していく傾向に変化はない。	
	スーパー（経理担当）	・気温の低下と共に冬物商材への切替えが進むほか、年末商戦に向けて消費が最も盛り上がる時期となるが、円高による企業業績の悪化や雇用者所得の減少、冬のボーナスの低迷、食品の放射能汚染問題、増税といったマイナス材料が目白押しであるため、見通しとしては厳しい。	
	コンビニ（広告担当）	・東日本大震災の復興増税や子ども手当の見直しなどが消費マインドを低下させるため、しばらくは良くならない。	
	衣料品専門店（経営者）	・低価格商品を扱っている店には、相変わらず多くの客が来ている一方、高額品を扱う店の多くは売上が低迷している。また、高級服飾雑貨を扱うメーカーの廃業や倒産が増えているため、今後は仕入れの面でも品ぞろえが難しくなる。	
	乗用車販売店（経営者）	・円高や株安による影響が、販売面にも徐々に出てくる。	
	乗用車販売店（販売担当）	・今月は決算月で販売台数が伸びた部分もあるため、来月以降は厳しい状況となる。	
	一般レストラン（経営者）	・増税の話も出ているため、消費者の財布のひもが一層固くなる。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・顧客からは円高を大きく懸念する声が聞かれるほか、冬場も電力不足となる見通しが高まっている。製造業だけでなく、流通業や外食関連などからも経費削減の声が出ているため、先行きの見通しは厳しい。	
	都市型ホテル（マネージャー）	・円高や増税等、悪い条件が重なっており、法人需要の減少だけでなく、個人客の消費マインドも更に低下する。先の予約状況も芳しくないなど、今後は一層厳しい状況となる。	
	旅行代理店（従業員）	・東日本方面への旅行に関する風評被害はなくなりつつあるが、東日本大震災の復興増税により、景気の悪化と消費マインドの低下が進む。	
	観光名所（経理担当）	・来客数の維持や増加をねらった企画も、特に団体客向けでは期待した効果が上がっていない。徐々に回復に向かっていった海外の観光客の動きも、停滞、下降気味となっているため、先行きはやや悪くなる。	
	住宅販売会社（総務担当）	・住宅エコポイントが7月に終わり、フラット35Sの金利引下げ幅拡大の適用期間も終了となるなど、好転する材料が見当たらない。	
	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）	・増税で所得の減る恐れが高まり、消費マインドの低下につながるため、消費全体が減少する。	
悪くなる	商店街（代表者）	・物価の上昇が進んでいるが、購入単価は依然として低いため、先行きの見通しは厳しい。	
	衣料品専門店（経営者）	・秋が深まり、寒くなってきても、高額衣料の売上は上向かない。	
	家電量販店（店長）	・前年はエコポイント制度による特需もみられたが、今年はその反動で需要は増えにくい。	
	通信会社（社員）	・冬のボーナスにもあまり期待できないため、客の買い控えが更に進む。	
企業動向	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・新規事業が始まるため、売上、利益共に大幅な増額となる。

関連	やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・大企業の夏のボーナス支給額は前年を上回ったが、冬のボーナスも増加する可能性が高い。取引先からは前年よりも売上が増えているとの声も聞かれるなど、今の状況が続けば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、先行きはやや良くなる。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・節電期間中に減産された分が増産されるため、先行きはやや良くなる。	
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・電機などの弱電業界や、輸出関連企業からの受注は停滞しているが、医療やマンション業界のほか、介護付き老人施設などは動きが活発であり、低料金ホテルなども販売促進の動きが拡大している。時代のニーズにあった、幅広いビジネス戦略が求められているため、先行きはやや良くなる。	
		金属製品製造業（管理担当）	・LED照明関連の事業がスタートし、問い合わせも順調に増えているため、先行きはやや良くなる。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・住宅エコポイントが復活する話もあるため、住宅市場には活気が出てくる。	
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・周囲では国内生産に切替える動きがみられるため、先行きはやや良くなる。	
		建設業（経営者）	・これから年末にかけて徐々に動きが出てくるほか、東日本大震災の復興関連の情報も徐々に出てきているため、先行きは少し良くなる。	
		輸送業（営業担当）	・10、11月に取引先の新店舗がオープンするため、配達量が増える。	
		金融業（営業担当）	・かなりの時間を要するが、今後は回復に向かう。	
		広告代理店（営業担当）	・今年に入って売上の前年比が100%以上を維持しているため、先行きの見通しは明るい。	
		経営コンサルタント	・東日本大震災をきっかけに海外展開を目指す大企業が増えているが、中小企業の間では、小売業に限らず、震災に勝機を見いだす機運が高まっている。わずかだが手ごたえも出ているため、先行きはやや良くなる。	
		変わらない	食料品製造業（従業員）	・台風や東日本大震災の影響で、予測の立たない状況が続いている。消費動向という以前に、客が買いに来られない状態で、まさに想定外の事態となっている。
			繊維工業（団体職員）	・年末の最需要期となるため、需要の増加が期待されるが、綿糸価格の動向や景気の低迷により、取引価格への悪影響が出てくる。
化学工業（経営者）	・新たな注文が少なく、得意先でも前向きな話があまり聞かれないため、しばらくは低迷した状態が続く。			
化学工業（管理担当）	・まだ円高の影響はみられないほか、自動車関連の生産増が予定されているため、好調な動きが続く。			
窯業・土石製品製造業（経営者）	・以前はやや悪くなると感じていたが、業界や取引先の話を知ると、今とあまり変わらない状態が続く。			
電気機械器具製造業（経営者）	・欧州の財政不安による影響が世界的に広がるなか、国内では円高をうまく利用することでチャンスが生まれる。			
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・現状よりも良くなる要因が見当たらない。			
電気機械器具製造業（営業担当）	・先行きは不透明であり、見通しが立たない。			
電気機械器具製造業（営業担当）	・2、3か月先の大型案件がないため、横ばいで推移する見通しである。			
電気機械器具製造業（企画担当）	・例年は年末に向けて良くなるが、取引先の受注状況に遅れがみられるため、動きが出るのは来年の新機種販売後となる。			
輸送業（営業所長）	・年末に向けて荷動きは多少増えるが、継続的な動きにはならない。			
新聞販売店〔広告〕（店主）	・毎年9月は折込広告の動きは上向くが、今年は悪くもない代わりに良くもない。不動産関係や家電量販店、スーパーなどの業界は競争が激しくなっているが、折込広告の全体数は伸びていないため、今後も現状維持となる。			
広告代理店（営業担当）	・これ以上、広告出稿が増えるような良い材料は見当たらない。			
司法書士	・商業登記では会社のスリム化を目的とした動きが続いているほか、不動産登記の動きも身内との取引が多いなど、先行きの判断は難しい。			
コピーサービス業（店長）	・年賀状の印刷などでこれから繁忙期に入るが、客のコスト意識に変化がないため、今後も厳しい状態が続く。			
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・年末商戦で一時に良くなる可能性はあるが、周囲では具体的に良くなる気配がない。			

やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・加工費用や絹糸代の上昇が進むなか、販売形態や流通方法を見直さなければ、経費が増える一方である。仮に売上が伸びても利益が出なくなり、生産量の縮小を余儀なくされるため、先行きの見通しは厳しい。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・今後は円高で生産の海外シフトが進んでいく。国内でしか生産できない物がどの程度あるのが不透明なため、先行きの見通しは非常に暗い。	
	金属製品製造業（経営者）	・自動車関連の受注は好調に推移するが、円高などによる輸出の低迷で、全体的にはやや悪くなる。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・原子力発電関連の設備投資には期待できず、大型案件が少なくなるため、しばらくは良くない状況となる。	
	建設業（営業担当）	・東日本大震災の復興による需要の拡大も期待されたが、具体的な動きはみられず、むしろ設備投資を控えている企業が多いため、見通しは厳しい。	
	輸送業（営業担当）	・中小企業の間には減産の動きが目立つ。2か月続けて落ち込むなど、非常に不安な状況であり、明るい見通しが立たない。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・円高で輸入商品が増えており、価格の高い国内製品は苦戦しているため、先行きの見通しは厳しい。	
悪くなる	繊維工業（総務担当）	・品質の安定した国産の繊維製品を購入してきた取引先も、円高の影響や競合他社の値下げで中国製品の取扱を始めたため、取引量は大幅に減少している。取引量を維持するためには、赤字での販売を余儀なくされるなど、先行きの見通しは非常に厳しい。	
	金属製品製造業（営業担当）	・円高で輸出の契約が成立しない。部品調達の現地化に拍車がかかり、仕事量も減りつつあるため、見通しはかなり厳しい。	
	不動産業（営業担当）	・当地域から事務所が撤退し、中国などの海外へ移転する動きが増えているため、先行きの見通しは非常に暗い。	
雇用関連	良くなる	-	
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・円高などの不安材料はあるが、新規求人数は増加傾向にあり、新規求職者数は減少傾向が続いているため、先行きはやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が前年を上回るなど、東日本大震災や今夏の節電による雇用への影響はあまり大きくない。今後は円高などによる悪影響も出てくるが、全体としては回復が進む。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災後は前年を下回っていた新規求人数が、2か月連続で増えている。電子部品関連の企業で大規模な雇用調整が行われるなど、円高による雇用減が懸念される一方、今秋には大型ビジネスホテルが開業するなど、明るい話題もある。また、最近是一般、パート求人共に増えているため、今後の本格的な求人増につながる。
		民間職業紹介機関（職員）	・建設部門の日雇求人の先行指標となる、鉄筋工の求人がやや増えている。ただし、対応できる職人が徐々に減っているため、どれだけ確保できるかは不透明である。
		民間職業紹介機関（支社長）	・当社の調査から今後も求人の増加が進むと判断しており、肌感覚としても一致している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人数が少しずつ増えており、今後もしばらくはこの動きが続く。
変わらない	求人情報誌製作会社（企画担当）	・派遣会社などの人材系の業種を中心に回復しつつあったが、ここへきて円高などで先行き懸念が高まり、求人に慎重となっているため、先行きの見通しは厳しい。	
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・人材の強化を進めようとしている企業と、そうではない企業の見極めは難しい。水面下で準備を進めながら、経済が上向きになった際に動きが出てくるため、しばらくは今の状況が続く。	
	職業安定所（職員）	・製造業では東日本大震災による落ち込みから回復し、生産増となっている企業もあるが、円高などの不安材料もあるため、先行きは不透明である。	
	民間職業紹介機関（大学担当）	・学生による志望と企業の採用ニーズにミスマッチがあるため、今後も厳しい環境が続く。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・企業訪問をしていると、来年度の景気動向が不透明で、採用を控える動きがみられるため、今後も厳しい状況となる。	
やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・円高、株安などで先行きの不透明感も高まっているため、今後は徐々に悪化していく。	
	人材派遣会社（支店長）	・求職者の動きに比べ、求人の動きが鈍化している感があるため、先行きの見通しは厳しい。	
	職業安定所（職員）	・首都圏が良くなっても、地方への波及は数か月遅れるため、しばらくは低迷が続く。	
悪くなる	人材派遣会社（役員）	・世界的な金融不安などで景気後退のリスクが高まりつつあるほか、円高の影響で国内企業は海外への移転姿勢を更に強めているため、失業率は今後更に悪化が進む。	