

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 やや良くなる	百貨店（売場主任）	・少しずつであるが、回復に向かいつつあるため、先行きの見通しは良い。
		百貨店（企画担当）	・食料品以外、特に衣料品の売上が伸びており、特選洋品などの高額品も好調に推移しているため、見通しは良い。
		百貨店（営業担当）	・クリスマス商戦の流れで、年明けも福袋を中心に活発な動きとなる。特に、紳士時計や婦人物雑貨が好調であることから、先行きの見通しは明るい。
		スーパー（社員）	・競合店の出店が一段落し、店頭での客の動きは順調となっている。年末から来春にかけて、客の消費意欲を高める販売促進策やイベントを実施すれば、更に良くなっていく。
		乗用車販売店（経営者）	・同業者や当社の最近の動きをみる限り、受注数も比較的回復しているので、年明け以降は少し上向く。
		乗用車販売店（営業担当）	・車検時期などに合わせて乗換えを検討していた客が、エコカー補助金や年始からの初売、決算キャンペーンなどで購入する動きが増えるため、受注台数は上向く。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー減税が3、4月末で終了するため、購入を検討する客が増える。
		自動車備品販売店（営業担当）	・エコカー補助金が閣議決定されたので、新車販売台数が増加する。
		高級レストラン（支配人）	・忘年会やクリスマスでのグループ利用が多く、販売量の増加につながっているなど、景気回復の兆しがみられるため、先行きはやや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・家族や友人と過ごす時間を増やす傾向や、自粛していた宴会を徐々に増やす傾向が少し強まり、予約の動き出しが早まっている。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・客との会話でも今冬のボーナスが話題となっており、長らく収入が増えていなかった客にも、回復の実感が出てきつつある。高額品の購入には至らないが、日々の小さな消費につながっているため、先行きの見通しはやや明るい。
		旅行代理店（店長）	・東日本大震災後の新たな年を迎えて、家族の絆が改めて見直され、旅行に行く人が増える。今後は前年に行けなかった地域への旅行や、これまでの自粛分を含め、様々な動きが出てくる。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・新規客がリピーターとなるほか、口コミ効果で来客数が増加する。
変わらない		商店街（代表者）	・クリスマス明けの売上が前年並みであるため、今後急に良くなることはない。
		商店街（代表者）	・商店街や店主の発想が値下げ競争から抜け出せないうちは、状況が改善することはない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今年の冬は寒くなる予報が出ており、一時的に防寒商品が売れるため、1～2か月は売上が少し良くなる。ただし、3か月先については、前年水準の維持が精一杯である。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・生活面の不安や企業業績の先行きなど安心できないことが多いため、消費者が金を使わなくなる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・全体的に良い話が少ないため、今後も消費の落ち込みによる売上の悪化が続く。
		一般小売店〔酒〕（店員）	・例年の大口進物需要が減少した一方、クリスマス商戦は日並びが良かったため、来客数が前年よりも80人増え、大幅に売上が伸びている。今までの落ち込みをカバーすることはできたが、接客時の感触や客単価の動きをみると、景気の悪化も実感されるため、先行きには明るい見通しが持てない。
		百貨店（売場主任）	・来客数や売上は天候要因や販売促進策によって変化するが、最近数か月はほぼ横ばいであり、今後も好転する要素はない。
		百貨店（売場主任）	・景気の先行き不安は引き続き広がっており、取引先の経営状況も改善していない。生活不安を取り除く策が打たれない限り、今の状況は変わらない。
		百貨店（売場主任）	・外部要因に大きな変化がないため、現在の状況は変わらない。大阪は商業施設の新設や改装の動きが落ち着いたところであるが、人口や家計の所得が増えないなか、各店による営業努力だけでは対応しきれない。
		百貨店（企画担当）	・新年の福袋やバレンタイン商戦には期待できるが、消費税率の引上げや電力不足といった不安材料が多いため、一時的には盛り上がりつつも、全体的な底上げにはつながらない。
		百貨店（営業担当）	・高級ブランドでも勝ち組と負け組に大きく分かれつつあるが、好調なブランドはこれから更に売行きが伸びる。

百貨店（サービス担当）	・来年の百貨店業界は、今年以上に営業面積の拡大が進む。本格的に集客力が問われる状況となるため、客を囲い込む動きが激しくなる。
百貨店（販促担当）	・年末商戦では依然として慎重な動きが続いているため、クリアランスセールでも大きな変化は見込めない。また、昨冬はかなり冷え込む日が多く、防寒商材の動きが良かったが、今冬は厳しい状況となる。
百貨店（婦人服）	・消費税率引上げの具体化による影響は、予測が立たない。
スーパー（経営者）	・当店の周囲には競合店が非常に多く、毎日のようにチラシが入っている。客のなかには建築や運送関係の社員も多く、業況の悪化もあって価格には非常に敏感であるため、今後も厳しい状況となる。
スーパー（経営者）	・消費者は依然として価格に敏感であり、一度値上げした商品も特売価格を徐々に下げている。食品のデフレ基調にも変化はないため、体力の消耗につながる価格競争が今後更に激しくなる。
スーパー（経営者）	・増税問題や欧州の信用不安といった暗い話題が多いため、消費意欲は悪化に向かう。
スーパー（店長）	・一部のAV関連商品は苦戦しているが、今冬は節電対策商材が順調な動きとなる。気温が例年よりも低めとなるため、食品では鍋物商材が好調となり、客単価も比較的高めとなる。
スーパー（店長）	・円高の継続や欧州の信用不安、消費税率の引上げ問題など、消費マインドが悪化する要素は非常に多い。景気が足踏みするなか、店舗間の競争は激しさを増すため、来客数の増加や客単価の上昇は困難である。
スーパー（店長）	・年末年始での出費の反動や、消費税率の引上げ関連の報道などで、消費の冷え込みが心配される。
スーパー（経理担当）	・年末や正月ぐらいはぜひたくしたいという動きの反動で、再び節約ムードが強まる。消費税率の引上げや年金制度の見直しに関する議論の活発化に伴い、消費マインドも悪化する。
スーパー（広報担当）	・消費税率の引上げ議論などで将来不安が高まり、消費マインドに悪影響を及ぼす可能性がある一方、プラスの要素は見当たらない。
スーパー（販売担当）	・客は価格の安い商品を求めて、様々な店舗を買い回っている感がある。その結果、客1人当たりの買上点数は増えても、1品単価が下がっているため、今後も買上金額が前年をクリアできない状況が続く。
コンビニ（店長）	・消費税や所得税の負担増に関する議論も、ここ2、3か月で売上に大きな影響は出ない。
衣料品専門店（経営者）	・今と同じような悪い状況が続くため、中小の小売店は経営が苦しくなる。
衣料品専門店（営業・販売担当）	・客の購買意欲が低く、低価格品しか売れないため、今後も厳しい状況となる。
家電量販店（経営者）	・消費者が先行きに明るさを感じなければ、財布のひもは固いままである。ただし、消費者は金を持っており、本当に価値のある物には金を使うため、いかに当店が価値ある提案をできるかが問われる。何もしなければ、身の回りの景気は先行きが真っ暗である。
家電量販店（企画担当）	・節電意識の高まりに伴う消費の自粛もあり、まだまだ先行き不安感はぬぐえない。
乗用車販売店（販売担当）	・小型ハイブリッドカーの新車が発表されたが、全体的な販売量の押し上げ効果は薄い。
乗用車販売店（営業担当）	・他店の価格を材料に値下げを求める客が依然として多く、それにこたえる店も多いため、今後も価格の低下傾向が進む。
住関連専門店（店長）	・ここ数年は、増税問題などで客の様子が一変してきたため、売上に安定感が出てくるまでには時間がかかる。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	・円高や株安が続く限り、今の厳しい状況は変わらない。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円高が続くなか、消費マインドが海外旅行や輸入ブランド品の購入に向かう傾向が今後も続く。
その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費市場では、今後もデフレ傾向が続くことに大きな変化はない。
一般レストラン（スタッフ）	・増税問題をはじめ、先行きが不透明なため、消費についても様子見の状態が続く。
観光型旅館（経営者）	・依然として東日本大震災前の水準までは回復しておらず、今後も良くなる見通しは立っていない。
観光型旅館（団体役員）	・年明け以降、台風による落ち込みからの回復を期待しているが、団体客の動きが2～3か月で好転することはないため、現状とほとんど変わらない。

都市型ホテル（支配人）	・東日本大震災の復興や北朝鮮問題の推移によって、業況がどう変化するかが予想できない。
都市型ホテル（マネージャー）	・売上に占めるウェイトが高い宴会部門では、法人需要に大きな変化がみられず、今後も苦戦が予想される。先行きの不透明感から、個人消費にも良くなる兆しはない。
旅行代理店（経営者）	・学生の卒業旅行の予約が少し動き始めたが、就職活動の開始が遅くなった影響は不透明である。今のところは春出発の旅行について、予約受付の動きが鈍くなってきている。
旅行代理店（広報担当）	・東日本大震災から1年の節目となり、気持ちが自粛に向かう客と、買物をして復興に協力するという客に分かれる。それぞれが相殺し合うため、全体の状況は変わらない。
観光名所（経理担当）	・前年と同様に、23～25日のクリスマス期間中は来場客、売上が増えた一方、そのほかの期間は非常に苦戦している。クリスマスなどのイベントに消費が集中し、それ以外の期間は減少するという傾向は、今後もしばらくは変わらない。
観光名所（経理担当）	・テレビ番組の放送終了と共に博覧会も閉会した。継続的な来客数、売上の増加につながったが、今月は前年の数字に戻っている。今年最後の連休も雪の影響で最悪の状況となったほか、土日の悪天候で店頭での販売も芳しくないなど、先行きの見通しは良くない。
競艇場（職員）	・特に景気が良くなるという材料は見当たらないが、悪くなる材料もない。
その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・3月にはプロ野球の公式戦やコンサート、企業イベントが予定されているため、例年どおりの集客となる。
その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・韓国からの団体客の回復が遅れているほか、円高の影響もあるため、海外からの観光客の動きはしばらく楽観できない。
その他サービス[学習塾]（経営者）	・2月に無料体験キャンペーンがあるため、その結果によって生徒数に変化が出る。
住宅販売会社（総務担当）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要など、客の動きが変わる要素がない限り、大きな進展は望めない。
その他住宅[展示場]（従業員）	・新築需要の喚起という意味では、今以上に政府の後押しがなければ厳しくなる。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・観光客の減少もあって、これから2～3か月は最も厳しい時期となるが、今年は例年よりも更に厳しくなる兆しがある。
一般小売店[時計]（経営者）	・今月は若干良かったが、まだまだ安心できる状況ではない。客からはリストラの話が聞かれるなど、先行きの不透明感が強いいため、見通しは厳しい。
一般小売店[珈琲]（経営者）	・消費の冷え込みが続いているほか、電気料金の上昇で製造や販売、消費に悪影響が出る。
一般小売店[精肉]（管理担当）	・年末になっても消費の節約志向が感じられるが、年が明けると消費は一斉に冷え込むため、見通しは厳しい。
一般小売店[雑貨]（店長）	・健康ブームのほか、亡くなる年配の固定客も出てきたため、今後もたばこの購買は減少が進む。
百貨店（売場主任）	・増税の方向性が出てきたことで、富裕層を除き、一般の消費者や法人需要の冷え込みが更に進む。
スーパー（店長）	・冬の節電で関連商材を売り込んでいるが、売れ筋商品の在庫が少なく、顧客のニーズに対応できていない。石油ストーブもほとんど入荷がなく、売るべき商品の確保が非常に困難である。薄型テレビの需要も伸びていないなど、先行きの見通しは厳しくなっている。
スーパー（企画担当）	・売上の推移に変化がないなど、前年比での悪化が止まる気配がない。冬物商材の動きも良くないため、今後も売上の前年割れは避けられない。
スーパー（管理担当）	・消費税率の引上げが決まれば、導入前といえども悪影響が出てくる。
スーパー（開発担当）	・賃金の増加が望めないなか、今後は消費が冷え込む。消費税率の引上げ議論も本格化するため、景気は良くならない。
スーパー（企画）	・年明け以降も景気が回復する要素は全く見当たらない。消費を喚起するような政策も予定されていないほか、近い将来には消費税率の引上げといった不安要素もあるため、当分は厳しい状況となる。
コンビニ（経営者）	・競合店の出店で競争が更に激化するため、来客数の減少のほか、特売の増加による客単価の低下も進む。
コンビニ（店員）	・当店が面する道路の1キロ手前にコンビニが開店し、車で来店する客が少しそちらに流れているため、先行きの見通しは厳しい。
コンビニ（広告担当）	・消費税率の引上げや社会保障制度の見直しに対する不安感もあるため、見通しは厳しい。
乗用車販売店（経営者）	・何となく客の財布のひもが締まりつつあるため、今後は厳しい状況となる。

		乗用車販売店（経営者）	・新車の購入予約が少ないほか、車検、一般修理の入庫台数も減りつつあるため、見通しは厳しい。
		乗用車販売店（経営者）	・欧州の信用不安や原子力発電所問題など、国内外に不安要素が多く、来年に向けての明るい兆しはない。消費を刺激する要素もないため、今後は更に厳しい状況となる。
		観光型ホテル（経営者）	・今月の売上は前年を下回ったほか、1、2月はイベントも落ち着き、閑散期に入るため、更に厳しい状況となる。
		観光型ホテル（経営者）	・円高やデフレが解消される見通しが立たないというのに、将来的には増税が行われるため、客の財布のひもがますます固くなることは避けられない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊では特に目立ったイベントもなく、先行予約の動きは悪い。宴会も、一部では新規の大きな会合を受注できているが、既存客の動きが悪い。中止が決まっている会合もあるなど、先行きの見通しは厳しい。
		タクシー運転手	・寒い時期には必要最小限の利用はみられるが、今後は節約傾向が顕著となるため、見通しは厳しい。
		通信会社（経営者）	・客との会話で、見通しの良い話が聞かれない。
		通信会社（社員）	・単価を下げた新しい加入コースを設定したため、加入数は伸びるが、全体的な売上減につながる可能性が高い。
		通信会社（企画担当）	・消費税率の引上げ問題などで、景気は悪化方向に進む。
		テーマパーク（職員）	・施設のリニューアル工事は順調に進んでいるが、来年3月には近隣に観光施設がオープンするため、集客は難しくなる。
		住宅販売会社（経営者）	・最近では新規の問い合わせが伸びていないほか、契約見込み客の土地の手配が難航している。住宅ローンの審査も下りにくいなど、前進しにくい状況であるため、見通しは厳しい。
		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）	・金融機関の融資姿勢が厳しくなっているため、先行きの見通しは暗い。
	悪くなる	商店街（代表者）	・商店街では今月末に3店舗の閉店が決まっているほか、空き事務所も増えているなど、商店街としての機能が低下しつつある。客の要望にこたえられなくなっているため、今後は非常に厳しくなる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・年末の時期に動きがみられないため、年明けの催しにも期待できない。新年を迎えても好転する兆しは全くなく、むしろ増税などの不安が大きい分、消費者の購買意欲は鈍っていくばかりである。
		コンビニ（経営者）	・来年もコンビニの出店競争が続くほか、ミニスーパーやドラッグストアも参入してきているため、競争が更に激しくなる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費者は消費税率の引上げやデフレの影響で、価格は更に低下すると考えている。また、最近では中国などのアジア諸国からの輸入品が増え、高品質の国産品はほとんど流通していないため、紳士物のシャツやニットの仕事も大変困難になっている。重衣料もこの傾向が強まっているため、先行きの見通しは厳しい。
		衣料品専門店（販売担当）	・消費税率の引上げ議論が進むため、景気も悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・飲食店の業況は天候要因に左右されるが、最近ではマイナスの要素が多いため、先行きの見通しは暗い。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・通常の販売額が今までに比べて増えてきたほか、新規事業ももうすぐ立ち上がるため、先行きの見通しは明るい。
		化学工業（経営者）	・止まっていた大型案件の問い合わせが徐々に入り始めているなど、徐々に景気回復が進んでいるため、先行きは良くなる。
		金属製品製造業（管理担当）	・今後も再開発関連の受注が継続的に出てくるため、見通しは良い。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量が増加し、来年は休業もなくなるなど、状況は良い方向に向かう。
		建設業（経営者）	・エリアにもよるが、来年は土地の動きが出てきそうな気配がある。土地価格に底値感も出ており、客による不動産の取得意欲も高いため、見通しは明るい。
		広告代理店（営業担当）	・年度末に向けて、比較的好調な業種の広告出稿は前年よりも増える。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・9～12月の広告市況は良かったため、今後もその流れが続いて好調な状況となる。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・今後、受注量は増加に向かう。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・冬らしい気候になってきたため、安定した売上が期待できるが、全般的な景気の底上げにはつながらない。今後も現在のような状況が続く、売上が大きく伸びることはない。

	繊維工業（団体職員）	・タオルの需要は、東日本大震災の影響などで微減となっているが、国産品への需要はほぼ前年並みであるため、今後も現在の状況が続く。
	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量には変化がみられないため、今後2～3か月は大きく変わらない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・販売量の増加につながる商談が少ないため、今後も現在の状況が続く。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・受注件数は必要最低限の低空飛行であり、これよりも悪くなることはない。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・ガラス瓶の生産では電気をかなり消費するため、原子力発電所の停止によるエネルギー問題が非常に悩ましい。今後しばらくは回復の期待も持てない。
	金属製品製造業（経営者）	・来年度は円高が大きく影響し、相当悪くなると予想されるが、今後2～3か月は大きく変わらない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・現在の業況は悪くなく、今後も好調な状況が続く。
	一般機械器具製造業（設計担当）	・為替や株価の状況次第という部分もあり、先行きは不透明である。
	電気機械器具製造業（経営者）	・欧州の信用不安による影響が出てくるほか、円高も激しさを増すため、引き続き厳しい状況となる。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・公共事業ではメーカーの新品が使用され、中古品には需要が波及してこないため、東日本大震災の復興で景気が良くなることはない。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内での受注が停滞気味であり、先行きの見通しは厳しい。
	建設業（経営者）	・東日本大震災の復興の動きが本格化し、職人不足に陥る懸念がある。
	輸送業（営業所長）	・現状から大幅に変化することはない。
	金融業（営業担当）	・取引先の受注は増えているが、利益率が低下傾向にあるため、今後も全体としては変わらない。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・1月は読者の契約更新が多いが、事前の交渉では、新規読者を獲得しても同じぐらいの読者が更新を見送っている。他紙への変更ほか、経済的な理由で購読を止める動きも目立つため、今後も厳しい状況となる。
	広告代理店（営業担当）	・事業の利益率が改善しない限り、厳しい状況は変わらない。
	司法書士	・案件自体が少ないなど、来年も良くなる要素がない。
	経営コンサルタント	・顧客企業の百貨店をみると、売場の人員削減や、会員向けの値引き販売、営業時間の短縮など、すべての手を打ち尽くした感があり、良くなる材料が見当たらない。
	コピーサービス業（店長）	・依然として先行きは不透明であり、年明け後も厳しい状況が続く。これからは学生の利用が増加する時期となるが、少子化の影響で利用が年々少なくなっている。
やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・増税の不安が広がっているため、消費が伸び悩む。
	繊維工業（総務担当）	・将来に対する不安感から、消費者の購買意欲は低下する一方であるため、靴下のような低額商品ですら、バーゲンでしか買わないような動きが強まる。
	金属製品製造業（営業担当）	・取引先からは、世界景気の減速で受注が減るといった声が聞かれる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・国内の空洞化が進んでいるほか、好調な海外取引も円高による悪影響を受けているなど、先行きの見通しは厳しい。
	輸送業（営業担当）	・年末で食品の輸入関係の荷物が多かったが、製造業関連は悪くなっている。年明けはもっと悪くなる見通しであるなど、先行きは厳しい。
	輸送業（営業担当）	・学習機の売れる時期が年々早まっているほか、少子化の影響もあり、2、3か月先は例年よりも厳しくなる。
	経営コンサルタント	・顧客企業の現状や全体的な経済情勢から判断して、状況が好転することはない。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・経済状況の悪化などで得意先からの値引き要請が増え、利益が出にくくなっているため、先行きの見通しは暗い。
悪くなる	その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・円高の影響で、今後も輸出の不振が続くため、業況の悪化が進む。
雇用関連	良くなる	-
	やや良くなる	-
	人材派遣会社（経営者）	・電気・ガス関連や介護関連の求人が出てきているほか、正社員の求人も増えているため、先行きは良くなる。
	民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の日雇労働市場は、人手不足による賃金の上昇で、これまで建設業を敬遠していた生活保護の受給者や若年層の就労が進むため、やや上向いていく。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・求人案件が増加傾向にあるため、先行きはやや良くなる。

変わらない	求人情報誌製作会社 (企画担当)	・1～3月は年間で最も求人数が伸びる時期であるが、現状の伸び率から考えると、他地域よりも改善が進む要素は見当たらない。
	新聞社 [ 求人広告 ] (営業担当)	・引き続き良くなる要因はないが、大阪府・市の統合に向けた動きは企業の関心事であり、今後の動向次第で求人市場にも影響が出てくる。
	新聞社 [ 求人広告 ] (担当者)	・1～3月の動きは全く予想が立たないが、消費税率上げの素案がまとまれば、消費マインドは悪化するため、雇用情勢にも影響が出てくる。
	職業安定所 (職員)	・有効求人数は米国の大型金融機関が破たんした直後の水準まで回復しているが、有効求職者数はいまだに高止まりの状態であるため、全体的な状況は大きく変わらない。
	職業安定所 (職員)	・産業によって求人の動きに差はあるが、求人数全体は増えているほか、求職者は減少傾向にあるなど、雇用情勢は回復が進んでいる。ただし、急激な円高の進行などで、企業の雇用意欲が低下す、求人票の提出をためらう傾向も出始めている。また、管内の大手電機メーカーでは大規模な雇用調整が計画されているなど、今後は雇用情勢にも悪影響が出てくる。
	民間職業紹介機関 (大学担当)	・東日本大震災の復興による景気の底上げが期待されるが、大阪は動きが少し遅れる。
	民間職業紹介機関 (支社長)	・今までは求人が前年比で増え続けてきたが、企業の採用意欲が変化し始めている。まだ数字には表れていないが、先行きは不透明である。
やや悪くなる	学校 [ 大学 ] (就職担当)	・訪問先の企業からも、先行きが不透明なため採用枠も未定といった声が多いなど、上向き見通しはない。
	職業安定所 (職員)	・百貨店の撤退や電気機器工場の閉鎖、船舶関連の事業縮小の動きがあるなど、今後は雇用情勢がやや悪くなる。
悪くなる	職業安定所 (職員)	・円高やタイの洪水で生産減となっている事業所は、休業などの雇用調整を行っている。今後も円高が続く状況では、景気の回復は難しい。
	-	-