

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	コンビニ（店 長）	来客数の動き	・タスポ導入以降、まだカードを作っていない客が来店するようになり、たばこだけでなく、ほかの商品も購入している。
	やや良く なっている	スーパー（管理 担当）	単価の動き	・食品では値上げが続いているため、売上は3か月前に比べて良くなっている。ただし、衣料品と住居関連商品は引き続き悪い。
		コンビニ（マ ネージャー）	来客数の動き	・タスポの導入以来、他店と同様に新規の来店客が増えている。
		スナック（経営 者）	来客数の動き	・6月後半に入り、個人事業主による会社のパーティーで何度か利用された一方、公務員の客が少なくなっている。
		通信会社（企画 担当）	競争相手の様子	・ゲームソフト業界では大手企業による独占状態も落ち着き、ほかの企業にチャンスが出てきている。
	変わらない	商店街（代表 者）	販売量の動き	・相変わらず客の引きが早く、週末しか売上が伸びない。
		一般小売店〔時 計〕（経営者）	お客様の様子	・全体に若い客が減っており、来客数、販売量共に伸びがみられない。立地の特徴もあるが、客との会話では年配客よりも若い客の方が生活は厳しい。ボーナスや給料の増加といった話は全くなく、自分のためにお金を使う余裕がないとの声が多い。
		一般小売店〔食 料品〕（管理担 当）	販売量の動き	・中元用の商品の動きは例年並みとなっている。
		一般小売店〔カ メラ〕（販売担 当）	お客様の様子	・中高年のレジャーのあり方が大きく変化してきている。今までは同行者との間で写真のやり取りがあったが、最近は自分用にプリントするだけになってきている。
		百貨店（売場主 任）	単価の動き	・来客数の減少のほか、客単価の低下が顕著となっている。軽めの単品物しか売れないため、客単価がなかなか上がらない。
		百貨店（売場主 任）	お客様の様子	・セール前の買い控えが本格化しているほか、同業他社では客の購買意欲の低下もみられる。自営業者や開業医などの会合でも少しでも安い物が求められるなど、傾向が変化し始めている。
		百貨店（営業担 当）	単価の動き	・日ごろは余り動きがないが、夏物商材のトップブランドでバーゲンセールを行うと、かなりの引き合いとなっている。
		百貨店（サービ ス担当）	お客様の様子	・前年実績の確保が難しいほか、来客数も減少傾向にある。ただし、当店の食料品には賞味期限などの表示に信頼があるため、前年実績は確保できる状況となっている。
		スーパー（経営 者）	お客様の様子	・5月の連休明け以降、食品価格や間接費などの上昇が激しいため、客が少しでも安い物、安い店を求めて動き回っている。
		スーパー（経営 者）	販売量の動き	・生活必需品の価格上昇で家庭での食事が増えているほか、食品の安全志向で国産品の購入が増えており、商品単価の上昇につながっている。その一方、広告を出した日に来客数の増加する傾向も続いている。
スーパー（経理 担当）		販売量の動き	・100円均一といった企画が効果を上げている一方、父の日などのイベントでも客単価が低下するなど、客の間に生活防衛意識が強まりつつある。	
スーパー（広報 担当）	お客様の様子	・低価格志向が続いており、父の日に売出しを行った牛焼肉やステーキよりも、鶏肉や豚肉の方が好調であった。一方、衣料品では来客数が減少、住居関連品では客単価が低下するなど、全体的に不調となっている。		
家電量販店（経 営者）	お客様の様子	・必要な物以外では購入意欲がみられないほか、買い換え需要も少ない。		
乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・物価上昇の影響をあまり受けない単身者や学生などの購買力は落ちていない。		
住関連専門店 （店長）	お客様の様子	・ヨーロッパからの輸入商品は、これまでは高額であっても商品価値が認められれば売れていた。それが今では、価格が絶対的に高すぎて買えないとの声も多く、状況が変わってきている。		

	その他専門店 〔医薬品〕（経 営者）	お客様の様子	・必要最小限の商品、数量しか買わない慎重な客が多い。また、できるだけ特売日にまとめ買いする傾向も強まっている。
	都市型ホテル （スタッフ）	単価の動き	・販売量に大きな変化はないが、客の希望価格が著しく下がっている。近隣エリアでのホテル客室数が増えていることも原因の1つである。
	タクシー運転手	来客数の動き	・ボーナス時期になって酒を飲む人も増えているが、例年に比べると質素で、大体は電車のある時間に帰っている。
	競輪場（職員）	単価の動き	・6月の客単価は13,941円と、3か月前の13,211円に比べるとほとんど変わらない。
	その他レジャー 施設〔イベント ホール〕（職 員）	お客様の様子	・イベントの開催状況のほか、グッズ類の販売数、金額共に大きな変化はない。
	美容室（店長）	来客数の動き	・セット販売を行っている化粧品を若干値上げしているものの、売行きに影響は出ていない。
やや悪く なっている	一般小売店〔鮮 魚〕（営業担 当）	お客様の様子	・売上増のための特価販売を行っても、売行きが悪い。
	一般小売店〔自 転車〕（店長）	それ以外	・客の需要にさほど変化はないが、原油高の影響による部品入荷の遅れにより、客への納品も遅れるという悪循環となっている。
	一般小売店 〔花〕（店長）	それ以外	・原油高による物価の上昇で買い控えが進んでいる。
	一般小売店〔精 肉〕（管理担 当）	お客様の様子	・単価は上昇しているものの、豚や鶏といった比較的安い商品を買う動きが強まっている。
	百貨店（売場主 任）	販売量の動き	・高額品のみならず、食料品や化粧品といった日用品も低迷している。
	百貨店（売場主 任）	お客様の様子	・価格の手ごろな生活必需品については、動きは決して悪くない。ただし、百貨店のファッション性の高い高額商品については、月を追うごとに動きが悪くなってきている。
	百貨店（企画担 当）	お客様の様子	・様々な商品での相次ぐ値上げにより、買上単価、買上点数の悪化が激しい。
	百貨店（企画担 当）	販売量の動き	・食料品の売上が減少してきている。
	百貨店（営業担 当）	お客様の様子	・訪問販売では、10万～30万円程度の宝飾品は今までどおり売れているが、高額品は引き合いすらなくなっている。店頭販売についても、買上金額、点数が急激に少なくなっている。
	百貨店（マネー ジャー）	単価の動き	・衣料品を中心に特価品だけが売れる傾向となっているが、そのなかでも3,000円、5,000円といった商品しか動かない。
	スーパー（経営 者）	お客様の様子	・様々な商品の値上げが続いているため、売上に特売品の占める割合が高くなっている。
	スーパー（店 長）	来客数の動き	・各商品の値上げが相次ぐなかで、客単価は上昇している。その一方、客が買物回数を調整しているほか、特売商品の買い回りを進めていることで、来客数は減少している。
	コンビニ（店 長）	販売量の動き	・最近の原油高で食品類の価格が上がっており、客の購買意欲が低下している。それに伴い、販売量が全体的に減少している。
	家電量販店（管 理担当）	競争相手の様子	・家電メーカーからの話によれば、苦戦している店が多い。
	乗用車販売店 （経営者）	お客様の様子	・ガソリンの値上がりにより、高速道路でいつも混んでいる場所も車の通行が少ない。
	乗用車販売店 （営業担当）	来客数の動き	・ガソリンの高騰で来客数は4月に比べて非常に落ち込んでいるものの、低燃費車が好調に売れている。
	乗用車販売店 （営業担当）	お客様の様子	・ガソリン価格などの上昇で新車の購入意欲が低下しており、販売台数は前年を下回る結果となっている。
乗用車販売店 （営業担当）	お客様の様子	・販売台数が落ち込んでいるほか、修理や車検でも価格を強く意識している客が多い。	
一般レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・天候の影響はほとんどないものの、来客数の前年割れが解消できておらず、若干伸びるはずの時期に売上が確保できていない。	

一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・ガソリンの値上げなどで家計がかなり圧迫されており、今月に入ってからの来客数の減少が著しい。
一般レストラン (店員)	販売量の動き	・学生の客がドリンクバーだけで長くとどまるなど、回転率が悪化している。
その他飲食 [コーヒー ショップ](店)	来客数の動き	・3か月前に原材料の高騰分を販売価格に転嫁したことで、来客数が減少している。飲食業界全体で値上げ傾向が進んでいるが、販売量は縮小傾向にある。
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・原油の高騰に伴う物価上昇の影響が出てきているものの、販売価格を上げる訳にはいかない。むしろ他社との競争により下がってきている。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・好調であった宿泊の売上が半年ぶりに前年を下回っている。大阪市内の競合店も中旬以降に失速し、特にビジネス客の減少が目立っている。婚礼や宴会、会議では新規客が取り込めたものの、レストランの来客数はランチで前年比約10%減、ディナーで約16%減と、大幅に減少している。
都市型ホテル (マネージャー)	来客数の動き	・宿泊部門は海外からの客が堅調であり、法人客や個人客の減少をカバーしている。一方、食堂部門は高額店舗が低調で全体的にもマイナスとなっている。宴会部門は、件数はほぼ前年並みであるものの、規模の縮小傾向により利用人数が減少している。
都市型ホテル (役員)	それ以外	・宿泊はビジネス利用が減少しており、単価を下げても増加がみられない。レストランも宿泊客の減少で朝食利用が減っているほか、企業による夜の利用も減っている。さらに、宴会も小規模宴会のみが増加し、件数では前年を上回っているものの単価は低下している。
都市型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・宿泊は個人予約の伸びが悪い。特に首都圏からの予約が減少し、売上は今年初めて前年を下回っている。一般宴会は株主総会や小規模の受注が多く、売上は確保できているものの、婚礼の受注数が今月も激減し、厳しい状況となっている。
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・燃油サーチャージの上昇が、海外旅行の予約の足を引っ張っている。海外旅行の需要は単純には国内旅行へシフトしないため、全体では前年割れとなっている。
旅行代理店(広報担当)	お客様の様子	・海外旅行商品の売行きが悪い。燃油サーチャージが7月から更に上がるほか、海外から入ってくるのは天災や事故などの悪い情報が多いため、客の購入マインドは3か月前よりも悪くなっている。
タクシー運転手	来客数の動き	・今年は梅雨らしい天気が少ないので暇である。さらに、最近は原油高の影響で自家用車が少なくなっているものの、タクシーの利用も伸びていない。
通信会社(経営者)	販売量の動き	・割賦販売の増加により、買い換え需要の落ち込みが顕著になりつつある。
その他レジャー施設[飲食・物販系滞在型施設](企画担当)	来客数の動き	・ガソリン高騰のほか、全体的な物価上昇がレジャー支出にとって逆風となっている。
その他サービス[ビデオ・CDレンタル](エリア担当)	販売量の動き	・レンタル、書籍売上が前年割れの傾向となっている。
住宅販売会社(経営者)	単価の動き	・原油高の影響などで建築コストの上昇が続く一方、販売価格に転嫁できない状況にある。
住宅販売会社(従業員)	来客数の動き	・4月以降、来客数が更に減少している。広告を行ってもほとんど反応がないなど、客の購入マインドが著しく低下している。
住宅販売会社(従業員)	競争相手の様子	・不動産事業に対する銀行の融資姿勢が厳しくなっており、新興、中堅の不動産会社では資金繰りが悪化している。
住宅販売会社(総務担当)	来客数の動き	・住宅展示場や、建売住宅の販売会への来場者数が減少している。

	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）	それ以外	・特定の買主に対しては、金融機関も少し前向きに融資を行うようになったものの、客の間では買い控えが増えている。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場への来場者数が減少傾向にある。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・分譲マンション各社の在庫が増加しており、値引きなどの動きが激しくなっている。ただし消費者の反応は鈍く、購入マインドが高まるどころか、かえって冷え込みが大きくなっている。
悪くなっている	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	単価の動き	・仕入価格が上昇するなか、販売価格への転嫁が追いつかない。得意先をみても、来客数や販売量の減少を恐れて値上げが進んでいない状況である。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	単価の動き	・春以降、客の購買単価が月を追うごとに悪くなっている。ショッピングモールや路面店など、どの店も来客数や客単価が悪化している。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	販売量の動き	・6月に入り、牛肉の高級部位といった高付加価値商品の動きが鈍くなっている。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・客の購買意欲が低下している。最近は食料品価格の高騰もあり、衣料品に回すお金が一層少なくなっている。
	一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・タスポの導入以降、自動販売機での販売が激減している。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・店全体の来客数は前年比98%であるが、業種別では食品が100%と横ばい、衣料品が93%、住居関連が98%となっており、衣料品での減少が顕著である。
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・飲料品をサービス価格にするなど販売量の増加を図っているものの、デザートの上売が減少している。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・主婦層は節約を進めており、婦人服を買うような状況ではない。さらに、今月は月末からのバーゲンで半額になるのを待っているため、前年の水準を大幅に下回っている。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・4月中旬以降、来客数の減少が続いているほか、ガソリンや食料品、日用品価格の上昇による影響も出てきている。
	衣料品専門店（営業・販売担当）	販売量の動き	・例年、今の時期は夏物スーツの受注の最盛期となるが、今年は注文が少ない。
	衣料品専門店（管理担当）	販売量の動き	・業界では買い控えが進んでいるほか、日常の買い回り品もガソリン高騰などの影響を受けている。当店で売上が8%ダウンする一方、経費は前年並みであるため、利益が圧迫されている。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・当社の66店舗について、1店舗当たりの買取り台数は21.6台であり、前年比で72%と落ち込んでいる。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・原油高に伴うガソリン価格の上昇により、売上はここ数か月で2～3割ほど減少している。
	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客の様子をみると、食事中の会話が少なく声も小さいなど、明るさがない。
	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・団体客、個人客共に動きが悪い。また、宿泊単価が低いほか、館内消費も非常に少ない状況である。販売量としては前年比で1割程度悪化している。
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・新規の客もみられたが、リピート客の来館回数が前年比で16%減と大きく落ち込んでいる。
	観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・来客数が前年比で90～95%と減少している。
	旅行代理店（店長）	販売量の動き	・消費財の物価上昇で客の財布のひもが固くなっており、海外旅行だけでなく、国内旅行の予約まで低迷している。
タクシー会社（経営者）	お客様の様子	・夜の街に出掛ける人が減っているほか、タクシーを利用せずに電車で帰るといった節約傾向が更に強まっている。	
競輪場（職員）	単価の動き	・前月中旬以降、入場者数、平均購買単価共に悪化傾向となっている。	
住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・販売量が減少しているほか、広告に対する反響の悪化が著しい。	

企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	電気機械器具製 造業（宣伝担 当）	受注量や販売量 の動き	・北京オリンピックを前に、薄型テレビやブルーレイ ディスクレコーダーなど、これまで以上に活発な荷動 きとなっている。
	変わらない	繊維工業（団体 職員）	受注量や販売量 の動き	・国産品への需要が徐々に出てきているものの、全体 的な需要の減少や外注加工費の上昇などで、採算は取 れていない。
		出版・印刷・同 関連産業（情報 企画担当）	受注量や販売量 の動き	・受注量は前年とほぼ変わらず、どちらかといえば微 増となっているが、材料費の高騰で利益が圧迫されて いる。
		化学工業（管理 担当）	受注量や販売量 の動き	・今月の出荷量は不振であった3月と同程度であり、 前年の水準を下回るのほぼ確実である。
		金属製品製造業 （総務担当）	受注量や販売量 の動き	・建築確認の遅れは徐々に解消されつつあるものの、 全体的に需要はまだ停滞している。
		電気機械器具製 造業（経営者）	取引先の様子	・設備投資に対する意識が、前向きな企業と後ろ向き な企業に分かれてきており、どちらかといえば前向き な企業が少ない。
		電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・エンドユーザーとの厳しい価格交渉や、競争相手の 参入により、受注が少なくなっている。
		建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・ここへ来て受注量がやや減少している。外部要因が 多いものの、土地価格の下落の影響も大きい。
		輸送業（営業所 長）	受注量や販売量 の動き	・取引先から運賃の見直しを迫られているが、既にこ れまで数回の値下げを行っているため、今後は赤字に なる業務も出てくる。
		経営コンサルタ ント	取引先の様子	・クライアントには建築関連が多いが、依然として業 況の悪化が尾を引いている。
		コピーサービス 業（従業員）	競争相手の様子	・コピー業界では原油の高騰に伴い、紙やプラスチック の仕入価格が上がっている。競合他社も一部のサー ビスで値上げを始めているが、コピー代は企業の経費 削減対象となっており、非常に厳しい状況である。
	その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	取引先の様子	・先月に引き続いて見積りや引き合いが少なく、受注 量も減少している。	
	やや悪く なっている	食料品製造業 （従業員）	受注量や販売量 の動き	・原材料、資材の値上がりに対し、製品価格はまだ値 上げしていないものの、荷動きは今一つである。食品 は全般的に値上がり傾向にあるため、すべての商品で 買い控えが起こっている。
		繊維工業（総務 担当）	それ以外	・大手量販店からの処分品が安値で市場に流れ、卸値 が低下したために、高額商品の動きが非常に悪くなっ ている。
		パルプ・紙・紙 加工品製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・受注量や納品数が若干減少している。
		金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・鋼材を中心とした値上げ攻勢により、荷動きが鈍化 傾向にある。
		金属製品製造業 （管理担当）	受注価格や販売 価格の動き	・鋼材や燃料の高騰が利益を圧迫している。販売価格 を見直しているものの、同業他社の動向によっては大 幅な値上げはできない。
		一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・大型案件の引き合いが減っているほか、取引先の設 備投資に対する意欲が低下している。
		電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・売上の前年割れに歯止めが掛からない状況で、月を 追うごとに前年との差が大きくなっている。
その他製造業 〔履物〕（団体 役員）		受注量や販売量 の動き	・引き合いがあってもサンプル品の製作にとどまり、 受注にまでは至らない。	
建設業（経営 者）		受注価格や販売 価格の動き	・公共工事の減少で競争が激化し、最低入札価格を下 回る入札が増えている。民間の工事も、マンション在 庫の増加などで住宅建設が減少している。	
建設業（経営 者）		受注価格や販売 価格の動き	・建設資材の高騰で2次製品まで値上がりし、進行中 の物件が予算オーバーとなる可能性も出てきている。	
輸送業（総務担 当）	取引先の様子	・原油の高騰などによる消費者の買い控えが目立ち、 荷物の動きが鈍化している。		

	金融業（営業担当）	取引先の様子	・自動車部品製造業などの取引先では、原材料価格の上昇分をほとんど転嫁できておらず、収益の悪化が続いている。また、不動産業や建設業の取引先では資金繰りが非常にタイトになっている。	
	金融業（支店長）	取引先の様子	・ガソリンスタンドを3店舗経営している業者では、毎月の値上げの影響で一般客の購入金額が減っている。それに伴い、オイルや洗車の需要も激減している。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折り込み件数が減少しているほか、新規購読の獲得数も落ちている。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・夏期のプロモーション受注が例年よりもかなり少ない。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新聞広告の出稿依頼が予想よりも少ない。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・小売業の取引先では、仕入原価や燃料費の上昇で先行投資意欲が低下している。製造業の取引先も大手電機メーカーの進出に期待しているものの、具体的なメリットが見いだせていない。なかには、当社には関係ないといったあきらめムードまで広がっている。	
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月以降、身の回り品の荷動きが悪くなっている。様々な商品の値上げやトレーサビリティの問題で、消費者が慎重になっているほか、製造原価も上がっており非常に厳しい状況である。	
悪くなっている	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・先月までは、売上は悪いながらも前年比で伸びていたが、今月中旬から急速に出荷量が減っている。	
	化学工業（企画担当）	取引先の様子	・ゴールデンウィーク直前に食品メーカーへの値上げを実施したが、先に値上げした同業者の売行きが絶不調になるなど、価格転嫁が進みにくい状況となっている。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・土地価格の下落で、マンション業者が高値で買った土地を分譲できない状態が続いており、倒産が増えている。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体の広告受注の落ち込みが月ごとに大きくなっている一方、インターネット媒体は前年並みとなっている。	
	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・スポット受注量が年々悪化している。	
雇用関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・中小企業の採用がうまく進んでおらず、紹介予定派遣の依頼が増えている。ただし、派遣求人は増えていない。
	変わらない	職業安定所（職員）	それ以外	・3か月連続で有効求人倍率が低下し、1倍を下回る水準となっている。ただし、雇用保険の被保険者数が増加しているほか、失業給付の受給者実人員も減少しており、全体としては悪くない。
		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・採用者数に大きな変化はないが、採用担当者からは大変だとの声が聞かれる。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・仕事量がかなり減少しており、特にIT関係の技術者が派遣登録に多く訪れている。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・派遣先企業からの求人依頼件数は、減少傾向が続いている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・取引先の中小企業は経営が苦しくなっており、広告予算に対してより一層シビアになってきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・比較的好調であった医療求人広告についても頭打ち感がある。企画などで新規広告を開拓しても、その後の出稿が続かない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・原油高などの影響で、各企業からは経費削減の声が多く聞かれる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・管内に多い機械メーカーからの求人が好調で、求人全体は前年とほぼ同じである。一方、卸売、小売業、飲食業からの求人は大幅に減少している。
職業安定所（職員）	求人数の動き	・サービス業を中心に、新規求人が前年比で30%減少している。派遣、請負求人の適正化が主な要因であるが、原油、資源価格の高騰も求人の減少に拍車を掛けている。一方、就職者数が前年比で増加しているなど、求職者の動きに大きな変化はみられない。		

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・サービス業での求人数減少が顕著であるほか、建設業も大手ゼネコンが受注を独占して中小企業まで仕事が回っておらず、新規求人の増加につながっていない。全体的に仕事が減るなかで、建設業の自営業者がほかの仕事を探すケースも出てきている。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・建設部門が大部分を占める日雇求人では、日払雇用型は前年並みにまで回復してきている。一方、10日、30日といった期間は宿舍に入り、満期日に給与を精算する期間雇用型は、前年比で約50%減と前代未聞の状態である。
	民間職業紹介機関（支社長）	採用者数の動き	・求人企業による採用選考数はあまり減少していないが、内定数や内定率は前年を下回る状態になっている。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・理系学生への求人は多い一方、文系は少ないなど、求人内容に偏りがみられる。
悪くなっている	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・派遣求人の減少によって人が余り始めている。新入社員の入社などで人手不足が解消されているほか、景気の後退観測で追加採用が抑えられている。
	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・前年に比べて出稿状況が全体的に落ち込んでおり、特に人材派遣の落ち込みが大きい。ただし、出稿企業の採用環境には好転の動きもみられる。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・関西の新聞社では求人広告の受注が前年割れとなっているほか、求人広告を扱う広告会社の売上も低迷が続いている。