

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 やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・京都の1,200店舗の商店によるクレジットカード売上をみると、物販店では前年比で2%増、飲食店では6%増となっており、徐々に景気は回復している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の中心部で7月上旬にスーパーマーケットがオープンして以来、往来客が増えている。
		一般小売店〔食料品〕（管理担当）	販売量の動き	・一時的な好調に終わる可能性はあるが、新商品のヒットによって注文が増えている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・台風の影響で売上が大きく落ち込んだが、それ以降は気温が下がり、婦人衣料を中心に販売量が増えている。消費者の我慢が一気に噴き出した感がある。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・台風などの影響が懸念されたが、月後半は持ち直し、全体的には来客数、売上共に前月及び3か月前の水準を上回っている。特に、女性の消費を中心に、婦人服や婦人雑貨、子ども服、高額品の売上が回復している。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・競合他社のオープンによる影響が薄らいできた。来客数は前年比で減少が続いているが、減少幅は小さくなっている。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・今月は2回の台風という悪天候に見舞われたが、気温は前年よりも低く、来客数も前年を上回ったため、秋物商材の動きが良くなっている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月に入り、外商関係の優良顧客を中心として、ブランド品や時計の購入が目立っている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・2度の台風による影響もあり、今月の売上は前年比で3.5%減となっている。客が商品を選ぶ目は依然として厳しく、景気が良くなった感はないが、3か月前の6.9%減に比べれば良くなっている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・来客数がやや減っており、全体の売上は厳しい状態が続いているが、客単価は若干上がっている。
		スーパー（管理担当）	単価の動き	・消費者の間では、少々割高でも安全で安心な商品を求める傾向が強まっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・たばこの欠品状態が完全に解消され、たばこの購買層による来店が以前の水準にまで戻っている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・18年ぶりにたばこの販売免許が下りたことで、従来からの客の来店回数が増えたほか、新規客の来店も増えている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・今月は決算月で高い販売目標が設定されたが、100%達成できている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・客は景気が悪いとは言いつつも、自動車の購入を真剣に検討している。金額は様々であるが、今月が決算月ということもあり、販売台数は伸びている。
		住関連専門店（店長）	お客様の様子	・自粛ムードの強かった観光客が戻ってきたほか、買物に気持ちのゆとりが感じられる客も増えている。
		都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・今月は2度の台風でキャンセルも発生したが、3連休が2回あったため、前年よりも売上は伸びている。
		旅行代理店（店長）	来客数の動き	・駅の構内という立地の良さで来客数が増えているほか、単価の高い欧州向けなどの海外旅行が好調となっている。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・前月ほどではないが、今月もスマートフォンへの需要が堅調で、販売量が伸びている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・施設のリニューアルを効果的に宣伝できたことが、来客数の増加につながっている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・前月に比べると悪いため、決して楽観視はできないが、今月の客単価は10,818円と、3か月前の10,491円よりも上がっている。
競艇場（職員）	単価の動き	・客1人当たりの購買単価が1万9千円と、3か月前の1万8千円から回復している。		
その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の来場数が伸びているほか、アンケート内容でも早期の建築計画者が増えている。		
変わらない		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	競争相手の様子	・飲食業界ではM&Aの話題も出るなど、勝ち組と負け組が明確に分かれてきている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	販売量の動き	・売上、販売量共に、3か月前に比べて1%の微増となっている。

一般小売店〔衣服〕(経営者)	来客数の動き	・天候不順のため来客数が少なく、売上も落ち込んでいる。
一般小売店〔衣服〕(経営者)	販売量の動き	・商品が夏物から秋冬物に移行するこの時期は、客の動きが毎年鈍くなるが、今年は前年よりも販売量が大きく落ち込んでいるほか、来客数も減少している。
一般小売店〔野菜〕(店長)	お客様の様子	・景気の先行きが不透明で、取引先の飲食店では客の動きが悪い。
一般小売店〔雑貨〕(店長)	販売量の動き	・タスポの導入で売上が2～3割ダウンし、その後の増税で更に5割ダウンするなど低迷が続いていたが、現在はタスポ導入前の75%程度にまで戻っている。ただし、タスポ導入前の水準まではどうしても届かない。
一般小売店〔菓子〕(営業担当)	販売量の動き	・相変わらず景気は上向いていないが、さほどの落ち込みもなく、前年の実績を上回っている。
百貨店(売場主任)	来客数の動き	・景気の不透明感や先行き不安、季節の変調などで、客が購買に消極的になり、必要以上に物を買わなくなっている。ただし、食料品に関しては、敏感な反応がみられる。
百貨店(サービス担当)	お客様の様子	・今月は台風で雨が続き、来客数が減少したため、売上は前年比で約5%減となっている。その一方、人気の洋菓子やグルメ関連の催事に対する客の関心は高く、来客数の増加につながっている。
スーパー(店長)	お客様の様子	・地上デジタル放送への完全移行後、テレビの売上は予想以上に落ち込んでいる。節電や省エネ意識の高まりで販売が増えていた商材も、季節の変わり目で動きが落ちている。
スーパー(経理担当)	販売量の動き	・東日本大震災後、売上は比較的堅調に推移していたが、8、9月は停滞気味となっている。台風などの影響もあり、消費が減少し始めている。
スーパー(販売担当)	お客様の様子	・客の様子をみていると、チラシによる特売の初日や、ポイントが何倍、全品何%引きといった特典のある店を、客が選んで買い回っている。
スーパー(社員)	販売量の動き	・前月の後半から今月にかけて、例年よりも気温の低い日が多く、夏物衣料や涼感商材の動きが急速に悪くなっている。一方、肌着や秋の行楽関連商品は、例年よりも早く動き始めている。
コンビニ(店長)	販売量の動き	・ここ数か月は、客の様子や販売量に変化はみられない。おにぎりやパン、おでんなどのセールを続けており、景気の悪い状況でも売上をなんとか維持している。
コンビニ(店員)	来客数の動き	・今月は2度の台風などで消費者の外出機会が減ったため、売上が前年比で約10%減少している。
コンビニ(広告担当)	来客数の動き	・東日本大震災の復興財源としての増税懸念や、公共料金、食品の値上げなどで、消費者の動きには依然として慎重さがみられる。
その他専門店〔食品〕(経営者)	販売量の動き	・販売量はほぼ前年並みで推移している。
高級レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・台風の影響で月後半は予約キャンセル等で客が激減している。
一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・前年に比べて明らかに悪くなっているが、3か月前からはあまり大きな変化はない。3か月前は食中毒事件による落ち込みから回復し始めた時期で、今月も食品の放射能汚染問題から2か月が経過し、回復が始まりつつある。
一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・週末は需要が終日みられるが、平日は依然として需要の低下が続いている。女性客は週末に偏る傾向があり、動きに大きな変化はないが、男性客の財布のひもはまだ固く、気軽に飲食する動きは少ない。
スナック(経営者)	来客数の動き	・今月は悪天候の影響もあり、客の動きが芳しくない。
その他飲食〔コーヒーショップ〕(店長)	来客数の動き	・2度の台風による影響で、来客数が10%程度減少している。
観光型ホテル(経営者)	来客数の動き	・今月は2度の3連休があった一方、2度の台風の被害に見舞われたため、予想よりも若干厳しい結果となっている。

	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・少し良くなりかけたところに、台風が上陸する形となった。当地域に被害はなかったが、和歌山県全体が風評被害を受けている。
	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・客室稼働率は依然として高水準を保っているほか、料飲部門でも好調な動きが続いている。
	旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・秋の旅行の申込が予想したほど伸びていない。今年は3連休も多く、仕事の休みを取りやすい環境であるが、先の予約状況は悪い。ただし、夏休みも間際予約が多く、最終的には前年並みとなったため、まだ判断は難しい。
	タクシー会社（経営者）	お客様の様子	・相変わらず底の状態が続いており、街には活気がみられない。無線でタクシーが呼び出される回数も減っており、低水準で推移している。
	通信会社（企画担当）	それ以外	・先日アミューズメントマシンの展示会が開催されたが、前年に比べて来客数が減少している。
	パチンコ店（店員）	来客数の動き	・来客数に大きな変化はなく、安定している。
	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	お客様の様子	・チケットの販売や、それに付随するグッズの購入、飲食関係の売上に変化はない。
	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	・2度の台風で集客面に大きな悪影響が出ているが、それ以外に大きな変化はない。
	美容室（店員）	来客数の動き	・客の来店周期が伸びている。
	その他サービス [学習塾]（経営者）	来客数の動き	・夏休みの無料体験キャンペーンで生徒数が増えた後は、大きな変化がない。
	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・新規顧客が増えていない。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築マンションのモデルルームへの来場者は非常に少ないが、途切れることはない。また、来場者の契約率が非常に高いなど、本当に欲しい人がインターネットなどで調べた上で、最終確認のために来場する傾向がみられる。
	その他住宅 [情報誌]（編集者）	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームへの来客数は堅調に推移しているが、購入マインドが上向いているわけではなく、希少性や割安感のある物件が中心となっている。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・今月に入って売上が悪化し、単価も下がっている。
	一般小売店 [衣服]（経営者）	お客様の様子	・気温の影響で初秋物の動きが悪いほか、夏物商材の売れ残りも全く動いていない。月前半と中盤は売上が前年比で10%減となり、後半の1週間は少し良かったが、月全体では5%減となっている。
	一般小売店 [精肉]（管理担当）	お客様の様子	・2度の台風による影響がどうかは分からないが、今月に入って来客数の減少が目立っている。3連休が2回あったが、月全体としては客足の鈍さがみられる。食品の放射能汚染問題では全頭検査も始まっているが、客の安心感にはつながっていない。
	一般小売店 [花]（店長）	お客様の様子	・買い控えが依然として続いている。今月は決算月であり、送別会などで例年は売上が伸びるが、今年は伸び悩んでいる。
	一般小売店 [花]（店員）	単価の動き	・天候が悪かった影響もあり、売上、客単価共に悪化している。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は気温などの影響で、特に前半はビジネス関連の商材が厳しくなった。また、近隣の商業施設のオープン効果が一段落したほか、全体的な経済環境が良くないため、来客数が減少し、客の財布のひもも固くなっている。
	百貨店（販促担当）	来客数の動き	・天候不順が衣料品の動きに影響を及ぼしているほか、度重なる台風も来客数の減少につながっている。社会の雰囲気もどこか落ち着かず、客の購買行動を鈍らせている。
	百貨店（商品担当）	お客様の様子	・台風の影響もあって客単価が低下し、売上が減少している。特価に対する以前のような反応もみられず、買い控えというよりも、買物をする余裕がなくなっている。

百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・時計の輸入ブランドや宝飾品といった高額品の動きが、以前と比べて鈍くなっている。今後は省エネ関連の商材に期待できるが、全体的には商品単価が下がつつある。客の間では旬の商材を安い価格で求める動きが目立っているため、単価の上昇は難しくなっている。	
百貨店（婦人服）	販売量の動き	・気温の低下は追い風であるが、2度の台風の影響が余りにも大きく、そのマイナスを取り返せないままである。また、円高による将来不安で、消費が活発化しにくくなっている。	
スーパー（経営者）	お客様の様子	・競合店の買物袋を持って来店し、目玉商品だけを買って帰る客が多い。	
スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数はほぼ前年並みであるが、台風などの気候条件が悪く、前年に売れたたばこやテレビも苦戦したことで、客単価の低下が進んでいる。	
スーパー（店長）	販売量の動き	・前年は増税前の買いだめでたばこの売上が伸びたが、今年はその反動で、前年比65%と大きく落ち込んでいる。また、住居関連の家電売上も、エコポイント制度の終了や地上デジタル放送への移行終了で、テレビの売上が前年比17%にとどまっている。一方、子ども用のランドセルは、古い型の売り込み効果で前年比130%となっている。	
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・売上が前年比92%で推移しており、底がみえない。	
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・製造業関係の客の話では、東日本大震災後の需要増で忙しい事業所と、円高で苦戦している事業所に分かれている。全体的にはかなり悪くなっている会社が多いため、客の動きも悪くなっている。	
乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・今月に入って来客数が減少しており、登録台数の目標は達成できているが、新規受注が伸び悩んでいる。	
乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・1台当たりの単価が最近10年間で最も低くなっている。東日本大震災後の需要で単価の上昇が続いていたが、その反動が出ている。	
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・台風や天候不順の影響もあり、来客数が大幅に減っているほか、客単価も低下したため、売上に大きく響いている。	
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今年の3連休は前年よりも来客数が少ない。近隣の商店街も人通りが少なく、飲食店にも人が入っていない。	
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・台風の影響がなかったとしても、来客数は前年を下回っている。	
一般レストラン（店員）	来客数の動き	・例年夏休み明けは暇になるが、今年は前年よりも来客数が少ない。	
観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・台風による大きな被害の復旧のめどが立たない地域もあり、客足はかなり減少している。	
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宴会の法人客や、食堂の個人客の動きが良く、7～9月は前年の実績を上回るなど、人の動きが戻ってきている感はある。ただし、宿泊は当地域全体で前年を大きく割り込んでいる。観光客、ビジネス客共に悪く、特に首都圏からの客の動きが悪化している。	
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・ほとんどの部門で前年割れしており、特に宴会部門の法人需要や、夏休みの終了で宿泊が厳しい状況となっている。前月は若干上向きつつあったが、長続きしなかった。台風の影響による売上減もあったが、それ以上に全体的な利用が落ち込んでいる。	
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・欧州の信用不安で消費マインドが低下し、海外旅行の動きにも悪影響が出ている。	
タクシー運転手	競争相手の様子	・日に日に業況が厳しくなっている。同業者も必死で、駅のターミナルには客待ちのタクシーがあふれている。	
美容室（店長）	来客数の動き	・固定客の動きが非常に悪く、全体として非常に厳しい状態となっている。	
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	・レンタル関係の売上は前年並みで推移しているが、台風などの影響でCD販売は前年割れとなっている。	
悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・夏物バーゲンが盛り上がりせず、早々に切上げる店もみられる。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減っているほか、低額品の購入が中心となっている。

		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送への移行完了に伴い、テレビの販売量が減少しているほか、家電全体への客の購買意欲が低くなっている。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・円高により金の相場も上がっているが、消費者は買うよりも、家にある貴金属を売る動きが増えており、売上が伸びない。
		観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・台風の影響で和歌山県全域の交通が寸断され、閉鎖するホテルや旅館も出ている。幸い当地域の温泉には大きな被害はなかったが、風評被害でキャンセルが続出している。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・ケーブルテレビへの加入申込件数が、今年に入って最低の水準に落ち込んでいる。地上デジタル放送への完全移行による特需が一巡し、テレビの販売が落ち込んだ影響が出ている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・暑さで昼間は出掛けられなかったり、雨で出て行けなかったりという日が多く、今月は客足が減っている。
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年よりも日中の気温がやや高かったため、飲料水の販売が増えているほか、取引先からの受注量もやや増えている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・節電期間の終了が近づくと共に、受注量が増加に転じている。
		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	・受注は安定しているが、価格面は非常に厳しい。ただし、上半期に始めたデジタル化やWebを使った戦略が徐々に実ってきた感があり、Webでの引き合いや受注も増えつつある。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・円高で輸出全体は低迷しているが、東日本大震災による自動車産業の部品不足も解消し、当社も自動車関連の受注が増えている。
		金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の受注は好調であるが、それ以外は良くない。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・建築土木関連の事業は不調であったが、利益率の高い太陽光発電関連は好調であるため、全体的な利益が増えている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上や、引き合い件数が伸びている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・住宅着工の動きが回復しているほか、家電関係の受注も増加している。また、所有しているテナントビルの空室も、20坪以下の物件では新規契約が決まりつつある。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産の動きは依然として力強さに欠けるが、企業からは売買の需要も出始めており、それに伴う土壌汚染調査の動きも徐々に出てきている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、広告出稿はかなり落ち込んだが、テレビコマーシャルなどはようやく震災前の水準に戻ってきた感がある。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・単価は低いいため、売上はそれほど伸びていないが、製造業などからの広告受注は増えている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・小売業の顧客企業の販売状況を見ると、食料品の売上は相変わらず低迷しているが、東日本大震災後に節電や省エネといった新たな需要が生まれ、関連商品の売上は好調に推移している。
	変わらない		食料品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・綿糸価格が不安定であるため、需要期を前に取引先は様子見状態となっている。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・円高の影響も懸念されたが、受注量は3か月前の水準に戻っている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・可もなく不可もない受注状況である。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・メーカーの間では、円高を利用した海外での設備投資に関心が高まっており、国内工場は閑散としている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・台風で和歌山方面の工場では機械が水没し、その関係で今月は売上が伸びているが、一時的な動きにとどまる。

	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前から受注量は横ばいで推移している。	
	建設業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災や円高の影響で、取引先による設備投資の動きが慎重になっている。	
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・低価格を売りにした業者の増加により、新築やリフォームの受注単価が低下している。資材単価は上昇傾向にあるため、利益の確保が困難となっている。	
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・特に大きな変化もなく、例年どおりの荷動きとなっている。	
	輸送業（営業所長）	受注価格や販売価格の動き	・新規案件の話が徐々に出てきたが、品質向上に関する依頼は減り、低コストの要望ばかりが目立つ。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の売上は、東日本大震災で落ち込んだ後、戻っていない。	
	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べて大きな変化はないが、今月は台風が多かったため、来客数の極端な減少に悩まされる日が多い。また、その後の回復も以前より遅く、客の動きに勢いが無い。	
	その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・今月の連休は新幹線の予約がほぼ満席となるなど、秋冬商戦の盛り上がり期待されたが、台風の影響で売上は低調となっている。その反面、台風の通過後は朝晩の気温の低下により、豚まんやホットドリンクの売上が伸びている。	
やや悪くなっている	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・メーカーが取引先の催事に出向いて自社製品を販売することが当たり前になり、問屋や小売店の仕事が催事の集客だけになりつつある。メーカーの動員する社員数に販売量が左右される状況であり、メーカーへの負担が重くなっている。	
	化学工業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・一定の販売量はみられるが、原料価格の高騰分を販売価格に転嫁しきれず、収益の厳しい状況が続いている。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・国内生産が減少し、産業の空洞化が進んでいる。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原子力発電関連の取引先の間では、東日本大震災以降は原子力発電関連の設備投資が減っている一方、石油関連の投資が活発化しつつある。ただし、まだ検討段階であり、具体化するまでには至っていないため、全体的には停滞している。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・全体的な荷動きは前年の水準を下回っている。やはり地上デジタル放送への完全移行に伴う、テレビの売行き不振による影響が大きい。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・購読契約の更新をためらう客や、経済的な理由から契約期間の途中で購読をやめる客がみられる。	
	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・取引先のショッピングセンターをみると、来客数はやや増えているが、売上が伸びていない。	
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・実用衣料品の店頭販売は堅調に推移しているが、地方の卸売の動きは悪化している。特に、企業の名入れ商品といった、別注品の引き合いの減少が顕著となっている。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・価格が既に大きく低下し、新たな値引き要請にこたえられないため、輸入商品に切替えられるケースが増えるなど、注文量が減っている。	
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	・例年は気候が穏やかになると製品も動き出すが、今年は台風の影響で製品の販売量が減少するなど、全く動きが異なっている。月後半は少し荷動きも良くなったが、前半の落ち込みをカバーできていない。	
	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・益明け以降、納期が先送りになるケースや、受注の時期がずれるケースもあり、売上が低迷している。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・当地域から事務所が撤退していることで、賃料水準が下がっているほか、周囲の飲食店も厳しい状況となっている。	
雇用関連	良くなっている	求人情報誌制作会社（企画担当）	求人数の動き	・求人数が前年比で30%程度増えている。
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・自動車産業での増産の動きを受けて、製造業派遣の求人が増えている。
		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・今月に入り、ガスや水道、電気、住宅関連の派遣依頼が出てきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は6月から4か月連続で前年を上回っている。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は全体的に微増となっているが、産業別に大きな差がみられる。サービス業は28.4%減、運輸・通信業も10.8%減となっている一方、学術研究、専門・技術サービス業が前年比で46.5%増、宿泊・飲食サービス業が33.3%増、製造業が20.6%増、卸・小売業10.0%増となっている。
	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・この1年間は求人数の緩やかな増加が続いている。
	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・来校企業数が減っている感もあるが、求人数は前年比で8.5%増えている。
変わらない	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・例年は上半期の終了時に派遣社員の交代などがみられるが、今年は非常に少ないなど、厳しい状況が続いている。
	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣求人数は3か月前とほとんど変わらず、一定の水準で推移しているが、雇用の拡大につながっていない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の出稿状況は低調なままである。上半期は前年比で90%前半の推移となっており、大きな変動がない。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・多くの企業は、人員整理などで減収増益を目指す動きから、人材を強化して増収増益を目指す動きに変わりつつあるが、全体的に低迷している状況には変わらない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・最近3か月は新規求人数に大きな変化もなく、同じような水準で推移している。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求人数の伸びる気配がないほか、契約社員の求人を中心に、正規社員の求人が伸び悩んでいる。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・東北地方への工事案件のシフトにより、日雇求人数は前年比で1割減の状態が続いている。ただし、それ以上に日雇労働者数が減っているため、求人倍率はやや改善している。
	民間職業紹介機関（大学担当）	採用者数の動き	・大卒者の内定率は50%に達していないが、公務員や大学院進学を目指していた学生や、体育会の学生による就職活動が始まるため、更に厳しくなりつつある。
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・中小企業による秋の採用は例年よりもう少し増えているが、これは東日本大震災によるスケジュールのずれも影響している。
やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	採用者数の動き	・企業の採用枠が少ないため、まだ来春に卒業する多くの学生が就職活動を行っている。
悪くなっている	-	-	-