

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	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・競合他社の新店舗オープンによる、地区への集客効果が大きい。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・競合店が近隣に再出店したことで、来客数、売上が前年比で2けた増となっている。混雑している競合店に比べて、多少は余裕のある当店でゆっくりと買物をする姿がみられるほか、高級家具の引き合いも増えている。
		自動車備品販売店（営業担当）	販売量の動き	・ディーゼル車の排出ガス規制が始まり、規制対象車の特定日が9月30日の車が集中したため、トラックの車検台数が非常に多い。
やや良く なっている		商店街（代表者）	お客様の様子	・客が買いに来始めていることを明確に感じるようになってきた。購買への欲求がはっきり分かる。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・例年と同様に、夏に傷んだ時計のベルトを修理するための来客が増えてきたが、交換用のベルトの単価が昨年より高くなっている。また、ベルトを修理に来た客が、ほかの商品をセットで買う様子が見られる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	単価の動き	・涼しさを感じる日が増えたためか、来客数が先月よりも若干増加した。また冬物が少しずつではあるが売れ始めているため、1人当たりの平均単価が先月よりも上がっている。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・大阪店は在阪球団の優勝で活気が出てきており、単品の商品を中心ににぎわいをみせている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・百貨店がオープンし、地域の活性化が進んでいる。競合という意味合いではなく、郊外からの来店が増え、婦人靴や化粧品、アクセサリー商材がよく動いた。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・改装前のクリアランスセールによる効果で、紳士、子供服とも前年比2けた以上の伸びと好調である。月前半は秋物の商品を抑えながら、夏物のバーゲンセールで訴求を図ったことが、客の需要と合った。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・週末ごとの来客数が伸びている。特に、選挙戦となった11日は投票率の高さが示すように、人が遠出をしなかった影響で好調となった。また、天気ははっきりしなかったことが幸いし、連休の前後を含めて、客足は朝から晩までどの時間帯も昨年を上回った。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・総選挙の結果や景気の踊り場脱却期待による株価の伸びもあって良くなっているが、在阪球団の優勝セールへの期待が大きく、今月は買い控えが起こっている。
		スーパー（経理担当）	お客様の様子	・客の様子からみて、特売品の動きだけでなく、売上に占めるし好品の比重が増えているほか、付加価値の高い商品が購入される傾向となっている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・既存店ベースでみた売上の前年比は、7月がマイナス5.0%、8月がマイナス2.0%、9月が20日現在でマイナス1.9%という推移となっている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は徐々にではあるが増えている。しかし、売上には直接つながっていない。どうしてもデフレ感があり、もっと安い物があるのではないかとこの錯覚がある。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・今月は自動車メーカーの中間決算の時期で、販売促進などの効果もあり、販売が好調である。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・まだ販売額にはあまり反映されていないが、来客数が増加しており、これまで不振の続いていた店頭販売にも多少活気が出ている。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・スポーツ産業は、景気が上向いても業績が遅れて回復する傾向にあるが、上半期の売上が前年比でほぼ横ばいと下げ止まったので、景気は上昇傾向にある。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・7、8月の夏休みの客の動きと比較して、9月は大きな変化がみられず安定している。		

その他飲食 [コーヒー ショップ] (店 長)	単価の動き	・天候が良かったこともあって一般的に客単価が上昇し、売上が回復基調にある。商品構成的に高単価商品を強化している面もあるが、客に高単価が受け入れられる環境となってきた。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・総収入では前年を下回っているが、ビジネスを中心とした個人宿泊が活発化しており、直近の予約の伸びが顕著になってきた。その一方で、婚礼は景気動向と関係なく減少傾向となっている。
都市型ホテル (役員)	それ以外	・宿泊では、9月は3連休が2回あり、宿泊客数、単価とも前年を上回った。宴会においても、大型案件が増えて単価を押し上げ、売上の増加に結びついた。その一方で、レストランについては、依然として来客数が減少し低迷しているが、ホテル全体の売上としては久しぶりに前年を上回ることができた。
旅行代理店(従 業員)	単価の動き	・旅行商品において、価格よりも内容や品質を重視する傾向にある。
タクシー運転手	お客様の様子	・昼勤務の流し営業での客の乗車機会は確実に増加しており、企業からのハイヤー依頼も回復傾向にある。また、ホテルとのタイアップによる時間貸し観光依頼なども増加しつつあるが、夜勤での営業収入があまり伸びていない点が不安材料である。
タクシー運転手	お客様の様子	・上向き傾向に感じられる。
遊園地(経営 者)	来客数の動き	・団体客が少し増加している。
競輪場(職員)	単価の動き	・今月の平均購買単価は19,348円となった。6月は17,337円であったことから、比較するとやや良くなっている。
その他レジャー 施設[イベント ホール](職 員)	それ以外	・催しの開催日数自体は先月よりやや少ないものの、ある程度の客の動員がみられる。また、内容も充実しており、ほとんどのイベントは成功に終わっている。
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	・映像、音楽レンタルは順調に前年を上回るなど好調を持続中で、CDセル、書籍関係の物販売上は前年並みである。
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・株価の回復で得た利益を利回り案件に投資しようと検討する客が増えており、都心の小型物件の販売が伸びている。
住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・分譲マンション業者、不動産ファンド共に、土地仕入れに対して過熱気味の状態が続いている。
その他住宅[展 示場](従業 員)	来客数の動き	・今月の展示場来場者は前年比2割増となるなど、潜在需要層が動き始めた。
変わらない	一般小売店[衣 服](経営者)	・日中は夏日で暑いものの、展示した秋物に対する客の購買意欲が感じられる。
一般小売店[カ メラ](販売担 当)	お客様の様子	・まず価格を確認してから注文するなど、客の注文方法が以前よりも細かくなっている。
百貨店(売場主 任)	来客数の動き	・ラグジュアリー系のブランドに関しては東高西低が更に鮮明になり、特に大阪地区の不調が顕著になっている。競合他社の新店舗オープンにより一部の地区への客の流れが変わったという面はあるが、基調として高額品の売上が苦戦している。
百貨店(経理担 当)	お客様の様子	・買上額が大きく、上位に位置づけられる客に対する売上は、堅調に推移している。
百貨店(営業担 当)	単価の動き	・客の職業によって違いがみられる。情報関連は比較的上向きであるが、建築関連は低迷している。
百貨店(売場担 当)	競争相手の様子	・新規出店によりにぎわいを取り戻している地区もあるが、神戸地区は競合店を含めて大きな変化はみられない。夏ごろの改装に伴うクリアランスセールなど、大阪エリアの動向にマーケットが振り回されている。
百貨店(サービ ス担当)	お客様の様子	・従来から食料品の催しは好調に推移しているが、秋物衣料は残暑が9月後半まで続いたことで苦戦している。また、依然として子供服関連は苦戦している。
スーパー(店 長)	競争相手の様子	・競合店の動きとして、集客の増加をねらった値引きやポイント特典などが多く、厳しい状況が続いている。

スーパー（企画担当）	単価の動き	・今月は選挙があって客の動きが不規則な状況で、昨年と大きな違いがあったほか、残暑のため商品の動きが読みにくかった。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・9月は天候にも比較的恵まれたほか、イベントの成功もあり、予定を上回るペースで推移している。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は変わらないが、平均単価が5%ほど落ちている。追加でもう1品買うなどの余分な買物がみられない。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上前年比の低下傾向がここ2～3か月続いているが、来客数の減少が気に掛かる。商品単価についても、業界最大手による清涼飲料水の値下げで各チェーンが追随せざるを得ない状況となり、低単価化に拍車がかかっている。
コンビニ（店長）	お客様の様子	・雇用情勢が厳しく、30代や40代の社員への肩たたきが多いほか、給料も下がり、転勤などのリストラも行われている。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・秋物の動きが良くないほか、まだ夏物のバーゲン商品が売れている。秋冬物の売れ筋商品の見極めが難しい。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・客はまだまだ景気の先行きに不安を持っているものの、徐々にデジタル放送の開始が刺激になってきている。
家電量販店（企画担当）	単価の動き	・前半は残暑が続いたので季節商品が堅調に推移したものの、後半は薄型テレビ、パソコンの単価下落により前年並みに落ち着いた。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・販売量としては、前年比30%以上の増加と伸びているが、客の様子はかなりシビアである。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・秋本番であるが、昨年と比べプロパー商品の動きが悪い。一方、ほかの店のバーゲン品はよく売れているようである。また、9月は在阪球団の優勝セールがあるものと先読みされ、買い控えが目立った。
その他専門店〔印鑑〕（店長）	来客数の動き	・個人客が依然として増えていない。
観光型ホテル（経営者）	単価の動き	・今月は低単価の団体客からの受注があったので、人員ベースでは前年を上回ったが、総販売額はほぼ同額の見込みである。低単価の団体客の注文を受注しなければ、総販売量を維持できないような状況である。
観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・オフシーズンであるため商品の値段は比較的安くなっているが、プランによっては設定価格の高い物もある。安ければ予約が入るわけではなく、客が目的に応じた動きをしており、探っているような感がある。
観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・客のニーズの多様化と消費単価の低迷がみられる。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・3か月ぶりに前年実績を上回ったが、会議、宴会部門の売上は前年を下回っている。一方、飲食、宿泊は横ばいで、相変わらず低単価商品に需要が集中している。
都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・客室の稼働状況は、エージェント経由や、インターネット経由での個人客の動きが良いほか、修学旅行やアジアからの団体客の入りも良く、前月に引き続き好調である。宴会に関しては、選挙の影響で婚礼、一般宴会共に、8月に続いて勢いが無い。レストランの売上も厳しい状態であるなど、宿泊のみが好調で、後は厳しい状況となっている。
タクシー運転手	競争相手の様子	・9月11日の選挙までは人の動きが慌ただしかったが、選挙後はひっそりとした動きになった。
タクシー運転手	お客様の様子	・景気が上向きになったようにいわれているが、客からの話や、夜の三宮の状態をみると、実際は変わっていない。
タクシー運転手	来客数の動き	・昼間の客の数は変わらないが、夜の客が減ってきている。
タクシー会社（経営者）	お客様の様子	・夜の客が非常に少なく、街に活気がない。交際費や交通費を節約するという風潮が続いている。
通信会社（経営者）	販売量の動き	・投入される新商品が新鮮味に欠けることもあり、客の食指が動かない。

	通信会社（店長）	販売量の動き	・新機種発売などに対する客の反応が鈍い。
	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	・行楽シーズンで人の動きは悪くなかったが、客が増えたわけではなく、減ってはいないという程度であった。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	来客数の動き	・夏休みキャンペーンへの参加者の定着率は例年並みであったが、今年は春先から生徒数が多かったことから、今月もその傾向が続いている。
	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・住宅流通マーケットの状況が安定し、落ち着きをみせている。
	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・新規の来客数が減っている。
	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・来客数と流通量は増えているものの、成約価格はほとんど上昇していない。
	住宅販売会社（総務担当）	お客様の様子	・連休による影響で展示場の来場者はやや増加傾向であるが、アンケートへの回答では、1年以内に建築するという割合は変わらない。
やや悪くなっている	一般小売店〔衣服〕（経営者）	競争相手の様子	・ここ数か月は横ばいか、やや悪い状況が続いていたが、今月のアパレル小売は非常に悪化している。近隣の商店街やショッピングセンターなどの売上を聞いても、前年を大幅に下回っている。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	販売量の動き	・資材、ガソリン価格などが高騰して収益を伸ばしにくい構造になりつつあるなか、販売客単価が上がる様子もない。
	百貨店（統括）	販売量の動き	・3か月前は衣料品を中心に売上の前年比が上昇傾向であったが、今月は売り尽くしセールを行った住関連の商品を除き、衣料品、食料品の売上が悪化している。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・最近、近隣に大型の競合店が出店し、そちらへ客が流れている。
	スーパー（広報担当）	販売量の動き	・気温が高い影響で秋物が振るわなかった一方、夏物の在庫も少ない状態であった。また、在阪球団の応援セールを実施したものの、昨年の販促内容に比べて弱い部分があり、効果は期待ほどではなかった。さらに、優勝間近には買い控えもあった。
	スーパー（開発担当）	それ以外	・原油価格の高騰が各方面へ多大な影響を与えている。
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・化粧品などの高単価商品の売上が伸び悩み、平均客単価が若干低下している。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・6月に近隣に競争店舗ができたことで客が分散しており、いまだに回復がみられない。
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・8～9月のバーゲンセールの効果もなく、台風などの影響で来客数も販売量も少なかった。色々な悪条件が重なり苦戦している。
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・先月は決算セールでチラシ、ダイレクトメールなどの販促関係活動を4回行ったため、健康食品や生活消費財の一部では買いだめが起こった。したがって、今月は売上が前月に比べて20%近く減少したほか、来客数も10%の減少となった。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	単価の動き	・客単価が予想を大幅に下回っているため、来客数は前年を1割以上上回っているが、売上は前年並みに落ちている。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・在阪球団の優勝期待が高まって来客数が減少したことで、店は暇であった。
	観光型旅館（経営者）	単価の動き	・昨年のような台風や地震の影響もなく、その分利用者は増えているが、客単価は前月に比べると落ち込んでいる。
	旅行代理店（広報担当）	販売量の動き	・夏休みの旅行販売額は、6～8月は順調に推移していたが、9月に入ってからラストスパートが良くない。全てが愛知万博の影響ではないが、予想されていた単価の落ち込みのほか、人員も思ったほど伸びていない。
競輪場（職員）	単価の動き	・入場者数は低水準ながら安定してきたが、1人当たりの平均購買単価が依然として低下を続けている。	

		住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・インターネットのホームページ経由の問い合わせが減っているものの、それはホームページの更新が必要であるということであり、住宅業界の動きとしてはそれほど悪くはない。
悪く なっている		一般小売店 [酒](経営者)	来客数の動き	・21日以降は持ち直して非常に好調となったが、前半が極端に悪かったことから、売上は前年比90%程度の水準となっている。
		スーパー(店 長)	競争相手の様子	・先月の後半に近隣で2店舗が出店し、特売を行っているのがかなり厳しい。
		美容室(経営者)	来客数の動き	・営業を開始して30年間で、今月が今までで一番悪い月であったが、ほかの店でも今月が一番悪かったという話をよく聞いた。
企業 動向 関連	良く なっている	化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・特別な大型案件が入ってきたわけではないが、全業種で全体的に売上が上向いている。
		金属製品製造業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・新規案件が続々と始まり、納期対応に追われている。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・落ち着いていた客の反応が良くなってきているほか、デベロッパーも土地の仕入れに熱心である。
		金融業(営業担当)	取引先の様子	・オフィス家具等製造業、自動車部品製造業、高級婦人服製造業、ガラス容器卸売業、菓子小売業、不動産業、エステ等サービス業などの幅広い業種で、売上が前年比で増加している。
やや良く なっている	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	・銀行からの借入れの催促も少なくなり、受注量も多少増えている。在阪球団の優勝効果で何となく上向きの気分となっている。	
	一般機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・当社には製鉄関連の客が多いが、最近は増産のための設備投資計画が活発に検討されている。この動きに関連して、見積依頼が増えている。	
	電気機械器具製 造業(経営者)	競争相手の様子	・自動車部品、IT関連商品の製造設備に対する投資は前向きである。ただし、技術開発力のない製造会社には弱気な面があるので、動きが二極化している。	
	電気機械器具製 造業(宣伝担 当)	受注量や販売量の動き	・好調な薄型テレビなどのAV関連商品に加え、空気清浄機や洗濯機などの白物商品の荷動きも堅調であった。	
	通信業(経営者)	それ以外	・来年の新卒採用での人材確保が難しい。	
	不動産業(経営者)	取引先の様子	・投資家による収益ビル、収益マンションなどの取得意欲がおう盛である。	
	新聞販売店[広 告](店主)	受注量や販売量の動き	・購読数がやや増えているほか、在阪球団の優勝が間近になり、特にスポーツ紙がよく売れている。	
	広告代理店(営 業担当)	受注価格や販売価格の動き	・ショッピングセンターの演出に対する需要は、夏よりも秋口の方が高い。	
	コピーサービス 業(従業員)	受注量や販売量の動き	・大阪地区に限られるが、新規出店の業態内訳をみると圧倒的に飲食店の比率が高まってきている。各種物販が百貨店を除き低迷している反面、飲食業についてはファーストフードを中心に堅調な伸びを示している。それに比例して、パンフレットなどの印刷需要も飲食店からの注文が非常に目立っている。	
	その他サービス 業[イベント企 画](経営者)	受注量や販売量の動き	・新規案件の引き合いが少しずつ増えてきている。	
変わらない	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・季節の変わり目で、荷動きは本来良くならなければならないが、少し落ちてきた。当社の製品のように季節感のない物はあまり変化しないはずであるが、販売量が低下している。	
	繊維工業(団体 職員)	受注量や販売量の動き	・定番品の受注が減少し、スポットの別注品を小ロットで受注しているが、受注量は全体としてマイナスとなっている。	
	繊維工業(総務 担当)	取引先の様子	・例年は秋冬物の引取りが9月に入ってから増えてくるが、今年は数字に表れてこない。店頭在庫の消化が低調であるとの見方をしている。	
	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・二極化がさらに進み、忙しい分野と受注が激減している分野が極端に分かれている。	
	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・年内生産分は受注済みで、操業の状況も変わらない。	

	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・外注先の業況はやや悪い状態が続いている一方、電子製品関連の顧客では新製品の開発テーマが多く、当社への引き合い案件が増えている。	
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・米の配送が好調で売上は伸びたが、燃料の度重なる値上げが利益を圧迫している。また、関西国際空港からの輸出品の配送は好調であるが、輸入品の配送に関しては前年を下回っている。	
	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・大手建材メーカーの受注状況が、東高西低で西日本が悪い。例年は上期末の駆け込み需要があったが、予想以上に低調である。一般貸切りでも、定期ルート便の見直しが活発化している。	
	金融業（支店長）	受注価格や販売価格の動き	・取引先では、ガソリンの値上げを販売価格に転嫁できていない様子が見られる。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・開発業者による分譲マンション用地の購入や、不動産ファンドによるマンションの購入は非常に増えているが、まだ賃料の上昇には至らず下落が続いている。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・各クライアントの広告発注に目立った動きは感じられない。	
	その他非製造業 〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・客の購入志向にばらつきが出ている。自然派商品や無添加商品などが一部の高所得者を中心に好調であるほか、単価の安い商品も相変わらず堅調な動きを維持している。その一方で、あまり特徴のない中途半端な商品の売上が極端に減少している。	
	その他非製造業 〔民間放送〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・10月以降のスポット出稿が当初予測を割り込む可能性が強まってきた。自動車メーカーなどのナショナルスポンサーが広告出稿を抑え気味であるほか、当社が弱いレコード会社関係や、学校法人関係の取りこぼしも影響している。	
やや悪くなっている	食料品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・残暑が長引き、受注量が減少するなど売上に影響が出た。	
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・催事が多いなか、各催しの販売金額が40%以上低下しているほか、得意先からの受注も減少している。	
	金属製品製造業（総務担当）	取引先の様子	・取引先である地場の中小ゼネコンの倒産が発生し、貸倒れが生じた。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・コストダウンの要求が一段と厳しくなるので、販売単価は上がらない。	
悪くなっている	通信業（営業担当）	それ以外	・退職者が多数出ており、今後サービスの品質が保てるかどうか疑問である。	
雇用 関連	良く なっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で20%を超える伸びを示している。産業別にみても、運輸業など一部の産業を除き大幅に増加している。また、請負、派遣求人は相変わらず増加傾向にあるが、一方で正社員求人の割合も少しずつではあるが増加している。
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・企業の派遣に対する需要は依然として底固い。最近の例として、中堅や大手の派遣会社から人材を提供してほしいという提携の話が2、3件来ている。これは人材不足であることを示しており、企業からの派遣依頼案件はあるが人材が足りないという状況である。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・サービス業、製造業での求人数が増加している。特に、中堅、中小メーカーの採用需要に対して、十分な人材の供給ができていない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・雇用情勢に関しては改善傾向が続いている。しかし、景気上昇の判断から求人増と判断し、派遣、請負などの非正規雇用から正規雇用への転職希望者が増えたことで、企業の求人募集との間にミスマッチが生じている。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・常用求職者数は、依然として減少傾向であるが、その減少率は徐々に小さくなっている。一方、今年度の常用求職者の就職件数は常に増加している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数、有効求人数の前年比は、4か月連続で2けたを超える増加となった。新規求人数では特に製造業、情報通信業、建設業が大幅に増加した。なお、有効求人数は15か月連続の増加となった。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求人数は着実に増加している。一方、新規求職者数、紹介件数、就職者数はいずれも減少していることから、労働市場は買手市場となっている。

	学校〔大学〕 (就職担当)	周辺企業の様子	・就職活動の後半戦スタートのタイミングに合わせて、企業の採用活動も活発化している。中小企業では採用予定数の早期確保を目指して、積極的に大学訪問などを行っているが、大手企業の秋採用や通年採用も増えており、かなり苦戦している。
	学校〔大学〕 (就職担当)	採用者数の動き	・9月半ばは現在、学生の内定報告が昨年に比べて大幅に増加している。また、追加求人依頼も増加している。
変わらない	新聞社〔求人広告〕(営業担当)	求人数の動き	・パートなどの短時間労働者の求人募集は前年と比べて増えているが、その反面、求職者の集まりは悪くなってきている。
	新聞社〔求人広告〕(営業担当)	求人数の動き	・新聞の求人広告は悪いなりに安定はしているものの、今年度の下期はより一層の苦戦が予想される。優秀な人材を競争して確保するという様相が強く、それ以外では、派遣会社、人材紹介会社、パートアルバイトを活用した人材確保の傾向がみられる。また、今後は中高年齢層をターゲットにした求人広告が拡大する可能性がある。
	民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・日雇求人数が、前年同月比でプラスを維持している。
やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕(担当者)	求人数の動き	・全体的に求人広告が減ってきている。
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕(担当者)	周辺企業の様子	・周辺企業の新聞媒体離れが急激に進み、売上の前年比がかなり落ち込んでいる。企業の採用担当者は安価なフリーペーパーや、インターネットの利用に移行し、割高感のある新聞は敬遠され気味である。