

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	一般小売店 〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・8月としては過去最高の売上、来客数を記録した。特に、例年は落ち込む盆の期間の売上が今年は良かった。これには、地域の情報誌への記事掲載効果が大きかった。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・昼間が酷暑となったことで、早朝から深夜まで営業する店を増やしたところ、特に夕方5時以降の売上が非常に伸びた。また、盆の高額メニューも例年になく売行きが良く、客単価を押し上げた。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・6、7月は雨が多かったものの、8月は雨が少なかったため、暑さで飲料水を買求める客が多く、売上が20%ほど増加している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・気温が35度を超える日が多い猛暑となったことで、タクシーの利用が増加した。盆などで大型の休みがあった割に、平均売上も非常に良かった。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・マンション販売が非常に順調である。来場者数は増えていないものの、客の消費マインドが向上している傾向が顕著にみられる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	販売量の動き	・今年上半期には抑制気味であった新築マンションの新規売出しが、若干増加傾向で推移しており、それに伴って販促用の広告量が増加傾向にある。
	やや良く なっている	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・夏物商材の売行きは、8月に入ってからの猛暑の影響で好調であった。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・客の買物の様子を見ると、これまではまず価格に目が行く傾向が強かったものの、今は味の良い物や値打ちのある物であれば購入する傾向がみられる。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客単価が上昇しているほか、販売点数も増加気味であることから、家庭で良い商品を多く使うようになってきている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・盆の時期も売上は好調に推移しており、上半期を通して安定した動きとなっている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・全体的な販売量が非常に増加しており、既存店でみても前年比で好調な推移をみせている。節約志向であった客が、し好品も含めて購買意欲がおう盛になっている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・既存店売上の前年比をみると、6月はマイナス1.0%、7月はマイナス3.3%、8月は22日現在でプラス2.5%となっている。7月はたばこの税率引上げや天候不順の影響で大きく前年を割り込んだものの、8月は猛暑などの影響で飲料を中心に好調である。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	お客様の様子	・秋物スーツのオーダーの動き出しが例年よりも早い。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・8月の中間決算に合わせて固定客を対象にダイレクトメールを送った効果が出たほか、8月に入って厳しい暑さが続いたため、ドリンク類やビタミン剤などが活発に動き、買上点数、客単価が伸びた。
観光型旅館（経営者）	単価の動き	・料理の追加注文の内容をみると、高額で、客のこだわりを感じるメニューが増えてきている。		
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・今月上旬には大阪での高校総体開催という特殊要因があり、稼働率が前年比で10%アップしたほか、販売単価が上昇した。下旬もビジネス客を中心に好調な推移となっている。また、レストランも夏休みのファミリー客を中心に来客数が大きく伸びた。一方、宴会は前年並みであるものの、盆休み時期のイベントが盛況となった。		
都市型ホテル（役員）	販売量の動き	・全国高校総体の開催に伴って宿泊が増加しているほか、食事利用の増加などで宴会場やレストランが好調である。		
旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が順調に推移しているほか、特に海外旅行の予約が好調を維持している。		
タクシー運転手	それ以外	・異常な暑さにより短距離のタクシー利用者は増加したものの、長距離の利用者はまだまだ増えていない。		

	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・当社は販売量がさほど多くない企業であるが、今月は受注量や契約件数が増えた。
	住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・商業地の地価上昇に伴って住宅地でも上昇がみられるものの、まだ市場は堅調な状態を維持している。
変わらない	商店街(代表者)	販売量の動き	・一時は良くなりかけたものの、結果的に販売量は例年どおりとなった。
	商店街(代表者)	販売量の動き	・盆過ぎから急に売上が減少しており、月末も厳しい状況である。
	一般小売店[時計](経営者)	販売量の動き	・月の前半は7月の好調が続く形で、来客数、販売量共にある程度良かったものの、帰省やレジャーで出費が増えたほか、猛暑の影響や例年以上に高校野球が人気となったことで、盆休みごろから入客が止まった。また、月の後半は更に厳しかった。
	一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・8月の後半は猛暑であったものの、夏物衣料は販売量が伸びず苦戦した。
	一般小売店[精肉](管理担当)	お客様の様子	・盆商戦については、その前後の数字が例年に比べて特に悪かった。例年は盆前に土産需要などがあって盛り上がるものの、今年は弱かった。家で肉を食べるよりも外食で楽しむ人が増えたのか、どの肉屋でもすき焼き需要が少なかったと聞いている。
	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・上質な流行品に対する高額な支払を何とも思わない客が増えている一方で、少しでも安く買おうとする客の動きにも変化はみられない。その背景として、収入の格差がかなり明確に感じられるようになってきた。
	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・生鮮食品では気温や天候の影響で魚の値段が上がっているため、売上全体としては前年の水準を維持するのが精一杯である。
	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・紳士、子供関連商品の売上が前年比3%増と好調である。ただし、夏物衣料のバーゲン商品の好調には気温による効果大きい。
	百貨店(売場主任)	販売量の動き	・残暑が厳しいこともあり、夏物バーゲンセールは衣料品を中心に好調が続いている。しかし、特選ブランドを中心とした秋物商戦の立ち上がりは前年を大幅に下回っている。さらに、食料品や和洋菓子なども低迷している。
	百貨店(経理担当)	お客様の様子	・夏休みで子ども向けの催事を開催したところ、ファミリー客が多く来店したため、前年よりも入店客数が増加した。ただし、ほかの商品への波及効果は思ったほど大きくなく、依然として目的外の支出には慎重な様子がみられる。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・秋冬物の早期受注の開始が年々早まり、高額ブランドの衣料品が8月半ばから売れ始めている。その一方で、猛暑により夏物商材の需要が増えたものの、売上を大幅に押し上げるほどでもなかった。
	百貨店(売場担当)	お客様の様子	・前月に続き、プレステージゾーンを中心に高額品の動きが芳しくない。
	百貨店(店長)	来客数の動き	・食料品などの日用品は、天候不順であった先月よりも動きは良いものの、ファッション関係は前年の水準にはまだまだ届いていない。
		百貨店(サービス担当)	お客様の様子
	百貨店(統括)	販売量の動き	・値引き商品の売行きが良いなど、3か月前に比べると衣料品が好調である。ただし、住関連商品が前年を大きく割り込んでいる。
	スーパー(店長)	お客様の様子	・盆の前と期間中、盆の後に、客の生活ニーズに合わせた商材を展開するという企画を仕掛けたものの、必要な物以外は買わないという客の傾向は変わっていない。

スーパー（店長）	販売量の動き	・今月は気温の上昇もあり、衣料品などで動きが活発な物もあったが、食品を中心に必要な物だけを買うという傾向がみられ、販売量の伸びがない。中元や盆商材といった日用品以外の商材も販売量が減少している。
スーパー（企画担当）	お客様の様子	・8月は天候が良かったこともあり、夜間の売上が伸びた。ただし、ガソリンの高騰もあり、広域での客の動きが少なくなってきた。
スーパー（広報担当）	販売量の動き	・セールや販促策の実施に伴って売上が好調となった反面、その反動も大きく、全体的には不振である。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・ドリンクなどで期間限定の値引きキャンペーンを実施すると、来客数は一時的に増加するものの、購入はその安い商品に集中する。結果的に客単価が下がるため、キャンペーン効果があまり感じられない。
コンビニ（店長）	お客様の様子	・建設現場の数が増加しており、作業服姿の客が増えている。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・夏物商品を中心に、20日ごろまでは売行きが過熱気味な状態が続いていたものの、20日過ぎからは急に落ち着いた状態となっている。
その他専門店 〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・前年に比べると来客数は変わらないものの、客層が変わってきている。これは、この1年間の販促活動の結果であり、買取りや下取りといった当社の特徴がようやく浸透してきた。新しい客が来店していることで、売上は前年比10%の伸びが確保できている。
その他専門店 〔医薬品〕（店員）	お客様の様子	・来客数の若干の減少が続いているほか、販売量も減少していることから、客単価が低下している。
その他専門店 〔スポーツ用品〕（経理担当）	来客数の動き	・直営店の動きをみると、夏物商材の売行きが芳しくない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客の表情に明るさがみられるものの、来客数は増加していない。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数の動きはほぼ横ばいで変わっていない。夏休みのイベントを企画したものの、来客数の増加はみられない。
観光型ホテル（経営者）	単価の動き	・宿泊料金の単価が相変わらず低調であるほか、飲料売上や売店売上などの付帯売上も非常に低調である。
観光型旅館（経営者）	単価の動き	・スポーツの合宿やキャンプ、盆の帰省などで混雑する日が続いたが、利用者数は前年を下回ったほか、客単価は2、3か月前とほとんど変わらない。
都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・8月は大阪全体の客室稼働率が高かった。当社も全国高校総体や高校野球の応援団など、前半は団体客の利用が多かったほか、個人客は盆を過ぎても入込が良く好調であった。また、食堂も宿泊と同様に、盆の来客が好調で売上を伸ばしている。一方、宴会は増礼のほか、一般企業、個人の宴会共に受注が悪く、最悪の状態である。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・売上は順調に伸びたものの、肝心の年末年始分の予約受付は昨年と大きく変わらなかった。
旅行代理店（店長）	お客様の様子	・高額商品には増加がみられず、受注件数も若干減少傾向にあるものの、大きな変化はみられない。一方、海外旅行ではアジア方面は好調であるが、ヨーロッパ方面などの遠距離商品は苦戦している。
旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・8月の追い込み需要はかなりあったものの、9月のラストサマー関連商品は申込の動きが弱く、現在は国内旅行、海外旅行共に前年を下回っている。しかし、3か月前も同じような状況で、最終的には前年並みまで持ち直したことから、今回も前年並みの水準までは伸びる。
タクシー運転手	来客数の動き	・暑さが厳しくなったり、雨が降ったりと天候が不安定であったことなどで客は多少増えている。ただし、長距離の利用はまだ少ない。
タクシー会社（経営者）	お客様の様子	・まだ交通費を節約する様子が見られる。街に人は増えてきているが、夜は電車で急いで乗るといった感がある。

	通信会社（経営者）	販売量の動き	・番号ポータビリティ導入前の買い控えが起こっている一方、購買を活性化させようとする電話会社の販促策とのせめぎ合いがみられる。
	通信会社（社員）	お客様の様子	・期待していたサッカーワールドカップも、日本が予選を通過できなかったため、ケーブルテレビやインターネットサービスへの加入が一段落した。デジタル家電の販売にも一服感が出ている。
	遊園地（経営者）	来客数の動き	・昨年新たに作ったレジャープールについては、吸水設備の事故による影響や、完成して2年目になることもあり、来客数が予想を下回った。
	競輪場（職員）	来客数の動き	・ここ数か月は、入場者数や1人当たりの購買単価に多少の上下はあるものの、低位で安定的に推移している。
	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	単価の動き	・単価の動きをみると、低下に歯止めが掛かった感もあるが、屋外レジャーそのものの市場は大きくなっていない。
	美容室（店長）	販売量の動き	・猛暑の影響で来客数は若干減少したものの、セット販売を行っている化粧品の売行きが良かったことで、売上は前年並みが維持できた。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	来客数の動き	・今月は夏休み期間中の無料体験キャンペーンを行ったが、参加者の数はほぼ例年並みであった。
	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	・レンタル売上の前年比がかなり伸びたほか、CDセル売上も今月は良かった。ただし、ゲームソフトの販売状況はあまり良くない。
	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・分譲マンションの販売価格は、土地取得価格の上昇によって上がり始めているものの、立地の良い物件は販売状況が好調である。
	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・住宅ローン貸出金利の先高感から、需要は伸びていない。
やや悪くなっている	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・生の魚を取り扱っているため、猛暑の影響で来客数、購入共に減少している。
	一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・5月と8月の売上前年比を上位5店舗の平均で計算してみると、5月が93.4%で、8月が91.2%であった。昨年の愛知万博の特需による反動減を考慮しても、あまり良くない状況である。
	一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・従来は車で来店する客が多かったが、大阪市内での駐車禁止の取締りが厳しくなったことや、ガソリン高騰の影響により、土日の来客数が明らかに減少した。
	一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	販売量の動き	・いわゆる使い捨てカメラの、レンズ付フィルムの販売量が大きく落ち込んでいる。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・秋物商戦に多少の動きはあるものの、過去3か月と基調に変化はなく、宝飾、時計などの高額品の動きは低調で、回復の兆しがみえない。
	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・今月の売上也芳しくないほか、秋冬物の仕入れが難しくなっている。プレタポルテのゾーンではブランドの閉鎖がみられるほか、新素材やデザインの開発の動きが鈍化している。
	自動車備品販売店（営業担当）	販売量の動き	・盆を過ぎてから、車の販売量が激減している。
	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	販売量の動き	・エンドユーザーによる購買が少なく、小売店や卸売業者向けの展示会や催事での売上が減少している。
	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数が前年比で改善しないほか、業界内では低価格戦略の企業がやや上向きであるものの、力強さが感じられない。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・8月前半は客の出足もある程度良かったものの、厳しい残暑のせいか、後半は出足が落ちて開店休業状態である。

		競輪場（職員）	単価の動き	・8月の客単価は15,387円と、5月の21,460円からは大きく低下した。一方、競走が平均的なグレードとなっている場外発売では、8月は15,129円と、5月の14,194円から若干上昇したものの、全体としてはやや悪くなっている。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・大阪府下の3か所の住宅展示場では、8月の来場者は各会場共に前年割れとなっている。この猛暑と、住宅ローン金利の上昇懸念から、様子見の動きが広がっている。
	悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・今年は非常に暑く、客の動きが午前と午後の短時間に限られるため、売上が伸びない。
企業 動向 関連	良くなっている			
	やや良くなっている	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	取引先の様子	・得意先の業種により異なるものの、通信などの弱電や、環境、医薬といった業界の動向は上向きに転じている。ただし、住宅業界が低迷しているのは良い傾向とはいえない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は電気、電子機器業界からの受注増が顕著である。ただし、これが景気回復の影響なのか、経営努力の成果なのかは判断が難しい。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・製品のライフサイクルが短く、開発に多忙な状態であるが、取組方法次第では好機をつかめるようになってきた。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・厳しい残暑が続くなか、エアコンなどの季節商品は昨年以上の荷動きが続いている。AV関連商品も、荷動きの大幅な伸びはないものの、これまでどおりの堅調な動きがみられる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・官公庁関係の入札案件の件数が、昨年に比較して増えている。ただし、落札金額は採算面で見ると厳しくなっている。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・住宅関係では、特便が増加するなど荷物量の増加が目立っている。その結果、納品数は目標どおりに増加したものの、豪雨などで倉庫に滞留する部材も増えた。全般的には新規取引が拡大する傾向にある。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・顧客は大阪市内の建売業者であるが、昨年に仕入れた分譲地は8月にすべて完売となった。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・テレビスポットCMの発注や新規の広告取引が活発になっている。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・最近では小売業や建設業の取引先から、シルバー層をターゲットとするビジネスの相談が増えてきている。本業の不況対策が一段落し、いよいよ本業以外でのビジネスも行う余裕が出てきた。
変わらない		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・依然として状況に変化はなく、受注量などが低迷している。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・悪いといった感はないものの、新規案件が減り、取引先の勢いもなくなってきている。
		金属製品製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・資材価格の上昇に伴う商品価格の値上げが、客になかなか浸透しない状況が続いている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の顧客は鉄鋼関連の企業が中心であるが、いまだに投資意欲はおう盛である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・ここ1か月は、修理の依頼や販売量が横ばいであるほか、同業者も似たような状況となっている。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・例年この時期は商品の動きが悪いが、今年は新商品の発売もなく、例年以上に悪い。
		その他製造業〔履物〕（団体役員）	受注量や販売量の動き	・依然として輸入品の増加が続いているため、国内生産が減少している。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・仕事量は若干の増加傾向であるものの、価格競争は相変わらず厳しい。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・地方では中小企業や古くからの企業の倒産が相次いでいるほか、貨物の動きも良くない。
		輸送業（営業所長）	取引先の様子	・混載路線便の業者が燃料高騰などの理由で値上げを打診しているものの、同社の顧客が了解しないため、支払だけが増えて利益が圧迫されている。

		金融業（営業担当）	取引先の様子	・自動車部品製造業、建機製造業は相変わらず売上などが好調である一方、建築資材販売業などは販売単価の上昇にもかかわらず、数量の減少で売上は横ばいであるほか、仕入価格の上昇により収益が悪化している。
		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・8月に発表された路線価が神戸市でも上昇しているなど、土地の値段は実際に上がっているものの、事務所賃料はあまり上がっていない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体の落ち込みと電子媒体の伸びが続く形は変わらず、プラスマイナスゼロといった状況である。
		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	・大型案件はほとんどないものの、中小規模の新規案件はコンスタントに受注している。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	競争相手の様子	・価格競争は依然として厳しく、受注しても利益が上がらない状態である。
	やや悪くなっている	食料品製造業（従業員）	取引先の様子	・当社の売上も芳しくないが、原材料メーカーなどの売上状況も良くない。気候などの影響もあるものの、低迷の原因がはっきりしない状況である。ただし、取引先では漠然と景気が悪くなっているといった声が目立つ。
		繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・流通段階での商品の流れが悪く、消費者へ届くまでに時間が掛かっている。また、催事は行われているものの、価格条件が厳しく15%ダウンすることもある。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・盆明けから受注量が減少している。これは毎年の傾向であるものの、今年は少し減少幅が大きい。
		輸送業（営業担当）	それ以外	・道路交通法の改正で駅前や幹線道路に駐車できなくなり、2名で乗車するなどして対応しているため、余分なコストが増えている。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・取引先でリストラやコストダウンが続いている影響などで、受注量が減少している。
		コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・各種メーカーからの印刷物の受注が少ない一方、人材派遣や人材教育などのコンサルタント会社からの受注が目立った。また、盆明けにコミックマーケットが開催されたこともあり、それに伴う利用が目立った。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・業況は好転しているものの、実用品の受注は伸びていないほか、価格競争は依然として激しい。
	悪くなっている	-	-	-
雇用関連	良く なっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・一般求人は過去3か月間に10%以上の伸びを示したほか、新規高卒求人の伸びも著しい。また、求人内容にも賃金の見直しのほか、年齢や資格要件の緩和など、人手不足感からくる諸条件の見直しが進んでおり、相変わらず状況は良い。さらに、求人受理の窓口では原油高の悪影響も聞かれないことから、今月も良い状態が続いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で49か月連続の増加となっているほか、有効求人倍率も前月と同水準ながら高水準で推移しているなど、改善傾向が続いている。
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・人材派遣における今月の契約更新などの状況を見ると、10月以降の動きが良くなっている。企業には、正社員だけでなく派遣社員も確保する動きが出てきている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求人数は前月比、前年比共に数%の微減となった一方、新規求職者数は前年比2%増ながら、前月比ではマイナス17%と大幅に減少した。また、採用者数は前年比プラス10%強で堅調に推移しており、所得、雇用環境の改善傾向が定着しつつある。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数、有効求人数共に前年比で増加が続いており、新規求人数は14か月、有効求人数は25か月連続の増加となった。なお、新規求人数は8か月、有効求人数は15か月連続の2けた増である。一方、新規求職者数、有効求職者数は共に前年比で減少傾向が続いている。新規求職者数は9か月、有効求職者数は8か月連続の減少となった。
	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・前年よりも内定状況は少し改善しているものの、夏期休暇中で学生の動きは鈍い。一方、現在も採用予定数を充足できていない企業も多く、大学を訪問して内定状況や今後の動きに関する情報を集めるなど、採用活動を続けている。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・取引先からの求人要請件数は横ばいであるほか、大口案件が少ない。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	それ以外	・新卒採用は、10月以降の秋採用に向けた企業のPR活動が始まるまでは、特に目立った動きはない。一方、中途採用は経験者の採用に重点が置かれ、求人情報誌ではなく人材紹介サービスの活用が活発化しているなど、利用メディアの選択が厳しい。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	採用者数の動き	・事務職のパート求人が増えているものの、応募者がなかなか集まらなくなってきた。
	職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・求人数が増加傾向で推移するなか、条件の良い正社員求人を求めるフリーターや派遣社員といった在職求職者が目立つ一方、正社員求人では正社員としての経験を重視する企業が多く、就職には結びつきにくい状況である。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・日雇求人数が前年比プラスで推移している。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・新卒求人の動向は変わらないものの、中小企業には依然として充足感がない。
やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・猛暑が続いており、企業、求職者共に一休みといった感がある。大きな案件が少なく、小さな案件を集めて何とかしのいでいる。
悪くなっている	-	-	-