

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（売場主任）	来客数の動き	・隣に百貨店がオープンしたものの、その百貨店には食品売場が無いことから、当店への来客数が非常に増えている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣での飲食店の増加が一服して昼食の価格が下げ止まってきたため、外食は高いということで、コンビニエンスストアの利用が増えている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・例年、少し涼しくなる時期には乗客数が減るものであるが、今は夏ごろの乗車回数を維持している。
		その他サービス [マッサージ] (スタッフ)	来客数の動き	・新規客がかなり増えている。
		住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・金融機関が不動産向け融資を活発に行っていることから、土地への需要が増えて単価が上昇気味である。
	やや良く なっている	一般小売店[精肉]（管理担当）	お客様の様子	・9月は例年販売量が減少するが、今年は3連休が増えたことなどで、外食の客については動きが活発になっている。ただし、店頭での小売については、連休に入ると逆に苦戦した。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・当店の真向かいに、百貨店とシネマコンプレックスの入った新しい商業施設がオープンしたため、当店の来客数も前年比プラス19%と大幅に増えたほか、売上も前年比で20%以上の伸びとなった。
		百貨店（企画担当）	販売量の動き	・ブーツや化粧品など、秋物商材の動き出しが例年よりも早い。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・価格が20～30万円ほどの商品であれば需要がみられる。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・秋物商戦の立ち上がりからコートの動きが良く、売上は前年の倍の水準となっている。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・天候が良かったため、婦人服などのファッション関連の売行きが上向き傾向にある。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・食料品関係の単価は7～8年にわたって低下し続けていたが、この4～5月ごろからトレンドの変化がみられる。価格の安さだけでなく、安全面などへの関心から外国産よりも国産の商品が選ばれるなど、これまでの傾向とは明らかに異なる。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・客の買物の様子を見ると、多少は単価が高くても値打ちのある商品が売れるようになってきた。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・野菜の相場高が売上を押し上げている面があるものの、それを除いても売上は全般的に伸びている。
		スーパー（広報担当）	販売量の動き	・各社の攻勢が厳しいなか、気温の低下による影響もあって、衣料品や住関連商品などの季節商材が好調に推移している。その反面、食料品では苦戦がみられる。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・競合店の動きなどの外的要因に変化の無い店舗では、売上や来客数の動きが上向きつつある。
		衣料品専門店 (営業・販売担当)	販売量の動き	・企業からの制服の注文はこれまで減少気味であったが、増加傾向がみられる。
		乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・盆明け以降は客の購買意欲がおう盛である。依然として所得の差による二極化がみられるものの、全体として回復してきている。
		住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・従来から好調のインターネット販売は、夏物シーズンを過ぎても減速がみられず、通年商品の好調で予想以上に順調となっている。一方、店頭販売は近隣の大型百貨店の開店に伴って来客数が伸びており、ここ数年の減少傾向から一転して回復がみられる。
		その他専門店 [宝石]（経営者）	お客様の様子	・今月は気候が良かったほか、在阪球団の成績も良かったため、客の購買意欲が以前にも増して高かった。店頭で客との会話が弾みやすく、昨年に比べて売上が40%伸びた。
一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・同業他社にも活気と明るさが出てきている。		

	旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・当初は申込状況が芳しくなかったものの、9月に入ってからはい際申込の増加もあって好調に増えている。タイのクーデターによる影響が懸念されたものの、ほかの行き先への振替も含めて最小限の影響にとどまった。
	通信会社（社員）	販売量の動き	・契約件数などが例年に比べて多い。消費全体が上向いているほか、デジタル放送の普及に連動して売行きに弾みが付いている。
	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・建築関連では、業者の受注価格や材料価格が上がっている。それでも受発注が成立しているため、全体的な状況は良くなっている。
	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・景気の拡大傾向に伴い、いずれ販売価格は上がると考えている競合他社が多い。
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	お客様の様子	・3か月前に比べて新築マンションの売行きは芳しくないものの、好調物件がいくつか見受けられる。特に、大阪市内の高額物件のほか、阪神間、北摂などの人気エリアでは、物件総額が高くて好調に売れている。
変わらない	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・夏物衣料の最終処分後、秋物衣料の販売状況が予想よりも悪く、苦戦が続いている。
	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	お客様の様子	・新聞折り込み広告に対する高齢者の反応が、ほかの世代に比べて圧倒的に良かった。高齢者の接客には時間が掛かるものの、彼らは納得して買い求められる場所を求めている。
	一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・6月と9月の売上前年比を上位5店舗の平均で計算してみると、6月は96.0%で、9月は93.4%となった。前年の9月は在阪球団のリーグ優勝による特需があったことから、それらを考慮するとほぼ変わらない。
	一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・9月は残暑が厳しくなったことで販売できる商品が少なかったほか、大型店同士の競争による影響を受けている。
	一般小売店〔家具〕（経営者）	競争相手の様子	・中小の家具小売店はどの店も非常に厳しい状況である。
	一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	来客数の動き	・旅行や娯楽などへ行く人は多いものの、デジタルカメラかカメラ付き携帯電話での撮影が多く、店頭でのプリント需要は増えない。
	一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	お客様の様子	・個人客や法人客に関係なく販売量などは横ばいである。一方、価格改定などマイナス要因はあったものの、出荷量は順調に推移している。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・月の中旬以降に気温が下がったことで、秋物商材が動き出している。ただし、紳士部門ではカジュアルウェアなどの軽衣料は動くものの、スーツなどの重衣料やビジネス関連は芳しくないため、一概に良くなったとは言えない。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・期待した秋物商戦が苦戦している。特に、百貨店の主力顧客層であるミセス関連の売上が低迷している。一方、高額品の時計や宝飾などは一時期の不振を脱したものの、依然として全体のけん引役になるほどの勢いはない。
	百貨店（売場主任）	単価の動き	・定価商品では、スポーツ関連や旅行関連商品の動きが好調である。一方で売行き不振の商品もみられる。
	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・昨年と比べて朝晩の気温が低く、衣料品の売行きには良い条件となっているものの、どの年齢、グレードの客層の売上もあまり伸びていない。ただし、婦人靴ではこの時期のファッションリーダー的な商材であるロングブーツが売れている。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・昨年は隣接する百貨店の再オープンで当店も非常ににぎわい、売上も伸びた。一方、今年は月の初めこそ残暑の影響で伸び悩んだものの、20日以降は高級婦人服や毛皮などの高額品が売れ出したため、昨年の売上を上回った。
	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・食料品を中心とした催事は、依然として好調に推移している。秋物衣料は残暑の影響で苦戦しているものの、特選婦人服やハンドバッグ、婦人靴のほか、紳士衣料のカジュアルウェアは前年実績をクリアして好調に推移している。

百貨店（統括）	販売量の動き	・3か月前と比べると、前年に売り尽くしセールを行った反動で、今月は住関連商材が大きくマイナスとなっている。しかし、レストラン関連商材が好調で、全体としては大きく変わっていない。
スーパー（経営者）	競争相手の様子	・依然として競合他社もディスカウント戦略を続けており、収益面の改善の兆候はみられない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・買上単価が上昇傾向にあるものの、これは特売などが強い競合店に低価格帯の客を奪われている影響である。依然として、客には少しでも出費を抑えようとする傾向がみられる。
スーパー（店長）	お客様の様子	・9月初旬に実施したブランドバッグのバーゲンセールでは客の寄り付きも非常に良かったものの、食品の単価は競合店の影響もあってなかなか上がらない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・給料日や年金支給日の直後は、衣料品、住居関連商品を含めて動きがあるものの、月半ばまでには来客数、販売点数共にダウンする。客の購買意欲はみられるものの、実際の購入には結びついていない。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は微増傾向にあるものの、低単価商品を単品で購入する客が増えて客単価が下落傾向にあるため、売上は横ばい状態が続いている。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・客の間では、高付加価値商品以外は単価の低い物を選ぶ傾向が強く、単価の下落が激しい。
家電量販店（企画担当）	競争相手の様子	・各社が大型店舗の出店攻勢を強めているため、価格の下落が激しい。
その他専門店 〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・先月は中間決算月の決算セールで、通常の広告に加えてダイレクトメールを発送した反動で、今月は客単価などすべてにおいて前月から低下している。
観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・日によって好調と不調がはっきりしており、不調の日には予約はもちろん問い合わせも極端に少ない。数年前に比べると、極端に調子が悪い日の割合が確実に増えている。
都市型ホテル（役員）	それ以外	・8月の全国高校総体による特需も落ち着き、平月並みに戻りつつある。宿泊者数は前年を若干上回るものの、他のホテルとの厳しい競争で単価を上げられる状況ではないほか、レストランも駅改良工事で乗降客の流れが変化し、来客数が落ち込んでいる。一方で、宴会は引き続き件数が増加するなど好調に推移しており、ホテル全体では何とか前年の売上を確保している状況である。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・前年の水準を上回る傾向に変化はないものの、大きく上回っているわけではない。
旅行代理店（店長）	販売量の動き	・今月は、特に前年の愛知万博の影響で国内の受注件数が低調となり、販売額が伸び悩んでいる。
タクシー運転手	それ以外	・近距離でもレシートを持ち帰る客が多いなど、自分のお金で乗車する客が少なくなっている。
タクシー運転手	お客様の様子	・飲酒運転に対する取締りが厳しくなったことで、タクシーの利用はある程度増えているものの、全体的には増加していない。
タクシー運転手	来客数の動き	・土日の利用が増えてきたものの、平日の夜の利用はまだまだ回復していない。
タクシー会社（経営者）	お客様の様子	・街での人の往来が少ないほか、にぎわいが感じられない状態が続いている。夜の繁華街も、若者を中心に人出は多いものの、電車などの公共交通機関で家路を急ぐなど、タクシーの利用はほとんどない状況である。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・携帯電話の番号ポータビリティ導入を来月に控えて、買い控えが起こっている。番号ポータビリティは市場を活性化させる起爆剤といわれているが、一定の顧客負担が伴うため大きな活性化とはならない。
遊園地（経営者）	来客数の動き	・台風や秋雨前線の影響で来客数が減少している。
競輪場（職員）	単価の動き	・1人当たりの購買単価が低水準のまま推移しており、3か月前に比べて上向き様子が全くない。
その他レジャー施設 〔イベントホール〕（職員）	お客様の様子	・大阪には大きなイベント需要が少ないため、催事関係者は小さなイベントでも受注して対応している。

	その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	お客様の様子	・客の財布のひもは固いものの、欲しいと思った物に関しては購入がみられる。ただし、我々の業界では高額な商品はそれほど動いていない。	
	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	・レンタルや書籍売上は前年並みであるものの、DVD関連の売上貢献度が落ちてきているセルは前年割れとなっている。	
	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・受注量は前年並みで推移しているものの、展示場への新規出展に対しては、各社に様子見の動きがみられる。	
やや悪くなっている	一般小売店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・予約客は順調に増えているものの、飲酒運転への取締り強化の影響で、夜の飛び込み客が非常に減っている。	
	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・今月は例年以上に学校や地域関係の行事が多かったため、来客数がかなり落ち込んだ。	
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	販売量の動き	・繁華街の得意先が軒並み閑散としている。やはり、飲酒運転による交通事故の増加や秋の交通安全週間などで、警察による取締りが強化された影響が出ている。	
	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・飲酒運転の取締り強化で夜の飲食が控えられており、その影響が大きく出てきている。	
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・前年の売上を割り込む店がある一方で、前年の水準を維持している店もあるが、客単価は若干落ちてきている。高い商品と安い商品への需要の二極化が進んでいる。	
	高級レストラン（支配人）	販売量の動き	・販売量、来客数共に前年を下回るものの、単価が伸びていることは好材料である。	
	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月も客足の引きが早いなど芳しくない状況が続いているほか、来客数も前年を相変わらずクリアできず、微減が続いている。客単価は前年を上回っているものの、手ごたえはあまり感じられない。	
	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・近隣にホテルが増加したことで客が分散しているほか、価格競争が激しくなっているため、単価が少しずつ落ち込んでいる。	
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊は前年の水準をやや上回るが、これは単価を下げた結果であるため、状況としては弱含みである。また、好調であったレストランもディナータイムを中心に利用が減少している。その一方で、宴会関係は会議利用は好調であるものの、宴会利用が大幅に減少するなど苦戦しているほか、問い合わせの電話自体が減っている。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・9月の来場者数は前年比で1割以上落ち込んでいるほか、建築計画を立てている客も減少している。	
悪くなっている	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・ガソリンなどの値上げの影響で利用客が減少したほか、地元の特産物は順調に動いているものの、箱入りの土産物といったレール物の動きが悪く、単価の安い商品が中心に買われている。	
	都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・宿泊の売上は、前年比、売上目標比共にマイナスとなった。特に団体客の利用が少なく、1室当たりの使用人数も前年より少ない。さらに、宴会は婚礼のほか、一般宴会でも企業、個人共に受注が悪く、前年比、売上目標比共にマイナスとなるなど最悪の状態である。	
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	・展示会への来社数が増加したほか、受注金額が伸びている。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・大手電機メーカーの薄型テレビ工場では、10月から設備の納入が始まる。人材派遣による増員で対応するものの、求人を行っても今までの給料では人が集まらなくなっている。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・依然として好調な薄型テレビやDVDなどのAV関連商品に加え、冷蔵庫や空気清浄機などの荷動きも堅調に推移している。

	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・通販関係の取引先からの出荷依頼が活発であるため、当社の新商品の動きも好調である。
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・秋冬物の輸入衣料品の荷動きが好調であるほか、空き倉庫を探す客も多く、問い合わせが増えている。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・建機部品製造業や自動車部品製造業では売上、利益共に好調であるほか、高級紳士服製造業でも販売量が回復している。一方、建設関連の中小企業では、売上が横ばいか減少傾向となっている。
	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・クライアントのショッピングセンターが順調な動きとなっており、夏ごろから前年の売上を上回っている。
	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の受注が比較的順調に増えている。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体広告の急激な落ち込みにも、数か月ぶりに歯止めが掛かってきた。
	経営コンサルタント	それ以外	・取引先では設備投資や費用の支出が増えているものの、その効果については判断が難しい。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・取引先の動きや、当社の受注状況に力強い動きがみられる。
変わらない	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・原材料価格の値上げ交渉が続くなか、原料高で製品安の状態でも売上、利益共に前年の維持が難しく、売れば売るほど経費が増えて利益が少なくなる状態になりつつある。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・石油関連製品の値上げで製品価格が上がり、売上ベースでは伸びているものの、販売量は変化がない。
	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造面のほか配送面でも非常に忙しくなっているものの、肝心の売上をみると一進一退を繰り返している。以前にも増してロットの縮小と納期の短縮化が進んでおり、全体としてはプラスマイナスゼロの状態であるが、経費が増えている分だけ厳しい。
	金属製品製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・民間の建築工事ではゼネコンの安値受注が相変わらず続いている。
	金属製品製造業（営業担当）	競争相手の様子	・同業者からは、前年と比べて少し暇だという声をよく耳にする。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は製鉄関連の顧客が多いが、相変わらず投資意欲はおう盛である。また、受注量は一服しているものの、引き合いは引き続き活発である。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・在庫は半減したものの、受注残は引き続き2か月以上分あるなど、好調を維持している。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月は受注量が安定的に推移しているものの、取引先の様子をみると非常に厳しい。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・製品メーカーには、品質の向上をねらった設備投資意欲がみられる。
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・ここ最近では、販売量や修理の注文量が変わらない。
	その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・例年に比べて、商品の受注量や店頭での客単価の動きが芳しくない。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べるとほぼ変わらない状況であるほか、受注済みの工事が一段落してきた。
	建設業（経営者）	競争相手の様子	・仕事量は増えているものの、厳しい受注競争が続いている。さらに、契約後の建設資材の高騰や、職人不足などによる賃金の高騰により、建設会社は苦しい状況にある。
	金融業（支店長）	取引先の様子	・洋装関係の小売店では、夏物商材は非常に好調であったものの、秋物商材は売れておらず買い控えが目立っている。
	不動産業（経営者）	取引先の様子	・依然として収益マンションなどの需要が多く、投資利回りの低下がみられる。
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・土地の価格が上がっているなかで、依然としてマンション業者や建売業者の取得意欲はおう盛である。ただし、オフィスの賃料などは上がっておらず、むしろまだ低下がみられる。
新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・購読数が伸び悩んでいるほか、折り込み広告の件数が減ってきている。	

	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・大阪市内ではインターネットカフェが相次いでオープンし、コピーやプリントアウトの料金が下がってきた。こういった動きに伴って、我々のようなビジネスコンビニでは慢性的な来客数の減少につながっている。	
	その他非製造業 〔機械器具卸〕 （経営者）	競争相手の様子	・取引先が黒字になるなど状況は少し良くなっているものの、見積金額の安い企業から購入する傾向は変わっておらず、なかなか利益が出ない。	
やや悪くなっている	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少したほか、生産量も前年比で大幅に減少している。	
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・8月の大型小売店倒産の影響で、問屋でも買い控えが起こっており、売上が10%の減少となっている。	
	金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・これまでけん引役となってきた自動車関連の注文に陰りがみられる。	
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・秋は婚礼シーズンで家具の売行きが良くなるはずであるが、間取りの工夫などで家具を必要としない家が増えているほか、アウトレット店に客が流れているため、配送件数が落ちてきている。	
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	・新規求人数は前年比で50か月連続の増加となった。特に、飲食店、宿泊業を除くすべての産業で前年を上回ったほか、全体でも3か月ぶりに2けた台の増加となった。
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・9月に入ると年末を見据えて毎年忙しくなるが、その動きが今年も顕著にみられる。特にIT関係では忙しくなりそうと、技術者のほか一般事務職などでもかなりの求人が出てきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・企画やイベントが多かったため、売上は全体で前年を上回った。また、一時期に比べると、新聞への出稿依頼も他媒体から若干戻ってきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数、有効求人数共に前年比で増加傾向が続いており、新規求人数が16か月、有効求人数は27か月連続の増加となっている。なお、新規求人数は9か月、有効求人数は16か月連続して2けたを超える大幅な増加が続いている。一方で、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おり、新規求職者数は10か月、有効求職者数は9か月連続の減少となっている。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・求人数が前年比で12.5%増加となり、採用に前向きな企業が増加するとともに、製造業から卸、小売業などへその動きが広がっている。また、就職者数が前年比で10%強の増加となったほか、特に中高年者では16%増と堅調に推移している。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・大型小売店の出店に伴うパートなどの非正社員の大量募集があったほか、その他にも出店が予定されているなど、販売関係の企業進出に伴う求人が目立つ。
		学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・大手企業の秋採用も最終段階に入っているほか、中小企業も採用予定数の確保のために大学を訪問するなど、積極的に動いている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者数が増加傾向であり、就業中の求職者が、就業日以外での仕事を別の会社で探す傾向がみられる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	周辺企業の様子	・就職情報誌では制作会社の業績の二極化が顕著で、勝ち組と負け組が明確に分かれている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・最近の有料老人ホームの建築ラッシュで、老人ホームで働く栄養士や調理師の募集広告が増えてきた。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・求人募集の動きは引き続き好調であるものの、中小企業による即戦力需要のほか、パート、アルバイト求人、新卒求人需要が集中している。その結果、新卒が好調な動きをみせている一方、中高年齢者のパート、アルバイトが増加している。また、新しい動きとしては、Uターン就職のほか、Iターン、Jターンが注目されている。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・一般求人は4、5月のような10%を超える伸びはないものの、高い水準を維持している。また、新卒採用が伸びており、採用難という声も聞かれる。求人面では賃金の見直しが進んでいるほか、年齢条件や資格要件の緩和など、人手不足感から来る諸条件の見直しが進んでいる。現状では求人窓口で原油高の影響も聞かれないことから、好調な状況が続いている。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・依然として、日雇求人数が前年の水準を5～10%程度上回る傾向が続いている。
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・学生たちの採用結果報告からはあまり変化が感じられないものの、中堅企業を中心に採用の未充足感が強くなっている。
やや悪くなっている			
悪くなっている	-	-	-