

## 5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（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（販売担当）	販売量の動き	・客が購入する商品は、シーズン当初の予測と大差なく動いている。特にこの秋冬シーズンを象徴する商品の売上点数は、週を追うごとに順調に伸びており、ここ数年にない動きを見せている。台風による天候要因を除けば、客の購買意欲は高くなっている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響がなくなってきている。
	やや良く なっている	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・景気が良い月と悪い月の二極化が進んでいるが、今月は良い月であり、来客数、売上共に良くなっている。業況が改善に向かう企業も出始めている。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	販売量の動き	・例外もみられるものの、全体としては前年並みの売上にまで回復してきている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・駅前立地なので通常は平日に出張客が商品を見にくることが多いが、今月に入り昼間は、定年退職した年齢層の夫婦がウォーキングシューズを見に来店するなど年齢層が高くなっている。夕方は、サラリーマンが来客している。昼間は暇であるが、売上はそれなりにある。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・大型の台風が続き、来客数や売上にも大きく影響しているが、期間限定商品の注文や、セール等のイベントへの客の反応は非常に良い。また、一緒に来店して揃いの商品を購入したり、商品を複数購入したりする客も目に付くようになってきている。買物への意識が回復してきている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・北海道や東北など産地直送物産展の企画物が、よく売れるようになってきている。高単価商品でも、客が価値を認める物は購買につながっている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・残暑により夏季商品の売上の落ち込みが小さく、前年のたばこ特需の反動も予想したよりは小さい。台風15号の影響も、全体的にみると特需を生み、プラスに働いている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車の発売に伴い、来客数が増えている。それに比例して、販売台数も増えている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・車両の供給不足はほぼ解消に向かっていているが、東日本大震災以前の状態と比べると、まだ不足状態にある。ただし、今月は新型車両の発表、発売もあり、もう少し店頭が活性化するかと期待したが、盛り上がりはまだ弱い。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災後、メーカーの広告宣伝が本格的に再開しているため、他社の車に乗っている客の来店が増えてきている。前年はエコカー補助金の駆け込み需要があったので、前年同月と比べるとマイナスであるものの、来客数が増えてきていることは明るい材料である。
		乗用車販売店（従業員）	競争相手の様子	・販売量が良くなっている。広告の効果も大きく、今月は動いている感じである。
		乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・当地では東日本大震災の話題はどんどん減少しており、正常な状態に戻ってきている。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故の影響、政治の混乱も落ち着き、3連休の旅行の売上は良くなっている。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・福島第一原子力発電所事故の影響からは、脱しつつある。また、円高の影響で企業の海外進出に拍車が掛かっているためか、人の動きが出ている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・旅行需要は、完全に東日本大震災前の状態に戻っている。秋の行楽シーズンに入り、震災の影響で自粛、延期されていた団体旅行が加わり、旅行需要は例年の1.3倍ほどになっている。
美容室（経営者）	お客様の様子	・7、8月に猛暑の影響で来客数が少なかった反動で、忙しくなっている。		
変わらない		商店街（代表者）	お客様の様子	・購買意欲は見られるが、依然として客単価が低く、売上増加にはつながっていない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・悪いなりに落ち着いてきている。量販店での売行きは伸びていないが、駅売店での販売が持ち直している。

商店街（代表者）	販売量の動き	・行事やイベントがあれば来客数や売上も増加するが、それらが無い平日の来客数は極端に減少している。
一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	販売量の動き	・牛肉の放射能汚染問題は次第に沈静化しつつあり、売上はほぼ前年並みにまで回復してきている。
一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・引き続き、来客数が増加していない。製造業の休日シフトの影響のためか、卸先の飲食店では曜日毎の来客数が変化している。
一般小売店〔薬局〕（経営者）	来客数の動き	・台風、豪雨などにより被害にあった人も多く、来客数が減少し、売上も激減している。ただし、最近はずいぶん回復してきている。
一般小売店〔書店〕（経営者）	単価の動き	・前年も9月は悪かったが、今年も月末にかけて、日ごとの単価の変化が激しく、景況ははっきりしない。
一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・高速道路無料化社会実験の終了と土日の高速道路料金引下げの打ち切りにより、週末の観光客の減少が著しい。ただし、平日は変わっていない。回復するには、もう少し時間が必要である。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・台風の通過後は涼しくなり、秋物に動きが出てきている。ただし、必要な商品に狙いを定めて購入するという買物姿勢は、依然として変わらない。
百貨店（経理担当）	来客数の動き	・月初に猛暑が続いたため、来客数は伸び悩んでいる。それに伴い、秋物衣料品の動きも鈍くなっている。
百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・2度の台風直撃はあったものの、その直後は反動で来客数、販売量共に顕著に増加している。前月までの回復傾向を持続している。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以降、引き続き売上はままならない。また、台風の影響もあり、かなり悪い状態にあると、小売業では嘆いている。
スーパー（店長）	単価の動き	・単価が上昇すると予測していた商品については、動きがある。なかった商品には、特に動きは見られない。
スーパー（店員）	お客様の様子	・台風直撃による農作物の被害が大きく、マスコミでも野菜の価格高騰が数多く報じられている。それにより、消費者は心理的に支出を抑えている可能性もある。
スーパー（営業担当）	販売量の動き	・買物かごの中は少ない。また、チラシ広告の目玉商品に客が集まり、単価は依然として上昇していない。
スーパー（販売促進担当）	販売量の動き	・気温が高く、天候不順もあって、衣料品を中心に不振である。台風により風雨が強い日もあり、来客数は減少している。
コンビニ（エリア担当）	それ以外	・売上が前年を上回る状態が継続している。現状には大きな変化は見られない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年同月比0.7%増となっているが、売上の同比は大きく減少傾向にある。ただし、前年はたばこの特需があったことが大きく影響している。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・自動車業界の休日変更に伴い、水、木曜日の来客数は増加しているが、その分、金、土曜日の来客数が減少している。全体としては、来客数は変わっていない。
家電量販店（店員）	販売量の動き	・季節商材、白物家電、テレビなどの販売台数が減少している。パソコンも単価が伸びず、売上は前年並みである。
家電量販店（店員）	単価の動き	・増税論議や円高が、購買心理に影響している。単価が安い商品への志向は、より大きくなってきている。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・前年の同時期はエコカー補助金の終了もあり、受注量は大幅に落ち込んでいた。それと比較しても今月の受注状況は厳しく、前年同月よりも更に悪い。ここ数か月間、販売台数の目標を達成できていない。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	お客様の様子	・客は無駄づかいをせず、必要品だけを選んで購入している。
一般レストラン（従業員）	お客様の様子	・常連客が小遣いをカットされるなど、来客数は減少している。
スナック（経営者）	単価の動き	・台風や大型連休の影響で、繁華街の人通りは減少しており、売上も減少している。
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	販売量の動き	・雰囲気は良くなってきているが、実際の消費を見ると、相変わらず厳しい。

観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響は、7月ごろから少なくなりつつある。しかし、宿泊実績は前年同月比80%ほどであり、変わっていない。9月は旅行シーズンの入り口であり、本来ならば来客数は例年並みにまで回復しても良いはずであるが、そこまで回復してはならず、傾向は7月までと変わらない。	
都市型ホテル (支配人)	お客様の様子	・宿泊は、繁忙期を迎えて稼働率が上がっている。しかし、大きな大会があっても、予約状況には従来のような勢いはない。また、忘新年会の受注も苦戦している。	
都市型ホテル (営業担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響はかなり収まってきているが、円高の影響が大きくなっている。製造業を中心に、法人の宴会需要がなかなか伸びてきておらず、横ばいである。	
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・秋の行楽シーズンに突入しており、今の仕事は忙しい。ただし、12月以降の受注は依然として不透明である。	
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・海外旅行の受注はまずまずであるが、肝心の国内旅行の需要の伸びが非常に悪く、数字的にも苦しい。	
タクシー運転手	販売量の動き	・繁華街の人出が減少しており、相変わらず閑散としている。タクシー業界は飲食店の客入りに影響されるため、厳しい状況である。	
通信会社(企画担当)	販売量の動き	・他社の戦略の影響により、解約数はかなり減っている。しかし、新規契約数も激減しており、客は動かなくなっている。	
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・販売実績の前年同月比は、60%程度にまで低下している。	
ゴルフ場(企画担当)	来客数の動き	・来場者数は、予算目標には少し足りないものの、前年同月と比べると良くなっている。3か月前と比べてもそんな色ない。2度の台風の影響を受けた割には、良い状況である。	
その他サービス [介護サービス] (職員)	単価の動き	・単価の下落はやむを得ない状況である。低価格商品が更に値下げとなることで、主力サービスの呼び水としたい。	
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・会場イベントへの来客はあるが、モデルハウスへの来場者数が減少している。	
やや悪くなっている	商店街(代表者)	競争相手の様子	・例年この時期は、業界では新商品の開発や新しいカタログの作成に忙しい。しかし今年も、業界全体の動きが非常に鈍い。また、一部の企業では終業時間を早めたり、休日を増やしたりするなど、雇用を減らす動きも見られる。
	一般小売店[生花] (経営者)	来客数の動き	・来客数は、明らかに減少している。しかも、必需品だけを購入し、それ以外は節約する傾向にある。
	一般小売店[食品] (経営者)	お客様の様子	・例年ならば9月の売上は増加するが、今年は横ばいである。台風の影響で野菜の価格が高騰しているため、売上が減少している。収益的に非常に厳しい状況が続いている。
	百貨店(販売担当)	単価の動き	・客は高額商品には目が向かず、客単価は低下している。この傾向は、特にブライダル商品で顕著である。この1~2か月間は、リーマンショックのころに逆戻りした感がある。
	百貨店(店長)	来客数の動き	・台風の影響もあるが、野菜、精肉の売上が悪い。ただし、衣料品は回復している。
	スーパー(経営者)	販売量の動き	・週末に台風が上陸したため、来客数は大幅に減少している。
	スーパー(経営者)	お客様の様子	・中小企業の売上が減少しており、利益も増えておらず、従業員の給料は減少している。そのため、家計消費も減少している。また、野菜等が値上がりしており、スーパーの売上は減少している。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・客単価、買上点数共に前年同月を下回っている。食品の放射能汚染問題の影響により、牛肉の売上は依然として低迷している。豚肉、鶏肉の売行きは伸びているが、カバーできていない。また、東北地方の商品に対して客は敏感に反応しており、商品の産地を確認する客も多い。そうした影響もあり、販売点数は伸び悩んでいる。
	スーパー(店員)	販売量の動き	・販売量は、更に減少している。
	スーパー(営業企画)	お客様の様子	・全体的にみて、ディスカウントする大型店に客は集中している。

コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年はたばこ値上げ前の特需があったが、その反動もあり、前年同月比で見ると来客数は減少している。	
コンビニ（店長）	単価の動き	・菓子は、同じ商品があれば有名メーカー品よりも安い商品を選ぶ傾向が出てきている。それが客単価が低下する一因になっている。	
コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・前年はたばこ値上げ前の特需があったが、その反動で、前年同月の売上は苦戦している。また、週末に台風が来た影響で、全体の売上も厳しい。	
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・イベントやダイレクトメールを見て来店しても、何も買わない客が増えている。客単価も、2割低下している。また、季節を先取りした買物もなくなっている。	
衣料品専門店（販売企画担当）	お客様の様子	・メーカーが衣料品を作り込んでおらず、展示会の人出も少なく、活気がない。小売店がギリギリまで発注しない傾向も、ますます強くなってきている。売れていないため、メーカー、小売店共にリスクを掛けられない状況にある。	
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・客との会話では、税金が上がりそうで将来が心配という話題が多くなっている。	
その他専門店〔雑貨〕（店員）	単価の動き	・消費者の意識は、とにかく必要な物だけをできるだけ安く買いたいということにあり、消費者に余裕がなくなってきている。	
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・食品の放射能汚染問題に加えて、節電による平日休業、休日分散の影響もあり、家族客や親族客の来客数が減少している。	
スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少している。	
観光型ホテル（販売担当）	来客数の動き	・夏休みは個人や家族連れの宿泊客で良かったが、上半期の最後となる今回は、企業や団体の会議開催が見合わされたためか、一般宴会が落ち込んでいる。また、2回の台風の影響も大きく、収入は減少している。	
都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・東日本大震災までは、厳しい環境下にはありながらも、来客数及び単価は回復傾向にあった。しかし震災以降は、どちらも非常に厳しい状況である。	
旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・円高、東日本大震災、台風による被害など、様々な面で悪くなってきている。	
通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・販売量は、1割ほど減っている。	
テーマパーク（職員）	お客様の様子	・外国人客は、以前と比べると増えているが、まだまだである。	
美容室（経営者）	競争相手の様子	・美容業界では、新サービスを導入する店が多くなっている。新規店では最先端の設備投資ができるため、既存店は不利である。	
住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・住宅エコポイントの終了に伴い、厳しくなっている。ただし、他社でも受注量が減っていると思っていたが、これから建築する現場もあるとのことである。	
その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	来客数の動き	・客の動きはかなり悪く、来客数は前月比50%にまで減少している。	
悪くなっている	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少していることに加えて、客単価も低下している。
	家電量販店（店員）	販売量の動き	・前年はエコポイント制度の効果もあり、テレビの販売量は前々年比1.5倍増であった。今回は前年同月と比べて、単価、数量共に大幅に落ち込んでおり、全体的に悪くなっている。
	その他専門店〔貴金属〕（店長）	お客様の様子	・恒例のセールやイベントで集客はできても、客単価が落ち込んだままであるため、売上は伸び悩んでいる。消費者マインドは回復していない。
	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・明るい兆しが見られず、消費者の財布のひもは固い。飲食店への来店回数は、3回の客が2回に、2回の客は1回になっている。
	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きが悪くなっている。
	理美容室（経営者）	来客数の動き	・前月に続いて今月も暑いのに、来客数は少なくなっている。
	理容室（経営者）	お客様の様子	・相変わらず景気は良くない。客はどんどん安い店に流れていく。
	住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・広告しても客は全くなく、来客してもお金がないため購入できない状況である。

企業 動向 関連	良く なっている	窯業・土石製品 製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・長期にわたって低迷を続けてきた陶磁器業界、特に タイル業界では、秋口以降の住宅着工件数の増加傾向 とともに、やっと回復の兆しが見られる。また、タイ ル業界の長年の課題となってきた素材の軽量化に向け て、新製品の開発努力も実りつつある。
	やや良く なっている	食料品製造業 （経営企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・コンビニ関係からの注文が、前年と比べて勢いがある。
		紙加工品〔段 ボール〕製造業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響で減少していた自動車関連の包 装資材の注文が、増加してきている。
		電気機械器具製 造業（営業担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・下期の予算消化の関係で、若干回復傾向にある。た だし、円高による悪影響も見られる。
		電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・5月を底にして6月以降は東日本大震災の影響から 回復基調にあり、堅調である。想定以上に回復してき 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	・材料価格の高騰に伴う価格転嫁の問題はあるもの の、売上は前月から引き続き、過去にないような最高 額になっている。
		輸送業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・製造業の生産量の回復を受けて、輸送業に対する需 要も増えてきている。
		輸送業（エリア 担当）	受注量や販売量 の動き	・大手自動車メーカーの増産に伴い、荷物の動きは良 くなっている。
		輸送業（エリア 担当）	受注価格や販売 価格の動き	・前年同月の売上の3か月前比は3.5%増であったの に対し、今月は5.7%増であり、2.2ポイントのプラス になっている。大手自動車メーカーの生産も、ようやく 東日本大震災前にまで戻ってきている。
		金融業（従業 員）	取引先の様子	・自動車関連企業は、東日本大震災の関係で生産が減 少していた分を補うためか、生産体制を強化しており、 労働時間も長くなっている。
		金融業（法人営 業担当）	取引先の様子	・プラスチックメーカーでは、物流用のパレットがフル 生産となっているほか、自動車部品メーカーの生産も 急増している。
	行政書士	受注量や販売量 の動き	・顧問先の運送業者では、貨物の動きが少し良くなっ ている。	
会計事務所（社 会保険労務士）	取引先の様子	・決算を迎える法人で、黒字に転換するところが増え ている。		
変わらない	化学工業（企画 担当）	受注量や販売量 の動き	・第2四半期と比べて第3四半期は、東日本大震災に よる海外顧客からの在庫要請が落ち着き、売上も予算 目標水準になっている。	
	鉄鋼業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・自動車などの生産財の引き合いは多くなっているもの の、一般の建設需要や設備需要を押し上げるほどでは ない。	
	電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・欧州や米国の景気の先行きには不安があるものの、 今のところ大きな変化は起きていない。	
	輸送用機械器具 製造業（総務経 理担当）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災の影響で落ち込んだ分を取り戻すた め、完成車メーカーの動きが良く、多少良くなってい る。	
	建設業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・不動産開発業では、戸建、マンション共に順調な売 行きが続いている。	
	輸送業（エリア 担当）	取引先の様子	・取引先との商談では、受注量が減少することも増加 することもなく、例年並みである。3か月前と変わっ ていない。	
	通信業（営業担 当）	取引先の様子	・現時点では、取引先の様子に変化は感じられない。	
	金融業（企画担 当）	取引先の様子	・個人の住宅ローン申込が相応に回復してきている が、業界全体としては、金利競争が激しい。個人も低 金利に流れており、金利に対して非常に敏感であり、 消費を抑える傾向にある。富裕層でも、投資には 慎重である。	
	広告代理店（制 作担当）	取引先の様子	・新規の受注量が、少しずつではあるが、今までより も増えてきている。	
	会計事務所（職 員）	取引先の様子	・住宅エコポイントの期限が7月31日の工事着手ま であるため、6、7月には住宅建築駆け込み受注が あった。しかし現在は、その反動で住宅建築業者は落 ち込んでいる。一方、大工工事などの建築請負工事 は、9月ごろから始まっている。しかし、天候に影響 され、工事は遅れている。その他の業種では目立った 案件がなく、変わっていないところが多い。	

	その他サービス業〔ソフト開発〕(社員)	取引先の様子	・取引先の人員の稼働率はほぼ100%であるが、コスト削減要求があるため、利益貢献にはつながっていない。	
	その他サービス業〔広告印刷〕(従業員)	受注量や販売量の動き	・多少の変動はあるものの、悪い状態はずっと続いている。	
	その他非製造業〔ソフト開発〕(経営者)	取引先の様子	・円高に対する警戒感が強く、企業は強気になれず、様子見状態である。	
やや悪くなっている	パルプ・紙・紙加工品製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・円高、節電と原材料価格高騰の影響により、受注量、販売量共に減少している。	
	窯業・土石製品製造業(社員)	受注量や販売量の動き	・定期的に受注していた消耗品の動きが悪い。円高のため、生産を海外へとシフトしている取引先もある。	
	金属製品製造業(従業員)	受注価格や販売価格の動き	・受注量は減っていないが、単価が低いため、収益にはつながっていない。特に東京の大型再開発案件の単価は異常に低い。	
	一般機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・北米自動車市場ではプロジェクトの延期や中止が相次ぎ、受注金額は3分の1にまで減っている。アジアの自動車市場はまだ活発であるが、設備投資に対して慎重な姿勢が目立つようになってきている。	
	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で取引先では設備投資を抑制しており、受注量は低下している。	
	輸送用機械器具製造業(品質管理担当)	受注量や販売量の動き	・取引先の生産が品質問題で止まっている影響で、生産量が激減している。	
	輸送業(従業員)	受注価格や販売価格の動き	・荷主が運賃に関して非常にシビアであるため、見積依頼は非常に多いが、成約にはなかなか至らない。	
	経営コンサルタント	競争相手の様子	・地価はまだ低下傾向にある。雇用が改善されていないため、住宅地価は回復していない。事業者の売上も増えておらず、新規投資もないため、商業地価も低下している。	
悪くなっている	公認会計士	それ以外	・顧問先企業の業績が悪化している。特に、自動車関連の製造業、サービス業の業績悪化が顕著である。	
雇用関連	良く なっている	アウトソーシング企業(エリア担当)	雇用形態の様子	
	やや良くなっている	人材派遣会社(社員)	求人数の動き	・取引先のホテル業界では法人関係の利用がやや増加傾向にあり、同窓会など個人利用もより増加している影響で、派遣注文が増加している。
		人材派遣会社(支店長)	周辺企業の様子	・自動車関連の工場が前年以上の生産台数を確保するため、来年3月まで土曜日にも操業し、フル稼働になる。業務量の増加により、雇用の増加も続いている。
		新聞社〔求人広告〕(営業担当)	求人数の動き	・新聞の求人広告量を見ると、地元の自動車製造業でも動きが出てきており、少しずつ上向きになっている。
		職業安定所(所長)	求人数の動き	・自動車部品等を製造している事業所では、生産、受注が増えるとともに、増産に対応しきれない事業所からは求人も出されてきている。新規求人数は、前月比、前年同月比共に、改善傾向にある。ただし、期間工等の非正規社員の求人が多く、正社員の求人は少ない。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は増加傾向が続いており、求人が難しいと話す事業主も多い。ただし、新規求人の中でも派遣、請負求人非正規雇用の伸びが大きいため、非常に良くなっているとはいえない。
		職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・製造業を中心に大手企業が回復しており、この3か月間で雇用もかなり回復してきている。
		職業安定所(次長)	求人数の動き	・新規求人数は、18か月連続で前年同月を上回っており、緩やかに回復しつつある。
		民間職業紹介機関(営業担当)	求人数の動き	・注文数が増加していることに加えて、インターネットや紙媒体での求人広告量も増えていることから、やや良くなっている。
	変わらない	人材派遣会社(経営企画)	周辺企業の様子	・取引先の研究開発人員は充足しつつあり、技術者派遣に対する需要は頭打ちになりつつある。
人材派遣会社(営業担当)		求人数の動き	・派遣社員に対する求人数は、例年と比べて少ない。また、求人理由も、新規の増員というよりは、既存人員の交代との理由が多い。	

	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・求人数は3か月前比で102%となっており、ほぼ同水準で維持している。客からの求人理由の8割が交代人員の確保となっていることから、人員の減少には歯止めが掛かっている。ただし、上向きとまではいかない。
	職業安定所(職員)	それ以外	・新規求人数は、増加傾向が続いている。ただし、不透明感が強い外部要因も多くなっている。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・有効求職者数は減少傾向にあるが、1年以上就職できていない求職者数が増加しており、失業期間は長期化している。また、新規求職者の中には、先行き不安と家計の補助のため、パートとの兼業を希望する人も見られる。
	民間職業紹介機関(支社長)	求人数の動き	・円高の長期化に伴い、企業の求人の動きは慎重になりつつある。
やや悪くなっている	○	○	○
悪くなっている	—	—	—