

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	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・最近、残業中に来店してくる客が増えてきている。また宮崎県フェアの好調も売上に貢献している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・残暑が厳しいものの、前月と同様に順調に売上を伸ばしている。
	やや良く なっている	一般小売店 〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・前月は今年に入って一番売上が悪かったが、9月は新規客が増えたことで持ち直し、9月として過去最高の売上を記録している。
		一般小売店 〔花〕（店長）	お客様の様子	・古くからの客の来店が多少目立っており、緩やかな上向き傾向となりつつあるものの、まだまだ横ばいに近い状態である。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・まだまだ暑いものの、店頭には秋冬物の商品が並び出し、来客数が増えてきている。コート類などは既に売れ始めている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・残暑による効果のほか、今年は秋の長雨が少ないことで、盆明け以降の好調を維持している。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・残暑によってドリンク類を買う客が増えており、売上は前月よりも伸びている。
		コンビニ（マネージャー）	販売量の動き	・残暑の影響で飲料の売上が伸び、全体を押し上げている。その反面、おでんや中華まんなどのホット商材は例年に比べて売行きが悪い。一方、夏から行っている全社的なキャンペーン効果により、新しい客が増えている。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・新型車の発表で、来客数が前年よりも8.3%増えている。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・9月に入り、ここしばらく減少していた新規の来客数が増加している。夏に買い換えなかった客が動いているほか、9月のイベント効果もあり、来客数、受注台数共に半年ぶりに回復している。
		観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・日によって繁閑の差がかなり大きいものの、今月は3連休が2回あったことで、前年、2年前よりも販売量は増えている。
		観光型旅館（経営者）	単価の動き	・高単価の商品が売れている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・販売量は前年を大きく上回っているものの、単価の低下が激しく、全体の売上は変わらない。
		都市型ホテル（役員）	お客様の様子	・9月上旬まで世界陸上が開催され、宿泊、レストランを中心に潤っている。特に、宿泊部門では高い稼働率に支えられて単価が上昇し、売上全体を押し上げた。また3連休が2回あったことで、宿泊、レストランの来客数も増加している。その反面、宴会ではいわゆる平日が18日しかなかったことで、件数、売上共に減少している。
		都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・宿泊は、世界陸上が終わっても個人客が堅調に動いているほか、地域全体で稼働率や客室単価が上がっている。一方、宴会では学会やセミナーの需要が多いほか、一般宴会の売上も伸びているものの、婚礼の受注が相変わらず悪い。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	販売量の動き	・年末年始にかけて新たなイベントの予約が入ってきているほか、恒例のイベントに対しても、常連客以外の客からの問い合わせが増えている。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	来客数の動き	・厳しい状況が続いている新築マンション販売では、依然として集客が伸びないものの、盆以降は若干の改善がみられる。都心部を中心に、大規模物件、割安な物件では販売状況が好転してきている。
変わらない		一般小売店 〔花〕（経営者）	単価の動き	・前月に比べて注文量は増加しているものの、単価が抑えられており回復感はない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	単価の動き	・商品単価が更に上がったことで、客の間では商品離れや買い控えが起こっている。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	単価の動き	・写真のデジタル化でフィルムの販売やプリント売上が激減しており、売上が増えない。

百貨店（売場主任）	来客数の動き	・来客はあるものの、以前のように安い商品や気に入った商品をすぐには買わない。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・全体的に来客数が増えている。来客数の増加は生鮮食料品の購入増加に直結するため、販売量が増えている。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・記念販促品であると前面に打ち出すことで、買上の増える傾向もみられるものの、暑さの影響で店頭への来客数が伸びず、秋物衣料品の買上が低迷している。
百貨店（営業担当）	単価の動き	・食料品などの日用品には動きがあるものの、ブランド品などの高額品には動きが少ない。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・残暑の影響で来客数が前年の約5%減となっており、売上も前年を割り込んでいるものの、新しいイベントは好調に推移している。
百貨店（店長）	販売量の動き	・特に今月は残暑が厳しく、婦人服を中心にファッション関連の動きが鈍い。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・天候の影響で販売量が落ち込み、売上も苦戦しているものの、景況感そのものは3か月前と変化はない。
百貨店（商品担当）	販売量の動き	・例年にない残暑で、秋物商材の動きが芳しくない。
スーパー（店長）	単価の動き	・来客数、客単価共に変化はあまりなく、良い週と悪い週が交互に続いている。
スーパー（広報担当）	販売量の動き	・気温の高い日が続く、衣料品を中心に秋物商材の売行きは苦戦している。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・全体的には客単価がまだ低下傾向にあるが、酒類の取扱いが始まったことで上向きつつある。
コンビニ（店長）	お客様の様子	・前月に続き、1人当たりの購入点数や金額にあまり変化はない。気温が高かったことで、アイスクリームやソフトクリーム、ソフトドリンクといった商品の販売は伸びたものの、全体の売上は変わっていない。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は横ばい状態であるが、客1人当たりの買上金額が低いため、売上は伸びていない。
家電量販店（経営者）	単価の動き	・薄型テレビを中心に価格の低下が激しく、オール電化への需要の増加でカバーしている状況である。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・例年は夏のイベントシーズンを終えて販売が落ち込む時期であるが、今年は観光客を中心に来客数が多く、店頭販売が予想以上に好調となっている。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・ある商品が好調であれば、そのほかの商品が不調となり、ある店の売上が伸びれば、そのほかの店では減少するなど、売上全体に上向き傾向はみられない。いまだに低いレベルの横ばいが続いている。
その他専門店【医薬品】（経営者）	来客数の動き	・前月は中間決算月でセールを行ったため、今月は生活雑貨商品を中心に客が減少したものの、残暑の影響でペットボトルなどの水物の動きは良い。
その他専門店【スポーツ用品】（経理担当）	販売量の動き	・秋冬物については、残暑の影響で出荷や店頭の販売状況が今一つであるほか、プロパーとしての販売期間が短くなる。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・残暑は予想されたほど厳しくなく、月後半は来客数が増えたため、平均すると変わらない。
観光型旅館（経営者）	単価の動き	・今月は3連休が2回あり、好天にも恵まれことで、利用者数が前年を10%ほど上回っている。しかし、客単価は前月よりも4%、5月に比べて約12%も落ち込んでいる。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊は先行予約が悪かったものの、中旬以降に大きく伸びたことで前年を大幅に上回っている。宴会、会議もここ数年の実績を上回ったものの、婚礼件数が大幅に減少しているなど、本格的な回復感はない。
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・宿泊、宴会などの法人関係の動きは好調であったものの、レストランなどの個人客の動きは低調となっている。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・予約受付件数は6、7月と前年割れとなったものの、8、9月は前年を若干上回っている。6月以降を平均するとほぼ前年並みとなっており、動きの読みにくい状態が続いている。
旅行代理店（店長）	来客数の動き	・前月に続いて来客数が前年比で15%減少している。予約件数、人員数、単価まで落ち込んでおり、厳しい状況が続いている。

旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・旅行の申込が間際になって伸びたほか、昨年よりも客が少し足を延ばした感がある。間際の伸びで前年を上回った状況ではあるものの、客の旅行意欲は変わらない。	
タクシー運転手	お客様の様子	・例年、客の動きが落ち着いてくる時期であるが、飲酒運転の取締りの強化により、タクシーやほかの公共交通機関を使う傾向が強まっている。	
タクシー運転手	お客様の様子	・大阪は客が少ないにもかかわらず、タクシー会社が月に2、3社設立されているため、暇な状況が続いている。	
タクシー運転手	単価の動き	・昼間は乗客がみられる一方、夜間の客は公共交通機関で帰ることが多く、伸び悩んでいる。	
タクシー会社（経営者）	お客様の様子	・客が交通費を節約する様子がみられ、特に夜は電車などの公共交通機関で帰宅する傾向が続いている。	
通信会社（経営者）	お客様の様子	・新規案件への問い合わせ件数は少し減っているものの、大きな変化はない。	
通信会社（経営者）	販売量の動き	・販売拡大をねらって動いている通信会社が少なく、販促費用を抑えている様子である。	
通信会社（社員）	販売量の動き	・当社のサービス提供地域の一部では、サービス加入件数の伸びが鈍化してきている。	
その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	来客数の動き	・来客数はさほど悪くないが、回復感を感じるほど力強いものではない。	
美容室（店員）	来客数の動き	・インターネット広告で新しいパーマのメニューをみた客の来店が増えている。	
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	・好調が続いていたゲーム売上が減少し、全体的に厳しい月となっている。	
住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・以前に比べて引き合い件数は増えたものの、仕入価格の上昇で利益率が低下し、利益額は横ばいとなっている。	
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・全体的に近畿圏のマンション販売状況には悪化がみられる。千里中央や北浜といった高額なタワーマンションは好調に推移しているものの、三田や奈良といった郊外では販売不調が続いている。	
その他住宅〔展示場〕（従業員）	お客様の様子	・住宅展示場では様々な無料イベントを実施しているが、景品ねらいの客が最近増加している。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・販売額が前年を大きく下回っているほか、残暑の影響などで客足の引きが相変わらず早い。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・店舗の入っているショッピングセンター、百貨店、商店街の売上が前年比で5～7%減少している。残暑の影響もあるものの、客の反応があまりにも悪い。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・9月に入っても夏の暑さが続いているほか、漠然とした不安から客に買物をする余裕がなくなったことで、来客数が激減している。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・猛暑が続いており、秋物商材の売行きは非常に厳しい。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・前年よりも日曜日、祝日が多かったにもかかわらず、売上は前年を10%弱下回っている。気温の影響で秋冬物の動きが鈍かったほか、客の間ではたんす在庫が豊富なため、不要な物は購入しない傾向が続いている。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・残暑が厳しく、秋物衣料が動かない。日中の最高気温の9月平均は32.8度と、前年より3.3度も高い。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・来客数はそれほど悪くないが、残暑の影響で販売量は落ち込んでいる。単価も上がっておらず、売上は前年を下回っている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・残暑の影響で、衣料品を中心に季節商材への引き合いが少なく、来客数の減少も続いている。来客数の減少をカバーする高額商品や話題の新製品も少なく、来客数、単価の両面で厳しい状況となっている。

		スーパー（店長）	販売量の動き	・気温が下がらないため、衣料品の秋物商戦は苦戦している。特に、紳士、婦人のパジャマや洋品類が売れずに過剰在庫となっている。3連休が2回あったことで、行楽、運動会関連商材はよく動いたものの、来客数が約5%ダウンしたことで全体的な売行きは鈍い。
		スーパー（店員）	来客数の動き	・大型スーパーとの競合で来客数が減っている。
		スーパー（管理担当）	販売量の動き	・残暑が厳しく、食品では季節物である鍋物商材の売行きが悪い。また、中国産の松茸なども苦戦している。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・7、8月の売上は前年比100%、105%であったが、9月は前年の水準を5～10%下回る日が続いている。
		乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・メーカーがバッテリーやオイルなどを値上げし始めている。
		一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・競争相手をみると、店ごとに好不調の差が大きく、閉店の数も多くなっている。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・営業努力で客単価の低下を抑えているものの、来客数では前年割れが続いている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・気候の影響だけではなく、客に元気がない。団体客も一次会で帰ることが増えている。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・企業からの予約が全体的に減っている。
		競輪場（職員）	来客数の動き	・ここ数か月は入場者数が減少傾向にあり、前年比では約1割程度の減少となっている。
		美容室（店長）	販売量の動き	・来客数は前年並みであるものの、セット販売を行っている化粧品類の売行きが鈍っている。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・建築建材の値上がりで原価が上昇しているものの、販売価格は上げられない状況である。また、建築基準法の改正で建築確認に時間が掛かるようになり、契約後の物件にも解約が出ている。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・京都では6月の建築基準法の改正と、9月の新景観条例の施行により、市場が冷めてきている。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・来客数の減少が顕著であり、顧客マインドの低下が懸念される。
		住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・希少価値のある一部の土地を除き、不動産の契約状況が悪くなってきている。
	悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・暑い日が続いて客が大型スーパーなどに車で出掛けるため、売上が伸びていない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・前年に比べて来客数は減少していないものの、残暑の影響で冬物商材が前年に比べてほとんど売れていない。そのため販売量、客単価共に落ちている。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・残暑で例年よりも季節が1か月ずれている感があり、秋物衣料が婦人、紳士、子供のすべてで売れていない。また、婦人靴でもブーツの売行きが不振となっている。
		百貨店（売場担当）	来客数の動き	・婦人服では来客数の減少以上に売上が減少しており、非常に厳しい状況となっている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・9月の客単価は12,215円と、6月の13,489円に比べて低下している。
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	金属製品製造業（管理担当）	それ以外	・忙しいため、社員、契約社員を募集しても、なかなか応募が集まらない。また、残業時間が増えている上に、厳しい残暑で生産効率が低下し、それが更に残業時間を増やすという悪循環に陥っている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・製鉄所向けの設備改良工事が増えている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・参議院選挙が終わって不動産売買が活発化してきたのに伴い、受注量が増加している。
		輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・印刷機や事務機器のほか、関連商品の動きが好調である。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・10月以降の新規の広告出稿が更に増えてきている。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・厳しい残暑で食欲が減退し、調味料関係の荷動きが良くない。原材料や資材が高騰する一方、製品価格に転嫁できないことから、利益率も悪くなってきている。

出版・印刷・同 関連産業（情報 企画担当）	受注価格や販売 価格の動き	・得意先の業況は業種によって大きな差がある。中小 企業でも環境に配慮した商品を扱っている企業には活 気がある。	
化学工業（管理 担当）	受注量や販売量 の動き	・携帯電話部品用の封止樹脂の受注が計画を大幅に上 回っているほか、建造物補修用の新製品も順調に伸び ている。その一方、原材料の高騰に伴って、販売先に 値上げを要請しているものの、価格転嫁は目標の3割 程度しか進んでいない。全体的に売上はやや増加して いる一方、利益は既存品のマイナスを新製品でカバー し、若干のプラスとなっている。	
金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・取引先の動きは相変わらず悪く、回復基調とはなっ ていない。	
一般機械器具製 造業（経営者）	取引先の様子	・当社には鉄鋼関連の取引先が多いが、相変わらず好 調が続いている。	
電気機械器具製 造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の設備メーカーをみると、グローバル展開し ている企業からは仕事量も多いが、国内市場が中心の 企業からは仕事量が少ない。	
電気機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・6月からの月間受注額は4,400万円から1億552万円 とばらつきが大きく、8、9月も芳しくない。6月以 降は損益分岐点の8千万円を2度も下回っている。	
電気機械器具製 造業（宣伝担 当）	受注量や販売量 の動き	・薄型テレビなどのAV関連商品は堅調な荷動きを維 持しており、そのほかの商品にも大きな変化はない。	
電気機械器具製 造業（企画担 当）	受注量や販売量 の動き	・建築基準法の改正に伴って建築物の着工時期が遅 れ、住宅、店舗向けの付帯設備の売上が落ちている。	
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鈍くなるほか、今年は 新商品の発表も少ない。	
建設業（経営 者）	競争相手の様子	・倒産や廃業に追い込まれる同業者が目立っている。	
金融業（営業担 当）	取引先の様子	・自動車部品製造業者の売上は増えているものの、原 材料の高騰で減益となっている。一方、ホームページ 作成などを行う宣伝広告業者では、減収減益となっ ている。	
不動産業（営業 担当）	取引先の様子	・神戸市の中部から東方面では、商業地、住宅地共に 土地の価格が徐々に上がっている一方、賃貸の商業ビ ル、賃貸マンションの賃料は下がり続けている。	
新聞販売店〔広 告〕（店主）	受注量や販売量 の動き	・新たな購読者の獲得数は増えているものの、購読の 中止もあって全体的な変化はない。折り込み件数も前 年比でみると減少している。	
広告代理店（営 業担当）	受注価格や販売 価格の動き	・年末に向けて受注は増えているものの、単価は下 がってきている。	
広告代理店（営 業担当）	受注量や販売量 の動き	・ここ数か月は、広告を増やす企業と抑える企業に分 かれており、その状況に変化はない。	
経営コンサルタ ント	取引先の様子	・商店街や小売店では回復感がなく、スーパーでも規 模の大小を問わず業績が回復していない。いずれの企 業、店舗も前年実績を下回る傾向にある。	
経営コンサルタ ント	受注量や販売量 の動き	・取引先の業況や受注販売状況は横ばいで推移してい る。	
やや悪く なっている	食料品製造業 （経理担当）	受注価格や販売 価格の動き	・猛暑で菓子類の売行きが異常に悪くなっており、受 注量がますます減少している。
	繊維工業（団体 職員）	受注量や販売量 の動き	・綿糸などの原材料費や外注加工費が高騰しており、 収益環境はより厳しくなっている。販売価格への転嫁 が必要不可欠であるものの、容易ではない。
	繊維工業（総務 担当）	競争相手の様子	・得意先では販売量が前年比で15～30%ダウンしたと の声が多い。実際に、ある得意先の催事では20%前後 のダウンがみられることから、当社への注文量も減少 している。
	パルプ・紙・紙 加工品製造業 （経営者）	受注価格や販売 価格の動き	・材料価格が上昇しているが、販売価格への転嫁が少 し遅れている。また、一部の顧客では値上げが全く受 け入れてもらえない。
	化学工業（企画 担当）	受注価格や販売 価格の動き	・欧州産の乳原料の高騰に続き、オセアニア産も前月 比で2倍に上昇し始めている。国産原料の卵白や包装 資材も高騰傾向にあることから、販売価格を見直して も利益にはつながらない。
	金属製品製造業 （営業担当）	受注量や販売量 の動き	・ニッケルの大幅な価格変動により、取引先では買い 控えが起こっており、売上が減少している。

	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・防衛関連の受注が大幅に減少している。	
	その他製造業 〔履物〕（団体役員）	受注量や販売量の動き	・秋物商材の受注が総じて低調である。	
	その他非製造業 〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・受注のほか見積依頼が少なくなっている。	
	悪く なっている	通信業（管理担当）	取引先の様子	・取引先からの受注状況が芳しくない。
雇用 関連	良く なっている	-	-	
	やや良 く なっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・7、8月は弱い動きがみられたが、9月に入って年末や年度末へ向けての動きが出始めている。また、税理士や会計士からの派遣依頼も増えてきている。
		職業安定所（職員）	それ以外	・大阪府の有効求人倍率は1.34倍と前月から0.03ポイント上昇し、いわゆるバブル期の最高値である1.31倍を上回り、昭和49年9月の1.45倍に次ぐ水準となっている。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・日雇求人数のうち、いわゆる現金求人数が前年を下回る傾向が続いている。これには高齢化による求職者減少の影響が大きく、契約求人数などの指標では前年を上回っている。
		学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・今月に実施した、追加求人アンケートへの回答企業数が前年よりも増加している。特に、採用予定数を確保できていない中小零細企業は、引き続き積極的である。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・企業の派遣需要は堅調に伸びている一方、派遣スタッフの新規登録者の確保が難しくなっている。	
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・相変わらず売手市場が続いているものの、3か月前よりも状況が極端に厳しくなっているわけではない。	
	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・依然として企業からの求人内容と求職者の条件とのギャップが大きく、受注残の減らない状況が続いている。ただし最近では、派遣先企業も短時間勤務などで、スキルを持った主婦の受入れを検討し始めている。	
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・9月に入って、生保や銀行、損保などの事務職の募集が活発になってきている。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・医療サービスやビル管理、運輸などの広告出稿は堅調に推移している。また、今秋に行ったイベントや企画が成功したものの、広告の減少傾向に歯止めを掛けるまでには至っていない。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・地元企業の動きが芳しくなく、特に新聞出稿に関しては前年比90%で推移している。	
	職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・企業の人手不足感は強いものの、大企業は派遣社員で対応しており、正社員の中途採用はほとんどない。一方で中小企業は、学卒採用では大企業に押されて充足できないほか、中途採用で正社員を募集しても、応募者の希望条件が高くて充足できない状態が続いている。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・9月に入って、一般求人の募集に来所する事業所が増えている。新卒採用がピークを過ぎ、充足できなかった事業所が一般求人へ切り替えているほか、減少が続いていた製造業からの求人も増加傾向となっている。なお、派遣や請負求人は昨年末以降、減少傾向が続いているほか、職種別には一般事務の求人が長期にわたって減少している。	
やや悪 く なっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は若干の減少傾向を示しているものの、大きな動きはない。	
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・新聞の求人広告は引き続き低迷しており、求人の動きも新卒とパートアルバイト以外はあまり見られない。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・9月に大きなイベントがあったにもかかわらず、依然として厳しい状況である。全体的に求人は増えているものの、構造的に新聞離れが進んでいることから、この傾向は今後も続く。	
	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・大手企業の求人ニーズは依然おう盛だが、中堅、中小企業ではやや一服感が始めている。	

悪く なっている	-	-	-
-------------	---	---	---