

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	一般小売店〔土産〕 （経営者）	・消費者は、節約と生きたお金の使い方の両立がうまくなっ てきている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・エコポイントの効果により、エアコンや冷蔵庫の販売に期 待が持てる。
		一般小売店〔酒類〕 （経営者）	・飲食店への来客数が少しずつではあるが回復してきてい ると感じるため、これからはやや良くなる。
		一般小売店〔自然食 品〕（経営者）	・連休前後は販売量が上下するが、健康志向の新規顧客も増 えてきており、売上は増えていく。
		一般小売店〔惣菜〕 （店長）	・急ではないものの、景気は回復に向かっている。そういっ たムードが社会に広がってゆけば、百貨店に来る客の財布の ひもも少しずつ緩んでいく。
		百貨店（企画担当）	・1年以上にわたる長期不況の反動は、緩やかに長期にわ たって表れる。急激ではないものの、緩やかに前年を上回る 業績が続く可能性がある。一時的な停滞はあっても、全体的 には徐々に良くなっていく。
		百貨店（売場主任）	・駅前立地の百貨店では、以前ならば出張のついでに来店す る昼間の客が多かったが、今はほとんどない。ただし、夕方 の会社帰りの来客数が増えており、今後は少しは売上につな がる。
		百貨店（企画担当）	・子ども手当の支給が始まるため、それに向けた商戦を計画 している。少しずつ上向いている消費意欲に、弾みが付く。
		百貨店（販売担当）	・ボーナス時期に入るが、最悪だった昨夏と比べると、売上 増加が見込まれる企業が増えているため、やや良くなる。高 額商品の動きも徐々に戻ってきている。
		百貨店（販売担当）	・客の変化に対応する企画と、客の購買モチベーションの高 まりがマッチしつつあり、緩やかではあるものの引き続き回 復する。ただし、以前と比べて、客は用途やシーンに応じ て、購買する物や場所を明確に区分することから、購買客数 が増えるというよりは、購買単価が上昇するかたちで回復す る。
		スーパー（店長）	・話題商品、新製品など、客が欲しいものを訴求していくこ とで、売上は回復する。価格競争だけになってきたことは、 大きな要因である。
		スーパー（総務担当）	・客単価は、前年同月比1.0%ながら上昇している。来客数 の減少も、底を打った感がある。入学式前後に比較的高単価 な商品の売行きも好調になっており、今後はやや良くなる。
		コンビニ（企画担当）	・多少良質な商品も、少しだけではあるものの、売れてきて いる。不況が常態化し、慣れてきたためか、買い控え一辺倒 の状況からは脱しつつある。
		コンビニ（エリア担 当）	・景気は良くないながらも購買意欲はあるため、夏に向け て、少し良くなる。
		コンビニ（商品開発担 当）	・天候に左右される部分はあるが、底に近付きつつある。今 後はやや良くなる。
		衣料品専門店（経営 者）	・そろそろ底が見えたように思われるため、今後はやや良 くなる。
		乗用車販売店（従業 員）	・補助金制度のおかげで、この2～3か月間の新車販売は好 調に推移する。補助金制度が終了する9月以降は大幅に減少 すると思われるが、その前には駆け込み受注も見込める。
		観光型ホテル（経営 者）	・7～9月の予約状況は、前年より上回っている。良くなる 傾向が見えてきている。
		旅行代理店（経営者）	・連休明けの6～8月にかけての旅行客が、一気に増えつ つある。
		ゴルフ場（企画担当）	・2、3か月先は梅雨時期に入り、天候など不安要素はある が、予約数は前年並みかそれ以上である。今月が悪い分、良 くなる。
	美容室（経営者）	・今年の4月は本当に来客数が減ったため、その客が2～3 か月先にずれこんで来店する。	
	住宅販売会社（従業 員）	・住宅版エコポイント制度やローン減税など、購入を後押し する政策が多く、今後に期待できる。また、地元大手自動車 メーカー関連で黒字化している企業も数社あり、消費者マイ ンドの改善を客からも感じ取れる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・3月と同じく、客の購買意欲は見られるものの、客単価は 低く売上増にはつながらない。
		商店街（代表者）	・必要な物以外は購入しない傾向が続き、売上にはつな がらない。この傾向はずっと続いていく。

商店街（代表者）	・良くなる材料は見当たらない。
商店街（代表者）	・大手量販店等への集中は、今後も変わらない。子ども手当が支給されても、消費者はそういうところではお金を使わないので、結局何も変わらない。
一般小売店〔薬局〕（経営者）	・これから梅雨に入るが、少しでも雨が降ると客足は止まってしまう。ただし、スーパーなどでは生鮮品の価格次第で客の行動は激変するため、ドラッグストアでも買得商品の提供などによって売上を伸ばしたい。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・天候不順が、売上に大きく影響する。そのうえ、社会情勢が混とんとしており、客の様子からも先が見えない状況にいら立ちが感じられる。デフレ、景気の横ばいは今後も続く。
百貨店（企画担当）	・来客数、客単価、商品単価共に前年を上回る月が出始めており、景気に底打ち感はある。ただし、政治の不安定さや外国の財政破たんなどが消費者の心理に影響を及ぼす可能性もあり、全体としては変わらない。
百貨店（経理担当）	・売上は一部戻ってきてはいるが、店全体でみるとまだまだ復調とはいえず、今後も変わらない。
百貨店（外商担当）	・相変わらず高額品の動きは悪く、一向に向上向く気配がない。来月末から中元商戦に入ってくるが、会社単位の買物は年末からさらに減ってきているため、苦戦が予想される。
スーパー（経営者）	・輸出は徐々に増えると思われるが、一般大衆には景気が良くなるという実感はまだ出てこない。節約志向も続く。
スーパー（経営者）	・子ども手当の支給が開始されるが、それに期待する声は周囲では聞こえない。労働所得が増えない限り、景気回復は難しい。
スーパー（経営者）	・オートバイ産業が盛んな地域であるが、下請業者が次々消えており、先行きが良くなる状況にはない。
スーパー（店長）	・買物動向に、顕著な回復の動きは見られない。同じ物なら安い店で買うため、プライベートブランド商品も伸びてはいたが、頭打ち傾向になっている。堅実な買物動向が定着してきている。
スーパー（店長）	・半年後のたばこの値上げや、高速道路料金の変更等もあり、不安要素はたくさんある。また、ガソリン価格が上がっており、今後に対して明るい状況ではない。
スーパー（店員）	・景気が良くなるニュースはない。仕入れ状況も厳しく、野菜の高値も影響する。
コンビニ（エリア担当）	・今も状況は厳しく、単価の下落も続いているが、下げ方が緩やかになってきているため、今後は下げ止まる。
コンビニ（店長）	・人の動きは多少出てきているものの、依然として財布のひもは固く、購入点数は増えていない。今後もこのような状況が続く。
衣料品専門店（経営者）	・バーゲン時期に入るが、売上を増やすというよりは、在庫処理をするという考え方で、在庫を増やさないようにする。
衣料品専門店（販売企画担当）	・天候不順により、今後の売行きも微妙である。
家電量販店（店員）	・3Dテレビが発売されたものの、対応する番組がないため、盛り上がらない。
乗用車販売店（経営者）	・補助金の期限は9月までであるため、それまでは期待できる。ただし、それ以降の落ち込みは心配である。
乗用車販売店（従業員）	・ボーナス商戦に向けて様々なキャンペーンを打ち出していく予定であるが、最近はやほど魅力的なキャンペーンでない限り、反応する客は少ない。いかに客のニーズに合うキャンペーンが打てるかである。新車販売は苦戦が続くが、最近の客は若干高くてもきちんと検査してほしいと、当社のサービス工場への入庫が増えてきているため、収益は確保できる。
乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金は9月までなので、9月まではこの状態が続く。
乗用車販売店（従業員）	・5月以降、主力車種のマイナーチェンジや改良が行われ、競争力が強化されるため、販売台数は増加する。エコカー減税の減税率のランクが上がったり、補助金の対象に加えられたりして、購入検討中の客に対してアピールを強化している。今は、減税対象車両でないと、検討の中にも入れてもらえない感がある。補助金制度が実施されている間に、何とか客に検討を促し、市場を盛り上げたい。
乗用車販売店（営業担当）	・主力の販売商品の絶対数が少ないため、今後は先細りする。
住関連専門店（店員）	・高額品は多少動くようになっているが、セール品の動きのほうはまだ良いので、将来につながるかどうかは分からない。

その他専門店〔雑貨〕 (店員)	・良くなる情報もなく、悪くなる情報もない。	
高級レストラン(スタッフ)	・最近の来客数の回復は、冬の新型インフルエンザの影響による落ち込みの反動という面もあり、持続的に回復するかどうかは疑問である。春闘の状況等を見ると、楽観できない。	
一般レストラン(スタッフ)	・固定客が注文する量に変化は見られず、来店回数も多くなっていない。景気が良くなる気配は感じられない。	
スナック(経営者)	・ボーナス月に入るため、来客数は増えると思うが、景気が回復する見込みはない。例年のボーナス時期のような入りは、今年は見られない。	
その他飲食〔仕出し〕 (経営者)	・消費を刺激する出来事が起こらない限り、当分変わらない。	
都市型ホテル(経営者)	・様々な課題が絡み合っているため、今後簡単に良くなる状況にはない。個人消費の状況に、一番の課題がある。	
都市型ホテル(支配人)	・客の動きを見てみると、景気はずいぶん良くなっている。ただし、価格帯は非常に厳しい。今後もこのような状況が続く。	
旅行代理店(経営者)	・一刻も早いオープンスカイ政策の実現や格安航空会社の誘致を行うことによって需要を喚起しない限り、旅行業界は現状維持が将来的には悪くなる。	
旅行代理店(経営者)	・中小零細企業にとっては、悪い状態がまだ続く。客や周囲の経営者も不況から何とか脱却しようと必死で頑張っているのが伝わってくるが、残念ながら景気の状態に変化は見られない。	
旅行代理店(従業員)	・国際イベントが多い年であるが、万博、サッカーワールドカップ共に、前回時と比較すると関心を持つ人や、出掛けようと考えている人は非常に少ない。テレビ観戦で済ます人は、生計に不安を感じており、旅行の出費を控えている。	
タクシー運転手	・良くなるとは思えない。横ばいと思われる。客の話では、選挙が終われば多少良くなるとの声も聞かれ、期待はしている。	
タクシー運転手	・タクシーを使わないで早く帰るエコ生活に慣れてきたため、タクシー乗車は増えない。	
タクシー運転手	・特に会社関係などは経費節減により、チケットを利用する客が少ない。この状況は今後も続く。	
美容室(経営者)	・客との会話では、政治、経済などで明るい話題を聞かないため、当分はこの状態が続く。	
その他サービス〔介護サービス〕(職員)	・4月から新商品の取扱が始まったが、価格戦略的な商品であるため、出荷量を確保できない限り、減益になる可能性がある。	
設計事務所(経営者)	・案件数は、低調なままで推移している。将来につながる計画案件は、あまり出ていない。	
住宅販売会社(企画担当)	・県内では、大手電気メーカーなどが工場を縮小する動きがあり、あまり良くなる状況にはない。	
その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕(経営者)	・4月に入ったとたん、動きはびたりと止まっている。新築工事もほとんどなく、元請けのリフォーム工事店からの見積依頼も、ほとんどない。	
やや悪くなる	一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・自分用にはお金を使っても、他人に対して今までのようにプレゼントや返礼をすることが少なくなっている。自分中心的な買物が増え、企業も交際費を縮小する傾向にある。贈答品業界では、マイナス傾向が続いていく。
百貨店(販売担当)	・厳しい状況のなかでも、入学、就職などに向けての購入があった月は、まだ売上が見込めた。6月以降は、セール待ちの傾向が強くなると思われるため、かなり厳しい状況が予想される。	
コンビニ(店長)	・雨が多く、飲料の動きは鈍い。このまましばらくは、回復に向かわない気がする。子ども手当などに期待はするが、小手先のことで効果は現れない。本格的な景気回復がない限り、小売業にまでは回ってこない。	
コンビニ(経営者)	・飲食店など、業務用の売上也非常に悪い。歓送迎会、新人歓迎会など、内輪の宴会がないと聞いている。仲間内で集まって一杯飲む余裕がないほどに、懐具合が厳しいのだと思われる。今後も厳しい状況は続く。	
コンビニ(店長)	・今月に入り低温が続いているため、飲料水が伸びない。この傾向が続けば、売上は伸びない。	
コンビニ(店長)	・4月後半は気温も上昇し、売上は前年並みまで戻ってきたが、まだ先が読めない。	
乗用車販売店(従業員)	・客との会話では、政治の不安定に戸惑いが感じられるような話題が多く、今後も厳しくなる。	

	住関連専門店（営業担当）	・住宅版エコポイント制度により、住宅のリフォームは持ち直しているが、持ち家住宅、分譲住宅、マンションは相変わらず低調な状況にある。民間の建築物件、公共投資、設備投資が相変わらず低調であり、今後は厳しくなる。
	一般レストラン（経営者）	・デフレ傾向に向かっている。安売り合戦や、ガソリンの値上がり予想されるため、悪い方向に向かっている。
	観光型ホテル（販売担当）	・6月の梅雨時期から7月の初夏にかけての受注は、前年と変わらず、ぱっとしない。個人需要の増加だけでは、補えない。
	旅行代理店（経営者）	・先の見通しが立たないため、ますます買い控えが出てくる。どこも今ある仕事に追われる状況にあり、半年先、一年先の仕事が見えないため、不安な状況が続いている。
	旅行代理店（従業員）	・ボーナスも減ると思われるため、レジャー費には回らず、長期旅行は減少する。
	タクシー運転手	・良くなる要素は見つからない。タクシー利用は、消費のなかでは一番後回しにされるため、光が見られるのはまだ先である。
	通信会社（企画担当）	・現在やや良くなっているのは、年度変わりの一時的な現象であると思う。政局も不透明であり、景気は元に戻る。
	通信会社（サービス担当）	・新サービスの提供開始が発表されたが、反応は今一つである。今後も今以上に良くなることはない。
	理美容室（経営者）	・客の来客周期は徐々に長くなってきており、今後は厳しくなる。
	その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・大手同業者が破産したことによる、マイナスイメージの広がりが懸念される。
悪くなる	乗用車販売店（従業員）	・全体的に、先行き不安が支配している。良くなっていく状態ではない。
	その他専門店〔貴金属〕（店長）	・慎重な購入姿勢が続いており、客単価は大きく落ち込み、悪いのが当たり前になっている。先行きに期待を持っていない状況が続いている。
	理容室（経営者）	・客は余分なお金を使わない。お金は理容室まで回ってこない。このような状況は、今後も続く。
	住宅販売会社（経営者）	・景気は全体的に悪化している。住宅の販売物件はデフレ状況にあり、今後も期待できない。
	住宅販売会社（従業員）	・中堅の住宅関連会社では、いよいよ受注残がなくなっている。倒産の話題が増えてくると、健全な会社に対しても不信感が募り、一層厳しくなる。住宅版エコポイント制度なども、業界の活性化にもつながっていない。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	
	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・梱包資材については、取引先の計画を見ても底を打っており、回復傾向にある。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・月刊媒体に定期的に広告出稿するケースが増え始めており、今後はやや良くなる。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・中国製品の輸入が収まり、他の国からの輸入が増加することに伴って、商材取引と加工分野の仕事の増加が見込まれる。
	窯業・土石製品製造業（社員）	・自社の受注増には結び付いていないものの、取引先企業を回っていると、回復基調の話が多く聞かれるようになってきている。
	一般機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数は、劇的に増加している。しかも、確実性の高い引き合いが増加しており、受注確率は前月と比べて30%以上も上がっている。自動車産業では、設備投資もこれまでの抑制からの反動がようやく出始めており、プロジェクトに予算が付くようになって、具体的な話をする段階に入っている。
	電気機械器具製造業（経営者）	・6月には新製品が2機種出たため、期待される。
	電気機械器具製造業（経営者）	・4月は期末月の反動で在庫調整の影響が出るが、6月には回復基調が鮮明となる見込みである。懸念された自動車リコールの影響は回避できている。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・地上デジタルへの完全移行に向けて、市場には更に活気が出てきている。良い方向に向かっていることが、肌で感じられる。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・6月以降、中国向けの自動車販売が増加するとの情報がある。そのため、スクラップ価格も徐々に上がってきている。
	輸送業（経営者）	・小売店に納入する消費財の単品単価は、5～10%改善している。
	輸送業（エリア担当）	・国内の景気回復と中国、アジアの経済発展によって、物流は回復しており、今後も引き続き良くなる。

	輸送業（エリア担当）	・物が動くようになってきたため、各業界では全体的に仕事が増えてきている。ただし、単価が急激に下落しているのは気になる。
	金融業（従業員）	・自動車関係者の話によると、現状はあまり良くないが、2、3か月先には労働時間等も多少増え、大きく回復するとまでは言えないものの、少しは良くなるとの意見が多い。
	不動産業（開発担当）	・立地が特に優れている物件については、取引は活発である。本当に良いものであれば購入するという動きが見えてきており、今後はやや良くなる。
	会計事務所（職員）	・最近、民間企業の間でも「事業仕分け」の言葉がよく聞かれるようになってきている。事業規模の縮小、企業内部の統廃合、事務経費の合理化、人材確保の戦略化などが進められており、その成果によって今後はやや良くなる。
	その他サービス業〔広告印刷〕（従業員） その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・問い合わせ件数や受注件数はようやく少し増えてき始めており、今後はやや良くなる。 ・夏までは、大きな景気の落ち込みはない。大手自動車メーカーの生産が落ちているが、一時的である。ただし、下請の工場は厳しくなる。
変わらない	食料品製造業（企画担当）	・販売価格は少しずつ改善しつつあるが、原材料価格が少しずつ高騰してきているため、価格転嫁できない状況にある。価格転嫁できるほどには、個人消費は改善していない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・受注量、販売量共に、今後も現状と変わらない。
	化学工業（企画担当）	・欧州で幾分持ち直しており、中国は好調であるものの、デフレや競争激化もあるため、全体としては変わらない。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・今の傾向は当面続くと見込まれる。今後も、より一層の企業努力が必要である。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・以前と比べれば、回復の兆しが見られ始めている。ただし、すべての事業で回復しているとは言えない。政府の政策にもぶれがあり、企業活動にブレーキを掛ける規制が実施されるかもしれない、先行きには不安が付きまとう。
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・取引先の生産計画は、今後も変わらない。
	輸送業（エリア担当）	・主要取引先からは、良くなりそうだという話が、少しずつ聞けるようになってきている。ただし、まだしばらくは変わらない。
	通信業（営業担当）	・しばらくは、現状と同じ、回復基調で進む。政治を含めて先行き不透明ななか、以前と比べると景気は回復しているが、2、3か月先は今と同じである。
	金融業（法人営業担当）	・当面、国内外の政策効果から、自動車関連メーカーによる生産回復の動きは続くとみられる。その一方で、公共土木関連の予算の削減から、建設業者では先行きに悲観的な見方が広がっている。
	金融業（企画担当）	・自動車業界の受注は回復しつつあるものの、エコカー減税の恩恵等もあるため、先行きは不透明である。自動車業界だけでなく、他の業界でも明らかに受注が回復しない限り、良くなるとは言えない。
	不動産業（経営者）	・今後も低価格水準で移行するものの、買手は少ない状況が続く。
	広告代理店（制作担当）	・受注増加は見込めず、横ばい状態が続く。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・チラシ枚数は減少したままであり、回復の兆しは見られない。
	会計事務所（社会保険労務士）	・利益の薄い仕事でも、仕事量は出始めている。雇用はなんとか維持できているため、しばらくはこの状態が続く。
	やや悪くなる	印刷業（営業担当）
金属製品製造業（従業員）		・原材料価格の高騰が、非常に足かせになりそうである。
電気機械器具製造業（経営者）		・5、6月には、原材料価格の値上げが決定されている。価格転化する場合、受注量は減少する。現状の価格で若干上向いたところであるが、再度冷え込むことが予想される。
輸送用機械器具製造業（財務担当）		・エコカー補助金が9月末でなくなること、米国の得意先企業の販売量が回復しないことを考えると、生産量はやや落ち込む。
建設業（営業担当）		・現状のままでは、悪くなっていく。良くなるためには、会社自体が変わらなければ難しい。

		経営コンサルタント	・中部地方では工場の稼働率が良くなっているため、多少持ち直しの兆しがある。しかし、新規雇用の回復や給料増加にはつながらないため、悲観的な状況が続く。
	悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・需要の先食いのために、今後の需要は今までの水準以上に落ち込む。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いは、引き続き減少している。この先も、景気は更に悪くなる。
		公認会計士	・大企業の業績好転は下請企業へのコスト転嫁によるものであり、大多数を占める中小企業の業績は好転しようがない。
雇用関連	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（経営企画）	・取引先からの研究開発需要は、徐々にではあるものの、増加することが見込まれる。
		人材派遣会社（支店長）	・業界、企業によって業績の回復傾向は異なるが、全体的に堅調に推移している。ただし、デフレ傾向も続いており、派遣料金の値下げ要請も続いている。その一方で、自治体関係の緊急雇用対策などによる需要増加がある。また、民間企業が派遣社員を委託に切り替える際の問い合わせが100件を越えるなど、派遣法改正に伴う切り替えは加速していく。
		民間職業紹介機関（職員）	・契約の打ち切りは、なくなりつつある。社員で対応している企業が多いものの、徐々に上向いてくる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・取引先訪問を通して、企業業績が回復に向かっていることを実感している。業績が回復に向かえば、求人は必ず上向いてくる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・県内西部地区では今後、半年以上にわたって今の悪い状態が続く。都市部の求人数は増加するが、地方は変わらない状態がまだ続く。
		人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィーク前から終わりまでは、地元のお祭りのために需要は少なく、求人数も少ない。5月下旬からは、予約状況が前年以上になっており、求人数も増える。
		人材派遣会社（営業担当）	・エコカー減税や各種政策の動向が不透明であり、各会社も設備投資や人員増強に二の足を踏んでいる。
		人材派遣会社（営業担当）	・まだしばらくは、現状維持の見込みである。下半期に回復の兆しが見られればよい。
		人材派遣会社（支店長）	・周辺企業では、前向きな話題はまだ少ない。自社でも、新規求人数の大幅な増加は見込めない。ただし、新規派遣求人数は、前年同月比プラスが、半年ほど継続している。前年同月と比べれば、景気は持ち直している。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新聞の求人広告数を見ると、5月のゴールデンウィーク以降の回復は確認できない。現状維持である。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・各企業では新卒採用に慎重であり、採用を控える傾向が強い。新卒向けガイダンスでも、4月以降の企業の参加申込は、前年比70%程度と大幅に落ち込んでいる。先行きに不安材料があるためか、正社員採用にはかなり慎重な動きを示している。
		職業安定所（職員）	・企業からは求人も増えず、求職者も滞留が続いている。今後も今の状況が続く。
		職業安定所（職員）	・製造業の求人が大幅に増えているが、期間工が中心であり、先行きはまだ不透明である。
		職業安定所（職員）	・企業の雇用維持はまだ継続しており、離職者数も減少傾向で推移している。今後もこのような状況が続く。しかし求職者数も高い水準にあるため、予断は許さない。
	やや悪くなる	職業安定所（所長）	・新規求人数は、横ばいもしくは減少が見込まれる。新規求職者数は、年度変わりのこの時期には増加するため、失業者の増加、求人倍率の低下が予想される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・これから中小企業を中心とした採用時期に入るが、大手企業に比べると、採用意欲はより低下している。更なる苦戦が予想される。
	悪くなる	-	-