

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	-	-	-
	やや良く なっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・出張客、観光客共に増えてきて、駅売店の売上は確実に上向いている。出張客が増えると、和菓子の売行きも増える。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災後にもかかわらず、当地域の門前町のにぎわいは変わらず、低価格品を中心に良く動いている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・少しずつではあるが、高級なランの鉢植えも売れるようになってきている。自宅用の花も売れている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・今月初めからクリアランスセールを実施しているが、土日は家族連れ、平日は会社帰りの客の来店が多く、売上は非常に伸びている。また、自動車製造業の関連企業の休みが木金にずれた影響で、木曜日は昼間から家族連れの来店が多く、金曜日は昼から夜までずっと忙しい状態が続いている。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・婦人雑貨が好調で、前年同月を上回っている。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・ショップブランドを中心に、セールの売上が好調である。通常はセールを行わないブランドを期間限定でセール販売したことも要因の1つと考えられるが、平日の来客数が好調で、毎日コンスタントに売上を伸ばせたことで、台風や豪雨による影響も最小限に抑えることができています。
		百貨店（販売担当）	販売量の動き	・現在はクリアランスセール中であるが、セール品よりも定価品のほうがよく動いている。色やサイズ、形に満足できない商品よりは、新鮮でこの先も長く着られる商品のほうが、客のニーズに合っている。ただし、従来はいつか着るだろうという商品も低価格ならばまとめ買いされていたが、現在は今すぐ必要な商品しか購入されない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・日曜日は苦戦しているが、平日の販売点数が増加しているため、一週間でみるとわずかながら前年を上回る週が増加している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・節電に伴う自動車関連企業の休日変更により、日曜日の来客数は減少しているものの、木曜日、金曜日の売上、来客数はそれ以上に増加している。そのため、全体の売上は前年同月を上回ってきている。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・土用丑のうなぎの蒲焼は、単価が前年よりも上昇しているが、売上は前年同月比110%を確保できている。
		コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・前年よりも10日近く早い梅雨明けにも助けられ、売上は好調である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前月比で客単価に変動は見られないが、来客数は前年同月比で改善傾向にある。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・一般のたばこ店への供給不足とコンビニへの供給正常化の恩恵を受けて、前年同月比130%以上のたばこ特需がある。前年割れが継続していた来客数も、猛暑で好調だった前年を上回ってきている。
		コンビニ（商品開発担当）	販売量の動き	・早い梅雨明けにも助けられ、ドリンク類、アイス、冷めんといった利益率の高い商材の売上が伸びている。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・夏のボーナス需要や、盆休みに使いたいといった例年の需要の盛り上がりは見られず、販売実績は前年同月比68%前後で推移している。ただし、東日本大震災後と比較すると、工場生産がストップした影響で納車待ちになっていた客への納車がある程度順調に進んでいるため、やや良くなっている。		
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・予想を大きく上回る販売実績があり、エコカー補助金による駆け込み需要があった前年と比べても、販売台数は若干少ない程度である。		
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・肉の生食による食中毒や牛肉の放射能汚染といった安全性の問題が発生し、来客数は再び減少した。しかし、安全確保の徹底と販売促進活動の一層の強化及び東日本大震災後の自粛に伴う落ち込みからの回復という要素もあって、来客数はようやく前年同期の水準にまで戻ってきている。もっとも、前年同期は過去最低の水準であった。		

一般レストラン (経営者)	単価の動き	・単価は、若干ながら伸びている。	
その他飲食[仕出し](経営者)	販売量の動き	・東日本大震災直後の雰囲気はなくなりつつあり、ある程度、下げ止まっている。	
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災直後はキャンセルが多く自粛ムードも強かったため、3か月前の景気は単月では過去なかったほど悪かった。それと比較するとかなり回復して、落ち着きを取り戻しており、やや良くなっている。特に宿泊客数や地元客による昼食、夕食の利用等は、かなりの回復傾向にある。	
観光型ホテル (販売担当)	来客数の動き	・東日本大震災直後の落ち込みはひどかったが、5月以降は一般宴会も徐々に戻り始めたため、やや良くなっている。また、個人の宿泊客数が前年を上回る勢いも続いている。	
都市型ホテル (営業担当)	販売量の動き	・製造業を中心に、法人宴会の問い合わせが多くなってきている。東日本大震災に伴う日程変更などで、法人宴会数は20%増になっている。	
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・秋の行楽シーズンの受注期になり、最盛期ほどではないにしても、受注量は増えてきている。東日本大震災後の出控えは続いているが、旅行をしないという選択から、低額でも旅行に出掛けるという状況に変化してきている。ただし、水準としては、旅行業界は依然として低迷している。	
旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響や福島第一原子力発電所の影響がある程度落ち着いて、店頭のお客様の様子も上向いている。	
旅行代理店(従業員)	それ以外	・東日本大震災の自粛ムードが沈静化し、夏のスポーツやイベント関連も例年以上に開催されている。それに伴い、団体旅行の貸切バスや宿泊、弁当の注文も発生している。取扱実績は例年以上であり、明るくなってきている。	
タクシー運転手	来客数の動き	・月末の数日には少し動きが出てきて、今月全体の実績も良くなっている。前年のボーナス月と比較しても、今年のほうが良い。	
タクシー運転手	来客数の動き	・自動車関連企業の休日変更に伴い、夜の繁華街の人の動きが変化することを心配していたが、今まで金曜日に集中していた人が水、金曜日に分散されたため、売上は全体的に伸びて良い結果になっている。	
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・新しい光ファイバー通信サービスが順調であり、販売量は伸びている。旧設備の更改も順調に進みつつある。	
ゴルフ場(企画担当)	来客数の動き	・節電に伴う自動車関連企業の休日変更により、平日4日間で土日並みの来場者数がある。土日の来場者数は多少減っているものの、全体としては来場者数、売上共に増えている。	
変わらない	商店街(代表者)	販売量の動き	・今月に入ってから、問い合わせ件数などはやや上向く傾向が見られる。しかし、販売量が実際に増えているわけではなく、低水準で推移している。
	商店街(代表者)	単価の動き	・東日本大震災後の落ち込みからは、若干戻りつつある。しかし、来客数は増えておらず、全体的には変わっていない。
	一般小売店[高級精肉](企画担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響もあったが、食品業界では比較的順調に推移している。
	一般小売店[酒類](経営者)	お客様の様子	・自動車産業の休日変更で、デパートなどの繁華街への人の動きに大きく変化が見られる。しかし、外食産業の大きな回復にはまだつながっておらず、酒類の販売は変化していない。
	一般小売店[薬局](経営者)	お客様の様子	・近隣の商店主と話しても、一様に景気は悪いと言う。東日本大震災後は、客のマインドが変わってしまっている。必需品や食品は以前と比べて動くようになっており、猛暑のためドリンク類も売れているが、余分な商品は購入されない。
	一般小売店[書店](経営者)	お客様の様子	・節電や企業の休日変更の影響を心配していたが、夏休みということもあり、ほとんど変わっていない。基本的には前年同月と大差なく動いている。
	一般小売店[時計](経営者)	来客数の動き	・客単価は相変わらず低い。

一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・贈答品に加えてうちわの製造販売もしているが、節電効果もあり、よく売れている。必要な商品の販売は伸びているが、 unnecessary商品の売上は増えておらず、全体の売上は変わらないという状況である。
一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・前年や数か月前と比べて、観光客数の動向に勢いが感じられない。高速道路料金引下げや無料化社会実験の終了が影響している。
一般小売店〔惣菜〕（店長）	販売量の動き	・中元シーズンであるが、予想通り、前年と比べて伸びておらず、担当する海産物ギフトも苦戦が続いている。ただし、最近の社会情勢から、保存性が高い商品への需要はある。
一般小売店〔書店〕（営業担当）	単価の動き	・必要のない商品に無駄遣いはしないが、長く使用できる商品にはしっかりとお金を使う客が、以前と比べて多くなってきている。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・中元の注文は、前年並みである。ギフト商品もそうめんやビールが中心であり、ぜいたく品やし好品よりも、日常的で長持ちする堅実な商品を選ぶ客が多い。
百貨店（経理担当）	販売量の動き	・衣料品の動きは回復傾向にあるが、宝飾品関係の売上が前年同月比2けたのマイナスが続いている。
百貨店（店長）	販売量の動き	・夏物衣料や洋品雑貨は、順調に推移している。ただし、中元商戦の状況が悪い。
百貨店（販売担当）	来客数の動き	・セールの出足は好調であったが、開催期間の前半に入客が集中して後半は失速しており、結局前年並みになっている。また、自動車関連企業の休日変更の影響も、来客数が分散しただけで、集客にプラスにはならなかった。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・取引先の八百屋関係が若干持ち直してきており、悪い状況のなかではあるが、横ばいが続いている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・家計の手取り収入が減少してきており、四苦八苦しながら安い店を探して購入している。衣料品も、リサイクル商品を購入して着ている客が多い。
スーパー（経営者）	競争相手の様子	・大型店や中型店の広告価格による乱売競争が続いており、小さな店はどんどん消えていく状況にある。
スーパー（営業担当）	単価の動き	・競合店との価格競争で、単価は依然として上がってこない。それに加えて、稲わらの放射能汚染問題で、牛肉の販売が厳しくなっている。自動車産業などの生産が回復しつつあるとの報道もあるが、客の購買行動は慎重で変わっていない。
スーパー（販売促進担当）	お客様の様子	・今月前半はまずまずの動きであったが、台風後は猛暑がやわらぎ、涼くなった影響が出ている。衣料品は、当社の価格設定にも問題はありますが、月後半の動向が良くない。住居関連は、扇風機等のクール関連の商品が入荷せず、苦戦している。食品は、牛肉の放射能汚染問題等もあり、食の安全に敏感になる傾向がある。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・月初は早めの梅雨明け後に暑くなり、飲料水が良く売れた。しかし台風の通過後は気温が低下し、売上はなかなか増えてこない。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・酒、雑誌等の売上は、全く伸びていない。この先もあまり大きな動きは見込めない。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響は、ほとんどなくなっている。しかし景気の先行き不安のためか、バーゲン品でも衝動買いする客は減少している。
乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・先月から来客数が増えて期待していたが、実際には思うような成約には至っていない。インターネットや雑誌で下取りに出すなら今という情報を見た客は話すが、希望額と査定額がかなり違う様子で、諦める人も多い。今月に入ってから、来客数もかなり減ってきている。
乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・中古車オークションの量と価格を見ると、横ばいである。これまでの2か月間で相当に上がっていたため、顕著な変化は見られない。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の販売台数は増えておらず、前年同月比60%台とかなり厳しい状態にある。前年はエコカー補助金等で良かったという面もあるが、それを差し引いても販売量の落ち込みが激しい。
住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・持家住宅、分譲マンションは横ばいで推移しているものの、民間設備投資や公共工事が減少している。東日本大震災の影響で、東北地域の仕事は多いと聞くが、東海地域では横ばいである。

その他専門店 〔雑貨〕(店 員)	お客様の様子	・自動車関連企業の休日変更の影響があり、木金の売 上が増えてきている。しかしその分、土日の売上が減少し ており、全体では変わっていない。	
その他専門店 〔雑貨〕(店 員)	お客様の様子	・客が欲しい商品を明確にして買い求める傾向は、変 わっていない。	
一般レストラン (従業員)	お客様の様子	・東日本大震災直後の何でも自粛という雰囲気から、 世の中を活気付けようという復興ムードに切り替わっ ている。しかし、仲間と飲み歩くというような趣味、 娯楽の部分は、まだ自粛が続いている。	
スナック(経営 者)	来客数の動き	・自粛ムードがまだ続いており、来客数の動きや流れ にもあまり多くを望めない状況が続いている。	
スナック(経営 者)	来客数の動き	・自動車関連企業の休日変更により、人の流れは予想 以上に変わっている。木、金曜日の繁華街は静かにな り、水曜日がピークになっている。客が週の前半に集 中してしまい、売上が前年同月の2割近くにまで落ち 込んでいる状態が続いている。	
旅行代理店(経 営者)	お客様の様子	・夏場の旅行の需要は例年並みであるが、秋以降の旅 行の動きはあまり良くない。	
旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・東北地方のお祭りは8月に集中するため、東北旅行 の申込は例年7月に多いが、今年はその傾向があまり 見られない。	
タクシー運転手	お客様の様子	・4、5月と比べてやや良い状態が続いている。非常 に暑い、暑い日は通院客の利用が多く、夜もピヤ ガーデン周辺でグループがタクシーを利用してくれる ため、たいへん忙しい。	
タクシー運転手	お客様の様子	・相変わらず、夜のタクシー利用が少ない。近距離な ら歩いて帰ったり、料金が少し安い代行運転を利用す るといった客が多い。	
通信会社(企画 担当)	販売量の動き	・アナログ放送の終了に伴う新規契約が多少あったも の、新規契約の鈍化、解約の増加という基調は変 わっていない。	
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・東日本大震災直後と比較しても、来客数の動きはあ まり変わっていない。レジャーに前向きになれない状 況や、高速道路料金引下げの終了などの環境変化もあ り、少し低迷している。	
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・横ばいが続いている。ただし、住宅エコポイントの 早期終了に伴い、7月末の駆け込み着工は非常に多 い。	
その他住宅〔住 宅管理〕(従 業員)	お客様の様子	・チラシを入れているが、客の反応や来客数は、かな り悪くなっている。来店しても、低価格商品目当ての 客ばかりである。	
やや悪く なっている	商店街(代表 者)	来客数の動き	・進物商品はそこそこ出ているが、客が自家消費する ような商品はほとんど動いていない。それが、販売量 や売上の低迷につながっている。
	一般小売店〔自 然食品〕(経営 者)	来客数の動き	・特に平日の来客数が、前年同月比で2割程度減少し ている。食品の放射能汚染問題の影響と思われる買い 控えもある。
	一般小売店〔食 品〕(経営者)	販売量の動き	・月前半は暑さが厳しく、中旬以降は台風が長く居 座ったため、来客数は減少している。商店街の恒例の セールがちょうどその時期に重なってしまい、売上は 予想したほどには伸びておらず、客単価も思ったより も低い。セールの実績も、前年同月比10%減となっ てしまっている。
	スーパー(店 長)	販売量の動き	・原子力発電所の関係で不安要素が多いため、 客には買い控えが見られる。
	スーパー(店 員)	お客様の様子	・連日報道されていた牛肉の放射能汚染の問題で、当 地区の店でも該当する牛肉が出回ったと報道され、牛 肉の売上は一気に減少している。消費者は、食品の放 射能汚染問題をかなり気にしている様子である。
	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・東日本大震災後に少し良くなるように思えたが、こ のところまた、客の購買意欲は大幅に低下している。
	その他専門店 〔雑貨〕(店 員)	来客数の動き	・テレビの買換えで出費がかさんだため、消費者の購 入は実用品に絞られている。
	旅行代理店(経 営者)	競争相手の様子	・円高の影響か、近場の海外旅行は戻りつつある。し かし、旅行業界では、以前とは違って低収益性に悩ま されている。
	理美容室(経営 者)	来客数の動き	・蒸し暑くなり、例年ならば来客数が増える時期であ るが、今年は客が少ない。

	美容室（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響のためか、イベントや旅行が自粛されており、減少傾向にある。来客数も減少している。
	その他サービス [介護サービス]（職員）	販売量の動き	・梅雨明けが早かったためか、節電の影響か、客の退院予定が定まっていない。そのため、機器のレンタル契約件数は伸び悩んでいる。
	設計事務所（職員）	お客様の様子	・出入りの業者や客との会話のなかでも、景気の良い話は出てこない。
	住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・客は低単価商品が目的であり、他の商品と比較して安価なほうを選んでいる様子である。
	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・大手ハウスメーカーでは、住宅エコポイントの終了に伴う駆け込み需要で、着工件数が多くなっていると聞く。しかし、当社の状況はやや悪くなっている。
悪くなっている	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・来客数が少なく、販売は不調であり、前年同月比40%減少している。前年同月がエコカー補助金などの影響で良すぎたことを差し引いても、あまりに悪すぎる。
	その他専門店 [貴金属]（店長）	お客様の様子	・富裕層や高齢者はまだ比較的余裕があるはずであるが、東日本大震災や福島第一原子力発電所事故の後には、来客数、買上客数共にますます減少している。
	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客の財布のひもが固すぎて、余分なお金を使うという気配は全くない。
	理容室（経営者）	お客様の様子	・最近では、若者客まで格安店に流れてしまっている。
企業動向 関連	良くなっている		
	やや良くなっている	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き
	紙加工品[段ボール]製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連企業からの受注量が増加傾向にある。
	出版・印刷・同 関連産業（経営者）	取引先の様子	・地元の製造業の業績が、東日本大震災直後の落ち込みから回復し始めている。その影響で、居酒屋を始めとして夜の飲食業の業績が上向きつつあり、宣伝広告の注文も増えている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が一段落して、資材の納入も安定してきている。それに伴い、生産も安定して、受注にこたえられるようになっている。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・一部の部品の供給不足から回復が遅れている分野はあるものの、5月を底に全分野で回復基調にある。
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・新機種の立ち上がりが続く、生産も開始しているため、仕事量が増加している。
	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	・客からの発注量は、4月と比べると格段に増加している。ただし、6月と比べるとやや悪い。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客の購入意欲は上向いており、新規発売物件への来場者数、契約申込数共に、順調に推移している。
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造業では生産量が回復し安定してきているため、荷物量の平準化につながっている。小売物流では、東日本大震災後の反動で高単価商品の荷物量が増えており、増収につながっている。
	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・アジア圏内の貿易が堅調であり、自動車関連の動きも活発化している。
	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・中元の繁忙期の荷物量は発着共に前年同月と比べて減少すると予想していたが、結果的には前年以上の荷物量が到着し、発送量も前年並みで推移している。
	輸送業（エリア担当）	それ以外	・取引先の銀行や不動産会社が営業所を新規に開設したり、将来開設するための商業用地のあっせんを持ち掛けてきたりしている。土地などの資産が動き始めている兆しが見られる。
	金融業（従業員）	取引先の様子	・自動車関連企業の労働時間が増えており、週休1日になりつつあるとの話もよく聞かれる。
	金融業（法人営業担当）	取引先の様子	・自動車生産が急回復しており、地域の部品メーカーの受注量も増加している。また、これまでの自粛ムードが薄れつつあり、個人消費関連業種の売上も増加している。

	会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子	・ 2年間にわたって雇用調整助成金を受給してきた顧問先企業が、休業しなくなっている。また、新たな雇入れをする顧問先企業も増えてきている。
	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	・ ほんのわずかではあるものの、受注量が増えてきている。問い合わせ件数も少し増えている。
変わらない	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	・ 東日本大震災の影響は現在はあまり見られず、景気は震災前に戻りつつある。
	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ 6月の最悪期からは脱している。ただし、平常期と比べると、売上は8割ほどにしか戻っていない。
	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、アジアの自動車業界から、設備投資の引き合いや受注が増えている。しかし、円高のために価格を下げざるをえないため、売上は前月と変わっていない。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・ 自動車向けはあまり良くないが、工作機械向けは順調であるなど、製造品目によってばらつきがあり、景気判断しにくい状況にある。また、家電関連の製造業は、海外への移管が進んでいる。全体的に見ると、あまり変わっていない。
	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ 梅雨が早く明け、夏物や暑さ対策用品、食品などの荷動きが活発になっている。
	輸送業（エリア担当）	受注価格や販売価格の動き	・ 売上の3か月前比は、前年7月がマイナス2.4%、今月はプラス3.8%であり、前年と比べて6.2ポイントのプラスになっている。
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・ 取引先の設備投資に対する姿勢は、やや厳しい状態が続いている。
	金融業（企画担当）	取引先の様子	・ 節電の影響もあり、企業の投資マインドはまだ戻っていない。夏場は現状維持で乗り切ろうという中小企業が多い。
	不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・ この3か月間は、貸事務所の引き合い等は増えていない。東日本大震災の影響があると思われる。
	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・ 企業からの広告受注件数はそれほど回復してきておらず、景気は横ばいである。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・ 自動車関連企業の休日変更の影響で、週半ばのチラシが増えている。
その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	取引先の様子	・ 前月後半から、少し忙しくなりつつある。取引先も、正常に戻っている企業が多い。ただし、全体的には東日本大震災の影響がまだ残っている様子であり、厳しい状態は変わっていない。	
やや悪くなっている	化学工業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・ 東日本大震災と福島第一原子力発電所事故に伴う海外顧客からの特需は、一段落している。その後は、国内市場を含めて低迷しつつある。
	窯業・土石製品製造業（社員）	取引先の様子	・ ほとんどの取引先からの受注量が減少している。問い合わせてみると、生産量が減少しているという回答が多い。中には急に注文量が増えたという取引先もあるが、盛夏に電力制限される可能性を心配して増産しているものである。
	金属製品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・ 少し動きが出てきたように感じられる。しかし、材料の荷動きが鈍いと聞いており、製品価格も低いままである。
	不動産業（経営者）	取引先の様子	・ 売り物件が、買い物件よりも数倍多い。店舗付きの賃貸物件が多い。また、仮契約までは進むものの、資金不足のため本契約には至らないというケースも多い。
	公認会計士	それ以外	・ 顧問先企業の業績が悪化しており、ボーナスも削減されている。また、信用金庫の貸出先の業績も悪化している。
悪くなっている	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ 受注数が減少していることに加えて、販売価格の下落も進んでいる。
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）	・ 自動車関連の増産計画に伴い、求人数は増加している。しかし、求人を募集しても、希望人数の採用が見込まれず、苦戦している。
		職業安定所（所長）	・ 自動車の部品不足が解消され、生産は急激に増加している。残業では間に合わず、求人を出す企業が増加している。また、期間工の募集や派遣会社からの求人も多くなっている。ただし、短期間の契約が多く、今後の動きを慎重に見極めようとしている企業が依然として多いと見られる。雇用調整助成金の申請も、7月に入り減少してきている。
やや良くなっている	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・ 研究開発意欲が湧く盛な企業が多いため、技術者派遣ニーズは増えている。

	人材派遣会社 (営業担当)	雇用形態の様子	・新卒の未就職者に対する雇用機会が、比較的多く なってきた。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・新規求職者数は前年同月と大差ないが、有効求職者 数は減少傾向である。ただし、就職者数が大きく伸び ているわけではないため、雇用情勢が改善している とは言い切れない部分もある。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・管内の求職者数は、5、6月と比べてかなり減少し てきている。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は、増加傾向が続いている。
	民間職業紹介機 関(営業担当)	求人数の動き	・人材紹介企業による求人広告掲載数が増加してき ている。
	民間職業紹介機 関(支社長)	求人数の動き	・これまでストップしていた製造業の求人数が、増加 傾向にある。期間工の募集や技術者の特定派遣業の活 用などが、前月よりも増えている。
変わらない	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・週末の求人数は持ち直しているが、平日の求人がほ とんどない。
	新聞社[求人広 告](営業担 当)	求人数の動き	・新聞の求人広告量は底ばいが続いており、そろそろ 上向きになりそうな状況にある。
	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・人材派遣会社では、輸送用機械器具製造業と一般機 械器具製造業で技術職やIT情報職の求人が増加して いる。自動車生産の回復から、雇用情勢は持ち直しの 動きが見られる。その一方で、ホテルや旅行関係では 東日本大震災の影響が残っており、休業に入る企業も 出てきている。また、中小零細企業でも、回復の遅れ が見られるなど、依然として厳しい状況にある。業種 や規模によって、ばらつきが見られる。
	職業安定所(次 長)	求人数の動き	・東日本大震災以降低迷していた新規求人数は、この ところ増加基調に戻りつつある。しかし、求人増加の 勢いに力強さは感じられない。求職者数は、引き続き 高止まりしている。
やや悪く なっている	人材派遣会社 (支店長)	それ以外	・受注数は変わらず推移しているものの、労働者派遣 法の改正に伴い、短期派遣や産休代替の依頼が増える など契約期間の変化は大きくなっている。契約期間の 短期化は、求職者側の長期就労希望と一致しないた め、成約率は低下している。
悪く なっている	-	-	-