

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 やや良くなる	一般小売店〔自然食品〕（経営者） 百貨店（販売担当）	・このところ前年並みの売上に戻る傾向にあり、12月は客足が戻る。年明けは不透明ではあるが良くなる。 ・初商いの売上は期待できるが、年々状況は厳しくなっている。複数点をまとめ買いをする客は少なく、時間をかけてじっくり購入するアイテムを絞り込む客が増えている。このため、楽観視はできないが、人気の有名ブランドやショップブランドの売上は良くなる。		
		百貨店（販売担当）	・必要なものへの投資意欲を減退させる大きな要因は見当たらないため、よほどの異常気象や事件が起きない限りは回復に向かう。ただし相変わらず消費者心理は微妙なバランスで揺れ動いており、少しの変化に対しても大きな動揺が起きることから、力強さは本格的ではない。		
		乗用車販売店（従業員）	・12月は一旦落ち込むかもしれないが、今の客の状況から、1月以降に引き合いが増える。エコカー減税延長がどうなるのか不透明なため、3、4月の終了に合わせて動く客が増える。		
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税が終わることで駆け込み需要があり、3か月後ぐらいには市場が活性化する。		
		乗用車販売店（従業員）	・販売台数等から見ると、中古車販売については良くなる。		
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税の駆け込み需要が見込める。さらに、減税の延長が検討されるといった動きがあり、やや良くなる。		
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・年末年始にかけて、多少は買物、忘年会等の消費が増える気配があり、良くなる。		
		旅行代理店（従業員）	・紅葉の時期がずれて12月も例年より旅行需要が多い。忘新年会も順調に申込がある。海外旅行も円高のおかげで、旅行申込が増えている。ただし競合他社との凌ぎ合いが多いため、利益は横ばいとなる。		
		タクシー運転手	・11月は販売量が増加したので、2、3か月先も多少は良くなる。		
		通信会社（サービス担当）	・引越し等回線の移転が増えるので、販売も増加する。		
		設計事務所（経営者）	・案件数の圧倒的な少なさからは徐々に回復しつつある。ただし、これが継続するものなのか確信が持てない。		
		変わらない		商店街（代表者）	・原材料の高騰が依然として続き、客の購買意欲も向上しない。
				商店街（代表者）	・これだけ長期間景気が低迷していることを考えると、3か月程度先でも全く変わらない。良くなる要素が全くない。
商店街（代表者）	・拠点駅周辺は良いが、その他の地区では低迷が続いており、低い水準で安定している状況は変わらない。				
商店街（代表者）	・土日、平日を問わず街の中が閑散としている。何かイベントをやらない限りは来客数は増加しない。				
一般小売店〔結納品〕（経営者）	・景気の状態はこのまま続く。				
一般小売店〔酒類〕（経営者）	・今後更に飲食店での来客数が増加すると思われる材料が見当たらず、状況は変わらない。				
一般小売店〔土産〕（経営者）	・駐車場の有料化による参拝客への影響が心配である。全体としては変わらない。				
一般小売店〔薬局〕（経営者）	・年末年始の時期となり多少期待感はあるが、過疎化のため景気が良くなる要素がない。個々の店の営業努力にかかっている。				
一般小売店〔惣菜〕（店長）	・これからお歳暮シーズンに入るが、伸びが期待できる分野ではなく苦戦が予想される。年末のおせち等に関しては、年末年始を家で過ごす人が増えるという予想もあり、それなりに期待できる。				
一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。				
百貨店（売場主任）	・これからお歳暮商品やクリスマスのプレゼントを買い求める客が増えるので売場もにぎわうが、紳士靴の売上にはつながらない。ただし来年1月にはクリアランスセールがあるので売上が増加する。全体としては変わらない。				
百貨店（売場主任）	・他店も含めて購買率が低く、この状態が続く。				
百貨店（企画担当）	・売上の減少傾向はここ数か月間継続しており、この先数か月後に売上や景気が上向き要素は特に見受けられない。				
百貨店（経理担当）	・年末にかけて様々な販促策を講じていくが、このまま株安や円高が続くと販促効果が薄れてしまうことを危惧している。				

百貨店（営業企画・販売促進）	・コートが動き始める時期にセールの前倒しが重なり一時的に盛り上がりは見込まれるが、単価下落のため前半の落ち込みをカバーするまでには至らない。
百貨店（店長）	・沈滞した消費マインドの回復が期待できない。
百貨店（販売担当）	・来客数が増えないので売上は伸びない。
スーパー（経営者）	・価格破壊によって客は安価な商品を求めるようになり、厳しい状況が続く。
スーパー（店長）	・放射能汚染問題により、牛肉は依然として買い控え傾向にあり、米や水産物等も東北産のものは買い控えられている。家飲みなどの肉食需要は高まるが、それにも増して節約意識が強く、景気回復は当面望めない。
スーパー（店長）	・先行きの不安がある。一部不足する商品、又は天候による先出しや遅れ等がある。以前は良い物も売れたが、今は買得な商品しか売れない。
スーパー（店員）	・年末までは客単価は上昇するが、年明け後は財布のひもが固くなる。良くなる要因は特に見当たらない。
スーパー（店員）	・果物や野菜の単価が低い水準のままなので売上は増加しないが、年末商戦には期待している。2～3か月先は今と変わらない。
スーパー（店員）	・来客数が減少しており、商品の買い方も非常に少なくなっている。この傾向は変わらない。
スーパー（総務担当）	・客単価が横ばいである。天候も暖かい日が続く、野菜や肉を中心に鍋物商材の売行きが悪い。
スーパー（営業担当）	・景気が良くなる要因が見当たらない。ディスカウント店は活況を帯びているが単価が低く、利益を圧迫している。
スーパー（販売促進担当）	・他店との競争による数字の低下はそろそろ下り止まりに向かうが、販売エリアが縮小した部分の客は取り戻せない。2～3か月先も状況は変わらない。
スーパー（営業企画）	・日用品については単価の低い商品を志向する傾向がしばらく続く。
コンビニ（エリア担当）	・客は必要な物は購入するが価格に敏感であり、衝動買いは減少傾向にある。しばらくこの状況は変わらない。
コンビニ（エリア担当）	・商品のPR、企画を継続することで、今の傾向がしばらく維持される。
コンビニ（店長）	・世界景気は減速に向かい、日本経済もその影響を受けるため良くなる兆しは見当たらない。来客数や購買量の動きにもその兆候が見られる。
コンビニ（商品開発担当）	・たばこの値上げによる売上の底上げが続いている。自動車関連企業の回復に伴う労働人口の増加に期待する面もあるが、長期的には海外移転が進み厳しくなる。
衣料品専門店（経営者）	・ここ数年、先買いをする客が減少しているため、季節がずれ込むと得意客の減少がそのまま売上減につながってしまう。3か月先は今と変わらない。
衣料品専門店（販売企画担当）	・商品が動いているので、下がる要因は見当たらないが数量は伸びない。
衣料品専門店（経理担当）	・この先も一進一退で進む。
家電量販店（店員）	・生活必需品の買換え需要は堅調である。前年のエコポイント特需を除けば特に変化はない。
乗用車販売店（経営者）	・悪くなるとも思わないが、良くなる材料が見当たらないため変わらない。
乗用車販売店（経営者）	・来年3月までは需要増が続く。
乗用車販売店（従業員）	・年末から来年に向け、新たな話題性のある車の発表会がおこなわれることから、発表会等を通じて周囲が活気付き、来場者数は増える。
乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税の駆け込み受注は見込めるものの、販売が大幅に見込める要素はなく、厳しい状況に変わりはない。受注が取れても納期のかかる車が多く、売上につながらない。
乗用車販売店（経理担当）	・2012年春以降もエコカー減税を延長する方向で調整に入ったというニュースが流れており、延長決定となれば景気の下支えとなって購買意欲が上がる。ただし、1、2、3月の需要が4月以降にずれ込むため、景気は変わらない。
乗用車販売店（総務担当）	・新車販売は東日本大震災の反動増もあり、まだ数か月は好調が続く。
住関連専門店（営業担当）	・持家住宅や民間企業の設備投資の動きがなく、個人消費の低迷によりリフォームも一時ほどの上昇傾向ではない。状況としては変わらない。
一般レストラン（経営者）	・年度末は忘年会などいろいろと宴会があるが、景気は変わらない。
一般レストラン（経営者）	・景気がよくなる要素が何一つ見当たらない。

一般レストラン（従業員）	・世界中の政治経済が不安定で、日本だけが景気が上向くとは考え難いため、状況は変わらない。
観光型ホテル（経営者）	・2、3か月先は景気を後押しするような外部的要因がないので変わらない。2月までは東日本大震災の影響はなく、3月は東日本大震災時よりは良くなる。予約状況は前年ほど数字が伸びていない。悪くはないが現在と同じ状況が続く。
都市型ホテル（営業担当）	・客の需要が増えていく様子はないが、予約状況は3か月先もほぼ横ばいの状態である。円高が変わらない限り、状況は変わらない。
旅行代理店（経営者）	・円高傾向の改善等がない限り、現状からの脱却は難しいため変わらない。
タクシー運転手	・11月下旬から12月にかけて、前年通りに戻って暇になるため、状況は変わらない。
タクシー運転手	・前年は11月後半には忘年会での深夜利用が多かったが、今年あまり目立った利用がない。景気が良くなる気配がないなか、客が消費を控えている。この状況は変わらない。
通信会社（営業担当）	・3か月先以降は少し上向きになると期待しているが、当面は現状維持となる。
通信会社（営業担当）	・国全体での景気回復策、各企業の冬のボーナス支給額の状況等、総合的に考えても明るい兆しは感じられない。
テーマパーク（職員）	・冬季は客層として若年層に移るため大きな期待は寄せられない。これまでのやや弱い状況は変わらない。
ゴルフ場（企画担当）	・来年1月の予約数も今一つであり、前年の予約比率と比べると今一歩及んでいない。毎年1、2月は予算的に厳しい時期であるが、今年度も厳しい月となる。状況は今と変わらない。
美顔美容室（経営者）	・しばらく大きなキャンペーンがないため、販売量は増えない。
美容室（経営者）	・来客数や単価の落ち込みはそれほどないが、伸びもない。
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）	・見積依頼等の引き合いが安定して来ていることから、良くも悪くもならない。
やや悪くなる	
一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・放射能による風評により牛肉を中心として消費にどのような影響が出るか未知数である。良くなる材料がなく、やや悪くなる。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・欧州の信用不安が日本に円高や株安をもたらし、回復しかけた日本の企業業績に大きく影響を与えている。このため年末に向けた客の購買意欲が更に慎重になり、景気回復は遅れる。
百貨店（販売担当）	・2、3か月先は例年セール期間がほぼ終わり集客が難しくなる時期である。東日本大震災後1年が過ぎようとしているが、明るい話題も少なく、購買意欲のきっかけになることが見当たらないため、やや悪くなる。
百貨店（営業企画担当）	・円高進行による地元の自動車産業の収益悪化が予測され、消費意欲が減退する。好転材料は見当たらない。
スーパー（販売担当）	・年末年始で出費が増える反動で消費を抑えるため、やや悪くなる。
コンビニ（エリア担当）	・主力商品の売上が前年より減少しており、しばらくこの状況が続く。競合店ができるので良くなる理由がない。
コンビニ（エリア担当）	・原子力発電所の近隣にある自動車関連工場が撤退する等のマイナスの情報が多く、やや悪くなる。
コンビニ（店長）	・最近ではたばこでも安価な銘柄の売上が増加してきている。まだまだデフレ傾向が続き、やや悪くなる。
衣料品専門店（経営者）	・景気の低迷が1、2年続いており、明るい話がない。やや悪くなる。
家電量販店（店員）	・消費税増税やタイの洪水、円高の問題や東日本大震災からの復興の遅れにより経済的なしわ寄せがきており、購買意欲が減少し、収益は抑制される。
高級レストラン（スタッフ）	・客単価上昇の効果は長続きしない。来客数の回復に見通しが立たない状況が続く。
スナック（経営者）	・特例水準による年金給付の見直しなど相次ぐ先行き不安材料により、この先期待できない。
観光型ホテル（販売担当）	・今の経済状況のなかでは、大手企業が催事を控えると中小企業もそれにならって動きがなくなる。食堂の接待利用も減る。
都市型ホテル（経営者）	・景気の先行きが見えない。客単価も来客数も向上せず、場合によっては落ち込んでいくので景気は良くならない。
旅行代理店（従業員）	・景気低迷が長引き、冬のボーナスが減少する見通しのため、旅行需要が増えるとは考え難い。やや悪くなる。
タクシー運転手	・年明けは欧州の信用不安やタイの洪水によって、生産遅れのしわ寄せが懸念されるためやや悪くなる。

		テーマパーク（職員）	・近辺の土産店やドライブインなど閉店が続いており、やや悪くなる。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体が薄利多売傾向になって大型店舗が寡占状態となるため、やや悪化する。
		美容室（経営者）	・先行きが見えないのでやや悪くなる。
		設計事務所（職員）	・景気が悪くなると建売住宅の方向に動くが、今の景気では建築が立ち直るのはまだ先である。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・来店客の話では、アルバイトしか仕事がない状況で、若年層の就職率が低下している。このような状況のため2～3か月先はやや悪くなる。
	悪くなる	コンビニ（店長）	・年末需要に期待はしたいが、売込みをかけても反応が鈍い。2、3か月先は悪くなる。
		家電量販店（店員）	・前年度のエコポイントの影響が今年度末まで響いてくると思われるため、3か月先は悪くなる。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・年金生活者の購買意欲が低下している。不安を口にする客が多く、先行きが見えない。景気は悪化する。
		スナック（経営者）	・客の話では一次会の回数自体が減っており、二次会以降に飲みに行く事がなくなってきている。来年以降も厳しい状態が続き、売上は悪化する。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数が減少しているので悪くなる。
		理美容室（経営者）	・景気が良くならず給料も増加しない。このまま商売を続けていけるのか不透明である。
		理容室（経営者）	・景気の良い話は当分なく、悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・先行きが不安であるため、悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・価格低下が著しく、追随すればいつかはパンクしてしまう。その時がじわじわと近づいているように思われる。2、3か月先は悪くなる。
企業動向関連	良くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の景気は、住宅着工件数と密接な関係にあり、平成23年7～9月の住宅着工件数累計はそれ以前の平成23年4～6月の累計に対して113%と増加している。今後もこの傾向は続き、窯業界の景気は良くなる。
	やや良くなる	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の生産計画を聞くと今後は多少増加する見通しなのでやや良くなる。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・タイの洪水被害に対する復旧目処は立っており、年明けには元の生産水準に回復する。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・2、3月は完成車メーカーの発注量が増加するので景気は良くなるが、前年同様に4月はその反動で景気は悪くなる。
		輸送業（エリア担当）	・タイの洪水による影響が少なくなり、自動車が増産しだすと荷物の動きが良くなる。
		輸送業（エリア担当）	・タイの洪水の影響も徐々に回復してきており、大手自動車メーカーでは土曜日でも稼働するようになったので、今よりは良くなる。
		金融業（法人営業担当）	・タイの洪水の影響が終息に向かい、自動車生産が急ピッチで回復に向かうため良くなる。
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・受注が増えてくる時期であり、引き合いなど少し動きが出てきているので良くなる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・少し円安になってきたが、根本的には円高である。ただ、当面は自動車各社の増産が続くので設備投資によって当社は忙しくなる。
	変わらない	食料品製造業（経営企画担当）	・増税へ向けた議論も盛んに行われ、消費マインドはますます冷え込む。状況は良くならない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・自社商品では新企画等の実施で実績増加を見込むが、市場の景況が不透明であるため変わらない。
		金属製品製造業（従業員）	・春先から急激に仕事が減るといわれている。繁閑の差を減らしたいが下請の立場ではどうしようもない。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・円高がこの水準で続くと海外の競合他社に勝てず、受注につながらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・為替の先行きが不透明であるため、今後の想定は難しいが、現状とあまり変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・情報通信は堅調、自動車は微増、工作機械は微減となっており、全体では変わらない。
		建設業（経営者）	・欧州の信用不安や円高などの懸念材料はあるものの、大きな影響はない。
		輸送業（経営者）	・円高、タイの洪水等の懸念要素は多いが、これ以上の景気悪化要因は荷主から聞こえてこないため変わらない。
		輸送業（エリア担当）	・欧米市場の経済状況が不透明である。状況は変わらない。
		通信業（営業担当）	・変化の兆しは全く見えない。
		通信会社（法人営業担当）	・欧州の信用不安、米国経済の不透明感、タイの洪水の影響、日本の増税路線、株価の年初来安値更新等々、景気が上向く要因が見当たらないため変わらない。

		金融業（従業員）	・今後の見通しが立っていない。状況は変わらない。
		金融業（企画担当）	・円高、欧州の信用不安と個人客も動きにくい状況にある。現状が続くと個人客は投資へ向かわなくなる。当面は変わらない。
		不動産業（経営者）	・微妙な価格の下落はあるものの低値安定で推移し、変わらない。
		不動産業（開発担当）	・2～3か月という短いスパンで変化はないが、長期的に見た場合、マンションの供給過剰感から、市況が悪くなっていく可能性はある。
		企業広告制作業（経営者）	・ものに対する価値観に基準がない現在、使うことを肯定する仕組みが必要であり、使う楽しさを演出しなければ景気は回復しない。増税に対する消費者の反応も影響する。
		広告代理店（制作担当）	・年明けに予定している新しい企画が、前年に比べあまり具体的な形になって表れてきていない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告では遊技場のチラシが堅調に推移している。今月は不動産の伸びが目立つが全体には前年並みとなる。
		会計事務所（職員）	・大企業に付随した業種では受注増加がみられるが、対応できなくなっている中小業者が多いため、受注減少がみられ活力がなくなっている。経営者の高齢化が問題となっている。一方、若い経営者には活力がみられる。
		会計事務所（社会保険労務士）	・冬のボーナスは前年並みか、もしくは不支給のところもあると聞いている。年末年始をはさみ、節約傾向は続く。
	やや悪くなる	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・材料シートの価格が12月ごろから上昇すると見込まれるが、ユーザーへの価格転嫁はタイの洪水の影響や、国内景気が思わしくないこともあって困難である。段ボールでの収益はやや悪化する。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・原材料の値上げがあり販売価格にも影響が出ている。利益が圧迫されて先行きの見通しが厳しい状態であり、やや悪くなる。
		印刷業（営業担当）	・受注量や販売量、販売価格等が下げられたり、仕入価格が増加したりと悪い材料ばかりであり、先行きが見えない。
		化学工業（企画担当）	・円高と欧州の信用不安による先行き懸念から、景気は後退する。特に生産財のメーカーでは、経済危機の影響は遅れて現れる傾向があり、今期の予算達成が難しい局面となる可能性が高い。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・明るい兆しはない。円高になっているにもかかわらず、原材料は中国の消費量が増えている影響で逆に高騰している。このため業績はやや悪くなる。
		鉄鋼業（経営者）	・業者間での単価のたたき合いと少ない需要を多くの業者が追いかける構図が変わらない限り、低迷は続く。良くなる要因は見当たらない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・欧州の信用不安がどのように進むのか不透明であるため、生産設備やIT化等の大きな投資が期待できない。
		建設業（営業担当）	・年末に向けて仕事量は減少し、年明けから3月に向けてまた増加するが、見積予算を下げるよう客より依頼がある。このためやや悪くなる。
		輸送業（従業員）	・円高により国内産業の空洞化が進む。また原油価格の高騰が次第に景気に影響してくる。
		輸送業（エリア担当）	・タイの洪水の影響が国内の流通に影響を及ぼしている。復旧の目処が立たず、メーカーは代替品が調達できない窮地に陥っている。打開の方法が見つけられないので景気の停滞が続き減退する。
		不動産業（管理担当）	・欧州の信用不安の影響が深刻化している。今後は各事務所の縮小があるので景気は更に悪くなる。
		経営コンサルタント	・地価がまだまだ下落傾向にあり、先行きは不安定である。
	悪くなる	化学工業（人事担当）	・良くなる材料は一つもない。世界的な恐慌になるのではないかという不安が現実感を帯びてきており悪化する。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・タイの洪水に伴う特需も来年3月にはなくなるため悪くなる。
		広告代理店（経営者）	・今、県内の広告業界やイベント業界は国体に向けた特需に対する期待を高めている。一部その恩恵に授かっている事業者も存在するが、めばしい話題はそれだけであり、悪くなる。
雇用関連	良くなる	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車生産において、タイの洪水の影響で生産体制に遅れが生じたが、部品供給は正常に戻りつつある。生産体制の遅れを取り戻すため、2～3か月先の景気状況は良くなる。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・顧客の研究開発需要のおう盛さが継続することが確認できることから良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・正社員採用の求人が増加して企業の採用意欲が増す。

	新聞社 [ 求人広告 ] ( 営業担当 )	・製造業主体の当地区では、タイの洪水が収束すれば、年明けからある程度の期間が経過した後は、再度の上向き傾向が表れる。
	職業安定所 ( 職員 )	・求人は引き続き多く出ている。求職者が職業安定所に登録してもすぐに就職が決まって、求職者の数が減少傾向にある。よって、先行きは良好である。
	職業安定所 ( 職員 )	・円高は懸念材料だが、内需関連企業の求人は増加傾向が続いているため良くなる。
	職業安定所 ( 次長 )	・新規求人数は増加傾向が続いており、採用者数も増加している。企業の雇用調整の動きも落ち着いている。しかし、正社員求人は依然として少なく、雇用の質の改善は進んでいない。状況としてはやや良くなる。
	学校 [ 専門学校 ] ( 就職担当 )	・ようやく製造業等の雇用回復が感じられ、2、3か月先には良くなる。
変わらない	人材派遣会社 ( 経営者 )	・ソフト関連はほとんど求人の動きがない。募集しても適任者がいない。ニーズもなければ人もいない。
	人材派遣会社 ( 社員 )	・今月が予想以上に良いので、この先は変わらない。
	人材派遣会社 ( 支店長 )	・登録型派遣の禁止が見送られたものの、期間限定の採用が全体の40%超を占めているため、売上が流動的な状況となっている。このため、景況感の回復はしばらく見込めない。
	人材派遣会社 ( 営業担当 )	・年末で購買意欲の回復なども想定されるが、一時的なものにとどまり、2～3か月後の状況は変わらない。
	人材派遣会社 ( 支店長 )	・タイの洪水の影響もあり、当地域の景気としては変わらず冷え込む。一方、これまでの採用抑制の反動があり、派遣求人は前年に近い数字にて推移する。
	職業安定所 ( 所長 )	・新規求人数は依然として増加傾向にあるものの、円高等の影響から先行き不安も出始めており、今後は更に非正規社員を中心とする求人が多くなる。
	職業安定所 ( 職員 )	・新規求人数は増加しているものの、派遣等の非正規の比率が依然として高いままである。一方、休業等の相談も増加しており予断を許さない。
	職業安定所 ( 職員 )	・タイの洪水の影響等の不安定要因はあるが、少なくとも年明けぐらいまでは現状は維持できる。
	職業安定所 ( 職員 )	・東日本大震災で生産に遅れがあったものの、遅れを取り戻している。ただし、来年3月までの受注がほとんどで、それ以降は不透明である。
	民間職業紹介機関 ( 支社長 )	・円高、欧州の信用不安に続き、タイの洪水の影響がまだ読みきれない。
	民間職業紹介機関 ( 営業担当 )	・10月より上向きとなっているが、タイの洪水で当地域の製造業停滞が危ぶまれる。自動車メーカーの動きがあらゆる業種に影響を与える。
やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-