

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<br>動向<br>関連    | 良く<br>なっている   | 都市型ホテル<br>（客室担当）                                                                        | 来客数の動き  | ・東日本大震災の影響を受けていた前年とは対比しに<br>くいが、売上は2年前の実績を上回っており好調である。<br>。                                                                                    |
|                   | やや良く<br>なっている | 一般小売店〔食<br>料品〕（管理担<br>当）                                                                | 販売量の動き  | ・母の日に伴う需要も重なり、新商品の売上が伸びて<br>いる。                                                                                                                |
|                   |               | 一般小売店〔衣<br>服〕（経営者）                                                                      | お客様の様子  | ・前月よりも明るい雰囲気があり、来客数も徐々に増<br>えている。                                                                                                              |
|                   |               | 一般小売店<br>〔花〕（店長）                                                                        | 競争相手の様子 | ・相次ぐライバル店の閉店で、新規客が微々たるもの<br>であるが数パーセント増えている。                                                                                                   |
|                   |               | 一般小売店〔カ<br>メラ〕（販売担<br>当）                                                                | お客様の様子  | ・新年度が始まり、社会全体が希望を持って動き出し<br>たように感じられる。気温も上がって過ごしやすいい日<br>が続くなか、客の様子も幾分は明るく感じられる。                                                               |
|                   |               | 一般小売店〔菓<br>子〕（営業担<br>当）                                                                 | 販売量の動き  | ・前年は東日本大震災の影響で商品供給が減り、販売<br>量は落ち込んだが、今年は商品供給も充実しており、<br>前年よりも販売量は上向き傾向となっている。                                                                  |
|                   |               | 百貨店（売場主<br>任）                                                                           | 単価の動き   | ・今月も日用雑貨や食料品は苦戦しているものの、宝<br>飾品や輸入ブランドなどが外商客を中心に売上を伸ば<br>している。富裕客にはやや復調の兆しがみられる。                                                                |
|                   |               | 百貨店（企画担<br>当）                                                                           | お客様の様子  | ・気温の上昇と共にファッション関連を中心に動きが<br>活発となってきたが、ブラウスなどの単品買いが目立<br>ち、なかなか単価アップにはつなげていない。                                                                  |
|                   |               | 百貨店（営業担<br>当）                                                                           | 販売量の動き  | ・優良顧客が対象の大型催事では、当初の売上見込み<br>をかなり上回っている。                                                                                                        |
|                   |               | 百貨店（婦人<br>服）                                                                            | 販売量の動き  | ・気温の上昇に伴い、衣料品を中心に比較的順調な動<br>きであるが、住、食関連が少し厳しく、以前とは逆の<br>状況となっている。                                                                              |
|                   |               | スーパー（店<br>長）                                                                            | 単価の動き   | ・前月は、東日本大震災後の特需で伸びた前年との比<br>較では低いものの、2年前に比べると同じくらいと<br>なった。今月は1人当たりの客単価が回復し、前年並<br>みの実績で推移するなど、消費も回復傾向となっている。<br>。                             |
|                   |               | スーパー（店<br>長）                                                                            | 単価の動き   | ・今月は来客数が微増、客単価が上昇するなど回復傾<br>向にあるが、依然として予断を許さない状況ではあ<br>る。                                                                                      |
|                   |               | コンビニ（経営<br>者）                                                                           | 来客数の動き  | ・例年よりも少ないが、新入社員の来店や、近隣のマ<br>ンションの工事現場からの来店は増えている。                                                                                              |
|                   |               | 衣料品専門店<br>（経営者）                                                                         | 来客数の動き  | ・今月の前半はまだ肌寒く、低調な来客数であった<br>が、後半に暖かくなると人出も多くなり、来客数が増<br>えている。                                                                                   |
|                   |               | 家電量販店（経<br>営者）                                                                          | 販売量の動き  | ・再生可能エネルギーへの関心の高まりや、今年度の<br>補助金がスタートしたことで、太陽光発電の販売量が<br>増えている。                                                                                 |
|                   |               | 乗用車販売店<br>（経営者）                                                                         | 販売量の動き  | ・自動車販売では、エコカー補助金の効果もあり、新<br>車の販売が前年より増えている。ただし、自動車税の<br>優遇などがなくなると消費が落ち込むことも予想さ<br>れ、一概に喜んでみられない。                                              |
|                   |               | 乗用車販売店<br>（営業担当）                                                                        | 販売量の動き  | ・前月は決算キャンペーンやエコカー補助金の効果<br>で、月末の最後まで受注を伸ばすことができ、今月も<br>その勢いが続いている。                                                                             |
|                   |               | 乗用車販売店<br>（販売担当）                                                                        | 販売量の動き  | ・今月以降もエコカー減税が延長されたため、受注が<br>堅調に推移している。                                                                                                         |
|                   |               | その他専門店<br>〔宝石〕（経営<br>者）                                                                 | お客様の様子  | ・株価が若干元に戻りつつあり、安定している。金の<br>価格も高値で安定しているため、客の購買意欲は以前<br>よりも高まっている。                                                                             |
|                   |               | その他専門店<br>〔医薬品〕（経<br>営者）                                                                | それ以外    | ・ドラッグストアでは、生活必需品はほぼ決まった量<br>しか売れない。一方で、季節によって売れる商品も決<br>まってくるため、できるだけ分かりやすく陳列し、買<br>いやすい価格にして買上点数を上げ、売上増を図っ<br>ている。今月は前月と比べて0.4%ぐらい増えている。<br>。 |
| 一般レストラン<br>（経理担当） | 単価の動き         | ・客単価がやや上昇してきており、客の様子も以前に<br>比べて格段に明るくなっている。東日本大震災後の特<br>需を差し引けば、消費も前年に比べて徐々に回復して<br>いる。 |         |                                                                                                                                                |
| 観光型ホテル<br>（経営者）   | 来客数の動き        | ・前月に続いて今月も好調を維持している。2月まで<br>と比べると、客の動きがかなり活発になってきた感がある。<br>。                            |         |                                                                                                                                                |

|       |                              |        |                                                                                                                                     |
|-------|------------------------------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | 都市型ホテル<br>(総務担当)             | 来客数の動き | ・前年の東日本大震災後に発生したキャンセル数を上回る、宿泊予約客数、宴会予約の受注状況となっている。                                                                                  |
|       | 旅行代理店(経営者)                   | 販売量の動き | ・海外旅行の先行予約が東日本大震災の影響が残っていた前年を上回るのは当然であるが、過去4年に比べても一番伸びている。国内旅行も、一番良かった4年前を上回ってきている。                                                 |
|       | 旅行代理店(広報担当)                  | お客様の様子 | ・燃油サーチャージの上昇に伴い、客の旅行熱が冷めるかと心配したが、いまだにゴールデンウィークの旅行は受注が続くなど、間際受注や夏休みの旅行受付共に動きがある。前年は旅行を取りやめたので今年は行くという客の声もあり、やや良くなっている。               |
|       | 通信会社(社員)                     | 販売量の動き | ・新しい料金プランの導入やスマートフォンとのセット申込の割引などで、申込数は大幅に改善されており、前年の地上デジタル放送への完全移行前の水準を超えてきている。                                                     |
|       | 観光名所(経理担当)                   | 来客数の動き | ・隣接する美術館で人気の美術展が始まり、当エリアへの来場者が増加している。特に商業施設では、飲食・物販テナントが前年を上回る売上となっている。                                                             |
|       | 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 | ・ようやくインバウンド客の動きが東日本大震災前の水準に近づいてきている。                                                                                                |
|       | 美容室(店員)                      | お客様の様子 | ・季節が変わって暖かくなってきたため、髪型を変える客が増え、単価も上がっている。                                                                                            |
|       | その他住宅[展示場](従業員)              | 来客数の動き | ・今月の住宅展示場来場者は前年比で2割増となっている。                                                                                                         |
|       | その他住宅[情報誌](編集者)              | お客様の様子 | ・新築分譲マンション業界では新規発売物件が増加し、モデルルームへの来場者も増加傾向にある。消費者の購入マインドにも上昇傾向がみられる。                                                                 |
| 変わらない | 商店街(代表者)                     | 販売量の動き | ・春休み明けから売上が悪くなっている。                                                                                                                 |
|       | 一般小売店[時計](経営者)               | 販売量の動き | ・前月に続いて高額商品が動いたことで、売上はまずまずであるが、月前半の勢いが後半になると一気に冷めていったため、まだまだ油断はできない。近隣の大型商業施設がリニューアルのオープンセールを催したり、ゴールデンウィークのフェアを行うことで、客を取られている感がある。 |
|       | 一般小売店[衣服](経営者)               | お客様の様子 | ・商店街を含めた来客数は、ゴールデンウィーク前半は前年並みであるにもかかわらず、売上が伸びてこない傾向が商店街全体でみられる。前年の東日本大震災以降の落ち込みを、大きくカバーすることができていない。                                 |
|       | 一般小売店[事務用品](経営者)             | 販売量の動き | ・年度末から新年度にかけて、人や商品も動いている。例年売上が大きく伸びる時期であるが、前年は米国の大型金融機関が破たんした後、ようやく立ち直りかけたところに東日本大震災があり、売上が大きく落ち込んだ。それに比べれば今年は随分ましである。              |
|       | 一般小売店[鮮魚](営業担当)              | それ以外   | ・3月に比べて売上は10%増え、前年比でも8%増となっている。                                                                                                     |
|       | 一般小売店[精肉](管理担当)              | それ以外   | ・全体的な景気については、厳しい状況に変化はないと感じているが、消費者のお金の使い方には少し変化が出てきている。日常的には出費をできるだけ抑えて、非日常の買物では思い切ってお金を使う。外食はぜひたくにしてみようと思う反面、毎日のおかずはできるだけ節約している。  |
|       | 一般小売店[衣服](経営者)               | 販売量の動き | ・3か月前の冬の時期も販売量は前年に比べて少なかったが、現在も春物衣料の動きが非常に悪い。前年も悪かったが、今年は前年よりも落ち込んでいる。特に価格の高い商品が一層売れにくくなっている。                                       |
|       | 一般小売店[雑貨](店長)                | 販売量の動き | ・低迷した状態で安定している。                                                                                                                     |
|       | 一般小売店[酒](店員)                 | お客様の様子 | ・ここ数か月は、定期購入する客の来店数や、購入単価の全体的な動きにつき、前年の東日本大震災が影響している。                                                                               |
|       | 百貨店(売場主任)                    | 来客数の動き | ・客は購買に対しては非常に目的を持っており、ニーズがあれば高額品でも買う。特に、季節品や限定品などの商品価値に注目している。                                                                      |

|             |        |                                                                                                                                        |
|-------------|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 百貨店（売場主任）   | 来客数の動き | ・来客数も販売数量も厳しい。来客数は良くなってきてはいるが、食料品の販売単価や販売数量が伸びてこない。                                                                                    |
| 百貨店（売場主任）   | お客様の様子 | ・今月は目標達成の予定であるが、店頭以外の特殊な売上が寄与している。店頭ではビジネス関連が苦戦、カジュアル関連が好調であり、すべての商品が好調とは言い難い。客の消費動向として、低価格志向と高級志向の二極化が進んでいるが、量販品の動きが鈍いなど、景気は良い状況にはない。 |
| 百貨店（企画担当）   | お客様の様子 | ・気温が上がり春物商材の売上が伸びているが、単品購入が多く、必要な物以外は買わない傾向が続いている。                                                                                     |
| 百貨店（営業担当）   | お客様の様子 | ・店頭売上は前年よりも落ちているが、高額所得者の優良顧客を対象にした店外催しでは 高額な宝飾品などが例年以上によく売れている。                                                                        |
| 百貨店（サービス担当） | お客様の様子 | ・今月も今までの傾向に変化はないが、婦人、紳士衣料、洋品を中心に、売上が下げ止まる傾向にある。また、母の日の企画商品も好調に推移している。ただし、家具や家庭用品、美術工芸品、宝飾などは苦戦しており、売上の回復傾向に影を落としている。                   |
| 百貨店（販促担当）   | 来客数の動き | ・来客数は依然として前年割れで、購買率もやや悪化するなど、まだまだ苦戦が続いている。高額品の動きにも目立った変化はみられない。ただし、気候が急に暖かくなったため、初夏商材の動きは出足が良い。                                        |
| 百貨店（マネージャー） | お客様の様子 | ・月初は天候の不安定さもあり、客足は鈍くなかったものの、直接購買につながらないケースがみられたが、春物や初夏商材を中心に動きが活発化してきている。ただし、その動きも大きな伸びがみられず、全体をけん引するまでには至っていない。                       |
| スーパー（店長）    | お客様の様子 | ・前月と比較しても、購買意欲、傾向に変化はなく、必需品を必要な量だけ買う意識が強い。                                                                                             |
| スーパー（店長）    | 来客数の動き | ・天候の恩恵で衣料品は前年並みを維持しているが、住居関連の大型電器関連はエコポイント制度の反動で苦戦が続いている。主力の食料品の来客数も伸び悩んでいる。                                                           |
| スーパー（店長）    | 販売量の動き | ・前月よりも東日本大震災の特需による影響が弱まり、一部の商品を除いて、前年並みになってきているが、いまだに回復傾向と判断できる材料がない。                                                                  |
| スーパー（経理担当）  | 販売量の動き | ・前月に比べると、前年比で異常な数値とはならないが、週末を中心に天候が悪く、売上のマイナス要因となっている。気温も低い傾向が続いていたが、急に高温となるなど天候不順であり、衣料品の販売や青果物の相場に影響している。                            |
| スーパー（販売担当）  | お客様の様子 | ・客の様子をみていると、日替わり商品やタイムサービスのよう商品は開店から行列を作っても買い回るが、それだけ見つけるとすぐにレジに並ぶ。非常に購入点数の少ない買い方となっている。                                               |
| スーパー（企画）    | お客様の様子 | ・前年は東日本大震災以降、一部の商品に集中したものの特需があったほか、前年の3月31日までは家電のエコポイント制度があったため、今年はその反動がものすごく大きい。消費喚起を促す政策が現在は全くないことも、大きな悪化要因となっている。                   |
| スーパー（管理担当）  | 販売量の動き | ・大きな変化は見受けられず、購買点数が低い水準で安定している。                                                                                                        |
| スーパー（社員）    | お客様の様子 | ・平日の客の来店は比較的堅調に推移しているが、今月はチラシで来店を増やしたい週末が天候不順となり、春物商材の動きが悪く、客の買物の増加にはつながっていない。                                                         |
| コンビニ（経営者）   | 単価の動き  | ・ファーストフード商品の値引き販売が効果的で販売量が伸びているが、客単価の底上げにはつながらず、ほぼ現状のままとなっている。                                                                         |
| コンビニ（店長）    | お客様の様子 | ・ここ数ヶ月は売上、来客数共に横ばい傾向にある。客の様子にも特に変わったところはない。                                                                                            |
| コンビニ（広告担当）  | 来客数の動き | ・客単価は伸びているが、来客数には伸びが感じられない。                                                                                                            |
| コンビニ（店員）    | 来客数の動き | ・気温の変動や天候に関係してか、客足も少なく、パンや弁当の売上も良いときと悪いときの差が大きい。                                                                                       |
| 衣料品専門店（経営者） | 単価の動き  | ・客単価が低下している。価格の安さを演出しなければ売れない。                                                                                                         |

|                        |         |                                                                                                                           |
|------------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 家電量販店（店員）              | お客様の様子  | ・来客数だけをみても前年よりも少ないが、やはり客単価も低く、レジ通過客当たりの購買量も減少傾向が続いている。                                                                    |
| 乗用車販売店（経営者）            | お客様の様子  | ・政治、経済共に悪く、ガソリンの値上がりや原子力発電所問題の長期化など、悪い条件が続いている。                                                                           |
| 乗用車販売店（営業企画）           | 単価の動き   | ・年末から今月末まで変化はない。                                                                                                          |
| その他専門店〔食品〕（経営者）        | 販売量の動き  | ・前年と変わらない。                                                                                                                |
| その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）      | お客様の様子  | ・購入意思はあるがローンの審査が通らなかったり、支払面に問題はないが気に入った商品がなかったりと、スムーズな販売が難しい。                                                             |
| 高級レストラン（スタッフ）          | 来客数の動き  | ・ディナーは前月と同様に忙しいが、ランチ客が今月に入って減少傾向にある。                                                                                      |
| 一般レストラン（経営者）           | 来客数の動き  | ・客層が高価格帯と低価格帯にはっきりと分かれているため、売上を総合すると3か月前と変わらない。                                                                           |
| 一般レストラン（経営者）           | 来客数の動き  | ・大口客、特にウェディング需要が減少している。                                                                                                   |
| 一般レストラン（店員）            | 販売量の動き  | ・前月と同様に、来店客などの動きが良い。                                                                                                      |
| その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）    | 来客数の動き  | ・利用者数は前年と同じ推移で変化はない。同じチェーンでも東日本エリアは東日本大震災の影響で大きく改善しているが、西日本エリアでは前年とほぼ同じ水準である。若干単価が低下しており、利用回数は減らさないが、商品のついで買いを抑制している感がある。 |
| 観光型旅館（経営者）             | お客様の様子  | ・道路状況も改善され、来客数は増えてきているが、客単価が前年比でわずかではあるが低下している。                                                                           |
| 観光型旅館（団体役員）            | 単価の動き   | ・東日本大震災などがあった前年に比べても、客単価が90%前後の推移となっている。                                                                                  |
| 都市型ホテル（支配人）            | 単価の動き   | ・円安基調で個人消費の増加を期待したが、意外と財布のひもは固い。桜の時期の売上はまずまずであるが、一時的な動きに終わりそうである。                                                         |
| 都市型ホテル（マネージャー）         | 来客数の動き  | ・客室、宴会、レストランと全部門でおおむね好調である。特に、客室部門は海外からの観光客も戻り、国内の観光客、ビジネス客の動きも活発である。また、レストランの来客数も堅調に推移している。                              |
| 旅行代理店（店長）              | 販売量の動き  | ・料金への反応は以前と変わらず、検討している客が多いが、安易に決めたりはしない。旅行へ行く人が増えているのは、景気が原因ではなく、思い出づくりによるものだと思う。                                         |
| タクシー運転手                | お客様の様子  | ・流し営業での売上は前月とほぼ同じであったほか、ハイヤーの予約数も増加傾向にはない。特に、ハイヤーの予約数はビジネスや観光、ゴルフの送迎、空港への送迎など、景気に左右される面があるため、景気動向の目安の一つにもなっている。           |
| タクシー運転手                | 競争相手の様子 | ・企業の動きが良くない。                                                                                                              |
| タクシー運転手                | 来客数の動き  | ・タクシーの利用は最小限にとどめる傾向が定着している。そのなかで今の時期は雨が降ると傘代わりに利用されることもある。この時期が終われば利用は減るが、全体的には例年どおりの動きになっている。                            |
| 通信会社（経営者）              | お客様の様子  | ・特に変化を感じる要素がない。                                                                                                           |
| テーマパーク（職員）             | 来客数の動き  | ・桜の開花が春休みの旅行のピークにうまく合わなかったほか、週末に雨が重なったことが集客に響いている。                                                                        |
| 競艇場（職員）                | 単価の動き   | ・入場者1人当たりの平均的な購買単価は変わっていない。                                                                                               |
| その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員） | お客様の様子  | ・イベント開催時の観客数はほぼ横ばいであるが、グッズや軽食などの売上は微増のように思われる。ただし、イベントによって異なるため、実際はよく分からない状況にある。                                          |
| その他サービス〔学習塾〕（経営者）      | 来客数の動き  | ・今月も生徒数に大きな変化はない。                                                                                                         |

|                |                                       |                  |                                                                                                                                                  |
|----------------|---------------------------------------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                | その他サービス<br>〔保険代理店〕<br>(経営者)           | お客様の様子           | ・企業のスケールが小さくなればなるほど回復力もなく、なかなか良好な経営状態には戻らない。マスコミでは少しは改善しているという表現もあるが、それは大企業や中堅企業など、元々体力のある企業の話である。中小企業や零細企業には当然そういった実感が得られない。                    |
|                | その他サービス<br>〔ビデオ・CD<br>レンタル〕(エリア担当)    | 販売量の動き           | ・地域限定の低価格キャンペーンを推進しているが、レンタル、CD販売の売上は、前年比、前月比共に100%割れが続く厳しい状況である。                                                                                |
|                | 住宅販売会社<br>(経営者)                       | 販売量の動き           | ・買換えや売却が少ないのか、市場では中古物件の流通が少ない。新築物件は順調と見受けられるが、住み換えが少なく感じる。                                                                                       |
|                | 住宅販売会社<br>(経営者)                       | お客様の様子           | ・客の購買意欲が低下している。仮に購買意欲があっても、金融機関のローン審査がかなり厳しくなっている。                                                                                               |
|                | 住宅販売会社<br>(総務担当)                      | 販売量の動き           | ・例年春は異動の時期で不動産に動きがあるが、現状は動きがなく、前年に比べて悪い。ただし、建築請負が堅調で、現状を維持している。                                                                                  |
|                | その他住宅投資<br>の動向を把握できる者〔不動産<br>仲介〕(経営者) | お客様の様子           | ・売買価格の取引事例は3か月前と変化はない。                                                                                                                           |
| やや悪く<br>なっている  | 商店街(代表者)                              | お客様の様子           | ・年末から今年に入って閉店が続いている。来客数はますます減り、売上も伸びない。                                                                                                          |
|                | 商店街(代表者)                              | お客様の様子           | ・前月はよく売れたが、4月に入ると急ブレーキがかかり、売上が伸び悩んでいる。お金の流れが変わった感がある。                                                                                            |
|                | 一般小売店〔珈琲〕(経営者)                        | それ以外             | ・原料価格の高止まりによるコスト上昇で先行き不安があるほか、電気料金の値上げや消費税増税により消費が減退している。                                                                                        |
|                | スーパー(経営者)                             | お客様の様子           | ・ゴールデンウィーク前ということもあり、客の財布のひもは非常に固い。無駄な物は買わない傾向が顕著にみられる。                                                                                           |
|                | スーパー(企画担当)                            | 来客数の動き           | ・既存店ベースでは、来客数は前年比で96%と負のスパイラルが進んでおり、下げ止まり感がない。                                                                                                   |
|                | 衣料品専門店<br>(販売担当)                      | お客様の様子           | ・購入単価が下がりつつある。                                                                                                                                   |
|                | 家電量販店(企画担当)                           | 販売量の動き           | ・新生活需要で販売量が増えるかと思っていたが、予測したほど実績が伸びていない。                                                                                                          |
|                | 乗用車販売店<br>(販売担当)                      | 販売量の動き           | ・販売量が減少している。今月からはエコカー減税の制度が改正になり、全体的に減税額が減少している。それに伴い、客の購買意欲も下がった感がある。                                                                           |
|                | 乗用車販売店<br>(営業担当)                      | 販売量の動き           | ・決算の時期を終えて、販売量が減っている。                                                                                                                            |
|                | 住関連専門店<br>(店長)                        | お客様の様子           | ・セールシーズンのないときは、商品の実物を確認するためだけに来店し、その場では買わず、インターネットで価格を調べて安い店で買っている。結局、値段を下げなければ売れない。                                                             |
|                | 観光型旅館(経営者)                            | 来客数の動き           | ・価格を安くすれば客が動くわけでもない。                                                                                                                             |
|                | 都市型ホテル<br>(スタッフ)                      | 来客数の動き           | ・今年に入ってから法人を中心に宿泊、宴会共に好調を維持している。単価は上がらないが、利用件数は増加傾向で推移している。一方、食堂はランチを中心に来客数の減少が年末から続くなど、個人消費の動きが悪い。この傾向は近隣の飲食店も同じで、昼から夕方にかけて、店頭での割引券の配布が常態化している。 |
|                | 競輪場(職員)                               | 単価の動き            | ・今月の客単価は10,744円であり、3か月前の客単価は11,054円であったため、やや悪くなっている。                                                                                             |
|                | 悪く<br>なっている                           | 一般小売店〔野菜〕(店長)    | お客様の様子                                                                                                                                           |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている                           |                  |                                                                                                                                                  |
|                | やや良く<br>なっている                         | プラスチック製品製造業(経営者) | 受注量や販売量の動き                                                                                                                                       |
|                | 建設業(経営者)                              | 受注量や販売量の動き       | ・リフォームや改装工事がメインであるが、問い合わせが増えており、一時的に人手不足の感がある。                                                                                                   |

|       |                     |              |                                                                                                                                                                             |                                                |
|-------|---------------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
|       | 建設業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・例年4月は受注量が一段落するが、今年は受注が続いている。取引先に話を聞いても忙しいという声が多く、特に土地が動いている。                                                                                                               |                                                |
|       | 新聞販売店〔広告〕（店主）       | 受注量や販売量の動き   | ・折込件数が若干上向いている。                                                                                                                                                             |                                                |
|       | 広告代理店（営業担当）         | 受注量や販売量の動き   | ・広告に対して消極的であったクライアントも掲載を検討しており、全体的に出稿数が増えている。                                                                                                                               |                                                |
|       | 経営コンサルタント           | 取引先の様子       | ・小売業の顧客企業では、今月はいまだに前年を下回っているが、売上はかなり前年の水準に近づいている。                                                                                                                           |                                                |
|       | コピーサービス業（店長）        | 受注量や販売量の動き   | ・数か月前に比べて、来客数が前年を超えることが多くなっている。売上も目標値をほぼ安定して超えており、楽観視はできないが、若干の回復傾向がうかがえる。                                                                                                  |                                                |
|       | その他サービス業〔店舗開発〕（従業員） | 受注量や販売量の動き   | ・前年の東日本大震災後の自粛ムードから一転し、京都地区は花見客や観光客で連日にぎわい、好調に推移している。特に、外国人観光客が明らかに増えている。                                                                                                   |                                                |
| 変わらない | 食料品製造業（従業員）         | 受注量や販売量の動き   | ・天候も良く、連休前ということもあって荷動きは3か月前よりも少し良くなってきているが、前年と比べると販売実績は良くなっていない。引き続き安く売らなければ物は動かない状況で、現状はあまり変化がない。                                                                          |                                                |
|       | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）  | 受注量や販売量の動き   | ・季節的要因を考慮すれば、大きな変化はない。                                                                                                                                                      |                                                |
|       | 一般機械器具製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・この数か月の景況は悪くない。                                                                                                                                                             |                                                |
|       | 電気機械器具製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・国内市場は停滞しており、海外市場に依存しなければならない状況は変わらない。為替市場の円高も75円台に比べれば厳しくないが、80円程度では焼け石に水であり、息を潜めて受注量や販売量の動きを注視している。幸い大きな情勢の変化はないが、競争相手も苦しくなってきたのか、当社のコピー品で海外へ安値攻勢に出始めているので、この動向からは目が離せない。 |                                                |
|       | 電気機械器具製造業（経営者）      | 取引先の様子       | ・海外への製造業のシフトは顕著である。                                                                                                                                                         |                                                |
|       | 電気機械器具製造業（企画担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・節電、省エネ志向が依然として高く、環境配慮型商品の受注量は前年を上回っている。                                                                                                                                    |                                                |
|       | 電気機械器具製造業（宣伝担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・AV関連商品をはじめ、荷動きは依然として鈍化傾向となっている。                                                                                                                                            |                                                |
|       | 輸送用機械器具製造業（経理担当）    | 受注量や販売量の動き   | ・海外向けの搬送ライン設備部品の受注は順調であるが、国内の受注は価格競争が激しく、伸び悩んでいる。                                                                                                                           |                                                |
|       | 建設業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・民間の工事では価格競争が激しくなり、厳しい受注合戦が繰り広げられている。                                                                                                                                       |                                                |
|       | 輸送業（営業所長）           | 受注量や販売量の動き   | ・年度末を過ぎれば一時的に荷物量が落ちるが、今月は例年よりも荷物が多い。                                                                                                                                        |                                                |
|       | 通信業（管理担当）           | それ以外         | ・何も変化がない。                                                                                                                                                                   |                                                |
|       | 金融業（営業担当）           | 受注価格や販売価格の動き | ・取引先をみると、受注価格が不安定であるため、利益幅を抑えた価格競争となっている。                                                                                                                                   |                                                |
|       | 広告代理店（営業担当）         | 受注量や販売量の動き   | ・新年度になったが、広告の発注に目立った動きはみられない。                                                                                                                                               |                                                |
|       | その他サービス〔自動車修理〕（経営者） | 受注量や販売量の動き   | ・ゴールデンウィークの関係で仕事が止まっている。                                                                                                                                                    |                                                |
|       | その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）   | 受注量や販売量の動き   | ・実用衣料の販売は、3、4月にかけて暖かくなると共に、堅調に推移している。ただし、前年は東日本大震災後の特需がかなり出たため、前年比でみると久しぶりにマイナスの月となっている。                                                                                    |                                                |
|       | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者） | 取引先の様子       | ・安い商品が海外から入ってきているため、当社には注文が入ってこない。                                                                                                                                          |                                                |
|       | やや悪くなっている           | 食料品製造業（経理担当） | 取引先の様子                                                                                                                                                                      | ・ゴールデンウィークに向けても慎重な動きが強く、受注量は少ない。               |
|       |                     | 繊維工業（総務担当）   | 受注価格や販売価格の動き                                                                                                                                                                | ・得意先からの値引き要請と、催事での経費負担増により、経費の売上に占める割合が上昇している。 |

|             |                             |                         |                                                                                                                                                  |                                                                                         |
|-------------|-----------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
|             | 出版・印刷・同<br>関連産業（情報<br>企画担当） | 取引先の様子                  | ・企業における見積状況が厳しくなっている。特に関<br>西の基盤である電機関係の海外輸出ではほとんど仕事<br>が発生していない。ただし、医療関係は依然として順<br>調である。特に新年度に入って、製薬メーカーの教育<br>資料の作成や、学術大会でのIT化などの需要が多<br>い。    |                                                                                         |
|             | 化学工業（管理<br>担当）              | 受注量や販売量<br>の動き          | ・電機関連などの弱電メーカー向けの販売量が減少し<br>ている。                                                                                                                 |                                                                                         |
|             | 窯業・土石製品<br>製造業（経営<br>者）     | 受注量や販売量<br>の動き          | ・受注量、販売量共に前年比で10%近く落ちている。                                                                                                                        |                                                                                         |
|             | 金属製品製造業<br>（経営者）            | 受注量や販売量<br>の動き          | ・年度始めて本格稼働していないのか、円高の影響が<br>出始めているのかは不明であるが、荷動きが停滞気味<br>である。                                                                                     |                                                                                         |
|             | 広告代理店（営<br>業担当）             | 取引先の様子                  | ・各ショッピングセンターで春夏物の販売が立ち上が<br>り、来客数は増えているが、売上増にはつながってい<br>ない。                                                                                      |                                                                                         |
| 悪く<br>なっている | 繊維工業（団体<br>職員）              | 受注量や販売量<br>の動き          | ・前月よりも受注量が激減している。                                                                                                                                |                                                                                         |
|             | 金属製品製造業<br>（営業担当）           | 受注量や販売量<br>の動き          | ・建築関連の仕事が非常に低調である。                                                                                                                               |                                                                                         |
|             | 電気機械器具製<br>造業（企画担<br>当）     | 取引先の様子                  | ・取引先の投資が赤字となり、受注の見込数量が減少<br>している。                                                                                                                |                                                                                         |
|             | 不動産業（営業<br>担当）              | 取引先の様子                  | ・神戸から企業が撤退し、会社の事務所や社宅の二<br>ーズも減ってきている。                                                                                                           |                                                                                         |
| 雇用<br>関連    | 良く<br>なっている                 | -                       | -                                                                                                                                                |                                                                                         |
|             | やや良く<br>なっている               | 人材派遣会社<br>（経営者）         | 求人数の動き                                                                                                                                           | ・ある自治体では予算削減で介護・福祉関係の人員<br>カットが進んでいたが、その反動もあり、新年度に<br>入って派遣依頼が増えている。                    |
|             |                             | 人材派遣会社<br>（営業担当）        | それ以外                                                                                                                                             | ・消費者マインドが改善している。                                                                        |
|             |                             | 人材派遣会社<br>（役員）          | 求人数の動き                                                                                                                                           | ・求人数は緩やかに増え、求職者数も増えているが、<br>優秀な人材はすぐに就業しがちで、人材の争奪戦が始<br>まっている。3か月前よりもこの傾向が鮮明になって<br>いる。 |
|             |                             | 人材派遣会社<br>（支店長）         | 求職者数の動き                                                                                                                                          | ・人材派遣業界では求人が増え始めている。特に、人<br>材紹介の依頼が多い。                                                  |
|             |                             | 新聞社〔求人広<br>告〕（管理担<br>当） | 求人数の動き                                                                                                                                           | ・当社が扱う求人広告は比較的堅調に推移しており、<br>景気はやや上向いている。                                                |
|             |                             | 職業安定所（職<br>員）           | 求人数の動き                                                                                                                                           | ・有効求人数が米国の大型金融機関の破たん直後の水<br>準まで回復している。                                                  |
|             |                             | 民間職業紹介機<br>関（大学担当）      | 採用者数の動き                                                                                                                                          | ・2013年3月卒の採用活動が始まり、今のところは前<br>年に比べて順調な様子である。景気のポイントであ<br>る、円相場と株価の動向が非常に気になる。           |
|             |                             | 学校〔大学〕<br>（就職担当）        | 求人数の動き                                                                                                                                           | ・採用担当者の来訪が増えるなど、積極的な動きが出<br>始めている。                                                      |
|             | 学校〔大学〕<br>（就職担当）            | 求人数の動き                  | ・医療技術者関連の求人については、慢性的な求職者<br>不足の傾向が続いており、順調に求人数が伸びてい<br>る。                                                                                        |                                                                                         |
| 変わらない       | 求人情報誌製作<br>会社（企画担<br>当）     | 求人数の動き                  | ・年度末の採用が落ち着き、企業では新入社員の受入<br>れが始まったため、求人数が減少している。                                                                                                 |                                                                                         |
|             | 新聞社〔求人広<br>告〕（営業担<br>当）     | 求人数の動き                  | ・新聞の求人広告量からみると、状態は変わっていな<br>い。                                                                                                                   |                                                                                         |
|             | 新聞社〔求人広<br>告〕（担当者）          | それ以外                    | ・新聞広告の推移をみると、前年を上回っている。年<br>度末の駆け込みの動きと比べても、前年比は102%の<br>ままで推移している。                                                                              |                                                                                         |
|             | 新聞社〔求人広<br>告〕（営業担<br>当）     | 採用者数の動き                 | ・求人の全体募集数は各業種で低迷し、新卒採用の募<br>集数も増えていない状況が続いている。                                                                                                   |                                                                                         |
|             | 職業安定所（職<br>員）               | 求職者数の動き                 | ・管内の複数企業による大規模な雇用調整の影響もあ<br>り、求職者数は増加している。一方、新規求人数は<br>サービス業を中心に大幅に増加しているが、企業の採<br>用意欲はさほど高くなく、充足数は横ばいである。ま<br>た、特に職種による雇用のミスマッチが拡大している<br>感がある。 |                                                                                         |

|           |               |         |                                                             |
|-----------|---------------|---------|-------------------------------------------------------------|
|           | 職業安定所（職員）     | 求職者数の動き | ・例年どおり3月末で退職した人は多いが、今年は5月が近づいても新規登録者数が減ってこないなど、雇用情勢が不安定である。 |
|           | 職業安定所（職員）     | 求人数の動き  | ・新規求人数が減少傾向にある。                                             |
|           | 民間職業紹介機関（支社長） | 求人数の動き  | ・関西経済のけん引役である電機、電子部品メーカーの業績不振により、関連企業も採用を絞り込んでいる。           |
| やや悪くなっている | -             | -       | -                                                           |
| 悪くなっている   | -             | -       | -                                                           |