

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 (近畿)	良く なっている やや良く なっている	通信会社（社員）	販売量の動き	・4月以降、5、6月と加入申込件数が好調に増えている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・高級時計やブランド宝飾品、工芸品など、お金で持っているよりも、以前から手に入れたかった商品を買ったり、家族や孫への贈り物にしたりと、景気が上向いてきている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・少ないながらも、少しずつ確実に売れ始めている。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・エコカー補助金の効果により、客の動きが活発になっている。
		一般レストラン（店員）	競争相手の様子	・近隣に競合店が開店し、大きな落ち込みが予想されたが、昨年を上回る売上目標は達成されている。
		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	・海外からの観光客に回復がみられるほか、1年前よりは集客にやや底上げがみられる。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・当社で分譲中の大型新築マンション2物件については、モデルルームへの新規来場数が毎週100組と盛況な状況である。
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・当商店街では、客の来店頻度がここ2か月は少し減少しているようにみられ、客足の引きも早い。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・夏のセール開始が早目のため、月後半の週末は人出も多く、売上も良かった。ただし、月半ばの落ち込みがひどく、なかなか前年の売上に届かない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	単価の動き	・来客数は変わらないが、高額の時計が少し売れたほか、比較的高額の修理があったため、売上は良かった。ただし、高額の時計は3年越しでやっと決まった状態なので、景気が良くなったという感じではない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・客の様子に良い感じはないが、東日本大震災の余波を受けていた昨年よりは、当然良くなっている。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	来客数の動き	・6月のイベントとしては父の日があり、1年でステーキがよく動く日といわれているが、ここ数年来、販売量は減少傾向である。このイベントでは消費は確かに伸びているが、その前後は通常よりも悪い動きとなる。今月は最近の消費の強弱が顕著に出た月で、更にはいえばゴールデンウィークと夏休みに挟まれた雨の多い月として、弱い動きになっている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	単価の動き	・単価の安い商品が販売の中心となっており、売上は落ち着いている。
一般小売店〔野菜〕（店長）		販売量の動き	・本当に物が売れなくなっている。	
一般小売店〔菓子〕（営業担当）		販売量の動き	・今月も前月と同じ横ばいの状況である。昨年と比べれば激しい落ち込みはないが、販売量の動きがまだまだ良い状況ではない。	
百貨店（売場主任）		販売量の動き	・5月に続き婦人ファッションが堅調であり、食料品も持ち直し傾向にある。ただし、台風の影響に伴う早期閉店が大きく影響し、販売量が前年を下回る結果になっている。	
百貨店（売場主任）		来客数の動き	・国内の景気が良くない状況や消費税の増税問題など、景気や経済状況が不透明ななか、まだまだ不安定要素が多い。東日本大震災、原子力発電所の問題もはっきりと解決せず、政府よりも民間や国民に任せられたことが多い。	
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・前年よりも雨が多いということで、入店数が前年比で3%ぐらい落ちており、客1人当たりの買上額も落ちている。		
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・当月は目標達成が厳しい状況にある。節電を意識したクールビズ関連の商品の展開強化を図っているが、昨年のヒットアイテムは勢いがなく、新たなアイテムも見当たらない状況である。目新しく、話題性のある商品に対する客の関心は高いものの、ヒットアイテムの持続性が以前に比べて短いようである。		
百貨店（企画担当）	それ以外	・空梅雨だった前年の6月に比べると、雨の日が増加している。さらに、台風の通過など、天候による来客数の減少で売上不振が続いている。		

百貨店（企画担当）	お客様の様子	・夏のクリアランスセールスタート日が、店やブランドによってばらつくことになり、セール商戦が盛り上がり欠けた動きとなっている。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・梅雨入りということもあり、本格的な夏物シーズンになってきたが、衣料品の販売量の動きが芳しくない状態が続いている。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は、台風接近による閉店時間の繰り上げや、雨の日の来客数減少により苦戦している。ただし、早期お中元ギフトやクリアランスセール実施時期の前倒し効果により、ほぼ前年実績はクリアできそうである。
百貨店（販促担当）	来客数の動き	・来客数の前年割れ傾向が続き、梅雨の影響で盛夏商材の動きも鈍い。購買率も低下しており、消費に消極的な傾向である。一部セール時期がずれ込んだため、下旬の動きも鈍い。
スーパー（店長）	来客数の動き	・恒常的に来客数の減少が続いており、厳しい状況である。食料品は持ち直している一方、前年との気温差もあるが、衣料品、住居関連が苦戦している。
スーパー（開発担当）	販売量の動き	・販売量は前年のデータや前月のデータと比べてもそんな色ない。
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子をみていると、ポイントが何倍やお買い得シールの配布がある時間などに来店が集中し、少しでも安く買物をしようという動きが多くみられる。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・以前と同じで、節電などの対策でクールビズ商品は堅調だが、主力の食料品は販売目標の未達が続いている。
スーパー（社員）	販売量の動き	・1年ほど続いた商品単価の下落には歯止めが掛かったものの、上昇する気配はなく、低いまま推移している。その中で、一度の買物で多くの数量を買う客が目立つようになっている。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・競合店に挟まれて客が分散し、売上が落ち込んでいる。
乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・単価の低下に歯止めが掛からない。現状を維持するのが精一杯である。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売目標は80%しか達成できなかったが、整備工場の方は、ほぼ目標を達成している。
その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・欧州の通貨やいろいろな面での不安定要因が、株価や為替レートといった経済に大きく影響している。政治の状況もまだまだ不安定であるため、どうしても客からみた場合に、宝石や貴金属を購入する要因は見当たらない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・今は梅雨で非常に湿度が高い状況にあり、除湿関係の商品や、熱中症を意識したスポーツドリンク、殺虫剤、虫除けなどの商品の動きが少し良くなっている。その影響で、平均買上点数が前月と比べて0.3個ほど増えている。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・本来の宝飾品よりも、宝石を部分的に使用した健康グッズが注目される傾向にある。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・台風などの天候不順の影響で、来客数が極端に少ない日もあれば、翌日は盛り返すなど、波のある月である。
一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・前年は東日本大震災の影響もあってあまり参考にならないが、2年前とほぼ同等である。
観光型ホテル（経営者）	単価の動き	・6月は5月よりも稼働率は上がったものの、単価は下がっており収益的には厳しいものとなっている。今までの稼働率を維持しようとすれば、単価を下げざるを得ない状況が続いている。
観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・3、4月と回復の兆しが見えたが、5月以降、来客数は前年比で90%前後となっている。
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・宿泊部門はビジネス需要が主となる時期であり、前月から引き続き活発な動きを期待したが、予想外に鈍い。レストランも高額店舗からバイキングレストランまで、全般的に来客数の減少が目立つ。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・相変わらず海外旅行は、前年、2年前を超える動きが続いている。国内旅行も伸びはないものの、ほぼ横ばいを保っている。東日本大震災以降は旅行需要に決定的なダメージを与える事件もなく、旅行は平和産業であると改めて感じる。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・夏の節電ムードが消費マインドを低下させている。

	タクシー運転手	お客様の様子	・今月は月初から気候変動が不順なこともあって、一般客の乗車機会が大きく増加し、営業収入が増えた。ただし、企業関係からのハイヤー予約などはむしろ減少傾向であり、全体として景気が良くなったとの実感は薄い。
	タクシー運転手	来客数の動き	・終電の時間になっても、平日はあまり乗客の数は増えない。ただし、週末はかなり動きがある。
	タクシー運転手	競争相手の様子	・6月は株主総会の時期でもあり、各企業の業績不振が顕著に表れているため、全体的に自粛ムードとなっている。
	通信会社（経営者）	お客様の様子	・客の販売状況には、特に変化がない。
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・今後、関西地区についても計画停電が実際に行われれば、施設の構造上、その日は営業をするのが非常に難しくなる。客にしても、そのような時期にわざわざ出かけることは考えにくいので、営業上の厳しさを感じる。
	パチンコ店（店員）	来客数の動き	・イベント時期だが、売上が伸びていない。
	競艇場（職員）	単価の動き	・単価の動きについては、3月の単価が20,300円、6月の単価が20,700円とわずかに上がっているが、全体的には変わらない。
	その他レジャー施設 [イベントホール]（職員）	お客様の様子	・イベントの開催日数が平日を中心に減少傾向にあるが、入場者数は全体的には減っていないように思われる。また、イベントの入場券などの売行きも、以前と変わりはない。
	美容室（店長）	来客数の動き	・今月は特にトピックスもないため、例年どおり売上は非常に鈍い動きとなっている。
	その他サービス [学習塾]（経営者）	来客数の動き	・例年と同じく、中学校に上がった生徒などを中心に、生徒数は少し減少気味となっている。
	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	・今月はCD、DVD販売が前年比で悪いため、書籍、レンタル、リサイクルを頑張ったが、全体的な収益を圧迫している。
	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・政局が定まらないほか、消費税の動向を含めた先行きの不透明感から、市場では売却物件の情報が極端に少なくなっており、これが全体の活気を鈍らせている。
	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・各種補助金の終了、減額をはじめ、先行き不安による買い控えが目立ち始めている。
	その他住宅投資の動向を把握できる者 [不動産仲介]（経営者）	お客様の様子	・契約件数は横ばいだと思うし、金融機関の融資姿勢もあまり変わらない。
	その他住宅 [展示場]（従業員）	お客様の様子	・住宅展示場の来場組数は前年比で伸びているが、それは来場の景品やイベント経費を増やした結果であり、お金のかからないレジャーランドに来ている感覚である。
	その他住宅 [情報誌]（編集者）	お客様の様子	・新築マンションのモデルルームへの来場者は、前年比では増加しているものの、一部の割安感のある物件や、希少性のある物件に集中する傾向が続き、全体的な好調感が広がっているわけではない。足元では施工費の上昇により、徐々に価格上昇のトレンドに入ってきている。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・天候不順により野菜や魚などが不足しており、肉も大変売上が落ちている。商店街への客の流入がかなり少ないほか、物価も全体的に上昇している。
	一般小売店 [食料品]（管理担当）	販売量の動き	・例年に比べて今年はあまり忙しくない。さらに、薄利多売で利益が出ていない。
	一般小売店 [鮮魚]（営業担当）	単価の動き	・3か月前に比べて売上が90%となっている。

一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	販売量の動き	・今年6月現在と3月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均でみると、関西は6月が92.9%で、3月が94.9%、関東は6月が95.5%で、3月が126.7%、中国は6月が114.2%で、3月が101.2%、中部は6月が94.1%で、3月が99.9%となり、各地区合計の平均は6月が96.3%で、3月は102.5%となっている。6月に入り、お中元商戦が始まったが、関西、関東、中部と大都市圏の出足が悪く、見通しも悪い。
一般小売店〔花〕（店長）	お客様の様子	・販売数量、来客数共に減少している。メディアで報道を聞くたびに不景気が加速する。
百貨店（婦人服）	販売量の動き	・一進一退の流れが、台風4号の直撃による大ブレーキで急激に悪化した。その上、衣料品部門は、夏物の値下げを遅らせるブランドがあるため、セールスタートが分散化している。
百貨店（売場マネージャー）	それ以外	・政治の不安定が消費に直結している。特に、ミセスやヤングを除くメンズなどは影響が大きいと感じている。ただし、クールビズなどの課題対応型の商材はまだましである。
百貨店（外商担当）	単価の動き	・5月の連休明けの中旬以降、宝飾や美術品といった高額品の動きが悪くなっている。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・前年に売上をけん引した冷感寝具やステテコなどのクール商材の動きが、天候の影響もあり芳しくない。また、金製品をはじめとした高額品についても、今後の株価などの動きの様子見もあり、活発とはいえない。生活雑貨についても、商品の動きはある程度活発であるが、客単価の低下傾向が止まらない。
スーパー（経営者）	競争相手の様子	・競合店が多く、競争が激しい地域である。物価は上がっているはずなのに、店によってはチラシや特売売価が下がってきている。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・今月は台風の影響を大きく受け、来客数が落ち込んだ。また、同業者も苦しいのか、チラシの件数が増えており、特売合戦の様相となっている。生育状況もあるが、果物の売行きが悪いほか、不要不急の商品ということで、お菓子の販売量も4月以降落ちてきている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・前年の地上デジタル放送への移行や、エコポイント制度の反動によるマイナス、今年の低気温、消費増税問題などの要因により、客の購買意欲が大きく低下する傾向にある。
スーパー（店長）	単価の動き	・前年に東日本大震災後の需要が伸びた反動で、前年を基準にすると厳しい状況が前月から続いている。
スーパー（店長）	お客様の様子	・消費税の増税に伴う政治の混迷、原子力発電所の稼働や節電、計画停電の話題、豪雨や竜巻などの不安定な天候もあり、客の購買意欲は極めて低くなっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・母の日の時には伸びていたギフト点数が、父の日では前年より5%程度ダウンしている。同時に店頭の上も同程度ダウンしている。
スーパー（企画担当）	来客数の動き	・毎月計ったように、来客数は前年比で96%前後の推移である。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・天候不順や台風の影響もあるが、売上は芳しくない。前年の特需の反動とみていたが、ほぼその影響がなくなった直近の状況でも、やや消費が下振れ傾向に向かっている。
スーパー（広報担当）	来客数の動き	・5月中旬以降、来客数の減少傾向が続いている。前年に地上デジタル放送関連で特需があったテレビ、DVDレコーダーの落ち込みに加え、気温があまり上がらず、衣食住共に夏物商材の動きが鈍い。電力不足問題に伴い、節電関連商品の打ち出しを強化しているが、消費者の反応は今一つ盛り上がりには欠ける。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は前年と変わっていないが、チケットなどの娯楽関係などの悪化で売上が7%ほど減少している。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・値引き販売が常態化してしまっており、販売量は一時的に増加するものの、客単価下降の影響の方が大きく出ている。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・近隣の弁当屋の開店や、競合店の改装などのマイナス面に加え、たばこの販売量が徐々に減ってきている。たばこを吸う人たちにとっては、吸える場所が限定される傾向にあるほか、価格が上がったということでもたばこをやめる動機になっている。

コンビニ（広告担当）	単価の動き	・3か月前と比べると、やや悪い傾向にある。天候要因もあるが、来客数よりも客単価の伸びが低い。やはり、消費者心理が買い控え傾向になってきている。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が落ちている。原因として考えられるのは、節電対策が一番である。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・6月はセール前なので、安くなる商品を客は待っており、単価の安い物しか売れない。
衣料品専門店（営業・販売担当）	販売量の動き	・予想はしていたが、夏物スーツ、ネクタイが売れない。
家電量販店（経営者）	販売量の動き	・省エネ家電や太陽光発電設備の販売量が増加している。
家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・例年であれば景気が季節的な要因で上向くが、6月下旬でもまだ暑くなっていないため、売上が上がってきていない。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・自動車販売では、エコカー補助金も7月中旬で終わるとの観測から、少し引き合いが少なくなっている。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・毎日のニュースをみても世の中が暗過ぎる。今月に入っても明るいニュースはなく、人の動きがほとんどない。不動産も動かないなど、大きなお金が動かなくなっている。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・受注量がやや低迷している。エコカー補助金の金額に対する期待感が大き過ぎるためか、いまいち盛り上がり欠けている感がある。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・春の売上が期待できるシーズンがあまり芳しくないほか、上昇する兆しもなく、伸び悩んだままである。消費者の経済活動が鈍化している雰囲気を感じる。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・昼の営業では来客数が増えたものの、夜間の来客が減っている。家族で外食を控えているのか、特に家族客が減ったため、客単価が落ちている。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・大規模商業施設の開業効果が一巡して来客数が回復すると予想していたが、思うほど伸びないばかりか、逆に低下傾向がみられ始めている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・昨年の台風被害などの復興やインフラの回復が進み、良くなっているように見えるが、日帰り温泉の利用客は落ち込みが続いている。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・来客数については、日帰り客は平年並みだが、宿泊客の減少が大きい。先行きの不透明感で、お金を使う雰囲気がないような感じがする。特に、年配女性の利用が減っている。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・原子力発電所の問題による関西地区の計画停電のほか、省エネ対策、消費税の増税問題などで、景気浮揚の兆しはみられない。個人消費はますます落ち込む傾向になりつつある。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・前年は東日本大震災の影響が大きく、比較できないが、2年前と対比して大幅に売上が落ちている。宿泊も市場自体が冷え込んでいるため、単価が下がったまままで推移している。企業の採用関連の学生向け説明会もやや上向きとはいえ、ITやゲーム関連など限られた業種のみで、従来は活発に開催していた製薬や工作機械製造業などは皆無となっている。食堂も高単価商品の売上が悪く、収支の悪化を招いている。
都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・ビジネス客の取り込みを中心とした販売も、客の料金への反応は敏感であり、売上を維持するためには販売価格を落とさざるを得ない。
都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・出張による宿泊客の減少が主因であるが、客室稼働率が月を追うごとに低下している。また、比較的低価格のレストランへの来客数も減少し始めた。ただし、高単価レストランは、依然として好調を保っている。
旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・夏休みの旅行は、3か月前は海外旅行が好調で、国内旅行は前年並みであったが、海外旅行の受注が落ち着き、国内旅行も前年を下回ってきた。客からは、ボーナスが思ったよりも出なかったという声が多く、消費を抑える傾向にある。
タクシー運転手	お客様の様子	・観光客の動きもどん底状態で悪い。
通信会社（企画担当）	お客様の様子	・関西の空洞化の動きが具体的になっている。
競輪場（職員）	単価の動き	・3か月前の購買単価は9,872円で、今月の購買単価は9,407円であったため、やや悪くなっている。

		美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数が減っている。ほかの店に行っているわけでもなく、ただサイクルが延びている。
		美容室（店員）	お客様の様子	・いつもよりもカード払いが多かったように感じられる。
悪く なっている		一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・月を追うごとに売上が下がっており、夏物衣料が売れない。消費者は必要な物だけしか買わず、いわゆる衝動買いというものがなくなってきているように感じる。
		百貨店（店長）	来客数の動き	・近隣の駅周辺での人口の高齢化に加え、消費増税などの政局不安により、マイナスの意識が働いていると感じる。
		スーパー（企画）	お客様の様子	・梅雨に入ってから気温も上がらず、また前年は既に夏が多くあったことから、夏物商材の動きが悪い。ドリンクやそうめん、冷めんなどの涼感商品関連も動きが悪く、更に家電商品が今年の地上デジタル放送移行前の駆け込み需要の反動で、大きくマイナスとなっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・営業努力が至らなかった点もあるが、宣伝や広告の失敗が大きな要因である。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・暇な状態が続いていて、団体客が少なくなっている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・とても悪い。いろいろな仕掛けをしても、価格を落としても客が動かない。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・来客数も減り、販売量が下がっている。通信会社のキャンペーンが始まって、なお販売の動きは鈍い。
		住宅販売会社（従業員）	それ以外	・増税問題、欧州の信用不安など、国内外に不安材料が多く、企業の経済活動は停滞気味である。
	企業 動向 関連 (近畿)	良く なっている	-	-
やや良く なっている		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・6月は上半期決算もあり、各企業の販売量の動きが目立つ。6月から節電対策に伴い、各企業が蛍光灯、空調機の使用をやや控えめにしており、飲料水の販売が伸びている。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・連休明けに比べると荷動きも少しは戻ってきたが、まだまだ前年に比べると1割以上悪い。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・マスコミの報道では中国も含めて悪い数字ばかりであるが、各社共に何かしなければと活動は活発である。円高にも慣れて、78円であれば75円台よりもましだと、少し鈍感になってきている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・見積りや問い合わせの件数は増えている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先では、得意先からの受注が徐々に増加傾向にある。発注単価はまだまだ厳しいが、傾向としては改善してきている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・5月までは売上も上向きになっており、前年比で120%を超えてきていたが、今月になって少し鈍ってきている。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・取引先の地下街のショッピングセンターでは、夏物のメンズカジュアルがクールビズの影響で活況である。
		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、若干来客数や受注量の増加がみられる。ただし、ほぼ例年どおりで推移しており、回復傾向は感じるが、楽観視できる状態ではない。
変わらない		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・受注量が季節要因以上に減少している感がある。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・販売数量がほぼ3か月前と同じである。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・工事関連や企画物の受注が増えている。セット部品としての注文で、継続的な案件ではないため評価の対象外だが、下支えにはなっている。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・大型物件の納入はほぼ終わったが、新規の大型物件の受注が決まっていない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の顧客は原子力発電関連の分野が多いが、原子力発電以外に展開する必要がある。この観点から、新しい市場を求めて設備改造の投資が活発化している。このような状況の下、景気全体は好調とはいえないが、業況は横ばいといえる。
		一般機械器具製造業（設計担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は、増えもせず減りもせずといった状況である。ただし、値引き要求が少々増えてきているのが気掛かりである。

	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・メーカーの動きも一段落したような感じである。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・夏物の省エネ家電は盛況のようだが、それ以外は価格競争が激しく、状況的には厳しい。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・空調関連などの白物家電は好調な推移をみせているものの、デジタル家電の落ち込みは依然激しい状況となっている。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークごろから、仕事が入ってこない。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・国内景気の回復が思うように進展していない。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大型のM & A 案件に伴う土壌汚染調査の依頼や、小口の不動産会社からの土壌汚染調査に対する問い合わせが続いている。また、太陽光発電についても、再生可能エネルギーの固定価格買取制度の決定に伴って、引き合いが増えている。
	建設業（経営者）	取引先の様子	・長引く景気低迷で民間設備投資に活気がない。公共工事関連も発注量が低迷している。
	輸送業（営業所長）	取引先の様子	・輸入貨物の取扱、精密機械の配送が微減している。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・購読数は増えもせず、減りもせず、折込収入もあまり変化はない。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・クライアントの食品スーパーの売上は、相変わらず前年同月比で95%台である。ほかの業種も前年と同程度の売上が続いている。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・賃貸管理業では、居住系の賃貸仲介は昨年よりも良いように思われるが、管理の受注については受注額、量共に変化がなく、あまり良くない。
やや悪くなっている	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で昨年はその仮需要もあり、少しは上向きになったかと思っていたが、1年が過ぎて平年並みに戻ったかと思えば、ここ数年の動きと同じく徐々に売上が落ちてきている。例えば、特売の回数は変わっていないが、1回当たりの発注数が減ってきている。末端での動きが良くないため、得意先が発注数量を減らしてきている。
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・得意先の販売形態は、催事型が主になっている。必然的に社員が出向いて行き、一緒に販売をすることがほとんどで、客に直接商品の説明はできるものの、出張経費などがかさむ結果となる。販売も当社の持ち込む商品よりも得意先の在庫が優先となり、販売数は減少している。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	取引先の様子	・製紙メーカーが大幅な減産をしている一方、流通在庫が増えている。
	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	受注量や販売量の動き	・政庁も混んとするなか、各企業では新年度の会社概要や株主総会用のアニュアルレポート作成の季節となっている。大企業では株主が外国の投資家用に海外向けパンフレットのグレードに気を遣っている一方、インターネットでの表現にも気を配って充実させている。このような特殊な情報物を作成できるノウハウを持っている企業こそが生き残っていける。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・円高の影響で輸入品が激増し、市況価格が下がっている。日本製では国際競争ができない状況である。
	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今月に入り荷動きが急に悪くなっている。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、売上共に減少している。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・テレビスポットCMが、年度初めよりも動きが悪くなってきている。
	司法書士	受注量や販売量の動き	・今まで事件数の少ない状態が続いているが、今月は特に不動産登記が少なくなっている。

	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	・5月のゴールデンウィークまでは、西日本の主要駅構内における店舗も軒並み好調に推移していたが、それ以降は反動もあって低調に推移している。内訳としては、物販店舗は壊滅的で、飲食店舗はほぼ計画どおりとなっている。ここ数か月の傾向としては、金曜日の売上を木曜日が上回る傾向が続いており、飲食店舗でも金曜日と同等以上に木曜日の予約が入っている。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・一般的に、円高で国内で買うよりも商品が買やすくなっているほか、品質も良くなっているので、取引先は国内製品よりも海外製品を購入する。
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・昨年は、日用品では東日本大震災の特需や、東京電力管内での節電による動き、6月の暑さなどから、非常に好調な販売戦線を維持していた。今年は、東日本大震災の特需のはく落、気温の低位安定などから、店頭は非常に静かとなっている。
	悪くなっている	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き
		不動産業（営業担当）	取引先の様子
			・現製品の販売数を拡大することができず、新製品の開発もできない状況で、経営は圧迫されている。
			・円高により日本から製造業が海外へ出て行っている。そういった影響が神戸にもみられ、神戸から事業所が撤退して、海外や神戸以外の場所に移る動きが加速している。
雇用関連	良くなっている	-	-
(近畿)	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き
		職業安定所（職員）	求人数の動き
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き
		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き
		学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子
			・先月と同様に、9月までの上半期は予想どおりの動きであるが、10月以降になると不透明感が漂っている。ただし、例年は3か月の派遣期間が多いなか、今年は6か月や年度末までの依頼が増える傾向がある。
			・派遣求人数は前年比で30%程度の増加を示している。これは、改正労働者派遣法案の懸念箇所が大幅に修正されて成立したほか、東日本大震災の復興景気の開始、円高の一服などが要因であり、春先からの漸増傾向が維持されている。
			・紹介予定派遣や人材紹介案件が多くなり、企業に余裕が出てきたように感じる。
			・新聞の求人広告の量からみれば、ほんの少しずつではあるが、上向いてきている。
			・新規求人数は前年同月比で50%以上の増加となっている。前月まで顕著に増加していた観光関連産業からの求人については、伸びが急激に鈍化した。製造業や建設業、運送業など幅広い産業において増加している。東日本大震災の復興需要により業績が好調であるとの声も多いことから、新規求人の増加の一因であると考えられる。
			・建設部門が中心の日雇求人の一部に、昨年を上回る指標が出ている。1日単位の雇用である日々雇いは昨年比でも減ったままだが、労働者数確保のためか、一定期間宿舎に入れる期間雇用では増加に転じている。
			・前年同時期に比べ、学生の内定獲得数が増えてきている。
			・米国の大型金融機関の破たんや東日本大震災の影響で、企業は雇用を抑制していたが、活発化してきたように感じられる。大学への求人企業数は前年同期比で20%前後増えており、景気回復に向かいつつあると期待できる。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	それ以外
		求人情報誌制作会社（企画担当）	求人数の動き
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外
			・求職者の動きは活発になっており、求人も紹介予定派遣など、直接雇用分が来ているが、景気の押し上げを感じるほどではない。求人は中小企業が中心であり、経済全体に及ぼす影響は少ない。
			・求人数は前年比25%増で推移している。
			・求人数の動きは、最近は一定の水準で推移しており、安定している。
			・新聞広告の推移をみると、3か月前と比べてもあまり変わらない。特に、大阪の地場産業からの出稿にほとんど変化はない。

	新聞社 [求人広告] (営業担当)	求人数の動き	・ 求人の動きがみえにくくなっている気がする。 新聞や雑誌、チラシ、インターネットの表面上の動きには、大きな変化はないが、水面下ではこれから先の採用の動きが始まっているような気もする。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・ 新規求人数の動きについては、建設業や卸売、小売業からの求人が前年同月比で増加している。
	民間職業紹介機関 (大学担当)	採用者数の動き	・ 前年に比べて新卒内定率はアップしているが、前年は東日本大震災による影響があり、参考にならない。一方、2年前と比較すると、今月になってようやく上回っている。
	民間職業紹介機関 (支社長)	求人数の動き	・ 求人数、合格率などは横ばい状態が続いている。
	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・ 医療系大学の場合、採用のある業界は慢性的な人手不足の状況にあるため、求人は例年と変わらないが、採用人数は少し減少気味である。
やや悪くなっている	-	-	-
悪くなっている	-	-	-