

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	良く なっている	スーパー（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災や原子力発電所の事故により、被災地や関東方面の知人に送る加工食品や紙類、水への需要が急増している。また、メーカーの生産能力不足が報じられたことで備蓄需要も高まっている。ただし、生鮮品や惣菜などの動きは緩慢であり、あくまでも仮需要にとどまる。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・東北太平洋沖地震の約1週間後から人出が多くなっている。特に週末は大変な人出で、売上も前年を上回っている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・1品単価は物価全体の変動に左右されているが、来客数は回復傾向にあるなど、やや良くなりつつある。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災で、水、即席めんを被災地へ送る動きが増え、販売量が通常よりも伸びている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災で関西へ一時的に避難してくる人がいるほか、会議を関西で開く企業も増えている。それに伴い、近隣のホテルでは軒並み満室に近い状態が続いており、当店への来客数も増えている。
		コンビニ（広告担当）	来客数の動き	・関西では前年からの景気停滞から徐々に良くなってきている感がある。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・店舗当たりの来客数は1月は32.4人、2月は47.8人、3月は52.9人と増加し、販売台数も31.2台と前年の27.8台よりも増えている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・週末のみならず、平日の来客数の増加が顕著になっている。
		一般レストラン（店員）	来客数の動き	・前月と同様に来客数が伸びている。
		タクシー運転手	販売量の動き	・東日本大震災によって東京から神戸の方に避難してくる人が多く、ホテルの稼働率も上昇している感がある。
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は11,907円と、3か月前の11,421円よりも上がっている。ただし、東日本大震災の影響で、今月中旬から開催を中止しており、月全体の数字ではない。
	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・客の購買意欲が上昇している感がある。	
	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響で、大阪の空きオフィスや賃貸住宅への問い合わせが急激に増えており、東京一極集中からの分散の動きが出始めている。	
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・春商戦に力を入れている最中に東日本大震災が発生し、市場が急激に冷え込んでいる。
一般小売店〔時計〕（経営者）		販売量の動き	・月前半に少し良い動きが続いたため期待したが、東日本大震災により動きが止まっている。仕方がないものの、卒業や入学に向けてのにぎやかさや華やかさが全く感じられない。	
一般小売店〔事務用品〕（経営者）		販売量の動き	・年度末は普段であれば商談、販売共に最高の動きとなるが、今年は特に悪い結果となりつつある。東日本大震災の影響もあり、紙製品などでは出荷がストップするなど、全体として厳しい状況が続いている。	
一般小売店〔衣服〕（経営者）		来客数の動き	・冬物衣料から春物に変わるこの時期は、毎年催しが行われるが、今年の売上は芳しくない。	
一般小売店〔野菜〕（店長）		お客様の様子	・全体的に景気が上向いていない上に、東日本大震災によって更なるダメージを受けている。	
百貨店（売場主任）		来客数の動き	・今月初旬にリニューアルオープンし、衣料品、食料品の売上が順調に伸びている。東日本大震災後は各種イベントを自粛した影響もあり、売上は前年を下回っているが、19～21日の3連休は来客数が前年比で2けた増となるなど、高額品を除けば順調に回復してきている。	
百貨店（営業担当）		お客様の様子	・東日本大震災の後は全体的に低迷しているが、富裕客の間で高額な美術品やブランド品などを買う客が急増したため、高額品の売行きが良くなっている。	
スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数は前年比で大きな変化はないが、東日本大震災による特需として、水や即席めん、缶詰、乾電池、懐中電灯などの防災関連商品が飛び抜けた動きとなっている。その反面、震災後の気温低下もあり、衣料品、家電製品といったし好品の動きが鈍い。		

スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、震災関連の商品はよく動いているが、既に多くの欠品が出ている。また、客単価は若干上昇しているものの、来客数の減少は依然として続いている。食品、生活用品はよく動いているものの、気温が低いため衣料品の動きが鈍い。	
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・来客数が前年比92%、売上90%と、ここ数か月はあまり変化がない。	
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・直近は東日本大震災の影響が大きい。物流の混乱や備蓄需要、原子力発電所の事故による買い控えや買いだめなど、プラスとマイナスが交錯しており、方向性は判断しにくい。売上全体としては増加傾向で推移している。	
スーパー（広報担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、加工食品や日用雑貨の買いだめによる特需が発生したが、その動きも落ち着きつつある。その一方、商品調達が一部で困難になっており、販促などに支障が出ているほか、消費の自粛ムードでファッション関連は売上が落ち込んでいる。また、今月末でエコポイント制度が終了となるが、盛り上がりには欠けており、前年の実績には及ばない。	
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子をみていると、広告に出た目玉商品は朝から走って買い回る様子がみられる。ただし、それ以外の商品は買わず、目玉商品だけを買う傾向が強まっている。	
スーパー（社員）	来客数の動き	・客の低価格志向がやや弱まったほか、前年後半からの仕入原価の上昇もあり、商品価格は堅調に推移している。ただし、近隣に競合店がオープンした店舗を中心に、来客数は年始以降やや減少傾向が続いている。	
コンビニ（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響も若干あり、商品の売行きに偏りはあるものの、今月は普段と変わらない状況となっている。	
コンビニ（店員）	単価の動き	・パンや弁当はよく売れたものの、単価はそれほど伸びていない。	
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・東日本大震災によって客の買物姿勢が慎重になっている。	
その他専門店〔宝石〕（経営者）	来客数の動き	・ようやく売上が上向きかけた矢先に東日本大震災が発生し、客の消費マインドが元に戻ってしまった感がある。	
その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・商品の物流に不安はあるが、販売量に変化はみられない。	
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・歓送迎会の予約は多いが、予算が少ないため、団体客の予約については客単価の低下が目立っている。	
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災後は客単価が大きく下がったほか、物流の問題で商品の未入荷や原材料の納品遅れなどが発生しているが、来客数に大きな変化はみられない。	
通信会社（経営者）	販売量の動き	・携帯電話では、年度末の新入学生向けのキャンペーンが功を奏している。	
通信会社（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響がどこまで出てくるかわからず、不安な状況となっている。	
パチンコ店（店員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響か、来店してものんびりと過ごす客は少ない感がある。	
住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・購入意欲のある客が増えてきたことで、住宅の成約件数は少し上向いてきている。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・東日本大震災の影響で購入商品に偏りが出ているほか、消費の節約ムードが強まっている。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・東日本大震災による影響をまともに受けている。卸売ではホテルの宴会キャンセルで受注が減少し、小売ではアジアからの観光客の来客がほとんど見込めない状態である。
	一般小売店〔菓子〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災によって来客数の減少といった影響が出ている。
	一般小売店〔花〕（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、客の間にはかなりの不安がある。
	一般小売店〔自転車〕（店長）	お客様の様子	・自転車の修理や購入の際、客からお金の持ち合わせがないとの声がよく聞かれるほか、売れる商品は安い物が中心となっている。仕入価格が上がっているのに対し、販売価格を上げられないという困った状態である。

一般小売店〔菓子〕（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で岩手県と宮城県の工場が被害を受け、商品の欠品状態が続いている。売上の低迷に追い打ちをかける形となり、非常に厳しい状況である。
一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	来客数の動き	・例年3月は卒業旅行などで若年層の動きが活発になるが、今年は全く感じられない。
百貨店（売場主任）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で厳しくなっている。食料品には影響が少ないものの、販売量は全体的に5%ほど減少している。
百貨店（売場主任）	来客数の動き	・東日本大震災をきっかけに、来客数の激減や買い控えなど、消費マインドが大きく低下している。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で客の消費マインドが冷え込んでいる。特にファッション関連商品はぜいたく品で、不要不急との見方が強いので、来客数や購買数量の減少、購買単価の低下につながっている。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・来客数は増えているものの、売上が伸びていない。東日本大震災の影響で、客の間では買い控えが進んでいる。また、春物商戦で予定していたイベントがすべて自粛となるなど、悪循環が続いている。気温が低いことも不調の原因の一つとなっている。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・リニューアルオープンで今月初旬は特別提供品を中心に受注が前年を上回ったが、東日本大震災以降は衣料品を中心に買い控えが目立ち、受注減となっている。
百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月中旬のホワイトデー商戦までは前年とほぼ同じ状況で推移していたが、東日本大震災後は来客数が前年比で約5%減となり、売上也大変苦戦している。一方、防災商品の水や乾電池などはすぐに売り切れ、被災地への募金も大変順調に集まっている。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・東日本大震災の発生前は前年実績を堅調にクリアしていたが、震災以降は売上が2けた減となっている。ただし、日を追うごとに少しずつ復調の動きも出始めている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・例年3月は入学や進学でお金が必要な時期であり、元々売行きは芳しくない。今年は特に、東日本大震災で客がパニックとなり、冷静さを失っているため一段と悪化している。
スーパー（店長）	お客様の様子	・消費は全体的に沈滞ムードが強く、春の行楽需要も影を潜めた感がある。さらに、気温の低下で紳士洋品関連の売上が前年比で30%の減少、婦人洋品も20%弱の減少となるなど、春物商材の売行きが不振となっている。
スーパー（企画）	お客様の様子	・東日本大震災の影響があまりに大きく、消費動向が一変している。食料品、水といったライフライン関係の商品に購入が集中し、家電製品、衣料品については節約傾向が一気に進んでいる。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・関西圏でも被災地域に友人や知人、親戚のいる人が多いので、東日本大震災の影響で商品の売行きに悪影響が出ている。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・今月初旬は、決算関係の追い風もあってそれなりに動いていたが、東日本大震災の後には客が徐々に減っている。
乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で新車の納期が全く分からず、商談に影響が出ている。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、急激にブレーキが掛かっている。
住関連専門店（店員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で4月からの新生活への準備が遅れており、例年に比べると売上が伸びていない。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、前年に比べて来客数が約2割増えている。ミルクや生理用品、紙おむつ、水、レトルト食品などがよく売れているが、決して景気が上向いた結果ではないので喜べない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響もあって、外食を控える個人客や宴会を自粛する企業が増えており、大口の予約が激減している。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、消費マインドが急速に冷え込んでいる。

その他飲食 [コーヒー ショップ] (店 長)	来客数の動き	・東日本大震災以降、近畿エリアでも来客数は2～3%減少している。	
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・今月は観光シーズンであるため期待していたが、東日本大震災の影響でキャンセルが続出している。この状態は簡単に片付くようなものではない。	
都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、東北、関東だけでなく関西の景気も低迷している。	
都市型ホテル (マネー ジャー)	来客数の動き	・首都圏からの事務所機能の移転などで宿泊の利用は増えたものの、企業や団体客のパーティの大幅な減少をカバーするには至っていない。	
タクシー運転手	お客様の様子	・市内の人出が少ないなど、東日本大震災以降は非常に悪くなっている。手を挙げてタクシーを止める客もおらず、空車が目立つ。	
タクシー会社 (経営者)	お客様の様子	・個人客の間でも相変わらず交通費の節約が続いている。また、夜の繁華街の人出は特に寂しく、特にスーツ姿の客が少ない。	
通信会社 (社 員)	お客様の様子	・東日本大震災の後は客足が2割以上落ち込んでいる。新たな消費やサービスへの申込といった動きがかなり弱い。	
通信会社 (企画 担当)	それ以外	・東日本大震災によるアミューズメント施設への影響は甚大である。	
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で来客数が大きく落ち込んでいる。	
競輪場 (職員)	来客数の動き	・来客数、購買単価共にますます低迷している。	
その他レジャー 施設 [イベント ホール] (職 員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で公演の中止や延期が増えている。景気の判断は難しいが、上向いていないことは確かである。	
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	・東日本大震災で海外からの団体客が全く来なくなっている。国内の一般個人客の動きはそれほど減少していない。	
美容室 (店長)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で客の消費マインドが低下し、予約がキャンセルとなっている。	
その他サービス [コインランド リー] (経営 者)	来客数の動き	・全店舗とも売上が前年比で約2割減となっている。東日本大震災の影響で節約志向が強まっている。	
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	・東日本大震災や原子力発電所の事故による影響で売上は大幅にダウンしている。計画停電に伴う営業時間の短縮で、首都圏の売上が減少していることも響いている。	
住宅販売会社 (経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響で、建材等の在庫が延期若しくはストップとなることが多く、新築や改装現場に大きな影響が出ている。	
住宅販売会社 (従業員)	それ以外	・東日本大震災で関西は直接被害を受けていないが、戦後最大の災害であるため企業や消費者への心理的影響は大きく、経済活動や消費行動が慎重化している。	
住宅販売会社 (総務担当)	来客数の動き	・イベントを実施すると前年並みの集客となるが、交渉を始めると価格に厳しく、契約するまでには時間が掛かる。	
その他住宅 [展 示場] (従業 員)	それ以外	・東日本大震災の影響で、関西でも住宅供給会社の事業に必要な資材がそろわなくなっている。	
悪く なっている	一般小売店 [花] (経営 者)	販売量の動き	・例年3月は卒業や送別などのイベントで売上が増加するが、今年は東日本大震災による影響か、消費の自粛傾向で売上が伸び悩んでいる。
	一般小売店 [衣 服] (経営者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、高額商品の買物をするのが悪いことのような雰囲気があるため、もう少し状況が落ち着かなければ消費につながらない。
	一般小売店 [珈 琲] (経営者)	それ以外	・東日本大震災による影響が出ている。仕入先の工場が被災し、商品の供給が停滞している。
	一般小売店 [精 肉] (管理担 当)	それ以外	・東日本大震災による直接的な影響はほとんどないが、東日本への商品の供給は依然として困難である。また、原子力発電所の事故で外国人観光客の来訪が激減している。春休みの需要期における物流の混乱は仕方がないものの、非常に厳しい状況である。

一般小売店〔家具〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の関係で、客は必要な物以外を買わなくなっている。
一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災で客の買い控えが進み、当店にも影響が出ている。
一般小売店〔花〕（店員）	来客数の動き	・東日本大震災以降、来客数が激減している。
百貨店（企画担当）	来客数の動き	・東日本大震災以降は高額品の動きが鈍化していたものの、月末の大型催事では計画を上回る受注となるなど、明るさも出始めている。ただし、店頭に来客数が2～3%減となるなど、全体としては楽観視できない。
百貨店（婦人服）	販売量の動き	・気温の上昇が遅く月初から鈍い動きであった所へ、東日本大震災が追い打ちを掛けたため、なかなか回復がみられない。
百貨店（商品担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で食品以外の売上が悪化し、売上が10%近く落ちている。関東の工場が打撃を受けたほか、東京からの物流も一時止まった。客の消費マインドが悪化し、不要な物は買わない様子がみられる。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、特に高額品の消費を自粛する気運が高まっている。実際に、店頭での美術品、宝飾品などの売上は落ちてきている。
百貨店（販促担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で必需品は動くものの、不要不急の消費は動きが鈍い。また、気温の低い日が続いているため、衣料品の動きが停滞している。
コンビニ（店長）	それ以外	・商品を求めている来店はみられるものの、東日本大震災で必要な商品が入荷できない状態となっている。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後、急に売上が落ち込んでおり、通常商品は売れない状況が続いている。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で買い控えが起きており、市場で不足しているような生活必需品を購入する客もいない。特に静岡で地震が発生した後、その傾向が強まっている。
衣料品専門店（販売担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で、かなり客足が減っている。
衣料品専門店（営業・販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災による消費の自粛ムードが広がっている。
家電量販店（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で客の消費意欲が抑えられている。また、商品や材料の確保も一部で困難となっており、消費を落ち込ませる結果となっている。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・今月の初旬は前年よりも景気が良くなっている実感があつたものの、東日本大震災で完全にムードが変わった。周囲も不安な気持ちに陥り、消費が冷え込むなど、ここ数週間で景気が本当に落ち込んでいる。
その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	お客様の様子	・前月に続いて売上が伸びないなかで、東日本大震災の後には更に客足が減っている。
その他専門店〔医薬品〕（販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災によって客の動きが鈍くなるといった影響が出ている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今年は天候不順で期間限定商品の売行きもさっぱりである。東日本大震災の影響もあるのか、商店街の人通りも少ない感がある。
一般レストラン（スタッフ）	それ以外	・東日本大震災による影響は、やはり避けられない。
観光型ホテル（経営者）	お客様の様子	・直接被害のなかった当観光地でも非常に多くのキャンセルが出ており、売上計画は大打撃を受けている。
観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災により、団体客が風評で海辺を避ける様子がみられる。個人客には影響が少ないものの、団体客が自粛ムードで旅行を控えている。客からは、旅行費用を義援金に回すといった声も聞かれる。
観光型旅館（経営者）	それ以外	・東日本大震災によるキャンセルが出ているほか、新規の予約も自粛ムードで少ない。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響と物価の高騰により、来客数が減少している。
観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・東日本大震災によるキャンセルが約2万人に達し、非常に困難な状況となっている。

		都市型ホテル (スタッフ)	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> 東日本大震災の影響で、宿泊部門は東日本から避難してくる客が多く、稼働率が上がっている。一方、宴会は大量にキャンセルとなっており、婚礼に関しても派手な演出が自粛される傾向にある。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ようやく前年並みの水準まで回復しつつあったが、東日本大震災により深刻な影響を受けている。好調であったアジアからの観光客の予約はすべてキャンセルとなったほか、ビジネス客も激減している。首都圏からの移動による予約が一部にみられるものの、小規模な物が多い。宴会も自粛によって3割前後がキャンセルとなっている。レストランについても、近隣の客が利用する昼食と夕食は好調であったが、宿泊客の減少で朝食が芳しくないため、売上は大幅に減少している。
		都市型ホテル (客室担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 東日本大震災の影響で、各種宴会やパーティーのキャンセルが相次いでいる。宿泊についても外国人客による予約はほとんどキャンセルとなっている。
		都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 東日本大震災による影響が全部門に出ている。特に、宴会部門に至っては4～7月にかけてキャンセルが相次いでおり、宿泊部門でも海外からの客が全くみられない。被災地域の企業から複数社員による連泊の予約が一時的に入ったが、打診のみで決定していない。
		旅行代理店 (経営者)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 東日本大震災の影響で、売上の3分の1がキャンセルとなっている。新規の予約も全く入らないなど、全体では予約が目標の3分の1に届くかどうかの状態である。
		旅行代理店 (店長)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 東日本大震災以降、関東方面の旅行はすべてキャンセルとなっているほか、旅行自体を控える傾向が強くなり、売上、来客数が急激に減少している。
		旅行代理店 (従業員)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 東日本大震災によって来客数の減少につながっているなど、景気への影響は計り知れないほど大きい。
		旅行代理店 (広報担当)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 東日本大震災の影響で、好調に動いていた先行予約のキャンセルが続くなど、被災していない関西の客の間でも自粛の動きが出てきている。
		タクシー運転手	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> タクシー業界では東日本大震災による影響が大きい。企業による経費の削減や、飲み歩けない事情もあり、乗客が減少している。
		通信会社 (企画担当)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の間で自粛ムードが広がり、販売が伸び悩んでいる。
		住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> インターネットでの問い合わせにも回復がみられない。
		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)	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> 東日本大震災によって、周囲の景気も悪化している。
		その他住宅 [情報誌] (編集者)	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> 東日本大震災の影響がどの程度まで広がるのか分からず、プラスの要素は見当たらない。企業業績への懸念のほか、消費マインドにもマイナス影響が出始めている。
企業動向関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	化学工業 (経営者)	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 少なくとも東日本大震災までの業績は順調であったため、景気は良かったといえる。
		プラスチック製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 注文数、受注数をみる限り回復とはいえないが、底を打った感がある。
		建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> 東日本大震災の影響で、土壌汚染調査の大半がストップしている。特に茨城県と秋田県で行っていた調査がストップし、大きな影響を受けている。ただし、今週から再び動きそうな気配もあるため、これから少しは回復に向かう。

変わらない	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想像もつかない状況となっており、特に東北地方からの原料調達に苦労している。被災地以外からの荷物は入手できつつあるが、被災地では工場が流失した取引業者もあり、復旧の見込みが全くない商品もある。その反面、量販店は在庫の確保を目指しており、受注は増えてきている。増産で対応しているが、原料は確保できたものの、一部の樹脂容器が入手困難となっている。これは樹脂の原料が国内産であるため、需給のひっ迫が起きているものである。先行きは不透明であるが、現状は製造、出荷に大きな変化はない。
	食料品製造業 (経理担当)	それ以外	・今月上旬までは良かったが、東日本大震災による影響で急激に落ち込んでいる。ただし、関西は被害が少ないため、影響は少ない。
	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	・例年、年度末は仕事が増えて忙しくなるが、東日本大震災や津波、原子力発電所の事故により、国内のイベントがかなり中止となっている。関東では3～4月の学会が中止となったほか、今後関西でも中止が検討されている。また、関東から仕事が来ているものの、原材料が入手困難となっている。
	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、年度末にもかかわらず自動車関連の材料、部品を中心に荷動きが日に日に悪くなっている。
	金属製品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・車両関連で出荷が好調となっているほか、住宅などの建築関連も相変わらず好調である。
	電気機械器具製造業 (企画担当)	受注量や販売量の動き	・家電、住宅、マンション向けの製品がすべて順調に伸びており、以前と大きな変化はない。
	電気機械器具製造業 (企画担当)	取引先の様子	・今回の東日本大震災により、取引先もインフラや物流の復旧状況に左右されている。
	電気機械器具製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・相変わらず受注が伸び悩んでいる。
	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・相変わらず厳しい受注競争が続いている。
	輸送業(営業所長)	それ以外	・年度末の繁忙期ではあるが、東日本大震災の影響で、関東から送られてくる出荷オーダーがシステム回線エラーで一時的に停止したため、配送が減少している。
その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)	取引先の様子	・海運、輸出関係の仕事や得意先が多いため、円高傾向の進行によって非常に苦しい状況が続いている。	
やや悪くなっている	食料品製造業 (営業担当)	取引先の様子	・東日本大震災により、飲料水のほとんどを被災地に送っているため、ほかの地域での物流が停滞している。最近では特にミネラルウォーターなどの生活水の需要が伸びている。
	繊維工業(団体職員)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災によるイベントの中止や自粛などで、タオルの注文にキャンセルが出ている。
	パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	競争相手の様子	・東日本大震災以降、急に仕事不安定になっている。
	化学工業(企画担当)	受注価格や販売価格の動き	・原料油価格の高騰に対し、製品価格への転嫁が遅れているため、収益が悪化している。
	化学工業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・エコカー補助金の終了やエコポイント制度の縮小で駆け込み需要が発生した後、受注量が回復せず、今月は前年比で15%減少している。
	電気機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・東日本大震災による影響で、自動車やIT関連メーカーが生産活動を行えず、非常に困った状態となっている。重要なユニットパーツにも影響が出ており、メーカーの稼働率が落ちている。
	電気機械器具製造業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、発注した部品が入庫するめどは一切立たなくなっている。また、不要不急の消費に対する意欲が低下しているほか、今後の金融機関の対応が不透明なこともあり、4月以降の注文までキャンセルが入っている。
	輸送業(営業担当)	取引先の様子	・本来であれば繁忙期となるはずであるが、東日本大震災の影響で荷物の入荷が遅れ、数日間配送が止まっている。
	金融業(営業担当)	それ以外	・東日本大震災の影響で建築、内装材が東北や関東に優先的に供給されるため、取引先の建設業者では仕入れが遅れている。

	新聞販売店〔広告〕(店主)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災によって物流に影響が出ており、入荷のめどが立たない商品も出始めている。	
	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・前月の後半から今前半までは広告の申込が増えていたものの、東日本大震災の影響もあり、申込が急に減っている。	
	広告代理店(営業担当)	取引先の様子	・東日本大震災の後は消費が控えられており、関西のショッピングセンターでも売上が10～15%ダウンしている。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・大阪でも東日本大震災の影響が出始めている。小売業の顧客企業では、発注しても納期がわからず、製造業の顧客企業でも資材の仕入れが同じような状態となっている。	
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・東日本大震災により、キャンセルや値引き交渉などの様々な動きが出てきている。	
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(営業担当)	それ以外	・東日本大震災の影響により、受注があっても注文できないほか、取引がストップしてしまう場合もある。また、需要が一部に偏る傾向がみられる。	
	その他非製造業〔民間放送〕(従業員)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災により新年度のCM受注の動きに影響が出ており、広告主の動向が全く予想できなくなっている。	
悪く なっている	繊維工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後、買上のキャンセルが増加している。お金を少しでも義援金に回す人や現地の親族を支援する人もいるなど、催事の参加者が減っており、催事を開催できない状態である。	
	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で原子力発電所関連の大型受注がキャンセルになり、大きな損失となっている。	
	一般機械器具製造業(設計担当)	それ以外	・政治に対する不安や、東日本大震災による影響が大きい。	
	電気機械器具製造業(経営者)	それ以外	・際限なく続く円高や、更なる財政悪化の懸念、東日本大震災や津波による被害、原子力発電所の事故など、社会の動向がこれほど悪化したことは経験がないため、報道内容に左右される傾向が強まっている。	
	電気機械器具製造業(宣伝担当)	受注量や販売量の動き	・今月はエコポイント制度の終了による駆け込み需要が予想されていたが、東日本大震災でそれどころではなくなっている。	
	電気機械器具製造業(営業担当)	それ以外	・東日本大震災の影響で材料が入ってこない。	
	建設業(経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響で建築資材や住設機材が入手できない。	
	通信業(管理担当)	それ以外	・東日本大震災により関西の企業にも悪影響が出ているため、業況の悪化につながっている。	
	不動産業(営業担当)	取引先の様子	・東日本大震災により売買案件が流れるケースも出てきている。一方、賃貸では関東から関西に移ってくる人のニーズが高まっている。	
	広告代理店(営業担当)	それ以外	・東日本大震災で広告出稿の動きが止まり、年度末の売上計画に大きな影響が出ている。顧客企業側でもイベントの中止や延期が相次いでいる。	
	コピーサービス業(従業員)	受注量や販売量の動き	・地震による被害は主要な取引先にも広がっており、東北地方を中心に工場の生産ラインがストップしたほか、物流もままならない。今月はとても3月とは思えない受注量となっている。	
	その他サービス〔自動車修理〕(経営者)	それ以外	・東日本大震災で材料や部品の入手が遅れるなど、影響が出始めている。	
	その他非製造業〔商社〕(営業担当)	それ以外	・東日本大震災による影響が出ている。	
雇用 関連	—	—	—	
	良くなっている やや良くなっている	人材派遣会社(経営者)	求人数の動き	・例年、年度末は求人も落ち着くが、今年は東日本大震災によって大阪でも様々な動きが出てきている。延期になる案件もあるが、相殺するとプラスの影響の方が大きい。
		人材派遣会社(支店長)	求人数の動き	・東日本大震災の影響が今後どのように出てくるかが心配されるが、現在は様子見の状態であり、求人全体としては好調な動きが続いている。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年比で12か月連続の増加となっており、どの産業の求人も増加傾向となっている。
	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おり、前年比では建設業が90%の大幅増となったほか、運輸・郵便業と卸・小売業が30%超の増加となっている。一方、宿泊・飲食サービス業は30%超の減少に転じたほか、サービス業も前月に続いて30%減となった。このうち労働者派遣業は60%減、請負業は25%減となっている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が10か月連続して増えており、特に製造業の求人数が増加傾向にある。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・東日本大震災の復旧工事に関する日雇求人が出てきつつある。
	民間職業紹介機関（支社長）	採用者数の動き	・年明けから増えてきた企業による面接件数が今年度で最多となっており、採用者数も今期最多となる動きである。また、退職の引き止めといった好況時にみられる現象も増えている。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・派遣求人数の前年比は今月も引き続き増加傾向となるなど、東日本大震災の影響はあまりみられない。
	人材派遣会社（役員）	それ以外	・派遣求人数は前年比で130%となったが、派遣規制によってそれが雇用者数の増加につながらない。
	求人情報誌制作会社（企画担当）	求人数の動き	・例年は求人件数が最も伸びる時期であるが、今月中旬以降は東日本大震災の影響で伸び悩んでいる。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・サービス業やビルメンテナンス業の求人が増えるなど、景気の回復感が高まっていたが、原油や材料価格の高騰を心配する声も増えている。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・今後は東日本大震災の影響が出てくるものの、現時点で大きな変化はない。
やや悪くなっている	人材派遣会社（支店長）	それ以外	・東日本大震災の影響で、既に決まっていた注文がキャンセルとなるケースも若干発生している。
	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で企業の活動が様々な制約を受けている。採用活動についても、先送りや進ちょくの遅延といった影響が出ている。
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	採用者数の動き	・東日本大震災によって広告業界は大きなダメージを受けており、新卒採用者数も減らす方向にある。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数が増加するなど、悪い動きが出てきている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	雇用形態の様子	・東日本大震災の影響で、採用延期などの動きが目立っている。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・東日本大震災の影響で、求人の見直しが始まっており、関東系の企業は特に厳しい感がある。
	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・東日本大震災の影響で、新4年生を対象とした求人票の延期や取下げが出てきている。
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・年度末を迎えて求人状況はやや上向いていたが、東日本大震災の影響で急落している。復興の方向性も定まらないため、後ろ向きの動きが強まることになる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・東日本大震災による影響が甚大で、企業の活動がストップしている。
	民間職業紹介機関（大学担当）	求人数の動き	・東日本大震災による影響は大きく、採用環境の悪化は避けられない。