

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	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・クリアランスセールを開始を早めた影響もあるため、大きく改善したとは言いが切れないが、販売量などは東日本大震災前の水準にほぼ戻っている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前は東日本大震災の影響で新車の在庫もなく、客が購入をちゅうちょする部分もあったが、今月はかなり良くなっている。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・3月の売上に比べれば大幅に良くなっているが、前年並みにまでは戻っていない。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	それ以外	・仕入先の開拓に成功し、売れ筋商品の確保につながっている。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災で落ち込んだ客足が徐々に回復しており、特に外国人観光客が戻ってきている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・買い控えの動きも落ち着き、商品の売上が順調に回復している。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・売上は前月や2か月前とほぼ同じであるが、3か月前よりも少し回復している。たばこ増税前に買いためた客も、在庫が切れて再び戻ってきている。ただし、タスポの導入前に比べると、売上は激減したままの状態である。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・来客数が徐々に増えてきたのに伴い、販売量も少しずつ増えてきている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・気温の上昇や節電意識の高まりに伴い、ファッション関連はブラウスなど軽衣料の動きが中心となり、1品単価は低下しているが、販売点数は前年や3か月前の水準を上回っている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・中元商戦のピークを迎え、前年を少し上回るペースで順調に推移している。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・地域間競争によって店頭売上は低迷しているが、最高ランクの富裕客の動きは良い。これまで売れないと思って紹介していなかった高額品を、購入するケースが多くみられる。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・全国的に小売が伸びつつあるという動きは、身の回りではまだ感じられないが、東日本大震災の直後に比べると良くなっている。
		百貨店（外商担当）	販売量の動き	・買い控えによって高額品は相変わらず伸び悩んでいるが、消費全体は少し上向いている。
		百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・省エネ関連やエコ関連、クールビズ関連の商材は動きが良い。また、不要不急の消費を抑える動きに変化はないが、消費を自粛する雰囲気はなくなっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・客1人当たりの買上点数が9.8点と、前年よりも0.73ポイント減るなど、節約志向が強まっているほか、衣料品、住居関連の来客数も依然として少なく、前年よりも15%減少している。ただし、食品関係の来客数が前年比で約5%増と回復しつつあるほか、東日本大震災以降、悪化していた品ぞろえも欠品が少なくなっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・店舗の改装に伴う、売り尽しセールや改装オープン効果により、来客数が大幅に増えている。価格競争や販促競争も更に激化しているが、それにつられて客の購買意欲が上昇した感がある。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で未入荷になっていた商品も、たばこ以外はほとんど入荷が始まっており、それに伴って特売も復活しつつある。また、地上デジタル放送への完全移行に向けて、テレビの駆け込み需要が売上を大きく引っ張っている。さらに、LED電球や扇風機といった節電、省エネ関連商品も、異常といえるほど好調に動いている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・梅雨入り後の降雨量が比較的多く、売上が若干低迷していたが、今月下旬には気温の上昇と共に上向き傾向となっている。
		スーパー（企画）	お客様の様子	・今月下旬の急激な気温の上昇により、冷感・涼感商材が活発に売れ出している。特に、節電要請後は、扇風機や涼感機能肌着、制汗剤などが売れている。

	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・気温が30度を超える日が続き、飲料水が売れている。店舗の両側に工事現場があることで、関係者による来店も増えている。
	コンビニ（広告担当）	単価の動き	・来客数は変わらないが、客単価が伸びている。他地域に比べて伸びているわけではないが、関西の前年比でみると良くなっている。
	住関連専門店（店員）	販売量の動き	・節約の動きが強まっており、エコ関連商品の売行きが右肩上がりとなっている。
	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・少しずつではあるが、来客数、客単価共に、前年の水準に戻りつつある。
	一般レストラン（経理担当）	お客様の様子	・新規の予約がなかなか増えず、依然として厳しい状況にあるほか、予約規模の縮小や1品単価の下落などもみられるが、東日本大震災による消費の自粛傾向は、やや落ち着いている。
	観光型旅館（経営者）	単価の動き	・高級志向のホテルも予約がようやく動き出したが、単価の安い方へ流れる傾向は依然として強い。
	観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・客1人当たりの消費単価や宿泊単価は前年比で89.7%と、依然として低い水準にとどまっているが、東日本大震災以降落ち込んでいた宿泊人数は、前月からようやく前年を上回る動きとなっている。
	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・料飲、宴会部門共に、売上が前年を上回り始めている。特に、宴会の利用が回復しており、東日本大震災で順延されていた会合の予約が入り始めている。宿泊部門も、外国人客は不振であるが、国内客の動きが活発化し始めたため、稼働率が上向きつつある。
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災による自粛ムードが解消されつつある。
	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・9月以降の旅行予約については、受注の回復傾向が鮮明になっている。
	タクシー運転手	来客数の動き	・景気が回復している感はないが、今月前半は梅雨で雨が多かったほか、後半は猛暑となったため、乗客数は順調に推移している。
	タクシー運転手	来客数の動き	・ボーナスが支給されたほか、暑さや雨の影響で、夜間も客の動きが良くなっている。特に、週末の夜はかなり遅くまで利用があるなど、売上が伸びている。
	パチンコ店（店員）	来客数の動き	・暑さのせい、涼を求めて長く滞在する客が増えている。
	その他サービス【コインランドリー】（経営者）	来客数の動き	・今年は雨がかった影響で、前年よりも来客数が増加している。
	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	・久しぶりに全アイテムの売上が前年を軽々と上回っており、アイテムによっては2けた増となっている。
	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・東日本大震災以降、デベロッパーは土地の取得に慎重となっていたが、最近は事業用地の入札でも高額での落札がみられる。
	その他住宅【情報誌】（編集者）	お客様の様子	・新築マンションの購入希望者数は、東日本大震災による落ち込みから確実に回復している。特に、関西では震災前と消費マインドの面ではほとんど変わっておらず、今後の経済成長への期待感も多少出てきている。
変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・京都中心部で買物する客の4割近くは、京都以外の客であるが、それが1割減っている。市内からの客は通常どおりであるが、全体的には依然としてやや悪い。
	一般小売店【衣服】（経営者）	単価の動き	・低い水準での横ばい状態が続いている。
	一般小売店【食料品】（管理担当）	販売量の動き	・この時期は中元で忙しくなるはずであるが、今年はあまり良くない。
	一般小売店【カメラ】（販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響が大きかった3月と同様に、売上が悪化している。良くなることを期待していたが、また元に戻っている。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・店舗などの環境面は整いつつあるが、来客数は若年客が増えている程度である。中小企業を含む経済状態は決して良くなく、雇用や消費が安定するまでには至っていない。

百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月の来客数は前年並みであるが、新しい商業施設の開業効果もあり、初めて来店する客が増えている。また、節電対策として、扇風機やうちわなどの需要も増えている。
百貨店（婦人服）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク前の大型商業施設のオープンにより、消費は活発になったが、梅雨入り以降は厳しい状況となっている。また、節電の動きが広がりつつあるため、環境は厳しさを増している。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・競合店が非常に多いため、客は近隣の店の広告を見比べて、値打ちのある商品を買っている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は減ったままで回復の兆しがみられず、買上単価も横ばいで変化がない。
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・来客数、売上共に3か月前と変わらず、前年比で96～97%の推移となっている。
スーパー（広報担当）	販売量の動き	・関西電力による節電要請と急な気温上昇が重なり、扇風機やすだれ、涼感寝具やクールスプレーといった省エネ・涼感商材の動きが非常に活発となっている。
スーパー（販売担当）	単価の動き	・客の買上点数は前年並みであるが、単価が下がっているため、売上は前年を下回っている。
スーパー（社員）	お客様の様子	・今年は例年よりも、扇風機や夏物寝具、肌着などの涼感商材の動きが良い。ただし、5、6月は雨が多かったこともあり、全体としては買物が少なくなっている。
スーパー（管理担当）	単価の動き	・客1人当たりの購買点数がやや増えているが、単価は低い。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・たばこの欠品が続いており、たばこを購入するために来店していた客が減ったままである。近隣のオフィス入居率も依然として回復しておらず、厳しい状況となっている。
コンビニ（店長）	お客様の様子	・東日本大震災以降は、買いだめの動きや品不足などで欲しい物が買えなかったが、ようやく通常の状態に戻っている。その一方、客の購買意欲は、震災前と同様に低調な状態が続いている。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・アウトレットや百貨店、ショッピングモールではバーゲンが前倒して実施されたため、月後半の当店の売上にはかなりの悪影響が出ている。
衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・高い物が売れずに、超特価品だけが売れており、1品単価が大きく下がっている。来客数や買上点数は変わらないが、売上は悪化している。
家電量販店（経営者）	お客様の様子	・節電意識の高まりで、省エネ商品の販売が増えているほか、テレビの駆け込み需要もみられるが、景気が良くなっているわけではない。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・東日本大震災による販売量などへの影響が残っている。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災から約4か月が経過し、全体的な動きがやや鈍くなりつつある。暑さのせいもあり、客の動きもやや緩やかになっている。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・一向に販売量が伸びず、キャンペーンやセールが終わった途端に売上が鈍っている。
その他専門店【医薬品】（経営者）	販売量の動き	・今月中旬ごろまでは雨が多く、客の出足は鈍かったが、中旬以降は記録的な暑さとなり、飲料関係や日焼けクリームなどの動きが良くなっている。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・販売量などは前年どおりの推移となっている。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災や、集団食中毒事件、記録的な猛暑といったマイナスの要素が重なっている。ひとつひとつは時間が解決する部分もあるが、客の心理が前向きになりにくく、外食の利用も活発化していない。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月にテレビ番組で大きく取り上げられた影響で、来客数、客単価共に大きく伸びている。
スナック（経営者）	お客様の様子	・今月は異動などによる団体客の来店が予想を下回ったが、昼間は高齢者や主婦のグループの予約が入るなど、今まで夜間の来店が少なかった客層に動きがみられる。
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、帰宅を早める傾向が進んでおり、夕方以降の客は減少している。ただし、気候が前年よりも良いこともあり、それ以外の時間帯は来客数が前年を上回っている。

	観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・団体客の動きが依然として悪く、販売量は厳しい状況にある。客が他社からも見積りを取るなど、宿泊料金の交渉も更に厳しくなっており、宿泊単価の下落が進んでいる。
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・原子力発電所の事故に伴う風評被害で、海水浴シーズンにもかかわらず、予約状況は良くない。
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊ではアジアからの観光客が戻りつつあるが、前年の3割にも満たない水準であるほか、採算を度外視した特別料金で対応しているため、収支は悪化する一方である。宴会部門では新規需要も増えつつあるが、法人客は経費削減を進めており、単価の下落や規模の縮小が目立っている。
	都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・宿泊部門では外国人旅行者の減少が続いている。宴会部門も、東日本大震災によるキャンセルは落ち着いたが、新規予約数に大きな変化はない。
	旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・東日本大震災の直後に比べると、客の様子も比較的落ち着いている。ただし、パンフレットを手取るなど、検討する様子はみられるが、実際の申込にはつながらないケースが依然として多い。
	タクシー運転手	競争相手の様子	・雨や暑さの影響で来客数は多少増えているが、東日本大震災による自粛も依然として多く、夜の時間帯は暇になっている。
	タクシー会社（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響がまだ残っており、特に製造業では部品不足などで停滞が続いているため、法人客のタクシー利用も節約が目立っている。また、個人客についても財布のひもが固い状態となっている。
	通信会社（店長）	販売量の動き	・ボーナス商戦の動向が不透明であり、好不調の判断が難しい。
	通信会社（企画担当）	単価の動き	・アミューズメント施設向けのゲーム機器については、高額機種種の売行きが悪い。
	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・東日本大震災以降、前年の実績を下回ったままであり、消費の回復が実感できない。
	競艇場（職員）	単価の動き	・1日当たりで約112人、4.4%の入場者増となっているが、購入単価は21,800円から20,000円へ8.3%下がっているため、厳しい状況に変化はない。
	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	・今年は梅雨入りが早いなど、天候要因による影響が大きく、景気の実態は把握しにくいだが、海外からの観光客の動きは徐々に回復しつつある。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、企業の間では事業継続計画の再検討が本格化している。オフィスの移転需要の増加にも期待されるが、企業業績が芳しくないため、コスト削減の意識が高まっている。
	住宅販売会社（総務担当）	お客様の様子	・東日本大震災による影響とは言い切れないが、来客数は3か月前と変わらないにもかかわらず、契約になかなか結びつかない。また、不動産取引についても前年を大きく下回っている。
	その他住宅【展示場】（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の来場者数は前年比でプラスに転じたが、1年以内に家を建てる客の割合は低下しているなど、東日本大震災の影響で消費マインドは悪化している。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・3～5月に梅田や阿倍野で大型商業施設が開業したため、オーバーストア状態となっており、周辺ではほとんどの施設の売上が前年比で2けた減となっている。
	一般小売店【時計】（経営者）	お客様の様子	・客単価は低いが、客足は少しずつ戻ってきている。ただし、雰囲気はまだ暗く、必要な物だけを買うという傾向は以前よりも強まっている。
	一般小売店【事務用品】（経営者）	販売量の動き	・省エネ商品などの販売増が期待されたが、扇風機は品切れになるなど、売りたいくても売れない状況である。また、消費者の間で支出が特に増えている感もない。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・天候不順もあって厳しい状況にある。3か月前は近隣の商業施設のオープンや改装もあり、周辺に活気がみられたが、今月は少し落ち着いてきている。ゴルフなどのスポーツ関連や、趣味性の強いし好品の苦戦が目立つなど、不要不急の商品に対する客の目は依然として厳しい。

百貨店（売場主任）	販売量の動き	・中元商戦は順調に推移しているが、主力の衣料品や身の回り雑貨の動きが非常に悪いなど、客の財布のひもは固い。	
百貨店（企画担当）	競争相手の様子	・梅田に新しい商業施設がオープンし、当地区への来客が減少しているほか、外国人観光客も大きく減少している。	
百貨店（企画担当）	来客数の動き	・最近は天候の悪い日が多いため、来客数が激減している。	
百貨店（販促担当）	来客数の動き	・来客数や購買率の前年割れが続いているほか、中元ギフトの動きも鈍く、客単価は低下している。大阪で商業施設がオープンした影響が、週末の客の動きが鈍く、若年客の流出も懸念される。また、梅雨らしい天候が続いていることで、盛夏商材の売行きに悪影響が出ている。	
スーパー（経営者）	お客様の様子	・今月前半は異常に早い梅雨入り、後半は異常な猛暑という急激な気候変動に、消費者、小売店共に大変苦勞している。客足は伸びておらず、買上点数も低迷している。	
コンビニ（店員）	販売量の動き	・異常な暑さのためか、パンの売上が前年に比べて激減している。	
家電量販店（店長）	それ以外	・東日本大震災以降、需要と供給のバランスがあまり良くない。東北への供給が最優先されているため、季節的に需要の増える商品は品不足となっている。	
その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・雨が多いほか、梅雨明けのような暑さが続いているため、客の購買意欲が高まらない。	
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・猛暑で商店街の人通りは少ないが、高速道路料金の値下げが終了した影響か、週末に来客が集中している。	
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災から3か月が経過し、自粛ムードは落ち着いてきたが、復興支援の動きは遅れており、原子力発電所や物資不足の問題も残っている。また、企業の倒産や閉店も増えており、景気はまだ低迷している。	
一般レストラン（店員）	来客数の動き	・サラリーマンの来店は少なくなったが、高校生などの若年客の動きに変化はみられない。	
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・この時期は、溪流や川、ダム湖での釣りを楽しむ客が増えるが、ゴールデンウィーク以降、温浴施設の来客数は前年比で約15%減少、宿泊客も約5%減少している。	
都市型ホテル（支配人）	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のほか、政治不信によって3か月前よりも悪くなっている。復興に伴う建築資材の需要増による景気回復を期待したが、なかなか期待どおりには進んでいない。	
都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・客室単価を前年よりも値下げして販売したが、来客数が維持できていない。	
通信会社（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災による買い控えや、消費意欲の減退がみられる。	
通信会社（社員）	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行まで1か月を切ったにもかかわらず、販売量が伸びておらず、駆け込み需要は期待外れとなっている。	
その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	お客様の様子	・諸物価の高騰などが生活全体に影響を及ぼしており、音楽鑑賞などの遊興費が抑えられている。それに伴い、チケットやグッズ、飲料の購入などが減少しつつある。	
住宅販売会社（経営者）	単価の動き	・市場の動きは悪く、価格帯がかなり下がっている。	
悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・大型店同士の競争が大変激しく、商店街に客が流れてこない。
	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	単価の動き	・原材料の高騰で原料コストが上昇しているが、販売価格に転嫁しきれていないため、利益率が悪化している。同業他社でも同じような事情となっている。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	販売量の動き	・前月のゴールデンウィーク以降、客の来店頻度や購買単価が悪化している。その理由が、和牛専門店が高額品を扱っているためか、競争に負けているためかは、判断が難しい。ギフトの受注も始まったが、例年以上の需要は見込めない。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	販売量の動き	・来客数、販売量共に減少しているほか、高額品も売れにくくなるなど、売上は下がる一方である。

		一般小売店〔野菜〕(店長)	販売量の動き	・東日本大震災以降は、かなり暇になっており、販売量が悪化している。
		一般小売店〔花〕(店長)	お客様の様子	・客の財布のひもが固くなっている。
		競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は10,598円と、3月の11,907円に比べると悪くなっている。
企業 動向 関連	良く なっている			
	やや良く なっている	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	・取引先では新年度の予算がようやく動き出している など、やや良くなっている。
		化学工業(管理 担当)	受注量や販売量 の動き	・自動車用部品の販売量が、東日本大震災前の水準に 戻っている。
		金属製品製造業 (経営者)	取引先の様子	・東日本大震災による自動車の部品不足も8割方回復 し、徐々に荷動きが回復してきている。
		金属製品製造業 (営業担当)	競争相手の様子	・建築関連の部品は受注が半減しているが、自動車向 け製品は動きが良くなってきている。
		電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・最近、受注・販売動向は比較的安定しているが、国 内取引は停滞している。一方、海外取引は活発であ り、東アジアや東南アジア向けが伸びている。
		電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・省エネ、節電対応の消費が増えているため、それに 伴って受注量も好調に推移している。
		電気機械器具製 造業(宣伝担 当)	受注量や販売量 の動き	・急激な気温の上昇で、扇風機などの夏物家電の荷動 きが活発であり、業界全体でも前年を上回る推移と なっている。
		その他製造業 〔履物〕(団体 職員)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災で落ち込んでいた東日本方面からの受 注が持ち直している。
		金融業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災以後、受注状況は著しく悪化していた が、今月に入って回復に向かっている。業種によって 受注状況に差はあるが、全体的には徐々に回復してい る。
		広告代理店(営 業担当)	受注量や販売量 の動き	・売上は若干であるが、前年を上回っている。
		広告代理店(営 業担当)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災後の広告自粛の動きが落ち着いてきて おり、テレビスポットCMの枠もなくなりつつある。
		その他非製造業 〔衣服卸〕(経 営者)	受注量や販売量 の動き	・実用的な衣料品は全国的に荷動きが良い。特に、猛 暑日の続く予想が出ているため、季節商材は順調な販 売が続いている。
		その他非製造業 〔民間放送〕 (従業員)	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災に関連する特需が、CMの受注にも反 映されつつある。
		その他非製造業 〔商社〕(営業 担当)	受注量や販売量 の動き	・節電要請が出たことで、省エネ関連商品の動きが良 くなっている。
	変わらない		パルプ・紙・紙 加工品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き
		一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・原子力発電所の事故により、原発関連の商談は減っ ているが、通常の商品の引き合いは順調であり、小口 の注文も堅調に推移している。
		電気機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・東日本大震災で製造業は影響を受けたが、生産の遅 れを取り戻すために、最近は忙しくなっている企業も みられる。
		電気機械器具製 造業(営業担 当)	取引先の様子	・材料不足が依然として続いているため、仕事を断っ ている状況である。
		電気機械器具製 造業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・受注量が減少し、工場は週に1回休業している。
		建設業(経営 者)	受注価格や販売 価格の動き	・消費者はローン負担をなるべく抑え、無理のない返 済を考える傾向が顕著であるため、受注単価が徐々に 下がってきている。
		建設業(経営 者)	受注価格や販売 価格の動き	・東日本大震災の影響で遅れていた、エアコンやエレ ベーターの建設資材の納入時期も改善されつつある が、価格競争は相変わらず厳しい。
		新聞販売店〔広 告〕(店主)	受注量や販売量 の動き	・新規購読数が伸びないほか、折込広告件数も落ち込 んだまま上向かない。

	経営コンサルタント	取引先の様子	・東日本大震災以降の混乱は落ち着きつつあるが、今は夏場の節電が話題となっている。特に、顧客企業の食品・スーパーなどは打てる手立てが少ないため、戦々恐々としている。	
	コピーサービス業（店長）	受注価格や販売価格の動き	・価格を重視する客が依然として多い。	
	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	・百貨店や商業施設の開業効果もあり、大阪駅構内の店舗は軒並み好調に推移したが、そのほかの店舗は東日本大震災以降、厳しい状況が続いている。	
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・取引先からの引き合いは、以前よりも少なくなっている。	
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	・東日本大震災後は受注が増えたが、前月には落ち着き、今月も伸び悩んでいる。現状は前年の受注量を少し下回るなど、悪くなってきている。	
	繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・ある程度の販売量を維持するため、価格を下げていることから、会場費や交通費といった催事の経費がまかなえないケースも出てきている。	
	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響もあり、受注量が減少している。	
	化学工業（企画担当）	競争相手の様子	・東日本大震災の影響で、競合相手の操業が不安定になっていたが、ほぼ震災以前の状態に回復しており、経営環境の悪化につながっている。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降の消費の自粛や、節電に際してのパチンコ業界への批判、節電対策で店舗の輪番休業が予定されている影響などで、受注状況が悪化している。	
	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の店舗の様子をみると、消費者が余分な買物をしないなど、買い控えの様子がよく分かる。	
	輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・イベント関係のレンタル商品の発送を行っているが、東日本大震災以降はイベントの中止が多く、前年の出荷量を大幅に下回っている。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、やや低迷した状態が続いている。今月は取引先で夏のバーゲンも始まったが、動き出しは悪い。	
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が、受注面などに徐々に出てきている。	
悪くなっている	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月のゴールデンウィーク明け以降は、受注や問い合わせが確実に減っている。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・生産量の回復する兆しがみられない。社会のニーズの方向性についても、新商品につながるものではなく、むしろ値下げが求められている。	
	一般機械器具製造業（設計担当）	受注量や販売量の動き	・物の動きが東日本大震災関連に偏っており、受注量などの増える兆しが全くない。	
	不動産業（営業担当）	取引先の様子	・賃貸マンション、貸事務所、貸店舗のすべてが全体的に悪く、賃料が下がっている。どこまで賃料を下げれば契約できるのかが、分からない状況となっている。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で、業況はまだまだ厳しい。	
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	・東日本大震災の影響で、住宅関連の人材募集が増えている。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣需要は前月よりも強まっているなど、東日本大震災の復興が民間主導で動き出している感がある。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・徐々にではあるが、今月に入って派遣需要が増え始めている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・大阪の有効求人倍率は0.64倍と4か月連続して横ばいとなったが、新規求人倍率は1.06倍と2か月連続で1倍台になるなど、雇用環境の改善がみられる。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数のほか、事業主都合による離職者についても、前年比で減少傾向が続いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数全体では前年並みとなっているが、産業別にみると、製造業は前年比で大幅に増えている。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・東日本大震災の直後に比べると、求人数などが上向きに転じている。

変わらない	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・新聞広告の出稿状況は横ばいで推移している。特に大きな変動はなく、上振れや下振れの動きはみられない。
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響が、良くも悪くも出始めている。自動車工場での期間従業員の募集広告が復活した一方、引き続き求人の必要がない業種もみられる。
	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伴う日雇求人については、多くの事業所が様子見の状態であり、まだ動きがみられない。
	民間職業紹介機関 (大学担当)	採用者数の動き	・採用に関する企業の合同説明会に、2012年3月に卒業予定の学生の参加が増えるなど、就職活動は厳しい状況が続いている。一方、企業の参加状況に大きな変化はみられない。
	学校 [大学] (就職担当)	周辺企業の様子	・中小企業を中心に訪問していると、東日本大震災の影響が二極化している状況であり、スピード感のある対策が必要となっている。
やや悪くなっている	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は前年比で16%減と、減少傾向が続いている。最も求人数の多い医療・福祉では12.5%の増加となったが、全体的には減少に転じた産業が多く、卸・小売業やサービス業では30%を超える大きな減少となっている。
	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・前年比でみた求人企業数の増加幅は、3か月前に比べると縮小している。新聞などでは大手企業は採用数を増やすと報じられているが、中小企業では採用意欲が低下している。
悪くなっている	新聞社 [求人広告] (管理担当)	求人数の動き	・4月以降は持ち直しの動きが予想以上に鈍く、求人控えの企業が増加している。