

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	都市型ホテル（総務担当）	来客数の動き	・客室稼働率は95%以上を維持しているほか、宿泊単価も上向き傾向となっている。また、レストランの来客数も前年を上回るなど、好調な動きとなっている。
		都市型ホテル（客室担当）	来客数の動き	・前年よりも売上が伸びている。夏休みということもあって家族での旅行が目立ち、稼働率や室料単価が前年を上回っている。
		競輪場（職員）	単価の動き	・グレードの高い競走が開催されたことが要因であり、一時的な上昇にとどまるが、今月の客単価は12,419円と、3か月前の10,752円よりも上がっている。
やや良く なっている		商店街（代表者）	販売量の動き	・景気は徐々に回復が進んでおり、販売量も伸びてきている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・盆の前ごろから、売上が良くなっている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、4～6月は買い控えがみられるなど消費が消極的になっていたが、前月以降は好転してきている。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・今月の前半は腕時計の動きが良かったため、売上は若干安定しているが、故障を理由に購入する客が多く、まだまだ余裕は感じられない。ただし、商品が動いて在庫が減ったため、店としては良い感触を持っている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	単価の動き	・来客数が少し増えており、夏物商材のバーゲンも順調な売上となっている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・クリアランスセールの特売品を中心に、衣料雑貨では受注が比較的増えている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・たばこの品切れ状況がようやく落ち着き、たばこの購入客が東日本大震災前の水準に戻りつつある。ただし、たばこ以外の商品をついで買いする動きはほとんどなく、客単価の上昇にはつながっていない。
		コンビニ（広告担当）	単価の動き	・関西は景気全体が良くないため、他地域よりも低い伸びにとどまっているが、猛暑などの天候要因により、コンビニ全体が好調となっている。
		乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・最近では、輸入車の購入を検討する客が増加しつつある。株価の大幅な下落が報じられているが、客との会話でも、あまり影響があるとは感じられない。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・今年後半に発売される新型車への事前予約が好調となっている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・8月は例年、受注の落ち込む月であるが、東日本大震災後の生産の回復によって忙しくなっている。今月に納車できる車が増え、盆休みまでの駆け込み受注に対応できたため、販売台数が伸びている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・例年は休業している盆期間に営業したところ、予想以上の来客がみられた。その後はやや落ち着いたが、売上は前月よりも確実に伸びている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・前月に続き、今月も大きな期待はしていなかったが、売上が伸びている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・宿泊単価は若干下がっているが、高速道路料金の引下げ終了が当地区にはプラスとなり、入込客数は増えてきている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・今夏は天候が良かったため、客の動きが良いほか、東日本大震災の影響もようやく落ち着き始めている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊では中国や韓国からの団体客の動きが活発で、東日本大震災前よりもかなり増えている。特に、関東方面からシフトしてきている影響が大きい。宴会でも、震災で中止していた春先の会合を、この時期に改めて開催する動きが目立っている。バイキングなどのイベントの集客も大幅に伸びており、消費の動きも活発化している感がある。
通信会社（経営者）	販売量の動き	・各通信会社からの新機種も出そろったため、スマートフォンの販売が好調となっている。		
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	・盆までの天候が良かったほか、節電志向などで山のレジャーを楽しむ傾向が強まっており、月後半は天気が良くなかったにもかかわらず、全体としては好調に推移している。		

	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・最近は新規の商談が増えている。
	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)	販売量の動き	・景気全体は横ばいであるが、不動産の取引件数は少し増加している。
	その他住宅〔展 示場〕(従業 員)	来客数の動き	・今月の住宅展示場への来場組数は、前年比で2割増となっている。
変わらない	一般小売店〔衣 服〕(経営者)	単価の動き	・依然として客単価の低下が続いている。特に、秋物商材の売り方が難しく、方向性が定まらない。
	一般小売店〔鮮 魚〕(営業担 当)	販売量の動き	・売上は前年比で約5%減少しているが、販売量は3か月とほぼ同じである。
	一般小売店〔衣 服〕(経営者)	お客様の様子	・夏物衣料の動きが悪い。今年は、節電の影響で涼感衣料の動きが活発との報道もあるが、当店の小さな店では、そのような動きはみられない。衣料品を購入する場所が、大型店に集中する傾向が更に強まっている感がある。
	一般小売店〔野 菜〕(店長)	販売量の動き	・いまだに売上の回復がみられない。
	一般小売店〔雑 貨〕(店長)	販売量の動き	・ここ数か月の売上は横ばいで変わらないが、以前の水準には遠く及ばない。
	一般小売店 〔花〕(店長)	販売量の動き	・客が買い控えの動きを強めているほか、買物しなくなっている感もある。
	一般小売店〔菓 子〕(営業担 当)	販売量の動き	・販売量はそれほど悪くないが、低額品ばかりが売れており、高額品の販売量が伸び悩む状況が続いている。
	百貨店(売場主 任)	販売量の動き	・高級品や身の回り品、衣料、食料品といった百貨店のあらゆる分野で低迷している。特に、円高や株安のニュースで消費者の財布のひもが固くなっている。
	百貨店(売場主 任)	販売量の動き	・来客数はまずまずであるが、販売量の増加につながらないのが現状である。
	百貨店(企画担 当)	来客数の動き	・来客数が前年比で5%以上のマイナスとなっている。例年は来客数が増える盆も、曜日巡りの影響もあり、来客数、売上共に大幅なマイナスとなっている。
	百貨店(営業担 当)	販売量の動き	・店頭での買上点数が少ない。特に、秋冬物の新着高級婦人服の売行きが例年よりも悪いほか、客からの電話も少ない。
	百貨店(婦人 服)	販売量の動き	・前月後半に上向いていた売上が、今月の前半は悪化している。衣料品は夏物の最終値下げにより、一部で活況となっているが、秋物の動きが鈍いなど、全体的には厳しい状況である。食品についても、東日本産の牛肉や野菜の動きが鈍くなっている。
	百貨店(サービ ス担当)	お客様の様子	・ゲリラ豪雨が降るなど気候が不安定であったほか、節電対策で店頭照明の消灯や店内空調の調整を行ったため、来客数に影響が出ている。ただし、中元ギフトの解体セールや、物産展などの催事は好調であり、今月もほぼ前年の売上が確保できている。
	百貨店(販促担 当)	来客数の動き	・来客数の前年割れが続いており、盆になっても回復の兆しがみられない。秋物商材の動きは前年並みであるが、前年との気温差から夏物最終セールの売行きが鈍いほか、食品の放射能汚染問題による影響で、生鮮品の売上が低迷している。
	スーパー(経営 者)	販売量の動き	・今まで特売品や買得品を大量にそろえて販売してきたが、今月は予想の半分程度しか売れないなど、厳しい状況が続いている。
	スーパー(店 長)	単価の動き	・客単価はわずかに上がっているが、買物回数の減少で来客数が伸びていないため、売上全体に変化はない。
スーパー(企画 担当)	販売量の動き	・来客数、売上共に、前年比で96%程度の推移が続いている。	
スーパー(広報 担当)	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行やエコポイント制度の終了で、大型家電の販売が落ち込んでいるほか、前年よりも気温が低いいため、夏物商材の売行きが全体的に悪い。	
スーパー(管理 担当)	販売量の動き	・これまでと同様に、購買点数がほぼ横ばいで推移している。	

スーパー（販売担当）	単価の動き	・競合店との価格競争により、買上点数は前年比が100%に達しているが、単価の低下によって売上は100%に届かない状況が続いている。
スーパー（企画）	お客様の様子	・景気の回復は依然として進んでおらず、良くない状態で停滞している。
スーパー（社員）	販売量の動き	・前月後半から今月前半は気温が高かったため、住関連の行楽用品や化粧品のほか、食品ではビールやアイスクリームが好調となっている。ただし、月後半は天候が少し悪かった日も多く、販売量全体の増加にはつながっていない。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・あまり間隔を空けずに様々なキャンペーンを行っているため、ここ数か月は来客数が維持できている。
コンビニ（店員）	販売量の動き	・厳しい暑さが続き、廃棄となる商品が目立つ日もあるが、手作り弁当やサンドウィッチはよく売れている。
衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・給料が上がらないほか、増税の懸念もあるため、客の間で生活防衛の意識が強まっている。
家電量販店（店員）	来客数の動き	・地上デジタル放送への移行終了でテレビの売行きが悪化しているほか、夏休みの影響もあり、来客数が極端に減少している。
乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・東日本大震災の影響が、依然として売上などに大きく出ている。
乗用車販売店（営業企画）	お客様の様子	・例年のような9、10月に向けた盛り上がりが見られない。
住関連専門店（店長）	お客様の様子	・来客数は依然として回復が見られない。苦しい状況である上に、客が無理なサービスや値引きを要求してくるため、利益も出にくくなっている。消費者、店側共に、余裕がない状況が続いている。
その他専門店 〔医薬品〕（経営者）	それ以外	・猛暑であったにもかかわらず、殺虫剤や日焼け止めクリーム、制汗剤などの動きが鈍く、売上が前月よりも減少している。
その他専門店 〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・販売量の前年比に変化はない。
その他専門店 〔スポーツ用品〕（経理担当）	販売量の動き	・景気の停滞感が根強く、客の購買意欲が低下している。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・近隣地域で大型商業施設が開業した影響で、今年の盆は来客数が開店以来の水準に落ち込んでいる。近隣の商店街や大型ショッピングセンターも、人通りが一段と減っている。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・6月にテレビ番組で紹介されたほか、猛暑の影響もあり、この数か月は来客数が前年を上回っている。ただし、テレビで紹介された影響も落ち着きつつあるなど、景気が良くなっている実感は全くない。
一般レストラン（店員）	来客数の動き	・夏休み中はオープン時間を早めたが、全体的な動きに変化は見られない。
その他飲食 〔コーヒーショップ〕（店長）	来客数の動き	・ここ数か月は、来客数に大きな変化はない。客単価は少し伸びているが、消費全体が拡大している感はない。今夏は気温も比較的安定しており、喫茶業界の売上に大きな影響を及ぼす要素は見られない。
観光型旅館（経営者）	単価の動き	・夏休みの宿泊では間際予約の傾向が顕著となっている。価格が安くなければ動かないため、単価の低下も進んでいる。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・宿泊客は前年比で約20%増えているが、温浴施設の利用者数は前年並みとなっている。
都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・食品の放射能汚染問題のほか、円高の進行も気がかりである。海外旅行や輸入品の販売は良くなっているが、国内景気が回復している感はない。
都市型ホテル（マネージャー）	来客数の動き	・9月以降の予約状況は悪いが、宿泊、宴会部門共に、やや回復の気配がみられる。特に、宿泊部門は夏休みのレジャー需要が西日本へ流れてきた感が強く、好調となっている。
旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・円高で海外旅行での買物や食事の割安感が高まっており、口コミ情報の広がりでも間際予約も増えている。ただし、円高が進み過ぎると仕事面に支障が出てくるため、旅行自体をやめる動きもみられる。

	タクシー会社 (経営者)	お客様の様子	・猛暑でタクシーの利用が増える時期であるが、節電に伴って客の節約ムードが高まっているため、状況は悪いままとなっている。
	通信会社(企画 担当)	販売量の動き	・アミューズメント施設向けのゲーム機器の販売状況が良くない。
	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・施設の第1期リニューアルを間近に控えて、告知も順調に進んでおり、客の反応も悪くない。徐々に、完成後に行ってみようという反応に変わってきた感がある。
	競艇場(職員)	単価の動き	・客1人当たりの購入額が2万円と、3か月前と変わらない。
	その他レジャー 施設[イベント ホール](職員)	お客様の様子	・子ども向けのイベントでは、入場者数がやや減少気味であり、グッズの販売にも影響が出ている。ただし、軽食などの売上については、落ち込みが少ない。
	美容室(店長)	販売量の動き	・セット販売を行っている化粧品の売行きは、ほぼ例年どおりとなっている。
	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	・キャンペーンで来客数は増えているが、競合店の値下げによる影響もあり、売上は前年をなんとか上回っている程度である。
	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・市場が活発化してきた感はない。
やや悪く なっている	一般小売店[珈 琲](経営者)	販売量の動き	・東日本大震災の影響が依然として続いている。特に、盆明け以降は販売量の減少が目立っているほか、ビジネス街では営業日数の減少による影響も出ている。
	一般小売店[食 料品](管理担 当)	販売量の動き	・前月に続き、東日本大震災の影響で原材料の在庫が減少するなど、悪い状況となっている。
	一般小売店[家 具](経営者)	お客様の様子	・客の動きが鈍く、販売が全く伸びない。
	一般小売店[自 転車](店長)	販売量の動き	・給料日を過ぎても商品の動きが悪い。仕入価格も上昇しており、少し値上げせざる得ないなど、厳しい状況となっている。
	一般小売店 [コーヒー] (営業担当)	単価の動き	・取扱商品の価格見直しを行い、8月上旬から上げたため、状況は悪くなっている。
	百貨店(売場主 任)	お客様の様子	・今月は気温が不安定であり、重衣料やカジュアル衣料といったファッション関連の動きが悪い一方、気温に左右されにくい雑貨の売行きは堅調である。一部の最先端のファッション商材は動いているが、実需が中心の商品は動きが鈍いなど、客の多くは不要不急の消費に慎重となっている。
	百貨店(企画担 当)	お客様の様子	・例年は秋物商材が盆以降に動き始めるが、今年は動きが非常に鈍い。
	百貨店(店長)	販売量の動き	・販売量は少し上向きつつあったが、円高や株安などによって動きが止まっている。
	百貨店(マネー ジャー)	販売量の動き	・回復基調にあった宝飾品や高級時計、絵画といった高額商品の動きが明らかに悪くなっている。また、これまで順調であった盛夏商材も例年並みの動きとなっている。
	百貨店(売場担 当)	販売量の動き	・今月は売上が前年比で2.2%減と、3か月前の5.2%減よりも良くなっている。ただし、3か月前は近隣地区で商業施設が開業した影響で、売上が落ち込んだため、実質的にはやや悪化している。
	スーパー(経営 者)	お客様の様子	・節電や食品の放射能汚染問題の影響で、素材を中心に生鮮食品の動きが鈍い。特に、牛肉の落ち込みが激しく、ほかの商品ではカバーしきれていない。盆関連やギフト関連でも節約志向がみられ、高額品の動きが鈍くなっている。
	スーパー(店 長)	お客様の様子	・地上デジタル放送への完全移行に伴う特需や、前年のエコポイント制度といったプラス材料がないほか、円高や東日本大震災の復興の遅れ、食品の放射能汚染問題など、課題が山積している。

	スーパー（店長）	販売量の動き	・食品の放射能汚染問題の影響で、牛肉の売上が依然として低迷しており、前年比で40%減、販売点数も25%減となっている。その反動で鶏肉や豚肉が売れているが、牛肉の落ち込みを補えるほどではない。家電では、地上デジタル放送関連のほか、エアコンなどの夏物家電が前年比で50%減と大きく落ち込んでいる。	
	スーパー（店長）	来客数の動き	・天候不順が最大の原因であるが、周辺の競合店を含め、来客数が盆の前後から減少傾向となっている。前年によく売れたアウトドア関連の動きが特に悪く、住関連、衣料品も盛夏関連の売行きが悪い。	
	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・梅雨明け直後は気温の上昇と好天で売上も良かったが、8月以降は天候不順となったほか、前年が猛暑で売上が伸びた反動もあり、やや苦戦している。節電で企業の夏休みのパターンが変わったことも、売上に多少影響している。	
	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行でテレビの需要が減少しており、売上全体を押し下げている。	
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・3か月ほど前には景気の回復感も少し感じられたが、円高の進行や株価の低迷などで、状況は悪化している。	
	住関連専門店（店員）	来客数の動き	・来客数が前年を上回ることではなく、前年比8～9割で推移している。	
	タクシー運転手	競争相手の様子	・周辺企業への人の出入りが徐々に減っている。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・盆前までは客も少しはみられたが、盆過ぎからは大きく落ち込んでいる。乗客数や乗車距離を含めて、かなりの落ち込みが続いている。	
	タクシー運転手	競争相手の様子	・空車の状態が長くなっており、他社のタクシーも必死に客を探している。	
	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後は、ケーブルテレビサービスの申込が激減している。	
	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・円高や節電の影響で、客の動きが悪くなっている。	
	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・景気後退や先行き不透明感などで、不動産の売却意欲が低下し、当地域に限れば販売物件が慢性的に不足している。	
	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・住宅版エコポイントが終了するほか、9月にはフラット35Sの金利引下げ幅拡大の適用期間が終了するなど、購入意欲の低下につながりやすくなっている。	
	その他住宅〔情報誌〕（編集者）	それ以外	・節電で商業施設といった公共の場でも自粛ムードが広がっており、消費意欲の低下につながっている。	
悪く なっている	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	販売量の動き	・前月に食品の放射能汚染問題が発生し、業界では全頭検査などの動きが広がっているが、放射能に対する恐れが影響して消費が鈍くなっている。牛肉が危険であるという認識が広がったことで、豚肉や鶏肉のほか、輸入牛肉などの低価格品へと需要がシフトしている。	
	一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	販売量の動き	・夏休みであるにもかかわらず、レジャー関連の現像需要がみられないなど、状況は非常に悪い。東日本大震災に伴う自粛という範囲を超えた感があり、子ども手当の見直しなどで消費者の不安が更に高まっている。	
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・盆明け以降は客の買上点数が減少し、単品買いが増えている。	
	その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	単価の動き	・金価格の上昇でコストが上がっており、割安感のある価格で販売できなくなっている。	
	一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・繁華街では夏休みで観光客が増える時期となるが、力不足で閉店する飲食店が増える一方、空き店舗をねらって出店する動きも目立っている。全体としては、円高や社会不安の高まりによって、サラリーマン層の来店が減少している。	
	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・福島第一原子力発電所問題や内政不安、米国の景気低迷、欧州の債務問題など、国内外共に不確定要素が多く、先行きへの不安感が高まっているため、客の動きの悪化につながっている。	
企業 動向	良く 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	・自動車関連の出荷が、東日本大震災前の水準まで回復しつつある。

関連	やや良くなっている	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前は東日本大震災に伴う仮受注も落ち着き、売上の減少がみられたが、今月は正常な状態に戻りつつある。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災でダメージを受けた自動車部品メーカーの復旧で、自動車産業に活気が出てきている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の増加が続いているほか、先の注文も継続的に入っている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が少し増えてきたほか、同業他社からも忙しいという声が出始めている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の復興が進みつつあり、中小企業も受注が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	・ここ最近、新たな広告の出稿が増えている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・中小小売業の顧客は、売上が前年を上回るようになってきている。中小製造業の顧客も、国内事業が中心の企業からの受注が多いため、円高の大きな影響も出ていない。
		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	・節電対策で企業の夏休みが長期化しており、駅構内の店舗は例年にないにぎわいとなっている。その効果で土産物を中心に売上が伸びているほか、猛暑効果もあってソフトドリンクが売上をけん引している。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・テレビスポットコマーシャルの出稿に、回復の手ごたえが感じられる。
変わらない	食料品製造業（経理担当）	取引先の様子	・円高の影響で、輸出品に対する価格引下げ要求が強まっている。	
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・メーカーは円高などで利益なき繁忙に陥っており、忙しい割に状況は良くない。また、仕事が減っている企業もあるなど、企業間の格差も大きくなっている。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・少しずつではあるが、仕事が入ってきている。	
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	受注量や販売量の動き	・消費者の購買意欲が上がらないため、受注が増えない。	
	建設業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で設備投資の動きに勢いが無い。	
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・客が低予算層と余裕のある層に完全に分かれており、全体的には新築住宅の受注単価が下がっている。	
	輸送業（営業所長）	取引先の様子	・通関代理店によると、空港での取扱量が5月ごろから前年を下回っている。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・売上は例年どおり悪いが、今年は盆を過ぎたところから折込件数が増えており、悪化が進んでいる感はない。	
	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・取引先のショッピングセンターでは6月下旬からセールが始まっているが、6月が悪かった分を前月に取り戻した後、今月は再び悪くなるなど、一進一退の動きが続いている。	
	コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・来客数は若干回復しつつあるが、価格に対するシビアな反応もみられるなど、依然として厳しい状況である。	
その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・実用衣料の小売では、猛暑や節電による涼感商品の売行き好調で、6月以降は販売が好調に推移している。法人向けの特注品や名入れ商品などは、原料価格の上昇によるタオル製品の値上がりなどで落ち込んでいるが、全体としてはやや好調な推移となっている。		
やや悪くなっている	繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・タオルの需要期を前に、原材料の綿糸価格が低下しているため、商品価格への影響を様子見する動きなどで、産地への注文が鈍くなっている。	
	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・夏季休暇の延長などの影響で、催事では客が集まりにくくなっており、注文に結びつかない。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月中旬以降は急激に受注量が減少しており、同業他社も同じような状態となっている。	

	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の復興関連の問い合わせなどで、雰囲気は明るくなっているが、まだ本格的な動きはみられない。その一方、円高の影響で物流全体の動きが悪化しており、売上は低調となっている。	
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の復興に伴うインフラ関連の受注が遅れているほか、円高による打撃を受けている。	
	化学工業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災関係の特需が落ち着いた後は、販売量が全く伸びない状態となっている。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は原子力発電関連の顧客が多く、新規投資に関する引き合いが低調である。	
	電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・これまで海外取引は大きな変化もなく、恵まれた環境にあったが、急激な円高の進行が大きな負担になっている。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・前月の地上デジタル放送への完全移行後は、テレビの荷動きが大きく鈍化し、販売全体も前年を下回る状況となっている。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	それ以外	・円高の影響で業況がやや悪くなっている。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・節電対策などで、企業の間では経費削減の動きが強まっている。	
	その他非製造業 【機械器具卸】 （経営者）	競争相手の様子	・海外と取引している取引先が多いため、円高の影響で受注量が減っている。	
悪くなっている	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・買手優位の傾向に拍車が掛かっており、受注状況が厳しくなっている。	
	不動産業（営業担当）	それ以外	・当地域では、賃貸マンションや貸店舗、貸事務所の入居率が悪化している。貸主は以前の賃料で募集を行っており、なかなか借主の希望する金額までは下らない。	
	その他サービス 【自動車修理】 （経営者）	それ以外	・円高の影響で、全体的な状況が悪くなっている。	
	その他非製造業 【電気業】（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響がまだ抜けきれておらず、電力事情も非常に悪い。	
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	・製造業派遣が好調で、自動車関連を中心に幅広い業種で需要が高まっており、人材の供給に苦労し始めている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が増加傾向にある。今後は円高の悪影響が出てくる懸念もあるが、現状はすべての主要産業で前年を上回っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の前年比は、6月から3か月連続で増加している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数が減少してきている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者のうち一般求職者では、離職者の占める割合が過去5年間で最小となった一方、パート求職者では無業者の占める割合が最大となっている。景気回復の遅れから、離転職の動きが少なくなる一方、新たに職業訓練を受講する無業者の増加が顕著にみられる。全体としては、新規求職者数が8か月連続で前年を下回るなど、雇用の回復傾向が続いている。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・前年や3か月前と比較して、求人依頼数が増えている。
	学校【大学】 （就職担当）	求人数の動き	・1社当たりの採用予定人数は少ないが、求人企業数が少し増えつつある。	
変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・前年よりも休みのかなり長い会社が多く、下半期の案件が出てくる時期が遅れている。	
	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・ここ数か月は、派遣依頼件数の前年比が130%で推移している。ただし、企業が派遣社員の直接雇用化を進めているため、成約数はそこまで伸びていない。	
	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・求人はみられるが、なかなか採用までには至らない。	
	新聞社【求人広告】（担当者）	それ以外	・求人広告の出稿状況は、関西の地元企業からの出稿が前年比で100%と、3か月前とほぼ変わっていない。	

	新聞社 [ 求人広告 ] ( 営業担当 )	採用者数の動き	・新卒などの若手社員の確保に向けた動きが少しずつ出てきている。人件費を削ることで収支のバランスを取ってきた状況には、歯止めが掛かりつつある。
	職業安定所 ( 職員 )	周辺企業の様子	・求人倍率は当地域では横ばいであるが、県全体ではやや低下している。円高や景気の先行き不安が懸念材料となり、求人意欲にも陰りが出始めている。
	民間職業紹介機関 ( 職員 )	求人数の動き	・東北地方の建設工事が優先され、関西での工事が減少しているため、日雇求人も減ったままとっている。
	学校 [ 大学 ] ( 就職担当 )	求人数の動き	・大企業は求人活動をほぼ終えている一方、中小企業は継続中であるなど、規模や業界、職種などで二極化が進んでいる。東日本大震災の復興に伴う現場要員の不足を嘆く企業もみられたが、採用を増やす企業は例年よりも少ない感がある。
やや悪くなっている	民間職業紹介機関 ( 大学担当 )	採用者数の動き	・来年3月卒業生の就職状況は芳しくなく、まだ多くの学生が活動を続けている。徐々に内々定は始めているが、景気の良い話は聞こえてこない。
悪くなっている	-	-	-