

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			
	やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・恒例のイベントの効果が出始めている。毎年、商店街の客の通行調査では、4ブロックの商店街でいつも最下位であったのが、3位と通行量が増加している。今回の結果に満足せず、5月から新たに新企画のイベントを開催している。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・月の前半は来客数が少なかったが、中旬から落ちてきて、来客数が戻ってきた感がある。母の日のプレゼントも少なかったものの、内容は充実していた。当店は相談内容も含めて修理の割合が多く、他店やメーカーで扱っていない職人による仕事で維持できている感があるため、安定はしていない。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・例年、春を過ぎると夏に向けて商品の動きが悪くなり、商談数も減るが、今年の5月は若干上向きではないかと感じられる。
		一般小売店〔食料品〕（管理担当）	販売量の動き	・お中元商品が増えているため、売上が伸びている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・天候に恵まれファッションアイテムがやっと活発に動き始めており、美術品などの高額品も良い。政府の政策協議は長引いているが、消費者の買い控えのストレスが一気に発散された気配がみられる。
		百貨店（企画担当）	単価の動き	・高額品の動きが良くなっている。特に、宝飾、時計の高額品が売れている。
		百貨店（婦人服）	販売量の動き	・衣料品と食品が改善傾向にあり、特に婦人服は堅調に推移している。
		スーパー（開発担当）	お客様の様子	・季節的にも良くなり、消費者はキャンプやバーベキューなどで外へ出て行動的になってきている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・たばこの販売を始めて半年ほどになるが、ようやく従来の客がたばこの固定客になりつつあり、ついで買いの動きにつながってきている。また、たばこだけの一見の客も増加しつつある。
		コンビニ（広告担当）	単価の動き	・わずかではあるが、客単価や来客数が伸びている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・節電志向の高まりで、省エネ家電や太陽光発電の販売の動きが活発化している。
		乗用車販売店（販売担当）	来客数の動き	・テレビコマーシャルや広告媒体などで車の紹介やPRをみて来店する客が多いように感じる。不景気とはいうものの、本当に興味がある物に対しては、し好品であっても購入する。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は天候も安定していたので、昼の営業では来客数が増えたが、夜の営業では減っている。ゴールデンウィークも予想した以上に3世代家族での来客数が多かった。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・販売単価を上昇させて品質を上げたのが数か月前だが、今ごろになって効果が出始めている。客の再来数は多少増加したようだが、目標数にはもう少し努力が必要である。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・週末のみならず、平日の予約客が増加傾向にある。
	一般レストラン（経理担当）	販売量の動き	・前年同月は東日本大震災直後であり、宴会や個人客、海外からのインバウンドの観光客が激減した。今年は歓送迎会シーズンにあわせて新たな客を掘り起こすため、付加価値の高い食材のイベントに注力したところ、これまでにない好調な推移となっている。	
	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・国内旅行は前年比で横ばいだが、海外旅行は120%を超えている。客は超円高のメリットを実感している感がある。	
	旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・夏休みの旅行受注が、海外旅行を中心に伸びている。申込の間際化傾向が最近顕著であったが、少し先の受注も好調である。初めて海外に家族を連れて行くといった新規需要もある。	

	通信会社（社員）	販売量の動き	・例年5月はゴールデンウィークなどがあるため、加入申込が多少減少するが、今年は総申込数が記録的にアップしている。スマートフォンとのセット割引プランなどの効果が顕著に出ているほか、年明けからスタートしているサービスプランも認知度が上がってきている。
	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・引き続き、受注見込み客が獲得できており、新規客も少しみられる。
	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・駅から近い場所で、2プロジェクトの大規模マンションの販売を開始したが、毎週100組を超える来場数となっており、非常に盛況である。
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の5月の来場組数は、前年を上回っている。景品、イベント目当ての印象が強いが、ゴールデンウィークは多数の来場があった。
変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・連休の間は前年以上の入出もあり、売上も好調であったが、連休後は急激な落ち込みが続き、月末まで回復していない。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・天候不順であり、今年は冬から突然夏になった感じで、春物関連の売上が全くない。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	それ以外	・売上は3か月前のほぼ2%の微減となっている。
	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	お客様の様子	・国民レベルでのイベントであるゴールデンウィークではもう少し変化がみられることを期待していた。通常、精肉関係ではお土産や帰省者へのご馳走用に需要が高まるが、今年は全くそんな動きがない。また、レストランは昼だけがにぎわい、夜は静かであり、テレビドラマによるブームも起こっていない。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・夏物商品の動きが少しずつ上向いてきており、昨年よりも多少売上が増えている。
	一般小売店〔家具〕（経営者）	競争相手の様子	・同業者では廃業、倒産、後退の動きが増えている。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・依然として、購買頻度は減っている。ただし、食品や希少品、限定品などに関しては興味を示し、個性的なファッションを好む傾向も同じである。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けからは順調な動きをみせて、前年比で5%上昇となっていたが、後半は厳しい状況である。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月はアパレル、雑貨共に店頭売上は厳しく、目標は未達の予定である。客の商品購買に対する姿勢が慎重であり、購買商品によって商業施設を使い分ける傾向が強くなっている。販売数量が減少するなか、販売単価についても維持するのが精一杯の状況である。
	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・月末になると、周辺店舗でポイントアップや値引き販売が増えており、日々の販売金額が大きく上下している。これも、全体として売上状況が厳しい証拠である。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・気温の上昇により、クールビズ関連などファッション商材が順調に推移している。また、高額品も引き続き動きが良い。客は節約意識はあるものの、母の日やクールビズ、イベントなどで新しい提案があり、買いたいと思うきっかけがあれば買う。消費意欲の低下はみられない。
	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・他社との競合が一段落し、来客数は増加傾向となったが、買上客数は思ったほど伸びていない。
	百貨店（営業担当）	単価の動き	・中旬よりお中元商戦に突入したが、時期的な要因もあるが、早期特典があるにもかかわらず、例年よりも低調な受注となっている。
	百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月は、母の日や物産催事を中心に集客状況が良く、早期割引のお中元ギフトも好調に推移しているほか、前年並みであるが、婦人、紳士衣料や食料品も前月と変わらず好調である。ただし、美術工芸品や家庭用品関連は苦戦している。
	百貨店（店長）	販売量の動き	・当店に来店する客の入店数も減っているほか、同様に販売量も減少傾向にある。
百貨店（販促担当）	単価の動き	・来客数は前年との催事や天候などの違いもあって前年を上回っているが、購買率、客単価が低調のため、全体の押し上げにはつながらない。一方、盛夏商品の動きは好調である。	

スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数は改善傾向にあるが、単価が伸びないので売上は足踏み状態にある。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・その日のチラシによって、客の買物が非常に落ち着かない感覚がある。何店舗もはしごをして、買得品を買い回っている客もみられる。
スーパー（店長）	来客数の動き	・前年に比べて5月中旬辺りから気温が上がりきらず、特に最低気温が低い。肌着や家具・雑貨関連、涼感商材の動きが鈍い傾向が続いており、マイナス要因となっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・依然として来客数が回復せず、苦戦が続く傾向に変化はない。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・気温が上昇傾向となるにつれて、夏物商品が活発に動き始めた。一方でゲリラ的な雨の影響もあり、売上は伸び悩んでいる。
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・広告の価格を強調した安い商品や、ポイント何倍、何円引きといった低価格を打ち出した販売に対しては、客が敏感に動いている様子が多くみられる。
スーパー（企画）	お客様の様子	・旅行関連など、前年に大きく落ち込んだ分野では、一部回復してきた物もあるが、全体としてはまだまだ景気が良くなっているとはいえない。近い将来に対する不安から、あまり大きな出費はなるべく避けようという動きが、依然として強いままとなっている。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・購買点数が伸びてこない。
スーパー（社員）	来客数の動き	・半年ほど前から続いた単品の価格下落は、前月以降歯止めがかかりつつある。ところが、連休明けからは客の来店頻度がやや少なくなったことで、全体の売上が伸び悩んでいる。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は少し回復傾向になってきたが、客単価が低迷したままである。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・ここ数か月は、特に売上、来客数などに目立った変化はみられない。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・先行きに対する不安から、財布のひもが固い。顧客に対して連絡を取り、来店までこぎつけるが、買わずに帰るケースが増えている。
乗用車販売店（営業企画）	単価の動き	・単価などは若干上向きだが、来客数などはまだ前年割れとなっている。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・相変わらず、目にみえる売上の上昇は感じられない。景気回復の効果が反映されるのが遅い業界なので、世間では今春、景気が上昇気流に乗るといった話もあるが、大きな変化は感じられない。
その他専門店【宝石】（経営者）	お客様の様子	・円高が止まり株価が安定していたが、最近になって欧州のギリシャやスペインなどの国の経済的な面での不況の情報から、日本の株価も下がり、円高傾向となっているため、客の購買意欲が止まってしまっている状態である。
その他専門店【医薬品】（経営者）	販売量の動き	・生活必需品は消化するサイクルでしか動かないが、季節商材については、少し暑くなった影響で日焼け止めや殺虫剤、制汗剤などが徐々に動き出している。
その他専門店【食品】（経営者）	販売量の動き	・従来からの商品を買う動きはない。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	お客様の様子	・セット商品の購入後に客からクレームが入り、詳細説明後も意思は変わらず、最終的にキャンセルとなった。単品の高額品に対しても、このように購入を思い直す客は少なくはない。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・気温や天気などの影響か、日によって来客数にかなりの変動がある。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・前年にオープンした商業施設の開業効果が一巡し、来客数や売上は前年並みで推移している。
観光型旅館（団体役員）	来客数の動き	・1人当たりの消費単価と宿泊単価は、前年同月比でほぼ100～105%であるが、2年前に比べると95%止まりであるため、まだ本格的な回復ではない。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・横ばい状況は相変わらずで、3か月前と比較しても大幅な売上アップはない。
都市型ホテル（客室担当）	単価の動き	・ゴールデンウィークなど特別な日以外は、客の料金への反応が敏感である。前年は東日本大震災の影響があるため比較できないが、2010年と比べても客室単価は落ちている。

	タクシー運転手	お客様の様子	・流し営業に関しては前月と大差なかったものの、企業のハイヤー予約が若干増加したことで、営業収入が前月比で約10%の増加となっている。ただし、景気が上向いた結果という実感はない。
	タクシー運転手	来客数の動き	・駅やホテルで客を待っていると、午前中はタクシーの動きはあるが、昼間は客がみつからない傾向が定着している。
	通信会社（経営者）	販売量の動き	・5月は新機種が出そろそろ夏商戦までの空白期間であり、大きな伸びは期待できない。
	通信会社（経営者）	お客様の様子	・受注状況などに、特に大きな変化はみられない。
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・観光時期の週末に天候不順が続いていたのは問題であったが、比較的順調に推移している。
	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	・天候要因もあるが、前年同時期に比べると海外からの観光客だけでなく、全体的にやや底上げされた感がある。
	美容室（店長）	来客数の動き	・今月の売上は前年比で1割程度減少している。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	来客数の動き	・今月後半に無料体験キャンペーンを行ったが、参加者数はほぼ例年並みとなっている。
	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	・久しぶりに音楽関係でヒットタイトルが出たため、音楽の販売とレンタルが好調で、全体の売上にも貢献している。前年の水準もなんとかクリアできる状況である。
	住宅販売会社（総務担当）	販売量の動き	・特に変化がなく、相変わらず不動産の動きが悪い。
	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）	販売量の動き	・取引件数の増減はあまり感じられない。
	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客数は、1物件当たりでは前年比で増加傾向が続いている。新たに分譲が開始される物件も増加してきており、好調な状況だといえるが、ここへきて施工費の高騰による価格上昇が避けられなくなってきた。
やや悪くなっている	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・富裕客の買上が減ってきている。ごく一部の客が高額品をまとめて買っているが、ほかの客はブランド品や宝飾品の買上が月初の連休から極端に少なくなっている。
	百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・5月に入り、ゴールデンウィークについては、主たる客層である50代中心のミセスや40代中心のニューミセスの客が、去年手控えた旅行に出かけた影響もあり、婦人服やリビング関連を中心に苦戦した。また、その後も不安定な天候の影響もあり、クールビズやクールライフを大きく打ち出しているが、客の反応はなかなか好転しない。
	スーパー（店長）	単価の動き	・東日本大震災後の被災地への送付用の需要が増えた翌年であり、前年を基準にすると厳しい状況である。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・ゴールデンウィークの前半は堅調で、後半はやや弱い。母の日は横ばいであったが、天候や給料の関係もあり、それ以降は客の購買動向の冷え込み感が売場で顕著に表れている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・5月前半は不安定な気温も重なり、季節商材の動きが悪く厳しい状況で、衣料品にとどまらず、夏用の化粧品や殺虫剤なども軒並み苦戦している。ただし、母の日ギフトは点数で1割近い伸びをみせていることから、必要な物にだけお金を使う購買状況が鮮明にみられる。
	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年比で95～96%の推移となるなど、下げ止まり感がない。
	スーパー（広報担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降、来客数の減少による売上減の傾向が続いている。気温があまり上がらず、季節商材の動きが鈍いことが要因の一つではあるが、消費マインドが若干下がってきている感がある。
	コンビニ（店員）	来客数の動き	・近隣の競合店に客が流れ、売上が2割弱落ちている。

衣料品専門店 (営業・販売担当)	販売量の動き	・夏物スーツ、ネクタイが売れない。	
衣料品専門店 (販売担当)	お客様の様子	・客の勤務先でも夏に向かって節電を進めているなど、節約に関する会話が増えている。	
乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・自動車業界では、エコカー補助金制度で販売は比較的順調であったが、効果が一巡した様子で、5月になってからは客の動きが鈍い。円高や節電など、経済が好転する材料もないので、先行き不安感から消費者の関心が消費に向かっていない。	
乗用車販売店 (経営者)	単価の動き	・今年に入って高級車の売上が止まり、中間ぐらいの値段の車が売れているが、以前に比べると販売台数の動きが鈍い。	
乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・5月に入り受注が低迷している。エコカー補助金の効果も少し薄らいでいる感がある。	
一般レストラン (店員)	お客様の様子	・近隣に競合店が出店したため、影響を受けている。	
スナック(経営者)	来客数の動き	・5月は暇な日の連続であった。後半は客の動きが多少あったが、一体どこに流れているのか分からない。	
観光型旅館(経営者)	単価の動き	・利用者数は前年並みに戻ってきているが、客単価が5%ほど落ちている。	
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・客は価格にも敏感であるが、安くても動くわけではない。ゴールデンウィーク以降は動きが止まっている。	
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊や宴会、食堂など、全部門で厳しい状況にある。東日本大震災の影響で前年とは比較できないが、2年前からは大きく落ち込んでいる。新年度に入ってから特に勢いがなく、個人消費も段階的に下がり、企業も経費削減を更に強調してきている。	
都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・連休明けからレストランへの来客数が減少し、ホテル周辺のにぎわいも減ってきている。ただし、宴会件数に変化はなく、順調に推移している。宿泊稼働率にも変化はない。	
都市型ホテル (マネージャー)	来客数の動き	・4月は好調であったが、その反動なのか、今月はレストランの来客数が伸びず苦戦している。宿泊、宴会部門も前年は特殊要因が多く比較できないが、一昨年と比べても良い結果ではない。	
タクシー運転手	お客様の様子	・京都は桜の花見も終わり、客の動きも下火になってきている。	
通信会社(企画担当)	お客様の様子	・節電対応のための生産調整を検討している。	
競輪場(職員)	単価の動き	・今月の客単価は9,416円で、3か月前の客単価は10,154円であったため、やや悪くなっている。	
競艇場(職員)	単価の動き	・3か月前と比べて、1人当たりの購買単価が低下している上、来場者数も減少しているため、やや悪い。	
その他レジャー施設[イベントホール](職員)	お客様の様子	・イベント開催数が若干少なくなってきた。特に、夜7時ごろからの平日開催が少なくなってきた。スポンサーなどの都合かもしれないが、それに付随した販売物にも影響が出ているように見受けられる。	
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・市場に完成在庫が増えてきている。広告の反響についてもかなり落ち込んでいる。	
悪く なっている	一般小売店[珈琲](経営者)	来客数の動き	・ショッピングセンターへの来客数が落ち込んでおり、回復の兆しがみえてこない。
	一般小売店[衣服](経営者)	販売量の動き	・シーズンの変わり目という季節柄もあるかもしれないが、3か月前よりも一層客足、販売量共に悪くなっている。商店街の様子をみても、来客数は日ごとに減っているようにも感じられる。
	一般小売店[野菜](店長)	お客様の様子	・ゴルフ場、飲食店は軒並み動きが悪く、厳しい。
	一般小売店[花](店員)	販売量の動き	・繁忙期であるはずの母の日でも、例年より売上が落ちている。販売量が思いのほか伸びず、廃棄となる商品もみられる。
	衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・前月から今月にかけて安い物しか売れない状況が続いており、客単価が伸びないために、売上が減っているのが現状である。
	家電量販店(店長)	単価の動き	・前年のアナログ停波需要に対し、今年はテレビの販売台数が前年比で30.2%、売上が27.7%、それに付随するDVDレコーダーの商品単価も50%と悪く、ほかの商品でカバーできない状況となっている。

		観光型ホテル（経営者）	販売量の動き	・3、4月は上向きであったが、5月のゴールデンウィーク以降は来客数が大幅にダウンしている。東北キャンペーンや東京スカイツリーの開業の影響が、5月全体でも、東日本大震災でキャンセルや自粛が続いた前年よりも更に厳しい状況である。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・客からの注文が激減している。
企業動向関連	良く なっている やや良く なっている	金属製品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連向け出荷が予想していたよりも順調である。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅の新築・改修の問い合わせや見積依頼が増えてきている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体もようやく前年を上回るようになり、インターネット媒体の回復とあわせてプラス材料になっている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・駅ビルや駅ナカ、高速道路のパーキングエリア、空港などの商業エリアでのファッション業態の開発物件が増えてきている。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・ロンドンオリンピック関連の広告出稿が増えている。
変わらない		食品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・今月は大型連休もあったが、連休明けの前半は、例年と同様に客の在庫の関係で荷動きは良くなかった。後半は在庫もなくなり、少し荷動きも良くなってきたように思うが、締めてみると前年並みぐらいであった。3か月前よりは少し良くなったように思うが、あまり変化がなかったという表現が近い。
		食品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年同月比では気温が低く飲料水の受注量は伸びていないが、3か月前と受注量は変わらない。
		繊維工業（総務担当）	競争相手の様子	・競争相手は、値引きを武器に市場シェアの獲得を進めている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・スポットの仕事が増えている。取引先には何かをやるとういう雰囲気はあるが、長続きしないので単発に終わっている。
		金属製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・梅田の再開発関連の受注量が多く、残業や休日出勤などで対応している。梅田の再開発関連の受注は、7月まで続く予定である。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年に入ってから当社の取り巻く景況は悪くはないが、これからどんどん上向く様子でもない。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・2、3月は円安が進む感じもあり、毎月商談があったが、欧州経済の不透明感により円高傾向となつてからは、商談が延期や中断となるなど、今月は厳しいような雰囲気である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が少しだけ減少している。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・全体的にはやや良い傾向を保っているが、家電関連の受注量が少なく全体の伸びを小さくしている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月と比べて受注量は変わらないが、感覚としては、少し動きが鈍ってきたように感じる。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・民間関連の価格競争がより厳しくなっている。
		輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・机やじゅう器の入替えによる事務所移転作業の業務が例年より多かったが、通常の配送業務は少し落ち込んでいる。
		通信業（管理担当）	それ以外	・良くなっているか否かの判断がつかない。
		金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・依然として、受注量の伸びが増加に転じてこない。企業の新規開拓にも力を注いでいるが、反応は鈍い。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・購読者数が伸び悩み、折込広告の件数も前月は上向いたが、今月はまた元に戻っている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告出稿の状況は期初に比べても大きな変化はない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・小売店の顧客企業の売上は低迷している。前年比ではほぼ100%近くまで回復しているが、販売価格の低下による客単価の下落が顕著である。
経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・主に電機関連業界の顧客企業が多いが、大手電機メーカーの不況が末端まで及んでいる。		

		コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・今月も受注量、販売量などが伸びており、回復傾向の動きではあるが、来客数の増減が極端な日もあり、楽観視できない不安定な状況である。
		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	・エコカー減税はあるが、それほど車が動いていない。
		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	・ビルやマンションの建築自体が少ないため、管理を受注できる物件が少ない。
やや悪くなっている		繊維工業（総務担当）	取引先の様子	・集客のための経費の負担がメーカーに回ってくるなど、販売の際の値引きとあいまって、採算の合わない販売会が増えつつある。
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している。
		パルプ・紙・紙加工品製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量は大きく減少していないが、月末が近づくと減少している。
		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	・5月の営業に関しては、4月からスタートした新年度の延長で業績もある程度良かったが、6月以降は悪くなって行く様子である。特に、家電などの弱電関連の製造業では低迷が続き、上昇の兆しがみえてこない。依然として医療業界だけは変化が少なく、業績の下支えとなっている。環境面でのニュービジネスであるクリーンエネルギー分野の発展も、政治的な判断と施策が早急な課題である。
		化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・販売数量が前年比で18%落ちている。
		窯業・土石製品製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は減っていないが、これは計画停電など電力の問題があるための先行受注であり、景気が良いというわけではない。
		金属製品製造業 （経営者）	受注価格や販売価格の動き	・電力不足問題で、供給不安から取引先が代替仕入れルートを検討するなど、関西経済が減速している。
		一般機械器具製造業 （営業担当）	取引先の様子	・2か月前から仕事が減ってきて、来月は仕事がないという取引先が多い。
		電気機械器具製造業 （経営者）	取引先の様子	・当社の受注量や販売量の動きも、5、6月はやや厳しい。最近の特徴として、仕入先からは注文がないなど、今までになく厳しい声が多く聞かれる。受注価格はこの厳しい環境でありながら、値下げの要求は意外に少ない。取引先にしても、今の売上の減少は少々の値下げでは修復できない規模であり、本格的な対策としては、生産拠点を海外に移転せざるを得ない。
		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	・4月からゴールデンウィークにかけては前年の東日本大震災の反動もあり、行楽客や花見客で駅自体もにぎわいをみせ、おおむね売上は好調であった。ただし、それ以降は月末にかけてやや低調に推移している。
	その他非製造業 [機械器具卸] （経営者）	取引先の様子	・受注する物件も少なくなっている上、輸入商品も出回っているため、価格が非常に厳しくなって値段が合わず、受注が減っている。	
悪くなっている		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・連休前後から急に受注がストップしてしまい、売上が上がらない。
		電気機械器具製造業 （営業担当）	取引先の様子	・同業者も同様に仕事がない。中古の販売はどうにか売れているため、まだ良い方である。
		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・神戸から企業が撤退していき、事務所の空室率が上がり賃料が下がっている。それに伴って従業員も神戸から出て行くため、マンションの空室率も上がっている。
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	・当初は、派遣に関してはIT関係やインフラ関係を年度末までの3か月契約で行ってきたが、延長や追加要員の依頼が増えている。
		人材派遣会社 （役員）	求人数の動き	・多少の波はあるが、求人数は前年の約3割増前後で推移しており、まず好調といえる。求職者も回転が速まっており、マッチングスピードが勝負となっている。

	人材派遣会社 (支店長)	採用者数の動き	・受注につながる信ぴょう性の高い案件が多くなり出している。
	求人情報誌製作 会社(企画担 当)	求人数の動き	・小売関連の顧客による求人出稿が増加傾向にある。
	新聞社[求人広 告](営業担 当)	求人数の動き	・新聞への求人広告量からみれば、若干回復傾向にある。
	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人数は引き続き前年同月比で大幅に増加している。サービス業からの求人が特に増加し、製造業や建設業、運送業からの求人についても増加傾向が続いている。また、来春の大卒者の採用計画についても、前年より増やしたとの情報が多く聞かれる。事業所からは、米国の大型金融機関の破たん前には遠く及ばないものの、やっと持ち直しつつあるという声が多い半面、円高や欧州の情勢もさることながら、節電や計画停電の情勢を不安視するとの声が多く聞かれる。
	民間職業紹介機 関(大学担当)	採用者数の動き	・景気はまだ改善されていないが、採用を控えていた反動か、大量採用ではないが、コンスタントな採用動向がうかがえる。
	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・前年度の同時期に比べ、企業の採用活動が活発になり、採用人数も増えている。
	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・大学に寄せられる求人社数が前年同期比で21%増となっている。
変わらない	人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・企業の好決算の話聞くが、夏のボーナス減などで、デフレからは脱却できない。
	新聞社[求人広 告](管理担 当)	求人数の動き	・管内求人広告の動きはやや伸び悩んでおり、停滞感が出てきている。
	新聞社[求人広 告](担当者)	それ以外	・新聞広告の推移は、新年度に入って各企業で出し渋り感が漂っている。
	新聞社[求人広 告](営業担 当)	採用者数の動き	・今月の求人広告数は、新聞広告、折込チラシ、専門誌などで低迷している。季節や時期にもよるが、新聞の求人広告に限って言えば、広告主や業種をかなり限定してきている印象がある。パートやアルバイトに関しても、求人広告主、求人数も減少しているため、家庭からの応募が厳しくなっているほか、流動性も悪い。
	職業安定所(職 員)	雇用形態の様子	・求人数は増加傾向であるが、製造業の求人数が伸びていない。また、求人があってもパートであるなど、ミスマッチがみられる。
	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・製造業の求人が増加してきていない。
	民間職業紹介機 関(支社長)	求人数の動き	・業界によりまだら模様で、全体としては一進一退となっている。
	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・医療系の求人については慢性的な人手不足感があるが、他業種については採用が厳しい様子である。
やや悪く なっている	-	-	-
悪く なっている	-	-	-