

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（-：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	商店街（代表者）	販売量の動き	・東日本大震災以降売上が前年に比べ伸びている。客の購買意欲を実感しており売上が順調に推移している。
	やや良く なっている	商店街（理事）	販売量の動き	・東日本大震災での落ち込み以降、客の動き、売上が良くなっている。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による一時的な買い控えも落ち着き客の消費動向も回復しつつある。購入客数も前年を上回っており売上也前年を上回る。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比97%と厳しい状況だが、東日本大震災以降の大幅な落ち込みから徐々に回復しており、景気は上向いているものの平常に戻りつつある。
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による水、電池、カップ麺等の震災関連商品が落ち着き、通常商品の売上が順調に推移してきている。
		コンビニ（地域ブロック長）	販売量の動き	・嗜好品であるデザートの販売が堅調である。また、ファーストフードの販売数量も堅調で、景気はやや上向いている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・3か月前に比べたばこの売上が伸びている。東日本大震災で一時的にたばこの入荷が遅れたが、今回の伸びは全体の売上が押し上げている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売量が増加に転じている。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・タイヤ業界は値上げ前需要で販売量は一時的に増加している。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響でキャンセル等が多く来客数が減少していたが、ゴールデンウィークは前年より来客数も多く当地区は回復傾向にある。ただ購買単価は低い。
		ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・5月に入り予約数が増加し始めたが、ゴルフシーズンに入った割には静かな動きである。予約のキャンセルが減少してきている。
	競艇場（職員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク時のレースでは来客数が増加している。	
	その他サービス〔介護サービス〕（管理担当）	来客数の動き	・利用者数が微増している。	
変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク前後で特に客の動きに変化はみられない。	
	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数、売上ともに状況は変わっていない。	
	一般小売店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・依然として客は不要不急な商品に対して財布のひもが固い。	
	一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・例年だと新茶時期で忙しい時期だが、今年は放射線の風評から新茶の売行きも低調となっている。	
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降の落ち込みは前年並みに回復しているが、客は単品購入が多く、気温の関係で夏物衣料の動きが例年より悪くなっている。	
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前年同月比で100%を上回るテナントが3割程度あり、全体で見ると前年と同水準となっている。最近の3か月は同じような状況が続いているが、大幅に前年実績を下回るテナントはなくなっている。	
	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・食品、婦人服、及びクールビズの流れにより低迷が続いていた紳士ファッションが前年実績を確保するなど、東日本大震災後の購買心理面へのマイナスは回復してきている。しかし、宝飾、美術を中心とした高額品は依然厳しさが継続しており、宝飾も100万円を超える商品の決定が、ほとんどなくなっている。	
	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・余震、節電、公務員給料カットの環境のなかで、節約志向が高まり、55歳以上の客層の買い控えが顕著となっている。しかしながら、スーパークールビズなどの特需が中旬から起きており、後半は紳士、婦人雑貨全般の季節ものが上向き、全体では前年並みとなる。	
	百貨店（購買担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークは来客数も多く売上が伸びたものの、中旬から天候不順で来客数が伸び悩んでいる。また、子ども商品は順調で、工夫をこらしたセールは例年以上の実績を上げている。	

百貨店（売場担当）	販売量の動き	・東日本大震災後の自粛ムードが解消し消費は回復傾向にあり、高額商品の売上もあったが、外販の売上は今一つである。	
スーパー（店長）	販売量の動き	・客1人当たりの販売点数がここ3か月間は横ばい状態となっている。	
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィークは順調でその後伸び悩んだが、月末は持ち直し全体的には想定通りとなっている。キャンペーン等への客の反応は鈍いが、3か月前の極端な買い控えもなく落ち着いてきており、売上も若干上向いている。	
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災後メーカーからの欠品が多く、十分な客対応が困難な状況となっている。	
衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・来客数はセールにより増加が見込め、東日本大震災による節電の影響でワイシャツ、スラックスなどのクールビズ商品が前倒して購入されている。	
衣料品専門店（地域ブロック長）	販売量の動き	・安価な商品から売れる傾向は変わらないが、販売数量が伸び悩んでおり、衝動的な買上点数の増加は見込めなくなっている。	
家電量販店（店長）	競争相手の様子	・競合店の閉店セールを控えてはいるものの、2月に比べ来客数は多少前年を上回っている。	
乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・エコカー購入補助金制度終了後販売量は激減したが、それ以降は販売量の動きに大きな変化はない。	
自動車備品販売店（経営企画担当）	販売量の動き	・6月より値上げになるタイヤの動きは一時的に非常に良いが、新車販売の低調さからナビゲーションの動きは良くない。また集客用品等の動きも一向に上昇気配がうかがわれず、購買に対する慎重さは続いている。	
その他専門店 【ファッション雑貨】（従業員）	単価の動き	・依然として客単価は低く無駄な商品は購入しない傾向が続いている。	
一般レストラン（店長）	来客数の動き	・平日夜や土日の来客数が少なくなっている。	
スナック（経営者）	来客数の動き	・3月は東日本大震災の自粛ムードで下向きになったが、現在も良いとは言えずあまり変わらない。	
その他飲食 【サービスエリア内レストラン】（支配人）	お客様の様子	・客は食事、土産に関して低価格、少量の傾向が強くなっており、飲食でもスナック類の落ち込みが激しくなっている。	
都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間は前年を上回る観光客数となり、ビジネス客も前年並みの動きに戻りつつある。会議や宴会等も前年並みの件数で推移している。	
都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・宿泊、レストランの来客数は、東日本大震災直後のような直接的なキャンセルはないものの、ツアーの減少や自粛ムードで低調である。	
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で一般宴会は減少したが、宿泊は西日本への利用が増えている。	
タクシー運転手	来客数の動き	・夜間営業が特に減少しており全体としても売上が伸び悩んでいる。	
通信会社（広報担当）	販売量の動き	・新規販売は計画を上回っているものの、今年の夏モデルを発表したことによる買い控えもあり、純増数についてはやや苦しい状況である。	
テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で来客数が伸び悩んでいる。	
テーマパーク（広報担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは天候に恵まれたが、その後は天候の影響などで個人客が減少している。	
美容室（経営者）	お客様の様子	・このところ移転、業務の縮小、閉店等で周囲に空き店舗が目立っており不安である。	
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・わずかな改装工事でも過度な値引き要請があり、受注を断るしかない状況である。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で株価の低迷が続いており、平日は特に来客数が減少している。
	一般小売店【酒店】（経営者）	お客様の様子	・イベントの自粛はなくなり、平年どおりに行われているが、依然として東日本大震災に対する意識があり、人の動きが悪く節約ムードが強い。いまだ飲料水やビール、たばこの一部に通常通りの仕入れができない商品があり、販売チャンスを逃している。
	一般小売店【酒店】（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けから客の財布のひもが固く料飲店などの売上が減少している。特に生肉の食中毒の問題があり、焼き肉屋の売上は前年の半分近くに減少している。またたばこなどの仕入れも復旧されておらず売るものがない状況が続いている。

一般小売店〔紙類〕(経営者)	お客様の様子	・観光客も買い控えがうかがえ購入意欲が低下している。
百貨店(売場担当)	お客様の様子	・今月は今まで好調に推移していたUV関連アイテムや一部化粧品コーナーまで動きが鈍くなり、東日本大震災後より状況は悪化している。こちらからアプローチをかける集客策がないかぎり客足は遠のく一方である。
百貨店(営業企画担当)	販売量の動き	・人気食品物産展の売上高、買上客数とも大幅な減少となっている。
スーパー(店長)	販売量の動き	・販売量が減少し客単価も少しずつ低下している。
スーパー(店長)	単価の動き	・東日本大震災以降客の購買単価が低下している。現状で前年比97%程度であり少しずつ拡大している。
スーパー(業務開発担当)	販売量の動き	・ゴールデンウィークの帰省客が少なく、盛り皿など大型食材の動きが悪くなっている。
スーパー(財務担当)	来客数の動き	・品不足、品薄状況のため一点単価は上昇しているが来客数が減少している。
衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・客から今はあまり金を使わないようにしているとか、自分だけぜいたくをできないとの声を聞くことが多く、心理的に東日本大震災の影響が多く消費者に影響を与えている。
衣料品専門店(販売担当)	来客数の動き	・来客数が前年に比べ10%下回っている。
家電量販店(店長)	販売量の動き	・商品の供給はほぼ円滑になっているが、客は資金面で厳しいため販売量は今一つである。
乗用車販売店(統括)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で車両の出荷が間に合わず、4月の販売台数は前年比78.8%となっており、5月は75.2%と大変厳しい状況となっている。
その他専門店〔布地〕(経営者)	お客様の様子	・ゴールデンウィーク以降行政が観光に力を入れている境港市や松江市では県外からの客でにぎわっていたが、米子市は来客数が減少している。
高級レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・企業の利用が減少しており、個人の利用も週末を中心に減少している。
一般レストラン(経営者)	販売量の動き	・ゴールデンウィークも盛り上がりがなく、来客数、客単価の減少で販売量が減少している。東日本大震災後の自粛ムードが消費意欲減退につながっている。
一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・春の観光客をほとんど見かけない。
観光型ホテル(スタッフ)	単価の動き	・来客数はまずまずだが単価の高いプランの集客は少なく、単価を下げたことにより売上が減少している。
観光型ホテル(支配人)	販売量の動き	・宿泊客の動きが回復せず全体の売上も減少している。地元の宴会も恒例のもののみとなっている。
タクシー運転手	来客数の動き	・客の利用が減り売上も減少している。ゴールデンウィークも県外からの観光客が少ない状況である。
タクシー運転手	お客様の様子	・客の単価、利用距離ともに減少している。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・回線の変更に慎重で動きが鈍い。
テーマパーク(業務担当)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間の入園者数が前年比減となっている。また、売店の売上単価が低下しており、土産品購入などを控える傾向がうかがえる。
美容室(経営者)	来客数の動き	・3月、4月は順調であったが、5月は節電などの社会情勢の変化の影響でやや来客数が減少している。
設計事務所(経営者)	販売量の動き	・資材関連業者の受注状況によると、仕事の総量が落ち込んでいる。
設計事務所(経営者)	販売量の動き	・新年度となり官公庁の発注が少ない上、民間でも東日本大震災の影響で部品などの供給体制が悪く、工事請負までに至っていない。
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災後の自粛ムードは落ち着いてきたものの、建築資材が不足しているとの報道も影響し、住宅建設をすぐにスタートするような状況は見受けられない。
住宅販売会社(従業員)	それ以外	・東日本大震災の影響で品物の入荷制限や遅延等が随所に出ているほか、自粛ムードによる活気のなさが客及び取引業者からうかがえる。
住宅販売会社(経理担当)	単価の動き	・来場者が将来の増税や公共料金の値上げ等を考え、住宅コストに対しより一層厳しくなっている。
悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き ・例年の転勤、転校などの移動の終了に加え、福島第一原子力発電所の影響もあり来客数、購買額ともに減少している。

	商店街（代表者）	競争相手の様子	・商店街の老舗の店舗が自己破産している。今までの自己破産のケースとは異なり、これからの商店街が不安である。
	商店街（代表者）	販売量の動き	・東日本大震災後1回の注文数量が減少し、単価が低下してきている。
	スーパー（店長）	単価の動き	・小売販売では青果物の売上が大きな構成を占めており、現状の平均単価は前年比92%で推移している。点数、来客数は前年並みで推移しているが売上構成が大きなこともあり影響が大きく出ている。
	乗用車販売店（副店長）	販売量の動き	・販売量は前年比6割程度で推移し、来客数も少なく厳しい状況が続いている。
	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・平日の来客数が大幅に減少している。
	その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響もあり、メガネなど必需品でも買い控えが生じている。
	その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	単価の動き	・来客数に変化はないが単価の下落が激しい。
	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の問題が多く課題をかかえており、客の動きが非常に悪くなっている。
	通信会社（通信事業担当）	販売量の動き	・新規契約数ではこの十数年来で最低の数字を記録している。
企業動向関連	良くなっている	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き ・東日本大震災の影響で代替材などの対応に追われたが、影響は軽微であり受注量はかなり増加している。
	やや良くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外 ・今月の状況を3か月前と比較すると、水揚数量は77トンの減少、水揚金額は8,000万円の増加である。水揚数量の減少理由は大中型巻き網の減少で、水揚金額の増加理由は沖合底引き網、大中型巻き網、イカ釣り舟、定置網が増加したためである。前年同月と比較すると、水揚数量で283トン、前年同月比115%の増加、水揚金額も7,000万円、前年同月比118.8%の増加である。水揚数量、水揚金額の増加理由は沖合底引き網、大中型巻き網、イカ釣り舟が増加したためである。
		化学工業（経営者）	取引先の様子 ・東日本大震災で停止していた取引先プラント稼働の目的が立ったとの情報が増加している。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き ・ここ2か月の受注量は3か月前と比べ中国向けを中心とした得意先の受注の増加で20%増加している。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き ・東日本大震災の影響で一部商品の見直しもあったが、販売量は以前と同水準で推移している。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き ・東日本大震災直後より落ち着いてきたが、不透明感は継続している。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き ・4月は東日本大震災の影響で被災したグループ会社の応援生産に伴う生産量は多かったが、4月途中より同社も生産を再開し、その影響で応援品目、応援量は大幅に減少している。一部品目で応援は継続するが生産量を大幅に増加させるものではなく、本来の生産は低調のままとなっている。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き ・景気は上向き実感もなく低いレベルで安定している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き ・発注受注量が東日本大震災前と比べ不安定になってきており、生産調整の影響で材料の買置き等在庫に傾注するようになってきている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き ・先月に比べ多少伸びているが、東日本大震災以前の水準には追い付いていない。
		建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き ・依然として競争が厳しく利益率は低く、建設資材の価格は上昇している。また小口工事を多く受注しているが、忙しい割に景気が良くなったという感覚はない。
		輸送業（統括）	それ以外 ・東日本大震災の影響で仕事が延期することも多く、仕事があっても請求ができてない。
		輸送業（運送担当）	取引先の様子 ・業者の発送量が相変わらず減少したままの状況が続いている。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き ・東日本大震災によりメーカーなどからの商品の入荷に影響があり、販売に影響を及ぼしている。結果的に客も買い控えるなどの状況がみられる。

	金融業（自動車担当）	取引先の様子	・自動車の生産はマイコンの不足から大幅な減産となっていたが、前年水準の8～9割まで回復しており、単月でおおむね黒字確保できるサプライヤーが大半の状況となっている。	
	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数は多少増加しているが、成約件数はほぼ横ばいの状況である。	
やや悪くなっている	食料品製造業（業務担当）	競争相手の様子	・シェア争いのなかですみ分けをしていた競争相手の攻勢が続いている。	
	非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・電子素材系は好調が続いているが、自動車向けは東日本大地震以来受注の減少が顕著になっている。	
	一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で東北地区を中心に自社製品の売上が大幅に落ち込んでいる。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・得意先からの値引き依頼があり、それに対応せざるを得ない。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年なら新年度の工事が出てくるころだが、市長の交代もありほとんど動きがない。	
	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で今後の見通しが立たないなか発送量が減少している。	
	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・ここ1か月は残業に関してはコスト削減とエコ支援を理由に抑制傾向にあり、業務量も減って定時退社が増加している。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・引き続き地元企業は非常に厳しい業況が続いており、3月の東日本大震災の影響により消費自粛が顕著となるとともに、4～5月の小売業、サービス業における売上が低迷している。また、製造業において、サプライチェーンの寸断により原材料の調達に難しくなっている企業もあり、今後の製造に支障を来す恐れが出ている。地元企業においても過去に堅実経営を行っている企業は持ちこたえているが、従来より厳しい業績が続く企業は業績悪化に拍車がかかっており、現段階では震災により身のまわりの景気は明らかに悪化している。	
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・例年5月は連休があるため販売業やサービス関連業界は売上高が減少する月だが、今年は下落額が顕著になっている。また、公共事業の売上高も低下している。	
悪くなっている	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・客の生産、販売が東日本大震災の影響で大幅に減少している。それに伴い当社の受注も大幅減となっている。	
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響もあり、国内での消費がより一層引き締まっている。各企業の業績不振や原油高、雇用情勢の悪化など、厳しい状況が続く。	
雇用関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	求人情報誌製作会社（支社長）	周辺企業の様子	・街の飲食店の利用者が増えてきており、ゴールデンウィークを境に東日本大震災前の水準に回復している。
	変わらない	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・広島企業の採用状況にあまり変化がない。東日本大震災の影響で一部自動車メーカーの下請企業で休業が発生したが、ほとんどの企業は影響がない。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・一部の製造業においては震災後の部品調達難も解消し求人も復活傾向にある。
		求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	求人数の動き	・東日本大震災の影響で産業によっては中途採用の動きを停止している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・観光業関連はアルバイト、パートを中心に求人が活発だが、小売業全般で鈍い状態が続いている。レストランなどの事態はないが残業代など諸手当が減っているとの声をよく聞く。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・4月の新規求職者数は前年同月比15.7%減少、前月比3.1%増加している。3月末の離職者の求職申込みにより前月比では増加しているが、前年同月比ではこのところ10%以上の大幅減少を続けている。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で来客数が減少している。また、求人数も低下傾向にあり、通年の必要数を下回っており業務量も低下している。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・季節的な動きもあるが東日本大震災等の影響もあり、求人数が減少している。

	求人情報誌製作会社（広告担当）	周辺企業の様子	・新規の採用活動を行う予定だった企業が東日本大震災の影響で採用を中止、削減するといった動きが出てきている。政府のエネルギーに対する今後の方針など具体的な施策が示されないと動きが取れないといった声も聞こえる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・採用計画が立っていない企業が多く、採用予定時期が遅れている。
	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・採用は間違いないと言われた中途採用が東日本大震災の影響で不採用になっている。仕事が発注元から依頼されず、発注元担当者も向こう2か月の予定が分からないという話である。
	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響が多業種に出ており、自動車関連を中心に操業に支障のある企業が多数出ている。また、水産加工業では中国への輸出ができず風評被害が深刻となっている。一方、一時キャンセルが相次いだ旅館業では西日本へ観光客が流れてきている模様で、客の入りが増加している。
悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・東日本大震災や円高の影響により、製造業において生産調整、雇用調整の動きがあり、求人意欲が減少している。宿泊業やサービス業においても、東日本大震災の影響による客足の減少で求人意欲が減少している。