

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	スーパー（店長）	・品ぞろえが良くなってきている。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店が来月閉店するため、今後は売上が増加する。
	やや良くなる	商店街（理事）	・今後は周囲の状況が良くなる見込みである。
		スーパー（店長）	・東日本大震災以降の商品不足や流通の停滞も解消されており、客の購買意欲も向上していることから、これからは徐々に良くなる。
		スーパー（店長）	・震災の自粛ムードはあるものの、各メーカーや小売店も夏に向けて節電ビズ商品等の色々な仕掛けをしており、客の購買意欲は若干でも上昇しそうである。
		コンビニ（地域ブロック長）	・節電対応の反動で消費が上向く。
		乗用車販売店（副店長）	・自粛ムードから復興ムードへの変化が予想され、販売量や来客数の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（業務担当）	・東日本大震災の影響で停止していた生産工場も徐々に正常化し、底を脱した感がある。
		乗用車販売店（営業担当）	・ポ・ナス商戦が始まるため良くなる。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・団体の観光客の動きが回復してきている。
		一般レストラン（経営者）	・当地域は公務員の消費動向が大きな影響を及ぼす地域性がある。夏期賞与の支給が契機となり消費を底上げする効果をもたらすため、東日本大震災後の自粛ムードも薄らぎ、気温の上昇とともに外食傾向は回復してくる。
		一般レストラン（経営者）	・中国、韓国首脳の日で東日本大震災、福島第一原子力発電所に対する安全面での懸念が払拭されれば、両国からの旅行者が増加し来客数の増加につながる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災後の宴会自粛ムードも収まりつつあるので、消費は回復してくる。
		通信会社（管理担当）	・新製品発売を控えている。
		通信会社（広報担当）	・新商品発売がある。
	通信会社（営業担当）	・携帯端末の夏モデルが5月後半から7月にかけて24機種順次発売開始予定であり、市場がスマートフォンなどの新商品でにぎわう。	
	その他サービス〔介護サービス〕（管理担当）	・今後も利用者数の増加が見込まれる。	
	設計事務所（経営者）	・東日本大震災の復旧、復興需要や自粛ムード解消の期待感があるとともに、住宅エコポイント終了前の駆け込み受注がある。	
	住宅販売会社（経理担当）	・東日本大震災の影響も多少落ち着き、景気は今よりは良くなる。ただし計画停電等が実際に行われると、消費マインドが低下する。	
	変わらない	商店街（代表者）	・客の様子からは現状より良くなる様子は感じられない。
商店街（代表者）		・今の状況下ではボーナスシーズンに入っても支給が難しい企業もあり、先行きが良くなる要素がない。	
一般小売店〔茶〕（経営者）		・今の低調なムードが続き、決して楽観できない。	
一般小売店〔酒店〕（経営者）		・先月はこれ以上悪くならないとの楽観的な見方ができたが、その後の物価上昇などの影響もあり、客の財布のひもが固くなっているため、景気が回復するにはまだ時間がかかりそうである。	
一般小売店〔紙類〕（経営者）		・観光客数は変わらないが、現状同様に観光地での買い控えが継続する。	
百貨店（営業担当）		・例年6月にはクリアランス待ちで買い控えがあるが、今年7月のクリアランスは気温次第であるため予想がつかない。	
百貨店（営業担当）		・景気が改善する要素はなく、今後も良くはないがさほど悪くもない平行状態が続く。	
百貨店（販売促進担当）		・中元セールではビール等の早期欠品が想定され、夏のセールでは春物の処分を含めてかなり前倒しのスタートなりそうであり、8月までのロングラン商戦を乗り切る商材確保が難しくなるため、景気回復にはもう少し時間がかかりそうである。	
百貨店（購買担当）		・3か月後はクリアランスに入るが、関東地方の商品も入荷するため、商材が充実しており売上に期待が持てる。	

百貨店（電算担当）	・空港売店の売上は旅行者減少の影響で対前年比15%の減少となっている。衣料品ではワイシャツの売上はクールビズの影響で対前年比69%の増加となっている一方で、婦人服の売上は対前年比3%の減少となっており、婦人衣料品がメインなので気になるところであるが、客は不要不急な商品は買わないという節約志向が続く。
百貨店（営業企画担当）	・東日本大震災後の影響はまだ続き、景気後退はやむをえない。
スーパー（店長）	・良くなる材料もなく、現在の状態が継続する。
スーパー（経理担当）	・客の消費意識が落ち着いてきている。
スーパー（販売担当）	・通常の購入に戻っているが、パンの値上げ等もあり今後売上が伸びる状況にはない。
スーパー（管理担当）	・生鮮関係は伸びているが、小麦粉の値上げの影響が懸念されるので、先が分からない状況である。
スーパー（営業システム担当）	・大手メーカーの値上げも決定し、ますます厳しくなる。ただ野菜など地元の生産者が卸す商品に関しては、放射線などの問題が大きく関与してくることはない。
コンビニ（副地域ブロック長）	・東日本大震災の影響により納品物量の制限があったが、安定供給ができるようになってきたことはプラス材料である。ただ自動車関係の木金曜日休業の影響や、日本全体の製造業の動きがいまだに不明な状況であるところがマイナス材料となっている。
コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災の影響の心配はなくなり落ち着いてきている。景気は上向いているが、今後様々な値上げも実施され、猛暑も予想されていることから、悪い材料が多い状況となる。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・東日本大震災の影響で地域によっては需要もあるが、客はいまだに必要な商品のみ購入しているため、全体としては変わらない。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・節電ムードが高まることで、関連した商品群への支出が大きくなり、他の消費財に影響しそうである。
家電量販店（店長）	・夏商戦本番では猛暑であった昨年ほどの暑さが期待できないことから、季節商材の販売台数は昨年比では少なくなる。ただし節電の傾向から高単価商品である省エネ型製品の販売に期待が持てるとともに、蓄電池や太陽光発電などのトレンド商品の需要にも期待ができる。
家電量販店（販売担当）	・家電エコポイントも終わり、東日本大震災の影響がまだ続く。
乗用車販売店（店長）	・今後2～3か月は大幅な販売量の増加が見込めず、景気の状態も変わらない。
乗用車販売店（営業担当）	・全国的な販売量は戻りつつあるが、東日本大震災の影響は完全にはなくなっていない。
自動車備品販売店（経営企画担当）	・タイヤの値上げ後の反動が懸念されるとともに、それを補う動きは期待できず、現状のまま推移する。
その他専門店[時計]（経営者）	・東日本大震災の復興が進み徐々に景気が回復する。
その他専門店[ファッション雑貨]（従業員）	・節約ムードが今後も継続する。
観光型ホテル（スタッフ）	・今月は思ったよりは悪い状況ではなかったが、今後の状況は予測がつかない。
都市型ホテル（従業員）	・関東など東日本大震災の影響が直接あった地域では復興に向けた期待感があるが、当地域ではそれが感じられない。
旅行代理店（経営者）	・東日本大震災と福島第一原子力発電所事故が多くの問題をかかえているため、客の動きが非常に悪く、景気が良くなる要因を見出せない。
通信会社（社員）	・サービス利用に関する新規の問い合わせが少ない。
通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響もあり、客の動きは鈍いまま推移する。
通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響で例年に比べ異動が少なく、転入に伴う加入申込が大幅に減少している。
通信会社（総務担当）	・販売量が横ばい状況であり、今後増加が見込めない。
テーマパーク（業務担当）	・省エネ節約志向が外出の動機にどのように影響するか懸念される。
テーマパーク（管理担当）	・東日本大震災の影響や風評、自粛等の要因で変化がない。
テーマパーク（広報担当）	・団体客の動きが活発になりつつあり、その増加が期待できる一方で、高速道路料金の割引がなくなることで個人客の動きが更に鈍ることが心配である。
ゴルフ場（営業担当）	・元の状態にもどるにはまだ時間がかかる。

	競艇場（職員）	・今後はこれまでと同様のレースが計画されており、状況は変わらない。	
	美容室（経営者）	・客からは商品が売れない、景気が悪いという声を多く聞いており、景気が良くなる状況にない。	
	美容室（経営者）	・今後も客の動向が不透明であり、その影響の見通しも困難である。	
	設計事務所（経営者）	・先行きが不透明な現在、建築のような大きな消費は差し控えられており、福島第一原子力発電所事故が沈静化し、東北の本格的な復興が動き出すまでその傾向は変わらない。	
	住宅販売会社（従業員）	・状況が好転する要素に欠けており、まわりでは今しばらく我慢強く耐える状況がうかがえる。	
	住宅販売会社（販売担当）	・ゴールデンウィーク中の展示場イベントへの来場者数が前年比微増という結果から、今後の受注増が見込めない。	
やや悪くなる	一般小売店〔靴〕（経営者）	・東日本大震災の影響で客は買物に対する積極性がなくなっており、自らの生活を守りたいという意識がうかがえる。	
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・名刺、ゴム印等の注文が少なく、企業にも活発な動きがみられない。	
	百貨店（売場担当）	・節電による涼感商材が上向くものの、プライダル需要の延期、外商顧客の中元を含めた買い控えにより、高額商品が苦戦する傾向にある。生産背景が減少するなかで商品の納品率が悪化することが懸念される。単価の下落傾向は止まらず、デフレ傾向にまだまだあるため、それに対応した買い方が続く。	
	百貨店（売場担当）	・都心部では東日本大震災の影響から回復しつつあるが、直接関係のない地域ではボディプロー的にじわじわと更なる悪化につながっている。またそれに地域商業の地盤沈下が加わり、状態の悪さが加速度的に進行している。	
	百貨店（販売担当）	・今夏が昨年と同じく猛暑であれば夏物セールが期待できるところだが、取引先の春夏物商品の在庫が昨年と比較して大幅に少ないため、セール売上の苦戦が予測される。	
	スーパー（店長）	・来客数は前年並みだが、購買単価、購買点数が前年を下回っており、客の生活防衛意識が強まっている。また冬の賞与の大幅削減等の報道もあり、今後更に客の生活防衛が強まる。	
	スーパー（財務担当）	・自動車メーカーの生産量削減等により、個人所得が減少し節約意識が強くなる。	
	コンビニ（エリア担当）	・地元の原子力発電所の状況が好転しなければ、今後半年程度は影響を受けるメーカーや工場が多くあるので全体的に良くならない。	
	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。	
	衣料品専門店（経営者）	・将来への不安でいまだに客の財布のひもは固い。	
	衣料品専門店（販売担当）	・今後も来客数の伸びが悪い状況が続く。	
	家電量販店（店長）	・アナログ放送の終了後テレビの売上が減少するが、テレビに代わる商品もなく、電気店としての視点の転換期となっている。	
	家電量販店（店長）	・7月の地上デジタル放送への完全移行に向けてテレビなどの需要で売上は改善するが、消費者は家計が圧迫されており、全体の景気は冷え込む。	
	乗用車販売店（統括）	・東日本大震災の影響は少なくなってくる。昨年エコカー補助金効果で販売量が多かったが、今年はその反動が出てきて販売量の落ち込みが予想される。	
	自動車備品販売店（経営者）	・タイヤ業界は値上げ前に需要の先取りをしており、今後その影響が出てくる。	
	高級レストラン（スタッフ）	・今後の予約の状況が昨年に比べて悪くなっている。	
	悪くなる	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・東日本大震災の影響で旅行客が減少し、観光バスも少なくなっており、今後もこの状況は変わらない。また客も購買力が落ちているため先行きはあまり良くない。
		観光型ホテル（支配人）	・東日本大震災後に途絶えていた外国人ツアー客が、6～7月以降に入って来るようになったものの、前年実績をクリアするには至っていない。夏季の節電実施が節約意識も生むのではないかと心配している。
		都市型ホテル（総支配人）	・首都圏地区からの観光客の予約が昨年に比べて弱い。旅行会社も東北地区復興支援プラン等を打ち出しており、山陰地区への送客は前年を下回る見込みである。
タクシー運転手		・客の様子からは景気が良くなる要素が出てこない。	
美容室（経営者）		・今の社会状況では夏場に向けて消費が落ち込む。	
	商店街（代表者）	・しばらくは現在の悪い状況が続く。	

		スーパー（店長）	・近隣に競合店の出店があるため、営業上集客や価格に対する方針に影響を及ぼしそうである。また東日本大震災以降明らかに客の買い控え傾向が強くなっており、先行きの仕事や収入の不安から消費マインドは下降傾向になる。
		スーパー（業務開発担当）	・東日本大震災の影響で町内行事も自粛し、宴会をしても質素にやる状況であり、同様の雰囲気家庭内にもある。
		家電量販店（店長）	・7月まではアナログ放送停波に向けたテレビの需要増が期待できる。8月以降テレビの需要は下降線をたどるが、それに代わって売上を確保できる商品が見当たらない。
		住関連専門店（営業担当）	・客単価が低下しており厳しい状況となる。
		一般レストラン（店長）	・観光客が減少しているなかで、高速道路料金的大幅割引もなくなるので、観光客の減少が更に進むとともに、物価上昇が影響を及ぼす。
		通信会社（通信事業担当）	・見込み客がほぼ皆無の状況であり、改善の兆しは全くみえない。景気の落ち込みがはっきり感じられるほどの状況である。
企業動向関連	良くなる	鉄鋼業（総務担当）	・主要顧客である自動車メーカーの生産水準が徐々に回復していくとともに、自動車以外の分野についても同様の見込みである。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・各メーカーとも今後2～3か月で東日本大震災以前の生産台数の水準に回復する。
	やや良くなる	化学工業（経営者）	・取引先プラントが稼働し通常操業するまでにはまだ時間がかかるが徐々に回復する。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・震災とは関わりのないグループ内生産担当の変更が本格化し生産量が増加するが、各地の焼却炉注目が低調で生産量は低水準の見込みである。各生産ラインの負荷が大きく異なり、多忙部門と閑散部門との二極化が予想されている。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・自動車向け受注が復調するとの情報がある。
	金融業（自動車担当）	・電力不足の不安は残るが、マイコン調達の目途が立ち、ほぼ年初計画レベルの操業が見込める。むしろ心配は円高である。	
変わらない	食料品製造業（総務担当）	・東日本大震災の影響で一部商品の見直しもあり、今後提供できる商品に対し客のニーズ予測が困難である。	
		木材木製品製造業（経理担当）	・消費マインドの不透明感は継続している。
	鉄鋼業（総務担当）	・東日本大震災の復興に向けた需要があり上向くが、関係企業がダメージを受けた影響や電力不足の影響で相殺され、景気は全体的に低い水準で推移し変わらない。	
		金属製品製造業（総務担当）	・受注量は増加傾向にあるが、価格は引き続きまたは今以上に厳しいと予想される。得意先では東日本大震災の復興需要は年内よりも2、3年後になると見込んでいるため、現状の仕事量で推移することが見込まれる。
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化がない。	
	電気機械器具製造業（広報担当）	・東日本大震災の影響で長期の部品確保に不安がある。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・世間で期待される震災特需も楽観的に期待はできず、そう簡単に景気が上向く材料もない。	
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・2か月先までは何とかある程度の受注量は確保できそうであるが、その先はまだ不透明である。	
	輸送業（統括）	・業績が上向き可能性はあるが、東日本大震災の影響で保留となった業務が動くことが前提のため、そうならなければ景気は変わらない。	
	輸送業（運送担当）	・しばらくは東日本大震災の影響で景気回復が見込めない。	
	通信業（営業企画担当）	・取引先から業務悪化に伴うコスト削減の提案依頼の相談がきているが、実施時期については未定の案件が多く、回復時期について待ちの状況にある。	
	広告代理店（営業担当）	・米国の大手金融機関の破たん以後中断していた百貨店と外車ディーラーの広告が復活してきている。今回は単発の出稿だが中長期契約復活の可能性もある。	
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・4月は前年に比べ水揚げ数量、水揚げ額ともに増加しているが、6～8月中旬まで資源保護のため沖合底引き網が休漁となることが懸念される。
食料品製造業（業務担当）		・通販関係の落ち込みが激しく、個人消費が冷え込んでいるので中元商戦も苦戦が予想される。	
一般機械器具製造業（経営企画担当）		・東日本大震災の影響で国内での当社製品の売上は東北地区での大幅な落ち込みが見込まれるうえに、全国的に市場の冷え込みが続く見通しである。	
建設業（経営者）		・市長の交代ですべての事業の縮小、見直しが検討されており、しばらくは低調が続く。	

	建設業（総務担当）	・一部入手困難な資材があるため、引渡し時期や工期設定に発注側受注側双方ともちゅうちょする部分があり、受注時期の遅れが生じている。	
	金融業（営業担当）	・東日本大震災後にみられた極端な売上の落ち込みはなくなっているが、取引先の売上推移から勘案すると、消費は低迷している。一部メーカーにおいては復興需要を期待する声も聞かれるが、現段階では具体的な需要はみえてこない。当面震災前までの売上回復は難しく、景気はやや悪化する。またその過程でギリギリの経営を続けていた企業では、信用悪化が一段と進むことが懸念される。	
	会計事務所（職員）	・一部製造業では東日本大震災の復興需要に期待をする向きもあるが、具体的な数字が出てきているケースはない。見込みがあるとしても秋以降になるため、今後数か月は厳しい状況が続く。	
	コピーサービス業（管理担当）	・客の動きが回復せず、更に年度末後の閑散期に入るので良くなるどころか悪くなる。	
悪くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注価格が低下したうに鋼材や鋳物などの材料価格がやや上昇してきている。	
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・前年同期はやっと回復の兆しが見えてきたところであったが、ここに来て東日本大震災の影響もあり、不景気感がより一層強まってきている。特に国内での消費がより一層引き締まってきており、各企業の業績不振や原油高、雇用情勢の悪化に加え、消費税率の引き上げの可能性など、今後の見通しの悪さも加わり、最悪の状況が続くことである。	
雇用 関連	良くなる	求人情報誌製作会社（支社長）	・企業の賞与が高い水準であり、必要以上の自粛ムードから解放されてきている。
	やや良くなる	人材派遣会社（支社長）	・東日本大震災の影響も5月が底となり、採用に関しても6月以降は復興需要が見込まれる。
		人材派遣会社（営業担当）	・東日本大震災後の企業の部品調達も徐々に落ち着きつつあり、一時帰休していた取引先も操業が安定してきているため、求人も増えてくる。
	変わらない	職業安定所（職員）	・化学関係を中心に製造業の業績は好調を続けており、下請を中心に求人意欲が高い。東日本大震災に関連して、製造業で部品調達に多少影響はあるものの、現在のところ大量解雇や求人数の減少までには至っておらず、今後しばらくはこの状態が続く見通しである。
		民間職業紹介機関（職員）	・夏場の電力不足、低迷した投資、消費マインド、先行き不透明感、経営計画の見直しによる下方修正などどれも雇用に結び付く話がなく、消極的な話題が多い。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・社会全体の動きから推測すると、年内は雇用に大きな動きがみられない。	
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・採用環境が良くなる要因が見つからない。	
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・製造系は求人増だが、周辺企業の求人活動の停滞化が予想される。	
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・採用活動が中止や未定、後ろ倒しになるなどの影響を受ける企業も出てきている。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏のボーナスに厳しい見方が多く、ある独立行政法人の嘱託社員2人募集に対し200人もの応募があるなど、雇用面は依然厳しく、消費動向への影響もあり、景気回復の兆しはない。	
	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・東日本大震災の影響が広がってきており、部品が入らず製造工程をストップせざるを得ない工場など、雇用調整助成金の活用を検討しているケースが多数あり、マイナス面が大きく影を落としている。	
悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災の影響で自動車販売、住宅は前年比で大幅な減少となり、流通、小売りも苦戦している。また各企業の賞与の状況も悪くなっている。	
	職業安定所（職員）	・製造業では東日本大震災の被災による生産活動停滞や円高による影響で、また宿泊業、サービス業では観光自粛による影響で、求人意欲が減少する。	