

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	テーマパーク（業務担当）	・春季のイベントによる集客を見込んでいる。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・アウトレットモールのオープン景気も落ち着き、売行きも通常ベースとなる。株価上昇で景気の見通しが明るくなり、暖くなれば客足も戻る。
		スーパー（店長）	・季節が変わっても購買指数は上昇しないが、来客数の伸びから判断すると売上高は昨年を上回る。
		スーパー（店長）	・昨年は東日本大震災の影響で、花見、イベントなどが自粛ムードであったが、今後は販売量が着実に伸びる。
		スーパー（業務開発担当）	・積雪で一時的に減った来客数も回復傾向で、野菜関係の価格が安定すれば購買頻度が上昇する。
		スーパー（販売担当）	・昨年は東日本大震災の影響で商品供給が間に合わず、客の購買意欲も低かったが、現在は欲しいものを欲しいときに届けられる状況に回復しており、春から初夏に向けての商戦は好調に推移し徐々に上向く。
		コンビニ（エリア担当）	・歩道の拡幅工事で駐車場から歩道までが平坦になり、車の出入りがしやすくなり来客数も増加する。
		コンビニ（エリア担当）	・市場ではディスカウント店も入って客単価は低下するが、販売数量は安定して伸びる。
		コンビニ（地域ブロック長）	・昨年は東日本大震災によるマイナスの影響があったため、今年は前年以上の収益が見込める。
		衣料品専門店（経営者）	・少しずつであるが客に購買意欲が戻ってきており、結婚式参列のために新しく式服を作ったり、子供用品をそろえる客が増える。
		家電量販店（販売担当）	・企業の決算や新生活の開始で需要が膨らむ。
		乗用車販売店（統括）	・前年は3月の東日本大震災による車両の供給不足で販売量が落ち込んだが、今年はエコカー補助金もあり前年を上回る。
		乗用車販売店（副店長）	・自動車に関しては、新しい税制体系が正式に成立すれば反響はある。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・大河ドラマの影響で売上が増加する。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・現状の来客数があまりにも少ないため春になれば今よりは増える。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・昨年の東日本大震災の影響を考慮すると、本年は前年比で基調が上向きになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・春先から宿泊の予約状況も回復しているので、レストランの利用も増加する。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響からの回復で景気は少し良くなる。
		スナック（経営者）	・東日本大震災復興の影響で、売上が伸びている会社が出てきており、そろそろ景気が回復していく。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・前年は東日本大震災の影響で、いろいろなことが自粛されていたが、その反動で景気はやや良くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・向こう3か月の予約状況も昨年、一昨年に比べて上回っている。特に休前日の個人客の予約がかなり多くなっている。
	観光型ホテル（支配人）	・3月以降、台湾からの外国人旅行者に加え、4月からはカナダからのツアーも入っており、昨年の東日本大震災でキャンセルになった来客数の2倍以上の予約が入っている。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼の問い合わせが増えており、結婚式の需要が期待できる。	
	テーマパーク（広報担当）	・春シーズンに向けて宣伝も行き、イベントも実施するので天候が回復すれば増加する。	
	ゴルフ場（営業担当）	・春を迎えて早めのPRの効果で予約も増えてくる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・景気が良くなる要素が客の様子にもなく、今まで以上に余計なものを買わなくなる。
		商店街（理事）	・先行き不安で客の消費活動は活発にはならない。
商店街（代表者）		・入学シーズンが終了した後のことが分からない。	
一般小売店〔靴〕（経営者）		・季節の変わり目で人の流れはあるが、景気が良くなる要素はない。	
一般小売店〔酒店〕（経営者）		・昨年は東日本大震災があり自粛沈滞ムードだったが、観光シーズンに入り、今年はイベントも通常通り行われる予定で期待できる。	
一般小売店〔酒店〕（経営者）		・相変わらず地方経済は疲弊しており、例年並みまで回復しない。	

百貨店（営業担当）	・ゆとりのある客は常に買物をするが、それ以外の客の来店が良くないので変化はない。
百貨店（販売促進担当）	・客の価格に対する厳しさは継続し、春の新生活マーケットは単価下落が想定され、景気の回復感はない。
百貨店（売場担当）	・関東地域は震災復興需要の期待感から前年比150%程度の売上予算計画を作っているが、仕入は関東に依存する商品群が多く、商品確保が地方では困難になる。相変わらず新しいトレンドはなく、大きく伸びる要素がない。また、小売側から問屋側のリストラの兆候が顕在化する。
百貨店（購買担当）	・3か月後の天候によって春物、初夏物の動きが変化する。消費税増税問題、子ども手当の動向の影響が出る。
百貨店（売場担当）	・東日本大震災から1年が経過し経済活動も活発化しているが、厳しい状況は続いており、地場産業であるコンビニエントの状況悪化や大型企業の閉鎖などが悪影響を及ぼす。
百貨店（販売担当）	・先行き不透明で消費税増税の懸念、年金問題など消費者心理を冷え込ませる材料が目立ち景気は上向かない。
スーパー（店長）	・景気判断をできる材料がない。
スーパー（店長）	・客は消費税増税などの不安と地方都市の経済先行き不安があり、余計なものに金をかけられない。
スーパー（総務担当）	・必要なものに対しての購買意欲は強くなるが、購買の有無がはっきりしているので衝動的な伸びはない。
スーパー（販売担当）	・季節が良くなり人の動きも活発になって売上が伸びるが、買物が一度で済む大型店へ客足が向くので変化はない。
スーパー（営業システム担当）	・生鮮商品の価格に安定感が出れば先の見通しが立ちやすく、消費者も購入しやすくなるが、価格に安定感がないので商品にあまり手が伸びない。
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・今後も買い控え傾向にあるが来客数に変化はない。
衣料品専門店（販売担当）	・単価が低下するが来客数は変わらない。
家電量販店（店長）	・先行き不透明感が客の消費を抑制しているので景気は良くならない。
家電量販店（店長）	・家電エコポイント終了、アナログ停波による特需の反動が7月までは続く。LEDや高省エネタイプの冷蔵庫、エアコンは伸びるが、テレビの落込みをカバーできない。また、景気の先行き不透明感から消費者の財布のひもはなかなか緩まない。
乗用車販売店（店長）	・新型車の投入により来場者数も多くなっており、販売も順調に伸びる。
乗用車販売店（営業担当）	・今は一時的にエコカー補助金と減税で順調だが、4月以降は不透明である。
乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金の支給が終わるまでは現状で推移するが、それがピークで良くなることはない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・春の行楽シーズンを迎え観光客の流入で多少景況が良くなるが、一般品の商況は地元の人口減少の問題で良くはならず、全般的に景気は変わらない。
一般レストラン（エリア担当）	・繁華街も平日夜の人通りが少なくなっており、客の声も寂しい内容が多く、明るい材料がない。
都市型ホテル（総支配人）	・前年は東日本大震災の影響もあり、今年は来客数、収入とも上回るが、予約状況が良くなる要因はない。
都市型ホテル（企画担当）	・原油高騰、電気料金の値上げで景気が良くなる要因はない。
旅行代理店（経営者）	・東京では新名所がオープンするが、それ以外に景気が良くなる材料がない。
タクシー運転手	・客の様子からタクシーの利用頻度が上がることはない。
通信会社（企画担当）	・東日本大震災から1年経過したが、弾みがつく要素が乏しく、節約ムードもあって新年度になっても状況は上向きにならない。
通信会社（営業担当）	・卒入学、異動の時期であるが、新規予約が前年に比べて増えず、景気が上向き兆候はない。
通信会社（営業担当）	・テレビの販売台数が低迷している状況では、多チャンネル放送サービスの新規加入も回復は望めない。
通信会社（総務担当）	・販売量や需要も好転する見込みがない。
通信会社（広報担当）	・増税路線が政界で話題となり、所得が増える見込みもなく、子育て世代で共働きでない場合は非常に苦しい。消費は必需品以外は購入しなくなっているため、現状では変わる要素がない。
テーマパーク（管理担当）	・来館者が前年比減の状況で、館内販売額もこれに比例して減少する。
競艇場（職員）	・売上、来場客数とも変化はない。

	その他レジャー施設 (アミューズメント)	・当施設の客と親和性の高い映画館での話題作の公開予定が少なく、娯楽目的での母体ショッピングセンターへの来店客増が見込めない。また話題性のある景品やゲーム機の発売も予定が立っていないことから、しばらく難しい状況が続く。	
	美容室(経営者)	・今の経営状況や客動向をみても、ここ数か月で大きな変化はなく、攻めの経営をしてもこの先良くならない。	
	その他サービス[介護サービス](介護サービス担当)	・利用者の様子を見る限り、ここ2、3か月で景気の変化はない。	
	設計事務所(経営者)	・大きな動きが何もない。	
	設計事務所(経営者)	・暖かくなってくると特需スピードがついてくるが、西日本では今までと変わらず動きは鈍い。	
	住宅販売会社(従業員)	・客の動きが大変鈍くなっている状況では、販売量、販売金額への影響がなかなか出ない。	
	住宅販売会社(営業担当)	・変動する要素がなく、従来どおり推移する。	
やや悪くなる	商店街(代表者)	・経済状態、政治動向から客の可処分所得が増えることはなく、消費税増税の懸念によって客の生活防衛的な消費行動で厳しい状況になる。	
	商店街(代表者)	・増税や地場の大手企業の会社更正法申請などの影響により消費の冷え込みがある。	
	一般小売店[紙類](経営者)	・客が郊外店に流れるとともに、買い控え傾向で景気が悪くなる。	
	スーパー(財務担当)	・競合店の価格競争が続くなか、消費の二極化はあるものの、客は低価格商品を求めて店を選んでいるため買上点数が減少する。	
	スーパー(管理担当)	・大型ディスカウント店のオープンにより、来客数の減少や販売価格の混乱が懸念される。	
	コンビニ(副地域ブロック長)	・競合店出店の影響で売上が悪くなる。	
	家電量販店(店長)	・景気が良くなる要因がなく、このまま更に悪くなる。	
	家電量販店(店長)	・就職難で進学者が増加し、授業料で家計が圧迫されるため4月から厳しい状況になる。	
	乗用車販売店(業務担当)	・新商品の納期が半年待ちのため、販売が停滞気味である。2月の大需要期を過ぎると更に下降気味になる。	
	タクシー運転手	・当地は公務員のタクシー利用が多いが、今後収入の減少に伴う売上への影響が出る。	
	通信会社(社員)	・通信サービスを提供しているが、新年度に向けてスマートフォンなど携帯電話系のサービスに切替えられるため、会員数が減少する。	
	通信会社(営業担当)	・新生活需要のある2~4月上旬が過ぎると来客数、販売数ともに落ち着きをみせ、7月の夏ボーナス商戦まで変化の乏しい時期となる。この時期にスマートフォンの積極的な販売促進を行い、来店を促し販売数アップ及び客へのサービス強化を行う。	
	悪くなる	美容室(経営者)	・同業者が閉店し景気が良くなる要素がない。
美容室(経営者)		・公共事業の削減や労働者の賃金の抑制などの影響で景気が悪くなるという客の話から、当店の売上も減少する。	
企業動向関連	良くなる	スーパー(店長)	・新たな競合店の出店に伴い、販売促進、集客合戦が激化する。
	やや良くなる	通信会社(通信事業担当)	・大手キャリアの無線系新サービスなどの影響もあり、一定数の解約などが生じるため、より厳しい状況になる。
良くなる	輸送用機械器具製造業(経営者)	・地元の手自動車メーカーの推移をうかがう一方で、他社の自動車メーカーの仕事にも期待できるため、景気が良くなる。	
	やや良くなる	金融業(自動車担当)	・円高の一服と世界経済の持ち直しが進んでおり、輸出は徐々に回復し生産水準が高まり収益が改善する。
良くなる	金融業(営業担当)	・株価も回復し、小売・サービス業の経営者も消費が回復する期待を持っている。観光業者から下げ止まりの兆候についての報告もあり、株価が現況から大きく冷え込まなければ消費は改善する。	
	変わらない	食料品製造業(総務担当)	・4月に商品の値上げが始まったときの客の動向がつかめない。
変わらない	木材木製品製造業(経理担当)	・東日本大震災の復興に伴う職人不足で住宅着工が遅れており、状況改善がなかなか進まない。	
	窯業・土石製品製造業(総務経理担当)	・納入が遅れていた自治体向けごみ焼却炉等の工事案件の納入が始まって生産量を下支えするが、鉄鋼業向けの生産ラインでは減産が続く。	
変わらない	非鉄金属製造業(経理担当)	・特段変化の兆しはない。	

	金属製品製造業（総務担当）	・鉄原材料価格は現状のまま大幅な上昇はないが、造船関係は競争激化で4月から2～4%の値下げを受け入れる。工作機械業界向けでは、現状の受注量では生産能力の50%にとどまり、極めて厳しい状況になる。
	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はない。
	一般機械器具製造業（経営企画担当）	・国内市場の冷え込みによる売上不振の状況が長期化しており、今のところ回復の兆しもなく当面厳しい状況が続く。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・良くなる要因がない。
	建設業（経営者）	・昨秋に発生した近隣工場事故の復旧、その関連事業の影響でこの地域の特殊業種だけは少し状況が良くなる。
	建設業（総務担当）	・得意先の施設整備等の大きな動きがないため、小口工事での対応になる。
	輸送業（業務担当）	・主要取引先の海運関係の動きが悪く今後もあまり変化はない。
	会計事務所（職員）	・景気が低迷している現状では、貸し倒れを警戒して積極的に新規得意先を開拓したり商品の売り込みを図ることに及び腰になっている。現状維持でよしとするムードになる。
やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・原油高の影響で更に原材料の値上げが続く。
	化学工業（経営者）	・やや円安基調にあるが国内消費の伸張がなく、輸出主体の取引先が海外生産のウェイトを上げる方針を改めて打ち出し、その影響で徐々に受注が減少する。
	鉄鋼業（総務担当）	・主力客である自動車メーカーの生産が4～6月は1～3月に比べ大きく減少する。当地区は自動車関連メーカーが多く影響が大きい。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・製造が海外へ移行することにより先行き不透明感がある。設備投資も慎重になり事業活動も縮小せざるを得ない。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・今後2、3か月は更に主要客からの受注が減少する。
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量の減少と価格の引下げがある。
	輸送業（総務担当）	・取引先の企業統合により受注量が大幅に減少しており、同業他社間での競争が激化する。
	通信業（営業企画担当）	・昨年度末と比べ来期の大型案件が減少しており、中期的に売上増が厳しい見込みである。
	コピーサービス業（管理担当）	・営業の訪問結果からも客が経費削減に取り組む傾向にあり、コピー等はすぐに削減対象とされる経費項目になる。
悪くなる	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・国内で景気が回復していない現在、自助努力のみでは到底どの企業も先行きが懸念される。
雇用関連	良くなる	-
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当） ・地元企業の求人数はわずかながら増えてきており、景気回復の兆しとまではいかないが、良い傾向にある。 求人情報誌製作会社（サイト運営担当） ・期末で中途の募集企業が徐々に増加してきている。 民間職業紹介機関（職員） ・昨今の円安傾向は3月期決算の上方修正をもたらし、数字的にも心理的にも景気を浮上させる要因となる。 民間職業紹介機関（人材紹介担当） ・求人、求職の動きが活発化すると同時に、新卒、新社会人が活動を開始する時期になる。
	変わらない	人材派遣会社（社員） ・株価の上昇や円安傾向で輸出企業にとって良い材料もあるが、半導体メーカーの破たんによる中小企業への影響など悪い材料もある。 人材派遣会社（支社長） ・外需産業の製造業の求人数は減少傾向にあるが、内需産業の小売や医療分野の求人数が増加傾向にある。 求人情報誌製作会社（営業担当） ・向こう3か月では進展はない。 求人情報誌製作会社（広告担当） ・半導体メーカー破たんの影響が出てくる可能性があり、マイナスの要素はあってもプラスの要素は非常に少ない。 新聞社〔求人広告〕（担当者） ・当分は不透明感のなかで同じ状況が続く。 職業安定所（職員） ・先行きは依然不透明であるが、産業別では製造業が依然好調で、それに関連する派遣業や運輸業で求人意欲が高いが、臨時求人が多いため常用求人の増加にまでは至らない。 学校〔短期大学〕（学生支援担当） ・良くも悪くも変化して行く材料が見当たらない。 その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員） ・基幹産業の製造業では年明けの大手電機メーカーのリストラによる大量離職の発生後、協力工場はもとより周辺の多業種にわたる企業で求人意欲の冷え込みが続く。

やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・新年度に替わるタイミングで派遣スタッフの直用化を計画している大企業が多い。それらの官製不況的な要因に加え、当地域を代表する製造企業の求人動向も良くない。円高は若干持ち直しているものの、まだ先行きは不透明であり、医療福祉・販売等需要のある分野での求人開拓やマッチングを強化していく。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大規模自動車製造工場において、乗用車ラインは円高の影響による操業悪化を受けて3月から昼夜2交代勤務を中止し、余剰となる社員を県外の他工場に派遣し、期間従業員の雇用期間満了後は再雇用しないなど、県下の下請企業にも大きな落ち込みを与える。
悪くなる	職業安定所（職員）	・景気の低迷による個人消費の減少や円高の影響で、小売業からの求人、製造業は輸出関連企業からの求人募集意欲が低くなる。