

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	通信会社（営業担当）	・2012夏モデルの新商品が続々登場するとともに、ボーナス、学生の夏休み、盆、夏キャンペーンなどの夏のトピックスが絡み消費拡大の期待がかかる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・暑くなり省エネ関係の商品が動く。
商店街（代表者）		・2つの大型家電店の同時オープンにより中心部への来街者が増え、2～3か月先も今月同様好調に推移する。	
百貨店（営業担当）		・徐々にではあるが、前年同月比で100%を超えるテナントが多くなりつつあり、客の入館状況も先月よりは良くなっている。もう少し様子をみなければならぬが、上向きになりつつある。	
百貨店（営業担当）		・夏物セールの動きの長期化・分散化傾向が例年顕著であるため、天候次第で左右される可能性があるものの、7月からのセールで山場を作れる見込みである。	
スーパー（店長）		・売上が徐々に良くなっており、ボーナス支給もあるので、しばらくはこの状況が続く。	
家電量販店（店長）		・消費者の節電意識の高まりから高省エネタイプの冷蔵庫、エアコン、LED照明の需要が高まる。また太陽光発電システムへの関心も高まっており、需要が期待できる。	
乗用車販売店（統括）		・今期はエコカー補助金効果で前年を上回る販売量が確保できる。	
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）		・夏休みや盆などがあり、学生帰省客にも期待できるので、現状よりも動きは活発になる。	
観光型ホテル（スタッフ）		・夏休みに入り家族層が増加してくる。	
都市型ホテル（スタッフ）		・夏休みの宿泊予約が少しではあるがファミリー客からの問い合わせが増えてきている。	
通信会社（広報担当）		・ボーナス商戦期で例年活気付く。	
テーマパーク（業務担当）		・夏季に新たな行事を開催することで例年以上の来園者数が見込める。	
テーマパーク（広報担当）		・大型の博覧会イベントが予定されており、それによる近隣への観光客の増加など相乗効果がある。	
その他レジャー施設（アミューズメント）		・夏休みが始まり当店の主客層の来客数が大幅に増加する時期となる。また映画の話題作公開もあり、来店するきっかけが増える。	
設計事務所（経営者）		・消費税増税の法案が可決しそうなので、これから駆け込み需要による引き合いの増加を期待している。しかし、駆け込み需要が多すぎると建築物価の高騰や人手不足も懸念され、消費税増税後の落ち込みを考えると手放しでは喜べない。	
住宅販売会社（販売担当）		・時期的な季節の変わり目の需要もあるが、しばらく省エネ関連商品の販売増が見込まれる。	
住宅販売会社（営業担当）		・税制変更による駆け込み需要から、上向きになる可能性がある。	
変わらない	商店街（代表者）	・工事が来年の3月まで続くことから、目的買い以外の来街者が見込めない状況が続く。	
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・日ごろ使う名刺などの売上が良くなり、企業活動に元気がない。	
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・当分続いたアウトレットモールオープンの影響も段々と薄らいでくるため、夏休みや盆に期待が持てる。	
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・客が金を使わない状況は相変わらずで、年々進物を減らす傾向にあるものの、中元商戦では何とか昨年並みの売上を目標としている。	
	百貨店（販売促進担当）	・中元、セールと夏の大型商戦がスタートしたが、地元大手企業の業容縮小もあり、中元ギフトの法人関係は厳しいと想定される。夏のセールも今年から2週間スタートが遅くなるが、この会期変更が客にどう受け入れられるか注意して見守る必要がある。	
	百貨店（購買担当）	・ボーナスが出ない、給与が減少した等の声を聞くが、クリアランス時期に突入し、良い物を安く買いたい客の心情もあって少し景気が上向く。	
	百貨店（売場担当）	・地域的な疲弊は続くものの、景気そのものの後退はないと判断する。ただ店舗への来店客の年齢層が更に上昇している。	
	百貨店（営業推進担当）	・消費税の増税や欧州の信用不安などが今すぐ影響することはないが、心理的には不安をあおる。	
	スーパー（店長）	・大きな変化が起こる状況はない。	

スーパー（店長）	・来客数、販売点数は前年と同様に推移しているが、消費税増税などもあり、客の生活防衛が懸念される。
スーパー（店長）	・外部環境に変化がない限り消費動向は変わらない。
スーパー（店長）	・政治の先行きや消費税増税など不安要素が多く、消費についても縮小傾向が予測される。
スーパー（業務開発担当）	・毎月1～2ポイント前年を上回っており、例年通りの夏であれば今の状態が続く。
コンビニ（エリア担当）	・エリア内への大型量販店やディスカウントストアの出店で販売量に影響がある。また、夏場は猛暑も予想されパンの動きが鈍るが、オリンピックで深夜向けの総菜やサンドウィッチの需要が高まり、現状のまま推移する。
コンビニ（エリア担当）	・当分このような状態が続く。
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。増税が決まれば販売量が若干落ち込む。
衣料品専門店（販売担当）	・客単価が減少する。
家電量販店（店長）	・この夏は猛暑でエアコンに期待したいが、客は壊れてから買換えるので、安いからといって買うわけではない。
乗用車販売店（店長）	・小型車は新型車投入の効果で順調だが、軽自動車の販売が思うように伸びておらず、車全般の底上げにはつながらない。
乗用車販売店（営業担当）	・ボーナスが支給されても大半が貯蓄に回っている。
自動車備品販売店（経営者）	・民間企業のボーナス減少や大幅なカット、更にはボーナスなしという企業が増えており、昨年以上の販売は厳しい。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・売上が上下動する要素がない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費者全般に良い景気ではなく、まだまだ景気が上向きには時間がかかるとともに格差社会が続く。
その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・欧州情勢や政局の状況が安定し、株価や給与と所得の明るい見通しへの変化が少しでもあれば、上向き傾向に転じることもあるが、消費動向の変化への反応はほとんどなく、あっても時間がかかる。
高級レストラン（スタッフ）	・ゴールデンウィーク明けからは予約数が減少しており、今後期待できない。
一般レストラン（経営者）	・消費税増税が決まっても、それまでには少し景気が良くなる。
一般レストラン（エリア担当）	・ランチの値下げ合戦が激化しており、厳しい状況である。
一般レストラン（外食事業担当）	・価格競争が激しくなり、大手を中心に安価な商品が出ているが、客単価によっては売上は減少する。天候にも大きく左右されるので、昨年と同じであればそれほど売上は伸びない。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・長期休暇などでは例年と変わらない動きをするので、夏に関しては変わらない。
観光型ホテル（支配人）	・昨年の夏は東日本大震災の反動で比較的好調な入込であったが、今年は同期比ではマイナスである。ただし、夏休み期間中の問い合わせも増えてきており、前年並みが見込める。
都市型ホテル（総支配人）	・スカイツリー効果などもあり、観光客は東京を中心に東日本方面が強く、西日本は苦戦する。
都市型ホテル（企画担当）	・あまり現況変化がみられない。
旅行代理店（経営者）	・政治家は自分のことを考えないで、日本の将来を考えた行動を示し、日本が元気になる政策をお願いしたい。
タクシー運転手	・外出する客が少ない状況が続いている。
通信会社（社員）	・ボーナス時期であるが、新たな問い合わせなど販売量増につながるも傾向があまりない。
通信会社（企画担当）	・新規の営業で商品に対する関心度は、今年度上四半期で特に変化がない。来月賞与月になるが、今のところの購買の動きの読みにおいて変化はなく、3か月後もこのままとなる。
通信会社（営業担当）	・円高・節電・消費税の夏で、地元自動車産業も立ち直りのきっかけをつかめず、景気が良くなる雰囲気はない。
通信会社（総務担当）	・消費税増税の影響による消費低迷が懸念される。
通信会社（工事担当）	・上向き要因がないが、これ以上下向きとも考えられないので、現状維持程度になる。
テーマパーク（管理担当）	・政治の問題など消費を抑える案件が多いため変わらない。
競艇場（職員）	・集客と売上が見込めるレースがないので変化はない。

	美容室（経営者）	・景気が良くなる情報がなく、このまま現状維持で推移する。
	美容室（経営者）	・日本経済が安定していない。メディアでの不景気なニュースが一般消費者の財布のひもを締めている。
	その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・サービス利用者との世間話のなかで消費増税の話などの政治の話も話題にのぼることもあるが、すぐに消費生活に大きく影響が出る雰囲気ではない。ここ2、3か月で身のまわりの景気が変わるとは考えにくい。
	設計事務所（経営者）	・消費増税等の駆け込みの反応が鈍く、もうしばらくの間は変化が少ない見込みである。
	設計事務所（経営者）	・経済を上向かせる要因が見当たらない。
	設計事務所（経営者）	・政治がはっきりしない状況や夏場の節電意識等で、建築も動きを控える傾向が見込まれるため、今とあまり変わらない。
	住宅販売会社（従業員）	・客の動きが鈍い。
やや悪くなる	商店街（理事）	・政治不信で先行き不安なので、生活防衛のため客の消費が鈍り景気が停滞する。
	商店街（代表者）	・少子化、オーバーストア、デフレに加えてインターネットによる購入方法が増加し、客はより安い物や本当に欲しい物でないと購入しないので、厳しい状況が続く。
	商店街（代表者）	・消費税の増税などがかなり浸透し、消費者マインドが一層低下する。
	商店街（代表者）	・今年は観光客数が例年のように増えない。
	一般小売店〔茶〕（経営者）	・このままの状況が続けば大変厳しい状態になる。それでなくても地方の商店街は疲弊しており、まちづくり活動ができなくなる。
	一般小売店〔紙類〕（経営者）	・生活用品の購入を控える客が増えており景気は悪くなる。
	百貨店（売場担当）	・食への需要は顕著なもの、高額ファッション商材は軒並み苦戦している。各メーカーは更なる販売促進費や人件費の削減が進み、集客で苦戦する。
	百貨店（電算担当）	・店全体に占める衣料品の売上が大きい、その夏物衣料が不振で、クールビズ関係の商品も息切れしている。貴金属及び魚、肉、青果は前年比プラス4%と好調に推移している。古事記編さん1300年で出雲大社の売店も好調で同34%プラスで、人の動きが出てきた。
	百貨店（販売担当）	・クリアランスの推移次第だが、今年は新規オープン的大型商業施設の影響により来客数の減少は避けられない。
	スーパー（販売担当）	・買上点数及び客単価に、若干ながら減少傾向がみられるようになってきていることを危惧している。同時にここ数年の傾向として残暑が厳しく、今年も2、3か月先に迎える秋商戦はかなり苦戦する。
	スーパー（財務担当）	・同業他社との価格競争による消費者の買いまわりにより、客単価の下落が続く。
	スーパー（販売担当）	・節電ムードから節約ムードへ移行しそうな雰囲気があり、景気は悪くなる。
	スーパー（管理担当）	・電気料金の値上げ、うなぎの高騰、消費税率論議等、景気の良くなる要素がみえてこない。
	スーパー（営業システム担当）	・電気代の値上げや増税など、強制的に支出が増えていく時期になっている。生活必需品に関しては、支出を抑える傾向がみられるため、売上の増加は見込めない。
	コンビニ（エリア担当）	・客単価の低下は続く。
	コンビニ（副地域ブロック長）	・競合店出店により来客数減少は1年以上影響を受けるとともに、引き続き競合店の出店攻勢の可能性もある。
	コンビニ（地域ブロック長）	・製造業の景気悪化に伴う消費縮小傾向の解消について、政局が不安定で好転させる要素がみえづらい。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・消費低迷により客は必要な商品のみを購入する傾向になる。
	家電量販店（店長）	・消費増税が家計を圧迫し、購入意欲が低下して景気は悪くなる。
	乗用車販売店（業務担当）	・期待したほどエコカー補助金駆け込みの成果が出ておらず、この先補助金が打ち切りとなれば、現状より悪くなる。
乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金が終了したとき、今以上に客の動きが鈍くなる。	
乗用車販売店（副店長）	・エコカー補助金が終了し、反動で販売量が落ち込む。	
その他専門店〔布地〕（経営者）	・政治経済が不安定で思い切ったことができない。	

		一般レストラン（経営者）	・世界経済の停滞や日本政治情勢の停滞が連日報道され、消費者自体が自己防衛で消費しなくなっている。些細な抑制であっても今日の出金を抑え、実質目減りする所得に備える客が多く見受けられる。
		都市型ホテル（企画担当）	・政情不安があるとともに景気対策が停滞している。
		通信会社（通信事業担当）	・新サービスなどを開始しても、反応は従来よりも非常に悪く、先の見通しは非常に厳しい。
	悪くなる	スーパー（店長）	・集客のための新たな投資も難しく、ポイントセールで客単価を下げずに集客したいができない状況である。価格を下げての集客政策では、更に利益を圧迫するため当店にも限界がある。今後、消費税のアップなど消費の冷え込む要因もあり先行きが非常に厳しく、スーパー業界再編が地方で激しくなりそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税問題等将来に対する不安があり、消費意欲が低下している。
		家電量販店（企画担当）	・電力不足も購入意欲の低下に更に拍車をかけることを心配している。業界全体の売上も前年比7割程度と最悪になっている。以前の省エネ家電エコポイントのような現状の閉塞感を打開できるような政策がない限り好転しない。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税増税、円高、デフレ等のマイナス要因はあっても、良くなる要因は全く見当たらない。
		スナック（経営者）	・景気対策に本気で取り組まないと、このままいけば確実に景気は悪くなっていく。
		美容室（経営者）	・ボーナス時期ではあるが売上上昇にはつながらない。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車が立ち上がって安定してくれば好景気になる。
(中国)	やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・季節要因や少しずつの実需が増加する。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・自治体向け焼却場工事が着工するため、生産量がやや持ち直す。
		通信業（営業企画担当）	・製造・流通・自治体等の全業種にて新しい情報通信関連のサービスへの関心が高く、導入検討のレベルでの引き合いが継続している。
		広告代理店（営業担当）	・販売促進での受注量が増加する時期に入り、旅行販売、自動車、大学オープンキャンパス等の受注が増加傾向にある。
	変わらない	食品製造業（総務担当）	・目標数値を割り込む可能性があり、現状維持が精いっぱい景気は悪くなる。
		繊維工業（統括担当）	・混迷している政治状況次第である。
		化学工業（総務担当）	・先行き不透明である。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・受注量の回復維持は予想されるが、価格面では事業によっては金属相場下落などマイナス影響も出始めている。
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先が海外調達比率を上げる方針を出している。今後3か月では、当社の製品への影響はほとんどないものの、その方針がさらに強まることを懸念している。そのため受注量は現状のまま推移すれば良い方である。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから判断すると状況は変わらない。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・海外向けの自社製品の売上について、受注は順調にあり回復基調にあるが、円高により損益面では厳しい状況が続く見通しである。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・当初計画に比べ大幅に増産する製品があるが、他の製品の生産量で調整される予定である。
		輸送業（業務担当）	・9月くらいまでは増産計画があるが、10月以降の予定が未定のため変らない。
		通信業（営業担当）	・消費増税など国会動向で景気面への影響が懸念される。
		金融業（自動車担当）	・当面、現状程度の為替水準が続くとみられ、この為替では輸出採算は厳しく、利益は低水準で継続する。
		金融業（営業担当）	・地元企業の経営者で、将来に明るい展望をもつ者は少なく、売上は、依然として低迷している。将来的な景気は、日本、世界の情勢に左右されるが、現況の不透明な状況では、元気のある企業で将来に向けた投資を行う企業は少なく、また従業員給与についても増加する要素は全くなく、横ばいの景気となる。
		不動産業（総務担当）	・需要時期ではないため、数か月間変わらない。
	やや悪くなる	食品製造業（総務担当）	・良い情報も悪い情報も聞かないが、材料関係の値上げ要請が来ている状況である。
		化学工業（経営者）	・引き続き部分的な受注の増加は期待できるが、国内政治の停滞感、欧州不安等不安材料も多々あり、全体としてはやや悪化する。

		鉄鋼業（総務担当） 鉄鋼業（総務担当）	・欧州の信用不安が実物経済に影響し続ける。 ・エコカー補助金が、7月か8月には終了すると予想されており、終了後は反動による販売減となるため、国内景気にインパクトがある。
		電気機械器具製造業（総務担当） 電気機械器具製造業（総務担当）	・電力供給問題、ガソリンを始め原料の割高感、市場の不安定感などにより今後景気はやや悪化する。 ・対ドルだけでなく対ユーロに対しても円高であり、その影響が出てくる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当） 会計事務所（職員）	・予想していたよりも受注量が思うように伸びない。 ・製造業、建設業では大口の物件が動かないので、下請に流れてくる仕事の量が少なくなってきている。見積り引き合いの相談もあまりない状況にある。
		コピーサービス業（管理担当）	・取引先からの引き合い案件が少なく、取引先担当者からは今後も案件が少なくなることはあっても増える見込みはないと断言された。
	悪くなる	農林水産業（従業者） その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当） 建設業（総務担当）	・9月末まではどんっちアジ（島根県浜田市産のブランドアジ）、秋口までは白イカに期待ができるが、8月まで沖合底引き船が資源保護のため休漁となるため、今期の水揚げ数量、金額ともに昨年に比べてかなり悪くなる。 ・衆議院で消費税増税が通過し、電力料金の値上げ、社会保険料の値上げと公共料金は着実に増加する一方で、元値はほとんどの会社が据え置いている。その多くは海外進出によって価格差を埋めていくことになる。 ・消費税率が上がる前の駆け込み需要が発生し、建築資材の値上げ、人手の不足が起こる。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-	-
(中国)		人材派遣会社（支社長） 求人情報誌製作会社（サイト運営担当） 求人情報誌製作会社（採用支援担当） 職業安定所（産業雇用情報担当） 民間職業紹介機関（職員）	・消費税増税による駆け込み需要が出てくる。 ・海外中心だが拠点開設などの話をきく。 ・リーマンショックで採用を抑制した反動がまだしばらく続く。 ・依然として円高の影響を受ける製造業からの求人提出はないが、円高の影響を受けない製造業については、徐々に求人募集の動きもある。また、夏場の中元やピヤガーデンなどのイベントに向け、卸売・小売業や宿泊・飲食業からの求人提出がある。 ・ここ最近複数社から内定を得るケースが増えてきている。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当） 人材派遣会社（営業担当） 求人情報誌製作会社（広告担当） 職業安定所（雇用開発担当） 職業安定所（産業雇用情報担当） 民間職業紹介機関（人材紹介担当） 学校〔短期大学〕（学生支援担当） その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・製造事業所から求人が増えてくる気配があまりない。特に自動車関連が低調であるため、横ばい状態が続く。 ・変わらないとの判断の一方で、消費増税や政治不安、円高の動向によってはさらに悪くなる。 ・時期的に新卒採用のピークは過ぎて一段落しており、今後は内定者辞退が出た企業が一部補充活動をする動きがある程度となるため、特に予算をかけての積極的な活動は行われない。 ・求人数が増えているが、自己都合退職者も増加しているので、景気動向は変化しない。 ・雇用状況に大きな動きはなく、昨年12月以降、求人倍率も0.9倍台で推移しており、景気に変化はない。 ・年末までは先行きが不透明な状況が続くため、活発な消費活動が控えられる。 ・特に大きな変動がみられない。 ・大手電機メーカーのリストラによる大量離職の発生後、傘下の協力工場を始め周辺の多くの業種にわたる企業で求人意欲が冷え込んでいる。新たな企業誘致に関わって大量採用の話も複数あるが、来年・再来年以降のことであり、今現在の求人には結び付かない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・節電など経費削減に重きをおく企業が増え、求人枠を狭める状態が今夏中は続く。
	悪くなる	-	-