

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 やや良くなる	－	－
		コンビニ（エリア担当）	・昨年と同様に高い気温となり、盛夏商材が好調に推移しており、消費に対する意欲は衰えていない。タバコについても通常の供給体制に戻り消費が上向いている。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・東日本大震災で影響のあったタバコ等の安定供給が図られ、品切れがなくなり、売上が回復する。
		乗用車販売店（業務担当）	・東日本大震災でストップしていた生産も回復しつつあるとともに、新商品の発表も控えているため状況が好転していく。
		乗用車販売店（営業担当）	・東日本大震災後購入を控えていた客の来店が徐々に増え、販売台数も増えている。ただ昨年に比べるとまだ少ないので、まずは昨年ペースに乗るまでが勝負である。
		乗用車販売店（店長）	・自動車業界は景気の底にあり、これより悪くなることはない。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・来客数も購買意欲も向上しており、徐々に上向きになっていく。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・秋の大型キャンペーンを予定しているため、例年以上の集客が見込める。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響でいろいろな物の需要が増えてきている。現在品薄な物も徐々に追いついてきているので、少しずつ景気も良い方向に動いている。
		通信会社（営業担当）	・震災の復興景気が地域にも好影響を及ぼし始める。
		通信会社（広報担当）	・今後もスマートフォンを中心に人気集中する。需給ギャップをうまく調整することで、業績自体は堅調に推移する。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話業界ではスマートフォンが主流になりつつあり、夏商戦、冬商戦とスマートフォン需要での販売が好調になってくる。
		テーマパーク（業務担当）	・秋季イベント期間中に大型企画を予定しており、それによる集客に期待が持てる。
競艇場（職員）	・9月初旬に開催するファン謝恩競争で売上が見込める。		
変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・特に変化する状況にはなく、現状維持か今以上に悪くなる。
		商店街（代表者）	・明るい見通しが何も見当たらず、良くなる兆候もみえないのでこのまま推移する。
		商店街（代表者）	・7月19日に高速道路料金無料化社会実験が終了したことで、車で来る客がかなり減少している。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・茶に関する放射能汚染の問題はやや下火になりほっとしているが、まだまだ何が起こるか大変不安である。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・会社設立の印鑑や日ごろ使われる名刺などの需要も少なく、あまり前向きな動きはない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・7～8月は花火大会、盆踊りなど行事が多く、人の動きが活発になるので、取引先の飲食店が上向きになる。地域のイベントも例年通り行われるとともに、タバコも8月から注文分が100%配送されるようになり、平常時に戻ってきているので、9月以降も同様に悪くはならない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・天候も不順なので、何か起爆剤でもない限りはこの状況は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・猛暑だった前年に比べ、今のところ朝夕と過ごしやすく、秋物へ変える時期の判断が難しいため、メーカー製品の作り込みや配送の時期決定が心配である。
		百貨店（販売促進担当）	・セール後半、盆、秋物商戦を迎えるが、商材及び適品確保には疑問符が付く。また例年盆商戦では帰省客や旅行客で盛り上がりを見せるが、高速道路料金の休日特別割引の終了もあり、どのくらいのマイナス影響が発生してくるのか、心配材料も多い。
		百貨店（売場担当）	・各商品群ともに売上は前年同期より改善しており、秋以降の傾向も同様に推移する。
		百貨店（電算担当）	・東日本大震災は心理的に大きな影響を及ぼしているが、売上は前年比3%増となり、昨年水準にまで回復している。ほとんどの商品は売上がわずかではあるが、前年を上回っているものの、宝飾品は前年比24%減と低調であることから、客は不要不急の物は買わず堅実になっている。
		スーパー（店長）	・景気が良くなる好材料は見当たらない。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の影響や円高が続く、いろいろなところで不安要素が残っているため現状維持で推移する。

スーパー（店長）	・景気が良くなる具体的な要素が見当たらないが、来客数は安定しているため、マイナス要因もない。
スーパー（経理担当）	・競合店間での来客数の変動はあるものの、消費動向は落ち着いている。
スーパー（販売担当）	・店舗ビル内ならびに商圏内において、景気に大きな影響を及ぼす事象が発生する兆しはないので、しばらくは今の状況が続く。
コンビニ（エリア担当）	・競合店であるコンビニエンスストアが6月末に閉店した影響で、売上、来客数ともに増加しており、この動きは今後も進んでいく。ただし単価は上昇していないので、いかにして買物をしてもらうかが重点となる。
コンビニ（エリア担当）	・秋に向かっていろいろなキャンペーンや、新店舗の開店など良い材料はかなりあるが、暑さ続きの影響で売上は厳しく、昨年並みで推移する。
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる見通しが見えない。
衣料品専門店（販売担当）	・現状から判断すると変わらない。
乗用車販売店（店長）	・ボーナス商戦中にもかかわらず、一般的に客の動きが鈍く売上も伸び悩んでいる。
乗用車販売店（副店長）	・利益確保は依然厳しいものがあり、自動車販売業界では全体的にデフレの傾向が否めない。
自動車備品販売店（経営企画担当）	・地上デジタル放送への移行が一巡すると全体を支える商品が見当たらず、自動車販売の動向次第となり、大きな変化は期待しづらい。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・好転するような要素がない。
高級レストラン（スタッフ）	・来客数は少しずつ回復している。予約に関しては昨年並みか少ない状況なので、先行きは不明である。
一般レストラン（店長）	・節電のため企業の休みに変動があり、家族連れのみ来店曜日に変化がみられるため、全体的な減少につながることを懸念している。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・現在の情勢では先行きが不透明で客の動きが変わる気配がない。購買意欲も薄く、安近短傾向に動く。
都市型ホテル（従業員）	・レストランでは盆時期の予約が少しずつ入ってきているものの、まだ空席が多い。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊では高速道路料金の休日特別割引終了の影響で、車で遠くまで旅行する人が当分は減少するため、先の連休の予約もまだない状態である。
都市型ホテル（総支配人）	・関西地区からの観光客は増加しているが、関東地区からの観光客は減少している。これからの夏休みや盆の期間で一般旅行者に期待するが、高速道路料金の休日特別割引終了など、宿泊施設にとってマイナス要因もあり、先行きは不透明である。
旅行代理店（経営者）	・政府が原子力発電所の現状や将来がどのようになるのかを公表するとともに、今後の対応についても正確に周知されなければ、旅行どころではない。
タクシー運転手	・現在は様子見の状況だが、来客数が増えないことには何も始まらない。
通信会社（社員）	・新規のサービス利用申込に変動がない。
通信会社（営業担当）	・7月24日以降の多チャンネル放送サービスは、解約、新規加入ともに大幅に減少し、全体としては横ばい状況が継続する。
通信会社（総務担当）	・これまでの販売状況から、客の購買意欲の向上が見込めない。
テーマパーク（管理担当）	・電力不足や原子力発電所問題等の報道によって外出意欲が鈍化しているとともに、高速道路無料化社会実験の終了による影響も出る。
テーマパーク（広報担当）	・福島第一原子力発電所事故の影響や政治の不安定が続くようであれば、景気は停滞したままになるとの不安がある。
美容室（経営者）	・忙しくなり、来客数が増える要因が特に見当たらないので、現状維持が続く。
設計事務所（経営者）	・東日本大震災の直接的影響はなくなってきたものの、原子力発電の問題や電力不足など、まだ先行きが読めない状況なので、客は建築のような大きな投資を控えている。
住宅販売会社（従業員）	・販売量には動きが出てきたものの、継続的な単価の低化と売上原価の上昇が見受けられ、厳しい状況が続く。
やや悪くなる 一般小売店〔紙類〕（経営者）	・商店街全体で観光客の売上割合が増えているため、その大幅な減少が大きく影響する。

百貨店（売場担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 8月、9月は震災時の過剰在庫が取引先に一気に返品になる時期で、体力のない取引先は仕入れができず、問屋やメーカーの連鎖倒産の可能性はある。完全買取りの小売業態の店舗は当然仕入れを縮小する傾向にあり、震災のしわ寄せがこの秋のタイミングで起こる。店頭商品が変わらず、消費者に付加価値のあるものが供給できないリズムが続く。</li> </ul>
百貨店（販売担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現在のような客の購買意欲は長く続かない。セール期とは違い、通常期になると客の買い方が慎重になり、必要な物を必要なときに買う節約志向はまだ続く。</li> </ul>
スーパー（業務開発担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 小麦粉を使った関係商品の値上げに加え、食品の放射能汚染問題で、客から冗談のように何を食べたら良いのかと聞かれる始末である。景気の良くない地方では、高齢化で細る食とのダブルパンチで良くなる要素がない。</li> </ul>
スーパー（販売担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 砂糖、油、小麦、パンなどがこの先どのくらい値上がりするか不明である。</li> </ul>
スーパー（管理担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 震災の自粛ムードが緩んだ感があったが、食品の放射能汚染問題での風評被害が懸念される。現在はないが、今後の広がりによっては影響の可能性がゼロではない。</li> </ul>
スーパー（営業システム担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 福島第一原子力発電所事故の影響で商品への不信感が増し、問合せの数も先月より増えている。夏休みに入り、盆を迎えるからと言って簡単に期待は持てない。</li> </ul>
コンビニ（地域ブロック長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ タバコ増税特需から一巡したため、前年比では厳しくなる。</li> </ul>
衣料品専門店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 取引のある帯の問屋が店をやめることとなり、他の京都の問屋でもそういう話を聞くので、呉服の業界もますます厳しくなる。問屋がなくなると、そこへ商品を納めていた織元も厳しい状態になってやめるので、ますます良い商品が手に入らなくなる。</li> </ul>
衣料品専門店（地域ブロック長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 震災の影響もあり、クールビズが続く。8月から10月初頭にかけてクールビズスタイルが浸透するため、重衣料の売行き不振になる。</li> </ul>
家電量販店（店長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 販売構成のなかで最も比率の高いテレビの販売が、ここ半年ほどはなくなる。そのため他分野を開発するのに時間がかかり、販売状況も低下する。</li> </ul>
家電量販店（店長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ テレビ放送のアナログ停波に加え高速道路料金の休日特別割引がなくなり、消費支出がかなり抑えられる。</li> </ul>
その他専門店 [時計]（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 既存客からの売上が主となっているため、何か販売促進策を企画しないと売上が伸びない。</li> </ul>
その他専門店 [布地]（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 政治の不安定、食品の放射能汚染問題、経済の不安定などをできるだけ早い時期に安心に変えていかなければ、消費者の財布のひもは緩まない。</li> </ul>
観光型ホテル（支配人）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 昨年開催の瀬戸内海地域のイベントが今年はないため、8月以降の来客数は前年比でマイナスになるとともに、九州新幹線開通により、主要なマーケットである関西地区の客は九州へ流れる。</li> </ul>
タクシー運転手	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 1日走っていても客の利用数が増えないし、客に利用されるチケットの数も減っているので状況は良くならない。</li> </ul>
通信会社（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 震災後一段落して雇用の改善やサービス単価の安定化に注目が集まっているが、それによって個人消費に大きな影響が出ているわけでもなく、状況はいまだにかなり厳しいままであり、今後も好転する要素がない。</li> </ul>
通信会社（通信事業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 客の関心はテレビ放送の完全デジタル化に関するものがほとんどで、通信サービスに関する問合せは非常に少ない状況である。</li> </ul>
美容室（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ これから景気が良くなる材料もないため、景気は変わらないか、もしくは悪くなる。</li> </ul>
美容室（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 少しずつだが東日本大震災の影響が中国地方にも及んできた模様である。客の来店周期も少しずつ伸びてきており、店頻度がやや低下してきている状況である。</li> </ul>
設計事務所（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 潜在客はいるが行動が伴わないため受注活動に支障を来す。</li> </ul>
設計事務所（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 住宅版エコポイントの終了でリフォーム工事の動向が悪くなるとともに、電力不足による節電ムードで、しばらくは需要が落ち込む。</li> </ul>
住宅販売会社（経理担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 景気対策が終わるため、客は住宅購入に関して一度ゆっくり腰を据えて検討する可能性があり、長期化が予想される。ただし消費税率の上昇も気にしているため、駆け込み需要も多少は期待できる。</li> </ul>
住宅販売会社（販売担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 住宅版エコポイント制度が終了したのは、それに代わる施策やフラット35等の融資金利の動向が客の関心事である。その見通しが立たない間は、模様ながめで買い控えの心理が働いており、その影響が顕著である。</li> </ul>

	悪くなる	スーパー（店長）	・食品の放射能汚染問題の影響があり、安全性の可視化が急務である。
		スーパー（財務担当）	・自動車関連企業の休日変更により土日の売上が減少し、他の曜日でカバーできない。
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送への移行に伴いテレビの需要も減少する。
		家電量販店（店長）	・今年のメインイベントである地上デジタル放送への移行も完了し、テレビを中心に好調商品の落込みがあるとともに、その他商品が売れる状況にもないので、今月よりも確実に悪くなる。
		家電量販店（販売担当）	・地上デジタル放送への移行が完了し、テレビの特需がなくなるため悪くなる。
		乗用車販売店（統括）	・昨年は9月までエコカー購入補助金効果で売上が伸びたが、今年はその反動で厳しくなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・6月にはタイヤの値上げもあり、消費マインドに陰りがみえ、今後も良くなる要素は何もない。
		住関連専門店（経営者）	・新しい販売形態を模索しているが、当然すぐに成果が出るわけではない。
企業動向関連	良くなる	農林水産業（従業者）	・6月の半年が終わった時点で、小型定置網及び一本釣り漁を除き、全魚種で水揚数量、水揚金額ともに前年実績を上回っている。具体的には水揚数量で1,800tの増加、水揚金額も4億6,000万円増加という結果になっている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災後滞っていた部品調達も安定し、秋に向けて自動車生産数が増えるため景気が良くなる。
	やや良くなる	食品品製造業（総務担当）	・予定では今以上に客からの発注は来そうではあるが、東日本大震災の影響で包装材の調達が需要に追いつかず、なかなか予定どおりことが運ばないため、非常に苦労している。
		化学工業（経営者）	・主要取引先が東日本大震災後に中長期生産計画を見直し、上方修正している。
		鉄鋼業（総務担当）	・当社の客も4～6月には東日本大震災の影響はあったが、生産、販売とも少しずつ上向きになってきている。ただ円高や電力問題等もあるため先行きは不透明である。
		金属製品製造業（総務担当）	・10月より鉄原材料価格の上昇が懸念されるが、受注が増加しているため、生産量を増やすことでカバーできる見込みである。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きがやや良くなってくる。
		通信業（営業企画担当）	・中国地方のみならず客設備のアウトソーシングに関する引き合いが続いており、客が事業を続けていくための投資は引き続き出てくる。
		不動産業（総務担当）	・来客数、成約件数の増加が見込まれる。
		広告代理店（営業担当）	・9、10月にかけての先付けの広告出稿で、旅行代理店や共済団体などからカラーの大型広告の引き合いが入っている。
	変わらない	化学工業（総務担当）	・当面、景気の回復する材料がみえない。
		鉄鋼業（総務担当）	・自動車関連産業の回復に向けた動きに一服感が出る。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・特段の動きはみられない。
		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は当面続く見通しであり、回復の兆しはみられない。
電気機械器具製造業（総務担当）		・東日本大震災の影響で足元の状況判断ができてない。	
輸送用機械器具製造業（経営企画担当）		・年度末近くの内示は完全回復する予定となっているが、年内は例年を若干下回る受注内示となっている。	
建設業（総務担当）		・依然として建設業全体の厳しい状況に変化がない。	
輸送業（業務担当）		・7月は東日本大震災の影響で品不足であった地域への荷動きが多いが、今後はどうなるか分らない。	
輸送業（運送担当）		・景気が回復したとの実感が持てるほどにはすぐは良くなるしない。	
金融業（自動車担当）		・低燃費エンジンの新型車が発売され、生産水準が上昇する一方で、円高によるコストダウン要請が更に厳しくなる。	
金融業（営業担当）		・周りの経営者の多くが東日本大震災の影響を少なからず受けている。以前より当地では右肩下がりの景気状況であったが、経営基盤の弱い企業は震災で存亡の危機に瀕するまで影響を受けている。勝ち組の企業はあるものの絶対数は少なく、多くの企業は足元の資金繰りに追われている状況である。地域を支える企業に明るい兆しがみえず、現段階で3か月先の景気は良くても現状と変わらない状況である。	
会計事務所（職員）		・暑さが続いているにもかかわらず、顧客企業の物販の売上高は回復する兆しがない。ただサービス業では客足の逡減傾向はほとんどなくなってきた。	
やや悪くなる	食品品製造業（業務担当）	・自社の組織編成をコンパクトに再編中だが、当然受注は減る見込みである。	

	窯業・土石製品製造業 (総務経理担当)	・7月の生産水準を向上させた応援生産も一段落するとともに、新規の大口注文もなく生産量は若干減少する見込みである。	
	電気機械器具製造業 (広報担当)	・受注が見込める段階にない。	
	建設業(経営者)	・事業の一環である産業廃棄物の受入がこの7月に関してはどういう訳か急激に落ちており、間違いなく悪い状態である。スクラップアンドビルドによる新設需要に不安があるため、2・3か月後は厳しい状況が出てくる。	
悪くなる	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・工事ごとの原価計算をしてみると、非常に苦しい状況になっている。	
	その他製造業[スポーツ用品] (総務担当)	・東日本大震災の影響で国内販売が更に低下する一方、節電のため生産関係にある中小企業が非常に苦しくなる。	
雇用 関連	良くなる	職業安定所(職員)	・円高の影響を受けている製造業の求人意欲の高まりはみえないが、小売業、サービス業の求人意欲の高まりは堅調な動きをみせており、引き続き高い意欲をみせる状況にある。また、観光業の自粛傾向の影響も薄れてきている。
	やや良くなる	人材派遣会社(営業担当)	・自動車だけでなく他の産業でも年末や年度末に向けた繁忙対応としての派遣需要が見込まれる。
		求人情報誌製作会社 (広告担当)	・急激に雇用の回復が見込める状況には至らない。国のエネルギー政策の方向性が決まらなると会社としての方針もみえず、採用もどのように進めていくのか決められないという企業もある。
		求人情報誌製作会社 (支社長)	・雇用情勢の好転に伴い景気回復に期待できる。また消費者動向も前年以上の水準に到達してきており、その状況は継続しそうである。
		民間職業紹介機関(人材紹介担当)	・現在の企業環境が向上しているため、今後も良くなる。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・今回の円高状況の推移、その他政治状況等の不安要素もあるため、現状では上向きでもその後は変わらない。
		人材派遣会社(営業担当)	・7月に入ってから求人動向は停滞気味である。各企業をヒアリングしても目にみえる回復は見込まれず、2～3か月先に良い状況が訪れる見通しは立たない。
		人材派遣会社(支社長)	・短期求人は増加傾向にあるが、長期求人が大幅に増えているわけではないため、企業も採用に関して慎重な姿勢を崩していない。
		職業安定所(職員)	・求人票の様式変更により新規求人数が減少しているが、これは2～3か月すれば元に戻る見込みである。業績好調を受け化学工業を中心に製造業の求人が増加していたが、それも一息ついた感がある。また自粛ムードの影響で卸小売業では大幅に新規求人数が減少している。新規求職者数は前年同月比10%前後の減少が続いており、今後夏にかけて求職者数が急激に増加する状況にはない。求職者数も減少するが求人数も減少している状況で、一進一退の状況がしばらく継続する。
		民間職業紹介機関(職員)	・補充中心の採用の場合、原則としてないものを埋めるという発想から結果的に現状を維持する考えになっている。そこでは生産性の拡大が見込めないため付加価値は増大せず、結果として景気は変わらない。
		その他雇用の動向を把握できる者[労働機関](職員)	・先行きの不透明感から来春の新規学卒求人の出足は特に厳しかった前年同様に鈍いものとなっている。
	やや悪くなる	新聞社[求人広告] (担当者)	・円高、電力不足や雇用が海外にシフトする動きなどの不安要素がある。
	悪くなる	—	—