

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	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・新製品も出て、全国的な宣伝の効果もあり食パンの売行きが良くなっている。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・昨年は東日本大震災の影響で参考にするのは難しいが、新車販売は前々年比30%増の売上となっている。
	やや良く なっている	観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・大河ドラマの影響に加え、ゴールデンウィークを控え、昼食のみの客、宿泊客ともに昨年を大幅に上回っている。
		商店街（代表者）	それ以外	・商店街の通行量と売上は、取扱商品や店によって差があるものの、3か月前と比較しておおむね良くなっている。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・個人、企業ともに印鑑関係の注文が増加するとともに、高級品の象牙素材での注文も出てくるなどゆとりが出てきている。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	お客様の様子	・観光客が増え売上が増加している。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・1～3月は、売上・来客数ともに3か月連続して前年を上回っており、若干ではあるが景気の上向き感が感じられる。特に美術、宝飾やミセス層を中心とした婦人ファッションの動きが回復してきている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・先月は東日本大震災需要の影響で昨年を割り込んだが、今月に入り売上が上昇しつつある。花見や行楽、町内会行事等いろいろな注文も多くにぎわいが出てきている。
		スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・昨年の東日本大震災後の品薄状況との比較はできないものの、全体的に販売数量が増えてきている。
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・主要取扱品目の家具、寝装品では、まとめ買いをする客が増加しており景気が上向いている。
		コンビニ（地域ブロック長）	来客数の動き	・近隣のアウトレットモール等の商業施設の影響で、周辺の人の動きが活発になってきている。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・全体的に来客数が増加している。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・昨年は東日本大震災による供給不足と買い控えで大変厳しい状況だったが、今年はエコカー補助金による需要喚起で前年を大幅に上回っている。
		乗用車販売店（副店長）	お客様の様子	・新型車効果が継続しており、来店客のコメントも新型車に対する賞賛の声が多くなっている。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・需要期を向かえ3か月前より良くなっているが、前年を下回っている。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・大河ドラマの効果が大きく順調に推移している。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	お客様の様子	・バスを利用した団体客が増加している。土産を購入する客も多く、レジまわりが混雑する時間が増えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・宿泊の稼働率が上昇しているため、客単価も少し上げて販売しているが、それでも予約は順調に入っている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・バス利用は今一つだが、昨年より歓送迎会が多いためタクシーは順調である。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・積極的な買換えとまではいかないが、新商品、新サービスに耳を傾ける客が増えており、関心度の面から以前より余裕が感じられる。
		ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・気候も良くなり状況は上向いているが、競争相手もあることから依然として単価競争となっている。
		住宅販売会社（販売担当）	販売量の動き	・問い合わせ件数とともに注文量がやや増加してきている。
変わらない		商店街（代表者）	来客数の動き	・客は必要以上の買物をするのではなく、客単価が上昇しない。
		商店街（理事）	来客数の動き	・必需品だけ購入するなど、目的意識がないと買物をしない客が多い。
		商店街（代表者）	単価の動き	・高額商品を多く買う客が増加し売上も若干増加したが、依然として厳しい状況である。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・客の買上点数が少ないままである。

商店街（代表者）	来客数の動き	・依然として来客数が増加せず、やや悪い状況が続いている。
商店街（代表者）	販売量の動き	・客は必要最小限度の物しか購入しない。
一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・気候も良くなり来客数は増加してきたが、相変わらず財布のひもは固く売上は今一つである。しかしながら、最近では茶道具関連の商品などに興味を示す観光客も多くなり、高額のもので売れる機会も増えてきている。
一般小売店〔酒店〕（経営者）	お客様の様子	・得意先の飲食店の売上と同様に当店の来客数もいつもと変わりなく、良くも悪くもない状況が続いている。
一般小売店〔酒店〕（経営者）	販売量の動き	・連休前で客の財布のひもは固く、飲食店の販売量は相変わらず低迷している。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・高い売上目標を設定しているが、婦人カジュアルゾーンは目標をクリアしているものの、高額ゾーンの売上がかなり悪く、全体では前年並みとなっている。
百貨店（購買担当）	お客様の様子	・気温も安定し衣料品関係が伸びており、初夏物など軽めの衣料品は好調であるが、食品については、いつも好調な物産展の来客数が前年を下回っており、百貨店の物産展より直接現地に出向いて遊ぶという客が多くなっている。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・今月は婦人服・紳士服部門や、化粧品などの身のまわり品が好調であるが、家庭用品や食品などが苦戦しており、商品群別に良い・悪いの状況が顕著なため、一概には善し悪しの判断が難しくなっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・客単価、購入点数に変化は出していない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・販売点数が前年比1～2%減の状況となっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・昨年と比較すると、来客数は微減で1人当たりの買上点数はほぼ同水準だが、販売点数が伸び悩んでいる。
スーパー（販売担当）	販売量の動き	・冬物から夏物商材への変わり目であるが、天候に左右されやすく売上増加につながっていない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・全体の来客数に変化はないが、サラリーマンを中心に新規の客が増加している。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は厳しい状況だが買上単価の上昇でカバーしており、現状はあまり変わっていない。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・テレビやそれに付随するDVDレコーダーの動きが鈍くなっている。
その他専門店〔布地〕（経営者）	来客数の動き	・例年だと月の前半は桜も五分咲きで客足もあるが、今年は遅咲きだったうえ中盤に満開になったものの、強風で早々と散り、花を楽しむ期間が短くなったことから客が少なくなっている。
その他専門店〔海産物〕（経営者）	来客数の動き	・新年度である4月は、当店にとって観光による来客数が年間で最も少ない月となっている。
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	来客数の動き	・平日の来客数の減少が目立つが、土日でばん回している。なお、衝動買いをする客は少ない状況である。
その他専門店〔ファッション雑貨〕（営業担当）	販売量の動き	・昨年は東日本大震災の影響で需要が4月上旬にずれ込んだが、今年はその高い前年実績を微減で推移しているため景気としては悪くない。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災の影響もあり昨年よりは良いが、一昨年と比較すると良くない状況である。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・週末は来客数が増えるものの、平日は非常に少なくなっている。
一般レストラン（エリア担当）	来客数の動き	・ランチタイム、ディナータイムともに集客が悪化している。また、家族連れの手客数も少なくなっている。
観光型ホテル（支配人）	販売量の動き	・宿泊、飲料部門の売上は好調なものの、売上割合の大きい婚礼部門が前年を大きく下回っているため、全体としては前年を下回っている。ただし、宿泊予約が順調に推移していることはこれからのプラス材料である。

都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・旅行会社の山陰・瀬戸内キャンペーンによる観光客増を見込んでいたが、広島などの瀬戸内地区の好調さに比べ、山陰地区の来客数は、2010年との比較においても伸び悩んでいる。	
都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・政情が停滞し景気対策が打たれていない。	
旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・昨年と比較すると普通の状況に戻った感じではあるが、客の動きや経済状況は依然としてあまり好ましくない。	
タクシー運転手	来客数の動き	・天気の良い日にタクシー利用者が少なくなっている。	
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・情報関連の支出が増加する様子がみえない。	
テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・週末の天候が安定しないうえにガソリン価格の高騰による出控えで、来園者数は前年同月比3割減となっている。	
テーマパーク (広報担当)	来客数の動き	・4月前半は気温が上がらず、また強風などの悪天候にも見舞われ個人客の動きが鈍くなっている。	
その他レジャー施設(アミューズメント)	単価の動き	・年明けから来客数は前年比で微増となっているが、客単価が低いまま変わらない状態が続いている。	
美容室(経営者)	競争相手の様子	・低価格で集客する流れなのでいずれの店も大変である。	
美容室(経営者)	来客数の動き	・来客数、単価ともにやや低下傾向となっている。また広告による集客効果は少なく、客は自分のタイミングで来店している。	
その他サービス [介護サービス](介護サービス担当)	お客様の様子	・客やその家族との会話のなかで、景気や経済状況の変化がみられるような話は聞かれない。	
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・消費税の値上げ報道等の押し上げ要因はあるが、客の具体的な行動はまだ鈍いままである。	
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・客の新規購入などの動きが乏しい。	
設計事務所(経営者)	販売量の動き	・今年になっても、相変わらず設計契約に至る件数が少なく売上が伸びてこない。	
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・新年度を迎え戸建て住宅の引き合い増加を期待していたが、現在も低調な状態が続いている。	
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・低水準のまま動きが鈍化している。	
住宅販売会社 (営業担当)	お客様の様子	・来客数、購買意欲ともに大きな変動は出ていない。	
やや悪くなっている	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・2、3月は徐々に回復傾向にあったが、4月になり昨年の実績を上回っているテナントは2割程度であり、期待した伸びはみられない。近隣のアウトレットモール等の商業施設オープンの影響もいまだ落ち着くことがなく、回復が遅れている。
	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・東日本大震災復興関連のプラス要因に比べ、新規アウトレットモールオープンの影響によるマイナス要因が大きく、中旬の低温もあって苦戦が続いている。また、ミセス層の旅行需要のプラスより季節物の動きのマイナス幅が大きく、全体では前年比4%程度減の見込みとなっている。
	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・宝石の売行きは順調であるが単価が低いため売上が伸びていない。
	百貨店(販売担当)	販売量の動き	・気温の低い日が続いたことから春物衣料の動きが鈍くなっており、売上、来客数ともに前年を下回っている。
	コンビニ(副地域ブロック長)	競争相手の様子	・多くの競合店出店の影響で前年に比べ来客数が伸び悩んでいる。
	衣料品専門店 (販売担当)	来客数の動き	・販売は常連客中心で一般客が少なくなっている。
	家電量販店(店長)	来客数の動き	・競合店の出店により来客数が減少傾向になっている。
	家電量販店(販売担当)	来客数の動き	・来客数の減少が著しい。
	家電量販店(企画担当)	お客様の様子	・近隣競合店の一時閉店による売上の増加はあったものの、ここ1か月は客からの修理の問い合わせ件数が大幅に増えてきており、買い換えより修理でのごとくとする客の心理が明らかで、景気はやや悪くなっている。

	自動車備品販売店（経営者）	単価の動き	・仕入れ値はますます高くなるが、小売値は一向に上がらず売上上の利益率は低下する一方である。	
	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・客単価が低下している。	
	一般レストラン（外食事業担当）	来客数の動き	・家族連れの子や深夜の若者の来客数が減少しており、全体として節約ムードとなっている。	
	スナック（経営者）	来客数の動き	・景気対策が進んでいるのか効果が感じられない。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・昼は曜日によって乗客数が少なくなっているが、夜は大幅に少ない。	
	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・来客数が減少している。	
	テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・来館者数、売店購買率、客単価すべてにおいて前年同月を下回っている。	
	競艇場（職員）	販売量の動き	・3か月前は正月レースやG1競争などの開催で売上が良かったが、現在は通常の内容で売上は伸び悩んでいる。	
	美容室（経営者）	単価の動き	・移転以降新メニューと新料金で営業しているが、客が選ぶのは低料金の単品メニューが多く、売上は伸び悩んでいる。	
悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・客は商店街での購買意欲がなく、インターネットの利用や郊外のショッピングセンターで買物をする傾向が強くなっている。これからの商店街の生き残りは非常に難しく、官民一体となった取組が重要である。	
	スーパー（店長）	来客数の動き	・3月末にディスカウントストアがオープン後、4代を中心に来客数が大幅に減少している。単価ダウンも避けられず、売上点数アップでカバーできない状況となっている。	
	スーパー（財務担当）	単価の動き	・景気低迷のなか大手製造業等が減産体制に入り、労働者の所得が減少したため買上単価が下落している。	
企業動向関連	良くなっている	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き ・全体的に忙しくなっている。	
	やや良くなっている	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売単価は主原料の苛性ソーダ等の値上がり分を吸収できないため利益率が下降傾向にあるものの、受注量、販売量ともに増加傾向にあり増収となる。
		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	・最終ユーザーからの値引き要請等で価格面では厳しい状況となっているが、小口工事の受注や連休明け納入予定などが重なり、生産量は当初計画を上回っている。
		鉄鋼業（総務担当）	それ以外	・会社の受注等には具体的手応えはないものの、震災復興に向けた動きが出つつあり、マインドの前向き感がうかがえる。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・エコカー向け需要はますます好調であり、電子向けも分野によっては盛り返してきている。
		通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・4月に入り情報システム関連の引き合いが増加している。提案に関する価格のレベルは引き続き厳しい状況だが、設備投資に関する需要が継続している。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新年度を迎え広告業界では新しい動きが出てきている。各種イベント行事の増加に伴うPR案件の増加に加え、介護施設や個人医院の新規開設に伴う看護師、介護スタッフ、薬剤師等の募集も多くなっている。
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	・商品の価格改定を行ったことにより売上は落ち着いたが、客からの注文は減少傾向にある。	
	繊維工業（統括担当）	それ以外	・景気に特段の変化は出ていない。	
	化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・工場の生産はほぼフル稼働であるが、円高等により利益は出ておらず、価格の上方修正も思うように進んでいない。	
	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・足元の受注量や販売量は3か月前と比べあまり変わっておらず、主力ユーザーである地場の自動車メーカーの生産も1～3月と比べ4～6月も同程度の水準となっている。	
	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は生産能力の70%程度しかなく、採算面で厳しい状況が続いている。	
	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	・自社製品の売上について、海外向けは北米を中心に回復傾向にあるものの、国内向けは市場の冷え込みが続いており厳しい状況である。	

	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・取引先からの次年度の減額要請が影響してくるのは下期となるので、それまでは既受注工事を継続してこなしていくことになる。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・賃貸物件は供給過剰状況であり、売上は低調に推移している。	
	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・依然として小口工事主体の厳しい状況が続いている。	
	輸送業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・4月は年度末の需要が一段落し、あまり業務の変化がない。	
	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・商業や会社関係の荷動きは変わっていないが、震災特需の影響もあり、個人市場の動きが鈍くなっている。	
	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度スタートにしては受注状況が伸び悩んでいる。	
	金融業（自動車担当）	取引先の様子	・新型の低燃費車の販売が好調で、工場は休日操業も実施しているが、円高による採算の悪化で利益は低水準となっている。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の経営者の話では、業況についてかつてほどの深刻さはないものの、景気回復を明言する人は少ない。小売・サービス業の売上も底を打った印象があるが、低位横ばいの状況にある。市中心部の飲食店でも相変わらず来客数が少なく、3か月前と景気の変化はない。	
やや悪くなっている	電気機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・電力会社の燃料コストの増加に対する電気料金の値上げは必至で、それに対し一層海外での製造、組立、輸入に注力が必要となっている。また、地域雇用や外注先の見直しなどコスト削減による影響は生き残るため必要となる。	
	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	・今月の受注量では、職場によっては余剰人員が発生している。	
	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	・中国や東南アジア等海外との製造競争において、コスト競争はいかんともし難いところがあり、製品価格の値下げの要求がますます強くなってきている。一方国内をみると原油高、電気料金の値上げ、消費税の値上げ等ますますコスト負担は増すばかりであり、国内製造業は非常に苦しい状況に追い込まれている。	
	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注環境は一段と厳しくなっており、安値受注が常態化してきている。	
	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・地元大手電機メーカーの工場縮小に伴い、業務量が落ち込んでいる。	
	不動産業（総務担当）	それ以外	・賃貸住宅の需要時期を過ぎ、来客数が落ち込んでいる。	
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・自動車関連の製造業では、3月の年度末までは何とか売上高を維持できていたものの、今月に入り従来では考えられないくらい受注が減少している。また他の製造業でも受注状況は不振で、売上高の確保にどこも苦労している。	
	悪くなっている	食料品製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・材料関係は値上げしているが他社メーカーとの価格競争の激化で価格が下落している。
雇用関連	良くなっている	—	—	
	やや良くなっている	求人情報誌制作会社（サイト運営担当）	周辺企業の様子	・新卒採用、中途採用ともに企業の意欲が強くなっている。
		求人情報誌制作会社（広告担当）	求職者数の動き	・新卒採用数から判断すると、採用活動は例年より若干積極的に行なわれている。中小企業の採用活動は、大手の結果が出て仕切り直しの学生がスタートするため、5月のゴールデンウィーク明けより本格化する見込みだが、昨年に比べて中小企業でも予算を採って学生と積極的にコンタクトを取る企業も多くなっている。
		求人情報誌制作会社（採用支援担当）	求人数の動き	・新卒採用は若干の改善がみられるとともに、中途採用を希望する企業が増えている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・2月の新規求人倍率が3年7か月ぶりに1.6倍を越えるなど高水準で推移している。また、4月は昨年の東日本大震災の反動増もあり、新聞への求人広告も増えている。
		職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・新規求人数が増加している。

	職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・3月の新規求人数は前年同月に比べ6.5%の減少であるが、医療福祉関係では平成24年10月から開所予定の介護求人が出たため、前月比3.2%の増加となっている。新規求職者数は前年同月比で18.6%減少、前月比で1.1%の増加となっている。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・5月に合同企業説明会を大学内で開催する予定だが、昨年に比べ20%多い企業が参加する予定となっている。
変わらない	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人総数が横ばいとなっている。
	人材派遣会社（支社長）	採用者数の動き	・製造業での求人は依然として減少傾向ではあるが、季節需要や社員退職補充案件が増えてきている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・雇用面で特に目立つ動きはないが、飲食業界などで、いくらパート募集の求人広告を出しても人が集まらないという嘆きの声をよく聞く。正社員の雇用市場は厳しいが、パート、アルバイト市場は希望者が条件面や職種などを見極める傾向があり、通常の条件では人員確保がなかなかできないこともある。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・サービス業、卸・小売業、宿泊・飲食業は慢性的に求人意欲は強いが、食料品、一般機械、電気機械等の製造業は求人が減少している。特に輸出型製造業は円高の影響もあり、求人意欲は低くなっている。
	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・補充採用を始めとする目先の利益に直結する人の採用に関しては、企業側の採用意欲自体は数か月前と変わっておらず景気は横ばいのままである。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	求人数の動き	・求人企業の動向に変化はみられない。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	求職者数の動き	・特に目立った変化は見受けられない。
	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	求人数の動き	・基幹産業である製造業からの募集が鈍い一方で、建設業からの募集が活発だったこともあり、求人全体では前年比で横ばいとなっている。
やや悪くなっている	—	—	—
悪くなっている	—	—	—