

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 (中国) | 良く なっている | - | - | - | |
| | やや良く なっている | 一般小売店〔酒 店〕（経営者） | 販売量の動き | ・少しずつではあるが料飲店の販売量が持ち直している。年金が出た週は非常に活気がある。 | |
| | | 百貨店（営業担 当） | 販売量の動き | ・新設のアウトレットの影響を受け、いまだに回復の兆しがない大型テナントがあり、全体の売上は昨年を下回るが、前年同月比で約半数のテナントが昨年の売上を上回っており、徐々に上向いている。 | |
| | | 百貨店（販売促 進担当） | お客様の様子 | ・来客数の増加が続いており、美術や宝飾の動きが活発で、富裕層の購買は上向きになっている。ただ父の日ギフトの単価下落や中元の早期割引に人気が集まり、一般客は依然価格には厳しい。 | |
| | | スーパー（店 長） | 来客数の動き | ・来客数の伸びや中元商品の動きが昨年と比較して好調である。 | |
| | | スーパー（業務 開発担当） | 単価の動き | ・食肉、惣菜などの客単価が前年より2%上昇し、飲料やアイスも順調に推移している。 | |
| | | コンビニ（エリア 担当） | 販売量の動き | ・食パンを中心とした袋パンなど、比較的単価の高い商品の売上が伸びている。 | |
| | | 家電量販店（販 売担当） | 競争相手の様子 | ・近隣に大型店舗が出店したことによって市場は動いている。 | |
| | | 乗用車販売店 （統括） | 販売量の動き | ・6月の販売量は前年比25%増加と好調で、この状況はエコカー補助金が終わるまで続く。 | |
| | | 一般レストラン （経営者） | 単価の動き | ・少し良くなっている。 | |
| | | 一般レストラン （外食事業担 当） | 来客数の動き | ・昨年の東日本大震災の影響は薄れ、食中毒事件後、焼肉業界を中心に騒ぎがいったん収まり、来客数が増加している。 | |
| | | 観光型ホテル （支配人） | 販売量の動き | ・6月は宴会部門が大きく伸び、例年の総会需要に加えて企業の展示会や報奨パーティー等の利用もあり、企業活動は活発化している。 | |
| | | 都市型ホテル （スタッフ） | お客様の様子 | ・レストランではロンドンオリンピックに絡んだ企画物を販売しており、客も関心を示している。 | |
| | | テーマパーク （業務担当） | 来客数の動き | ・週末の天候が比較的良く、季節の行事に関する広報の効果もあって来園者数は前年比増となった。懸念されたガソリン価格の高騰は低下傾向にあり、自家用車の客の減少に歯止めがかかる兆しがある。 | |
| | | ゴルフ場（営業 担当） | 来客数の動き | ・天候に左右されるが、来客数に変化はなく土日の集客が維持できており、単価を維持できている。 | |
| | | 住宅販売会社 （販売担当） | 単価の動き | ・生活関連物資も含め資材等の価格も比較的安価傾向で、量的に安定してきたことによるコストパフォーマンスの現れである。 | |
| | | 変わらない | 商店街（代表 者） | それ以外 | ・3か月前同様に前年度より売上は好調である。 |
| | | | 一般小売店 〔靴〕（経営 者） | 販売量の動き | ・来街者数、来客数、販売量、単価など数字で表すものが伸び悩んでいる。 |
| | | | 百貨店（売場担 当） | 販売量の動き | ・UV関連は前年をクリアしているものの、6月はレインアイテムが苦戦し、クール機能雑貨・節電雑貨は2年目ということもあって大きな伸びがなく、後半のクリアランスが7月へずれ込むこともあって若干前年を割れる。 |
| | | | 百貨店（購買担 当） | お客様の様子 | ・衣料品や寝具関係は気温に大きく左右され、気温が上昇しないと夏商材が売れない。質流的な催事を行っており、来客数と売上は順調に伸びている。良い物を安く買いたいという傾向は変わらない。 |
| | | 百貨店（売場担 当） | お客様の様子 | ・好調不調が商品群によってばらつきがあり、婦人衣料や紳士衣料、食料品などは好調に推移しているが、日用品や身の回り品は苦戦が続いており、総じて状況は変わらない。 | |
| | | 百貨店（販売担 当） | 販売量の動き | ・前年比98%と売上が落ち込んだ3か月前と比較すると若干回復傾向にあるものの、依然前年実績には届かない状況が続いている。梅雨時期に気温が高かった昨年に比べ、今年は気温が低いいため、来客数が前年の93%と伸び悩んでいる。 | |
| | | 百貨店（営業推 進担当） | 競争相手の様子 | ・他店状況を見ると、良いところと悪いところが極端に出ている。 | |

| | | |
|---------------------------|---------|---|
| スーパー（店長） | 販売量の動き | ・客単価に先月と大きな変化はない。 |
| スーパー（店長） | 販売量の動き | ・来客数と販売点数は前年とほぼ同じである。 |
| スーパー（店長） | 来客数の動き | ・来客数は昨年の実績に及ばず、割引セールの日が多いが、通常日は全く伸びてない。 |
| スーパー（店長） | お客様の様子 | ・食品や生活雑貨などの需要に大きな変化はないが、ファッションや住生活商品は明らかに売行きが悪くなっている。 |
| スーパー（販売担当） | 来客数の動き | ・来客数は前年を下回る状況が続いているが、ここ数か月の推移としては例年通りであり、この点から直近の景気は横ばい状況である。 |
| スーパー（販売担当） | 単価の動き | ・客は単価の安い商品を求める。 |
| コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・来客数は厳しい状況が続いており、買上単価でカバーしている状況であり、あまり変化はない。 |
| 衣料品専門店（販売担当） | 単価の動き | ・来客数に変化はないが、単価が低下している。 |
| 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・販売量と来客数は低水準のまま推移している。 |
| 家電量販店（企画担当） | お客様の様子 | ・オープニングセールがまずまずの滑り出しで終わられたが、客は今回購入したら当分は購入せず、修理で安く済ませるなどの意見が多い。 |
| 乗用車販売店（営業担当） | お客様の様子 | ・エコカー補助金があるので得なのは分かるが、やはり今は金を使いたくないとの意見が多い。 |
| 乗用車販売店（副店長） | 販売量の動き | ・エコカー補助金の予算が残りわずかということで、需要期並みの販売量を維持している。 |
| その他専門店〔和菓子〕（経営者） | 来客数の動き | ・大きな変化はない。 |
| その他専門店〔時計〕（経営者） | 来客数の動き | ・たまたま今年に入って一番の売上だったが、依然として不景気傾向である。 |
| 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・予約は前年と同じくらいで推移しているが、予約なしの来客数が少ない。 |
| 一般レストラン（エリア担当） | 来客数の動き | ・比較的集客の悪い6月であるが、ランチタイム、ディナータイム共に減少しており、特に家族連れの減少が目立つ。 |
| その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人） | 来客数の動き | ・立地的に客が増える要素はあるが、客の出控えであまり来客数が伸びていない。 |
| 観光型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・ここ数か月間は問い合わせ件数や来客数ともに平均して良い。 |
| 都市型ホテル（企画担当） | 販売量の動き | ・欧州の信用不安、消費税増税などの懸念材料がある。 |
| 都市型ホテル（企画担当） | 競争相手の様子 | ・需要が伸びないため、同業他社との競争が厳しい。 |
| 旅行代理店（経営者） | お客様の様子 | ・依然として政府からの景気回復に対する施策はなく、客が旅行に行く契機になるものがない。 |
| タクシー運転手 | 単価の動き | ・単価が減少している。 |
| 通信会社（広報担当） | お客様の様子 | ・特に変化はない。 |
| 競艇場（職員） | 来客数の動き | ・来場者数と売上は横ばいである。 |
| 美容室（経営者） | 競争相手の様子 | ・景気も良くなり半分以上あきらめがある。 |
| 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・来店周期が長くなっており、年間の来店回数が1人1回分くらい減っている。 |
| 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 | ・客やその家族との話で景気の変化がみられるような様子はないし、景気の変化は実感できない。 |
| 設計事務所（経営者） | 単価の動き | ・来場者との会話の内容に大きな変化がない。 |
| 設計事務所（経営者） | お客様の様子 | ・購買力が低迷しており、価格競争がますます加速している。 |
| 設計事務所（経営者） | 来客数の動き | ・消費税増税の動向や国の電力政策など不安定な状況が続いており、様子見をしている客が多い。 |
| 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・なかなか客の購買意欲が上がらず、来場者数、受注数、受注金額等に反映されない。 |

| | | | |
|----------------------------|---------------------------|--|---|
| | 住宅販売会社 (営業担当) | お客様の様子 | ・好転するほどではないが、客の様子から判断するとそれほど悪い状況でもない。 |
| やや悪く なっている | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・商店街の通りが工事中で来街者の数が極端に減っており、各店の売上にも影響がある。 |
| | 商店街(理事) | お客様の様子 | ・消費税増税や電力問題、政治不信などで景気が低迷して先行きが不安である。客単価が低下しており、生活防衛本能が働いている。 |
| | 商店街(代表者) | 単価の動き | ・良い物をより安く、必要な物しか購入しない傾向で、経済や政治、消費税問題もあり、客の買い渋りがみて取れる。 |
| | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・経営している飲食店では、昼時の来客数がかなり減少しており、近くのコンビニや前の晩の残りの物で昼の弁当を作る人が増え、とにかく安く済ませる傾向がある。 |
| | 商店街(代表者) | 販売量の動き | ・総じてどの業種も景気が落ち込んでいる。 |
| | 一般小売店 [茶](経営者) | お客様の様子 | ・日銀の短観では良くなったとのデータが出ているが、4月と5月は商店街の売上が極端に減少し、当地の実態は非常に厳しく、都会と地方は極端な格差が出ている。 |
| | 一般小売店[印章](経営者) | お客様の様子 | ・印鑑などの売上が1~4月は東日本大震災の反動で増加したが、先月から減少している。 |
| | 一般小売店[酒店](経営者) | お客様の様子 | ・県南にできたアウトレットモールの影響で土日の客が減少している。街中の人の流れも閑散としており、得意先の飲食店も土日の来客数が少なく、納入量も減少している。 |
| | 一般小売店[紙類](経営者) | お客様の様子 | ・観光客の動きに変化はないが、地元の客の売上がかなり落ち込んでいる。 |
| | 百貨店(営業担当) | 販売量の動き | ・天候が良くないため客足が遠のいている。 |
| | 百貨店(営業担当) | 販売量の動き | ・クリアランスセールを適正時期に戻すため大手メーカーが半月遅らせてスタートしている。売上を伸ばすため単価を抑えた定価品を投入して対策を打っているが、買い控えが続き苦しい。 |
| | 百貨店(売場担当) | 販売量の動き | ・宝飾品や美術品は売れるが、単価が低い。 |
| | スーパー(財務担当) | 単価の動き | ・消費者が価格によって複数の店で買物をするため、前年に比べて売上が低下している。 |
| | コンビニ(エリア担当) | 単価の動き | ・単価の低い商品が圧倒的に売れており、客単価が低下している。 |
| | コンビニ(副地域ブロック長) | 競争相手の様子 | ・競合店の出店が多く、来客数が前年比で苦戦している。 |
| | 衣料品専門店(経営者) | 競争相手の様子 | ・京都の仕入先で閉める店が出ており、呉服業界はますます厳しくなる。 |
| | 衣料品専門店(地域ブロック長) | 販売量の動き | ・来客数はさらに減少する。 |
| | 乗用車販売店(店長) | お客様の様子 | ・エコカー補助金効果が一段落し、客の動きが鈍い。 |
| | その他専門店 [布地](経営者) | 来客数の動き | ・梅雨に入り来客数も少なく、例年より気温も低いので夏物商品の動きが悪い。 |
| | その他専門店 [ファッション雑貨](従業員) | 単価の動き | ・土日はそれなりに集客はあるが、平日の来客数が激減しており、目玉商品の動きだけが良い。 |
| その他小売 [ショッピングセンター](支配人) | お客様の様子 | ・消費税増税法案が成立する見込みとなり、ますます生活防衛の意識が高まっている。生活必需品に対する価格意識が高く、同じ商品なら少しでも安い店、安い日をチラシ等で確認してから購入する傾向が強い。また、衣料パーゲンセールのタイミングが後ろへずれたことも影響している。 | |
| 一般レストラン(経営者) | 来客数の動き | ・シニア世代は消費意識がおう盛で、特に持ち帰りの商品注文の客単価が高いが、客の外食動向がどんどん減っており、特に若いファミリー層の減少が著しい。 | |
| スナック(経営者) | 来客数の動き | ・政府が一番すべきことは景気対策であるが、増税問題ばかり取り上げられている。 | |
| 都市型ホテル(総支配人) | 来客数の動き | ・観光客の動きが昨年比で弱い。昨年は震災の影響で西日本へ宿泊がシフトしていたが、今年は東日本方面に観光客が動いている。 | |

| | | | | |
|----------------|-----------|---------------------|--------------|--|
| | | 通信会社（工事担当） | 販売量の動き | ・契約数が前月比、前年比ともにマイナスになっている。 |
| | | テーマパーク（管理担当） | 来客数の動き | ・来館者数が減少傾向にあり、物販単価も下がっている。 |
| | | テーマパーク（広報担当） | 来客数の動き | ・昨年は高速道路 ETC 割引の終了の駆け込み需要があったが、それを差し引いても週末の来客数の落ち込みが激しい。 |
| | | その他レジャー施設（アミューズメント） | 来客数の動き | ・来客数は前年比90%を下回る状況が続いており、母体のショッピングセンターも入館者数が昨年を下回っている。自店の客層と親和性の高い映画館も苦戦が続いており、娯楽目的でショッピングセンターに来店する客が減少している。 |
| | | 美容室（経営者） | 単価の動き | ・基本のカットだけで他のメニューの注文はなく、単価は上がらない。 |
| | | 設計事務所（経営者） | お客様の様子 | ・景気の先行きに不透明感が漂っており、客も大きな買物だけに決断が鈍っている様子である。 |
| | 悪くなっている | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・買上点数が減少している。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・商圈内にディスカウントストアが2月にオープンしてから集客合戦が激化し、足元商圈の客が減少傾向である。特に野菜や日用品の買上点数が落ち込んで回復しない。買上点数は増加傾向であるが、来客数の減少が激しく、売上の前年実績確保は難しい状況である。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | 販売量の動き | ・販売量や問い合わせ等が減少し、販売単価も低下している。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | 販売量の動き | ・季節商材や通常商品など全般的に売行きが昨年に比べて悪い。 |
| | | その他専門店〔海産物〕（経営者） | 来客数の動き | ・昨年6月の高速道路上限1,000円施策の最後の月で駆け込み需要があった後の反動も影響しているが、観光客が団体、個人共に少ない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 来客数の動き | ・5月中旬の2012年夏モデルの新商品報道発表により、消費者の新商品への期待から買い控えが発生して、来客数、販売数ともに苦戦している。 |
| 企業動向関連 (中国) | 良くなっている | - | - | - |
| | 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 | ・自動車関連業者向けの受注が引き続き好調に推移しており、売上が前年同月比10%強増加基調である。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・新車が来月に立ち上がるので、受注量も増加しており好調である。 |
| | | 通信業（営業企画担当） | 取引先の様子 | ・今年度に入り3か月を通して拠点統廃合による通信回線の提案が減っており、通信と情報システムの統合に関する設備投資検討依頼が増えている。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・販売促進に伴い広告宣伝の受注が多くなっている状況で、自動車販売及び専門学校、塾等の販売広告が増加している。 |
| | 変わらない | 食品品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・流通数値が伸びず、目標数値を割っている。 |
| | | 木材木製品製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・住宅着工数は2月以降増加しているが、職人不足による工事遅れ等により実需が遅れている。 |
| | | 化学工業（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・円高に加えて電力等のエネルギー価格の高騰と供給不安定による生産調整等、収益に対してマイナス要因が多い。 |
| | | 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 | ・自治体向け焼却炉の新設工事の受注を抱えているが、工事の谷間となり6月は生産量が落ち込んでいる。 |
| | | 非鉄金属製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・得意先からの受注動向に特段の変動はみられない。 |
| | | 金属製品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・ここ数か月、受注量は生産能力の70%で推移しており、厳しい状況に変わりはない。 |
| | | 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 | ・海外向けの自社製品の注文は順調に入ってくるものの、円高による為替の影響で採算が取れず、売上は厳しい状況である。 |
| | | 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 | ・主要客からの受注については、ほぼ当初計画通りとなっている。 |
| | | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・低調に推移しており、建設関係は量が少なく競争も激しい。 |
| | | 建設業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・引き続き先行きが見えにくい状況が続く、まとまった大型物件が少ない。 |

| | | | | |
|------|-----------|----------------------|--------------|---|
| | | 輸送業（業務担当） | 受注量や販売量の動き | ・少なくなっていた業務が再開され、製品の出荷量が増加してきている。 |
| | | 金融業（自動車担当） | 取引先の様子 | ・新型の低燃費車の売行きは好調で操業度は高水準であるが、円高定着による輸出採算の悪化から利益は伸び悩んでいる。 |
| | | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・多くの取引先があるが、売上で前年実績をコンスタントに超える企業は少ない。医療関係、マンション業者等は堅調であるが、製造業、サービス業、小売業の業況は依然として低位で推移している。業況が低迷している企業は人件費を中心とした経費削減により事業継続している状況である。当地では前記の業種に従事する従業員が多く、消費は鈍く景気はおおむね3か月前から変動がない。 |
| | | 不動産業（総務担当） | それ以外 | ・来客数と成約件数は横ばいである。 |
| | やや悪くなっている | 食料品製造業（総務担当） | 取引先の様子 | ・取引先の値下げ要請が増えている。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・欧州の信用不安が依然終息していない。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・国内の鉄鋼需要が低水準であり、連動して市況が低位な状況となっており、好転の兆しが無い。 |
| | | 電気機械器具製造業（総務担当） | 取引先の様子 | ・復興需要に期待したものの、電力供給に不安があり、夏場の電力不足への懸念から取引先が業者の変更を検討し始めている。 |
| | | 会計事務所（職員） | 取引先の様子 | ・製造業が良くない。受注単価を外国と競わせる水準にまで要求される場合もあり、中小零細企業では利益の確保は限界にきている。 |
| | 悪くなっている | 農林水産業（従業者） | それ以外 | ・5月と2月を比較すると水揚数量960t、水揚金額1億3,700万円の減少である。5月単月の前年度比では水揚数量307tの減少で85.7%、水揚金額1億800万円の減少で78.4%である。 |
| | | 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 | ・毎年春秋に新商品が出るが、やはり価格面で非常にタイトになってきている。中国に部品発注をしているが、人件費等の値上げにより部品コストが日々上昇しており、損益面で今後ますます厳しくなってくる。 |
| 雇用関連 | 良くなっている | - | - | - |
| (中国) | やや良くなっている | 求人情報誌製作会社（採用支援担当） | 求人数の動き | ・採用を増やす企業が増加しており、求人広告掲載の依頼が増えている。 |
| | | 職業安定所（産業雇用情報担当） | 求人数の動き | ・一般機械製造業、食料品製造業、宿泊・飲食業などからの求人が増加しており、宿泊・飲食業からはピヤガーデンの調理や接客等の求人が目立つ。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・人材派遣の依頼数は横ばい状態が続いている。製造事業所からの求人は例年に比べて少なく、流通小売業の販売職や医療介護分野での依頼はコンスタントに発生しているが、求職者とのマッチングには苦慮している。 |
| | | 人材派遣会社（支社長） | 雇用形態の様子 | ・当地域で主要の製造業は円高の影響で堅調ではない。政局によるが特段景況感で変わっている様子はない。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | 採用者数の動き | ・企業側からの求人の発注が少ない。 |
| | | 求人情報誌製作会社（広告担当） | 周辺企業の様子 | ・他企業の採用意欲について話を聞く機会があり、引き続き先がみえないため、中途や新卒も含め正社員での採用はリスクが高く契約社員や派遣での登用が主で、そこから正社員への道が開ける流れが多く見受けられる。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 雇用形態の様子 | ・高校卒業後就職したものの、諸事情で辞めてアルバイトをしながら職業訓練校に通う若者が目立つ。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・正社員の有効求人倍率は0.58倍で前月から0.04ポイント下がり、4か月連続の下落で正規の雇用環境は依然厳しい状況にある。 |
| | | 職業安定所（雇用開発担当） | 求人数の動き | ・新規求人数は増えているが、内容は非正規が多く、正社員求人に変化はない。 |
| | | 職業安定所（産業雇用情報担当） | 求人数の動き | ・5月の新規求人数は3か月前と比べて0.9%の微増、求人倍率は0.94倍で変化はない。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | 求人数の動き | ・求人数自体が増加することもなく、求職者数に大きな増減もない。 |

| | | | |
|-----------|---------------------------|--------|---|
| | 民間職業紹介機関（人材紹介担当） | それ以外 | ・地域企業の新しい動きがないことに加え、消費が活発化する材料や情報もない。 |
| | 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 | ・求人は派遣業が好調なことから、その他のサービス業が前年比で大幅に増加となった一方、宿泊業や飲食サービス業などが落ち込み、基幹産業の製造業も低調で、求人全体では横ばいで推移している。 |
| やや悪くなっている | | | |
| 悪くなっている | - | - | - |