

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	スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の被災地向けの飲料、食品、日用消耗品の購入で、来客数、買上点数ともに大幅に増加している。
		通信会社（広報担当）	販売量の動き	・データ通信端末とスマートフォンの新規契約数を合わせると、前年同月比で大幅な純増となっており、引き続き好調に推移している。また、春商戦に入り新生活需要が活性化したことで、高機能のスマートフォンでも契約数が増加している。ただし、地震の影響でプロモーションを自粛していることから、それも若干鈍い傾向にある。
	やや良く なっている	一般小売店〔紙類〕（経営者）	来客数の動き	・例年に比べ観光客の数が増加している。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・今月は東日本大震災の心理的影響もあるが、気温が例年より低くアパレル関連を中心に前年割れが継続している。一方、家庭用品や食料品などは順調に推移している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・1～3月の来客数は前年比102～104%と徐々に増加しているが、東日本大震災以後まとめ買いの客も増加しており、その影響が出てきている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・工事関係を中心に昼の客が増加しており前月に比べ弁当の動きが良いことから順調に推移している。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年になく寒い天候で来客数が少ない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・客層に変化がなくいつも決まったものが売れている状況で、1点単価及び1人当たりの買上点数が横ばいで推移している。
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災以降震災関連以外の商品の動きはない。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・12月で家電エコポイント制度の見直しがあったが、3月では客の関心が薄くデジタル家電、白物家電ともに動きがみられない。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・3月の受注は前年比90%となっており、東日本大震災以降特に悪くなっている。
		自動車備品販売店（経営企画担当）	販売量の動き	・冬用タイヤが降雪により販売好調だったことに加え、4月以降のタイヤ値上げの影響により、取換需要が発生している。また地上デジタル放送への移行でナビゲーション等が好調に動いているが、これらは一時的な需要であり、その他商品の動きと比べると大きな変化ではない。
美容室（経営者）		お客様の様子	・景気の悪い状況が続いており良くないのが普通のような状態となっている。	
美容室（経営者）		来客数の動き	・特に新しい動きが見受けられない。	
設計事務所（経営者）		お客様の様子	・東日本大震災の影響が不透明ななか、今のところ客の反応は変更なく潜在需要はあるので、資材価格等の高騰が消費意欲を冷やさないかが心配である。	
設計事務所（経営者）		お客様の様子	・年度末にもかかわらず公共からの発注も数少なく民間の発注もあまりない。更に東日本大震災の影響が大変不安である。	
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・長期間個人住宅の引き合いが止まっていたが、今年に入って動きが出てきている。		
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・買い控えまで至っていないが、慎重に行動される状況が顕著にうかがえる。		
やや悪く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で客がありとあらゆるものをしばらく自粛しようとしている様子がうかがえる。	
	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で客の買い控えの様子がみてとれる。	
	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災は消費マインドに多大な影響を与えている。	
	商店街（理事）	来客数の動き	・景気の閉塞感が漂っており購買につながっていない。	
	一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で自粛ムードが続きいろいろないイベントが中止となっている。当社の場合は災害復興に直接関与しない業種で消費の減退が直接影響することから、この自粛ムードがどこまで続くか大変不安である。	
	一般小売店〔印章〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で売上が減少している。	

一般小売店〔酒 店〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で自粛ムードが広がり人の動きが悪く、特に飲食店関係は低調になっている。春の行楽シーズンを向かえても陽気な気持ちになれない。
一般小売店〔酒 店〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の自粛ムードの影響で料飲店の売上が減少している。
百貨店（営業担 当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で来客数が減少し、春物の3月売上は大打撃を受けている。そのため急遽春物クリアランスを行うメーカーやブランドが例年より多くなっている。
百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・売上は12月、1月は悪いながら、前年同月比でほぼ横ばいであった。3月初旬はまずまずの滑り出しであったが、東日本大震災の影響で売上が伸び悩み、前年同月比で95%程度となっていることから、1月、2月よりは悪くなってきている。
百貨店（販売促 進担当）	お客様の様子	・3月に入っても降雪があるほか、地震により客の購買心理面に大きく影響している。天候不順は婦人服を中心とした春物の低迷の要因になるとともに、震災で倉庫等に被害が出た取引先も多く、大手アパレル中心に納品の一時休止も出てきている。更に決まっていた宝飾等の高額品の購入がキャンセルになるなど、顧客の購買心理面にもマイナス面が大きい。
百貨店（売場担 当）	販売量の動き	・震災による環境の変化で、メインターゲットである55～65歳の固定客の売上が過を過ごすごとに前年比でマイナスとなっているほか、旅行や観光キャンペーンの自粛で旅行関連の売上や人気物産催事がマイナス基調である。反面、好調なのは金の売買とミネラルウォーター、インスタント食品、冷凍米などの備蓄品となっている。全体の消費マインドが高齢者を中心に低下しており、20～30歳代向けの売場は比較的健闘したが、月末の売上見込みは店舗全体で前年比94%前後である。
百貨店（購買担 当）	お客様の様子	・月前半は例年を上回る規模の食に関する物産催事を開催したことで、遠方からの客もあり順調に売上が伸びていたが、東日本大震災以降、客の買い控えが極端になり、来客数が減少し、買いだめ傾向も出ている。
百貨店（販売担 当）	来客数の動き	・震災前までは前年に近い推移であったが、震災後、来客数、売上高ともに10%のマイナスとなっている。
百貨店（売場担 当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で客の購買意欲が低下しており、売上が伸び悩んでいる。
スーパー（店 長）	販売量の動き	・客単価が引き続き低下しており、安価な物に購入が集中している。
スーパー（業務 開発担当）	販売量の動き	・売上高や販売点数は大幅に伸びているものの、震災の影響で水、カップ麺、防災グッズ等の売行きは本来当地域で消費される量と懸け離れており、景気が上向いているためとは言えない。
スーパー（管理 担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で、商品の売れ行きに偏った動きがある。来客数、売上ともに前年を上回っているものの、商品の入荷が日に日に厳しくなっている状況である。
スーパー（営業 システム担当）	それ以外	・震災の影響によりまとめ買い商品や買い控え商品が発生し両極端な状態になっており、需要に対応できていない。
コンビニ（エリ ア担当）	販売量の動き	・景気の動向は1週目、2週目と売上は良かったのだが、東日本大震災の影響で商品の出荷停止がかなり起こり、主要製品の発売中止という形で営業活動がうまくできない状況になっている。当社も2か所の工場が被災したが、その影響でアイテムを絞り込んだ営業になり、3週目、4週目からかなり商品の供給が遅れているので、売上が減少している。
衣料品専門店 （地域ブロック 長）	来客数の動き	・フレッシュマンセールで昨年並みの客数は確保しているが、東日本大震災の影響で一般の客の買い控えがみられる。
衣料品専門店 （地域ブロック 長）	来客数の動き	・前年に比べ気温の低い日が多く春物の動きが悪くなっているうえに、東日本大震災の影響で供給が不安定になっている商品群もある。
衣料品専門店 （販売担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で工事関係の人の休日が増加しており、厳しい状況となっている。
乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で受注量が大幅に減少している。メーカーの生産ができなくなっており、配車が間に合わず客へ迷惑をかけるとともに、納車回収ができず3月決算が厳しい状況である。

乗用車販売店 (副店長)	来客数の動き	・東日本大震災後来客数は例年の半分程度に減少している。決算期の盛り上がりはなく客との話でも今は車を購入している場合ではないという反応が目立っている。	
乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・東日本大震災の影響が大きい。	
自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・客の購買は必要最小限の低価格品に限られ、高額商品、プレミアム商品、高グレード品等の販売は低迷しており、売上額全体を押し下げている。	
その他専門店 [海産物](経営者)	来客数の動き	・東日本大震災以降、団体客のキャンセルが増加しており来客数が減少している。	
その他小売店 [ショッピングセンター](営業担当)	単価の動き	・クレジットカードの客単価が継続的に低下している。	
高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・景気の低迷もあるが東日本大震災以後来客数は減少している。	
一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災より、直接被害の無い地域でも消費手控えが顕著になっている。特に年度末恒例の歓送迎会の自粛等、消費意識の低下がみられる。	
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で予約の取消が出ている。	
スナック(経営者)	来客数の動き	・東北関東大震災の影響により、自粛ムードが高まり来客数が減少している。	
都市型ホテル (従業員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、主に宿泊、宴会でキャンセルが相次ぎ非常に厳しい状況である。	
タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災の影響もあるが歓送迎会が低調である。	
タクシー運転手	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、歓送迎会も減少、縮小の動きがあり夜の街も閑散としている。	
タクシー運転手	来客数の動き	・例年歓送迎会の時期であるが利用客が減少している。	
通信会社(企画担当)	お客様の様子	・東日本大震災後、当社の現地事業所は現在営業、販売といった事業に専念できる状況ではない。	
テーマパーク (管理担当)	来客数の動き	・東日本大震災震災の間接的な影響で厳しくなっている。	
テーマパーク (広報担当)	来客数の動き	・この時期としては例年になく度重なる寒波の影響に加え、震災による出控えムードが重なって個人客の落ち込みが激しい。団体は募集旅行を中心に増加したが、個人の落ち込みを穴埋めできるレベルではないため、3月としては過去最低の入場者数となる見込みである。	
住宅販売会社 (経理担当)	お客様の様子	・東日本大震災以降イベントでも来場者は非常に低調な状況が続いている。なお、客の住宅への購入意欲が大幅に低下している。	
悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・年末年始に比べ来客数及び購買額ともに減少している。今が底だと言いながら、底がみえない状態が続いている。
	商店街(代表者)	単価の動き	・2月まで売上は回復基調だったが、東日本大震災以降客の様子が生活防衛に徹した様子となって、消費マインドが委縮しており更に厳しい状況となっており、今後は全く予想がつかない状況にある。
	百貨店(営業企画担当)	それ以外	・東日本大震災を境にして商況は激変している。
	スーパー(店長)	お客様の様子	・新生活の異動需要がある時期だが、東日本大震災の影響で関東方面の需要が極端に減少している。
	スーパー(店長)	それ以外	・東日本大震災が影響している。
	スーパー(財務担当)	販売量の動き	・商品の1点単価は若干上昇傾向にあるが、客の1人当たりの買上点数が前年を下回っている。
	衣料品専門店 (経営者)	競争相手の様子	・展示会等では来客数が減少しており、株価等の下落で消費者の気持が買物に向いていない。
	住関連専門店 (広告企画担当)	お客様の様子	・東日本大震災直後からホームページの閲覧数が減ってきており、客の動きも悪くなっている。
	その他専門店 [和菓子](営業担当)	来客数の動き	・東日本大震災以降来客数が激減している。
	一般レストラン (経営者)	それ以外	・東日本大震災の影響で、消費者が消費や外出を控えている様子がみとれる。

	一般レストラン (店長)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、歓送迎会のシーズンにもかかわらず宴会予約が低調で、キャンセルも相次いでいる。	
	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	・東日本大震災以降、自粛ムードが高まり、イベント、旅行などのキャンセルが日を追うごとに多くなっており厳しい状況となっている。	
	観光型ホテル (支配人)	お客様の様子	・震災発生以降、自粛を含むキャンセルが相次いでいる。外国からのツアーは全滅で、宴会部門においても自粛ムードが広がっている。	
	観光型ホテル (スタッフ)	それ以外	・東日本大震災の影響によりキャンセル、自粛が増加している。	
	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・東日本大震災により宿泊の大幅なキャンセルや宴会、会議のキャンセルが相次ぎ来客数が大幅に減少している。	
	都市型ホテル (支配人)	それ以外	・東日本大震災に伴うキャンセルが相次ぎ影響が大きくなっている。国内での自粛ムードと海外の客の敏感な反応がしばらく継続する。	
	都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、宴会や宿泊のキャンセルが相次ぎ景気が一挙に減速している。	
	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・東日本大震災及び放射性物質の拡散の影響で海外からの宿泊がキャンセルとなっている。	
	旅行代理店(経営者)	それ以外	・本来であればこれから春休みとなり、旅行には最高の販売月間になるにもかかわらず、東日本大震災や首都圏の大型テーマパークの休園の影響で、残念な状況となっている。	
	テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・今月は来園者数が前年比5割強にとどまる見通しとなっている。これは週末の天候が降雨、降雪により不順であったこと、特に3連休のうち後半2日が雨天であったため、19日からの春季行事の動員を図ることができなかった影響が大きい。	
	ゴルフ場(営業担当)	それ以外	・東日本大震災による自粛で売上が大幅に減少している。	
	競艇場(職員)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で3月13日以降のレース開催が中止となっている。	
企業動向関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	食料品製造業 (業務担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で一部商品の受注が増加している。
		不動産業(総務担当)	それ以外	・来客数及び成約件数が増加している。
	変わらない	化学工業(総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・売上は伸びているが燃料高の影響が大きく影響し利益が伸びない。
		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	・大口の注文、引き合いがなく生産水準は低調なまま推移している。
		非鉄金属製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・特段の動きはみられない。
		金属製品製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注量は生産能力の60%で、厳しい状況は過去1年間変わらない。
		輸送用機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響もあるが、伸びている部門もあり総体的には変わらない。
		輸送業(統括)	受注量や販売量の動き	・年度末は一部の箇所で大変忙しくなったが、東日本大震災により他の個所で荷動きが止まり、全体では特需が期待できなくなっている。
		通信業(営業企画担当)	受注量や販売量の動き	・年度内の受注案件が一段落し、来年度の検討については東日本大震災の影響で保留となっている客が多い。
金融業(営業担当)		取引先の様子	・3か月前と比べ改善傾向にある企業数は、横ばいで悪化している企業数と比べ少数である。また、取引先の経営者からのヒアリングでも、景気回復に関する話は少なく売上低迷が続いていることから、収支が厳しくなっており、資金繰りへの不安から、資金繰りの安定についての話が多くなっている。	
会計事務所(職員)	取引先の様子	・製造業は先月の動向から、今月は受注量の増加を見込んでいたが売上高はあまり増加していない。また東日本大震災の影響で、しゃし物品の購入が手控えられており、販売業の業績も3月にしては今一步である。		

やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・今月の状況を3か月前と比較すると、水揚数量は850トン、水揚金額も8,700万円の減少である。水揚数量の減少理由は沖合底引き網、大中型巻き網、定置網の減少で、水揚金額の減少理由は沖合底引き網、定置網が減少したためである。前年同月と比較すると、水揚数量で575トン、前年同月比77.5%の減少、水揚金額は6,350万、前年同月比116.5%の増加である。水揚数量の減少理由は沖合底引き網、大中型巻き網が減少したためであり、水揚金額の増加理由はイカ釣舟が増加したためである。
	食料品製造業（総務担当）	取引先の様子	・多くの製品で東北地方から原料を入手しており、東日本大震災の影響で販売困難な状況となっている。他社のギフト商品の中に同様の製品が多いため、先行きも不透明である。
	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災による東北地方、関東地区への影響が大きい。
	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	・自社製品の売上について、国内市場の冷え込みに加え東日本大震災による影響で、東北地区の販売の落ち込みが出てきており更に厳しい状況となっている。
	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	・東日本大震災の影響で原材料の手配が厳しくなっており、生産しても受入先の態勢が整わないため、当社は生産を控えている。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度未だが例年に比べても厳しい状況で推移している。特にこのところあらゆる面で更に厳しい状況となっている。
	建設業（総務担当）	それ以外	・東日本大震災に伴う、建材や資機材の確保、人員の確保の先行きに不安があり、燃料を含め価格上昇が予測される。
悪くなっている	輸送業（運送担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響を少なからず受けている。
	繊維工業（統括担当）	それ以外	・東日本大震災以後大混乱で低迷している。
	化学工業（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で、一部の原料仕入が滞っており回復時期が未定となっている。
	鉄鋼業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・鉄鉱石、石炭等の当社の仕入れ単価は上昇しているが、販売単価への転嫁が時期、値上幅とも不十分で収益の影響が大きい。また、東日本大震災の影響等で4月以降も販売単価への転嫁が進みにくく引き続き厳しい状況が続く。
	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災による関東、東北地域での販売が不振となっている。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	それ以外	・東日本大震災の影響により操業停止となっており、復旧の目途が立っていない。
	通信業（営業担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で、製造から物流、販売、需要まですべての経済活動に何らかの影響があり、景況感は良くない。
雇用関連	金融業（自動車担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、自動車の生産がストップし操業は2～3割に低下している。従業員は工場の整備や休業となっているがどのメーカーも赤字の状況である。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業では雇用意欲に特に変化はみられないが、非製造業では情報通信関係の電話オペレーターの求人や、全国的に展開している店舗の販売員の求人が増加しており、求人者の雇用意欲が高い状況が続いている。
	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・マーケティングや研究開発などの人員を増強することで、補充一辺倒の採用から将来を見越しての先行投資型採用を実施するケースが増えている。
変わらない	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で、企業活動が滞る可能性があり、採用活動は停滞すると懸念されるが、現時点では平年どおり採用活動に変化は出ていない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人については、引越シーズンを控えた運輸業、専門職の募集が多数あった医療・福祉業や公務分野からの臨時職員募集などの影響で有効求人倍率が5か月連続で前月を上回った。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・2月の新規求人数は、前年同月比で15.3%減少、前月比で10.5%減少している。新卒者採用の奨励金制度を利用する求人が目立つが、同制度は一般求人しか利用できないため、その分パート求人が減少している。

やや悪く なっている	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・東日本大震災の影響が製造業を中心とした派遣先企業に出ており、現時点で30社以上の派遣先で100名を超える休業者が発生している。一方震災を契機とした需要による派遣依頼も一部では旺盛であるが、全体的にはマイナスである。
	求人情報誌製作 会社(支社長)	求人数の動き	・しばらく求人数が伸びていたが、東日本大震災の影響で、企業から先行きの不安の声が多く出ている。
	求人情報誌製作 会社(広告担 当)	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響は中国地方にも出てきており、採用活動の再開の目途が立っていない企業もある。
	新聞社[求人広 告](担当者)	周辺企業の様子	・中小零細企業を含めて今のところ内定・採用見送りなど、雇用への直接的影響はないが、東日本大震災の影響がじわじわと広がっており、今後の不安感を抱く事業所は数多い。
	新聞社[求人広 告](担当者)	採用者数の動き	・大学新卒の内定は74.4%で、これまでの2番目の低さとなっており、企業側の採用が見送られていることがうかがえる。
悪く なっている	人材派遣会社 (支社長)	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響が出始めており、特に製造業を中心に休業や休業補償を中心とした雇用調整の動きがみられる。