

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	競艇場（職員）	・4月からレースが再開する。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・東日本大震災による消費マインドの低下からくる不振からある程度脱却し、全社的にはゴールデンウィークに向けた販売促進企画を策定中である。
		テーマパーク（業務担当）	・今月は天候が来園者数減の要因となったが、4月、5月は春季イベントを開催するため今月より来園者数を確保できると見込んでいる。しかし東日本大震災の影響が行楽の出控えに及ぶため、来園者数をどこまで見込むことができるか不安である。また来園者の大多数は自家用車で来るため、ガソリン価格の高騰による出控えも懸念材料である。
		テーマパーク（広報担当）	・東日本大震災の災害復旧が一段落すれば、西日本で人の動きが現在よりは出てくるが、福島第一原子力発電所、計画停電の問題が長引けば更に影響が広がる。
変わらない		その他サービス〔介護サービス〕（管理担当）	・社内の販売戦略、対策など強化を進めている。
		商店街（代表者）	・街づくりの動きもあり、街が変化している過程であるが、まだそれが実感として感じられないところがある。
		商店街（理事）	・地震の影響長期化の不安感がある。
		百貨店（購買担当）	・例年この時期は行楽のための洋服や洋品雑貨が動き始めるが、現状では客にその様子はなく、今後この状況が大きく変わることはない。ただ身の回りの物について少しずつ客の求める量が元に戻りつつあり、震災からの復興の進捗とともに客の購買意欲が生じてくる。
		スーパー（経理担当）	・景気が上向き様子はなく、安定してきている。
		コンビニ（エリア担当）	・夕方以降の客も増加し売上が順調に推移している。
		コンビニ（エリア担当）	・物不足となりインフレとなる懸念がある。
		自動車備品販売店（経営企画担当）	・タイヤ値上げと地上デジタル放送への移行で一時的には恩恵を受けるが、地震と原子力発電所事故が景気に影響を及ぼす。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・来客数は変わらないが客単価は低く、不要な物は購入しない傾向にある。
		タクシー運転手	・売上は若干のマイナス傾向で推移しており、今後もそれが継続する。
		通信会社（社員）	・新たな問い合わせなど販売量増につながる動きがない。
		通信会社（営業担当）	・多チャンネルサービスは、アンテナ視聴への切替えや大手他社への流失による解約が相変わらず多い。
		通信会社（広報担当）	・地震の影響で全国的にも厳しい。
		ゴルフ場（営業担当）	・地震からの復興に何か月かかるかわからないが、当分景気が良くなることはない。
		美容室（経営者）	・景気が良くなる材料がないため、ますます状況が厳しくなる。
		設計事務所（経営者）	・地震の影響から状況が落ち着くまで大きな変化はない。
		住宅販売会社（従業員）	・地震での厳しい状況による影響が内外に出ている。
		住宅販売会社（販売担当）	・資材入荷が不確実なため受注増が見込めない。
		やや悪くなる	
一般小売店〔酒店〕（経営者）	・総会の懇親会や歓送迎会、春の祭りやイベントが自粛、縮小傾向にあり、厳しい状態になる。震災や原子力発電所の復旧が一段落しないと心理的に景気は上向かない。		
一般小売店〔紙類〕（経営者）	・客の生活が改善した様子もなく、今後生活必需品等の需要も減少する。		
百貨店（営業担当）	・東日本大震災による災害からの復興までの道のりは長く、中国地方でも客の心情的な回復の見通しは立たない。		
百貨店（営業担当）	・3月下旬としては寒く、春物が売れない。この寒さと東日本大震災、福島第一原子力発電所の放射線漏れと悪い材料が重なっており、先が見えない不安がある。まずは原子力発電所の問題が落ち着かないと、客の心理も上向かない。		
百貨店（販売促進担当）	・地震で被害を受けた取引先は、夏から初秋物の減産が想定されるとともに、一気に冷え込んだ顧客購買心理は引き続き継続するため、景気の回復には時間がかかりそうである。		

百貨店（売場担当）	・東北地方の生産地が機能しなくなり、織物工場や倉庫業などの操業停止が西日本に影響を及ぼしており、大手ビールメーカーのギフト受注中止がこれからの売上に大きく響く。明るい材料としてはゴールデンウィーク並みの春休み帰省需要が見込まれるが、商品の入荷量が減ることは容易に予測され、生産から販売までの仕組みの変化に容易に対応できない
百貨店（売場担当）	・地震により東日本を中心に経済活動が停滞しているが、それが西日本にどのような影響を及ぼすか分からないものの、景気の状況は厳しい。
百貨店（電算担当）	・売上は月初めより対前年比でマイナス状態であり12%低下となっている。天気は雨が曇りが多く、春らしい天候にならないため、婦人衣料品は20%近くも低下し春物が動かない。しかも地震がそれに追打ちをかけ、街の中も重苦しい雰囲気に含まれている。
スーパー（店長）	・良くなる要因が見当たらず、今のままでは悪くなる。
スーパー（店長）	・現在は東日本大震災の影響で客のまとめ買いの需要があるが、徐々に商品の入荷が不安定になってきており、今後商品の入荷自体が困難となることから売上は厳しくなる。
スーパー（店長）	・現在の消費傾向には被災地へ送るための物資の需要もあるが、家庭用の備蓄としても購入があるため、今後は買い控えもある。また計画停電などによる国内の生産力低下の影響で、賃金の下落も想定されるため、消費は縮小傾向となる。
スーパー（店長）	・地震の影響で物資が不足する。
スーパー（店長）	・地震の影響が大きい。
スーパー（業務開発担当）	・地震の影響もあり、消費より万が一に備えての節約へと思考が向かう。
スーパー（販売担当）	・東日本大震災で入荷が困難となる商品が増加しつつあることの影響が懸念される。
スーパー（管理担当）	・現在商品はあるが、今後需要と供給のバランスが悪くなる可能性が高く、売りたいくても物が無い状況がしばらく続く。
スーパー（営業システム担当）	・安定した仕入の確保ができるまでは、値上げは避けられない。また福島第一原子力発電所事故の風評被害により消費者の購買意欲は低下の一途である。
コンビニ（営業担当）	・東日本大震災により商品の供給が不安定になる。また近隣企業も原材料、物資が供給、製造できなくなり、業績への悪影響が懸念される。
衣料品専門店（経営者）	・地震の影響がある。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・東日本大震災の影響で、必需品以外の買い控え傾向がみられる。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・食品関係の原材料値上げ傾向が著しく、衣料に支出を回せる状況にない。
衣料品専門店（販売担当）	・東日本大震災の影響で景気は上向かない。
家電量販店（店長）	・地震によって現地生産工場が壊滅状態であるため、商品の供給が少なくなり、徐々に販売量が減少し景気も悪くなる。
乗用車販売店（統括）	・地震の影響でメーカーの製造に不安が残る。
乗用車販売店（店長）	・東日本大震災の影響で工場のラインが止まり、出荷できない状況が続いている。更に客の購買意欲も萎えているので、売上に負の連鎖が生じている。
乗用車販売店（副店長）	・しばらくは地震の影響で喪に服したような雰囲気にあるため、活発な経済活動は見込めない。特に自動車関連は生産がストップしており、再開の目途も全く立っておらず、先行き不透明であるため、自身の雇用や給料に関しても不安感を持っている。
乗用車販売店（営業担当）	・地震の影響でユーザーの買い控えがあることに加え、部品不足で車の生産が追いつかない。
自動車備品販売店（経営者）	・メーカーは輸出に大きくシフトし、生産も海外へ移っている。国内にお金を落とさないため、赤字直営店ばかりが増えている。地方の個人店舗は急激に疲弊し、競争に負け店舗数も減少している。
その他専門店〔書籍〕（経営者）	・地震の影響が少しずつ消費を停滞させていく。
高級レストラン（スタッフ）	・予約が前年と比べて減少しており、今後も厳しい状況となっている。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・ここにきて商品の供給不足が増えてきている。今後は食材の値上がりも確実に増えており不安要素が多く、先行きは悪くなる。

	観光型ホテル（支配人）	・宿泊部門は東日本地区へ予定されていた修学旅行等の振替予約が入って来ているものの、先行きは不透明である。また宴会部門も5月ごろまでは自粛傾向が続く。
	都市型ホテル（総支配人）	・地震の影響はもうしばらく続き、観光客、ビジネス客ともに前年実績を下回る。記念事業なども自粛傾向は続くと思われる。祝いごとの宴会は減少する。
	都市型ホテル（従業員）	・地震による影響は2～3か月先の予約にも出ており、長期化する。
	都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災によりしばらくの間は宴会等、自粛ムードが続く。
	タクシー運転手	・3か月先も客の意識は変わらず、花見時期や連休等での観光客は減少し景気は下り坂となる。
	通信会社（通信事業担当）	・家族のなかで主に利用していた人の転出などが多く、解約数が増加する。
	通信会社（営業担当）	・東日本大震災による影響で客の動きが鈍くなりそうである。
	通信会社（総務担当）	・地震の影響で需要がやや落ち込んでいる。
	テーマパーク（管理担当）	・地震により全てのイベントが中止傾向にあるため、当面景気は鈍化する。
	設計事務所（経営者）	・東日本大震災で部品工場が打撃を受け、建材の入荷が見通しの立たぬまま、民間消費者との工事契約に至らない状態がしばらく続く。
悪くなる	商店街（代表者）	・これまでオーバーストア、デフレ、少子化という3重苦に苦しんできた業界であるが、東日本大震災以降、客の消費マインドが更に冷え込み続けており、将来の展望が全くみえない状況にある。
	商店街（代表者）	・不景気のなか市場の動向から更なる値上がり状況となる懸念がある。
	商店街（代表者）	・卸問屋は原材料の値段を遠慮会釈もなしに上げてくるが、末端の店舗はそうもいかないため、しばらくは値上げを控える意向である。消費者も固唾を飲みながら消費を控えようとしている。
	商店街（代表者）	・東日本大震災の影響で原子力発電所のある当地では今後観光客が減少する。
	一般小売店〔茶〕（経営者）	・不安材料が多すぎる。当社は近年海外輸出も力を入れてきたが、今は放射能検査をして安全を証明しないと商品が輸出できない状態になっている。検査をする機関も少なく、検査申込が殺到しているが、政府が安全を保証する制度も法律で決まっていないので、食品輸出は大打撃を受ける。
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・商品の出荷が止まったり、缶ビールやたばこなどの商品が徐々に手に入りにくくなっており、これが正常化するまでは先行きが全くみえない。
	百貨店（販売担当）	・地震の影響もあり、客の購買意欲は大きく低下しているため、これまで以上に今すぐ必要でない物は買い控えられる。
	百貨店（営業企画担当）	・客の消費マインドが異様な状態にあり、しばらくは買い控えや質素節約思考が蔓延する。
	スーパー（店長）	・東日本大震災の影響で供給制限の商品が一部に出てきており、販売する立場として今後に不安を感じている。
	スーパー（財務担当）	・東日本大震災の影響もあり、一時的には消費は上昇するが、景気の回復には至らない。
	コンビニ（エリア担当）	・今後地震の影響からの回復にどれくらい時間が掛かるのかわからず、製品の製造が制約され限界がある以上売上減少は避けられない。客の消費志向も弱含みとなっており、必要な物以外は売れない状況が進む。当社も先月始めたキャンペーンが中止となり、今後再開させる意向だが、それもうまく進まない恐れもあり、景気自体がかなり低下していく。
	衣料品専門店（経営者）	・地震等の影響で物を買うどころではない雰囲気になっている。
	家電量販店（店長）	・3月31日の家電エコポイント制度終了に伴い、対象商品の販売量減少が予測される。地震の被災地とは遠く離れているものの、その影響による消費マインドの冷え込みが懸念される。
	乗用車販売店（経営者）	・製造業の地震被害からの立ち直りには相当の時間が必要となる。こうした状況下では、景気動向判断は何を基準にすれば良いのか良く分からない。
	乗用車販売店（業務担当）	・東日本大震災の影響で商品も入荷せず、どうしようもない状態が続いている。今後も先行き不透明である。
	住関連専門店（広告企画担当）	・地震の影響で客の動きが悪くなってきているとともに、資材の高騰が始まっているのでダブルパンチになる。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・東日本大震災の影響で、被害を受けていない地域も明るい気持ちになれない。	

		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・特に観光で訪れる団体客の動きが悪くなる。
		その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	・福島第一原子力発電所の状況が景気にとっての不確定要素となる。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響で、今後は更に消費が冷え込み、様々な物の不足が全国に広がることから、景気の回復には更に時間を要する。
		一般レストラン（経営者）	・客の心理に加えて各商材の値上がりや品不足は経営を直撃している。今後も代替商材の確保等の対策を立てて営業を支えるが、価格転嫁が困難な状況にある。また各種行事自粛も消費マインドを大いに低下させる原因になる。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響で歓送迎会の予約の取消が相次いでおり、今後の予想が困難である。
		一般レストラン（店長）	・ガソリン価格の高騰で仕入れコストの高騰も懸念され、更に外食をする来客数の減少も確実である。
		スナック（経営者）	・東日本大震災の影響により、物流、人出ともに停滞している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・当面地震の影響が大きい。
		都市型ホテル（支配人）	・地震の影響が収まるにはなお時間がかかり、西日本でもビジネスが平常化するのはいずれ後になる。
		旅行代理店（経営者）	・当面国内では旅行どころではなく、祝賀関連行事も中止や控えるところが増える。
		通信会社（企画担当）	・当社拠点のある宮城県、岩手県ではまだ震災の傷が癒えず、営業や販売に気持ちが向く状況ではないため、今後3か月はその影響が続く。
		設計事務所（経営者）	・東日本大震災の影響で、すでに一部の建築資材が入りにくくなってきており、今後復興が進むにつれてより深刻な状況になる。そのため建築物価の長期予想ができず、建築主もこの時期に着手することを躊躇している。
		住宅販売会社（経理担当）	・注文住宅の建材や住設機器のメーカーが東北地方に集中していたため、納品がいつになるか分からない状況であり、今後物件の引渡しが大幅に遅れる可能性がある。また今後西日本でも客の購入意欲の低下が継続して起きそうであり、景気の後退は否めない。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車部品関連は厳しい状況にあるが、今後は現状より良くなる。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・グループ会社の生産拠点が東日本大震災の被災地にあり、そこで生産していた物の生産をカバーすることになって生産量は増加する。一方最終ユーザーが被災地に立地しているものは納入延期などの対応を行っている。
	変わらない	化学工業（総務担当）	・今後更に燃料価格の高騰が加速し業績に影響する。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・地震による影響は未だ不透明である。東日本のメーカーの生産障害による振替需要は見込まれるが、総需要の動きは大きくない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化がない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・当面震災復興が最優先になるため、燃料等が確保できないことを危惧している。
		輸送業（統括）	・東日本大震災の影響を受けた企業が生産活動を始めれば荷動きが期待できるが、長期化しそうであるため変わらない。
		通信業（営業企画担当）	・非常時のバックアップに関わる設備投資を検討する可能性が高まることがプラス材料だが、資材調達遅延など可能性もマイナス材料としてある。
		会計事務所（職員）	・公共事業関係の業種は相変わらず厳しく、今後受注の増加は期待できそうにない。更に地震の影響が今後どんな形で出てくるのか、見通しが立たないだけに不安要素は大きい。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・しけが多く出漁日数は少なく、水揚げ数量は減少している。昨年からイカ釣り漁が安定しており、水揚げ金額は例年並みとなっているが、イカ漁のシーズンの終了とともに今後の期待が持てない。
		食料品製造業（総務担当）	・東日本大震災の影響で、原料の調達難やエネルギーの供給制限から製品の生産が困難な状況が出ており、売上は減少する。
		食料品製造業（業務担当）	・地震の影響もあって、関係業者のなかに震災を言い訳に一部原材料や資材に値上げする動きがある。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・東日本大震災により部材調達に不安がある。
輸送業（運送担当）		・地震の影響で運送業者は発送を控えているため、景気は当面回復しない。	

		通信業（営業担当）	・地震の影響から向こう3か月間は在庫も不安定な状態が続くそうである。
		金融業（自動車担当）	・自動車関連では操業開始の目途が立たず、雇用調整助成金の申請を準備する動きもあり、当面赤字が継続する見込みである。
		金融業（営業担当）	・当地においても東日本大震災の影響が出ている。生産が西日本にシフトするとの話もあるが、現段階では増産に伴う必要資金発生への申込み等、具体的な動きは確認できていない。一部取引先において、地震により仕入、販売先、物流等に影響が出ているとの話もあり、営業に支障がでてくる可能性もあり、近い将来の景気はやや低下する。
悪くなる		化学工業（経営者）	・地震の影響で一部の原料仕入が滞っており、回復も目途も未定である。
		鉄鋼業（総務担当）	・地震の影響で当社の主力ユーザーである自動車関連企業向けの生産量が当初予定より減少する見込みである。当地区には自動車関連の需要家が多く、各社とも生産減等の影響が出る見込みである。
		鉄鋼業（総務担当）	・地震による納入先の被災、停電、生産調整等の影響が今後出て、短期的には悪化に向かう。ただ中期的には復興需要増で景気も活性化する。
		金属製品製造業（総務担当）	・仕入業者の工場が被災したため、在庫がなくなった後の部品供給に懸念がある。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注があっても従来価格より大幅に安値となっているため苦慮している。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・東日本大震災の影響で操業停止しており、復旧の目途が立っていない。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・現在中国の工場で従業員との間に給与などの問題が発生しており、それに伴う製品値上げの要請が相次いでいる。また中東不安による原油価格の高騰問題、国内の不況等多々問題があるなかで、今回の東日本大震災によって国内景気が更に低迷するとともに、東北地方で生産している各種材料の供給が途絶え、今後の生産が非常に不安定になる。
		建設業（総務担当）	・東日本大震災の影響がより鮮明になり、回復にはかなりの年月を要する。
雇用関連	良くなる やや良くなる	—	—
		職業安定所（職員）	・化学関係を中心とした製造業の業績は比較的好調で求人も堅調であり、医療福祉関係も求人意欲は高い。一方新規求職者数は今後年度末から年度初めにかけて増加していくのが通例であるが、現在前年同期と比較して10%程度少ない数字で推移しており、管内の経済情勢等考えると、今後も求職者数が大幅に増加することは考えにくい。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・地震の影響により、現予測より上下する可能性はあるが、周辺地域では平年と変わらず採用活動を継続しているため、その水準は継続する。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・今回の地震の前までは景気復調の兆しがおぼろげにみえていたが、今後はその影響が少しずつ出てくる。
やや悪くなる		人材派遣会社（営業担当）	・東日本大震災での被災による自動車部品関連企業の生産停止による自動車産業の休業の懸念や、福島第一原子力発電所からの放射性物質拡散の懸念など、幅広い業種で影響を受ける可能性から、先行きを心配する企業が多い。
		人材派遣会社（営業担当）	・地震の間接的な影響は当地域でも多くの業界、企業に及んでおり、地域雇用にも及ぼす影響も大きく、以前に比べて下火になっていた何らかの雇用調整を行う企業が増えてくると予想している。
		求人情報誌製作会社（支社長）	・地震の影響が製造業を中心に出てきそうである。
		求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	・短期的ではあるが、特に自動車関連などは中国地方でも地震の影響を受ける可能性がある。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・地震の影響で雇用の面で復興の目途がいつごろつくのか不透明なため、企業も採用により慎重になったり、後回しにする状況が続く。今回の福島第一原子力発電所事故による様々な風評被害も出ており、西日本のエネルギー関連の企業の2012年度の新卒採用活動に少なからず影響を及ぼしている。
		職業安定所（職員）	・求人は増加傾向にあるものの、先行きの不透明感から臨時、パート求人が目立つ。大手製造業の事業所閉鎖を3月末に控え、下請企業等で先行き不安がみられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・回復しつつあった景気ではあったが、地震の影響は当面継続する。
悪くなる		人材派遣会社（支社長）	・東日本大震災の影響で雇用が悪化する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災の影響で大きく自粛ムードがあることから、雇用も今後長期間にわたって厳しい状況が続く。

	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中東情勢不安による石油価格の高騰により、重油価格が上昇し製造業者へ影響が出たり、東日本大震災の影響で、製品の部品調達ができなくなり雇用調整が計画されるなど、製造関係の雇用意欲は減少傾向に向かっていく。その影響で景気の減速が全産業に及び、雇用意欲の減退に向かう。
	学校 [大学]（就職担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 東日本大震災の影響から日本全体経済活動が停滞し、採用等にも影響がある。