

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）	来客数の動き	・6月末に競合店の閉店があったため、来客数が前年に比べて10～12%増加している。
		テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・今期の来園者数はコンサートなどの持込行事の来客数が減少したことで、前年比では減少となった。しかし月間を通して開催した自然をテーマとする主催行事では、親子連れの来園を促進するなどの誘客効果により、来園者数が前年比で1割以上増加となっている。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	それ以外	・夏休みで商店街の通行量が多く、先月、今月と売上が前年並みもしくは上回った商店が何店舗かある。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・全体的には、7、8月とも前年同月比で100%を超えており、少しずつ上向いてきている。ただ前年実績を上回っているテナントと下回っているテナントが半々であり、同じテナントが長期にわたり良いわけでもなく、安定的に良くなっているとは言えない。
		百貨店（購買担当）	お客様の様子	・ギフト解体セールが行われており、例年以上の集客で客単価もかなり高くなっている。手持ちよりも配送を利用しており、少しでも良いものを多く安く買いたいという傾向が食料関係も含め、十分にうかがえる。また衣料品についても、日々の気温は高いが秋物が順調に動き始めているため、景気が上向きになっている。
		百貨店（販売担当）	来客数の動き	・夏休みの動員催事の集客が22日間で約6万人と入場者数が前年を大きく上回っている。期間中の売上は子ども服売場を始め前年実績を大きく上回っており、特に夏物最終セールが好調に推移している。
		コンビニ（地域ブロック長）	販売量の動き	・昨年の猛暑の裏年で飲料関係の動きは鈍化しているが、一方でファーストフードの販売量は増加しており、全体として上向いている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売の見通しが立つようになり、客の動きも良くなりつつある。
		乗用車販売店（店長）	単価の動き	・新車の売上単価は上昇しており、サービス売上も前年比102%で推移している。
		乗用車販売店（副店長）	来客数の動き	・新規来客数は少ないが、自店舗の客をターゲットとして営業活動を展開した結果、前年並みの集客と店舗採算が確保できている。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・店舗に近い水族館のリニューアル効果が大きく、商品の売行きが良い。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・この夏の来客数の動きは過去3年のなかで最高水準となっている。
		観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・低調だった宿泊予約も当月に入ってから順調に伸びており、料飲部門の売上も前年を上回っている。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・東日本大震災から5か月が経過し、個人旅行、団体旅行も前年並みに回復してきている。
		都市型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響による減収が収束してきている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災の影響で夜間外出する客や観光客が減少していたが、7月後半からかなり回復してきている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・光回線サービスの継続利用の打診が増えている。また新規契約の依頼も以前に比べて増加している。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・スマートフォン需要に合わせて夏モデルの商品ラインナップも充実し、販売が好調に伸び前年同月実績を大きく上回っている。
設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・3月以降の資材不足から着工が遅れていた仕事が現在集中しており、忙しい状況である。		
変わらない		商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数が減少し、購買金額も低下している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・暑さで客が外出を控えている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・猛暑のため日中に客が出てこない。大型店の入込客はあっても涼みに来ているだけで、売上がなかなか伸びない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・8月は順調だったが、7月の落ち込みがひどかったため、平均してみると前年と同じかややマイナスの状態である。

一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・月の後半からは短時間に集中する雨が多く、その日は来客数が少なくなっている。	
一般小売店〔酒店〕（経営者）	お客様の様子	・中元や盆行事などでの販売高や人の動きは例年同様で、悪い印象はなかったが、それ以降は良くない状況である。取引先の飲食店も例年並みの様子で、盆は帰省客と一緒に家族連れで食事をする客もあり、普段よりはにぎわっている。	
一般小売店〔酒店〕（経営者）	販売量の動き	・例年に比べ飲料品の売上が減少している。中元商戦もかなり売上が減少しており、相変わらず客の財布のひもが固い。	
百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・ギフト解体セールは前年比30%増で推移している。洗剤や油など長期保存の可能な商品のまとめ買いが目立っており、消費者の価格に対する厳しさと堅実な消費スタイルがみて取れる。	
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・8月は前年より気温が低く、夏物衣料や雑貨が伸び悩んでいる。盆には高速道路料金の休日上限1,000円制度がなくなり来客数の減少が懸念されたが、後ろにずれる形で分散し、売上が増加している。盆明けから婦人服の販売が好調になり、晩夏物の新商品とともに売上が月末にかけて回復しており、全体としては前年実績を上回る見込みである。	
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・酷暑であった昨年よりは気温の状況が良好であり、来客数は順調に伸びている。食料品は好調だが、先月好調のUV関連商品はかなり苦戦しており、客の多くは選択しながら購入し、安くても必要ないものは買わない。	
スーパー（店長）	単価の動き	・販売量が全く増加せず、1人当たりの単価にも変化はない。	
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・売上は前年に比べて上向いているものの、景気が良くなっているとは言えない。	
衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・半年前から来客数が10%減少している。	
家電量販店（店長）	販売量の動き	・売上に貢献していたテレビの動きが止まり、代替りの商品も良くない状況である。	
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	来客数の動き	・バーゲンが始まり一時上向きになったが、盆の来客数はあまり伸びず、依然として低迷傾向にある。	
都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・ピヤガーデンはまずまずの来客数だが、レストランは前年並みかそれを下回っている。	
旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・福島第一原子力発電所の問題も変化はなく、客もその問題が片付くまでは旅行には目が向かない。	
通信会社（広報担当）	販売量の動き	・スマートフォンが追い風となり、販売量は前月までとほぼ同水準で動いている。	
テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・ある程度の来館者数は保ってはいるものの不安定である。	
テーマパーク（広報担当）	来客数の動き	・高速道路料金の休日上限1,000円制度終了が、盆期間など観光客の増える時期に影響を及ぼしており、地域全体で観光客が少なくなっている。	
競艇場（職員）	販売量の動き	・入場者数と販売金額は横ばいの状況である。	
美容室（経営者）	お客様の様子	・客は東日本大震災以降落ち着きを取り戻し、仕事の様子は安定しているが、特別忙しくなるような話はない。	
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災から半年近く経ち、それなりに落ち着きはみせているが、電力不足・円高・政情不安定などの状況が続くなか、客は自宅の新築を考えるような長期にわたる判断を先送りしている。	
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・来客数は多少減少しているが、客は良い物を安く購入したいという気持ちを前面に出して来場している。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・季節的な要因はあるにしても来客数はもう少し増えて良いはずだがほとんど変わらず、客は店に入っても購買意欲はあまりなく、複数の注文が減少している。
	一般小売店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・2週間連続して猛暑日が続いたため、高齢者や子どもは外出を控えている。
	一般小売店〔紙類〕（経営者）	お客様の様子	・盆が過ぎても来客数は好調だが、購入単価が低下しており、全体的に景気が悪くなっている。

百貨店（営業担当）	来客数の動き	・台風や盆時期の気温低下、月末の暑さのぶり返しで来客数が伸び悩んでいるが、キャリアやミセスゾーンの売上は好調である。高額ゾーンは不振だが、全般的に衣類の動きは良い。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・7月までは売上が良かったが、8月はセールも奮わず残暑も厳しく秋物が売れない状況となっている。
百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・8月初めまでは計画通りであったが、中旬以降売上、販売量とも前年を下回っている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災以降売上が少しずつ回復し、7月で前年実績をクリアできるようになったが、8月になり販売点数・売上・来客数の全てが3%程度前年度を下回っている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・盆期間中来客数が大幅に減少し、その後も売上は伸びていない。この3か月は来客数の伸びもなく、買上点数も低下している。
スーパー（店長）	単価の動き	・盆商戦での刺身・焼肉・オードブルなどのもてなしメニューでの高単価商品は動きが鈍い。また中元や手土産などの進物の販売数も昨年より減少している。
スーパー（総務担当）	販売量の動き	・盆など催事の消費が伸び悩んでいる。
スーパー（業務開発担当）	単価の動き	・盆期間は持ち直したものの、それ以後は客単価が昨年比で3%も下落しており、客は必要な物でも我慢したり、できるだけ安価な物にする等、節約志向が続いている。
スーパー（販売担当）	販売量の動き	・盆以降に売上が低下するのは毎年のことであるが、今年は例年より更に落ち込んでいる。
コンビニ（副地域ブロック長）	販売量の動き	・地元の大手自動車メーカー関連の休日変更の影響で、おにぎりなどの主食商品の販売が苦戦している。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・仕入先の京都の染め屋や織り屋でも、極上品か安いプリント品といった両極端の品ぞろえで、中間の良い物が少ないうえに、絹も値上がりして大変である。
衣料品専門店（地域ブロック長）	単価の動き	・値段の高い物も売れるが、低価格商品が圧倒的に売れており、引き続き経済的上昇には厳しい状況である。
家電量販店（店長）	お客様の様子	・3か月前と比べて来客数に変化はあまりないものの、購入する客が少なくなっている。そうした状況で特に高単価商品が売れることもなく、やや悪くなっている。
家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・地上デジタル放送対応テレビの駆け込み需要がある。
乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・昨年はエコカー購入補助金効果で売上が大幅に伸びたが、今年はその反動で販売量は前年比60%と大変厳しい状況である。
自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・昨年と比べて来客数が25%程度減少している。
その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・盆や夏のイベントなどいろいろ行われたが、客の出入りも今一つで、財布のひもも固くなっている。
その他専門店〔海産物〕（経営者）	来客数の動き	・高速道路料金の休日上限1,000円制度が終了した影響で、夏休みの来客数が減少しており、厳しい状況となっている。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・個室の団体利用が少なく、平日の来客数も減少している。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・この夏の猛暑は始まりが早く、本来の夏商戦までに客の消費意欲減退がみられるとともに、盆商戦でも帰省客が少なく盛り上がり欠ける状況である。民間賞与減少も大きな要因だが、外食利用頻度の低下が顕著である。
一般レストラン（店長）	来客数の動き	・多くの家族連れでにぎわうはずの夏休みであるが、節電の影響で大手企業の休みが変更となり、土日の来客数が激減するとともに、その他の曜日でも低調である。
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	・飲食については軽食や麺類が主流で、盆を除いてはレストランの利用が減っている。土産品は数量が減少し、単価も低下する傾向が続いており、特に週末は前年比で2割近く低下しているが、平日は前年並みである。
都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・高速道路料金の休日上限1,000円制度終了の影響で、今年の夏休みは例年に比べて車を利用した家族旅行客が減少している。

		タクシー運転手	販売量の動き	・昨年と比べて夜の利用客が減少している。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・営業についての話は聞いてもらえるが、結論を先延ばしという対応が大変多い。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・客は値段を見てより安い店に行く傾向にある。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・客は代金支払いに対して厳しい対応が増加しており、資金繰りも厳しくなっている。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・リフォームについての相談件数は少しあるが、新築に関するものは少なく、先行き不透明である。
		住宅販売会社（経理担当）	お客様の様子	・フラット35Sの優遇金利の受付期間の短縮により多少の駆け込み需要が期待できるが、実際には契約締結後の融資申込受付となるため諦めムードの客が多い。
		住宅販売会社（販売担当）	競争相手の様子	・同一エリア内で分譲物件を販売している競合他社の売行きも鈍く、比較的短期間での販売価格の値下げやキャンペーンの展開など、販売促進策の軌道修正を必要としている状況が見受けられる。
	悪くなっている	商店街（理事）	来客数の動き	・暑さのせいで客は外出を控え、買物もする気がない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・昨年8月後半は猛暑の影響でアイスクリームやペットボトル飲料が盆期間やその後も良く売れていたが、今年は朝晩が涼しいため前年の50%の売上になるとともに、円高の影響で消費が鈍い状況が続いている。
		スーパー（販売担当）	それ以外	・本店が入居する商業施設の閉館が決まり、地域全体が沈滞ムードに包まれており、客の購買意欲にも影を落としている。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・放射能汚染の影響による牛肉の不振や節約による買い控えにより、買上点数の減少が続いている。
		自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・7月第2週目以降来客数が極端に減り、8月もボーナス需要を全く感じることなく盛り上がりず推移している。
		住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・いかに金を使わずに時間を過ごすかということを考えている客が多い。
		一般レストラン（経営者）	それ以外	・放射能問題が原因で、一般市民が牛肉離れを起こしており、飲食店での肉の売上が異常に減少している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・運行回数が減少するとともに売上金額がかなり低下している。
		ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・暑さや雨などの天候に左右され集客が落ち込んでいる。
企業動向関連	良くなっている	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・国内生産量は東日本大震災の影響からほぼ復旧し、全体的に順調である。ただし、取引割合は小さいが中国向け内示が減少し、在庫調整の長期化の懸念がある。
	やや良くなっている	鉄鋼業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・自動車業界等の回復に伴い、全体的な操業は回復している。ただし、鉄鉱石や石炭の価格が高騰しており、その分を販売価格に十分に転嫁できず収益を圧迫しているほか、輸出向け販売も円高の影響で更に採算が悪化している。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・液晶パネル関連材料の需要が調整気味の一方で、エコカー向け材料は需要が伸びてきている。またほかにも輸出が好調な素材があり、国内他社にも好影響が出ている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車産業が上向いているため、受注量も増加している。
		輸送業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災後の荷動きが始まったことや5月以降の燃料価格の値下げで利益面は順調である。
		通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・セキュリティやデータのバックアップなどの情報関連設備投資に関する検討や導入に至る客が増えつつある。
	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	・商品の供給が追いついておらず、秋には新商品が出るが需要と供給の見込みが難しい。
		繊維工業（統括担当）	それ以外	・特に変化している状況はないため、変わらない。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・景気回復側面もある一方で、急激な円高等で後退側面もある。
		化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・原油等の燃料価格高騰や円高が業績に大きく影響している。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・7月の受注量は直近3か月の平均に比べると25%増加しており、景気は良くなっている。

	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	・北米を中心とした海外向けの自社製品の注文が入り、売上は回復傾向にあるものの、円高の影響で損益は非常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）	受注量や販売量の動き	・円高に対する政府の関与がアナウンスされたが、まだまだ市場では反応が鈍い。当社では輸出に直接関わっていないものの、親会社を通して今後も状況を注視していく方針で、受注量の不安定さは否めない。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は悪いまま推移しており、建設関係では廃業するところもあるなど、非常に厳しい状況である。	
	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・依然として小口物件を数多く拾う状況が続き、安定した受注が期待できない状況である。	
	通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・円高の影響はあまりないが、販売量に変化がないことから景況感は変わらない。	
	金融業（自動車担当）	取引先の様子	・自動車部品の生産は計画を上回る水準に回復しているが、大幅な円高が長期化しているため、完成車メーカーからの単価引下げ要請で利益は大幅に圧迫されている。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先である中小企業の業況は総じて厳しく、事業運転資金の借入れ依頼が多く発生している。ただ多くは過去から業況が右肩下がり状況が続いており、費用削減等の努力をして何とか事業継続を行っている。経営者との話でも景気の良くない状況がずらずと続いているとの認識が多く、回復の見通しが立たないとの発言をよく聞く。	
	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数と成約件数は横ばいの状況である。	
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・販売、サービス業は例年並みの水準に戻りつつあるが、公共事業関係の事業者の業績が想像以上に悪くなっている。以前より業績不振ながら何とか持ち応えていたが、そろそろ限界という声も聞かれる。	
	やや悪くなっている	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	・グループ内企業に対する震災応援が一段落し、生産量もやや減少している。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量の伸びが想定を下回ることが多くなっている。
	悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・7月と4月を比較すると、水揚げ数量で2,074トンの減少、水揚げ金額は4億5,990万円の低下である。7月の対前年比は77.6%で、水揚げ数量が836トンの減少、水揚げ金額は8,030万円の低下である。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べ資材購入量が全体に減少しており、売上が低迷している。
		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	・親会社の海外販売は好調に推移しているが、国内販売は低調で在庫が急増している。それに伴って発注量が減少し、今年下半期の生産が非常に厳しい現状となっている。
雇用関連	良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・一般機械製造業では円高の影響で輸出売上が減少しており、人員整理がみられるなど雇用意欲が低い。その一方で飲食店では猛暑で売上が伸びていることにより、また医療関係では看護師不足により雇用意欲が高まっている。
	やや良くなっている	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・製造部門からの依頼が確実に増えており、地元大手の自動車関連企業からの依頼が活発である。有料職業紹介の依頼は、製造業や医療福祉分野からの件数が堅調に推移している。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	求人数の動き	・求人数自体は減っている印象はなく、良い人材がいれば積極的に採用したいという意欲を感じる。
		求人情報誌製作会社（支社長）	求人数の動き	・中途・新卒ともに東日本大震災以降の不透明感から立ち直り、5月以降堅調に推移している。中途求人は前年比約2割増しであり、新卒についてもほとんどの会社が当初の予定数を採用する方針で、とりわけ大手の回復基調が強くなっている。
		新聞社【求人広告】（担当者）	周辺企業の様子	・東日本大震災の復興特需で総合住宅機器メーカーの仕事量が急激に増えている。
		新聞社【求人広告】（担当者）	それ以外	・しばらく中止されていた季節労働の採用があり、ものづくりを中心に回復している。

	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・戸建住宅メーカーに勢いがあり、大手支店、地場メーカーを問わず、営業を強化し拡大を図ろうと舵を切り始めている。大手メーカーは従来の代理店販売方法から直販に切り替えるなどの動きもあり、各社とも口をそろえて市場性があると強調している。
変わらない	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・東日本大震災後の復興需要や節電需要で求人数は増えているが、極端な円高傾向により今後の採用を慎重に考えている企業が増えている。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	周辺企業の様子	・新しい企業の動きも表面化していないため、市場の景気にはおおむね変化がない。
やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・7月の新規求人数は前年同月比で13%減少し、前月比で4.6%増加している。一方新規求職者数は前年同月比で2.9%、前月比で15.4%減少している。6月より求人申込票の様式が変更になり、無効求人の更新に時間がかかるため、前月に引き続き新規求人数が大幅に減少するとともに、これを機会に求人を取り下げるケースもあり、求人数の減少が続いている。
	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	・求人はほぼ全ての業種で前年比マイナスとなっている。東日本大震災の影響はほとんどみられないものの、大口の求人がなかったため、全体でも12か月ぶりにマイナスに転じている。
悪くなっている	-	-	-