

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  (中国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	商店街（代表者） スーパー（総務担当） その他専門店〔和菓子〕（経営者） その他専門店〔海産物〕（経営者） 一般レストラン（外食事業担当） 都市型ホテル（スタッフ） タクシー運転手 通信会社（企画担当） 通信会社（広報担当） 通信会社（工事担当） テーマパーク（広報担当） 設計事務所（経営者） 設計事務所（経営者）	・過ごしやすい気温になれば来客数は増加する。 ・季節的な催事等の要因から持ち直しが見込まれる。 ・大河ドラマ効果で増加傾向は継続する。 ・秋になれば例年どおりの観光客が見込まれる。 ・天候の回復、前年の食中毒騒動も一段落し、売上と来客数は伸びるものの、アルコール消費量は減少する。コンビニとの競争が激化しランチは苦戦する。 ・夏休みの宿泊の予約が例年より早くから入ってきており、イベント関係の宿泊もあり予約は好調である。 ・イベントの復活で少しは良くなる。 ・価格相対の部分はあるが、サービス、商品の受け取り方が前向きになっており、逆行する要素はこのところない。 ・新商品の発売に期待が持てる。 ・9月は異動時期で通常申込が増加する時期となる。 ・近隣エリアにおける大規模な博覧会の開催による話題性で、少しは観光客が動く。 ・消費税増税の報道を受けて早めに行動しようとする動きが見受けられ、消費に少し積極的になっている。 ・消費税率の引上げが実施されるまでは、駆け込み需要に期待している。ただし人手不足や材料の高騰が起こることを同時に危惧している。
	変わらない	商店街（代表者） 商店街（理事） 商店街（代表者） 一般小売店〔酒店〕（経営者） 百貨店（営業担当） 百貨店（販売促進担当） 百貨店（購買担当） 百貨店（販売担当） 百貨店（営業推進担当） スーパー（店長） スーパー（店長） スーパー（店長） スーパー（店長） スーパー（販売担当） スーパー（管理担当） コンビニ（エリア担当） コンビニ（エリア担当） 衣料品専門店（経営者） 衣料品専門店（販売担当） 家電量販店（店長） 家電量販店（店長）	・商店街の来客数、通行量などからも急に回復する様子は感じられない。 ・客は景気の善し悪しに対応した購買をする。 ・東日本大震災や円高の影響で国内旅行が落ち込む。 ・良くなる材料が見つからず、地方経済は冷え込んでいる。 ・3割引き程度では単品買い、半額になってやっと2～3点のセット販売が増える状況で景気に変化はない。 ・夏最終及び秋の立ち上がりスタートするが、夏セールは会期短縮化を見込み各社生産調整を進めており、セール適品不足が懸念される。また、並行して展開する秋物については酷暑継続が想定されるなか、9月上旬までは大きな期待はかけられない。 ・気温によって秋物の動きが懸念され、アパレル関係も品ぞろえに苦慮している。 ・客単価は前年を上回る状況が続いているが、来客数は減少傾向にある。しばらく気温の高い日が続くとこの予報から、夏物最終には期待が持てるが、今後もこの状況は変わらない。 ・政局やいろいろな報道等で、市民の心理的な要素が大きい。 ・景気が良くなる判断の材料がない。 ・現状のまま推移する。 ・商圈内に環境変化がみられない。 ・生活必需品関係を中心に季節商材は動くものの、政治の先行き不安と景気低迷感は今後も続く。 ・競合店は独自の広告を出すなどいろいろな販売促進活動を行っており、現状では来客数の増加は望めない。 ・客単価は前年並みだが、来客数の減少が続く。 ・気温に左右される品物を主に販売しているため、暑さが弱まる10月ぐらいまで景気は良くない。 ・来客数や客単価の動きをみる限り、停滞時期がまだ続く。 ・景気が良くなる要素がみえない。 ・来客数は減少しても単価が良いので現状のまま推移する。 ・各メーカーの液晶テレビ、プラズマテレビに関する弱気な発言が浸透し、電気店は非常に困難な時期を迎える。 ・エコポイント制度や地上デジタル放送への移行完了の反動は一段落したが、テレビ、録画機の需要先取りの影響は否めず、代わりに軸になる商品は見当たらないが、白物家電は堅調に推移する。

乗用車販売店（副店長）	・エコカー補助金制度がなくなると反動で落ち込みも予想されるが、エコカー減税や中間決算等の政策により、落ち込みも最小限に抑えられる。	
その他専門店〔時計〕（経営者）	・6、7月と売上では前年比を上回ったが、このまま維持できるかどうかは予測が難しい。株価の低迷もあり景況が向上にはまだ時間がかかる。	
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・夏休みや盆に消費した反動で購買の動きは鈍くなる。	
その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・夏休みに入りレジャー関連の動向は良くなるが、金を使わず涼しく時間を過ごせる時間消費型の傾向が強くなり、物販への消費動向は依然として鈍い状況が続く。	
高級レストラン（スタッフ）	・予約状況は前年並みで現状のまま推移する。	
一般レストラン（経営者）	・何か大きなインパクトのある政策や景気動向に光明がささない限り、この停滞したムードを崩すのは難しい。	
一般レストラン（エリア担当）	・デフレの状況はまだ続く。少々の値引きでは集客できない状態で、値引き合戦が激しさを増してきている。	
スナック（経営者）	・客と景気の話をして、景気回復の兆しがみえてこない。	
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・近隣に大きなイベントもなく伸びる要素はないが、客の様子をみると落ち込む要素も見当たらない。	
観光型ホテル（スタッフ）	・秋口にかけてトップシーズンに入るがこのままの状態では来客は見込めない。	
都市型ホテル（総支配人）	・神話博などの観光イベントに期待しているが、現在の観光客の流れは変えられない。	
タクシー運転手	・夏休みの間は少し客が増えるが、9月からは元に戻る。	
通信会社（社員）	・新規の申込に増加がなく販売量に変動要素がない。	
通信会社（通信事業担当）	・加入数より解約数が上回る月が続いており、今のところ好転する材料が見当たらない。	
通信会社（営業担当）	・オリンピックイヤーであるが、前回ほどの盛り上がりはなく、むしろ終了後の落ち込みが危惧される。	
通信会社（総務担当）	・販売需要の高まりが感じられない。	
テーマパーク（業務担当）	・消費税増税が現実味を帯びるなど、家計に直結するニュースが増え、行楽、外出にかかる費用も抑えられる傾向が続くことが懸念される。秋の利用促進イベントを開催するに際しては、低料金で十分に楽しめることを重点的に訴求し、好調を維持する。	
テーマパーク（管理担当）	・来館者の動きからも分かるように、客の動きが悪くなっている。	
ゴルフ場（営業担当）	・天候により左右されており変動はない。	
競艇場（職員）	・開催レースの内容に変化がない。	
その他レジャー施設（アミューズメント）	・隣接する映画館も苦戦が続き、娯楽関連で期待できる外的要因が少ない。商品となるゲーム機や景品にも期待される品ぞろえがみえておらず、しばらく苦戦傾向が続く。	
美容室（経営者）	・商店街の来客数が減少しており、このまま景気が良くなることはない。	
その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・ここ数か月で景気の変化がみられなかったことから、特別何か大きな変化でもなければ2、3か月先で景気の変化はみられない。	
設計事務所（経営者）	・財政政策・消費政策・産業政策に何ら変化がみられない。革命的な政治改革に期待するが、規制撤廃の政策は不明確である。	
設計事務所（経営者）	・復興支援エコポイント制度も今月で終了しており、消費税増税による駆け込み需要もまだ2～3か月先では増えていくことはない。	
住宅販売会社（従業員）	・来場者数は伸びず、購入価格もあまり上昇していない。	
住宅販売会社（販売担当）	・受注数がわずかながら上向き傾向にあり、受注から売上へのサイクルがしばらく継続するが、住宅エコポイント制度の受付終了に伴う反動も若干影響し、おおむね横ばいとなる。	
住宅販売会社（営業担当）	・変わる要因が特にならない。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税問題で消費低迷に転じ、景気に閉塞感があり明るい兆しがない。
	商店街（代表者）	・客の話題の中心は消費税で、多くの人が家計をどうして乗り切っていくか腐心している。
	商店街（代表者）	・ヨーロッパの状況、株価の低迷、国内の政治状況など良い要素がない。

一般小売店〔茶〕（経営者）	・イベントなどに出演して頑張っているが、客の財布のひもは依然として大変堅い状況が続く。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・猛暑が続けば街中の動きは活発にならない。
一般小売店〔酒店〕（経営者）	・大型店、ディスカウント店、チェーン店の低価格販売が激しく、地元商店にも徐々に影響が出てきている。出店は大手資本系、閉店は地元零細店の構図となっている。
一般小売店〔紙類〕（経営者）	・費用をかけず旅行をする観光客が増えているため景気は悪くなる。
百貨店（営業担当）	・当館のセール以後の売上状況は、周辺商業施設も含め低迷していることから、客の購買意欲が衰えている。この状態から回復する要因が見つからないことから、今後はじり貧傾向が続く。
百貨店（売場担当）	・猛暑やオリンピックなど外出を控える生活パターンが予測されるとともに、セールの遅れから新商品の投入も9月以降になり苦戦が予測される。
百貨店（売場担当）	・素材産業の街なので、企業の撤退や生産規模縮小などが続いていくことで、購買意欲の減退にもつながり地域的な疲弊はまだまだ続き、商店街の復活は難しい。
百貨店（電算担当）	・当月売上は前年比5%減となっているが、婦人服、紳士服の売上は同6%減、リビングは同2けたのマイナス、中元商戦も今一歩となっており消費は確実に下降傾向にある。
スーパー（店長）	・荒天により各地に被害が出ている状況から、この先生鮮食料品の価格が高騰すると予見される。
スーパー（業務開発担当）	・来客数は変わらないが、客単価が下がってきている。また、暑さによる来店頻度の減少と食欲の減退が売上に影響を与える。
スーパー（財務担当）	・所得が減少しており、夏休みが終わり平常の生活になれば節約志向に戻る。
スーパー（営業システム担当）	・気温の高い日が続いており来客数が伸び悩んでいる。この時期の商品も価格が高いため、客は購入を熟慮する傾向にあり、今後暑くなると売上の増加は難しい。
衣料品専門店（経営者）	・政局も安定せず将来に不安を持つ客が多い。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・客の必要品のみを購入する傾向は変わらない。
家電量販店（企画担当）	・天候や気温に関わる商品の動きに期待したいものの、特に目新しい商品などもなく期待できる要素がない。今のままだと良くなる気配がない。
乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金の駆け込み需要で販売は安定していたが、制度終了後の見通しが難しい。
乗用車販売店（業務担当）	・エコカー補助金の駆け込み効果が思った以上に悪くなっており、エコカー補助金が終了すると更に悪化する。
乗用車販売店（営業担当）	・今後消費税増税が待っており、貯蓄をしておかなければと考えている客が多く見受けられる。
一般レストラン（経営者）	・景気は厳しい状況が続く。
観光型ホテル（支配人）	・夏休み以降は、例年マイナスの反動がみられるうえに、今年はプラス材料も見当たらない。
都市型ホテル（企画担当）	・給与水準の低下が懸念される。
都市型ホテル（企画担当）	・予約状況が前年と比べ減少している。
旅行代理店（経営者）	・景気回復の兆しがみえず、財布のひもがかなり堅くなってきている。
タクシー運転手	・消費税増税の関係で、利用客数、利用回数が減少する。
通信会社（営業担当）	・夏モデルの新商品登場やボーナス需要で夏商戦の山が8月で終わると想定され、9月から冬モデルの新商品が登場する11月中旬ぐらいまでは販売数、来客数とも期待できない。
美容室（経営者）	・暑い月は髪を切る飛び込み客が多いが、秋口はその反動で売上、来客数ともに減少する。
美容室（経営者）	・消費税増税などのメディア情報で少し財布のひもが堅くなり、来店周期は更に延びる。
悪くなる	スーパー（店長） ・ボーナスの週末を越えても全く回復の基調がない。中元やギフトの動きも悪く、単価の低下がみられるため、今後、収入が下がった分、食品への買い控えが予想される。
	スーパー（販売担当） ・当店は電力不足への対応として、今月より営業時間の短縮に踏み切っている。検討、熟考を重ねたうえとはいえ、やはり影響は少なからずあり、来客数の減少に繋がると判断しており、今後しばらくは厳しい闘いを強いられる。

		コンビニ（エリア担当）	・ 昨年の競合店閉店後の影響で売上伸び率が落ちている。天候が回復しても現状のまま推移する。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・ 競合店出店は継続されると予測する。また、昨年のたばこ、東日本大震災特需の反動が継続する。
		乗用車販売店（統括）	・ 8月にエコカー補助金が終了するため厳しい状況となる。
		乗用車販売店（店長）	・ エコカー補助金が終了し、現状より更に厳しい状況になる。
		自動車備品販売店（経営者）	・ 消費者は気分が左右される部分が多く、消費税が上がるほかいろいろ国民負担が増えることだけで消費が抑えられる。客はいらぬものは買わず安いもので済ませており、中小小売業はお手上げ状態のため、最後に残るのは大手直営店のみとなっている。
		自動車備品販売店（経営者）	・ 海外の単価の安い商品を消費者が望んでいるため、国内製造業の景気が悪く個人消費が落ち込むことが懸念される。国が国民に愛国心を持たせ、日本製の商品を購入するよう意識しないと更に景気は悪化する。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・ 政治家や霞が関の役人は東京しかみていない。地方は疲弊しており消費税が上がる情勢では、人は余分な金を使わない。
企業動向関連 (中国)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・ 仕事量が多くこのまま好景気が続く。
	やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当） 化学工業（経営者）	・ 消費税増税前の駆け込み需要が今秋ごろから見込まれる。 ・ 引き続き自動車関連部品等 P P S 樹脂向け原料受注が増加基調にある。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・ 新商品で夏場を乗り切るが、秋から冬にかけての売行きは期待できない。
		化学工業（総務担当）	・ 経済動向について先行き不透明である。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・ 引き続き各所の注文が入っており、2、3 か月は好調な生産が続く見込みである。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・ 特段の変化はみられない。
		金属製品製造業（総務担当）	・ 新たな情報がないため、今後数か月は受注、原材料価格とも大きな変化はない。
		一般機械器具製造業（経理財務担当）	・ 国内販売量の減少傾向に歯止めがかからない。農業従事者の高齢化、農家数の減少、国内経済の先行き不透明感等、今後も増加は見込めない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・ エコカー補助金が枯渇し、客の対象製品向け部品受注が減少する見通しであるが、客の大型新製品向け部品受注により回復を期待している。
		建設業（経営者）	・ 市議会や県議会選挙のたびにいろいろな施策が滞る懸念はあるが、現状のまま推移する。
		建設業（総務担当）	・ 引き続きまとまった工事の予測が立っていない。
		輸送業（業務担当）	・ 主要客に生産量を増やす計画がなく、今のところ良くなる要素が見つからない。
		輸送業（支店長）	・ 集荷数の伸びが鈍化して大きな増減はない。
		通信業（営業企画担当）	・ 新しい情報技術系のサービスについて客の関心が落ち着いてきており、提供サービス会社も増加していることから、大きな販売量の伸びもみられない。
		通信業（営業担当）	・ 政治も消費税増税審議が終わり一段落でデフレ対策を期待したいところであるが、特別な景気へのテコ入れもない状況であり変化はみられない。
		金融業（自動車担当）	・ 現状の円為替水準では、完成車メーカーは輸出採算を確保するのが精一杯であり、部品メーカーへのコストダウン要請は継続する見込みである。
		金融業（営業担当）	・ 地元企業の経営者で、将来に明るい展望をもつ人は少ない。通常将来に明るさがみえ始めると、設備投資の話が少しずつ出てくるが、それがあまり出ていない。景気回復を確認できる事象はなく、3 か月先も景気は変わらない。
		不動産業（総務担当）	・ 賃貸市場で需要時期となっていない。
		広告代理店（営業担当）	・ 1クールの受注量とクライアント情報、地域情報より現状維持となる見込みである。
		会計事務所（職員）	・ 製造業の立ち直りのペースが想像よりも遅く、工業製品の部品の製造を請け負っている会社も、今期の利益は当初の予想をかなり下回る見通しである。
		コピーサービス業（管理担当）	・ 単純な複写・コピーサービスの需要はすでに衰退している。前段階であるデータの作り込み業務から受託しないと少ない複写・コピーサービスもさそってもらえない。
		やや悪くなる	鉄鋼業（総務担当）

		電気機械器具製造業（総務担当）	・好転材料はなく消費税引上げや生産拠点の海外移転による製造業の国内空洞化等マイナス要因が払しょくできない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・エコカー補助金が終わりに近づき受注の反動がくる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・手持ち工事量及び受注量が減少している。
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・アジ、イカはシーズンにもかかわらず不漁で、夏枯れに入っただが、シイラ網漁は好調に推移している。
		食料品製造業（総務担当）	・今後穀物系の不作により材料の値上げが明白な状況となっている。
		鉄鋼業（総務担当）	・欧州の信用不安がまだ終息していない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが厳しくなっている。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・円高による海外生産増加、一方国内では各種料金の値上げが今後続くことが想定されており、国内空洞化がますます進む。
雇用 関連	良くなる	-	-
(中国)	やや良くなる	求人情報誌製作会社（広告担当）	・求人数は一定の水準で福祉関連の求人は増加している印象を受けるが、円高の不安定な状況が続いているため、製造業が伸びてこない。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・来春卒の大学生内定率が若干ではあるが向上傾向にあるという情報から、企業の来期計画が拡大傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・政治状況や経済状況が流動的ななか、景気は上向き傾向だが、各社とも今夏の節電等経費削減に注力し、採用活動は半年程度になる。
		人材派遣会社（支社長）	・求職者の動きが活発でない。
		求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	・採用企業の様子に大きな変化がみられない。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・現状ではどちらとも言えない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・7月は県知事選があつて、県内は何となくにぎわいムードがあつたが、下旬からの猛暑でどこも人出は鈍い。経済活動そのものに好転の要素は少なく、特に雇用面からみる限り、明るい要素はない。
		職業安定所（雇用開発担当）	・求人数は全体的に増えているが、小売関係が減少している。この時期で小売が少ないのは景気が良くないことを示しており、現状のまま推移する。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・円高の影響や今夏の電力不足による節電の影響等により、各産業とも求人意欲が低い。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・新規にオープンする店舗はあるが、景気は変わらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・以前ほどオリンピック効果も期待できそうになく、個人消費を底上げできる要因も見当たらない。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・特に変化はない。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・大手電機メーカーの事業再編の終了後も、なお製造業のみならず多くの業種にわたる企業で求人意欲が冷え込んでいる。新たな企業誘致に関わって大量採用の話もあるが、来年再来年以降のことであり、今現在の求人結びつかない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・秋頃に改正労働者派遣法が施行されるが、法改正で短期の派遣依頼数に悪影響を及ぼす可能性がある。
		人材派遣会社（営業担当）	・歴史的な円高、欧州の信用不安に端を発した世界的な経済不安による、特に製造業への影響は多大なものがある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・エコカー補助金と住宅エコポイントの相次ぐ終了で、景気への影響が大きい自動車販売と住宅建築が内需の息切れを懸念させる。
	悪くなる	-	-