

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	スーパー（店長）	・駅前再開発や近隣商業施設のオープンを直近に控え、取り巻く環境は確実に良い状況となっており、これから数か月悪くなる要素が見当たらない。
		テーマパーク（業務担当）	・春季のイベント開催により来園促進の効果が期待が持てる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・だんだん暖かくなっていく季節的な要因もあるにせよ、客の言動も大分明るくなってきている。しかし原材料の高騰もあり、判断がつかねる状態でもある。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・少数ではあるが生活必需品以外の商品を購入する客が出てきており、そうした傾向がこのまま徐々に高まり、状況はやや良くなる。
		百貨店（営業企画担当）	・気候変動が景気に大きな影響を与えてはいるものの、過去3年間と違ってやや明るさが見え始めている。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の割に売上が伸び客単価が昨年に比べて上昇しており、この状況が継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・客の購買動向は高額商品、低額商品それぞれ分かれている。ディスカウント店やスーパー等それぞれ販売の方法は異なるものの、客の購買力が上昇して商品を安くしなくても売上が伸びており、この状況はしばらく継続する。
		衣料品専門店（店長）	・少しずつではあるが外出する人が増え、買物客も増加している状況が継続しやや良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・高速道路の料金制度改定に伴うハイブリッドカーへの関心が確実に高まっており、新規来店客の希望車種もハイブリッドカーが増え、今後ますます需要が高まっていく。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・高速道路の料金制度の改定で、好調な週末に加え平日も動きが良くなる。
		都市型ホテル（支配人）	・歓送迎会や桜の開花時期での団体旅行客の受入状況は良くなってきているが、中東情勢の影響で重油価格が生活を圧迫すれば旅行の安近短傾向につながるため、当地への観光にも影響が及ぶ。
		通信会社（広報担当）	・2～3月の春商戦期にはナンバーポータビリティの改善を含め、スマートフォン商品やサービスの拡充などの販売面を引き続き強化していく。
		テーマパーク（広報担当）	・春のイベントやPRの実施により来客数は上向きになる。
		美容室（経営者）	・昨年の来客数や客単価比較すると、12～2月は小休止があったものの、3月は順調に推移しそうであり5%程度の売上増加につながる。
	設計事務所（経営者）	・長引く景気低迷のなか、住宅の建築主は以前より慎重になっているが、これまで建築を控えていた人々は待ち切れなくなって動き始めている。	
	変わらない	商店街（代表者）	・2～3か月先までに新たな企画や出店の予定がないので、商店街の人通りは現状維持か減少傾向にある。
		商店街（代表者）	・今月の状況より更に悪くなることはない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・明るい兆しが何もみえないのが不安であり、消費者も同じ心境にある。
		百貨店（営業担当）	・春物を売らなければならない時期に、寒さがぶり返してきたため、客が買い控えた影響が出ている。ただ政局や中東情勢も混迷の度合いを深めており、今後の明るい材料が見当たらない現状であるが、米国の大手金融機関の破たん時のように全体が悪い状況ではないため、当面の景気は変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・春物商戦が本格化してくるが、新社会人を中心とするセレモニーマーケットの動きが低迷している。従来であれば雑貨を含めてトータルでの購買が多いのに、今年は単品での購入が目立ってきている。また原油、コーヒー、小麦と各種値上げが相次ぐと想定され、景気の回復はまだまだ期待できない。
百貨店（売場担当）		・3月からの入園、入学、卒園、卒業式の付き添い需要は単価競争になっており、売上増には結び付かない。3月末からの行楽需要が最大のピークとなるが、所得が減少するなかで特定の分野の商品を低単価で豊富に品揃えしたカテゴリーキラーの支持率は高く、価格を下げた商品で数量を増やして売上バランスを取っていく状況となり、大きな回復は見込めない。	
百貨店（購買担当）		・引き続き春物が順調に推移しているほか、街も観光イベントを積極的に行っているため旅行で訪れる客も多く、景気が伸びている現在の状況は今後も変わらない。	

百貨店（売場担当）	・食料品や生活を便利にするような家庭用品などはますます好調に推移するとみられる一方で、ブランドだけが売りとなる身の回り品や衣料などは厳しい見通しであるため、全体では現状とあまり変化がない。
百貨店（電算担当）	・2月の売上は前年対比プラス4%となっており、女性の春物衣料品好調な一方で、紳士衣料、呉服、美術は低調である。また食料品は観光物産展で売上を伸ばしているが利益は上がっていない。新規に商業施設ができるため競争激化が必須な状況であり、どんな対策を立てるべきかが不安材料となっている。
百貨店（販売担当）	・来客数は回復しているものの、前年並みの売上高の確保がやっとという状況であり、今後も景気が大きく改善することはない。
スーパー（店長）	・2～3か月先にはコーヒー、乳製品、油製品等の値上げが想定され、現状維持がやっとである。
スーパー（店長）	・当社は青果の売上構成比が高く、青果物相場の影響を受けやすいが、天候も回復し青果物も順調に入荷しており、60～90日で作付けしたものが集荷される見通しにあるため、価格が落ち着き商品点数も増えほぼ現状を維持する。ただし今後コーヒーや小麦などの原料の高騰の影響が懸念される。
スーパー（店長）	・原油価格高騰により、家計が厳しくなるのではないかと懸念している。
スーパー（店長）	・気候にもよるが、大きく変化する要素が見当たらない。
スーパー（経理担当）	・必要なもののみ購入する消費の横ばい状況が続く。
スーパー（財務担当）	・同業他社との低価格競争により、今後も既存店売上の前年割れが続く。
スーパー（販売担当）	・暖かくなり来客数は少し増加するが、値上がりする商品が多いことから現状と変わらない。
スーパー（管理担当）	・売上、来客数ともに現時点で前年を上回っている状況にあり、景気はやや良くなっている感はあるが、4月に小麦粉等の値上がりの影響が出てくるので、今後の見通しとしては何とも言えない部分がある。
コンビニ（エリア担当）	・景気回復の兆しもみえず、収入が増加する傾向もみえないことから末端小売業の状況が変わることはない。
コンビニ（営業担当）	・来客数、客単価が増加する要因が見当たらない。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・3～4月初めはフレッシュマンの必需品として現在同様に売上が見込めるが、5月ごろの一般の需要は見込みが立たない。
衣料品専門店（販売担当）	・季節的には売上は増加してくるが、客の景気感是不変でない。
家電量販店（店長）	・客は必要以外のものは購入せず、辛抱して使い続ける傾向が強い。
乗用車販売店（店長）	・前月に続き販売が順調に伸びているが、国内外の政情不安及びガソリン等の値上げを考えれば先行きが不透明となる。
乗用車販売店（副店長）	・景気に影響を与えるものがなく、特に変化はみられない。
乗用車販売店（業務担当）	・好転する要因が見当たらないため、2月並みで推移する。
自動車備品販売店（経営企画担当）	・春のタイヤ交換や履替えに期待が持てる。また客の反応次第であるが、タイヤ値上げの駆込み需要も期待できるが、節約志向は続く。
その他専門店 [時計]（経営者）	・政治不安、株安など不安材料が多く、なかなか消費には結び付かないほか、人口減少も売上低下の要因のひとつになっている。
その他専門店 [和菓子]（営業担当）	・これ以上良くなる要素がない。
その他小売店 [ショッピングセンター]（営業担当）	・販売量の動きに変化がない。
一般レストラン（店長）	・景気は底を着いた感があるが、客単価の低下はしばらく続く。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊ではインターネットでいかに安いホテルを探すかが、ビジネス客に定着しており、この傾向は当分続く。
旅行代理店（経営者）	・政府の景気回復の施策もみえず、客は旅行に期待するよりも現在の生活をするのが精一杯である。旅行業界が元気にならなければ客も旅行に目が向かない。
タクシー運転手	・3月は年度末、異動の時期でもあり売上の増加を期待しているが、計画通りとはならなかった昨年の12月の例もあり、景気回復に注目している。
通信会社（社員）	・新規サービス利用に関する問い合わせに変動がないため、数か月後に販売量が増加する見込みがない。

		通信会社（企画担当）	・これから年度区切りを迎える時期に若干期待する話も出ますが、エコポイント等景気を引っ張る要素もなく停滞感は強い。
		通信会社（営業担当）	・多チャンネル放送は相変わらず解約数が多い状況が続いている。この状況は7月の地上アナログ放送終了まで変わらない。
		競艇場（職員）	・来客数及び売上が横ばいとなるレースの割合が多い状況が継続する。
		美容室（経営者）	・客の節約志向は継続しており、身だしなみを整えようと訪れる来客数が増加する状況はうかがえない。
		住宅販売会社（従業員）	・客の心理が大きく変化を来す状況ではないので、買い控え傾向にも変化がみえてこない。
		住宅販売会社（販売担当）	・今月は悪天候も重なり、展示場や売出イベントへの来場が少なく、今後も受注量は増えそうにない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・政局が不安定であり4月には統一地方選挙もあることから、引き続き厳しい状況が続く。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・通常の会社関係の名刺、ゴム印等の注文が少ないうえに、会社設立に関する印鑑の注文がみられないことから、前向きな動きが感じられず厳しくなる。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・これだけ売上が低下すると弱気にならざるを得ない。
		スーパー（店長）	・月を追うごとに状況が悪くなっており、この傾向が2～3か月先も続く。
		スーパー（営業システム担当）	・小麦粉、コーヒーの値上がりりが一般食品雑貨や要冷蔵の日配商品に影響を及ぼすため、先行きが不安である。
		衣料品専門店（経営者）	・客の購入単価が低いことに加え、先行き不安から購買意欲が低くなっている。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・一品単価の引下げによる販売量の拡大が思うように見込めず、在庫過多に陥るとともに、春物の販売期間も短く、そこを意識した消費者に買い控えが発生する。
		家電量販店（店長）	・先月に比べ来客数は前年並みに戻りつつあるが、単価の下落も響き売上は引き続き低調で、景気は家電エコポイント制度変更の反動後なかなか改善してこない。当面はこの状況を打破するだけの材料もない。
		乗用車販売店（統括）	・エコカー購入補助金効果の反動で、売上の前年割れが9月まで続く。
		一般レストラン（経営者）	・中東原油の価格変動の影響でコーヒー、砂糖、大豆、小麦のほか、パンやうどん等関係する商品が値上がりする。
		観光型ホテル（スタッフ）	・観光ホテルの売上が県内で低迷している。
		都市型ホテル（総支配人）	・ビジネス客、観光客ともに宿泊予約率が前年を下回っており、景気はやや下向き傾向である。
		都市型ホテル（従業員）	・いつもなら3月以降年度末の宿泊や宴会予約は2月ころから動きが出てくるが、今年は例年より低調である。
		タクシー運転手	・客は年金や物価高騰に不安を持ちタクシーの利用を控えることから、運賃値上げを実施した昨年4月と比べ売上は、全体、個人とも数%減少する。
		通信会社（通信事業担当）	・どうしても大手のインセンティブなどが多いサービスに押されがちで、思うように伸びが期待できない。
		住宅販売会社（経理担当）	・景気刺激策も今年一杯で終了するものが多く、政治不安が将来不安になっている傾向がある。更なる景気刺激策がないと景気回復は望めない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・商店街が今後どのようになっていくのか不安である。
		商店街（理事）	・国際情勢も国内の政治状況も良くないことに加え、身近では商店街に空き店舗が増えて寂しくなり、不景気という精神的な不安が購買動向に影響するほか、小麦や石油の値上り状況にあるため、良くなる材料は全く見当たらない。
		家電量販店（店長）	・家電エコポイントが3月末で終了し、対象商品の売上が減少することに加え、現状では減少分を補える商品群が見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・原油の高騰を始め輸入品目の高騰が足を引っ張ることになり、更に買い控えが進む。また、街のにぎわいもめっきり少なくなってきた。
		住関連専門店（広告企画担当）	・目先の価格帯でのみ購入の判断を行う傾向が続いているので、景気は良くなる見込みはない。
		観光型ホテル（支配人）	・九州新幹線の開通で宿泊客は九州方面に流れる。現に旅行代理店の募集ツアーでは、岡山・倉敷地区は激減しているとの情報が入っている。
		美容室（経営者）	・原油価格の上昇等良くなる材料もなく、更に状況は悪くなる。
企業動向	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後の受注状況は春に向けて伸びる方向にある。

関連	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・売上見込みが前年よりやや良くなっている。
	変わらない	化学工業（総務担当）	・当面の先行きに不透明感が強い。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・グループ内での生産体制の見直しが行われており、それにより当社の生産が増加する見込みであるが、焼却炉など従来からの工事案件での製品受注が芳しくなく、生産水準は低調の見込みであることから、社内でも忙部門と閑散部門が共存する状態が続くようである。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・全般的に大きな動きは予想されていないが、エコカー関連の受注には若干増加の動きがある。
		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。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・自社製品の売上では海外向けは回復しつつあるものの、国内向けは今後も当面厳しい状況が続く見通しである。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・受注が十分に確保できる見通しはない。
		建設業（経営者）	・徐々に厳しさが増し今後の見通しは下向きである。
		建設業（総務担当）	・引き続き利益率を考えないでの受注活動が続けられる一方、資材の価格は上昇する。
		輸送業（統括）	・景気が良くなる話はいくらか聞かすが、見積りを出しても金額が低価格化しており、仕事が増えても利益があまり出ないためあまり変わらない。
		通信業（営業企画担当）	・引き合いは増加しているものの大型案件が少なく、一案件当たりの単価が高くない。
	金融業（自動車担当）	・円高による輸出採算の悪化や先進国での需要低迷を背景に、主要受注先からのコストダウン要請が強まっていることから、売上は横ばいで利益はやや低下する見込みである。	
	金融業（営業担当）	・地元を支える中小企業者の投資マインドは一向に回復してこない。一部のいわゆる勝ち組企業や高齢者福祉関連の施設を運営する会社に設備投資がみられるものの、一握りの企業であり、地元の大半の企業は日々の資金繰りに追われている状況である。地元経済を支える中小企業の経営者に未だ前向きな経営展開をする姿勢がみられないことから、今後3か月もおおむね横ばいの景気が継続する。	
	広告代理店（営業担当）	・年度末で良くなる材料が何もないので、県内の広告業はこのままで推移する。	
	会計事務所（職員）	・4月以降の見通しは白紙のところが多いが、製造業の今の勢いは少なくとも2～3か月は維持できる。	
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・1月に入ると時化が多く出漁日数が減少するが、今年は寒波襲来のためほとんどの魚種で前年比を大きく割り込んでいる。
食料品製造業（業務担当）		・原油価格の高騰が包装材や配送代の上昇要因となり、その金額を商品に付加できない状況が前回の原油高騰時に起きたが、また同じことが起こる。	
化学工業（経営者）		・仕入先からの値上の申し出に加え、引き続き取引先の生産計画が下方修正となり、身の回りの景気がやや悪化基調になる見通しである。	
金属製品製造業（総務担当）		・鉄原材料価格が上昇基調にあり、原価をじわじわと押し上げているため、コスト削減に最大限努めているものの、吸収し切れていない。そのため、販売価格は変わらず収益面での悪化は避けられない。	
電気機械器具製造業（総務担当）		・原油価格や為替相場の見極めが重要になることを勘案すれば、先行きの不透明感は否めない。	
輸送用機械器具製造業（経営企画担当）		・顧客からの発注内示が減少してきている。	
輸送業（運送担当）		・今月撤退した運送会社の地元営業所の発送量が今まで3割を占めていただけに、しばらくその影響はまぬがれない。	
悪くなる	鉄鋼業（総務担当）	・地場の自動車メーカーの直近の生産台数は堅調だが、4～6月の生産台数は1～3月に比べ大きく減少しており、この地区の鉄鋼関係メーカー、流通、コイルセンターも4～6月は今より状況が悪くなる見込みである。また4月から鋼材値上も予定しているが、転嫁がより進みにくい環境のため収益も悪化する見込みである。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・値引きの対応がすぐにはできない。	
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・海外調達している部品の仕入価格や原油価格の上昇による材料費の上昇、国内の消費低迷、商品の低価格化など悪い条件は増加する一方で好材料はひとつもない状況である。	
雇用関連	良くなる	職業安定所（職員）	・サービス業や医療、福祉関係の求人は今後も増加が続くとともに、建設業では年度末に向けての工事が確保されるため、作業員や警備員の求人が増加する一方で、製造業は求人も低調な動きとなる。

やや良くなる	人材派遣会社（支社長）	・特に中小企業に関しては採用の動きが活発化してきている。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・行政も大学卒などの就職斡旋に力を入れているので、今春卒業の大卒者向けの就職マッチングなどで一定の採用枠を各企業が設けている。来春卒業者に関しても地元銀行やインフラ系企業の採用枠拡大が図られ、景気の底を脱する感触がある。
	職業安定所（職員）	・管内大手化学メーカーの業績が好調で、関連企業の求人も増えてきている。新規求職者数は前月比では増加しているが、前年同月比では10%近く減少しており、一昨年や昨年と同時期のような相談窓口の混雑は見られない。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・判断材料が少なく上向くとも下向くとも言えないが、労働者派遣法改正案が通過するなどの動きがあれば、需要が変動する恐れがある。
	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は3か月前と比べ停滞しており、すぐに増えそうな動きはない。ただ悪くなりそうな感じは受けないものの、回復も見込めない。
	求人情報誌製作会社（支社長）	・景気は上向きだがアフリカや中東の混乱が原油高につながる恐れもあるため状況は変わらない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・全体的に消費の冷え込みが厳しく、地場中小企業に景気回復の道筋はみえず、当分は今の状態が続くそうである。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・中東問題で原油価格高騰懸念があるため、回復傾向がみられる鉄鋼業や製造業にも確実に影響が出る。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・来年3月卒業の学生に対する求人が出始めているが、その数は多くない。
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・年度末の繁忙ピークを過ぎ、人材派遣、有料職業紹介ともに需要が一旦落ち込む見込みである。また労働者派遣法の改正動向も未だ不透明であり、大手企業を中心に派遣の利用控えは続く見込みである。
	職業安定所（職員）	・求人の増加傾向も先行きの不透明感から臨時、パート求人が中心となっている。大手製造業の事業所閉鎖を3月末に控え、下請事業所で先行きに不安感が出てきている。
悪くなる	—	—