

8. 中国（地域別調査機関：公益社団法人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 (中国) | 良く なっている | 乗用車販売店 (店長) | 来客数の動き | ・前年比での来客数は新車が105%、サービスは103% で推移し、例年の決算月以上の水準となっている。 |
| | | 都市型ホテル (企画担当) | 来客数の動き | ・株価の低迷で一時的な需要の停滞があったが、宿泊 とレストランの集客の落ち込みはなく、春休みに向け て先行受注などが好調に推移している。レストランで はファミリーの行事などの個室利用予約が増加傾向に ある。 |
| やや良 く なっている | やや良 く なっている | 商店街(代表 者) | 来客数の動き | ・春めいてきたので人は街路を歩き出しており、店に はようやく活気が見え始めている。 |
| | | 一般小売店[紙 類](経営者) | 来客数の動き | ・観光客数が増え景気が良い。 |
| | | スーパー(店 長) | 来客数の動き | ・来客数が前年の101.7%、客単価も前年の102%と、 ここ数か月は好調に推移している。 |
| | | スーパー(店 長) | 単価の動き | ・寒暖の差が激しく天候によって販売量が左右され る。 |
| | | スーパー(店 長) | 来客数の動き | ・原料の高騰により和牛をはじめ食肉が手を出しにく い単価の商品となっており、買上点数が低く推移して いる。 |
| | | スーパー(財務 担当) | 販売量の動き | ・既存店の来客数は前年の100%であるが、買上点数 が前年の103.5%程度で推移しているため、売上は前 年を上回っている。 |
| | | スーパー(業務 開発担当) | 販売量の動き | ・売上高や来客数が前年を割ることがなくなってい る。平均単価が上昇した分、買上点数が減少していた 状況も改善されてきている。 |
| | | 住関連専門店 (営業担当) | 来客数の動き | ・週末の来客数が増えてきている。 |
| | | 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・テレビ番組で紹介されたことで来客数が増えてい る。 |
| | | 観光型ホテル (営業担当) | 来客数の動き | ・旅館業が落ち込む時期であったが、営業努力が実り 来客数の増加につながっている。 |
| | | 都市型ホテル (総支配人) | 来客数の動き | ・卒業旅行や歓送迎会の時期となり、宿泊、食堂とも に来客数が増加してきている。 |
| | | 通信会社(総務 担当) | 販売量の動き | ・年度末に向けて新規加入申込件数が増加してきてい る。 |
| | | 通信会社(工事 担当) | お客様の様子 | ・客の様子がやや良くなっている。 |
| | | テーマパーク (営業担当) | 来客数の動き | ・好天に恵まれ、激減していたバスツアーの需要がや や戻ってきている。 |
| | | 住宅販売会社 (従業員) | お客様の様子 | ・マイナス金利政策により住宅ローン金利の低下が追 い風となって、客が真剣かつ積極的に動いている。 |
| | | 住宅販売会社 (営業担当) | 来客数の動き | ・販売予定物件に関わる問い合わせが増加している。 |
| 変わらない | 変わらない | 商店街(代表 者) | 来客数の動き | ・新たに单身者向けマンションができたので、人の流 れが今よりも増える可能性があるが、現状は来客数と 商店街への来街者数にあまり変化がない。 |
| | | 商店街(代表 者) | お客様の様子 | ・消費者の購買意欲は先月同様に強くなく、マイナス 金利政策や消費税率引上げなどにより萎縮感がある。 |
| | | 商店街(理事) | 来客数の動き | ・衣替えや卒入学シーズンで需要が高い時期なのに、 客の購買意欲は高まっていない。数字上は3か月前と 変わらないが、景気は良くない。 |
| | | 一般小売店[食 品](経営者) | お客様の様子 | ・来客数、客単価ともに変化はない。 |
| | | 一般小売店[印 章](経営者) | 来客数の動き | ・3月の年度末決算による大口注文はないが、小口を 含めトータルでは前年並みの印鑑注文がある。 |
| | | 一般小売店 [靴](経営 者) | 販売量の動き | ・商店街の空き店舗は埋まらず、3月末で閉店や移転 する店も数軒ある。商店街にインバウンド客は来てい ない。 |
| | | 百貨店(経理担 当) | 販売量の動き | ・3月の売上は前年同月をやや下回る見込みである。 化粧品や婦人服飾、貴金属は好調であるが、その他は やや不調である。 |
| | | 百貨店(売場担 当) | お客様の様子 | ・春の北海道物産展を開催しており、催事自体は好調 であるが、他フロアへのシャワー効果が以前よりも少 なく、客の財布のひもはまだ緩んでいない。 |
| | | 百貨店(人事担 当) | お客様の様子 | ・客の財布のひもが緩んでいるとは思わないが、食料 品や贈答品などの必要なものにはしっかりと金をかけ ている。ただ宝飾品など高額商品の購買はやや減少し ている。 |

| | | |
|-------------------------|--------|---|
| 百貨店（営業推進担当） | 販売量の動き | ・来客数は前年を上回っているものの、売上は前年を割る部門が多い。気温が関係しているかもしれないが、報道等での消極的な論評が客の心理に少なからず影響しており、本当に必要なものしか購入しない状況である。 |
| 百貨店（購買担当） | お客様の様子 | ・物産展などの食品関係のイベントでは集客が図れ、売場も潤っているが、それ以外の衣料品やインテリア用品、寝具は前年よりマイナスになっている。特に衣料品はキーアイテムがないこと、気温の寒暖差が激しかったこと、客に購入予定がなく着回しをしていることなどから、高額商品を購入するケースがあまりない。 |
| 百貨店（売場担当） | 販売量の動き | ・数十万円の呉服や美術品は売れているが、200万円超えの貴金属の動きが悪く、先が読めない。 |
| 百貨店（売場担当） | お客様の様子 | ・食料品や物産催事は好調であるが、衣料品の苦戦は続いている。目的買いのフォーマルウェアの動きは良かったが、スプリングコートの動きが鈍い。週末の集客が弱く、スニーカーや子供服は依然伸びない状況である。 |
| スーパー（店長） | 販売量の動き | ・客単価は3か月前と変わらない。 |
| スーパー（総務担当） | 来客数の動き | ・客単価は前年よりやや上向きで推移しているが、来客数が伸び悩んでいる。 |
| スーパー（管理担当） | 来客数の動き | ・来客数、客単価ともに大きな変化はみられない。 |
| スーパー（販売担当） | 販売量の動き | ・3月前半は気候の変動が激しく、春物商品の動きが鈍かった。 |
| コンビニ（副地域ブロック長） | お客様の様子 | ・タクシー運転手によると、釣り銭をもらえる割合が低下しているとのことである。 |
| コンビニ（支店長） | 来客数の動き | ・3か月前より景気が上向き傾向で変化は特にない。 |
| 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・来客数は前年とほぼ変わらない。 |
| 家電量販店（企画担当） | 単価の動き | ・来客数が増えず、高単価商品の売行きが良くない。 |
| 乗用車販売店（総務担当） | 販売量の動き | ・依然在庫台数が少なく、商談の制約になってしまっている。 |
| 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き | ・販売告知を増加しても、前年比を超えることができない。 |
| 自動車備品販売店（経営者） | 販売量の動き | ・前年より良いが一昨年より良くならない。これでまた消費税率引上げとなると前年の悪夢が頭をよぎる。 |
| その他専門店〔和菓子〕（経営者） | 販売量の動き | ・来客数は増えているが、販売量は変わらない。 |
| その他専門店〔時計〕（経営者） | 単価の動き | ・年度末向けの記念品などの購買があり、購入単価が少し上昇している。 |
| その他小売〔ショッピングセンター〕（所長） | 来客数の動き | ・3か月前と比較した来客数の伸びには前年ほどの変化がない。 |
| その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当） | お客様の様子 | ・季節商材の動きは一部回復基調であるが、暖冬の影響から脱しきれていない。 |
| 一般レストラン（外食事業担当） | お客様の様子 | ・接待など会社利用客が減少した反面、若者や若い家族連れの客層が増えている。食べ放題など料金と時間がはっきり確認できるコースの売上が2けたの伸びを示している。その反対に中年層やシニア世代の来客数が減少しており、アルコールの売上も前年の90%にとどまっている。ディナーも21時以降の売上が前年の90%台で苦戦している。 |
| スナック（経営者） | 来客数の動き | ・例年であれば3～4月は歓送迎会で、もう少し人が出ても良いはずであるが、今年は全くそれがなく景気が低迷している。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・歓送迎会時期であるが来客数はあまり増えず、単価で補っている状態であり、前年並みである。 |
| 都市型ホテル（企画担当） | 来客数の動き | ・宿泊はインバウンドが好調に推移しているが、団体客は伸び悩み個人客が増加している。宴会は件数が前年並みであるが、客数が減少している。レストランは各店舗ともに来客数、売上が減少している。 |

| | | | |
|-----------|-------------------|---------|--|
| | 旅行代理店（経営者） | お客様の様子 | ・あまり変化がみられないが、好景気な企業との間に格差が出ている。 |
| | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・新入生や新入社員の歓迎会が少なく、桜に関する催し物の人も今一つである。 |
| | 通信会社（企画担当） | 来客数の動き | ・年始から年度末にかけて、客の新サービスへの関心度や対応に変化がない。 |
| | テーマパーク（管理担当） | 来客数の動き | ・入館者数、商品販売高、商品購買率等は前年同月と変わらない。 |
| | ゴルフ場（営業担当） | 来客数の動き | ・例年と変わらない。 |
| | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・年度末なので忙しい人はいるが、給与の上昇など消費を促す要因がないので、客の様子に変化はない。 |
| | 美容室（経営者） | 競争相手の様子 | ・同業者間では、景気が悪いため売上が全く伸びずこの先どうなるかわからないという話題ばかりである。 |
| | 設計事務所（経営者） | お客様の様子 | ・全く好転の機運が見られない。体力切れの業者が確実に一つずつ消えて行く状況である。 |
| | 設計事務所（経営者） | お客様の様子 | ・客先からの引き合いが少ない状態が続いている。鉄骨造や鉄筋コンクリート造のビルは建築コストが高騰したままなので、建築しても採算が取れない状況との話が伝わってきている。 |
| | 設計事務所（経営者） | 来客数の動き | ・引き続き消費者からの問い合わせが少なく、受注につながっていない。 |
| | 設計事務所（経営者） | 来客数の動き | ・イベント等への来客数は増えているが、客の反応は鈍い。 |
| やや悪くなっている | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・今年は3月に入っても悪天候で寒さが続き、例年に比べて極端に来客数が減少している。 |
| | 一般小売店〔茶〕（経営者） | 販売量の動き | ・周辺の経済は冷え切っているが、当社は海外での売上が順調に伸びているので前年をクリアしている。 |
| | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・物産展などの集客催事の実施で来客数は前年より大幅に増加しているが、シャワー効果はなく、客が必要以上の買物をしない傾向が続いている。 |
| | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・バーゲン商品は前年よりプラスであったが、定価販売商品は前年割れである。冬物も春物も動かず、セレモニーなどの動きも今一つである。 |
| | 百貨店（販売促進担当） | お客様の様子 | ・春商戦が本番を迎えているが、婦人服を中心にファッション部門の低迷が続いている。特に紳士を含めて、スーツの動きが悪く、購買単価が低下してきている。また前年は3月下旬から始まったプレミアム付商品券の利用で売上が伸びたが、それが今後の商戦にはマイナス影響となって出てきそうである。 |
| | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・客の買上点数が減少している。 |
| | スーパー（販売担当） | 単価の動き | ・ここ3か月、来客数は前年とほぼ同水準で推移しているものの、客単価は前年よりも悪化し、前月よりも低下している。特に雑貨や衣料品で客の買い控えや低価格の商品を求める傾向が強く、数字にも顕著に表れている。 |
| | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・中食動向がやや鈍化し、来客数も減少傾向である。 |
| | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・京都の老舗卸屋が規模を縮小し、呉服業界も苦しくなってきた。 |
| | 家電量販店（店長） | 単価の動き | ・売上が伸び悩んでいるのに、主要商品の売上単価は上昇傾向である。 |
| | 家電量販店（店長） | お客様の様子 | ・新年度需要の可能性を含んだ月であるため一概に判断はできないが、3か月前まで維持できていた店舗の売上が前年を割り込もうとしている。 |
| | 家電量販店（販売担当） | 来客数の動き | ・新生活準備の需要が前年と比べて明らかに少ない。 |
| | 乗用車販売店（統括） | 販売量の動き | ・3月の販売量は前年の80%と厳しい状況が続いている。 |
| | その他専門店〔布地〕（経営者） | 単価の動き | ・3月後半は来客数が増えているが、高額商品の動きは月前半に引き続き鈍くなっている。 |
| | 高級レストラン（宴会サービス担当） | 来客数の動き | ・個人利用、法人利用共に減少している。 |
| | 一般レストラン（経営者） | お客様の様子 | ・3月は卒業、入学シーズンであるが客の動きが鈍い。通常であれば予約が多く入る時期であるが、今年は予約が減少している。 |

| | | | | |
|----------------|---------|--------------------------|------------|---|
| | | 一般レストラン（店長） | 来客数の動き | ・全体的に落ち込み傾向であるが、特に企業の送別会などが前年と比べて減っている。 |
| | | 観光型ホテル（宿泊担当） | 単価の動き | ・客はますます安い単価に流れる傾向にある。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | 販売量の動き | ・繁忙期であるゴールデンウィークに向けた予約販売状況が良くない。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・客単価が低下しており景気は良くない。仕事量も減少している。 |
| | | 通信会社（広報担当） | 販売量の動き | ・商戦期であるにもかかわらず、例年より販売数が増加しない。 |
| | | 通信会社（販売企画担当） | お客様の様子 | ・商品販売数が減少している。 |
| | | テーマパーク（業務担当） | 来客数の動き | ・年度末は来客数が少ない時期である。 |
| | | 競艇場（職員） | 販売量の動き | ・広域発売の売上が見込めず、販売量が伸びていない。 |
| 悪くなっている | | 商店街（代表者） | 単価の動き | ・2～3月の売上が非常に悪くデフレ傾向で、客は安くなるまで購入しない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・2月までは来客数が前年をクリアしていたが、3月は天候不順などで前年の98～99%になり、12月と比べると3～4%減少している。 |
| | | その他専門店〔海産物〕（経営者） | 販売量の動き | ・前月と同じで来客数、購買意欲とも芳しくない。松葉ガニもまだ漁期中であるが売行きは良くない。 |
| | | その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長） | 来客数の動き | ・サービスエリア沿線の交通量が減少している。 |
| 企業動向関連 (中国) | 良くなっている | 農林水産業（従業者） | それ以外 | ・2月と11月を比較すると、水揚げ数量は930t、水揚げ金額は1億3,000万円の増加である。増加理由は沖合底引き網漁と大中型巻き網漁の増加である。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・現在自動車メーカーの受注量が多い。 |
| | | 不動産業（総務担当） | それ以外 | ・賃貸物件の需要時期のピークで、来客数や成約件数が増加している。 |
| やや良くなっている | | 輸送業（支店長） | 受注量や販売量の動き | ・電子商取引市場が拡大して取扱数量は増加しており、特に大口通信販売荷主からの発送が順調である。単身者の引っ越しや個人客の荷動きも例年よりも順調に伸びている。 |
| | | 輸送業（総務担当） | 取引先の様子 | ・年度末でもあり物量は多くなっている。 |
| | | 通信業（営業企画担当） | 取引先の様子 | ・製造業や流通業の客から情報セキュリティの脅威への対策の引き合いが増加しており、比較的短期間での提案や受注が見込まれる。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | 取引先の様子 | ・取引先の販売促進が進行しており、動きが出るシーズンに入ってきている。取引先の受注量も上向きで、各業種業態を含め良くなってきた。 |
| 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 | ・低迷していた売上が回復している。 |
| | | 化学工業（総務担当） | それ以外 | ・素材メーカーの視点からは、この先景気が良くなる要素が見当たらない。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・年初から3か月間の受注量は、前年10～12月よりも5～10%減少している。この影響は4～6月の生産に関わってくるので、しばらくは我慢の状況である。全体的に動きは鈍く、爆発的な受注量は期待できない。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | 取引先の様子 | ・1～3月は活動水準が例年より低調で、明るい兆しが見えてこない。海外マーケットが好転しつつあるとの話もあるが、当地区においてはまだ実感はない。輸入鋼材も引き続き安価で流入してきている。 |
| | | 電気機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・売上は前年同月と比べて横ばい状態である。受注量もほぼ変わらないが、材料費等の値上がりで最終利益は減益となるが、今期は辛うじて利益は確保できる。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（財務担当） | 取引先の様子 | ・今後の受注環境については不透明で悪化が予想されるが、足元の業績や景況感に変化はみられない。 |
| | | 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 | ・期末の調整で主要客からの受注量は若干の下方修正となっている。 |
| | | 建設業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・引き続き手持ち工事、予定工事で目一杯の状況が続いている。 |

| | | | | |
|-----------|----------------------|-----------------|---|---|
| | 建設業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・海外要因等で先行きが見通せない。 | |
| | 輸送業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・原油安の効果は実感に乏しく、貨物輸送量に大きな変化がない。引越しや年度末の需要増加についても特に目立った変化はない。 | |
| | 通信業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・年度末の駆け込み需要は若干あるものの、特需はなく、景気に変化はみられない。 | |
| | 金融業（融資企画担当） | 取引先の様子 | ・自動車部品メーカーの受注は高水準を維持し、1～2時間の残業と月1回程度の休日出勤で操業中である。利益も過去最高レベルで、前年より賃上げ額は低いが、ボーナスは前年並みの見込みである。 | |
| | 会計事務所（職員） | 取引先の様子 | ・3月になると季節的に高揚感を感じて消費が伸びるが、小売業は売上が前年を割るところが結構ある。また、飲食業関係も客単価が低調である。株価等による心理的要因もあるが、消費者相手の商売は苦戦している。 | |
| やや悪くなっている | 食料品製造業（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・原材料が高騰し続けるなかで、販売価格は更に低下してきている。 | |
| | 化学工業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・主要原料である苛性ソーダを中心に化学工業薬品全般で単価が引き下げ基調であり、同業者間の価格競争も一層に激しくなっている。 | |
| | 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 | ・大口案件に着手したため当該部門は多忙であるが、通常の受注は鉄鋼向けが低調となっている。 | |
| | 金属製品製造業（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・造船業界の得意先から値下げ要請があり、業界の状況を考慮して承諾している。 | |
| | 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 | ・国内の消費動向は停滞気味であり、受注量は減少したままである。また世界経済も中国経済の悪化により今後の見通しがつかない状況であり、アメリカの景気回復を待たばかりとなっている。国内の物価も一部都市圏では多少上昇してきているが、地方は長期間低迷しており見通しは暗い。 | |
| | 金融業（貸付担当） | 取引先の様子 | ・マイナス金利政策導入後、景気動向を見極める必要があると考える企業が多く、ベースアップが話題になっていた前年ほどの景気回復の勢いは感じられない。また消費税率引上げに対する不安もあり、景気はやや悪くなっている。積極的な投資よりも、既存借入金の金利引下げにより収支を改善する取引先が多い。例年年度末に感じている忙しさはなく、3か月前の年末需要に対応している企業の姿と比べても、やや落ち込んでいる印象がある。 | |
| 悪くなっている | | | | |
| 雇用関連 | 良好な状態 | - | - | |
| (中国) | やや良くなっている | 人材派遣会社（経営企画担当） | 求職者数の動き | ・春先にかけての求職希望者が増えている。相談会や通常の受付でも就業意欲が高まってきており、なかでも就業中の登録希望者が増えていることが特徴的である。 |
| | | 求人情報誌制作会社（広告担当） | 採用者数の動き | ・継続的に良好な景況感を背景に、大学生の採用枠を前年に引き続き増やす企業が15～20%増加している。大きな要因は将来の経営業績の見通しと従業員の年齢構成が全体の半分を占めている。 |
| | | 職業安定所（産業雇用情報担当） | 求人数の動き | ・新規求人数の大幅増加により、月間有効求人倍率は1.63倍となり、2か月連続で1.6倍を上まわり、高水準で推移している。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | 雇用形態の様子 | ・第二新卒と呼ばれる層であれば職種未経験者でも採用されることはこれまでもあったが、30代でも能力で判断するケースも複数出てきている。 |
| 変わらない | | 人材派遣会社（支社長） | 求人数の動き | ・中小企業を中心に人材採用に苦労しており、その結果求人数は高い水準で推移している。 |
| | | 職業安定所（産業雇用情報担当） | 求職者数の動き | ・新規求職者数が3か月前より24%増と大幅に増加しているが、その要因は景気が上向き傾向であり、在職者の転職希望が増えているためである。 |
| | | 職業安定所（雇用開発担当） | 求人数の動き | ・新規求人は前年同月と比較して微増となっている。業種別に見ると、医療福祉関係の事業所から、引き続き求人が申し込まれている。 |
| やや悪くなっている | 人材派遣会社（支店長） | 求人数の動き | ・求人数が増え求職者の活動も活発になる時期であるが、直接雇用を増やそうとする企業側の意志は少し落ち込んでいる。 | |

| | | | |
|-------------|------------------------|---------|---|
| | 新聞社 [求人広告] (担当者) | 雇用形態の様子 | ・有効求人倍率はやや低下気味とはいえ、全国的にも高い水準で推移している。一方、求職者数は減少し、アンバランス感が拡大しつつある。製造業では高い生産量が継続し、それに応じた雇用も増大しているが、非製造業は景況が悪化しつつあり、人件費の高騰とあいまって収益力が低下している。 |
| | 職業安定所 (所長) | 求人数の動き | ・食品製造会社の増員などで、製造業の新規求人数は前年同月比30%増となったものの、他業種では前年同月に医療福祉や公務で活発な募集状況があったが、今月は低調に推移したため、求人全体でも2割強の大幅な減少となっている。 |
| | 学校 [短期大学] (学生支援担当) | 求人数の動き | ・例年に比べて求人が少ない。 |
| 悪く なっている | - | - | - |