

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）	販売量の動き	・パン製品の売上が増加している。
		乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・エコカー補助金再開の話題もあり、来客数は平日が前年比110%、土日が120%で推移しており、景気が上向いている。
	やや良く なっている	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・2月は動きのない月だが、今年は個人、会社関係の印鑑注文が多くなっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前は販売点数が前年比98%であったが、2月は101.5%で、客単価は102.1%となり、販売点数、客単価とも上向いている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・3か月前から来客数が徐々に伸びてきている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・季節品やシングル生活用品などの具体的な商品が売れているわけではないが、当店に限っては閉店に向けたセールを実施しており来客数が増加している。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・エコカー補助金効果により2月の販売量は前年比115%となっている。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・大河ドラマの影響で良い状況が続いている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・人の動きが回復している。
		一般レストラン（外食事業担当）	お客様の様子	・宴会の予約件数が増加している。
		観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・個人客の問い合わせがかなり多くなっており、予約件数も昨年に比べ多くなっている。
		観光型ホテル（支配人）	販売量の動き	・例年2月は閑散月であるが、今年は宿泊客の増加が全体の売上をけん引しており、宿泊、飲料、宴会部門とも順調な推移で前年を上回る見込みである。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・昨年は東日本大震災の影響で婚礼の問い合わせや申込が減少し施行組数が減少したが、最近は少しずつ回復している。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・2月初旬の記念レースで収益が順調となっている。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・降雪等天候の影響もあり、客足が例年に比べ非常に悪くなっている。
		商店街（理事）	お客様の様子	・不景気のなかでは購買意欲もわからない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・寒さが続き中高年を中心に足が悪くなっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・来街者数は日によってまちまちで、イベントの実施などでは多くなり、現時点で景気の動向までの判断は難しい。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・客単価の減少が著しくなっている。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	来客数の動き	・相変わらず、最小限のものしか購入しない消費傾向となっている。
一般小売店〔酒店〕（経営者）		お客様の様子	・厳しい寒さが続いているが来客数は変わらない。 1、2月に、みかんを産地の特定生産者から直接仕入れて販売を行った。販売価格は一般的な流通価格程度だったが、味が濃くおいしいと好評で、大勢の客が購入していたことから、客の購買力は落ちていない。	
百貨店（販売促進担当）		お客様の様子	・2月は前年の7倍を超える降雪量の報道もあり、気温差も大きく、婦人物を中心に春物の動きは極めて低調である。従来であれば活発化する新生活関連商品も動きが鈍くなっている。	
百貨店（購買担当）		お客様の様子	・2月はセール、春物の動きが活発になる時期であるが、客は必要なものしか購入しない。高齢の客が多いので、来店は天候に左右され、年金受給日には売上が増加する。なお、高額商品の売上が伸びている。	
百貨店（売場担当）		お客様の様子	・今月は気温が低かったこともあり、防寒商品の最終消化は良好である。春物主体のアパレルもヤング層は好調に推移しているものの、ミセス層は厳しい動きとなっている。また、中旬実施の物産展は好調に推移したが、上層階を充実させて下層階への流れをつくることで売上が伸びるシャワー効果は特にない。	

百貨店（販売担当）	販売量の動き	・寒波の影響で、2月に入っても冬物セールは好調だが、中旬以降の定価品の販売は低迷しており、月間のトータルでは前年並みである。
百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・客単価は引き続き低下傾向にある。
スーパー（店長）	販売量の動き	・客単価に変化はない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・特売を行うと販売量の動きは良くなるがその反動もあり、景気が良くも悪くもなっていない状況である。
スーパー（店長）	お客様の様子	・客の様子からは食品、生活必需品中心の生活防衛型の購買動向が強く感じられる。なお、ファッション分野は非常に厳しい状況となっている。
スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・販売点数は従前と変わりなく推移しているものの、商品単価の低下で売上額は減少している。
スーパー（財務担当）	販売量の動き	・客の動向をみると、余分なものは購入しない状態が続いており、良質なものをきちんと提案すれば購入するが、低価格帯商品が支持されている。
スーパー（販売担当）	競争相手の様子	・競合店が当店の立ち上げに合わせ、内容が類似し価格を抑えた広告を出すため、当店の来客数の伸びが厳しくなっている。
スーパー（管理担当）	来客数の動き	・来客数が前年とほぼ変わらない状況が続いている。
コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・1月初旬からの工事の影響で売上は減少しているが、客単価に変化はない。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・単価を下げて売上量が伸びない状況である。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・雪が多く周囲では来客数が減少している店が多くなっている。当店でもその傾向はあるが、商品を必要とする客からは電話等で問い合わせもあるし、こちらから出向くこともある。呉服という商売柄もあるが、数は少なくても本当に良いものを探している客もあり、きちんと対応してくことで景気も回復する。
衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・新卒者の客は増加したが一般客は減少しており、全体的に来客数に変化はみられない。
家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・客単価は上昇しているが、売上に変化はみられない。
乗用車販売店（副店長）	競争相手の様子	・競争相手の攻勢も厳しく、販売単価も低下していることから、景気は依然として悪くなっている。
その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・地方の商店街は大手流通、都市間競争に加えて、人口減少が購買量減少の最大原因となっているため、コンパクトな経営を目指すことが肝要となっている。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・週末はファミリー客が増加したが、平日は引き続き来客数は伸びていない。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・最近の客の利用は必要な時のみとなり、家計収支状況の範囲内での利用に限られる。なお、貯蓄、教育への出費は増加している。
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	・週末でもスキー客が見られない。以前はこの時期若い客の動きがあったが、今年は来客数が非常に少なくなっており、余暇を楽しむ予算も冷え込んでいる。
都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・当月だけを見ると宿泊客は前年に比べ4%ほど伸びているが、前年雪害で観光客が減少したことを考慮すると、ほぼ例年並みとなっている。
旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・一部には状況の良い業種もあるが、旅行業はあまり良い環境とはなっていない。
タクシー運転手	来客数の動き	・歩ける距離でもタクシーを利用する客が増えている。
通信会社（広報担当）	販売量の動き	・春商戦期という年間で最大の需要期を迎えているが、競合他社の攻勢で厳しい状況となっている。
美容室（経営者）	競争相手の様子	・景気の悪化に伴い近隣店舗の撤退が多くなってきている。
その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	お客様の様子	・利用者本人や家族の話から、経済状況には特別な変化はみられず、経済的に余裕がある人もまたそうでない人も変わらない様子である。
設計事務所（経営者）	販売量の動き	・官民とも新築物件が減少するとともに、改修物件も低価格での競争となっている。
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・消費税や相続税の増税が検討されているなか、建築に踏み切りたい気持ちはみえるものの、先行きの不安感からより慎重になっている。

	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・来場者数が15%減の状況が続いており、気候の影響だけでなく前年比も同様に減少している。
	住宅販売会社 (販売担当)	お客様の様子	・住宅部門では引き続き契約件数等が低迷している。また、契約に至るまでには各社かなりの値引きを迫られている状況で、その値引き額もかなり膨らんできている。
	住宅販売会社 (営業担当)	お客様の様子	・来場者数や問い合わせの件数にあまり変動がない。
やや悪く なっている	商店街(代表者)	単価の動き	・1、2月は客の買い控えや、生活防衛の様子などがうかがえ売上は減少している。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・1月中旬からずっと来客数が減少し、売上の確保を難しくしている。
	一般小売店[酒 店](経営者)	販売量の動き	・時期的なものもあるが大雪などの影響で飲料店の来客数が減少しており、昨今の景気低迷に輪をかけて売上が減少している。
	一般小売店[紙 類](経営者)	来客数の動き	・売上の6割を占める日常の来客数が減少し景気が悪くなっている。
	百貨店(営業担 当)	販売量の動き	・近隣のアウトレットモール等のオープン前であった3か月前と比較すると状況は厳しくなっている。しかしながら、アウトレットモール等の影響で売上が減少していたテナントも、徐々に回復の兆しがみえてきており、依然として厳しいテナントもあるが、売上額が前年同月を上回っているテナントも3割近くになっている。
	百貨店(営業担 当)	お客様の様子	・春物を展開しているが寒さで売上が厳しい状況となっている。客の購買意欲も今一つであり、まとめ買いが減少して客単価が低下している。またセレモニー関連の動きも悪くなっている。
	百貨店(売場担 当)	販売量の動き	・2月前半は月初めの雪と天候不順、祝日の並びから来客数が減少するとともに、競合店の売りつくしにも影響を受け、前年比90%で推移している。後半やや持ち直したものの、季節物のセールが前年比90%で推移し、外商催事は健闘したものの、昨年3月以降1年ぶりに前年割れとなっている。
	百貨店(売場担 当)	販売量の動き	・美術品は売上が順調だが、宝石や単価の高いものの売上が伸びておらず厳しい状況である。
	コンビニ(副地 域ブロック長)	競争相手の様子	・競合店の2月出店が多く来客数が減少しており、しばらくは前年と比べて苦戦となる。
	衣料品専門店 (販売担当)	単価の動き	・客単価が減少している。
	家電量販店(店 長)	お客様の様子	・来客数が減少しており厳しい状況である。省エネの広告効果が売上はあるが客単価の上昇にはつながらない。
	自動車備品販 売店(経営者)	それ以外	・末端の小売価格は上げられないが、メーカーは原料高などの理由で値上げを行っているため、仕入れ価格は高騰し小売価格は据置きとなっており、ますます収益が悪化している。
	住関連専門店 (営業担当)	来客数の動き	・下見に来て2度目の来店がないケースが多くなっている。
	その他専門店 [布地](経営 者)	来客数の動き	・春らしい陽気になって来客数は増加したが、客の財布のひもは固く厳しい状況となっている。
	その他専門店 [ファッション 雑貨](従業 員)	来客数の動き	・バレンタインは前年並みだったが、天候不順で来客数、売上ともに伸び悩んでいる。
	その他小売店 [ショッピング センター](営 業担当)	来客数の動き	・来客数が前年を下回る傾向が継続している。冬物セールが終了し、春物移行時期としては気温が低いため、端境期に活用できる定価品の販売が中心となっている。
	一般レストラン (エリア担当)	来客数の動き	・平日夜の来客数が大幅に減少するとともに、来店頻度も低下している。
	スナック(経営 者)	来客数の動き	・飲食業界では特に2月には客が少なくなるが、今年は昨年以上に状況が悪くなっている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・街の人通りが極めて少なくなっている。
	タクシー運転手	来客数の動き	・客の病院に通院する回数が減少している。
通信会社(企画 担当)	お客様の様子	・東日本大震災前の昨年同時期と比較すると、年度末区切りに向けての動きが鈍くなっている。	
テーマパーク (管理担当)	来客数の動き	・来館者数、館内販売金額等が減少している。	

	その他レジャー施設（アミューズメント）	単価の動き	・主力の景品ゲーム売上が3か月前と比べても1割以上の落ち込みとなっている。昨年から続いていた人気キャラクター景品の話題性が落ち着き、来客数は維持できているが、1組あたりのプレイ数が少なくなっている。
	美容室（経営者）	競争相手の様子	・売上と来客数が例年以上に悪くなっている。
悪くなっている	スーパー（店長）	来客数の動き	・近隣にディスカウント店が新たにオープンし、来客数が減少している。近隣地区には競合店が10店舗あり、そのうちディスカウント5店舗は価格の引下げが顕著であり、1品単価と来客数の減少が進んでいる。
	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・前年に比べ来客数が最も悪く、販売量、客単価へも影響しており、確実に景気が悪くなっている。
	その他専門店〔海産物〕（経営者）	来客数の動き	・先月に続き観光客の集客状況が厳しく、土、日以外の平日が特に閑散としている。
	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・冬季閑散期対策として花による集客を見込んだが、寒さが厳しい上に降雪日が多く来園者が伸びていない。来園者の消費傾向については総売上が減少したものの、食堂、売店単価は昨年とほぼ同等であり、目的を絞った外出では消費は回復しつつある。
	ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・アウトドア派の人が減少するとともに、寒さが続き余計に人の動きがない状況である。
	美容室（経営者）	お客様の様子	・外出が減少し美容室を利用する機会が減っている。
企業動向関連	良くなっている	不動産業（総務担当）	それ以外 ・賃貸不動産の需要時期であるため、来客数や成約件数は増加している。
	やや良くなっている	-	-
変わらない	繊維工業（統括担当）	受注量や販売量の動き	・客単価に変化はみられない。
	化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・ヨーロッパの厳しい経済環境、円高の影響で輸出の減収減益基調に変化がみられない。
	鉄鋼業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・年明け以降客から値下げ要請があり、ある程度対応しないと販売数量が確保できない状況となっている。
	非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・エコカー向けは好調だが、電子向けの低調が続いており特段の動きはない。
	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	・自社製品の売上について、海外向けは順調に注文があるものの、円高による為替の影響で採算が取れず、国内向けは市場の冷え込みが長期化しており、厳しい状況となっている。
	電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・大手企業の再編等による多くの退職者の影響で有効求人倍率が上昇しない。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き続き受注が高い水準を保っている。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建設、不動産関連ともに不調であり、公共、民間からの工事の発注も厳しい状況である。
	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・小口工事の積重ねで急場をしのご状況が続いており、予定できる大口工事は数少ない状況となっている。
	輸送業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・一時的なものであるが、今月は今まで止まっていた荷物が多少動き出している。
	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・取引先の経費削減で単価の見直しを要請されているが、数量は3か月前と変わらない。
	金融業（自動車担当）	取引先の様子	・完成車メーカーは、先日発表した新型車の受注が好調であるが、その他の自動車の販売は伸び悩んでおり、生産計画を下方修正している。今期決算は大幅な赤字で、地元の部品メーカーへのコスト削減要請は一段と強化されている。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・昨年10月は当地において国体が開催され、11月にはその反動が消費において生じていたが、その後は大きな変動はなく落ち着いた状態である。なお、一部メーカーで東北、関東圏に取引先のあるところは、受注状況に改善の兆しがあるという話も聞けるが、当地で商売を行う小売、サービスなどの業種では、依然として低調な業績となっている。

	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・いまだ人も金も物も動きが鈍い状況となっている。高校入試、塾、専門学校等の教育関係の動きが活発になっているものの、3月決算期前で全体的には準備中となっている。	
やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・3か月前と比較すると水揚げ数量は384トン、水揚げ金額も3億400万円の減少となっている。1月単月の水揚げ数量は前年と比べ38%増で766トンの増加、水揚げ金額も24%増で9,610万円の増加となっている。	
	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・商品の値上げが4月から始まることを知らせているが、それにもかかわらずこの3か月売上が伸びていない。	
	食料品製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格の低下が続き、特売渡し価格の値下げ依頼が増加している。	
	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の復興に伴う職人不足で、住宅着工が遅れている。	
	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社製品を基礎原料としている大口取引先が、事業継続計画対策の一環として海外調達を開始することとなり、受注量が減少している。	
	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	・鉄鋼業向けの受注が落ち込むとともに、工事案件が納入時期の谷間ということもあり、ここ数か月の生産量が計画を割り込んでいる。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・製造業は日本国内から海外へと目が向いている。円高やコスト高により製造先は中国となっているが、コスト競争は困難で、受注量の減少、単価の引き下げ、従業員の解雇につながり景気はやや悪化している。	
	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	・3か月前までと比べ、主要客からの受注が10%以上減少している。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・客は主に造船各社だが、2012年度の受注はあるものの、次年度以降の受注が停止している状況である。回復の兆しがみられない状況が続いている。	
	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・取引先の企業統合により受注量が大幅に減少している。	
	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・製造関係の客では情報通信関係の設備投資に関する予算が削減されているケースが増えている。	
会計事務所（職員）	取引先の様子	・例年2月は公共事業の納品や受注が活発化し、関連の事業者は非常に忙しくなるが、今年はそれもあまり見受けられず、全般的に販売量は減少し、単価も低下している。		
悪くなっている	金属製品製造業（総務担当）	それ以外	・受注量は3か月前に比べ30%減少している。特に工作機械業界からの受注が50%以上減少しており、その影響が大きく工場内の派遣社員やOBなどの人員削減が行われている。	
	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	・相変わらず国内は景気低迷が続くなか、円高、原油等の高騰、材料費高、中国等の人件費値上げが相次いでおり、非常に厳しい状況が続いている。更に消費税の増税や社会保険料の値上げの懸念もあり、ますます厳しくなってくる。	
雇用関連	良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・飲食業ではホール係や調理員の求人、小売業では販売員の求人があり、製造業では全国チェーン店の大量募集により食品製造員の求人意欲が高い。求人倍率は前年から上昇を続け1倍以上となっている。しかし、製造関係において、海外輸出関連企業の求人募集は円高の影響で意欲が低くなっている。
	やや良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・12月に求人が少なかった反動で、1月は前月比、前年同月比ともに新規求人数が大幅に増加している。特に運輸業、サービス業の求人数増加が目立つ一方、新規求職者数は極端に少なかった12月と比較すると、1月は前月比では大幅に増加したが、それでも前年同月比では10%以上の減少で、この傾向は昨年春から継続している。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は横ばいで推移しており、3か月前と比べて状況は変わらない。製造分野からの求人減を医療・販売等のその他分野でカバーしているが、マッチングには苦慮している。
	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・製造業の求人数は減少しているが、医療分野の求人数が増加しており、トータルの求人数に大きな変化はない。	

	求人情報誌製作会社（営業担当）	周辺企業の様子	・メーカー、サービスなど業界を問わず依然として最近も厳しいと話す企業が多くなっている。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	周辺企業の様子	・特に採用に直結するような強調材料が見当たらない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・景気は依然として低迷している状況だが、企業の雇用姿勢にばらつきが目につく。同地区の海運事業所でも、新規採用で従来の1けた台から2けた台雇用に踏み切った企業がある一方、欠員補充に留めた企業や欠員補充を見送る企業など対応が分かれている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・今春卒業する大学生の就職内定率が前年を上回ったが、その内定率は過去6番目の低水準である。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人数自体に浮き沈みはないが、積極的な増員になってきていることが、今後の浮上のきっかけになりそうである。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	求人数の動き	・2月は求人数に大きな変動が出ていない。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	求職者数の動き	・特に目立った変化は出ていない。
	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、年度末に向けた公共工事の影響で建設業の作業員の募集などが大幅増となった一方、運輸業や宿泊・サービス業で大幅減となり、求人全体では横ばいで推移している。
やや悪くなっている			
悪くなっている	-	-	-