

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 (中国)	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	・昼時の来客数が以前に比べて確実に増えている。
		商店街（代表者）	それ以外	・土日集中ではあるが来街者の多さが感じられる。また株高、円安傾向のため高額品の売上も堅調である。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・会社、個人ともに印鑑の注文が増えて景気が良くなっている。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	来客数の動き	・道路の新規開通があったため県北部からの客が増えている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前年同月比で110%を超えてきており、100%を上回る店舗が3分の2を超えている。昨年のこの時期は落ち込んでいたのが概に良くなってきているとは言えないが、売上は回復基調にある。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・販売客数は減少しているが、客単価は特にデザイナーズブランドで上昇している。財布に余裕がある客はまとめ買いの頻度も高い。
		百貨店（購買担当）	お客様の様子	・天候の関係で寝具関係は厳しい状況であるが、衣料品は春物が順調である。今年のアパレル業界の仕掛けとしてきれいな色目の商品を打ち出しており、景気の良さを表すように客の購買意欲が高い。コートやジャケットといった高額商品も売れている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・食料品は若干販売量が増加しているが、衣料品や住居余暇商品は前年と比較しても販売量が伸び悩んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・全体的に来客数は増加している。朝と昼に工事現場からの客が多く、弁当やカップ麺、珈琲飲料の売上が好調である。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・2月の売出しでは来客数も上がり単価の高い品物が出ている。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・来客数が増加しており、政治の影響もあって景気が良い。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・季節的な要因を差し引いても来客数がやや増加してきている。
		乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・政権交代の影響か、来場者数が増え、成約に至るまでの時間が以前よりも短くなっている。
		自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・来店客の様子が変わりつつある。話す内容が悲観的、否定的だった前年までとは違って変わって、期待感があり、明るい話が増えた。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	お客様の様子	・まだ売上が増えるところまではいかないが、今月中旬くらいから客の様子がやや観光に向けて動きだしている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	販売量の動き	・政府の経済対策のアピールが心理的に多少影響しているのか、特に生活必需品の売上増加が見られる。ただし、高額品や単価の高い飲食、食品の購買意欲の向上には至っていない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	来客数の動き	・前年同月よりも来客数は確実に伸びており、売上増にもつながっている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・週末の家族客、平日は予約なしの来客数が増えている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・気候が春めいてきた関係からか、客に明るさを感じられる。店舗利用時も1人当たりの利用金額が上昇している。
	一般レストラン（外食事業担当）	単価の動き	・今月に入り宴会の数が増えており、前年より2けたの伸びで景気が上向いている。客単価も上がっている。	
	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	販売量の動き	・以前に比べ買上点数が増加しており、気候が良くなり気温が上がると客も増え、売上は上がる。	
	観光型ホテル（支配人）	販売量の動き	・宿泊、宴会部門とも堅調である。特に宿泊は震災被災地からのツアーが2月だけで延べ400人が来館し、宴会も大型の特需物件が受注できた。	

	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・宿泊客数、レストラン客数、企業宴席も若干伸びている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・売上は前年の104%である。
	テーマパーク (広報担当)	来客数の動き	・ここ数年に比べて暖かい天候に恵まれ、また人気イベントを期間延長して実施している影響もあり、前年に比べて大幅に来場者が増加している。
	その他レジャー 施設(アミューズメント)	来客数の動き	・11月から継続して来店客数が増加している。前年比30%増となっており、客単価の伸びはあまり大きくないが、娯楽目的で来店する客が増えている。
	設計事務所(経営者)	競争相手の様子	・消費税の駆け込み需要が発生している。
	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・耐震改修への意識が官・民ともに高まっており、補助金を使っての工事が増えている。
	設計事務所(経営者)	来客数の動き	・戸建て住宅やオーナービルを消費税増税前に建築したいというクライアントからの引き合いが増えている。
	住宅販売会社 (販売担当)	お客様の様子	・商談で前向きな発言が増えている。
変わらない	商店街(代表者)	来客数の動き	・地方都市の中心市街地での来客数と売上が増加している様子は感じられない。
	商店街(理事)	来客数の動き	・寒さで客足はよくない。必要な商品だけを購入するという客がほとんどである。
	商店街(代表者)	単価の動き	・アベノミクスの影響で景気が上向いているという報道があるものの、客は将来に不安を感じており気持ちはまだ購買に向いていない。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・寒い冬であるが、人通りは例年と変わらない。
	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・春物需要は気温の上昇に併せて徐々に高まっているが、パレンタインギフトや雑貨・インテリア等の動きは依然として鈍い。
	百貨店(販売促進担当)	お客様の様子	・前年の大雪と打って変わり、本年はほとんど積雪のない天候で推移している。その中で期待していた春物の立ち上がりは、婦人服を中心に低迷している。購買も単品中心の動きで、本当に必要なものしか買わないといった購買姿勢が強まってきている。客単価が低下傾向にある。
	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・2月はハンカチなどのギフト商材は前年並みで推移したが、手袋や冬物ストールなどのセールが急失速している。11月から好調であった防寒系の勢いが収束し、やや前年を下回る見込みである。
	百貨店(売場担当)	来客数の動き	・今月末での閉店発表以降、多数の客が来店した。特殊な状況なので景気判断はできないが、当店の状況とすれば良い。
	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・ブランド品やサンゴのアクセサリは売れているが、先行きは不明である。
	百貨店(販売担当)	来客数の動き	・客単価は前年を維持しているものの、客数が前年からマイナス2%と、来客数の減少により売上も苦戦している。
	百貨店(営業推進担当)	お客様の様子	・客の品物を選ぶ姿が慎重である。
	スーパー(店長)	単価の動き	・1人当たりの買上点数に変化はない。
	スーパー(店長)	来客数の動き	・この半年は来客数が前年の98~99%で推移している。
	スーパー(店長)	来客数の動き	・前年と比較して客数が減少傾向にある。
	スーパー(店長)	来客数の動き	・来店客数が前年を下回っている。
	スーパー(総務担当)	販売量の動き	・生鮮の価格上昇で単価は上昇しているが、点数は伸びていない。
	スーパー(業務開発担当)	来客数の動き	・消費者の財布のひもは固く、必要なものを必要な量だけできるだけ安く買うスタンスは変わっていない。現状は非常に厳しい。
	スーパー(販売担当)	お客様の様子	・客数は依然として減少傾向にあり厳しいが、客1人当たりの購買点数並びに購入単価は若干ながらも上がってきている。総体的に景気の回復を実感するまでには至らないものの、景気の後退は感じられない。
	スーパー(販売担当)	来客数の動き	・来客数に変化はない。
	スーパー(管理担当)	来客数の動き	・客数減少、客単価維持の傾向に変わりはない。

	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の減少傾向は止まったが、上向きに転じていない。
	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・売上の前年割れが継続している。競合店の出店が大きく影響している。
	コンビニ（地域ブロック長）	来客数の動き	・客数の減少を客単価増で支えている。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・今のところ大きな変化はない。
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・省エネ商品の売上は好調であるが、テレビの落ち込みをカバーできるほどではない。
	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・2月の販売量は前年比90%と、エコカー補助金終了以降、前年割れが続いている。
	乗用車販売店（副店長）	来客数の動き	・来客数は前年と変わらない。クリーンディーゼル補助金が終わることも影響している。
	その他専門店 [和菓子]（経営者）	来客数の動き	・大きな変化はないが、客数は微増で推移している。
	その他専門店 [布地]（経営者）	お客様の様子	・一般市民は景気が良くなったという感じを受けていない。何かのきっかけで景気回復を感じれば消費は増える。
	一般レストラン（エリア担当）	来客数の動き	・週末の集客が悪くなっている。家族連れが減っている。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・株価の上昇や円安・景気対策などにより景気が良くなると思っていたが、冷静に見ると来客数も変わらないし、客の話を聞いても景気に変化はない。
	都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・新政権になり景気回復が期待されるが、ホテルへの影響はまだ先の話である。
	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊客数は12月以降ずっと前年比2%程度落ちている状況である。
	都市型ホテル（企画担当）	お客様の様子	・円安、株価上昇とはいえ、灯油や水、光熱費は値上がり傾向にあり、給与も上らず個人の消費意欲は萎縮している。
	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・年度区切りに向けて必要なサービスの更新について考えるという客はいる。現状維持ではなく、必要であれば検討するという前向きな様子に見える。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・年々多様化・複雑化する分野に対応が不十分なため、客が困惑している状況が続いている。
	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・2月は期間を通して雪や雨が少なく、週末の天候が安定したことや花修景に関する報道周知の効果もあり、来園者数は前年に比べ2倍に伸びるなど、引き続き好調である。
	テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・今月は寒さも影響してか来客数が伸びない。前年同月と比べて微減で推移している。
	美容室（経営者）	お客様の様子	・客の様子に変化はない。
	美容室（経営者）	競争相手の様子	・新しいメニューを入れたり、客へのサービスを変更しても、最初の食いつきがよくてもあまり売上は伸びない。
	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	・客との話のなかで、景気の変化が見られるような内容は聞かれない。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・目立った経済の変化はない。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・客の購買意欲が若干出てきているものの、依然として慎重な動きがみられる。
	住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・来場者の動きから特に変動要素が見当たらない。
やや悪くなっている	一般小売店 [靴]（経営者）	販売量の動き	・商店街の既存空き店舗に加え、売り物件が増えている。
	一般小売店 [茶]（経営者）	販売量の動き	・政権が変わって景気が良くなる期待ムードはあるが、実際はますます消費は冷えている。先月も今月も前年を割っている状況である。
	一般小売店 [酒店]（経営者）	来客数の動き	・1～2月は寒さが影響して来客数が少ない状態であった。全体的に人の動きが悪く、景気回復の実感もなく、節約志向が強い。
	一般小売店 [酒店]（経営者）	販売量の動き	・料飲店の売上がさらに悪化している。企業の閉鎖などの影響もあり、外食に金が回らないのか、なかなか売上が上がらない。

		スーパー（店長）	来客数の動き	・食料品、特に珈琲や調理用油などのし好品の販売数量の落ち込みが著しい。無理な安売りをしなくなっ てから客がディスカウントショップに流れている状況 である。精肉や鶏肉の動きが特に鈍くなっており、他店 よりも価格が高いところは、客数、点数ともに大きく 落ち込みを続けている。
		スーパー（財務担当）	販売量の動き	・価格競争の激化による単価下落と、節約により買上 点数が減少している。
		その他専門店 〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・客数と買上単価が低調である。円安は一般的に燃料 代などが値上がりして悪影響である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・運行回数が減少しており、客の様子に先行きの明る さは見えない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・世間に不景気感が浸透している。
		通信会社（広報担当）	販売量の動き	・新商品の発売前の段階であり、他社攻勢にあってい る。
		通信会社（工事担当）	販売量の動き	・契約数が想定以下になっている。
		ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・閑散期であり、天候不順もあって客の動きが悪い。
	悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・政権交代があったにもかかわらず、景気上昇の実感 はない。
		自動車備品販売 店（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年度よりも減少している。
		住関連専門店 （営業担当）	来客数の動き	・チラシを打つ回数を増やしても客が増えない。
		一般レストラン （経営者）	販売量の動き	・株価上昇や円安で景気が良くなる雰囲気がある。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・12月の総選挙以来、客の動きが止まっている。株 高、円安で状況が変わると期待しているが、現在のと ころ動きがない。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・3か月前のG1レースの売上が多かった反動で今月 はあまり良くない。
企業 動向 関連 (中国)	良くなっている	輸送用機械器具 製造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・地元の大手自動車メーカーが好調で受注量が増加し ている。機械加工で住宅関係も増えている。
		建設業（総務担 当）	取引先の様子	・型枠工事や軽量鉄骨下地工事等の協力業者は、1年 先にかけて工事予定が詰まった状態で、職人不足が深 刻な状況になっている。仕事はあっても工期内に完了 できない恐れがあり、受注を控える必要性が出てきて いる。
		通信業（営業企 画担当）	取引先の様子	・製造系の客を中心に年度内の予算消化に向けた設備 投資に関する受注と、来期に向けた設備投資に関する 引き合いが順調に増加している。
	やや良くなっている	木材木製品製造 業（経理担当）	受注量や販売量 の動き	・財政政策による景気上昇や円安による輸出企業の利 益増への先行期待がある。
		化学工業（総務 担当）	受注価格や販売 価格の動き	・国内の素材産業等に景気回復の実感はまだないが、 川下産業に景気回復の兆しがある。
		鉄鋼業（総務担 当）	それ以外	・依然として見通し以下の受注水準が続く。
		鉄鋼業（総務担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・円高是正等により輸入鋼材の相対的競争力が低下し ているものの、自動車メーカーを中心に、輸出産業の 競争力がアップしている。
		非鉄金属製造業 （経理担当）	受注量や販売量 の動き	・自動車関連では製品により販売量の増減が分かる が、電子機器関連では予想以上に増加が続いている。
		電気機械器具製 造業（総務担 当）	受注量や販売量 の動き	・前期より受注の確度が高い商談となっている。その 反面、円安基調がいつまで続くのが見極めたいという 動きもある。まだ受注価格には反映されていないが、 受注量には改善、増加の兆しがある。
		金融業（自動車 担当）	取引先の様子	・自動車メーカーは最近の円安により輸出採算が好転 し、受注台数もほぼ計画通りで推移している。協力先 の部品メーカーでは売上高は前年並みであるが、コス ト削減効果もあって収益面では前年比プラスで推移し ている。
		不動産業（総務 担当）	それ以外	・来店数と成約件数が増加している。

	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・春の足音が聞こえてくるシーズンで、広告関連事業での取引先の動向や出稿状況の流れ、営業での募集も増加傾向であり、クライアントからの直接電話依頼も増えている。販売告知広告や求人広告、イベント告知広告、大学や専門学校広告などの依頼も増加している。
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・天候の影響から小売・医療サービス関係は客足が鈍っている。しかし、製造業や公共工事関連では大きな金額の確保はないものの、前年より受注状況が活発化してきている。自動車の板金・修理も例年になく順調な出足になっている。
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	・特売状況などに現状では大きく変動がない。
	繊維工業（統括担当）	受注量や販売量の動き	・景気が改善しつつあるが、当業界ではまだまだである。
	化学工業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・国内経済は株高や大幅な円安により景気浮揚の期待があるが、まだ具体的な受注量増加につながっていないのが実情である。また、取引先は輸入材料の値上がり分を価格に転嫁できないので、仕入れ価格の値下げを要請してくる。
	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は生産能力の60%程度しかなく、依然として厳しい状況が続いている。
	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	・超円高の是正で受注量が安定しており、ノックダウン向けも回復してきている。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・デパートは閉店セールで売上が上がったようであるが、建設関係は停滞している。
	輸送業（業務担当）	取引先の様子	・円安になり約1か月が経過したが、取引先の企業の輸出数量がまだ増加しない。
	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量に変化がない。
	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・例年であれば年度末に向けた営業活動で通常月より受注量、受注高が上昇すると期待したものの、相変わらず設備投資が進まない状況で伸び悩んでいる。3月期末も期待が薄い。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・多くの取引先と面談する機会があり、以前より経営者の心理が明るいとを感じる。しかしながら、月次の業況でみると具体的に数字が改善するまでには至っていない。また、景気回復の指標である設備投資についても、まだまだ盛り上がり欠けており、3か月前と大きく変化ない。
やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・1月と10月を比較すると水揚げ数量790tの増加、水揚げ金額1,695万円の減少である。1月単月の前年比では水揚げ数量270tの減少、前年の87.6%、水揚げ金額では1億5,700万円の増加、前年の142.8%である。
	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・年末の買いだめがあり、1～2月の売上は伸び悩んでいる。
	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	・計画量を上回る生産量をこなしてきていたが、2月は焼却場新設の工事も終わり、鉄鋼向けの需要も大きな変動がなく生産量は減少している。
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量の減少傾向が続いている。
	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	・円安で輸入材料の価格が上昇しており、採算面で非常に苦しい。
	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・会社関係、個人関係とも発送個数が伸び悩んでいる。取引客数は前年並みであるが、発送個数が減少している荷主が増えている。
	悪くなっている	-	-
雇用関連 (中国)	良くなっている	-	-
	やや良くなっている	求人情報誌制作会社（サイト運営担当）	採用者数の動き
	新聞社 [求人広告]（担当者）	雇用形態の様子	・地場大手の運送会社が運転手の確保に困っている。他社による好条件の引き抜きもあって運転手不足が恒常的になっていて新たな確保が難しい。その分、物流が動いているということである。

	民間職業紹介機 関（職員）	求職者数の動き	・求職希望者数が前年比で減少しており、実際に求人 企業側も応募者数が漸次低下している模様である。
変わらない	人材派遣会社 （営業担当）	求人数の動き	・3か月前と比較しても求人の動きは横ばいであり、 景気は変わっていない。
	人材派遣会社 （営業担当）	周辺企業の様子	・企業の方からのヒアリングで、景気や状況が良く なったという声を聞かない。
	求人情報誌製作 会社（広告担 当）	採用者数の動き	・求人数は前年と比べて若干の伸びがみられるもの の、求職者側と雇用側のスキルやキャリアにおいての ミスマッチが多く見受けられる。
	求人情報誌製作 会社（採用支援 担当）	求人数の動き	・新卒採用に関しては元々底堅い動きをしていたた め、最近の景況感の改善に伴う変化はあまり感じな い。新規で弊社メディアを使いたいという話はあまり ない。
	新聞社〔求人広 告〕（担当者）	求職者数の動き	・有効求人倍率は上昇しているが、企業の人員整理の 動きが落ち着き、新規求職者が減ったことが倍率を引 き上げている。まだまだ本格的な回復ではない。
	職業安定所（雇 用開発担当）	求人数の動き	・新規求人数が前年同月比、前月比とも増加となっ た。特に前月比は5か月ぶりに増加に転じた。建設関 係と医療福祉関係が増加しているが、製造関係と販売 関係は前年同月比で減少しているため変わらないとし た。
	職業安定所（産 業雇用情報担 当）	求人数の動き	・1月の新規求人数は3か月前に比べ8.3%増となっ ているが、臨時雇用の募集が多く、正社員求人は依然 として少ない。
	民間職業紹介機 関（人材紹介担 当）	周辺企業の様子	・株高や円安の影響で景気が回復していくように思わ れるが、製造業を中心とした輸出産業の業績に大きな 変化が見られない。
	学校〔短期大 学〕（学生支援 担当）	求人数の動き	・政権が変わって明るい雰囲気はあるようだが、まだ 具体的なものが見えてきていない。
やや悪く なっている	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	・物流センター新設に伴う大量募集があった運輸業 や、比較的好調なコールセンター向けの派遣業からの 求人増加があったが、製造業を始め他業種が低調だっ たため求人全体では緩やかな増加にとどまった。
	職業安定所（産 業雇用情報担 当）	求職者数の動き	・新規求職者が3か月前と比べて約23%増加してお り、今後も店舗閉鎖に伴う求職者が増える。
悪く なっている	-	-	-