

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	百貨店（営業担当）	単価の動き	・化粧品などの消耗品を中心に、消費税増税前の駆け込み需要が見受けられる。ファッションについても客単価が上昇している。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で、大型商品の販売台数と単価がともに前年を大幅に上回っている。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・当店の売上は前年の160%、全店では平均150%で推移している。冷蔵庫、洗濯機やエアコンなどが売れており、景気は上向き傾向である。
		家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要、決算や新生活需要が重なったため、売上が好調である。
		家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で来客数が増加している。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・3月の販売量は前年の120%と大きく上回っている。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で売上が前年を大幅に上回りそうであるが、その後の予約は皆無である。先行きは大変不安である。
		住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・高額商品が売れている。
		その他小売 [ショッピングセンター]（所長）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で、3月は身のまわり商品の売上が10%以上の高い伸びを示している。来客数も数%増加しているが、それ以上に客単価が上昇している。特に衣料品と日用品の高額品が売れており、それぞれ15%以上も客単価が伸びている。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要により、高額品を扱う業種は大変好調な売上を記録している。その影響もあってか、低価格商品を扱う業種は前年同期の売上を維持するのが精一杯、あるいは前年同期より悪い店もある。今月ほど景気動向の判断が難しい月はない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要で来客数と販売量がかなり増加している。
		一般小売店 [印章]（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前であるためか、例年とは異なり3月に注文が集中している。
		一般小売店 [紙類]（経営者）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要で客の購入量が増加している。
		一般小売店 [食品]（経営者）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要で、購入点数と客単価が上昇した。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前年より販売量は良いが、予算計画には達しておらず伸び率は大きくない。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・3月は消費税増税直前ということもあって、客単価は前年実績を大きくクリアしている。来客数は前年の100%であるが、高額品が好調に推移して今月の売上を押し上げたため、客単価は前年の117%である。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で、貴金属やラグジュアリーブランドの高額品だけでなく、化粧品、紳士用品や定番商品でも売上が二けた増である。
		百貨店（電算担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要かもしれないが、化粧品や肌着等の売上が好調である。しかし現状が継続するかは不明である。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客単価が上昇し、販売量も好調である。
スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前から2月までは、売上は前年をクリアしていたものの、来客数が前年割れであった。3月は来客数が前年の101%、売上が105%となり、来客数も増加し客単価も上昇している。		
スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・消費税増税前ということも考慮しても、売上が良くなっている。少し高額な商品も動いている。		
スーパー（販売担当）	販売量の動き	・単価が低下していることは気になるが、消費税増税前でまとめ買いをする客が多く、売上は好調に推移している。		
スーパー（販売担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要のせいなのか、売上が若干伸びている。		
コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・中食はやや上向き傾向にある。3月は消費税増税前の駆け込み需要で、たばこなどのまとめ買いが増えているため、単価も全体的に上昇している。		

衣料品専門店 (地域ブロック 長)	来客数の動き	・消費税増税前で来客数が3月中旬から伸びている。	
家電量販店(店 長)	お客様の様子	・3月に入って駆け込み購入をする客が増え、商品が間に合わない。	
その他専門店 [和菓子](経 営者)	販売量の動き	・客単価が上昇した。	
その他専門店 [ファッション 雑貨](従業 員)	単価の動き	・消費税増税前ということで、高単価のものが良く動いており、販売量は通常の110%と好調である。	
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	・気温がようやく上がってきたこと、消費税増税前の駆け込み需要もあり、来客数は好調に推移している。高単価商材の動きも良い。	
一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で景気は良い。	
一般レストラン (店長)	来客数の動き	・予約客数と一般客数がともに増加している。	
その他飲食 [サービスイリ ア内レストラ ン](支配人)	来客数の動き	・下旬の3連休以降、幅広い年齢層の来客数が増えている。食事と買物の売上がともに増加している。	
都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・来客数が増加している。	
都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・市内の大型ショッピングセンターの開業に向けて、工事関連企業などの宿泊需要が増加している。ただし消費税増税前の駆け込み需要の影響は特に感じられず、レストランなどの来客状況からみると個人消費は足踏み状態である。	
タクシー運転手	お客様の様子	・消費税増税前であるためか、観光ハイヤーの動きが良い。	
通信会社(企画 担当)	お客様の様子	・3月は消費税増税前で、駆け込み需要があった。	
通信会社(工事 担当)	販売量の動き	・需要期だったので売上が良かった。	
テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・気温が上昇し、春のイベントもスタートしたため、少しずつではあるが入園者数が増えてきている。	
美容室(経営 者)	お客様の様子	・消費税増税前ということで、来客数と売上がともに伸びている。	
その他サービス [介護サービ ス](介護サー ビス担当)	それ以外	・消費税増税前の駆け込み需要がみられる。特に高額な買物のほか、消耗品を中心とした生活必需品の購入も目立つ。	
設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の影響なのか、3月中にリフォーム等の仕事ができないかとの相談が寄せられた。	
住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・住宅展示場や見学会のイベントなどに客が戻りつつある。	
変わらない	商店街(代表 者)	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要があり景気が良いようにみえるが、景気が良い方向へと向かっているとは思えない。
	商店街(理事)	販売量の動き	・消費税増税前で販売量は引き続き好調である。
	商店街(代表 者)	来客数の動き	・商店街の様子や来客数に変化はない。
	商店街(代表 者)	販売量の動き	・消費税増税を控えているが、日用品については買いだめ現象は起きていない。
	一般小売店 [靴](経営 者)	販売量の動き	・平均単価1~2万円の革靴を扱っているが、消費税増税前の駆け込み需要の対象にはならず、客は増税に関係なく購入する雰囲気である。
	一般小売店 [茶](経営 者)	販売量の動き	・今月に入って、消費税増税前の駆け込み需要が当社にも出てきた。特に茶道具の高額品に動きが目立つ。
	一般小売店[酒 店](経営者)	販売量の動き	・当店の一般的な酒販店では、世間で騒がれている消費税増税前の駆け込み需要は微々たるものである。料飲店の売上も土日は多少持ち直しているが、相変わらず低迷が続いている。

百貨店（営業担当）	販売量の動き	・テナントのうち、売上が前年同月の100%を超えている店は約半数であり、先月よりは多少上向いているものの、まだまだ景気が回復しているとは感じられない。アパレルは以前から低迷しているが、好調であった飲食も前年割れが出てきている。
百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できるのは、化粧品、肌着や保存食品等の限られた商品群のみである。逆に主力の婦人服は、重点商品である各種セレクトウエアの動きが低迷するなど、節約対象の商品となった感がある。
百貨店（購買担当）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要で、宝石、美術品、寝具や絨毯といった高額品の売上が前年を大きく上回っている。紳士服、婦人服や子供服といった季節関係の商品が予想ほどは伸びていない。食品に関しては、ビールを含めて箱買い現象が起きているが、日用品に関してはドラッグストアほどの伸びはない。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・2月と同様に3月も消費税増税前の好況が持続している。特に月半ばから予想以上に来客数と売上が伸びている。宝飾品、化粧品やアクセサリが好調である。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で来客数が増加している。
スーパー（店長）	それ以外	・客は売価や内容量等をかなり吟味した上で購入しており、節約に励んでいる。
スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で、特に紙製品、酒類や調味料の売上が引き続き好調である。
スーパー（店長）	販売量の動き	・景気に変化はない。
スーパー（総務担当）	単価の動き	・客単価は前月より伸び率が良いが、消費税増税前の影響の可能性もある。
スーパー（財務担当）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要により、売上は前年を上回っているが、来客数は前年とほとんど変わらない。
スーパー（管理担当）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要で繁忙感はあるが、景気が上向いたかという疑問である。
コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・たばこのまとめ買いで客単価は上昇しているが、来客数が回復しない。
衣料品専門店（地域ブロック長）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で売上が引き続き伸びているが、増税後が不安である。
その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・消費税増税前だからといって購入量を増やす客は少ない。地方には大企業はなく所得が増える人も少なく、円安で輸入関連商品の価格が上昇して家計を圧迫していることもあり、買物を渋っている人が少なくない。
高級レストラン（スタッフ）	単価の動き	・引き続き、前年比で客単価が上昇している。
一般レストラン（外食事業担当）	単価の動き	・来客数は増加しているが、客単価は前年の95～98%で推移しており、売上は前年並みである。客はジャストプライスの商品のみ購入するので、販売量に大きな変化はない。
観光型ホテル（宿泊予約担当）	来客数の動き	・大きな変動はみられない。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で販売が増えると思っていたが、全く変化がない。
タクシー運転手	来客数の動き	・消費税増税前ではあるが、3月の売上は期待したほどではなかった。
通信会社（広報担当）	販売量の動き	・物量は動いているが、販売商戦期という時期的な要因及び消費税増税前の一時的な動きであると見受けられる。
テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・来館者数や売店販売金額は前年と変わらない。
ゴルフ場（営業担当）	単価の動き	・景気は良くなっていると感じる。少しではあるが、法人関係の予約が動き出してきた。
美容室（経営者）	お客様の様子	・消費税増税直前ということで、高額商品の買換えを希望する客は多いが、日用品の購入には積極的でない。
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の時期が過ぎ、客は落ち着いている。

		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要による販売量の増加が継続した。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・戸建て住宅や賃貸住宅などの設計受注が引き続き順調に推移している。
やや悪くなっている		スーパー（店長）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で食品、油、米や酒などの購入量が増加し、客単価は高く推移しているが、来客数は大きく前年を割り込んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	それ以外	・呉服業界の間屋は原材料の値上がりで消費税増税により商品の値上げが避けられない状況であり、おのずと小売店も厳しい。また客も増税後しばらくは買い控えると思うので厳しい状況が続く。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	来客数の動き	・3月の来客数は多かったが、4月の予約状況は良くない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年の年度末に比べ、客の動きが鈍化している。特に外食部門では客に手控え感があり、来店頻度と一組客数がともに減少している。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・家電等の駆け込み需要が増えているが、その分飲食に金を使わない傾向があり、レストランと宴会の売上が不調である。ただし、婚礼では駆け込み需要がみられ3月は好調であるが、その反動が4月以降の予約に出ている。
		住宅販売会社（販売担当）	来客数の動き	・分譲地イベントへの来場者が少なく、広告掲載しても客の反応が薄い。
悪くなっている		商店街（代表者）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が全くない。今後がとても心配である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・天候の影響なのか、来客数と売上がともに落ちている。来客数は午前から昼にかけて減少している。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・販売量は前年の50%である。商談しても客の結論がなかなか出ない。
		観光型ホテル（支配人）	販売量の動き	・2月以降、売上の落ち込みが激しい。消費税増税前の生活必需品等の購入により、外食や旅行への支出意欲がなくなっている。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・3か月前はG1競争があったが、3月は同規模のレースの開催がなかったため販売量は伸びていない。
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	・景気は上向いている。
	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	・消費税増税前の駆け込み需要で販売量が増加している。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の効果で、主要取引先の生産量が増加しており、これに比例して受注も増加している。
		化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・円安による原燃料や電力料上昇分の販売価格への転嫁が進まず、先行きには不透明感があるが、景気は全体的には若干上向きである。
		金属製品製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・ここ数年引き下げられた受注価格を戻すべく取引先と交渉を行ってきたが、要望の6～7割程度は認められた。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建設関係は堅調であるが、地域全体の景気は厳しい状況である。
		建設業（総務担当）	取引先の様子	・受注は堅調であるが、協力会社の人手不足が深刻である。
		輸送業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・毎年3月は年度末の影響で客の出荷量が増加するが、今年は4月に消費税増税を控えているため、より一層物流量が増加している。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税を意識した駆け込み需要による設備更改などにより、例年以上に受注がある。
		金融業（貸付担当）	取引先の様子	・3月に入り、消費税増税前の駆け込み需要と思われる資金調達が増加している。個人では住宅ローンや自動車ローンなどの融資が多い。法人においては設備資金など前向きな資金需要が増えている。
		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）	受注量や販売量の動き	・消費税増税を控えて販売促進の受注量が増加した。新年度を迎える準備等の販売促進も、あらゆる面で活発になっている。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み需要が、直前になってようやく動き出している。販売業だけでなく、製造業関連の受注も今月に入って一気に始め、すべての注文には対応しきれない状況になってきている。

	コピーサービス業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・年度末と、消費税増税前の駆け込み需要で景気が良い。	
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	・消費税増税前の駆け込み需要で販売量が一時的に伸びている。	
	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量に目立った動きはみられない。	
	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	・焼却場工事は工事案件の谷間にあり生産量が落ち込んでいるが、加工品部門は各地のスポット案件で多忙な状況である。人手不足は部門間の応援で対応している。	
	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・各需要分野で受注が好調に継続しており、受注に基づく生産量が引き続き高位で推移している。	
	非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・世界経済は先進国を中心に堅調に推移しているが、ウクライナやタイの政情不安等、下振れリスクが顕在化してきており、受注量は不安定である。	
	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	・消費税増税前の駆け込み需要を勘案すれば、受注に変化はない。	
	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	・主要客からの受注量は、ほぼ内示通りとなっている。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	取引先の様子	・消費税増税の影響をほとんど受けない業種であるため、増税前・増税後とも、特に景況感に変化はない。	
	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が続いている。荷動きが非常に活発で、輸送トラックの確保がままならない。	
	通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・年度末を迎えて予算消化に伴う客の情報機器の駆け込み注文が相次ぎ、売上の増加が継続した。	
金融業（自動車担当）	取引先の様子	・大手自動車メーカー関連の部品メーカーでは、国内売上は前年と同程度ながら海外生産が好調なため、過去最高の利益を上げる企業が多い。		
やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・2月と3か月前の11月を比較すると、水揚げ数量は1,000t増加し、水揚げ金額は3,200万円増加した。2月単月の前年比では、水揚げ数量は33,000tの増加で前年の101.6%、水揚げ金額は1,300万円の減少で前年の97.2%であった。	
	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	・3月末までは消費税増税前の駆け込み需要で好況であるが、4月以降は客の買い控え傾向が強まる。	
	建設業（総務担当）	取引先の様子	・協力業者確保の困難と資機材の高騰が継続している。現在は、先を読んだ業者確保や発注で好業績を維持しているが、今後は受注金額に対する原価アップが避けられない。	
悪くなっている	-	-	-	
雇用関連	-	-	-	
(中国)	やや良くなっている	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・年度初めで求人数が増加している。また年度末での離職者の増加が影響して、求職者数も増加傾向にある。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	求職者数の動き	・引き続き、企業は継続的な採用活動を行っていく可能性が高い。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	求人数の動き	・大手企業を中心に新卒採用数が増加している。中堅中小企業にも採用数増加の波が出始めている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・小売店の新規出店が前年から活発化したことに伴い、従来700円半ばであったパート、アルバイトの昼間時給について800円台が普通となり、既存の大型小売店は従業員が新規店に流れていくと嘆いている。既存店にとっては時給を引き上げようにも他のコスト高でできないという悪循環がある。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・正社員の有効求人倍率は前月より0.03ポイント低下したものの、3か月前と比べると0.03ポイント上昇している。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・フルタイム求人が19.7%と大幅に増加したため、新規求人数が3か月前と比べて18.1%増加した。

	職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・新規求人数は前年より増加し、新規求職者は減少している。有効求人数と有効求職者数も同様の状況であることから、有効求人倍率は高い水準にある。
変わらない	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・自動車、建設、福祉や流通など、幅広い業種で求人数は高水準で推移し、マッチングしきれない求人が多く積み上がっている。
	人材派遣会社（経営企画担当）	求人数の動き	・消費税増税後の冷え込み予想には実感がわからない。人員募集も引き続き取引先からもらっている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・大型流通店舗、病院や住宅などの工事により有効求人倍率は上昇が続いており、県内の雇用や所得環境は改善している。
	民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・求人数自体は増加傾向にあるものの、採用基準にやや高止まり感があり、内定を得られる人材とそうでない人材に分かれている。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	求人数の動き	・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）	求人数の動き	・製造業務やコールセンター業務の派遣や、建設業からの作業員の求人が大幅に増加し、有効求人倍率が5か月連続で0.9倍台をキープしたが前月比では低下しており、一服感が見受けられる。
やや悪くなっている	-	-	-
悪くなっている	-	-	-