

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	スーパー（店 長）	来客数の動き	・来客数は先月まで前年を下回っていたが、2月は前 年を上回った。また2月の客単価は前年の102%で、 売上は103%であった。すべての数字が12月より1 月、1月より2月と段々と良くなっている。
		乗用車販売店 （店長）	販売量の動き	・人気車のモデルチェンジがあったため、販売量は好 調であった前年にも増して伸び、前年の115%であ る。
	やや良く なっている	一般小売店〔印 章〕（経営者）	販売量の動き	・2月の売上は全体では良かった。大手企業から注文 が多く前向きな動きを感じたが、中小企業からの注文 は少なかった。
		一般小売店〔食 品〕（経営者）	単価の動き	・来客数は相変わらず減少傾向であるが、客単価は上 昇している。
		スーパー（店 長）	単価の動き	・客1人当たりの買上点数が若干増加している。
		スーパー（店 長）	単価の動き	・天候に左右される状況は続いているが、年配客の来 店数が増加しており、客単価は上がっている。
		コンビニ（エリ ア担当）	来客数の動き	・来客数に限らず、売上も3か月前から増加してい る。工事関係者の増加もあるが、常連客の来店頻度が 高くなり、来客数や売上の増加につながっている。
		コンビニ（支店 長）	来客数の動き	・来客数が前年実績まで回復してきている。
		家電量販店（店 長）	来客数の動き	・ケーブルテレビのデジアナ変換放送終了を前にし て、テレビの駆け込み需要が起こっている。テレビ、 レコーダーやアンテナ工事が伸びている。
		乗用車販売店 （総務担当）	来客数の動き	・店舗により偏りがあった展示会来場者数が、すべて の店舗において増えている。
		乗用車販売店 （営業担当）	お客様の様子	・客に支出を控える様子はあまりみられなくなってい る。
		その他専門店 〔ファッション 雑貨〕（従業 員）	販売量の動き	・2月は催事を開催したこともあり、来客数はまずま ずで売上も増加している。ただ平日と土日の差が激し い。
		高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・新しい商品を投入したこともあり、企業利用も個人 利用も徐々に良くなっている。企業利用では高単価の 案件も出てきている。
		一般レストラン （経営者）	販売量の動き	・来客数も増加しているが、それ以上に単価が上昇し ている。
		一般レストラン （店長）	単価の動き	・来客数と客単価はともに伸びているが、特に客単価 の伸びが良い。客は価格にこだわっていない。
		一般レストラン （外食事業担 当）	来客数の動き	・来客数をみると12月は前年の101%、1月は99%で あったが、2月は中途であるが前年の120%と大きく 伸びている。特に平日の昼間に若年層の来客数が増え ている。1月に前年を下回った理由は、正月の休日数 が前年より少なかったためである。また2月の伸び率 が高いのは、前年は消費税増税前で物品購入に金を使 ったため、外食に金を回せなかった影響と思われる。
		タクシー運転手	販売量の動き	・売上は前年の102%である。運転手数が前年より増 え、1車当たりの売上も増加している。また燃料が安 くなっているため、会社の収益にはプラスである。
		通信会社（販売 企画担当）	単価の動き	・身のまわりの物価が上がっている。
変わらない		商店街（理事）	来客数の動き	・特に際立って景気を悪化させる要因は見当たらない が、消費動向が低迷する状態は継続している。また一 時的な要因であると思うが、近隣に大型ショッピング モールが開業した影響に加えて寒かったこともあり、 客の動きが若干鈍っている。
		商店街（代表 者）	来客数の動き	・新年度の準備などで季節商品が動いている店はある が、商店街全体としてはにぎわいが回復している様子 はあまり感じない。
		商店街（代表 者）	販売量の動き	・12月初めまでは観光客もいたが、2月は完全に観光 のオフシーズンである。しかも例年より寒さが厳しい こともあり、人の動きが少なかった。
		一般小売店 〔靴〕（経営 者）	販売量の動き	・1km先に大型ショッピングモールが開業して3か月 経つが、当店に大きなマイナス影響はない。商店街の なかでも専門店は同様の意見が多いが、飲食店、食料 品店や衣料品店は少し影響を受けている。

一般小売店〔酒 店〕（経営者）	販売量の動き	・前年と変わらない感じであるが、若干売上が増加してきている。
百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・2月の売上は前年の84%、来客数は77%となり、先月と同程度である。ただアパレルの売上は相変わらず低迷を続け、前年の70%弱と苦戦している。飲食の売上は前年の87%とやや回復し、客限定のサービスに関しては120%と好調である。アパレルについては大型ショッピングモール開業の影響もあるが、購買意欲の改善がないことが大きい。
百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・クリアランスセールは売上が前年割れしているが、正価品は前年より動きが良い。安くても unnecessaryなものは買わず、欲しいものは正価でも購入する客の姿勢は続いている。
百貨店（営業担 当）	お客様の様子	・最終処分セールを2月に開催しても、価格に反応する客が少ない。先月にもまして必要なものか吟味して購入する客が多く、セールでの盛り上がりを感じられない。
百貨店（販売促 進担当）	お客様の様子	・相次ぐ食品の値上げを受けて、30～50%値引きの食品生活応援セールを開催して人気を集めた。しかしパレンティン等のギフト関係は低迷し、冬バーゲンでは値下げしても冬物が売れない。また例年であれば動き出す春ファッションが苦戦しており、消費ムードに大きな回復はみえてこない。
百貨店（購買担 当）	お客様の様子	・1月は売上が悪く、2月に入り最終価格まで商品を値下げしてセールを開催した。客の購買意欲を刺激しようと考えたが、品物を吟味して買おうとする客の姿勢は変わらなかった。ただ消費税増税後、少し下火になっていた美術品、宝飾品や高級婦人服等の高額商品に動きが戻ってきている。
百貨店（売場担 当）	お客様の様子	・前年のこの時期には化粧品や宝飾品等を中心に駆け込み需要が始まっていたので、これらについては前年と比較すると厳しい数字になる。駆け込み需要が発生しなかった商品の前年比は悪くなく、景気判断が難しい。
百貨店（売場担 当）	お客様の様子	・前年に駆け込み需要で売上を伸ばした化粧品、フォーマルウエア、紳士用品や寝具は動きが鈍い。客はセール品や目玉商品に対しては高い関心を示すが、ミセス衣料の高額品となると買い方が慎重になる。
スーパー（店 長）	お客様の様子	・割引デーへの客のシフトや、客の安い商品を求めた店の買い回りが進んでいる。
スーパー（業務 開発担当）	単価の動き	・商品の価格が上がっているにもかかわらず、客単価が上がらない。特売等の安い商品しか動かないし、販売点数が下がっている。
スーパー（管理 担当）	来客数の動き	・客数の減少比率に変化がない。
コンビニ（エリ ア担当）	来客数の動き	・来客数に下げ止まり感はあるが、なかなか上昇に転じない。
コンビニ（副地 域ブロック長）	販売量の動き	・購入量に変化はみられない。同じような商品のなかから選択する場合は、客は低価格志向である。
家電量販店（店 長）	販売量の動き	・客に購入意欲が感じられない。生活防衛に懸命で、家電製品までは手が回らない。
家電量販店（企 画担当）	来客数の動き	・来客数が思ったほど伸びていない。
家電量販店（販 売担当）	販売量の動き	・新生活商戦の売上の前年比は、年末商戦の前年比とほぼ同じである。
乗用車販売店 （営業担当）	販売量の動き	・期末に向けて販売量が増えてこない。
その他専門店 〔和菓子〕（経 営者）	販売量の動き	・販売量に特別な動きはない。
その他小売 〔ショッピング センター〕（運 営担当）	単価の動き	・高額品が動いている様子はない。
観光型ホテル （支配人）	販売量の動き	・サービス価格で提供するランチフェアは集客できているが、それ以外での売上は伸びていない。宿泊・宴会部門を含む全体売上も伸び悩んでいる。
都市型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・来客数は前年とほとんど変わらず推移している。客単価もほぼ変化はない。

都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・宿泊のインバウンドは好調をキープしているが、婚礼宴会部門は競合他社が増えたため大きく落ち込んでいる。レストラン部門も変化がみられない。	
旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・景気が良くなっている様子はみられない。前年オープンした大型ショッピングモールでは安い商品は売れているが、高額商品はなかなか販売できていないようである。	
旅行代理店(営業担当)	単価の動き	・春休み時期の売上が伸びていない。	
通信会社(広報担当)	販売量の動き	・販売数は値下げやキャッシュバックを行わないと動かない状態である。	
通信会社(企画担当)	お客様の様子	・年度末が近付き、加えて最大手通信キャリアのサービス形態が大きく変わるときが目前であるが、例年と比べてサービスの引き合い数や問い合わせ数に変化はない。	
テーマパーク (管理担当)	来客数の動き	・前年と比べて入館者数や販売高に変化はない。	
美容室(経営者)	競争相手の様子	・同業者の会合では、世間では景気が良くなっていると言われるが、自分たちの業界ではその実感は全くないという話になる。	
美容室(経営者)	単価の動き	・客は仕事で多忙な様子であるが、懐が温まっている様子はみえない。客単価が上がらないため、売上の増加につながらない。	
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	・利用者やその家族との会話のなかでは、景気の変化がうかがわれる話は一切聞かれない。	
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・省エネ住宅ポイント制度の話が出ているが、まだこれを活用して工事を行う客はおらず、客は様子見状態にある。	
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・消費動向に変化はない。ネット通販により商品の低価格化が進んでいる。	
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・各種キャンペーンを展開し、客に省エネ住宅ポイント制度等のメリットを訴求して提案するが、決断に慎重な態度の客が多い。	
住宅販売会社 (営業担当)	お客様の様子	・客から分譲地情報の問い合わせはあるが、特に大きな動きは出ない。	
住宅販売会社 (販売担当)	お客様の様子	・客との会話では、消極的な意見を言う客が以前よりも多い。	
やや悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・商品値上げの話がよく出ている。客はコンビニや安売店に走りがちで、来客数が減ってきている。
	商店街(代表者)	単価の動き	・冬バーゲンを開催しているが、数字は非常に厳しい。今までも客は安い商品をタイムリーに買おうとしていたが、さらに商品を選択するハードルが高くなっている。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・11～1月とまずまず好調であったが、来客数が2月に入り減少した。客に買い控え傾向もみられ、景気はやや悪くなっている。当地には春節の中国人観光客の来街も少なく、東京や大阪に集中した様子である。
	一般小売店[紙類] (経営者)	お客様の様子	・普段はまとめ買いする客が小分けして買うため、全体として売上が落ちている。
	百貨店(経理担当)	販売量の動き	・2月の売上は前年実績から2%程度減である。
	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・ラグジュアリーブランドの催事を今年に入って初めて開催したが、客足が鈍く、販売額も少なかった。
	スーパー(財務担当)	来客数の動き	・仕入価格の上昇に伴う売価の引上げにより、売上は前年を上回る状況が続いている。ただ来店頻度が低下して、来客数は前年を下回っている。
	スーパー(販売担当)	販売量の動き	・冬物処分及び春物新作はともに動きが鈍く、売上は厳しい。特に処分品については、例年と異なり価格を下げて購入してもらえないケースが目立つ。
	衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・食料品全般が値上がりし、家計のやりくりが厳しくなっている。地方の企業にはアベノミクスの好影響はまだ感じられない。
	家電量販店(店長)	単価の動き	・前年の2月は駆け込み需要で客単価が高かった時期であり、前年比でいうと今年2月の売上は前年の70%である。

		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・大手企業は業績が大変良いとの報道が目立つが、小売店ではデフレがますます進行し、実質店頭売価は下がる一方である。大手メーカーはこぞって直営店を使って売価を下げるので、地方の個人店は厳しくなるばかりである。
		住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・平日に客が少ないのはもちろんであるが、土曜日でも平日と変わらないくらいに来客数が減少している。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・地方にはアベノミクスの好影響がまだ届いていない。全体的に客の財布のひもが固く、金は生活必需品の購入に回っている。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	来客数の動き	・日曜日の来客数は順調であるが、平日が悪い。団体客の来店が少なく、昼食利用も減少している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	来客数の動き	・客単価に変化はない。特殊要因として店舗入替えと改装を実施しているため、来客数がやや減少している。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客は消費意欲より生活防衛の意識が高い。外食に限って言えば、持ち帰り等の中食需要が増加しつつあり、外食には脅威となっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・客数が前年を割っている。
		通信会社（総務担当）	販売量の動き	・新規加入件数が低調である。
		通信会社（工事担当）	販売量の動き	・競争の激化により、申込件数が減少傾向にある。
		テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・閑散期であることに加えて、天候不順の日が多かった。
		ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・予約状況が悪くなった。今年の冬は寒い、暖かいの繰り返しで、天候不順の影響を受けた。3月に入って暖かくなることを期待する。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・今年に入り、新築住宅の引き合いが少なくなった。消費税増税が先送りされたため、客は住宅エコポイントなどの好条件が整うときを待っている。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・年始から客の来場回数が低調なままで、回復しない。
	悪くなっている	百貨店（営業推進担当）	来客数の動き	・ここ数か月、催事などのイベントを前年に比べて多く打ち出しているが、なかなか客足が伸びず、客単価も前年割れである。他店の状況もあまり良くなく、客の購買意欲が予想以上に落ちている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・客は一般食品、酒や調味料などについては、いろいろな店を買い回り、安い店で買う。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・2月の販売量は前年の53%と大変厳しい。これは前年同時期の駆け込み需要が影響しており、3月までこの傾向が続く。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・寒い日が続く、来客数が少ない。また宝飾品などの高額品の売上が激減している。メガネはチェーン店に客が流れている。
		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	・高速道路を利用する車数が落ち込んでいる。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・3か月前には国際会議の開催や大型ショッピングセンター開業前という特需があった。周辺環境が変化して、団体宿泊となるコンベンション関連の開催等に伴う団体受注が激減し、ビジネスなどの個人客の取り込みに集中せざるを得ず、客単価は低下傾向となっている。また大型ショッピングモールの影響で、レストランの集客も厳しい。
企業動向関連	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	・新車の立ち上がり等で受注量は多い。
(中国)	やや良くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・1月を3か月前の10月と比較すると、水揚げ量は480tの増加、水揚げ金額は300万円の増加であった。増加理由は沖合底引き網漁や大中型巻き網漁の増加である。1月単月の前年比は、水揚げ量が85tの減少で前年の96%、水揚げ金額が1億1,190万円の減少で前年の79%であった。減少理由は大中型巻き網漁やイカ釣り漁の減少である。

	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3か月前に比べ20%増加している。得意先からの受注が増加傾向にあることに加えて、同業他社の仕事量が限界に達したので、納期対応のために当社が受注した案件もある。
	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・輸出案件や倉庫保管案件等が増加しており、荷動きは堅調に推移している。
	不動産業（総務担当）	それ以外	・賃貸物件の需要時期であるため、来店数や成約件数は増加している。また前年に比べても微増である。
	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・取引先からは景気が上向きに展開しているとの情報が多く寄せられている。新年度を迎えるなかで取引先の動きが活発になっている。
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	・2月の受注量は、例年より多かった年末までの受注量を考慮して計画した量よりも、若干ではあるが下振れ気味である。
	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税以降、住宅着工数の減少が継続している。
	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新卒者の就職率が高く、春闘ではベースアップ要求が提出されている。経済環境では好景気と思われる事象がみられるが、販売量が大きく伸びたという実感は得られていない。
	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	・建設案件が最終段階であり、納期対応のため多忙な状況である。継続中の作業関連も高水準を維持し、鉄鋼向け製品加工も高稼働である。
	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き業務量に変化はなく、繁忙な状況である。
	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・需要は底堅いが、一方で円安にもかかわらず輸入鋼材の安値攻勢が止まらず、市況が弱含んでいる。
	非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・輸送用機器関連で受注量の下振れが継続しており、取引先からの購入予測も遅れている。
	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	・円安により輸入価格が上昇しているが製品価格への転嫁は難しい状況であり、利益確保の見通しがつかず、また資金調達面でも厳しい。設備投資を控え、当面は内部留保に専念することを検討している。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地域全体にとっても当業界にとっても、景気は停滞したまま推移して、改善する兆候がない。
	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・手持ち工事が目一杯な状態は当面続く見込みである。人件費や材料費は上昇しているが、現段階では完工高が大きいと、利益率の低下をカバーできている。
	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・いろいろな要素がからみ、先行きは不透明である。
	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末を控え若干の受注量の増加はあるが、例年に比べると鈍い出足である。受注状況からみて、中小SOHOの景気はまだ改善されていない。
	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・製造系の客では製造ラインの設備投資が終わり、その後の状況を踏まえて情報通信に関する設備投資を検討している客が多い。
	金融業（貸付担当）	受注量や販売量の動き	・景気は回復していると報道するが、実際の取引先の受注量や販売量は前年より落ち込んでいる。前年のこの時期には駆け込み需要があったが、今年は減収減益の試算表を目にすることが多い。ただし原油価格の下落により燃料費等が減少することもあり、受注量や販売量が回復すれば企業の収益率は上昇し、景気は良くなる。
	金融業（自動車担当）	取引先の様子	・完成車メーカーの新型エコカーの販売好調から、自動車部品メーカーの受注は高水準を維持している。利益はコスト削減効果から過去最高水準となっている。
やや悪くなっている	化学工業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・苛性ソーダの値上げ交渉が前年後半にやっと一段落した。しかし近時の市場のダブつき感から値下げ局面に転じており、取引先からの要請も日ごとに増加している。
	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	・新商品の製造技術は難易度が高くなっているが、価格は抑えている。また材料や部品の価格は円安により上昇してきており、原価的に厳しい。
	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は前年2月から始まり、3月に本格化した。これとの比較になるため、今年2～3月の受注量は大きく前年割れとなる。

		会計事務所（職員）	取引先の様子	・飲食店の動きはあまり芳しくない。また2月は来客数が少ない月とわかっているが、それでも来客が少なすぎる。商店街でイベントを行っても、人の集まりが悪い。
	悪くなっている	食料品製造業（総務担当）	競争相手の様子	・同業種の廃業や倒産が多い。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・太陽光発電関連は施策の変更が大きく影響し、販売量が減少している。
雇用関連	良くなっている			
(中国)	やや良くなっている	人材派遣会社（支社長）	求職者数の動き	・新年度に向けて、企業からの求人数は増加している。一方、より良い就業条件を求める求職者の動きが増加しており、好調企業への雇用の流動化が促進されている。
		人材派遣会社（支店長）	雇用形態の様子	・時期的な理由もあるが、派遣社員の依頼が増えており、企業側の積極性を感じる。また派遣社員を直接雇用に変更することを望む派遣先企業も増えており、この意識の変化からみても景気はやや良くなっている。
		人材派遣会社（経営企画担当）	求人数の動き	・アパレルを中心に、求人数は増加傾向にある。落ち着いていた大型ショッピングモールの人材募集も再び動き始めており、求人数は更に増えてくる。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・新規求人数と有効求人数はともに前年を下回っているが、減少幅は縮小してきた。業種別では製造業で明るさがみえたところもある。
	変わらない	求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・新卒採用活動の解禁を控え、多くの企業が積極的に学生に接触を図っている。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・3月の採用活動開始に向けて本格的にスタートをきるため、各社は下準備でツールの作成を始めている。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	求職者数の動き	・新規求職者数は、在職者、離職者、無業者のいずれの区分においても減少した。また有効求職者数も3か月前と比べて13.2%減少した。
		職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・新規求人数は高い水準で安定している。減少率こそ低くなったが、求職者数の減少傾向は継続している。このことから有効求人倍率は高い水準で推移している。
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・おう盛な求人依頼があり、依頼件数は高止まりしている。逆に人材は不足している。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	求人数の動き	・求人は多少減ったと思うが、大きな減少ではない。
		学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・地元企業の採用意欲が向上している。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数は前年並みであったが、そのうち在職者は前年比で1割増となった。1月から年度末にかけては在職者の求職の新規登録が増加する時期であるが、今年是在職中から求職活動する傾向が顕著になっている。
	やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・有効求人倍率が低下してきているが、それでもまだ倍率は高い。人口減による構造的な人手不足により、採用側が求める年齢層の採用は難しく、求職者の年齢とのミスマッチが発生し、高い倍率を支えている。
	悪くなっている	-	-	-