

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	-	-
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・今年は地域全体の売り出しもあり、毎年売り出しの時は数字が良いので、現在よりは良くなる。
		百貨店（営業担当）	・温暖化の影響により、春・夏の季節の到来が前倒しになっている。3～5月にかけて季節を先取りした商材の仕入れを行えば、販売額は増加する。
		百貨店（販売促進担当）	・販売高が昨年を上回る動きできており、この動きにプラスして春闘による賃上げ、新年度という節目を契機とした購買意欲の活発化等を考えると今より良くなる。
		百貨店（売場担当）	・3月～4月以降も客の購買意欲は減退しない。特にヤング～キャリア層対象ブランドの動きが良く、けん引車となりうるはずである。
		百貨店（売場担当）	・今月の前半に冬物の終結セールを実施したが、前年比200%と非常に良かった。来月には、メーカーのイベントもあり、天候も暖かいので、春物初夏物の動きが良くなる。
		百貨店（販売担当）	・3～4月に実施されるリモデル効果により、新規客の増加が期待される。
		スーパー（店長）	・客単価の上昇に加え、来客数の増加傾向も見受けられ、しばらくは上昇方向が続く。
		スーパー（総務担当）	・冬商材は不調だが、飲料・加工食品も戻ってきており、精肉の和牛等高級商材も動きが良くなってきた。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・気温が昨年より早く上昇しているようなので、春物・夏物が早めに動く。
		家電量販店（店長）	・年度末で人が移動するに当たり消費活動が上向きになるが、今年は就職率も高く新社会人の消費が見込める。
		乗用車販売店（店長）	・客の動きが例年になく活発で、セールスの商談の数も多く来月も期待できる。
		乗用車販売店（統括）	・来客数が減少しているが、商談が少ないというわけではないので、今より良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・夜の来客数は前年比95%くらいだが、ランチタイムは110%と好調に推移している。これから暖かくもなり、この傾向はもうしばらく続き、100%は確保できる。
		一般レストラン（店長）	・2月は来客数・売上共に例年並みであったが、3～4月は予約も順調であり徐々に良くなる。
		スナック（経営者）	・4月からデスティネーションキャンペーンと言って、JR6社とタイアップして全国から岡山へ客に来てもらうキャンペーンの準備をしている。全国の駅にポスター・チラシ等を用意しており、例年以上の集客がある。
		観光型ホテル（経理総務担当）	・年末の忘年会シーズンあたりより、企業としての利用が増えてきている。春からの歓送迎会の営業にも、手ごたえを感じる。
		都市型ホテル（従業員）	・近郊レストランの週末利用客に、家族連れが増加した感があり、個人所得が少し回復する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後もビジネス客の宿泊が増える。
		通信会社（企画担当）	・年度替わりで、異動の引越しや新入学、入社の際、サービス契約の見直しになるが、より付加価値の高い単価の高い商品サービスに移行する人の方が多くなる。
		テーマパーク（財務担当）	・春からゴールデンウィークにかけて多数のイベントを企画しており、また料金の改定等も実施するため現在より上向く。
		美容室（経営者）	・内部企画が今のところうまく機能しており、これが順調に進めば良くなる。
		住宅販売会社（販売担当）	・住宅ローン金利の先高感があり、客に契約に向けての動きが見受けられる。
変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・景気がかなり回復しているというマスコミ等の報道はあるが、末端の消費者にはそれほど実感が見受けられず、まだ消費にはつながらない。3か月先も変わらない。
		商店街（代表者）	・仮店舗営業の状態が変わらない。
		一般小売店〔印章〕（営業担当）	・法人個人の印鑑の動きは良い方向に向かっているが、ペーパーレスによるゴム印減少、生徒数の減少による学校関係の注文減に加えて、下関市自体が他都市に比べて人口減少率が抜き出て高く、個々の企業商店の努力にも限界がある。地域全体としての施策がない限り今の状態が続く。

百貨店（営業担当）	・この春夏のトレンドカラーは白と黒が予想されるが、ミセスがすでに持っている色と日ごろからあまり人気のない色であるため、明るい色のブランドが良く出る。また春が早く来たため初夏物・ジャストシーズンものを持っているブランドの好調が予想される。ただし4～5月は春物が早く出たため、苦しい商戦となりそうである。
百貨店（販売促進担当）	・記録的な暖冬という天候面でのフォローがありながら、婦人服を中心とした春物の動きが低迷している。特にミセスゾーンについてはモチベーション関連の動きが活発化する時期ではあるが、量販店との価格差が未購入要因となって来ており、3月の実需期を前に価格が一つの懸念材料となっている。
百貨店（売場担当）	・前年ほど極端な取引先の在庫調整はみられず、3月までくると前年の寒さはほとんどないことが予測されることから、春物が順調に売れる。しかしながら、大きく浮上する好アイテムは見られず、前年実績を挟んだ動きが続く。
百貨店（購買担当）	・ヤングゾーンでは、フレッシュャーズやマザーニーズといったスーツ関係のモチベーション対応の動きが、昨年より順調に推移している。また春物の動きが順調ということで春に対する売上に期待されるが、ミセスの客はまだまだ反応が鈍いようなので、本格的な春が到来しないとなかなか売上にはつながらない。また現在改装中でその効果にも期待している。
スーパー（店長）	・来月は卒業・入進学を季節を迎え、余分な出費が必要になり、その分普段の買物に無駄をなくそうという傾向はより強まる。また、行楽シーズンを迎え外食等も増え、日々の食料品の買物はよりシビアになる。
スーパー（店長）	・ここ10か月くらい続いている来客数の増加傾向は今後も続きそうである。
スーパー（店長）	・年間商品の売上増加傾向は続き、食品は多少グレードの高い商品が売上を伸ばしており、客単価は前年比クリアを持續できる。
スーパー（店長）	・主力部門である生鮮部門、特に野菜が平均単価97%と大きく低下している。また相場の影響の少ない食品部門も約2%単価が低下しており、この状態がしばらく続く。急激な天候の変化がない限り、売上は現状のまま、前年比2～3%ダウンで推移する。
スーパー（店長）	・安売りに関しては売上増が見込めるが、それ以外の商品（定番売価）に関しては競合店の売価によって来客数が増減しているのが現状である。勤労者の収入が増収しない限りは現状維持が続く。
コンビニ（エリア担当）	・自社チェーンの中には、競合店の出店で売上が減少している店も結構あるが、当店は売上の増加傾向が続いており、この傾向はしばらく続く。
コンビニ（エリア担当）	・今後も厳しい競合状態が続く上、客の購買意欲も改善されない。
コンビニ（エリア担当）	・2月は全体的な購買力が1月に比べて悪く、新商品に対しての飛びつきも以前より低下している。これは3～4月に向けてもあまり良い傾向ではない。
コンビニ（エリア担当）	・前年の販売トレンドに対して伸張傾向にあるが、株価上昇・金利引き上げなどの影響でプラスマイナス0になる。現状の景気回復・拡大は一部企業にのみ恩恵があり、一般消費者への影響が少ない。
衣料品専門店（経営者）	・商店街の通行人数の減少が止まらない。
衣料品専門店（経営者）	・客は減っているし、冬物に比べ、春以降の商品は単価が下がるので客単価がこれから上がってくる事はない。
家電量販店（店長）	・今月は競合店のオープンで、客の買い回り効果もあり売上はアップした。しかし市場全体としては冷えきっており、競合店との相乗効果に期待しているが、価格競争等今後先行きが懸念される。
乗用車販売店（経営者）	・燃料の大幅値下がりには考えにくく、輸出大企業は景気が良くなっているとの話であるが、中小の企業は、四苦八苦している。この三月決算期を迎え倒産企業も多くなるとの警戒感も聞かれる。
乗用車販売店（統括）	・この1年間は販売量で、ほとんどの月で前年を割っている。この状況が変わる要素が無い。
乗用車販売店（営業担当）	・2月度の伸び悩みで、3月度決算月のゆくえに懸念を感じる。

乗用車販売店（サービス担当）	・新型車の投入もなく、これといった景気回復の実感が得られない。客の動向も鈍く前年割れをしている。
自動車備品販売店（経営者）	・タイヤのはめ替えの来店に期待するが、強気になれない。現在の弱含みの状況が続く。
自動車備品販売店（店長）	・ボーナス時期も過ぎ、高額商品を購入する客も少ない。この先2～3か月はこの状態が続く。
その他専門店〔書籍〕（従業員）	・書店業界全体が前年96%前後で推移しており、既存店は厳しい状況が続く。
一般レストラン（店長）	・夜の客単価の低下が、もうしばらく続く。
その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・客の価格、商品、サービスへの支持力が向上しており、新商品の期待からも、しばらく上向きの傾向が続く。
旅行代理店（経営者）	・3～4月の受注状況がまだ不透明である。例年と比べて、受注が遅いのか全くないのか分からない。3月の駆け込み受注も予想がたたない。
タクシー運転手	・3～4月は時期的にも客の動きが良く、売上も増加する。しかし例年と比較すると、中小企業の乗客からは利益が少ないという話を耳にするし、選挙が始まると夜も控えるということで、売上が懸念される。
タクシー運転手	・電化製品等の動きも一段落したようである。選挙戦を前にすると業界では全体的に動きが低迷するという傾向がある。観光客の予約もあまり入っておらず、やはり消費者の財布のひもは固い。
通信会社（総務担当）	・競業他社の攻勢により、引き続き契約獲得・解約とも厳しい状況が続く。
テーマパーク（広報担当）	・暖かいので、冬にしては入園者が多いが、春が来れば元に戻る。
テーマパーク（業務担当）	・例年は冬から春になると景気は良くなる傾向になるが、今年は今現在もよい状態が続いているので、今後もこのままよい状態で推移する。また、天候だけでなく様々な面で景気の回復感があるため、全体的な底上げもある。
競艇場（職員）	・通常のレースと変化がなく、入場人員・発売金額共に横ばいである。
設計事務所（経営者）	・建築業界は年度末には若干物件が動くが、新年度になるとまた以前のように物件が少なくなる。また、中小企業においてはそれ以上に受注率が低下することが見込まれ、上向きになることは難しい。
設計事務所（経営者）	・年度末が近づいてきたが来年度受注の情報が無い。
住宅販売会社（従業員）	・受注が、10%増になっても今まで抑えられぎみであった原材料費が徐々に値上げの状況にあり、今後客への影響が出始める。
住宅販売会社（経理担当）	・金利の先高観により消費者の購入意欲が高まる。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・大手のショッピングセンターがどんどんでき、最新鋭の設備の店舗がオープンし、業界の格差社会が大きくなっている。客は新しい店舗に足を運び、そちらでは好調な売上で推移しているようである。まちづくり三法が施行される前の駆け込み開店が続くものと予想されるし、三法が施行された後も取り巻く環境が良くなるとは全く思われない。非常に厳しい状況が続く。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・まちづくり三法の実施に向けて、商店街振興の新会社を設立するための委員会の役員をしているが、効果についても楽観できる状況にはなく、実施方法や内容等に不透明な部分もあり先行きにしても切羽詰った見通ししか持てない。
スーパー（財務担当）	・競合店の出店、価格競争が続いており、1点単価の低い状況が続く。
コンビニ（エリア担当）	・この2月に競合店が出店攻勢を掛けて来るが、現状の上昇気流が収まるか、若干悪くなる程度になると考えている。客は、使い分けが進んでおり、悲観はしてない。
コンビニ（エリア担当）	・コンビニエンスストアの出店も一段落し、新規の取引先もあまりとれていない状況で、キャンペーンなどの地道な活動しか打つ手がない。暖かくなり来客数の増加が見込めないと厳しい状況が続く。
衣料品専門店（販売促進担当）	・今本当に欲しい物がないと購入しない客が多いので、これからも苦戦が続く。
家電量販店（店長）	・販売できても、単価の低い商品で、価値あり高性能の商品の動きが悪い。

		住関連専門店（広告企画担当）	・地方都市では良いものが欲しいと思っている客が減ってきている。いても大都会付近で購入する傾向にある。
		都市型ホテル（経営者）	・対前年同時期で予約がマイナスになっている。
		通信会社（通信事業担当）	・加入数は現状維持だが、解約数が増える傾向にある。
		美容室（経営者）	・このままの状況が続くようであれば、単価を下げることも考えなければならず、そうなれば売上は減少する。
		設計事務所（経営者）	・客の収入環境が改善しないと発注量は減少する。また競争も激化している。
	悪くなる	商店街（代表者）	・商店街に客の数が減ってきており、各商店で景気の良い話が一つもなく商店街の中を見回しても、利益の出る店舗がほとんど見当たらない。今後に向けた積極経営をしている所も皆無である。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	輸送業（統括）	・来年度（4月）から新規開始の業務計画がすでに2件決定している。
		通信業（支社長）	・光電話は、エリア拡大を順次進めていき、順調な推移が期待できる。
		通信業（営業企画担当）	・ブロードバンドの普及に相まって法人向けネットワークサービスも低価格化・多様化が進み、安定性を考慮した2重化やバックアップ網構築も活性化しつつあり、全体的な受注増が期待できる。ただ、事業者間の顧客獲得競争は激しく、コスト面等の厳しさに変わりはない。
		広告代理店（営業担当）	・地元企業の求人広告の出稿がこの3か月右肩上がりである。
変わらない	繊維工業（統括担当）	・金利上昇がどのような影響が出るのか不透明なかでは、急激な変化があるとは考えられない。	
	化学工業（総務担当）	・好景気の影響で当面現状を維持する。	
	鉄鋼業（総務担当）	・鋼材需要は国内・輸出とも堅調であり、フル操業を継続している。一方、中国の輸出増が欧米等での在庫増をもたらしており、市況は軟化傾向のため、動向の注視継続が必要である。	
	鉄鋼業（総務担当）	・円安もここにきて落ち着き始め、中国・米国の景気の動向も心配されてはいるが、今後の景気は大きくは変わらない。	
	金属製品製造業（総務担当）	・受注量は多く、工場はフル生産だが、昨年11月ごろから鉄原料価格が上昇傾向である。そのアップ分を得意先へ値上げ交渉を進めていき、その結果次第であるが、ある程度はカバーしてもらえると見込んでいる。よって、現在の利益水準は確保できる。	
	一般機械器具製造業（経営企画担当）	・長期にわたり国内市場の悪化が続いており、売上の減少が当分続く。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・携帯関連は、例年以上に、春モデル、ワンセグ対応により強気の受注となっている。エアコンの受注も今年も猛暑の予想から、国内・海外（ヨーロッパ）とも早め、かつ強気の計画が出されている。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・客のなかには、まだまだ受注が増加しているところもあるが、年度末にしては減少気味のところもあり、全面的に良い方向であるとは言い切れない。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・連休をはさみ、生産の絶対ボリュームは減少するが、新製品効果が継続するため、日々の生産量は今のまま継続する。	
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・地方では賃金アップまではつながらず、相変わらず厳しい状況が続く。	
	建設業（経営者）	・不動産建設業界は冷ややかなまま推移している。若干マンション等も建っているが、他地域からの業者のもので、地元には全く波及効果がない。単価も非常に低く、景気を刺激するような材料は見当たらない。	
	輸送業（営業担当）	・取引業者の運送コスト幅の減少している。	
	金融業（業界情報担当）	・国内需要は引き続き伸び悩むが、円安を追い風に輸出は好調が続くとみられ、高水準の受注・生産を維持すると予想される。一方で、生産能力は上限に近づいており、売上高の増加余地は少ない。	
	その他サービス業〔清掃具レンタル〕（情報管理担当）	・今年は特に花粉症対策商品への関心が高まってきている。	
やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・OEM製品に関してはあまり利益が見込めない現状で、自社製品も新商品が出せず、先行きが懸念される。	

		窯業・土石製品製造業 (総務経理担当)	・大口の引き合いも無く生産量は低水準で推移する見込みである。また4月以降原料価格の値上がりが見込まれており、価格の改定交渉を行うが十分な価格改定は困難である。
		電気機械器具製造業 (広報担当)	・見通しでも受注が十分に確保できていない。
		金融業(営業担当)	・金利の引上げの影響で心理的にかなり切羽詰ったものがある。また広域合併の影響で、地域の端っこのところは競争が激しくなり、工事等が全く出ていない。
		会計事務所(職員)	・今は年度末ということもあり全般的な業種が忙しいが、この活気がこのまま続いていく見込みはどの経営者も持っていない。むしろ、新年度になってからの失速を懸念する事業所も幾つかある。また、金利が上昇する気配を見せているのも、大きな不安の種になっている。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	学校[大学](就職担当)	・求人件数は前年比2割増といった数字である。求職活動の早期化という背景もあり、やはり人材不足に対する対応だと思われる。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社 (担当者)	・大手の積極採用により、地方企業は引き続き母集団が不足傾向となる。
		学校[短期大学](就職担当)	・人材不足との声が多く聞かれて増加する傾向にあるが、契約社員の求人が多い。
	変わらない	人材派遣会社(担当者)	・雇用の現場からすると、短期間で劇的に改善される要因が見当たらない。非正規社員が正規社員に変える企業が増えていく傾向にあるので、長期的なスパンだったら景気改善傾向にはあると言える。
		求人情報誌製作会社 (支社長)	・求人数の状況推移が、3月末でいったん落ち着くと思われる。4～5月は横ばいとなりそうであり、このままの状態が続く。
		職業安定所(職員)	・一向に上向かない景気の影響で、サービス業や建設業を中心に事業廃止となる事例が相次いでおり、求人募集の面でも都会地とのギャップが際立っている。
		職業安定所(職員)	・例年春先は、新規求人数・新規求職者数とも増加しており、その傾向は変わらない。また職業相談・紹介件数とも例年以上に増加しており、また企業側の採用意欲も高く就職件数も増加している。
		職業安定所(雇用開発担当)	・サービス業からの求人増により新規求人が前年比で増加している。一方、求職者数は、新規求職者が増加している割には、求職者全体では緩やかに減少している感がある。求人数の増加は派遣求人増加に負うところが大きく、全体的に良くなっていくと言える力強さが感じられない状況は変わらない。
		民間職業紹介機関(職員)	・連結売上約700億円の企業でも、正規雇用者の補充で「まず契約社員で採用して1～3年様子をみてから、その人を正規雇用するかどうかを考える」との求人案件がある等、今後も安定雇用者が増加しない。
	やや悪くなる	人材派遣会社(営業担当)	・求職者の正社員志向の高まりから、派遣登録者が前年を割り込む傾向がよいよと顕著になる。
悪くなる	-	-	