

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	-	-	-
	やや良く なっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・猛暑で客足が落ちている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街への来街者も以前より多くなり、店舗の来客数もだんだん増えてきている。
		百貨店（購買担当）	お客様の様子	・今月は暑い日が続いたので、夏物クリアランスセールが順調であった。食品関係はギフト最終処分大会で、前年を超える売上があった。景気は上向いているが、良い物を安く買うという客の傾向は変わらない。
		百貨店（販売担当）	来客数の動き	・今年夏休み、お盆に伴うファミリー層や帰省客の来店が前年をやや上回っている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は前年を上回っていないが、客単価が3か月前より2%上昇した。理由としては、暑さ、商品の値上げ、長い盆が考えられる。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・衣服、住生活商品の販売量が微増ではあるが伸びており、特に盛夏商品が良い。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前に比べて来客数が前年比で伸びてきている。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・販売数、客数とも前年比で増加してきている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・猛暑が続き、エアコンや扇風機等の季節商材の動きが活発である。冷蔵庫も販売量が伸び、省エネタイプの構成比が高まって単価が上がっている。
		その他専門店 〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・JRのキャンペーン効果で、来客数が増加している。
		その他専門店 〔ファッション雑貨〕（従業員）	来客数の動き	・夏休みに入って家族連れのお客が平日も多く、ボーナスもあって、売上は期待どおり前年実績を確保した。
		その他小売 〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・盆休みを9日間の長期休暇とした人が多く、また前年より期間後半に取得した人も多かった。帰省・行楽関連商品は好調に推移し、特に前準備として期間前半に動いた。
		高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・夏休みで、家族連れと個人の動きが良い。
		一般レストラン （経営者）	販売量の動き	・今年梅雨明けが早く、夏物商品の動きが早くから良かった。その流れを受けて盆商戦に突入し、販売額が増加したものの、盆の終わりとともに消費者の動きは鈍くなっている。
		一般レストラン （エリア担当）	来客数の動き	・客単価は相変わらず低いままであるが、来店頻度が上がってきた。盆期間なども集客が良かった。
		一般レストラン （外食事業担当）	来客数の動き	・猛暑が続き、盆の14日までの来客数は前年並みであったが、それ以降は前年を上回った。客単価は良くないが、厳しい暑さで飲料やビールの売上が増えた。
		都市型ホテル （企画担当）	来客数の動き	・団体の先行受注は伸び悩んでいるが、夏休みシーズンで個人需要がやや活発になっている。海外の宿泊客も増加傾向にある。
		旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・年末年始の予約状況が良好である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月は野外コンサートや全国規模の大会開催に、天候不順が重なって、前年より売上が5%以上伸びている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・客の動きが良く、単価は低いが総売上は前年よりも良い。	
	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・消費税増税の駆け込み需要のため、業界全体で受注が伸びている。ただし、業者間の格差は大きい。	
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・3か月前同様に客の消費意欲は強く、一部商店では高額品ほど売上が堅調である。しかし、取扱商品によってはアベノミクスの恩恵がない商店もある。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・相変わらず客の購買数は必要最低限となっており、レジ周りに置いているプラスワン商品の動きが悪い。
		商店街（代表者）	単価の動き	・デフレ傾向で好景気は一切感じられず、消費税増税の影響で、客はより安く、より良い物を厳密に選択する傾向が続いている。

商店街（代表者）	お客様の様子	・輸入関連商品が値上げ傾向にあるが、客の収入に変化はない。
一般小売店 〔靴〕（経営者）	お客様の様子	・真夏日が3週間以上続いたので、来客数と売上は減少したが、安い品物に流れる傾向から、日本製のしっかりした品物を適切な価格で購入する客も目立つようになった。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・客の関心に合った品ぞろえだと、来客数、売上ともに確保できる。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・お盆期間が長めに設定可能な曜日まわりだったので、帰省客や観光客の来店が通常より若干増えた。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・売上は前年同月の97%程度で、良くない。前年を上回っている店舗は半数程度で、飲食、サービスが比較的順調である。来客数は前年同月の93%であるが、全体的に客単価が上がっており、わずかではあるが売上がカバーできている。メインのアパレルが伸びないと景気が上向いているとは言えない。
百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・秋物の展開時期となったが、例年以上の酷暑が続くため、婦人服を中心に動きは悪い。しかし夏物セールの継続で夏物商品の売上は2けた以上のプラスとなった。全体では客単価がマイナスとなり、売上はファッションを中心に低迷傾向である。ただ来客数は駅前のドーム広場完成により増加に転じている。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・8月は百貨店にとっては物が売れにくい月であるが、客は安くても不要なものは買わず、逆に必要なものは少し高くても買う傾向にある。特にコーヒーなどの食品し好品は、こだわりをもって買う客が多い。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・8月は猛暑により、UV商品が引き続き好調であった。クリアランスセールが落ち着くなかで、季節商品が数字を押し上げた。その反面、季節に無関係のハンドバッグはやや苦戦した。
百貨店（電算担当）	販売量の動き	・猛暑で来店数が減少したが、店全体の売上は前年と変わらない。婦人衣料品は苦戦し、メガネは好調であった。観光地の店舗は人の移動が多いので、売上が好調である。お中元の売上が下げ止まったことには注目している。
スーパー（店長）	来客数の動き	・客単価に変化はない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比で100%を越えないが、買上点数と客単価は微増である。
スーパー（財務担当）	来客数の動き	・盆の期間中は、来客数、客単価ともに前年並みであったが、平常に戻ったら来客数が前年割れとなっている。
スーパー（管理担当）	単価の動き	・来客数は若干前年を上回るが、上回った分以上に単価が前年を下回っている。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は下げ止まりではあるが、まだ上昇傾向とはいえない。
コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・前年比で改善傾向にあり、猛暑で飲料やアイスなど盛夏商品が好調であるなど、環境に恵まれた。
衣料品専門店（経営者）	それ以外	・中小企業に勤める客が多く、景気は全く良くなっていないという声をよく聞く。
家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・季節商材目的の客は多いものの、その他商品の販売量は変わらない。
乗用車販売店（副店長）	販売量の動き	・9月の中間決算を控えているため、そこで一気に客が動くような感じがする。
乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・販売量に大きな変化はない。
乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・8月の販売量は前年とほぼ同じ動きをしている。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前年と比べた場合、大きな変化がない。
その他専門店〔海産物〕（経営者）	販売量の動き	・お盆もあり、トータル売上は前年を上まわったが、極端な賑わいはなく、購買単価も変わらない。
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	・猛暑の影響で来客数が増えず、服飾店舗を中心に売上が伸び悩んでいる。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	来客数の動き	・お盆前後の動きは良かったが、お盆が明けると客の動きが悪くなり、買上点数も減っている。

観光型ホテル (支配人)	販売量の動き	・当初は予約が少なかった夏休み期間中の宿泊客は、前年並みまで回復したが、お盆期間中の料金設定を見直したため客単価は低下した。客の財布のひもはまだ固い。	
都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・夏の行楽シーズンの宿泊は早期予約が少なく、当日や前日の予約が多くなっている。旅行計画を早くから立てられない客が増えており、景気が良くなっているとは思えない。	
都市型ホテル (企画担当)	単価の動き	・宿泊及びレストランについては、来客数は微増で、単価も若干伸びている。一般宴席については、大型宴席が減っているため、1件当たり単価が下がっている。	
タクシー運転手 通信会社(企画 担当)	来客数の動き お客様の様子	・夜の動きが鈍く、売上が半減している。 ・8月は盆時期で、商品販売は低調だったが、商品への関心がないわけではなく、以前より営業は進めやすくなっている。	
テーマパーク (管理担当)	来客数の動き	・前年と変動がない。	
テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・新規イベントなどで集客を見込んでいたが、猛暑や大雨など天候不順が続いたため、外出を控える動きが出た。	
ゴルフ場(営業 担当)	来客数の動き	・猛暑により、事前の予約時点はいいが、1か月前くらいから予約数が伸びなくなり、結果的には前年より悪くなる。	
競艇場(職員)	販売量の動き	・売上、客数ともに横ばい状態である。	
美容室(経営 者)	来客数の動き	・売上と来客数の動きは鈍く、客からも景気が良いという話は聞かれない。	
美容室(経営 者)	販売量の動き	・来客数、来店頻度、商品の販売量に変化はない。	
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	・客やその家族との会話からは景気の変化がうかがえるような話は、一切聞かれない。	
設計事務所(経 営者)	販売量の動き	・前年に比べて受注量が3割以上増え、現在も引き合いが順調にきている。	
設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・地方経済は衰退の一途である。	
設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・古い住宅の耐震化へ向けてのリフォーム意識が最近高まってきた。	
住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・消費税増税前の対応で、客が慎重になっている。	
住宅販売会社 (販売担当)	お客様の様子	・消費税増税への関心は高いが、積極的な購買行動にはつながっていない。住宅ローンの検討に客は慎重な様子である。	
住宅販売会社 (営業担当)	お客様の様子	・消費税増税に伴う駆け込み需要もピークを過ぎた様子である。	
やや悪く なっている	商店街(理事)	来客数の動き	・猛暑で外出を控える客が多く、景気が悪い。
	一般小売店 [茶](経営 者)	販売量の動き	・今年のお中元商戦は前年に比べ悪かった。今の政権を応援するが、当社を取り巻く経済環境はますます悪くなっている。
	一般小売店[酒 店](経営者)	販売量の動き	・料飲店の売上が上がらない。瞬間的には忙しくなるが、コンスタントな売上がなく、不安定な状況が続いている。
	一般小売店[食 品](経営者)	単価の動き	・6~7月は客単価が上昇したものの、8月は盆需要期にもかかわらず、来客数、客単価ともに前年を下回った。
	一般小売店[印 章](経営者)	販売量の動き	・8月は営業活動や新しい動きが少ない月であるが、前年と比較しても売上が悪い。
	百貨店(売場担 当)	販売量の動き	・宝石やブランド品が売れず、厳しい状況である。
	スーパー(店 長)	単価の動き	・生鮮食品、食肉、水産品、惣菜の客単価が低下している。調理を必要とする食肉は、猛暑の影響で売れず、水産品も生食を避ける傾向がある。惣菜が売れるかということ、思うように売れず、いずれも非常に売上が悪い。
	スーパー(販売 担当)	来客数の動き	・天候不順のためか、客数が伸び悩んでいる。猛暑続きということもあり、午後の客数の減少が著しい。
	スーパー(業務 開発担当)	販売量の動き	・競合店との競争激化の影響もあるが、来客数、販売点数とも前年割れである。高温による野菜の値上がり、加工食品の相次ぐ値上げで単価が上昇し、販売点数減少の要因になっている。

		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・猛暑の影響でアイスクリームや飲料の売上は伸びているが、それ以外の商品の動きは鈍い。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・工事現場の客の減少と、猛暑の影響で来客数が前年を下回っており、売上は3か月前より3～4%落ちている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・呉服業界では、絹糸や麻などの原材料の値上げで商品価格が上がり、販売に影響が出ている。小売店で商品が売れなくなると卸売店の仕入が減少し、生産者も仕事が減って廃業する人も出る。ますます中小企業は大変になってきている。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	単価の動き	・品質の良い商品を買う客が減少し、家計が厳しいため安い商品が売れる。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・エアコンが好調であったが、盆を過ぎると販売量が減少して苦戦している。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	来客数の動き	・猛暑続きで入客が少なく、給与が上がったという話もなく、円安で物価が上昇し、ガソリン代の値上がりも家計に響いている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少している。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・不順な天候、景気の動向など、いい材料がない。
		通信会社（広報担当）	販売量の動き	・販売量は増える傾向にない。
		通信会社（工事担当）	販売量の動き	・お盆休みで全体に申込件数が減少している。
		テーマパーク（営業担当）	来客数の動き	・猛暑を超えた酷暑で、テレビや新聞でも外出を控えるような報道がされており、客は屋外にレジャーに行くという気にならないとみられる。
	悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・アベノミクスで景気が回復傾向というが、地方の商店街は間違いなく苦戦している。これで消費税が上がれば、商売自体が行き詰まるのは目に見えている。
		家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・客数が明らかに減っている。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・日本製にこだわりがあれば高級品も売れるが、販売量の減少とともに外国製の廉価商品を望む客が多いため、収益性が低い。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・売上は前年を下回り、客足も少ない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・大雨等の影響もあり、来客数が8月に入り激減した。景気そのものも良いとはいえないが、地方は特に疲弊している。
企業動向関連 (中国)	良くなっている	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・国内自動車メーカー向けの売上は横ばいであるが、設備投資に伴う工作機械関係では上向きの動きがみられる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新車の立ち上がりがあり、受注量が増加している。
	やや良くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・7月と4月を比較すると、水揚げ数量は430t、水揚げ金額は1億1,500万円の増加である。7月単月では、水揚げ数量が500tの減少で前年の72.2%、水揚げ金額は3,780万円の減少で前年の92.2%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	・販売が前年比で増加してきている。
		化学工業（経営者）	取引先の様子	・取引先の増産計画が1～3か月延期されたが、景気動向にらみの感が強い。
		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	・徐々にではあるが鉄鋼大手向け生産が上向いてきて、生産量を底上げしている。また自治体向け焼却炉用炉材の注文も入りつつある。
		鉄鋼業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・自動車に加え、土木、建築など各分野で需要が好転しているなか、鋼材市況は横ばいであったが、ようやく好転し始めた。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・輸送用機器向け及び電子機器向けの生産が好調である。
		金属製品製造業（総務担当）	競争相手の様子	・同業他社から、代わりに生産できないかという問い合わせがきた。直近1年以上なかったが、同業でも会社によっては仕事量が増えてきているようである。人員などを絞っている背景はあるが、3か月前と比べると上向きと判断できる。

	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税を見越した駆け込み需要がまだ続いている。ただ収益の確保は、人手不足、資材の値上がり等により厳しい。	
	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・営業面の成果が出始め、客数、受注量とも増えている。通信販売関係は顕著な伸びである。	
	輸送業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・国内の物流にあまり変化はないが、輸出入荷物が増加してきている。	
	通信業（営業企画担当）	競争相手の様子	・経営状況が上向きな既存客に対して、競合他社からの提案が増加しており、前年に比べて防衛提案が相次いでいる。	
変わらない	化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・円安による原燃料高騰等を価格に転嫁できておらず、素材産業には景気回復の実感がまだない。	
	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	・アベノミクスによる景気上昇気運が高まる中、円安による材料値上げを打診されるが、薄い利益では値上がり分を吸収できず、対応に苦慮している。	
	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	・新製品の立ち上げに際し、生産がひっ迫している職場があり、受注量の好調さがうかがわれる。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	取引先の様子	・2014年末頃に向けて景気が徐々に悪化していく見通しであったが、足元の円安等により、好景気とは言えないまでも、変わらずで推移している。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・悪いまま推移している。	
	建設業（総務担当）	取引先の様子	・型枠工事等の協力業者の確保が困難な状況は変わらない。	
	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・通信機器、ネットワーク環境の販売や更改に際して、新たな設備投資が抑制されており、販売も横ばいの状況にある。	
	金融業（自動車担当）	取引先の様子	・自動車部品メーカーの受注は、低燃費車の輸出好調から前年比プラスで推移している。経費削減も進み、利益率は上昇している。	
	不動産業（総務担当）	それ以外	・来店数、成約件数は微増である。	
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・取引先で様々な取組を提案するが、現状で販売見込みがあまり良くないという話をよく聞く。販売促進戦略も費用対効果は当然ながら、なるべく費用を使わないなど、取引先の思案も多様である。
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・物流関連が相変わらず良くない。建築関係では、設計事務所は徐々に受注が増えているものの、まだ数字に出てきていない。また、円安による輸入材料の高騰や賃金の値上がりを見越して、工期が長期間にわたる受注に対しては、二の足を踏む動きがある。	
やや悪くなっている	食料品製造業（総務担当）	それ以外	・円安の影響で材料関係が値上がりしているが、価格転嫁できていない。	
	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・盆休みの売上は予想以上に悪く、客の動きも鈍い。	
	その他製造業[スポーツ用品]（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注先からは海外生産比率を高めるため、一部減産の意向が示され、国内生産工場である当社にとっては非常に厳しい状況で、生産体制の見直しを余儀なくされている。	
	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・円安の影響で原材料価格が高騰している。販売価格にすぐに転嫁できる企業は問題ないが、中堅中小企業は販売価格に転嫁できず苦勞している。結局、企業の設備投資増加はもちろん、個人の所得が上がり、内需が増えなければ、景気は良くなったと実感できない。消費税増税の行方を見極めていく市場と同じように、踊り場状態という感がある。	
悪くなっている	-	-	-	
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）	求人数の動き	・求人を出す企業が、一部の大手から地場中小企業にまで拡大してきており、求人数は増加している。その求人背景には繁忙対応という理由が目立ち、企業の生産活動が活発になっている。
		人材派遣会社（経営企画担当）	雇用形態の様子	・太陽光・住宅・医療関連等、内需関連企業に求人の動きが出てきている。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	求人数の動き	・2014年卒の依頼が増えてきている。また、2015年卒採用についても採用数を増やす動きが多く、当社の受注件数も伸びそうである。

	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・景気回復が非常に進んでいるという実感はないが、2015年度の採用活動が進行している企業には、今年度から更に採用人数を増やす計画の企業が多くなっている印象を受ける。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・7月の新規求人に占める正社員求人の割合は、3か月前と比べ0.1ポイントと微増ではあるが上昇している。
	職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で着実に増加しているが、新規求職者数は減少傾向が続いており、この状況は継続する。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・建設土木業のおう盛な求人、製造業の堅調な伸び、近隣県からの問い合わせの増加など、急激に求人数が増えてきている。
	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	・水産加工業が好調だった製造業や、補正予算による公共事業大幅増の建設業、出雲大社遷宮による観光客増による宿泊業からの求人増が、求人数全体を押し上げ、前年比で2割増加した。
変わらない	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・アベノミクス効果があったようにマスコミは取り上げているが、実感も実態もない。地方に影響が出るのはもう少し先か、影響が出ないかもしれないという声のほうが多い。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・6月の有効求人倍率は、1.21倍と前月と変わらない。非製造業は回復を見込んで採用に積極的だが、製造業は円安による材料費上昇により、慎重姿勢が続いている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・夏場ということもあってか、目立った動きは見られない。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	求職者数の動き	・求人倍率は7か月ぶりに1倍を超えたが、有効求職者数が3か月前より13%減少したことが影響しており、景気が良くなっているわけではない。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	それ以外	・おおむね、7月と8月の状況に変化がみられない。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	求人数の動き	・世間はアベノミクスで上昇ムードのようであるが、求人特に変化はない。
やや悪くなっている	-	-	-
悪くなっている	-	-	-