

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 | 乗用車販売店 (店長) | お客様の様子 | ・東京オリンピック開催決定後は、特に顕著に、乗客数が増え、成約に至るまでの時間も短くなっている。 |
| | やや良くなっている | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・5月に始まった出雲大社大遷宮から数か月経った現在でも、観光客数は順調である。 |
| | | 商店街(代表者) | お客様の様子 | ・商店街中心部に、ファストファッションの大型店ができ、県内外からの来街者で大変にぎわっている。 |
| | | 百貨店(営業担当) | 販売量の動き | ・店舗の約半数が前年の売上を超えており、他の店舗も極端に悪いところはない。飲食、サービス関係が変わらず好調であり、アパレルも3か月前よりは持ち直している。 |
| | | 百貨店(購買担当) | お客様の様子 | ・食品関係は、どこの百貨店でも物産展を開催している時期なので、厳しい状況である。一方、9月中旬から気温が下がったため、衣料品の売上は前年より良くなった。高額商品のプレタポルテや紳士用品なども順調に推移している。 |
| | | スーパー(店長) | 販売量の動き | ・来客数は伸びていないが、客の買上点数が前年を大きく上回っている。 |
| | | スーパー(店長) | 販売量の動き | ・1点単価は低下傾向にあるものの、販売点数が前年に比べて増加している。若干ではあるが、小売にも景気高揚感がある。 |
| | | スーパー(総務担当) | 単価の動き | ・客単価が伸びている。客の購買意欲が少し上がってきている。 |
| | | コンビニ(エリア担当) | 来客数の動き | ・少しずつではあるが、来客数が戻り始めている。 |
| | | コンビニ(エリア担当) | 販売量の動き | ・客は特売商品だけを購入するものの、朝晩涼しくなり客足は戻りつつある。 |
| | | 衣料品専門店(地域ブロック長) | 単価の動き | ・商品単価が上昇している。東京オリンピック開催決定の効果があり、見通しが明るい。 |
| | | 家電量販店(店長) | 来客数の動き | ・店舗の看板を替えた影響で、特に若年層の来客数が増加傾向にある。 |
| | | 乗用車販売店(統括) | 販売量の動き | ・前年9月にエコカー補助金が終了した関係で、今年9月の販売状況は、前年比112%と若干上回った。 |
| | | 乗用車販売店(副店長) | 来客数の動き | ・前年はエコカー補助金の駆け込み需要があったが、今年も前年並みの集客と販売量を確保した。 |
| | | 乗用車販売店(営業担当) | 来客数の動き | ・以前に比べて、新規の来店者数が増加している。 |
| | | その他専門店[海産物](経営者) | 来客数の動き | ・9月になって、特に団体客が増え、来客数、販売量ともに増加している。 |
| | | 一般レストラン(エリア担当) | 競争相手の様子 | ・競争相手にも、ランチの低価格路線を感じる。客の来店頻度は若干高まってきている。 |
| | | その他飲食[サービスエリア内レストラン](支配人) | お客様の様子 | ・連休を中心に客が増え、単価も上がり、買い控えは少なくなっている。 |
| | | 都市型ホテル(企画担当) | 来客数の動き | ・7～8月は個人の宿泊需要が増加し、全体の宿泊者数が伸びている。9月からは市内でコンベンション関連の開催が多く、宿泊者も増加傾向にある。 |
| | | ゴルフ場(営業担当) | お客様の様子 | ・来場者数に変化はないが、単価が多少上向き傾向である。 |
| | | 設計事務所(経営者) | 競争相手の様子 | ・消費税増税前の駆け込み需要の影響で、同業他社も含めて、受注が伸びている。 |
| | | 設計事務所(経営者) | お客様の様子 | ・新築やリフォームを考えている人は、消費税増税が気になる様子で、工事時期を前倒して早めたい意向がある。 |
| | | 住宅販売会社(従業員) | 販売量の動き | ・今月は客の動きにつられるように、受注量が少し増加している。 |
| | 変わらない | 商店街(代表者) | 販売量の動き | ・客は必要以上の商品を購入せず、購買数量が少ない。 |
| | | 商店街(代表者) | 来客数の動き | ・政府が景気対策を打ち出しているが、なかなか商店街には効果が及ばない。政府の補助金で単発のイベントをすれば集客はあるが、あとが続かない。 |
| | | 商店街(代表者) | お客様の様子 | ・物価は上昇するが収入は増えず、来年の消費税増税も気になる。 |

| | | |
|----------------------------|--------|--|
| 一般小売店 〔靴〕（経営者） | 来客数の動き | ・9月は、暦では秋であるが、現実には夏が延長している。どうやって客の購買意欲を増加させるか、頭をひねっている。 |
| 一般小売店〔印章〕（経営者） | 販売量の動き | ・半期決算月の9月は通常月より売上が良いが、前年には及ばない。 |
| 一般小売店〔酒店〕（経営者） | 販売量の動き | ・料飲店の売上の落ち込みが激しくなってきた。競合店が出店した影響もあると思うが、給与が増えない状況で客の財布のひもはさらに固くなっている。 |
| 一般小売店〔食品〕（経営者） | 来客数の動き | ・仕入単価の影響かもしれないが、客単価は上昇したが、来客数は前年を下回っている。 |
| 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・消費税増税の影響で宝飾品関係の動きはかなり良いが、毛皮などの動きは今一つである。婦人服はニーズとタイミングが合わない動きは悪い。 |
| 百貨店（売場担当） | 販売量の動き | ・9月前半は衣料品を中心に好調であったが、天候不順により食料品の納品が不安定となり、食料品はやや苦戦した。21日からの3連休の来客数が予想より少なく、店全体の売上は前年並みである。 |
| 百貨店（売場担当） | 来客数の動き | ・端境期である9月は、洋品関係の動きも悪く、また中旬以降に残暑がぶり返したため、来客が特に少なかった。 |
| 百貨店（電算担当） | 販売量の動き | ・売上は、前年比マイナス2%で、出雲大社近くの売店、出雲空港の売店は好調をキープする。数か月ぶりに、紳士衣料品が好調で、婦人衣料品は低調であった。いずれにしても客は低価格志向で、不要不急のものは買わない、目的のものしか買わない。 |
| 百貨店（販売担当） | 販売量の動き | ・好調に推移している宝飾品や美術品の売上は前年を上回っているものの、次第に落ちてきている。日用品、衣料品は、前年に届かない状況が続く苦戦している。 |
| スーパー（店長） | 販売量の動き | ・来客数、客単価に変化はない。 |
| スーパー（店長） | 単価の動き | ・3か月前と同様で、来客数は前年の99%、客単価は101%と、来客数の割には売上が良い。 |
| スーパー（店長） | 販売量の動き | ・来客数は前年を下回ったが、販売金額は前年を上回った。 |
| スーパー（業務開発担当） | 販売量の動き | ・野菜やその他加工食品等の値上がりで、平均単価が上がった。売上は前年をクリアしているものの、買上点数が下がっている。 |
| スーパー（販売担当） | 来客数の動き | ・週末の土・日に天候が崩れることが多く、集客面でかなり影響が出た。それ以外は、ほぼ前年並みに推移した。 |
| スーパー（財務担当） | 来客数の動き | ・商品単価の上昇で客単価は上昇しているが、来店頻度が低下し、来客数の前年割れが続いている。 |
| スーパー（管理担当） | 単価の動き | ・来客数は微増であるが、客単価がついてこない。 |
| コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・来客数は天候に左右されるが、9月前半は悪天候で減少し、中旬以降は好天で回復した。最近、工事関係の客が増えており、売上は前年と同額である。 |
| コンビニ（地域ブロック長） | 販売量の動き | ・飲料、たばこの販売数量が減少している。 |
| 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・リフォームや太陽光発電への客の関心が高まっている。販売単価が良くなっている一方、家電製品の販売数の伸びが悪い。 |
| その他専門店 〔和菓子〕（経営者） | 来客数の動き | ・売上や来客数に極端な増減はない。 |
| その他専門店 〔ファッション雑貨〕（従業員） | 単価の動き | ・来客数は横ばいで、客単価は上昇している。 |
| その他小売 〔ショッピングセンター〕（支配人） | 販売量の動き | ・上旬は一時的に気温が下がって秋物が売れたが、その後、台風や気温の上昇等の天候が影響し、客の購買意欲が薄れた。3連休が2回続き前年より休日は1日増えたが、販売量への効果はあまりない。 |
| 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・最初の3連休は良かったが、次の3連休は家族連れの動きが悪く、前年並みの売上となっている。 |
| 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。 |
| 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・盆商戦後は一気に来客数が減った。特に家計に占める外食比率が低下傾向で、客の来店頻度も落ちた。 |

| | | | |
|-----------------------------------|--------------------|--|---|
| 観光型ホテル (支配人) | 販売量の動き | ・全体の売上は堅調なもの、料飲部門の売上と来客数が減少している。 | |
| 都市型ホテル (スタッフ) | お客様の様子 | ・特に良くなったことや悪くなったこともなく、何も変わらない。 | |
| 都市型ホテル (企画担当) | 来客数の動き | ・宿泊客数は3か月前と同様、前年より好調に推移しているが、一般宴会数が前年を下回っている。全国的には前年より好調なようだが、広島地区は、景気が全国並みまでには良くなっていない。 | |
| 旅行代理店(経営者) | 販売量の動き | ・東京方面では海外旅行販売が上昇傾向にあると報道されているが、岡山方面はあまり変化がない。 | |
| タクシー運転手 | 来客数の動き | ・連休中は観光客が増え、売上が良かった。 | |
| タクシー運転手 | 単価の動き | ・客単価は上がっているが、チケット販売が良くない。 | |
| 通信会社(企画担当) | 販売量の動き | ・4Kテレビの売行きは予想を上回ると聞くが、テレビコンテンツについては、前年より鈍くなっている。 | |
| 通信会社(広報担当) | 販売量の動き | ・さほど変化がない。 | |
| 通信会社(営業担当) | 販売量の動き | ・契約獲得数に伸びがない。 | |
| テーマパーク (管理担当) | 来客数の動き | ・来館者数が前年と変わらない。 | |
| テーマパーク (業務担当) | 来客数の動き | ・前半は天候不順もあり、来園者が少ない日もあった。後半は週末を中心に天候に恵まれ、来園者の落ち込みはなかった。 | |
| 美容室(経営者) | 来客数の動き | ・9月は暇な時期であるが、今年は来客数、売上ともに特に落ち込んでいる。 | |
| 美容室(経営者) | 競争相手の様子 | ・客単価は上がらず、売上も悪く、景気が上向きになったとは感じられない。 | |
| 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では、景気の変化がうかがえる話は一切聞かれない。 | |
| 設計事務所(経営者) | お客様の様子 | ・生活必需品しか動きがなく、消費税増税による価格上昇への不安感が増大している。 | |
| 設計事務所(経営者) | お客様の様子 | ・今からでは消費税増税後になることを承知した上で、戸建て住宅の新築やリフォームの引き合いが続いている。 | |
| 住宅販売会社 (営業担当) | お客様の様子 | ・引き続き好況感があり、良い意味で横ばい状況である。 | |
| 住宅販売会社 (販売担当) | お客様の様子 | ・物件の問い合わせ件数は横ばいである。消費税増税による先行き不安からか、客が慎重に検討する様子が感じられる。 | |
| やや悪くなっている | 商店街(理事) | 来客数の動き | ・猛暑の影響で来客数は少なかった。 |
| | 商店街(代表者) | 単価の動き | ・残暑の影響で秋物衣料が振るわない。消費税増税も気になり、生活防衛で消費行動を控えている客が多い。 |
| | 一般小売店 [茶](経営者) | 販売量の動き | ・出雲大社遷宮の効果で小売部門は伸びているが、卸部門が低迷し、競争激化により海外での売上が落ちたため、全体では前年を下回った。 |
| | 一般小売店[紙類] (経営者) | 単価の動き | ・冠婚葬祭用の商品単価が下がってきており、全体の単価を押し下げている。 |
| | 百貨店(販売促進担当) | お客様の様子 | ・相変わらず、宝飾品、美術品といった高額品の動きは堅調であるが、中旬以降の厳しい残暑で、主力のファッションの動きにブレーキがかかる。物価高騰、消費税増税の現実化等も、消費が浮上してこない要因である。 |
| | 百貨店(売場担当) | 販売量の動き | ・有名ブランドのぜいたく品は売れるが、全体の単価は低く、売上は思ったほど伸びていない。 |
| | スーパー(店長) | 販売量の動き | ・前年は残暑の影響で、一般食品、油、缶詰飲料、ペット飲料が売れたが、今年は早くから気温が低下したため販売量が伸びていない。特に缶コーヒーは、大手コンビニでのカフェの増加で、大きく落ち込んでいる。 |
| | コンビニ(副地域ブロック長) | 来客数の動き | ・9月の売上は前年の96%であった。今年は3連休効果を期待したが、残暑にもかかわらず飲料系の売上が悪い。 |
| | 衣料品専門店 (経営者) | お客様の様子 | ・光熱費の値上げや消費税増税等の情報により、客の財布の引き締めが厳しい。 |
| | 家電量販店(販売担当) | 来客数の動き | ・夏商戦も終わり、決算が盛り上がらない。 |

| | | | | |
|--------|-----------|-------------------------|--------------|---|
| | | 家電量販店（企画担当） | お客様の様子 | ・商品を見るだけで、購入に至る客が少ない。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | 販売量の動き | ・若年層の車離れやネット販売の増加により、店頭販売価格が下落し、減収減益となっている。 |
| | | その他専門店〔布地〕（経営者） | 来客数の動き | ・9月前半は雨の日が多く、来客が少なかった。 |
| | | 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 | ・猛暑の影響は大きく、客数が前年割れの日も多かった。中高年層の来客数が減少し、売上確保に苦戦しているテナントも散見された。 |
| | | 一般レストラン（外食事業担当） | 単価の動き | ・盆が終わってからの動きは、9月に入っても変化はない。夜の客数と宴会の需要が減少している。飲料の注文数も減少しており、客単価が下がっている。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・夜の売上が悪い。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・夏休みが終わり、人の動きが極端に減った。 |
| | | 通信会社（工事担当） | 販売量の動き | ・競合他社との競争が激化して、申込のキャンセルが増加傾向にある。 |
| | | 競艇場（職員） | 販売量の動き | ・今月は、7月開催のレースほどの売上がなかった。 |
| | 悪くなっている | 自動車備品販売店（経営者） | 販売量の動き | ・我々の業種もあまり実績がよくない。メーカーは、売上を出荷ベースでカウントするので、前年を超えているようみえるが、販売店では在庫が貯まる一方で、売上は前年割れとなっている。 |
| | | その他専門店〔時計〕（経営者） | 来客数の動き | ・月初は今年最低の売上で、後半20日過ぎくらいから前年に近づいたが、月全体では前年より悪くなっている。 |
| 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 | ・地場の自動車産業が多忙で、注文も増加している。 |
| (中国) | 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 | ・住宅関連は、消費税増税、優遇税制、低金利等により需要が増加傾向である。 |
| | | 化学工業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・車向け用途部門では、メーカーの増産計画に修正があり、わずかながら受注量が増加している。他開発案件も、サンプル提供の引き合いが増加している。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・需要環境の改善は継続しており、自動車用鋼板や建材中心の形鋼の生産についても、今期からほぼフル生産の状況となっている。 |
| | | 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 | ・受注量が多く、職場によっては生産要員不足となっている。 |
| | | 輸送業（業務担当） | 受注量や販売量の動き | ・9月は決算月でもあり、客の荷動きが通常月よりも多い。 |
| | | 輸送業（支店長） | 受注量や販売量の動き | ・個人向けは前年割れの状況が続いているが、会社関係の伸びが大きいと、業績は好調である。 |
| | | 通信業（営業企画担当） | 取引先の様子 | ・来年度に向け、法人・公共関連の情報通信系データセンター、クラウド等へのアウトソーシングの提案依頼が、前年より増加している。 |
| | | 通信業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・消費税増税を見据えた設備投資が伸びている。 |
| | | 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量は、新型車の輸出好調により前年比プラスで推移しており、また円安の定着により採算性も改善し、増収増益が続いている。 |
| | | 不動産業（総務担当） | それ以外 | ・前月に比べ、来店数、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 | ・業種にもよるが、販売促進の拡大に伴い、受注量が増加傾向にある。秋の観光シーズン関連及び不動産の販売促進も増えてきている。 |
| | 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、素材産業では景気回復の実感がまだない。 |
| | | 非鉄金属製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・引き続き、輸送機器向け及び電子機器向けの製品は、高い生産状況にある。 |
| | | 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、過去3か月と同水準で推移しているが、生産能力の70%程度でしかなく、十分とは言えない。 |
| | | 電気機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・景気回復の話は聞くが、足元を見るとまだ右肩上がり受注量が増えていく状況には程遠い。設備投資には今一步、踏み出せない状況である。原材料の値上げ、特に燃料コストの負担が大きくなり、利益を圧迫している。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（財務担当） | 取引先の様子 | ・シェールガス運搬を見据えたLNG運搬タンカーの需要拡大等、近い将来に明るい話題も出てきているが、足元の景気は変わらない。 |

| | | | | |
|-----------|----------------------|-------------------|---|--|
| | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・公共工事は、夏から秋にかけて一番多く受注があるが、民間の建築は、消費税増税前の駆け込み需要で少し動きがあるものの、悪いまま推移している。 | |
| | 金融業（貸付担当） | 取引先の様子 | ・消費税増税が決定的となり、住宅関連の需要は高くなっている。しかし、原材料高騰等によるコスト増加を販売価格に転嫁できないなどの理由から、人件費を増額する企業は少なく、景気が良くなっている実感を持ってない。 | |
| | 会計事務所（職員） | 取引先の様子 | ・自動車関連業界は、夏場以降、忙しくなっているが、受注単価の切下げや材料費上昇により、期待するほどには利益が出ていない。製造業、建設業も、徐々に受注は増加してきているものの、業績アップには至っていない。 | |
| やや悪くなっている | 農林水産業（従業者） | それ以外 | ・8月は、5月との比較では、水揚げ数量は220t減少し、水揚げ金額は7,420万円の増加となっている。また8月は前年比では、水揚げ数量は8t減少し、前年の99%、水揚げ金額は1,350万円減少し、前年の96.5%であった。 | |
| | 食料品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・当社の通信販売の客数が減少している。スーパーやデパートにも商品を出しているの、そちらに売上が吸収されているのかもしれない。 | |
| | 食料品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・残暑の影響で前年に比べ商品が動いていない。 | |
| | 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 | ・受注の谷間か、生産は一段落し、多忙感は和らいでいる。客先で発生した製品の不具合については、現在、原因究明中で、発生品の使用は停止している。 | |
| | 鉄鋼業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・下半期の受注見込みが下がってきており、在庫調整の局面に入っている。 | |
| | 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 | ・円安で海外部材の値上がり急ピッチで進んでいる一方、海外商品との激しい価格競争により値上げできない状況で、受注量の減少も心配される。 | |
| | 建設業（総務担当） | 取引先の様子 | ・受注については、消費税増税前の駆け込み契約、大型物件の受注等で、例年の1年分をこの1～2か月で処理したが、今後については先が見えない。 | |
| 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（経営企画担当） | 求人数の動き | ・企業の人事異動時期でもあるが、景気回復により企業の動きが活発化してきている。 |
| | | 求人情報誌製作会社（広告担当） | 採用者数の動き | ・企業の採用担当は、採用の予算取りを始めているが、前年並みもしくは少し予算を増やしている企業が多い。 |
| | | 求人情報誌製作会社（採用支援担当） | 求人数の動き | ・少しずつではあるが、中小企業からの求人広告掲載の問い合わせが増えている。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 雇用形態の様子 | ・地元の中堅土木会社は、受注量が前年の3倍になり、一部は、人材が確保できないため、注文を断っている。公共事業の増加だけでなく、民間からの受注にも勢いが出ている。 |
| | | 職業安定所（産業雇用情報担当） | 求人数の動き | ・8月の新規求人数は、3か月前と比べ14.5%増となった。正社員新規求人数は13.7%増である。産業別では、ほとんどの業種で求人増となっている。 |
| | | 職業安定所（産業雇用情報担当） | 求人数の動き | ・新規求職者数が3か月前より13.8%減少する一方、新規求人数は12.1%増加しており、景気が良くなったと感じる。 |
| | | 職業安定所（雇用開発担当） | 求人数の動き | ・有効求人倍率は上昇し続けている。また、派遣事業者からの求人申込が増加しており、企業の採用活動が活発化している。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | 雇用形態の様子 | ・雇用環境が改善し、正規雇用を求めて転職活動する求職者を受け入れる企業が増えてきた。正社員雇用、正社員登用への垣根が、少し下がってきている。 |
| | | 民間職業紹介機関（人材紹介担当） | 求人数の動き | ・ここ3か月間では、飲食・物販・サービスなどの一般消費者を対象とする業種の募集が継続的に行われており、年末に向かって同様のニーズが継続する。 |
| | | 学校〔短期大学〕（学生支援担当） | 求人数の動き | ・求人数がやや上向きになっている。 |

| | | | |
|-----------|---------------------------|---------|--|
| | 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 | ・食品製造、電気機械製造が好調だった製造業や、補正予算による公共工事の増加を背景に、技術者や作業員の求人が増加した建設業などが、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 | ・雇用形態も含めて、企業から業績の良い話を聞くことがない。 |
| | 人材派遣会社（支社長） | 採用者数の動き | ・今まで派遣社員を活用したことがない企業、米国の大手金融機関の破たん以降、派遣社員の活用を停止していた企業からの求人が、明らかに増加している。ただし、求人数の増加と、それに伴う時給上昇による非正規社員の流動化が顕在化し始めており、当社の売上は求人数の増加の割には伸びない。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 採用者数の動き | ・7月の有効求人倍率は、1.25倍で2か月ぶりに上昇したが、正社員のみ有効求人倍率は0.73倍と低い。 |
| やや悪くなっている | - | - | - |
| 悪くなっている | - | - | - |