

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	スーパー（管理 担当）	来客数の動き	・売上と来客数はともに、微増ではあるが前年を上 回っている。
		コンビニ（副地 域ブロック長）	販売量の動き	・駆け込み需要の反動は小さく、早い段階で景気は回 復傾向にある。
		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	・4月は駆け込み需要の反動を懸念したが、そこまで 大きな影響は実感していない。4月前半の売上減は週 末の悪天候による印象が強く、天候が回復してきた月 後半は堅調に推移している。
		都市型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・レストランの来客数が増え、客単価も上昇してい る。これは、もともと客単価が低かったため、適正 になったといえるかもしれない。
		ゴルフ場（営業 担当）	お客様の様子	・来場者数は伸びていないが、客の仕事が忙しくなり コンペを組めず延期するなど、来場者数の増減とは違 う意味で景気が良くなっていると感じる。
	変わらない	商店街（代表 者）	来客数の動き	・3月の駆け込み需要の反動から、売上と来客数はと もに減少している。
		商店街（代表 者）	販売量の動き	・観光シーズンで観光客数は増加しているが、客の財 布のひもは固い。
		商店街（代表 者）	お客様の様子	・3月の駆け込み需要の反動で、4月の売上は良くない 。
		一般小売店〔酒 店〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の影響を心配していたが、取引先の企業 努力もあってか、当店の売上にそれほど大きな落ち込 みはない。駆け込み購入した商品も順調に消費され、 今は新しい商品を納入している。ただ、景気は良く なっていない。
		一般小売店〔食 品〕（経営者）	お客様の様子	・客の買上点数が減少している。当店の客は高齢者が 多く、特売品だけを狙う客も多い。
		スーパー（店 長）	販売量の動き	・駆け込み需要の反動減の状況が続き、販売点数が回 復しない。
		スーパー（業務 開発担当）	販売量の動き	・販売数量の落ち込みは2～3%と消費税増税前の伸 びに比べて反動は小さく、徐々に回復している。
		衣料品専門店 （経営者）	販売量の動き	・消費税増税の影響は特になく、売上は変わらない。
		家電量販店（販 売担当）	来客数の動き	・駆け込み需要の反動が出ている。
		その他専門店 〔時計〕（経営 者）	来客数の動き	・3月は駆け込み需要があったが、4月は以前の動き に戻った。高額品販売業であるので、消費には個人格 差があると感じる。
		その他専門店 〔海産物〕（経 営者）	来客数の動き	・今年に入って来客数の減少傾向が続いている。
		一般レストラン （経営者）	販売量の動き	・消費税増税後に、予想したほど景気に変化はなかつ た。
		一般レストラン （店長）	お客様の様子	・消費税増税前と比べても予約数は減少しておらず、 来客数も前年並みで推移している。
		一般レストラン （外食事業担 当）	単価の動き	・夜の来客数は減少しているが、入学式や歓迎会など があって全体の来客数は例年並みであった。
	旅行代理店（経 営者）	お客様の様子	・消費税増税の影響で多少変化があると思われたが、 ほとんど変化がなく通常どおり動いている。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・夜の歓楽街の客が減少し続けている。	
	タクシー運転手	販売量の動き	・消費税増税の影響はなく、売上は横ばいである。	
	通信会社（企画 担当）	お客様の様子	・駆け込み需要の恩恵を受けず消費税増税を迎えたの で、当社では増税による月額支払料金アップのマイナ ス影響は目立っていない。	
	通信会社（広報 担当）	販売量の動き	・年度末商戦が終われば、販売数はほぼ例年どおりと なり、特に景気が上向いていると感じない。	
	テーマパーク （管理担当）	来客数の動き	・来客数や売上はともに前年と比較して変動がない。	
	テーマパーク （営業担当）	来客数の動き	・消費税増税で景気は落ち込むかと思っていたが、今 のところ変化はない。	
	美容室（経営 者）	来客数の動き	・3～4月前半は来客数が増加したが、月後半からは 減少し、例年並みになった。	
	美容室（経営 者）	単価の動き	・消費税増税後も客の様子に変化はない。	

	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・消費税増税に伴う客の動きは一服した。ただ、駆け込み需要による受注を消化している状況は現在も継続している。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・消費税増税が実施されたが、消費動向がみえない。地方経済はまだまだ厳しい状況が変わらない。
	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・消費税増税後も、住宅・非住宅の建築に関わる引き合いが順調に続いている。
	住宅販売会社（販売担当）	来客数の動き	・4月になり物件の問い合わせは増えたが、販売状況は通常と変わらない。
やや悪くなっている	商店街（理事）	販売量の動き	・駆け込み需要がそれほどなかったため反動減も小さかったが、客は購買行動に慎重になっている。
	商店街（代表者）	単価の動き	・客の財布のひもは固い。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・季節的には繁忙期であるはずだが売上が伸びてこない。やはり消費税増税の影響が少なからずある。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・3月に売上が好調であった店ほど、来客数と売上が大変厳しい状況である。
	一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・3月は駆け込み需要で売上が伸び、4月は反動で売上が非常に下がっている。営業もあきらめ顔である。
	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・客は3月に駆け込み購入しているので、4月の売上は悪い。
	一般小売店〔紙類〕（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の影響で客の買い控え傾向が強くなっている。
	百貨店（経理担当）	来客数の動き	・3月の駆け込み需要の反動が出ている。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・3月までは、売上が前年比で100%を超えている店舗が5割程度あったが、4月は消費税増税の実施もあり、100%を超える店舗は約3割となっている。テナントの店長も、4月当初はさっぱり客が来なかったと言っている。
	百貨店（営業担当）	単価の動き	・来客数は増えているが、客単価は落ち込んでいる。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税前の3月が好調であったので、4月の落ち込みは想定していたが、予想以上に厳しい。客単価は前年比95%とあまり落ちていないが、販売数は80%と大きく前年を下回り、増税後の買い控えが顕著に表れている。
	百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・来客数は消費税増税後も前年並みであるが、化粧品や宝飾品など、3月に大きく売上を伸ばした売場の落ち込みが顕著である。駅ビルや郊外ショッピングセンターのリニューアルの影響も加わり、想定以上のマイナスが続いている。また売上が伸びなかった衣料品は、夏物が本格展開となっても、購入単価の落ち込みが大きい。
	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・3月の売上は化粧品や宝飾品を中心に近年まれにみる大幅増であったが、4月は予想以上の減少で推移している。前月180%増を記録した化粧品は、4月中盤以降も売上が戻ってくる気配がない。
	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・売上は厳しい状況である。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数と客単価はともに落ちている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・3月の来客数は前年の102%で推移していたが、消費税増税の影響で4月の来客数は前年の97%に落ち込んでいる。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が駆け込み需要の反動で減少した。特に酒、たばこや日用雑貨の売上が低下している。また来店回数が減少し、日用品の買上げ点数も減少している。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数と販売金額がともに前年を割っている。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・消費税増税後は、客の購買意欲が落ちている。
	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・客の様子に、明らかに消費税増税の影響がみてとれる。来客数や販売量といった数字にも如実に表れているが、当初予測していた程の落ち込みはない。
スーパー（販売担当）	販売量の動き	・3月は駆け込み需要で売上が伸びたが、4月は買い控えが目立つ。	
コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・たばこを購入する客が減少した。	

	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・駆け込み需要で売上が良かったたばこなどは、客は買い控える傾向で販売量も減少傾向である。
	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・京都の卸問屋では、展示会などの集客に苦労している。当店は3月より4月の方が売上が良かったが、それは客とのタイミングが合っただけで、厳しい状態は続いている。
	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の影響が出ている。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の影響で売上が2割ほど下がった。客の購買行動は慎重になっている。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	単価の動き	・3月は駆け込み需要で客単価が大きく伸び、売上を押し上げた。4月は来客数が前年より5%減少で納まっているが、売上は10%も落ちた。特に住関連商品や日用雑貨品で客単価の下落が顕著である。
	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・3月まで来客数は前年並みで推移していたが、消費税増税後の4月は減少している。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・外食利用の来客数が減少傾向である。ゴールデンウィークを見据えた動きともとれるが、全体の節約ムードの影響が大きい。
	観光型ホテル（宿泊予約担当）	来客数の動き	・団体客数と個人客数はともに減少し、先行受注も伸び悩む状況になっている。
	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・消費税増税後の一時的な消費行動の抑制は想定範囲内であったが、ホテルではレストランの来客数が顕著に減少している。ただ法人企業の利用については、定例の受注を前年並みに受注している。
	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・海外からの来客数が増加して宿泊は順調であるが、駆け込み需要の反動で婚礼件数とレストラン利用客数が大幅に減少している。
	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・消費税増税の影響かは不明であるが、飲食関係の客の出足が鈍い。
	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響が考えられる。
	競艇場（職員）	販売量の動き	・1月が正月レースで収益を確保できたのに比べると、4月の売上は悪い。
	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	・3月は駆け込み需要で高価格品を買うという景気のいい話をよく聞いたが、4月はそういう話は一切ない。客との会話では、消費税増税に伴う今後の不安を聞く。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・消費税増税後は、客からの問い合わせが減った。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・4月から消費税が増税され駆け込み需要が終わり、客の購買行動が慎重になっている。
悪くなっている	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・来客数にあまり変化はないが、客の買上点数が落ちている。
	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・販売量は各売場を平均すると前年比85%まで落ち込んでいる。
	百貨店（購買担当）	お客様の様子	・予想よりも厳しく、宝飾品、美術品や衣料品関係の売上は、大幅に落ちている。それを補うためポイントアップセール、無金利販売や物産展などを仕掛けたが、売上は大きなマイナスで打撃の大きな月であった。
	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・3月の駆け込み需要の反動や節約のため、客の買上点数が減少しており、売上が3%程度落ちた。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・消費税増税の影響で、スーツや礼服を購入する客が大幅に減少した。
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・販売量が減少している。
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・消費税増税後は冷蔵庫、洗濯機、エアコンやテレビなど、売上構成比の高い商品の動きが鈍ってきている。駆け込み需要の反動が明らかである。
	家電量販店（店長）	来客数の動き	・消費税増税前には、来客数と売上は前年の150%で推移していたが、増税後の4月は来客数が前年の70%、売上が80%になっている。
	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年の8割程度で、駆け込み需要の反動が出ている。
	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・4月の販売量は駆け込み需要の反動により前年の60%と大変厳しい。

		乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・3月は駆け込み需要で販売量がピークであったが、4月は先月の40%の販売量で推移している。
		自動車備品販売 店(経営者)	販売量の動き	・駆け込み需要の反動で4月は全く販売が伸びない。 3月と4月の売上を足して2で割っても、前年より売 上が悪い。
		住関連専門店 (営業担当)	来客数の動き	・4月に入って来客数は減少した。
		その他専門店 [ファッション 雑貨](従業員)	来客数の動き	・4月に入り、平日だけでなく土日や祝日の来客数も 減少している。チラシで宣伝しポイント数をサービス しても、あまり効果はない。
		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	・4月に入り来客数が極端に減少した。飲食や買物で も客はあまり金を使わない。
		観光型ホテル (支配人)	販売量の動き	・消費税増税後は、宿泊、料飲や宴会部門すべてで、 売上が前年を大きく下回っている。特にレストランで は来客数が減少しており、客が外食を控えている様子 がつかえる。
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	・自動車製造業は好調で、当社も多忙である。
(中国)	やや良くな っている	化学工業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・自動車用高機能樹脂向け原料の受注量が回復基調に ある。
		化学工業(総務 担当)	受注量や販売量 の動き	・製造業では円安による原燃料や電力料金上昇分の販 売価格への転嫁が進んでいないが、セメント等の販売 数量が若干増加しており、景気は全体的には上向きで ある。
		電気機械器具製 造業(総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・消費税増税後も引き続き、商談件数は増加し契約件 数も増加しているが、受注単価はまだまだ厳しい。販 売量は全体をとおして増加傾向にある。
		輸送用機械器具 製造業(財務担 当)	取引先の様子	・国内造船各社の順調な新規受注に期待している。船 価の問題はあるが、造船不況以降落ちていた建造ペー スが、少しずつ元に戻りつつある。
		建設業(総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・受注の引き合いが増えた。
		輸送業(支店 長)	受注量や販売量 の動き	・駆け込み需要の反動は最小限であった。電子商取引 市場が成長を続け、企業間の物流の動きが多頻度・小 ロット化しており、市場は拡大傾向にある。
		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 により前年水準を上回っている。原価低減などのコス ト改善で収益は前年を上回り、過去最高益となる企業 も多い。
		広告代理店(営 業担当)	受注量や販売量 の動き	・消費税増税の影響に苦しむクライアントもあるが、 多様な販売促進企画を展開して売上を増加させよう とする企業があるため、当社の受注量が増加している。
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	・消費税増税後も売上に変化はない。
		食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量 の動き	・特に大きな変動がなく、受注量と販売量はともに変 化がない。
		木材木製品製造 業(経理担当)	受注量や販売量 の動き	・消費税増税直後で方向性が読みにくい。
		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	・生産量は低水準が続いている。閑散な部門と繁忙な 部門が混在した状態が続いている。
		鉄鋼業(総務担 当)	取引先の様子	・自動車の生産台数は先月計画から上方修正となっ ていることや、建築関連も一時の様子見から再び堅調に 荷動きし始めていることなど、消費税増税後に懸念さ れた反動減は想定よりも小さい。
		非鉄金属製造業 (経理担当)	受注量や販売量 の動き	・特に大きな変化はみられない。
		金属製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量 の動き	・過去3か月と同水準で推移しており、大きな変化は 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	・予定どおりの受注量を確保できている。
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・例年4月は建設業にとって受注量が伸びない時期で あるが、駆け込み需要のおかげで仕事が確保できてい る。
		建設業(総務担 当)	受注価格や販売 価格の動き	・技術職員や施工業者の人材不足は慢性化し、資機材 は高騰しており、景気は下降しつつある。

	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響はあまりみられず、受注高も例月どおりであった。	
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・4月には消費税増税の影響が出ると思っていたが、それほど大きな影響はない。建設業や製造業も、慌ただしい時期は過ぎたが、まだ忙しさの余韻が残っており、落ち着いた状態にはなっていない。	
やや悪くなっている	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	・原材料等のコストが上昇している。また海外仕入価格も為替とあいまって上昇し、利益を圧迫しつつある。	
	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・3月は年度末で荷動きが活発であったが、4月に入り鈍くなっている。	
	通信業（営業企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・4月に入り、客からの情報通信関連の引き合いが3か月前と比較して減少している。	
	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・小売業からは4月に入ってから販売数量が落ちている、運送業からは3月は忙しかったが、4月は物流量が減ったなどの報告を受けている。取引先の様子から見ると景気はやや悪くなっている。	
悪くなっている	不動産業（総務担当）	それ以外	・賃貸物件の需要時期が過ぎ、成約件数が減少している。	
	農林水産業（従業者）	それ以外	・3月と3か月前の12月を比較すると、水揚げ数量は365t、水揚げ金額は1億5,370万円の減少であった。3月単月の前年比では、水揚げ数量は127t増加し前年の108.8%、水揚げ金額は1億200万円増加し前年の134%であった。	
雇用関連 (中国)	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	・建設中の大型商業施設と病院の新築・増改築の影響が大きく、ゼネコン及び下請企業は繁忙である。学校やビルなどの耐震工事も控えるため、今後3年間は忙しさが続き、それに伴い当社への人材ニーズもある。
	やや良くなっている	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・自動車業界、福祉業界や建設業界といった特定の業種だけでなく、幅広い業種から多数の求人が発生している。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	求人数の動き	・新卒採用を新たに検討する企業が増えている。また、企業ごとの採用数も増加傾向にある。
		職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・新規求人数は増加を続ける一方、新規求職者数は減少を続けていることから、有効求人倍率は高い水準にある。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	求職者数の動き	・新規求職者数と月間有効求職者数はともに連続で前年を下回っている。新規求職者の内訳をみると、契約満了で退職した派遣社員や事業閉鎖に伴う離職者がみられる。また、45歳から54歳の年齢層が前年より増加している。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・採用ピークの4月が終了するので、いったん求人の動きは落ち着いたように感じる。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・消費税増税の影響が出ている。企業が追加予算を組んで求人活動することに二の足を踏んでいる様子がうかがえる。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	求職者数の動き	・3月ということで新規求職者数が75.9%と大幅に増加し、新規求人者数は3か月前と比べて16.4%増加した。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・依然として企業の採用意欲は高いものの、一時期ほどの伸びはなく落ち着いてきている。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	求人数の動き	・特に目立つ変化は感じられない。
やや悪くなっている	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	・求人は、遺跡発掘作業の大量募集のあった建設業、大手企業の新たな事業所開設のあった運輸業、新規オープンした全国チェーンのレストランがあった飲食サービス業などで大幅増となっている。有効求人倍率も6か月連続して0.9倍台をキープしたものの、前月比では低下しており一服感がみられる。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・明らかに消費税増税の影響で景気は悪くなっている。しかし、大型商業施設や複数の大型病院建設が継続中であるため、求人はあまり落ちてはいない。	
悪くなっている	-	-	-	