

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	良く なっている	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減から前年比10～15%の 売上の下落を見込んでいたが、5%以内で抑えられ た。5月に入って以降は前年実績を上回る水準で推移 しており、景況感の改善がみられる。
(中国)	やや良く なっている	百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・販売量が前年比で100%を超えている店舗が約半数 あり、前月に比べれば景気が良くなりつつある。各テ ナントも明るい雰囲気になってきている。
		コンビニ（副地 域ブロック長）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク後半は天候にも恵まれ客の動き が良かった。
		その他専門店 [和菓子]（経 営者）	販売量の動き	・消費税増税後の買い控えが減少した。
		一般レストラン （店長）	お客様の様子	・客の来店頻度、客単価や予約単価が上昇した。
		都市型ホテル （スタッフ）	単価の動き	・客単価が上昇している。
		都市型ホテル （企画担当）	来客数の動き	・宿泊や宴会などの団体客の先行予約は好調である。 レストランの個人利用は、消費税増税の影響なのか高 単価な店舗はやや冷え込んでいる。
		タクシー運転手	販売量の動き	・消費税増税分だけ売上が伸び、売上は前年の102% である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・消費税増税で客足が遠のくと予想していたが、客数 は伸びている。会社関係利用については景気回復の影 響がみられたのかと思う。
		ゴルフ場（営業 担当）	来客数の動き	・県外や海外からの集客が順調で来客数が伸びてい る。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク中のレースなどで電話投票売上 と協力他場売上が十分に確保できた。
		住宅販売会社 （従業員）	来客数の動き	・駆け込み需要の反動減から回復しつつある。ゴール デンウィーク中の展示場への来場者数も前年並みに戻 り、盛況であった。
		住宅販売会社 （営業担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響はあまりなく、客が減っているよ うにも思えない。
	変わらない	商店街（代表 者）	来客数の動き	・消費税増税後は、客の来店頻度が悪くなってきてい る。
		商店街（理事）	来客数の動き	・消費税増税の影響はそれほど感じないが、景気が上 向いているわけではない。客は必要な商品しか買わな い。
		商店街（代表 者）	来客数の動き	・消費税増税直後は来客数に影響があったが、現在は 良いときも暇なときもあり、来客数にあまり変化はな い。
		商店街（代表 者）	販売量の動き	・食品関係や日用品関係以外の店舗については販売量 の動きが鈍い。
		商店街（代表 者）	お客様の様子	・消費税を内税にしていたため、価格が高くなったと 感じる客が多かった。
		一般小売店[酒 店]（経営者）	販売量の動き	・4月は消費税増税の影響をほとんど感じなかった が、5月の連休後半から全体的に売上が落ちてきた。
		一般小売店[紙 類]（経営者）	お客様の様子	・来客数は例年と同様に5月第1週にはゴールデン ウィークで増えたが、連休が明けると減少した。
		百貨店（経理担 当）	来客数の動き	・催事等により客の動員は変化するので、単月では消 費税増税の影響は判断しにくい。
		百貨店（販売促 進担当）	お客様の様子	・消費税増税から約2か月が経過したが、4月と同様 に現在も消費の厳しさは継続している。3月に売上が 大きく伸びた化粧品や婦人肌着などは売上が二けた減 少した。また母の日商戦についても購買単価の落ち幅 が大きい。ファッション関係の店頭は春物から夏物に 変化した。まとめ買いは少なく客単価も低下してい る。
		百貨店（売場担 当）	お客様の様子	・売上が落ち込んだ4月から、食品関係や婦人服を中 心に客の購買意欲がかなり戻ってきた。
		スーパー（店 長）	単価の動き	・客1人当たりの買上点数は前月と比べて変化がな い。
		スーパー（店 長）	単価の動き	・消費税増税前の状況に戻りつつあり、販売点数と来 客数は減少しているが、客単価は前年の103%であ る。
		スーパー（店 長）	来客数の動き	・青果と鮮魚部門の売上が不振で、競合店に客が流れ ている可能性がある。

スーパー（管理担当）	来客数の動き	・売上も来客数もほぼ前年並みで推移しているが、3か月前と比べると消費税増税の影響なのか客の動きは鈍い。	
コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数は増加しているが、客単価が下がっている。今月は自動車税の納期なので、そちらに金がまわり、ゲーム関係プリペイドカードの動きが悪くなったことが要因と考えられる。	
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税による売上減少の傾向は薄らいできているが、来客数がなかなか増えない。	
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・景気が良いのか悪いのかよくわからない。	
衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・消費税が増税された4月は来客数がかなり落ち込んだが、5月に入って徐々に回復している。	
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前月と比べて大きな変化はない。	
その他小売 [ショッピングセンター]（所長）	来客数の動き	・ショッピングセンター全体の来客数は前年とほぼ同じであるが、業種によって格差がある。食品関係はデザートなどの土産物が好調で来客数が二けた増えたが、衣料品関係は数%減少している。その他の日用雑貨品関係は前年並みまで戻った。	
一般レストラン（外食事業担当）	単価の動き	・3月末からゴールデンウィークにかけて来客数が増加した。平日の来客数が増え、夜は若者を中心に増加している。	
観光型ホテル（宿泊予約担当）	来客数の動き	・売上は前年より減少しているが、受注人数はほぼ前年並みに推移している。	
都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・宿泊部門は稼働率が若干下降気味であるが、室料単価は上昇傾向であり、また海外からの来客数も好調に推移している。しかし、レストラン部門では、特に高価格店舗の客数と単価が落ち込んでいる状態が続いている。	
旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・好景気の企業もあれば不景気の企業もあり2極化したように思われるが、社員旅行に金をかける企業は減った。ただし個人旅行は伸びている。	
旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・消費税増税の反動があると予測していたが、大きな影響はあまりない。	
タクシー運転手	来客数の動き	・企業の催事など単発的な仕事を除けば、前年比で少し売上は落ちている。	
通信会社（企画担当）	お客様の様子	・消費税増税以降も、当社のサービス利用に直接的な影響はあまりない。	
通信会社（広報担当）	販売量の動き	・販売量が増える傾向はみられない。	
テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・入館者数や販売量等は前年と比べて変動がない。	
テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・天候に恵まれたため、入園者数の落ち込みはない。	
美容室（経営者）	お客様の様子	・値上げしてもかまわないという客と、より節約志向の客が半々であるため、当店では消費税増税後も料金は変えていない。利益に大きな変化はない。	
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・消費税増税以降も、住宅の新築やリフォーム、診療所や福祉施設などの設計の引き合いが順調にきている。	
住宅販売会社（販売担当）	お客様の様子	・住宅販売に関しては客に消費税増税に伴う影響は感じられないが、慎重に検討している様子がうかがえる。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	単価の動き	・消費税増税直後の4月はそれほどでもなかったが、5月後半は売上が低迷している。
	商店街（代表者）	販売量の動き	・高額品の販売をしている店はまだ厳しい状況が続いている。逆に3月に駆け込み需要がなかった店は前年並みの売上を確保している。
	一般小売店 [茶]（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後は前年よりも売上が悪い。
	一般小売店 [印章]（経営者）	来客数の動き	・注文数は個人、会社関係ともに前年を下回っており、駆け込み需要の反動減が続いている。
	一般小売店 [食品]（経営者）	お客様の様子	・駆け込み需要の反動で、4～5月は客1人当たりの買上点数が減少している。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響が続いており、衣料品、特にミセス衣料は厳しい状況である。

百貨店（営業担当）	単価の動き	・4月に続き5月も消費税増税の影響が出ており、美術品や宝飾品などの高額商品が苦戦し、全体売上は前年割れとなっている。ただし3～5月の3か月間の売上は、前年の3か月トータルをクリアしている。	
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・母の日ギフトは購入目的がはっきりしているため消費税増税の影響は小さかったが、5月中旬以降は日常商品の売上が苦戦した。月末にかけてミセス衣料やシーズン雑貨にもブレーキがかかり、客の価格志向が非常に強くなっている。	
百貨店（購買担当）	お客様の様子	・3月までは駆け込み需要があったが、4月以降は日用品、食品や化粧品の売上が伸びない。アパレル関係は新素材や新商品を取り入れながら客にアピールしているが来客数が増えず、客の購買意欲はまだ低い。	
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・駆け込み需要の反動で、売上は苦戦している。	
スーパー（店長）	単価の動き	・消費税増税の影響で客単価が低下している。	
スーパー（総務担当）	来客数の動き	・消費税増税の影響は小さいと思うが、増税に伴う支払金額の増額は客の購買意欲に多少影響している。	
スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・商品や原材料等の値上がりもあって、客単価は上がっているが来客数が5%も落ちている。	
スーパー（財務担当）	販売量の動き	・駆け込み需要の反動減と客の節約がまだ続いており、客の買上点数が減少している。	
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・消費税増税直後の4～5月は客の買い控えが目立った。	
家電量販店（店長）	販売量の動き	・太陽光発電関係の商品の販売量は伸びず、家庭用電気機器の販売も厳しい状況である。	
家電量販店（店長）	販売量の動き	・駆け込み需要の反動減が続いており、大型テレビ、冷蔵庫やエアコンなど高額商品の販売が不調である。	
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・3か月前に比べ販売量が少なくなっている。	
その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・客の購買姿勢は慎重で売上が減少した。	
その他専門店〔海産物〕（経営者）	来客数の動き	・5月の連休は前年より来客数は少なく、売上も悪い。	
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	来客数の動き	・来客数がかなり減少しており、平日だけでなく土日もかなり少ない。低価格帯の商品のみ動きが良い。	
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・消費税増税の影響で来客数が減少しており、特に週末の家族連れ客が減少している。	
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・人の動きが悪く、来客数が減少している。	
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客の消費を抑える動きがゴールデンウィーク後に顕著になった。記念日的な利用はあるが、外食頻度を極力減らしている傾向がみえる。	
観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宿泊客数が減少し、レストランではそれ以上のマイナスが続いている。特に高価格帯のレストランが敬遠されている。	
テーマパーク（営業担当）	単価の動き	・来場者数は前年並みであるが、土産物の売上が落ち込んでいる。消費税増税によって旅行を取りやめるほどではないが、少し節約しようという客の意識がみえる。	
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	・客や同僚との会話からは、消費税増税前と比べて大きな変化はうかがわれない。	
設計事務所（経営者）	来客数の動き	・消費税増税後に来客数が落ち込んだ状況が改善していないので、年内の受注減は避けられない。同業他社においても同じような傾向がみられる。	
設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・販売価格が下落に転じた。	
設計事務所（経営者）	来客数の動き	・消費税増税後は新規顧客からの引き合いが減っている。	
悪くなっている	スーパー（店長）	来客数の動き	・消費税増税後は客の買い控えが顕著である。一般食品や雑貨、特に日常商品の買上点数と来客数が大幅に減少している。
	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・食品や日用消耗品は例月と変わらぬ売上で推移しているが、衣料品や雑貨の落ち込みは激しい。

		家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・駆け込み需要の反動減が続いている。
		家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・販売量が前年の8割程度まで下がっている。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・消費税増税が影響して、5月の販売量は前年に比べ5%減となっている。
		乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・来客数は3か月前の50%になっている。
		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売上の落ち込みがひどい。駆け込み需要で増えた分以上に増税後の売上が落ち込み、結果的にトータルの売上がマイナスになっている。
		住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が減少した。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・3月には駆け込み需要があったが、5月に入り来客数が極端に減り、特に連休中は最悪であった。
		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	・来客数が減少し、特に週末の動きが悪くなっている。ゴールデンウィーク後は極端に落ち込んでいる。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・5月はゴールデンウィークがあるため例年であれば売上が良い月であるが、今年は売上来客数がともに減少している。
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	・地元自動車メーカーが順調なので、当社も忙しい。
(中国)	やや良くなっている	電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・駆け込み需要の影響が小さい業種なので、4月以降も消費税増税前と変わらない。一方、設備投資を前提とした商談件数は前月を上回っており活気がある。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注の引き合いが多くなった。
		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前年を上回っている。生産コストの削減効果もあり、収益は過去最高レベルのメーカーも多い。
変わらない		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・自動車や建築など各需要分野において、エンドユーザーはフル稼働というところが多く、需要は底堅い。コイルセンターの加工も堅調である。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・輸送用機器関連は、国内での消費税増税による減速は想定内で、世界的には受注は堅調である。電子機器関連も堅調に推移している。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注状況は過去半年の間、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	・予定通りの受注量となっている。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・仕事はあるが技能者が不足しており、企業にとっては人件費がかかるため儲からない状況が続いている。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響で業務量は落ち込んでいるが、前回の消費税増税時よりも早い段階での回復を見込んでいる。電子商取引と小口荷主の動向が読み切れず、今後の変化を注視していく。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響が一段落し、受注量は例年並みであり景気の失速感を感じない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・4月は新年度で受注に動きがあり、5月に入って受注量の動きが停滞しているものの、3か月前とあまり変わらない。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・5月は法人決算が最も多い月であるが、利益面では前年より良くなっている法人が多い。ただし内容を見ると、売上高が増加して利益が増えているわけではなく、人件費や外注費といった経費の削減効果により利益を出しているケースが多いように感じた。
		やや悪くなっている		食料品製造業（総務担当）
食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き			・消費税増税後の買い控えが思った以上に深刻で、受注量の減少が著しい。
木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き			・消費税増税の影響が出ている。
化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き			・取引先が春季定期修理中であるため受注量が減少している。

	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	・ゴミ焼却場向けの生産がわずかにあるが、全体の生産は低調である。また鉄鋼業向けの生産が振るわない状況が続いている。
	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	・材料や部品の価格高騰が続いており、特に原皮の値上げが収支に大きく影響している。
	建設業（総務担当）	取引先の様子	・仕事はあるが、機械設備等の資機材調達費用が上昇し、人手不足により人件費も2～3割増しの状況となっている。
	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・3月の駆け込み需要に伴う荷動きから比べると、荷動きはやや鈍化している。
	通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・製造業と流通業はともに大型の情報通信関連の引き合いを静観している状態である。細かな案件は継続しているが、前年に比べ動きが鈍い。
	金融業（貸付担当）	受注量や販売量の動き	・取引先から消費税増税後は販売量が明らかに落ちているとの声を多く聞く。販売量だけで景気動向は判断しにくい、駆け込み需要のあった3か月前に比べて景気はやや悪くなっている。
	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数と成約件数が減少している。
	悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外 ・4月と3か月前の1月を比較すると、水揚げ数量は1,100t減少し、水揚げ金額は7,160万円減少した。4月単月の前年比では、水揚げ数量は200t増加し前年の196.5%、水揚げ金額は1億6,000万円増加し前年の148%であった。
雇用関連	良くなっている	求人情報誌製作会社（採用支援担当）	求人数の動き ・求人数が増えている。
(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 ・自動車・住宅・金融業からの受注、特に事務職の求人が好調である。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き ・求人数が増加している。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き ・企業の新卒採用意欲が前年に比較して大きく高まり、企業の採用予定数が達成できにくくなっている。特に建設業やサービス業全般において顕著である。
		職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き ・新規求人数は前年と比較して増加を続けている。不安要素となっていた駆け込み需要の反動も求人数に影響することは少なかった。
		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比で増加傾向で推移しているが、新規求職者数と有効求職者数は前年比で減少が続いている。新卒についても、事業主の採用意欲の高まりを感じている。
変わらない	人材派遣会社（支社長）	求職者数の動き ・例年、ゴールデンウィーク明けには活発になる求職者の動きが目に見えて鈍い。予定どおり採用できない企業からの問い合わせが引き続き堅調で、消費税増税の影響は顕在化していない。	
	求人情報誌製作会社（広告担当）	求職者数の動き ・アミューズメント関連、飲食サービス業や情報処理ソフトウェアなどの業種に関しては、今後も積極的な求人活動が予想される。	
	職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き ・新規求人数は3か月前と比べて2.6%の微減、新規求職者数も0.7%の微減であり、雇用環境にはほぼ変化はない。	
	民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き ・求職者は新規の求人需要が見込めるため、妥協することなく時間をかけ求職活動をしている。	
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	求人数の動き ・変化はみられない。	
	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 ・電気機械器具、繊維や食品製造など、製造業での事業拡大に伴う増員募集、労働者派遣事業で好調な製造業務やコールセンター業務での増員募集などが求人全体をけん引し、有効求人倍率も7か月連続して0.9倍台をキープした。	
	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 ・市内中心部ではマンションや総合病院の建設が相次ぎ、今秋開業を控えた大型商業施設の求人も増加しているが、消費税増税により個人消費は落ち込んでいる。
悪くなっている	—	—	—