

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	景気の状態判断	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	家電量販店（店 長）	来客数の動き	・ 7月は季節商品のエアコンや扇風機等が動き、客数は前年比110%、売上は前年比130%となっている。 ・ ボーナスマーケティングに突入している。		
		乗用車販売店 （営業担当）	販売量の動き			
		競艇場（職員）	販売量の動き	・ 7月初旬に開催したG2競走等で協力他場売上及び電話投票売上を確保できた。		
やや良く なっている		商店街（代表 者）	お客様の様子	・ 景気はまだ前年の水準には戻っていないが、消費税増税直後の4月に比べると多少良さを感じる。		
		百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・ 6月末からクリアランスセールを開催しているが、7月初めは前年の97%程度の売上であった。7月半ばから正価品の動きが良くなってきて、正価品の売上に限れば前年の106%となっている。		
		百貨店（売場担 当）	販売量の動き	・ 台風等で客足が影響を受けたが、販売量はやや増加している。		
		スーパー（店 長）	競争相手の様子	・ 客が購入する商品数が消費税増税前に戻ってきた。		
		スーパー（販売 担当）	お客様の様子	・ 消費税増税により客は今まで買い控えていたのか、バーゲン時期を迎えたとたんセール品を求めて来店する客が増えている。		
		コンビニ（エリ ア担当）	来客数の動き	・ 昼食時や夕方に来店する客が増えている。		
		コンビニ（エリ ア担当）	販売量の動き	・ 徐々にではあるが、中食商品の売上が上がってきている。		
		家電量販店（店 長）	単価の動き	・ パソコンは基本ソフトのサポート終了と消費税増税が重なったため回復が遅れ、周辺機器にも影響が出ているが、駆け込み需要の反動減は収まりつつある。		
		家電量販店（企 画担当）	来客数の動き	・ 3か月前と比べると客数の前年比数値が上昇してきている。		
		乗用車販売店 （店長）	来客数の動き	・ 来客数は前年の70%程度であるが、新規客数は前年の90%程度まで戻ってきており、どん底からは脱した。		
		その他専門店 〔時計〕（経営 者）	お客様の様子	・ 客数が増えているが、景気回復とは考えにくい。		
		その他小売 〔ショッピング センター〕（所 長）	単価の動き	・ 全体の客単価は変わらないが、業種別にみると衣料品販売業やサービス業で客単価が上昇しており、客に購買意欲が感じられる。		
		高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・ 客数は3か月前の消費税増税で落ち込んでいた時期より上向きで、家族利用や週末の利用が増えてきた。		
		一般レストラン （店長）	来客数の動き	・ 客の来店頻度が上がっている。客数自体も前年比で伸びている。		
		スナック（経営 者）	来客数の動き	・ 来客数が少し多くなっている。		
		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	・ 客数は前年に比べると少し減少しているものの、4～6月の状況に比べると増えている。週末の動きが悪く、ガソリンの高騰が影響している。		
		都市型ホテル （スタッフ）	単価の動き	・ 個人客については、レストラン等の客単価が月ごとに上昇している。		
		旅行代理店（営 業担当）	販売量の動き	・ 夏休みによる需要増を感じる。		
		タクシー運転手	販売量の動き	・ 全9営業所の売上は前年比97～112%とばらつきがあるが、うち5営業所が前年実績を超えている。		
		住宅販売会社 （営業担当）	お客様の様子	・ 消費税増税の影響も落ち着き、住宅購入に前向きな客が増えてきている。		
		変わらない		商店街（代表 者）	販売量の動き	・ 消費税増税後、必要以上に客はものを買わなくなった。また、来店頻度も下がる状況が続いている。
				商店街（理事）	来客数の動き	・ 景気は悪いままで停滞し、また今年は猛暑で客が買物に出でこない。
				商店街（代表 者）	来客数の動き	・ 季節的な要因があるにせよ、日によって良かったり悪かったりで来客数にあまり変化がなく、例年どおりである。
商店街（代表 者）	販売量の動き			・ ガソリンの高騰が続き、消費税増税も影響し、物価が上昇している。		
商店街（代表 者）	お客様の様子			・ 客足が遠のき、客数が減少した状態が続く。		

一般小売店〔印章〕（経営者）	お客様の様子	・新聞チラシで折込広告を行った。例年であれば客の反応が出るが宣伝効果があまりみえず、客の購買意欲は弱い。
一般小売店〔酒店〕（経営者）	販売量の動き	・料飲店の販売量は良い店もそうでない店もあるが、全体としてはあまり変わらず推移している。お中元商戦は前年に比べて苦戦している。
一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・家計の節約による来店頻度の低下と客の買い控えが続いている。
百貨店（経理担当）	販売量の動き	・売上は前年より減少という傾向が続いている。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・6月に続き7月も良くない。6月は前年比で100%を超えた店舗は20%程度しかなかったが、7月は30%程度とやや多くなっている。しかし、店長の話では6月と同様に良くない、原因がわからないといった感想が多く、対処の仕方が分からないといった状況である。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・セール時期の分散化による客数の減少及び購買意欲の減退がみられる。
百貨店（営業担当）	単価の動き	・消費税増税の影響は徐々に薄らいできている。客単価は前年比103%と前年を上回っているが、客数が前年を7%下回っている。夏物セールで客数が戻らないのは、客の消費意欲が消費税増税前の状態まで戻っていないためである。
百貨店（購買担当）	お客様の様子	・当店の周辺環境が変わり、客の流れは当店のまわりに集中しているが、売上には反映していない。クリアランスセールを始めたが、衣料品関係は厳しい。紳士服はなんとか前年実績を保っているが、婦人服と子供服は消費税増税後の厳しい状況が続いている。食品の物産展も現地に行って買う客が多いようで、売上につながる。
スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前に比べて客単価に変化はない。
スーパー（管理担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響は落ち着いてきているが、景気が上向いてきたかという疑問である。報道のような景気回復感はまだ感じられない。
コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・客数が前年割れを続けている。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・客の家計が厳しそうにみえる。また中小企業も景気が良くなっているようにはみえない。
家電量販店（店長）	お客様の様子	・猛暑のおかげでエアコンは好調であるが、景気とは無関係である。
自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・売上は未だに前年に届かず、あまり客の動向もはっきりせず、ボーナス時期の盛り上がりも全くなかった。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の影響は薄れたが、景気は特に上向きとはいえない。
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	来客数の動き	・消費税増税後の落ち込みからはやや回復したが、近隣の大手スーパーの閉店セールに客を奪われ、7月は先月、先々月と同様に前年割れとなっている。
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	・来客数とレジ客数はともに前年割れた。特に既存店は売上確保に苦戦したところが多かった。景況感については悪いとは感じないものの、一服した感がある。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・民間中小企業のボーナスが思わしくなく、消費に陰りが出ている。特に外食を抑えて弁当を昼食とする人が増えている。
観光型ホテル（宿泊予約担当）	来客数の動き	・団体客は別にして、小グループや個人客には大幅な減少はみられないが、客単価は下がっている。
都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・地元でのコンベンション関連の開催などに伴う宿泊や宴会利用などで、売上は好調に推移している。一方で、ガソリン価格の高騰や消費税増税の影響で、市民の消費動向に低迷がみられる。
都市型ホテル（企画担当）	お客様の様子	・宿泊や宴会等の各部門により状況が違っており、景気についてはどちらともいえない。
旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・客の動向については、企業客は判断しにくい、個人客は多少良いように感じる。
タクシー運転手	来客数の動き	・夜の客数が回復していない。

タクシー運転手	来客数の動き	・7月はボーナス時期であり売上増加を期待していたが、5～6月と同様、夜の繁華街からの帰宅客の利用が少なかった。繁華街に出る客は増えているが、夜12時前に公共交通機関で帰り、タクシー利用は少ない。	
タクシー運転手	来客数の動き	・客数は数字的には横ばい状態である。現状維持で、上向きになったという実感が無い。	
通信会社（企画担当）	お客様の様子	・ボーナス時期ということもあり、商品に関する問い合わせが少なかった。	
通信会社（広報担当）	販売量の動き	・来客数は増えているが、商品購入ではなく安い料金に変更するために来店する客が多く、商品の動きは良くない。	
テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・入館者数、売店購買率及び購買単価はともに微減で推移している。	
テーマパーク（営業担当）	来客数の動き	・バス運行の規制強化の影響で団体旅行客が減り続けている。個人客については変化はない。	
ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク頃から客数の上向き傾向が続いている。	
美容室（経営者）	競争相手の様子	・巷間では景気は良くなるといわれるが全然良くならない。同業者と話すと、むしろ単価を下げた店に客が集中する状況が変わらない。	
美容室（経営者）	単価の動き	・消費税増税後も販売価格を上げていないので、商品の売行きに変化はない。今後、商品を値上げした場合どうなるかが心配である。	
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	・ここ最近では、客やその家族と会話するなかでは景気の変化がうかがえる話は聞かれない。	
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・客は商品の購入に関しては慎重な姿勢で、じっくり選択して無駄な支出を控えている。	
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・倒産予備軍の話が数多く聞くようになってきた。地方銀行は、地元へ貸出先企業がないため、都市部企業への貸出しを考えていない。	
設計事務所（経営者）	単価の動き	・4月の消費税増税以前から建築費が高騰したままで下がる気配がなく、まわりの建築関係者も多くの仕事を抱えている状態が続いている。	
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・4月の消費税増税以降、受注が伸び悩んでおり、購入について慎重に判断する客が増えてきている。	
住宅販売会社（販売担当）	お客様の様子	・購入に積極的な客が少ないうえ、会話からも購買意欲の高まりを感じない。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	単価の動き	・7月の売上は前年に比べて非常に悪い。消費税増税直後はそれほど影響を感じなかったが、7月になって影響が出てきたようで、客の購買意欲が非常に減退している。客はより安いものをタイムリーに購入しようという傾向にあり、まだまだデフレが止まらない。
	一般小売店 [靴]（経営者）	販売量の動き	・売上がかなり下がっているが、理由が分からず困っている。周辺の商業施設や大型店ではカード割引等のセールがめじろ押しで、夏商戦前から対応が大変である。
	一般小売店 [茶]（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の影響というより、業種的に消費者離れが進んでいるように感じている。日本人があまり日本茶を飲まなくなってきたこと、それが当社の業績を悪くしている。
	一般小売店 [紙類]（経営者）	お客様の様子	・観光客以外の地元客の売上がやや悪くなっている。
	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・7月は夏セールとお中元商戦のピークとなった。価格を下げたセールではほぼ前年並みの売上となるが、お中元については個人、法人ともに件数の絞り込みと単価ダウンで、前年比で2けた減の状況である。消費税増税後は、やはり価格意識の強まりや節約志向が目立ってきている。
	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・7月は衣料品が低迷し、梅雨明けまではシーズン雑貨も苦戦した。月後半には輸入食品の問題も発生したため、売上が増加しない状況が続く。
	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・7月はお中元商戦がピークで、バーゲンセールが売上の柱であるが、いずれも大苦戦を強いられた。お中元は全国的にも厳しいようであるが、梅雨明け後の酷暑で人の動きが鈍いことも影響している。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前には客数は前年の99%、客単価は103%であったが、7月は客数が前年の97%、客単価が101%と、数値がやや悪くなった。

	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・6月は平均単価が3～5%上昇し景気が持ち直したかに思われたが、7月に入ると平均単価は6月同様だが買上点数が下落した。客足も伸びず前年割れとなっている。	
	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・7月に入り天候の影響もあるが、消費税増税による節約で既存店の来客数が前年割れし、買上点数が減少している。	
	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・夏の季節商品の動きが悪い。お中元も今までより一層縮小傾向になっている。夏の衣料品のバーゲンにあたっては消費者は買い控える。	
	衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・客は生活必需品は購入するものの、それ以外の商品を購入する客が増えない。	
	家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・エアコン需要が終わる。	
	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・客はまだ戻ってこない。下見客ばかりで成約に至らない。	
	その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・売上が少し減少してきた。客は慎重に商品を選んでるようにみえる。	
	その他専門店〔海産物〕（経営者）	来客数の動き	・売上に変化はないが、来客数が前年より減少した。	
	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・現在の景気は消費税増税直後の感じと変わらない。ボーナスが出て少し景気が上向きかけたが、客の堅実な金の使い方に変化はなかった。	
	一般レストラン（外食事業担当）	来客数の動き	・客数が3か月前の90%程度になっている。夜の9時以降の客と、家族連れ客が減少している。ゴールデンウィーク明けから客の減少が目立ち始め、夏休みに入っても回復しない。	
	観光型ホテル（支配人）	販売量の動き	・宿泊予約の伸びが例年に比べて鈍いため、料飲部門の売上も悪い。宴会部門は婚礼件数の落ち込みをカバーできていない。	
	通信会社（工事担当）	販売量の動き	・申込数が減少している。	
	設計事務所（経営者）	販売量の動き	・4月の消費税増税後、設計依頼が減っている。	
	悪くなっている	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・7月の販売量は前年比70%と、まだ消費税増税の影響が続いている。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・売上は前年比80%と厳しい状況である。
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	・地元の自動車メーカーの増産を受けて、当社の受注も良い。
(中国)	やや良くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・6月は3月と比較すると、水揚げ量は384tの増加、水揚げ金額は560万円の増加であった。増加理由は中型巻き網と定置網の増加である。6月単月の前年比は、水揚げ量は1,056tの増加で前年の217%、水揚げ金額は1億4,050万円の増加で前年の152%であった。増加理由は中型巻き網の増加である。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要取引先の工場の定期修理が重なり、受注量の減少が1か月あまり続いていたが、現在は受注が通常月以上となり回復基調にある。
		化学工業（総務担当）	それ以外	・家電関係、自動車関連や首都圏の土木関連などが上向いているので、今後は当社の出荷も上向きになると期待する。ただ現段階では当社が上向きである実感は薄い。
		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	・大口案件とは言えないが工事関連の受注があり、生産量が増加している。鉄鋼業向け受注も好調が続いている。
		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い。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・売上は消費税増税後の落ち込みもなくなり、堅調に推移している。
		金融業（自動車担当）	取引先の様子	・自動車部品メーカーの多くは高操業を継続している。コスト改善効果もあり、売上は横ばいでも利益は増加傾向である。また夏のボーナスを大幅増額した自動車部品メーカーが多数出ている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が3か月前に比べて良くなっている。業種別では夏の販売促進商戦への対応が終了したため、時期的に受注量が減っている業種もあるが、全体としては受注量は上向きで推移している。

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	・通販部門の売上が予想より若干上振れしているが、ほとんど変化はない。	
	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・客企業は好調なところが多いが、分野によってはやや調整局面のところもあり、まだら模様である。全体としては前月とほぼ変わらない。	
	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、日本では消費税増税による一時的な減速も想定内で落ち着き、世界的には販売は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	・受注量は過去3か月と同水準で推移しており、生産能力の約80%である。	
	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	・コスト高に悩んでいる。材料仕入れ価格、燃料費や輸送コスト等が軒並み値上がりし、値上がり分を販売価格に転嫁できず悩んでいる。現在は市場の動きを見ながら、値上げのタイミングを図っているところである。	
	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	・受注実績は若干、内示よりも少なくなっている。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年ならば建設業界は受注の最盛期であるが、今年はまだ大きな動きがない。	
	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・前月と比較して引き合い数と受注数はともに横ばい状況であり、各業種ともに大規模案件に増減見込みもない。	
	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・製造業では原料高と燃料高が影響している。すべてのコスト上昇分を価格には転嫁できておらず、収益環境は改善していない。一方で、販売数量は前年比で増加していると聞く。消費税増税後の消費の落ち込みからは回復しているが、景気自体は横ばい推移である。	
	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数と成約件数は、ほぼ横ばいである。	
会計事務所（職員）	取引先の様子	・消費税増税から3か月以上経過し、消費動向は安定してきている。夏物商品の動きが前年よりも活発になってきているが、大型商品の動きは今一步の感がある。		
やや悪くなっている	食料品製造業（総務担当）	取引先の様子	・商談のなかで商品の売上数量が落ちているという情報が多い。	
	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の反動減が続いている。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・個人情報漏洩が社会問題となり、客先が受注について慎重になっている。	
	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	・原油価格が異常に高騰しており、ガソリンのほか、すべての石油製品が高騰してきている。電気代やLPGも高騰し、三重苦となっている。また海外からの輸入品価格も高騰しており、価格面で非常に厳しい。	
	建設業（総務担当）	取引先の様子	・物件数はあるが、現場管理の人員が不足し協力業者は手持ち工事を目いっぱい抱えているため、受注を見送らざるをえない状況である。反面、人件費や資材価格が高騰し、利益を圧迫する状況がますます悪化しそうである。	
	輸送業（経理担当）	取引先の様子	・受注を見込んでいた荷扱いに延期や中止の案件が出てきている。	
悪くなっている	○	○	○	
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	・新規の客からの問い合わせが増えている。
(中国)	やや良くなっている	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を上回っており、来年度採用予定の採用活動は未だに活発である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・来春卒業予定の県内高校生の求人状況は前年同期比で52%増と大幅に増加しており、景気の回復基調を感じさせる。ただ、地方では賃金のベースアップを実施する企業が少なく、ガソリンの高騰や消費税増税などもあり、消費者の財布のひもはまだ固い。
		職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・新規求人は前年同月比で3割弱増加するとともに、新規求職者は微減となった。このため、有効求人倍率は前年同月比で0.36ポイントと大幅に上昇した。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	求職者数の動き	・新規求職者数と有効求職者数はともに連続で前年同月を下回っている。

	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・中途採用の場合は経験者を求めるのが一般的だが、徐々に未経験者を可とする求人が増えつつある。
変わらない	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・引き続きサービス業からの求人は多いが、全体の求人数が落ち着き始めている。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・引き続き、学生の内定者数の割合が前年同時期と比べてかなり高い水準で推移している。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・新規求人数は3か月前に比べてほぼ変化がない。パート求人は20%増加したが、フルタイム求人は13%減少している。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	求人数の動き	・特に目立った変化は見られない。
	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	求職者数の動き	・新規求職者のうち、在職者数は前年比で1割強増加した一方、離職者数は1割弱減少している。離職者のうち会社都合の離職者数は2割強減少し、労働市場の改善から、転職を希望する自己都合離職者の割合が増加傾向である。
やや悪くなっている	人材派遣会社（経営企画担当）	求職者数の動き	・人材の供給力に陰りが出ている。特に若年層の登録数が下降傾向にある。流通や小売業界の人材不足が深刻になっているため、若年層の登録者の増加施策が急務である。
悪くなっている	—	—	—