

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	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前年に比べてバーゲンの売上は今一つであったが、正価品の売上が良く、特にコート等の動きが良かった。	
		スーパー（総務担当）	単価の動き	・客数は前年並みであるが、単価がやや上向きである。	
		スーパー（営業システム担当）	それ以外	・近隣の大型店が改装するため、一時閉店となっている。	
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数と販売量がともに増加している。天候が悪いなかであるが、景気は良くなっている。	
		家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・販売量は3か月前より増え前年比でも微増しており、景気はやや良くなっている。	
		乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・土砂災害以降は来客数が減少したが、盆前までは前年の90%と回復傾向にあった。	
		住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・客単価がやや上がってきている。	
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・例年より帰省客が多い。	
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	単価の動き	・夏物セールが終わり売場は秋物に変化しつつある。客の反応は良く、客単価も上昇している。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	単価の動き	・消費税増税後の買い控えも落ち着き、若干ではあるが高付加価値な高額品の売上が好調になってきている。	
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・前年8月は一昨年に比べ売上が大きく伸びた月であったため、今年8月の伸びは小さいと予想していたが、予想以上の伸びがあった。	
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ランチの来客数が伸びている。	
		タクシー運転手	販売量の動き	・当営業所の売上は前年の98%であるが、他の営業所はプラスのところが多かった。全体の売上はプラス1.2%であった。	
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・盆前後は商品説明に対する客の反応が良かった。	
		競艇場（職員）	販売量の動き	・8月初旬に開催したレースで電話投票や協力他場売上が良かった。9月初旬のレースの売上も順調である。	
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・消費税増税に伴う反動減は落ち着きを見せ始め、木造住宅の耐震補強工事などの動きが出てきた。	
		住宅販売会社（販売担当）	お客様の様子	・以前よりも客の動きが出てきている。住宅取得への意欲はあるが、客からは慎重に検討する様子がかげえる。	
		変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・天候不順や土砂災害等の影響で、消費マインドの低下を感じる。
			商店街（代表者）	来客数の動き	・客には必要以上に買物する感じはなく、相変わらず財布のひもが固い。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・店頭で品定めする客の姿が目立つ。数点購入する予定で来店した客が、結局は1点のみ購入する場合もある。	
		一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・消費税増税と円安による物価上昇で客の動きは鈍い。	
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・売上が前年より減少する傾向が続いている。	
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・8月も前月に引き続き景気は良くない。前年同月比で100%を超えている店舗が約40%と、前月に比べて少し増えてはいる。店長の感覚では雨の多い天候のせい、消費税増税の影響が残っているのか原因は分からないが、景気は上向いていないとのことである。	

百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・当地においても日照不足と長雨が顕著である。台風の影響は盆帰省マーケットを直撃した感があり、観光地や当店の客数は大きく前年を下回り、土産を中心とした食品の売上や夏物セール低迷につながる。気温低下により期待した秋物衣料もヤング向けだけが好調で、主力のミセス向けは先行購買の動きがみえてこない。
百貨店（購買担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響が続いており、美術品や宝石といった高額商品は厳しい状況である。8月後半から気候が秋めいてきたため衣料品では秋物が売れ始めているが、景気が良くなったとは言えない。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・盆明け以降の天候不順や近県での土砂災害の影響もあり、客の購買意欲が少し減退している。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数や客単価に大きな変化はない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年の97%、客単価は前年の103%であり、3か月前からほとんど変化がない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・天候不順で夏物商品の販売が伸びない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・客は特売品やポイント付与などをみて、来店や購入を検討している。
スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・平均単価が4～5%上昇しているため、売上は前年を上回っているが、来客数と販売点数は前年割れが続いている。
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・8月は天候不順や気温低下により、前年に比べて中食を中心に販売量が減少している。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売数の前年割れが継続している。
その他小売 [ショッピングセンター]（所長）	お客様の様子	・天候不順や低い気温により来客数は微減であるが、客単価がファッションを中心に上昇しており、客の購買意欲は感じられる。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・土砂災害の影響もあり、8月に入って個人利用が減少している。
都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークやお盆期間など、長期連休での個人客の需要は年々高くなっているが、単価の上昇は鈍い。原油高騰や物価上昇の懸念が払しょくできず、客の消費マインドは低迷している。
旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・通常年ならば夏は大きな需要がある時期であるが、今年は期待値まで届いていない。
タクシー運転手	来客数の動き	・8月は雨が多く当地で土砂災害が発生したこともあり、人の動きが多かったため、乗車率が多少上がっている。
通信会社（広報担当）	販売量の動き	・特に販売量が増えるというような動きはない。
通信会社（販売企画担当）	お客様の様子	・6～7月と比べて客足に大きな変化はない。
通信会社（総務担当）	お客様の様子	・加入申込件数が引き続き好調である。
テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・前年同月と比較して来客数に変動はない。
テーマパーク（営業担当）	来客数の動き	・天候が不安定だったので、8月の来客数は前年を下回った。
ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・悪天候の影響で集客が伸びない。
美容室（経営者）	競争相手の様子	・景気は良くなっていない。
美容室（経営者）	競争相手の様子	・客は仕事が増えて忙しいようであるが、客からの恩恵はなく、以前と比べて売上に変化はない。
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	・利用者やその家族からは景気の変化がうかがえる話や消費税増税の話題は聞かれない。
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・消費税増税後から客の動きが好転しないため、景気に大きな変化はない。
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・景気が好転する要因が見つからない。客の財布のひもが固くなってきている。
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・次の消費税増税が実施される前に建築しようとするクライアントの引き合いが増えている。
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・消費税増税後に落ち込んだ受注件数はいまだに回復せず、この数か月は低調な動きで推移している。

	住宅販売会社 (営業担当)	来客数の動き	・暑い時期でありイベント等を実施していないため、客にあまり動きはない。
やや悪く なっている	商店街(理事)	お客様の様子	・天候不順による野菜価格の高騰やガソリンの値上がりなど、日常生活に不安材料があり、客に生活防衛的な様子が見受けられる。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・消費税増税直後に比べると来客数がかなり悪くなっている。客はだんだんと重税感を感じている。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・景気ウォッチャーの指数は3か月連続で改善しているが、都市部に限られた話である。5月の連休明けから来客数や販売量の下降が続いている。とくに7月終わりから8月上旬にかけて天候不順が続いたことが大きい。
	商店街(代表者)	単価の動き	・消費税増税の影響がますます出ている。さらに集中豪雨と土砂災害の影響で客の購買意欲は低下している。
	一般小売店[印章](経営者)	来客数の動き	・雨の日が極端に多く、来客数が少なく売上が少し落ちている。夏休みにもかかわらず、周辺の行楽地も来訪者が少ないようである。
	一般小売店[酒店](経営者)	販売量の動き	・天候不順の影響も多少あるかもしれないが、お中元商戦やお盆でも販売量は期待したほどは増えなかった。一時的には忙しくなるが継続しない。
	一般小売店[靴](経営者)	販売量の動き	・8月は前年の売上を大きく割り込み、今までにない落ち込みとなった。理由がわからず困惑している。
	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・8月の集客ポイントになる売り尽くしセールは期間中に集中豪雨があった影響で、来客数が前年の93%と大きく下回っている。来客数に比例して売上も厳しい状況である。
	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・雨が多かった影響で夏物衣料の売行きが悪い。また当地で大規模土砂災害が発生し、客の消費マインドが下がっている。
	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・7月末に回復基調にあった盛夏商品の売上が8月に入ってから失速した。月初からの度重なる大雨と土砂災害により、夏物最終セールが盛り上がらない。
	スーパー(管理担当)	販売量の動き	・天候不順により季節商品の動きが鈍いうえ、夏行事中止によるキャンセルも重なり、売上へのマイナスの影響が大きい。
	スーパー(財務担当)	販売量の動き	・客が節約のために買いまわり、買上点数が減少している。
	コンビニ(副地域ブロック長)	来客数の動き	・天候が悪く外出を控えるため、客数が減少した。
	衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・客はお中元商品等、夏の贈答品については控えぎみである。
	衣料品専門店(地域ブロック長)	来客数の動き	・客はリクルートスーツや礼服などの必需品は買いに来るが、それ以外を購入する客が減っている。
	家電量販店(店長)	販売量の動き	・冷夏でエアコン、冷蔵庫や扇風機等の夏物家電品の売行きが悪い。
	家電量販店(店長)	お客様の様子	・天候不順による野菜の価格高騰で、客の財布のひもは固くなっている。
家電量販店(販売担当)	販売量の動き	・天候不順で季節商品であるエアコンが売れなかった。	
乗用車販売店(統括)	販売量の動き	・消費税増税の影響から8月の受注は前年の70%と、依然厳しい状況が続いている。	
自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・景気が良くなっている実感が全くない。多忙なのは建築や建設関連の会社だけで、当業界の売上は相変わらず前年割れである。	
自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・お盆の帰省等でも消費税増税により客の財布のひもは固いままである。冬商戦までは厳しい状況が続く。	
その他専門店[時計](経営者)	来客数の動き	・夏休みのレジャー需要は一部の業界に恩恵があるだけで、また消費者の所得も伸びていないため、一般の景況感悪いままである。	
その他専門店[布地](経営者)	お客様の様子	・暑い日や雨が続き、客は疲れてしまい買物する意欲が減退している。	
その他専門店[海産物](経営者)	来客数の動き	・来客数が少なく、売上も悪い。台風の影響や雨が多かったことがマイナス要因である。	

	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・夏期は飲食店の客単価が上昇する時期である。今年の客単価は税込み金額では前年並みであるが、税抜きになると低下している。特に1組当たりの単価はファミリー客を中心に落ちている。
	一般レストラン (外食事業担当)	来客数の動き	・来客数が前年を割っている。6月は前年の103%、7月は96%であったが、8月は盆を過ぎた時点で95%である。天候の影響もあるが、だんだんと来客数が減少しており不安である。
	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	・週末の悪天候の影響もあるが、来客数が減少している。夏休みも終わるので、秋の観光シーズンが始まるまでは、客の動きは好転しない。
	観光型ホテル (支配人)	販売量の動き	・8月は天候不順の影響もあり、売上は前年比で大きくマイナスである。春からの客の動向をみると、企業利用に比べて個人利用が伸びていない。
	観光型ホテル (宿泊予約担当)	来客数の動き	・個人受注の伸び悩みが続いており、回復の兆しはない。
	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・宿泊部門は海外からの来客数が好調に推移しているが、国内客数が伸び悩み、全体では減少している。レストラン部門は高額単価店舗だけでなく、他の店舗でも来客数が減少している。
	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・天候が旅行に適さない状況にあり、客は旅行どころではない。
	タクシー運転手	来客数の動き	・前年同月にはなかった受託事業が売上増加に貢献しているが、夜の仕事を含めた全体売上は減少している。
	テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・台風の接近や長雨の影響で来客数が少ない。
悪くなっている	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・雨が多く、気温も低いいため、夏物衣料の売上が不振であった。
	スーパー(販売担当)	来客数の動き	・天候不順の影響もあり、来客数の減少が著しい。夏物処分量の消化が例年にならぬほど悪く、売上や利益は苦戦を強いられている。
	乗用車販売店 (営業担当)	お客様の様子	・消費税増税の影響で車にかかる金の優先順位がかなり下がっている。
	一般レストラン (経営者)	それ以外	・盆までは景気は悪くなかったが、土砂災害の影響で人の動きが止まっている。
企業動向 関連 (中国)	良くなっている 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	・主要取引先の秋の定期修理期間を控え、前倒しで生産しているため、受注量はわずかながら増加している。
	鉄鋼業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・7月の売上は米国大手金融機関の破たん前のレベルに回復した。
	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加している。
	通信業(営業企画担当)	取引先の様子	・製造業を中心に、今期から来期に向けた情報系の投資に関する引き合いが、前年同期と比較して増加している。
	金融業(自動車担当)	取引先の様子	・自動車部品メーカーは休日出勤を含む高操業を維持しており、業績は増収増益を継続している。
	金融業(貸付担当)	受注量や販売量の動き	・取引先の4～6月の試算表では、前年同月比で減収となる取引先が多かったが、7月に入って前年水準を回復している取引先が増加した。中には、前年同月比10%以上の増収となっている企業もあり、景気はやや良くなっている。
	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
	木材木製品製造業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・消費税増税後の反動減が続いている。
	化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・一部の業界は景気が良いようであるが、経済全体の底上げまでは至っておらず、当社のような素材型化学工業では景気が良くなっている実感はない。
	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	・鉄鋼向けの注文は安定的であり、各地の焼却場の工事も低調で大きな変化はない。
	鉄鋼業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・客の分野により濃淡はあるものの、各分野とも販売量は安定しており、生産量も高水準で推移している。

		非鉄金属製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・生産量と販売量に特段の変化はない。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注がここ3か月は同水準で推移しており、生産能力の約70%に留まっている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・受注量は確保できているが、原材料、ガソリンや輸送コスト等の値上がり分を製品価格に転嫁できず、適正な利益の確保が厳しい。
		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	・新製品の出荷が遅れているが、現行製品がカバーしている。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・一定の仕事量は確保しているが、海外メーカーとの競合や船価等により採算性は依然として改善されていない。
		建設業（経営者）	それ以外	・仕事量はあるが、今夏の異常気象の影響や、建設業界がずっと技能者や職人を減らしてきており必要な人数の確保が難しいため、仕事を請け負いにくい状況にある。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・中堅企業の通信機器などの更改や設備投資は例月どおりで、受注量も変動が少ない。零細企業や商店等のSOHO市場の景況感も改善しているようには思えない。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数と成約件数はともに横ばいである。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・製造業にはまだ活気が残っているが、小売業やサービス業は天候不順の影響もあるのか、売上が前年に比べてやや低下している。また建設業は仕事があるが、人手不足で受注を確保できず、前年よりも売上が低下しているところもある。
	やや悪くなっている	電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・主要取引先の状況が悪化している。
		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	・円安の進行で海外からの材料輸入価格が上昇しており、製品原価の上昇圧力が非常に強くなってきている。
		建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・契約時に想定した原価に対し、工種全般において人件費や資機材費が想定を大幅に上回り、その差額を転嫁できないケースが増えてくる。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・企業の荷動きや個人消費の動きがやや落ち込み始め、来客数も若干減少している。また土砂災害等の影響で荷動きが滞っている。
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響は小幅で収まり、荷動きや倉庫保管数量は増加すると見込んでいたが、いまだに荷動きは鈍く、数量も増加してこない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・客からの受注量が減少している。受注見込みも減少傾向にあり、回復が見込めない。
	悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・7月は4月と比較すると、水揚げ量は1,030tの減少、水揚げ金額は1億9,430万円の減少であった。7月単月の前年比は、水揚げ量が616tの減少で前年の53%、水揚げ金額は1億4,900万円の減少で前年の66.5%であった。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・無駄な物は買わないという客の志向がより一層強くなっている。受注量が目に見えて減少している。
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	・新規企業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	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・採用に積極的な企業が7月に入って規模の大小を問わず増えている。求職者の反応は良いとは言えず、企業が募集してもマッチングしない現象が起きている。このアンマッチを解消すればもっと景気回復が進むはずであるが、現状は少し景気回復を妨げている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・例年と比較して採用数を増やす企業が増えている。また採用数増加に備え、採用活動を早期化する企業が増えている。
		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1.5倍の高水準であった。大型病院や大型ショッピングモールの新築工事が大きく寄与している。特に大型ショッピングモールは約2,000人の雇用を生むことから、人材確保上の問題からパート時給や他店の契約社員の賃金も上がっている。

	職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・前年同月と比較して求人数は増加し、求職者数は減少している。正社員求人倍率についても、ゆっくりではあるが、上昇している。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	それ以外	・人手不足の業種は建設業や介護関係にとどまらず、小売業や製造業にも広がっており、賃金見直しなどの求人内容の変更が増加している。
変わらない	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・次年度分の新卒採用計画を立てている企業が多く、採用予算を前年より高く設定している企業が増えている。費用がかかる合同企業セミナーへの参加申込枠がかなり早いペースで埋まってきているなど、企業の採用意欲が活発化してきている。
	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・企業の採用意欲自体は高いが、同様に正社員として採用するハードルも高い。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	求人数の動き	・テレビは景気が良くなっていると報道するが、変化は特には感じられない。
	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割増加した。その一方、離職者数は1割強減少している。離職者のうち会社都合の離職者数は2割強減少した。また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（支社長）	求人数の動き	・景気の影響か、季節的な要因か、または複合的なものか不明であるが、高水準で推移していた事務職の求人数が落ち込み始めている。
	人材派遣会社（経営企画担当）	求職者数の動き	・企業にとって求職者確保が困難を極めている。とくに若年層の動きや募集採用状況については、緊急な対応が必要である。
悪くなっている	-	-	-