

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	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・以前に比べて、安価な価格にこだわる客が少なくなっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・ここ2か月続いて、客数が前年並みである一方で単価は前年の103%と、単価上昇が売上を押し上げていた。6月は客数が前年の104%、売上は前年の108%と、より良い傾向に変わった。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・6月下旬に開催したSG競走で約93億円の売上を確保できた。
やや良くなっている		商店街（代表者）	来客数の動き	・昼の来客数が増えてきている。多数の熟年者が町を散歩している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・客数が増加し、単価も上昇している。
		スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・食品が全般的に値上がりしているが、販売点数は落ちていない。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・販売量も客数も良い動きになっている。工事関係者の来店も朝昼晩を問わず多く、景気は良い。
		コンビニ（支店長）	来客数の動き	・売上状況からみると、景気はやや良くなっている。
		家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・来客数は前年からほぼ横ばいであるが、販売量が増えている。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・景気回復は順調に進んでいる。これといった悪材料もなく、景気は少し良い方向に向かっている。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	販売量の動き	・山陰や四国方面への観光客の立ち寄りが増えている。
		観光型ホテル（支配人）	販売量の動き	・外国人旅行者を中心に宿泊が好調であり、国内の団体旅行者も徐々に増えてきた。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・6月に入って、レストラン等の来客数が若干増えている。また売上も若干増加している。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・欧米等の海外からの宿泊客が好調に推移している。企業宴席件数も若干増えている。レストラン部門では高単価店舗の客数は伸び悩んでいるが、全体では客数が若干増えている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・ボーナスシーズンとなり、夜の乗客が増加している。営業所の売上をみても、前年の102%である。
		通信会社（工事担当）	お客様の様子	・客動向をみると、景気はやや良くなっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・客単価と客数はともに右肩上がりである。消費税増税から1年が経過し、消費者が慣れてきたのかもしれない。
変わらない		商店街（代表者）	来客数の動き	・プレミアム付商品券が出まわり、少しではあるが客数増加に貢献している。
		商店街（理事）	販売量の動き	・買物時に商品を買うか、やめるか迷う場合に、以前に比べて後者を選択する客が増えたという声をよく聞く。当店でも同様である。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・得意先も来店客も価格に対して敏感になっており、なかなか高額商品が売れない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・全体的に客に買い控え傾向がみられる。また予約後にキャンセルする客も増えている。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・商店街の空き店舗が埋まり喜んでいたら、今度は別の店舗が閉店した。なかなか商店街の空き店舗を解消できない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・地元では相変わらず低調な景況が続いている。先月、我が商店街の総会を開催したが、商店街の疲弊から赤字に転落した。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・6月の売上は前年の98%の見込みである。これは7月にクリアランスセールがずれた影響であり、2か月間トータルではほぼ前年並みの売上になりそうである。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・全館の売上は前年の85%、来客数は75%と、依然として低迷が続いている。5月と同様に、ヘアサロン、エステやまつ毛エクステ等のサービス系店舗では好調が継続しており、80%の店舗が前年を超えている。ただ当館は退店店舗の後継テナント探しに苦慮しており、当面は苦しい状況が続くと覚悟している。

百貨店（営業担当）	来客数の動き	・5月にリモデルオープンした食品売場の集客により、来客数自体は大幅に増えているが、全館への波及効果は想定よりも小さい。前年は夏のクリアランスセールを6月に開催したが、今年は7月に後ろ倒しになる。客の買い控えも予想されるため、売上は良くても前年並みの見込みである。
百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・ギフト商戦がスタートし、夏セールも近づいている。お中元では送料込みのギフトや15%オフの早期割引が人気を集め、前年以上の売上である。客は単価にはシビアなままであるが、件数と客数はともに増加している。反面、夏セールでは大手アパレルを中心にセール時期が7月中旬に移行したため、ファッション部門は苦戦傾向となっている。
百貨店（購買担当）	お客様の様子	・衣料品関係は前月と同じ状況である。夏物商戦に入っているが夏物の動きが良くなく、またクリアランスセールでも今までのように客がまとめ買いする姿は見られない。ただし客が宝飾品や時計等の高額品には金を惜しまないという傾向は変わっていない。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・夏のボーナス支給状況から判断すれば、景気は回復傾向にあるかもしれない。ただ夏セールはさみだれ的に始まったため、パワーが感じられない。景気はしばらく現状維持的な状況が続く。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・有名ブランド品や美術品は引き続き売れてはいるが、前年のような勢いはない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・客単価や販売点数に変化は見られない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・商品の度重なる値上げもあり、客の購買動向に変化はみられず、また改善する傾向もない。
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・デザインや機能性などの付加価値を求める客が減少傾向にある。購入に際しては価格を比較するのみで、安価な商品を選ぶ客が圧倒的に多い。
スーパー（管理担当）	単価の動き	・客単価に変動はなく、3か月前と比べて景気は良くも悪くもない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・中食商品等の販売状況はあまり変わらず、客数の動向も変わらない。
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・客単価は上昇傾向にあるが、購入点数が伸びていない。
コンビニ（副地域ブロック長）	それ以外	・個人の交際費の使用額を見る限り、景気に変化は感じない。
家電量販店（店長）	お客様の様子	・3か月前に比べて景気に変化はなく、販売は依然として不振である。客の節約志向が更に高まっている。
家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・エアコン等の季節商材が動かない。夏のボーナスに期待する。
乗用車販売店（総務担当）	来客数の動き	・販売状況はあまり良くないが、来客数に大きな変化は出ていないため、景気は現状を継続する。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・ボーナス商戦に突入する時期であるが、来客数は前年割れしたまま推移している。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・客の来店数が特に増えている様子はない。
自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・何も目新しい景気対策もなく、景気が良くなる要素は見当たらない。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・店舗によって多少の増減はあるが、全体の客数に大きな変化はない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	お客様の様子	・地方では株高やベースアップによる景気浮揚感はなく、当店でもなかなか高額品の購入に至らない。都市部と地方では景気のスケールも変動要因も違うので、画一的な景気対策を実施しても地方経済の浮揚は難しい。
その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	お客様の様子	・近隣に大型ショッピングモールがオープンした影響は大きいですが、それにより客の購買意欲が上がっているようには感じない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・テレビ等で景気回復の兆しを報道するが、地方ではその兆しは見えない。実質的な所得向上がないためと感じる。

一般レストラン (外食事業担 当)	お客様の様子	・売上をみると4月は前年の109%、5月は102%、6月は中途であるが107%であり、良い流れが継続している。メニューに平日の食べ放題を加えたところ若いファミリー層の来店が増加し、逆に週末の売上は少し前年を下回り、前年の98%程度で推移している。支払額があらかじめ決まっている食べ放題を選択する客が多いのは、ある意味では節約志向の反映とも考えられる。	
スナック(経営者)	来客数の動き	・客数は先月より少し多くなった。ボーナスが出て、月後半には客数が伸びたが、景気が良くなったためではないと思う。	
観光型ホテル (宿泊担当)	単価の動き	・単価的には相変わらず安価なものを希望する客が多く、景気が良くなっているとは思えない。	
旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・景気が本当に良いのかどうか判断できない。現状は景気が良い企業が3割で、悪い企業が7割であると感じる。	
旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・販売商品について、高額品を選択する客と安価品を選択する客の二極化が進んでいる。	
タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前からは景気に変化はなく、どちらかと言えば悪くなる傾向である。日中も夜間も乗車客は減少している。まわりには景気が良い会社も多いが、タクシー業界には好景気が波及していない。	
通信会社(企画担当)	お客様の様子	・モバイル系仮想移動体通信事業等の新サービスへの関心は徐々に高くなっている。携帯キャリアからの乗り換えでは、単純にはコスト削減となるが、関連サービスを加えると価格上昇になることにも客は抵抗感を持たない。	
通信会社(広報担当)	販売量の動き	・ボーナス商戦前であり、販売にはほとんど動きがない。	
テーマパーク (管理担当)	来客数の動き	・入館者数や商品販売高等には前年同月比で変動がない。	
テーマパーク (営業担当)	来客数の動き	・団体客が減少している。原因としてはバス料金の制度変更が大きい。	
ゴルフ場(営業担当)	それ以外	・国内客の動向は3か月前に比べて変わらず、事前予約は好調である。韓国からの来場者がMERS(中東呼吸器症候群)の影響で減少した。	
美容室(経営者)	競争相手の様子	・同業者と話しても、景気が良いという店はない。単価を下げれば客は増えるが、価格を元に戻せば客はまた減るといった話も聞く。	
美容室(経営者)	お客様の様子	・3か月前に比べて景気に変化はない。	
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・住宅建築にコストをかける客はいない。客は相変わらずコストダウンを要求する。	
設計事務所(経営者)	来客数の動き	・消費税増税から1年以上が経過したが、戸建て住宅の引き合いが減少した状態が変わらない。	
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・依然として住宅購入に慎重な客が多く、低調な状態が継続している。	
住宅販売会社 (営業担当)	お客様の様子	・住宅販売に係わる客との折衝では、客の購入意欲や慎重さは以前と変わっていない。	
やや悪くなっている	商店街(代表者)	単価の動き	・夏のバーゲンセールを始めている。天候不順の影響もあるが、売上が悪い状況が続いており、前年を下回りそうである。客の財布のひもは固いという表現では不十分な感じであり、今までに経験がないほど売上が低迷している。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・6月初旬に祭があり、当商店街の客数は多かったが、景気は3か月前と比べて頭打ちの状況である。
	一般小売店[印章](経営者)	来客数の動き	・来客数が減少気味であり、印鑑等の注文も少ない。
	一般小売店[食品](経営者)	販売量の動き	・6月は中旬以降に販売点数が伸び悩んだ。
	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・クリアランスセール開始が前年より遅くなり、正価品の売上増で補おうとしているが、前年実績の確保は難しい。またインバウンド効果も地方では期待できない。
	百貨店(売場担当)	お客様の様子	・衣料品の動きが悪く、特に紳士衣料が苦戦した。父の日需要も今一步であった。
	スーパー(財務担当)	来客数の動き	・既存店の来客数は5月までは前年を上回っていたが、6月に入りほぼ前年並みになっている。
	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・野菜の高騰が続く、家計への影響が大きく、ますます消費者の購買意欲が低下している。メディアは東京の景気は良いと報道するが、地方の現状は厳しい。

		乗用車販売店 (統括)	販売量の動き	・6月の販売量は前年の80%と大変厳しい。特に軽自動車は3月に自動車税増税前の駆け込み需要が起こったため、4月以降は大変厳しい状況となっている。
		住関連専門店 (営業担当)	来客数の動き	・ゴールデンウィークに大規模な家具販売イベントを開催したところ、多くの来場者があったが、イベント後は反動が出たのか、来客の落ち込みが続いている。
		その他専門店 [布地](経営者)	お客様の様子	・地域活性化をがんばっている街とそうでない街の間に、差が出てきている。当市は行政がまちづくりにあまり力を入れておらず街の活性化が遅れているため、客の消費が鈍い気がする。
		その他専門店 [ファッション雑貨](従業員)	販売量の動き	・バーゲンセールを始めている。例年であれば数点のセール品をまとめ買いする客も多いが、今年は1点購入の客が多い。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・3か月前に比べて予約の伸びがやや鈍く、6月の客数は低迷している。
		一般レストラン (店長)	来客数の動き	・6月は広島三大祭りの一つである「とうかさ」が開催されたが、例年に比べて来客数が少なく、屋台の数も少なかった。当店も屋台に出店したが、前年に比べて購入者が少なかった。
		都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・宿泊客は増加しているが、宴会の受注やレストランの来客数は低迷している。大型イベントが少ないこともあるが、物価上昇が個人消費に影響している。
		通信会社(総務担当)	販売量の動き	・放送サービスの契約件数が低調である。
		設計事務所(経営者)	来客数の動き	・イベント等の来場客数が伸び悩み、成約率も低下している。
		設計事務所(経営者)	お客様の様子	・新年度に入り、住宅の耐震改修等補助金制度が始まったが、客からの依頼はほとんどない。
		住宅販売会社 (営業担当)	来客数の動き	・5月までは客からの問い合わせも多かったが、6月に入り急激に減っている。
	悪くなっている	乗用車販売店 (店長)	来客数の動き	・6月は年間でも来客が見込める月であるが、今年の来客数は前年の85%と期待はずれである。特に週末の土日の来客数が前年の80%と少ない。
		その他専門店 [海産物](経営者)	来客数の動き	・来店客が激減している。特にバス新料金制度の影響により、バス利用の日帰り団体客の減少が目立つ。
企業 動向 関連 (中国)	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	・多忙な状況が続いている。
	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	・確信は持てないが、住宅市況がようやく回復する気配を感じる。
		建設業(総務担当)	競争相手の様子	・受注の際に競合する状況が出てきている。
		通信業(営業企画担当)	取引先の様子	・流通業の客では情報通信への設備投資の話題がはじめており、予算取りに向けた提案機会が増えている。
		金融業(貸付担当)	取引先の様子	・取引先企業の4~5月の業況をみると、前年同時期に比べ改善している企業が多い。3か月前と比べると、企業に投資意欲が強くなっている。また個人消費で言えば、マイカーローンや新築住宅ローンの申込客が増えており、景気は良くなってきている。
		広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・客からの受注が上向きになっている。企業からも販売促進的な動きが出ており、景気は良くなっている。
	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	・OEMの委託元で商品クレーム問題が発生し、当社のOEM生産も計画どおりには進まなかったため、全体の生産計画を見直した。売上は4~5月でかなり回復し、6月は落ち着きつつあるが、今後についてはなお不透明感がある。
		繊維工業(統括担当)	受注量や販売量の動き	・景気に変化は見られない。
		化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・当社は素材産業メーカーであるが、前年に比べて販売量が増えていない。
		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	・鉄鋼業の減産の影響で鉄鋼向け生産が低迷している。セメント向け受注は好調であるが、鉄鋼向けをカバーするには至っていない。
非鉄金属製造業 (業務担当)		受注量や販売量の動き	・社内に複数の事業領域を設定しているが、事業領域によって受注量にバラつきがある。	
金属製品製造業 (総務担当)		受注量や販売量の動き	・受注量にここ3か月大きな変化はなく、現状の生産能力並みを確保している。	

		一般機械器具製造業（経理財務担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が伸びてこない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・前年同時期に比べて受注量に変化はないが、商談件数は増加している。反面、コスト上昇分は利益から差し引かれる状況であるため、適正な利益確保が厳しい。
		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	・長期内示に対して製品別には増減はあるが、総量はほぼ内示どおりとなっている。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・この先1年の工事は目途が立っている。県内の大型物件は一段落した状態であり、著しい人件費等の上昇も感じられない。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・ものの売り方や買い方に変化があり、物流にも動きが出ている。新しい市場に向けて情報発信に努めているが、市場の需要をつかみ切れず、また需要の予測は難しい。
		輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・状況はここ数か月変わっておらず、輸出入と国内輸送はともに荷動きが安定し、数量的にもおおむね堅調である。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・マイナンバー制度が開始されるに当たり、一時的にセキュリティ商材が伸びている。ただ中小零細企業や個人事業主には積極的な設備投資はみられない。
		金融業（自動車担当）	取引先の様子	・自動車完成メーカーでは、低燃費車の売行き好調が続く、新発売の新型スポーツカーの受注も絶好調となっている。操業については残業1～2時間と月に1回程度の休日出動で対応中である。部品メーカーでも同様で、過去最高益の企業が多い。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・3か月前と比べて製造業の業績は低下しており、受注状況も足踏み状態である。また飲食店では来客数は若干伸びてきているが、材料費の値上がりにより利益は増えてない。
	やや悪くなっている	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・在庫調整局面の中、5～6月にかけて各需要分野で一段と活動が鈍っている。取引先からは仕事量を確保することが大変だと聞く。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は予算比10%減である。夏場の生産は自動車関係や電子部品関係が低迷し、予算比で7～10%の減少である。秋以降の動きはどうか、7月に見極める必要がある。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来店客数及び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	・5月を3か月前の2月と比較すると、水揚げ量は926tの減少、水揚げ金額は1億2,456万円の減少であった。水揚げ量と水揚げ金額の減少理由は沖合底引き漁や大中型巻き網漁の減少である。5月単月の前年比は、水揚げ量が171tの減少で前年の83%、水揚げ金額が2,620万円の減少で前年の91%であった。水揚げ量と水揚げ金額の減少理由は沖合底引き漁や大中型巻き網漁の減少である。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・販売単価と販売数量はともに落ちている。
		化学工業（経営者）	それ以外	・突発的なプラント不具合により原料不足を招き、減産を余儀なくされている。6月の業績への影響は多大である。
		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	・相変わらず円安により輸入材料が高騰しており、コスト高につながっている。また海外向けは好調であるが、国内販売はいまいちであり、在庫調整も入り受注量が激減している。
雇用関連	良くなっている	-	-	-
(中国)	やや良くなっている	求人情報誌制作会社（広告担当）	採用者数の動き	・雇用については引き続き企業側の学生獲得の意欲が高いように感じる。これから採用活動が本格化していく模様である。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・求人ではコンビニの新店舗開店に伴う募集などで、卸売・小売業が前年同月比で3割増となった。また医療・福祉業も2割増となるなど、求人が増加した業種が多く、求人全体でも1割増と増加傾向が続いている。

	職業安定所（産業雇用情報担当）	周辺企業の様子	・今夏に管内に工場進出があり、秋には大型ショッピングタウンがオープンするなど求人活動が活発であり、応募者も多い。また人材派遣業では登録者が増加しており、自動車関連で100人規模の大口派遣受注があった模様である。近く営業所増設も予定していると聞く。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・中途採用の目的は、欠員補充から事業拡大のための増員、さらには次世代人材発掘のための採用と、変化が生じてきている。
変わらない	人材派遣会社（支社長）	周辺企業の様子	・派遣の受注数は引き続き高水準で推移している。受注背景をみると、退職者の補充を自社でまかなえないという理由が多く、一時期のような生産や売上拡大による前向きな採用という案件は非常に少なくなっている。
	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・求人は増えているが、求職者の動きが鈍く、求人に対してマッチしていない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・以前から人手不足であった土木・建築業では人手不足がいよいよ深刻になっており、特に職人系の技能者が確保できないとの嘆きが多い。小売業やサービス業では、パートやアルバイトの時給が上昇して従業員の転職が激しくなったため、必ずしも希望する人材を補充できない悩みを抱える事業所が増えている。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・新規求人数と新規求職者数はともに3か月前に比べて微増であり、雇用環境に変化は見られない。
	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と比較して減少したが、有効求人倍率は依然として高水準にある。人手不足の状況は続いているので、求人への応募者が少ないことなどから、企業は求人を見合わせているものと思われる。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	求人数の動き	・報道等によれば世の中は複雑に動いているようであるが、具体的な変化を実感することはない。
やや悪くなっている	人材派遣会社（経営企画担当）	雇用形態の様子	・改正派遣法の施行などにより、人の働き方が大きく変わる。この秋にかけては、営業活動以上にコンプライアンスを再徹底した体制強化が問われる。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	周辺企業の様子	・駅前の大型ショッピングモールの集客がオープン当初に比べて落ちてきており、周辺の空きテナントを埋める計画もあまり進んでいない。
悪くなっている	-	-	-