

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			
		一般小売店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・アイスやデイリー食品、飲料品の売上が伸びている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・ここ数か月、来客数は前年の101%と上昇を続けている。また客単価も上昇している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・猛暑日が続き、飲料等が非常に売れている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・気温上昇に伴い、中食商品や飲料等の動きも好調である。来客数は前年に比べて増加傾向である。
		コンビニ（副地域ブロック長）	販売量の動き	・飲料の需要が高く、全体の数値を押し上げている。あくまで環境変化による上昇であり、景気向上だとは判断できない。
		コンビニ（支店長）	来客数の動き	・来客数が増加している。
		家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・猛暑ということもあり季節品が前年比100%以上で推移しており、季節商材を中心にやや良くなっている。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	販売量の動き	・夏季休暇時期ではあるが、その影響以上に販売数が増加している。
		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	・夏休みに入り、家族連れでの利用が増えて買上点数が増加している。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・インバウンド客が増加している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・7月はボーナス月なので売上は伸びている。会社の売上目標は前年比102%であったが、実際には前年の108%である。
		通信会社（工事担当）	お客様の様子	・客の状況がややよくなってきている。
	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・夏休み期間中であるとともに、全体的に天候に恵まれたことによって来園者が増加している。	
	競艇場（職員）	販売量の動き	・盆期間中のレースと下旬に開催したG3競争で売上を確保できている。	
	住宅販売会社（営業担当）	来客数の動き	・客からの問い合わせや申込などが増加している。消費税率再引上げ前の購入を希望している客が多く、具体的に検討している客が増えている。	
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・買い控える客が多く見られる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・観光客の入込はあるが、商店街では食料品の購入や飲食に限られ、その他の商品の動きは少ない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・現在商店街ではアーケード撤去中であり、客は来店しない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・3か月前と比べても身のまわりの景気は、店によりバラツキがあるものの、好調さを維持している。
一般小売店〔靴〕（経営者）		販売量の動き	・隣の店舗から出火した火事で全焼被害を受けたため、アーケードから少し離れた仮店舗で営業しているが、幸いにも来客数や販売量に大きな変化はみられない。	
一般小売店〔眼鏡〕（経営者）		お客様の様子	・生活必需品は購入するが、高額商品などは買い控え感がある。	
百貨店（経理担当）		販売量の動き	・8月の売上は前年の97%の見込みである。ただし営業日数が前年より1日少ないことを考慮すれば、ほぼ前年並みの状況である。	
百貨店（営業担当）		販売量の動き	・前年同月比で売上高75%、来客数74%と、依然として低迷している。前年を上回っている店舗は約27%と前月より少し良くなっているが、良い店舗は先月と同様にサービス系のまつ毛エクステンションやヘアサロン、エステ等である。課題は新規店舗誘致であるが、難航しており、しばらくはこの状態が続くそうである。	
百貨店（営業担当）		お客様の様子	・夏物セール最終月に入っても客の買い方は慎重なままで、再値下げになっても必要以上には買わない傾向は続いている。	

百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前年は8月最終週に正価品の販売が伸びたため今年も期待していたが、そうした盛り上がりは見られなかった。プレミアム付商品券も日常品の購買に回ったと思われ、消費のかさ上げにはつながっていない。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・夏物の稼働が8月になり伸びてきたものの、前年ベースである。
百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・夏セールは最終時期となってきた。厳しい暑さの継続は夏商材には追い風となるが、婦人服中心に最終価格となっても動きは低迷している。特に価格が下がっても、ミセスの購買姿勢には厳しさがある。その反面、宝飾品や美術品、特選ブランドといった高額マーケットの動きは上向いてきている。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・8月前半、気温が高く推移して帽子やパラソル、UV手袋、サンダルなど盛夏物の雑貨が好調である。盆時期も前年に比べ帰省土産の動きがよかった。しかしながら依然として衣料品が苦戦しており、下旬に向けてファッション衣料の消費に力強さが無い。
百貨店（購買担当）	お客様の様子	・盆までは天候に恵まれ、アパレル業界がヒット商品を生み出したこともあって、秋物が例年よりも順調に売れていた。盆明け以降は台風等の影響がかなり大きく、ギフト解体セール等により来客数は増加したが、高品質の低額商品のみが売れる状況で、客の財布のひもは相変わらず堅い。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・時計等のブランド品の動きはあるが、美術品がなかなか売れない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数に大きな変化は見られない。
スーパー（財務担当）	来客数の動き	・仕入れ価格の上昇に伴う販売価格の上昇により、既存店売上は前年を上回っているが、来客数の流れはほとんど変化がない。
スーパー（管理担当）	単価の動き	・プレミアム付商品券効果で客単価は伸びているが、来客数に変化はない。
スーパー（業務開発担当）	単価の動き	・食品の値上げで表面単価は上がっているものの、実際の販売単価は前年を少し上回る程度である。定番は動かず特売商品だけが動いている状況である。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前と同様に、来客数は前年に比べて5～6%増加する状態が継続している状況に変わりがない。
家電量販店（店長）	単価の動き	・エアコンの販売台数は前年並みであるが、客単価が下がり苦戦している。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数に変化はないが、客単価は上昇している。
家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・エアコンが伸びない。
乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・8月の販売量は前年の89%と大変厳しい状況が続いている。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・前年と比べて来客数が減っており、増える気配がない。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・どの職種の客も景気の上向き感を感じていない。むしろ前年同時期よりも悪くなっているとの声が多く聞こえる。
自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・前年よりは良いものの一昨年より悪いので、景気の判断がつかねる。
その他専門店【ファッション雑貨】（従業員）	販売量の動き	・プレミアム付商品券の使用期限が終わりに近づくとともに、夏のバーゲンセールが終わり、秋物商品が立ち上がる時期であるが、客の反応は弱い。
その他小売【ショッピングセンター】（所長）	来客数の動き	・飲食テナントの来客数が減少している。競合と件もあるが、客が外食に関して厳しくなっている。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ここ1～2か月は週末の個人利用が少し低迷している。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・数か月前には景気回復の予感があったものの、思ったほど良くなっていない。
都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・宿泊においては、行政の助成による観光券発行もあって、夏休みでの利用が増加している。インバウンド客も前年比で増加しており、市内での消費にプラスの影響が出ている。一方レストランなどの利用客は伸び悩んでおり、イベントでもない限り消費は抑え気味である。

都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・宿泊は海外客の増加により一室当たり平均金額が若干上昇してきているが、宴席やレストランは横ばい状態が続いている。	
都市型ホテル (総支配人)	競争相手の様子	・夏休み期間中であるが、例年の動きと比較して大きな変化がない。	
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・国内旅行は多少良くなっているが、海外旅行、特に中国や韓国向けがあまりに悪い。	
旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・9月は大型連休があり好調であるが、10月以降の個人の海外旅行は引き続き低調である。円安基調の影響もあり、回復がまだ見込めない。	
タクシー運転手	来客数の動き	・前年に比べると乗客数は多少多くなっている。	
通信会社(広報担当)	販売量の動き	・商戦期にもかかわらず、さほど販売数の動きがない。	
通信会社(企画担当)	お客様の様子	・SIMロック解除の新サービスへの関心度はおおむね高い。	
通信会社(販売企画担当)	来客数の動き	・起爆剤となる材料がない。	
テーマパーク (管理担当)	来客数の動き	・来客数、商品販売額等は前年同月と変わらない。	
テーマパーク (営業担当)	来客数の動き	・バス代値上がりによって団体客は減ったままであるが、天候に恵まれて個人客が増えている。	
ゴルフ場(営業担当)	お客様の様子	・猛暑や台風など集客には不利な条件がそろったので、来場者数が伸びない。	
美容室(経営者)	競争相手の様子	・客単価が上昇せず、新しい客の確保も難しいという話をよく聞く。	
設計事務所(経営者)	来客数の動き	・消費税が8%になって以降、戸建て住宅の引き合いが特に少なくなっている。	
設計事務所(経営者)	来客数の動き	・同業他社と同様に、一般客の来場が鈍い。	
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・国土交通省の大型補助金制度が始まったが、その助成を受けようとする客があまりいない。	
住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・盆期間中の来場者数が伸びず、依然として低調な感じが続いている。	
住宅販売会社 (営業担当)	来客数の動き	・問い合わせ件数等は減少傾向であるが、住宅販売における閑散期であるため、景気の好不調を比較することは困難である。	
やや悪くなっている	商店街(代表者)	単価の動き	・バーゲンセールを開催しているが、前年より天候に恵まれているものの、売上は前年よりも悪い。品質が良くても安くても、客は必要なもの以外の買物はしないので、景気は低迷を続けている。
	一般小売店 [茶](経営者)	販売量の動き	・ここ数か月、販売量が前年を下回っている。中元商戦も年々低調になっており、単価も安くなっている。根本的な方向転換が必要である。
	一般小売店[印章](経営者)	販売量の動き	・印鑑やゴム印の注文が減少している。
	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・購入客数が前年に比べて3%から5%程度低く、来店しても買わない客が増えている。
	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・地方の商店街の空き店舗率はますます上昇し、郊外の大型店舗に客が移っているが、来店しても実際に買物をしている人は少ない。高齢化が進み、コンパクトシティが見直されようとしているがなかなか進まない。呉服の販売も都会では伸びているが、地方では消費も落ち込んで難しい。
	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・売上が増加しない。
	乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・売上拡大を図って大型展示会を開催したが、想定していたほど集客できず、販売量も落ち込んでいる。
	住関連専門店 (営業担当)	来客数の動き	・土日や祝祭日の来客数が減少している。
	その他専門店 [布地](経営者)	お客様の様子	・プレミアム付商品券は発売されたが、客の購買量が増えていない。客は必要以上には買物しない。
	その他専門店 [海産物](経営者)	来客数の動き	・8月は団体客の比率が一般客に比べて少ないので影響は小さいが、当地域全体でも観光客は減っている。
	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・地方では中小零細企業の賞与や昇給が微増に留まり、客の消費意欲も今一つ盛り上がり欠ける。特に外食での支出金額が低下傾向にある。
	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・夏休みに入って例年では来客数が増えるが、当月は前年より少なく客単価も低下してきている。

		観光型ホテル (支配人)	販売量の動き	・宿泊以外の入込状況が芳しくない。レストランの営業形態を変更したこともあり、しばらく売上は減少する。	
		美容室(経営者)	来客数の動き	・激安店が駅前に2店出店したため、客が流れている。	
悪くなっている		商店街(代表者)	販売量の動き	・8月に入り気候の影響もあってか来客数が少なく、購入金額も落ち込んでいる。	
		スーパー(店長)	来客数の動き	・盆を過ぎて特に食品に対する買い控えや来店頻度の減少が見えてきている。原料が値上がりした精肉などは、顕著に買上点数が低下しており、売上を大きく落としている。	
		スーパー(販売担当)	販売量の動き	・暑さの影響からか、客足がとにかく鈍い。それに輪を掛けて1人当たりの購入点数の減少は著しく、景気の後退は否めない。	
		乗用車販売店(店長)	来客数の動き	・来客数が盆までは前年の70%であったが、盆明け以降は前年の85%まで回復している。やや持ち直しているが、新車販売や車検等のサービス部門はともに客が多いといえる状態ではない。	
企業動向 関連 (中国)	良くなっている				
	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	・6月ごろから上向きの兆しである。	
		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	・先月急激に落ち込んだ鉄鋼業向けの生産は、徐々にではあるが回復傾向である。	
		輸送業(支店長)	受注量や販売量の動き	・企業の荷量は前年水準に戻りつつある。個人消費面でも帰省やレジャーに伴う荷物が前年を上回るなど、個人出しの荷量も増加している。	
		輸送業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・荷物の保管量や輸送数量が堅調に推移しており、今後も増加傾向にある。	
		通信業(営業企画担当)	取引先の様子	・マイナンバー制度や度重なる情報漏えい事例により、法人企業からのセキュリティ対策に関する引き合いが増加している。	
	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	・OEM生産量の変更に伴い全体の生産計画を見直し、やっと生産も落ち着いてきたが、販売量は若干下振れしている。
			繊維工業(経営管理担当)	取引先の様子	・3か月前と景気は変わっていない。
			鉄鋼業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・定期的な仕事ではなく、スポット的なもので仕事を確保している。全体では前年後半に比べて、マイナス10%の出荷額である。
			鉄鋼業(総務担当)	取引先の様子	・取引先の活動水準は引き続き低く市況も低迷している。輸入鋼材も安値で流入してきており相変わらずの状況である。
			金属製品製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注量に大きな変化はなく、3か月前と同水準で推移しており、フル操業を行っている。
			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	・依然として販売量増加の兆しが見えない。
			電気機械器具製造業(総務担当)	競争相手の様子	・設備投資に対し意欲はあるものの、慎重にタイミングを図っている。消費税率再引上げもあり、今後景気の不透明感を払しょくできない。同業他社の秋の動きを十分注視していきたい。
		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	・一般消費者との取引でなく、企業間取引であるため、消費者マインドにより景気が左右することはほとんどない。原油価格や海運市況等の影響が大きいため、さほど大きな好悪材料は出ていない。	
		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	・主要客の国内シェアは増加しているが、海外生産の増加により輸出分の生産減少と相殺される格好になっており、国内受注量は前期並みとなっている。	
		建設業(総務担当)	取引先の様子	・ここ最近では主だった変化が見られない。	
		建設業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・物件の数はあるが、配置技術者の関係で対応ができない状態が年度末まで続いている。この状況はしばらく変わりが無い。	
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・相変わらず積極的な設備投資は控えられており、通信機器の受注量も伸び悩んでいることから、景気が好転しているとは考えにくい。	

	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高水準を維持している。完成車メーカーのメキシコ工場増産により、国内生産は前年比ではややマイナスであるが、依然として高水準にあり、土曜出勤を含め、残業で操業している。
	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数、成約件数は先月とほぼ変わらない。
やや悪くなっている	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・節約傾向がより一層強くなり、受注量が落ち込んでいる。
	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要取引先からの当初の受注予定数量が中国景気の後退による輸出の減少により減量基調にある。
	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・世界同時株安なども起こり、内需が拡大しているとは思えない。素材産業なので、このままでは受注増にはなかなかつながらない。
	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	・依然として受注状況や価格面では厳しい状況が続いているが、ここにきて多少円高になったことが救いになっており、その分材料価格が下がっている。
	金融業（貸付担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前の5月においては、前年同月と比べ消費増税後に落ち込んでいた受注や販売も回復していた取引先が多くあったが、今月は前年同月と比べて前年割れとなっている取引先がある。円安に伴う原料高が依然として続いており、販売価格に転嫁しにくい中小企業にとって厳しい状況が続いており、身のまわりの景気は3か月前と比べてやや悪くなっている。
	広告代理店（営業担当） 会計事務所（職員）	受注量や販売量の動き 取引先の様子	・受注量や販売量は少し停滞しており動きが鈍い。取引先の状況もこの時期は動きが停滞している。 ・序盤は猛暑で中盤は盆休みと、小売業は中だるみ的な状態で、今月の売上は思った程伸びていない。また、建設業では相変わらずの人手不足で、人員の手配がつかないため売上に結び付く案件をあきらめざるを得ない事態もある。
悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・7月を3か月前の4月と比較すると、水揚げ量は417tの減少、水揚げ金額は1億6,600万円の減少であった。水揚げ量と水揚げ金額の減少理由は沖合底引き網漁、中型巻き網漁や定置網漁の減少である。7月単月の前年比は、水揚げ量が244tの減少で前年の81%、水揚げ金額が2億5,700万円の減少で前年の42%であった。水揚げ量と水揚げ金額の減少理由は大中型巻き網漁、イカ釣り漁や定置網漁の減少である。
	非鉄金属製造業（業務担当）	それ以外	・世間全体の状況が総じて悪くなっている。
雇用関連	良くなっている	-	-
(中国)	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・地元飲食店では料理長が他地区の店へ異動するため、2軒相次いで店を閉めた。大規模都市にある店から、かなり良い条件で引き抜かれたようであり、新たに探そうにも腕の良い料理人は不足しており、地方は都市部の活況のあおりを受けている。
	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、機械器具製造や電機部品製造からの増員求人があった製造業が前年同月比で5割増となったほか、宿泊業、飲食サービス業や医療福祉サービス業からも増員求人が相次いだことから、求人全体でも2割増となり増加傾向が続いている。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・建設業を除く各主要業種で新規求人数が増加している。このうち、卸小売業や宿泊飲食業を中心としたパート求人が前年比58.7%と大幅に伸びている。特に今秋オープン的大型ショッピングタウンのテナントやスーパーおよびコンビニチェーンなどの求人活動が活発である。
	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・事業拡大のための増員を理由とした中途採用が目立つようになってきている。また、将来を見越して早めに人材を採用するところも出始めている。例えば、管理部門の責任者候補の採用を検討している企業では、数年単位の引き継ぎ期間を設定しているところもある。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	求人数の動き	・求人誌競合の激化により、以前は価格的な対応であったが、雇用を促進するような企画を考えるようになっており、雇用意識が高まる期待感がある。

変わらない	人材派遣会社 (支店長)	周辺企業の様子	・営業先で中小企業や小規模事業主を訪問するが、どの企業も人材不足により事業拡大を実施できていない状況が続いている。
	人材派遣会社 (支社長)	雇用形態の様子	・地元企業を中心に正社員などの直接雇用での採用意欲が高い。足元の業績が堅調に推移しているなかで、将来を見据えての採用を行っている。
	求人情報誌製作 会社(広告担 当)	採用者数の動き	・3か月前と変わらず景気は良くなっている。小売りや派遣など一部の不人気業種や慢性的な人手不足の建設業などを除き、大手を中心に予定の採用者数に対して順調に内定出しが行われている。
	職業安定所(産 業雇用情報担 当)	それ以外	・有効求人倍率はこの3か月間、1.2倍前後で推移しており、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ほぼ同水準で推移している。有効求人倍率も同様の状況である。
	学校[短期大 学](学生支援 担当)	求人数の動き	・求人状況が良くなったと思ったら途絶えたりしており、結局は変わっていない。
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	・求職者確保に一層苦戦している。求人誌への掲載や各種相談会を実施しているが、前年と比べると動きが鈍くなっている。安定志向と時短希望者の増加が、企業オーダーとのミスマッチの原因である。
	新聞社[求人広 告](担当者)	周辺企業の様子	・住宅や不動産は前年同時期と比較すると動きが出てきており、百貨店やスーパーなど流通小売業も夏の商戦はまずまずの数字を残している。一方、車両販売業の大多数で売れない状態が続いており、決して楽観できる景況ではない。
悪く なっている	-	-	-