

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	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・販売量が前年の120%で、月10日残して月間販売目標を達成するほど良い状況である。	
		設計事務所(経営者)	お客様の様子	・新規の設計契約が続いており、客が新築に踏み切るケースが増えている。	
(中国)	やや良く なっている	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・定価商品を安く買える特別優待日でも、客は必要なものだけを購入する傾向にはあるが、売上は前年を上回っており、コートなどの重衣料の動きも良い。	
		百貨店(営業担当)	来客数の動き	・今月は台風によるマイナス要因はあったが、それを除くと、来客数は前年を上回っている。9月以降は明らかに、8月以前より客の購買意欲が高くなっている。	
		スーパー(店長)	販売量の動き	・天候不順にもかかわらず、客1人当たりの買上点数が、若干ではあるが伸びている。	
		スーパー(業務開発担当)	販売量の動き	・野菜などの値上がりで平均単価が上がっているにもかかわらず、買上点数と来客数が伸びている。	
		スーパー(管理担当)	単価の動き	・伸び悩んでいた客単価が前年並みまで上昇し、なお上昇中である。	
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・8~9月の来客数は前年並みであったが、10月に入って増加しており、売上も回復している。	
		コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・中食商品等の動向が、若干ではあるが上向きに転じてきている。	
		家電量販店(店長)	来客数の動き	・店舗改装の効果で来客数は増加傾向にある。特に若年層、ニューファミリー層の来客数が増加している。	
		乗用車販売店(統括)	販売量の動き	・前年9月でエコカー補助金が終了し、その反動で10月以降、大変厳しい状況が続いた。今年は、その影響が取り除かれたことと新型軽自動車为好調であることにより、やや良くなっている。	
		乗用車販売店(副店長)	販売量の動き	・フルモデルチェンジの車種が投入され、前年の1.5倍の成約実績で推移している。	
		その他専門店[海産物](経営者)	来客数の動き	・10月は団体客が増えており、食事の予約も満席が増えてきた。	
		都市型ホテル(企画担当)	来客数の動き	・市内でのコンベンション関係の活発なイベント開催の影響で、9月以降は宴会に絡む団体宿泊の先行受注が好調に推移し、10月も同じ状況となっている。	
		タクシー運転手	販売量の動き	・売上が前年の105%に達している。	
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・9月後半から予兆があったが、10月に入って販売量がやや上方に振れつつある。	
		ゴルフ場(営業担当)	お客様の様子	・天気に左右されるものの、シーズンに入ったため客の動きは良い。	
		競艇場(職員)	販売量の動き	・10月下旬に開催した女子レースにおいて、電話投票売上と協力他場売上が確保できた。	
		設計事務所(経営者)	競争相手の様子	・消費税増税絡みの受注があり、全体として仕事量が増加している。	
		住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・消費税増税の動きから、来年4月までの工事完了の依頼が増えている。	
		変わらない	商店街(代表者)	来客数の動き	・客の購入金額が下がっている。必要以上にものを買わなくなっている。
			商店街(理事)	お客様の様子	・天候不順や消費税増税の影響で、客の購買意欲が高まらない。
商店街(代表者)	来客数の動き		・飲食の客単価と来客数に変化はない。		
商店街(代表者)	販売量の動き		・8~9月の販売量は上向きであった。10月に入って観光関連が落ち着いているが、それ以外は落ち込んでいない。		
商店街(代表者)	お客様の様子		・消費税増税の影響で、10月初めから半月ばにかけて来客数と売上が低迷している。しかし、半ば以降は高額品を中心に販売が好調に推移し、月間でも3か月前と同様に、上向きである。		
商店街(代表者)	お客様の様子		・収入が増えないのに物価が上昇するため、客は来年の消費税増税を不安に感じている。		
一般小売店[靴](経営者)	販売量の動き		・秋晴れの週末は、大型店にレジャー感覚で消費者が流れるため、商店街は静かで、平日の売上も良くない。		

一般小売店 〔茶〕（経営者）	お客様の様子	・周辺の景気は相変わらず悪いムードであるが、観光客が増えてきたので、ややまとまった売上が出てきている。
一般小売店〔印章〕（経営者）	お客様の様子	・個人の印鑑注文はそこそこにあるが、会社の名刺やゴム印の注文が減少している。
一般小売店〔酒店〕（経営者）	販売量の動き	・少しずつ商品が動き出したものの、全く動かない時もあるので、トータルでは変わっていない。
一般小売店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・来客数は前年を下回っている。客単価は上昇したが、仕入れ単価の上昇ほどではない。また、購入点数は増加しているが、売れるのは低価格の商品ばかりである。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・9月は持ち直しているように感じたが、10月はまた低迷している。前年同月比で、売上が100%を超えている店舗は20%程度で、飲食やサービスは引き続き好調であるが、アパレルが激しく低迷している。
百貨店（売場担当）	来客数の動き	・お菓子などの食品イベントを実施すると、そこそこの集客を見込めるが、何も無い平日は非常に厳しく、景気の動向に変化はない。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・100万円以上する宝石や美術品が売れて景気が良いようにみえるが、そこまで期待できる状況ではない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・客単価に変化はない。
スーパー（店長）	単価の動き	・ここ数か月は、売上が前年の100～101%、客単価が102%で推移している。来客数、購入点数は、前年の99%である。
スーパー（店長）	販売量の動き	・米、油、珈琲などは販売価格が前年より高く、競合店より高い価格の商品は、販売数量が落ち込んでいる。
スーパー（財務担当）	販売量の動き	・野菜の相場高及び値上げによる単価上昇のため、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	・週末の悪天候の影響で来客数は前年を下回っているが、客単価上昇で売上は横ばいである。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・特に何も変わらない。
衣料品専門店（地域ブロック長）	単価の動き	・高額品を購入する客と、安い商品を購入する客に二極化している。高齢者は金を持っているが、30～40代はそうでもない。
家電量販店（店長）	お客様の様子	・消費税増税が決まったが、客の様子に変化はなく、駆け込み需要の兆しはない。
家電量販店（企画担当）	単価の動き	・高付加価値の高単価商品があまり動いていない。
自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・客は相変わらず低価格志向が強く、他店との価格競争も激化している。その根源にはインターネットでの激安販売が起因している。小売業は厳しい時代である。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	販売量の動き	・平年並みで変化がない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	販売量の動き	・月前半は残暑、後半は台風の影響など、天候不順で消費動向は停滞している。特に衣料品の秋物動向に影響が出ている。
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	・猛暑の影響もあって来客数は期待より伸び悩み、施設内での滞留時間も短縮されていた感がある。台風も多く、平日の集客にも苦戦する結果となっている。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・法人などの個室利用は好調であるが、個人利用客数は、週によって差がある。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・景気が良くなる気配はあるが、数字に表れてこない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客の動きから多少の落ち込みを感じる。気候の不安定さも手伝い、来客頻度と持ち帰り需要が低下している。
一般レストラン（外食事業担当）	来客数の動き	・お盆まで来客数は非常に良かったが、それ以降は悪いままである。10月前半は、前年の107～108%で推移していたが、後半は台風の影響で90%に減少した。ランチは好調であるが、ディナーが伸び悩んでいる。日曜日のファミリー客が減少している。

スナック（経営者）	来客数の動き	・一部の建築関係が、消費税増税前の駆け込み需要で忙しくなっているようであるが、駆け込み需要がなくなれば元に戻るとの話を聞く。地方の景気は全く上昇していない。	
観光型ホテル（支配人）	販売量の動き	・宿泊予約は堅調なものの、宿泊客の飲食の追加注文や土産物など、他部門への売上波及効果は小さい。	
都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・広島デスティネーションキャンペーンが終わったにもかかわらず、前年より宿泊者数が伸びている。特に海外からの客が目立っている。	
旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・景気が回復していると言われるが、今月になって、企業からの不景気を理由とする旅行中止が多い。	
通信会社（企画担当）	お客様の様子	・新サービスの販売動向は落ち着いている。	
通信会社（広報担当）	販売量の動き	・販売数からみても何も変化はない。	
テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・入館者数、売上、販売量が、すべて横ばいである。	
テーマパーク（営業担当）	来客数の動き	・台風の影響で来客数と売上は大きく落ち込んだ。天候以外の要因はそれほど大きくなく、あまり景気に変化はない。	
美容室（経営者）	競争相手の様子	・業界全体で景気が悪い。	
美容室（経営者）	お客様の様子	・客は髪を切りたいという思いはあるが、仕事が忙しく、来るサイクルが長い。	
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	・客から景気の変化がうかがえるような話は一切聞かれない。	
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・出雲大社大遷宮効果が続いているが、長期間に継続するのか、短期間で終わるのか、見極めがつかない状況である。	
設計事務所（経営者）	販売量の動き	・現在引き合いがある物件は、消費税増税後の完成となるが、問い合わせは引き続き順調で、前年より売上が増加している。	
住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税や住宅関係の税制制度が確定し、増税にはなるが優遇制度による安心感が客にあるように感じる。消費税の駆け込み需要の反動を懸念していたが、客は活発に動いており、引き続き好況感がある。	
住宅販売会社（販売担当）	お客様の様子	・イベント来場者数は微増の状況で、客の住宅取得への意欲は高いと感じるが、資金面で厳しい客が多い。	
やや悪くなっている	一般小売店〔紙類〕（経営者）	競争相手の様子	・業界の売上は減少傾向にあり、同業者の閉店が続いている。
	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・3度の台風接近に加え、月上旬の30度を超える気温で婦人服と洋品雑貨の低迷が激しい。10月1日には消費税増税が正式に発表されるなど、外部環境は大きく変わり、客の購買心理にマイナス影響となっている。
	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・消費税増税発表後、消費マインドの低下と天候不順による商品入荷の不安定さもあって、食料品が苦戦している。また、気温が月初から高く、防寒衣料や雑貨も苦戦している。店全体での売上は、前年の90%台前半の見込みである。
	百貨店（購買担当）	お客様の様子	・特選ブランド商品は順調に売上があるが、気温が高いために、衣料品関係が前年を下回っている。食品関係では定期的な物産活動を行っているため、来客数は前年並みで推移している。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・競合店のオープンで競争が激化した。
	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・販売アイテム数はここ数か月はほぼ変わらないものの、1商品当たりの販売数は減ってきている。この点が少なからず売上に影を落としている。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の決定で、客は日用品以外のものは買わない傾向にある。
	家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・決算が終わってから商品の動きが悪い。
	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・少しも景気が上向いているとは感じられない。テレビでは良くなっているように報道するが、我々の業種はどこも同じで、良い話は聞かない。小売販売は単価が低くて量も少なく、前年割れである。

	その他専門店 〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・今月は雨の日が多く客足が悪い。地方はアベノミクスの悪い面が大きく出ており、消費が伸びていない。
	その他専門店 〔ファッション雑貨〕（従業員）	来客数の動き	・土日は集客があるが、平日の落ち込みが激しく、天候不順もあって来客数は減少している。
	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	・週末でも客は少なく、朝夕は気温が下がり、客が外出を控えているように思える。
	タクシー運転手	来客数の動き	・運行回数、売上は上がらない。
	タクシー運転手	来客数の動き	・大きなイベントがある時だけ客が増えるが、それ以外は減少している。
悪くなっている	商店街（代表者）	単価の動き	・10月の売上は高い気温の影響で前年より悪く、子供服を買う状況ではないほど、景気が悪い。
	その他専門店 〔時計〕（経営者）	単価の動き	・都市部では高額な宝飾品や時計の販売が伸びているようであるが、当店では全くと言って良いほどそのような傾向はない。
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 ・受注が好調である。
(中国)	やや良く なっている	農林水産業（従業者）	それ以外 ・9月と6月を比較すると、水揚げ数量は352t、水揚げ金額は2億500万円の増加である。9月単月の前年比では、水揚げ数量は250tの増加で前年の125%、水揚げ金額は1,420万円の増加で前年の103%である。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き ・住宅着工数が増加している。
		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 ・受注が低迷していた自治体向け焼却炉の補修工事案件が堅調で、生産を下支えしている。鉄鋼向けも引き続き好調で、全体の生産水準は高水準となっている。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き ・自動車向けと建設向けが好調で、各鋼材の需要が増加している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き ・耐震補強やリニューアルなどの公共建築の需要があり、取引は多少増加した。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き ・新しいネットワークの活用に向けての受注が増えており、同業他社からの切替えも出ている。個人市場の低迷分を通信販売関係が補っている。
		通信業（営業企画担当）	取引先の様子 ・大手ソフトウェア企業の一部商品のサポート終了に伴い、製造・流通業を主体に、情報関連機器に関する引き合いが増加している。
		金融業（自動車担当）	取引先の様子 ・自動車部品メーカーの受注は、低燃費車の需要が好調で高水準を維持しており、生産効率の改善が進んで利益率は向上している。
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	・法人関係とスーパーとの取引は増えているが、通信販売の売上が下がっている。
	繊維工業（統括担当）	受注価格や販売価格の動き	・価格競争に走っている企業があり、懸念材料である。
	化学工業（経営者）	取引先の様子	・取り扱っている化学薬品全般の動きが鈍く、景気上向きの実感がない。
	化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・利益面では、輸出価格の上昇が、円安による原燃料高を若干上回った。
	非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・電子機器向け及び輸送用機器向け製品が、ともに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	・仕事量は生産能力の70%にとどまっております。採算面で厳しい状況が続いている。ものづくり補助金や消費税増税前の駆け込み需要に期待していたが、その影響や効果はまだ出てきていない。
	電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・商談件数は前年より倍増しているものの、なかなか成約に至らない。一方で、大手メーカー主導で材料の値上げをちらつかせた対応に苦慮している。新たな設備投資に踏み切りたいが、タイミングを見計らっているのが現状である。
	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	・新製品に対し順調に受注がきている。
	輸送業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・10月の台風等の異常気象により、業務が計画どおり進まず、大きく売上が落ち込んだ。

	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・通信機器関連の更新など、少額の投資であっても控えられケースが多く、消費税増税を見据えた駆け込み需要もそれほど活発ではない。	
	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・消費税増税に対応すべく、取引先はシステム更改や販売価格の値上げに動いているが、販売価格の値上げは難航している。賃金アップを実感できない状況で販売価格の値上げを行えば、売上減少に繋がる懸念を持っている。	
	不動産業（総務担当）	それ以外	・賃貸住宅需要の来店数・成約件数は横ばいである。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・取引先の自動車販売や住宅販売の動きが活発になっており、また介護施設等のオープン及び入居者募集案件などで受注が増えているものの、他の業種が芳しくなく、受注量に変化はない。	
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・建設業や一部製造業では人手不足の状態が続いているが、他業種ではそれほどでもないため、全体としては、賃金をアップさせてでも人を取りたいという雰囲気はない。また、消費税増税決定後も、卸売・小売業の消費の動きはむしろ慎重になっている。	
やや悪くなっている	食料品製造業（総務担当）	競争相手の様子	・同業種の倒産が多い。	
	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・10月に入ってメーカーの在庫調整の動きが出てきている。	
	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	・発注元が利益追求のため海外工場へのシフトを図っており、現状は今までどおりであるが、来年以降は減産の方向で動いている。	
	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・技術職員が不足し、協力業者の確保に苦労する状況が続いている。そのような状況下で受注は抑え気味であるが、仕事の山を越えた後の受注については、先が見えない状況である。	
悪くなっている				
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（マネジャー）	求人数の動き	・中途採用の実施企業が増加している。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・9月の新規求人数は3か月前と比べ21.9%増、正社員の新規求人数は14.7%増となった。ほとんどの主要産業で求人増となっている。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・新規求人数が3か月前と比べて6.8%増加、そのなかでもフルタイム求人は15.2%と大幅に増加している。
		職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・新規求人数は増加を続け、特に派遣事業者からの求人が前年同月と比較して5割増となるなど、企業活動は活発になってきている。
		民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・求職登録者数が大幅に減少した。前月より50%減少し、前年同月の1/3という状況である。景気回復に伴う定着化、雇用の安定化が寄与しているものと思われる。
		学校[大学]（就職担当）	求人数の動き	・この時期としては非常に早く、例年以上に、2015年度採用の求人の依頼が多い。
		学校[短期大学]（学生支援担当）	求人数の動き	・求人数はやや上向いている。
		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	・水産加工が好調な食料品製造業、出雲大社大遷宮の観光客増加に伴う旅館業、製造業やコールセンターへの派遣が大幅増加した派遣業など、幅広い業種で増加したことにより、求人数は前年同月より2割増加した。
変わらない	人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・正規雇用が少なく、非正規雇用が多い。	
	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・求人数は一時的な繁忙求人や短期求人を中心として堅調に推移しているが、求職者の長期で働きたい心理とマッチせず、売上は横ばいである。	
	求人情報誌制作会社（広告担当）	採用者数の動き	・2015年度の採用活動に向けて、各企業ともに採用の枠を広げる計画を立てているところが多い。	

	新聞社 [求人広告] (担当者)	雇用形態の様子	・これまで事務管理部門の人員補充を控えていた地場中堅の港湾建設企業が、来年4月までに大学新卒採用を含め、2人の採用を決めた。業績好調の企業でも事務管理部門は人員縮小傾向であるが、採用後にどのような新しい業務を見出すか検討するようで、アベノミクス効果の一つといえる。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・有効求人倍率は伸びているが、駆け込み需要の住宅関係や介護・看護の医療関係が要因であり、先行き不透明感から新卒の採用は前年と比べて拡大していない。
	民間職業紹介機関 (人材紹介担当)	求人数の動き	・企業や販売店などに新たな動きがなく、人材確保の動きも目立って向上していない。
やや悪くなっている			
悪くなっている	-	-	-