

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	スーパー（店長）	来客数の動き	・既存店ベースで、5月の来客数は前年の104%、単価は前年の102%である。3～5月の3か月間、前年を上回る状況が継続している。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・5月は月を通して協力他場売上や電話投票売上が順調であった。とりわけ中旬以降に開催されたG3競走での売上が大きかった。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・ゴールデンウィークは商店街への来客が大変多かった。しかし月前半の各店販売量は例年並みに低調で、月後半になって何とか盛り返した。また高額品の売上は堅調な様子である。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	来客数の動き	・やまなみ街道が開通して南北が高速道路でつながったためか、例年に比べて人の動きが活発で、来客数が増加した。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が増加し、売上増に結び付いている。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・総額36億円のプレミアム付商品券が本格的に稼働し始め、各商品群の売上は前年を上回ってきている。株価上昇も加わり、富裕層を中心とした外商客の購買は宝飾品や海外特選ブランドを中心に活発化している。若干ではあるが、景気に回復感がうかがえる。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数十万円の商品は時々売れるが、百万円単位の商品は売れず、景気が良いとまでは言えない。
		スーパー（店長）	単価の動き	・野菜の価格が高騰しており、客は敏感に反応している。
		スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・商品単価は上昇しているが、販売点数は落ちていない。加工食品の嗜好品類も堅調な動きをみせている。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・気温の上昇に比例して、季節商材の売上が伸びている。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・客が選択する商品の単価が上がっている。今までよりも高価格なコーヒーや弁当を選んでいる印象を受ける。また5月は気温が高かったため、ジュース等の冷たい飲料がよく売れた。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・気温上昇により、飲料、アイスや中食商品などが好調である。
		コンビニ（支店長）	来客数の動き	・来客数の改善傾向から、景気はやや良いと判断した。
		家電量販店（企画担当）	お客様の様子	・高額商品を買いたい客が増えている。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・4月以降は一昨年の上売りに戻りつつある。前年の消費税増税後の激しい落ち込みからは回復した。
		住関連専門店（営業担当）	単価の動き	・大規模な家具販売イベントを開催したところ、来場者は高額品を多数購入した。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・地元プロ野球チームの人気上昇の影響がかなり大きい。
		一般レストラン（経営者）	単価の動き	・来客数に変化はみられないが、単価の動きが少し良くなっている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・最近、プレミアム付商品券による支払をよくみかける。商品券を使用する客は現金客より客単価が高い場合が多く、多少は消費上昇につながっている。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	来客数の動き	・やまなみ街道の開通により、来客数増が見受けられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・歓送迎会の時期であり、レストランや和食料理店等の来客数は増えている。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・相変わらず海外からの宿泊客が好調に推移している。宴会部門は企業宴席が増えた。レストラン部門はディナー時間帯に変化はみられないが、ランチ時間帯で主婦層の客が増えている。
タクシー運転手	販売量の動き	・例年であればゴールデンウィーク中は売上が良くないが、今年は全体的に売上がやや良かった。		
通信会社（企画担当）	お客様の様子	・スマートフォンやモバイル関連のサービスへの関心は、地方都市でも年代を問わず高くなってきている。		
テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・今月はゴールデンウィークがあり、また天気の良い日も多かったため、月前半を中心に来客数が多かった。		

	テーマパーク (営業担当)	来客数の動き	・団体ツアー客はバス料金改定後はずっと落ち込んだままであるが、個人の旅行客が増えてきた実感がある。
	美容室(経営者)	来客数の動き	・消費税増税から1年経過し、消費税8%に対する慣れもあるのか、来店数や単価は上がっている。
	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・前年は消費税増税後の反動でゴールデンウィーク中の展示場来場者数が落ち込んだが、今年は一昨年並みまで戻った。見学会などのイベントへの参加者数も好調である。
	住宅販売会社 (営業担当)	お客様の様子	・客からの問い合わせや資料請求が多少増加している。
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だした頃から、それまで悪化していた購入単価が少し上がったように感じる。
	商店街(理事)	お客様の様子	・5月は季節の変わり目であり、また月間にゴールデンウィークがあるという季節的要因により、客の購買力が上がる面がある。そうした要因を取り除くと、景気は3か月前からそれほど変わっていない。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・売上は良くなったり悪くなったりの繰り返しで、一定しない。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・買い控える客と全くそういう意識がない客の二極化が進んでいる。
	一般小売店 [靴](経営者)	販売量の動き	・販売量や来客数を増やすよう工夫しているが、今一つ伸び悩んでいる。景気が上向いている印象はない。
	一般小売店[印章] (経営者)	販売量の動き	・5月は大規模なイベントが市内で開催されたため、観光関連は景気が良かったようである。当社にとってはゴールデンウィークがあったため、会社関係も個人用もともに注文が少なかった。
	一般小売店[酒 店](経営者)	販売量の動き	・プレミアム付商品券が発行され景気は良くなると思っていたが、ふたを開けると酒類量販店が安売りをしかけて商品券を奪い合っており、一般酒販店には予想したほど恩恵がない。
	百貨店(営業担 当)	販売量の動き	・全館の売上は前年の76%、来客数も前年の76%と、依然として低迷が続いている。そうした中で、ヘアサロンやエステ等は引き続き売上を伸ばしている。またアパレルや雑貨は厳しい状況が続いている。
	百貨店(営業担 当)	販売量の動き	・5月は前年売上を少し下回っている。価格が安いものが動いているかということ、そうでもない。
	百貨店(営業担 当)	お客様の様子	・食品売場の増床リニューアルにより、来客数は大幅に伸びている。ただ他フロアへの波及効果が想定より小さいため、5月の予算クリアは厳しい見込みである。
	百貨店(売場担 当)	お客様の様子	・前年比でみると化粧品の動きがよい。気温が高めに推移していることから、帽子やストールなどのUV関連商品が好調である。婦人服はジャケットの動きが鈍いなど、全アイテムが苦戦している。
	百貨店(売場担 当)	お客様の様子	・前年に比べて来客数自体は落ちていない。ただ婦人服の売上不振が続いており、全体に占める割合が大きいため、全体売上への影響も大きい。
	スーパー(店 長)	来客数の動き	・来客数や客単価には3か月前から大きな変化はない。
	スーパー(店 長)	販売量の動き	・客の購買動向に変化はなく、客は必要とする商品のみを購入している。
	スーパー(総務 担当)	来客数の動き	・来客数と単価はともに落ち着いており、景気の変化はみられない。
	スーパー(販売 担当)	お客様の様子	・接客において商品の特性や付加価値をはっきり説明すれば、客は高価格な商品でも抵抗なく購入することが多い。この点からみて客は潜在的な消費意欲と金を持っているが、景気回復を実感するまでには至っていない状態であると思う。
	スーパー(財務 担当)	販売量の動き	・販売価格の上昇により売上は前年を上回る状況が続いているが、買上点数は変化していない。
スーパー(管理 担当)	来客数の動き	・来客数と客単価に若干の上昇はみられるが、大きな変動はない。	
コンビニ(副地 域ブロック長)	単価の動き	・先月と比較して、単価に変化はない。セール品の売上だけは好調である。	
家電量販店(店 長)	販売量の動き	・前年同時期には消費税増税後の反動減が発生していたため、4~5月の売上は前年よりややプラスとなっている。ただ一昨年の売上実績には及ばない。	

家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・夏商戦に入るが、決算商戦の状況とあまり変わらない。	
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・車両点検や整備で来店する客は多いが、車の買換えにはなかなかつながらない。	
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・チラシ広告等を投入しても、来客数が増加しない。	
その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・食料品の値上げが相次いでおり、年金生活者の暮らしは厳しい。また地方の企業では賃金が上がっていないため、消費はなかなか良くならない。	
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク中は客の出足が悪く、連休後はさらに来客数が減少した。5月の給料日後を期待したが、依然として来客数は少ない。	
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	来客数の動き	・売上は前年を上回っているが、来客数がなかなか伸びない。	
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・春先から4月初めまではお祝い事や個人的な行事による来客数が例年に比べて多かったが、それ以降は少し落ち着いた状況となっている。	
一般レストラン（店長）	お客様の様子	・ゴールデンウィークの来客数は前年並みかやや良い状態で、連休明けは少し落ち込んだが、月全体としては前年並みであった。	
一般レストラン（外食事業担当）	単価の動き	・売上をみると3月は前年の101%、4月は109%、5月は中途であるが103%であり、良い動きが継続している。来客数は2月に前年の114%と大きく伸びたが、3～5月は98～102%で推移した。客単価は前年より120～150円ほど上昇し、また1組当たりの単価も500円上昇している。	
スナック（経営者）	来客数の動き	・先月は人事異動や新入社員の歓送迎会等で来客数が少し伸びたが、5月はゴールデンウィークがあったため来客数は減少した。	
観光型ホテル（支配人）	販売量の動き	・外国人旅行客の宿泊は増加している。ただ夕食はホテル外で済ますため付帯売上を取り込めず、思うほど全体売上は上がっていない。	
旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・個人客は海外旅行に旺盛な意欲を持っているが、グループや団体旅行では非常に消極的である。韓国や中国は問題外としても、イスラム国問題やエボラ出血熱も消極さに影響している。	
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・地方創生の交付金事業である旅行券の取組が開始された。宿泊需要は少しずつ上向いてきたが、まだ拡大には至っていない。	
通信会社（広報担当）	お客様の様子	・客の購買意欲はあまり上がっておらず、新商品を発売しても客の動きはあまり変わらない。	
通信会社（販売企画担当）	お客様の様子	・販売量が増えていない。	
通信会社（工事担当）	お客様の様子	・客動向からみると、景気に変化はない。	
テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・来館者数及び商品購買高等は、前年同月に比べて変化はない。	
ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・単価が上がらず苦戦しているが、来客数は増えてきている。	
美容室（経営者）	競争相手の様子	・駅前に大型ショッピングモールが開業して、人の流れが多少変わった。当商店街で話しても、客が若干少ない状態が続いている。	
設計事務所（経営者）	それ以外	・観光関連は好調であるが、それ以外の業種は相変わらず低調である。ただ好調な観光関連でも客単価は低いままである。	
設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・他の設計事務所と同様に、当社も設計・監理の相談や依頼が最近少ない。	
設計事務所（経営者）	来客数の動き	・今年に入り、新築住宅の引き合いがきていない。4月以降は改善すると期待していたが、状況は変わっていない。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	単価の動き	・ゴールデンウィークの売上は天候に恵まれたせいか、前年を若干上回ったが、連休後は売上が低迷している。客は買物に慎重なままで、まだまだデフレ気分が続いている。物販の景気回復は程遠い。
	商店街（代表者）	販売量の動き	・客の購入量が減少し、また高価格の品物が売れなくなっている。

		一般小売店 〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・消費税が上がって以来、ずっと消費者の財布のひもは固いままである。地方経済の疲弊は深刻である。松江城が国宝になり観光客は少し増えるが、大きなプラス要因にはならない。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・化粧品など好調な商品もあるが、婦人服や婦人雑貨は苦戦している。前年実績を達成するのは難しい状況である。
		百貨店（営業推進担当）	販売量の動き	・販売点数と金額はともに前年を下回っており、景気回復の兆しがみえてこない。特に生鮮品の売上減が大きい。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・都会の好景気をニュースで見るが、地方都市では消費者はそういう景気の良さを全く感じていない。たまに都会に行くとそのギャップに驚くばかりである。地方にも上場企業はあるが、ごく一部である。県や市がプレミアム付商品券を発行しているが、根本的な景気回復につながるとは思えない。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・本年度は新型車の発売計画がなく、4月の販売量は前年の85%と大変厳しい状況である。
		美容室（経営者）	単価の動き	・春になり、客の入れ替わりが出ている。新規の客が多少増えても、いずれの客も安価なメニューを選択するため、人数の割には売上増につながらない。
		設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・大きく受注が減少している会社が多く、業績が良好な会社は少ない。
	悪くなっている	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・月を通して販売に動きがみられなかった。ゴールデンウィークの日並びの関係で営業日が少なかった影響もあるが、販売量は前年の80%である。
		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、特に団体客やバスツアー客が減少している。ゴールデンウィークも前年比10%減である。
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	・自動車メーカーからの受注は相変わらず多く、景気は良い。
(中国)	やや良くなっている	化学工業（経営者）	取引先の様子	・緩やかではあるが、取引先から引き合いが多くなっている。先方の営業マンが忙しくしている様子を直接感じる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・以前に比べて引き合いは増加傾向にあるが、受注単価面でなかなか成約に至らない。また今まで採用を抑制してきた反動で人手不足が否めないため、設備投資と同様に人材採用を前向きに検討している。
	変わらない	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注単価について、おおむね当方の思う金額で決着する案件が多くなった。
		輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・輸入貨物の荷動きが鈍化したところはあるが、輸出や国内の荷動きが堅調であり、景気は上向いている。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・4～5月は予算に対して下振れである。想定範囲内ではあるが、今後を注視する必要がある。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量はここ3か月、同水準で推移しており、今後も状況に大きな変化はない。
		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	・内示どおりの受注量である。また販売量も前年並みである。
		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	・業界全体としては足元の仕事量は多く、操業率も高い。反面、自社だけでは納期対応が難しい局面があり、短納期価格で加工外注に出す場合もある。依然として、売上げが必ずしも利益増につながらない構造が変わらない。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・現在は少し落ち着いてきたが、竣工物件と新規物件が切替わる時期であり、繁忙な状況が継続している。今後についても予定工事への技術者配置で目一杯な状況である。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・個人消費の低迷が発送荷物の減少につながっている。特に取扱店やコンビニからの発送量が減少し、直営店への持ち込み量も前年割れである。また母の日関連の荷物が例年に比較して少なかった。大口企業からの荷量は前年並みであるが、中小企業からの荷量が減少している。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・株価は回復基調にあるが、中小零細企業や個人事業主はまだその恩恵を受けておらず、新たな設備投資や購買動向は控えめである。

	金融業（自動車担当）	取引先の様子	・県内の自動車完成車メーカーでは低燃費車の生産が好調を継続している。円安により輸出採算が極めて良好で、高水準の受注には残業で対応中である。自動車部品メーカーも同様に、好調を維持している。		
	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・取引先にヒアリングすると、前年の消費税増税後の反動減の実績との比較では、売上高は前年から増加しているが、原材料価格が高騰するため、販売価格の見直しを余儀なくされている。3か月前との比較では、前年は駆け込み需要で売上が増加した時期であったが、今年はそうした売上増の時期はなかったため、身のまわりの景気は良くなっているとも悪くなっているとも言えない。		
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量の進行状況からみると、景気にはあまり変化がない。		
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・消費税増税から1年が経過し、マイナス面の影響はほぼ落ち着いてきている。得意先の決算をみると、売上高と利益が良くなっているとは言い難いが、安定した状態にはなっている。		
やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・4月を3か月前の1月と比較すると、水揚げ量は370tの減少、水揚げ金額は6,200万円の減少であった。水揚げ量や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。4月単月の前年比は、水揚げ量が600tの増加で前年の169%、水揚げ金額が2,500万円の増加で前年の108%であった。水揚げ量と水揚げ金額の増加理由は沖合底引き漁や大中型巻き網漁の増加である。		
	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・OEMの委託元で発生した商品クレーム問題が当社にも影響している。当社のOEM生産も計画どおり進まず、全体売上がやや悪くなっている。		
	化学工業（総務担当）	それ以外	・大手家電量販店が店舗縮小を発表するなど、地方では景気回復が進んでいない。地方の景気回復が進まないまま都市圏だけ景気が良くなると、ますます人や物の都市圏集中が加速して、地方の景気回復を妨げる。		
	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	・鉄鋼業減産の影響を受けて、鉄鋼生産と連動する分野では生産量が減少している。連動しない分野では納期の重複が発生するため、当初計画を上回る生産状況となる。		
	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・鉄鋼各社は活動水準を維持しているものの、需給にタイト感がなく在庫調整局面となっている。		
	不動産業（総務担当）	それ以外	・来店数と成約件数が減少している。		
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	・消費者の節約傾向がより一層強くなり、受注量が少なくなってきた。		
	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	・依然として円安により材料が値上がりしている。また海外生産の増加で国内生産が落ち込むため、コストアップ要因が増加している。		
(中国)	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	・新規の求人依頼は引き続き高水準である。また数年にわたり採用を止めていた企業が復活するケースも多数みられる。
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営企画担当）	求人数の動き	・景気が良くなってきている。求人数も着実に増えており、積極的な採用を意識する企業が増加している。県外からのUIターン希望者も前年より増加し、採用意欲の高い企業への紹介機会が増えている。	
		求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・採用に関しては中小企業も積極的な活動を進めていく感じを受ける。	
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・求人は基幹産業である電気機器や食料品の製造業で大幅に増加し、全体でも前年同月を1割弱上回っている。しかし前月比で見ると増加幅は小さくなっており、一服感がある。	
		職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・新規求人数が増加に転じたことから、有効求人数の減少幅も縮小した。来春の新規学卒についても採用を検討している事業主が多いと感じる。	
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・企業は従来であれば採用しなかったレベルの人材であっても採用している。また条件を下げてもなかなか採用に至らないケースも出ている。	
変わらない	人材派遣会社（支社長）	周辺企業の様子	・求人数は高水準で推移している。ただ求人発生の原因をみると、繁忙に伴う増員のようなポジティブな要因が減り、退職者の後を自社でカバーしきれないといったネガティブな要因が増えている。		

	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、当業界にとっては求職者の確保が難しくなってきた。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・当県の有効求人倍率は全国平均を上回っており、数字だけをみれば景気は回復傾向にある。ただ地方ではベースアップを実施する企業は少なく、物価上昇に賃金が追いついておらず、消費者の財布のひもはまだまだ緩みそうにない。
	職業安定所 (産業雇用情報担当)	求職者数の動き	・新規求職者数は3か月前に比べて38%増加しているが、これは例年並みの増加率である。
	職業安定所 (雇用開発担当)	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で増加している。有効求人数についても増加幅は縮小しているが、増加している。一方、新規求職者数及び有効求職者数は、前年同月比で減少している。
	学校 [大学] (就職担当)	周辺企業の様子	・3か月前と変わらず、景気は良くなっている。
やや悪くなっている	-	-	-
悪くなっている	-	-	-