

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	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	・9月の大型連休、行楽シーズンのため、来客数が多い。
		テーマパーク （業務担当）	来客数の動き	・大型連休中は1日も天気が崩れることがなく、来園者が多数訪れている。
	やや良く なっている	一般小売店[紙類]（経営者）	お客様の様子	・観光客が増加し、売上も好調である。
		スーパー（店長）	単価の動き	・野菜の高騰が続き、客は価格に非常に敏感になっている。
		スーパー（販売担当）	お客様の様子	・セールなどのイベント時には例年以上に集客も図れ、客単価も上がっている点から、消費者の購買意欲は増してきている。
		コンビニ（副地域ブロック長）	販売量の動き	・9月の大型連休の影響で、3か月前に比べ主食系の販売数が増加している。
		コンビニ（支店長）	来客数の動き	・来客数の増加が顕著である。
		その他専門店[和菓子]（経営者）	来客数の動き	・9月の大型連休は予想を上回る売上があった。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・夏休みや9月の大型連休の影響などで宿泊の個人利用者が大幅に増加している。大企業の業績が好調で給与水準も上がり、普段は蓄えている反面、ここぞという時期に客は金を使っている様子がうかがえる。一方で天候による被害で農作物の高騰など、一般消費者には打撃となる状況もある。
		タクシー運転手	お客様の様子	・雨が多くプレミアム付商品券の影響もあったため、売上は前年の101%と良くなっている。
	住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・外部工事などが行いやすい気候になったので受注が増えている。工事現場の周囲を見ても工事を行っている家が多い。	
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街に来街する人や通行する人が減っていると同時に、客は必要以上に買わない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・8月の盆時期までは観光客が多かったが、それを過ぎて9月の大型連休までは客が絶えた。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・9月の大型連休までは観光客を含め来街者は大変多く、売上も堅調な店が多くあった。しかしプレミアム付商品券の使用が始まったにもかかわらず、売上の底上げにはまだなっていない。
商店街（代表者）		お客様の様子	・買い控えの客が目立つ。	
一般小売店[靴]（経営者）		来客数の動き	・店を目当てに来る客が多く、何かのついでに店に立ち寄って買物をする客はほとんどいない。	
一般小売店[印章]（経営者）		来客数の動き	・9月の連休が大型連休となり、市内観光客が多く、高速道路の渋滞も発生した。一方で上期決算の月であるが、企業からの印鑑やゴム印の注文は少ない。	
一般小売店[食品]（経営者）		販売量の動き	・飲料関係、デイリー食品、アイスなどの売上が伸びている。	
百貨店（経理担当）		販売量の動き	・9月の売上は前年をやや上回る見込みであるが、営業日数が1日多いことが一因である。新しい催しや連休中のレストランの売上が好調である。	
百貨店（営業担当）		販売量の動き	・今月の売上は前年同月の83%、来客数76%と前月より少し良くなっているが、依然として低迷している。前年を上回っている店舗は約30%と、これも先月よりは少し良くなっているが、好調な店舗はサービス系であり、アパレルや雑貨は苦戦を続けている。	
百貨店（販売促進担当）		お客様の様子	・9月に入り夏日は皆無で、9月の大型連休による帰省が追い風となり、婦人紳士服を中心に秋物は順調な動きを見せている。連休には観光地がゴールデンウィーク並みの集客が図れ、土産市場も大きく数字を伸ばしている。ただし美術品や宝飾品等の高額品の動きに陰りが出てきている。	
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・9月上旬から気温が下がり、ニットカーディガンなどの羽織物が早く動き、衣料品が好調である。9月の大型連休は前半に入店が多かったが、後半は失速した。プレミアム付商品券の発売もあり、前年並みの売上で推移している。		

百貨店（購買担当）	お客様の様子	・食料品や物産展など、食に関するものの売上は順調である。9月の大型連休に外出する客が増えたことが影響している。ミセスを中心とした衣料品関係は、気温の影響で秋物商品への客の購買意欲が弱く、前年より動きが遅い。アパレル業界も秋物を大量に製造することを避けており、厳しい状況は変わらない。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・販売アイテムは化粧品やシーズン品といった雑貨が好調に推移しているが、婦人服などのファッションが厳しい状況となっている。月初は低く、中旬以降は高めで推移した気温の変動が影響している。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・大きい催事で仏像が売れたが、通常商品の売上は悪い。
スーパー（店長）	単価の動き	・客単価、販売量、来客数に大きな変化はない。
スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は前年の101%、客単価は104%という状況がここ数か月続いている。
スーパー（総務担当）	単価の動き	・売上、客単価の動きが数か月変わらず推移している。
スーパー（管理担当）	来客数の動き	・客単価は微増で、来客数維持の状況に大きな変化はない。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・4Kテレビの動きは良くない。エアコンなどの家電製品の売上もそれほど伸びていない。
家電量販店（店長）	販売量の動き	・来客数は増加しているが、購入客数に変化はない。
家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・大型連休でも販売量に動きがない。
家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・前年比で来客数が95%前後とあまり変わらない。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・9月の大型連休中もゴールデンウィーク時と同様に、出費を抑えるために遠出はしないし、どこにも行かないなど、景気の上向き感にはほど遠い話ばかりが聞こえる。
乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・9月の大型連休に期待したが、客の動きが鈍かった夏のボーナスシーズンと同様、客は成約に至る結論を出さない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・当地の観光客は増加しているが、経済循環にはまだ結び付かない状態である。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	来客数の動き	・今月は大型連休となり、観光客の増加に伴い、ショッピングセンターへも恩恵があったが、一時的なことである。
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	・9月の大型連休で来客数は多くなるものの、客の購買意欲はそこまで高くなっているとは感じられない。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・週末の個人客の利用頻度が前年より落ちている。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・9月の大型連休があり、ゴールデンウィーク以上の客の動きがあった。直近の動向は前年に比べ良い状態である。ただ今後しばらく年末までの期間は、客の消費意欲は減少傾向になる。
一般レストラン（店長）	来客数の動き	・9月の大型連休期間中は客の流れが良かったが、曜日別での平均では前年とほぼ変わらない数字で推移している。
一般レストラン（外食事業担当）	お客様の様子	・売上について7月は前年の104.7%、8月は111.9%、9月下旬時点で103.8%である。客単価は7月106.1%、8月104.7%、9月下旬時点104.4%である。平日の来客数は多いが、金曜日が前年の92%、休前日は99.6%と前年を割っている。飲酒より食事のウエイトが高くなっている。平日は家族客が増え、金曜日、土曜日はサラリーマンの利用が減少している。
観光型ホテル（宿泊担当）	単価の動き	・客は少しでも安い料金を見つけたら内容が違っていても、そちらへ流れる傾向がある。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・インパウンドの宿泊客は一服感がある。
都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・宿泊は外国人観光客の増加に加え、国内需要も堅調に推移している。レストランはランチ帯、ディナー帯の女性客の減少が見られる。
都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・9月の大型連休があり順調に推移しているが、3か月前と同等レベルである。

やや悪くなっている	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・旅行に関する客のし好に変化が見受けられない。
	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・9月の大型連休の影響で前年より好調である。
	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・客から消費を抑制しようとする発言は特に聞かれない。
	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・契約件数に大幅な増減がなく推移している。
	テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・来館者数や商品販売額など、前年同月と変わりはない。
	テーマパーク（営業担当）	来客数の動き	・貸切バスの新料金制度の影響が続いており、ツアー客の集客が苦しい。
	ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・ゴルフシーズンに入り順調に入場者数が推移している。
	設計事務所（経営者）	販売量の動き	・建築の耐震化改修工事や官庁建物の改修などは市場に多く出ているが、受注先が偏っている上に、民間工事も少ないので、状況はあまり良くない。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・前回の消費税率引上げ以来、戸建て住宅の引き合いが低調な状態が続いている。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・展示場への来場者数に大きな変動はなく、依然として慎重に検討する客が多い。
	住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・相変わらず住宅購入希望者からの問い合わせはあるものの、購入までの検討時間が長期化傾向にある。
	商店街（理事）	お客様の様子	・天候不順や政治不信など、本来の消費動向と直接は関係ないことが影響し、客は消費に気持ちが向かない。
	商店街（代表者）	単価の動き	・デフレ傾向が続いており、客は良い物を安く必要な時に買う。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・道路改修工事中なので、来客数が以前に増して少ない。
	一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・お茶離れか、景気全体が悪いのか、売上が伸びない。
	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・高齢者の来客数が減少している。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前年は気温が下がれば繊維物などの動きが良かったが、今年は気温が下がっても売上は伸びず厳しい状況である。
	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数、客単価が前年を若干下回って推移している。プレミアム付商品券利用による売上プラスも限定的であり、客の購買意欲は向上していない。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・価格が安くても必要度が低い物は買わず、必要な物だけを買う客が多い。
	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・既に値上がりしている加工食品が、特売や奉仕価格でしか動かないため、販売単価が上昇しない。客の来店頻度が落ち、販売数量も前年と同水準で非常に厳しい。
スーパー（財務担当）	来客数の動き	・9月に入り、天候の影響もあるが、消費者が価格の上昇に敏感になっており、既存店の来客数が前年を下回っている。	
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・先月、先々月と比べると天気が悪く、気温も低かったため来客数が減ったが、下旬に若干持ち直してきたので、そこまで悪い状況ではない。	
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数はやや減少傾向であるが、客単価でカバーしている。	
衣料品専門店（経営者）	競争相手の様子	・問屋の出張員の話によると、9月の呉服関係の売り出しはどれも厳しい状況である。高級品を買う客はいるが、全体として売上は低下している。	
乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・9月の販売量は前年の90%と大変厳しい状況が続いている。	
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・販売量が多い9月を迎えているが、商談数や来客数ともに少なく苦戦している。	
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・9月の販売台数、来客数とも前年割れである。	
自動車備品販売店（経営者）	単価の動き	・少ないパイの取り合いで、ますますデフレ状態である。メーカーの定価や売価も下がる一方で、利益が減少傾向である。	
住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・大きな店外催事をやったが、来客数は減少している。	

		その他専門店 〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・秋物の商品に入れ替わったが、客の慎重な購買行動が続いている。
		その他専門店 〔海産物〕（経営者）	来客数の動き	・9月の大型連休があって一般の客が多かったので、何とか前年並みの売上を維持できているが、依然として団体バスの集客や来店は少ない。
		観光型ホテル （支配人）	販売量の動き	・宿泊は前年並みであるが、レストランの売上が伸びていない。夕食は価格の安い館外で食べる客が目立つ。
		タクシー運転手	単価の動き	・大型連休があったので動きが悪い。観光地ならまだしも、何も無い地域なので祝日があるとかかなりの痛手である。
		通信会社（広報担当）	販売量の動き	・例年なら決算前の商戦期であるが、あまり販売数が伸びていない。
		通信会社（販売企画担当）	お客様の様子	・来客数が夏以降減っている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・駅前に大きな商業施設ができたので、土日の集客が落ち、安売りしないと売上がつながらない。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・客は盆や9月の大型連休には遠出し、来店するタイミングが普段とずれるので、来客数が減少している。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・様々なイベントの来場者数が悪く、受注が進まない。
		設計事務所（経営者）	単価の動き	・低価格化が進んでおり、高額商品が出ない。
	悪くなっている	スーパー（店長）	来客数の動き	・客は8月の年金支給後、盆の時に金を使っているのが8月下旬から9月の食費の支出を抑えている。来客数の減少や特に原料費が上昇した食肉など、客の生鮮離れが続いている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・今年は家電売上で前年を維持することが難しいと言われていたが、月を追うごとにそれを実感している。その第一要因が来客数の減少である。これまでは壊れてなくても省エネのためや家族構成が変わったなどの理由で買い替えがあったが、今は皆無である。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・9月に入り、プレミアム付商品券のおかげで景気が上向くという思いがあったが、意に反して悪い状態である。人の動きが鈍く売上也落ちていく。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・3か月前にはSG競争を開催したため売上が確保できたが、今月はそれも無く売上が低下している。
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	・自動車部品の製造でずっと忙しい状況が続いている。
(中国)	やや良くなっている	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	・鉄鋼業向けの受注が回復傾向で生産量が増加し、その他向けも堅調で、時間外労働も増加している。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・9月の大型連休のおかげで、個人のレジャー関連の荷物の動きが活発になっている。ゴルフバッグやポストバッグなどのレジャー関連、旅行関連商品が前年より大きく伸びている。小口についても新規取引が増えつつある。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・賃貸物件の需要時期であり、来客数や成約件数は増加している。
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	・委託商品の売上の伸びが悪い。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量ともに前月並みに推移している。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・売上の目立った回復にはなっていない。
		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・各社とも仕事量の確保が課題で、需給がゆるい状況での販売活動を展開している。
		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	・販売量が増加しない。
		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	・主要客から安定した受注量を確保できている。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・前月同様に来年までは受注物件で目いっぱい状況が続いている。
		建設業（総務担当）	それ以外	・足元の業況はますますであるが、中国問題、ドイツの自動車メーカーの不正問題等の影響で先行きが不透明となってきている。

	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・上半期の決算月となる企業を中心に荷動きが良くなると想定していたが、そこまでの荷動きがない状況である。	
	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・製造業を中心に情報通信に関する調達方法の見直しが進んでいる。内容としては、コスト削減がメインとなっており、設備投資を抑制する傾向がみられる。	
	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高水準を維持している。月に1～2回の出勤を含む時間外対応で受注に対応している。合理化効果もあり利益は過去最高となる自動車部品メーカーが多い。	
	金融業（貸付担当）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格を値上げしている取引先企業が増えている。原材料価格の高止まりを販売価格に転嫁しているとのことであるが、販売価格を引上げることによって、販売数量は減少している。結局のところ、競合先との価格競争もあって、販売価格を値引きしている状況であり、適正価格での販売は厳しい。景気が良くなるためには、消費が好調に推移しなければならず、現況を勘案すれば3か月前と比べても変わらない状況である。	
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・9月の大型連休があるのでレジャー関連の売上が増えると期待していたが、売上高は前期とそれほど変わらず、消費動向は今一步の状態にある。	
やや悪くなっている	化学工業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・主力原料の一つである苛性ソーダの市況価格が値下がりしていることに加え、競合他社の価格攻勢により販売価格の値下げに対応せざるを得ない状況である。	
	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・得意先で補助金案件が一段落したことや中国向けの成約が芳しくないこともあり、当社も受注が見込みより20%減少している。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注量は前年より1.8%増えるが、粗利率は前年比で悪化傾向にある。量はさばけても固定費を賄えず、増収減益基調となっている。	
	通信業（営業担当）	それ以外	・中国の景気失速による東証株価低迷など、不景気風が払しょくできていない。米国の利上げも見送られるなど、世界経済が失速している感が市場にも実体経済にも影響している。	
悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・8月と5月を比較すると、水揚げ数量36t、水揚げ金額170万円の微増である。増加理由は大中型巻き網漁と定置網漁の増加である。8月単月の前年比は、水揚げ数量171tの減少で前年の83.3%、水揚げ金額2,600万円の減少で前年の91.4%である。減少理由は、沖合底引き網漁、大中型巻き網漁、イカ釣り漁が減少したためである。	
	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	・受注量の減少、コストの増加、価格の据置きなど厳しい状況が続いている。	
	雇用関連	学校 [短期大学]（学生支援担当）	求人数の動き	・求人数が急増している。
(中国)	やや良くなっている	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・求人数は例年になく増加傾向にあり、求職者も9月に入り動き出している。
		新聞社 [求人広告]（担当者）	採用者数の動き	・弊社主催の就活応援セミナー等で、数年前と比較して企業採用担当者の雇用意欲は高く、中途も含めて採用者数も増加している。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人は、食品製造やマシンオペレーターの増員求人があった製造業が前年同月の2倍となったほか、宿泊業や飲食サービス業、医療福祉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	・スーパーやコンビニチェーンの進出に伴い、パートを中心とした卸売小売業や、サービス業のうち労働者派遣業の求人活動が活発である。後者は求人を出しても人手が集まらないことによるものである。
変わらない	人材派遣会社（支社長）	それ以外	・求人数は高い水準で推移しているものの、その求人が発生した背景が繁忙や高操業、好景気などではなく、単に人が採用できないという理由が増えてきている。	
	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・現在は内定を出した学生から内定辞退が出ている時期である。企業側は採用活動は継続するが、採用できなかった場合でも、翌年の採用数を上乗せして増やすという動きはない。	

	新聞社 [求人広告] (担当者)	雇用形態の様子	・主にアルバイトの若い従業員がどんどん辞めていく飲食店や衣料品店が多くなっている。辞める主な理由は、通勤可能な他の地域の店で働くためであるが、その地域の時給は追い付けないほど良いらしく、景気の波が押し寄せた方へ労働力が流れていると嘆く事業主が多い。
	職業安定所 (産業雇用情報担当)	求人数の動き	・有効求人数、有効求職者数ともに微減であり、大きな変化はない。
	職業安定所 (雇用開発担当)	求人数の動き	・有効求人数は前年比で微減となっているが、有効求職者数も同様に減少しており、有効求人倍率は高い水準で安定している。
	民間職業紹介機関 (職員)	採用者数の動き	・採用意欲は旺盛であるものの、採用基準がやや高止まりしており、選考自体は厳しい状況である。
	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・企業の採用意欲は相変わらず高い。
やや悪くなっている	人材派遣会社 (経営企画担当)	求人数の動き	・働き方が大きく変わってきており、正社員採用による企業の困り込みも進んでいる。前年同様の広告手法では求職者確保は困難を極める。こまめな仕事相談会やウェブ広告を通じた潜在需要の掘り起しに一層努める必要がある。
悪くなっている	-	-	-