

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	商店街（代表者）	来客数の動き	・昼の時間帯にはっきりと景気の変化がみてとれる。当店は周りの飲食店より少し高めに料金設定しているが、段々と客が増えてきている。	
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	お客様の様子	・客1人当たりの購入量が増加している。	
		スーパー（店長）	販売量の動き	・客単価が上昇し来客数が増えている。	
		スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数はほぼ前年実績まで戻りつつある。	
		スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・売上は消費税増税後の落ち込みから前年実績をクリアするところまで回復してきている。	
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・たばこの売上が4月は消費税増税の影響で減少したが、6月には回復している。客の買上点数も増えている。	
		コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・ゴールデンウィーク以降、客単価が前年を超えている一方、来客数は長雨の影響で前年割れである。	
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	来客数の動き	・来客数が前年より1%増加している。特に日用雑貨品やデザートなどの食料品の物販が好調である。	
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・今年に入り来客数は前年比で増加傾向にあるが、今月は伸び率が大きくなっている。	
		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	・今月後半から来客数が増加しバスの立ち寄りも週末は多くなり、悪い状況は終わったように思われる。	
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・飲食店の来客数が前年より増加している。	
		通信会社（広報担当）	販売量の動き	・ボーナス時期で、販売数の動きがいつもより活発になってきた。	
		ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・天候に恵まれ、遠方の客の来場数が増えてきた。以前に中止となった団体利用が戻ってきた。	
		変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・来客数と買上点数が減少している。
			一般小売店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・値上げがあっても価値ある商品を購入したい客が増加している。
			一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・当社の国内売上は前年を少し割り込み依然として厳しい状態であるが、消費税増税の影響ではないように感じる。10年以上前から海外での事業展開に努力していたおかげで、海外売上が伸びており、全体ではなんとか前年を上回る結果となっている。
			一般小売店〔印章〕（経営者）	お客様の様子	・株主総会の時期なので役員異動で代表者印の注文が増えたが、個人注文は少なかった。
			一般小売店〔酒店〕（経営者）	販売量の動き	・先月は消費税増税またはゴールデンウィークの反動で売上が悪かったが、今月は少し持ち直した。ただ例年と比べるとあまり良くない状況に変わりはない。
			一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・客の来店頻度が低下している。
			百貨店（営業担当）	お客様の様子	・セール開始日の分散化により、客の購買意欲は鈍化しているように感じる。
			百貨店（購買担当）	お客様の様子	・消費税増税直後より状況は改善しているが、客の財布のひもは固く、景気は良くない。例年は人気がある物産展でも売上は伸びず、衣料品関係もかなり厳しい。今後のクリアランスセールが心配である。
			百貨店（売場担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響はあまり感じていない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・買上点数は良いが来客数が減少しているので、売上は前年割れである。	
		スーパー（店長）	お客様の様子	・客の様子に変化はない。	
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・景気に変動はなく、落ち着いて推移している。	

スーパー（財務担当）	来客数の動き	・駆け込み需要の反動減からはほぼ回復した。単価の上昇で売上は前年を上回っているが、来客数の前年割れが続いている。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・生鮮品以外で消費税増税による売上減が顕著に表れており、なかなか前年ベースに戻らない状況が続いている。
スーパー（販売担当）	販売量の動き	・来客数に変化はないが、客単価が落ちている。消費税増税の影響で売上が伸びない。
コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数はやや下げ止まり感があるが、客単価がなかなか戻ってこない。
衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・来客数は増えているが、客は必要な商品しか購入しないので、売上はそれほど良くない。
乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・3か月前に客の買い控えが始まり、現在も同じ状況である。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・来場者数と販売数を前年比でみると、4月以降は減少している。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	販売量の動き	・景気は消費税増税前に戻りつつある。
その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・高額品の販売が厳しい状況であり、来客数も減少している。
その他専門店〔海産物〕（経営者）	販売量の動き	・団体客は例年より多いが購入単価が落ちており、売上が伸びない。
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	単価の動き	・セールが始まって客の動きは活発であるが商品単価が低下したため、売上はそれほど良くない。客は商品を吟味して購入している。
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	・特に変わらない。来客数が若干減少したが、天候によるところが大きいので、そこまで悲観していない。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・週末の個人利用が回復しているが、平日の来客数は前年より悪い。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・農繁期の関係もあるが、客の来店頻度が落ちている。地方では実質給与の増加が期待できないため、ボーナス時期までは悪い状態が続く。
一般レストラン（外食事業担当）	来客数の動き	・昼の来客数は増加しているが、夜9時以降の来客数は店舗によって大きく異なる。食べ放題など価格がはっきりした店舗では来客数が増えている。日曜日の深夜は若者が多いが、来客数は減少している。
スナック（経営者）	来客数の動き	・先月少し景気が良くなったかと思えば、今月は大して良くない。まだ景気回復とはいかない。
観光型ホテル（宿泊予約担当）	来客数の動き	・来客数は前年より減少し、先行受注も減少ぎみである。
旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・時期的に家族旅行の申込は多いが、グループ客が極端に減少している。
旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・夏の需要の受付時期であるが、前年並みの動きがない。
タクシー運転手	来客数の動き	・夜の来客数が依然として少なく営業収益が伸び悩む中、受託した仕事で前年実績をキープしている。
タクシー運転手	お客様の様子	・前年よりもボーナスが良いという客が増え、その分売上も伸びている。
通信会社（企画担当）	お客様の様子	・新しい商品を今月より出しているが、おおむね客の関心は高い。
テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・入館者数と商品販売高がともに微減である。
美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数に変化はない。
美容室（経営者）	競争相手の様子	・客の来店頻度や利用額に変化はない。
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	・客やその家族と世間話をしても、最近は景気の変化がうかがえる話はほとんど聞かれない。
設計事務所（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後の手持ち工事の消化が進んでいる。

	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・景気動向に変化の兆しはなく、明るい話は聞かれない。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・年内に建築工事に着手したいというクライアントからの引き合いが順調に続いている。
	住宅販売会社（販売担当）	お客様の様子	・客との会話からは、景気の落ち込みはないが景気回復への期待感は薄いように感じられた。
	住宅販売会社（営業担当）	来客数の動き	・夏を前に客の動きが少し鈍い。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要があったので、3か月前に比べると売上が落ち込んでいる状況が続いている。客は必要以上にものを買わない。
	商店街（理事）	お客様の様子	・消費税増税後、客の生活防衛意識が購買意欲に影響している。
	商店街（代表者）	販売量の動き	・出雲大社大遷宮の効果による観光客増加は一段落した。
	商店街（代表者）	それ以外	・3か月前の駆け込み需要による異常な売上と比較すると、今月の景気は全般的にやや悪く感じられる。
	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・前年同月と比べて売上が10%以上マイナスになっている。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・5月には景気が良くなるように感じられたが、6月は一転してテナントが軒並み売上を落としている。売上が前年同月を超えている店舗は20%程度しかなく、各店舗とも戸惑っている様子である。他のデパートや商業施設をみても同様に景気が悪い。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響で4～5月は売上が下がったが、6月は前年をクリアしている。しかし、クリアランスセール初日は前年の70%しか売上がなかった。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・冷夏による夏物商品の低迷やセールのスタート時期の分散化が影響し、6月の売上は前年割れの見込みである。購入客数は前年の94%、入店客数は96%と前年を下回った。月末からスタートするクリアランスセールに期待するが、週末の土日も天気が悪く、前年実績のクリアは厳しい。
	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・消費税増税後3か月たつが、客の買い控えなど消費の低迷は継続している。お中元の早期受注もスタートしているが、件数の絞込みに加え客単価も下がってきている。また婦人服を中心に例年以上にセール待ちの客の購買姿勢が強く感じられ、ファッション部門は2けた減の推移となっている。
	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・5月より6月の方が景気が悪化しており、クリアランスセール待ちの状況が前年より強い。ラグジュアリーブランド、アクセサリ、化粧品、肌着やフォーマル関連など、3月に駆け込み需要があった商品が苦戦している。
	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・客の商品購買意欲が減退しており、商品の価格比較も厳しい。
	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響は一段落したと感じているが、増税前の水準には戻っていない。また、気温の上昇が例年より緩やかなこともあり、夏物商品の動向が鈍く、売上に影響している。
	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・消費税増税による売上の減少は落ち着いてきたが、客は節約の傾向である。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・やっと客が消費税8%に慣れてきた感はあるが、来年10%になる前に大きな買物をしておこうという声を聞くと、また増税後の不安が大きくなる。
	家電量販店（店長）	お客様の様子	・販売単価を上げると来客数は減少し、下げれば増加する。消費税増税後の客はシビアで、必要な商品しか購入しない。
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・気温と湿度が上がらず、季節商品であるエアコンと扇風機の動きが悪い。エアコンに関しては消費税増税前の駆け込み需要で買換えが前倒しになっており、影響が出ている。テレビ、洗濯機やパソコンも、駆け込み需要の反動がうかがえる。
	家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・来客数と売上がともに回復していない。
家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・前年の9割程度の来客数になっている。	
乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・消費税増税の影響がまだ続いており、受注台数は前年の70%と大変厳しい状況である。	

		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・客は消費税増税前の駆け込み需要で新車を購入し、車検等の整備台数の減少も響いて、増税後は景気は悪くなる一方である。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・売上は前年の80%で、ボーナス商戦も不安である。
		住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が回復していない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・売上は横ばいであるが、客は多少高価でも良い商品に目が向いている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・人の動きが悪い。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・宴会や団体宿泊などの受注は好調であるが、レストランの来客数は落ち込んでいる。ガソリンの値上がりなどで消費マインドは低調である。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・宿泊客数は減少傾向で特に個人客が低調であるが、単価は若干上昇している。婚礼は引き続き低調傾向である。レストランも低調で、特に高単価店舗は来客数が減少し客単価も低下している。
		通信会社（工事担当）	販売量の動き	・申込件数が鈍化している。
		テーマパーク（営業担当）	来客数の動き	・団体旅行の減少が顕著になってきた。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響か、民間からの仕事の問い合わせが以前に比べて減っている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・4月からの消費税増税により、客の消費マインドが低下し、慎重に判断する客が増えてきている。
	悪くなっている	商店街（代表者）	単価の動き	・消費税増税の影響で商品の動きが悪く、6月の売上は低迷している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前には消費税増税前の駆け込み需要があった。その反動で動きが鈍った酒やたばこなどの嗜好品は5月には回復したが、加工食品は客の買い控えで売上が伸びない。また来店回数が極端に減少しており、客は買物に出なくなっている。
		観光型ホテル（支配人）	販売量の動き	・4月の消費税増税以降、特に婚礼関係が悪く、売上全体の足を引っ張っている。宿泊部門や料飲部門も売上の伸びが鈍い。
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	・取引先である自動車メーカーなどが順調で、当社も忙しい。
	やや良くなっている	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連が好調なようで、自動車関連資材の動きが良くなっている。
		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	・鉄鋼業向け注文が回復傾向で生産を底上げしている。焼却場向け引き合いは依然として低調である。
		鉄鋼業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・客との値上交渉が決着するケースが出てきた。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注価格は満足いくものではなく適正利益の確保には十分ではないが、受注量確保については前年比で確かな手ごたえがある。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事量は回復しているが儲からない。
		建設業（総務担当）	競争相手の様子	・1物件に対して競争相手が少なくなった。さらには工事を受注する業者がおらず、発注者が業者を探している案件もある。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響は終息し、個人消費が持ち直している。
		通信業（営業企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・製造業関係の客から、今年度中の情報通信関連の設備投資に関する引き合いが始まっている。
		金融業（自動車担当）	取引先の様子	・地元自動車メーカーの低燃費車の輸出が好調なことから、自動車部品メーカーの受注は前年を上回っている。操業は休日出勤を含む残業対応で生産しており、月次利益も過去最高を達成する部品メーカーが複数ある。
		金融業（貸付担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前の3月末は年度末の資金需要と駆け込み需要が重なり、取引先の受注量と販売量は明らかに多かった。自動車販売などは4月は前年比で減少したが5月に入り下げ幅は縮小しており、身のまわりの景気はやや良くなっている。
	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	・5～6月は消費税増税の影響が多少あったが、夏に向けて少しずつ景気が回復している。

	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・ 5月下旬に一時的に荷動きが低調になったが、全般的に需要は底堅く、各社設備稼働は堅調を維持している。	
	非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ 輸送用機器関連は日本では消費税増税による減速が想定内に落ち着き、世界的には引き続き堅調に推移している。電子機器関連も4Kテレビ・モニター市場の拡大が期待され、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	・ 得意先からの受注に大きな変化はなく、過去3か月と同水準で推移している。	
	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	・ ほぼ予定通りの受注量となっている。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	取引先の様子	・ 仕事量は各社とも確保しつつあり、操業は上向いてきたが、収益面は依然として厳しい。	
	建設業（総務担当）	取引先の様子	・ 消費税増税前の駆け込み受注物件の着工が進み、繁忙な状態が続く。	
	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ 消費税増税前の荷動きの状況と変わらず、取引先の取扱数量が増加傾向にある。	
	不動産業（総務担当）	それ以外	・ 来店数と成約件数はあまり変化はない。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ 受注量は業種によって良い所と悪い所があり、全体では変わらない。	
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・ 製造業の受注量はほぼ横ばいの状態を維持している。建設業も受注の落ち込みが予想されたが、設計事務所の仕事量は思ったほど落ち込んでない。	
やや悪くなっている	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ 消費税増税後の反動減が続いている。	
	化学工業（経営者）	それ以外	・ 主取引先に合わせて当社も定期修理中であり、受注量と生産量はともに減少基調にある。	
	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	・ 消費税増税や材料の高騰による商品価格の上昇を抑えるため、いかに他の部分でコストダウンを図るかということで、受注先からの要請が増えている。	
悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・ 5月は3か月前の2月と比較すると、水揚げ数量は1,020t、水揚げ金額は7,990万円の減少であった。5月単月の前年比では、水揚げ数量は100t増加で前年の104%、水揚げ金額は6,130万円増加で前年の120%であった。	
	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・ 受注量の減少が激しく、客の節約傾向が更に強くなっている。	
雇用関連 (中国)	良く なっている	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・ 製造業を中心に引き合いが増大している。更なる事業拡大を目指して人材を探す企業が増えてきている。
	やや良く なっている	人材派遣会社（支社長）	雇用形態の様子	・ パートやアルバイトなど有期雇用の募集であるため人数確保に苦労していた企業が、派遣活用や正社員採用などに幅を広げ始めている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	採用者数の動き	・ 2016年度新卒採用数を増やす意向の企業が多い。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	求人数の動き	・ 新卒求人の掲載が2割以上増加している。2015年度新卒採用においても、現在でも新規求人掲載希望の引き合いが強い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・ 土木建築業は超人手不足で、この影響が他業種にも波及している。サービス業でもパート料金を引上げないと人数を確保できない状況が生まれている。
		職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・ 5月の新規求人数は前年比で25%増加している。有効求人倍率は7か月連続で前年比10%以上の上昇で、5月は20%を超える伸びとなっており、人手不足感が非常に強くなっている。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・ 来春の高卒求人の受理を開始したが、事業所数と求人数はともに前年を大幅に上回る数字で推移している。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	求職者数の動き	・ 新規求職者の内訳をみると、在職者数は前年並みだが、離職者数は前年比で1割減少し、会社都合離職者数は2割減少した。また、労働市場の改善から転職を希望する自己都合離職者の割合が増加傾向にある。
	変わらない	求人情報誌製作会社（広告担当）	求職者数の動き	・ 大手企業の採用枠が増え、各大学とも例年よりも内定率が高い水準で推移しており、地方の地場企業は前年より苦戦を強いられている印象を受ける。

	職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・3か月前と比べて新規求人数と新規求職者数はともに微減であり、雇用環境に大きな変化はない。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	求人数の動き	・特に変わりはない。
やや悪くなっている	人材派遣会社（経営企画担当）	周辺企業の様子	・人員確保で苦戦する企業が増えてきており、人員確保を助ける施策が必要であると感じている。一方、求人受注活動は、自動車、住宅や金融関係企業を中心に好調である。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・有効求人倍率は前月と変わらないが、正社員の有効求人倍率は落ちている。地方では企業のベア実施もなく、東京などの都市圏と比べて大きな格差が生じている。
悪くなっている	—	—	—