

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	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・9月は月初めから客の動きがみられ、売上は前年の105%と店舗計画を達成できた。	
		百貨店(経理担当)	販売量の動き	・売上が前年並みに回復してきた。	
	やや良く なっている	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・7月末以降は前年に比べて正価商品の動きが良く、9月もこの傾向が続いている。また高額商品の動きも良くなっている。	
		百貨店(営業担当)	単価の動き	・安い商品ばかりが売れる状況が変わってきた。	
		百貨店(販売促進担当)	お客様の様子	・8月の長雨以降、9月に入って30度を超える日は数えるほどしかなく、前年に比べて早い秋入りとなった。この気候は婦人服を中心にファッション衣料にはフォローとなる。特に消費税増税後、シビアな購買傾向がみられたミセス層に復調気配がうかがえる。	
		スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数は3か月前には前年の98%であったが、9月は前年と同水準に回復した。また客単価は前年の101%、売上も前年の100.3%と、少しずつ良くなっている。	
		コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・9月に入ってから、朝や昼の時間帯の来客が多い。店周辺の建築現場等の工事関係者の増加が影響している。	
		衣料品専門店 (地域ブロック長)	販売量の動き	・気温の低下が遅れて秋物衣料の売上が伸びないが、全体の売上はやや良くなっている。	
		乗用車販売店 (統括)	販売量の動き	・4～8月は駆け込み需要の反動で最悪の状況であったが、9月後半の受注状況はほぼ前年並みと徐々に回復している。	
		乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・新型車が導入され、景気は良くなっている。	
		住関連専門店 (営業担当)	単価の動き	・高額商品が動くようになった。	
		その他専門店 [和菓子](経営者)	販売量の動き	・売上は緩やかではあるが上向きである。	
		一般レストラン (店長)	来客数の動き	・客数は前年に比べて2けたで伸びており、また客数の伸び率は3か月前に比べて2倍となっている。	
		都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・宿泊関係では室料単価が好調に推移する一方、宿泊室数が低下していたが、9月は宿泊室数も前年を上回った。また宴会関係も好調であった。しかし料飲店の売上は消費税増税の影響が続いているためか、相変わらず低迷している。	
		住宅販売会社 (販売担当)	お客様の様子	・物件広告を掲載すると、客から多少の反応がある。住宅取得に関心はあるものの、景気動向をみながら慎重になっている客の様子ที่うかがえる。	
	変わらない	商店街(代表者)	お客様の様子		・商店街の加盟店に聴いても、客の購買意欲は強くない。業種により程度に差はあるが、消費税増税の影響を受ける店が多い。
			来客数の動き		・客と会話しても、必要以上のものを買わないようにしている様子が感じ取れる。相変わらず財布のひもが固い印象がある。
		商店街(代表者)	お客様の様子		・客の買い控えが目立つ。新品を買うよりも、古着を補整する客が多い。
		商店街(理事)	販売量の動き		・この時期は季節の変わり目であり、季節の変動が景気に影響するが、良い材料、悪い材料がともに見当たらない。
一般小売店[食品](経営者)		来客数の動き		・来客数は前年割れの状態が続いている。	
百貨店(営業担当)		販売量の動き		・9月も先月と同様に、売上が前年比で100%を超える店舗は40%程度である。店長に尋ねても、景気が上向いているとは感じないという話である。飲食店やヘアサロン等のサービス系でも売上は軒並み前年を割り込んでおり、景気回復の兆候は感じられない。	
百貨店(営業担当)		来客数の動き		・気温が低下し秋物商品の動きも良くなってきたが、入店客数とレジ客数がともに前年の96%と前年実績を下回っており、9月の売上は若干前年を下回る見込みである。	

百貨店（購買担当）	お客様の様子	・気温が低くなり秋めいた気候で、寝具関係の売上が良い。紳士用品では高級な紳士服、靴やバッグが売れているが、婦人服については相変わらず消費税増税後の厳しい状況が続いている。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・駆け込み需要の反動はそろそろなくなる時期と予想していたが、化粧品を中心にまだ影響が残っている。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・8月の土砂災害から1か月が経過し、ようやく客数と売上がともに前年を上回る日ができた。土砂災害の行方不明者がゼロとなり土木復興が本格化して、客の買物へのマインドが戻ってきた感触を受ける。
スーパー（店長）	お客様の様子	・客はできるだけ安い商品を探しまわり、店を使い分けている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前に比べて客単価に変化はない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・9月の客数の伸びは前月と差がない。単価も変わらない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・野菜の高騰により、特売品だけが売れている。
スーパー（総務担当）	単価の動き	・売上と客単価がともに伸び悩んでいる。
スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・いろいろな商品の値上がり影響し、客数が3%近く落ちている。
スーパー（管理担当）	来客数の動き	・9月の客数は3か月前の客数から微減であり、大きな変化はない。
コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・高単価商品の動向はやや鈍化している。客単価は前年と比べてもあまり変わらない。
コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・客数が前年並みまで戻らない。
衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・9月の来客数は消費税増税直後の4～6月の落ち込みに比べればやや増加しているが、まだ前年水準まで回復していない。
家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・9月も前年比95%前後の来客数が継続している。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・上期決算時期であるが、販売数と整備数はともに前年実績に及ばない。
その他小売 [ショッピングセンター]（運営担当）	単価の動き	・8月の土砂災害や天候不順の影響を受けて、前年に比べて客の動向が変わってきている。また高額品の動きが鈍くなっている。
一般レストラン（外食事業担当）	来客数の動き	・7月の来客数は前年の96%、8月は前年の98%であった。9月の全体の来客数は前年の100%と大きな変化はないが、時間帯でみると昼の客数が80%台で、夜8時までの客数が90%台と落ち込んでいる。また客単価は前年の105%で変化はない。
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	・週末の来客数が依然として伸びない。
観光型ホテル（宿泊予約担当）	来客数の動き	・団体と個人客はともに伸び悩みが続いている。
都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・単価が高くなっている様子はなく、3月前とほとんど変わらない。
旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・1か月前に比較すると、高額な個人旅行の依頼が多く出てきているが、契約にはまだ至っていない。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・客の動きが鈍い。
通信会社（企画担当）	お客様の様子	・客にモバイル系回線、タブレット、スマートフォンやフリーSIMを紹介する場合、客の関心は大変高いがトータルの料金メリットや家計へのコストメリットを検討する姿勢が強い。
通信会社（広報担当）	販売量の動き	・新商品を発売したが、特に爆発的に売上が伸びることもなく、消費者は様子をうかがっているようにみえる。
通信会社（総務担当）	お客様の様子	・依然として放送サービスの加入申込件数が増加している。一方、通信サービスは減少しているが、競合他社の攻勢によるもので、全体としては客の動きは好調である。
テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・来館者数や販売高はともに前年並みである。

	ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・ 天気によ左右される面はあるが、今年に入り客の動きは引き続き好調である。
	競艇場（職員）	販売量の動き	・ 売上を平均してみると、ほぼ横ばいである。
	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	・ 客やその家族と話すと、景気の変化がうかがわれる話はここ最近一切聞かれない。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・ 建築コストが上昇し、いろいろな職種で人手不足が表面化しており、契約できない工事も見受けられる。
	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・ 消費税再引上げを意識した客の動きが出ているが、まだ一部の客に限られている。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・ 消費税増税後も新築住宅やリフォームの引き合いが順調に続いている。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・ 消費税増税以降、受注は低調かつ横ばいで推移しており、9月も特別変わった動きはみられない。
	住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・ 問い合わせは決して少なくないが、商談につながる動きは目立たない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・ 当店は台風や長雨の影響で営業時間を短縮した。また商店街全体を見回しても閑散としている状況である。
	商店街（代表者）	販売量の動き	・ 8月に売上が伸びなかったのは天候不順が原因であると考えていたが、9月に入っても来客数と販売量とともに低調である。商品の値上がりが入収入の増加分を上回るため、客の消費マインドが低下している。
	商店街（代表者）	単価の動き	・ 消費税増税の影響が、近隣での土砂災害の影響かはわからないが、客の消費意欲が減退している。増税直後にはそれほど景気への影響を感じなかったが、ここに来て景気は悪くなっている。景気が良いというのは、どこの世界の話かと思う。
	一般小売店[印章]（経営者）	来客数の動き	・ 9月は決算月で通常月に比べて注文が増加する時期であるが、今年は注文が少ない。
	一般小売店[紙類]（経営者）	来客数の動き	・ 定期的に購入する客が購入数を減らすなど、全体的に売上が落ちている。
	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・ メガネ等、生活必需品は売れるが、50万円以上の高額品の動きが悪い。催事を開催しても来客が少ない。
	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・ 単価の上昇により売上は前年を上回っているが、来客数は前年を若干下回る状況が現在も続いている。
	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・ 乳製品等、各種商品の値上げの影響で、売上が低迷している。
	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・ 月に何回も来店する固定客には大きな変化は感じないが、それ以外の浮動客は明らかに特定商品の目的買いをしている。そのため客の購入点数を増加させたり単価を上げるといった取組が難しく、売上の厳しい状況である。
	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・ 京都の間屋に話を聞くと、各地の展示会でも集客と売上がともに落ち、また高額商品を買求める客も数が減っているようである。非日常商品の販売環境は、ますます厳しい。
	家電量販店（店長）	来客数の動き	・ 来客数は前年の85%程度で、売上は80%程度で推移している。
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・ 冷夏の影響があり、夏物家電は不調であった。またスマートフォンの新製品が発売されたが、前年のスマートフォン発売時ほどの盛り上がりはなかった。
	家電量販店（店長）	お客様の様子	・ 客は食品等の値上げで家計のやりくりが大変になっており、家電まで手が届いていない。
	家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・ エアコン等の季節商品の販売時期が終了した。
	自動車備品販売店（経営者）	単価の動き	・ 当業界では実売価格が下がる一方で、ますます低価格競争となっており、デフレに再突入する感である。
	その他専門店[時計]（経営者）	来客数の動き	・ 高額品を購入する客が減少している。
その他専門店[布地]（経営者）	それ以外	・ 当地ではまちづくりの努力が長年行われてこなかったため、素通りされる街になっている。他の都市に比べて活気がなく、客も減少している。	
その他専門店[ファッション雑貨]（従業員）	販売量の動き	・ 店のリニューアルにより客は増加しているが、売上にはつながっていない。	

		その他小売 [ショッピング センター] (所 長)	来客数の動き	・館内から大型区画ショップが抜けたため、全館の来客数が5%程度減少している。それに伴い他の区画にも影響が出ており、良い方向にはない。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・平日を中心に企業の利用が激減している。また週末の個人利用もあまり良くない。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・夏期商戦が終わった後、かなり来客数が落ちている。各種セールを催し、売上を確保するよう努力しているが、手ごたえは今一つである。
		都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・レストラン来客数や宿泊の当日予約数が、9月に入ってから急激に落ち込んでいる。日用品、食品やガソリンの値上げなどが影響しているのか、市内の市場にも活気がない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・9月の売上は前年の100.2%とほんの少し増加しているが、景気はやや悪い状態が続いている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・例年も9月の売上は8月に比べて低下するが、今年は例年以上に日中、夜間を問わず、人の動きが感じられない。
		テーマパーク (営業担当)	来客数の動き	・バス料金の値上げが団体客の減少につながっている。
		美容室 (経営者)	来客数の動き	・来客数が減少している。周囲の店も同じ状況である。
		美容室 (経営者)	来客数の動き	・常連客の来店頻度が減り、夏前から来店間隔が伸びる傾向がうかがえる。消費税増税を受けて支出の伸びが収入の伸びを上回るため、客は消費を抑えている。
		設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・地方では、先行きがますます不透明になってきている。会社の業績が上がらないまま社員の収入を無理矢理アップさせても、会社の廃業や倒産が増えるだけである。
	悪くなっている	一般小売店 [酒 店] (経営者)	販売量の動き	・お盆過ぎから急激に景気が冷え込んできた。料飲店でも売上が半減している店が多く、今までは悪いなりに何とか売上を確保できてきたが、現状はそれさえも難しくなっている。
		一般小売店 [茶] (経営 者)	販売量の動き	・お中元商戦から継続して売上が悪い。前年より落ち込みがひどく、深刻である。
		スーパー (店 長)	来客数の動き	・デイリー品を中心に客の買上点数と客数がともに非常に減少し、客が買物に出る頻度も減少している。また酒はディスカウントストアで、日用雑貨はドラッグストアで購入するなど、品物により買物する店を分ける客が増加している。
		その他専門店 [海産物] (経 営者)	来客数の動き	・前年は出雲大社遷宮効果で客が多かった事情を差し引いても、今年は来客数と売上がともに悪い。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・8月の土砂災害の影響で、人の動きが非常に少なくなっている。市民は消費を自重しているように見受けられ、この状態がいつまで続くのか心配である。
		観光型ホテル (支配人)	販売量の動き	・春以降の売上の落ち込みに歯止めがかからない。特にここ2~3年の間、売上が伸びていた宿泊部門が低調であるため、全体の売上にマイナス影響を与えている。
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	・新車の立ち上がりで多忙である。
(中国)	やや良くなっている	化学工業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・製品用途により受注量にバラツキはみられるが、特に自動車向け高機能樹脂原料の受注が増加している。
		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	・鉄鋼向けは8月にお盆休みがあるため生産量が減少していたが、9月は通常ベースに回復した。焼却炉向けの案件も多少入っており、生産水準は回復した。
		金融業 (自動車 担当)	取引先の様子	・自動車部品メーカーの業績は、利益が過去最高となっている会社が多い。円安により低燃費車の北米向けの販売が好調で、フル操業を継続中である。
		不動産業 (総務 担当)	それ以外	・8月に比べて来店数と契約件数がともに伸びている。
	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	・9月から繁忙期に入るが、受注量や販売量は計画どおりに推移している。
		鉄鋼業 (総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・受注量や販売量は年明けから堅調に推移している。数年前と比べて仕事量の偏りを小さくした結果、比較的堅調にバランスよく推移している。

	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・造船分野や設備投資の底堅い動きから、国内需要は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	・受注量は過去半年の間、同水準で推移しており、大きな変化はみられない。
	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	・全体的な受注量は予定どおりとなっている。
	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	・売上は仕事量の増加に伴って増加しているが、販売価格の下落や製造原価の上昇等により、収益は依然として厳しい。足元の円安も、海外からの原材料調達額が増加するため、収益へのインパクトは小さい。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・建設関係では仕事量はあるものの、人手不足等でなかなか受注できない。仮に受注しても、建設物価の上昇等で利益が出ない。
	建設業（総務担当）	取引先の様子	・ここにきて消費税増税の影響が顕在化しつつある。
	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・会社の荷動きについては、大企業は堅調に伸びているが、中小企業や個人商店が低迷している。個人の荷動きは、コンビニ扱い、当店の持ち込み、個人宅での集荷がすべて活発になってきた。
	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・昨年度と比較して、今年度の情報関連の設備投資は大規模な案件こそ少ないが、中規模な案件が多く継続している。
	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・取引先の様子をみると、3か月前と比べ景気は変わっていない。取引先の売上高や販売量からすると、6月時点では駆け込み需要の反動が色濃く残っていたが、9月は落ち着きを取り戻し前年と同水準になっているとの声を聞く。しかし、円安による原材料高に苦戦している取引先もあり、総体的には景気は一進一退である印象を受けている。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量の動きに変化はみられない。受注の延期や突発の受注はあったが、大きな変化はない。
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・8月の天候不順と冷夏による景気の下振れ状態がまだ尾を引いており、期待していたような景気の回復はなかった。会員の収入増加もわずかで野菜等の値上がりもあったため、飲食店の業績は良くなかった。
やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・8月を3か月前と比較すると、水揚げ量は430tの減少、水揚げ金額は650万円の増加であった。8月単月の前年比は、水揚げ量が169tの減少で前年の79%、水揚げ金額が650万円の減少で前年の98%であった。
	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・客の節約傾向が一層強くなってきている。受注量が日に日に落ちている。
	繊維工業（統括担当）	取引先の様子	・原材料の値上げが話題にのぼっており、繊維業界にとって見通しはあまり良くない。
	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・セメントの出荷量が天候などの影響もあり、少なくなっている。国内全体の景気が持ち直している雰囲気があったが、実感できる前に景気回復の足取りが止まってしまった。当社のような素材産業では景気が良くなる兆しは今のところみえない。
	非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・輸送用機器関連で販売量が減少している。
	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・当社は下請企業であるが、消費税増税前の試算では増税分を吸収可能な売上増加を見込んでいたが、実際には原料や電気料金等の値上げに振り回され、期待感だけの空回りとなっている。
	建設業（総務担当）	取引先の様子	・突発的な仕事への対応に関して、協力業者が対応できる余裕を持たないケースが多いため、発注金額が上昇する傾向がある。反面、当社の受注金額への上乗せが可能なケースはごく少ない。
	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・天候不順や台風の影響があり、飲料関係の取扱数量が減少している。
	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・7月以降から通信機器などのリース契約更改において再リースとなるケースが増加しており、設備更改や設備投資を見送るユーザーが増えている。
	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
その他製造業【スポーツ用品】（総務担当）		受注価格や販売価格の動き	・為替が大きく円安に進んでおり、当社のような海外から材料等を輸入する会社はコスト上昇分を消化しきれない。

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	・明らかに新規の引き合いが増加している。電話で セールスしても、客との約束を採りやすい。
(中国)	やや良く なっている	求人情報誌製作 会社（営業担 当）	求人数の動き	・今まで求人情報誌等を利用せず採用活動を実施して いた企業からの問い合わせが増えている。来期に向け て広報や体制強化を図る企業が多い点とあわせると、 景気は上向いていると感じる。
		職業安定所（雇 用開発担当）	求人数の動き	・新規求人数及び有効求人数がともに前年比で増加し 続ける一方、新規求職者及び有効求職者は減少を続け ている。このことから有効求人倍率は上昇し続けている。
		学校〔短期大 学〕（学生支援 担当）	求人数の動き	・求人が増えてきている。
変わらない	変わらない	人材派遣会社 （支店長）	求人数の動き	・人材派遣会社の利用経験がない企業からの求人依頼 が少しずつ増えており、景気が上向いているように感 じるが、一時的な可能性もあるので、景気判断は変更 しない。
		人材派遣会社 （支社長）	求人数の動き	・求人数は消費税増税後も堅調に推移している。福祉 関連や建設業等の特定業種というよりは、幅広い業種 から求人オーダーが出ている。労働市場では、需要が 供給を上回る売手市場の状況が続いている。
		求人情報誌製作 会社（広告担 当）	採用者数の動き	・求人数は業種や職種によってかなり格差があるた め、総合的に判断すると景気にあまり変化はない。
		新聞社〔求人広 告〕（担当者）	雇用形態の様子	・市内中心部でスマートフォンなどを扱う店が突然、 一時閉店した。理由は従業員を確保できないためで あった。時給は相当良いが、超多忙なため従業員が定 着せず、雇う前には従業員の研修が必要となるため、 やむなく閉店した。他業種においても総体的に求人は 盛んであるが、アルバイトやパートに求人が集中する 傾向がある。
		職業安定所（産 業雇用情報担 当）	求人数の動き	・最近3か月をみると、新規求人数は連続して前年を 下回り、月間有効求人数も実数で減少傾向が続いてい る。当分はこの状況が続く。
		職業安定所（産 業雇用情報担 当）	それ以外	・8月の求人倍率は1.3倍を超えているが、人手不足 の影響を勘案すると、高い求人倍率のみをもって景気 が良いとはいえない。
		民間職業紹介機 関（職員）	周辺企業の様子	・製造業など特定の業種では、業績や採用意欲が上向 いているが、それ以外の業種ではそれほど勢いを感じ られない。
やや悪く なっている	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	・正社員での就業希望者が増えてきており、有期雇用 条件での希望者が減ってきている。企業にとっては明 確なキャリアビジョンを発信することが必須である。
		新聞社〔求人広 告〕（担当者）	採用者数の動き	・有効求人倍率は、人手不足が著しい建設関係の影響 を受けて高水準にある。ただし、正規労働者に限ると 0.86倍にとどまっており、非正規労働者の求人が増え ているためである。地方の景気はまだ厳しい。
		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	・新規求人は、製造業が前年比で3割減となったのを 始めとして多くの業種で減少し、求人全体では1割強 の減となった。駆け込み需要の反動から、基幹産業で ある電機製造業においてスマートフォン関連求人や家 電製品製造求人の減少が目立った。
悪く なっている	悪く なっている	-	-	-