

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（販売 担当）	来客数の動き	・競合相手の近隣スーパーの閉店で、客がこちらに流 れている。	
		商店街（代表 者）	来客数の動き	・街並みが再生され通りがすっきりした影響で来客数 が増えてきている。	
	やや良く なっている	一般小売店〔印 章〕（経営者）	販売量の動き	・年度末の仕事に加え、支店開設に関する注文が多く なっている。	
		一般小売店〔紙 類〕（経営者）	来客数の動き	・5～10人の外国人団体観光客が増えており、景気が 上向いている。	
	変わらない	スーパー（店 長）	それ以外	・熊本地震が起こり、水やカップラーメンのまとめ買 いが目立つ。	
		コンビニ（エリ ア担当）	来客数の動き	・気温上昇に伴い、来客数は徐々にではあるが増加傾 向である。	
		コンビニ（支店 長）	来客数の動き	・来客数増加の状態が続いている。	
		コンビニ（副地 域ブロック長）	販売量の動き	・酒や飲料の購入数の増加が全体の売上を押し上げて いる。	
		家電量販店（販 売担当）	販売量の動き	・改装を行った影響で販売量がやや良くなっている。	
		家電量販店（企 画担当）	販売量の動き	・来客数は前年比100%未満であるが、販売量が増加 しているので景気がやや良くなっている。	
		住関連専門店 （営業担当）	来客数の動き	・平日の来客数が増え、前年をクリアできている。	
		その他専門店 〔和菓子〕（経 営者）	お客様の様子	・外国人観光客の増加で購買量が増えている。	
		一般レストラン （店長）	来客数の動き	・当月は花見目当てのインパウンド客が前年に比べて 非常に増え、一般客も前年並みで、総じてやや伸びて いる状況である。	
		タクシー運転手	販売量の動き	・営業所の目標売上をクリアしているので、悪くはな い。	
		通信会社（工事 担当）	お客様の様子	・客の様子がやや良くなっている。	
		テーマパーク （営業担当）	来客数の動き	・天候に大きく左右される面があるが、団体客、個人 客共に前年より増えている。	
		住宅販売会社 （営業担当）	来客数の動き	・例年、梅雨時期前までに住宅購入を検討する客が動 く。	
		変わらない	商店街（代表 者）	来客数の動き	・十分満たされているのか、我慢しているのか分から ないが、客が必要以上に商品を買わない。
			商店街（理事）	お客様の様子	・客の環境の変化によって購買意欲の浮き沈みがあ る。
			商店街（代表 者）	来客数の動き	・例年は卒業、入学、転勤などで進物商品を求めて来 客数が増える時期であるが、今年はそれほど多くな い。
商店街（代表 者）			お客様の様子	・今年に入り客の購買意欲の改善はみられず、各店舗 とも売上確保に苦心している。	
一般小売店 〔靴〕（経営 者）			お客様の様子	・当店は地方の中心部に位置する商店街に立地する が、来街者が増えないので、今月は来客数をかなり確 保している店に委託販売を依頼したところ売上が良く なっている。	
一般小売店〔食 品〕（経営者）	来客数の動き		・来客数は伸びないし、先行き不安感が漂う。		
百貨店（経理担 当）	販売量の動き		・4月の売上は前年をやや下回る見込みである。化粧 品と婦人服飾は好調であるが、ミセス婦人服や美術 品、貴金属、家庭用品は不調で、ヤング婦人服や紳士 服、食品は前年並みである。		
百貨店（営業担 当）	お客様の様子		・客は高額であっても自分の価値観に合えばスーパー ブランドを購入するので、売上は前年を大きく上回っ ており、化粧品についても同様である。その一方で一 般婦人服については、安くても必要でなければ購入し ないので、前年を割っている。		
百貨店（営業担 当）	単価の動き		・購入客数は前年より2けた増で推移しているが、売 上は前年を若干下回っており、客単価が大きく低下し ている。特に高額品の動きが数か月前と比較すると鈍 くなっている。		
百貨店（売場担 当）	お客様の様子		・4月前半は気温が高く、衣料品やUV関連を中心に やや上向きの基調であったが、熊本地震を境に客の購 入マインドが鈍った様子で、特売日にも踊らない雰囲気 に変わった。		

百貨店（購買担当）	お客様の様子	・気温が高くなり春物の動きが順調で、衣料品関係は前年並みで推移していたが、熊本地震後は客の買い控えが始めている。しかし北海道物産展は前年を大きく上回る売上であり、食への出費を抑える代わりに、衣料品関係への出費を抑える動きが目立つ。
スーパー（店長）	来客数の動き	・客単価に変化はない。
スーパー（総務担当）	単価の動き	・前年の客単価より緩やかに上昇しているが、数か月単位では変わらない。
スーパー（販売担当）	販売量の動き	・一回の来店時の購入量が減少傾向で苦戦が続いている。ただし当月に限れば、熊本地震関係で被災地の親族宛てに大量購入する客もあり、思わぬところで助けられている面がある。それも考慮すると総体的に景気は横ばいである。
スーパー（管理担当）	来客数の動き	・客単価は3か月前の状況を維持しているが、来客数が伸びず売上が前年に届かない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の動きが良くない。本部の商品政策があった今月は来客数が伸びて前年をクリアしているが、来月は難しい。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は前年より減少しているが、売上は前年並みである。
自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・前年より売上が増加しているが、利益はそこまで伸びていない。
その他小売 〔ショッピングセンター〕（所長）	来客数の動き	・3か月前と比較しても来客数は前年並みである。
その他小売 〔ショッピングセンター〕（運営担当）	単価の動き	・施設全体の売上は、新店が入ったことにより伸びてはいるが、既存店単店での売上は前年を割っている状況がみられる。
高級レストラン（宴会サービス担当）	来客数の動き	・1月から来客数は前年並みに推移している。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客はインターネットで情報を得た後に店を選んでおり、正直な商売のやり方が認められつつある。
スナック（経営者）	来客数の動き	・景気は低迷したまま、一向に上向きになってこない。当業界は中小企業の景気に左右されるところがあり、中小企業の景気が回復しなければ良くならない。
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	・熊本地震の影響でサービスエリア沿線の交通量が減少している。
観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・ふるさと旅行券の駆け込み需要で実績を伸ばした3か月前との比較ではやや悪くなっている。
都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・インバウンド客の増加で宿泊やレストランでの収入は大幅に伸びている。その一方で、熊本地震の影響で個人消費に自粛ムードがあり、やや低調である。一時的な海外客の消費に反して、国内の景況感は良くない。
都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・宿泊では販売室数に変化はないが、室料単価が上昇している。宴会やレストランでは企業宴席が減少している。
都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・桜の開花予想が3月下旬となったので4月上旬の予約が伸び悩んだ一方、4月下旬のゴールデンウィークの先行予約は例年並みに推移している。
旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・個人客は所得層によってかなりの変化がうかがえるが、全体的にみるとあまり変わらない。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク商戦ではほぼ前年並みであるが、販売単価は低下しており客は節約傾向にある。
タクシー運転手 通信会社（企画担当）	お客様の様子	・4月は様々なイベントがあり、客の動きがある。
通信会社（総務担当）	販売量の動き	・通信、放送サービスについて業界内で値上げがない、むしろサービス品質向上からすると実質値下げ傾向という理由からか、客は価格を気にして購買を見送ることがない。
通信会社（総務担当）	販売量の動き	・年度替わりで新規加入件数が多くなっている。
テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・春のイベントが始まり、天候の良い日は多くの来客数を期待したが、目立った増加がみられない。
競艇場（職員）	販売量の動き	・一日平均の売上が横ばいである。

	美容室（経営者）	それ以外	・新年度を迎えたが、来客数と売上に変化はなく、客の財布のひもはまだ固い。
	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・イベントの来場者数が伸び悩んでいる。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・客の様子から高齢化による廃業が相次ぎ、終わりが見えてこない。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・ゼロエネルギー住宅や同補助金など国の施策はあるが、客は住宅メーカーに流れ、設計事務所への依頼に至っていない。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・前回の消費税率引上げ後、戸建て住宅の引き合いが減ったままである。新しい住宅エコポイント制度の効果も今回は全くない。住宅ローン金利の引き下げによる効果に期待しているが、今のところ借り換え需要の話は聞くものの、新しい需要の増加には至っていないようである。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・住宅ローンは依然低金利であるが、消費税率引上げの動向が不透明なため、客の決断が慎重である。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	単価の動き	・売上は前年と比べて非常に悪く、客の要望が分からない。デフレは止まらず、必要な物を必要なときに購入する客の姿勢に変化はなく、厳しい状況が続いている。
	一般小売店〔茶〕（経営者）	お客様の様子	・相変わらず国内の売上は低調で、客は欲しい物だけを買う傾向がある。新茶の時期であるが、動きがない。
	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・初夏物商戦も実需期に入ってきたが、婦人服、紳士服を中心にコートやスーツなどの高単価アイテムの動き悪く、衣料品の動向は極めて厳しい。また食料品の動きも3月以降低迷が続いており、前年のプレミアム付商品券の反動が大きく、消費の回復にはしばらく時間がかかる。
	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・婦人服を中心に消費マインドが低下状態にあるうえ、熊本地震の心理的な影響もあって厳しい状況が続いている。
	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数十万円のメガネや和食器は売れるが、100万円超えの美術品や時計は売れず苦戦している。
	百貨店（営業推進担当）	販売量の動き	・衣料品を中心に売上が伸び悩み、特に婦人衣料が苦戦している。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・先月まで売上高が前年の104%を保っていたが、今月は売上高が101%、販売量が99%、来客数が100%で、販売量が減少している。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・安くても必要な物しか客は購入しない。支出金額を抑えようとする傾向が依然としてみられる。
	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・販売数量、客単価共に前年を少し下回っている。競合他社との価格競争も厳しく好転は見込めない。
	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・花見需要は例年どおりであったが、それ以降前年を上回っていた既存店の来客数が前年とほとんど変わらなくなっている。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客の購買力が世間の動きに従って低下している。
	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が前年の90%前後となっており、特に単身者向け商品需要に前年との開きがある。単身者向け商品需要の減少に加え、購入点数や購入単価の低下が顕著である。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・月の前半には桜の花が咲き、楽しい気分になって街に出る人が増えているが、財布のひもは相変わらず固い。特に山陰地方は給与を上げる企業が少なく、物価は上昇しているので生活が楽ではない。
	一般レストラン（外食事業担当）	お客様の様子	・来客数は前年の95～97%が2～3か月続いている。10人以上の宴会の減少に起因し、21時以降の来客数が月を追うごとに減少して、前年の82～90%となっている。また本店が九州に隣接していることから、熊本地震以降の予約が極端に減少しており、平日と休日の売上も低下している。
	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・歓送迎会の時期が終わり、宴会の客単価が低下してきている。またネットを通じた宿泊単価も下がり気味である。
	通信会社（広報担当）	販売量の動き	・総務省から当業界への指導により価格の一部制限があった影響で販売数が減少している。
	テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・入館者数や商品販売高などが、前年同月比で微減している。

		ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・熊本地震の影響で4～5月の予約が減少しており、今後も影響が出そうである。
		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、人の流れがそちらに向かい、商店街の来客数と売上が伸び悩んでいる。
	悪くなっている	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・4月の販売状況は前年の80%と大変厳しい状況である。
		乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・熊本地震の影響で工場の稼働が止まり、新車が出荷できず、販売が前年の60%まで落ち込んでいる。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・高額品が売れない。ゴールデンウィークでレジャー消費が増加し、ますます物品購入が減少しそうである。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	単価の動き	・団体客、個人客共に年間で最も少ないのが4月であるが、来客数は前年並みで購買単価が10%低下の状況である。
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	・好調に推移している。
(中国)	やや良くなっている	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・熊本地震の特需が発生している。電子商取引の市場拡大により、取扱数量は増加傾向である。個人の引越越し需要が例年より堅調に推移し、前年より大幅に増加している。
		通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・前年度同時期と比較し、セキュリティへの関心の高まりからセキュリティIT商材の引き合いが増加しており、短い期間での受注が見込める。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・取引先の受注量が上向きに推移している。4月の販売促進で各業態からの受注量が総合的に増加している。
	変わらない	農林水産業（従業者）	それ以外	・3月と12月を比較すると、水揚げ数量は333tの増加、水揚げ金額は555万円の減少である。増加理由は沖合底引き網漁、大中型巻き網漁の増加であるが、魚価が下がったため水揚げ金額は減少している。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・熊本地震の影響で防災備品の需要が伸びている。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・住宅関連の個人環境は金利や諸優遇策は整っているが、消費税率引上げ実施の有無や個人所得の先行き不透明感などで実需につながっていない。
		化学工業（総務担当）	それ以外	・セメントの需要が低下しているなど、素材産業にとっては好ましくない事業環境となっている。鉄鋼業界や石油業界でも業界再編が進むなど、素材型産業は今後の見通しが悪い。
		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	・建設用案件があり多忙感に変化はない。工程品は連休対応があり多忙であるが、連休明けの引き合いは低調である。
		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・各分野の実需が弱く、手持ちの受注残が減ってきて鋼材需要に全く盛り上がりがない。荷動きも引き続き低調である。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量の動きに変化がない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・来年の消費税率10%への引上げは既に織り込み済みといえども、先行き不安は払しょくできない。また株価の低迷に加え、不安定な為替動向を加味すれば、景気浮揚の好材料は見当たらない。
		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	・主要客からの受注内示は、若干の下方修正が入ってきているが、大きな落ち込みではない。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注調整が必要な状況が続いている。今年度中はこの状況に変化はなく、配置技術者が予定工事で目一杯の状況である。
		建設業（総務担当）	取引先の様子	・熊本地震でマインドが低下してきているが、まだ不透明である。
		輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・3月は好況感があったが、年度末需要による要素も多く、判断しにくい。
		金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・県内自動車部品メーカーの受注は、完成車メーカーの輸出が好調なため高水準を維持している。連日残業2時間程度と月1～2回の土曜出勤で操業中である。

	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・取引先の製造業、卸売業の代表者へのヒアリングによると、売上高は伸び悩んでいるとのことである。要因としては、景気に関する報道等により消費者は買い控えている様子であり、前年同月と比べても改善はしていないようである。4月の年度初めにあっても、3か月前と比べてあまり変化がなく、景気は変わらない。	
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・飲食業の業績が低調である。売上高は減少気味のうえ、人件費の上昇等でコストは上昇している。	
やや悪くなっている	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要取引先の新年度当初の増産計画に伴う受注量の増加見通しから一転し、国内景気に止まらず中国や東南アジアの景気後退感で輸出が伸び悩んでおり、受注量の下方向修正を余儀なくされている。	
	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・年初から受注は昨秋比約10%減であるが、客側で在庫が増加している。今月の受注動向によって回復の動きとなるかどうかを注視している。	
	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・IT系分野の客が販売不調との情報がある。	
	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・当社の受注量は計画の80%程度しかなく苦戦している。要因として工作機械業界からの受注が減少したことがある。国内、海外とも受注が取れていない様子である。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・円高傾向にあることが要因で受注量や販売量の動きがやや良くない。	
	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	・一時円高であったが再度円安に動いており、為替差益が赤字に転じる見込みである。かつ国内の消費動向は今一つで見通しは暗い。	
	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・熊本地震の影響で鉄道、自動車ともに荷動きが悪くなっている。	
	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新年度になり国内景況感が上向きになる様子はなく、客の積極的な通信設備更改も見込めない状況が続いている。	
	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数、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）	受注価格や販売価格の動き	・売上が悪いせいか販売価格の下落が止まらない。	
雇用関連 (中国)	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営企画担当）	求職者数の動き	・求職者数は徐々に動きつつある。複数回の相談会や正社員・職種限定のカウンセリングでピンポイントの人材確保を進める動きが高まっている。きめ細やかな求人公開、より多くかつ市場ニーズに合った求人確保が重要となっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・周辺企業から人手が足りないとの声が強まっている。特に飲食店などサービス業関係から、時給や給料底上げでコストアップになってもまず人手が欲しいとの声が目立っている。
		民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・一人の候補者が複数企業から内定を得るケースが増えており、選考過程における辞退、内定の辞退者が増加傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・派遣求人は高い水準で受注できているが、求職者不足でマッチングに苦戦している。
人材派遣会社（支店長）		それ以外	・熊本地震の影響か、企業の求人が保留になるケースが若干目立つ。また求職者も県内での活動に変化はないが、県外からのUIJターン者の動きが鈍くなっている。	
求人情報誌製作会社（広告担当）		採用者数の動き	・3月下旬から4月以降、自社説明会、選考会が本格的に開始され、学生の売手市場は文系理系共に続いている。新卒採用にとどまらず、即戦力の中途採用も売手市場で、特に営業系、技術系の資格保持者などに企業側のニーズが高い。	
職業安定所（産業雇用情報担当）		求職者数の動き	・求職者数が3か月前と比べて約16%増加しているが、年度末に伴う増加であり、前年と比較すると新規求職者数に変化はなく落ち着いている。	
職業安定所（雇用開発担当）		求人数の動き	・3か月前と比較して新規求人数の動きに大きな変化はみられないため、変化が判別しにくい。	

やや悪く なっている	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・大手自動車メーカーの燃費不正問題により、県内にある工場では生産ラインがストップしたままで再開の目途が立っていない。工場自体の雇用形態も今後混沌とするであろうし、それ以上に県内には部品調達の協力企業が多く、雇用に多大な悪影響を及ぼす可能性がある。本件の解明がまだ進んでいない状況ではあるが、以前にもリコールの隠ぺい問題を抱えていたこともあり、問題は長期化の様相を呈している。
	職業安定所 (所長)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・学生服製造やプラスチック製品製造の生産オペレーターの増員求人があった製造業が、前年同月比で新規求人数が3割増となったが、多くの業種で低調に推移したため、求人全体では横ばいとなっている。
	学校 [短期大学] (学生支援担当)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・求人数の増加はなかなか難しい状況である。
悪く なっている	-	-	-