

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)		一般小売店〔靴〕（経営者）	お客様の様子	・単価の高いオータメイト靴を購入する客が増えている。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・高価格商品の販売量が増えてきている。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・婦人服や化粧品等、売上規模の大きい商品群の動きが安定してきている。来客数や客単価も微増ではあるが伸びており、良い傾向にある。
		スーパー（販売担当）	単価の動き	・依然として客の財布のひもは固いが、単価が高くて良質な商品を求める傾向である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は伸び続けている。
		コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・多くの店で生鮮品、総菜、デザートなど売上が伸びており、健康や食材にこだわった付加価値の高い商品が販売量を占めている。
		コンビニ（支店長）	来客数の動き	・来客数、客単価共に好調を維持している。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・地域内で流通する商品券の利用が始まり、来客数が増えて売上は前年の150%である。
		家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・季節商材が動いている。
		家電量販店（企画担当）	単価の動き	・来客数が減少しているが、客単価が高いので売上は良い。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響がなかった前々年と比較すると、販売量は25%増となっている。
		乗用車販売店（営業担当）	競争相手の様子	・他の販売会社の売上が前年と比べて伸びている。
		その他専門店〔土産物〕（店長）	来客数の動き	・例年6月は客の動きが良くないが、今年は雨が少ないので来客数は前年の120%前後で推移している。週末にはサンクスフェアとしてミニイベントを開催しているため、平日に比べて来客数が増えている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・タウン誌に掲載されたことで来客数が増えている。
		一般レストラン（外食事業担当）	お客様の様子	・1年で最も人が移動して客層が変化する3～5月が過ぎて競合店とのすみ分けが一段落している。予約は前年の160%を超えて来客数も103%で推移しており、若い世代に加えてシニア層が増え客単価も上昇している。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・前年の実績があまり良くなかったので一概に比較はできないが販売額は前年を上回っており、客の購買意欲は上昇してきている。
		タクシー運転手 タクシー運転手	販売量の動き お客様の様子	・売上は前年の104%である。 ・外国人観光客のタクシー利用が増え、ボーナス月なので夜の客の動きも良くなっている。
		通信会社（工事担当）	お客様の様子	・客の様子から景気は上向いている。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・イベント等でスマートフォンや仮想移動体通信事業者のサービスへの関心度と手ごたえはしっかりとある。
		テーマパーク（営業担当）	来客数の動き	・天候に恵まれ来園者数が増加している。
	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・4月以降来場数が増加しており、また、客の住宅取得意欲も高くなっている。	
	住宅販売会社（営業担当）	来客数の動き	・3か月前と比べて、あるいは例年と比べても来客数が増えており、梅雨時期に入っても比較的天候が良いので持ち家を検討する客が比較的好く動いている。	
	商店街（代表者）	来客数の動き	・イベントを行うと一時的に商店街の通行量は増えるが、店舗への来客数が増えることはなく、現状維持が精一杯の状況である。	
	商店街（代表者）	お客様の様子	・郊外に新たに開店した大型店の影響で客が分散するとともに、客の購買意欲の弱さも影響して各店とも売上確保が厳しい状況である。	
	商店街（理事）	お客様の様子	・春の品物の値上げ以降、客は必要なものを必要な量だけ必要なときに購入する傾向にある。景気がさほど悪いわけではないが、余計なものに金を掛けない生活防衛本能が働いている。	

商店街（代表者）	来客数の動き	・以前は2月と8月が売上の落ち込む月であったが、現在は6月の落ち込みがひどく観光客も減少している。
商店街（代表者）	お客様の様子	・安くしても客の買い控えが目立つ。
一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少しており、売上も低下している。
一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・販売点数、平均単価共に前年より悪化している。
百貨店（経理担当）	販売量の動き	・全体の売上は前年をやや下回る見込みである。婦人服は相変わらず厳しい状況であり、お中元商戦も出足が悪い。その一方で化粧品が好調なほか美術品と子供服は前年の売上を上回る見込みであり、特に催事が好調な美術品に関しては、高額であっても気に入れば客は購入している。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・プレクリアランスセールが始まり、対象客はセール品だけでなく定価品も購入しているが、それ以外の客は買い控えの姿勢で、全体的に前年の100%前後の販売量になっている。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・百貨店として母の日に次いで主要な催事である父の日の売上と客単価が共に前年を下回っており、客の購買意欲の向上にはつながっていない。梅雨に入ったにもかかわらず天候に恵まれているが、来客数が前年を若干下回っており厳しい状況が続いている。
百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・お中元商戦と夏物のプレセールが始まっているが、お中元の動きは低調で、5月まで堅調であった衣料品の動きも鈍くなっている。期待した父の日需要は物離れや単価低下の傾向が強まり、主力の紳士衣料や雑貨の売上は前年割れの状況である。
百貨店（購買担当）	お客様の様子	・物産展では食品関係の需要が高いほか、ギフト関係では3,000～5,000円台の商品が主流となっており、企業のギフト需要が前年よりかなり低下している。一方衣料品ではヒット商品がなく、アパレル業界がプレミアムフライデーに合わせてクリアランスセールを開始し、客を早めに取り込む施策を実施しているが、必需品以外は購入しない客の姿勢に変化はなく、厳しい状況である。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・月の前半から中旬にかけて晴天に恵まれたため、前年に比べてUV関連の動きが良く、さらに各メーカーのクリアランスセールも早まったため、6月は徐々に衣料品の売上が前年を超える見込みである。
スーパー（店長）	販売量の動き	・客は価格が安くても必要な商品以外購入しない傾向が続いている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・客単価、販売点数に大きな変化はない。
スーパー（店長）	それ以外	・催事によって客単価、販売点数が大きく左右されている。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・今月10日までは来客数が多かったが、それ以降は前年の100%を何とか保っている。客単価が上昇しているので売上は前年の103%である。
家電量販店（店長）	お客様の様子	・客の財布のひもは固く、守りの姿勢になっている。
乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・来客数が前年の70%にとどまっており、なかでも新規来客数が前年の40%と低くなっている。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・ボーナス商戦の時期であるが、告知をしても来客数が増加しない。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・販売台数に大きな変動はないが、サービス入庫が集中する土日はにぎわっている。
自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・今月は値上げの反動で販売が低迷している。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・来客数の増加はない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	お客様の様子	・前年と比べて集客に大きな差はなく、施設柄土日の集客は比較的好調であるが客単価が伸びていない。
高級レストラン（宴会サービス担当）	来客数の動き	・春先から前年と比べて来客数が多い。

一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ 外食にプチぜいたくの要素を求めて来店する客が増えており、客単価上昇と売上の増加につながっている。
一般レストラン (店長)	販売量の動き	・ 前年に比べて予約数が増加し、特に夜の客で酒を飲む客が増え高単価商品がよく出ている。
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・ 5～6月は前年並みの来客数となっており、インバウンド客の影響で宿泊客数は伸びている。
都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・ 前年大型イベントがあった反動もあり、今年は宿泊の団体受注や宴会受注などは減少傾向であり、レストランの来客数にも影響している。個人客の動きも停滞しており、客の来店頻度はやや低下している。
都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・ 宿泊では、国内客は旅行会社を経由しての宿泊客数に変化はないが客単価が上昇している一方、海外客は旅行会社経由とインターネット経由の双方で、北米からの宿泊客数が大きく減少している。レストランでは、高単価店舗の単価は上昇しているが、来客数の減少で大きく減収となっている。
都市型ホテル (総支配人)	販売量の動き	・ 月初めの先行予約は前年を上回っていたが、月末間際の予約が伸びず前年並みで推移している。先行予約率の高い観光客層は伸びているが、ビジネス客層の伸びは低下していく気配がある。
旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・ 景気に回復感のない現状が普通の状態になっている。
通信会社(総務担当)	それ以外	・ 夏季手当の支給があるので消費拡大を一部では期待するものの、例年並みの消費を想定している。
通信会社(販売企画担当)	来客数の動き	・ 来客数が増えない。
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に前年同月と比較して変化がない。
ゴルフ場(営業担当)	来客数の動き	・ 県内外、韓国や台湾などのアジア近隣地域からの集客は3か月前と変わらない。
美容室(経営者)	来客数の動き	・ この2～3か月は来客数が横ばいで推移しており、売上にも変化はない。
美容室(経営者)	競争相手の様子	・ 単価を下げれば客は来るが、駅前商業施設に客が流れており、週末は客足が遠のき売上が落ち込んでいる。
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・ 客にリフォーム工事に関する国の補助制度を説明するが、全体の施工費用が上昇していることもあり、契約までは至らない状況である。
設計事務所(経営者)	来客数の動き	・ 雇用は安定しているものの、景気の先行きに不安を感じているのか、戸建て住宅の引き合いが低調な状況が続いている。
設計事務所(経営者)	それ以外	・ 景気上昇の気運は全くない。
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・ 依然として慎重な客が多く、今が本当に建て時なのかじっくり考えるため商談が長期化している。
一般小売店 [茶](経営者)	競争相手の様子	・ 国内の景気低迷から海外で日本企業同士の競争が激化している影響で、海外売上が厳しくなっている。
百貨店(売場担当)	販売量の動き	・ 数十万円のブランド品や宝石は売れるが、100万円以上の美術品や宝石の動きは悪い。
スーパー(店長)	販売量の動き	・ 買上点数の前年割れが続き、客の節約志向が広まりつつある。
スーパー(店長)	単価の動き	・ 前年に比べて客単価は97.5%、来客数は97.2%、販売点数は98%となり、1月から前年を下回っている状況が続いている。
スーパー(店長)	販売量の動き	・ 来客数は前年のほぼ100%で推移しているが、1人当たりの買上点数が減少し、特にアニサキス報道の影響で刺身などの売上が落ち込んでいる。
スーパー(総務担当)	単価の動き	・ 前年並みだった客単価が下がってきている。
スーパー(管理担当)	単価の動き	・ 前年より来客数が減少するとともに客単価も低下しており、客の節約志向は強まってきている。
スーパー(業務開発担当)	販売量の動き	・ 狭い商圈にディスカウント店が出店した影響で大きな影響を受けており、対策は打っているが厳しい状況である。
スーパー(販売担当)	お客様の様子	・ 客単価が若干上昇しているように見受けられるが、客の来店間隔が開くとともに来店頻度が低下しているため、来客数と販売量の減少が顕著になっている。

	スーパー（財務担当）	単価の動き	・青果の相場安やアニサキス報道の影響があるものの、来客数は前年を維持しているが、1品単価の低下により客単価が前年を下回っている。
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・気温が上がらず季節商材の不振が目立つが、気温に影響されない商品群も軒並み前年売上を割り込んでいる。大型ではなく単価もそれほど高くない商品群の販売量の落ち込みは、景気の先行き不安を表している。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・客が値ごろ商品しか購入しない。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	来客数の動き	・110区画ある店舗区画の中で4区画が空いており、なかでも家族客の取り込みに貢献していた店舗が1月下旬に退店したことが大きく響いている。現在は当該区画を催事の際に子供が遊べる場所として集客を図っているが、以前には及ばない状況である。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・前月に続き来客数が減少しており、夜の飲食業は厳しい状況が続いているが、企業努力だけでは回復が難しい。
	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・観光シーズンが終了して来客数が落ち込んでいる。
	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・客はより安い物を求めており、品質や機能をあまり重視していない。
	× 商店街（代表者）	単価の動き	・バーゲン価格になっても客は購入しない傾向にある。
	× 乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新車販売台数が目標の75%で、在庫予約状況も80%強となっている。
	× 自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・今月から仕入原価が値上がりしたため、客の買い控えが顕著に表れている。
	× その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・晴れ間の多い梅雨であるが来客数は少なく、また、修理関係がほとんどで製品の販売にはつながらない。
	× 競艇場（職員）	販売量の動き	・全国発売初のG2競争の開催で収益が確保できた3か月前と比較すると、今はそこまで良くない。
企業動向関連	-	-	-
(中国)	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要取引先の春の定期修理が完了し、原料の在庫調整も一巡して前年同期以上の受注量基調となっている。
	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注実績が前年同期を上回り、計画どおりの売上計上となっている。
	建設業（総務担当）	競争相手の様子	・物件の引き合いが依然として多い。
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・市内に企業進出が続いている。
	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・倉庫関連を中心に荷動きが出ており、特に飲料系の動きが堅調になっている。
	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・製造工程や品質管理に関する意識が製造業関係の客の間で高まっており、モノのインターネットソリューションへの問い合わせが増加している。
	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・アニサキスの報道による風評被害で需要が低下し、相場が崩れてしまっている。
	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・百貨店やスーパーへの販売量が横ばい状態である。
	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新設住宅着工件数はほぼ横ばいで、住宅ローンの低金利効果も一巡し、若干の金利上昇傾向もあって販売量や受注量は前年並みである。
	化学工業（総務担当）	それ以外	・内需拡大が望めない環境なので、当社のような素材型産業では景気が好転する要因が見当たらない。
	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・液晶等一部の製品について受注減の状況である。
	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・受注状況は比較的旺盛であるが高止まりしている。
	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が生産能力の60%しかなく、厳しい状況が続いている。
	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	・今年に入り徐々に受注がはじめて海運市況に底打ち感が出てきているものの、船腹量や建造能力は依然過剰であることから船価の回復には至っておらず、手持ち工事は減少傾向が続いている。
	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	・受注量についてはほぼ内示通り前期並みとなっている。

	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・発注時期の遅れはあるものの、予定物件を順調に受注できており、この状況は継続する。
	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・中小企業や零細企業、個人事業では景気上昇感を感じられず、通信機器やネットワークなどの販売状況も前年と比較して落ち込んでいる。
	金融業（貸付担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事の請負金額は独立行政法人、地方自治体などからの発注が増加している。
	金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・系列完成車メーカーの新型スポーツ用多目的車の販売が好調なので、地元部品メーカーの受注は高水準を維持しており、操業は1日1～2時間程度の残業と月2回程度の土曜出勤を継続している。
	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数と成約件数にほぼ変化はない。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売促進に向けた客からの依頼の受注に変動が極端にない状況である。
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・マンションの着工件数は伸びているものの、一般住宅の着工件数は減気味になっており、地場の中小工務店は売上の確保が厳しくなっている。また、低金利政策も業績が厳しい零細企業にはあまり恩恵が及ばない。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先のスーパーや問屋の売上が前年より3～4%低下しており、注文数量も減少して厳しい状況である。
	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	・大口案件が製造着手の手前にある影響で生産量の水準が今一つの状態であり、作業用と称する継続受注品の生産も落ち込んでいる。
	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・原料コスト高、需給のタイト感から値上げを進めてきたが、輸入材の影響もあって値上げの動きに停滞感があり、需要も低調気味である。
	その他製造業 [スポーツ用品]（総務担当）	それ以外	・最近の商品は高機能化し特殊素材を使用することが多く、生産前に試行錯誤する必要があるが、国内販売のため数量が少なく苦労の割にはすぐに販売が終わってしまう。製造原価はどんどん上昇するのに販売単価は据え置かれているので、業績は非常に厳しい状況にある。
	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・個人発送の荷物が減少しており、通信販売は順調に伸びているが、父の日関係の荷物は前年を大きく下回っている。大口荷主とは運賃の値上げ交渉をしている影響で発送量が減少している。
	x	*	* *
雇用 関連 (中国)	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・求人数が前年同月より2.5倍増えしており、求職者確保は大変ではあるが、企業の積極的な採用姿勢は依然として良い。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	雇用形態の様子	・転職サイトやアルバイトサイトを利用する企業で一定期間後に正社員雇用すると記載するところが増えている。また、これまでの派遣社員雇用から正社員雇用に切替える企業も多い。
	新聞社 [求人広告]（担当者）	求人数の動き	・業種によって差異はあるものの、有効求人数は20か月連続で増加しており、有効求人倍率も全国平均を大きく上回っている。
	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、タブレット組立が引き続き好調な製造業が前年比で3割増となったほか、新規出店の相次ぐ小売業などほとんどの業種で増加傾向となり、求人全体でも1割強の増加となっている。
	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・数か月前に求人依頼を受けたものの紹介に至れず、新たな求人が複数発生しているケースが何社かある。
	学校 [大学]（就職支援担当）	採用者数の動き	・当初の想定以上に企業の採用活動が活発である。
	人材派遣会社（支社長）	採用者数の動き	・過去最高水準で求人受注数は推移しているが、求職者確保に苦戦し、業績としては微増にとどまる。
	人材派遣会社（経営企画担当）	求職者数の動き	・20～30代の女性求職者は増えているが、就業決定につながっておらず、求職者に即座に就労したいとの緊迫感を感じられない。時間的な猶予を考えての求職者に寄り添った仕事相談のスタンスが求められている。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・6月中旬以降、内定辞退者が例年以上に増加している。

	職業安定所（産業雇用情報担当）	求人数の動き	・ 3 か月前と比較して新規求人数は1.5%の減少である一方、新規求職者数は2.2%の減少となり、いずれも微減で大きな動きはない。
	職業安定所（雇用開発担当）	求職者数の動き	・ 新規求職者数は4～5月と連続で前年と比べて増加しマイナス要因となっているが、雇用保険の受給資格決定件数は同じ月に減少しプラス要因となり、判断に苦慮する数値となっている。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	周辺企業の様子	・ 人材不足により景気が良くならない。
	学校 [ 短期大学 ]（進路指導担当）	求人数の動き	・ 求人数、求人条件共に大きな変化はない。
	-	-	-
x	-	-	-