

8. 中国（地域別調査機関：（社）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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (中国)	良くなる やや良くなる	競艇場（職員）	・11月に開催するレースでかなりの売上が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・競争相手の閉店から一年経ち、それによって前年比で伸びは低下したが、今後は段々良くなっていく。
		コンビニ（エリア担当）	・気温に左右される業態なので、9月の半ばからは販売量が伸びる。
		乗用車販売店（副店長）	・新型車が投入される予定であり集客が期待できる。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・今年の夏は特に暑い。島根、鳥取の観光イベント「神話博しまね」「国際まんが博」も入場者数は順調とのことだが、県外の客が予定より少ないようにも聞いており、秋になって涼しくなればと期待している。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・観光シーズンになり、今の状況からみるとバス、自家用車での旅行が増える。
		テーマパーク（広報担当）	・近隣エリア全体の団体観光客が減少しているが、秋の紅葉シーズンには回復の兆しが見られるので期待したい。
		ゴルフ場（営業担当）	・ゴルフシーズンの到来で、1年のうちで1番単価、来客数が高い時期になる。予約数は例年並みとなっている。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税前に住宅を取得したい動きと、住宅ローン金利の引き下げが追い風になっている。建築物価が高騰しなければ住宅着工は増加する。
	住宅販売会社（従業員）	・若干ではあるが来客数が増加していることや、客の反応においてもあまり悪くない状況なので、受注へ反映されてくるという期待感がある。	
	変わらない	商店街（代表者）	・公共工事は来年初めまで続くので、歩行者や自転車の通行には引き続き影響があると思われる。また、客の購入単位が段々と少なくなってきたり、余分なものを買わない姿勢が感じられる。
		商店街（代表者）	・必要な品以外は購入しない状況が続く。
		商店街（代表者）	・特に客同士の話とか店主同士の話でも、いい話はしない。このところの政局がらみでこんなに身近に政治が絡んでくるのが面白いが、景気が良くなってくるとはとても思われない。
		商店街（代表者）	・長引く不景気で、金がある人でも購買意欲が向上かない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・9～10月にかけて地域の選挙、秋祭り、運動会などイベントが多く行われる。人が動けばものも動く期待している。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・底を打った感じはあるが、リバウンドが期待できるような状況ではない。
		百貨店（営業担当）	・現在は良くなっているように見えるが、大きな流れのなかでは、元に戻りつつあるだけで、景気が良くなって伸びているとは思えない。景気回復の要因がみえないことから、ここしばらく低空飛行が続く。
		百貨店（営業担当）	・9月は猛暑の期間は短くなる一方、悪天候の懸念があるため秋物本格稼動が鈍化する可能性がある。また下旬の連休についても祝日が1日減っているため何とか前年保持を目指したい。
		百貨店（営業担当）	・クリアランスセールでもセット買いは厳しい状況で、50%オフになっても必要な品以外は購入しない。
百貨店（販売促進担当）		・秋商戦が本格化してくる時期であるが、連日の32～35度の酷暑の継続が予測され、9月後半までは婦人服中心にファッションの動きが低迷する。	
百貨店（売場担当）	・取引先の廃業や合理化が進み、商品供給が懸念されるものの、店頭での買上単価がアップする傾向にあり前年並みで推移する。		
百貨店（購買担当）	・周年祭という集客を図るイベントがあり来客数や売上を見込んでいる。秋物は天候にかなり左右され、このまま暖冬になると衣料品関係は厳しい状況が続く。		
百貨店（電算担当）	・店全体で売上は前年比2.2%増だが、8月だからと理由もあるが来客数が減少傾向であり、店に活気が見られない。特に、新規の競合店の影響から食品の売上減少が目立っており、これから生き残りをかけた競争が繰り広げられる。		
百貨店（販売担当）	・気温の変化に伴い秋冬物の動きも活発にはなってくるが、現状の景気が大きく変化するような要因は見当たらない。		
百貨店（営業推進担当）	・当面はこの傾向が続く。ただ、政局等、不安要素が広がれば、悪くなってくる。		

スーパー（店長）	・景気を判断する良い材料がない。
スーパー（店長）	・現状のまま推移する。明るい情報は全くなく生活防衛が継続される。
スーパー（店長）	・節約志向は今後も続き、外部環境変化がない以上景気も変わらない。
スーパー（店長）	・景気が更に好転する要因が見当たらない。
スーパー（店長）	・国政の先行きは不安が大きく、消費拡大する要素も見当たらず、地方の都市は少子高齢化が顕著に現れ始め、個人消費は先細り傾向にある。
スーパー（総務担当）	・燃料費等の上昇もみられるので消費の停滞も予想される。
スーパー（業務開発担当）	・二十世紀ナシの進物は昨年並みで推移しているものの、魚関係が低調で一方が良ければ他が悪く、全体の底上げにつながらない状況が続いている。
スーパー（販売担当）	・広告の目玉商品以外は毎日必要なものだけを買うパターンが定着しており、今後も客単価は上がらない。
スーパー（管理担当）	・盆を含め8月中旬までの状況は、生鮮では売上荒利ともに前年を上回る実績となったが、ディスカウント店の影響でドライ関係が前年割れとなっており、この状況はしばらく続く。
スーパー（営業システム担当）	・客単価が低い状態が続いている。やはり、『安いもの・必要なもの』という節約志向があたりまえになってきている。
コンビニ（副地域ブロック長）	・競合店の出店攻勢は、競合店出店計画から今後も続くと思われるので、既存店への影響は免れない。
衣料品専門店（経営者）	・景気の良くなる要素がみえない。
衣料品専門店（販売担当）	・秋になるが客の動きがまだ読めない。
家電量販店（店長）	・先行き不透明で購買につながっていない。
家電量販店（店長）	・引き続き高省エネタイプの家電品が売れ単価を押し上げるが、パソコンの販売不振は当分続く。
家電量販店（販売担当）	・決算に向けて少し動きはあるかもしれないがイベントがない。
乗用車販売店（統括）	・エコカー補助金効果が思ったほど実績に現れない。
乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金の効果も全くといいほど影を潜め、静かな補助金商戦となっている。客の声を聞いても、車の購入どころか連休もなるべくお金を使わない客が多かった。今後も節約していくとの声がかかなり多いので、景気が良くならない。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・大きな増加要素は見当たらない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・景気が上向き要因が全くない。
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・消費税増税問題で先行きの不安材料が多く、客の消費も鈍いまま推移する。
その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・引き続き単価ダウン傾向が続き、まとめ買いのニーズは低調に推移するが、レジャー関連商品や気温による秋物商品の動向は早い。
高級レストラン（スタッフ）	・予約数は前年と変わらない。
一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要素がなく、現状のまま推移する。
一般レストラン（経営者）	・政治の落ち着きもなく、景気の方角感も実質感じられず、客の生活防衛意識が極端になってきている。
一般レストラン（エリア担当）	・同業他社でもデフレ傾向が非常に厳しく、なかなか集客、客単価が上がってこない。
一般レストラン（外食事業担当）	・夏ほどの売上はなく、政局の安定も影響する。
スナック（経営者）	・政府による積極的な景気対策がなされていないため、景気が全然良くなる気がしてこない。
観光型ホテル（スタッフ）	・現状、来客数が伸びている状態である。以上も以下もなくこの状態が今年も続く。
都市型ホテル（企画担当）	・政情の混迷、増税不安などで変わらない。
タクシー運転手	・客の様子から今後もプラスに動くことはない。
通信会社（社員）	・客のサービス申込状況等に変動がない。
通信会社（企画担当）	・新規サービスの販売、サービスのスイッチについて、現状のトレンドに変化が出る要因がない。節電、省エネも消費者側で大騒ぎは全くなく、想定内の対応に留まっている。

	通信会社（通信事業担当）	・オリンピックなどの特需が期待できた時期でも、特に需要に変化がなく、今後もあまり期待できない低調な状態が続く。
	通信会社（営業担当）	・猛暑、節電、円高、消費増税、領土問題等々全体に停滞感が強く、諦めモードを感じる。
	通信会社（総務担当）	・販売需要の好転が見込めない。
	通信会社（広報担当）	・個人消費自体は低調に推移すると思うが、スマートフォンについては今後もしばらく堅調に推移すると考えている。ただし、選挙の影響や増税が確定した際に、どのように影響するのか不透明である。
	通信会社（工事担当）	・工事件数が増加する要因が見当たらない。
	テーマパーク（管理担当）	・全体的に動きが悪く消費を抑えているように思われる。
	その他レジャー施設（アミューズメント）	・家族連れで来店して子供だけにプレイさせる客が増えている状況が多く見られる。特に家族客が娯楽への出費を節約している傾向は大きく変わらないと考えられる。
	美容室（経営者）	・景気が良くなる材料はなくあまり変化はない。
	美容室（経営者）	・景気にあまり変化はない。
	その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・2、3か月で景気の変化がみられるとは考えにくい。
	設計事務所（経営者）	・消費税増税を受け横ばい状態が続く。
	設計事務所（経営者）	・増税への危機感により景気が良くなる要素は全くない。
	設計事務所（経営者）	・消費税増税が確実な様子となってきたが、住宅など駆け込み需要が期待されるものの、予備軍も着手済みなのか、あまり動きがみえない。
	住宅販売会社（販売担当）	・まだまだ、収入の安定に安心感が持てない様子もあり、地元撤退企業企業はあっても、進出企業の噂は聞こえない。
	住宅販売会社（営業担当）	・変動要素について見込みはない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・先行きが不透明で客の消費行動が慎重になる。
	商店街（代表者）	・政治・株価・世界の財政状況等の世情不安により買い控えがあり、売上確保が厳しい状況となる。
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・駅再開発による駅支店の閉店の響き売上は厳しくなる。
	一般小売店〔紙類〕（経営者）	・地元客が減少し安定した商売ができなくなる。
	スーパー（販売担当）	・残暑が厳しく夏物の処分品しか動かず、店頭の商品ぞろえと気候の不一致は続き、品薄、欠品による機会損失は避けられず、景気は厳しくなる。
	スーパー（財務担当）	・盆明け以降、売上の前年割れが続いており、今後も節約によりこの傾向は変わらない。
	コンビニ（エリア担当）	・衝動買い減少の傾向は続くと思われる。
	衣料品専門店（経営者）	・ニュース等で不安な情報があふれており景気が良くなるとは思えない。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・景気に厳しい面があるので、重衣料を購入する客が増える見通しが無い。
	家電量販店（企画担当）	・爆発的な売上が見込めるような新製品が出れば違うが、今のままでは落ちていくだけという閉塞感がある。家電エコポイントのような景気を良くするような政策に期待したい。
	乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金打ち切り後の影響を考慮すると先が読めない。
	乗用車販売店（業務担当）	・エコカー補助金の駆け込み効果が全く出てこない。終了後はさらに悪化が見込まれる。
	観光型ホテル（支配人）	・昨年の秋は東日本大震災の反動で宿泊客が増えたが、今年は同期比の入込比較で下回っている。領土問題における外国人旅行者の動向も懸念材料である。
	都市型ホテル（スタッフ）	・結婚式も価格競争になっており、最近の客は低予算の会場を探している人が増えている。
	都市型ホテル（総支配人）	・地元では7月より様々なイベントを開催しているが、九州地区・関西地区からの観光客の入込が減少し東京方面へ流れており、この傾向は変わらない。
	旅行代理店（経営者）	・竹島問題や尖閣諸島問題などあり、客から海外旅行特に韓国、香港、中国など中止すべきかの問い合わせ等がある。現実問題として客の旅先での問題が懸念されるが、客としては旅行に行く気分になりにくい。
	タクシー運転手	・9月は例年売上が悪い。
	タクシー運転手	・公務員の数が多く当市は国にならって県、市の職員の給料も下がる見込みとなっている。

		通信会社（営業担当）	・夏商戦が終わり冬モデル登場や冬商戦が始まるまでの間は販売が落ち込むことが想定されるが、既設ユーザーへのサービス・特典や新規ユーザーへの特典を多方面よりしっかりとアピールし来店者及び販売の落ち込みをカバーしたい。
		テーマパーク（業務担当）	・マイナス要因として、ガソリン価格が低下傾向から高値傾向に戻りつつある。消費税論議の行方など、家計を取り巻く状況がネガティブなだけに、行楽に関する支出の優先順位が低下し、来園者数にも響いてくることを懸念している。
		美容室（経営者）	・次回予約をとってから帰ってもらおうが、次回の来店予定日が延びてきている。
	悪くなる	商店街（理事）	・消費税増税問題などもあり、貯蓄に回す客が増える。
		百貨店（売場担当）	・高卒や大卒の就職率に現れているように、依然として一部の業種を除き景気の回復はみられない。小規模百貨店業態の衰退や地域の産業減退などの要因で、ますます厳しい状況になってくる。
		スーパー（店長）	・競合店特にディスカウントの販売促進が激しく、足元の客をさらわれることが予想されるため、来客数増、もしくは、前年並みの来客数確保が非常に厳しくなることが予測される。
		乗用車販売店（店長）	・良くなる材料がなく、現状の7割ほどの売上になる。
		自動車備品販売店（経営者）	・最近、世の中も増税、高負担、相変わらずの不況、エコカー購入補助金打ち切り等、経済の明るい材料は全くなく気分まで減入ってくる状態で、消費者の消費マインドも冷え冷えとしている。
		自動車備品販売店（経営者）	・同市内の家電大手メーカーの大規模な人員削減の発表等で更に個人消費が落ち込む。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・高齢者が多いので年金に頼る人が多く、消費者の増加は見込めず、財布のひもは固いままである。
企業 動向 関連  (中国)	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後も受注を見込んでいる。
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・7月は夏枯れといいながらもマアジ、イカ、シイラ網漁が好調であり今後も持続する。
		木材木製品製造業（経理担当）	・季節要因に加え、消費税増税の影響が出る兆候がみられる。
		金属製品製造業（総務担当）	・受注の見通しでは、スポットで1案件あるため、損益面では改善される見通しである。また鉄原材は、現状の価格のまま推移する。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・モデルチェンジ製品の本格量産の開始で、受注量としては上積みとなる。
		不動産業（総務担当）	・賃貸不動産の需要時期にあたるため、多少の成約件数の増加が見込める予定となっている。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・秋冬に向けて売上が伸びる計画を立てているが、先行きがみえない。
		繊維工業（統括担当）	・総選挙が行われている可能性はあるが、あまり変化はない。
		化学工業（経営者）	・主要取引先の一部がBCP対策の一環として海外品輸入による調達を本格的に実施する予定である。
		化学工業（総務担当）	・現時点で経済環境が大きく変わる事は考えにくい。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・金属価格は足元並みと予想している。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化がみられない。
		一般機械器具製造業（経理財務担当）	・円高の高止まり、受注量の停滞など、景気好転の気配がみられない。
		建設業（総務担当）	・現在の状況が変わる要素が見当たらない。
		輸送業（業務担当）	・大口客の先行きを踏まえ現行の事業の状況が当社から他業者扱いへ変更しつつあり当社の取扱が減少傾向にある。
		輸送業（総務担当）	・取引先の生産数量の回復が見込めない。
		通信業（営業企画担当）	・通信系サービスについては固定型よりもモバイルにてコンテンツなどの充実がはかられており、固定系については契約の維持が中心となっていく。
		通信業（営業担当）	・消費税増税や中国、韓国などとの対外政策などから、輸出などにも長期的影響が出て国内雇用へも影響が出るので、デフレ状況からの脱却が難しい。
		金融業（自動車担当）	・当面はエコカーの売行き好調から前年水準の操業は期待できるが、為替が一段の円高となれば、輸出の減少が懸念される。

	金融業（営業担当）	・当面景気は横ばいであると考え。取引先の売上は、依然として低迷している。当地においては、大企業の工場閉鎖等のニュースもあり、将来を楽観できるニュースが少ない。地元企業の経営者に明るい見通しを持つ人も少なく、新たな投資意欲も低く当面景気は横ばいで推移する。	
	会計事務所（職員）	・公共工事関係の仕事は、相変わらず入札価格の低迷が続いており受注価額の底上げには至っていない。また、製造業も受注量、単価ともに見積状況は厳しい。	
	コピーサービス業（管理担当）	・コピー等の出力は情報管理の流れからすれば、川下の位置にある業務であり、現代は川上の位置にある情報作成のプロセスから手掛ける業者が川下の業務まで一括して受託しており、川下だけでは競争に勝てる見込みがない。今から情報技術系を強化していくことは不可能であり、受注減の現実を受け入れて細々と商売をして行くしかない事業である。	
やや悪くなる	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・輸出案件はスポットで、ゴミ焼却場の次の案件まで期間があり、9月は生産量が現在より減少する見込みである。また下半期生産見込みは上期計画値を下回る計画となっている。	
	鉄鋼業（総務担当）	・国内復興需要が見込まれるものの、エコカー補助金打ち切りによる大幅な反動減となる様相である。また、世界経済的にも好転の材料があまりない。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・長引く円高を背景に、電機メーカーなど取引先は海外での生産比率を高めている。したがって国内の工場統合、廃止、いわゆる空洞化減少が加速している。メーカーによる生産の海外シフトで国内の半導体需要は縮小しており、早急な海外開拓が課題となっている。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・エコカー補助金の終了による影響がある。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の減少が予想される。	
	建設業（経営者）	・建設関連、不動産ともにめぼしい材料がなく例年に比べても厳しい状況で、事業撤退など労働環境も悪く、購買力も低下し地域の景気は良くならない。	
	建設業（総務担当）	・大手電機メーカーの不振は他の中小製造業にも連鎖が予想される。いずれにしても昨今の長期にわたる円高の是正がされない限り回復はない。	
	広告代理店（営業担当）	・取引先動向等で、10月から11月にかけて販売促進PRが落ち着く見通しで、売上が伸び悩むシーズンになる。	
	悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・景気が良くなる情報が一つもない。
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・地方進出企業の撤退が相次いでいる。大手はここでダメならあっち、またダメなら海外と簡単に移転を繰り返し、現状で最適な環境を作れるが、中小企業はそうはいかない。現状を受け止め、身を削りながら耐えていくしかない。	
雇用関連	良くなる	—	
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・2014年卒業の採用は少し改善すると予想している。当社の売上もそれにつれて増える。ただし、そのペースは大幅な改善というものではない。
(中国)	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・今後2、3か月先における派遣社員の大増員の相談等はほとんどない状況である。派遣社員の交代等による求人を確実に決めていくしかないが、医療福祉や流通小売業など人員不足の業界からの依頼は多いものの、マッチングに苦慮している。求人全体でみれば依頼数は横ばいが続くことが予想される。
		人材派遣会社（支社長）	・求職者の動きが活発になる要素が見当たらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・先行きに期待感が持てない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・引き続き企業の人材確保という観点では、より優秀な人材であれば採用していきたいという意欲はあるが、なかなか採用したいという人材にめぐり合えないという状況はかわらないというのが実情である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・多くは無理をしないで、当面は現状維持、様子見がほとんどとなっている。
		職業安定所（雇用開発担当）	・正社員の有効求人倍率は依然として0.6倍台であり、円高、景気の停滞で求人も正社員求人の割合は50%以下の状況が1年続いており、今後もこの状況が続く。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・相変わらず円高の影響を受ける製造業からの求人は鈍い。非正規雇用の求人が目立ち、先行き不透明である。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・有効求人倍率は1倍を超えているが、管内外の事業所から人員整理や解雇の情報がある。

	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・大きな変化を感じられる事柄が見当たらない。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・継続的に良くなるかわからないが大きな変化はない。
	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・来春の新規学卒求人は件数が前年を上回ったが、募集人数が絞られているため全体では低調なスタートとなった。新たな企業誘致に関わって大量採用の話も複数あるが、来年・再来年以降のことであり、今現在の求人には結びつかない。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・全体的な採用活動の低下に加え、大手自動車企業の新卒採用縮小の報道、10月から施行される改正派遣法で派遣採用や採用活動を控える企業が増えると推測される。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・エコカー補助金により好調な乗用車販売が、補助金終了後はその反動がある。
	民間職業紹介機関（職員）	・国内を取り巻く領土問題等の国際問題の緊張が続いており、それが今後の消費、投資、輸出入に大きな影響を与えかねず、引き続き予断を許さない緊張が続く。
悪くなる	—	—