

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	乗用車販売店（店長）	・客の動きが激しく、なかでも今まであまり動きのなかった60歳以上の客の商談が増えており、成約に結び付く可能性がある。
		自動車備品販売店（経営者）	・株価が上がリ、円安になるなどムードが先行しているが、いずれは実態も追い付くと思うし、信じたいのが本音である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・海外の景気動向など不安要素はあるが、国内に限れば、今後しばらくは景況感の改善が続く。客単価の伸びも見られ、高単価商品の充実も必要である。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・来客数も増え、また客単価も上がっている。今後は更に良くなる。
		観光型ホテル（支配人）	・地元企業には、自動車メーカーを始め、製造業が多く、この円安は業績に大きく貢献している様子で、ホテル業界にとってもプラス材料である。
やや良くなる		商店街（理事）	・景気回復が東京集中から地方へ流れてくる。
		商店街（代表者）	・開業した大型店の影響が薄くなる。
		商店街（代表者）	・客の会話から楽しそうな話が聞こえてくる。以前とは比べられないほど快活な感じがする。
		商店街（代表者）	・出雲大社の遷宮や松江自動車道開通が後押しして、観光客数が増加する。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・高級な印材での注文が増えており、良いもの、必要なものには金を出す客が増えている。
		百貨店（営業担当）	・4月の売上は伸び悩んでいるが、世の中の雰囲気は上向いているように感じられるので、今後、この雰囲気が実売につながるように期待している。
		百貨店（営業担当）	・気温が上昇するに従い、徐々に購買意欲が戻りつつあり、現状より上向きに転化する。
		百貨店（売場担当）	・周南市の百貨店閉店により、山口地区にも客の流入がみられ、少しずつ底上げになってきている。今後も山口地区は好転していく。
		スーパー（店長）	・アベノミクスでデパート業界では売上と来客数が前年を上回っているようである。スーパーマーケット業界ではそういった状況はないが、2～3か月後は回復していると期待する。
		スーパー（店長）	・外部環境に大きな変化はないが、アベノミクス効果を期待する消費者の意識が消費を促す要因となり、景気回復に繋がる。
		スーパー（店長）	・食料品や日用雑貨品は堅調に販売点数が増加傾向にあり、今後もそのトレンドが続く。
		スーパー（総務担当）	・客数、単価ともに上昇傾向にあるので期待できる。
		スーパー（販売担当）	・販売量、客単価の上昇等、プラス要因は見られるものの、相変わらず低価格志向の客も多い。来客数については回復の兆しが見えず、依然としてマイナス要因を抱えている。総合的に判断して、景気は回復傾向にあるものの、そのスピードはかなり緩やかである。
		スーパー（販売担当）	・郊外のディスカウントスーパーに車で行っていった客が、ガソリン代が上がれば近くで買物をする可能性が出てくる。
		コンビニ（エリア担当）	・気温上昇とともに景気も上向きになると思われる。
		コンビニ（エリア担当）	・ディスカウントストアの開店予定があり、来客数と売上の増加が見込まれる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税が上がる予定なのが不安であるが、以前よりは客の行動が買物に向いている。
		家電量販店（販売担当）	・夏商戦に入る。
		家電量販店（企画担当）	・大企業のボーナス支給額が増えそうなので、良くなる。
		乗用車販売店（業務担当）	・1～3月の大増販期を終えてやや低調ではあるが、今後は新商品が出ることもあり、多少の回復が見込める。
		乗用車販売店（営業担当）	・富裕層が動き始めている。消費税増税まではこのまま上向きそうである。
		乗用車販売店（副店長）	・消費税増税や金利上昇が予想されるため、駆け込み需要で消費が加速する。
		乗用車販売店（営業担当）	・来店客は前年より少し増えているので、徐々に販売量も前年より増える。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税増税に対して、駆け込み需要がある。

	その他専門店〔布地〕 (経営者)	・客の購買意欲が出てきており、景気は良くなる。
	その他専門店〔海産物〕 (経営者)	・出雲大社大遷宮に期待したい。山陰観光へのアベノミクス効果は半年後くらいになる。
	その他小売〔ショッピングセンター〕 (支配人)	・円安や株価上昇が継続しており、ベースアップやボーナス増額により所得上昇を実感できれば、さらに消費意欲は高まるだろうが、必要なもの以外は買わないという客の意識は変わらない。
	一般レストラン(外食事業担当)	・焼肉を中心として、一昨年の食肉の風評被害が今年は払しょくされ、輸入肉の規制緩和もあって売上は伸びる。
	スナック(経営者)	・そろそろアベノミクス効果が出てこなければ、物価上昇だけで、景気が悪くなってしまう。アベノミクス効果に期待する。
	観光型ホテル(スタッフ)	・単価の安い商品ではあるが、ここ最近よく売れている。全体的に近年になく売上が増加しているように感じる。
	都市型ホテル(スタッフ)	・広島では大型イベントがあり、宿泊の予約が順調である。ゴールデンウィークも早くから問い合わせがあり、満室状態が続いている。
	都市型ホテル(総支配人)	・山陰地区については、各旅行会社の先行予約も5月を中心に大きく前年を上回っている。6月以降も出雲大社の大遷宮効果に期待する。
	タクシー運転手	・前年よりも売上は増えており、人の動きも出てきている。
	通信会社(総務担当)	・経済対策による意識変革や消費増が期待される。
	競艇場(職員)	・7月から舟券の電話投票キャンペーンがあるので、売上が伸びる。
	美容室(経営者)	・これから梅雨時期に入り、消費税増税による駆け込み需要等との兼ね合いもあり、今後の見通しはつかない。
	設計事務所(経営者)	・客の購入意欲が上向きなまま推移すれば良くなるように思えるが、業者間のばらつきは大きいようである。
	設計事務所(経営者)	・消費税が上がるまでに契約をする動きが出てきている。
	設計事務所(経営者)	・景気が今後も回復するという期待感が高く、増税前・金利上昇前に住宅を取得したいという客の意思が強い。また、若い夫妻の住宅取得を両親が応援しているケースも目立つ。
	住宅販売会社(営業担当)	・税制制度や景気回復感から、良くなると思われる。
	住宅販売会社(販売担当)	・消費税増税に伴う駆け込み需要で、客が積極的になると見込まれる。
変わらない	商店街(代表者)	・新規出店の問い合わせもあるが、2～3か月先の景気には影響がない。
	商店街(代表者)	・今月同様に購買意欲は高いものと思われる。
	一般小売店〔靴〕(経営者)	・景気が良くなるといえる材料がなく、景気に変化はない。
	一般小売店〔酒店〕(経営者)	・アベノミクスに期待するが、現状と変わらないと思われる。地方はまだまだ厳しく、消費者の購買意欲が上向いてくるとは思えない。
	一般小売店〔酒店〕(経営者)	・アベノミクス効果が地方に来るのはまだまだ先である。
	百貨店(営業担当)	・売上が伸びる要因がない。
	百貨店(販売促進担当)	・夏商戦を迎えるが、販売商品の価格高騰、また土日には京阪神を主とした域外への消費流出も想定され、エリアの景気が良くなっていく要素は見つからない。
	百貨店(売場担当)	・円安による商品の値上げが一部で始まっており、は虫類製のハンドバッグや財布などは、消費者感覚では高いと感じる値段になると予想される。
	百貨店(購買担当)	・気温が上がり、夏物に切り替わるので衣料品関係の売上が伸びる。
	百貨店(電算担当)	・売上は前年比マイナス1.5%で、回復の兆しはない。しかし、固定客をしっかりと持っている場所や外商と組んで催事を行っているところは、良い結果が出ている。大勢の観光客が動く空港や観光地にある売店は好調である。婦人衣料品の低調が目立つ。
	百貨店(販売担当)	・高額品の動きが良くなってはいるが、その動向はまだ一部の客に限られた状況である。
	百貨店(営業推進担当)	・夏の選挙までは現状が続くような予感がする。
	スーパー(店長)	・景気を判断する材料がない。
	スーパー(店長)	・投資家などは景気が良いが、多くの労働者にとっては、賃金増額や会社の福利厚生充実などはない。
	スーパー(業務開発担当)	・節約一辺倒が続く。商品を値上げしても、そのまま売上に反映するのではなく、販売点数が減少する。
	スーパー(財務担当)	・地元中小企業の業績回復には時間がかかる。所得環境が改善されないため、節約による客数減及び単価の下落が続く。

スーパー（管理担当）	・客数と客単価がなかなか伸びてこない状況は変わらず、今後も伸びる要素がなく、現状維持で推移する。
スーパー（営業システム担当）	・店舗近くに激安ディスカウントストアがオープンした。対策を講じても売上は上がらないが、著しく下がることもない。やはりスーパーでしか扱えない商品があることで現状維持ができていないのではないかと思う。もっと、品ぞろえやイベントで差をつけていかなければならない。
コンビニ（エリア担当）	・前年並みの数字で推移する。
コンビニ（副地域ブロック長）	・消費税増税や所得税への復興税加算など、先行き不安材料が払しょくされない。
衣料品専門店（経営者）	・円安がまだ続きそうである。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・景気は良くなるという風潮があるが、見極めが難しい。実際に給与が増えないと来客数も増加しない。
家電量販店（店長）	・販売量が増加する目玉商品はない。
家電量販店（店長）	・電気料金の値上げに反応し、消費者の節電指向から省エネタイプのエアコン、冷蔵庫の販売が伸びる。その反面、テレビ、パソコンの苦戦は続きそうなので、総体的には大きな変化は見られない。
乗用車販売店（統括）	・前年は9月までのエコカー補助金効果で販売量が伸びていたが、今年はその反動で厳しさが予測される。
乗用車販売店（総務担当）	・弊社の販売環境はガソリン値上げの影響を受けるのではないかと感じている。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・ひろしま菓子博が終了してもJRのキャンペーンが期待できる。
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・ウィンドウショッピングの客が多く、今後もこの状況は続く。
高級レストラン（スタッフ）	・予約状況は前年と同じくらいである。
一般レストラン（経営者）	・良くなる業種と悪くなる業種があり、景気は良くなるとも悪くなるとも言えない。
一般レストラン（経営者）	・緩やかな回復基調にはあるものの、実質給与は上がらず、ムード先行になっているように感じる。夏のボーナスシーズンまでは、このまま緩やかな上昇基調を保つ。
一般レストラン（エリア担当）	・ひろしま菓子博が終わると、その後は特に期待するイベントはないので、景気は変わらない。
都市型ホテル（企画担当）	・個人、団体とも先行受注の状況は良くない。直近で伸びる可能性はあるが楽観できない。個人消費には期待するが、多少の伸びでは全体への影響は少ない。大型物件受注や、観光客増加となる施策や環境要因が必要である。
都市型ホテル（企画担当）	・ここ数か月、景気の回復がみられたが、予約状況から見るとこれ以上景気が上昇するとは思えない。
旅行代理店（経営者）	・好材料となるものがない。円安で、海外旅行中の買物等が結果的に割高となり気の毒である。今後の海外旅行にも響いてくる。
タクシー運転手	・当地の景気回復は、都会の数か月後になるので期待しているが、あまり変化は望めない。
タクシー運転手	・景気の動きはわからない。
タクシー運転手	・景気の良い話は聞かれない。
通信会社（社員）	・新規加入などの新規の問い合わせが増えない。
通信会社（企画担当）	・商談の際、客から新金融政策や株価が話題に出ることがあり、好循環になっていると感じられるが、まだ売上には結びついていない。
通信会社（通信事業担当）	・新規契約や見込み客が増加する傾向は見られず、低位での横ばいが続く。
通信会社（工事担当）	・景気が良くなる要因がない。
通信会社（営業担当）	・本格的なスマートテレビの登場に代表されるインターネット・コンテンツ市場を中心に、メディアや視聴デバイスの多様化・高機能化が進展し、競争激化は避けられない。
通信会社（広報担当）	・欲しいものの価格が下がるような話も聞かないし、賃金上がるなどの情報もない。また、ゴールデンウィークに遠出するような話も聞かない。
テーマパーク（管理担当）	・円安、株価上昇で、グローバルな観点から見ると良い事であるが、消費者にとっては物価が上がり消費に影響が出るのではないかと思う。その影響で入館者数が伸びないのではないかと思う。
テーマパーク（業務担当）	・高速道路の開通もあり、来園者数増の期待もあるが、行楽支出の節約が定着しているため、その影響も懸念される。
テーマパーク（営業担当）	・ゴールデンウィークの行楽シーズンを終えれば、高速道路の開通効果も一段落する。

		ゴルフ場（営業担当）	・予約速報としては、例年どおりの推移だが、客層が変わりつつある。企業、旅行会社からの予約が増えている。
		その他レジャー施設（アミューズメント）	・現在の状況を大きく変えるほどの新ゲームや新キャラクター景品などの入荷は夏休み前まであまりない。また自店の動向に大きく影響している映画館でも、前年のような話題作公開が多くないため、しばらく前年比で厳しい状況が続く。
		美容室（経営者）	・景気が良くなっても、この業界の景気はすぐに良くなることはない。
		美容室（経営者）	・景気が変化する要因はない。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・よほど大きなきっかけがない限り、今後2～3か月で身のまわりの景気が変わるとは考えられない。
		設計事務所（経営者）	・株価等によるムードをマスコミ等であおっているが、地方の実体経済は厳しい状況が続いている。
		住宅販売会社（従業員）	・原価上昇の傾向が見受けられ、販売価格等への影響が懸念される。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客の感覚はデフレ環境下のままであり、消費税増税を踏まえた購買行動は変わらない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・なかなか消費するムードにならず、先行きが不安である。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・観光客が増加しているが、定住客が増えているわけではないので、一時的な来客数の増加に過ぎない。
		スーパー（店長）	・円安で輸入原料の食品の値上げが始まり、買い控えが予想される。また、特売の価格競争が激化し、価格対応にも限界がある。
		家電量販店（店長）	・来客数が前年より落ち込んでおり、この先も期待できない。
		自動車備品販売店（経営者）	・市内も少子高齢化が進み始め、客数減で個人消費が減りつつある。国が人口増加対策をとらない限り、国内需要は減少の一途である。また、人口減少により自動的にオーバーストア化にも拍車がかかり、過当競争が発生する恐れがある。
		住関連専門店（営業担当）	・平日の来客数が減少する。
	悪くなる		
企業 動向 関連 (中国)	良くなる	鉄鋼業（総務担当）	・超円高が是正され、アベノミクスがさらに奏功する。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後も新車種が立ち上がる予定で、忙しくなる。
		建設業（総務担当）	・技術者は手持ち工事で目いっぱい状況である。ただし、この状況が来年以降も続くかという面では不安がある。
	やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・諸優遇税制や低金利等に加え、景気浮揚のムードがある。
		化学工業（経営者）	・自動車向けの用途は回復基調にあり、全体としての受注は増加する見込みであるが、半導体向けは受注が減少し、他用途向けは現状維持程度に止まっている。
		化学工業（総務担当）	・国内産業の景気回復に伴う素材の需要増に期待する。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・エネルギーコスト上昇圧力の高まりと金属相場下落傾向で厳しい状況であるが、当面の受注量は伸びている。一部製品では円安を追い風に好調が継続する見込みである。
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先の役員が来社し、7月以降は受注量が増える見込みであり、納期面での協力をお願いしたいとの話があった。年初から春先以降に増えるとの話はあったものの、実際に説明を受けたことにより、得意先・当社双方の受注状況を見ながら人員を絞ってきた工場体制の見直しを検討していく。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・材料価格が値上げ傾向ではあるが、それ以上に受注量が上回り、値上げ分を吸収できるような期待感がある。
		建設業（総務担当）	・まだアベノミクスに対する期待感が持続する。
		輸送業（業務担当）	・よほどのことがない限り、期待もこめて、やや良くなる。
		輸送業（支店長）	・通信販売市場が伸びて、取引客数も増加する。
		通信業（営業企画担当）	・客からの提案依頼は、いずれも年度内予算となっており、7～8月の発注が前提となっているため、早期の売上が期待できる。
		通信業（営業担当）	・ソーホー市場の回復にはもう少し時間がかかるが、やや販売実績にも伸びが見える。
		金融業（自動車担当）	・今の為替水準が続けば利益率は更に改善し、増収増益が期待できる。
金融業（営業担当）	・多くの経営者が少しずつではあるが景気回復に期待を持ち始めている。また、小売・サービス業でも一部取引先は前年割れから脱却している状況も出ている。今の円安・株高が続けば、企業経営者の景気回復に対する自信も一層強くなるし、設備投資等への金の流れも活発化するはずである。		
変わらない	繊維工業（統括担当）	・株高で景気が良くなっているが、円安の動き、政治の安定なども関係するので、景気の変化は分からない。	

	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・5月は生産前倒しの影響もあって生産量が低下するが、二次加工品の引き合いが活発で、この部門は多忙が継続する見込みである。	
	鉄鋼業（総務担当）	・現状に比べ、確実に拡大し続ける分野があまりないと思われる。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きは変わらない。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・円安に振れていることが逆に部材の価格上昇や、中国での生産においてデメリットとなる。しかし、海外メーカーに注力していた取引先が目国内メーカーに向く可能性もある。	
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・昨年発売された新製品の受注量の高止まりはしばらく継続すると予測され、全体を支える。	
	建設業（経営者）	・アベノミクスによる建設投資増加の恩恵は当地にまだ来ない。橋の補修などが多少あるが、当地の建設業者は携わっていない。親会社の状況を見てもすぐに景気は良くならない。	
	不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期を過ぎたため、この先2～3か月後はほぼ横ばいと予想する。	
	広告代理店（営業担当）	・現状維持で推移する。販売促進を様々な方法で展開するが、特別な大口予定があるわけではなく、この状況が続くのではないかと受注先は考えている。	
	会計事務所（職員）	・大企業はある程度好業績を出しているが、その果実は中小零細企業にはまだ行き渡っていない。実際の数字も、前年をわずかに上回る程度である。景気的好況感がこのまま続くとしても、その影響が末端にまで現れてくるのは数か月はかかる。	
	コピーサービス業（管理担当）	・良くなる要素が見つからない。新規営業をしても受注量が毎月減少して赤字になっている。設備や人員の見直しでコストを抑制して行くしか手はない。	
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・全魚種で水揚げ数量、水揚げ金額ともに減少しており、当漁港は深刻な状況が続く。
		食料品製造業（総務担当）	・スーパーや量販店に置いてもらわないと話にならないので、受注予測は難しい。
		食料品製造業（総務担当）	・今後、原材料価格の高騰、エネルギー関係費用の値上げがあるなかで、販売価格の値上げができない状態が続く。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・造船不況により、2013～2014年は造船・船用機器業界全体の仕事量が大幅に落ち込む。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・当地域の産業に輸出関連企業は少なく、国内販売がほとんどであるため、状況はやや悪い。
		輸送業（総務担当）	・客からの受注量が増える兆しがない。
	悪くなる	-	-
	良くなる	-	-
雇用関連	やや良くなる	人材派遣会社（支社長）	・消費税増税への懸念による一時的な特需への対応、公共関連投資の増加、自動車を中心とした製造業の国内生産の堅調さ等の複合的要因により、労働者の需要が増える。いずれも、中長期にわたる継続的な成長ではなく、一時的な現象と捉えているため、派遣を中心とした期間を区切った労働者の需要が伸長する。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・今後、大手企業の採用活動が一段落した後、地場企業の採用活動が積極的に動く予兆がある。夏場くらいまでは続くのではないかという感じを受ける。
		民間職業紹介機関（職員）	・数か月前より中途採用による人材補充が活発化しており、雇用増加として少しずつ現れてくる。また、地元でひろしま菓子博が催されており、地域経済への寄与が期待される。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・政策にあわせて企業が拡大路線をとる動きが始まると予想される。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・アベノミクスの影響により株価等上向きな状況はあるが、雇用状況が上向くのはまだ先という企業が多い。
		人材派遣会社（営業担当）	・当地域で波及効果の高い自動車産業での求人増は明るい兆しであるものの、数か月先にも求人がお盛かどうかはまだまだ不透明である。大規模小売店舗が来年開業するが、販売職の求人も、どれだけ人材派遣会社に依頼が来るかもわからない。
		人材派遣会社（営業担当）	・景気回復の実感がない。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・新卒採用のスタート時期がずれる可能性が取りざたされており、影響を受ける可能性が高い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元中堅の運輸会社などでは、アベノミクス効果は全く感じられないと嘆く声が多い。景気の上向きにはまだ時間がかかる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・円安、株高で自動車や小売は好調であるが、まだ地方の中小企業は取り残されている。中小に波及するにはもう少し時間がかかる。

	職業安定所（産業雇用情報担当）	・急激な円安により燃料費が高騰し、製造業の収益を圧迫している。
	職業安定所（雇用開発担当）	・正社員求人が増加して欲しい期待はあるものの、現実的に採用活動が活発になる要素は見当たらない。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・現実の数字は変わっていない。
	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・食品製造業や衣服製造業が好調で、大幅求人増となっている。一方、電機部品製造業は大手電機メーカーのリストラ計画の進捗により大量解雇の発生をみるなど、製造品目による格差が広がっており、先行き不透明となっている。
やや悪くなる	職業安定所（産業雇用情報担当）	・管内大手企業で雇用調整の動きがあり、景気が良くなるとは思えない。
悪くなる	-	-