

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 やや良くなる | 百貨店（営業担当） | ・周辺開発が進み、エリアの活性化が期待できる。 | |
| | | 商店街（代表者） | ・来店客や付近の経営者も話しぶりが明るくなってきている。 | |
| | | 商店街（代表者） | ・夏から秋にかけてイベントがあり、観光客の増加に期待している。 | |
| | | 一般小売店〔紙類〕（経営者） | ・秋に向けてイベントがあり、観光客は増える。 | |
| | | スーパー（店長） | ・外部環境に大きな変化はないが、消費動向は上昇傾向にあり、特売日にまとめ買いをするなど客の賢い買物で売上は回復する。 | |
| | | スーパー（店長） | ・現状は個人所得増がないものの、先行き期待感があり、消費も上昇が期待できる。また、消費税増税前の駆け込み需要も見込める。 | |
| | | スーパー（販売担当） | ・先日、当店取扱の商品が全国放送のテレビ番組で紹介されると、販売量が前月比160%以上で推移した。一例ではあるが、こういう現象をみると消費者の潜在的な消費意欲は決して低くないと実感する。要は、消費意欲を刺激する何らかのきっかけさえあれば景気は好転すると感じるし、その気配はある。 | |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・前月に比べて販売量がやや上昇傾向で、今後もこの傾向は続く。 | |
| | | 家電量販店（店長） | ・9月は決算月で、また消費税増税前の駆け込み需要によって購買意欲と来客数は上がる。 | |
| | | 家電量販店（企画担当） | ・少しずつ購入商品単価が上がってきているので期待したい。 | |
| | | 乗用車販売店（副店長） | ・決算期を迎え、また新型車の投入も控えている。 | |
| | | 乗用車販売店（業務担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要に期待する。 | |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・先々月くらいから富裕層が潤い始め、今もそれは続いている。今後もその流れは続く。 | |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・消費税が上がる前に買おうとする客が増えている。 | |
| | | その他専門店〔海産物〕（経営者） | ・秋は団体客も多く、来客数、売上ともに良くなってくる。 | |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人） | ・参議院選挙で自民党が大勝し、停滞していた株価も再上昇し始め、消費動向に明るさが見え始めている。梅雨明けが早く夏物商品の前倒し需要が8月に夏バテ気味にならなければ、9月以降も上昇傾向は続く。 | |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当） | ・参議院選挙で与党が圧勝したことで安定した政権運営が期待される。先行きに安心感が出てくれば、企業の投資にも好影響がある。 | |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・景気が上昇の傾向にあり、参議院選挙結果を受けて安定的経済政策がなされるとの期待も大きい。また来年の消費税増税を念頭に、需要の前倒し傾向があり、外食も期待できる。 | |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・景気が悪い状況が続いているので、今よりは良くなる。 | |
| | | その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人） | ・秋の観光シーズンになれば涼しくなって富士山への出足が鈍り、松江自動車道の開通効果が出る。 | |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・前年の大河ドラマブームは落ち着いたにもかかわらず、来客数はここ近年で最多の見込みである。 | |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・今回の参議院選挙は自民党が圧勝したが、景気対策で良い施策が出ればいと希望している。 | |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・政権が安定し、正しい方向性が見えてくると期待する。 | |
| | | タクシー運転手 | ・参議院選挙が終わって人の動きが良くなっており、売上も期待できる。 | |
| | | 通信会社（企画担当） | ・異常気象による農作物等への影響の懸念は若干あるが、参議院選挙が終わり、今後の経済の動向について客はおおむね安定した見方をしている。消費は上振れすると思う。 | |
| | | テーマパーク（業務担当） | ・夏休みや盆休みなど、行楽需要も増える。 | |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・客の動きだけでなく、販売量にも勢いがついてくるように思われる。 | |
| | | 変わらない | 商店街（代表者） | ・景気が良くなる要素が、客の様子や店頭での話を聞いている限りでは地方都市の商店街で見当たらない。 |

| | |
|----------------|--|
| 商店街（理事） | ・夏の異常気象で生鮮品が値上がりし、原材料の高騰で一般商品の値上がりも予想され、客の生活防衛本능が働いて消費回復は難しい。 |
| 商店街（代表者） | ・今の景気動向が2～3か月先も、今月同様にやや良い状態を維持する。 |
| 商店街（代表者） | ・2～3か月で地方の収入が伸びてくるとは思えない。 |
| 一般小売店〔茶〕（経営者） | ・アベノミクスは良い期待ムードを作り上げているが、実質はまだまだで、むしろ厳しいかもしれない。 |
| 一般小売店〔靴〕（経営者） | ・商店街の存在する中心市街地にマンションが増えており、商品の需要は高い。商店街の空き店舗に新しくオープンした店が3～4軒ある。 |
| 一般小売店〔酒店〕（経営者） | ・都会は景気が上向いているようであるが、地方の小さな町ではその感覚はない。まだ先のことになると思うが、アベノミクス効果が地方に出てくることを期待している。 |
| 一般小売店〔酒店〕（経営者） | ・アベノミクス効果は地方では全く現れておらず、相変わらずの状況である。 |
| 一般小売店〔印章〕（経営者） | ・営業活動に使われる名刺注文も増えず、ゴム印の注文もなく、あまり活発ではない。 |
| 百貨店（営業担当） | ・飲食、サービスは徐々に上向いているようであるが、アパレルがさっぱりであり、全体的には上向いているとは感じられない。 |
| 百貨店（営業担当） | ・新しい施策を考えなければ、前年の売上を達成できない。 |
| 百貨店（販売促進担当） | ・電気、ガス、小麦関連などの値上げが続き、さらに客の購買姿勢は厳しくなってくる。10月には15%お得な地域限定のプレミアム付き商品券の発売を計画しており、購買増加につなげたい。 |
| 百貨店（販売担当） | ・一部の高額品のみ好調という状況は変わらず、しばらくは現状のまま推移する。 |
| 百貨店（売場担当） | ・サテライトショップとしての売上目標は計画通りに推移しているが、景気自体が改善されているとは思えず、楽観はできない。 |
| 百貨店（営業推進担当） | ・高額商品の動きは顕著までとはいかないが、順調に推移している。生活必需品については、ここ数か月安定せず予想しづらいが、極端に落ち込むことはない。 |
| 百貨店（購買担当） | ・秋物商品は投入されているが、暑さのため客の購買意欲が乏しい。消費税増税前で高額商品、限定商品への客の意欲は上がっているため、何か企画を催せば来客数は増加し、高額品であっても売れる。 |
| 百貨店（電算担当） | ・主力商品の衣料品、雑貨類は低調であるが、貴金属や美術品は好調であり、全体の売上は、前年実績をキープしている。依然、客の財布のひもが固いのは変わらない。 |
| スーパー（店長） | ・現状維持で推移する。 |
| スーパー（店長） | ・景気を判断する材料がない。 |
| スーパー（店長） | ・競合店舗との競争が厳しくなる。 |
| スーパー（総務担当） | ・7月の客単価がやや低下気味なので、8月の催事による売上の増加を期待するが、伸びは厳しい。 |
| スーパー（管理担当） | ・来客数は前年並み、客単価は低下という状況は続くと思われるが、ここ2～3か月は環境の変化もなく、大きな上下変動はないと見込まれる。 |
| スーパー（財務担当） | ・盆等、特殊な日には少し高価な商品が売れ、売上も伸びるが、平常に戻ると節約により客単価が下がる。 |
| スーパー（業務開発担当） | ・景気回復の実感がまだない地方で、メーカー各社の値上げが出揃い、一層の節約ムードが出る。 |
| スーパー（販売担当） | ・7月はボーナス月であったが、客の購買意欲が高くなったようには思えず、まだ節約傾向は続く。 |
| コンビニ（エリア担当） | ・食品の値上がりを受けて節約志向が加速し、客単価は上がらない。 |
| コンビニ（エリア担当） | ・工事現場の客は一時的なもので、近隣の工場や従業員数が減少しているため、今以上に客が増える見込みはない。 |
| コンビニ（副地域ブロック長） | ・猛暑の影響で冷系商品が伸長しているだけで、主食や日用品の動きに変化はない。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・中小企業に勤務している客からは悲観的な声しか聞こえてこない。 |
| 家電量販店（店長） | ・太陽光関係の補助金制度も今年度いっぱい、いずれ買電価格も下がるため、太陽光関係商品の夏商戦は苦戦する。 |
| 家電量販店（店長） | ・政府発表では景気は自律的回復に向けた動きもみられるとあるが、景気が良くなったとは感じない消費者が多数であり、依然として客の財布のひもは固い。消費税増税の可能性が高く、増税発表後は高額商品を中心に駆け込み需要が望めるが、現状は消費者も様子見状態である。 |
| 乗用車販売店（店長） | ・参議院選挙が終わり客の動きを期待しているが、今のところ景気を判断する材料はない。 |

| | | |
|----------------------------|--|---|
| 乗用車販売店（総務担当） | ・ガソリンが値上がりし、燃費を気にする客が増えてきている。他社の車と維持費の比較で厳しい商戦を心配している。 | |
| 乗用車販売店（統括） | ・4月からの販売量の動きをみると、今後改善されるとは思えない。 | |
| その他専門店 [時計]（経営者） | ・消費税増税前の駆け込みを期待している。 | |
| その他専門店 [布地]（経営者） | ・アベノミクス効果が地方に来ることを期待している。 | |
| その他専門店 [和菓子]（経営者） | ・アベノミクスに今以上の効果は望めない。 | |
| その他専門店 [ファッション雑貨]（従業員） | ・残暑が厳しくなる長期予報があり、秋物商材の動きは期待できない。 | |
| 高級レストラン（スタッフ） | ・予約状況は前年並みで、先の景気については分からない。 | |
| 一般レストラン（外食事業担当） | ・ガソリン代、食品、日用品も値上がりし、外食まで金が回らない。消費税増税も予想され、先行き不安が外食に影響する。 | |
| 一般レストラン（エリア担当） | ・メニュー単価の値下げを実施する予定である。なかなか単価が上がらず、客の財布のひもは固い。 | |
| スナック（経営者） | ・アベノミクス効果で少しは景気が回復すると期待していたが一向にその気配がない。3か月先でもまだ効果は出てこない。 | |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・アベノミクスの影響で景気が回復するとの期待感はあるが、行楽客の宿泊予約状況からまだ実感はない。 | |
| タクシー運転手 | ・秋の観光シーズンになるが、客数に変化は期待できない。 | |
| タクシー運転手 | ・夏休み、祭、日本ジャンボリーがあるため、一時的には景気が良くなると思われるが、その後、元に戻る気がする。 | |
| タクシー運転手 | ・特別なイベントがあっても客数の変化は期待できない。 | |
| 通信会社（社員） | ・客からの新たなサービス利用の問い合わせに変動がない。 | |
| 通信会社（工事担当） | ・8月は申込件数が減少する傾向にある。 | |
| 通信会社（広報担当） | ・現状の動向をみても、商品の有益度や性能等ではなく、価格の安さに重きを置いて客は買物をしており、政府が進める物価上昇には客は対応していない。 | |
| 通信会社（通信事業担当） | ・時期的に加入や解約などの動きがほとんどないことに加え、キャンペーンなどの実施時期が恒例になってきているため、さらに動きが少ない。 | |
| 通信会社（営業担当） | ・2～3か月で一般消費に影響が出るほどの所得増などが見込めない。仮に所得増があったとしても非常に緩やかで、生活必需品の値上がりにより相殺される。 | |
| 通信会社（総務担当） | ・景気高揚の話が先行しているが、販売量増には結び付いていない。 | |
| テーマパーク（管理担当） | ・景気が良くなったようには感じられず、客の動向も活発ではない。 | |
| ゴルフ場（営業担当） | ・10～12月までがシーズンで来場者は増えるが、景気回復の影響はまだみられない。 | |
| 競艇場（職員） | ・3か月後に女子レースが予定されており、収益確保が予想される。 | |
| 美容室（経営者） | ・良い客は継続して来るが、若年層の客の来店周期が長くなっているように感じる。 | |
| 美容室（経営者） | ・景気が良くなるという話があっても実感はない。 | |
| 美容室（経営者） | ・客の財布事情を考えると、現状維持が精一杯である。安い店に行った客に戻ってきて欲しい。 | |
| その他サービス [介護サービス]（介護サービス担当） | ・ここ1年以上、身のまわりで景気の変化が全く感じられないことから、ここ2～3か月で変化があるとは思えない。 | |
| 設計事務所（経営者） | ・経済の基本は、生産と消費のバランスのはずであるが、株価、通貨による景気指標にとらわれすぎている。 | |
| 設計事務所（経営者） | ・客の意欲は堅調であるが、受注側の能力が伸びないため、受注量の大幅な伸びは期待できない。 | |
| 設計事務所（経営者） | ・秋になると、消費税増税の駆け込み需要も落ち着くのではないかとと思われるが、今の建築業界の忙しさはもう少し続く。 | |
| 住宅販売会社（販売担当） | ・消費税増税を意識した駆け込みも、住宅取得の優遇措置等を見据えて検討するようになる。 | |
| やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・客の購買意欲が弱く売上が低迷しており、景気は悪くなっていく。 |
| | 百貨店（売場担当） | ・依然として供給先の在庫調整が厳しく、端境期商品の納品はタイトな状況である。価格志向が強まっている中、大きな伸びは見込めない。 |
| | スーパー（店長） | ・競合店の集客策が激化する。 |

| | | | |
|----------------|--------|--------------------|--|
| | | スーパー（営業システム担当） | ・水不足、猛暑による生鮮関係の値上がりが続くかが大きな不安要因である。安売り販売できる商品が偏つてくると、客も手を伸ばさない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・消費税増税で先の不安が取り除けない。 |
| | | 衣料品専門店（地域ブロック長） | ・景気は良くならず、客単価、来客数とも伸びない。 |
| | | 家電量販店（販売担当） | ・爆発的要因がない。 |
| | | 観光型ホテル（支配人） | ・外国人旅行客は秋口まで予約が入ってきているが、外食するため全館の売上としては期待できない。地元企業の宴会利用も期待薄である。 |
| | | 都市型ホテル（企画担当） | ・10月以降、大きなキャンペーンやイベントがないため、やや下降ぎみの傾向と思われる。 |
| | | 通信会社（管理担当） | ・業界他社の攻勢が厳しい。 |
| | | テーマパーク（営業担当） | ・年内は出雲大社周辺のブームが続きそうで、他地域には客が流れてこないという懸念がある。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・消費税増税前の駆け込み需要が終わり、また、数か月前より建築費が高騰しているため、新たに建築を始めるクライアントは減少する。 |
| | | 住宅販売会社（営業担当） | ・客の様子や税制改正等を総合的にみても、現状がピークではないかと思われる。 |
| | 悪くなる | 自動車備品販売店（経営者） | ・タイヤメーカーは常に儲かるが、我々小売店は新車が売れば販売量が減少するといった矛盾がある。デフレ時代は売上及び来客数の減少で苦しんだが、景気が良くなっても売上が増えるか疑問である。 |
| 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） | ・新車立ち上がりの影響で景気は良い。 |
| | | 金融業（貸付担当） | ・円安による原材料の高騰など国内景気に対する不安材料はあるが、政府の政策により、景気は良くなると考えられる。実際、身のまわりでは家電製品や自動車を買換える、自宅を建てるなど、投資に向かう動きもある。 |
| | やや良くなる | 木材木製品製造業（経理担当） | ・参議院選挙が与党の勝利となり、消費税増税の実施が確実視されるなかで、駆け込み需要が具現化する。 |
| | | 化学工業（経営者） | ・自動車関連部品メーカーを中心に、具体的に増産計画が打ち出され、引き続き受注量が増加基調にある。 |
| | | 化学工業（総務担当） | ・石炭等の燃料費の値下がり期待する。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | ・内需向け国内製造業はまだ力強さが感じられないものの、輸出が増えて関連企業では繁忙感が続く。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | ・旧価格の市中在庫がなくなり、エンドユーザーへの価格転嫁が浸透しやすい環境が整う。 |
| | | 建設業（経営者） | ・取引先は受注の見込みがあるようで、その恩恵を受けられる可能性がある。 |
| | | 建設業（総務担当） | ・消費税増税の経過措置期日の9月末を控えて、駆け込み需要が期待できる。 |
| | | 輸送業（支店長） | ・単価が上がっている。クール便といった付加価値商品を利用する客が増えており、しばらくこの状況が続く。 |
| | | 輸送業（業務担当） | ・7月までの上半期の景気は期待感のみであり良くなかったが、下半期には今まで努力した営業活動の効果が現れてくると期待する。 |
| | | 金融業（自動車担当） | ・現在の為替水準であれば、完成車メーカーの輸出は好調が続くと期待できる。自動車部品メーカーも受注が増加し、増収増益が当面続くと予想される。 |
| | | 不動産業（総務担当） | ・賃貸不動産の需要によるが、秋口の異動に期待したい。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・アベノミクス効果が期待できない状況で、取引先の対応も冷ややかな状況である。ただし、消費税が8%に上がるとの内容で、各社住宅販売促進部門及び他業種の販売促進活動が活発になっており、売上はやや上向きになる。 |
| | 変わらない | 繊維工業（統括担当） | ・景気の変化はない。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当） | ・鉄鋼向け受注の拡大に期待する。非鉄向けの引き合いも活発になっており、生産量増加が期待できる。 |
| | | 非鉄金属製造業（経理担当） | ・金属価格の低迷とエネルギーコストの上昇が懸念される。 |
| | | 金属製品製造業（総務担当） | ・工作機械業界からの受注がようやく上向いてきたが、造船向け仕事量は減少するため、全体の仕事量は現状並みで推移する。 |
| | | 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ない。 |
| | | 電気機械器具製造業（総務担当） | ・変動する要素がない。 |

| | | | | |
|----------------------|---------------------|--|---|---|
| | 電気機械器具製造業 (総務担当) | ・受注見積の依頼は活発であるが、成約にいたる確率は低い。各社の設備投資は待ちの状態であり、慎重に市場の動きを観察している。 | | |
| | 輸送用機械器具製造業 (財務担当) | ・当初の想定では、2014年末頃に向け徐々に悪化していく見通しであったが、足元の状況や先の見通しを考慮すると、景況感は悪化せず推移する。 | | |
| | 輸送用機械器具製造業 (経営企画担当) | ・現在の受注内示では好調を維持する。 | | |
| | 建設業 (総務担当) | ・消費税増税前の契約が望まれるが、諸事情で受注に向けて積極的に動けない一方、ピークが過ぎた後の受注活動に不安がある。 | | |
| | 輸送業 (総務担当) | ・取引先から良い情報が得られない。 | | |
| | 通信業 (営業担当) | ・参議院選挙も終わったので、今後の政府の雇用や景気へのテコ入れに期待したい。 | | |
| | 通信業 (営業企画担当) | ・客の夏季休業期間のボーナスの使いかたや旅行といった話題は、前年と変わらない。 | | |
| | 会計事務所 (職員) | ・仕事が忙しくなっている様子はみられない。そのためか、設備投資も積極的に行う雰囲気になっていない。 | | |
| | コピーサービス業 (管理担当) | ・景気が上向きとの声もあるが、実際の仕事量は一向に増加しない。9月決算を目前に、今期は減収減益で赤字決算の可能性が大きい。 | | |
| | やや悪くなる | 食料品製造業 (総務担当) | ・デフレ状況の改善がみられない。さらに価格が下がっていく方向が強い。 | |
| | | 食料品製造業 (総務担当) | ・受注量が増加するか不明である。 | |
| | 悪くなる | 農林水産業 (従業者) | ・本来なら真アジとイカのシーズンであるが、水揚げ数量が落ち込んでおり、シイラ網漁も不漁で、この先が心配である。 | |
| | | その他製造業 [スポーツ用品] (総務担当) | ・現行は、問題の序曲段階であり、この先ますます収支面での状況悪化が進むと予測している。 | |
| 雇用 関連 (中国) | 良くなる | — | — | |
| | やや良くなる | 人材派遣会社 (社員) | ・政治が安定したことで企業に安心感が広がっており、物価上昇などの懸念材料はあるが、企業の採用状況は変わらず上向きになる。 | |
| | | 人材派遣会社 (経営企画担当) | ・住宅関連・食品関連などの慢性的な人材不足から、受注は確実に増えている。新型軽自動車の売行きに見込みがたっているため、主に自動車関連において求人受注増が顕著である。 | |
| | | 求人情報誌製作会社 (採用支援担当) | ・顧客企業で新卒採用をストップするところは少ない。受注が増えて採用意欲が増しているところが多い。 | |
| | | 新聞社 [求人広告] (担当者) | ・出入りする銀行員が、春先から融資額が前年比でやや上回り始め、今も続いていると話していた。本格的な設備投資の準備段階に入ったのかもしれない。 | |
| | | 職業安定所 (雇用開発担当) | ・平成26年3月卒の新規高卒者対象の求人受理数が前年比3割弱増加しており、企業の採用意欲が高まってきている。 | |
| | | 民間職業紹介機関 (職員) | ・公共事業への投資など、アベノミクス効果が徐々に始まっており、参議院選挙による与党圧勝から来るねじれ国会の解消がさらにスピーディーな意思決定を加速させ、次なる施策を打ち出すことが期待される。 | |
| | | 民間職業紹介機関 (人材紹介担当) | ・参議院選挙で与党が過半数を確保したことから、経済対策の実行が加速すると予想される。消費行動が上向きになり、現在の円安傾向と株高傾向が継続して推移する。 | |
| | | 変わらない | 人材派遣会社 (営業担当) | ・実際の経済効果が現れる見通しがたたない。 |
| | | | 人材派遣会社 (支社長) | ・派遣就業を希望する求職者の減少と、派遣求人数の増加というギャップはさらに拡大していく。当面この傾向が変わる要素は見当たらず、求人数は堅調、売上は現状維持という状況が続いていく。それに伴う販管費の上昇など、利益の下振れ懸念も発生する。 |
| | | 求人情報誌製作会社 (広告担当) | ・現状とほぼ変わらない雰囲気で推移する。既に今年度の採用活動を終了したという企業群も多く、採用を積極的に行うというより、辞退者の補充を行うという企業があるだけという印象を受ける。 | |
| | | 新聞社 [求人広告] (担当者) | ・日銀は景気回復を宣言したが、地方は賃金アップを実感するには程遠い状況にある。 | |
| | | 職業安定所 (産業雇用情報担当) | ・新規求人に占める正社員求人の割合が増減を繰り返しており、安定的とは言えない。 | |
| | | 職業安定所 (産業雇用情報担当) | ・求人倍率は6か月連続で1倍を下回っており、目立った変化はない。 | |
| | | 学校 [短期大学] (学生支援担当) | ・特に変化がない。 | |

| | | |
|--------|---------------------------|--|
| | その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員） | ・新規高卒求人が全体では前年を上回るペースである一方、ホームセンター経営者から消費税増税で先行き不透明なので新卒者採用を見送る声が寄せられるなど、業種によってまばらである。 |
| やや悪くなる | — | — |
| 悪くなる | — | — |