

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	百貨店（営業担当）	・消費増税の影響で、4～5月納品の商品が2～3月に前倒して納品され、催事もあわせて前倒しするので、年明けの売上はかなり伸びる。
		百貨店（営業担当） 家電量販店（店長）	・消費増税前に高額商品の売上が伸びる。 ・消費増税前の駆け込み需要で、年末から年度末まで、大型商品や高単価商品の動きが活発になる。住宅購入に伴う家電品の需要も高まる。
		乗用車販売店（業務担当）	・消費増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		乗用車販売店（営業担当）	・客のボーナスは前年より良かったようで、消費増税前の駆け込み需要が見込める。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費増税前の駆け込み需要が予想される。
		一般レストラン（外食事業担当）	・消費増税前の新年会、歓送迎会の需要を期待している。
		その他飲食[サービスエリア内レストラン]（支配人）	・消費増税前の駆け込み需要が期待できる。現状でもその傾向がみられる。
		やや良くなる	商店街（代表者）
	商店街（代表者）		・消費増税前の駆け込み需要が期待できる。
	百貨店（営業担当）		・消費増税前の3月までは、駆け込み需要が期待できる。雑貨、衣料品関係には大きな伸びは期待できないが、美術品、宝飾品等の高額商品は大きく伸びる。
	百貨店（販売促進担当）		・正月、冬季セール、バレンタインデーなどの大型商戦がスタートする。年が明ければ、月を追うごとに消費増税前の駆け込み需要が強まる。絨毯、宝飾品、フォーマル服等への仕掛けを強めれば、3月までは消費が大きく上向く。
	スーパー（店長）		・消費増税前の駆け込み需要が見込める。
	スーパー（店長）		・個人所得が増加し、消費増税までは客単価が上昇する。
	スーパー（店長）		・消費増税前の駆け込み需要が期待される一方、その後が心配である。
	スーパー（店長）		・前年より売上は伸びてきており、消費増税前の駆け込み需要も期待できる。
	スーパー（営業システム担当）		・当社売上の前年比をみると、6月から増加傾向にある。
	コンビニ（エリア担当）		・たばこなどは消費増税前の駆け込み需要が期待できるが、他の商品はあまり変わらない。
	衣料品専門店（地域ブロック長）		・消費増税前の駆け込み需要を見込んでいる。
	家電量販店（店長）		・客は消費増税に敏感で、決算月である3月には新生活需要も高まるため、現在よりも来客数は増加し、客単価は上昇する。
	家電量販店（企画担当）	・消費増税前の3月末までは好調である。	
乗用車販売店（統括）	・年明けからは、消費増税前の駆け込み需要が予想される。		
乗用車販売店（総務担当）	・新商品の問い合わせが好調である。当社は、例年より年度末決算時の商品状況に恵まれているため、やや良くなる。		
自動車備品販売店（経営者）	・希望的観測を込めて、好景気の恩恵を受けにくい業界にも、そろそろ好景気がやって来て欲しい。		
住関連専門店（営業担当）	・来客数が相当伸びている店舗があり、景気は上向く。		
その他小売[ショッピングセンター]（支配人）	・年末年始は長期休暇を取る人が増加し、来客数の増加を見込めるが、物販への消費動向は鈍く、レジャー関連やサービス関連への移行を予想する。また2～3月は消費増税前の駆け込み需要で、家電関連や耐久消費財の動向が顕著に上昇する。		
その他小売[ショッピングセンター]（運営担当）	・今年の年末年始は曜日まわりも良く、消費増税前の年末年始ということで、消費者の購買意欲の高まりに期待する。		
観光型ホテル（支配人）	・ホテル業界では、消費増税前の駆け込み需要は期待できないが、企業活動が活発になれば売上増を見込める。また、交際費の制度改正にも期待できる。		
都市型ホテル（スタッフ）	・前年に比べて、早くから新年会や春の送別会の予約が入っており、好調である。		

	都市型ホテル（企画担当）	・団体の先行受注などを踏まえ、個人客の動きも今より活発になると見込んでいる。間接的な波及効果として、消費税増税前の駆け込み需要にも、少し期待している。
	旅行代理店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は重要である。
	通信会社（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、購買数や契約数は増加する。
	通信会社（工事担当）	・需要期を迎える。
	通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、短期的に良くなる。増税後は企業の雇用面の改善がどの程度進むかによる。
	ゴルフ場（営業担当）	・政府の取組によっては、今後、需要が拡大する可能性を秘めている。少しは上向きになる。
変わらない	商店街（代表者）	・まだ地方都市では、客からは景気が良くなるような雰囲気を感じられない。
	商店街（理事）	・景気が良くなるからではなく、消費税増税の影響で商品の動きが出てくる。
	商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待しているが、その後は心配である。
	商店街（代表者）	・消費税増税の影響で、客の買い控えは続く。
	商店街（代表者）	・今後2～3か月先までは、消費税増税前の駆け込み需要により、景気は良い方向で推移する。
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・近隣にオープンした遊技施設に、あまり客は入っておらず、ゆとりを持って金を使うほど景気は回復しない。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・客が特売商品を中心に購入する傾向に変化はなく、景気が回復する気配はない。
	百貨店（営業担当）	・景気が良くなりつつあると言われながら、アパレルは低迷が続いており、上向き兆しもみられない。客の購買意欲が他に向いているとしか思えない。年明けのセールに期待したい。
	百貨店（売場担当）	・食料品の動きがやや悪く、デパートユースの店舗では価格指向が強く、苦戦が続く。
	百貨店（購買担当）	・消費税増税前ということで、宝石、美術品などの高額商品は動くが、衣料品関係に対する厳しい客の目に変化はない。
	百貨店（売場担当）	・地域経済の地盤沈下は進んでいくと思われるが、商店街は一体となり懸命に集客に取り組んでいる。双方が相殺されて、全体としては変化はない。
	スーパー（店長）	・競合店の影響を判断できない。
	スーパー（総務担当）	・天候等の影響で生鮮品の価格が安定しないため、1～2か月は売上の伸び悩み状態が続く。
	スーパー（業務開発担当）	・競合店との価格競争が激化する。客単価は上昇せず、客の節約傾向は変わらない。
	スーパー（財務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は期待できるものの、客の節約は続く。
	スーパー（管理担当）	・消費税増税の影響が予測できない。
	スーパー（販売担当）	・地方ではアベノミクスによる景気回復が感じられず、景気が良くなる要素も見当たらない。
	コンビニ（エリア担当）	・工事の増加により、来客数と売上は増加するが、急激な伸びは考えられない。
	コンビニ（エリア担当）	・消費税増税を控えており、単価の高い商品の動きが悪い。
	コンビニ（副地域ブロック長）	・直近1年をみても、来客数が前年をクリアした月がない。
	家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待する。
	家電量販店（販売担当）	・決算月、消費税増税前など、良い要因があるので、現状は維持する。
	乗用車販売店（店長）	・来客数と販売量は、現状よりも大幅に良くなることはないが、現状は維持する。
	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・増減する要因がない。
	その他専門店〔海産物〕（経営者）	・初詣を含めて、客が多い状態が続く。
	その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・消費税増税に備えて、日用品以外では、買い控えが懸念される。
高級レストラン（スタッフ）	・個人利用の予約状況は前年並みであるが、企業利用は低迷が続く。	
一般レストラン（経営者）	・現在の状態が続く。	
一般レストラン（店長）	・ボーナスで一時的に財布のひもが緩んでいる部分はあるが、通常はまだ期待ができない。また、景気回復を実感している客もいる一方、サービス業関係など、あまり影響を受けない客も依然としている。	

	旅行代理店（経営者）	・年明けからは、消費税増税の心理的な影響を受け、客は旅行どころではなくなる。
	タクシー運転手	・全体としては、横ばい状態が続く。客の動きがこれ以上増える雰囲気はない。
	タクシー運転手	・消費税増税の影響はあまり受けないが、天候で売上の上下がある。
	タクシー運転手	・9月ごろからの流れが変わらない。
	通信会社（社員）	・販売量は変わらないが、パソコンを買い換えたため設定を知りたいとの客からの問い合わせが、以前より増えている。
	通信会社（総務担当）	・販売数は増加傾向にない。
	通信会社（広報担当）	・アベノミクス効果が、まだ中国地方の消費者まで届いていない。直接、消費者の賃金が上がるまで来ていない。
	テーマパーク（管理担当）	・業種によっては消費税増税前の駆け込み需要があるが、当業界には影響がない。
	テーマパーク（業務担当）	・年度末の忙しい季節になり、また、正月休みが過ぎれば連休等のまとまった休みもなく、人の動きも少なくなるため、当業界にとっては、大きな景気回復は見込めない。
	美容室（経営者）	・12月は来客数、売上ともに伸びる月であるが、今年はそうでもないため、今後が不安である。
	美容室（経営者）	・仕事は増えているが、利益が増加するわけではなく、客が金を使う環境は整っていない。もっと遊べる機会があれば美容院にも来てもらえるかもしれない。
	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なかったことから、2～3か月で景気が変わるとは考えにくい。
	設計事務所（経営者）	・4月までの受注消化に追われる。
	設計事務所（経営者）	・消費税増税による影響が心配である。
	設計事務所（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要はなくなるものの、現在引き合いのある物件は、ほとんど増税後の計画である。建築費の高騰と人手不足が不安材料としてあるが、他には大きな変動要因が見当たらない。
	住宅販売会社（従業員）	・4月の消費税増税までは、しばらく落ち着いた感じが続く。
	住宅販売会社（営業担当）	・変動要因が特に見当たらない。
	住宅販売会社（販売担当）	・景気回復につながる賃上げがなければ、現状から大きな変化は見込めない。
やや悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・アベノミクス効果も、地方に波及するには、まだまだ時間がかかる。
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・都会では景気の良い話が聞かれるかもしれないが、地方には全く関係がない。今後の消費税増税で、さらに冷え込む可能性がある。
	スーパー（販売担当）	・富裕層と貧困層の格差が、以前にも増して鮮明になっている。これは買い求める商品のグレードや価格に反映されており、小売業界にとっては好ましい傾向ではない。
	衣料品専門店（経営者）	・消費税増税後は、高価な商品の売行きが鈍る。
	衣料品専門店（経営者）	・消費税増税による将来への不安で、貯蓄を崩したくないという声を客から聞く。原材料価格の値上げや消費税がゆくゆくは10%になることもあり、小売店はますます厳しくなる。
	乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税後の動向が気になる。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・消費税増税が4月から実施されるが、地方ではアベノミクス効果がほとんどないので、消費が落ちるのではないかと心配である。
	一般レストラン（経営者）	・生活防衛として、実質の出費を抑える傾向にある。
	都市型ホテル（企画担当）	・4月からの消費税増税に伴い、宿泊部門は変わらないが、レストラン部門に関しては落ち込む。
	都市型ホテル（総支配人）	・閑散期に入り、利用客が減少する。
	通信会社（通信事業担当）	・新規加入案件よりも、解約が多い月がずっと続いていて、良くない状態から抜け出せない。
	テーマパーク（営業担当）	・消費税増税への対応で値上げを余儀なくされ、売上にも大きく影響する。
	競艇場（職員）	・今月ほど売上が見込めるレースの開催が、しばらくの間ない。
	美容室（経営者）	・消費税増税の影響で、消費の冷え込みがある。
	設計事務所（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が一段落し、建築工事は、建材の値上げや職人不足の影響で、少し様子見の状況となる。

	悪くなる	百貨店（営業推進担当）	・3月には売上的大幅なプラスが見込めるが、前回の消費税増税時と同様に、4月以降は、なかなか売上が回復しない懸念がある。
		自動車備品販売店（経営者）	・閑散期に入るので厳しい。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・このまま景気が停滞しては経営が成り立たないし、地方では消費税増税前の駆け込み需要も期待できない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・秋の行楽シーズンまでは、今までにないほどの忙しさであったが、12月に入ってから、年末年始の空室も出てきている。急激な変化に、今後の不安を少し感じている。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車関係、住宅関係の動きが大きくなり、年度末に向かって忙しくなる。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期に入るため、来客数、成約件数は増加する。
(中国)	やや良くなる	繊維工業（統括担当）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、景気は上向く。
		木材木製品製造業（経理担当）	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要があり、景気は上向く。
		化学工業（経営者）	・取引先の生産計画が増産に転じ、受注量が増加基調にある。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け工事案件、焼却場の工事案件の生産を見込んでおり、現状より生産水準は上昇する。
		鉄鋼業（総務担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要を見込んでいる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・設備投資の話題で持ち切りになっているが、設備投資には今後の需要の読みが重要で、取引先と互いに、腹を探り合う状態である。しかし、確実に前向きな思考である。
		輸送業（業務担当）	・消費税増税に向け、取扱量の増加を見込む。
		輸送業（支店長）	・通信販売関係の荷動きが好調で、生活スタイルの変化によって電子商取引の受注が増える。高い水準で荷動きが持続する。
		金融業（自動車担当）	・自動車業界は、現状程度の為替水準が続く限り、輸出の好調が継続し、増収増益基調が続く。
		金融業（貸付担当）	・年度末に向けて資金需要はさらに増加する。賃上げ報道も今後多くなってくると思われるが、所得増加の雰囲気が消費増加につながるようであれば、景気はさらに良くなる。
		コピーサービス業（管理担当）	・消費税増税前の予算付け案件が出てきている。
			変わらない
食料品製造業（総務担当）	・消費税増税前後の商品の動きは予想できない。		
鉄鋼業（総務担当）	・自動車、建築関係の好調が継続する見込みで、引き続き、需給はタイトな環境が継続する。		
非鉄金属製造業（経理担当）	・円安のプラス要因はあるが、国内外でエネルギーコストの上昇等がある。地金・為替相場は安定状況にあり、大きな変動はない。		
金属製品製造業（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要についても、工事を伴う設備関連の受注は、これ以上増えない。原材料価格についても、良い情報も悪い情報も共に無く、現状のまま推移する。		
電気機械器具製造業（総務担当）	・新年度に向けて納品が継続するものの、その先が不透明である。		
輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・人気製品向け部品の受注数量は高止まりで、新製品の好調とあいまって、好調さを維持する。		
輸送用機械器具製造業（財務担当）	・仕事量は増加していく見込みであるが、原材料価格高騰や販売単価下落等、収益悪化となる要素もあるため、景気は変わらずに推移する。		
建設業（経営者）	・最悪の状態からは抜け出したが、年度末以降には不安が残る。		
輸送業（総務担当）	・客から良い情報が得られない。		
通信業（営業企画担当）	・ボーナス時期にもかかわらず、前年に比べて、個人消費に関する話題が少ない。		
通信業（営業担当）	・マスコミ等は、アベノミクス効果で、上場企業の景気は良いと報道するが、SOHO市場では消費税増税を控えて、景気回復基調にあるとは見受けられない。		
広告代理店（営業担当）	・受注量及びクライアント情報からすると、2月は少し停滞し、3月からは増加傾向で推移するが、現状とあまり変わらない。		
会計事務所（職員）	・中小零細企業では、給与・ボーナスは大企業ほど増加しておらず、ほとんどの事業所の賃金水準は前年とあまり変わっていない。消費動向が上向きになることは期待薄である。		
	やや悪くなる	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・消費税増税や原油価格上昇等、コストアップ要因が目白押しとなっており、円安も加速している。
	悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・原材料費の高騰、販売価格の下落、消費税増税など、悪い要因が多々ある。

		一般機械器具製造業 (総務担当)	・受注量や販売量の動きが悪い。
		建設業(総務担当)	・2～3か月先までは、現在の職人不足や建設資材価格の高騰は継続する。
雇用 関連	良くなる	-	-
(中国)	やや良くなる	人材派遣会社(営業担当)	・求人数の増加を感じている。雇用の創出が社会全体の景気回復につながればと思う。
		求人情報誌製作会社 (広告担当)	・人事担当者と話をする、年度末までは消費税増税前の駆け込み需要により、企業の採用活動は積極的であるとの印象を持つ。
		求人情報誌製作会社 (採用支援担当)	・引き続き、企業の採用意欲はおう盛で、しばらくは広告の出稿依頼が増え続ける。
		新聞社[求人広告] (担当者)	・有効求人倍率から、雇用情勢は持ち直しの動きが続いている。また、消費税増税前の駆け込み需要が見込める。
		職業安定所(産業雇用 情報担当)	・正社員の新規求人数が増加傾向にある。
		職業安定所(雇用開発 担当)	・2014年3月卒業者に対する求人は、前年に比べて伸び率は下がったものの、着実に求人申込がある。
		民間職業紹介機関(職員)	・米国経済の安定、円安による輸出企業の好調、株価の右肩上がりなど、好材料がたくさんある。
		その他雇用の動向を把握 できる者[労働機 関](職員)	・来春の新規高卒求人は、製造業、医療・福祉、卸売・小売業、サービス業で増加が目立ち、ほとんどの業種が増加したことから、全体では前年同月比で2割増となり、新卒労働市場に明るさがみられる。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・全体的な景気は上向いているが、4月の賃上げ等で既存社員の人件費の割合が増えるため、新規雇用には至らない企業が多い。
		人材派遣会社(支社 長)	・年末年始のセール対応を終え、販売員の需要はいったん落ち着いている。例年と比較して、セール後の大きな落ち込みはなく、堅調に推移していく。
		新聞社[求人広告] (担当者)	・人手が足りない業種と人を削りたい業種、景気の波に乗る業種と波に乗れない業種が、くっきりと色分けされ始めている。当地は中小企業が多いだけに、全体の景気動向が段々つかみにくくなっている。
		職業安定所(産業雇用 情報担当)	・建設業は公共工事の増加によって求人を増やしているが、他業種には目立った動きがみられないので、求人数にあまり変化はない。
		学校[短期大学](学 生支援担当)	・特に変化する要因が見当たらない。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-