

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	良くなる	乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入に期待している。
		競艇場（職員）	・2か月後の11月中旬にはG1競走が開催され、売上が確保できる。
(中国)	やや良くなる	商店街（代表者）	・年末に向けた公共投資の実施とボーナスの増額支給により、多少なりとも客の購買意欲が良くなる。
		百貨店（営業担当）	・前年の販売動向と違い、客はバーゲン品ではなく、多少高額であっても気に入った正価商品を購入する傾向に変わってきている。
		百貨店（売場担当）	・株価も少しずつ戻ってきており、クリスマス商戦は活気づく。
		スーパー（店長）	・ボーナス時期になるため、景気は一時的に良くなる。
		スーパー（店長）	・天候不順による野菜の高騰が落ち着いてくる。
		スーパー（営業システム担当）	・大手小売店が一時的に閉店しているため、客数が増える。
		コンビニ（エリア担当）	・高単価の商品が少しずつ動くようになっており、年末商戦に向けて期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数は徐々に戻りつつあり、景気はやや上向く。
		コンビニ（エリア担当）	・このところ来客数が高水準で安定している。店周辺に限らず地域内で工事関係者が増加していると考えられるので、この傾向は継続する。
		家電量販店（販売担当）	・決算セールと年末商戦に期待する。
		乗用車販売店（営業担当）	・ボーナス支給の時期にかかり、販売量が増える。
		住関連専門店（営業担当）	・店外でイベントを開催すると、予想外の来客でにぎわっている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・館内に大型区画ショップがオープンするので、館全体に好影響が及び、全体としても集客が期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・希望を込めて、2～3か月先には消費税増税や土砂災害の影響から脱していただきたい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後、忘年会や新年会等の季節に入り、客の動きが出る。
		都市型ホテル（企画担当）	・12月に大型ショッピングモールが開業するため、人の動きが大きく変わってくる。開業景気で市場にも活気が出る。
		旅行代理店（経営者）	・旅行の問い合わせが増えつつあり、今後景気は良くなると期待している。ドルの上昇が多少不安材料であり、1ドル110円程度で落ち着いてもらいたい。
		タクシー運転手	・大型ショッピングモールが開店するので、人の動きは増える。
		タクシー運転手	・季節柄、イベントなどが増え、外出の機会も増える。
		テーマパーク（業務担当）	・年末に向けてイルミネーションなどのイベントが多く開催され、人の動きも多くなる。年末年始の買物なども期待できる。
住宅販売会社（従業員）	・12月には消費税再引上げの時期がはっきりするので、駆け込み購入の動きが始まる。		
住宅販売会社（営業担当）	・涼しくなる秋は客の来場が増える傾向がある。また、そろそろ10%への消費税再引上げに向けて、住宅購入を検討する客が出てくる。		
変わらない		商店街（代表者）	・円安が進行して家庭での支出が多くなり、家計の負担になっている。まだ気温が秋らしくなく、今後の天候が景気に影響する。
		商店街（代表者）	・年金で生活する高齢者が今後を考えるとぜいたくはできないと話すように、消費者は極力無駄のない買物を目指している。
		商店街（代表者）	・地方では収入が増加する人は少なく、また物価上昇感と消費税増税分の値上げ感が消費者の負担になっている。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・ショッピングモールが12月に開店予定であり、当店は9月末から専門店ならではの新しい企画を打ち出す。売上が減ることなく、できれば若干でも増加するよう販売方針を立てており、大型店開店による影響を抑えるよう努める。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費税増税の影響や円安等による商品の値上げが今後も続く。
		百貨店（経理担当）	・毎月、前年並みの売上が達成できるかどうか気をもむ状況が、今後もしばらく続きそうである。

百貨店（営業担当）	・今秋は前年と違い秋らしい気候であるが、秋物の売上が伸びていない。今後についても、客の買物意欲が格段に上向くとは考え難い。また当地では12月に大型ショッピングモールの開業が控えており、既存店は大きな影響を受けると戦々恐々としている。
百貨店（営業担当）	・景気が良くなる要因が見つからない。
百貨店（販売促進担当）	・主要客であるミセス層の動きが上向いてきているのは、明るい兆しである。ただ気候の変わり目が購買を後押ししている感があり、本物の景気高揚かどうかは今後の推移をみないと判断できない。
百貨店（購買担当）	・秋向きの新しい店が改装オープンしても、にぎわうのは1週間程度で、すぐに平常に戻る。なかなか客が財布のひもを緩めるような状況が起きない。2～3か月後の冬商戦は気温の推移に大きく左右される。
スーパー（店長）	・客は様子を見ながら少しずつ動く状態であり、現状がしばらく続く。
スーパー（店長）	・良くなるという具体的要因が見当たらない。
スーパー（総務担当）	・客単価がここ数か月、高水準で推移していたが、少し伸び悩み傾向になっている。
スーパー（管理担当）	・売上が伸びない状況が依然続いており、この先も販売増を期待できる要素が見当たらない。かえって景気の悪化が懸念される。
スーパー（財務担当）	・消費者は収入が増加しないなか、消費税増税による商品単価の上昇を感じるようになっており、客の節約が続く。
スーパー（業務開発担当）	・売上は商品の値上がりにより前年より3～4%伸びており、その傾向は今後も続くと思われるが、販売点数と客数はともに前年割れが確実である。
コンビニ（副地域ブロック長）	・競合店の出店加速や市場環境の縮小化など、外的要因の厳しさが続く。
家電量販店（店長）	・電機業界では新製品が出てくる時期となるが、ほとんどの商品が売価アップになるため、販売店にとっては難しくなる。
家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる要素が思い当たらない。
乗用車販売店（総務担当）	・土日には整備入庫で多くの客が来店する。車の商談はまだまだ少ないが、展示会としては活気がでている。ただ明るい兆しはみえず、前年並みを維持することが精一杯である。
乗用車販売店（店長）	・現状から大幅に良くなるとは考えにくいだが、9月の客の動きをみると年内は良い状態が続く。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・売上がこれ以上増加する要素がない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税増税、収入減少や人口減少など、様々な悪い要因があるので、現状維持でがんばるしかない。
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・秋物は立ち上がりこそ良かったが、その後は動きが鈍い。今後も客の節約ムードが続く。
その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・大きな好転材料も悪化材料もない状況である。
高級レストラン（スタッフ）	・8月の土砂災害の影響で市場が冷え込んだ状況が続いている。今後いつかは回復すると見込んでいるが、今はどちらともいえない。
スナック（経営者）	・日々、景気が良くなると期待しているが、消費税があがっただけで、地方の景気はいまだに良くなってこない。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・ガソリン価格は相変わらず高止まりしたままであり、来客数がここ数か月の状況から好転するとは思えない。
観光型ホテル（宿泊予約担当）	・行楽シーズンを迎え、団体や個人客の動向に動きが出るよう期待する。
都市型ホテル（企画担当）	・宿泊関係と宴会関係は回復傾向にある。天候の影響等で食品が値上がりするなど物価上昇傾向にあるため、料飲店では客の買い控えが懸念される。
旅行代理店（営業担当）	・今後の景気はボーナスの支給動向に影響される。
通信会社（社員）	・新規の問い合わせに変動がない。
通信会社（販売企画担当）	・食材等、身近な生活必要経費が増加するため、消費者は通信経費については必要以上には支出できない。
通信会社（企画担当）	・主力商品であるモバイル系の営業を今後も継続していくが、最近の営業現場では、客は購入時に家計上の強いコスト意識を持っているとひしひしと感じる。
通信会社（総務担当）	・過去3か月、販売量に伸びがなく、今後も同様に推移する。

通信会社（広報担当）	・客は値段の安い商品を狙っている様子もみえるので、景気が良くなって客の購買意欲が高まっている雰囲気はない。	
通信会社（工事担当）	・契約獲得競争が激化して申込件数は増えているが、一方で解約件数も増えているため、トータル的には件数は変わらない。	
通信会社（総務担当）	・通信サービスが減少し放送サービスが増加する状況が今後も続く。	
テーマパーク（管理担当）	・消費税増税により市場の動きが鈍い状態が続いている。	
ゴルフ場（営業担当）	・予約件数は例年どおりで推移している。	
美容室（経営者）	・2～3か月先には大きな影響はないが、高齢化、低所得者層の増加や消費税再引上げなどが景気に少しずつ影響を与える。	
その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・客やその家族と話しても、景気の変化がうかがえる話はこの最近一切聞かれず、2～3か月で変化があるとは考えにくい。	
設計事務所（経営者）	・消費税増税後に、客が住宅購入を諦める者と引き続き検討する者に二分割となったため、景気は上向きになりにくい。	
設計事務所（経営者）	・材料費を含めて建築費が高騰した状態となり、建築主は予算の組み替えと気持ちの切替えにしばらく時間がかかりそうである。	
設計事務所（経営者）	・消費税再引上げ前に建築したいというクライアントが今後もしばらく続くが、建築費の高騰が不安材料として残る。	
設計事務所（経営者）	・いまだに建築投資しか対策を打ち出せず、東京から地方に権限、人、物や金を移転させる施策がないのでは、地方の景気が良くなる訳がない。	
住宅販売会社（販売担当）	・建築資材の高騰や人材不足により建築原価が上昇傾向にあるが、客の購入可能額から考えると、上昇分のすべてを販売価格には転嫁できない。しばらく景気は横ばい状態が続く。	
やや悪くなる	商店街（理事）	・3か月後には1キロ先の駅前にショッピングモールがオープンする。当然ながら大きなダメージを受けるが、一時的な影響で済むのか、永続的なものになるかは、現時点では判断できない。
商店街（代表者）	・思いのほか消費税増税の影響が色濃く始めている。重ねて長雨のため野菜が高騰しており、粗利の確保に頭を悩ませている。	
商店街（代表者）	・子供服業界は、オーバーストア、少子化、デフレとインターネット販売の四重苦にあえいでいる。客の様子をみると将来の消費税再引上げへの警戒感が加わり、購買意欲はますます低下していく。	
一般小売店〔酒店〕（経営者）	・景気が冷え込む一方で、既存の店舗が大型ディスカウント店の進出などで閉店に追いやられており、良くなる要素が見当たらない。	
一般小売店〔印章〕（経営者）	・全体として注文が少ない状態が続いている。春先のように高級品が売れることもなく、安価なものが中心になっている。	
一般小売店〔紙類〕（経営者）	・年配の客の話ではいろいろな補助が目減りしているようで、客の買い控えが徐々に進んでいる。	
百貨店（売場担当）	・前年との比較では、消費税増税前の駆け込み需要を含んだ実績との比較になるため、11月中旬以降はハードルがだんだん高くなり、目標の達成は厳しくなる。	
百貨店（営業推進担当）	・客数はここ1年減少し続けており、販促促進策を実施しても回復傾向が表れない。消費の市外への流出がだんだんと顕著になっている。	
スーパー（店長）	・秋にかけて値上げになる商品が増えてくるため、売上の確保が難しくなる。	
スーパー（販売担当）	・乳製品等の値上げにより売上が低迷しており、今後も売上の伸びは期待できない。	
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。	
家電量販店（店長）	・家電業界全体をみても当社の他店舗をみても、客数や売上は同じような状況であり、2～3か月先も厳しい状況が続く。	
家電量販店（店長）	・駆け込み需要の反動が年内は残る。太陽光発電やリフォームに力を入れているが、売上減をカバーできるかは不透明である。	
乗用車販売店（統括）	・9月は需要月であり受注が増えているが、10月からは落ち込む。	
その他専門店〔海産物〕（経営者）	・お歳暮等の時期になるので期待したいが、ムードは良くない。	
その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方創生がスタートするが、当地は今まで努力してこなかったため明るい材料は見当たらない。	

		一般レストラン（経営者）	・最近特に客が支出を抑える傾向を強く感じる。客単価と組単価はともに低下傾向にある。地方での景気の先行きに不安があり、今後もこの傾向が続く。
		一般レストラン（店長）	・9月の客数が大きく伸びたのは周年祭を行ったこともあるので、今後は若干伸び率が下がる。
		一般レストラン（外食事業担当）	・円安による輸入食材の値上がり著しい。特に食材のなかでも高いウエイトを占める輸入牛肉の値上がりにどのように対応するかが今後のポイントになる。これから秋の行楽シーズン、年末の忘年会シーズンを迎えるが、客の収入が上がっていないため、家庭消費に流れて外食には金が回らないのではないかと心配である。
		観光型ホテル（支配人）	・企業利用に景気回復の兆しはみられるが、個人客の利用は低調なままである。地元企業の忘年会に期待するが、先行きの不透明感はぬぐえない。
		都市型ホテル（総支配人）	・入込観光客数は対前年の漸減傾向が続く。
		タクシー運転手	・イベントを開催しても人がなかなか動かない。
		通信会社（営業担当）	・消費税再引上げが見え隠れしているが、市場は景気浮揚について底堅さを持っていないため、客は特にランニングコストの発生についてシビアにみている。消費税再引上げの判断過程で景気が悪化に転じる気配がある。
		美容室（経営者）	・消費税増税後、本体価格は変えず増税分のみ価格に転嫁しても、消費者は商品が値上げされた印象を持つようで、全体として消費を控えている。
		美容室（経営者）	・中小企業の勤め人や個人事業主の客は収入が伸びないため、来店頻度を減らす傾向にある。また多忙なため来店するタイミングを逃しているという客もいる。売上増につながる場所がないので、現状が維持できれば十分である。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・先行きの見通しがつかない。経費削減で対応するしかない。
		百貨店（営業担当）	・景気回復が実感できず、客の購買意欲も向上しない。12月には近隣に大型ショッピングモールのオープンが控えており、非常に厳しい12月商戦になる。
		スーパー（店長）	・近隣にドラッグストアが2店舗出店するので、いろいろな販売促進策の実施など集客合戦が激しくなる。
		スーパー（販売担当）	・当社は12月に大型ショッピングモールのオープンが控えており、今後は集客面のみならず様々な面で苦戦を強いられると覚悟している。同業他社と意見交換しても、皆が戦々恐々としている。
		衣料品専門店（経営者）	・来年予定されている消費税再引上げは家庭に大きく響く。それとともに働いている会社の経営も大変になるので、先行きが大変不安である。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・消費者の購買力が回復していない。一部の企業は景気が良いようであるが、大多数を占める中小企業関係者の景気が悪く、予定されている消費税再引上げの影響が心配である。
		自動車備品販売店（経営者）	・現状でも悪い方向に向かっているが、今後は消費税再引上げという悪材料がある。今まで景気対策の恩恵を受けていない業界にも対策を打たないと、ザルに水を注ぐような結果になる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先も多忙な状態が継続する。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先も多忙な状態が継続する。
(中国)	やや良くなる	化学工業（経営者）	・円安効果により輸出関連取引先が増産する期待が大きい。
		鉄鋼業（総務担当）	・10～12月期は建材分野が需要期に入り、2014年上期に比べて定期修繕の影響も小さいことから、販売量はやや増加する。
		金融業（貸付担当）	・今後2～3か月先は、年末に向けて需要がおう盛になる。消費税率10%への再引上げの判断は年末と言われているが、最近の株価上昇や円安歓迎ムードもあって、消費マインドは落ちていない。加えて、再引上げ前には再度の駆け込み需要も期待できる。取引先からは東京オリンピックまでは景気が落ち込むことはないと思うことが多い。
		会計事務所（職員）	・土砂災害による復興需要が見込まれるため、土木関連業界は徐々に忙しくなってくる気配がある。ただ、人手不足も段々と深刻化しており、人材確保が業績向上の条件となる。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・年末にかけて繁忙期を迎えるが、前年並みの売上を想定している。ただ製造ラインが人手不足気味なことが懸念材料である。
		木材木製品製造業（経理担当）	・駆け込み需要の反動減が継続している。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け大口案件と焼却炉新設案件はともに引き合いはあるが決定に至らない状態にあり、現在の生産状況が大きく変動する様子はない。

		鉄鋼業（総務担当）	・今夏の受注量から、秋冬の仕事量は引き続き同じ程度で推移するとみている。来年の仕事量は今秋の受注量次第であるが、世界的にみるとイスラム国のリスク等もあり、10～12月の受注は注視する必要がある。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・米国経済の堅調さや利上げ見通し等から円安傾向は続くと思われるが、エネルギーコストの上昇等のマイナス面が懸念される。電子機器関連での中国メーカーの伸長や金属相場の急変等で、当面は先行きを見通し難い。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・円安の進行により、国内の海運会社は新船発注に動く。当社としては、国内造船所が競争力を持てば将来的に円安メリットを享受できる可能性はあるが、当面は収益的に厳しい状態が続く。
		建設業（総務担当）	・消費税再引上げの判断について、みんなが注目している状態である。
		輸送業（経理担当）	・現在の荷物量の減少傾向が改善する要素が見当たらない。
		輸送業（支店長）	・荷主の二極化が進み、中小企業の倒産や個人商店の閉店が取扱量の伸び悩みにつながっている。ただし個人については今後とも堅調に伸びる。
		金融業（自動車担当）	・円安と米国経済の回復はしばらく継続する。低燃費車は引き続き輸出が好調で、自動車業界は2直残業と月1回程度の土曜出勤も含めたフル操業により、増益が続く。
		広告代理店（営業担当）	・客情報では現状から良くなる話もあるが、大きく動く可能性は少ない状況である。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・海水温が高いことも一因とされているが、アジやサバ等、青魚が不漁である。また燃油がこれ以上高騰しないよう願っている。
		繊維工業（統括担当）	・景気は良くなるとずっと回答してきた。原材料の値上げが話題になり始め、繊維業界にとって先行きの見通しがあまり良くないため、景気はやや悪くなると下方修正する。
		化学工業（総務担当）	・景気が上向き要因が見当たらない。このまま全体の景気が横ばいで推移するならば、当社のような素材産業は原料高等の要因から悪くなる方向に向かう。
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先は消費税増税の影響はあまり受けないと想定していたが、実際には受注量が30%減少している。当社の生産についても影響は不可避であり、厳しくなる見込みである。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・マスコミは社員の収入アップについて肯定的側面のみを報じているが、本来あるべき企業が適正利益を確保した後の待遇改善ではない。景気回復の期待だけが先行している状況で、実質の景気回復が伴っていない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・客からの内示では、一日当たり生産量が若干少なくなる。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・大企業を中心に輸出企業は為替の影響で大きな利益を出している。一方で製造業は海外から輸入することが多く生産原価が上昇するため、景気は更に低迷する。
		建設業（経営者）	・仕事があっても利益につながらない状況が今後も続く。また地価公示があったが、地方では地価の下落が継続しているように、景気が上向きことは難しい。当社にとっては、利益が出ていた産業廃棄物の埋設事業がそろそろ終了するため、今後は厳しくなる。
		通信業（営業企画担当）	・客との雑談で、生活必需品や食料品の価格が高騰し、消費を抑えているという話題を耳にする機会が増えている。
		通信業（営業担当）	・個人事業主、SOHO市場や中小市場を対象とした景気テコ入れ策がなく、また今後は消費税再引上げの懸念も出てくる。
		不動産業（総務担当）	・賃貸の需要時期ではないため、売上は落ち込む。
		コピーサービス業（管理担当）	・公共工事、建設工事等が増加する見込みがない。
	悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・円安が続くなか、原材料の高騰が避けられない。販売単価に転嫁させにくいいため、厳しい状況が続く。
		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。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注先の問題が解決しないため、当社の受注量増加は見込めない。
		建設業（総務担当）	・協力業者がすでに多くの仕事を抱えているため、更なる発注金額の上昇が予想される。
雇用関連	良くなる	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・大型ショッピングモールのオープンにより景気が上昇する。
(中国)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・求人数も増え始めており、特にマイナス要因は見当たらない。

	人材派遣会社（経営企画担当）	・企業の採用意欲は高まっているが、今後も企業が望む人材を確保できにくい状況が続く。ミスマッチ上の問題点を明確にして求職者に採用条件を開示すれば、雇用環境は少なからず回復に向いていく。
	求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・企業は2020年の東京オリンピックを見据えた採用を始めている。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・景気はこのまま推移して欲しい。
変わらない	人材派遣会社（支社長）	・中小企業には相当の人手不足感があり、売手市場で限られた人材を奪い合う状況が当面続く。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・今後も新規の企業からの問い合わせが増加する傾向は続く。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・次年度から新卒採用の活動時期が短くなるため、一部には採用数を増やす計画をたてている企業もあるが、従来どおりの採用人数で活動する企業の方が多い。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方では消費税増税後の物価高により個人消費が伸びていない。さらに消費者は消費税再引上げが気になっている。まだまだ景気には足踏み感が漂っており、財布のひもは簡単に緩みそうにない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・貴金属や化粧品などの売上は消費税増税前のレベルまで回復しておらず、増税の影響は意外に根深い。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・新規求人数が前年を下回り、月間有効求人数は実数で減少する傾向が続く。また年末に向けて求人数は減少するのが例年の傾向である。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・人手不足が急激に改善する見込みはなく、今後も今の状態が継続する。
	民間職業紹介機関（職員）	・年末に向けて個人消費は徐々に上向くと予測されるが、昨今の円安傾向を反映した原材料コストの上昇が販売価格を押し上げるなど、景気抑制要因が散見される。
やや悪くなる	人材派遣会社（支社長）	・企業には景気改善に対する不透明感があり、また新卒者の採用活動も一段落するため、企業の求人活動が止まる。
	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が前年を大幅に上回るハイペースで出されている。一方、ホームセンター等の経営者からは消費税増税で景気に先行き不透明感があるため新卒採用を見送る声が寄せられるなど、業種によってまだら模様となっている。
悪くなる	-	-