

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	その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・今後、店舗を改装オープンする予定もあり、地元客を中心に来客が増えると期待する。
	やや良くなる	商店街（理事）	・季節の変わり目には客の購買意欲が上がり、需要が伸びる傾向にあるので、ある程度の自然増が期待できる。
		商店街（代表者）	・気候が良くなり、また入学・卒業シーズンになるので、3～4月には人の動きが出てくる。来客数は今後伸びる。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・まだまだ地方経済が本格的に良くなるとは思えない。ただパラマキ型の景気対策の準備が始まっているので、一時的には景気は良くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・3月20日から20%お得な地域振興券が10億円分発売される予定である。すでに予約もスタートしており、この振興券が景気浮揚につながって欲しい。
		スーパー（店長）	・前3か月をみると、客数、客単価、販売点数の数字が月を経るごとに1.5～2%ずつ改善している。これは単なる商品値上げの影響とは考えにくく、景気はやや良くなる。
		スーパー（店長）	・前年は4月に消費税増税が実施されたため、4～5月は売上が落ち込んだ。それに比較すると、今年4～5月の景気はやや良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・12～1月の良い流れが2月も継続し、数字は若干ながら上向いている。1回の買物量が増えてきており、今後は年度末に向けて工事関係者の増加も期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・気温の上昇とともに客数や商品の動きが活発になる。
		コンビニ（支店長）	・前年の駆け込み需要とその後の反動減という特殊要因を除けば、今年も前年並みの売上は期待できる。
		家電量販店（店長）	・前年の4～5月は消費税増税後の反動減があり、客数も売上も落ち込んでいた。その時期と比較すれば、今年4月以降の景気はやや良くなる。
		乗用車販売店（統括）	・前年のこの時期には駆け込み需要があった。それと比較すると販売量は3月までは前年に比べて悪いが、4月以降は改善される。
		乗用車販売店（営業担当）	・新しい商品が発売されるので、来客数が増える見込みであり、景気は良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・支出を控えていた客が動き始めている。今後も来客は増える。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・株価などをみると、市況は好転している印象があるので、気分的に明るい意識が高まる。ただし一般消費者は株高に無関係な方が多いので、そこまでの好景気は望めない。
		一般レストラン（経営者）	・プレミアム付き商品券等の景気対策が実施されることにより、今後は景気が良くなる。
		一般レストラン（店長）	・外国人観光客が前年と同様に多く、予約も前年を上回る勢いで入ってきている。一般客も前年と同等に入ると予想しており、全体の客数は前年を上回る。
		スナック（経営者）	・微妙ではあるが、景気は良くなったように感じる。このまま景気が上向きになればと期待している。
		観光型ホテル（支配人）	・姫路城の改修が終わるので、当地でも観光客の増加が見込める。
		都市型ホテル（企画担当）	・季節的な要因として、今後は海外からの観光客も含めて、客の動きが活発になる。しかし大型団体などの先行受注は前年と比較して低迷しており、個人需要に期待する。
		都市型ホテル（総支配人）	・レストランの来客数が伸びる。
		タクシー運転手	・毎年のことではあるが、今後は歓送迎会や入学・卒業のシーズンに入るので、景気は良くなる。また運転手の募集に対しても応募が集まっている。
		通信会社（総務担当）	・年度替わりに伴う引越し等で加入希望件数が増加する。
		テーマパーク（業務担当）	・連休や春のイベントなども増えてきて、人の動きが多くなる。
		ゴルフ場（営業担当）	・予約状況は若干上向きである。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税から1年が経過し、消費サイクルが一巡したので、景気の先行き不安感は薄まる。
		住宅販売会社（営業担当）	・これから春に向けて客に住宅購入等を検討し始める動きが出てくるが、まだ様子見の客も多い。
		住宅販売会社（販売担当）	・住宅エコポイント等の優遇措置を意識した客が増えてくる。
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街に新規出店もあり、少しずつ景気の変化の兆しがみられる。

商店街（代表者）	・前年は駆け込み需要があったので、3月の景気は前年比では確実に落ち込む。ただ4～5月の景気は2月と同程度であるか、やや良くなる。
一般小売店〔紙類〕（経営者）	・紙製品の値段が高くなっているため、客の買い控えは今後も続く。
一般小売店〔靴〕（経営者）	・生活必需品の値上げが続いており、新年度にかけてその傾向が更に強まっていく。消費者の節約志向は今後も続く。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・大手企業では前向きな動きが出てきているが、中小企業の動きはまだ鈍い。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・原材料費の値上がりに伴う売価の上昇と、客の安価商品への移行の動きが大きくなる。
百貨店（経理担当）	・3月の売上は前年実績を下回ると予想される。4月以降の売上は少なくとも前年を上回らないといけませんが、予想は難しい。
百貨店（営業担当）	・アパレル以外は売上に改善傾向がみられることから、今後に期待している。ただ館全体でみるとアパレルの占める割合が高く、アパレル販売の多寡が館の景気を左右する。
百貨店（営業担当）	・2月の月初めは前年より動きが良く期待したが、結局は月末に失速し、月間売上は前年並みとなった。この流れは今後も継続する気がする。
百貨店（営業担当）	・景気回復につながる要素は見当たらない。前年の4～5月は駆け込み需要の反動で売上が落ち込んだので、今年の4～5月は消費拡大が見込める。ただ3～5月の3か月トータルでみると、今年の売上は良くて前年比100%であると思う。
百貨店（売場担当）	・当店の年代別の購買層を分析すると、いわゆる30～50歳代の百貨店コア世代のシェアが以前に比べて落ちており、将来に不安が残る。ただすぐには大きな変動はない。
百貨店（購買担当）	・ここ数か月間、客の姿勢は大変慎重なままであり、2～3か月後もこの傾向は変わらない。冬のパーゲンセール動きが悪いため春物を早目に立ち上げているが、店としては今何が売れるのか判断しづらい。
百貨店（売場担当）	・70代以上の客の買い方が鈍く、関心がセール品や目玉商品に集中している。客は食品や日用品だけを買って求め、ファッション関係は今後もしばらく低迷する。
スーパー（店長）	・景気は今の若干良い状態が続くと思う。現状から良くなる材料も悪くなる材料も見当たらない。
スーパー（店長）	・これといって景気が良くなる材料が見つからない。
スーパー（業務開発担当）	・消費者には日々の買物は節約し、必要なものはできるだけ安く買う姿勢が定着している。この姿勢は今後も続く。
スーパー（管理担当）	・減少率に変化はないが、客数の前年割れが続いている。また商品の値上げが相次ぎ、今後は前年の駆け込み需要期に入るので、前年をベースに考えると数字的に厳しい。
スーパー（販売担当）	・経済成長率はプラスになったと発表されたが、地方では景気回復の実感がわからない。
コンビニ（エリア担当）	・消費者の必要なもの以外の買い控えは今後も続く。
コンビニ（副地域ブロック長）	・周囲では賃金が上がったという話を聞かない。
衣料品専門店（経営者）	・中小企業には景気が良くなる要素はみえない。輸入品が高くなるので、極端な円安は避けてほしい。
家電量販店（店長）	・客の財布のひもは非常に固い。客は必要なものしか購入せず、壊れて初めて新しい品を補充するという生活を続ける。
家電量販店（店長）	・大きく売上が伸びる商品は見当たらない。ただ節電志向の高まりが続いており、大型白物家電である冷蔵庫、洗濯機やエアコンの伸びは期待できる。
家電量販店（企画担当）	・特に景気が良くなる要素はないので、景気は変わらない。
乗用車販売店（業務担当）	・エコカー減税制度に関連した売上増大を期待していたが、予想したほどではない。2月終盤の状況から判断すると、3月もあまり期待できない。
乗用車販売店（総務担当）	・エコカー減税等の制度変更の影響は出てくるが、商品力があるので、売上の落ち幅は抑えられる。
乗用車販売店（店長）	・年度末の販売促進期を迎え、客の動きも良くなるので、今の好調を維持できる。
住関連専門店（営業担当）	・多数の人からアベノミクスの恩恵は地方に及んでいないと聞く。当社にとっても良い兆しはみえない。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気に変化する要素が見当たらない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・今が景気の底であると考えたい。これ以上、売上が下がると経営が成り立たない。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方創生の施策が本格的に動き出せば、少しは客の金まわりが良くなる。

その他専門店 [ファッション雑貨] (従業員)	・今までは客に買物を控える動きがみえたが、今後は客は必要と感じるものは買うようになる。
高級レストラン (スタッフ)	・3月以降は人の動きが出る時期なので、今月の良い状態は継続する。
一般レストラン (外食事業担当)	・前年は2月から駆け込み需要が始まり、3月に本格化したように記憶している。同じように、今年2月の良い状況が3月も継続するよう期待する。
その他飲食 [サービスエリア内レストラン] (店長)	・時期的に高速道路を利用する車数の増加は見込めない。
都市型ホテル (スタッフ)	・客数と客単価がともに上がらない。
都市型ホテル (企画担当)	・宿泊はインパウンドの予約が好調であるが、すでに高い稼働率であるため、これ以上の上積みは望めない。レストランも和食店の不調が続いており、回復する兆しがみられない。
旅行代理店 (経営者)	・特効薬的な景気対策が見受けられず、旅行業に対する好材料も見当たらない。
旅行代理店 (営業担当)	・補正予算を利用した施策はすぐには動き出さないで、景気が大きく変わることはない。
タクシー運転手	・統一地方選挙もあるので、景気は良い状況にはならない。
タクシー運転手	・いろいろと景気にテコ入れしているが、当地では目に付く形で効果が現れていない。
通信会社 (社員)	・販売量の増加につながる問い合わせがない。
通信会社 (広報担当)	・客は価格は安ければ安いほど良いとの考えであり、中途半端なことでは販売は動かない。
通信会社 (営業担当)	・景気に関して浮揚感がなくなって久しく、今後も状況に変化は望めない。
通信会社 (販売企画担当)	・景気が好転する要因が見当たらない。
通信会社 (企画担当)	・最大手キャリアのサービス形態が変わることに伴い、業界変動が始まると予想している。客の動き自体は多くなるが、当社にとってプラスなのか、マイナスなのかは予想できない。
通信会社 (総務担当)	・客には購買意欲が感じられず、今後も販売数が増えるとは思えない。
通信会社 (工事担当)	・3～4月は需要期に当たるため、例年であれば申込件数が増加する。ただ他社との競争が激しくなっているため、例年どおり申込件数が増えるかどうか不透明である。
テーマパーク (管理担当)	・入館者数や物品販売高等には変動がない。また当地では賃金のベースアップの声も聞かない。
美容室 (経営者)	・大手企業は景気回復しているようだが、中小企業の景気回復はまだしばらく見込めない。
美容室 (経営者)	・今後2～3か月で今の状況が大きく改善するとは思えない。逆に物価は上昇傾向にあるので、客の節約志向が強くなると懸念される。
その他サービス [介護サービス] (介護サービス担当)	・ここ数か月、身のまわりで景気の変化がうかがわれる話は一切聞かれない。今後2～3か月で景気の変化するとは考えにくい。
設計事務所 (経営者)	・年度末に向け建築物価の高止まりや人手不足が解消される見込みはなく、住宅取得に意欲がわく要素も見当たらない。
設計事務所 (経営者)	・新築の着工件数が全国的に減ってきているなか、リフォーム工事に着目している。ただ客が動き出すのは新年度に入り、新しい制度が始まってからになりそうである。
設計事務所 (経営者)	・少子高齢化が地方経済を崩壊に導いている。ただ次年度の政策概要案をみると、地方の実情を直視せず東京のみを考えている。
やや悪くなる	
商店街 (代表者)	・円安の影響か、取引先から値上げの案件ばかり出てきている。当店も利益が圧迫されるので、どうしても商品を値上げせざるを得ない。
商店街 (代表者)	・冬のバーゲン商品についても客は見向きもしない。客には購買意欲が全くみえず、いくらに値下げすれば客は買うのか、店として戸惑うばかりである。
百貨店 (営業推進担当)	・ここ数か月間、景気に好影響をもたらす要因は見当たらなかった。今のトレンドが今後も続く。
スーパー (店長)	・冷凍食品などの値上げの影響が出る。
スーパー (販売担当)	・客の動向をみると、消費格差が大きくなっている。また常連客の来店頻度と1回当たりの購入金額が下がっており、この点から景気の先行きに一抹の不安を覚える。
スーパー (財務担当)	・消費税増税から1年が経過し、消費者は売価の上昇を肌で感じており、購買意欲が上らない。

		スーパー（営業システム担当）	・乾麺類などの値上げの影響が出る。また今後も値上げする商品が増える。
		衣料品専門店（経営者）	・系関係では絹や麻の原材料の値上げで、問屋の商品値上げはやむを得なくなっている。職人も物が売れないと生計が立たず、廃業するところも増えている。和装業界を取り巻く環境は厳しい。
		乗用車販売店（営業担当）	・自動車関連の税制改正が4月から実施される。実質的にユーザー負担が増えるので、販売減が見込まれる。
		自動車備品販売店（経営者）	・大手企業よりの経済政策ばかり実施されるため、地方の中小企業、特にサービス業や小売店は厳しい状況に追い込まれている。当業界はそのうちメーカー直営店ばかりになりそうである。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・予約状況を見ると、団体客に関しては今年の前半に良くなることは考えられない。
		一般レストラン（経営者）	・賃上げという形で消費者が景気回復を実感できるようになるまでは、景気の低迷は続く。特に地方では賃上げ等の景気の良い話が少ない。
		観光型ホテル（宿泊担当）	・消費者の賃金が全く上がらないうえ、物価が上昇している。
		美容室（経営者）	・景気が良い業種もあると思うが、景気が悪い業種の方が多い。景気はそれほど改善していない。
		設計事務所（経営者）	・現在の展示場への来場数からみると、受注の拡大は見込みが薄い。
	悪くなる	スーパー（店長）	・競合店の出店後、客が分散する状況である。
		家電量販店（販売担当）	・景気を変化させる材料は何もない。売上の前年比では、前年の駆け込み需要の影響が出る。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後も自動車の生産は好調が続くと思われ、当社も忙しい状態が継続する。
(中国)	やや良くなる	繊維工業（統括担当）	・株価上昇が続き、企業の賃上げも実施されそうな状況であり、景気はやや良くなる。
		金属製品製造業（総務担当）	・年初に工作機械の得意先から仕事量が増えると情報があつたが、実際に3月以降の商談が増えている。また造船の得意先が実施した納入先への説明会では、受注が想定以上となり製造リードタイムを短縮するために、納期どおりの納入依頼が出ている。
		金融業（貸付担当）	・春闘に向けて賃金のベースアップの気運が高まりつつある。中小企業では人件費を増加させることは困難であるが、賃上げが実現すれば消費マインドが押し上げられ、景気は良くなっていく。また株価上昇も好材料であり、世の中全体が景気回復の雰囲気にも包まれれば、地方においても景気が良くなっていると感じる人が多くなる。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期となるため、4月ごろまで景気は良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・取引先の状況及び受注量等からみて、景気は総合的に上向きで推移する。人・物・金が動くシーズンに入り、良い状況で展開していく。
		会計事務所（職員）	・建設業界は消費税増税後の売上の落込みから脱するため、積極的に営業展開する。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・前年のこの時期は消費税増税の影響が強く、直接の比較対象とはなりにくい。年末までは予想外に注文が多い状況で推移していたが、新年に入って一段落した感がある。
		化学工業（経営者）	・受注量は多少の増加が期待できるが、不透明感はぬぐえない。総じて景気の上向きを期待できる材料はない。
		化学工業（総務担当）	・内需が大きく拡大しているわけではない。景気は回復傾向にあるが、将来にわたってこの状態が継続するとは思えない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・建設案件は完了するが、継続中の作業関連は高稼働が続く。また鉄鋼業向けの製品加工も高水準が継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・今の段階では物量が大きく上下するような情報はない。アメリカの株価の動きも悪くないので、先を読むには注視が必要である。
		鉄鋼業（総務担当）	・分野により好不調はあるが、総じて景気は悪くない状況が継続する。ただし輸入鋼材の安価攻勢が継続しているため、市況に関しては楽観視できない。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・取引先によって濃淡はあるが、総体的に景気に大きな変化はみられない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・一部大手企業はアベノミクスの恩恵を受けているが、まだ中小・零細企業には景気浮揚の実感がない。ますます価格競争に拍車がかかり、コスト削減ひいてはリストロも検討しないと生き残れない感がある。仕入価格の上昇分をどこで吸収するかが喫緊の課題である。

	電気機械器具製造業（総務担当）	・3か月後は春の進学シーズンが終わるので、受注は落ち着く。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・当社も客先に対して値上げの要請を継続している。ただ業界各社ともある程度の仕事量は抱えているが、依然として収益性は厳しいため、値上げはなかなか実現しないのが現実である。	
	建設業（経営者）	・民間の仕事はあっても県外の業者が受注するため、当地の会社が潤う状況にない。また春に地方議会や市長の選挙が実施されることもあり、公共工事の発注が多く出てくるのは夏以降となりそうで、当面は厳しい状況が続く。	
	建設業（総務担当）	・社会情勢に大きな変化がみられず、当面は現在の景況が継続する。	
	建設業（総務担当）	・地政学的なリスクから原油価格の動向等が不透明であり、先が読みにくい。	
	通信業（営業担当）	・景気が好転する材料が見当たらない。株価は上昇傾向にあるが、上場企業に限られた好材料である。零細企業や個人事業主などでは設備投資や更改等を見送っている。	
	通信業（営業企画担当）	・国会で来年度予算がまだ決定しておらず、予算執行が遅れる可能性が見込まれる。	
	金融業（自動車担当）	・円安は一服しているが、現在の為替水準であれば自動車メーカーは輸出採算を十分確保できる。また系列の自動車部品メーカーの受注は高水準が続く。	
やや悪くなる	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・材料や部品の価格は円安により上昇し続けている。今後も原価が上昇する要因は増えると予想され、経営環境は厳しい。	
	輸送業（支店長）	・燃料価格は安値で安定し、個人消費も若干ではあるが回復基調にある。ただ受注量がやや悪い状況は継続する。	
	輸送業（経理担当）	・多数の荷主が来年度以降の物流合理化を検討している。想定どおりの数量増加がなければ、厳しい状況となる。	
悪くなる	農林水産業（従業者）	・2月中旬から浜田市沖でイカ漁が大漁である。残念ながら10t以上のイカ釣り船は2月末で漁期が終了する。もう少し早く豊漁になっていればと悔やまれる。	
	食料品製造業（総務担当）	・原材料の高騰の一方で、値上げができていない状況が続いている。大手メーカーの動向で変わるが、このままでは更に厳しい状況となる。	
	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。	
	コピーサービス業（管理担当）	・例年どおり年度末を過ぎれば、仕事量は激減する。	
雇用 関連 (中国)	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（支社長）	・消費税増税の影響は薄れてきた。また大企業の好決算が地場中小企業に波及し始め、業績の拡大を背景とした採用が増加する。
		人材派遣会社（支店長）	・国の事業実施や企業の意欲改善により、雇用は今後も増える。ただし企業の採用活動には慎重さがうかがえるため、景気が急激に良くなることは考えにくい。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・会社説明会などが本格的に開始されるので、求職が活性化する可能性が高まる。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・当所では在職者の求職を支援するため、夕方7時まで開庁する日を設けている。景気回復基調から年度末を控えて条件の良い職場を求める求職者が増加する。
		民間職業紹介機関（職員）	・日経平均も18,000円を超え、心理的にも投資意欲が湧いてきている。現状を好機と捉え、借入を増やし事業拡大を目指す中小企業経営者が現れる。
		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開業による相乗効果を期待する。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・特に景気を判断できる材料がない。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・企業の本決算を控えて一時的に景気は上振れするが、4月以降はまた落ち着く。	
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・有効求人倍率が1.3倍前後で推移するなか、業種にかかわらず人手不足の事業所が増加している。今後この影響がどのように出てくるのか不透明である。	
	職業安定所（雇用開発担当）	・管内の主要産業である卸売・小売業や医療・福祉業からの求人が人手不足感もあって伸びており、景気が大きく落ち込むことは考えにくい。	
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・景気が良くなる変化が見当たらない。	
	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・求職者のうち、在職者の多くはパート・嘱託などの非正規労働者を中心で、正社員への転職希望者が少なくない。離職による失業を踏みとどまり、在職したままで改善傾向にある労働市場をにらみながら求職活動している。	

やや悪くなる	人材派遣会社（経営企画担当） 新聞社〔求人広告〕（担当者）	<ul style="list-style-type: none"> ・求職者数が前年よりも少なくなっており、派遣希望者の確保が厳しくなる。 ・中小企業は大企業に比べて業績回復が進まず、地方は都市圏より景気回復が大幅に遅れている。個人消費の回復もなく、アベノミクスの恩恵は地方には全く波及していない。
悪くなる	-	-