

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	-	-		
		商店街（代表者）	・年末までの使用期限がある市のプレミアム付商品券が利用され、売上のかさ上げが期待できる。		
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・全通した高速道路を經由して、島根、尾道、今治からの客が増えているので、景気は良くなっていく。		
		スーパー（店長）	・近隣の競合店が1店舗閉鎖するため、来客数が若干増加する。		
		スーパー（販売担当）	・電子マネー付のポイントカードの利用客が増えている。ポイントサービスデーも増える予定なので、売上が増加する。		
		コンビニ（エリア担当）	・年末商戦が始まり、冬のボーナス時期にもなるので売上が期待できる。		
		コンビニ（支店長）	・来客数が増加する。		
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなるとの声を聞くことが増えてきている。		
		家電量販店（店長）	・稲刈りを終えた客の手元に金が入れば、来客数が増加する。		
		家電量販店（販売担当）	・年末年始商戦に期待が持てる。		
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入が続くので期待が持てる。		
		乗用車販売店（店長）	・12月になれば新型の目玉商品が発表されるので期待が持てる。サービス利用客が増えればどん底の状態からは抜けられる。		
		自動車備品販売店（経営者）	・年末にかけて少しでも景気が良くなるよう、現政権に期待している。		
		自動車備品販売店（経営者）	・冬季商品が動き始めたので12月までは良い状況となる。しかしネット販売での乱売で、前年比では低下傾向にある。		
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・松葉ガニが順調に水揚げされることを期待しており、歳暮等で店売りや通信販売などが良くなる。		
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・ボーナス時期が近づき、需要は好調のまま推移する。		
		一般レストラン（経営者）	・景気が上昇しており、プレミアム付商品券の使用期限が近づいて消費者の使用頻度が上昇する。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会や新年会等の季節に入るため景気はやや良くなる。		
		タクシー運転手	・利用できるクレジットカードが増える予定であり、政治が安定すれば海外からの客も増加して売上も伸びる。		
		通信会社（企画担当）	・新規の商材が若干出てくるとともに、マイナス要素が特にないため、年末年始にかけて期待が持てそうではある。		
		通信会社（工事担当）	・客に景気はやや良くなっている様子がうかがえる。		
		テーマパーク（業務担当）	・年末年始と合わせて冬のイベントが始まることもあり、人の動きも多くなることから、来客数の増加が見込まれる。		
		住宅販売会社（従業員）	・冬のボーナス商戦や消費税増税前の駆け込みを意識した動きが始まるものと予測される。		
		住宅販売会社（営業担当）	・年末には多くのイベントがあるため、景気は上向きになる。		
		住宅販売会社（営業担当）	・消費税率引上げを視野に入れた住宅など大きな物の購入を検討する客が増える。		
		変わらない		商店街（代表者）	・客との話にも「余計なものを買わない」「必要以上に買わない」などの言葉が出てきており、節約している状況がうかがえる。
				商店街（理事）	・年末や正月などの季節要素が加わってくるので売上は伸びるが、実際に景気が上向くわけではない。
商店街（代表者）	・客や出入業者との会話の内容にも、格別良くなるとか悪くなるとかは聞かれない。				
商店街（代表者）	・例年であれば10～12月は需要期に入るが、正月の需要があまり盛り上がらない。				
一般小売店〔靴〕（経営者）	・商店街の空き店舗が埋まらない一方で、外国人観光客が増え、売上が伸びている店舗もある。				
一般小売店〔食品〕（経営者）	・景気回復となる要素はない。				
百貨店（経理担当）	・今後歳暮、クリスマス、年末となるが、売上が前年を大きく上回ることはなく、今の状況がしばらく続きそうである。				
百貨店（営業担当）	・宝飾品や特選ブランド、化粧品などの売上は大きく伸びているが、婦人服は前年割れもしくは前年クリアがやっとの状況であり、これがすぐ良くなることはない。				

百貨店（営業担当）	・今後百貨店の歳時記として大きなポイントとなるクリスマスやクリアランスがあるが、中国経済の不安定さからくる株価の低下やこの冬の気温が高めに推移するとの予測により、冬物商品の売行きに影響が出そうであり、景気の回復は見込めない。
百貨店（販売促進担当）	・冬物、歳暮、クリスマスと大型商戦がスタートしてくる。やはり中心となるミセスの消費が回復してこない、景気高揚の気配はうかがえない。
百貨店（売場担当）	・今年は衣料品雑貨で大きなトレンドアイテムがなく、買上客数が増加する傾向にない。メーカー側も納品を絞る傾向にあり、追加生産についてはタイトである。
百貨店（購買担当）	・必要な商品を見極めながら購入する客の傾向に変化はないが、ボーナス月やクリスマス商戦時期になれば、高額商品が動き始める。
百貨店（営業推進担当）	・週ごとに波が激しく、売上や来客数はなかなか安定しない。年末商戦に入ってくるが、劇的に変化する様子も材料も共に見当たらず、この傾向が続く。
スーパー（店長）	・景気の判断をする材料がない。
スーパー（店長）	・野菜価格と気温の変化で単価が大きく変わる。
スーパー（店長）	・消費行動が好転する要素が特にない。
スーパー（総務担当）	・客の買物動向が横ばい状態であり、現状維持の状態が続くそうである。
スーパー（業務開発担当）	・節約の大前提がスーパーでの日々の買物と言われ続けてきたことが完全に定着している。商品の値上がりばかり目立ち、客はメモを片手にこちらが期待するあと一品に手を出してくれない。
スーパー（管理担当）	・現状では景気が上向く兆しがなく、2～3か月先に良くなる要素が見当たらない。
スーパー（営業システム担当）	・値上げ等の影響があり、客が価格に敏感になっているため財布のひもが固い。プレミアム付商品券の期限も迫るため、売上は平年通りで増加は見込まれない。
コンビニ（エリア担当）	・店舗近くの工事現場からの客が増え、8月からずっと好調が続いている。工事はまだ続くのでこのまま推移する。
コンビニ（エリア担当）	・販売量、来客数ともにやや上向きな傾向は今後も継続する見込みだが、今以上に良くなることはない。
コンビニ（副地域ブロック長）	・売上高の改善は一過性でなく過去の取組の延長にあるため、やや良くなる状況は継続する。ただし消費税率再引上げ後は一旦低下することが予測される。
家電量販店（店長）	・4Kテレビは期待するほど売上が伸びず、厳しい状況が続く。
乗用車販売店（総務担当）	・来客数は多いが、納期が長期化傾向にあるため、商談から受注までに時間がかかっている。
乗用車販売店（営業担当）	・目玉商品が特にないので、このままの状況が続く。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今以上に客単価が上昇することはない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・地方では人口減少に歯止めがかからず、購買量が増加しないため、景気浮揚はなかなか難しい。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・食費関連の値上がりもあり、良くなる要因が見当たらない。最近の報道では野菜価格の高騰が強調されるため、節約の動きが強くなっている。
その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・景気の良くなる要因が少ない。冬物の動きは活発化していくが、昨年並みが予想される。強力な新規テナントが入れば変わる可能性もあるが、現在その予定もない。
高級レストラン（スタッフ）	・客単価は悪くないものの、先の予約状況は前年に比べて良くない。
一般レストラン（経営者）	・地方での給与上昇の実感と景気回復実感が少ないため、今後も貯蓄等への関心は高まるが、一時的に消費が上向くことはない。
一般レストラン（店長）	・プレミアム付商品券の回収が好調なので、年内はその恩恵を受け、当月の好調を維持できる。
一般レストラン（外食事業担当）	・食材の値上がりを受けて値上げを行ったが、8月にあった同様の状況から判断して、11～1月は他に大きな変動がない限り現在と同じような動きが予測され、忘年会や新年会も前年同様の動きとなることが予測される。
スナック（経営者）	・岡山の飲食業界はこのところずっと低迷しており、何か変化がない限りこのまま推移する。
観光型ホテル（宿泊担当）	・ここ何か月も同じような傾向が続いており、ニュースを見ても中小企業には明るい見通しが見えない。
都市型ホテル（企画担当）	・現在の状態が当分続く。

旅行代理店（経営者）	・特に変化が表われていない。	
タクシー運転手	・今月よりは良くなる見込みである。	
タクシー運転手	・5月の連休明け以降毎月前年比マイナス6～7%できており、せめて前年同月が確保できればと期待している状況であるが、なかなか景気回復が実感できない。	
通信会社（社員）	・販売量の変化につながる兆候がない。	
通信会社（総務担当）	・客の様子から販売数の伸びが見込めそうにない。	
通信会社（広報担当）	・常に客は安い物を求めており、安い物が出たときや値下げしたときのみ販売数が動く状況にある。	
通信会社（営業担当）	・特異な要因は今のところないため変化はないが、上昇傾向となるきっかけもない。	
通信会社（総務担当）	・宅地造成などがあり、年末にかけて加入件数は好調を維持する見込みである。	
テーマパーク（管理担当）	・現状から大きく変わる要因がない。	
ゴルフ場（営業担当）	・3か月間の予約状況の推移は例年同様である。	
美容室（経営者）	・売上が良くなる材料が見当たらない。	
美容室（経営者）	・消費税率再引上げまでに所得が上昇しないと景気は良くなるらない。	
美容室（経営者）	・プレミアム付商品券で客の意識は一時的に好転したが、消費税率再引上げ後は不安である。	
設計事務所（経営者）	・消費税率引上げに向けての受注拡大がまだ実感できない。	
設計事務所（経営者）	・何ら景気浮揚の要因が見えてこない。	
設計事務所（経営者）	・消費税の動向によって民間工事の発注に期待は持てるが、市場の動きに元気さは見受けられない。	
設計事務所（経営者）	・住宅エコポイント制度が再開されたが、これによる影響は感じられない。建築物価が高止まりの状態が続くなか、この時期に家を建てたいという理由が見当たらない。	
住宅販売会社（営業担当）	・消費者の実感が伴う景気回復までに至っていない現状に加え、TPPによる関税引下げと消費税率10%への引上げなど、結果として生活にどのような影響を及ぼすものか見通しが立てにくい状況にある。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・秋冬物の単価が上昇し客は買い控えている。高品質な物を高価格で購入する傾向はなく、デフレ傾向は続く。
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・年度後半スタートの10月に注文が少ないということは、企業に前向きな取組がない。
	百貨店（営業担当）	・先月に比べ空き区画が2店舗分増えてしまっている。催事等を行い、全くの空き区画には見えないように努めてはいるが、来客数は減少している。空き区画への早期誘致に取り組んでいるが、候補テナントもなかなか見つからない状況が続いている。
	百貨店（売場担当）	・歳暮商戦は前年以上に改善する要素がなく、その落ち込み分がクリスマス商戦でカバーできるかには疑問が残る。地域的な集客策が必要となっている。
	スーパー（店長）	・客単価が上昇したことで売上は前年を上回っているが、来客数が減少し、販売点数は前年を下回っている。
	スーパー（店長）	・消費動向が良くなる理由が見当たらない。地域の企業業績も下降傾向にあり、消費を抑える方向に向かう。
	スーパー（販売担当）	・高単価の商品を求める客層には大きな変化が見られず比較的安定しているものの、高校生や中学生などの若年層の来店頻度の低下や購入単価の下落が著しい。当店では若い世代が売上の下支えになっているだけに、先行きに不安を感じる。
	スーパー（財務担当）	・消費者が価格の上昇に敏感になっており、節約傾向により客は普段の買物では低価格商品を購入するようになる。
	衣料品専門店（経営者）	・都会から地方へ大きなスーパーやチェーン店が進出し、今まで頑張ってきた小売店がますます厳しい状況になっている。高齢者が多い地方ではなじみの店がなくなり、日用品の買物が難しくなっている。全ての消費を県外企業に持っていかれて、地方の経済がどうなるか不安である。
	家電量販店（企画担当）	・年内に自治体のプレミアム付商品券の利用期限が訪れることもあり、景気はやや悪くなる。
	乗用車販売店（統括）	・今年度は新型車もなく、大変厳しい状況が見込まれる。
	乗用車販売店（営業担当）	・景気は現状と変わらず悪くなる方向にある。政府の政策に対しては不安が増すばかりで、何となく目の前の出費を抑えたいとの考えの客が多く見受けられる。
	住関連専門店（営業担当）	・日曜日に客が来ないことは、需要の減少を意味する。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方が元気になる方法が見つからない。努力している地方とそうでないところで格差が出てくる。

		その他飲食 [サービスエリア内レストラン] (店長)	・冬の閑散期に入ってくるため、景気はやや悪くなる。
		都市型ホテル (企画担当)	・年末年始には一定期間の集客は望めるが、ビジネス需要などは低迷する傾向にあり、苦戦することが予想される。
		都市型ホテル (総支配人)	・マーケット全体では12月以降は観光シーズンのピークを過ぎ、例年やや悪くなる。当ホテルは11月29日より来年3月末まで客室改装による2フロアずつの一部売り止めを実施するため、単純比較が難しい状況にある。
		旅行代理店 (営業担当)	・先行きの販売状況に回復の兆しが見られない。
		タクシー運転手	・運賃の改訂が予定されており、改訂後2～3か月は来客数が減少する。
		競艇場 (職員)	・2～3か月の間にG1と同等のレースの開催がないので、売上は悪くなる。
	悪くなる	一般小売店 [眼鏡] (経営者)	・物価のみが上昇し株や為替以外に収入の増加が見込めない。
		家電量販店 (店長)	・家電需要は冷え込んでいる。景気は上向き傾向かも知れないが、家電製品は壊れない限り客は買換えを検討することはほとんどない。またヒット商品が出る様子もないため、今後も悪化する傾向にある。
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)	・自動車製造関係は順調に推移する。
	やや良くなる	農林水産業 (従業者)	・9月単月の実績では巻き網船が前年の倍の水揚げ量となった。増加理由の詳細は不明だが、このままの状態が続くことを期待している。
		木材木製品製造業 (経理担当)	・住宅着工件数が回復している。
		窯業・土石製品製造業 (総務経理担当)	・鉄鋼業向け大口案件の生産が本格化し多忙な状況となる。大口案件以外でも生産回復が続く見込みである。
		広告代理店 (営業担当)	・取引先が年末年始の販売促進強化に向けて様々な手法で売上を伸ばすための準備をしている。
	変わらない	食料品製造業 (総務担当)	・周囲の状況が変わらない。
		繊維工業 (経営管理担当)	・環境に変化がなく、景気を判断するものがない。
		鉄鋼業 (総務担当)	・中国に代表される過剰生産の影響により、当面は供給過剰の状態が続き市況も簡単には好転しないため、引き続き環境を注視する必要がある。
		鉄鋼業 (総務担当)	・爆発的な伸びは期待していないが、新規分野への拡大があり、仕事量が確保できる水準になる。
		一般機械器具製造業 (総務担当)	・受注量や販売量の動きに変化がない。
輸送用機械器具製造業 (経営企画担当)		・新製品の投入が2か月遅れることになったが、既存の製品を代替生産する見通しである。	
輸送用機械器具製造業 (財務担当)		・季節的要因で業績が変化する業種ではないため、良くも悪くも現状維持である。	
建設業 (総務担当)		・少なくとも平成28年秋ごろまでは現在と同様の状況が続く見通しである。	
輸送業 (支店長)		・農産物の出来は前年並みを確保できそうで、特に柿とミカンが受注が前年並みに入っている。会社関係や個人物の輸送の伸びから判断して、景気はやや上向き。	
輸送業 (経理担当)		・今後の受注状況もこれまでと変わらぬ荷動きで推移する見込みである。	
通信業 (営業担当)		・中国などのGDPの低下や景気後退からの直接的な影響は少ないが、関連企業との取引に若干下振れ感がある。	
金融業 (自動車担当)		・中国経済の減速による心配はあるが、環境対応車の需要は高水準を維持する。完成車メーカーと部品メーカーでは、高水準の操業を維持するため期間工からの正社員採用を積極的に行う方針である。	
金融業 (貸付担当)		・アベノミクス効果もあって景気は良くなっているとの報道もあるが、中国景気の減退もあり、国内景気の先行きは不透明である。個人消費は依然として低迷し、取引先の売上は増加していない。2～3か月の間に景気が回復する要因は少ない。	
不動産業 (総務担当)	・年内の賃貸物件の成約件数は変わらない見通しであるが、例年明けより賃貸物件の需要時期となるため、良くなる見込んでいる。		

		会計事務所（職員）	・製造業は昨年来からの受注が一段落した後に目立った発注がなく、今後様子見の状態になっている。中小零細企業では世間で言われているような賃金上昇も生じていない。事業主はコスト管理のため残業時間を制限しているため、時間単価の賃金は若干上昇しているが、手取りの賃金額は増えていない。	
やや悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・セット商品を作るなかで、当社の方向性が高額志向に移行していたので、それを客に受け入れられていないケースがあり、今後厳しい状況が続く。	
		化学工業（経営者）	・化学業界全体として業績の企業間格差がより一層進み、取引先の収益率優先、特に仕入単価優先の購買方針により新たに競合他社の参入が表面化している。	
		化学工業（総務担当）	・第2四半期決算で売上は微増であったが、利益などは為替や原油価格などの影響を大きく受けており、業績が好転しているとは言えない。この状況が長く続くと企業は疲弊し、新規投資などが鈍るので、景気が好転しない。	
		非鉄金属製造業（業務担当）	・中国経済の減速は悪い影響を及ぼすが、その影響の大きさは不透明である。	
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先が年明けより減産を予定しているとの情報が入っている。鉄スクラップ価格がここ1か月で25%も下落していることから、需要の先細りが懸念される。そのため人を含めた生産体制の見直しも検討せざるを得ない状況にある。	
		電気機械器具製造業（総務担当）	・中国経済の先行きに不透明感があり、取引先各社も現状では様子うかがいの気配がある。こうした状況を踏まえると、積極的な設備投資には当面踏み切れない状況が続く。	
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注量が増えない。	
		建設業（総務担当）	・大手建設会社のデータ改ざん問題が影響してくる。	
		通信業（営業企画担当）	・T P Pや消費税率引上げに向け、コスト削減に取り組む客が増加している。	
	悪くなる		その他製造業 [スポーツ用品]（総務担当）	・国内景気の低迷、円安、海外人件費の高騰等当社にとって不利な条件がそろい過ぎている。そのため国内景気の低迷による受注減、円安と海外人件費の高騰による材料費の高騰、売買価格の据置により今後もますます厳しい状況が続く。
雇用 関連 (中国)	良くなる	-	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法の改正後も現場は問題なく動いており、雇用関連にマイナスは感じられない。そもそもの雇用は上向きになっているため、マイナス要因がない以上は引き続き上向きに推移していく。	
		人材派遣会社（支社長）	・人の採用に相当苦労しており、どの企業も採用意欲は高い。しばらくの間この傾向は変わらない。	
		民間職業紹介機関（職員）	・人材の採用ができないため新規プロジェクトに着手できないとの話を複数耳にする。	
	変わらない		人材派遣会社（経営企画担当）	・労働者派遣法の改正だけでなく、労働契約申込みみなし制度、無期転換ルールなど企業に対しての説明を踏まえた対応が派遣元に課せられている。さらにマイナンバー対応など様々な諸対応案件が山積みのなか、企業に対してコンプライアンス遵守を発信した対応を心がけていかなければならない。
			人材派遣会社（支店長）	・求人企業と求職者の歩み寄り、早々に解決する課題ではないため、景気の回復はすぐには見込めない。
			求人情報誌製作会社（広告担当）	・企業規模や業種によって差はあるが、全体的に安定した状態が続く。
			新聞社 [求人広告]（担当者）	・新しい店ができれば店員が既存店から移り、既存店は補充によって店員を募集する現在の動きはまだ当分続きそうである。来春の新規採用に向けて多くの事業所が意欲的だが、ある中堅企業トップには、採用できるうちに人材確保だけはしておきたいとの意向もあり、景気上向きに直結した状況ではない。
			新聞社 [求人広告]（担当者）	・大企業の収益性は高まるが、地方企業への波及効果はほとんど見られない。また個人所得が伸びないなか、消費にもあまり期待できない。ただ景気は悪くはないので、今後の経済政策によっては好転する可能性はある。
			職業安定所（所長）	・医療福祉や建設業では人手不足状況が続いており、求人意欲が極めて高いが、緩やかな景気回復を背景に製造業や運輸業でも求人意欲が高まっている。
		職業安定所（雇用開発担当）	・求人数は高止まりとなっており、各企業の採用意欲も衰えていないことから、この状況が継続する。	
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・10月の労働者派遣法の改正やマイナンバー制度等の影響がどう表われるかが不明である。		

	学校 [短期大学] (学生支援担当)	・求人数が減ってきている。
	学校 [大学] (就職担当)	・雇用状況が今後2～3か月で急激に変化することはない。
やや悪くなる	職業安定所 (産業雇用情報担当)	・雇用調整助成金の計画書が2社から提出されたり、倒産による解雇も出てきており、先行きに不安がある。
悪くなる	-	-