

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	競艇場（職員）	・2月にはG1レース、3月には企画レースの開催が予定されており、売上増が見込める。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・街路や町並みが改修されることから人通りが多くなる。	
(中国)		スーパー（店長）	・近隣の食品スーパーが一店舗を閉店する予定である。	
		コンビニ（エリア担当）	・客単価の上昇傾向は今後も続く見込みなので、来客数が維持できるか増加傾向に転ずれば、売上もやや伸長傾向が続く。	
		衣料品専門店（経営者）	・ボーナスが増額したとの客の声が聞かれる。	
		衣料品専門店（店長）	・就職活動解禁日が2か月前倒しになったことと、フレッシュマン商戦にも入ることから景気は良くなる。	
		家電量販店（店長）	・年末にかけ来客数が回復している。	
		乗用車販売店（統括）	・1～3月は増販月であり、年末の動きから見れば増販が期待できる。	
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入に加え、1～3月に年間最大の増販期を迎える。	
		乗用車販売店（店長）	・新型車効果もあってサービス利用客を中心に客の動きが良くなる。	
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車も商品ラインナップに追加して年度末を迎えるため、商談数、来客数とも増加が見込める。	
		一般レストラン（店長）	・予約は依然として順調に増えており、インバウンド客も同様に伸びていることから今後もこの状況が続く。	
		タクシー運転手	・昼は病院通いの高齢者の利用客が多いが、そうした客層は減少しないので、値上げした分だけ売上は伸びる。	
		通信会社（企画担当）	・通信業界でも電力自由化への余波が出てきており、今年度末から次年度へ活発な事業者リリースが予想される。そのなかで通信サービスとエネルギーを合わせたセットメニューへの関心度があらためて高まる。	
		通信会社（総務担当）	・加入見込みのあるマンションしゅん工を控えている。	
		通信会社（工事担当）	・客の景気が良くなっていく。	
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率引上げに向けて駆け込み需要が予想される平成28年9月までは良くなる状況が続く。	
		住宅販売会社（営業担当）	・年度末の工事量は増える傾向にあるので、景気はやや良くなる。	
		住宅販売会社（営業担当）	・年明け以降消費税率引上げを視野に入れ、住宅購入を本気で検討する客が徐々にではあるが増えてくる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・客の買い控えがあり、来客数、客単価ともに上向く要素がなかなか見当たらないので、景気が良くなる気配がない状態である。
			商店街（代表者）	・値上げ商品が出てくるし、天候も悪いとの予報なので期待できない。
		商店街（代表者）	・株価や政府の経済政策の打出し方、インバウンド客の来街状況などが思わしくないため、今月同様に多少足踏み状態の景気となる。	
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・日常生活が安定する保証がない限り景気改善は程遠い。	
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・明るい材料がないので景気は少しずつ落ち込んでいく状況が続く。	
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・会社設立などに伴う前向きな注文が少ないので、景気が上向いているとは言えない。	
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・現状のまま推移する。	
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・経済環境が変わらず域内では賃金も上昇する様子がないため、依然厳しい状況が続く。	
		百貨店（経理担当）	・年明けの福袋、クリアランス、1月後半入荷の春物の売上に期待するものの、今の状況がまだ続きそうである。	
		百貨店（営業担当）	・今月だけの売上を見ると若干持ち直してきているが、大型ショッピングモールがオープンしたときの売上と現在とを比べると、回復して当然と言える。しかしキャンペーン等に対する客の反応に手応えが感じられるので、今後に向けて少しは期待が持てる。	
		百貨店（営業担当）	・地方の店ではインバウンド客は望めないうえに、施策を数多く実施してもヤングゾーンと違ってミセスゾーンでは売上が伸びず、前年をクリアすることだけを望む状況である。	
		百貨店（営業担当）	・昨年の近隣大型商業施設オープンから1年が過ぎて、来客数も伸びてきているので売上回復に期待が持てるが、それ以外の大きな景気回復要素が欲しい状況である。	
		百貨店（営業担当）	・良くなる見通しが無い。	

百貨店（販売促進担当）	・福袋、冬セール、バレンタイン、春物と大型商戦が続いてくるが、大手アパレルも商況厳しく、福袋や冬セールは例年以上に商品手配が難しくなっている。また客も値段を下げればまとめて購入するような、従来見られた購買姿勢は期待できないため、消費が回復する状況はまだ見込めない。
百貨店（購買担当）	・コートやジャケットといった冬物が動かず、早めにクリアランスセールを実施しているが、厳しい状況が続く。年が明けて2～3か月経っても、客は必要な物しか購入しないという姿勢に変わりはなく、財布のひもは固いままである。
百貨店（売場担当）	・当面景気動向に変化はない。
スーパー（店長）	・景気を判断する材料がない。
スーパー（店長）	・今年4月から来客数と客単価が前年の101～102%で推移しており、しばらくは現状が続く。
スーパー（店長）	・気温が下がれば冬物商品の動きが出てきて、景気は回復する。
スーパー（店長）	・良くなる要因も悪くなる要因も直近では見当たらない。
スーパー（店長）	・客の購入動向が改善せず、必要な物しか購入しない状況が続く。
スーパー（総務担当）	・単価の落ち込みはないが思ったほど伸びておらず、このまま安定的に推移する。
スーパー（管理担当）	・買い控えや気候の影響で年末年始の数字が今一つつかめないこともあり、この状況からは今後も大きく上昇することはなく、現状維持で推移する。
スーパー（販売担当）	・景気が良くなる要素がない。
スーパー（営業システム担当）	・現状は売上が昨年をやや上回っているが、来年以降競合店の出店が本格的になるため、売上増加は厳しい見込みである。
コンビニ（エリア担当）	・帰省していた工事関係者の客が正月休み明けから戻ってくるが、売上は前年の104～105%程度で推移する。
コンビニ（エリア担当）	・年末年始商戦が終わり、客は買い控えの姿勢になる。
コンビニ（副地域ブロック長）	・コンビニ市場では景気が現状を下回る要素が見当たらない。
コンビニ（支店長）	・昨年よりも良い状況が続いており、その状況が維持できる。
家電量販店（企画担当）	・話題になるような新製品の発売もなく現状維持が続く。
乗用車販売店（営業担当）	・新しい商品が出ないので変わらない。
自動車備品販売店（経営者）	・相変わらず景気が良くなる要因は何もなく、国の施策も底辺の中小小売店には関係がない当て外れなものばかりなので期待できない。今もデフレのど真ん中である。
住関連専門店（営業担当）	・図面を持参して相談するほどの新築希望客が減少している。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・売上が増加する要素がない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・昨年の大型ショッピングモールオープンの影響が和らぎ直近では良くなっているが、それ以上の期待はできない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・施設の販売促進策の打ち出しも昨年並みであり、周辺環境の変化もない。地域マネーの導入は図っているが、購入動機にはあまりなっていない。
高級レストラン（宴会サービス担当）	・年末はかなり利用状況が良かったが、年が明けての予約数は前年と変わらない。
一般レストラン（経営者）	・正月が過ぎても今の景気がこのまま続けば良いが、やはり正月が過ぎれば元に戻るのではないかと懸念がある。
スナック（経営者）	・ここ何年も景気が上向いてきていない。消費税率の引上げによりむしろ苦しくなってくる。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・高速道路の交通量がさほど変わらない。
観光型ホテル（宿泊担当）	・客があちこちのサイトや旅行会社の商品を比べて一番安いところに決めている。商品によって付加価値が違って関係なく、少しでも安い商品に流れる傾向が見受けられる。
都市型ホテル（スタッフ）	・今が良い時期かも知れないが、今後まだ様子を見てみないと判断できない。
都市型ホテル（企画担当）	・暖冬の影響もあり個人消費の伸び悩みが懸念されるが、一方でガソリン価格の低下や賞与の伸びがあるとともに、この先インバウンド客も増加する時期でもあることから、景気回復は期待できる。

都市型ホテル（企画担当）	・まわりの環境にもあまり変化がなく、今後2～3か月先も今の状態が続く。
旅行代理店（経営者）	・今後良くなる要因もないが、地方では大企業の不正など首都圏に見られる悪い状況もない。
タクシー運転手	・客の気持ちを上向かせる妙案は短期間では出てこない。
タクシー運転手	・今年の12月は乗車率が悪いので、今後はもっと悪くなる。
タクシー運転手	・景気が好転する材料がなく、タクシー利用は大きなイベントの開催などがなければ変動がない。利用者は高齢者が多く、利用回数が多くても単価には反映されない。企業は一度締めた経費はなかなか緩めないの厳しさは変わらない。
通信会社（社員）	・新たなサービス加入がない。
通信会社（総務担当）	・年末時期にもかかわらず、客に購買意欲が感じられないため、今後も景気の高場は見込めない。
通信会社（営業担当）	・景気の浮沈を決める要因が今のところ見当たらない。
テーマパーク（管理担当）	・地方での消費が伸びていない。
ゴルフ場（営業担当）	・予約状況が変わらない。
美容室（経営者）	・客の収入に変化は見込めないの、現状を打破することはない。
設計事務所（経営者）	・冬季を迎え来客数の増加がしばらく見込めず、同業他社も同様の状況にあるため、景気は回復しない。
設計事務所（経営者）	・地方には若者がおらず高齢者ばかりであるため、高齢者を対象とした福祉ビジネスしかない。女性の力の活用は結局介護を女性に頼ることにしかかっていない。生産性のある仕事づくりをしなければ活性化もなく、後ろ向きの施策しか出ない現状では未来を見通すことができない。
設計事務所（経営者）	・年度末に入るの行政からの発注があまり見込めない。また民間工事の動きも鈍く市場に元気がない。
設計事務所（経営者）	・建築を取り巻く環境に大きな変化は見当たらない。
やや悪くなる	
商店街（理事）	・生活防衛本能で客は出費を抑えており現状が続く。
商店街（代表者）	・客の購買行動は非常に慎重で、付加価値が高く、長く着られる商品を選ぶ傾向に変化はない。
商店街（代表者）	・地方では収入が増加していないが、円安の影響で物価がジワリと上昇しているの、客の買い控え姿勢は継続する。
百貨店（売場担当）	・11月以降暖冬による店頭販売不振のため、取引先からの納品が激減している。検品所、運送トラックまで仕事が循環していない状況で、これからも暖冬傾向が続くと予測されるなかで、しばらくは値引きしながら在庫を減らすだけの状況となる。
百貨店（営業推進担当）	・出店場所にデメリットもあり、来客数の前年割れが続いているが、それを改善できる方策が見当たらない状態である。
スーパー（業務開発担当）	・暖冬により温かい食材は売れず、競合他社との競争は一層激しくなって、今以上に厳しい状況になりそうである。
スーパー（販売担当）	・年末年始のような動機付けがあれば客は動き消費も増えるが、そのための有効な施策を見出だせておらず、一品当たりの客単価が低下してきている現状からすると、景気の先行きには厳しいものがある。
スーパー（財務担当）	・2017年4月からの消費税率引上げの報道が多いため、消費者が価格に敏感になり節約するため、買上点数が減少する。
スーパー（販売担当）	・来年春に大型ショッピングモールが開店する予定なので、開店までの間は客の買い控えが懸念される。
家電量販店（店長）	・サバイバル時代になり、当たり前前のを当たり前にしたのでは生き残れない状況になりつつある。
家電量販店（販売担当）	・決算時期までは落ち込みがある。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・年末の様子から冬場は厳しい状況になる。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方創生が始まって数年過ぎたが、当市ではどのような活性化になっているか見えない。全国の共通点は地方から人口が減っていることで、それを克服する国の方針がなければ、地方は良くならない。
一般レストラン（経営者）	・小企業の賞与や昇給は皆無に等しいとも聞かれ、正月気分の抜ける時期から、新入学のシーズンまでの落ち込みが懸念される。
一般レストラン（外食事業担当）	・前年から今年にかけて大手の外食チェーンが出店しており、競争が激化して客の取り合いになっている。今後は売上の低下や来客数の減少が心配される。
都市型ホテル（総支配人）	・例年2月はオフ期となり年間でも一番落ち込む時期である。また3月は卒業旅行をはじめ伸びる時期ではあるが、北海道新幹線が開業することもあり苦戦が予想される。

		旅行代理店（営業担当）	・ 上向きになる要素が見当たらない。
		通信会社（広報担当）	・ 来客数が伸びないため、あまりこれからの販売増も見込めない。
		テーマパーク（業務担当）	・ 雪の季節になり来園者が少なくなってくることや、年度末に向けて行楽地等への人の動きも悪くなる。
		美容室（経営者）	・ 12月を過ぎれば来客数、売上ともに悪くなる。
		美容室（経営者）	・ 毎年年末だから何かするという意識が低くなっており、財布のひもも固くなっている。
	悪くなる	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・ 物価の上昇に賃金上昇が追い付かない。年金生活者には今後とも苦しい状況である。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・ 松葉ガニが不漁だった割に歳暮商戦は例年並みだったが、年明けは明るい材料がない。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・ 受注量が増える予定であるため景気は上向く。
		不動産業（総務担当）	・ 賃貸物件の需要時期に入るため、来客数や成約件数がかなり増加する。
(中国)	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・ 今年は時化がなく漁に出られるので、アジとサバの巻き網漁が好調である。このままの状況が続きブリが網に入ることを期待したい。
		繊維工業（経営管理担当）	・ 当社が扱う学生服の価格改定が業界一律で予定されており、改定前価格での問屋からの発注量の増加が見込まれるため、関係業界全体の景気が若干前倒しで上向きに推移する。
		輸送業（支店長）	・ 取引のなかった客からの引き合いが増え、燃料価格の低下もあって景気は上向く。
		コピーサービス業（管理担当）	・ 年度末に駆け込み特需が期待できる。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・ 環太平洋戦略的経済連携協定の影響が当社製品に直接影響することはないが、現状が続くことを切望する状況である。
		木材木製品製造業（経理担当）	・ 国内経済や為替相場に比較的安定感がある。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・ 大口案件の生産が継続し多忙な状況が続く計画の下にあり、人手不足が予想される。
		鉄鋼業（総務担当）	・ 輸入鋼材の安値流入は当面継続する見込みであり、仕事量が確保できても採算が取れない状況が続く。
		鉄鋼業（総務担当）	・ 今が底との見方も出てきており、自動車関連の回復を期待できるのが春以降の見込みである。
		金属製品製造業（総務担当）	・ 今後3か月は好転する材料がなく、低調に推移する見込みである。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・ 受注量や販売量の動きに変化がない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・ 金融機関からは設備投資に対して積極的であるものの、先が見通せない不透明感があり、今後借入金を利益償還するだけの受注量と単価での利益確保に自信がない。以前の二の舞とならないよう、より一層慎重になる。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・ 新製品効果が一段落するものの、受注内示は横ばいを維持している。
		建設業（総務担当）	・ 現状が大きく変わる要因は見当たらない。
		建設業（総務担当）	・ 不確定要素が多過ぎる。
		輸送業（総務担当）	・ 急激な変化をもたらす要因が見つからない。
		通信業（営業企画担当）	・ 情報通信市場で起爆剤となる新商品が見当たらず、景気回復にむけた商材が不足している。
		通信業（営業担当）	・ 内需拡大が今後も望めず、円安傾向も相変わらずである。
		金融業（融資企画担当）	・ 現状の為替水準であれば自動車輸出は好調を持続し、自動車部品メーカーの高操業と好調な利益確保は継続可能である。
		金融業（貸付担当）	・ 中国経済の減速などの影響もあり、景気回復への材料がそろっていない。円安の影響から取引先の原料事情は厳しい状況が継続しており、販売価格を値上げしたいが値上げによる販売数量の減少を勘案すれば踏み切れない企業が多い。今が踏ん張りどころとする社長も多く、景気は踊り場である状況がしばらく続く。
	やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・ 今後更に買い控えが進みそうである。
		化学工業（経営者）	・ 特に中国景気の低迷感が変わらず続き、輸出の増加が見込めない。
		化学工業（総務担当）	・ 少子高齢化対策や福利厚生充実など景気改善には直接結び付きにくい課題も多く、その解決も必要だが、更なる景気改善に注力しなければ、国内の企業は疲弊して行くだけと思われる。

		非鉄金属製造業（業務担当） 輸送用機械器具製造業（財務担当） その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当） 輸送業（経理担当） 広告代理店（営業担当） 会計事務所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・これまでは事業領域によって好不調があったが、今後は全領域で低調になってくる。 ・良い話と悪い話のどちらもあるが、少しずつ後ろ向きな話題の方が増えてきている。 ・現状の市況には景気が大幅に上昇する要素が見当たらない。 ・原油価格の先行きが不透明であるが、これまでのような低下も見込めず、荷動きもこれまでと変わる要素がないので、業況としてはやや悪くなる。 ・年末年始の販売促進も終わり、受注量や客の動向からすると状況はやや悪くなる。 ・秋ごろまでは製造業は好調だったが、先月後半以降設備関連業界では受注が一段落し、手空き状態が見受けられるようになってきている。今のところこの状態がしばらくは続く見込みである。
	悪くなる	電気機械器具製造業（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・自動車メーカーの問題で受注数に影響が出始めている。
雇用 関連 (中国)	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（経営企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・改正労働者派遣法による働き方の変化は避けて通れない。人材業界には常用雇用、医療人材確保、女性活躍支援、外国人材活用など雇用拡大に向けて機会創出を進めなければならぬ課題がある。豊富にある地域に根ざした活動機会を通じて、地域の雇用ニーズを先進的に汲み取る必要がある。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・近年では輸出に力を入れている自動車メーカーなどが最も高い収益を上げている。業種によるところも大きい。取引先のメーカーはいずれも昨年より業績が上向いている。中途採用市場、人材紹介事業も近年は非常に売手市場で即戦力を採用したがる企業が多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	<ul style="list-style-type: none"> ・自動車販売店や住宅メーカー一時期のマイナス成長から脱した感がある。当社主催の就活企画でも昨年来を大きく上回る参加者が集まっている。
		民間職業紹介機関（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・米国ゼロ金利の解除、県内輸出企業の堅調な業績推移等、景気を持続させるプラス材料があり、際立った後退要因も特には見当たらない。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当） 学校〔短期大学〕（学生支援担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・大型ショッピングモールの土日の来客数が増えており、周辺の空き店舗への出店も動き始めている。 ・雇用ニーズが増えているため状況が上向く。
		変わらない	人材派遣会社（支社長） 人材派遣会社（支店長） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 職業安定所（所長） 職業安定所（雇用開発担当） 職業安定所（産業雇用情報担当） 学校〔大学〕（就職担当）
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員） 職業安定所（産業雇用情報担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・マイナパーへの対応や中国経済の鈍化などマイナスの要因が多いため、採用を控える企業が増える。 ・新たに雇用調整助成金の計画書を提出した事業所があり、先行きに不安がある。
	悪くなる	-	-