

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)		一般小売店〔靴〕（経営者）	・オーダースューズのみで営業を絞ったので商品単価が上が り、店舗移転したことによって商店街に関する諸経費が削減 できて売上が伸びる。
		一般小売店〔紙類〕 （経営者）	・観光客の動きが活発になるので来客数は増える。
		一般小売店〔印章〕 （経営者）	・新会社設立による印鑑注文が多いことから、前向きな動き 期待できる。
		コンビニ（エリア担 当）	・年末年始に向けた商戦で来客数増が見込める。
		衣料品専門店（店長）	・気温の低下とともにニット類などの単価が高い商品が動く ので景気は良くなる。
		家電量販店（店長）	・来客数と売上が伸びる。
		家電量販店（販売担 当）	・年末商戦に期待できる。
		乗用車販売店（業務担 当）	・新商品の投入が続くので、販売量増に期待できる。
		乗用車販売店（統括）	・11月からは新型車発売による販売量増が見込まれる。
		乗用車販売店（総務担 当）	・新型車の商談と受注は共に好調で、納期長期化のマイナス 要因があるにしても販売拡大に期待が持てる。
		自動車備品販売店（経 営者）	・各企業とも年末商戦で冬季商材の動きが見込まれるため、 景気は今月より良くなるが、前年同月比では悪くなる。
		その他小売〔ショッピ ングセンター〕（所 長）	・9月下旬の大型スーパーの出店が全体の来客数増加につな がる。
		一般レストラン（店 長）	・年末に向けての予約がすでに入り始めており、前年と比べ て予約組数も順調に伸びている。好調であるインバウンドも 引き続き期待が持てる。
		都市型ホテル（スタッ フ）	・忘年会や新年会の季節になっても、地元プロ野球チームの リーグ優勝で上がった現在の消費マインドが続く。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から景気は良くなる。
		通信会社（総務担当）	・季節変動による消費拡大に加え、観光客による消費増加に 期待が持てる。
		テーマパーク（業務担 当）	・冬の大型イベントや年末年始の休暇等で来客数が期待でき る。
		競艇場（職員）	・12月はG3競争の開催があり、場外発売でSG競争もある ので売上が確保できる。
		住宅販売会社（営業所 長）	・当社で良い場所に土地を購入できているので、今後の活用 が図れる。
		商店街（代表者）	・消費者の財布のひもは以前にも増して固くなっており、景 気が良くなる見込みがない。
	商店街（理事）	・景気が良くなる材料はない。鳥取県中部地震などの不安材 料があるため、客には生活防衛本能が働くが、不安を押しよ くするだけの好材料がない。	
	商店街（代表者）	・食料品が値上がりし、消費者は日々の生活に追われて買い まわり品まで手が回らない状況が続く。	
	一般小売店〔眼鏡〕 （経営者）	・鳥取県中部地震の復旧に時間がかかり、風評被害による観 光客数の落ち込みがある。	
	一般小売店〔食品〕 （経営者）	・最低賃金の引上げがあるものの所得の増加は望めず、依然 として客は生活防衛に当たる。	
	百貨店（経理担当）	・不振が続く部門が多いため、売上が急速回復することはな く、現状がまだ続きそうである。	
	百貨店（営業担当）	・販売量を増やす企画を行っても厳しい状況で、客はカード 優待日など、割引になるタイミングで購入する。固定客はつ かめているが、新規客はつかめず厳しい状況が続く。	
	百貨店（営業担当）	・今後はまた気温が高めに推移するという予報が出ており、 クリスマスや年末商戦に大きく影響を及ぼす。また客の買物 の仕方が厳しくなっており、必要な時に必要な物を買う節約 志向が強くなってくる。	
	百貨店（売場担当）	・手袋や帽子といった防寒アイテムの動きが前年より良く、 このまま寒くなれば前年より動く。	
	百貨店（購買担当）	・食料品や生活雑貨などの日常に必要な商品の価格が下がら なければ、衣料品やアクセサリに客の購買意欲が向くのは 難しい。客は鳥取県中部地震の影響で旅行を敬遠する代わり に物産展に足を運び、来客数と売上はかなり良いが、ぜいた く品に対する購買姿勢が厳しい状況は続く。	
	百貨店（人事担当）	・野菜価格の高騰などで客の消費マインドは低くなっている が、大きくプラスにもマイナスにも働かない。	

スーパー（店長）	・客単価の上昇がずっと続いており、今後も同様に推移する。
スーパー（店長）	・景気を左右する要因がない。
スーパー（店長）	・様々な環境に関して良くも悪くも何の変化も起こらない。
スーパー（店長）	・野菜の価格によって左右されるが、景気は現状のまま推移する。
スーパー（総務担当）	・主な取扱商品である生鮮商品の高値等で客の買い控えが続く。
スーパー（業務開発担当）	・10月は天候不順の影響で青果物の価格が高騰し、魚の不漁で品薄状態など良い材料がない上、客の節約志向の定着で販売量は苦戦し、年末までこの状況は続く。
スーパー（営業システム担当）	・野菜価格の高騰が続いており、今冬は雪が多い見込みであることから、客が外出を控えて来客数が伸び悩む恐れがある。
スーパー（販売担当）	・鳥取県中部地震の影響でイベントなどが自粛され、販売量、来客数、売上が共に減少する。
スーパー（販売担当）	・今後気温が低下すれば飲料の販売量は減少するが、鍋物材料の販売量が伸びるので売上に変化はない。
コンビニ（エリア担当）	・今後は気温低下が進み来客数が減少するが、HOT商材や中食商品等の販売により売上は現状が続く。
コンビニ（副地域ブロック長）	・スポーツのシーズンが終わり、客単価は現況が最大値となるが、観光客が増加しているため悪くなることもない。
コンビニ（支店長）	・現状客単価は回復傾向であるが、更に伸びるまでにはならない。
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
家電量販店（店長）	・景気が好転する材料が何もない。
家電量販店（店長）	・販売量の大きな改善は期待できないため、消費者の不安な気持ちを解消する策を見いだすことが急務である。
乗用車販売店（店長）	・年明けに新型車が発表されるので来客数増が期待できるが、年内は特に変化がない。
乗用車販売店（営業担当）	・決算後の10月なので客の足が遠のいている。鳥取県中部地震で客は不安感から購買意欲が落ちており、今後もしばらくはこの状態が続く。
乗用車販売店（営業担当）	・特に何か販売施策があるわけではないので、これから年末に向けて考えていく必要がある。
その他専門店 [時計]（経営者）	・地方では所得がなかなか増加しないので、消費も増加せず景気が上向くのは難しい。
その他専門店 [和菓子]（経営者）	・販売量は今以上には増加しない。
その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	・景気が好転する要素がない。
高級レストラン（宴会サービス担当）	・忘年会の予約は前年より好調であるが、それ以外は前年と同じくらいの状況である。
一般レストラン（経営者）	・地元プロ野球チームがリーグ優勝したことによる好景気は徐々に収まるが、年末にかけて景気は上向くので、現状と変わらない。
一般レストラン（外食事業担当）	・大手の食べ放題の店が新規開店し、周辺には前年より5店舗増えている。値上げをしたため来客数の減少が予測されるが、単価を5%ほど上げたので、前年の95%の来客数があれば売上は前年をクリアし、現状を維持できる。
スナック（経営者）	・ここ何年も景気が上向いていないので、大きな景気対策がない限り何も変わらない。
観光型ホテル（営業担当）	・九州ふっこう割などの経済施策で客の目が九州に向いており、当地への観光客数が伸び悩む。
都市型ホテル（企画担当）	・年末年始のイベントに伴う集客はある程度見込めるが、天候の影響などで食材価格が高騰しており、客単価を上げるには厳しい状況が予想される。
都市型ホテル（総支配人）	・鳥取県中部地震が来客数に今後どの程度影響するかが不透明である。
旅行代理店（経営者）	・景気回復になる施策が一向に見受けられない。
旅行代理店（営業担当）	・国の施策として個人消費を促すものは期待できない。
タクシー運転手	・夜の乗車率が下がっており、今後も期待できない。
タクシー運転手	・天候での利用増減はあるものの企業の利用が増えない。
通信会社（社員）	・販売量の推移に変化がない。
通信会社（営業担当）	・プラス方向にもマイナス方向にも評価できることがらや要因が特にならない。
テーマパーク（営業担当）	・11月よりイルミネーションを開催するが、鳥取県中部地震の影響により観光客の動きが悪くなるのが予想される。

テーマパーク（管理担当）	・地方の消費が鈍化する。
ゴルフ場（営業担当）	・3か月先は客の動きが1年間で一番少ない冬に入るため、例年並みとなる。
美容室（経営者）	・景気が良くなって客の給与が増えない限り、現状のまま推移し急変することはない。
設計事務所（経営者）	・依頼件数は堅調に推移するが、大きく伸びることはない。
設計事務所（経営者）	・地方の崩壊が進行中である。
設計事務所（経営者）	・建築費は高止まりの状況で変化しそうにない。景気の先行きが不透明な中、住宅着工への優遇制度なども見込めないで、現状より良くなる要素が見当たらない。
住宅販売会社（従業員）	・年末年始に向けて景気刺激となる政策が見当たらない。
住宅販売会社（営業担当）	・金融緩和策などが落ち着きを見せ始め、政府の今後の動向を客が静観する。
住宅販売会社（営業担当）	・年末の販売量は下がる傾向にある。
商店街（代表者）	・年末に向かって需要が増える時期になるが、鳥取県中部地震の風評被害が心配である。年明け選挙の噂も景気に影響すると懸念している。
商店街（代表者）	・地元プロ野球チームのリーグ優勝による経済効果が終わり、インバウンドの影響もなく厳しい状況になる。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・海外輸出の主要相手国の国王が亡くなり、行政が1年間の喪に服することを決めたため、しばらくは経済が停滞する。
百貨店（販売促進担当）	・鳥取県中部地震のマイナス影響が継続する。観光客数の減少が影響し客は不要不急の商品の購買にはより慎重になるとともに、お歳暮やおせちなどの季節商材の動きも心配材料となる。
百貨店（営業推進担当）	・これといった回復要因は見当たらず、これから年末商戦に向かっていく中でも現状が続く。
百貨店（売場担当）	・比較的好調であった物産催事も厳しい予測であり、この閉塞感はしばらく続く。地方百貨店全体が大きな曲がり角に来ている。
スーパー（店長）	・現在は野菜価格の高騰で売上が確保できているが、これから60～90日後の年末年始での販売に向けて種がまかれた農作物が順調に成育し、大量に出荷され始めると、野菜の売上低下が予想される。
スーパー（店長）	・地域の企業業績は低下傾向で、客の生活防衛意識はますます高くなる。
スーパー（管理担当）	・ディスカウントストアやコンビニが増え続ける中、来客数の増加には期待できず、売上上昇にもつながらず、販売単価も低下して利益確保が容易でなくなる。
スーパー（財務担当）	・年末を控えて消費者の収入が増加しないので、節約志向により1品単価及び買上点数が減少する。
スーパー（販売担当）	・インターネットの普及やコンビニの増加等、客が商品を購入する際の選択肢がどんどん増えており、従来型の店舗を構えて商売している我々にとっては今後ますます厳しい状況が予測される。特に若い世代はインターネットやコンビニを利用する傾向が強く、来客数の減少に歯止めが効かない。
コンビニ（エリア担当）	・前年の12～1月は天候に恵まれ来客数が非常に伸びたが、この1～2か月の様子から、天候が良くならなければ前年の100%か、あるいは前年割れが危惧される。工事関係の客が減少しているので今後の売上も厳しくなる。
衣料品専門店（経営者）	・消費者の購買力が低下していく。
家電量販店（企画担当）	・来客数が微減傾向にあり販売量も減少している。また高単価商品の動きも悪いので、販売量はやや減少する。
自動車備品販売店（経営者）	・世の中に不景気風が吹き始め、大手メーカー主導のデフレが始まった感が強い。
住関連専門店（営業担当）	・今月の売上が良かったので、来月以降はその反動で悪化し景気も悪くなる。
その他専門店〔海産物〕（経営者）	・カニのシーズンになるので、年末に向け来客数は増加を予想していたが、鳥取県中部地震の風評被害がマイナス要因になる。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・東京を中心に人口が多い地域に富が集中している。本気で頑張っている地域は生き残れるが、行政のリーダーがいない街はどうにもならない。
一般レストラン（経営者）	・鳥取県中部地震の影響が観光地を中心に出てくるとともに、客にも気分的な影響が大きく出てくる。

	その他飲食 [サービスエリア内レストラン] (店長)	・冬になり交通量や利用客数が減少してくる。
	観光型ホテル (宿泊担当)	・消費者給与のベースアップや賞与は全くないと見込まれる。
	都市型ホテル (企画担当)	・宿泊客の予約状況はやや下降気味となっている。また天候不順等により食材原価の高騰で先行きが不安定である。
	タクシー運転手	・昨材料金を値上げしており、これによって繁忙期に入る今後は会社の売上は伸びる。その一方で会社が受け取る割合が増えたことにより、ドライバーには厳しい状況となる。
	タクシー運転手	・鳥取県中部地震の影響でイベントが中止されるなど、自粛ムードが続いて景気は悪くなる。
	通信会社 (広報担当)	・客は常に品質の良いもの、新しい機能等に興味があるわけではなく、安さによって販売数が動くので、景気は良くならない。
	通信会社 (企画担当)	・現時点の主力サービスでインパクトのある新商品やサービスのリリースが期待できないため、前期と比べて売上増への期待が少し薄まっている。
	通信会社 (総務担当)	・例年を越えたと新規加入獲得件数が落ち込む。
	美容室 (経営者)	・客の消費傾向に無駄がなくなってきたので、販売量や客単価が上がりにくくなっている。最低賃金の上昇幅も大きいので経営的には厳しい時代が続く。
	美容室 (経営者)	・近隣に激安店が進出して客が流れているため、商店街への来街者が減少し、値下げ合戦が続く。
	設計事務所 (経営者)	・地域の工事着工数が増えず、今後の見通しもはっきりしたものがない。
	x 商店街 (代表者)	・暖かい10月のせいで秋物商品がほとんど売れない。客が生活防衛から、より良い商品をより安く必要な時に購入する傾向は続く。
企業 動向 関連 (中国)	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・新車が立ち上がる予定であるため忙しくなる。
	木材木製品製造業 (経理担当)	・季節要因として住宅業界ではこれから2～3か月が年間を通じて一番売上が伸びる時期なので、現状の様子では将来の景気はやや良くなる。
	非鉄金属製造業 (業務担当)	・新型投入効果でハイブリッド車の販売台数が好調を維持している。1～8月の電気自動車、プラグインハイブリッド車の世界販売台数は前年比101%と成長が続いている。大型パネルの出荷量は全月比9.8%増と好調に加え、価格も上昇傾向を見せている。ただスマートフォンの出荷見通しは増加であるが、パソコン市場規模は縮小する。
	電気機械器具製造業 (総務担当)	・進級、進学シーズンに向けて取引先の発注が増加する見込みである。
	輸送業 (支店長)	・現在日本シリーズが行われているので勝敗にかかわらず関連する荷動きは続く。また通信販売関係の荷物の発送個数はしばらく伸び続ける。
	輸送業 (経理担当)	・倉庫関連貨物について引き合いが来ており、受注できれば関連貨物の荷動きも出てくる可能性もあるためやや良くなる。
	通信業 (営業企画担当)	・これまでの情報通信系サービスから新たにセキュリティ、事業継続計画、職場改善等への対策に関するソリューションニーズが出てきており、来年度に向けて売上につながる商談が見込まれる。
	金融業 (貸付担当)	・日銀のマイナス金利政策の影響からか、住宅ローン等の借換案件が増加している。低金利の恩恵を受けた住宅ローン債務者の個人消費が増加し、景気は良くなっていく。取引先は年末需要に向けて引き合が多くなっており、総じて2～3か月先の身のまわりの景気はやや良くなる。
	広告代理店 (営業担当)	・年末年始の販売促進が活発になるシーズンに入り、受注量は上向きに進行する。
	農林水産業 (従業者)	・競り値が上昇しており、イカ釣り漁以外の魚種の9月の水揚げ量も前年より10%伸びている。
	食料品製造業 (総務担当)	・製品に関して社内での販売分析を行っているが、製品の出荷数量が制限され、売上と利益が下がる。
	化学工業 (総務担当)	・第二四半期決算では増益となったが、原燃料の価格が下がったことによるものが大きい。売上が伸びない中、原燃料の価格次第で利益が変動する事業環境となっている。このような環境が続く限り景気は良くならない。
	鉄鋼業 (総務担当)	・為替動向が先行き不透明である。高価格帯の製品の伸びが今一つであり、需要が完全には回復しない。
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はない。	

	電気機械器具製造業 (総務担当)	・アベノミクスの恩恵が地方に及んでいない。客の節約志向が一段と高まり、将来への不安を払しょくできず、賃上げや雇用増まで進まず、目先の利益確保がやっとの状況が続く。	
	その他製造業 [スポーツ用品] (総務担当)	・現在は国際情勢が低成長ながら安定しており、国内もまた低成長下で安定している。	
	建設業 (総務担当)	・まだまだ不確定要素が多すぎる。	
	建設業 (総務担当)	・予定物件が受注できれば、1年先まで同じ状況が継続する。	
	通信業 (営業担当)	・中国の景気低迷、円高、景気対策、マイナス金利などプラスに転じる要因が少ないことから、当面は消費、投資も現状を維持する。	
	金融業 (融資企画担当)	・円高の進展もやや落ち着いており、この為替水準であれば自動車輸出に大きな影響はない。また自動車部品メーカーの操業は高水準を維持する。	
	不動産業 (総務担当)	・賃貸物件の需要時期ではない。	
	会計事務所 (職員)	・製造業の業績が今一つ伸び悩んでいる。単価や数量で思うような数字が確保できておらず、この傾向は続く。建設業や製造業に活気が出てこない景気の上昇は期待できない。	
	化学工業 (経営者)	・中国に景気後退感がありアジア発展途上国の景気にも陰りが見え、景気回復の兆しに対して見えない不透明感が続く。	
	窯業・土石製品製造業 (総務経理担当)	・大口受注の生産が完了し、鉄鋼向け受注も低迷した状態が続くため、時間外労働も減少する見込みである。	
	鉄鋼業 (総務担当)	・原料炭コストが大幅に上昇したことにより、価格転嫁の可否によっては収益悪化のリスクがある。	
	金属製品製造業 (総務担当)	・得意先が受注計画を下方修正したことで当社の受注が減少すると想定される。2～3か月先で影響はないものの、ものづくり補助金や省エネ補助金等を活用しなければ投資意欲は上向かない。	
	輸送用機械器具製造業 (財務担当)	・短期的に改善する材料がなく、当面景況感の悪化は続く。	
	輸送業 (総務担当)	・鳥取県中部地震の影響で各事業で操業規模が縮小され、景気の悪化が懸念される。	
	×	食料品製造業 (総務担当)	・景気状況からして良くなる要因がない。
雇用 関連 (中国)	-	-	
	人材派遣会社 (経営企画担当)	・少しでも求職者の就業機会を増やすため、求人内容、魅力ポイントなどを詳細かつ明確に広告誌面でアピールしていく。	
	職業安定所 (産業雇用情報担当)	・コンビニのリニューアルや新規出店、IT系で当県進出を検討しているところもあり、それに関連した求人も見込まれる。	
	学校 [大学] (就職担当)	・地元プロ野球チームが非常に良い成績を収めていることも手伝って、身近な範囲では明るい雰囲気がある。それ以外にも地元経済界を盛り上げるための県や市の施策が企業と上手くマッチしていきそうな様子が見て取れる。	
	人材派遣会社 (社員)	・求職者に対し求人数が多い傾向は続き、販売職のニーズが増えていく。	
	人材派遣会社 (支店長)	・人口は急激に増えることはないため、工場の自動化に対して積極的な支援を行わなければ、人材の問題は解決せず景気も向上しない。	
	人材派遣会社 (支社長)	・おう盛な受注状況であるが、今後数か月では受注を大きく左右する状況は見えない。	
	求人情報誌製作会社 (広告担当)	・求人難で新卒、中途採用共に企業や業種によっては採用難が続いており、少子化問題もあるため数年間はこの傾向が続く。企業情報で求職者に注目されるのは企業規模や勤務地ではなく、給与福利厚生、仕事内容、事業内容の3つであり、数年前と様子が変わってきている。	
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・当県の有効求人倍率は1.66倍で、全国3番目の高水準となっている。反面、求人業種に偏りがあり、賃金の高騰によって中小企業の収益を圧迫している。また大手自動車メーカーの燃費不正問題に伴う生産中止の状態から操業再開となったものの、県内の部品メーカーでは解雇や雇止めが相次ぎ、先行きは不透明である。	
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・最低賃金の引上げでコストが増加した分を製品価格に転嫁することを検討しつつも、値上げした際の売上減少が怖くて踏み切れないでいる事業者は多く、物価上昇は当たり前という機運が広がらない限りは中小事業者の悩みはまだ続きそうで、意欲的な消費行動が出てこなければ景気上昇は見込めない。	

	職業安定所（雇用開発担当）	・採用に前向きな企業がある反面、販売不振で雇用調整等を行う企業もあり、景気全体が同じ方向にはなくまだら模様を描く。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・管内で企業倒産の話はなく、有効求人倍率は1.3%台で推移しており今後も特に変化はない。
	民間職業紹介機関（職員）	・景気が後退する悪材料もなければ、その反対も見当たらず、このまま現状維持で推移する。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・求職者側の仕事探しが多様化しており、人手が足りない業界が多い。景気の活性化は扶養控除廃止等の政治的な施策の後押しが必要であり、現状では変わらない。
	学校 [短期大学]（学生支援担当）	・景気をもっと良くなることに期待が持ちにくい。
	職業安定所（所長）	・医療福祉など慢性的な人手不足の業種があるが、今回発生した鳥取県中部地震による施設等の損壊や今後の風評被害の影響が懸念される状況もあり、求人数は下降傾向で推移する。
	x	-