

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〔紙類〕 （経営者）	・買い回り客が定着すれば景気は良くなる。
		一般小売店〔眼鏡〕 （経営者）	・年内は米国の好景気の影響で消費動向が回復する。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・高単価の商品が売れている。
		スーパー（販売担当）	・メディアで取り上げられた商品は即時完売や問い合わせが相次いだりするので、客の消費意欲は落ちておらず、天候や流行など何かのきっかけがあれば景気が上向く気配はある。 ・来客数が前年をクリアする状況が継続する。
		コンビニ（エリア担当）	
		コンビニ（副地域ブロック長）	・生活必需品をコンビニで購入する客が増えており、客の潜在ニーズに対応した品ぞろえを続けていくことで景気は上昇していく。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車が出る予定なので客の動きは活発化する。
		乗用車販売店（営業担当）	・ボーナス時期になるため、特に住宅関係の客が動き始める。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車が投入され、客の動きは良くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・今よりは景気が良くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・10月からは冬季商材が動き始めるので、今月より売上は良くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・夏休みが終わる8月末まで来客数は維持できるが、9月以降は地元プロ野球チームの動向に連動した販売促進に成功すれば、来客数は伸びる。
		一般レストラン（経営者）	・今後、民間零細企業のボーナスが出そろう、外食への需要が高まる。
		一般レストラン（店長）	・客単価の上昇はこの先数か月は続き、秋の予約も前年を上回るペースで入っている。
		観光型ホテル（営業担当）	・夏休みや連休で来客数が増加する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏関連のイベントで客は増え、秋口までこの状況は続く。
		旅行代理店（営業担当）	・海外の情勢不安はあるものの、前年と比較すると好転しており、国内旅行も間際受注を含めて先行きは前年よりも良い状況となる。
		タクシー運転手	・大手自動車メーカーの新会長就任や芸術祭でにぎわう隣県島しょ部への観光などで景気はやや良くなる。
		タクシー運転手	・暑さにより乗車率は伸びる。
		通信会社（営業担当）	・地元プロ野球チームの成績に伴った需要の増加が見込めるため、関連商品の個人消費が伸びてくる。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から景気は良くなる。
		テーマパーク（営業担当）	・猛暑の夏が終わり、穏やかな気候の行楽シーズンに入るので、観光客の動きが活発になる。
		テーマパーク（業務担当）	・台風等の天候の心配はあるが、秋の行楽シーズンと合わせてイベントも多く予定しており、来客数の増加が期待できる。
		設計事務所（経営者）	・新年度に入り所得が上昇しているため、無理のない範囲であれば客の消費意欲は高まる。
		住宅販売会社（営業担当）	・夏場を過ぎて外出しやすい季節になれば、客の動きが活発になる。
		住宅販売会社（営業担当）	・物件が出てくる時期になるので客の動きは良くなる。
	商店街（理事）	・天候不順や社会情勢などの影響で生活防衛本能が働き、景気は良くならない。何か刺激的で魅力的なものがあれば景気を左右することにつながる。	
	商店街（代表者）	・客は購入を控え目にしており、イベントを行うと一時的に通行量は増えるが、先行きでも購入にはなかなかつながっていかない。	
	商店街（代表者）	・給料のペースアップがない現状では客の購買意欲は盛り上がりせず、2～3か月先の景気に変化はない。	
	商店街（代表者）	・原材料費が値上がりしても商品価格に転嫁することがすぐにはできない。	
	商店街（代表者）	・客の買い控えが目立っており、譲ってもらった制服の補正注文が増えている。	

一般小売店〔食品〕 （経営者）	・地域商圏の状況はドラッグストア進出の影響が出てくるが、景気そのものは変わらない。
一般小売店〔印章〕 （経営者）	・大手企業からの注文は増え、中小企業からの注文は減少する。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・相変わらず先行き不透明で、独自の道を開拓する努力が必要になる。
百貨店（経理担当）	・景気が良くなる気配がなく、今の状況が続く。
百貨店（営業担当）	・毎年8～9月末は高気温の影響で季節商材の動きが鈍くなり、紳士服を中心とした衣料品の苦戦で厳しい秋物商戦になる。
百貨店（営業担当）	・化粧品や特選品の売上は伸びているが、どのように施策をしても衣料品の売上が前年を上回ることではない。
百貨店（販売促進担当）	・8月中旬までは売上に占めるセール品の割合が大きいが、大手アパレルメーカーは都心部の店へ夏物商材を集中させる動きを強めるため、衣料品については苦戦が続く。
百貨店（外商担当）	・ここ数か月景気好転につながる動きは見当たらず、当面は一進一退で推移する。
百貨店（購買担当）	・秋になっても気温が高い日が続けば秋冬物商材の動きが鈍くなるが、美術品、宝石、時計などの高額商品の需要が高い状況は続く。
百貨店（売場担当）	・客の価格志向が一段と高まり、食品、衣料品共にポイントアップデーなど特売日以外の購買は盛り上がらない。
スーパー（店長）	・景気が変化する材料はない。
スーパー（店長）	・競合店も増えているため、半年ほど続く来客数、販売単価の前年割れの状況が今後も続く。
スーパー（店長）	・景気が上向きになる材料が地域経済に見当たらず、客の消費行動が変わる見込みは薄い。
スーパー（店長）	・秋にならないと販売状況に変化はない。
スーパー（店長）	・株価は上昇傾向であるが、政権支持率の下落などで先行きは不透明で、これらを考慮すると景気の良くなる要素は少ない。
スーパー（総務担当）	・季節的な伸びはあっても、全体での変化は少ない。
スーパー（営業システム担当）	・客の購買への慎重な姿勢と競合店との価格競争から売上増加は見込めない。
スーパー（販売担当）	・気温の上昇で客の外出頻度が減少しており、客の財布のひもは固く、本当に必要なものしか購入しない傾向は続く。
スーパー（管理担当）	・客の買い控えによる販売量の減少は大きいですが、改善の兆しはなく、来客数と販売量の増加は見込めない。
スーパー（業務開発担当）	・飲料関係が好調であるが、豊漁と不漁の差が極端なため生鮮食品の販売量が安定しない。この夏は気温が高いまま推移するとの予報であるため、冷菓と飲料など夏商材に期待できる。
コンビニ（支店長）	・現状どおりで数か月先も景気に変化はない。
衣料品専門店（経営者）	・景気の良くなる様子がない。
衣料品専門店（店長）	・来客数は増えず、客単価も低いまま現状が続く。
家電量販店（店長）	・景気が良くなる材料が何もない。
家電量販店（店長）	・必要などきに必要なものしか購入しない客の傾向は続く。
家電量販店（店長）	・少子高齢化で来客数が減少しているため、今後は客単価を上げる施策を打ち出す。
家電量販店（企画担当）	・景気が今以上に良くなる要素はない。
乗用車販売店（統括）	・新型車効果が薄れ、厳しさが増す。
乗用車販売店（店長）	・客に入店してもらわないと何も始まらないし、良い策も見つからない。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・来客数が大きく増加する要素が見当たらない。
その他専門店〔土産物〕（店長）	・お中元時期にもかかわらず客単価がさほど上昇せず、客の財布のひもは固い。今後も厳しい状況が続く一方、お盆時期の盛り上がりには期待できる。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・東南アジアからのインバウンド需要は増加傾向であるが、客単価が5～10%低下しており、売上低下は続く。
高級レストラン（宴会サービス担当）	・予約状況は前年と同じくらいで、今後の状況は分からない。
一般レストラン（外食事業担当）	・酒税法改正での酒の値上がりや米国産輸入肉のセーフガードの影響による食材の値上がりは懸念材料であるが、天候や気温が前年と同じくらいであれば売上にそれほど影響は出ない。
スナック（経営者）	・経済政策が全くできておらず、景気が上向き気配はない。

	その他飲食 [サービスエリア内レストラン] (店長)	・交通量が減少するので、来客数も減少する。	
	都市型ホテル (企画担当)	・大手企業の不祥事や自然災害などの発生で、危機意識から消費マインドがやや低迷している。行政から有効な消費喚起策が打ち出されることがないので、景気が上向く気配はない。	
	都市型ホテル (総支配人)	・先行予約は前年並みに推移しているが、直近 3 か月の傾向として間際の予約が伸び悩んでおり不透明感が否めない。	
	都市型ホテル (企画担当)	・宿泊とレストランの予約状況に前年と比べて大きな変化はないので、現状が続く。	
	旅行代理店 (経営者)	・今すぐ景気回復とはいかないが、将来的に海外と渡り合える精密機械などが影響を与えてくる。	
	通信会社 (社員)	・販売量の増加が長く続くことはない。	
	通信会社 (企画担当)	・秋口にかけて仮想移動体通信事業者の電話代定額メニューの引き合いが強いままで推移するため、他社の光回線の卸販売メニューも 1 キャリアから 2 キャリアが増えて、加入の間口が広がる点に期待が持てる。	
	通信会社 (総務担当)	・客の設備投資に資する支出は横ばいで推移する。	
	通信会社 (総務担当)	・競合他社との競争で新規契約数が伸び悩んでおり、今後もその傾向が続く。	
	テーマパーク (管理担当)	・地域経済に変化がないので、入館者数と商品販売高に大きな変動はない。	
	ゴルフ場 (営業担当)	・ 8 ~ 9 月になれば来客数は増えるが、例年と比べて変化はあまり期待できない。	
	競艇場 (職員)	・売上は現状のまま推移する。	
	美容室 (経営者)	・地方は人口減少などの課題が多く、働き手の確保も難しくなる。	
	美容室 (経営者)	・客の節約志向は定着しており、この状況に変化はない。	
	美容室 (経営者)	・ 7 月の売上が悪く、今後も売上が伸びる要素はない。	
	設計事務所 (経営者)	・人手不足の影響で予算より全体価格が上昇し、契約ができずに工事が延期となるケースが出ており、見通しとしては芳しくない。	
	設計事務所 (経営者)	・建築業界の環境の変化は特にならない。	
	設計事務所 (経営者)	・現政権の経済政策失策が表に出つつある。	
	住宅販売会社 (従業員)	・景気が良くなりそうな政策や話題が見当たらない。	
	住宅販売会社 (営業所長)	・展示場への来場者数が横ばいの状況が続く。	
	百貨店 (売場担当)	・売上が固定客中心の地方百貨店においては商圈を拡大していかなければ売上拡大は見込めないが、カード会員の新規獲得が前年同月と比べ半分以下となっており、売上は減少する。	
	スーパー (店長)	・鮮魚の動きが悪く、来客数も伸びていかない。	
	スーパー (店長)	・暑さと不安定な天候の影響で買物やレジャーの予定が変更や中止となり、安定的な消費が見込めない。	
	スーパー (財務担当)	・地場企業のボーナスは増えず、所得環境がほとんど改善されていないため節約により個人消費が伸び悩む。	
	コンビニ (エリア担当)	・売上と来客数はかなり厳しい状況が続いており、秋口には競合店が出店するので売上がますます減少する。	
	衣料品専門店 (経営者)	・呉服関係は客の購入頻度が減少しているため、老舗染物店が生産量を減らし、良い商品がどんどんなくなってしまう。	
	家電量販店 (販売担当)	・エアコンの販売量がどこまで続くか不透明であるため決算セール次第である。	
	乗用車販売店 (業務担当)	・新商品投入の効果がそろそろ薄れてくる。	
	乗用車販売店 (総務担当)	・広告宣伝に費用をかけているが、来客数が増加するまでしばらく時間がかかる。	
	住関連専門店 (営業担当)	・景気が上向く要因がない。	
	その他専門店 [布地] (経営者)	・国の方針で地方を活性化しようとしても、地方行政が頑張らないと状況は良くならない。	
	タクシー運転手	・客が増える要因がない。	
	通信会社 (広報担当)	・デフレ傾向で価格さえ安ければよいとする客が増えている。	
	×	商店街 (代表者)	・夏のバーゲンセールで売上が悪く前年の 70% で、より安くよりタイムリーに購入する客の姿勢は継続する。
企業動向関連		輸送用機械器具製造業 (経営者)	・新車の立ち上がりで好景気になる。
		化学工業 (経営者)	・主要取引先の自動車部品向けの増産が継続し、受注量の増加が見込まれる。

(中国)	化学工業（総務担当）	・東京オリンピック開催の影響で内需が拡大し、景気は上向く。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口注文の生産が本格化して多忙な時期を迎えるが、鉄鋼向けの生産量増加の様子はない。
	輸送業（経理担当）	・倉庫案件を中心に荷動きが堅調に推移し、鉄鋼関係も出荷数量が伸びる見込みで、今後景気は良くなる。
	不動産業（総務担当）	・例年どおり8月下旬から賃貸物件の需要が高まる。
	広告代理店（営業担当）	・販売促進拡大になる案件があるため、総じて上向きで推移する。
	農林水産業（従業員）	・相場が戻るにはもう少し時間がかかる。
	食料品製造業（経営者）	・暑さで客足が伸びないが、当社商品を選んでもらえるように努力する。
	食料品製造業（総務担当）	・お中元商戦は順調で、9月以降の新商品も準備している。
	鉄鋼業（総務担当）	・受注量は比較的高位に安定しているが、一部製品について受注調整の動きがあり、この状況がしばらく続く。
	鉄鋼業（総務担当）	・建築物の動き出しに期待感があり、需要は底堅くなるが、まだ目に見えて上向きになることはなく、横ばいで推移する。
	非鉄金属製造業（業務担当）	・製品の種類によって受注状況に濃淡はあるが、その傾向はほぼ固定されており、景気動向に変化はない。
	金属製品製造業（総務担当）	・厳しい状況が続く。
	一般機械器具製造業（管理担当）	・異常気象により各地の災害復旧による需要は発生するが、政府の内向きな発言により景気回復のテコ入れができない。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・国内造船各社はおおむね再来年一杯の仕事を確保しているが、低船価での受注損失引当や工程混乱等を原因とする損失によって、足元の決算は芳しくない。仕事量確保の好材料と足元の収益性の悪化で景気回復マインドにはなりづらい。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・モデルチェンジとなった生産数の多い製品の受注内示は予定通りとなっている。
	建設業（総務担当）	・政治情勢が不安定になる。
	建設業（総務担当）	・この先1年は予定される物件で目一杯の状況が続く。
	通信業（営業企画担当）	・モノのインターネット関係の商材がIT関連企業から出されているが、客の認識までに至っていないことが多く、なかなか市場に浸透していかない。
	通信業（営業担当）	・景気対策や消費拡大に対する政策などが乏しい状況にあり、景気回復への期待感は薄い。
	金融業（貸付担当）	・百貨店やスーパーの販売額は前年比マイナスとなるが、輸出額はプラスを維持する。
金融業（融資企画担当）	・円安によって輸出に有利な状況であるため、地元完成車メーカーでは新型スポーツ用多目的車の販売が好調であり、当面は系列の地元自動車部品メーカーの受注は高水準を維持する。	
会計事務所（職員）	・政治が流動化してきているので、今後の状況が読みにくく、政府と日本銀行の景気刺激策は中小零細企業にとって効果はほとんどない。	
木材木製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工戸数の伸びが鈍り始め、販売数量も減少気味であり、政府の景気政策も一巡して景気はやや悪くなる。	
その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・近年当社が扱う高付加価値商品の売行きが悪いと、製品の受注が減少し他工場に回さざるを得なくなる。	
x	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。
雇用 関連 (中国)	-	-
	人材派遣会社（支店長）	・求職者の確保がカギとなるが、企業の採用意欲はまだまだ落ちない。
	人材派遣会社（支社長）	・半導体関連企業と自動車関連企業の採用意欲は更に強くなっていく。
	人材派遣会社（経営企画担当）	・正社員になれる案件を希望する求職者が増えており、派遣は有期雇用というイメージから、派遣は正社員になれる求人が多いとのイメージに変わっており、有期雇用注文の多い派遣の実態と求職者のニーズとの間にミスマッチが起きている。人材派遣会社はこの市場とニーズの変化をビジネスに昇華させなければならない。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・企業の採用意欲が過熱傾向である。
求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒採用に苦戦している中小企業は多く、メーカー系企業は大卒のみならず高卒採用も例年どおりの推薦がもらえず苦戦している。即戦力の中途採用を併用している企業は多く、早期に退社するミスマッチを防ぐため、最初は派遣社員として雇用して正社員への雇用を検討する企業が増えてくる。	

	新聞社 [求人広告] (担当者)	・ 地場産業は深刻な人手不足に陥っており、拠点や設備投資などを積極的に進め、人手不足を解消するため昇給などで人材確保に懸命に取り組んでいく。
	職業安定所 (所長)	・ 製造会社からの新規募集や増員募集など、新たな求人募集の情報が増えているが、求職者の減少と相まって人手不足感が強まっており、今後も求人の動きは強まる。
	職業安定所 (雇用開発担当)	・ 域内の個人事業者は注文に追い付けない状況にある一方で、社員は忙しいため早く退社できない状況が続き、景気の良い方向に進む。
	民間職業紹介機関 (職員)	・ 地元プロ野球チームの2年連続リーグ優勝が現実味を帯びてきて、新幹線を利用してファンもスタジアムに駆け付けており、前年同様に経済効果が期待できる。
	人材派遣会社 (社員)	・ 求人倍率が高い状況が続き、いかに求職者をマッチングさせるかが課題となる。
	職業安定所 (産業雇用情報担当)	・ 大型倒産の話はないが、雇用調整助成金の問い合わせが数社からあり、先行きが不透明である。
	民間職業紹介機関 (人材紹介担当)	・ 景気は良くなっているが、働いている人にはその実感がなく、少子化や人手不足等を考えると不安要素しかない。
	学校 [短期大学] (進路指導担当)	・ 例年、企業の選考活動が一段落する時期になり、景気への影響はない。
	学校 [大学] (就職支援担当)	・ 求人数に大きな変化はない。
	-	-
x	-	-