

8. 中国（地域別調査機関：（社）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	乗用車販売店（副店長） 自動車備品販売店（経営者） その他飲食 [サービスエリア内レストラン]（支配人）	・自動車メーカーはおおむね賞与が上昇するという報道により、その関連社員からの購入が見込める。 ・この調子で市場が盛り上がり期待が持てる。給料とボーナスが上がれば景気も良くなり、気分だけでも明るくなる。 ・来客数、買上点数を見ると客の購買意欲が高くなっている。この雰囲気はボーナス時まで続く。
	やや良くなる	商店街（理事） 商店街（代表者） 商店街（代表者） 一般小売店 [茶]（経営者） 一般小売店 [印章]（経営者） 百貨店（営業担当） 百貨店（営業担当） 百貨店（営業担当） 百貨店（販売促進担当） スーパー（店長） スーパー（店長） スーパー（総務担当） スーパー（販売担当） コンビニ（エリア担当） コンビニ（エリア担当） コンビニ（地域ブロック長） コンビニ（副地域ブロック長） 衣料品専門店（経営者） 衣料品専門店（地域ブロック長） 家電量販店（店長） 家電量販店（企画担当） 乗用車販売店（店長） 乗用車販売店（店長） その他専門店 [時計]（経営者） その他専門店 [布地]（経営者） その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	・日用品の売上に変化はないが、消費税増税前に買物をしようという気分になるかもしれない。 ・株高・円安で景気の見通しは明るい。しかし、可処分所得が上がって客が良いものを購入しようという気持ちになるにはしばらく時間がかかる。これが底であって欲しい、景気が上向いて欲しいと切に願っている。 ・当店に来る営業マンは皆、忙しくしている。肌で景気回復を感じているのがよくわかる。 ・新年度からの景気回復を期待している。 ・支店開設や会社設立に伴う注文があり、前向きな取組がなされている。 ・期待したほどは伸びなかったが、全体的に雰囲気が上向きつつあるように感じられるので、今後に期待したい。 ・「ひろしま菓子博」による来街者増を期待している。 ・高額商品が動き、販売量も安定しているので、この状況が続く。 ・3月の動きを見ると、若干ながら消費が上向きである。これからの夏商戦も主力のファッションの動きが持ち直してきているので、期待が持てる。 ・アベノミクスの影響で株価が上昇し、外的要因で明るい兆しがあり、少しずつ良くなる。 ・食料品や日用雑貨などの売上は伸びつつある。初夏に向かって期待できる。 ・安価な商品の購買が伸びる。 ・中高年の比較的ゆとりのある層は、消費が活発になってきているように感じるが、一方で学生などの低年齢層は、相変わらず消費活動が乏しい。ただ、総体的に見れば富裕層の消費が売上をけん引していくと予測している。 ・前月、今月ともに、来客数と売上は前年を上回っており、この調子でいけば、来月、再来月も前年比をクリアできる。ただし、ソーシャルメディア関係のカードがよく出ており、その売上がかなりの割合を占めている。将来のことを考えると、これでいいのかという気もする。 ・アベノミクスの影響で若干ではあるが、景気は良くなっていく。 ・世間の景気高揚感により、消費動向が活発になる。 ・アベノミクスの影響により、消費者のマインド変化が期待でき、大手企業の給与増加により、消費意欲の向上が期待できる。円高による自動車業界の活性化で大手自動車メーカー関連企業の消費が増える。 ・株価が上がり、ニュース等でも明るい話題が増えると、消費者にも安心感が出て、購買意欲が増える。 ・アベノミクス効果を一般消費者が期待しており、景気が上向くことによって業績も改善する。 ・太陽光発電システムの買取価格は低下するといわれるが、今や太陽光発電システムは商売の柱的な存在であり、販売目標達成に努めたい。エアコンの販売増加も目指す。 ・株価上昇や円安など明るい話題が多いので、具体的な根拠はないもののやや良くなると思いたい。 ・来場客数も多く、販売も順調に伸びている。 ・客の動きは夏までは続く。客が買物をする動きが早い。 ・株価の上昇、地価の下げ止まりによる景気拡大が地方にも波及して欲しいし、景気上昇を信じたい。 ・アベノミクスがなんとなく本物になりつつあるようにみえる。 ・株価や物価、賃金上昇の傾向が継続すれば、即効性はないが、消費に対する心理的効果が浸透し、徐々に景気上昇機運が高まる。

その他小売 [ショッピングセンター] (運営担当)	・新政権への期待感があり、これまでの節約疲れも感じられるので、春以降は個人消費の伸びに期待できる。
一般レストラン (経営者)	・現在、動きが良くないのは、先に向いての期待感からの待機状態ではないかと思う。
一般レストラン (経営者)	・景気回復について前向きな情報が報道されることにより、個人消費では気分的に楽観視する状況は続く。
一般レストラン (外食事業担当)	・T P P問題で、アメリカ産牛肉の30か月の輸入制限が変更されれば、牛肉の値段が下がる。市場でも明るい話題が聞かれるようになり、売りやすくなる。
スナック (経営者)	・アベノミクスによる効果が少しは効いてくる。
観光型ホテル (スタッフ)	・アベノミクス効果なのか、例年の来客数を上回っている。
観光型ホテル (支配人)	・宿泊、料飲、宴会部門とも、前年同期の来客数を超えている。ここ数年は行われていなかった新入社員の歓迎会等の予約も入ってきている。
都市型ホテル (スタッフ)	・広島では大型イベントが4月から始まるため、宿泊においてはファミリー客が少し増える。
都市型ホテル (総支配人)	・ゴールデンウィークの先行予約状況は各旅行会社とも好調に推移している。島根県においては出雲大社の大遷宮が5月から始まることも好要因となっている。
タクシー運転手	・客単価が伸びており、売上も前年に比べプラスになっている。
通信会社 (企画担当)	・今年度最終四半期の上向きの感触は、新年度になっても継続していきそうである。
テーマパーク (業務担当)	・中国横断自動車道松江線開通に伴う道路利用者の増加が、来園者数にどのように影響するのか注視したい。山陰方面から山陽方面へのアクセスが容易になることから、中間にあたる本公園の来園者も増加することを期待する。
ゴルフ場 (営業担当)	・速報値では前年同月より予約数が多い。
設計事務所 (経営者)	・現在の購入意識の高さと積極性が続く。
設計事務所 (経営者)	・公共事業への期待が大きいこと、また民間でも消費税増税までに契約をしておきたいといった動きが出てきている。
住宅販売会社 (営業担当)	・時期的に需要が高まることもあるが、消費税増税の駆け込み需要を含め、当面は今の上向き傾向が続くと想定する。
住宅販売会社 (販売担当)	・消費税増税に伴う駆け込み需要が見込まれる。ただし、購入側も予算には厳しくなると予想されるため、利益につながるかは不透明である。
変わらない	
商店街 (代表者)	・暖かくなり通りを歩く人は増えているようだが、売上につながっていない。財布のひもが固いようで、来店者も必要以上の買物をしない。
商店街 (代表者)	・新入学、就職シーズンの盛り上がりには欠け、当地域には円安株高の恩恵を受ける企業が少ない。
商店街 (代表者)	・都会ではアベノミクス効果があるが、田舎への影響はまだ先である。
商店街 (代表者)	・各種公共料金や輸入品の値上げにより、市場的には現状より良くなるとは考えにくい。
一般小売店 [酒店] (経営者)	・ひな祭り、花見、歓迎会などのイベントには期待しているが、景気は上向きではない。アベノミクス効果を期待したいが、まだまだ先の話のように思われる。
一般小売店 [酒店] (経営者)	・景気回復の効果が本当に現れるのはまだまだ先だと思われ、この雰囲気はいつまで続くのか分からないので、景気は「変わらない」と判断した。
一般小売店 [紙類] (経営者)	・来客数は増えるが、客単価は上がらない。
百貨店 (売場担当)	・円安に振れることで、輸入中心の雑貨アイテムはコストが上がり、店側がより在庫効率を求められるようになり、投入在庫が減ると予測される。
百貨店 (購買担当)	・現状で株価が上がったとしても、生活用品や食料品の値上げの影響でぜいたく品と言われる洋服や靴、バッグは買い控ええられる。旅行やグルメなどには金を使うが、気候が良くなり客が外出して買物をして、洋服を買うことは考えない。
百貨店 (電算担当)	・前年比でわずかにプラスである。固定客がいる化粧品、新ブランドが順調な婦人靴が好調である。婦人衣料もわずかにプラスで、貴金属、呉服は2けたのプラスである。しかし、常設売場の生鮮三品が苦戦しており、競合店が多いので黒字化は厳しい。
百貨店 (販売担当)	・一部ではあるが、高額商品の動きが以前より少しずつ良くなってきているので、今後に期待したい。
百貨店 (営業推進担当)	・外部環境等を考えると、心理的には若干上向きではあるが、消費に直結するとは考えにくい。
スーパー (店長)	・2~3か月後に今より良くなる材料が見当たらない。

スーパー（店長）	・もっと長期的に見れば景気は回復するかもしれないが、地域の生活者の暮らしにはまだ変化がなく、2～3か月では何も変わらない。
スーパー（店長）	・消費税増税や商品の値上げ等があるので景気は変わらない。
スーパー（業務開発担当）	・競合店との厳しい価格競争や安い物しか売れないため収益が落ちている。安い価格で必要最小限を購入することが定着してしまい、なかなか販売増にならない。
スーパー（財務担当）	・消費者の低価格志向に対応するため、競合店との低価格競争とポイント販売促進がますます激しくなる。
スーパー（販売担当）	・客層が固定化しており、買上点数を伸ばすのは難しい。
スーパー（管理担当）	・ディスカウント店の進出で価格競争の様相であるが、価格対抗は難しい。サービス面・品ぞろえで対抗して差別化を図ることも容易ではない。
スーパー（営業システム担当）	・客数の変化はさほどないが、やはり客単価は低い。新しいディスカウントストアができ、何をどこで買うのか、消費者の選択肢が増えている。
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる見通ししていたが、政権交代以降も特に売上に変化はない。
家電量販店（店長）	・売上に大きく寄与する商品群が見当たらないため、大きく好転することは考えにくい。高省エネタイプのエアコン、冷蔵庫等が電気料金の値上げにより伸びる。
家電量販店（販売担当）	・時期的にボーナス時期へと続くので客の様子は変わらない。
乗用車販売店（統括）	・エコカー補助金がなくなった関係で厳しさが予想される。
乗用車販売店（営業担当）	・新生活に向けての出費はするが、それ以外の事に関してはまだまだ慎重になっている。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・現在より悪くなる要素がない。
その他専門店〔海産物〕（経営者）	・春休みで観光客が動き出したが、本格的に回復した感じではない。出雲大社の遷宮で客が増えることを期待する。
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・ゴールデンウィークで行楽の消費があり、このまま上向きに推移していく。
高級レストラン（スタッフ）	・先の子約状況はほぼ前年並みで、特に変わった動きはない。今後の予約の伸びはわからず、どちらとも判断できない。
一般レストラン（エリア担当）	・歓送迎会も少なく単価も低い状況が続いている。
都市型ホテル（企画担当）	・ビジネスなどの動きは活発になると思われるが、国内観光需要などの増加はあまり期待できない。一部の株式所有者だけが潤っても、一般消費者の購買意欲は厳しい状況にある。
都市型ホテル（企画担当）	・今の状況が続くか見通しが不明であるが、景気の上昇は期待したい。
旅行代理店（経営者）	・政府による景気対策を早急に実施してもらいたい。
タクシー運転手	・やや悪くなるという気持ちはあるが、願望を込めて変わらない。
タクシー運転手	・当市では景気が良くなるような要素は見当たらない。
通信会社（社員）	・新規の問い合わせが増えない。
通信会社（通信事業担当）	・人事異動が活発ではなく、転出などによる解約数は少なく、転入による新規も見込めない。
通信会社（総務担当）	・需要の高まりが望めない。
通信会社（工事担当）	・上向き要因が見当たらない。
通信会社（営業担当）	・少子化や高齢化など、経済社会構造面でのマクロな潮流に変化が見られない。
通信会社（広報担当）	・アベノミクス効果により、為替や先物取引のマネーゲームは過熱するが、末端の消費者までの効果は期待できない。
テーマパーク（管理担当）	・株高、円安と経済が動いているように見えるが、地方の経済に影響が出てくるには時間がかかる。
テーマパーク（広報担当）	・近県に無料の高速道路が開通するため、そちらに観光客が流れる可能性がある。広告宣伝も縮小する予定なので、あまり増加は望めない。
競艇場（職員）	・ゴールデンウィークのレースで売上が確保できるが、その他に変化はない。
その他レジャー施設（アミューズメント）	・若者向けの大作映画公開があまりなく、大幅な来店増は期待できない。ファミリー客は単価増にはつながらないが、継続して来店する傾向があるので現状は維持できる。
美容室（経営者）	・近くに大型商業施設ができる予定なので、客がそちらに流れて、一時的にでも商店街への客足が遠のくことを心配している。

		美容室（経営者）	・2～3か月では良くなることも、悪くなることもなく、耐え忍ぶ状態が続く。もっと大きな変化があればいろいろな反応が出てくるかもしれない。
		美容室（経営者）	・消費者の美容に対する価値観が二極化している現状で、富裕層を獲得できるかどうか鍵になる。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・一年以上、身のまわりで景気の変化が見られないことから、よほどのことがない限り、2～3か月で景気の変化が見られるとは考えられない。
		設計事務所（経営者）	・政府の経済政策は大手企業に対してだけであり、地方の企業に対する政策はない。いまだに進まない規制緩和及び地方分権はいつになるのか。
		設計事務所（経営者）	・既に建築物価の上昇や人手不足が始まっており、思うような価格や時期に建築することが難しくなっている。消費税増税までこの状況はますます加速して行く。
		住宅販売会社（従業員）	・購入資材の値上げが出始めているが、売価に転化して値上げできない状況にあり、利益圧迫が懸念される。
	やや悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・食品の値上がりによる買い控えやディスカウント店舗の増加で客単価下落が予測される。
		家電量販店（店長）	・今月は新生活の準備で良かったところもあるが、2～3か月後は来客数が少なくなる。
	悪くなる	スーパー（店長）	・近隣にオープンしたディスカウントストアの販売促進が強く、集客合戦となっている。一般食品や野菜を購入する客が減少しており、今後も影響がある。また、円安の影響で値上がりする商品の購入数の落ち込みや買い控えも発生する。
		乗用車販売店（業務担当）	・大增販月の1～3月が終われば、販売は急速に落ち込んでいく。
		通信会社（営業担当）	・2～3月の新生活需要が終わり、販売と集客がかなり落ち込む時期である。新年度は新卒採用者やシステム提案等、企業へのアプローチをしっかりと行う必要がある。
企業 動向 関連	良くなる	鉄鋼業（総務担当）	・日銀総裁も代わり、大胆な金融緩和策が奏功する。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・3か月後も新車立ち上がりで忙しくなる気配がある。
(中国)	やや良くなる	繊維工業（統括担当）	・世の中のムードが変わってきている。
		木材木製品製造業（経理担当）	・消費増税前の需要増やアベノミクス効果等が期待できる。
		化学工業（経営者）	・取引先企業間で温度差はあるが、鉱業関連企業で増産計画に伴う受注がやや増加している。他業種について現状は期待感にとどまる。
		化学工業（総務担当）	・家電等は少し元気になっている。
		鉄鋼業（総務担当）	・アベノミクスがより本格化していく。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注量の改善、増加の兆しが見られる。円安の好影響がいくつ幅広い業種に広がると思うが、波及には時間差が生じる。
		建設業（総務担当）	・政府の打ち出した景気対策により景気回復への期待感が先取りされて、景気を押し上げている。俗に言う景気は気からと感ずる。
		通信業（営業企画担当）	・客との商談のなかで、車の購入や旅行の計画などの話題が増えており、購買に関する需要が高まっているように感じられる。
		通信業（営業担当）	・決算時期で忙しく、円安効果で製造業での受注量も少し伸び始めている。
		金融業（自動車担当）	・米国経済の好調など、世界的な景気回復のなかで、円安が輸出を後押しして、自動車部品メーカーの受注環境は当面改善が続くと期待する。
		金融業（営業担当）	・取引先の経営者と話す、最近の円安・株高を歓迎する声が多く、明らかにここ数年のなかで心理的には良い状況となっている。当地において、不動産の動きも少しずつ出てきており、設備投資意欲については若干上向きである。現状の経済に対する期待感が継続するとの条件付きであるが、この先2～3か月でやや景気は改善する。
		広告代理店（営業担当）	・新年度を迎えるなかで、卒業、進学、入社等での動きがあり、活発な販売促進シーズン到来になる。小口でも大口でも、先々の受注予定も出ており、現状での見通しは良い方向に向かっている。
		会計事務所（職員）	・来年の消費税増税を踏まえて、建設業及び製造業では大口案件の受注の話も出ている。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・既存客のリピート需要が少なくなっており、1人当たりの購入金額を上げるような対策が必要である。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向けの大口引き合いや焼却炉の新設受注がないなど、生産は低調な見込みである。二次製品での納入が客先都合で増加しており、この部門は繁忙である。

		非鉄金属製造業（経理担当）	・販売増が見込まれる一方、販売価格に下げ圧力がある。
		金属製品製造業（総務担当）	・鉄原材料価格は上昇傾向にあるため、コスト面では厳しくなる。得意先からは受注状況は現状より良くなるとの話はあるが、早くても6月以降である。当面3か月は現状のまま推移する。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きは変わらない。
		一般機械器具製造業（経理財務担当）	・T P P交渉参加により先行不透明である。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・6月までは現状通りで、社外工の労力が若干必要な状況が予測される。
		建設業（経営者）	・地価公示価格の下落等、厳しい状況が続いている一方、建設投資に少しは期待できる状況もみえてきたことから総合的に判断した。
		輸送業（業務担当）	・今までの景況感が常態化し、良くなるという感覚があまりない。また、当県への波及は全国平均より半年以上遅れる傾向にある。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・強風やしけで出漁できない日が多かった2月は不漁であった。中型巻網漁と小型イカ釣り漁はまずまずであるが、他の漁種は厳しい状況であり、今後も水揚げ量は期待できない。
		食料品製造業（総務担当）	・消費税増税の円滑な実施に向けて政府が対策を考え始めているが、客からは消費税増税分をカバーして欲しいという要望が出始めている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・今後円安による原材料費の上昇や、マスコミの報道による客先からの発注控えにより受注が減る。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量、売上高ともに減少傾向である。客より代金の値下げ要請がきている。
		輸送業（総務担当）	・取引先の明るい情報がない。
		不動産業（総務担当）	・需要時期を過ぎる。
		コピーサービス業（管理担当）	・年度末の掛け込み需要によって受注量は通常月より増加しているが、来月になると落ち込むのは間違いない。以前は年度末特需で年間の累積マイナスをばん回していたが、現在、ばん回できるまでの業務量はない。もう事業として成り立たない業種である。
	悪くなる	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・周囲の会社に輸出企業が少なく、円安で輸入品が値上がりしており、また水産会社では漁業の水揚げ量が増えていないため、かなり苦労している様子である。
		建設業（総務担当）	・仕事量はあるが、地域の大型物件が重なるため、技術職員や専門業者不足によるコスト高の問題や受注を控える必要が予想される。
雇用 関連	良くなる	—	—
(中国)	やや良くなる	求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	・為替と株など良いニュースが多く、このまま行くと採用数増加につながる要因が揃ってきた。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・政権交代による景気の回復が各業界とも全般的に見込まれるとは言いがたいが、各社とも期待感を持っている。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・顧客企業の業績が回復しているとよく耳にする。業績が回復すれば採用意欲が増し、新卒採用媒体を使う企業が増えてくる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2014年度は社員採用しないと早くから宣言していた地場中堅の食品加工会社が、一転して新規採用の準備に入るなど、春爛漫という季節感もあろうが、たしかに景気が明るい方向に向かっているのを実感する。
		民間職業紹介機関（職員）	・製造業では、中小企業から零細企業レベルに仕事が下りてきつつあり、今後の景気浮上が期待できる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・アベノミクスの影響で多少景気は上向くと考えられるが、まだまだ採用活動が活発になる材料とまで言えない。
		人材派遣会社（営業担当）	・新車製造が春先から始まる事に先駆けて、部品メーカーから生産人員の相談を受けることが若干増えているが、まだ確定的なものではないため、先行きはいまだ不透明である。
		人材派遣会社（支社長）	・求職者・求人に関しての動きに変化はない。
		人材派遣会社（営業担当）	・アベノミクス効果が地方に波及するには時間がかかる。今は期待感のみで来ていると感じるので、本物か偽物かの見極めがまだ必要である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・業績が上向いた企業が賃上げに踏み切り、家計を潤すことになる。賃上げに踏み切るのは今のところ流通業中心で、製造業は慎重である。非製造業に関しては、国際展開が限られ、生産性も低いなかで、まだまだ時間がかかる。

	職業安定所（雇用開発担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 求人は増加傾向で推移し、求職者は減少傾向で推移しているため、求人倍率は高くなってきている。しかし、正社員求人は前年同月比2%程度の増加でしかない。一般の有効求人数は前年同月比11%の伸びが続いているものの、求人の内容は正社員以外の臨時、期間雇用等が多くなっている。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 雇用調整を行っているところが依然として多い。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ この時期、変化が感じられない。
	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今春の新規学卒求人をみると、件数では前年を上回ったものの、募集人数が絞られたため全体では前年比でやや増加に止まった。有効求人倍率をみると、全国数値との乖離が拡大している。
やや悪くなる	職業安定所（産業雇用情報担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新規求職者数は増加傾向であるが、新規求人数は減少している。
悪くなる	—	—