

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） | ・参議院選挙で与党が躍進すれば政治が安定し、アベノミクスの3本の矢の効果が現れて景気は良くなる。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（経営者） | ・今年は出雲大社遷宮で来客数が好調で、神有月と言われる10月に観光客が激増する。その反面、来年の景気に不安がある。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・景況感の回復、客の企画への好反応等、セールへの期待感が高い。 |
| | | スーパー（店長） | ・来客数が伸びており、アベノミクスが始まって初めての夏のボーナスということで期待している。 |
| | | スーパー（店長） | ・気候に左右されるが、消費動向はやや上向きなので、来客数の伸びが続けば売上は回復する。 |
| | | スーパー（店長） | ・身のまわり商品を中心に売上が伸びつつある。夏商戦に期待する。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・客単価が徐々に上がっており、期待できる。 |
| | | スーパー（業務開発担当） | ・夏物の季節商材がいつもより早く動いており、飲料・冷菓・デイリーフーズを中心に伸びている。 |
| | | スーパー（営業システム担当） | ・来客数は前年と同様であるが、各店舗で客単価が上がっている。ボーナスの時期も近づき、消費者の購入意欲が高まる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・しばらく停滞していたが、盛夏期を迎え、上向き傾向が続くと思われる。 |
| | | コンビニ（副地域ブロック長） | ・売上が改善傾向にある。 |
| | | 乗用車販売店（業務担当） | ・新商品の投入で販売に勢いがつく。 |
| | | 乗用車販売店（副店長） | ・各社の中間決算を迎え、商戦機運が高まる。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | ・期待するしかないが、東京だけでなく地方でも一刻も早い景気回復を願う。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・家具の値上がり前に買おうとする客が増える。 |
| | | その他専門店〔海産物〕（経営者） | ・2、3か月後の秋の団体予約は例年より好調である。景気がやや良くなると期待したい。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人） | ・アベノミクス効果が停滞気味で、可処分所得増加の実感がないことから、購買意欲の向上には至っていない。参議院選挙で与党が大勝し、具体的な経済対策によりボーナス増額等につながれば、夏商戦以降の上昇が期待できる。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当） | ・ここ最近の株価の乱高下で景況感の悪化が懸念される。参議院選挙の結果次第であるが、安定的な政権運営が見込めれば懸念も払しょくされ、設備投資にもつながる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・景気が良くなる業種も、悪くなる業種もあると思うが、景気対策の効果は出てくる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・参議院選挙の結果、安定的な政権運営が実現されれば、いざれ給与・ボーナスの家計収入が増える期待が大きい。建設業界等、一部産業での残業代増加なども消費につながり、客の財布のひもも緩み、客単価上昇が期待できる。 |
| | | 一般レストラン（外食事業担当） | ・ボーナスが入り、夏休みに入って外食の機会が増える。現状より売上は良くなる。 |
| | | スナック（経営者） | ・期待もあるが、良くなってももらいたい。 |
| | 都市型ホテル（スタッフ） | ・夏休み、盆休み等の宿泊の予約は例年より早くから問い合わせが入ってきている。 | |
| | 都市型ホテル（企画担当） | ・市内での学会開催やイベントなどが多くあり、その影響から宿泊者の先行受注が前年比で増加している。 | |
| | 都市型ホテル（企画担当） | ・4～5月はひろしま菓子博の影響で好調となった。7～9月は広島デスティネーションキャンペーンが開催されるので期待している。 | |
| | 旅行代理店（経営者） | ・アベノミクスではまだ地方向けの対策が出ていないが、今後に期待する。 | |
| | 通信会社（企画担当） | ・スマートフォン、タブレット、宅内無線化の商材等、関連サービスは堅く伸びていくと思われ、当面その上昇は続く。 | |
| | 通信会社（工事担当） | ・前年と比較して申込件数が増加傾向にある。 | |
| | テーマパーク（業務担当） | ・夏休み、お盆期間で人の動きも出てくると思われ、家族連れを対象としたイベントを開催し、来園者の増加を見込んでいる。 | |
| | 競艇場（職員） | ・サマータイムレースの実施で電話投票の売上が見込める。 | |
| | 設計事務所（経営者） | ・消費税増税の影響で受注増が見込める。 | |

| | | |
|-------------|--|---|
| | 設計事務所（経営者） | ・耐震改修の受注がしばらく続きそうであり、同時に消費税増税前の需要が見込まれる。 |
| | 住宅販売会社（販売担当） | ・消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。 |
| 変わらない | 商店街（代表者） | ・客の様子からは、積極的に自分に投資したり、日用買い回り品を購入するような動きが感じられない。 |
| | 商店街（理事） | ・何か社会的な流れがないと客は動かない。 |
| | 商店街（代表者） | ・仕入れ業者や周りの商売人と話しても悪い話は聞かないが、実態の景気はどれも芳しくない。 |
| | 商店街（代表者） | ・景気は変わらない。 |
| | 一般小売店〔印章〕（経営者） | ・名刺、ゴム印注文が少なく、営業活動の盛り上がりも期待できない。 |
| | 一般小売店〔酒店〕（経営者） | ・先月までは景気が上昇基調のように言われていたが、5月末からトーンダウンした。しかし、客は気持的に変わらず、節約節約志向には戻っていないように思われる。 |
| | 一般小売店〔酒店〕（経営者） | ・これ以上は悪くなりようがないので、変わらないと評価するが、ただ良くなる兆しはない。 |
| | 一般小売店〔紙類〕（経営者） | ・高齢者の生活にゆとりが出ている。 |
| | 百貨店（営業担当） | ・4月から同じような状況が続いており、良くなる要因が見当たらない。ボーナス後の購買意欲に期待したい。 |
| | 百貨店（営業担当） | ・客の様子から景気の判断はつかないが、催事を行えば高額商品が動くので、悪くなる様子はない。 |
| | 百貨店（販売促進担当） | ・夏のセールが6月末に前倒しでスタートし、7月以降の売上には悪影響となる。ギフトについても、大手企業の業容縮小の影響が想定され、消費が上向くとは考えづらい。 |
| | 百貨店（売場担当） | ・セールスタート時期の分散化により、売上の大きな山が期待しにくい。セール商品の供給先の在庫もタイトな状況が続いている。 |
| | 百貨店（売場担当） | ・百貨店が一つなくなっているのが既存店の売上が伸びるのは当たり前で、景気自体が良くなっているわけではない。ただ下げ止まっているようには感じる。 |
| | 百貨店（電算担当） | ・出雲大社遷宮の効果で、出雲空港や出雲大社近くの売店では売上が好調である。本店は、雑貨や美術品は好調であるが、衣料品はクールビズでワイシャツは売れるものの、前年並みである。全体では依然消費は停滞している。客を呼ぶ催事が必要である。 |
| | 百貨店（販売担当） | ・今後、現状より景気が良くなる見込みはない。前年よりクリアランスセールが前倒しでスタートするため、売上の推移に注視したい。 |
| | 百貨店（営業推進担当） | ・末端の小売ベースの段階では、まだまだ変化は出てこない。 |
| | スーパー（店長） | ・景気が良くなる材料はない。 |
| | スーパー（店長） | ・来客数は、前年並みで推移すると思われる。円高の影響から輸入商品、特に海老などは単価が上がり、販売点数の減少が心配される。 |
| | スーパー（店長） | ・来客数増が見込めない。 |
| | スーパー（財務担当） | ・地場企業社員の所得改善がみられないため、節約志向が今後も続く。 |
| | スーパー（管理担当） | ・客単価の低下は、なかなか回復の兆しが見えない。 |
| | スーパー（販売担当） | ・先月と比べて来客数は増えたが、売上に変化はなく、今後も期待できない。 |
| | コンビニ（エリア担当） | ・前年、今年と当地では工場の移転や閉鎖があり、そこに勤めていた人たちの受け皿が見つからないと聞く。楽観視できる状況ではない。 |
| | コンビニ（エリア担当） | ・気温の上昇に伴って販売数量が伸びない傾向が続く。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・先が見えない。 | |
| 家電量販店（店長） | ・太陽光関係は好調であったが、買電価格の値下げで売上は勢いを失っており、地上デジタル化以降のテレビの販売低迷をカバーできない。 | |
| 家電量販店（店長） | ・映像関連商品の売上低迷の出口が見えない。デジタルカメラ、ビデオムービーはスマートフォンの高性能化により販売量、単価ともに下降しており期待できない。太陽光発電の需要は高まりつつあるが、販売競争が激化し、パネルの単価も下落傾向にある。 | |
| 家電量販店（企画担当） | ・世間の注目を集めるような新製品が出てこない限り景気が良くなるとは考えられず、今のような状況が続く。 | |
| 乗用車販売店（統括） | ・前年のエコカー補助金の影響が9月まで続く。 | |

| | | |
|--------|---------------------------|--|
| | 乗用車販売店（営業担当） | ・ここ数か月、じわじわ良くなった感じはあるが、まだ明らかな変化はない。ただ、消費税増税までに自動車を購入したい客は増えている。 |
| | 乗用車販売店（店長） | ・好調に推移しているが、これ以上伸びることは考えられない。 |
| | 乗用車販売店（総務担当） | ・商品ラインナップが増え、客に好評である。同業他社と商品の性格が異なるが、良い印象を持たれている。商品力で販売台数減をカバーしたい。 |
| | 乗用車販売店（営業担当） | ・大きな変動はない。 |
| | その他専門店〔和菓子〕（経営者） | ・良い要素が見当たらない。 |
| | その他専門店〔時計〕（経営者） | ・先行きの不安から、消費には消極的であり、都市部のような景気回復の様子は全くない。 |
| | その他専門店〔布地〕（経営者） | ・アベノミクスで気分は明るいだが、給与が増えない。 |
| | その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員） | ・バーゲンが一段落して動きが鈍くなるので、売上の増加は見込めない。 |
| | 高級レストラン（スタッフ） | ・今の良くない状況が続く。 |
| | 一般レストラン（エリア担当） | ・宴会予約組数の減少や1組当たりの客数減で、単価も低い状態が続く。 |
| | 都市型ホテル（総支配人） | ・9月までの先行予約をみると、各月とも前年に比べ10%以上高くなっており、今後も観光客の入込は好調に推移する。 |
| | 旅行代理店（営業担当） | ・短いスパンで効果的な経済政策があると思えない。 |
| | タクシー運転手 | ・アベノミクスはひと休みの状態である。 |
| | タクシー運転手 | ・良くなる要素がない。 |
| | 通信会社（社員） | ・提供する通信サービスに関して、新たな申込に関する問い合わせに変動がない。 |
| | 通信会社（通信事業担当） | ・新規契約へのきっかけとなる、問い合わせ自体が少なく、なかなか見込み客がつかめない状況が続いている。 |
| | 通信会社（総務担当） | ・景気高揚の傾向が見受けられない。 |
| | 通信会社（広報担当） | ・為替市場ほど、一般の景気に変化はない。ボーナス満額回答の企業は多いが、もともとのボーナス額が過去より減っていることから、あまり消費に動きはない。 |
| | テーマパーク（管理担当） | ・景気動向が大幅に動いているとは思えず、来館者数の動向に変化がない。 |
| | テーマパーク（営業担当） | ・参議院選挙前でもあり、消費税増税などの話題が増えれば、レジャーは節約される。 |
| | ゴルフ場（営業担当） | ・四半期ではオフ期に入り、天候にも左右されるが、予約状況は例年どおりである。 |
| | 美容室（経営者） | ・どこの店も不景気のまま推移する。 |
| | 美容室（経営者） | ・景気がすごく良くなることはない。 |
| | その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当） | ・客のほとんどが年金を主な収入として生活しているので、よほど支給額が変わったり、物価が上がったりでもしない限り、客の生活は変わらない。 |
| | 設計事務所（経営者） | ・税負担増加の予兆に対して警戒感が強くなってきている。 |
| | 設計事務所（経営者） | ・消費税増税後の住宅取得等優遇制度が発表されたので、現在の状況が大きくは変わらない。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・景気回復が実感できないと言う客がまだまだ多い。 |
| | 住宅販売会社（営業担当） | ・好感感はあるものの、これ以上さらに上積みがある要素は見当たらない。 |
| やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・オーバーストア、デフレ、インターネット販売、少子化という業界にとっては厳しい状況が続く。今後は消費税増税もあって、客は必要なものしか購入しない傾向が強くなる。 |
| | 百貨店（購買担当） | ・クリアランスセールが始まっても売上は期待できないし、秋になって消費動向は厳しくなる。 |
| | スーパー（販売担当） | ・衣料品は好調に推移しているが、家具・日用雑貨の買い控えは顕著で、来客数の減少に直結している。当店は特に生活雑貨の売上構成比が高いため、今後さらに苦戦を強いられる。 |
| | 衣料品専門店（経営者） | ・将来への不安感が購買意欲を下げている。 |
| | 家電量販店（店長） | ・8月は夏休みで来客数は増加するが、エアコンなどの売行きが悪くなる。 |
| | 家電量販店（販売担当） | ・エアコンの購買時期が終わる。 |

| | | | | |
|----------------|--------|-----------------------------|---|---|
| | | その他飲食 [サービスエリア内レストラン] (支配人) | ・富士山が世界遺産になったことで、西日本への観光客の入込が悪くなり、売上が期待できない。 | |
| | | 観光型ホテル (スタッフ) | ・先月から販売量、来客数ともに落ち込んできている。景気が回復したように思えたが一時的なもので、この様子だと良くなるとは思えない。 | |
| | | 観光型ホテル (支配人) | ・景気回復の期待が大きかった反動がマイナスに作用するのではないかと。恩恵が回ってくるのが遅い中小企業が主の地方においてはなおさらである。 | |
| | | 美容室 (経営者) | ・景気は一度は落ち込むのではないかと。その後持ち直すことを期待したい。 | |
| | 悪くなる | 商店街 (代表者) | ・地元商店街を守ると頑張ってきた店主が、自分の給料すら確保できない現状を自己責任で終わらせてほしくない。 | |
| | | 自動車備品販売店 (経営者) | ・大型店舗量販店の海外安値商品が一般消費者にかなり認知され、国産メーカーの売行きがどんどん悪くなっている。安値競争が激化する。 | |
| 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) | ・新車の立ち上がりがあり、仕事は忙しくなる。 | |
| | やや良くなる | 木材木製品製造業 (経理担当) | ・やや良くなると思うが、個人所得の上昇次第である。 | |
| | | 化学工業 (経営者) | ・設備投資に対する減税策等により、全体として景気は上向いてくると思われるが、中国経済に対する不安感も引き続きぬぐえない。 | |
| | | 化学工業 (総務担当) | ・自動車産業の好調による素材の需要増を期待する。 | |
| | | 鉄鋼業 (総務担当) | ・自動車は4～6月で生産台数増が見込まれ、建材分野も堅調で、総じて当期比較で増加する見込みである。 | |
| | | 電気機械器具製造業 (総務担当) | ・先行きに若干不安定さはあるものの流れがあり、景気を刺激する要素は十分感じられる。 | |
| | | 輸送用機械器具製造業 (経営企画担当) | ・客が生産能力を高める計画を持っている。 | |
| | | 輸送業 (業務担当) | ・周りの他業者も受注が増えてきたと言っている。希望であるが、このまま荷動きの増加が続いて欲しい。 | |
| | | 輸送業 (支店長) | ・やや良い状態を維持する。 | |
| | | 金融業 (自動車担当) | ・自動車部品メーカーは、現状の為替水準であれば完成車メーカーの輸出は堅調なことから、高水準の受注継続が期待できる。 | |
| | | 金融業 (貸付担当) | ・いわゆるアベノミクス効果で誰もが景気回復に対する期待感を持っている。市場の動きまで意識している人は少ないかも知れないが、景気が良くなるという思い込みが消費に向かえば景気の好循環が生まれる。消費税増税前の需要にも期待している。将来に不安を持つ人も貯蓄ではなく、消費に回すような政策を本気で考えて欲しい。 | |
| | | 広告代理店 (営業担当) | ・現状は横ばいで推移しているが、夏は購買及び行動が活発になるので、取引先も様々な企画プランを練って、売上をアップさせる取組をしている。 | |
| | | 変わらない | 食料品製造業 (総務担当) | ・コンビニ関係の店頭で商品を置いてもらえない時があったが、夏から秋に向けて盛り返す予定なので、現状維持で推移する。 |
| | | | 繊維工業 (統括担当) | ・景気が良くなったと実感するのはまだ先である。 |
| | | | 窯業・土石製品製造業 (総務経理担当) | ・依然として自治体向けごみ焼却炉の注文が少なく、生産量も現状水準が継続する見込みである。 |
| | | | 非鉄金属製造業 (経理担当) | ・金属相場及び為替が振れており、影響を受けるリスクが増大する。 |
| | | | 一般機械器具製造業 (総務担当) | ・受注量や販売量の動きに変化はない。 |
| | | 電気機械器具製造業 (総務担当) | ・為替の動きにより、先行きを予想できない。 | |
| | | 建設業 (経営者) | ・当地域の建設、関連産業については良い材料がなく、悪いまま推移する。 | |
| | | 建設業 (総務担当) | ・秋口より来年の前半にかけて型枠工事等の工種で職人不足が予想され、工期やコスト面でのリスクを避けるため、受注を控える動きが続く。 | |
| | | 通信業 (営業企画担当) | ・既存契約のサービスについて大きな見直しの話はなく、継続での契約が多い。 | |
| | | 通信業 (営業担当) | ・アベノミクス効果もまだまだソーホーには浸透せず、参議院選挙以降に期待する。 | |
| | | 不動産業 (総務担当) | ・需要時期ではないため、横ばいと予測する。 | |
| | | 会計事務所 (職員) | ・3月以降はしり上がりに景気が良くなることを期待していた中小零細企業にとっては、やや肩すかしをくった格好で全体的にもどかしい気分がある。明らかに業績が好転した業種があれば見通しが明るくなると思うが、今のところ見受けられない。 | |

| | | | |
|----------------------|---------------------------|--|--|
| | コピーサービス業（管理担当） | ・景気回復の実感は全く感じられない。取引先の業務量が増加している様子はなく、当社の受注量が増加することも考えられない。 | |
| やや悪くなる | 農林水産業（従業者） | ・シーズンであるはずの真アジの水揚げ数量が激減し、ブランド魚であるドンチッチアジも不漁で、期待できない。 | |
| | 食料品製造業（総務担当） | ・原材料の高騰により収支圧迫が避けられない。 | |
| | 鉄鋼業（総務担当） | ・現在の受注増は急激な円安の影響と流通における在庫補充がメインと考えており、市中在庫が充溢した段階で若干のダウンサイドリスクを想定している。 | |
| | 金属製品製造業（総務担当） | ・造船業界からの受注が大幅に減ることが想定され、他業界からの受注ではカバーしきれない。7月から鉄原料価格の値上がりの影響を受け、現状より厳しくなる。 | |
| | 輸送用機械器具製造業（財務担当） | ・現在の円安水準により、徐々に国内造船所が競争力を発揮し、受注獲得の話が聞こえ始めている。船主・オペレーターを含めた海事業界全体が望む為替水準は、1ドル105～110円あたりだと思われるため、舶用関連業界がその恩恵を受けるまでにはもう少し時間がかかる。 | |
| | その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当） | ・受注は順調であるが、価格面で非常に厳しさが増している。 | |
| | 輸送業（総務担当） | ・客から取扱数量が増加する等の情報がない。 | |
| 悪くなる | — | — | |
| 良くなる | — | — | |
| 雇用 関連 (中国) | やや良くなる | 人材派遣会社（社員） | ・アベノミクス効果及び政治状況の安定などのプラス材料が功を奏し、緩やかであるが求人数が増えており、この傾向は2～3か月後も続く。 |
| | | 人材派遣会社（支社長） | ・企業が求める人材と労働市場内の求職者がマッチングしないケースが増えてきており、大幅な改善は見込めないものの、求人は堅調に増加していく。 |
| | | 求人情報誌製作会社（広告担当） | ・採用にふさわしいレベルの学生の確保が難しいという見方もあるが、これからも継続的に採用活動を行う企業が増えていく。 |
| | | 求人情報誌製作会社（マネジャー） | ・自動車産業や建築不動産系、小売流通で採用ニーズが強まる。中途採用も同様に、自動車・建築不動産系で改善の動きが強くなる。 |
| | | 職業安定所（雇用開発担当） | ・26年3月卒の新規学卒者に係る求人の業務説明会を開催したところ、参加事業所が前年よりも2割強増加し、新規学卒者の採用計画がある事業所は増えている。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・株価下落などの不安要素はあるものの、円安基調は続いており輸出産業は元気を取り戻しつつある。事業拡大のための人材増員などは今後の景気を浮揚させる。 |
| | | 民間職業紹介機関（人材紹介担当） | ・国の経済対策が進行中であるため、当面は景気回復傾向にあるというイメージから、消費も上向きになる。 |
| 変わらない | 人材派遣会社（営業担当） | ・これから、大幅に良くなるような要素も見当たらず、先行きは不透明なのが当たり前になっている。良くて現状維持と感じる。 | |
| | 人材派遣会社（経営企画担当） | ・住宅・建設業界の求人数は、前年同月比で確実に増えている。少し前までは営業職や不動産事務など、営業サイドのニーズがほとんどであったが、5月、6月に入り、技術職のニーズも聞こえるようになった。この需要供給バランスを見極める必要がある。 | |
| | 求人情報誌製作会社（採用支援担当） | ・1～3月ごろは上向き期待を持っていたが、その後は求人広告依頼が伸び悩み、あまり景気が改善しているという実感は持てない。 | |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・株価は上昇したが、实体经济の回復はこれからである。インフレ率をコントロールするのは難しく、財政健全化目標を堅持しつつ、財政出動したり締めたりしながら、増税をやり遂げるのは綱渡りである。 | |
| | 職業安定所（産業雇用情報担当） | ・新規求人に占める正社員求人の割合が増減を繰り返しており、安定的とは言えない。 | |
| | 職業安定所（産業雇用情報担当） | ・求人倍率は3か月連続で0.01ポイントずつの増加で、目立った変化はない。 | |
| | 学校〔短期大学〕（学生支援担当） | ・良い方向に向かっていると感じるが、実体の変化が現れていない。 | |
| やや悪くなる | その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員） | ・輸入業者からは為替変動で利益が出ないこと、あるいはホームセンター経営会社からは消費税増税により先行きが極めて不透明なことを理由に、来春の新卒採用を見送るとした声が寄せられるなど、今後の採用行動に慎重になっている企業が少なくない。 | |
| 悪くなる | — | — | |