

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（業務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が、今後見込まれる。	
		乗用車販売店（店長）	・現在の客の動きが続けば、まだまだ良くなる。	
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・出雲大社遷宮効果により、予約状況が順調である。	
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・消費税増税が実施されるまでは、購買意欲が上がる。	
		テーマパーク（業務担当）	・年末に向け、行楽や買物等も増えてくる。	
		競艇場（職員）	・2か月後に開催予定のレースでかなりの売上が見込める。	
	やや良くなる	商店街（理事）	・年末は季節的な要因で景気が回復する。	
		商店街（代表者）	・客や卸売業者は期待感でいっぱいである。こういう状況は今まであまり記憶に無く、多少は良くなる。	
		商店街（代表者）	・観光シーズンで繁忙期に入り、年末に向けて需要が高まる。	
		百貨店（購買担当）	・宝石、美術品、プラタポルテといった高額品が動いている。消費税増税が決定すれば、前年より売上は伸びる。	
		スーパー（店長）	・天候にもよるが、販売点数の伸びは続いており、低迷していた売上も回復傾向にある。	
		スーパー（店長）	・2020年の東京オリンピック開催が決定し、良い空気感がある。消費税増税が決定すれば、直近は前倒し需要で景気は上昇傾向と予測する。	
		スーパー（販売担当）	・総理の消費税増税への判断次第で、客動向は180度変わる可能性があるが、ここ数か月の来客数、客単価の動向からは、景気回復の兆しがみとれる。	
		コンビニ（エリア担当）	・若干ではあるが今後も来客数が増え、売上は上昇傾向に転ずる。	
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・今後は政府の景気対策で、景気が良くなっていく。	
		家電量販店（店長）	・市場環境は厳しい状態が続いているため、大幅な回復とはいかないが、新たな客層の取り込みによる売上増を期待する。	
		家電量販店（販売担当）	・年末商戦に期待する。	
		乗用車販売店（統括）	・前年9月にはエコカー補助金終了による反動減があったことや、新型軽自動車の発売により、今年は、販売量が増える予想する。ただし、普通車の販売量は依然厳しい状況である。	
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税前に購入するとの話が、客から出始めている。	
		乗用車販売店（副店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が顕在化してくる。	
		自動車備品販売店（経営者）	・今年は早く冷え込みそうなので、冬季商材が売れる見込みが大きい。	
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・人口減から小売店が淘汰されているが、生き残れば売上がやや増加するような感じがある。	
		スナック（経営者）	・年末は忘年会などがあり、売上は少し良くなるが、政策によるものではない。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・前年に比べると、今年は来客数、販売数ともに安定している。	
		観光型ホテル（支配人）	・10月から始まる地域イベントがプラス要因で、外国人旅行者も増加が見込める。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税が決定されれば、増税前の駆け込み需要が期待される。	
		旅行代理店（経営者）	・半年後～1年後には、多少景気が回復すると思われるが、消費税8%がどのように個人消費に跳ね返ってくるかが心配である。	
		タクシー運転手	・観光シーズンに入るので、人の動きが期待できる。	
		タクシー運転手	・夜の街のにぎわいが戻りつつある。	
		ゴルフ場（営業担当）	・12月末までは例年同様、良くなる。予約も上向きである。	
		設計事務所（経営者）	・資材の値上がりにより、収益面は苦しくなる懸念があるが、受注残の消化のため、年度内は上向きと思われる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・客は、消費を抑え、良く考えたらうで商品を選択している。
			商店街（代表者）	・客の購買意欲は強く、景気の良さは続く。

商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要で、年明けは売上の上昇を期待する。
一般小売店〔靴〕（経営者）	・介護、病気、事故、住宅関係で急な出費があると、客は何を優先するか選択を迫られ、消費は抑えられる。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・当社の販売量に直接は影響しないが、隣に娯楽施設がオープンしたので、周辺のにぎわいの創出を期待している。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・個人所得が上昇する要因がない。
百貨店（営業担当）	・単価は上がっているが、店舗により差があり、売れ方に力強さが感じられない。今後のアパレルの盛り返し具合で、景気回復を測れると思う。秋物に期待している。
百貨店（営業担当）	・客単価の上下が小さいので、このまま推移していく。
百貨店（販売促進担当）	・10月から15%のプレミアムが付いた地域振興商品券が、総額11億5千万円、発売される。消費者のプラス購買を期待するが、消費税増税決定が予想されるため、大きな消費高揚は期待できない。
百貨店（売場担当）	・前年好調であった防寒商品の販売目標を、今年は高く設定してある。シーズンの立ち上がりは良いが、後半は客単価が大きく落ちる傾向にあるため、楽観できない。
百貨店（売場担当）	・当店は、食品やギフト中心のサテライトショップであるため、物産イベントでは一時的な集客があるものの、通常時期に来客数を確保するのは難しい。
百貨店（販売担当）	・好調な一部の高額品の売上を含めても、店全体では前年にやや届かない状況が続いている。
百貨店（営業推進担当）	・百貨店は、極端に落ちることも上がることもないが、中心市街地では商店がどんどん減っており、先行きは暗い。
スーパー（店長）	・大きな変化をもたらす材料はない。
スーパー（店長）	・現状が続く。消費税増税の影響で、客の生活防衛意識が強くなる。
スーパー（店長）	・消費税増税等の影響がある。
スーパー（総務担当）	・急激な改善要因はないので、このまま推移する。
スーパー（財務担当）	・今後も、仕入価格の上昇で利益率が低下する。
スーパー（管理担当）	・消費税増税が今後どのように影響するか読めないが、小売業界にとっては良くなるとは思えない。
スーパー（営業システム担当）	・輸送コスト上昇により、乳製品などの価格が上がる。大手小売との価格差が広がるため、サービス面で違いを出していかなければ集客の確保は難しい。客単価の上昇が難しいなか、いかに客に来てもらうかが課題になる。
スーパー（販売担当）	・客層は高齢者が多く、販売量の著しい増加は期待できない。
コンビニ（エリア担当）	・工事関係の客が増えているので、売上は良くなる。クリスマス商戦に力を入れる予定であるが、店の取組次第である。
コンビニ（エリア担当）	・現状から変化はない。
コンビニ（副地域ブロック長）	・売場では消費税増税への対応策を競い、店舗としては進出する競合店と競争が激化する。
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）	・消費税増税前の駆け込み需要が伸びず、消費はしばらく冷え込む。
家電量販店（店長）	・消費税増税の影響で買い控えが強くなる。
乗用車販売店（総務担当）	・客は消費税増税の実感がわからない様子で、駆け込み購入には至っていない。車好きの客は東京モーターショーの新型車を楽しみにしているが、慎重な姿勢の客が多い。
乗用車販売店（営業担当）	・今月は決算フェアで来客が増加したが、来月以降は不明である。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・販売増につながる要素はない。
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・消費税増税の影響で客の財布のひもは緩まず、買い渋りが懸念される。
その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・東京オリンピック開催決定による波及効果が言われるが、早期に広島まで及ぶ可能性は低く、当面は現状横ばいが続く。
高級レストラン（スタッフ）	・当店は予約が直近に入ることが多く、現在の予約状況では前年と変わらない来客数である。
一般レストラン（経営者）	・景気が良くなるムードがあったが、消費税増税が予定されているため、景気が上向くのは難しい。
一般レストラン（エリア担当）	・低価格戦略でいくが、組数の減少は避けられない。来店頻度は若干上がっている程度である。
都市型ホテル（企画担当）	・予約状況にあまり変化はないが、今後の消費税増税の動向次第で変化があるかもしれない。

都市型ホテル（総支配人）	・経済環境は悪くないが、さらに好転させる材料を見いだせない。
タクシー運転手	・今以上には悪くならない。
タクシー運転手	・大きなイベントがあった日だけ人の動きが良く、他の日は人の動きが少ない。
通信会社（社員）	・客の問い合わせ数に変動がない。
通信会社（企画担当）	・テレビ、インターネット関連のサービスの販売は、一部のサービスに伸びがあるくらいで落ち着いてきている。この傾向が年末にかけて変動する要素はない。
通信会社（総務担当）	・販売数に増加傾向はなく、客も淡々としていて関心がみえない。
通信会社（工事担当）	・需要が急速に改善するとは考えにくい。
通信会社（広報担当）	・新商品を販売開始しても、客は価格のみで判断して、サービス内容や接客は全く見ていない印象である。
通信会社（営業担当）	・消費税増税がマイナスに働き始めるまでは、現状から変化しない。
テーマパーク（管理担当）	・企業によっては賃金のベースアップが行われているようであるが、消費に反映してくるには時間がかかる。
テーマパーク（営業担当）	・今のところ変わる要因がない。消費税増税のニュースが流れ始めると、年末商戦が苦しくなる。
美容室（経営者）	・来客数、客単価、客の様子など、景気が良くなる材料はない。
美容室（経営者）	・客の収入が増えない限り、現在の節約志向が続き、景気が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）	・ここ1年以上、身のまわりで景気の変化が感じられるような話を聞かないことから、この先2～3か月で変化があるとは考えにくい。
設計事務所（経営者）	・地方経済の衰退に歯止めがかからない。現在は、福祉・介護関係が地方経済の支えとなっているが、生産性は低い。
設計事務所（経営者）	・建築業界の人手不足が深刻になり始め、見積りさえ受け付けない業者もある。建築費は高騰し続け、このままでは設計を受注しても工事を発注できない状況になってしまう。
住宅販売会社（販売担当）	・住宅取得への意欲は継続していく。ローン減税等の優遇措置を見据えるため、検討には時間がかかる。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・景気が上向いている感覚はなく、客は必要なものを必要な時に安く購入するという傾向である。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・海外での売上が落ちて心配している。国内売上看見通しがつかず海外に進出するが、そこでも日本業者同士がパイを争い、安売り合戦が始まっている。
一般小売店〔紙類〕（経営者）	・客が冠婚葬祭に使う経費が減少しており、当社の関連商品の売上も減少する。
スーパー（業務開発担当）	・天候不順による野菜等の高値が元に戻った後も、今の買上点数が続くようだと非常に厳しい。また、コンビニやドラッグストアなど他業態との競争も激化する。日用品や食品の低価格志向は、強くなる一方である。
衣料品専門店（経営者）	・原材料の値上げ等で、日常の買いまわり品が値上げになると、必要最低限以外の商品への買物意欲はどうしても抑えられる。
家電量販店（企画担当）	・消費税増税の話があるが、実現すれば景気は間違いなく悪くなる。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・国の地方活性化策がみえず、地方で流動人口を増やすような仕掛けが必要である。
その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・来年4月に消費税増税が予定されているが、所得税減税等が明確に打ち出されない限り、一般消費財に関しては、間買い現象がみられる来年3月ごろまでは、買い控え意識が強くなる。年内の消費動向は停滞する。
一般レストラン（経営者）	・新聞等、メディアの影響もあり、客の生活防衛の傾向が顕著になる。客は、実質給与・賞与の上昇が実感できるのはまだ先との感じを持っている。
一般レストラン（外食事業担当）	・消費税増税が予定されており、それに伴って買い控えが起こる。節約しやすい外食にしわ寄せが来て、忘年会や新年会では低価格なものが好まれ、客単価は下がってくる。
都市型ホテル（企画担当）	・景気は上向き傾向にあるが、冬季は全体的に宿泊需要が減少するうえ、今のところ集客に影響するようなイベントやコンベンションの開催予定がない。
通信会社（通信事業担当）	・豪雨災害の影響が尾を引き、解約や休止が続いている。被害の確認などがライフラインの復旧後になってしまうので、年内はこのような状況が続く。
美容室（経営者）	・消費税増税が近づくにつれて、客に警戒心があるのか、来店サイクルが伸びている。
設計事務所（経営者）	・年末から年始にかけて、建築の仕事は忙しい状況が続くが、新しい受注がその頃から止まってくる雰囲気がある。

		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税を意識した駆け込み需要が終了し、需要が減少する。
		住宅販売会社（営業担当）	・消費税増税後、一時的に需要は減少する。
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の影響による、これ以上の売上低下は、商店街や商店の存続にかかわる大きな問題になる。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・消費税増税も予定されるなか、より一層、景気が悪化する。
		スーパー（店長）	・10月より円安の影響で一般食品、牛乳などが値上がりし、また消費税増税を控えて、客の節約意識が高まる。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費税増税が予定され、物価も上昇傾向であるが、給料は上がる気配がない。株価が上がっても一般庶民には何の恩恵もなく、金持ちがより金持ちになるだけである。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・地場の自動車産業が活気づき、受注量が増加する。
(中国)	やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・確信はないが、上昇傾向と感じる。
		化学工業（経営者）	・取引先の生産計画は、3か月先、6か月先と徐々に増加基調にあり、比例して当社の業績が伸長することを期待する。
		化学工業（総務担当）	・先行きに不透明感はあるが、東京オリンピック開催等による投資事業増に期待する。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・各地の焼却場に納入予定があり、生産量が増加する。
		鉄鋼業（総務担当）	・ほぼフル生産の今期から減ることはなく、横ばい、もしくは1%程度の微増となる。
		鉄鋼業（総務担当）	・消費税増税決定による駆け込み需要が見込まれる。その後は、金融政策に負うところが大きく、依然として不透明である。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・受注量は、さらに増加する内示を受けている。
		建設業（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。
		輸送業（支店長）	・客数が増え、通信販売市場も好調なので、業績は良くなる。
		通信業（営業企画担当）	・今年度の予算消化に向けた引き合いも増えており、今年度中の売上につながる案件が発生している。
		コピーサービス業（管理担当）	・消費税増税による駆け込み需要に期待している。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・水温が高いため、全魚種で、水揚げ数量、水揚げ金額とも前年割れである。
		食料品製造業（総務担当）	・通信販売での客数減少を元に戻すのは難しいので、コンビニエンスストアの売上を増加するため、商品の見せ方を検討する。
		繊維工業（統括担当）	・景気の変化はない。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・電子機器関連は比較的好調であるが、低価格化の流れが続く。また、地金・為替相場とも、足元は安定している。
		金属製品製造業（総務担当）	・受注量は現在と変わらず推移する。消費税増税前の駆け込み需要や経済産業省のものづくり補助金による受注増も期待できるが、現段階ではまだ不透明である。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・新聞等マスコミは、景気指標が改善していると報道するが、中小・零細企業はまだ肌で感じられない。このギャップがなくなるよう期待するものの、程遠い感は否めない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・良くも悪くもなる要素があり、どちらとは言えない。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・長期的にみれば幾分回復すると見込めるが、短期的には景気は変わらず推移する。
		建設業（経営者）	・周南地域も商業地域を中心に地価の下落が続いており、現在の住宅の駆け込み需要がなくなれば厳しくなる。良くなる材料はない。
		輸送業（総務担当）	・取引先から良い情報が得られない。
		通信業（営業担当）	・景況感是不変だが、消費税増税で、多少なりとも高額商品などへの買換えが進む。SOHOや小規模企業では、コスト削減を余儀なくされており、景気は上向いていない。
		金融業（自動車担当）	・当面、現状の為替水準が続くとみられ、自動車業界は北米向けの輸出好調を主因に、増収増益傾向が続く。
		金融業（貸付担当）	・誰もが、景気が良くなって欲しいと思うが、消費が上がるためには所得が増えなければならない。身のまわりで給料が増えたと聞かない。東京オリンピック開催決定という明るい話題はあるが、景気回復には今しばらく時間を要する。
		不動産業（総務担当）	・賃貸不動産の需要時期ではないため、変化はない。
		広告代理店（営業担当）	・受注量・取引先の動向等を総合すると、現状から大きな変化はない。

		会計事務所（職員）	・消費税増税への対応で、建設業界は、9月末まで駆け込み需要が大幅に増えると期待していたが、それほどでもなかった。9月末で一段落するはずで、年末までは一息ついた状態になる。
	やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・原材料の値上げが始まるなか、商品に転嫁できていない。さらに今後、消費税増税の関係で売上が厳しくなる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きはやや悪くなる。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・来年4月から消費税8%の導入が予定され、国内製造工場はますます厳しい状況にさらされる。
		輸送業（業務担当）	・客と話す、10月以降も今の流れが続くとは思えない。
	悪くなる	建設業（総務担当）	・建設業界はこの先2年近く、仕事量が飽和状態を超え、人手、資材とも確保に窮し、コストの大幅アップが予想される。
雇用 関連	良くなる	-	-
(中国)	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画担当）	・年末の駆け込み需要に期待する。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・年末年始から新卒採用活動が本格的にスタートするため、大型イベントやサイトの立ち上げなどが活性化し、受注が定期的にピークを迎える。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・顧客企業の業績回復に伴い、求人数の増加がみられる。ただし、当社の受注額がアップすることは少ない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・業種にもよるが、明るさが出始めており、サービス業界にも年末に向けて期待できるという声が聞かれる。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・正社員有効求人倍率が、ここ2～3か月で上昇してきている。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・2か月連続で求人倍率が1倍を超えており、景気は良くなる。
		職業安定所（雇用開発担当）	・来春卒業予定の新規高卒者に対する求人は、前年比20%を超えて増加しており、企業の定期採用の意欲は高い。
		民間職業紹介機関（職員）	・2020年の東京オリンピック開催など、明るいニュースが閉塞感に満ちていた日本列島に流れ、未来に思いを馳せるマインドが醸成されてきている。折からの企業の業績回復基調も相まって、投資意欲、個人消費意欲が高まってきている。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・消費税増税の決定が4月までの消費行動に大きく影響する。求人状況からみると、個人消費は上向きになると予想される。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・おそらくこのまま上向きに推移する。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・来春の新規高卒求人では、製造業、医療・福祉、卸売・小売業、サービス業での増加が目立ち、ほとんどの主要産業で増加する。全体では前年同月比で30%増となり、新卒労働市場に明るさがみられる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・消費税増税の影響で、法人税減税があれば内部留保を考える企業が多くなると予想され、雇用関係の景気は年内は変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・どの企業と話しても、年明け以降にならないと良い波は来ないと聞く。
		人材派遣会社（支社長）	・年末に向けて、サービス業や製造業を中心に、求人は堅調に増加すると思われるが、この時期に発生する求人の大半は、1～3か月の期間限定の季節需要であり、多くの求職者が求める長期安定というニーズを満たさない。例年は、年末に向けて求人が増え、当社の売上も連動して増えていたが、今年はその期待しにくい。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・来年3月卒業予定の高校生への求人倍率は0.87倍となり、わずかではあるが2年ぶりに上昇する。しかし、求人倍率は5年連続の1倍割れで、雇用情勢は、まだ改善していない。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-