

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	スーパー（店長） 家電量販店（店長） 乗用車販売店（業務担当） その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当） 都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税まで現状がしばらく続く。 ・消費税増税前の駆け込み需要に期待できる。住宅需要の高まりで付帯する家電製品の購入も増加する。 ・消費税増税前の駆け込み需要がある。 ・消費税増税前に購買意欲が刺激され、年末年始の曜日まわりも良いことから、多数の来場客が見込まれる。 ・忘年会の予算も少し上がっている会社が増えており、受注件数も伸びている。
	やや良くなる	商店街（代表者） 商店街（代表者） 一般小売店〔印章〕（経営者） 一般小売店〔酒店〕（経営者） 一般小売店〔食品〕（経営者） 百貨店（営業担当） 百貨店（営業担当） 百貨店（購買担当） 百貨店（売場担当） 百貨店（営業推進担当） スーパー（店長） スーパー（店長） スーパー（業務開発担当） コンビニ（エリア担当） コンビニ（地域ブロック長） 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（販売担当） 家電量販店（企画担当） 乗用車販売店（統括） 乗用車販売店（総務担当） 乗用車販売店（営業担当） 自動車備品販売店（経営者） その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員） その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・客や仕入れ業者から、景気が良くなる変化を感じる。 ・消費税増税前の駆け込み需要に期待できる。 ・通信販売やインターネットなどの競合相手も増えたが、法人関係の営業所設立のための印鑑注文が入るなど、動きが出ている。 ・消費税率8%導入が間近に迫り、駆け込み需要で売上が上がりそうであるが、一時的なもののような気がする。 ・気候により冬物食材の売上が伸びる。 ・当商業施設の約半数の店舗が前年実績を超えてきていることと、先日実施した買物券の販売が順調で、客の購買意欲が感じられたことから、今後の売上増加に期待している。 ・消費税増税前の駆け込み需要もあり、引き続き高額商品は好調に推移する。現在、低迷している衣料品についても、高額衣料品を中心に増税を意識した買いまわりが期待できる。 ・消費税増税の情報が流れて動き始めたのは、高額商品である。現在は、衣料関係などの身の回り品には、買い控えも先買いも出ていないが、前回の消費税増税のときは前倒し購入があったので期待している。 ・3か月先は消費税増税直前に当たるので、駆け込み需要が増加する。 ・消費税増税がらみで販売額は多少増えてくると思われ、特に高額商品に期待する。 ・年末までは、買い控えて消費鈍化が予測されるが、年明けからは、消費税増税前の消費意欲の高まりにより、日用雑貨など、消費期限の長い商品の動きが一時的に増加する。 ・販売点数の伸びで売上は回復傾向にある。消費税増税前の駆け込み需要も考慮すると、3月末までは消費が伸びていく。 ・買上点数が伸びてきており、年明けまでは今の良い状態が続く。 ・工事が増えて工事関係の客が多く、行きや帰り、昼食時に、カップラーメンやおにぎり、弁当の売上が伸びる。 ・好感感が広がっていくことが期待できる。 ・消費税増税前の駆け込み需要を期待している。 ・3月のパソコンソフトのサポート終了や、決算期が近づくので、パソコンの動きが良くなり、来客数も増加する。 ・年末・年始商戦に入る。 ・消費税増税前の駆け込み需要がくる。 ・年末に新型自動車の発売があり、販売量が増える。 ・客からの問い合わせは増え、来客数も悪くない。客は商品に好印象を持っているので、受注数は伸びる。 ・これから2～3か月は消費者の購買意欲が増す時期であり、業界としても前年より景気が上昇しつつある。 ・不景気にうんざりしており、良くなって欲しいと期待する。 ・今後はバーゲン、ボーナスで、景気の上向きが期待できる。 ・株価の再上昇やボーナスの増額による心理的影響と、消費税増税前の駆け込み需要等の与件があり、年末年始にかけて消費意欲が高まる。この機運が継続すれば、2014年前半の景気上昇につながる。

	一般レストラン（経営者）	・消費税増税前に、各商店での販売競争が激しくなる。年末年始は各家庭でも消費意欲が強まるので、多少の改善が見込める。
	一般レストラン（外食事業担当）	・忘年会・新年会、歓送迎会などのニーズが増えるので、売上は伸びてくる。消費税増税前の駆け込み需要を期待している。
	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・4月からの消費税増税を控え、駆け込み需要が増える。旅行頻度が上がったり、食事、買物では高額品が売れそうである。
	観光型ホテル（スタッフ）	・消費税増税前なので、このままいい景気が続く。
	観光型ホテル（支配人）	・昨年12月の忘年会は、一昨年より受注が増加したが、今年はすでにそれを上回る予約が入ってきている。官公庁や企業に加え、病院の忘年会が目立つ。
	都市型ホテル（企画担当）	・宿泊関係の予約状況は好調に推移している。特に海外からの客が好調である。一般宴会についても予約状況は好調であるが、レストランについては消費税増税の影響が不透明である。
	旅行代理店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が本格的になってくる。
	通信会社（工事担当）	・年度末で需要のある時期になる。
	通信会社（営業担当）	・消費税増税の影響は、次の10%増税の段階まで、様子見の状況が続くように思われる。
	テーマパーク（業務担当）	・年末年始の買物や帰省、行楽で、人の移動も多くなってくる。
	設計事務所（経営者）	・受注消化のため、一時的に良い状態で推移する。ただし、資材が高騰しているため、企業業績の大幅な改善は期待できない。
変わらない	商店街（代表者）	・客からは必要以上に商品を購入する様子を感じられない。
	商店街（代表者）	・出雲大社の遷宮や消費税増税前の駆け込み需要は、期待するほど来客数増加につながらない。
	商店街（代表者）	・年明けに売上が伸びる業種があると思うが、大半の店舗には関係ない。
	一般小売店〔靴〕（経営者）	・消費税増税前の客の反応が読めない。駆け込み需要はあまり期待していない。
	百貨店（営業担当）	・売上がすぐに伸びたり落ち込むことはなく、何かイベントを仕掛けると売上は前年実績をクリアするという繰り返しである。
	百貨店（販売促進担当）	・ミセスの節約志向は、価格が下がる冬のセールで回復すると期待できるが、単価低下で売上総額の伸びは期待できない。また、昨今の食品表示問題はおせちの予約に大きなハンデとなっており、実需期となる12月商戦が心配である。
	百貨店（売場担当）	・消費税増税前の駆け込み需要を狙って、高単価商品や必需品の企画が3月までは店頭並ぶ。
	スーパー（店長）	・景気判断をする材料はない。
	スーパー（店長）	・クリスマス、年末年始など催事はあるが、消費税増税を控えているので期待できない。
	スーパー（総務担当）	・単価、点数とも低迷し、売上総額からみても購買意欲が減少してきている。
	スーパー（財務担当）	・地場企業のボーナス増額はあまり期待できず、クリスマスや正月等には、ちょっとしたぜいたくにより消費は上がるが、平常の日は節約が続く。
	スーパー（管理担当）	・売上は前年同期比3%増と増収であるが、消費税増税の影響がみえてこない状況であり、この先を楽観視することはできない。
	スーパー（営業システム担当）	・周囲の会話を聞く限りは、アベノミクス効果がまだ届いてはいない。
	スーパー（販売担当）	・近隣の大型スーパーが年末に向けて安売りをするので、来客数の増加は期待できない。
	コンビニ（エリア担当）	・急激な景気の上昇はまだ期待できず、しばらくは停滞する。
	コンビニ（副地域ブロック長）	・消費税増税を控えている。
	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がみえてこない。
	家電量販店（店長）	・年末、正月だからといって客の様子は平常と変わらず、景気が上向くことはない。
	乗用車販売店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待でき、現在の好景気が維持される。
	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・大幅な来客数の増加を見込める要素がない。

その他専門店〔時計〕 (経営者)	・消費税増税が間近となるが、扱う品目の性格上、駆け込み需要にはつながらない。
その他専門店〔海産物〕 (経営者)	・まだ客が多い状態は続く。
高級レストラン(スタッフ)	・前年に比べて引き続き予約状況が良い。
一般レストラン(経営者)	・株取引で景気が良くなる人も、消費税増税で悪影響を受ける人もいるので、景気に変化はない。
一般レストラン(店長)	・今月の売上が伸びた理由は単価上昇のため、今後も継続するためには、来客数が増えなければならない。また、9～11月は近隣にホテルができたり、有名ショップがオープンしたりと好影響を受ける外的要因もあったが、その影響も薄らいでくる。
タクシー運転手	・12月は忘年会で一時的に人の動きは良くなるが、その後も続くとは思えない。
通信会社(社員)	・客の問い合わせに変動がない。
通信会社(企画担当)	・年度末に向けて、当社内や業界で、新商品や新サービスとして目立った予定がなく、現状の営業動向のままと考えている。
通信会社(通信事業担当)	・提供しているサービスに新しい要素がないので、新規獲得の数についても変動の見込みはない。
通信会社(総務担当)	・景気高揚や需要の伸びが感じられない。
通信会社(広報担当)	・ボーナス商戦期になるが、例年より販売数が多くなる予兆はない。
テーマパーク(管理担当)	・大手や都会の一部の企業は、業績や利益を上げているが、地方に好影響が出てくるには時間がかかる。
ゴルフ場(営業担当)	・今年の気候は長期予報で寒くなるなどのことなので、雪が心配であるが、今のところ例年並みの予約状況である。
美容室(経営者)	・安売り合戦、来客数の減少、商店街の店舗数の減少など、マイナス要因しかなく、景気が良くなることはない。
美容室(経営者)	・客の話からみると、今後2～3か月で景気は回復しない。
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、身の周りで景気の変化が感じられることがなかったので、今後2～3か月で景気が変化するとは考えにくい。
設計事務所(経営者)	・消費税増税の影響が心配である。
住宅販売会社(従業員)	・今後しばらくは、住宅ローン金利により受注が左右されると思うが、現段階では判断しかなる。
住宅販売会社(営業担当)	・住宅ローンの利率が高くなった場合は需要が落ち込むと思うが、利率が上昇するといわれ続けながら、低金利で推移しており、当面この状況が続く。その他には変動する要素が見当たらない。
住宅販売会社(販売担当)	・現行の消費税率が適用される請負工事契約の締結期限である9月末を過ぎても反動や落ち込みが感じられず、当面は現状維持と思われる。
やや悪くなる	
商店街(理事)	・客は無駄な買物をせず、生活防衛本能がまだ強い。
商店街(代表者)	・店舗間の過当競争、ネット販売などもあって、デフレ傾向が強まっている。より良いものをより安く、タイムリーに購入する傾向が、客に定着する。
百貨店(電算担当)	・雑貨、衣料品、食品など、ほとんどの商品の売上が前年比でマイナスであり、特に売上ウエイトの高い衣料品が低調なのは厳しい。大型店が近隣に出店するため、ますます厳しくなる。
スーパー(販売担当)	・数か月前までは、比較的高単価の商品も動いていたが、再び低単価の商品に走る客が増えている。これは客単価の低下として数字にも顕著に表れており、先行きの景気は下降に向かう。
コンビニ(エリア担当)	・客単価が低く、天候不順で来客数が減少する。
衣料品専門店(経営者)	・消費税増税は仕方がないと思うが、売上にはかなり影響する。消費者の立場からも日本が良くなるための増税であって欲しい。消費が落ち込み、経済が回らなくなるのではないかと心配である。
その他専門店〔布地〕 (経営者)	・地方は若者が少なく、高齢者が多いので、年金が少なくなり物価が上がるのでは、なにも良いことがない。
スナック(経営者)	・この一年ずっと、景気が良くなると期待していたが、アベノミクス効果は地方に全然伝わってこない。物価が上がって売上も横ばいでは、3か月で景気が良くなるとは思えない。
都市型ホテル(企画担当)	・団体客の予約が低迷しており、先行受注の状況は良くない。宴会の受注も大学の謝恩会などで、予約は前年並みである。
都市型ホテル(総支配人)	・閑散期に入り、入込観光客が減る。

		旅行代理店（経営者）	・景気回復の期待を皆が持っているものの、マイナス要因はあるがプラス要因がない。	
		タクシー運転手	・1月半ばから売上が減少して2月を迎える。	
		テーマパーク（営業担当）	・消費税増税の影響が出てくる。	
		美容室（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は、サービス業に当てはまらない。	
		設計事務所（経営者）	・消費税増税後の工事に対する優遇制度で、何か出てくるのか、様子見状態の時期となる。	
		設計事務所（経営者）	・引き合いは順調に推移しているものの、建築費の高騰や人手不足により、建設会社への発注が思うように進まない。この状況が続けば、プロジェクトの延期や凍結が急増する。	
	悪くなる	自動車備品販売店（経営者）	・繁忙期後の反動で、売上は半減する。	
		競艇場（職員）	・11月に開催したG1レースほどの売上は期待できない。	
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）	・製造業が好調で、今後も忙しくなる。	
	やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・円安や株価上昇による景気浮揚に加え、消費税増税前の駆け込み需要が継続する。ただし、来年4月以降の景気には懸念もある。	
		電気機械器具製造業（総務担当）	・新年度向けの商品の納入を開始する。	
		輸送業（業務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に関連する荷動きの増加と、建設関連の業務が増える。	
		輸送業（支店長）	・個人荷物と通信販売の売上が継続する。	
		金融業（自動車担当）	・欧州経済の持ち直しと、中国での日本車販売の回復に加えて、円安の追い風もあり、新型低燃費車の輸出は好調に続く。自動車関連は、増収・増益傾向が続く。	
		金融業（貸付担当）	・冬のボーナスは増額となる企業が多い見込みであり、年末年始は、ヒト・モノ・カネが動く。年度末に向けても同様であり、個人消費増加が十分、見込まれる。	
		不動産業（総務担当）	・年明けより、賃貸物件の需要時期となる。	
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税前に販売促進を行う取引先が増えており、受注量も増加する見込みである。	
		会計事務所（職員）	・地元経済をけん引する業界の業績が順調であり、冬のボーナスは前年より多くなると予想される。今月の売上が落ち込んでいるため、来月から始まるクリスマス及び歳末商戦に期待する。	
		コピーサービス業（管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待するしかない。	
	変わらない		食料品製造業（総務担当）	・通信販売に関しては、売上は前年より落ちているため、全体の売上が前年並みであればよしとする。
			窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・ゴミ焼却場向けは年内で生産が一段落する。現在やや生産が落ち込んでいる2次加工品は、年初から製造着手案件があるため、現在の多忙感も継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・年度内は高水準の活動が継続する。	
		金属製品製造業（総務担当）	・同じ業界でも受注が増加している得意先と、そうでない得意先に分かれており、当社への影響としては現状と変わらない。	
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・引き続き、予定通りの受注数量を想定する。	
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・船価の低下や海外メーカーとの競合、輸出割合の上昇等により、中長期的な見通しは不透明な部分があるが、短期的な見通しとしては変わらずに推移する。	
		建設業（経営者）	・現状のまま推移するが、これ以上景気が良くなることはない。	
		輸送業（総務担当）	・受注量に変化がない。	
		通信業（営業企画担当）	・客との会話では、年末年始は旅行や買物といった話題が多いが、1月以降の話題では、消費税増税前の一時的な購買増加といった内容が多い。	
		通信業（営業担当）	・SOHO、中小企業などは決算期に向けて投資を抑制するが、収益が良い企業向けの通信システム関連の提案受注は拡大しており、当社の収支は平衡の状況と思われる。	
やや悪くなる		農林水産業（従業者）	・今年は季節風の影響で出漁できない日が多く、水揚げ数量が減少している。青魚が主力である当漁港では、イワシはほとんど獲れず、サバとアジも水揚げが少ない。	
		食料品製造業（総務担当）	・消費税増税分の取り扱いを、今後どうしていくかがカギとなる。現状では、価格据置きという悪い状況になる。	
		繊維工業（統括担当）	・消費税増税を控え、政治に不安を感じている。	

		化学工業（経営者）	・主要化学薬品のうち、メーカー側は、値上げを表明しながら実質据置きにしていた苛性ソーダの単価を、本年12月から来年1月にかけて、値上げを強行する構えであるが、当社としては販売単価への転嫁が難しく、業績への悪影響が大きい。
		鉄鋼業（総務担当）	・年度末に向けての在庫調整や、中国との外交問題に伴う経済活動の停滞を懸念する。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・電子機器関連では在庫調整が予想されるが、輸送用機器関連は引き続き堅調に推移する。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・まだ地方においては景況感が冷えきったままで、閉塞感が継続している。
		建設業（総務担当）	・営業エリア全体での工事量が多く、専門業者や資材確保の面でコスト増が予想される。
	悪くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪くなる。
雇用 関連 (中国)	良くなる やや良くなる	-	-
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・新卒採用は、過去4年程度抑えていた反動もあり、引き続き好調に持続するが、大きく良くなるとは現時点では思えない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方ではアベノミクスによる景気回復の実感は乏しいが、消費税増税前の3月までは駆け込み需要が発生する。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・10月の新規求人数は、3か月前と比べ15.1%増で、正社員の新規求人数は5.9%増となった。
		職業安定所（雇用開発担当）	・高校、大学等の新規学卒者を対象とした求人は、前年比2割増となっており、企業の採用活動は活発になっている。
		民間職業紹介機関（職員）	・上場会社や金融機関の業績回復、株価の上昇、円安など、輸出企業の多い当地においては景気を腰折れさせる要因が見当たらず、引き続き景気は上昇傾向をたどる。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・製造業の景気が回復基調になっている。
変わらない	-	人材派遣会社（社員）	・年次・季節ごとの事象以外に、特筆すべき事象がない。
		人材派遣会社（支社長）	・引き続き、医療・福祉関連、小売関連での求人は堅調に推移すると思われるが、今まで求人数増加をけん引していた建設関連の動きが止まった。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・雇用マーケットは依然として混沌としている。
		人材派遣会社（営業担当）	・景気回復の兆しを感じていない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・年が明けると、自社の説明会など費用をかけた採用活動がいったん小休止する印象がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地場企業が総じて高校新卒者の採用をやや増やしているところを見ると、人への投資が動き出した感触はあるが、やはり来春の賃金交渉の状況をみないと大きな動きがどうかかわらない。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・求人倍率が1倍を超えているが、求職者の減少によるもので、景気が良くなっているとは感じられない。
学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・特に大きく変わる要因が見当たらない。		
やや悪くなる	-	-	-
悪くなる	-	-	-