

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	コンビニ（エリア担当） ゴルフ場（営業担当） 競艇場（職員）	・店舗を駐車場の広い場所に移動させるので、乗客数と売上の伸びを期待している。 ・予約の状況をみると景気は良くなっている。 ・7月初旬にレースが控えているので、売上が期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者） 商店街（代表者） 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（営業担当） 百貨店（営業担当） 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（店長） スーパー（営業システム担当） コンビニ（エリア担当） コンビニ（副地域ブロック長） 家電量販店（企画担当） 乗用車販売店（総務担当） 乗用車販売店（営業担当） その他専門店〔海産物〕（経営者） その他小売〔ショッピングセンター〕（所長） その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当） その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人） 都市型ホテル（企画担当） 都市型ホテル（総支配人） タクシー運転手 その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・旅館などに宿泊客の予約が入っていると聞くので、景気は上向く。 ・客が消費税8%に慣れ、ボーナスシーズンにもなるので、景気は多少持ち直す。 ・4月は駆け込み需要の反動減で売上が落ち込んだので、5月以降は景気の回復を見込んでいる。 ・テナントの店長は4月終盤になり多少客が戻ってきていると言っており、5月には消費税増税の影響も薄らぎ、今月より少しは持ち直してくる。 ・ファッションには流行があるので動きが止まることはなく、何か仕掛けをすれば客は反応する。 ・今後、消費税増税の影響で消費を抑えていた客の反動がある。 ・消費税増税の影響も徐々に薄れる。4月ほどの落ち込みはないが、6月ごろまでは厳しい状況が続く。6月下旬から7月にクリアランスセールを開催するので、客の購買意欲が戻ってくる。 ・4月初めは消費税増税の影響が想像より厳しかったが、下旬にかけて販売金額は多少盛り返している。今後は緩やかではあるが、増税前の状況に戻ってくる。 ・一般食品の販売量は、消費税増税前の駆け込み需要で在庫が家庭に残っているため、94%の回復にとどまっている。乗客数は消費税増税後、極端に落ち込んだが、週ごとに3%程度ずつ回復している。 ・消費税増税の影響が落ち着き、景気は少し上向く。 ・急激に回復するとは現在のところ感じられないが、駆け込み需要の反動減後の販売量の回復が始まっている。 ・現在は消費税増税の影響で販売量が減っているが、客は徐々に増税後の価格に慣れてくる。 ・盛夏期に入り、中食を中心に販売動向も上向きになる。 ・ゴールデンウィークの動向からみると、今後の週末も好影響が期待される。 ・4月初めと比べると、月末は乗客数が徐々に回復してきている。2～3か月後には現状より景気はやや良くなっている。 ・商品ラインナップが更に刷新されるため、幅広い客にアプローチでき、販売量の増加が見込まれる。 ・消費税増税で4月は買い控えが発生しているが、今後は緩和される。 ・土産品については消費税増税のマイナス影響は感じられない。 ・前回の消費税増税時よりも回復が早い傾向がある。企業のベースアップも手伝って、6月後半から7月前半には前年ベースに戻る。 ・景況感は継続して改善しており、消費は賃上げにより堅調に推移していく。 ・前回の消費税増税時も3か月間は厳しい状況が続いた。今回も同じような雰囲気はあるが、行楽シーズンであるため売上はやや良い。 ・個人消費の動向は不透明であるが、法人団体などの先行受注は好調で前年を上回っている。 ・前年に比べ観光需要は減ると予測するが、ビジネス需要に動きが出てくる。 ・タクシー乗務員のシフトを変更したため売上が右肩上がり、消費税増税後も売上の増加が続く可能性がある。 ・駆け込み需要の影響で3月の景気が良すぎた分、4月は明らかに景気が悪かった。消費者は2～3か月したら消費税8%に慣れ、現在より少しは景気が良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・今のところ、客が必要以上に購入しない傾向が続いており、景気が良くなっていくようには感じられない。

商店街（理事）	・商店街は特別な高額品を取り扱うわけではないので、販売量の減少は消費税増税の影響というより、景気が循環するなかで長引く不景気の影響という気がする。
商店街（代表者）	・輸入商品の値段が高くなり、客の買い控えが続く。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・変化がないというより、判断できないというのが本音である。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・印鑑、ゴム印、名刺などは買いためができないので、5月以降は例年並みに売上が回復する。
百貨店（購買担当）	・アパレル業界や百貨店が様々な仕掛けを試みている段階であり、現在の厳しい状況はまだ続く。
スーパー（店長）	・景気が好転する要素がない。
スーパー（販売担当）	・当店が取り扱う日用品や衣料品は一品当たりの単価が高くないため、消費税増税の影響は小さい。しかし、販売量が今後2～3か月で回復するとは思えず、当面は厳しい状況が続く。
スーパー（財務担当）	・駆け込み需要の反動及び節約による売上への影響は、6月ごろまで続く。
スーパー（管理担当）	・生鮮食品の売上でカバーしているが、消費税増税の影響で生鮮食品以外の一般食品の伸びが悪い。今後の一般食品の動向によっては売上全体の減少が懸念される。
スーパー（販売担当）	・消費が伸びる要因はなく、現状のまま推移する。
コンビニ（エリア担当）	・客の買い控え傾向に変化はない。
家電量販店（店長）	・太陽光発電も以前ほど客からの引き合いがなく、消費の低下が続く。
家電量販店（店長）	・少なくとも2か月は駆け込み需要の反動で低迷すると思われるが、ボーナス商戦には売上は回復する。
家電量販店（販売担当）	・販売量の増加は見込めない。
乗用車販売店（業務担当）	・現在は駆け込み需要の反動減の状況にあり、まだ出口が見当たらない。
乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税後、予想どおり、客からは出費を控えたいとの話が多数出ている。
乗用車販売店（店長）	・新型車が導入されたが、客の動きに変化はない。客の買い控え傾向が出てくる。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気が好転する要素がない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税増税の影響はあるが、それより地方に景気浮上の波が来ていない。
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・客が必要品しか買わないという傾向が続く。
一般レストラン（経営者）	・景気はそれほど変化しない。
一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィークが明けると、季節的に外食の機会が少なくなる。また、消費税増税により節約意識が出てくると思われ、景気動向は下降に向かう。
一般レストラン（店長）	・景気変動する要素が少ない。消費税増税の影響はあるが、景気が大きく下がるとは考えられない。
観光型ホテル（宿泊予約担当）	・景気が回復する兆しがみえない状況であり、現状で推移する。
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の影響で、消費者は必要なものには金を使うが、それ以外は抑える。
都市型ホテル（企画担当）	・消費税増税による買い控えがまだ続く。
旅行代理店（経営者）	・景気は良くならず、全く変わらない。
旅行代理店（営業担当）	・ボーナス支給までは、景気は横ばいかマイナスと想定するが、ボーナス支給後は夏に向けて個人消費も若干上向きになる。
タクシー運転手	・客の動きに変化はなく、特に夜の客の動きが鈍い。
通信会社（社員）	・販売量に変化はないが、パソコン買換えに伴う問い合わせが継続的にある。
通信会社（企画担当）	・消費税増税の影響は小さく、購買や需要の動向は変わらない。
通信会社（総務担当）	・消費税増税の影響が、客の購買意欲が冷え込んでいる。
通信会社（工事担当）	・申込済みの手持ち工事があと2～3か月は続く。
通信会社（広報担当）	・地方ではアベノミクスの恩恵が薄く、特に販売数が増える様子はない。
テーマパーク（管理担当）	・入館者数、購買率や購買単価等について、前年と同じ傾向である。
テーマパーク（業務担当）	・消費税増税が実施され、大型連休も終わり夏休みまで大きな連休もないなど、景気が良くなるような要素がない。

		美容室（経営者）	・客の賃金が上がらないので、景気は良くなる。
		設計事務所（経営者）	・来客数は減少したが、緩やかに回復してきている。ただし、現時点では急回復は見込めない。
		設計事務所（経営者）	・景気が好転する材料が見当たらない。
		設計事務所（経営者）	・しばらくは客の様子見の状態が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税後の生活に慣れるには、しばらく時間がかかる。
		住宅販売会社（販売担当）	・景気の先行きに変動要素が見当たらず、しばらくは様子うかがう状況が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・節約志向とデフレ傾向に変化はなく、景気は良くなる。
		商店街（代表者）	・しばらくは消費税増税のために売上は回復しない。飲食関係では、コンビニやスーパーの弁当や惣菜で、なるべく安く済ませようという傾向がある。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・4月はなんとか現状維持できたが、消費税が8%に上がった影響が今後どこかで必ず来る。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・客が節約志向になり、景気は良くなる。
		百貨店（経理担当）	・7月ごろまでは消費税増税の影響を受ける。
		百貨店（販売促進担当）	・夏物、お中元商戦がスタートするが、消費税増税を一因とした消費マインドの低下は継続する。新しい商品の提案や来店促進策を展開していくが、前年比マイナス基調はしばらく続く。
		百貨店（売場担当）	・製造業者がリスクを恐れ夏物の生産を少なくしているため、商材が販売効率の良い大都市に流れる。
		百貨店（売場担当）	・全体的にはまだまだ、消費税増税の余波が続く。ただ、ファッション性の強いものや趣味し好品については徐々に戻ってくる。
		スーパー（店長）	・景気が良くなる材料はない。
		スーパー（店長）	・消費税増税での出費増を実感しはじめる時期となり、客はまず食費から財布のひもをしめる。
		スーパー（業務開発担当）	・客数や販売点数は前年並みに推移するが、消費税増税後は低単価のものしか動いておらず、この流れが続く。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税が次は10%になる予定があるので、消費者の購買意欲は上がらない。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・7月には来客数の回復を見込んでいるが、当面は来客数はやや減少する。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・秋ごろには様子が変わると期待するが、消費税増税の影響は8月ごろまで続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約状況を見ると、前年より良くない状況が続く。
		一般レストラン（外食事業担当）	・ゴールデンウィークが終わり納税時期になり、また梅雨入りという天候の影響も重なって、客の買い控えが出てくる。
		観光型ホテル（支配人）	・中小企業の多い地方では賃上げは少額で、消費税増税の影響もあり、客の消費意欲を駆り立てることも少ない。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の影響が不透明で、今後の動向は楽観できない。
		美容室（経営者）	・一時的に景気が良くなった感じがあったが、来客数は減少し続けている。客にとっては価格が上がった感覚があるようで、客足が遠のく。
		美容室（経営者）	・駆け込み需要の反動が若干みられる。7～8月の繁忙期にどうなるか心配である。
		設計事務所（経営者）	・前年から続く建築費の高騰が治まる様子がない。工事費が予算を大きく上回るため、設計案件が工事着手できず、手間や経費がこれまで以上に掛かっており、この状況がしばらく続く。
	悪くなる	家電量販店（店長）	・消費税増税後の4月の来客数は前年の70%、売上は80%となったが、この状況はしばらく続く。
		乗用車販売店（統括）	・6月くらいまで駆け込み需要の反動が見込まれる。
		自動車備品販売店（経営者）	・駆け込み需要の反動に対して政府もメーカーも何の対策もとらず、販売店では早くも安売り競争が始まっており、売上減少だけでなく利益の減少にもつながっている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車の立ち上がりがあり、忙しくなる。
企業動向関連	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、忙しくなる。
(中国)	やや良くなる	繊維工業（統括担当）	・徐々に景気は上向く。
		木材木製品製造業（経理担当）	・景気対策の第3の矢の効果に期待する。
		化学工業（総務担当）	・生産量は若干増加傾向にあり、今後を期待している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・アベノミクスに対する期待、現状よりも将来は良くなるという期待感を持っている。

		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・国内造船所のなかに、従来はあまり受注してこなかった超大型コンテナ船、LNG運搬船やLPG運搬船の受注を決めた造船所が出ている。
		輸送業（支店長）	・客の利用メニューを拡充し、フルデジタル化による業務効率化とコスト削減を進めるので、業績は上向く。
		輸送業（経理担当）	・取引先から年度末の荷動きが一段落したので別の発注を出す話を聞いている。
		金融業（自動車担当）	・現状の為替水準であれば、完成車メーカーは十分な利益が確保できるため、部品メーカーの受注は高水準が継続する。
変わらない		農林水産業（従業者）	・現在は水温の影響で不漁で、燃料油高騰もあって出漁に慎重になる。当港のブランド魚の水揚げ量も芳しくなく、活気がない状況が続く。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・当面は大口の注文がなく、生産水準は低位の状態が継続する。生産部門では繁忙部門と閑散部門が共存する状態である。
		鉄鋼業（総務担当）	・直近の2～3か月は現状並みの生産水準で推移する。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・輸送用機器関連と電子機器関連はともに、日本向けについては駆け込み需要の反動減があるが、世界的には堅調であると見込む。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの発注内示は予定どおりで、適切な操業を確保できる。
		建設業（総務担当）	・工事の引き合いはあるが、協力業者の職人不足を受注単価に反映できていない。
		通信業（営業担当）	・まだまだ中小以下のSOHO市場では景気の上向き感がみられない。
		金融業（貸付担当）	・取引先からは4月の落込みは一時的との声を聞くが、燃料費や原材料高は依然として続いており、今月と比べて良くなるまでにはしばらく時間を要する。
		広告代理店（営業担当）	・取引先の話では、受注量は現状と変わらない方向で動く。
	会計事務所（職員）	・建設業では職人不足の状況が続いており、急速に改善する見通しはない。毎年、夏場には一時的に暇な状態になるが、今年は夏場も人手不足の状況が続きそうである。	
やや悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・消費税増税後の変化はまだみえず、5～7月の状況で判断するしかない。
		化学工業（経営者）	・主要取引先の定期修理が相次いで始まるため、工場の製造が一時中止となる。
		鉄鋼業（総務担当）	・消費税増税の影響はこれから先に出てくる。
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先の受注見通しは通常は4月末に出るが、受注状況が芳しくないため、5月の連休明けに作成するとのことである。当社の受注の腰折れが懸念される。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注量がやや減少する。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・原材料等のコストが上がり、海外仕入価格も為替とあいまって上昇し、利益を圧迫する状況が続く。
		建設業（経営者）	・業種によっては人手不足で工事に着手できないところがある。
		通信業（営業企画担当）	・電器量販店を訪問した際、前年と比較し客が激減しているように見え、店側の商品在庫も少ないように感じられる。
悪くなる		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期を過ぎ、5月以降は更に来客数や成約件数が落ち込む。
		コピーサービス業（管理担当）	・消費税増税の影響で需要の減速感がある。
		食料品製造業（総務担当）	・量販店の動きが重要になるが、原材料高騰が加速するなかで商品の値上げが避けられない状況である。消費税増税後に更なる値上げとなるため、販売量が落ちていくのは間違いはない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量が減少する。
		建設業（総務担当）	・来年4月までは、現在の技術職員や施工業者の人材不足、資機材高騰の問題は改善されない。
雇用関連 (中国)	良くなる	求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・当面、採用市場は売り市場であると予想され、多くの客からの発注が期待できる。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画担当）	・消費税増税の影響は現状では見受けられないが、企業業績の変動によっては今後の派遣活用に影響する可能性がある。
		職業安定所（雇用開発担当）	・派遣事業者数及び求人数がともに増加している。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・卸売・小売業では新店舗がオープンし、コールセンター業では県外から進出予定があるなど、大量の求人につながる情報がある。旅館業では消費税増税後の反動減が見込まれたが、集客数は変わらず客室が満室状態で、この状況がしばらく続く予想する声も聞く。	

	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・今年の年末には商業施設のオープンやリニューアル等があり、景気が活性化する話題がある。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・消費税増税の影響はなく、求人数や求職数は平年並みに推移しており、今後も同様の状況が続く。
	人材派遣会社（支社長）	・消費税増税の影響は現時点でほとんど感じられないが、一部の製造業では需要の先食いによる稼働率の低下が予想される。
	人材派遣会社（営業担当）	・景気が変動する要因がない。
	求人情報誌制作会社（広告担当）	・ＴＰＰがどうなるかわからないので、各企業とも静観する状況が続く。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・飲食店の新規オープンが落ち着き、新たなオープン予定の話はない。
	民間職業紹介機関（職員）	・消費税増税により一時的な落ち込みはあるが、夏には落ち着く。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・大きく変わる要素が感じられない。
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・少数の裕福な人が駆け込み需要を支えただけで、地方では賃金が伸びることもなく、消費者の財布のひもは固いままである。個人消費は今後も厳しい状況が続く。
	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・各企業とも消費税増税分の価格転嫁が大きな課題で、今後の受注状況等、先行きを心配する声が多く寄せられており、求人意欲に陰りがみられる。
悪くなる	-	-