

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	乗用車販売店（営業担当）	・これからボーナス商戦に突入し、企業も色々な取組を行うので、今後は景気が良くなる。
		その他飲食 [サービスエリア内レストラン]（支配人）	・平日の来客数は以前に比べ回復している。週末も最近は上昇傾向で、来月あたりから景気は上向くような雰囲気である。
		テーマパーク（業務担当）	・夏休みに入り、お盆休み等の連休もあり、公園やキャンプ場利用等の来客数増加が見込める。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・これからの暑い季節には、客はとりあえず店に入ろうとするので、景気はかなり上向く。
		商店街（代表者）	・消費税増税の影響もそろそろ薄まり、また夏のボーナスも支給されるので、身のまわりの景気はやや良くなる。
		百貨店（売場担当）	・客の価格志向は二極化が進む。
		スーパー（店長）	・ボーナス時期になり、客の購買意欲は高まる。
		スーパー（店長）	・景気は良くなる方向ではあるが、大幅に良くなる要素は見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの新商品が7月に出て客足が伸びると思われるので、当店の売上も伸びる。
		コンビニ（地域ブロック長）	・第2次産業の好況により消費マインドが上がっている。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・今年は海の日を含めた3連休が、前年と違って下旬となるため、客は行動計画を立てやすい。
		家電量販店（販売担当）	・夏商戦が始まり、ボーナスでの買物に期待する。
		家電量販店（企画担当）	・景気は徐々に回復傾向にあるので、2～3か月後はやや良くなっている。
		乗用車販売店（業務担当）	・消費税増税の影響も徐々に薄らいできている。新商品の投入もあり、今後に期待する。
		その他小売 [ショッピングセンター]（所長）	・一部に消費税増税の影響から回復が遅れている業種もあるが、衣料品、日用品や食品の物販では前年を上回る売上となってきた。
		その他小売 [ショッピングセンター]（運営担当）	・消費税増税後の反動減は一時的なものと思込んでいる。大企業を始めとした企業の賃上げが、夏場以降の需要喚起につながって欲しい。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の影響で落ち込んだ売上が回復しつつあり、現状より良い方向に向かう。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来客数が伸びている。しばらくはこの状態で推移する。
		タクシー運転手	・売上は右肩上がりです、このまま継続する。
	通信会社（企画担当）	・ボーナス商戦に若干手ごたえがあり、客の商品への関心が高まっている。	
	ゴルフ場（営業担当）	・3か月先の予約状況は前年より良い状態が続く。	
	変わらない	商店街（代表者）	・消費税増税に相応した値上げについて文句を言う客はいないが、財布を締めているのか購入頻度が下がっている。
		商店街（理事）	・現状が続く。
		商店街（代表者）	・7～8月は夏の観光シーズンに入るため期待できるが、秋口にかけての景気動向は読めない。
		商店街（代表者）	・客の収入が増えないため、客は消費税増税による負担増を実感する。
		一般小売店 [茶]（経営者）	・国内での売上はまだ厳しさが続く。
		一般小売店 [印章]（経営者）	・夏場は会社関係の注文の動きが悪いが、最近では名刺注文も減少している。
		一般小売店 [酒店]（経営者）	・お中元商戦では消費税増税の影響がどこまで出るか読めないが、消費者も徐々に増税に慣れてきている。
		一般小売店 [紙類]（経営者）	・消費税増税直後の買い控えが納まってきた感じがあり、景気は落ち着いていく。
一般小売店 [食品]（経営者）		・消費税増税の影響と、円安による輸入関連商品の高騰が懸念される。	
百貨店（経理担当）		・2～3か月先に景気が良くなる要因が見当たらないので、しばらくは今の状態が続く。	
百貨店（営業担当）		・今月の売上の落ち込みが原因不明であることから楽観的な予測はできないが、6月末からセールが始まるので今後に期待している。	
百貨店（営業担当）		・新商品や価値ある商品でないと客の心は動かない。	
百貨店（営業担当）		・消費税増税の影響はかなり薄れてきた。7月と8月の売上は、気温が上昇して客の購買意欲が高まるかがポイントになる。現在の冷夏予想が一変すれば十分に前年実績をクリアできる。	

百貨店（販売促進担当）	・夏物セールとお中元商戦が本格化してくるが、消費支出の厳しさは継続し、お中元は法人関連の受注が減少する。また夏物セールは取引先の減産が一因となり商品自体のタイト化も想定されるため、売上の回復には今しばらく時間がかかる。
百貨店（売場担当）	・食品を中心とした買い控えというより、日用品の消費が全般に低迷している。特にファッション関連は大きなトレンドがないため、秋に向けても高額品はこのまま買い控え傾向が続く。
百貨店（購買担当）	・消費税増税後、定価販売では売上が伸びないのでクリアランスセールに期待しているが、客は必要な商品しか購入しない傾向である。天候の影響で薬物野菜が高騰しているため、衣料品よりも食料品に金が流れる。
百貨店（営業推進担当）	・先月に比べ、消費税増税の影響は薄らいできているが、報道のような数値までには景気は回復しておらず、前年をクリアするのが精一杯である。
スーパー（店長）	・景気が回復する材料はなく、現状から変わることはない。
スーパー（店長）	・近隣店舗との競合が厳しくなる。
スーパー（総務担当）	・季節変動による上昇は見込まれるが、実質は前年並みで推移する。
スーパー（販売担当）	・地方では所得が上がるまでに至っておらず、一般家庭の家計は厳しい。少なくとも小売業においてはプラス要因は見当たらず、景気はしばらく横ばい状況が続く。
スーパー（財務担当）	・地場企業の業績の改善はまだみえず、個人所得の増加が期待できないため、消費税増税による消費者の節約は続く。
スーパー（管理担当）	・消費税増税の影響がいつまで続くのか、現段階では先が読めない。
スーパー（営業システム担当）	・販売数や単価の動きに大幅な変動はなく、このまま変わらず進む。
コンビニ（エリア担当）	・来客数や客単価の横ばい状況はしばらく続く。
コンビニ（エリア担当）	・消費税増税による売上の減少は落ち着いてきたが、客の節約志向は継続する。
衣料品専門店（経営者）	・特に景気が良くなる要素がみえない。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・客が必要な商品しか購入しない傾向は続く。
家電量販店（店長）	・客が必要な商品を必要な時にしか購入しない。客の衝動買いがなくなる。
家電量販店（店長）	・駆け込み需要の反動は予測以上に長引くような気配である。消費者の省エネ志向により高省エネ商品の販売は伸びているので単価は上がるが、販売数の伸びは期待できない。
乗用車販売店（統括）	・8月までは現在の状況が続く。
乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税の影響で客は消費にかなり消極的である。来年10%になる前に大きな買物を済ませたいとの客もいるが、ここ1年は現在の冷え込みが続く。
乗用車販売店（店長）	・ボーナス時期で客の動きを期待したいが、客の購買意欲は低下している。
乗用車販売店（営業担当）	・業界全体をみても売上が増加する条件や要素が見当たらない。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・売上増の要素がない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・景気動向もあるが、地方では人口減少が売上減少の大きな原因である。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・時間はかかるが、客は消費税増税に慣れ、高価な商品にも目が向くようになる。
その他専門店〔海産物〕（経営者）	・前年の秋は出雲大社遷宮効果で景気が良すぎたので比較対象とならない。景気は現在と変わらず推移する。
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・来年の消費税増税を意識して、客は商品購入に慎重になる。
高級レストラン（スタッフ）	・予約は前年並みに推移し、週末の利用客も戻りつつあるが、平日の来客数の予想ができない。
一般レストラン（店長）	・現状の伸び率は維持していけるが、それ以上の伸びは期待できない。
一般レストラン（外食事業担当）	・首都圏や近畿圏では所得が増えると報道されているが、地方はそうではない。ボーナスが出ないところもあるし、貯蓄に回す客も多い。客は安近短の動きになるので、大きく外食に金が回ることではない。
スナック（経営者）	・地方は景気が回復しているとは言い難い。地方の景気回復には何年もかかる。

	観光型ホテル（宿泊予約担当）	・現状維持で推移する。
	都市型ホテル（企画担当）	・大型ショッピングセンター開業に伴う関連需要はあるものの、アベノミクスの好景気感は薄れてきており、原油高など不安定な海外情勢の影響も出始めている。
	都市型ホテル（企画担当）	・現在の傾向が継続する。
	旅行代理店（経営者）	・景気回復といわれているが、賃金やボーナスの増額は都会の一部企業の話であり、地方の企業には影響が出ていない。
	旅行代理店（営業担当）	・現状これといった施策も打ち出されていないので、景気は変わらない。
	タクシー運転手	・新たな仕事の確保は見込めず、現状で推移する。
	タクシー運転手	・物価上昇や消費税増税に見合うほど給与が上がったのは一部の上場企業であり、中小零細企業ではそれほどの好感度はみられない。特に地方にはアベノミクスは無縁である。
	通信会社（社員）	・新規のサービス利用に関する問い合わせに変動がない。
	通信会社（総務担当）	・販売数の伸びが見込めず、また客の購買意欲が感じられない。
	通信会社（広報担当）	・ボーナス商戦が終われば販売数は元に戻る。
	通信会社（営業担当）	・消費税増税の影響は薄らいできたが、景気が上向いている印象はない。次期の増税判断までに景気浮揚の施策がどこまで具現化されるかがカギである。
	テーマパーク（管理担当）	・入館者数等は前年同月比が微減で推移している。
	美容室（経営者）	・現在より景気が悪くなるとは思わないが、良くなる材料も見当たらない。
	美容室（経営者）	・客の給与が上がるといった情報はなく、客は節約傾向になる。
	美容室（経営者）	・消費税増税後、販売量の低下がみられる。客の安くて良いものという消費傾向は更に大きくなる。
	その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・消費税増税から約3か月がたち最近はその話題もほとんど聞かれなくなったが、今後数か月で景気の変化がみられるとは考えにくい。
	設計事務所（経営者）	・ガソリンの異常な値上がりが続く中、先を見通すことができない。規制緩和を急いで欲しい。個人的には燃料電池車が出てくる今年度末以降に期待したい。
	設計事務所（経営者）	・当地では大型物件の建築工事が重なり、人不足とモノ不足の状況にある。この状況が少し落ち着き景気回復が見込めるのは秋以降になる。
	設計事務所（経営者）	・4月の消費税増税による混乱を避けたいと考えたクライアントが多かったため、しばらくは現在の景気が続く。しかし、建築費高騰や人手不足から工事着手が遅れるケースが増えていることが気がかりである。
	住宅販売会社（従業員）	・客が消費税増税後の消費生活に慣れるまで、今後も客の動向は変わらない。
	住宅販売会社（販売担当）	・現在の客の動きでは景気が上向く要素がないため、まだ横ばいの状況が続く。
やや悪くなる	スーパー（業務開発担当）	・原油高の影響で包装材料が値上がりしている。原価上昇分を商品価格に転嫁したときの客の反応が不安である。
	乗用車販売店（総務担当）	・納期が長期化したままであり、正常に戻るにはしばらく時間がかかりそうである。今月の受注にも影響が及んでいる。
	自動車備品販売店（経営者）	・今のところ良くなる要素は皆無で、国の施策を期待するだけである。
	自動車備品販売店（経営者）	・来客数が減少し、売上が伸び悩んでいる。
	住関連専門店（営業担当）	・来客数が少なく客から情報が取れないため、今後の見通しが立てられない。
	一般レストラン（経営者）	・地方ではまだ所得向上までいっていない。ボーナスの増額が望めないため、消費行動に結び付きにくい。
	観光型ホテル（支配人）	・今年の夏休みは前年にあった地域イベントもなく、プラス材料がない。夏のボーナスに伴う客の消費行動も期待は薄い。
	都市型ホテル（総支配人）	・出雲大社大遷宮の効果も徐々に薄れ、観光客数も漸減傾向にある。
	設計事務所（経営者）	・来客数の減少が進んでおり、手持ちの工事量が減少する。
	住宅販売会社（営業担当）	・このままの来客数が続けば、景気は悪くなる。
悪くなる	商店街（代表者）	・客が給料が上がったという実感を持ってないと、客の消費行動は抑制される。
	スーパー（店長）	・今後、ガソリンや光熱費の高騰など家計を圧迫する要因が多いため、特に食費の削減は避けられない。

		衣料品専門店（経営者）	・家計においては収入が増えない一方、社会保険料等差し引かれる金額は多くなっている。その上消費税が8%となった影響も大きい。現在は値札を消費税増税後も以前のままにしているが、商売上、悩ましいところである。
		通信会社（工事担当）	・閑散期の夏を迎えるため、今以上に申込件数が減少する。
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）	・取引先である自動車メーカーなどで増産計画があり、それに付随して当社の忙しさは続く。
	やや良くなる	繊維工業（統括担当）	・現状より景気が良くなることを期待する。
		木材木製品製造業（経理担当）	・駆け込み需要の反動減の影響は今年後半には収束する。
		化学工業（経営者）	・主取引先が定期修理明けの増産に入ってフル稼働の予定であり、受注量は増加する。
		化学工業（総務担当）	・自動車関連など一部で好調な事業があるため、景気は良くなる方向である。
		鉄鋼業（総務担当）	・向こう3か月を見据えた受注がきており、納品が間に合わない状況である。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・各社とも設備投資はしたいが、お互いに様子見といったところである。当社も今しばらく景況を注視していきたい。
		建設業（総務担当）	・受注物件数が増えてきている。
		輸送業（支店長）	・国の景気対策が出たので、景気は回復する。
		輸送業（経理担当）	・取引先の取扱数量回復傾向は継続しそうな状況であり、荷動きが堅調に推移する。
		金融業（自動車担当）	・自動車部品メーカーにとって最大の輸出先である米国経済の改善が続き、為替が輸出採算を十分確保できる水準で安定しており、当面は高操業が継続する。
		金融業（貸付担当）	・ボーナス支給額が前年と比べて増加している取引先が多い。取引先からはお中元商品の申込についても高額商品が増えたと聞くこともある。カネとモノが動いている実感があり、身のまわりの景気は良くなる。
		会計事務所（職員）	・海運関連の動きが徐々に活発化してきている。船舶修理の依頼は堅調であり、造船に関しても見積の問い合わせが入り始めている。
	変わらない		食料品製造業（総務担当）
		鉄鋼業（総務担当）	・一時的な調整局面も終了し鋼材調達は活発化する。自動車業界では夏季休暇による稼働減もあるが、一般的に需要は底堅く推移する。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・電子機器関連の取引先において、国内工場における製造能力増強の動きがある一方で、中国メーカーがシェアを拡大するとの予測もある。また金属相場に大きな変動はない。
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先である工作機械業界は外需の底堅さや新ものづくり補助金の効果によって緩やかに上昇していく見通しであるが、まだその兆しはみられない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注状況に大きな変化はない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・客の新製品は計画通り投入されており、今後も計画通り進捗する見通しである。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・仕事量と収益性の両方が伴えば景況感は一気に高まるが、そうなるまでにはまだ時間がかかる。
		建設業（経営者）	・仕事量は増えるが、人手不足によるコストアップで利益が圧迫される。
		通信業（営業企画担当）	・客とボーナスでの商品購入の話になると、消費税増税により購入意欲が低下し、高額な買物には消極的な話が多い。
		通信業（営業担当）	・中小企業や個人事業主・在宅事業主への景気テコ入れ策が出されないため、急激な景気向上は見込めない。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要によるが、例年の状況から判断すると景気は変わらない。
		広告代理店（営業担当）	・受注量及び客の話を総合すると、受注量が時期的に増える客と減る客の両方があり、景気は変化がない状況である。
		コピーサービス業（管理担当）	・景気を左右するような要因がない。
やや悪くなる			農林水産業（従業者）
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・増加している鉄鋼向け需要が継続するかどうか不透明感が大きい。焼却場向け案件も新規の引合がなく、現在の低調な状況に変化の兆しはない。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・輸出企業はこれからも良くなると思うが、逆に海外から材料や部品を仕入れて国内販売する会社はますます厳しくなってくる。
悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・良くなる要因が一つもない。

		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い。
		建設業 (総務担当)	・繁忙な状態が続き、ピークは今年秋となる。今後、消費税増税前の駆け込み受注物件の着工が進み、人手不足と資材高騰による利益率の低下が予想される。
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)	・2018年卒採用ぐらいいまでは求人掲載依頼が増え続ける。
		民間職業紹介機関 (職員)	・従来はパート社員で募集していたポジションについても、人材が集まらないため正社員採用に切替える企業がある。また、しばらく採用を控えていた企業でも増員計画が浮上している。
		民間職業紹介機関 (人材紹介担当)	・景気が良くなるためには、雇用の掘り起こし等の国及び県のサポートが必要である。また大型ショッピングセンターの開業に伴う大量採用が近隣企業の採用環境に悪影響を与える恐れもある。
	やや良くなる	新聞社 [求人広告] (担当者)	・アルバイトやパートとして、女性を中心に働く人が増えてきている。
	職業安定所 (雇用開発担当)	・新規高卒者対象求人の受付が6月20日から始まったが、求人数は前年比で30%増加している。また、求人件数も前年比で34%増加しており、若年労働力の確保に積極的な企業が増えている。	
	職業安定所 (産業雇用情報担当)	・学卒求人状況以外をみても、全体として人手不足を日々感じている。	
	その他雇用の動向を把握できる者 [労働機関] (職員)	・求職者のうち、在職者の多くはパートや嘱託などの非正規労働者を中心で、正社員への転職希望が少なくない。離職せず仕事を続けながら、改善傾向にある労働市場で求職活動をしている。	
変わらない	人材派遣会社 (社員)	・雇用のニーズは増えているが、企業は物価上昇に伴う負担増で積極的な採用に踏み切れないため、当分は小康状態が続く。	
	人材派遣会社 (支社長)	・引き続き企業の採用意欲は高く推移するが、今後は人手不足による業績へのマイナス影響が顕在化する。	
	求人情報誌製作会社 (営業担当)	・大まかな傾向は変わらない。	
	求人情報誌製作会社 (広告担当)	・企業の採用活動が終盤にさしかかってくるが、採用決定人数が半数程度という企業もあり、人数を確保するため採用活動を継続していく企業が多くある。	
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・アベノミクスの第3の矢に期待したいが、地方に波及するとしても3～6か月のタイムラグがある。	
	職業安定所 (産業雇用情報担当)	・介護施設や飲食店が新規オープンする話はあるが、希望求職者が少ない職種なので景気に影響はない。	
	学校 [短期大学] (学生支援担当)	・景気に変化の兆しがみえない。	
やや悪くなる	人材派遣会社 (経営企画担当)	・年末にオープンする大型ショッピングセンターの社員採用活動が動き始めるため、近隣では採用数確保が一層困難になってくる。まわりの商業施設の投資工事もピークで、人の流れ、人の採用や仕事のあり方が大きく変わる。	
悪くなる	—	—	