

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	－	－
		百貨店（営業担当）	・衣料品の動きが良くなっている。正価品に限れば、売上は7月中旬から前年を6%上回っており、正価品の売上に今後の手ごたえを感じる。
		百貨店（営業担当）	・夏物のセール時期の分散化によりピーク時の売上が減少しており、8月以降の夏物の売上に繋がる。
		スーパー（店長）	・今後の天候が景気に影響する。
		スーパー（店長）	・景気をV字回復させるまでの材料はないが、景気は少し良い。
		スーパー（総務担当）	・少しずつ客単価の上昇がみられるので、季節要因も相まって売上増加が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・昼食時に営業で外回りするサラリーマン客が増えている。仕事が増え、人の動きが出てくる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税の影響も一段落し、夏のボーナス支給により客の購買意欲が高まる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・景気回復や8月の国内旅行予定者数が過去最高となる等の市場動向が、当社にもプラス影響を与える。
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入があるので、景気は多少上向く。
		乗用車販売店（店長）	・客にも消費税増税に慣れた感じがあり、上期決算に向けて多少期待が持てる。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算商戦に突入し、また新しい商品も導入予定なので、販売量が増える。
		その他専門店 [ファッション雑貨]（従業員）	・今後は近隣の競合店舗がなくなるため、売上の増加が期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・客が消費税増税に慣れつつあり、増税自体よりも日常生活を大事にする意識が変わるので、今より景気は良くなる。
		スナック（経営者）	・8月も今月の状態が続けば景気が少し良くなっていく。
		その他飲食 [サービスエリア内レストラン]（支配人）	・売上は少しずつ増加しており、行楽シーズンには売上は前年並みに戻る。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客単価が上昇している。消費者が商品購入時に良いものを購入し、飲食時に良いものを食べることで、景気の好循環につながっていくと思われる。
	都市型ホテル（企画担当）	・消費税増税の影響がだんだんと薄らいでいる。	
	タクシー運転手	・8月は企業のボーナスもだいたい出そろう時期で、お盆というプラス要因もある。	
	変わらない	商店街（理事）	・景気が良くなる材料も悪くなる材料も見当たらない。客からは消費税増税への違和感を感じないが、景気の停滞はしかたがないという心境にみえ、客の購買意欲は上がりも下がりもしない。
		商店街（代表者）	・近所にたくさんのコンビニができ、通常の販売店はなかなか太刀打ちできない状況が続いている。来客にも変化が出ている。
		商店街（代表者）	・地元の観光業は出雲大社の大遷宮で上向きであると言われる。建設会社等は公共工事は増えているが、工事原価が上がっているため、収益は良くないようである。
		商店街（代表者）	・8月も今月同様に景気の大幅な上昇はないものの、穏やかに回復する。
		商店街（代表者）	・地方の家庭では収入は増加せず、ガソリンの値上げ等が家計を圧迫する。
		一般小売店 [印章]（経営者）	・この1～2か月は低価格の印鑑を購入する客が多く、客にあまりゆとりを感じない。
		一般小売店 [酒店]（経営者）	・都会は景気が良いようであるが、田舎にはまだまだ波及していない。
		一般小売店 [食品]（経営者）	・消費税増税や円安による原材料の高騰と個々の商品の値上げが今後も懸念される。
百貨店（経理担当）		・景気が良くなる要素が見当たらないので、しばらくはこの状況が続く。	
百貨店（営業担当）		・今よりは悪くはならないだろうが、6～7月と原因不明の売上の落ち込みが続いており、今後についても全く展望が開けない。	
百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響は薄れてきているが、客の購買状況を見る限り、まだまだ景気が良くなる要因が見つからない。		

百貨店（販売促進担当）	・盆商戦や秋商戦が立ち上がるが、客の価格意識と節約志向は継続する。景気が上向きには時間がかかりそうである。またガソリンの高騰は帰省客を対象とした商売にはマイナス影響がある。
百貨店（購買担当）	・クリアランスセールでいいものを安く提供しているが、客は商品を吟味して買おうとする姿勢が強い。客の立場にたてば給料は上がっていないので、財布のひもは固く締めた状態が今後も続く。アパレルの仕入れ先からは、商品を抑え気味に製造していると聞く。
百貨店（売場担当）	・消費税増税の影響がまだ残っている。身の回り品においても、こだわり品や高機能品は動くが、通常の商品は動きが悪い。セールを開催しても客は安くても unnecessaryなものは買わない傾向が継続する。
スーパー（店長）	・今のところ良くなる材料が見当たらない。
スーパー（店長）	・客数が前年比で減少する状態はこのまま2～3か月は続く。
スーパー（店長）	・景気が上がる要素も、下がる要素も見当たらない。
スーパー（販売担当）	・一時的かもしれないが、客が戻りつつある。ただ、相変わらず低価格の商品を求める客の方が多く、客単価は上がらず、先行きに一抹の不安を覚える。
スーパー（管理担当）	・今後の景気は読みにくいが、現状維持ではないかと思う。ただ、ディスカウント店等、相次ぐ競合店の出店により客数の減少と客単価の低下が起り、売上の減少が懸念される。
スーパー（営業システム担当）	・消費税増税の影響は薄れているが、当初の予想に反して現在も買物に対する慎重な姿勢が続いており、これからも継続する。
スーパー（販売担当）	・客数と客単価はともに先月、先々月より悪く、良くなる要素が見当たらない。
コンビニ（エリア担当）	・徐々に売上は上がってきたが、今の状態がしばらく続く。
衣料品専門店（経営者）	・中小企業に勤める客にとっては景気が上昇しているようにはみえない。
家電量販店（店長）	・売上の大きな部分を占めていた太陽光発電関係が影も形もなくなりつつある。今後、何でカバーするか悩ましい。
家電量販店（店長）	・駆け込み需要の反動減からは回復すると思われるが、大きく成長が見込まれる商品が見当たらないため、前年並みで推移する。
家電量販店（企画担当）	・駆け込み需要の反動減は収まったが、景気が良くなる理由が思い当たらない。
乗用車販売店（統括）	・今期中は消費税増税の影響が続く。
乗用車販売店（総務担当）	・新型車が登場したが、商談が長引いている。客からはガソリン相場の話が頻繁に出て、節約志向と高燃費車重視が顕著になっている。当社には特化した車種が乏しいため現状が続く。
自動車備品販売店（経営者）	・当業界だけかもしれないが、消費税増税に伴う景気の悪化を正面から受けている。
その他専門店 [和菓子]（経営者）	・良くなる要素がない。
その他専門店 [時計]（経営者）	・地方では景気回復が進まない。公共事業で土木建築業は景気が良いと聞くが、地方全体の景気はなかなか上向かない。
その他小売 [ショッピングセンター]（所長）	・すべての業種で改善されるわけではなく、客単価が上がる業種と下がる業種の2極化が進み、トータルでは現状から変化しない。
その他小売 [ショッピングセンター]（運営担当）	・ここ最近、客数の動きが良くない。しばらくは景気は横ばいで推移する。
高級レストラン（スタッフ）	・客数は前年並みになってきたが、予約状況があまり良くないので、お盆の状況を注目している。
一般レストラン（経営者）	・地方の中小企業の社員にとっては収入が増加した実感はなく、今後も厳しい給与状況が続くため、消費はますます落ち込む。
一般レストラン（店長）	・現状の伸びは維持できると思うが、それ以上の伸びを期待できる要素がない。
一般レストラン（外食事業担当）	・行楽需要は安近短となる。景気は今後の天候に左右される面が大きいが、今の流れから大きくは変わらない。
観光型ホテル（宿泊予約担当）	・団体の受注は伸び悩んでいるが、小グループや個人の受注動向によっては現状維持の可能性はある。
旅行代理店（経営者）	・もう少し企業が元気にならないと景気は良くならない。
旅行代理店（営業担当）	・決定的な景気対策がみられない。
タクシー運転手	・当市ではイベントを開催し、入り込み客を増やそうとしているが、昼間のタクシー利用客は増加していない。

タクシー運転手	・人の動きは出てきたが、タクシー利用は増えない。全国的にも当地でも、自動車関連企業を中心に景気は上向いているが、タクシー業界の景気は変わらない。
タクシー運転手	・7月はボーナス支給月なので、本来であれば2～3か月先の売上は今年より確実に悪いはずであるが、今月の売上が伸びていないため、3か月後も景気は変わらない。
通信会社（社員）	・販売増につながる問い合わせが増えない。
通信会社（企画担当）	・商品に関する関心度や引き合いは消費税増税以前の平常に戻っており、今後もこの傾向が続く。
通信会社（総務担当）	・7月の販売実績をみても客の購買意欲が感じられない。
通信会社（広報担当）	・商品の購入ではなく安い料金への変更が多く、購入の動きはあまり増えない状況が今後も続く。
通信会社（営業担当）	・景気浮揚は次の消費税増税への懸念で相殺される。
通信会社（販売企画担当）	・3か月後はボーナス商戦も終わり、冬商戦までの谷間となる。
テーマパーク（管理担当）	・消費税増税後の物価上昇やエネルギーコスト増加等により、景気回復につながる要素が見当たらない。
テーマパーク（業務担当）	・秋の行楽などで多くの来客を期待しているが、ガソリン高騰などの懸念材料がある。
ゴルフ場（営業担当）	・天候にも左右されるが、景気は全体的に上向き傾向である。
美容室（経営者）	・景気が良くなる材料が思い浮かばない。
美容室（経営者）	・3か月後では家計のやりくりに変化はないが、今後、収入の増加がなければ客は節約志向に走る。
美容室（経営者）	・消費者は消費税増税に慣れてきたのか気分は安定してきているようにみえるが、客の消費傾向は良くも悪くも2極化している。
その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・ここ数か月、身のまわりで景気の変化が感じられる場面はなかったため、よほど大きなきっかけがない限り2～3か月後に景気の変化があるとは考えにくい。
設計事務所（経営者）	・収入等の増加はないが、消費者は必要なものについては購入意欲を持っている。
設計事務所（経営者）	・建設費が高騰しており、設計完了後、見積をとってもなかなか契約に至らない状況が今後もしばらく続く。
設計事務所（経営者）	・現在も建築関係の人手不足が続いているが、秋口から着工予定の大型建築物が多いので、スケジュールどおりに工事を進められるか心配している。
住宅販売会社（従業員）	・来年10月に予定されている消費税10%が実施されるか延期されるかははっきりしなければ、客は住宅購入を決断できない。
住宅販売会社（販売担当）	・景気動向に大きな変動要素はなく、まだ現状維持が続く。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・節約しているのか、本当に金がないのか判断しにくいですが、客から欲しいものを買おうと思う気持ちが感じられない。
商店街（代表者）	・子供服専門店は、少子化、オーバーストア、デフレとインターネット販売の四重苦にあえいでいる。消費は回復しておらず、デフレ傾向も変わっていない。予定どおり2%の更なる増税が実施されたらどうなるか、危惧している。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・当社としては業態を変えるか、販路を新規に開拓していくか、早急な企業努力が必要と感じる。しかし周辺の景気はそれほど悪くはなっていない。
一般小売店〔紙類〕（経営者）	・客は衣食住の日常消耗品の購入をどうしても優先するため、当店の売上に影響する。
百貨店（売場担当）	・消費税増税に伴うメーカーの生産縮小の影響がこれから店頭に出てくるため、7～8月の新商品の入荷が絞り込まれている。
百貨店（営業推進担当）	・当店の商売環境は人口減少や高齢化が進展するため将来的にも厳しく、また周辺のインフラ整備が、かえって人の動きを地域外に向かわせるストロー現象が顕著になっている。
スーパー（業務開発担当）	・猛暑で飲料や冷菓は前年並みに伸びるが、野菜等の単価上昇と客の消費意欲の減退が売上に影響する。
スーパー（財務担当）	・客の節約志向と競合他社との価格競争激化により消費者が買いまわり、客数が減少し客単価が下がる。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・生活必需品は買わざるを得ないが、それ以外の商品を購入する客は見込めない。
家電量販店（店長）	・3か月後の10月は、客数が減少する時期で冬のボーナス前でもあり、また消費税増税の反動もまだ残っている。
家電量販店（販売担当）	・特需が期待できない。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・ガソリンなど生活必需品が値上がりし、家計が厳しくなっている。

		<p>その他専門店〔海産物〕（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・前年の秋は出雲大社の大遷宮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やや悪いまま推移する。 <p>観光型ホテル（支配人）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・夏休み期間中の宿泊予約は低調である。予約が入っても格安プランが中心で、消費意欲が改善している感触はない。 <p>都市型ホテル（企画担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・9月以降の先行受注は、宴会と宿泊がともに前年を下回っている。レストランでも高額店舗の客数が落ちていることもあり、景況感は厳しい。 <p>都市型ホテル（総支配人）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・出雲大社の大遷宮効果が徐々に薄らぎ、観光客の前年比での減少が顕著になり始めている。 <p>通信会社（工事担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後は閑散期に入るため、申込件数の減少が見込まれる。 <p>設計事務所（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京一極集中の是正に本気で取り組まなければ地方崩壊を食い止めることはできない。従来どおりに地方に公共投資を積み増す政策では、何ら成果を期待できないばかりか地方崩壊が加速してしまう。 <p>住宅販売会社（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・夏の暑い時期は客の動きが鈍る。
	悪くなる	<p>スーパー（店長）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費税増税と石油製品高騰の影響で単価が上がり、日々購入する食料品の買い控えが予想される。また、買物の回数が少なくなる。 <p>衣料品専門店（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費税増税だけでなく品物の値上がりが家計に影響しており、ますます客の購買意欲が低下している。 <p>自動車備品販売店（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お盆を過ぎると、消費者の財布のひもは更に固くなり、売上が伸び悩む。
企業動向関連 (中国)	良くなる	<p>輸送用機械器具製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・次の新車立ち上がりが控えており、当社も繁忙が続く。
	やや良くなる	<p>農林水産業（従業者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・5月終わり頃より真アジの水揚げが好調で、港にも活気が出ています。このまま大漁が続いて欲しいが、燃料油の高騰がどこまで続くか心配である。 <p>化学工業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・主要原料の苛性ソーダ値上げ分の転嫁交渉もほぼ決着し、期待を込めて景気は浮揚する。 <p>窯業・土石製品製造業（総務経理担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・鉄鋼業向け工事案件の生産と出荷を計画しており、生産水準は現在よりも上方で推移する。 <p>建設業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受注の引き合いは今後も続く。 <p>輸送業（支店長）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・個人消費が前年を上回るようになってきている。消費税増税後の堅調な動きは今後とも続く。 <p>通信業（営業企画担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・昨今の情報漏えい事象により、セキュリティ関連商品について客からの問い合わせが開始している。 <p>金融業（貸付担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・夏のボーナスが増額支給されているところもあり、夏場の消費動向は活発になる。最近、中古住宅の売買が多くなっている気がする。カネが動けば景気循環も好転し、2～3か月先の景気も良くなる。
	変わらない	<p>食料品製造業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・例年、7～8月は売上が伸びない時期であるが、どうにか7月は予算を達成できそうである。 <p>繊維工業（統括担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アベノミクス効果をずっと期待しているが、まだはっきりとした効果は表れていない。 <p>木材木製品製造業（経理担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・住宅関連は低調な状態が続く。 <p>化学工業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全体としては景気は上向いているが、当社のような素材産業は、まだまだ恩恵が小さい。 <p>鉄鋼業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・客企業の稼働状況はおおむね好調に推移する。 <p>鉄鋼業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・さらに景気が良くなるというよりは、今の繁忙状態が当面高位安定する。 <p>電気機械器具製造業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・材料の値上げと人手不足でコストが上がった分を販売価格に転嫁できない状態である。 <p>輸送用機械器具製造業（経営企画担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後半年間の受注の内示は、月々の変動はあるものの、全体数量としては変化が小さい。 <p>輸送用機械器具製造業（財務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・採算性の高い案件が少ないため、収益面は依然厳しい状況が続く。 <p>建設業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・3か月後に景気が下がることはない。ただ長期的にみれば、建設業界では技能者が減る一方で補充が十分でなく、不動産業界では高齢者が死亡した後に引き取り者がいない空家が増える等、いろいろな心配材料がある。 <p>通信業（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・内需の拡大など消費が伸び悩んでいるように、企業の設備投資もそう伸びるとは判断できない。 <p>金融業（自動車担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・為替が安定するなかで、好調な北米経済がけん引役となっており、低燃費車の輸出好調が続く。自動車部品メーカーの受注も好調を維持する。 <p>不動産業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2～3か月後は賃貸物件の需要時期ではないため、現在からあまり変わらない。

やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・原材料が高騰するため商品単価の値上げを取引先に要請しているが、なかなか認められない。このままだとより一層苦しくなる。		
	非鉄金属製造業（経理担当）	・電子機器関連において、中国勢にシェア拡大の流れがみられる。		
	金属製品製造業（総務担当）	・住宅機器のOEM先が浴槽の拡販を計画していたが、計画比30%の減少となっている。消費税増税後の反動が想定より大きいとのことで、当社も減産が避けられない。		
	電気機械器具製造業（総務担当）	・個人情報漏えいが社会問題となった影響を受けて、受注が減少する。		
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・原材料が高騰しているなか、製品価格に転嫁できるものは良いが、値上げできないものは赤字覚悟で生産しなければならず、将来の消費税10%化を考えあわせると見通しは非常に暗い。		
	輸送業（経理担当）	・駆け込み需要の反動減からの回復が見込みよりも遅く、扱い数量がやや減少しそうな見通しである。		
	広告代理店（営業担当）	・夏の販売促進商戦も過ぎて、客からの受注量の動きが少し悪くなる情報も入っており、現状より悪くなる方向で推移する。		
	会計事務所（職員）	・関与先の中小零細企業では、賃金ベースの増額は思ったよりも少なかった。そうしたことから、夏場以降の消費動向は不安定な要素が多いと思われる。		
	コピーサービス業（管理担当）	・コピーサービスはITの進歩浸透に伴って出力や電子化等のサービスへと変わり衰退事業となっており、当事業には良くない要因はない。		
	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い。	
建設業（総務担当）		・物件数はあるが、現場管理の人員不足等により受注を見送らざるをえない状況が続く。この状況がピークを迎えるのは半年先と予想している。		
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）	・既存の客の予算はなかなか増えないが、新規の客からの引き合いは多い。当社は新卒採用事業が中心であるが、中途採用の相談も増えている。	
	やや良くなる	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・県内では大型商業施設の開業に伴い様々な産業が発展すると予想する。	
		人材派遣会社（支社長）	・例年どおりであれば秋口から年末にかけて求人が積み上がる傾向が強く、現時点でそれを否定する材料は見当たらない。	
		人材派遣会社（経営企画担当）	・大型ショッピングモール出店のインパクトは大きい。交通面の混乱が予想されるが、人材派遣業においても具体的対応策を打ち出せない。学生の就職支援や女性の復職支援について具体策を急いで決める必要がある。	
		職業安定所（雇用開発担当）	・新規高校卒業予定者を対象とする求人の伸び率が前年同月比5割を超えるなど、各企業の採用意欲は一般求人とともに高くなっている。	
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・新規出店の計画を聞き、人材派遣業者からは受注増加との情報を得ている。	
		民間職業紹介機関（職員）	・地元の自動車産業が好調を維持しており、県を挙げた観光プロモーション活動も全国的に注目を集めており、観光業が期待できる。	
		変わらない	人材派遣会社（社員）	・景気自体は上向きになっているが、最低賃金上昇の影響を考えあわせると、今後の景気は停滞する。
			求人情報誌製作会社（営業担当）	・企業の中途採用意欲は依然として高水準で採用が困難な状況が続いており、今後は新卒者の採用意欲が一層高まる。
	求人情報誌製作会社（広告担当）		・求人数自体は増えていない印象があるため、3か月程度では大きな変化はない。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気回復に加え、大型ショッピングモールの出店テナントによる採用活動が始まり、人手不足が深刻化している。パートの時給引き上げや正社員化など、地場企業で人材を囲い込む動きが加速しつつある。一方、この動きは企業利益の足を引っ張る懸念がある。			
職業安定所（産業雇用情報担当）	・12か月連続で求人倍率は1倍を超えているが、これは求職者の減少によるところが大きく、身のまわりの景気が良くなっている実感はない。			
学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・現状から変わりそうにない。			
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が中心で、正社員への転職希望が少なくない。離職はせず、在職しながら改善傾向にある労働市場をみて求職活動をしている。			
やや悪くなる	—	—		
悪くなる	—	—		