

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	-	-
		家電量販店（店長）	・ケーブルテレビのアナログ放送が2015年3月末に停止されるので、テレビの販売量が前年の100%を超えている。洗濯機や冷蔵庫等の白物家電が前年を下回るなかで、テレビは3月末に向けて需要が見込める。
		乗用車販売店（業務担当）	・現時点では新車投入の効果が今一つであるが、1～3月の大増販期に向けて販売が上向くものと期待する。
		乗用車販売店（総務担当）	・12月の売上は低迷しているが、月下旬から来客数が増えている。新型車が整う年度末には一定数以上の商談が見込まれる。
		自動車備品販売店（経営者）	・不景気はうんざりなので、期待を込めて2015年こそは良い年になってもらいたい。
		一般レストラン（店長）	・2～3か月先の予約数は前年と同等以上に入っており、来客数の回復がある程度見込める。
		タクシー運転手	・駅前に大型ショッピングモールが開店したので、人の流れが変わる。また今後の景気対策に期待したい。
		通信会社（総務担当）	・年度末に向かって新築住宅が増加し、当社加入件数の増加につながる。小規模ながら宅地造成もあり、景気は良くなっていく。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイントや太陽光発電買取り申込など、年度末の3月に期限が来る施策が多いので、今後の受注増加に期待が持てる。	
	住宅販売会社（販売担当）	・住宅取得に向けた補正予算や優遇措置の期間延長により、今後は客の購買意欲も上がってくる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・客の様子や会話にも、景気の良い話題がなかなか出てこない。儼約に向かっている様子がうかがえる。
		商店街（理事）	・当商店街でも業種によって正月セールを実施するので、正月は例年どおり盛況になると思うが、これは季節的要因である。それ以外に景気を押し上げる材料は思い浮かばず、どちらかというと景気は下がり気味になる。
		商店街（代表者）	・景気はやや悪いままで推移する。仕入原価が上がってもずっと販売価格を据え置いてきたが、春には値上げせざるを得ない。客も何らかの防衛策をとると思うので、今後は商売はやや暇になってくる。
		商店街（代表者）	・前年並みの売上確保が厳しい状況は変わらず、景気の高揚感はない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・ドラッグストアや大型小売店の進出で、ますますデフレが進んでいく。また賃上げの気運が地方に波及するのかが疑問である。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・会社設立関係の注文が少なく、前向きな取組があまりなされていないように見える。
		百貨店（経理担当）	・景気が良くなる要因が見当たらず、先が読めない状況である。
		百貨店（営業担当）	・現在の景気の落ち込み期間がどの程度続くかによって将来の予測は変わってくるが、現状では悲観的にならざるを得ない。開店したショッピングモールの客が回遊してくれるようになれば、少しは期待がもてる。
		百貨店（営業担当）	・いろいろと販売促進策を展開しているが、前年並みの数字の確保が精一杯で、なかなか結果が出ない。
		百貨店（営業担当）	・景気が変動する要因はない。
百貨店（営業担当）		・株価の上昇や大型ショッピングモールのオープンなど購買心理を高める要素は出てきているが、所得の上昇等の具体的に目に見える変化が乏しいため、消費者はなかなか景気回復を実感できない。	
百貨店（販売促進担当）		・正月、冬セールやパレタインと続いて大型商戦がスタートするが、今後とも消費者の節約志向は継続すると考えられ、景気回復にはまだまだ時間がかかりそうである。	
百貨店（売場担当）	・前年2～3月は消費税増税の直前であり、2015年の売上が前年実績をクリアするのは容易ではないが、その特殊要因を除けば、おおむね景気の状態は変わらない。		
百貨店（購買担当）	・客に楽しみながら買物してもらおうため店を入替えたりしているが、客の買い控え姿勢は続いている。2～3か月後、セールに突入しても厳しいのではないかと心配である。		
スーパー（店長）	・今後の景気には、まず生鮮品の入荷が安定することが重要である。		
スーパー（店長）	・景気が良くなる材料はない。		
スーパー（店長）	・現在の景況がしばらく続く。また来春の賃上げ動向次第で、その後の景気の先行きが決まる。		
スーパー（店長）	・景気が良くなる材料も悪くなる材料も見当たらない。		

スーパー（店長）	・良くなる要因もなく、直近で悪くなる要素も見当たらない。
スーパー（総務担当）	・客の様子からは景気が上向いているとは感じない。ただ売上等は前年より若干良い状態で推移しているため、景気が良いとはいえないが、今後にはやや期待が持てる。
スーパー（業務開発担当）	・食品の相次ぐ値上げと景気動向の不安から、家庭用食品に対する節約志向が一層顕著に表れてくる。
スーパー（管理担当）	・景気が良くなる要素は今のところない。
コンビニ（エリア担当）	・客単価が伸びない傾向が続く。
コンビニ（副地域ブロック長）	・クリスマス等、ハレの日を演出しようという気分が薄れており、季節催事に相関した購入増につながらない。
コンビニ（支店長）	・景気の変化が期待できない。
家電量販店（企画担当）	・特に景気が回復する要素は見当たらない。
乗用車販売店（営業担当）	・特別何か景気が変わるような要因がない。
乗用車販売店（店長）	・今の状況から変わる要素は見当たらない。ただ客が今の経済状況を不安に感じている様子もみえない。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・客数が増加する要素も減少する要素も見当たらない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・円安や株高は地方の景気には関係なく、人口減少が続くなかで地方の経済状況は厳しい。何としても当地の観光をアピールし、経済を潤したい。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・消費税の再引上げが1年半延期されたので、この間に地方経済にもアベノミクスの効果が出てくれば、客の金まわりは多少良くなる。
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・気温が低下し光熱費がかさむ一方、客の賃金やボーナスは増加していないため、必需品以外は買い控える姿勢は続く。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・競合店の影響を今後3か月ほど受けると予想している。客単価は上がっているため、来客数の回復が今後のポイントになる。
その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・大きく景気が好転する材料がない。
高級レストラン（スタッフ）	・正月三が日の予約は例年並みであるが、3日以降の予約はあまり良くない。正月明けにどう動くかは今のところわからない。
一般レストラン（外食事業担当）	・例年とは違って寒波がくるという話であるが、今後の天候が売上に影響する。中小企業ではボーナスの支給状況が芳しくないようなので、受験・進学・人事異動シーズンに向けて送別会等の需要が減るのではないかと心配である。
スナック（経営者）	・アベノミクスは地方ではほとんど効果が出ていない。今後もしばらくは景気が良くならない。
観光型ホテル（宿泊予約担当）	・現在の受注が伸び悩む状況が続く。
都市型ホテル（スタッフ）	・賃上げを実施し消費拡大を図る等の報道はあるが、客数は忘年会時期になってもほとんど変わっておらず、今後もこの状態が継続する。
都市型ホテル（企画担当）	・年度末での需要回復は想定できるが、今のところ団体の先行受注はほぼ前年並みである。個人客についても、増税や物価高がボディブローのように徐々に影響するとみている。大がかりな景気対策を実施しない限り、景気回復は期待できない。
都市型ホテル（総支配人）	・閑散期に入るため客数は減るが、現在の景気が大きく変わる要因は感じない。
旅行代理店（経営者）	・景気が良くなる状況が見受けられない。特に旅行業界では円安の悪影響を感じる。
旅行代理店（営業担当）	・新しい政府の経済政策に期待したいが、すぐに効果が出るとは思えない。
タクシー運転手	・ごく一部の大手企業では景気が回復しているかもしれないが、企業は交際費の縮減を簡単には緩めないため、当業界にとっては売上増につながらない。
通信会社（社員）	・客からの問い合わせに変動がない。
通信会社（販売企画担当）	・特段景気が変動する要素はない。
通信会社（総務担当）	・客から購買意欲が感じられない。
テーマパーク（管理担当）	・景気の先行きがみえず、現状が続くと思われる。
ゴルフ場（営業担当）	・季節的にオフシーズンに入るため、景気にあまり大きな変動はない。

	競艇場（職員）	・売上がほぼ横ばいである今の状況は今後も続く。
	美容室（経営者）	・人口減少と高齢化により客の来店周期が少しずつ伸びている。
	美容室（経営者）	・景気が良くなったと言われるが、当地ではそのような実感はない。むしろ客は金を使わなくなっている感じがあり、景気が良くなる兆しはみえない。
	美容室（経営者）	・2～3か月後に客の収入が増加するとは考えられないので、景気は現状維持が精一杯である。
	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うかがわれるような話は一切聞かれない。よほどの事がない限り、今後2～3か月で景気に変化があるとは考えにくい。
	設計事務所（経営者）	・消費税再引上げの延期やエコポイントの延長が実現するが、客はこしばらく様子見の姿勢で、客が動き出すのは春頃になってからの雰囲気がある。
	設計事務所（経営者）	・東京の都心への集中が進む施策だけが具体性を帯びて、地方はますます衰退を加速していく。
	住宅販売会社（営業担当）	・客の問い合わせは増えてきているが、景気の先行きが不透明であるため、景気は特に変わらない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・好景気であるという報道が一部にあるが、地方の小売業は全く同意できない。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・商品の値上げと客の消費税増税に伴う買い控えが今後も続く。
	百貨店（営業推進担当）	・年末商戦でも売上は厳しい数値であり、客単価の低下が顕著である。食品の値上げ等の影響がジワリと出てきている。
	百貨店（売場担当）	・2015年3月までは前年の駆け込み需要の影響を受けて、売上の前年割れ基調が続く。またクリアランスセールでも夏セールと同様に、衣料品の不振が続く。
	スーパー（財務担当）	・クリスマスや年末・年始等、ハレの日の需要は見込めるが、正月以降の平日の需要は低迷する。
	スーパー（営業システム担当）	・円安で物価が高くなるという報道の影響を受けて、客が買い控える現象が起きる。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・今後も必要品は買うが、それ以外は買い控える消費者の姿勢が継続する。また前年は3月まで続いた駆け込み需要が今年は期待できない。
	家電量販店（店長）	・2015年は多くの食品や日用品が値上げされるようなので、客の財布のひもは一層固くなる。
	家電量販店（店長）	・駆け込み需要の反動減が続いている。前年のパソコン買換え特需の反動も予想されるため、厳しい状況が2015年4月までは続く。
	乗用車販売店（営業担当）	・自動車減税もハッキリ決まっておらず断定はできないが、景気が良くなる要因がない。
	一般レストラン（経営者）	・消費税の再引上げが実施されるかどうかによって、今後の景気は変わる。2%の消費税率引上げがあれば、少し景気は悪くなる。
	観光型ホテル（支配人）	・県都に大型ショッピングモールが開業したため、年明けからスタートする当地域恒例のランチフェアの集客にもマイナス影響が出る。
	都市型ホテル（企画担当）	・食材を始めとする仕入原価が上昇してきている。物価が上昇すると消費者は買い控え行動をとるので、ホテルレストランの売上には大きな打撃となる。
	通信会社（広報担当）	・毎年1～3月上旬はあまり売れる時期ではないうえに、今年のボーナス商戦期も商品の売行きがさほど良くないことを考慮すると、今後も売上は横ばい又は右肩下がりになる。
	通信会社（営業担当）	・客の状況や市場の動向をみると、個人消費の冷え込みがより厳しくなる気配がある。
	通信会社（工事担当）	・他社の動向により申込数の減少が考えられる。
	テーマパーク（業務担当）	・年度末を迎え客が仕事で忙しくする時期と冬の閑散期が重なり、来客数が少なくなってくる。
設計事務所（経営者）	・来場客数の回復がしばらく見込めない。	
設計事務所（経営者）	・消費税再引上げが延期されたことから、駆け込み需要と思われる引き合いが減っている。	
悪くなる	商店街（代表者）	・原油価格は低下傾向にあるが円安は当分続くように思われ、景気が良くなる見通しがないため、客は必要以外の商品は買わない。
	一般小売店〔茶〕（経営者）	・本当に先行き不安である。
	スーパー（店長）	・支出が増加する一方、収入は増えていないため、客は日々の食費を節約する傾向にある。一回の買物金額は増加しているが、来店頻度が低下している。

		スーパー（販売担当）	・12月初めに大型ショッピングモールがオープンし、来客数はその影響からか今までに経験がないほど減少している。これから年始、春商戦を迎えるが、影響はかなり大きいと予測している。地方都市の内部でも一極集中になりつつあり、先行きが心配である。
		衣料品専門店（経営者）	・中小企業の社員の給料が上がらないため、景気が悪い。
		家電量販店（販売担当）	・前年との比較では駆け込み需要の反動が今後出てくる。
		乗用車販売店（統括）	・前年との比較では2013年12月から駆け込み需要が始まっていたので、2015年1～3月は販売量が大変厳しい。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・3月までは現状維持の状態が続くが、バス団体料金が値上げされるため、4月からは団体客が激減する。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・高速道路の交通量が減少する。
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）	・新車の輸出が好調であり、当社の受注も引き続き伸びる。
	やや良くなる	鉄鋼業（総務担当）	・円安や株高を背景に企業業績は改善しており、今後は設備投資も徐々に回復が見込める。また円安を背景に輸出も緩やかに増加する。
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先から12月に受注が増える見込みであるため、当社にも協力して欲しいとの要望があった。当社がお願いしていた価格の見直しも受け入れてもらえ、採算面も良化する見込みである。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注量が増えたため、製造ラインの増設を予定しているが、人が集まらない。
		不動産業（総務担当）	・賃貸住宅物件の需要時期に入るため、例年どおり景気は良くなる見通しである。
		広告代理店（営業担当）	・新年を迎え取引先の動きが活発になり、客の話では良い方向に向かう情報がある。受注量や販売面では今のところあまり変化はないが、上向きで推移する見通しである。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・2014年を振り返ると沖合底引き網漁や定置網漁は前年から減少したが、その他の漁は全体で2割強増加しており、今後もこの傾向が続くよう期待している。
		食料品製造業（総務担当）	・最近の受注状況を見ると、前年の駆け込み需要のような状況は期待できない。販売量は前年並み又は若干下回る。
		繊維工業（統括担当）	・総選挙も終わり景気が良くなるよう期待しているが、簡単に景気が回復するとは思えない。
		木材木製品製造業（経理担当）	・円安は継続あるいは更に加速する予測が大方の見方である。内需拡大の材料が少ない。
		化学工業（総務担当）	・当面は内需が拡大していくとは思えないので、企業は現状維持が精一杯である。
		鉄鋼業（総務担当）	・秋の受注が堅調であり、今冬はその生産を行っている。春以降の受注見通しは現在策定中であるが、社員の帰休が必要となるような生産の落ち込みは現段階では想定していない。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・輸送用機器関連は海外では堅調であるが、国内販売は伸び悩む。足元の円安によりメーカーが生産を日本に戻す動きが出る。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注はある程度あるものの、受注単価が問題であり損益分岐点を割るような受注は受けられない。また燃料費が上昇し、価格も不安定である。大手企業が受ける恩恵は下請には回らず、今後は受注競争に拍車がかかり、一段と厳しいかじ取りが予想される。内部留保に注力していきたい。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・現在の為替水準が長期間継続すれば、取引先の収益が改善し当社にも良い影響が出てくる。ただ短期的なものであれば効果は極めて小さい。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・受注内示量は全体では大きな変化はないが、製品により増加するものと減少するものがあり、まちまちとなっている。
		建設業（経営者）	・建設業は販売業等とは違って、あまり人の気分によって景気が左右される業種ではない。地域を見回しても良くなる材料が見当たらず、受注が少ない一方で職人不足の影響も受けて、当面は悪い状況が続く。
		建設業（総務担当）	・受注が可能な量には限界がある。
		建設業（総務担当）	・原価の上昇を仕事量でカバーできる状況がこの先1年は続く。
		輸送業（支店長）	・お歳暮の取扱時期は年々前倒しになってきたが、2014年は総選挙の実施と大雪による道路事情でピークは12月後半にずれ込んだ。この影響か、荷動きは12月終盤も非常に活発である。この状況がいつまで続くか予測できず、また現時点では年度末に向けた荷動きも前年から回復傾向にあるが、年明けの状況をみないとこの傾向も判断できない。

		<p>通信業（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・客である中小零細企業の経営者からは業績向上や景気回復という言葉聞く機会は少なく、新内閣の経済対策への期待を聞くにとどまっている。 <p>通信業（営業企画担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・製造業や流通業からの来期に向けた情報通信関係の引き合い数や規模は、ともに前月と変わらず低調である。 <p>金融業（貸付担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取引先からは原油価格が下落し企業の収益環境は改善に向かうとヒアリングしている。また2015年も貸金のベースアップに向けた動きが始まっており、消費マインドも高まりつつあると感じている。ただ2～3か月後に景気が良くなるかといえば、今しばらく時間を要する。 <p>金融業（自動車担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・完成車メーカーの海外生産拡大により将来的には国内生産が減少するリスクはあるが、現在の為替水準は当面続くと予想されるため、自動車部品メーカーは高採算の輸出用の生産を継続できる。 <p>会計事務所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・政権が続投することになり、今後も経済政策の展開が大きく変わることはない。公共事業関連の業者は、今のところ年度末需要の見通しについてあまり悲観的な見方はしていない。
	やや悪くなる	<p>化学工業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・円安基調が進んでいるが、原油のダブつきにより輸入単価が下がっている。徐々にではあるが石油製品についても受注量の減少とあわせて、製品価格の値下げ依頼が散見される。 <p>窯業・土石製品製造業（総務経理担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・建設案件が完了するため、仕事量は一段落する。鉄鋼向けは現在の仕事量が継続する見込みである。 <p>輸送業（経理担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・客の生産・物流体制の見直しが予定されており、今後は景気が悪くなる。
	悪くなる	<p>食料品製造業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・円安の影響で原材料の高騰が続く一方、販売単価には転嫁できていない。 <p>一般機械器具製造業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受注量や販売量の動きが悪い。 <p>その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・円安が進行するなか、原価高と受注減が更に進む。
雇用 関連 (中国)	良くなる やや良くなる	<p>人材派遣会社（支店長）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・景気は不安定ではあるが、アベノミクスの経済最優先の政権運営に期待している。 <p>求人情報誌製作会社（採用支援担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・求人需要は引き続き高い。当社への求人広告の掲載依頼も増えている。 <p>求人情報誌製作会社（広告担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本格的に新卒採用活動が始まるため、学生の動きが活発化してくる可能性がある。 <p>民間職業紹介機関（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・複数企業で新規株式公開を検討する話が浮上している。 <p>民間職業紹介機関（人材紹介担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大型ショッピングモールのオープンによる相乗効果を期待する。 <p>学校〔短期大学〕（学生支援担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在の状況は長く続いてきたので、今後もまだまだ継続しそうである。
	変わらない	<p>人材派遣会社（社員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全体的な景気は上向いている。ただ国が主導して各企業に賃上げを求めているため、企業には1～3月の積極的な求人や採用を控える動きが出ている。 <p>求人情報誌製作会社（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業の採用目標数は増えているが、企業の景気が良くなっているわけでは決してなく、急激な業績向上は見込めない。 <p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・増税や物価上昇により実質的な所得は減少している。国が地方再生政策を至急に実施しない限り、消費者の節約志向は改善しない。 <p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・まだ当分は現在の状況が続く。 <p>職業安定所（産業雇用情報担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・3年後に管内の事業所を閉鎖するという発表があった。かなり先の話であるため、関係する動きもなく、今のところ求職相談に来所する者もない。 <p>職業安定所（雇用開発担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業所のなかには事業再構築の動きもあるが、当地は全国的にみても求人倍率が高い地域であり、人手不足の状態が今後も続く。 <p>職業安定所（産業雇用情報担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・例年と同様に年末は離職者が多く、1月以降は新規求職申込件数が増加する見込みである。求人は業種間にアンバランスがあり、全体としては減少傾向で推移している。また一部企業で事業再編による離職者が発生するなど、景気の先行きは不変かやや悪くなる。
	やや悪くなる	<p>人材派遣会社（支社長）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業では年度末に向けた経費コントロールの一環として、派遣契約終了の動きが出始めている。 <p>人材派遣会社（経営企画担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大型ショッピングモールがオープンし、地域活性化につながっている。ただ周辺施設への波及効果は薄い。過半数の企業で人材が不足する状況であり、人材供給側での課題解決が急務であると感じる。当社としてはエリアを広く集客網を広げ、人材確保に努めたい。

		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・各企業にとって消費税増税と円安に起因する材料費高騰の価格転嫁が大きな問題である。今後の受注等の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		-	-