

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	良くなる	競艇場（職員）	・3か月後には全国発売の最高格付け競艇レースが開催されるので、売上が期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・季節的な要因もあるが、身のまわりの人の中にも景気は良い方向に向かっていると話す人が多い。
(中国)		商店街（代表者）	・気候が良くなり観光シーズンに入るので、景気も良くなって欲しいという願いを持っている。ただ円安や物価高に今後どの時点で歯止めがかかるのか、不安である。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・法人設立関係の注文が出始めており、企業に前向きな取組が感じられる。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・地方へのばら撒きという見方もあるが、プレミアム付き商品券が発売されるなど、地方への景気対策が動き出す。大いに期待している。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・国内客に限らず海外の観光客も増えると考えられ、景気は良くなる。
		百貨店（経理担当）	・今後は予想することは非常に難しいが、少なくとも売上は前年実績を達成しないとイケない。
		百貨店（販売促進担当）	・4月末に県から20%お得な商品券が20億円発売される。市の発売分と合わせると、プレミアム分を含めて36億円相当であり、この商品券が消費高揚の起爆剤になってもらいたい。
		スーパー（店長）	・3月は久しぶりに来客数と客単価がともに前年を上回った。この状況は今後も継続する。
		スーパー（店長）	・前年4～6月は消費税増税後の反動減で売上が非常に悪かったため、それに比較すれば今年は良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税から1年が経過したことに加えて、季節的にも消費が上向く時期である。現状より景気は良くなると思われるが、大きな伸びは期待できない。
		コンビニ（支店長）	・最近の客数の動向から判断して、景気は良くなる。
		家電量販店（店長）	・前年4月は消費税増税後の反動減で大きく落ち込んだので、今年はそれに比べれば景気は良くなる。
		家電量販店（企画担当）	・今でも景気は良くないが、これ以上悪くなることはない。
		乗用車販売店（統括）	・4月からは消費税増税の影響が弱まり、前年を上回る販売量が見込まれる。
		乗用車販売店（営業担当）	・今まで消費を抑えていた客も、将来の消費税再引上げを見越して動き出す。
		乗用車販売店（営業担当）	・来客数が増加し、客の購買意欲は上向く。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・プロ野球が開幕し、地元球団を応援する人で街中が盛り上がる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・前年は駆け込み需要の反動減が大きかったが、今年は売上が回復する。特に影響が大きかった衣料品や住関連商品が回復する。
		一般レストラン（経営者）	・プレミアム付き商品券が発売されるので、今より景気は良くなる。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・尾道松江線の開通に伴い、高速道路の交通量が増加する。
		観光型ホテル（支配人）	・姫路城の再オープンが期待できる。また台湾や韓国からの季節定期便が復活するので、両国からの旅行者が増える。
		都市型ホテル（スタッフ）	・賃上げ等を実施した元気な企業に利用していただけると期待する。
		旅行代理店（営業担当）	・春闘のベースアップ効果と、国の補助金等の景気対策に期待する。
		タクシー運転手	・今後は観光シーズンに入るし、花見や歓送迎会等のイベントも行われる。特に当地は学校が多いので、期待できる。
	通信会社（企画担当）	・複数の大手キャリアが同時にモバイルやひかり商品について従来のサービス枠を一新する動きを始めている。消費者の関心が徐々に高まる。	
	通信会社（販売企画担当）	・ベースアップ実施等で賃金が上昇し、その効果から景気が良くなる。	
	テーマパーク（業務担当）	・天候が良くなり、春のイベントも始まる。また連休もあるので、行楽客が増える。	
	ゴルフ場（営業担当）	・予約状況を見ると、3か月先も好調である。	
	住宅販売会社（従業員）	・8%への消費税率引上げから1年が経過するので、消費税増税の影響も薄れてくる。	

	住宅販売会社（営業担当）	・客は物件情報の取得がますます巧くなっている。あまり広告宣伝していない物件についても、客が自ら情報を仕入れて、問い合わせる場合が増えている。具体的に検討する客の増加を期待する。
	住宅販売会社（営業担当）	・ボーナスの支給時期となるので、客に多少の動きは出る。
変わらない	商店街（代表者）	・客の様子から、客は必要以上に商品を購入することもなく、財布のひもは固い印象を受ける。
	商店街（理事）	・生活関連の日用品等が値上がりする一方、賃金は消費に結び付くほどは上がっておらず、消費者に不安感が残っている。悪くなることはないが良くもならず、景気は変わらない。
	商店街（代表者）	・株価上昇や一部大企業のベースアップ実施等により、2～3か月先も3月同様に景気の堅調さが維持される。
	商店街（代表者）	・客の買物に対する態度は2極化が進む。物価上昇の影響を大きく受ける低所得者が買い控える一方、所得が増えている客は商品を大量購入する。
	一般小売店〔靴〕（経営者）	・年度初めは買物が増える時期であるが、4月以降も様々な値上げが予定されているので、今後も景気は厳しい状況が続く。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・相次ぐ値上げで客の買い控えが起こり、また客の高齢化と人口減少により消費の低迷も続く。
	百貨店（営業担当）	・アパレルは依然として低迷しているが、飲食、ヘアサロンやエステ等は好調であることから、今後期待している。ただテナントの空き区画の解消が喫緊の課題であり、景気回復を実感できるのはまだ先になりそうである。
	百貨店（営業担当）	・外国人旅行客の来店も多少はあるが、テレビで見る爆買いは当地ではみられない。フリー客を呼び込むよう施策を展開しても客数は伸び悩んでおり、今後も常連客を大切にしてい
	百貨店（営業担当）	・大手企業のベースアップ実施等、景気回復が期待できるようなニュースも出ているが、地方では景気回復が感じられ消費意欲が向上するような材料は少ない。現状より景気が良くなるとは考えにくい。
	百貨店（営業担当）	・景気が変わる要因がない。
	百貨店（売場担当）	・円安による原材料高で衣料品、靴やバッグ等の価格が跳ね上がっている。客の買い方は非常に慎重であり、特に60歳代や70歳代の客は若い世代よりシビアに買物する。4月以降も急に景気が上向き様子はない。
	百貨店（購買担当）	・来月から外商部門は客にお得なカードに切替える予定であり、外商の上得意客であっても3月は購入を見合わせる動きが出ていると聞く。客はポイント付与等の特典があるものには反応するが、それ以外には厳しい姿勢である。アパレルではヒット商品が生まれておらず、今後も試行錯誤が続く。
	百貨店（売場担当）	・当県の地域性かも知れないが、景気回復や伸長が感じられず、停滞感がある。
	百貨店（営業推進担当）	・4月からは前年の消費税増税後に反動により減少した実績との比較になるが、現状も反動減から完全回復したとはいえず、厳しい状況は継続する。
	スーパー（店長）	・3月より良くなることも悪くなることもなく、このままの状況が数か月は継続する。
	スーパー（店長）	・景気が変わる要因が見当たらない。
	スーパー（総務担当）	・商品単価等も落ち着いているので、景気はこのまま推移していく。
	スーパー（財務担当）	・中小企業の賃金はまだ上昇していない。客は普段は節約しておき、ハレの日にプチぜいたくするような状況が続く。
	スーパー（管理担当）	・景気の改善が続いていると発表されるが、景気は改善というよりも現状維持である。客数や客単価の推移をみると、この先しばらくは今の状態が続く。
	スーパー（販売担当）	・来客数が減少する一方、客単価は上昇する状況が継続する。
スーパー（営業システム担当）	・商品の値上げが多いため、売上は増加するが、販売数量は減少する傾向になる。	
コンビニ（副地域ブロック長）	・地元のプロ野球球団の応援者を町のあちこちで見かける。	
衣料品専門店（経営者）	・少なくとも自分のまわりでは、景気が良くなるような動きはみられない。	
家電量販店（店長）	・消費税増税の反動が今なお継続している。陽気はすっかり春であるが、客の財布の雪解けは遠い。	

家電量販店（店長）	・販売増を期待できる商品はほとんど見当たらないが、節電志向の高まりにより冷蔵庫やエアコンの単価アップが期待できる。当店で取組を強化しているリフォーム関連商品の伸びを期待する。
乗用車販売店（業務担当）	・エコカー減税制度に関係した駆け込み需要で、3月の売上は最後になって多少好転した。4月以降も前年のような反動減にはならないと思うが、現状を超えるとは考えられない。
乗用車販売店（店長）	・自動車業界にとって4～5月は年間の中でも厳しい月である。また目新しい商品もないので、当面は現状維持が続く。
乗用車販売店（総務担当）	・主力車種のマイナーチェンジが近いので、商談を中断する客が出始めた。新型車の安全技術を比較検討する様子である。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・地方では円安も株価上昇も、あまり経済効果はない。このままだと景気はもっと悪くなる。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・当地でもプレミアム付き商品券が売り出される。多少、消費が伸びるかもしれないが、一時的なものに止まる。
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・売上を伸ばす方法として、割引等で客を呼び込む策しか思い浮かばない。客は我慢して待たばセールが開催されると考えるので、通常の日には客が少ない状況が続く。
その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・現在は景気の好材料がない。
高級レストラン（スタッフ）	・個人利用の予約状況はあまり良くないが、全体では前年並みである。
一般レストラン（店長）	・外国人観光客は前年に比べて増えているが、一般客が減少傾向にあり、トータルでは客数はあまり変わらない。近隣市にできる大型ショッピングセンターが当店にはマイナスに影響する。
一般レストラン（外食事業担当）	・前年4月は消費税増税で買い控えが起こった。今年4月は統一地方選挙の影響が懸念されるが、前年実績はクリアできる。食材の値上がりは売価に反映させているので心配な面はあるが、全体としては景気に影響はない。
観光型ホテル（宿泊担当）	・客単価が上がらない。
都市型ホテル（企画担当）	・大型ショッピングモールの開業景気は納まった。一時よりは低調な景況であるが、天候が良くなるので市場の動きも活発になる。しかし前年は団体需要で特需があったので、その反動が出ると思われ、景気を楽観できる状況ではない。
都市型ホテル（企画担当）	・宿泊部門は現状が続く。レストラン部門は回復傾向にあるが、物価高騰の影響で客数の減少が考えられる。
都市型ホテル（総支配人）	・身のまわりでは景気に影響するような事象はみられない。
旅行代理店（経営者）	・3月決算の企業も多いが、今後の動きに大きな変化は見受けられない。個人消費はやや良くなる可能性がある。
タクシー運転手	・数か月前から景気に変化はみえない。
タクシー運転手	・企業は人事異動の時期であり、一時的には人の動きは良いかもしれないが、景気が上向くほどの材料ではない。統一地方選挙が行われ、行事の自粛ムードが出る。
通信会社（社員）	・販売量が増えるような問い合わせがみられない。
通信会社（総務担当）	・県内の景気はやや良くなる見込みである。当社の販売数はここ数か月増加しておらず、客の購買意欲も感じられない。
通信会社（広報担当）	・客は単価は低ければ低いほど良いという姿勢である。景気が良くなる見通しは持てない。
テーマパーク（管理担当）	・地方では都会ほど賃上げ実施という声を聞かず、個人消費についても消極的な傾向がみられる。
テーマパーク（営業担当）	・団体予約では高単価なものが減っている。また外国人旅行者の増加も一時的な現象である。
美容室（経営者）	・駅前に大型ショッピングモールが開業したため、以前と人の流れが変わっている。近くの商店主に集客が難しくなると心配する声がある。
美容室（経営者）	・2～3か月後に客の収入や小遣いが増えているとは考えにくく、売上は現状維持が精一杯である。逆に消費税増税で客の出費は増えているので、理容業にとっては景気が悪くなる心配がある。
美容室（経営者）	・景気が悪くなっている部分もあるが、良くなっている部分もある。客の2極化が進んでいる。
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うかがわれる話は一切聞かない。今後2～3か月で景気に変化がみられるとは考えにくい。
設計事務所（経営者）	・展示場への来場数が回復しなければ、景気の改善は難しい。

		設計事務所（経営者）	・地方経済は崩壊に進んでいるが、国に危機感が感じられない。北陸新幹線が開業したが、東京へのストロー現象に拍車がかかるだけである。
		設計事務所（経営者）	・省エネ住宅ポイント制度も始まったが、現状は景気が上向きになる雰囲気は感じられない。特に新築物件の動きが悪い。
		設計事務所（経営者）	・建築価格は高止まりしたままで、下がる気配はない。省エネ住宅ポイント制度は始まったが、客の反応は感じない。景気が上向き要因が見つからない。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・子供服業界は少子化・多店舗・デフレ・インターネット販売という四重苦にあえいでいる。客の可処分所得が上がって消費が拡大するとは到底思えない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・地方経済がますます疲弊していく状況が続く。
		スーパー（店長）	・消費税増税と食料品の値上げの悪影響を受ける。
		スーパー（販売担当）	・当社が扱う生活雑貨においては、若年層の消費離れが著しい。現在は高齢客に支えられているが、全体の来客数は減少傾向にある。やはり景気の回復は期待しづらい。
		コンビニ（エリア担当）	・客に買い控え傾向がみられる。各種商品の値上げが追い打ちをかけ、厳しい状況が予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・原材料が値上がりするため、問屋の仕入価格も上がる。小売段階では値上げ額はかなりの金額となり、最終的には客の負担が増えるので、消費が冷え込む。
		家電量販店（販売担当）	・決算商戦も終わり、夏までは消費が落ち込む。
		乗用車販売店（営業担当）	・客の来場数が全く増加していない。また4月からの自動車税制変更が売上に影響する。
		住関連専門店（営業担当）	・当地は経済的に大手化学メーカーに依存する割合が高い土地柄であり、その企業の業績が悪いと地域全体が影響を受ける。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・プラス要因は高速道路尾道松江線の開通である。残念ながら、団体客の集客の悪さがこのプラス要因を上回る。
		一般レストラン（経営者）	・都会と違い、地方の賃金水準は増加どころか減少傾向にある。家計が苦しくなる一方で、仕事を選ぶ傾向に拍車がかかり、労働環境は悪循環に陥っている。今後もしばらくの間、地方は苦しい。
		タクシー運転手	・消費者の節約指向が強まることはあっても、財布のひもを弛めて生活する姿は考えられない。
		通信会社（工事担当）	・需要期である3月が過ぎると、その反動で4～5月は工事件数が減少する傾向がある。
	悪くなる		スーパー（店長）
		スーパー（業務開発担当）	・4月からコーヒーなど多くの加工食品が大幅に値上げされる。食品スーパーにとって消費の落ち込みは火を見るより明らかで、対策に頭を痛めている。
		コンビニ（エリア担当）	・3月に客単価が下がった理由は、円安等の影響による商品値上げである。今後も値上げが続くようなので、景気は悪くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・地方に効果が出る景気対策を聞かない。地方創生と言っても、今の大企業中心の考え方では、地方は疲弊し富は東京等大都会に集中するだけである。
企業動向 関連 (中国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・住宅業界では消費税増税後の反動減が徐々に鎮静化してきつつある。
		輸送業（経理担当）	・物流体制を見直す企業もあるが、生産・出荷数量が増加している客も多い。今後も現状のまま推移する。
		金融業（貸付担当）	・多くの企業がベースアップを実施することで、個人消費の動向に刺激を与える。また前年は消費税増税後に景気が落ち込んだが、今年はその要因がないので、景気は良くなる。取引先の情報によれば、都市部での受注は増加しつつあり、地方にも波及すれば景気は良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・取引先の情報や受注量の動きからみて、景気は上向きに推移する。ただ売上が急上昇する状況には至らない。
		会計事務所（職員）	・製造業の受注状況は年度末という事情もあり、やや増加している。そのため下請会社の中には、親会社に対して受注単価の引上げ要請を検討しているところもみられる。

変わらない	農林水産業（従業者）	・2月に入りやっと豊漁になった浜田市沖のイカ釣り漁の漁期が2月末で終了した。その後は漁獲量に恵まれる魚種が見当たらない。
	繊維工業（統括担当）	・景気が良くなるよう期待しているが、好転する材料が見当たらない。
	化学工業（総務担当）	・政府の景気回復策は進んでいるが、職人不足による工事の遅れ等、内需拡大を妨げる現象も起こっており、実体経済はまだ回復していない。公共工事の拡大等、景気回復に有効な施策が望まれる。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け受注が好調で、現在の生産水準を維持できる見込みである。ただ客先が生産調整に入るとの情報もあり、懸念している。
	鉄鋼業（総務担当）	・輸入材の安売り攻勢が強く、また市中在庫も高水準で推移している。不安要素はあるものの、取引先の活動水準は足元同様に底堅い状況が継続する。
	鉄鋼業（総務担当）	・受注は少し下振れしているが、株価が高めに動いているため受注のテコ入れとなり、下振れを抑えてくれると期待する。
	非鉄金属製造業（経理担当）	・景気に特段の動きはみられない。
	金属製品製造業（総務担当）	・受注量は現状と同程度か、増加すると見込んでいる。ものづくり・省エネ補助金の公募が発表され、客先の引き合いが増えているという情報がある。5月より再生可能エネルギー賦課金が単価改定され電力料金が上がるが、コストアップ分は仕事量の増加でカバーしたい。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・まだまだ中小企業にはアベノミクスの恩恵は波及しておらず、気配すら感じない。一方、消費税は予定どおり引き上げられたため、収入と支出の大きなギャップを埋めることができない。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注量は内示に比べて減少する傾向にある。5～6月は変わらないが、4月の受注量は1か月前の内示から4%強減少する。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・現在の景況感や為替水準が当面継続しなければ、川下産業である関連機器メーカーにとって恩恵は非常に小さい。
	建設業（経営者）	・先日、地価が公示されたが、3大都市圏以外では地価は相変わらず低下しており、当地も下がったままである。土地が動かないことは建設業界にも悪影響がある。景気が良くなれない状況は今後も続く。
	建設業（総務担当）	・仕事が繁忙な状況は長期に亘り継続する。人材や資機材面で難しい対応が迫られる。
	建設業（総務担当）	・景気の先行きは不透明である。
通信業（営業担当）	・更なる消費税率引上げが予定されていることもあり、中小・零細企業には好況感は感じられない。賃上げは大手企業のみであるが、個人消費がどこまで伸びるかが鍵である。残念ながら、地方経済への取組があまり伝わってこない。	
金融業（自動車担当）	・地元完成車メーカーの環境対応車は好評である。現在の為替水準であれば、輸出が落ち込む可能性は低く、部品メーカーの受注も高水準が持続する。	
やや悪くなる	食品製造業（総務担当）	・当社売上上の2割を占めるOEM生産について、委託元企業の今後の動向がはっきりしないため、景気はやや悪くなると判断している。
	化学工業（経営者）	・苛性ソーダのダブつき感から、メーカー各社は相次いで値下げしている。この影響から当社商品及び由来製品について値下げ要求が強く、取引量の多い取引先から段階的に対応せざるを得ない。
	通信業（営業企画担当）	・地元の大規模の客は情報通信への設備投資が停滞している。中小規模の客には核となるニーズへの対応に時間を要することから、短期間での景気好転は厳しい。
	不動産業（総務担当）	・例年、賃貸物件の需要は4月中旬で落ち着くため、景気はやや悪くなる。
	コピーサービス業（管理担当）	・景気が良くなる要因は全くなく、また当業種は衰退業種なのであきらめている。事業縮小も考えている。
悪くなる	食品製造業（総務担当）	・景気が良くなる情報は一つもない。
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きからみて、景気は悪くなる。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・新入学シーズンが終わるので、受注が減少する。
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・製品は地球規模で競争するので、なかなか値上げできない一方、材料コストは上がり続けている。海外より材料を仕入れ、国内で商品を販売する業界は非常に苦しくなる。

雇用 関連 (中国)	良くなる	人材派遣会社（支店長）	・引き続き雇用は拡大して、景気が良くなる。
	やや良くなる	人材派遣会社（支社長）	・生産年齢人口の減少と景気回復によって、労働者の急激な売手市場化が起きている。この変化に対応できない中小企業は人材の採用や定着で問題を抱えるケースが増えており、限られた優秀な人材の奪い合いが起こる。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・改正派遣法が9月に施行され、マイナンバー制度は10月に通知され翌年から運用される。様々な案件が動き始めるが、一つ一つを真摯に受け止め、自社体制を更に強化する必要がある。盤石な基盤を構築できる企業が新年度に生き残る。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・新卒採用を行う企業の活動が一層活発化し、広報に力を入れる企業が増える。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・新卒採用には構造的な問題があり、景気がよほど失速しない限り、高水準の採用意欲が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地場企業のベースアップは今後の交渉となるが、ベースアップ実施はごく一部にとどまりそうである。しかし景気浮揚の気運が出始めており、景気は上向いていく。
		民間職業紹介機関（職員）	・日経平均は20,000円に迫る勢いがあり、心理的に投資や&Aを実施しやすい環境になる。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・大型ショッピングモール開業に伴う特需が続く。
	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者が少ない。離職による失業を踏みとどまり、在職中から改善傾向にある労働市場をみながら求職活動している。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・特に突出した景気に関わる情報は無い。
求人情報誌製作会社（広告担当）		・採用意欲の高い企業群は引き続き積極採用を行っていく傾向にあり、求人は高止まりしている。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）		・地方ではベースアップを実施する企業は少なく、物価上昇が賃金の伸びを上回っている。消費者の節約志向は続き、個人消費の回復は期待できない。	
職業安定所（産業雇用情報担当）		・倒産や大量解雇等の話は今のところ聞いておらず、雇用情勢は落ち着いている。	
職業安定所（雇用開発担当）		・来春卒業する大学生等の企業セミナーを開催したが、前年を大幅に上回る企業から参加申込があった。新卒者の採用意欲は引き続き高い。	
職業安定所（産業雇用情報担当）		・例年、4月以降は有効求人数が減少し、有効求職者数は増加するが、今年は求人減少幅が大きくなる。	
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・あまり景気に目立った動きは感じない。	
やや悪くなる	-	-	
悪くなる	-	-	