

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）	・2か月先の6月にはグランドチャンピオン決定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）	・商店街の人も納入業者も一緒に、景気はだんだん良くなってきていると言う。
(中国)		商店街（代表者）	・プレミアム付商品券による消費喚起を期待する。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・プレミアム付商品券の発売が来月に迫っており、効果を期待する。
		スーパー（店長）	・前年比をみる場合には前年4月は消費税増税直後であったことを考慮する必要がある。客数は徐々に戻ってきており、状況から判断すると、客数は今後も前年の102～103%で推移する。
		スーパー（店長）	・前年は雨が多く、冷夏であった。前年のような天候でなければ、景気は回復する。
		スーパー（業務開発担当）	・販売点数は順調に推移している。夏季に景気に悪影響を及ぼす天候変動さえなければ、今の良い状態が続く。
		スーパー（販売担当）	・客に今までの節約志向が薄れてきており、購買意欲がみえる。
		コンビニ（エリア担当）	・季節的な傾向として、販売は中食を中心に上向きになる。
		コンビニ（エリア担当）	・2か月ほど前から本部の方針により商品量を増加させた。このため商品の廃棄量は若干増加したが、来客数や客単価はそれ以上に伸びている。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税の反動はようやく一段落し、今後はボーナス商戦に期待できる。
		コンビニ（支店長）	・売上は戻りつつある。
		家電量販店（店長）	・夏に向けて季節関連商品の動きが活発になる。前年は比較的冷夏であったため季節関連商品が振るわなかったが、今年は期待できる。消費者のエコ意識の高まりから冷蔵庫やエアコンでは高省エネタイプの構成比が上がっており、単価の上昇が期待できる。
		家電量販店（企画担当）	・客数が回復傾向にあるので、景気は良くなる。
		乗用車販売店（統括）	・前年の消費税増税直後の落ち込みに比べれば、景気は多少回復する。
		乗用車販売店（業務担当）	・6～7月にかけて新商品の投入があり、売上増を期待する。
		乗用車販売店（営業担当）	・ゴールデンウィークなどで休日が多いので、来客数が増え、売上増加も見込める。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・前年5～7月は消費税増税後の反動減があった時期に当たる。現状のまま客単価が推移すれば、今後3か月は売上は順調に伸びる。
		一般レストラン（経営者）	・今後プレミアム付商品券が発売されるので、少しは世の中に金の動きが出る。
		スナック（経営者）	・あまり期待できないと思うが、企業の賃上げも少しは実施されるので、景気は多少良くなるかもしれない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・やまなみ街道が開通したので、前年よりも交通量が増える。
		都市型ホテル（スタッフ）	・多くの企業で賃金のベースアップ等が実施され、単価が多少なりとも上がるよう期待する。
	都市型ホテル（企画担当）	・宿泊の予約は海外客を中心に依然として好調に推移している。今年度前半の宴会予約状況は少し回復傾向にある。レストランはまだまだ不透明であるが、宿泊や宴会の状況をみると若干回復していくと思う。	
	旅行代理店（営業担当）	・地域住民生活等緊急支援に代表される交付金事業が展開され始めるので、一時的には消費拡大が期待できる。	
	タクシー運転手	・ボーナスシーズンとなり、売上は伸びる。また梅雨に入り、利用客が増える。	
	通信会社（企画担当）	・大手通信事業者のSIMフリー化を迎えるが、当社は6月より仮想移動体通信事業を強化するので、夏にかけて客の反応を期待している。	
	通信会社（販売企画担当）	・企業のベースアップ等が実施され、景気が良くなる。	
	設計事務所（経営者）	・省エネ住宅ポイントが始まった。また地域型住宅グリーン化事業がもうすぐ始まるとの情報もあり、補助金による消費者動向に期待する。	
	住宅販売会社（従業員）	・消費税増税から1年が経過し、消費サイクルも一巡したので、消費者の購買心理が上向く。	

変わらない

商店街（理事）	・統一地方選挙が終わり世間も少し落ち着いた感はあるが、逆に当地では行政や議会が新しい動きをみせるという話を聞かない。新幹線が開通した北陸地方は少しは景気が良くなるであろうが、まだまだ東京一極集中的な動きだけが目立つ。
商店街（代表者）	・地方では客の収入がまだ十分には増加していない。金に余裕がある層は消費を拡大するが、収入が伸びていない層は買い控えに走る。
商店街（代表者）	・円安と株高の状況が続くが、地方では客の収入は増加していないので、今までどおり客の気持は消費に向かわない。
商店街（代表者）	・2～3か月先の景気も今月と同様に、多少上向きであると思う。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・人口減少や少子高齢化に伴う消費低迷に加えて、今後もいろいろな商品が値上げされるので、客の買い控えを懸念する。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・このまま消費の緊縮ムードが続く。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・注文数は横ばいであり、象牙など高級印材が売れない。客には経済的な余裕がない。
百貨店（経理担当）	・景気が良くなる要素は見当たらず、厳しい状況が続く。
百貨店（営業担当）	・当館の主力であるアパレルの低迷が続いており、景気回復の兆しがみえない。新しく開業したショッピングモールのアパレル店と以前からある既存アパレル店で、市内はオーバーストア状態になったうえに、最近の客の購買意欲の減退が重なり、悲惨な状態である。今後もこの傾向が継続する。
百貨店（営業担当）	・商品値上げに関するニュース等が多く、客が無駄なものは買わない傾向は今後も続く。また地方では大都市のようなインバウンド効果はほとんどみられず、景気へのプラス効果は期待できない。
百貨店（営業担当）	・前年と同様に春のクリアランスセールを始めているが、前年並みの数字しか残せず、苦戦している。
百貨店（営業担当）	・景気変動する要因がない。
百貨店（販売促進担当）	・市の発売分につき、5月から県のプレミアム付商品券24億円の利用がスタートする。あわせて総額36億円の発売であるが、4月の状況を見ると、必ずしも消費高揚に結び付く結果にはなっていない。今後、母の日、父の日やお中元等のギフト商戦も始まるが、価格に対してよりシビアな購買姿勢が想定され、大きな期待はかけられない。
百貨店（営業推進担当）	・この先も好材料がみえず、景気に大きな状況変化はない。
百貨店（売場担当）	・客には中価格帯から高価格帯の衣料品ブランドの購買意欲が明らかに鈍いため、売上の大きな伸びは期待できない。
百貨店（購買担当）	・現在はいくら勤めても客は不必要なものは買わない態度であり、2～3か月先に開催する夏のクリアランスセールが今から心配である。また物産展では集客はあるが、同じような企画が色々なところで開催されるため、例年どおりの売上となるか心配である。
百貨店（売場担当）	・夏の気象予測は難しいが、最近の状況を踏まえると天候不順もある程度覚悟しておかなければならず、景気を楽観視できる要素は見当たらない。
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。現状が半年ほどは続く。
スーパー（店長）	・客が節約志向の買物行動を続ける限り、景気が良くなるとは思えない。
スーパー（店長）	・消費税増税直後で消費が落ち込んだ前年4月に対しても、今年の売上はさほど大きく増えていない。また一品単価が低い。
スーパー（総務担当）	・来客数や客単価がさほど変化しない現在の傾向が継続する。
スーパー（販売担当）	・一部の客層では単価が上昇する傾向がみられるが、全体としては相変わらず低調である。また客数も横ばい状態であり、まだまだ景気の回復は遠い。
スーパー（財務担当）	・製造メーカーの値上げによる売価上昇が影響して、客は無駄なものを購入しなくなる。また必需品以外の買上点数が減少する。
スーパー（管理担当）	・景気が急に良くなるような気配はなく、現状維持が継続する。
スーパー（営業システム担当）	・食品の値上げがあるため、売上はやや増加するかもしれない。ただ客が必要なもの以外を買わない傾向が強くなる。

コンビニ（副地域ブロック長）	・客数トレンドに変化の兆しが見当たらない。
衣料品専門店（経営者）	・売上や客のコメントからは、景気が良くなる要素を感じない。
家電量販店（店長）	・客の財布のひもはなかなか緩まず、来客数や販売量が減少する厳しい状況が続く。
家電量販店（販売担当）	・エアコン商戦がもうすぐ始まるが、売上を期待できない。
乗用車販売店（営業担当）	・自動車の販売台数をみれば、前年をかなり下回っている。客に聞くと、どの職種の客も仕事量が少なく、景気が上向いている実感はないと話す。
乗用車販売店（店長）	・今後の当社の商品展開を考えると、現状から景気が大きく変化することはない。
自動車備品販売店（経営者）	・地方の一般庶民にとっては景気は悪い。
住関連専門店（営業担当）	・当地では世間で騒がれるほどアベノミクスの恩恵は出でおらず、客数は伸び悩んだままである。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・国の地方創生策が充実したものになることを期待している。せめて景気は横ばいになってもらいたい。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・地方の景気が良くなるとは思えない。人気テレビドラマの効果で観光客は増えているが、地元客の消費が伸びるほどの効果はみえない。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気に変化する要素がない。
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・土日や祝日にはある程度集客できているが、客の購入には至らない状況が続く。客は必要と判断しないものに対しては慎重な買物姿勢である。
その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・景気が回復する材料がない。
高級レストラン（スタッフ）	・5月の予約状況は前年を若干下回っている。6月以降については今後の動きをみないと判断できない。
一般レストラン（経営者）	・景気には夏期の天候がどうなるかが大きく影響する。企業のベースアップはあまり期待できないので、今後も消費者心理は低下傾向が続く。また貯蓄にまわる比率や教育にかける比率は上昇する。
一般レストラン（外食事業担当）	・4月から食材の値上がりを売価に反映させるようメニューを改定したが、数字からみると客に受け入れられたと感じる。今後も食品類の値上げがありそうなので、外食と物販の微妙な関係が続く。
観光型ホテル（宿泊担当）	・客単価に変化がみられない。
観光型ホテル（支配人）	・外国人旅行者は期待できるが、宿泊のみであり、付帯売上は期待薄である。都市部のホテルとの格差は広がる一方である。
旅行代理店（経営者）	・すべてが良くなるとは思えないが、個人消費は良くなってきている。5月のゴールデンウィークの予約においては、特にそういう兆候がある。
タクシー運転手	・タクシー利用は景気にあまり左右されないと思うが、一度経費削減されたものはなかなか戻らない。客層にお年寄りが多く、天候によって客数が増減する面もあるが、未だに景気が回復した実感は持てない。
タクシー運転手	・本来忙しいはずの4月にも客が少ないので、この先の5～6月の客数が心配である。市内の大手企業の業績は上がっていると聞くが、当地まではその好況が届いていない。
タクシー運転手	・客の話を聞いていても、明るい話題が出てこない。
通信会社（社員）	・販売量増加につながる問い合わせがない。
通信会社（広報担当）	・客は常に安価なものを求めている。適正な価格かどうかというより、いかに安価であるかに重点を置いている。
通信会社（営業担当）	・実感を伴わない景気浮揚感が払しょくできず、景気がやや悪い状態が継続する。
通信会社（工事担当）	・景気に特に大きな変化があると思えない。
通信会社（総務担当）	・販売量に伸びがなく、今後好調になる見込みも立たない。
通信会社（総務担当）	・放送・通信サービスの加入件数は落ち着くと思うが、スマホサービスの加入件数は今後伸びる。
テーマパーク（管理担当）	・消費税増税後は消費指数が伸びていないように感じる。
ゴルフ場（営業担当）	・3か月先の予約数は例年と変わらない。

		美容室（経営者）	・来客数は増えているが、物品販売の購入比率が下がっている。客は必要な物しか購入せず、嗜好品の購入にはシビアな姿勢である。
		美容室（経営者）	・2～3か月先に現状が大きく変わるとは思えない。賃金のベースアップや減税等で生活にゆとりが生まれにくい限り、景気は変わらないままか、少し悪くなる。
		美容室（経営者）	・景気が良くなる材料が思い当たらない。
		設計事務所（経営者）	・観光に携わる業種はほどほどの景気となるが、それ以外の業種は大変厳しい。
		設計事務所（経営者）	・建築物価の高騰が1年以上継続しているが、下がる気配は全くみられない。個人住宅の場合は建築物価に合わせて予算を上げることは困難である。
		住宅販売会社（営業担当）	・この時期は住宅購入の検討時期に当たるので、問い合わせ件数は多いが、購入者の資金的な事情は相変わらず厳しい。賃金面で余裕が出るには今しばらく時間を要する。
	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。前年実績の維持が精一杯である。
		家電量販店（店長）	・ボーナス商戦に期待している。ただ景気が良くない企業も多いようなので、ボーナス商戦にも不安がある。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車販売に大きな変動はないと思うが、点検整備数が減少傾向にあり、売上は苦戦しそうである。
		一般レストラン（店長）	・今月は各種商品の値上げが実施されたため、消費者が財布のひもを締めているのか、来店数は4月も前年比で減少している。当店も今月より一部の商品を値上げしたので、一時的な客離れが数か月は続くと思料する。
		都市型ホテル（企画担当）	・ホテルにとってインバウンド需要は桜シーズンに集中しており、前年12月の大型ショッピングモール開業時の特需も合わせて、今後大きな反動減を想定している。また足元では老舗ホテルが倒産するなど、厳しい環境にある。宿泊客も部屋代は支払うが、それ以外のレストランやマッサージ利用などはホテル外の安い店舗を利用するため、ホテルの付帯収入は減少傾向にある。
		都市型ホテル（総支配人）	・入り込み観光客の漸減傾向が続く。
		テーマパーク（業務担当）	・ゴールデンウィークが終わると、7月に入るまで連休はない。梅雨に入り、雨の日も多くなるので、集客数は減少する。
		設計事務所（経営者）	・新年度となり、発注件数が減少し、手空きの状態である。
		住宅販売会社（営業担当）	・住宅購入を後押しする制度が様々打ち出されている。まだ期限に余裕があるため、住宅業界にとっては夏に向けて客足が鈍る。
	悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・呉服業界でも辞めたり倒産する問屋が出ている。そうすると商品を納める織元や染め屋が大変になり、辞める店が出てくる。高級な商品もまだ作られているが、プリント等の商品も多くなり、中間の良い商品がますます少なくなるため、小売店も厳しくなる。
		自動車部品販売店（経営者）	・わが業界はデフレスパイラルに逆戻りしつつある。嘘の数字でごまかさず、本当の姿を直視しないと対策は打てない。我々のような弱小企業は救われず、後回しになる。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・4月1日より施行された貸切バスの新運賃・料金制度の悪影響がまともに出たようで、すべての観光施設で団体客が激減している。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3月先も多くの車種において受注が増える予定であり、好景気が継続する。
(中国)	やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・今後打ち出される政策の効果に期待しており、当社も販売増に向けて努力する。
		鉄鋼業（総務担当）	・在庫調整が終われば建設などで需要期に入るので、景気は持ち直す。
		建設業（総務担当）	・受注の引き合いが増えている。
		輸送業（経理担当）	・物流量が増加傾向にあり、今後の予測数量も堅調な見通しである。
		金融業（貸付担当）	・日経平均株価も2万円台を回復し、金の流れは良い方向に向かっており、景気は上向いている。ベースアップを実施する企業も増えており、個人消費に金が回れば、更に身のまわりの景気は良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・客情報や受注見通しからみて、景気は良くなる方向で進む。販売も拡大基調であり、販売促進の動きが活発になるシーズンに入る。

		会計事務所（職員）	・船舶の修理関連の事業者は、5月のゴールデンウィークは受注を消化するため、不休で対応する。新年度予算が執行される6月以降は忙しくなるとみる海運業者からの発注が、4月後半になり増えている。
変わらない		農林水産業（従業者）	・1～3月の状況を前年と比べてみると、沖合底引き漁、中型巻き網漁やイカ釣り漁の水揚げは増加したが、他の魚種は減少している。今後も海がしけるか否かによって、水揚げはかなり左右される。
		繊維工業（統括担当）	・景気が良くなるよう望んでいるが、もう少し様子を見ないとどうなるか分からない。
		化学工業（総務担当）	・当社のような素材産業は一部ではなく国内全体の景気が良くなると、販売量や売上は増加しない。今は国内全体で景気が良くなったとか、良くなりそうという状況にはない。為替や原材料価格の動向の方が会社業績に与える影響が大きい。
		鉄鋼業（総務担当）	・下振れした仕事量に対して、需要を掘り起こして7～9月の仕事量を確保している状況である。ただし一時帰休や雇用調整を実施するようなレベルではない。
		金属製品製造業（総務担当）	・5月から再生可能エネルギー賦課金単価が改定されるため、電力料金が上昇するが、受注面では特に悪い情報は入っていない。受注は増加傾向にあり、この状況が今後も続くともっている。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・一部の客先において値上げ要請が実現した。ただし全体としては当社が希望する販売単価に届いておらず、景気回復には程遠い。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・客からの発注内示は、前期と同量である。
		建設業（総務担当）	・当面は今の状況から変わらない。
		通信業（営業担当）	・統一地方選挙やTPP交渉などが一段落した後に、中小企業や地方自治体に対して景気テコ入れ策が実施されれば、景気が回復する見込みも持てる。ただ現状では景気の高揚感を感じない。
		通信業（営業企画担当）	・客との雑談では、消費税増税による負担増から商品は買い控えるとのコメントが多い。
	金融業（自動車担当）	・海外生産へのシフトが進み、国内生産は前年比では微減となるが、依然として自動車業界では高水準の操業が続く。	
	不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期ではないため、現在の景況が続く。	
やや悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・売上の10%を占めるOEM生産が芳しくない。年間予算の組み直しを予定しているが、残りの9か月間も厳しい状況が続く。
		化学工業（経営者）	・自動車向け高性能樹脂メーカーが減産及び製造工程の変更試行を実施するため、受注金額が減少する。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口需要先である鉄鋼業では減産が実施されており、順次納入量が減少する見込みである。納入数量の減少とともに、納入サイクルの長期化が見込まれる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・新入学と進級シーズンが終わったため、受注減となる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・景気好転という言葉だけが先行し、中身が伴っていないと感じる。常に掛け声のみに終わるので、零細企業は設備投資への意欲がわかない。仮に設備投資しても採算ベースを維持できるのか、不安要素が多い。
		コピーサービス業（管理担当）	・今の時代はモバイル端末等の普及で書類は減少しており、副本コピーで書類を保管することも減少している。近い将来、建設現場にもモバイル端末等が普及するなど、ペーパーレス化は更に進むと考えられ、コピー業界は淘汰される方向にある。
悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・原材料の高騰が続く一方、業界内では販売価格を値上げできていない状況にある。また値上げラッシュが続くなかで、客の節約志向がより一層強くなる。
		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。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・現状でも非常に苦しいが、更に円安が続けば最悪の状況となる。現在の市況をみると、円高に進む見通しはほとんどない。
雇用関連 (中国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・株価も上昇し、引き続き求人が増えていく傾向が夏頃までは続く。
		人材派遣会社（支店長）	・人手不足が景気回復の妨げになることは明らかである。企業の採用意欲と求職者の就業意欲がマッチすれば、景気回復は加速する。

	人材派遣会社（経営企画担当）	・今年9月の改正派遣法に備え、当社では求職者への関わり方を根本的に見直している。正社員へのキャリアステップを前提に真摯に向き合い、雇用支援に努める。求職者からの派遣ニーズも高まっている。1人1人を確実に企業側へ積極的に紹介し、雇用改善に一層努めたい。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・就職希望者への内定通知が出始めている。学生確保にメドがついた企業が出る一方、確保していた学生に辞退され採用活動を再開する企業も出る時期であるが、今年は後者が多いと予想する。媒体への再申込などの受注が見込めるのではないかと感じる。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・景気は回復基調にある。新規求人数はパートが増加し、正社員の割合は2か月連続で全体の新規求人数の3割を下回るなど、求職者の希望とのミスマッチもみられる。
	民間職業紹介機関（職員）	・株価上昇などの経済状況、近隣諸国からの観光客やゴールデンウィークの日並びなど、景気のプラス要因に働く材料が景気を後押しする。
	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・以前から医療・福祉業界や建設業などの人手不足分野では、極めて高い求人意欲が継続している。緩やかな景気回復を背景に、基幹産業である製造業でも求人意欲の高まりを感じる。
変わらない	人材派遣会社（支社長）	・好景気や個々の企業の好業績を背景とする求人は減少傾向にある。ただ労働人口の減少による人手不足が顕在化し始めており、トータルでは当面は求人数は横ばいで推移する。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・今年度決算の不透明感から、投資額は全体的に抑えられる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・パートやアルバイトの時給はここ半年で確実に上がっており、小売業の人手不足の悩みは当分続く。背景としては地場大手企業のベースアップの動きなども関係する。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大企業の業績回復を後押しした円安と低金利は家計にとっては恩恵が小さい。消費税増税や円安による物価上昇が賃金の伸びを上回っており、消費者の多くは財布のひもを緩めない。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・業種にかかわらず人手不足が続いている。人が集まらないため事業を廃止した中小企業も出ており、今後の景気は不透明である。
	職業安定所（雇用開発担当）	・求人数は高水準で安定し、逆に求職者数は低水準で安定する現在の状況が継続する。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・当校の賃金も変わらないし、周辺も変わるようにはみえない。
やや悪くなる	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・駅前の大型ショッピングモール開業の相乗効果により景気は一時的に上がっているが、求人への好影響は鈍化しており、周辺のテナント誘致も遅れている。またショッピングモールの集客も予想よりは悪い。
悪くなる	-	-