

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	自動車備品販売店（経営者）	・年末商戦に入るの今月より良くなるが、前年同月比では既に不安を感じている。
	(中国)	やや良くなる	通信会社（工事担当）
競艇場（職員）		・11月にはG1競走を開催するので、売上を期待できる。	
商店街（代表者）		・猛暑の夏が終わって気候的に落ち着き、秋のイベント等が開催されれば来街者も増加すると期待している。	
商店街（代表者）		・来月より市のプレミアム付商品券の利用がスタートし、また県の商品券が11月より始まる。期間限定的な消費喚起ではあるが期待できる。	
スーパー（店長）		・景気は今後の天候に左右される。季節変わりが順調に進めば、景気の回復も早くなる。	
家電量販店（店長）		・最近になり来客数が増加傾向にある。	
家電量販店（販売担当）		・決算や白物家電の新品に期待する。	
乗用車販売店（業務担当）		・新品の投入が続くことで期待が持てる。	
乗用車販売店（総務担当）		・商品ラインナップが充実するため、新規来客数の増加が見込める。	
一般レストラン（店長）		・当月の売上低下は郊外型の商業施設が増えたことによる一過性のものである。来月から市のプレミアム付商品券の取扱が始まり、昔の地域振興券の際も反響が良かったので、ある程度期待が持てる。	
タクシー運転手		・プレミアム付商品券の効果を受けるので、やや良い状況が続く。	
通信会社（総務担当）		・他社サービスの終了告知に伴い、通信サービスの新規加入増が見込まれる。	
ゴルフ場（営業担当）		・現在、3か月先までの予約状況は順調に推移している。	
設計事務所（経営者）		・消費税率再引上げを見越して、木造住宅耐震化リフォームや空き家対策の動きが少しずつ見えてきている。	
住宅販売会社（営業担当）	・消費税率再引上げ前に持ち家の購入を検討している客が、今後本格的に動き始めることが予想される。		
住宅販売会社（営業担当）	・今後、外部工事が増えることが予想される。		
変わらない	商店街（代表者）	・商店街への出店問い合わせなどもあり、新たな新規出店があれば様子が変わることが期待できるが、まだそこまでっていない。	
	商店街（代表者）	・商店街のアーケードは12月まで工事にかかっており、客が来ないため現状に変わりがない。	
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・景気回復となる要素が見当たらない。	
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・名刺の注文が減少傾向にあり、前向きな取り組みが感じられない。	
	百貨店（経理担当）	・景気が良くなる要素があまりない。気候が涼しくなれば、婦人服などの売上に期待が持てる。	
	百貨店（営業担当）	・最大の課題である新規店舗の誘致ができれば、改善が期待できるので、今以上には悪くならない。	
	百貨店（営業担当）	・良くなる要因がない。	
	百貨店（営業担当）	・地方の景気はまだ回復していない。客は財布のひもを締めたままであり、必要なもの以外は購入しない姿勢が続く。	
	百貨店（販売促進担当）	・秋商戦が本格化するなか、9月には大型連休があり県外客中心に来客数の増加が期待される。これを機に売上増を図れるとの期待感はあるが、現在顕著となってきた株安が高額品の動きに水をさすのではとの心配もある。	
	百貨店（売場担当）	・衣料品はいくら安くしても集客ができなくなっており、客が価格で買わなくなっている。円安による店頭価格の上昇もあって、ファッション商品の動きが鈍い。	
	百貨店（購買担当）	・今年は秋物が順調に推移しており、ヒット商品が生まれる兆しがある。ただアパレル業界には前年より商品量を減らして販売効率を上げようとの考えがみられ、業界の厳しい状況は続いているようである。	
	百貨店（営業推進担当）	・ここ半年状況にあまり変化なく、回復の兆しが見えない。客単価、販売量ともに伸びず、前年割れが続いている。	
	スーパー（店長）	・景気に変化する材料は見当たらない。	
	スーパー（店長）	・7月と8月を比較すると来客数と客単価は横ばいである。数か月の間、来客数等が伸びる状態が続いてきたが、今後は横ばい傾向になる。	

スーパー（店長）	・クーポンなどの政策がとられているが、効果は一時的で、個人の収入が増えるような見通しのある話は近隣では聞こえない。節約志向にはならないが、売上が伸びる要素はない。
スーパー（管理担当）	・益商戦は前年並みで推移したが、プレミアム付商品券の効果もピークを過ぎた感があり、今後これ以上の伸びはあまり期待できない。
スーパー（販売担当）	・ここ数か月の販売点数の減少を踏まえ、現在店頭においては商品の在庫量を減らす傾向にある。経営の視点から見れば当然の取組ではあるものの、売場のボリュームや販売機会損失を考えると明らかにマイナスであり、悪循環を招いている。先行きは厳しいと判断せざるを得ない。
スーパー（営業システム担当）	・前年よりも売上は伸びているものの、競合店に合わせて値下げしているため、利益の上昇は期待できない。
スーパー（販売担当）	・プレミアム付商品券の効果は一時的なもので、今後の売上は横ばいに戻る。
コンビニ（エリア担当）	・多数の来店客が携わっている工事現場の工事が3か月目に入り、そろそろ終了する見通しである。ただ別の場所で新たに工事が始まりそうなので、トータルでの来客数は変わらない。
コンビニ（エリア担当）	・夏から秋に変わり気温低下に伴って客足は鈍るが、前年に比べての増加傾向は続く。
コンビニ（支店長）	・次月以降の売上にはまだ不安がある。
コンビニ（副地域ブロック長）	・依然としてコンビニ市場の競争激化は継続しており、シェア拡大の良い手はない。
衣料品専門店（経営者）	・景気の良くなる要素がない。株価も低迷し中小企業に勤めている人から景気の良い話を聞かない。
家電量販店（店長）	・爆発的な販売を期待できる商品が見当たらず、今後も悪いなりに地道に商売していく以外に手立てはない。
家電量販店（企画担当）	・特に良くなる要素がないので景気は変わらない。
乗用車販売店（統括）	・今年度は新型車の投入がなく厳しい状況が続く。
乗用車販売店（営業担当）	・新商品などが出る予定がないので景気に変化はない。
乗用車販売店（営業担当）	・景気が上向き要素がないとの声が多く、見通しが暗いとの話を聞くばかりである。主婦には消費をまだまだ抑えないといけないとの考えが多く、必要最低限の買物しかしない。
乗用車販売店（店長）	・例年であれば決算期を控えて盛り上がる時期であるが、今年は期待できそうにない。特に平日の来客数の少なさが気になる。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・これ以上の売上増加を見込む要素がない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・当地の産業は土建業を除くと基幹は観光業であるが、劇的な景気浮揚には至らない。
その他専門店〔海産物〕（経営者）	・松葉がに漁が始まれば今よりは良くなるが、例年を上回る見通しはない。
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・物価の上昇に伴い先行きを不安に思う人が多い。節約傾向はまだまだ継続する。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・今後2～3か月後も景気が良くなる与件が見えてこない。
高級レストラン（スタッフ）	・先行予約は月により良いことも悪いこともあるが、特に大きく変わっている状況にはない。
一般レストラン（経営者）	・年末までの間は地方の景気回復が実感できそうにない。また客単価の低下とより高付加価値を求める傾向が続く。店舗としての対応も荒利率低下により限界が生じつつあり、特に最低賃金の上昇は厳しい現実としてのしかかりつつある。
一般レストラン（外食事業担当）	・9月には大型連休がありゴールデンウィークと同様の効果が出ると報道されているが、地方は農繁期に入るため、そこまでの効果は出ない。
スナック（経営者）	・消費税率や物価が上昇しただけで、まだ飲食業界は苦しいままなので、この先2～3か月で景気は良くなる見込みはない。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・行楽シーズンなので来客数の増加が見込めるが、買上点数が減少している。
観光型ホテル（宿泊担当）	・相変わらず安い商品は売れるが、単価が上がると売れない。
都市型ホテル（スタッフ）	・中国の金利引き下げにより、インバウンド客の減少、株価下落等もあり、先の予測がつけにくい。

都市型ホテル（企画担当）	・秋の観光シーズンになるとともに、学会やイベントの開催も増加する時期で、宴会会場の利用増や宿泊客の増加が見込まれるが、株価の低下や海外情勢の悪化など不穏な動きもあり、景気にはマイナスとなる。	
都市型ホテル（総支配人）	・秋口の大会、行楽などが盛んになる時期であり、先行予約も前年並みである。	
旅行代理店（経営者）	・現在景気はあまり良くない。株価も中国の影響で悪くなる一方で、円安により多少変わる可能性もある。	
旅行代理店（営業担当）	・地方創生施策の影響で、引き続き国内旅行は好調に推移する見込みであるが、旅行需要の急速な回復は見込めない。来年度の概算予算要求の動きに期待する。	
タクシー運転手	・今月は旅行客等、人の動きが前年に比べて少し多いが、この傾向は今後も継続する。	
タクシー運転手	・客層が変わらないので特に良くなる材料がない。	
タクシー運転手	・今後の景気に期待する声が一向に出てこない。	
通信会社（社員）	・売上増につながる申込がない。	
通信会社（広報担当）	・客は良いものより安いものを求める傾向にあり、新商品が出てあまり関心がない様子である。	
通信会社（営業担当）	・下振れする気配はないが、上向く要因も特にない。	
通信会社（販売企画担当）	・株価などの経済情勢が心理的にも影響してくる。	
通信会社（企画担当）	・サービスの多様化で品ぞろえは豊富になるが、購買につながることも限らず、次の購買情報を待つという客も多くみられる。選択ポイントは低価格という理由だけではないので、景気が悪いわけではない。	
通信会社（総務担当）	・客は割引商品に興味を示すものの、全体的な売上増には結び付いていない。	
テーマパーク（業務担当）	・秋の行楽シーズンに入るとともに連休もあるため、来園者数の増加を期待できるが、夏休みのような平日の来客はあまり望めない。	
テーマパーク（管理担当）	・消費税率引上げ後、個人消費が低迷している。	
テーマパーク（営業担当）	・団体バスの料金が変わらない限り、団体旅行は回復しそうにない。	
美容室（経営者）	・来客数の動きや購買状況よりも、就労問題で働く人を探すのが難しくなってきた。	
美容室（経営者）	・美容関係は2～3か月のスパンで大きな変化が起こる業種ではなく、客の収入が増えた後、しばらく時間がたってから波及してくるので、当面景気に変化はない。	
設計事務所（経営者）	・下降状況に変わりない。いろいろと不安材料はあるが、大きな変化は見通せない。	
設計事務所（経営者）	・一般客の来場数がもう少し伸びないと上向かない。	
住宅販売会社（従業員）	・景気の先行き不透明感が払しょくされず、好転する要因がない。	
住宅販売会社（営業担当）	・国の実施する長期固定金利の住宅ローン優遇対策への客の反応は薄く、長期的な景気好調を実感するまでに至っていない。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・地方では収入が増加する人が少なく、また食料品を中心に値上がりする商品が多いので、客の低価格志向は変わらない。
	商店街（代表者）	・当店で取り扱う商品が子供服であるため余計に感じるのかもしれないが、まだまだ客のデフレマインドは解消されていない。
	一般小売店〔茶〕（経営者）	・販売の見通しが立たないため、根本的な方向転換が必要である。
	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・中国経済の失速に関連して円高の懸念がある。
	百貨店（営業担当）	・8月下旬の株価の急変動もあり、客の購買意欲は明らかに低下しているため、当面は現在の状況より悪くなる。
	百貨店（売場担当）	・地域内競合店の増床オープンが来月であり、しばらくの間厳しい状況が予想される。
	スーパー（店長）	・株価の下落や原材料費高騰による商品の値上げなど、客が消費を抑える要因が多く、生活防衛意識が強まり、個人消費の冷え込みが始まる。
	スーパー（財務担当）	・平常の生活に戻り、販売価格の上昇に敏感になって節約するようになる。
	スーパー（業務開発担当）	・競合他社が特売商品価格を強化しており、利益面で相当悪化しそうである。
	衣料品専門店（経営者）	・公務員の給料などは上昇してきているので、少しではあるが購買力も上昇する。

	自動車備品販売店（経営者）	・全世界同時株安などでさらに消費マインドが盛り下がるばかりであり、何かのきっかけがないとまた不景気に突入しそうで心配である。
	住関連専門店（営業担当）	・来客数が減少し住宅の新築やリフォーム、結婚等の情報が得られないので、販売につなげられない。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・日本中の各自治体がプレミアム付商品券を発売したが、これでは単なるバラマキに過ぎない。消費税率上げと円安による物価高の多少の穴埋めにはなるが、地方の活性化にはつながっていない。地方への企業移転を促進することにより、人が地方に移る政策を促進すべきである。
	一般レストラン（経営者）	・プレミアム付商品券が発行され、その使用により景気は良くなると期待している。ただ最近の株価下落により、商品券の効果以上のマイナスが発生する気配がある。
	観光型ホテル（支配人）	・ふるさと旅行券の売上への貢献効果は期待したほどではない。
	都市型ホテル（企画担当）	・中国株価下落の影響が懸念される一方で、物価も上昇しているため、先行き不安要素が多い。
	美容室（経営者）	・売価を下げれば来客数が増加するような気もするが、現時点では踏み切れず、様子見の状態である。
	設計事務所（経営者）	・建築費が高止まりの状態、しばらくは好転する話題が見つからない。
	悪くなる	
	スーパー（店長）	・原料や食品の値上げがあり、食費の節約志向がますます高まる。競合店の販売促進も大きく影響する。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・世界的に株価の急激な下落が始まっており、良くなる材料が見当たらない。
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）	・消費税率再引上げ前までに購入しようとする意向が見られる。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向けが徐々にではあるが回復する見込みであるため、生産量も回復が見込める状況である。
	輸送業（経理担当）	・輸出入に関して中国の影響を懸念していたが、それも今のところほとんどなく、その他の貨物も堅調に推移する見込みである。
	不動産業（総務担当）	・9月から賃貸物件の需要が増える見込みである。
	広告代理店（営業担当）	・取引先の状況と受注量の動きから上昇方向で推移する。
	変わらない	
	食料品製造業（総務担当）	・売上構成を抜本的に見直すに当たり、製造工程の見直しから始めたため、9月以降の繁忙期に製造現場が対応できるか若干不安を持っている。
	繊維工業（経営管理担当）	・需要期はまだ先である。
	化学工業（総務担当）	・アベノミクスにより景気は良くなったようだが、消費拡大にまでは至っていないため、内需が拡大していない。土木、建築などが増えないと景気の下支えにはならない。
	鉄鋼業（総務担当）	・中国からの注文にシフトしている製品は、同国の動きを今後よくにらみ、場合によっては雇用調整も考えなければならない。
	鉄鋼業（総務担当）	・実需の盛り上がりが見えてこないため、在庫調整局面が思いのほか長く続く。
	金属製品製造業（総務担当）	・受注、販売、購入とも大きな変動要因の情報はなく、現状の量と価格で推移していく。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・同業他社では消費税再引上げ後の市場の動きや反応を見極めて動いており、当面慎重にならざるを得ない。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・受注内示量は前期並みとなっている。
	建設業（総務担当）	・物件の数はあるが、配置技術者の関係で対応ができない状態が年度末まで続いている。この状況はしばらく変わりがない。
	通信業（営業企画担当）	・流通小売業の客から、今年は夏から秋にかけての天候がはっきりしており売上に好影響であるとの話が出てきている。
	金融業（自動車担当）	・自動車部品メーカーの受注は、中国経済の減速などの不安材料はあるが、米国経済の堅調などから現状程度の高水準を維持できる見通しであり、月次の利益は過去最高水準を確保している。
	会計事務所（職員）	・製造業は短期的な受注があるが、半年以上に及ぶような比較的大型の物件の受注があまり出てきていない。秋以降の見通しは今のところ不透明な状況にある。

	やや悪くなる	化学工業（経営者）	・中国の実態景気の後退により大幅な株価下落を招き、国内の輸出企業を中心として業績悪化が徐々にではあるが現実味を帯びた形として表れてくる懸念がある。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・得意先からの受注量が増えない。
		建設業（総務担当）	・株価の急落で全体のマインドが低下してくる。
		通信業（営業担当）	・原油安による欧米など経済の不安定な状況や中国経済の失速、円高、株価低迷による日本経済への影響は必ずマイナスに働く。
		金融業（貸付担当）	・日経平均株価の下落が個人消費に与える影響は大きい。消費マインドへのマイナスの影響によって個人消費が伸び悩めば、企業の生産活動や投資意欲も減退し、景気の悪循環につながる可能性がある。今後の身のまわりの景気は今月よりやや悪くなる。
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・朗報としては底引き網漁の2か月半の休漁期間が8月15日に終了し、5船団が出港したので、今後は水揚げを期待できる。ただ水揚げ量の大半を占める巻き網漁のアジやサバの漁獲量が減少しており、今後もあまり期待できない。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・中国経済の悪さ加減が顕著になってきており、その影響が更に色濃くなると推測される。
		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くなる。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・現在の円高がいつまで続くか分からず、受注状況や価格面での厳しさは変わらない。また新商品においては、非常に工程の難しいものが多く、生産性も低下している。
雇用 関連  (中国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（広告担当）	・来年の採用者数や採用媒体の決定のスピードの早さから、採用意欲が高いことを感じる。これまで抑えていた企業が採用を再開するのではなく、将来の見通しがある程度あり、優秀な人材が必要だと感じている企業が多い。採用意欲が高いため景気が良いとの判断ができる。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・短期的な景気動向は心配であるが、長期的には若年層の労働力不足があるため、需要は底堅い。
		職業安定所（所長）	・医療福祉や建設業では人手不足状況が続いており、求人意欲が極めて高いが、緩やかな景気回復を背景に基幹産業の製造業でも求人意欲が高まっている。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・前年比で新規求人数が2か月連続、有効求人数も3か月連続で増加しており、この状況はしばらく続く。
	変わらない	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・駅前大型ショッピングモールの集客数が予想より下回っているが、しっかりと施策を立て実行に移しているため、活性化が期待できる。
		人材派遣会社（社員）	・中途採用のニーズは増えているものの、今年から新卒採用の時期がずれていることもあり、中途採用活動は停滞気味であることから景気状況は変わらない。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・改正労働者派遣法、申込みみなし制度、マイナンバー制度など対応課題は山積みである。コンプライアンス体制と組織立った対応ができる企業が生き残っていく。派遣会社の淘汰がより一層進むと見られる。
		人材派遣会社（支店長）	・県内の人材不足は最大の課題であり、2～3か月で解決することは難しいため、今後は中小企業、小規模事業者へ届く国の支援策に期待する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・事務職よりも職人の不足が土木建築からサービス業にまで広がってきている。好況の裏返しになるのが、職人に頼っている地方の飲食店は徐々に深刻の度合いが高まる。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・小規模な倒産はあるが、管内の雇用環境に大きな影響を及ぼすような倒産等もなく、大量求人の話も聞かない。
		職業安定所（雇用開発担当）	・人手不足感が強いことから、新規求人は前年並みとなっているが、募集しても応募がないもしくは少ないとの声を以前にも増してよく聞くようになっている。
		民間職業紹介機関（職員）	・中国景気など不安定な要素もあり、国内事情のみで判断ができないため、景気は現状と変わらない。内需の好調さもあり、少なくとも現状は維持する見通しである。
		学校〔大学〕（就職担当）	・3か月くらいで景気は変わらない。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・明確な動きが見えない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支社長）	・中国を含めた世界的な景気減速、急激な円高による企業業績への影響などが、企業の採用意欲を大幅に低下させる可能性が高い。

	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	・ 中国経済の低迷によるダメージは今後じわじわと波及してくる。円高基調が急ピッチで進行すると、輸出産業やその関連企業体の多い当地域は多大な影響を受ける。また株価の下落は消費者の心理にも悪影響を及ぼす。
悪くなる	-	-