

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	乗用車販売店（業務担当）	・年末にかけて新商品の投入が続くので期待できる。		
		競艇場（職員）	・11月はG1競争が開催され、12月にはSG賞金王競争を発売するので売上は確保できる。		
(中国)	やや良くなる	商店街（代表者）	・市のプレミアム付商品券の有効期限は12月まで、県のプレミアム付商品券は11月中旬より使用可能となり、年末商戦に期待が持てる。		
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・観光客が増えているので、景気は良くなっている。		
		スーパー（店長）	・野菜の高値が緩和すれば売上は伸びる。		
		スーパー（販売担当）	・天候の影響で野菜と各種日配品の値上がりが続いたが、生活必需品なので販売数に変化はない。		
		コンビニ（エリア担当）	・年末商戦やボーナスの支給による消費者の購買意欲の高まりが期待できる。		
		家電量販店（店長）	・農業関係の客が多く、好調な作物の売上で家電を買ってもらえる。		
		家電量販店（販売担当）	・年末商戦に期待する。		
		乗用車販売店（営業担当）	・決算ということもあり、販売台数が増える。		
		自動車備品販売店（経営者）	・希望的観測ではあるが、国の政策に大きな期待をしている。		
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・当地の基幹産業である観光業において、県内観光地の世界遺産登録等で観光客が増加しているため、当市の経済も少し上向きになる。		
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・カニのシーズンになるので忙しくなる。カニについて問い合わせは多いが、売上が付いてくるのか不安である。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・これから秋の旅行シーズンに入るため期待が持てる。		
		タクシー運転手	・観光客に期待するとともに、アベノミクスが良い方向に行けば良くなる。		
		タクシー運転手	・県内でねりんピックが開催され、当市でも3競技が開催されるため期待が持てる。		
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み購入が始まるのではないかと期待感がある。		
		住宅販売会社（営業担当）	・問い合わせなど、将来の消費税増税前の住宅購入に向けて客が動きつつある。		
		住宅販売会社（営業担当）	・年末年始に向けて、例年どおり客の購買意欲が向上する。		
		住宅販売会社（営業担当）	・年末になるにつれて様々なイベントがあるので集客を見込める。		
		変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・商店街の新規出店などの予定は現在のところなく、新たな客創出につながるものがない。3か月後に単身者向けマンションが完成するので、街中居住人口が増えることが多少期待できる。
				商店街（理事）	・買物をしようという客の気持ちを高揚させる材料がない。
商店街（代表者）	・商店街の工事が12月に終わるが、野菜の高騰、他の食材の値上げで売上増は期待できない。				
商店街（代表者）	・物価は上昇するが給料は上がらないので、買い控えの客が多い状況は続く。				
一般小売店〔靴〕（経営者）	・余計な物を買わない、これ以上物を増やさないという傾向が客に定着しており、販売側は現状を維持していくので精一杯である。				
一般小売店〔印章〕（経営者）	・半期末となる9月は、後半に向けて企業の動きが出てくる月であるが、注文が少なく前向きな動きはない。				
一般小売店〔食品〕（経営者）	・景気回復となる要素がない。				
百貨店（経理担当）	・景気が良くなる要素はないが、10月以降は婦人服の売上に期待している。				
百貨店（営業担当）	・先月と同様に、当館最大の課題である空き区画を解消できないと回復は困難なので、しばらくはこの状態が続く。				
百貨店（営業担当）	・中国経済の減速により株価が不安定になっており、先行きの不透明感が増しているため、客の購買意欲は現状維持かやや低下する。				
百貨店（販売促進担当）	・ファッションや食品の動きは回復してきた。地方においても外国人観光客の姿が多くなってきている。店頭での購買も目立ち、今後のインバウンド効果にも期待感が出てきた。その反面、陰りが出てきた高額品の動きは心配材料である。				

百貨店（売場担当）	・これから年末にかけて、競合店の出店の影響が広範囲に出てきて、客の選択肢が格段に増えてくる。
百貨店（購買担当）	・食料品の動きは秋に入って順調に推移しているが、額の大きい衣料品は伸び悩んでいる。アパレル業界がトレンドアイテムを作っているの期待はしたいが、現状のまま推移する。
百貨店（売場担当）	・気温の状況に左右されるが、おおむね大きな変動はない。ただ、近隣の大型ショッピングセンターが増床オープンしており、週末を中心に客の流れが変わる可能性がある。
スーパー（店長）	・景気を判断する材料がない。
スーパー（店長）	・来客数、客単価が前年の101～104%で半年ほど継続しており、この状況がしばらく続く。
スーパー（店長）	・景気が良くなる要素がない。食品相場が上昇し客単価も上昇するが、買い控えも出る。
スーパー（総務担当）	・客単価は前年よりやや良いが、さほど景気の好調さは感じられない。
スーパー（販売担当）	・イベント時には景気の回復を感じるものの、それ以外の平常時においては、まだまだ来客数は少ない。消費者の財布のひもは固く、先行きには一抹の不安を覚える。
スーパー（管理担当）	・コンビニや食品スーパーなど新規参入店が増えてくる状況下で売上増への期待は薄い。現状を維持しながら利益を確保する。
スーパー（営業システム担当）	・クリスマスや年末の準備に入るが、売上は前年に比べてやや増か同水準と予想している。
コンビニ（エリア担当）	・天候の影響が大きく、現状のままであれば先月、先々月と同じくらいに売上はあるが、天気が悪くなれば来客数が減少するので売上は低下する。建設関係の客はそれなりにいるので、その需要で左右される。
コンビニ（エリア担当）	・来客数の減少傾向は変わらないが、高単価アイテムを強化し客単価でカバーしていく。
コンビニ（支店長）	・景気に変化はないが、マイナンバー制の導入で不安要素がある。
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなるような話を聞かない。
家電量販店（店長）	・悪いままで推移する。これといった画期的製品はなく、努力しないと現状維持も難しい。
家電量販店（企画担当）	・期待していたプレミアム付商品券の効果はあまりないので、3か月後の景気も変わらない。
乗用車販売店（営業担当）	・出費を控える客は確実に増えている。実質的な収入減などよりも、将来への不安の声が多く聞かれ、この先も上向く気配はない。
乗用車販売店（店長）	・いつも新車が苦戦するときはサービス客の来場と収益を見込むが、新車同様、サービス客の来場が減っているのが気になる。
乗用車販売店（総務担当）	・客の購買意欲は低く、修理して乗る客が更に増えている。整備部門はフル稼働しているが、付加価値の提供まで至っていない。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・売上が大きく増加する要素がない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・今後に関して景気が上向くと見込めない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・プレミアム付商品券などの利用はあるが、起爆剤とはならない。
高級レストラン（スタッフ）	・予約状況は前年とほぼ変わらないが、ここ数か月の予約の伸びが鈍い。
一般レストラン（経営者）	・地方では給与の引上げが少なく、物価高による家計圧迫が一層厳しくなる。今後の不安から消費者の預金等に対する意欲は高まるが、消費はなるべく必要最小限にする傾向にある。
一般レストラン（店長）	・予約が順調に入ってきており、インバウンドの客も増加傾向にあるので大きく下がる要素はない。しかし郊外型の大型ショッピングセンターへの来客数が増加傾向にあり、9月の大型連休前の日祝など当店の来客数が少し落ち込む傾向にあるため、大きく伸びる見通しはない。
一般レストラン（外食事業担当）	・8月は盆と夏休みの影響により、9月は大型連休があったことで消費が上向いた。10月には3連休があるが、休みが1日増えるだけなので状況に変化はない。
スナック（経営者）	・株価が下がり始めていることもあり、景気対策をしても当業界にはまだまだ景気回復の兆しは見えてこない。

その他飲食 [サービスエリア内レストラン] (店長)	・秋の行楽シーズンに入るので期待が持てる。
観光型ホテル (宿泊担当)	・良くなる要素が全く見えてこない。
都市型ホテル (企画担当)	・宿泊、宴会、レストランとも今の状態が続くが、食材の値上がり等コストの増加が懸念される。
旅行代理店 (経営者)	・景気が回復することはない、異常気象で生活に変化が出てくることを不安視している。
旅行代理店 (営業担当)	・年末年始の動向に期待するものの、先行きの見通しは良くない。
通信会社 (社員)	・販売量が増加する傾向にない。
通信会社 (企画担当)	・10月に携帯電話会社が電力会社と提携したサービスメニューを発表し、それ以降もSIMフリー対応機種を発表すると言われており、わずかではあるが今後に影響することが懸念される。
通信会社 (総務担当)	・客の購買意欲が感じられず、先行き好転することはない。
通信会社 (広報担当)	・商戦期でもあまり販売数に動きがなかったため、通常期に販売数が伸びる要素がない。
通信会社 (営業担当)	・販売量は横ばいもしくはやや上向きとなっているが、客単価は下落傾向にある。
通信会社 (総務担当)	・契約件数の大幅な増加につながる物件がない一方、解約件数の動きも少なく、大きな変化がなく推移していく見込みである。
テーマパーク (管理担当)	・地方創生事業として各地域はプレミアム付商品券等で個人消費拡大を図っているが、全体的な数字は横ばいである。
テーマパーク (業務担当)	・秋の行楽シーズンが続くが、大型連休も終わり、この先大きく来園者数が増える要因がない。
テーマパーク (営業担当)	・団体客の落ち込みは底を打っている感があるが、良くなる材料もないのでこのままの状況が続く。
美容室 (経営者)	・駅前に入通りが流れ、土日祝日の集客が難しくなってきた。
美容室 (経営者)	・客の所得が大幅に増加したという話はなく、プレミアム付商品券で大きな買物をした客は、その後買い控えの傾向にあるので、それが影響する懸念がある。
設計事務所 (経営者)	・現政権は税の徴収ばかりを真剣に考え、地方の景気対策には関心がないため、地方崩壊に歯止めがかからない状況である。
設計事務所 (経営者)	・消費税動向の様子見て、民間工事に発注までの勢いが感じられない。
設計事務所 (経営者)	・建築物価が下がる気配がないことや、戸建て住宅に関する景気対策はエコポイント以外見当たらない。
やや悪くなる	
商店街 (代表者)	・客はより安くよりタイムリーに、長持ちするものを選ぶなど、厳しい消費行動を示すため売上は低迷している。オーバーストアのせいもあるが、子供服に対しての消費マインドは低くなっている。
商店街 (代表者)	・地方では収入が増加せず、物価は値上がりしており、消費が伸びることはない。
一般小売店 [茶] (経営者)	・今年に入って取引先の倒産が2件あり、その減収がジャブのように効いてくる。
一般小売店 [眼鏡] (経営者)	・日用品の価格上昇に比べ、消費者の収入は伸びていない。
百貨店 (営業担当)	・プレミアム付商品券が発行され期待していたが、大きくプラスにはならず、客の支払方法が変わっただけで売上は厳しい状況が続く。
百貨店 (営業推進担当)	・生鮮品の動きが戻ってこない。来客数も前年を割り、客単価も若干低下気味である。界わいの構造的な問題でもあるため、行政等との取組も考え、交渉しながら立て直しを図っている。
スーパー (店長)	・株価は下がり食料品価格は上昇することに加え、当地区の経済を支える自動車産業も良くならない。
スーパー (業務開発担当)	・競合他社との競争が一層厳しく、原価上昇分が売価に反映できない。客はメモを片手に特売商品だけを購入している様子が見える。
スーパー (財務担当)	・価格の上昇により、客は通常的生活場面では節約するようになり、来客数の前年割れが続く。
コンビニ (副地域ブロック長)	・販売数の伸長が継続的か一過性かの判断が難しい。
衣料品専門店 (経営者)	・地方の景気が低迷する中、毎日の買いまわり品は値上がりし、客の購買力も伸びず、厳しい状況が続く。

		家電量販店（店長）	・良くなる理由は見当たらないため、冬のボーナス前は間違いなく悪くなる。
		乗用車販売店（統括）	・今年度は新型車もなく、厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の発売予定もなく、来場者の増加が見込めない。
		住関連専門店（営業担当）	・新築の来客数が相当減少しており、景気動向を見ても好材料はない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・現場を中心に本気で地方の活性化をしている市町村は多少元気を取り戻すが、補助金を当てにしている行政は本当の活性化にはつながらない。
		観光型ホテル（支配人）	・料金の値上げを行ったことにより、当面は前年比でマイナスとなる。
		都市型ホテル（企画担当）	・昨年は国際会議の開催や大型ショッピングセンターの開業などで市内のホテル需要は好景気であったが、その反動が大きく出ると想定される。
		都市型ホテル（総支配人）	・9月の大型連休の反動が懸念される。
		ゴルフ場（営業担当）	・3か月先はシーズンオフのため来場者数は減少する。
		美容室（経営者）	・消費税増税が決定し、より消費の偏りが出てくる。
		設計事務所（経営者）	・所得の伸びがなく、客の意思決定が慎重になっている。
	悪くなる	スーパー（店長）	・同じ商圏でディスカウント店の出店があり、集客合戦が激しくなって客の分散が予想される。
		一般レストラン（経営者）	・プレミアム付商品券の恩恵がなく、景気が良くなる要素がない。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車が立ち上がる予定なので忙しくなる。
(中国)	やや良くなる	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け生産が徐々に回復し、大口案件の生産にも着手するので、基準外労働も増加する見込みである。
		輸送業（支店長）	・新規荷主の取引件数が増えつつある。個人の荷物の動きは微増で推移している。
		広告代理店（営業担当）	・現状の受注量及び取引先動向の状況から判断し、全体的に上向きに推移する。
	変わらない	木材木製品製造業（経理担当）	・国内の経済環境変化が好転する大きな要素がない。
		鉄鋼業（総務担当）	・国内在庫が多い状況が継続しており、更に海外からの輸入材も安価で市況を崩しているため、当面はこの状況が継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・中国経済の減速とそれに伴う欧州の金融不安があるほか、欧州での難民受入問題、ドイツの自動車メーカーの排ガス不正問題など、今後の景気減速への不安はぬぐいきれないが、伸びる製品分野を持っているので、その伸びによって現状維持レベルに持っていく。
		金属製品製造業（総務担当）	・10月から鉄の原料価格が低下する見込みである。当社にはコスト削減になるものの、需要減少の裏返しでもある。向こう3か月は費用減となるが、それ以降の受注状況には注意する必要がある。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・今後の見通しは安定受注が見込まれ、全体ボリュームも前期を若干上回る見通しである。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・性能や品質の点から海外船主が日本の造船所へ回帰するなど、一部で中長期的な良い話題もあるが、短期間の景気を左右するものは良くも悪くも出ていない。
		建設業（総務担当）	・短期間では状況に変わりはない。
		建設業（総務担当）	・リスク要因が増加しているため、変化が読み切れない。
		金融業（自動車担当）	・今の為替水準であれば輸出の好調さが持続するので、現状程度の堅調な受注や生産が続くと期待できる。
		金融業（貸付担当）	・取引先企業からは冬の賞与を増加させるとの情報は伝わってこず、年末に向けて個人消費が増加するには材料が乏しい。消費税増税が平成29年4月に控えているなかで、企業の設備投資や個人の高額商品購入など、ある程度の需要増加が期待できるが、今しばらく様子見となり、2～3か月先の身のまわりの景気は変わらない。
		会計事務所（職員）	・造船業界の受注が徐々に上向きになってきているため、溶接工の人手が足りない。製造業にもその影響が出ており、ただでさえ不足気味の人員のやりくりのため、受注状況は頭打ちになってきている。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・1～8月までの定置網漁を除く各魚種の水揚げ数量は前年より増加しているが、水揚げ金額は2割程度しかなく、5億円以上の減少と厳しい状況である。
		食料品製造業（総務担当）	・過去最高の稼働率で製造を続けているが、売上の伸びが悪い。

		食料品製造業（総務担当）	・これから年末商談実施のなかで不透明な状態である。
		化学工業（経営者）	・全体的な景気の伸び悩みで、競合他社の安価攻勢により実質的な独占的供給先である主力取引先も、表面的にはリスク発生時に事業の継続を図る事業継続マネジメント対策を理由に、複数購買に切替える動きが表面化している。
		化学工業（総務担当）	・株価が下がってきており、景気好転のきっかけが見当たらない。当社のような地方の素材産業では、国内全般の景気が良くなると業績好転にはつながらない。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・低調な事業分野で復調の兆しが見えないことに加え、良かった事業分野で陰りが見えてきたところがある。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・固定費の上昇分を収益で十分賄えない状態が当面続く。中小企業の収益体質は大幅に悪化し、勝ち組と負け組の色分けが明確になる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注が増加しない。
		輸送業（経理担当）	・物流合理化による値下げや客の撤退が続いており、やや悪くなる。
		通信業（営業企画担当）	・客との話のなかで物価高騰により購買を控える話題が多く聞かれる。
		不動産業（総務担当）	・10月以降は賃貸物件の需要が落ち着き、年末にかけて来客数、成約件数は減少する。
	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は良くならない。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・近年、材料の品質が悪くなってきているのに対し、製品品質の向上が消費者の意向によりさらに強まってきており、製造コスト高となってきた。
		通信業（営業担当）	・中国の景気失速とともに、米国の利上げも見送られるなど世界経済が失速している影響が、市場にも実体経済にも出てくる。
雇用 関連 (中国)	良くなる	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・止まらない勢いで求人が来ており、しばらくはこの状況が続く。
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・年内は求人が増加する見込みで、求職者の動向が景気を左右する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・突発的な外的要因による影響は別にして、地場では消費動向も高まりつつあり、企業も投資意欲が高まっている。
		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製造業や運輸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）	・卸小売業で県外からの進出や新店舗オープンなどが相次いでいることや、製造業でも円安の影響もあり、輸出関連が好調の企業もみられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・キャリアアップ助成金に関する問い合わせが増加してきており、中小企業の採用意欲の高さがうかがえる。また複数ポジションでの採用を検討している企業も多く見受けられる。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・現状では当地の大型ショッピングモールの活性化がカギになる。集客への施策を実施しているので、その状況次第である。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・各社とも労働者派遣法改正、マイナンバー制施行の対応に追われるマイナス要素はあるが、雇用関係の景気は引き続き変わらない。	
	人材派遣会社（支社長）	・チャイナリスクなど不安要因はあるものの、足下の景気を大きく動かす要因は見当たらない。	
	人材派遣会社（経営企画担当）	・労働者派遣法改正案が通過して派遣業界での規定が大きく変わる。そのなかで求職者へ与えるイメージ、派遣会社としての働き甲斐など業界全体で底上げし、存在意義を発信していく必要がある。	
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・雇用は企業によって様々である。業績の良い企業はこれまでどおり定期的に雇用を継続するし採用予算も増やすが、業績の悪い企業は雇用の必要性は十分分かってはいるが、退職者とのバランスで雇用人数を検討せざるを得ない場合もある。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・本格的な景気回復にはまだまだ時間がかかる。	
	職業安定所（雇用開発担当）	・産業間でバラつきはあるものの、人手不足感は継続する。	
やや悪くなる	職業安定所（産業雇用情報担当）	・ここ最近申請のなかった雇用調整助成金の申請を計画する企業が出てきたこともあり、先行きに不安がある。	
悪くなる	-	-	