

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	住宅販売会社（営業担当）	・例年秋口に販売量が増加傾向にある。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・今月は1年のうち売上が減少する典型的な2月、8月のパターンであるので、8月を底に来月から人の動きが出てくる。 ・観光客やスポーツイベントが増える。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・来客数は増加する。
		コンビニ（支店長）	・決算に期待が持てる。
		家電量販店（販売担当）	・今後も新商品の投入が続くので期待できる。
		乗用車販売店（業務担当）	・9月からは新型車の発売による販売量の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（統括）	・主力車種のモデルチェンジで来客数、販売数共に伸びる。
		乗用車販売店（総務担当）	・2～3か月後は観光シーズン、松葉がにのシーズンにもなるので、前年悪かった分まで取り戻せる。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・客が情報を共有し、他の客の評価を見て来店している。
		一般レストラン（経営者）	・インバウンド客の多くなる時期を迎え、予約も順調に入ってきている。4月の観光時期も前年に比べ非常に良かったので秋も期待ができる。
		一般レストラン（店長）	・地元プロ野球チームが25年ぶりに優勝する見込みで、客が飲食に振り向くことに期待が持てる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年末年始の需要に期待でき、前年度より受注状況が良い。
		旅行代理店（営業担当）	・客の様子から景気は良くなる。
		通信会社（工事担当）	・秋祭りやスポーツ大会等、イベントが多くなる時期で、動画関連でのサービス訴求が進む。
		通信会社（企画担当）	・地元プロ野球チームの優勝ムードにより、全体の景気が浮揚する。
		通信会社（営業担当）	・秋の行楽シーズンに入り人が動きやすい環境になるとともに、園内の見どころも充実してくるため、来場者数の増加が見込まれる。
		テーマパーク（営業担当）	・秋の行楽、冬のイベント等、来客数の増加が期待できる。
		テーマパーク（業務担当）	・二極化はしているが伸びのある業者に引っ張られていく。
		設計事務所（経営者）	・当社で条件の良い土地を購入できている。
	住宅販売会社（営業所長）	・今後暑さが和らいでくることから、住宅を検討している客が物件調査を行い、問い合わせが増加する。	
	住宅販売会社（営業担当）	・客の反応がはっきりと伝わってこない。	
	変わらない	商店街（代表者）	・客の様子や商店街への出店問い合わせ、各店舗の状況についても特に大きな変化がなく、悪い状態が続く。
		商店街（代表者）	・景気が良くなる要素はない。
		商店街（理事）	・地方では収入が増加せず、物価高が生活に影響しているため、客の買い控えが続く。
		商店街（代表者）	・身のまわりの景気はまだまだ為替相場、株式相場等に左右され、安定的な景気回復は厳しい。
		商店街（代表者）	・商店街の空き店舗の状況に大きな変化はなく、その解決が難しくなる。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・国内、海外と総合的な販売で売上を確保していかなければならなくなり、大変仕事量が増え、ますます忙しくなる。
一般小売店〔茶〕（経営者）		・観光客の動きが一年中活発なので、景気は悪くならない。	
一般小売店〔紙類〕（経営者）		・会社設立用の印鑑の注文が少なく、前向きな取組がない。	
一般小売店〔印章〕（経営者）		・景気が上向き経済環境の変化がない。	
一般小売店〔食品〕（経営者）		・景気が良くなる要素がなく、今の状態が続く。	
百貨店（経理担当）		・売上のかさ上げ策を行っているが、前年通りの数字しか出せない。	
百貨店（営業担当）		・先行きの不透明感から消費マインドの落ち込みはしばらく続く。円高傾向が続く株価も低調に推移する予想であるため、今まで好調であった時計、宝飾などの高額商品にも陰りが見えてくる。	

百貨店（営業担当）	・人口の減少が今後も予想される。
百貨店（販売促進担当）	・婦人服の苦戦は今後も継続する。また取引先の業績低迷も要因となり、撤退店舗の代替も決まらない売場もある。このような状況では消費高揚、売上拡大にはしばらく時間がかかる。
百貨店（人事担当）	・前年比での客単価は低下していく。
百貨店（営業推進担当）	・ここ数か月同じような状況が続いており、この傾向は変化しない。
百貨店（売場担当）	・婦人衣料や雑貨大手問屋のブランド改廃などで秋物の納品が毎年少なくなっており、ネットで商品をフォローする仕組みに変わってきている。それに伴って店頭への来店が減る傾向にある。
百貨店（購買担当）	・客は良い物が安くなったときにしか購入しない傾向で、経済的に厳しい状況である。衣料品関係でもヒット商品がない状態で、模索しながらアパレルは商品を作っているが、今後2～3か月は厳しい状況が続く。
百貨店（売場担当）	・来客数は増えていくと予測できるが、客が良く吟味して購買する状況は続く。
スーパー（店長）	・台風の影響が心配である。
スーパー（店長）	・市長選挙があるので結果によっては変わる可能性もあるが、そうでなければ今までと変わらない。
スーパー（総務担当）	・気候の影響で野菜などの価格が高騰し、秋中旬ころまでは売上は厳しい状況が続く。
スーパー（販売担当）	・残暑が厳しい予想なので、飲料などの夏物商品の動きは好調に推移する。
スーパー（業務開発担当）	・来客数は横ばいであるが、客は買物に厳しく、必要な商品と特売品しか動かない状況が続く。
スーパー（管理担当）	・景気を上昇させる起爆剤がなく、客の必要最小限の買物傾向はしばらく続く。
コンビニ（エリア担当）	・買上点数や来客数に大きな変化はなく、節約志向は続く。
衣料品専門店（店長）	・ここ3か月の来客数と単価から判断すれば、景気が良くなる材料はない。
家電量販店（店長）	・客単価は前年より上昇するが、来客数が減少する。
家電量販店（店長）	・来客数が戻る気配がなく、購入に踏み切れない客が増える。
家電量販店（企画担当）	・特に良くなる要因もないので変わらない。
乗用車販売店（営業担当）	・特にこれといった政策もないので景気は変わらない。
乗用車販売店（店長）	・他社の新型商品発表の影響で客の動きは多少あるが、現状を大きく変える動きではなく、長くは続かない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・地方では人口減少等の影響から現状が続く。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・テナント新規入替での客数増を見込むが、楽観はできない。
高級レストラン（宴会サービス担当）	・予約状況は前年と同じくらいであるが、宿泊の調子が良いので、レストランや宴会の売上が上向き可能性はある。
スナック（経営者）	・ここ数年、景気が全く良くなっていないことから、当業界はまだまだ良くならない。
観光型ホテル（営業担当）	・先行き3か月の予約を見てみると、動きが非常に悪い。
都市型ホテル（総支配人）	・先行予約は例年並みで推移しており、今後の動向にもよるが、航空便で9月半ばから定期就航する香港便などにより、新たな客層が獲得できる。
都市型ホテル（企画担当）	・今の景気が大きく変化する要因が見当たらないため、現状が続く。
旅行代理店（経営者）	・集中豪雨など環境に不安定なことが多くあり、客は旅行どころではない。
タクシー運転手	・夜の街の様子に変化はなく、大手スーパーの閉店の影響もない。
タクシー運転手	・8月は客の動きが良かったが、9月は期待できない。
タクシー運転手	・当業種では景気が良くなっているとは全然感じられない。客数は増えているが、天候によるものであり、日中の気温上昇で利用数が増え夕方までは数字を伸ばしているが、夜の動きが全くない。企業の経費削減、特に交際費の削減は景気が良くなっても緩まない。
通信会社（社員）	・新たな契約等の申込み問い合わせに変動がない。
通信会社（総務担当）	・ITを活用した観光客の誘致拡大につながる大きなイベントがあれば、消費拡大が期待できる。

	通信会社（販売企画担当）	・業界自体に変動要素がない。
	テーマパーク（管理担当）	・4～5月は熊本地震の影響から入館者数が微減したが、入館者数や商品販売高は現状維持が続く。
	ゴルフ場（営業担当）	・予約状況が少しずつ良くなる。
	美容室（経営者）	・最低賃金の引上げやマイナス金利の影響で、景気はさらに厳しくなっていく。
	美容室（経営者）	・客の所得に変化がなければ節約志向は続き、新規の客が増えないと売上は伸びない。
	設計事務所（経営者）	・実体経済を無視した最低賃金の過大な引上げが、10月以降の地方経済に与えるマイナス影響が心配である。
	設計事務所（経営者）	・役所からの発注件数は全体的に減少し、民間工事に期待がかかるが、どんどん動くような雰囲気はない。
	設計事務所（経営者）	・客先の状況や建築を取り巻く環境に大きな変化は見られないので現状が続く。
	住宅販売会社（従業員）	・良くも悪くも景気を左右する判断材料が見当たらない。
やや悪くなる	スーパー（店長）	・販売点数、客単価の伸びで売上の増加は続いているが、来客数は前年の99%で推移しているため、今後は若干悪くなる。
	スーパー（店長）	・景気が良くなる材料がなく、大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響がまだ続きそうであるため、売上は伸び悩む。
	スーパー（店長）	・客の購買意欲が上向き様子はない。地元企業の業績も改善傾向にはなく、客の生活防衛意識は高まるばかりとなる。
	スーパー（店長）	・競合店が撤退して1年が経過し、その影響で来客数が良い状況も一巡するため、今後は厳しくなりそうである。
	スーパー（販売担当）	・景気が良くなる要素がない。近隣市に観光スポットができ、客はそちらに流れてしまい、10月までは現状が続く。
	スーパー（営業システム担当）	・大手コンビニの出店が相次いでいる。店舗が自宅に近く、様々なサービスが受けられるので、長時間の買物が苦手な高齢者層がそちらに流れる可能性がある。
	スーパー（財務担当）	・所得環境の改善も見込めないため、消費者の節約が続き、買上点数や一点単価の下落が続く。
	スーパー（販売担当）	・来客数、販売量、客単価のいずれにおいても回復の兆しがない。秋冬物の導入時期を迎えたが、商品本部から投入される物量も例年になく少なく、消費の鈍化を見越した消極的な販売策に傾く。少なくとも販売の現場は、商品売る姿勢から商品を残さない姿勢へ意識が転換してくる。
	コンビニ（エリア担当）	・気温低下に伴い来客数がやや減少しているため、中食動向もやや落ちてくる。
	コンビニ（エリア担当）	・今のままでは工事関係の客の増加は見込めない。円高が製造業の輸出に影響し、親会社から仕事がもらえない企業が増えると、その社員が来店しても買上点数が伸びない。
	衣料品専門店（経営者）	・繊維関係は問屋と職人の減少に伴い厳しい状態が続いており、今後が大変になる。
	家電量販店（店長）	・実質所得の低下による将来への不安が客の財布のひもを固くする。
	住関連専門店（営業担当）	・景気が上向き材料はない。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・早く道州制に変えないと日本経済は持たない。役人中心の経済を脱却し、二重行政を早く変えなければいけない。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・近隣のイベントが9月で終わるので、それに代わる集客性を持った対策が必要となるが、それでも数値は低下していく。
	一般レストラン（経営者）	・個人の実質所得が減少傾向にある。外食等の回数を減らし、テイクアウトの利用に移行していく。
	一般レストラン（外食事業担当）	・和牛、輸入牛の値上がりが続いており、10月を目途に値上げやメニューの改定を考えており、客の反応が心配である。外食機会が減少するのではないかと懸念があり、売上は悪くなる。
	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・冬季に入ってサービスエリア沿線の交通量が減少し、来客数も減少する。
	観光型ホテル（宿泊担当）	・賞与が増えたり昇給したりという話題はすべて大手の話であり、消費者は先行き不安で金が使えない。
	都市型ホテル（企画担当）	・上期に集中した大型イベントの開催に対し、下期は主だったイベントもなく、さらに繁忙期となる10～11月の宴会関連の先行受注が低迷しており、先行きの状況にはあまり期待できない。

		タクシー運転手	・8月は盆などのイベントがあり夜の動きがあったが、9月に入れば農繁期も関係してきて、夜の動きは悪くなるともに、不安定な天候も心配である。ビアガーデンの客は多いが、タクシーの利用は少ない。
		通信会社（総務担当）	・キャンペーンの終了に伴い、契約件数が低調になる見込みである。
		通信会社（広報担当）	・常に客は安いものを求めており、価格が相当安くならない限りは購入の動きはない。
		競艇場（職員）	・8月に開催したレースと同等の売上が見込めるレースがない。
		美容室（経営者）	・例年は夏に向けて売上が伸びるが、今年は来客数、売上共に伸びず、このままだとますます売上は低下する。
	悪くなる	商店街（代表者）	・客の様子は非常に慎重で、より安くより良い物を必要な時にしか購入しない。今後のバーゲンでも客は購入しない。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・今後も物価の上昇に対して年金生活者の収入は横ばいである。
		自動車備品販売店（経営者）	・よほどの対策を政府が打たない限り、デフレに逆戻りする。明るい要素は何もない。
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）	・新車種が立ち上がる予定で、生産高は右肩上がりの予想である。
	やや良くなる	非鉄金属製造業（業務担当）	・テレビ用液晶パネルは2018年まで供給不足が続く見込みで、中国における生産が拡大する。スマートフォンも中国向けが好調である。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先の動きから判断して、受注量は順調に推移する。
		輸送業（支店長）	・会社関係の荷物の動きが徐々に増え、それに加えて通信販売関係の荷物も伸びており、現状がしばらく続く。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期に入るためやや良くなる。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・イカ釣り漁が最盛期であるが、アジとサバの水揚げ量が減少している。2か月半の休漁期が終了し、8月15日に沖合底引き船が出漁しており、今季の水揚げ高に期待が持てる。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口受注品の納期となり、生産は最終段階で多忙な状況となる見込みである。短納期品の生産が完了すると多少は時間外労働の水準が低下する計画である。
		鉄鋼業（総務担当）	・下期に向けて期待されている建築案件がきちんと見えてくるまではこれまでと同じ状況が継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・向こう半年の予算を策定中であるが、一昨年、前年よりは10～15%程度落ちた金額しか期待できない。収益確保が大変難しい。
		金属製品製造業（総務担当）	・秋の臨時国会でもものづくり補助金が予算に織り込まれるとの記事があったが、効果が出るのは春先以降であるため、当面は現状のまま推移する。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・為替変動リスクが読み切れず不安材料である。今後円高がさらに進むようであれば新規受注の設備投資には慎重にならざるを得ない。
		建設業（総務担当）	・予定物件が来年3月までは目一杯の状況が継続する。
		建設業（総務担当）	・外的要因などに不確定要素が多すぎる。
		輸送業（総務担当）	・直近では大きな変動はない。
		通信業（営業企画担当）	・モノのインターネットや人工知能といったソリューションに客の興味が高まっているものの、すぐには中国地方の客のニーズにマッチした商品展開はできない。
通信業（営業担当）		・円安基調が変わらない限り景気感も変わらない。	
金融業（融資企画担当）	・自動車メーカーは現状の為替水準であれば前年比での減収減益は避けられず、円安時は緩和されていた部品メーカーへのコスト削減要請が強化される見通しである。自動車部品メーカーの業績悪化が懸念される。		
広告代理店（営業担当）	・客からの受注関連情報、販売促進情報から極端に変化することはない。		
会計事務所（職員）	・マイナス金利政策の影響がプラスと出るかマイナスと出るかによって秋以降の景気動向は大きく変わってくるが、現段階では期待されていた設備投資の需要がそれほど増えていないので、設備関連会社の業績は横ばいの状態が続く。		
やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・不景気の情報が多くなっているなかで、今後販売量の減少が見込まれる。	
	食料品製造業（総務担当）	・一部の商品の売上が思ったより伸びず、後半は本来なら繁忙期であるが、苦しい時期が続く。	
	木材木製品製造業（経理担当）	・為替や株価の変動が不安定で、年金などの社会保障に不安を感じ、客の消費意欲が減退している。日銀のマイナス金利政策が将来に対して不安を感じさせているため、国民は消費より貯蓄に動き、景気が将来的には低迷する。	

	化学工業（経営者）	・自動車生産台数の回復の遅れにより、自動車部品関連の主要取引先からの受注の回復が見込めない。
	化学工業（総務担当）	・今のところ東京オリンピック以外は景気を後押しする要因は見当たらない。オリンピックも一時的なものであり、その反動で景気が後退するリスクがある。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客が輸出型企業のため、為替予約更新により、苦戦が予想される。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・劇的に環境が好転する材料はない。
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・世界的に景気が減速あるいは低迷しており、国内の消費動向も思わしくない状況であるとともに、販売面での減少により、受注も冷え込んでくる。
	輸送業（経理担当）	・倉庫を中心に今後の出入庫予定を見ると荷動きはあまりない。輸出入貨物についても同様の傾向である。
	金融業（貸付担当）	・取引先によれば、8月受注量は前年より減少しているとのことである。労働者の雇用についても人材不足が懸念されており、最低賃金の上昇を考えると今後はコストばかり上昇し、利益を確保することが困難になってきそうである。円高株安など不安材料ばかりが報道されており、年末に向けて景気回復の気運が高まってこなければ景気は悪くなる。
	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が悪くなる。
雇用 関連  (中国)	良くなる やや良くなる	-
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・情報通信業や製造業などで受注が好調であるが、人材確保が困難との情報があり、求人の増加は続く。所内でミニ面接会を定期的に開催しているが、求人者からの問い合わせも多く、反応も良い。
	民間職業紹介機関（職員）	・地元プロ野球チームのリーグ優勝が現実味を帯びてきている中、応援セールやキャンペーンなども開催され始めている。経済効果が300億円近くになるという試算も出ている。
	学校〔大学〕（就職担当）	・地元プロ野球チームがリーグ優勝しそうで、景気回復に期待が持てる。
	変わらない	人材派遣会社（社員） ・県内有効求人倍率が1.65になる中、求人があってもマッチングしにくい状況が続く。
	人材派遣会社（経営企画担当）	・年末にかけての需要が高まる時期である。求職者と企業の求人ニーズを把握し、見合った紹介が必要である。人材を紹介できていない求人の条件緩和も大切になる。派遣会社全体での取引先企業への値上げ交渉を通じ、継続的な会社運営を意識していく必要がある。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・企業や業種により景気の温度差がある。都市圏と地方での温度差もあり、地方で景気が良い企業は一部を除いてあまりない。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・管内では企業倒産の話はなく、新規オープンも介護施設とコンビニなので、あまり景気に影響はない。
	職業安定所（雇用開発担当）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響はしばらく継続するとみられるものの、影響はそれほど大きくない。また、小売業や飲食店の店舗拡大は継続しており、求人等では大きな変化はない。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・良い話題がない。
やや悪くなる	人材派遣会社（支社長） ・円高による企業業績の悪化が地方の企業にも影響を及ぼす。	
人材派遣会社（支店長）	・物価の上昇により景気回復の実感はない。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題に伴う当地域での生産停止措置により、休業や他社への出向などの雇用調整や解雇、雇止めなどの対応をとる企業が複数社ある。全体的には売手市場の状態が大きく変化することはないが、燃費不正問題は地場経済にとって大きなロスとなっている。	
職業安定所（所長）	・医療福祉分野で慢性的な人手不足が続く一方、製造業や宿泊業から円高の影響を心配する声があるなど、多くの業種でこれまでのような盛んな求人意欲が薄らぎつつあり、今後求人数は下降気味で推移していく。	
学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・大きな変動はないがやや悪い状況が続く。	
悪くなる	-	