

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	－	－
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客の様子はとても明るい感じであるが、季節的な要因ばかりではないようである。話をしても給料が上がって買物がしたくなるなど、そんな人が多い。
		商店街（代表者）	・夏のボーナス時期になり、景気は上向く。
		商店街（代表者）	・企業業績の良さに伴う夏のボーナスの増額により、売上増が期待できる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・販路開拓中の海外取引の調子が良く、新企画もあるので売上増加を期待している。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・7月ごろにかけて景気は緩やかに回復する。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響が限定的ということもあり、感覚的には景気は徐々に良くなっている。今後、暑くなれば客の購買意欲も良くなってくる。
		百貨店（営業担当）	・6月のプレクリアランスセールから販売量は回復する。
		百貨店（購買担当）	・クリアランスセールが始まるので売上は伸びる。
		スーパー（店長）	・客の買い控えはなくなっていく。
		スーパー（店長）	・前年の105%の売上があった3月の水準に戻りつつあり、景気は徐々に良くなる。
		スーパー（店長）	・気温上昇に伴い、夏の季節商品の販売量が増加する。
		スーパー（店長）	・景気は回復してくる。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響も収まってきており、少しずつ販売量も増えている。油断はできないが、景気はこれから徐々に上向きになる。
		コンビニ（エリア担当）	・5月は自動車税の納期で売上が悪かったが、これからボーナス時期になるので景気は上向く。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税前に駆け込み購入した商品の在庫がなくなるので、今後は売上が伸びる。
		家電量販店（店長）	・気温が上がってエアコンや扇風機などの季節商品が動き始めるので、売上は良くなる。
		家電量販店（販売担当）	・駆け込み需要でエアコンはそれほど動いていないので、売上は夏商戦で回復する。
		家電量販店（企画担当）	・駆け込み需要の反動を受けている現在よりは、今後はやや良くなる。
		乗用車販売店（業務担当）	・消費税増税後の買い控えが徐々に薄らいできた。今後の新商品の投入も考慮すると、売上は徐々に回復していく。
		乗用車販売店（営業担当）	・客は消費税増税の影響でかなり節約傾向にある。しかし、ボーナスへの期待が徐々に大きくなっており、6月以降は少しか景気が上向く。
		乗用車販売店（営業担当）	・売上は極端な落ち込みから少しずつ上向き傾向にあり、また今月からボーナス商戦に突入する。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・期待も含めて、景気は少しずつ良くなってくる。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・夏のボーナス商戦に期待しており、徐々に景気は上向く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・売上や来客数は消費税増税直後から週ごとに回復しており、5月末には前年並みまで戻った。衣料品などでは客単価も上昇しており、今後バーゲンが始まれば更に活性化する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・駆け込み需要の反動減が当初の予測よりも小さいことはプラス材料である。企業の業績改善により賃金が上昇すれば、更なる購買意欲の形成につながる。
		一般レストラン（経営者）	・夏に入るまでには家計の配分も定着し、外食利用機会も増える。またボーナス前でもあり、消費への関心が高まる。
	スナック（経営者）	・景気はまだ少し良い程度で慎重に見守る必要があるが、今月のように来月も少しでも良くなればと期待している。	
	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・前回の消費税増税時と同じような動きになると思われたが、今回の落ち込みは前回より大きいため、回復には時間がかかる。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・高単価の客がちらほら出てきており、今後も期待できる。	
	都市型ホテル（企画担当）	・市内の大型ショッピングセンター開業に伴い、関連企業の動きや不動産の動向が活発になりつつある。	
	旅行代理店（経営者）	・期待も含めて、客の動向は良い方向に向いている。ただ関東方面と比較すれば、当地域は悪い。	
	旅行代理店（営業担当）	・7～8月はボーナスの支給や4月の買い控えの反動で、景気は少し好転する。	

	タクシー運転手	・ボーナス時期になるので、売上は伸びる。
	タクシー運転手	・ちょうどボーナス支給の時期に当たるので、客数は増加する。
	通信会社（総務担当）	・アベノミクスの浸透による需要喚起と販売増に期待する。
	通信会社（広報担当）	・今後、夏商戦に向けて新商品が販売されることから、販売量や来客数が伸びてくる。
	テーマパーク（業務担当）	・夏休み等で人の動きも多くなってきて、来園者が増えてくる。
	ゴルフ場（営業担当）	・予約は前年より順調に伸びている。ただしまわりの客単価が下がっている影響を受け、売上増加は見込めない。
	競艇場（職員）	・7月初旬に開催されるレースで売上が確保できる。
	その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・3～4月には消費税増税がよく話題になり、特に4月には節約志向の話も聞かれたが、最近では客も消費税8%に慣れてきたのかあまり話題にのぼらない。
変わらない	商店街（代表者）	・客の様子や商店街全体の様子からは、良くなる要素が今のところ見当たらない。
	商店街（理事）	・景気に変化する要素がない。
	商店街（代表者）	・景気に変化はないと思うが、家庭の収入が増加しなければ販売量は減少する。
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・商工会議所主催のイベントが6月に開催されるので、客の購買意欲が上がることを期待する。
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・都会では賃上げの動きがあるようだが、地方に波及するのかわからないため、景気は変わらないと判断する。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・夏商戦に入って客単価の上昇と買上点数の増加を期待しているが、冷夏予想であることが心配である。
	百貨店（経理担当）	・明日の事も読めない状況なので、2～3か月先の事など非常にわかりづらい。
	百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響が家計にじわじわと出始めるため、消費が拡大することはない。
	百貨店（販売促進担当）	・6月から消費税増税後初めてのお中元商戦がスタートするが、お中元の件数は絞り込まれ、また平均単価も下がると想定される。景気の回復には今しばらく時間がかかる。
	百貨店（売場担当）	・不振が続いている化粧品の売上が回復していき、夏物バーゲンを絡めて売上はほぼ前年並みで推移する。
	スーパー（総務担当）	・来客数は減少しているが単価はさほど変わっていないので、今後も落ち着いた状況で推移する。
	スーパー（業務開発担当）	・食品スーパーでは買物に対する節約志向は変わっていない。し好品や定番商品の動きが鈍く、特売や奉仕品の安いものしか動かない。
	スーパー（財務担当）	・生鮮食品においては駆け込み需要の反動減はないが、加工食品や住宅関連商品ではまだ影響が続く。消費税増税による節約志向は今後も続く。
	スーパー（管理担当）	・景気は徐々に回復するが、消費税増税の影響はこの1～2か月はまだ残る。
	スーパー（営業システム担当）	・消費の動きがやや停滞気味である。
	スーパー（販売担当）	・消費税増税の影響で客の節約傾向は続く。
	コンビニ（エリア担当）	・消費税増税後の動向から見ると、来客数や客単価についてはしばらく今の状態が続く。
	衣料品専門店（経営者）	・今後の見通しが見えない。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・来客数は回復しつつあるが、客単価は今後も上がらない。客が必要な商品だけを購入する傾向は続く。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・消費税増税後の景気の回復が見込めない。
	家電量販店（店長）	・消費税増税の影響から客の気持ちが落ち着くにはまだ時間がかかる。
	家電量販店（店長）	・夏のボーナス後の暑さ次第でエアコンや冷蔵庫の売上が期待できる。サッカーワールドカップが開催されるが、映像関連には良い影響はあまり期待できない。
	乗用車販売店（店長）	・客の動きが鈍く、夏まで現状が続く。
	乗用車販売店（総務担当）	・商品は好評であるが、慎重に検討する客が増えている。客は消費税増税による実負担よりも気持ちの面で買い控えている印象があり、ボーナス時期とはいえ大きな変化は期待できない。
	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・売上が増加する要素がない。
	その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税増税の影響は小さくなるが、景気が上向くとは考えられない。

	その他専門店 [布地] (経営者)	・客の買い控えはそれほど強くないので、かなり先になるが秋には景気は上向く。
	高級レストラン (スタッフ)	・予約状況は前年より悪く、予約の伸びも期待できないので厳しい状況が続く。
	一般レストラン (経営者)	・来客数が減少しており、現状のままで推移する。
	一般レストラン (店長)	・今はやや好調を維持している。予約も1~2か月先まで順調に入ってきているため、現状が今後も続く。
	一般レストラン (外食事業担当)	・天候や気温上昇に伴い消費は伸びる。肉中心のメニューの注文が増えており、この傾向は続く。
	観光型ホテル (宿泊予約担当)	・先行受注が減少傾向なのは以前と変わらず、大きな変化はみられない。
	都市型ホテル (企画担当)	・景気に大きな変化はみられない。今年のボーナスは前年に比べて増えると思われるので、少しは期待したいが結果は不透明である。
	都市型ホテル (総支配人)	・明確に好転または悪化する要因は見当たらない。
	タクシー運転手	・特に夜の街の人出が戻ってこない。
	通信会社 (社員)	・問い合わせ等に変動がない。
	通信会社 (企画担当)	・当社サービスでは消費税増税の影響がほとんどみられなかった。したがって揺り戻しもないと思われるので、今のままで推移する。
	テーマパーク (管理担当)	・客数等の各項目ともほとんど変動がない。
	テーマパーク (営業担当)	・消費税増税の影響による節約志向もそろそろ落ち着いてくる。
	美容室 (経営者)	・ボーナス時期になるが、長期的にみて景気が上向くことはない。
	美容室 (経営者)	・消費税増税後は、来客数よりも販売量の減少が大きく、客の購買意欲は明らかに低下している。
	設計事務所 (経営者)	・景気が好転する材料が見つからない。
	住宅販売会社 (従業員)	・客は消費税増税後の生活に慣れてきており、しばらくは増税の影響は薄れたままで現状維持となる。
	住宅販売会社 (販売担当)	・これから客の動きがある時期になるが、景気上昇の要因がないため横ばいの状況が続く。
	住宅販売会社 (営業担当)	・状況が変わる要因がない。
やや悪くなる	商店街 (代表者)	・客はむしろ消費税増税直後よりも消費を控えており、景気は徐々に悪くなる。
	百貨店 (売場担当)	・原材料高で夏物衣料の単価が上がっている。弁当も一律に値上げになるなど、郊外の日常商品の販売を主力とする店は苦戦する。
	百貨店 (営業推進担当)	・消費税増税は想定以上にじわじわと影響している。販売面では数量的にも金額的にも、もう1品の買上がなく、また来客数も前年に比べ伸び悩んでいる。
	スーパー (販売担当)	・4月は新生活需要や通勤に伴う需要に支えられ消費税増税の影響はさほどみえなかったが、ここにきて影響を感じる。当初は消費税増税の影響は一時的で限定的なもので景気回復は早いと予測していたが、現状では修正せざるを得ない。
	衣料品専門店 (経営者)	・消費税増税は成功していると言われるが、家計を預かる主婦は少しでも安い物を探し努力している。この先10%に上がると主婦のやりくりはもっと大変になる。
	観光型ホテル (支配人)	・消費税増税のマイナス影響はまだ続く。結婚式の予約件数も4月以降は前年比で減少している。
	通信会社 (工事担当)	・繁忙期が過ぎて、今後は申込が減少する。
	通信会社 (営業担当)	・消費税増税の影響を生活のなかで実感するため、客は増税直後よりも節約傾向が強くなる。
	設計事務所 (経営者)	・今後は年内の受注の落ち込みが影響する。
	設計事務所 (経営者)	・現在は民間からの問い合わせがない状況で、2~3か月先の見通しが立っていない。
	設計事務所 (経営者)	・現在は、設計案件の希望予算と建築物価の間に大きな差が生じている。設計を完了しても予算内では工事発注できないケースが増えてきた。今後も建築物価が下がる見通しがたいため、スケジュール通りにプロジェクトが完了できないことが予想される。
悪くなる	スーパー (店長)	・収入は変わらず、支出が増加しているため、客の買い控えが継続する。
	乗用車販売店 (統括)	・消費税増税の反動減は6月くらいまで影響する。
	自動車備品販売店 (経営者)	・売価及びメーカーの設定価格が低下し、またデフレ気味の状況になっている。我々の業界だけかもしれないが、悪い方向へ行くばかりで何も良くなる要素が感じられない。

		住関連専門店（営業担当）	・来客数が減少して見込み客の情報も少ないため、売上が伸びる要素がない。
		美容室（経営者）	・消費税増税の影響で客の財布のひもは固く、当分この状態は続く。景気が良くなるとは思えない。
企業動向	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・新機種の立ち上がりがあり、当社も忙しくなる。
関連	やや良くなる	繊維工業（統括担当）	・景気が上向くことを希望する。
(中国)		化学工業（経営者）	・主力商品である苛性ソーダの値上げが大口取引先を中心にほぼ決着し、化学製品全体の受注は増加基調にある。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・需要と供給のバランスを考えると、企業が今まで控えていた設備投資が時期的に更新時期に入っている。景気にかかわらず、多くの企業が更新を検討・実施する。
		建設業（総務担当）	・同業者にも手持ちの受注が多く、競争見積への参加業者が少なくなっている。
		輸送業（支店長）	・日雇い労働者の賃金や委託賃金が上昇し、アベノミクスの具体的な成長戦略も出ていないため先行きに不透明な面はあるが、景気は前月よりも良くなる。
		輸送業（経理担当）	・荷動きの鈍化傾向は一過性のもので、夏の商戦期に向けて活発になってくる。ただし、天候に影響される荷物も多いため気がかりである。
		金融業（貸付担当）	・2～3か月先といえば7～8月であるが、取引先の小売業や製造業の企業は、お中元商戦に向けて新たな準備を進めている。消費税増税の影響は想定内との判断が多く、個人消費が持ち直せば景気は現在よりはやや良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・取引先の話を見ると、夏に向けての販売促進・拡大情報が色々な業種で見受けられており、景気は上向きペースで進んでいく。
		コピーサービス業（管理担当）	・駆け込み需要の反動減が終了することを期待している。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・当港のブランド魚の水揚げ量が芳しくなく、活気がない状況が続く。
		木材木製品製造業（経理担当）	・駆け込み需要の反動減と職人不足による工期遅れがみられる。
		鉄鋼業（総務担当）	・当面は足元の堅調な稼働が継続するとみる取引先が多い。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・電子機器関連では中国メーカーの台頭と低価格化を懸念しているが、全体としてはおおむね堅調と見込む。
		金属製品製造業（総務担当）	・工作機械の得意先が取引先に向けて行った業況説明会では、受注は緩やかに増えていくとの見方である。しかし、造船業界からの受注案件が7月で終わるため、全体としてはプラスマイナスゼロになる見込みである。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客の海外生産が増加してくるため、国内生産は現状維持の傾向となる。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・依然として新造船の需給ギャップは大きく、船価改善にはしばらく時間がかかる見込みである。しかし、国内造船各社がおおむね2017年までの仕事量を確保しつつあり、ポジティブに捉えている。
		建設業（経営者）	・仕事量は以前に比べて増えているが、技能者が不足しているため、企業にとっては人件費がかかり儲からない状況が続く。
		通信業（営業担当）	・TPPが協議中であり、政府の内需拡大に向けた具体的な景気対策もみえてこない。
		金融業（自動車担当）	・新興国経済の不安定さは依然残るが、自動車業界にとって十分に輸出採算が確保できる為替水準が定着しており、当面は輸出の好調を維持できる。自動車部品メーカーの増収増益基調は続く。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期でないため景気は変わらない。
		会計事務所（職員）	・5月終盤は月初のゴールデンウィークの反動で、サービス業や小売業の業績はパッとしないのが例年であるが、今年は前年までのような渋い傾向が薄らいでいる。
	やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・5月の売上が予想以上に低く、夏に向けて不安を感じている。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向けの低調な状況に変化はなく、客先の生産方法変更に伴う当社製品の使用量減少も予定されている。自治体向けゴミ焼却場も販売エリア内での計画が今年はない見込みである。
		鉄鋼業（総務担当）	・特約店販売ルートの商品在庫が減り在庫補充の注文が増えているが、実需以上の注文がきている懸念があり警戒している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注量の低下がみられる。

		通信業（営業企画担当）	・今後の3か月間は情報通信関連の投資について契約案件も少なく、設備投資を伴う社会的なイベントの開催予定がない。	
	悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・良くなる要素が一つもなく、さらに消費が冷え込んでいく。	
		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。	
		建設業（総務担当）	・仕事はあるが、機械設備等の資機材調達費用が上昇し、人手不足により人件費も2～3割増しの状況となっている。この状況は来年4月ごろまでは続く。	
雇用関連	良くなる	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・駅前的大型ショッピングセンター開業に伴う相乗効果が期待できる。	
(中国)	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画担当）	・人の動きが活発化し、人材紹介・企業教育など含め企業のニーズは好調である。また大型商業施設オープンに伴う人材の需給バランスを注視しながら当社の営業活動を進める。	
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数の増加傾向は続いている。	
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・今年度に入ってから、さらに求人の依頼が増えている。	
		職業安定所（雇用開発担当）	・来春卒業予定者を対象とする事業主向け求人業務説明会への参加事業所が前年よりも増加した。この説明会への参加事業所が増えると、新規学卒者対象求人の申込が増加する傾向にあることから、各企業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）	・当県の主要産業である建設業において、7月以降、公共工事関連で受注増を見込んでいる市内中小企業がある。また大型ショッピングセンターでは消費税増税にあわせて店舗をリニューアルした結果、駆け込み需要の反動減から回復しており集客増も当分続くとみている。	
		民間職業紹介機関（職員）	・従来は従業員増加に伴う税金や関係省庁への提出書類増加等の負担を考慮して一定数に留めていた従業員数を、業績拡大を見込んで増員する中小企業も増えている。	
		変わらない	人材派遣会社（社員）	・消費税増税の影響も受けず、かつ上向きな影響もないため、例年通りに推移する。
			人材派遣会社（支社長）	・消費税増税の影響を意識して求人を控えていた企業の求人数は増加する見込みである一方、求職者の動きが更に鈍くなるため、より労働者の売手市場が鮮明となるが、状況としては大きくは変わらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・企業の求人意欲は依然高止まりで推移する。	
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・消費税増税の影響はもう少し続く。経営者は慎重な姿勢を当面は堅持していく。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方では企業のベア実施も少なく、駆け込み需要はあったものの消費税増税後の消費の落ち込みが大きい。さらにガソリンや電気代の上昇により家計の負担は増している。	
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・10か月連続で求人倍率が1倍を超えているが、求職者の減少が影響している。	
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・特に変化はない。	
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・各企業にとって消費税増税に伴う価格転嫁と円安による原材料費の高止まりが大きな課題で、特に中小零細企業からは今後の受注状況等をみて景気の先行きを心配する声が多く寄せられている。	
	やや悪くなる	—	—	
	悪くなる	—	—	