

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	自動車備品販売店（経営者）	・3か月先には冬のボーナスが予想できるので、冬物商品等が動き始める。	
		一般レストラン（経営者）	・現状の景気の悪さは一時的と考えられるので、景気は持ち直す。	
		ゴルフ場（営業担当）	・秋に向けて来客数は伸びてくる。異常気象がなければ、基本的に景気は上向き傾向である。	
		競艇場（職員）	・11月中旬のレースで売上が見込める。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・8月は天候が悪かったが、今後は行楽シーズンに入るので、観光客が増加し需要が掘り起こされる。	
		百貨店（営業担当）	・今すぐ着たいものを買いたい客の動きは今後も変わらないが、客単価は前年より上昇する。	
		スーパー（店長）	・8月は雨が多く、景気は3か月前とほぼ変わらなかったが、天候さえ回復すれば9～10月は景気が良くなる。	
		スーパー（総務担当）	・客単価の前年比が上向いてきているので、景気の先行きは期待できる。	
		コンビニ（エリア担当）	・3か月先は暑さが一段落しており、また年末商戦も始まるので景気は上向く。	
		コンビニ（エリア担当）	・9月は残暑が厳しくなると予想され、中食や飲料などの売上が上昇するので、今月に比べれば景気は多少良くなる。	
		家電量販店（店長）	・9月に入ると決算セールが始まり、来客客数が増加して単価も上昇するので、今月よりも景気は良くなる。	
		家電量販店（企画担当）	・販売量の微増が今後も継続し、景気はやや良くなる。	
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品が投入されるため、売上の回復が見込まれる。	
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車導入を控えており、それに伴う需要の増加がある。	
		住関連専門店（営業担当）	・新築物件の引き合いが増えてきている。	
		その他専門店 [ファッション雑貨]（従業員）	・店舗がリニューアルし、客の秋物への反応も良いため、集客が期待できる。	
		スナック（経営者）	・もうすぐ地元で大型ショッピングモールが開店するので、人の移動が多くなり、景気も少し良くなる。	
		その他飲食 [サービスエリア内レストラン]（支配人）	・観光シーズンになれば客の動きも良くなる。ガソリン価格も下がりだしたので、行楽客の動きに拍車がかかる。	
		都市型ホテル（総支配人）	・秋の観光シーズンを迎え、入域観光客が増える。	
		都市型ホテル（企画担当）	・大型ショッピングモールの開業直前の消費需要が期待でき、コンベンション関連の開催も前年を上回る状況となっている。	
		住宅販売会社（営業担当）	・そろそろ消費税10%を前に購入を検討する人が出始める。	
		変わらない	商店街（理事）	・現状以上には悪くならないが、良くなる要素もない。
			商店街（代表者）	・2～3か月先に全体の消費マインドが現状から上昇する要素はない。アベノミクス効果は薄れてきており、更なるテコ入れが必要である。
			商店街（代表者）	・客は景気の先行きに不透明感を持っており、消費が活発になる様子は見当たらない。
	商店街（代表者）		・地方では消費者の収入が増加しておらず、相変わらず客は消費税増税分を負担に感じている。	
	一般小売店 [酒店]（経営者）		・建設業界のお中元需要が増えたと感じるので地域経済をけん引して欲しいが、それ以外の業界は景気が良い感じがないので、景気は現状から大きくは変わらない。	
	一般小売店 [食品]（経営者）		・消費税増税と円安による物価上昇で、客の動きは良くなる見込みがない。	
	百貨店（経理担当）		・景気が良くなる要素が見当たらないので、しばらくは今の状況が続く。	
	百貨店（営業担当）		・消費税増税から5か月が経過し、客の購買意欲は回復しつつある。8月のような天候不順等の特殊要因がなければ今以上に悪くなることはない。	
	百貨店（営業担当）		・景気は徐々にではあるが回復傾向で、数値には表れないが上向いていく。	

百貨店（販売促進担当）	・秋商戦が本格スタートするが、消費税増税とガソリン価格の高騰を中心とした諸物価の上昇は、消費マインドへの影響が大きい。また4月の消費税増税後、来客数は月を経るごとに減少率が拡大しており、消費の回復にはまだ時間がかかる。
百貨店（購買担当）	・秋物商品の動きは良いが、天候で左右されるので、今後の景気を判断するのは難しい。
百貨店（売場担当）	・消費税増税の影響はさすがに薄らいでくるが、本格的に客の購買意欲が向上するとは考えにくく、現状の厳しい状況は変わらない。
百貨店（売場担当）	・大雨による物価の上昇と当市北部の土砂災害の影響で、まだまだ消費マインドの冷えは続く。
百貨店（営業推進担当）	・今夏の不安定な気候の影響から衣料品が不調で、お中元も伸び悩み、当社にはかなり痛手となっている。秋に向けて当社には天候の安定が不可欠である。
スーパー（店長）	・良くなる要因も悪くなる要因も見当たらない。
スーパー（店長）	・今後の天候次第で秋物の販売が左右される。
スーパー（店長）	・政治状況やまわりの雰囲気からは景気が良くなる要素が見受けられない。
スーパー（店長）	・景気が良くなると判断できる材料が乏しい。
スーパー（販売担当）	・ここにきて消費税増税の影響が顕著になっている。客の低価格志向が強くなり感じられる。特に若い世代を中心にリサイクルショップやネットオークションで購入する傾向が強まっており、来客数を増やし客単価を上げることが難しくなっている。
スーパー（管理担当）	・ディスカウント店がオープンする影響もあり、今以上に良くなるとは考えにくい。
スーパー（営業システム担当）	・次の消費税増税の判断がどうなるかで変わる。
スーパー（販売担当）	・客は消費税8%に慣れてきているが、同じように節約も当たり前になっており、今後も売上は伸びない。
スーパー（財務担当）	・天候不順の影響もあるが、客の来店頻度が低下している。現在は単価の上昇により売上は前年を上回っているが、今後は悪化する可能性がある。
コンビニ（エリア担当）	・たばこの売上が増加している。販売する種類を増やしたことが大きな要因であるが、全体の売上も良くなる。
コンビニ（副地域ブロック長）	・景気のよし悪しの要因が見当たらない。
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がみえてこない。特に中小企業の景気は良くならない。
家電量販店（店長）	・客の財布のひもが固く、新製品が出てても客は目を向けない。
家電量販店（店長）	・駆け込み需要の反動減がまだ続いている。今後も多少の影響が残る。
家電量販店（販売担当）	・年末まで、このまま景気は停滞する。
乗用車販売店（統括）	・8月までの状況からみて、今期中は厳しい状況が続く。
乗用車販売店（総務担当）	・来客数や販売数はともに横ばいで、依然厳しい状況が今後数か月は続く。広告宣伝効果は出るが、さほど大きくないため、見通しは楽観できない。
その他専門店 [和菓子]（経営者）	・売上の増加要素が見当たらない。
その他専門店 [時計]（経営者）	・客は消費税増税にも慣れ、秋からは消費が戻る。
その他専門店 [海産物]（経営者）	・景気は良くならない。落ち込みがひどくなければよしとする。
その他小売 [ショッピングセンター]（所長）	・客は買物の選択が明確で、メリハリのある消費が感じられる。すべての業種で景気が上昇することは考えられない。
その他小売 [ショッピングセンター]（運営担当）	・客の収入は増加しておらず、売上が大きく良化する要因はない。当地の土砂災害の影響で買い控えの風潮が広まる可能性もあり、今は今後の景気を判断できない。
高級レストラン（スタッフ）	・予約状況は前年並みであるが、予約の伸びは鈍く、来客がこの先増える見通しは立たない。
一般レストラン（経営者）	・地方では景気回復の実感がなく、実質賃金もほとんどの会社で上がっていない。また雇用情勢は悪化する傾向にあり、企業は賃金のベースアップに慎重にならざるを得ない。
都市型ホテル（スタッフ）	・現在の来客数増加が当面は継続する。
旅行代理店（経営者）	・韓国や中国との外交関係の影響で、旅行業界にとって最悪の状況が当面続きそうである。

旅行代理店（営業担当）	・天候不順の影響が大きい。	
タクシー運転手	・タクシー業界の客数は天候に左右されやすい。今夏は天候不順であったが、今後の台風時期も同じような動きになるのではないかと思われる。また日中の車の動きは良いが、夜の動きにあまり変化がみられず、景気は変わらない。	
タクシー運転手	・当社は現在1人勝ちの状況で景気は良いが、今後も続くかどうかはわからない。	
タクシー運転手	・客が多いのは雨が多いためであり、景気の上昇は今後も期待できない。	
通信会社（社員）	・売上増につながる新たな問い合わせ件数に変動がない。	
通信会社（企画担当）	・最近では消費税増税の影響は特に感じない。	
通信会社（総務担当）	・最近の販売実績からみると、今後も販売量の増加は見込めない。	
通信会社（広報担当）	・販売量に目立った動きはなく、増減がない状況である。	
通信会社（販売企画担当）	・長雨による食料品の高騰が懸念される。	
テーマパーク（管理担当）	・消費税増税が原因なのか、全国的にも地方でもテーマパークの来客数が伸びず、売上が落ちている。	
美容室（経営者）	・同業者の10人中9人は景気が良くなることはない判断している。	
美容室（経営者）	・現状のままでは来客数や売上の増加は望めない。業界以外の人から、利益を上げる良い方法を提案してもらえると、料金を上げやすくなり売上も増加し、当店の景気も良くなって消費に回すことができる。	
美容室（経営者）	・販売量は減っているが、技術サービスの売上は増加している。客は来店頻度を必要最低限に抑えていると思われる。	
その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・ここ数か月、身のまわりで景気の変化がみられないことから、今後2～3か月で変化があるとは考えにくい。	
設計事務所（経営者）	・年内は小康状態が続き、大きな変化はない。	
設計事務所（経営者）	・木造住宅のリフォーム等の動きがあり、景気は少しずつ持ち直してきている。	
設計事務所（経営者）	・引き合いが増えている反面、建築物価が高止まりのままであるため、仕事が思うようなスケジュールで進まない。したがって仕事量が増えている割には利益が増えない。	
設計事務所（経営者）	・アベノミクスの化けの皮が剥がれてきている。規制緩和と東京一極集中の解消が全く進んでいない。	
住宅販売会社（従業員）	・次回の消費税増税に向けて駆け込み需要が再び始まる可能性はあるものの、時期的には年明けからと考えられる。	
住宅販売会社（販売担当）	・イベントへの来客数は例年並みで、今後も大きな変動要素が見当たらない。すまい給付金や税制優遇措置への客の反応は薄く、有効な景気対策になっていない。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・熟年世代は消費税の負担をあまり感じていないと思っているが、実は重税感を持っているようで、景気は後退しつつある。
	商店街（代表者）	・客の買い控え傾向は続く。
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・不順な天候が今後も続くようであれば、景気に悪影響がある。
	スーパー（業務開発担当）	・天候不順や食肉の価格上昇が続けば、客の節約志向が一層強まり、消費が落ちる。
	衣料品専門店（経営者）	・災害による人的・物的被害は残念に思うが、異常な天候は農業生産者にも経済的に深刻な打撃を与えており、これからの景気への影響は大きい。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・世間には景気が良くなっているという声があるが、当業界は来客数が減少したままである。本当に景気が良くなると来客数は増えてこない。
	乗用車販売店（店長）	・土砂災害の影響で客の動きは鈍くなる。
	自動車備品販売店（経営者）	・悪くなる要素はたくさん挙げられるが、良くなる要素は見出せない。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・生活必需品が値上がりしており、大企業が少ない地方では消費税増税の影響が続く。
	一般レストラン（店長）	・大雨による土砂災害の影響で予約のキャンセルが出てきている。一般客への影響も出始めているので、来客数は2～3か月は落ち込む。
	一般レストラン（外食事業担当）	・来客数の減少が続いていることに加え、長雨の影響による野菜の高騰や肉等の食材の値上がりがあるが、売価を上げることはできないので粗利率が下がる傾向にある。またアルバイト等を募集しても人材が集まらず困っている。

		観光型ホテル（支配人）	・9月以降の予約状況は前年同期比で10～20%のマイナスである。主因は婚礼部門であるが、宿泊部門も伸びてこない。10月からは台湾との飛行機の直行便が中止される予定であり、プラス材料がない。
		観光型ホテル（宿泊予約担当）	・先行受注も減少しているなか、先は見通しがきかない。
		都市型ホテル（企画担当）	・当市北部の土砂災害や天候不順による野菜等の物価上昇の影響で、特に高単価販売のレストランの来客数が落ち込む。
		タクシー運転手	・客の様子をみても、今後の展望が開けない。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の影響が徐々に始めている。
		通信会社（工事担当）	・契約申込件数が減少している。
		テーマパーク（業務担当）	・当市の土砂災害や各地で起こっている大雨災害が今後数か月は影響し、イベントの中止や客が外出を控える傾向などが懸念される。
		悪くなる	
企業 動向 関連 (中国)	良くなる	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向けの大規模工事の受注や補修用の新規受注も入り、生産量は増加する計画である。
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・資源保護のために2か月間休漁していた沖合底引き網船が、8月15日に来年5月末までの9か月間の予定で出漁し、当漁港は活気が始まっている。今期の大漁を願うばかりである。
		木材木製品製造業（経理担当）	・消費税増税から時間が経過し、次の消費税増税前には再び駆け込み需要が期待できる。
		建設業（総務担当）	・業界全体でも受注状況が改善してきたため、競争物件において応札業者数が減少している。
		通信業（営業企画担当）	・情報セキュリティに関して客の関心が高まっており、今年度中はセキュリティへの投資が想定される。
		金融業（貸付担当）	・消費動向や企業の受注環境は改善されつつある。収益環境は原材料や燃料費の高騰などで依然として厳しいが、これから年末にかけて消費増大が見込まれるため、2～3か月先の景気は良くなる。
		金融業（自動車担当）	・今後も為替水準の安定から、自動車の輸出は好調が続く。低燃費車の販売好調が継続し、自動車業界は増収増益が続く。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期であるので、来客数や成約件数は増加する。
		広告代理店（営業担当）	・客からの情報では受注が増えるとの内容と、あまり変わらないといった話の両方がある。業種により様々な方向があるなかで、当社全体としては景気がやや良くなる方向で進行する。
		変わらない	食料品製造業（総務担当）
		化学工業（経営者）	・景気は思惑どおりには好転せず低水準で推移しており、取引先もやや静観状態にある。
		化学工業（総務担当）	・一部の業界は例外として、経済全体が上向いて行くような実感は得られない。
		鉄鋼業（総務担当）	・最近の受注金額は横ばいで推移している。秋と冬の計画も今期とほぼ同水準と予想する。
		鉄鋼業（総務担当）	・秋以降も需要は期待できそうであるが、鋼材市況が今後も維持できるかどうか懸念材料である。
		金属製品製造業（総務担当）	・工作機械業界からの受注が30%増加するとみている。しかし他業界の受注は芳しくないため、全体としては今のままで変わらない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・仕入価格の高騰により、景気の先行きが見通せない。当面は市場の動きをみながら、現状維持で頑張るしかない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの内示は安定している。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・当面は受注単価の改善が見込めず、景気は変わらずに推移する。
		建設業（経営者）	・建築工事関係は学校や公営住宅の耐震補強等の公共工事があるが、工事に従事する技能者の確保が難しいという問題が今後も継続する。景気は最悪ではないが、あまり楽観視できない。
		輸送業（支店長）	・燃料の軽油価格が高騰し、輸送コストが上昇している。なかなか運賃に転嫁できない面があり、今後の見通しがつかない。
		輸送業（経理担当）	・今後の受注は増加しておらず、当面は現状のまま推移する。
		通信業（営業担当）	・消費税増税後の反動減、天候不順や自然災害などが影響し、景気の回復感はそれ程感じられない。

		会計事務所（職員）	・自動車関係はますますの業績であるが、いつまで続くか予測できない。円高に振れると状況はすぐ覆るだけに、不安感をぬぐえない。
やや悪くなる		繊維工業（統括担当）	・基本的に景況感は変わらないが、景気に悪影響を与える話題が出てきている。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・輸送用機器関連では生産量に変化はないが、販売単価が下落している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・主要取引先の状況について回復が見込めない。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・材料費や原油の高騰による製造原価の上昇、各種公共料金の値上げが相次ぐものの、まだまだ製品価格への転嫁が難しい。
		コピーサービス業（管理担当）	・コピーは専門業者が行う必要性は皆無であり、将来の需要は先細りするのみである。受注量が減少して絶対量を確保できないため新規設備投資ができず、生産性悪化とコスト高に拍車がかかる。事業自体が赤字体質となっており、はっきり言って将来性はない。
悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・原材料の値上げが続く一方、商品価格に転嫁できていない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量が減少傾向である。
		建設業（総務担当）	・どの工種の業者も手持ち工事をたくさん抱えるため、物価上昇を考慮した業者との事前交渉が困難な状況である。結果として業者の言い値が優先するため、当社の発注金額が上昇し、利益を圧迫する。
雇用 関連 (中国)	良くなる	人材派遣会社（支店長）	・人材不足で企業の採用活動に一層拍車がかかり、結果的に賃金を上げる可能性がある。政府の女性と外国人の活用施策で人材不足が解決することを期待している。
	やや良くなる	人材派遣会社（支社長）	・現在は求人数が落ち込んでいるが、秋から年末にかけて生産拡大や売上獲得に向けて、再び求人が伸びる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・新たに新卒採用活動を開始したいという企業からの引き合いが増えている。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・企業には警戒心もあるが、採用数を増やす動きが引き続き多いため、しばらく求人業界は景気が良い。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・次年度の新卒採用に関する見込みが今より更に具体化されて、良い方向に向かう可能性が高い。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・新規求人数と月間有効求人数はともに前月を上回っており、また新規求人のうち正社員求人の割合も46.8%となり、前年同月から12.3ポイント上昇している。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・9か月連続で求人倍率が1.2倍を超えており、今後急激に景気が悪化するとは思えない。
		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の再開による相乗効果が期待できる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人数は一部大手企業では増えているが、中小企業では停滞傾向にあり、全体としては上向きにはならない。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・年末に向けて求人増加は予想されるが、ニーズに見合う人材供給については不安要素が多くある。大型ショッピングモール開店の市場への影響についても、予想できない部分と把握可能な事項を見極めて臨む必要がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税とガソリン価格などの値上がりの影響で、消費者は生活防衛に走り、消費が伸び悩んでいる。
		職業安定所（雇用開発担当）	・求人数は高止まりで、求職者数は下げ止まっている様子から、今後も現状が継続する。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・変化する要因があまりみられない。
その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）		・求職者のうち、在職者の多くはパートや嘱託などの非正規労働者が中心であり、正社員への転職希望者が少なくない。離職を踏みとどまり、在職したまま改善傾向にある労働市場をみながら求職活動を続けている。	
やや悪くなる	-	-	
悪くなる	民間職業紹介機関（職員）	・当地の土砂災害の復興に目途が立っておらず、しばらくは経済の立て直しが必要とされる。	