

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	一般小売店〔紙類〕 (経営者)	・今はイベントの開催等により四国や山陰からの観光客が増加しており、今後もこの傾向が定着すれば景気は良くなる。	
	やや良くなる	スーパー(店長)	・野菜の供給量が元に戻り仕入単価も下がるので、客の買い控えが納まる。	
		スーパー(営業システム担当)	・現在は来客数がやや減っているが、年末の来客数増加に期待している。	
		コンビニ(エリア担当)	・先月に引き続いて10月も工事関係者の来店が多く、しばらくはこの傾向が続く。	
		コンビニ(エリア担当)	・ボーナス支給等により、歳末の動向は中食を中心に多少良くなる。	
		家電量販店(販売担当)	・年末商戦に期待する。	
		乗用車販売店(業務担当)	・新商品の投入と、来年3～4月のエコカー減税の終了前の駆け込み需要に期待する。	
		乗用車販売店(総務担当)	・今年度下期は商品の拡充が予定されており、来客数の増加が見込まれる。販売数は大幅な増加とはいかないであろうが、ショールーム内に活気生まれることは重要である。	
		乗用車販売店(営業担当)	・今後2～3か月先はボーナス商戦に突入するので、景気は今より上向きになる。	
		自動車備品販売店(経営者)	・冬季需要は例年を下回ると予測しているが、今よりは景気が良くなる。	
		一般レストラン(経営者)	・土砂災害から時間が経過するにつれ、自粛ムードから少しずつ回復していく。	
		スナック(経営者)	・毎年年末になると、景気は少し良くなっていく。	
		都市型ホテル(スタッフ)	・忘年会や新年会等のシーズンになり、来客数や単価が良くなる。	
		タクシー運転手	・早い会社では11月末にボーナスが支給され、飲食店が混む前の11月に忘年会を開催するグループもあるので、タクシーの利用客は増える。	
		タクシー運転手	・駅前の大型ショッピングモールの開店が近づいており、今後、人の流れが増加する。	
		テーマパーク(業務担当)	・年末年始にかけてイベントなどが多く開催され、人の動きも多くなる。また年末年始には客の購買意欲の向上が期待できる。	
		競艇場(職員)	・1月中旬から当競艇場でレースを開催するため、売上が期待できる。	
		変わらない	商店街(代表者)	・商店街の空き店舗が取り壊されて駐車場となるため、通りの一体感がなくなり、通りのにぎわいにも影響が出る。
			商店街(理事)	・1キロ離れたところに大型ショッピングモールができる。そうした特殊要因を除けば特に良くなる要因もないので、このままの状態が推移する。
			商店街(代表者)	・年金生活者などは食事代をなるべく安くするためコンビニなどで済ませようという傾向になってきている。
		商店街(代表者)	・地方では収入が増加した者が少なく、消費税増税や物価上昇の負担が大きいため、客の購買意欲が低下する状況が続く。	
		商店街(代表者)	・11月に観光客は一段落する。また気温が低下し暖房費等の負担も大きくなるので、ますます客の財布のひもが固くなる。	
		一般小売店〔食品〕 (経営者)	・消費税増税の影響と円安による諸物価の高騰が今後も続く。	
		一般小売店〔酒店〕 (経営者)	・近隣にディスカウントストアが進出し、客が家飲みに移行しているためか、酒類の販売量が増えない。酒類販売は季節のイベントに頼る商売になってきている。	
		一般小売店〔茶〕(経営者)	・地元客の消費は期待できない。11月から多くの観光バスが当店に立ち寄ることになっており期待している。	
		百貨店(経理担当)	・景気が良くなる要因が見当たらず、今の状況が続きそうである。	
		百貨店(営業担当)	・売上が良くなる動きを感じても、すぐにその動きが止まるという状態を繰り返しており、今後も景気は変わらない。	
		百貨店(営業担当)	・景気が好転する要因が見当たらない。客は昔とは違ってセールや特売品に左右されない。	
		百貨店(販売促進担当)	・お歳暮やクリスマス、年末商戦がスタートする。お歳暮についてはお中元同様に件数の絞り込みがあり、クリスマスギフトも単価ダウンが想定され、消費動向の改善にはまだ時間がかかりそうである。	

百貨店（売場担当）	・ 株価は底値の感があり、消費税増税の影響もほぼなくなっている。年末にかけて少し好転する感じはあるが、地方では顕著な動きにはならない。
百貨店（購買担当）	・ 客が価値や将来性を認めるものについては高額であっても購入するが、それ以外の節約可能なものや、なくても生活できるものについては、財布のひもを締める姿勢を感じる。客のこの姿勢は今後も変わらない。
百貨店（営業推進担当）	・ 毎年好評を得ていた催事が不調であり、なかなか客の購買意欲が上がってこない。また来客数も増加せず、年末に向けて不安である。
百貨店（売場担当）	・ 高額な美術品や宝飾品は売れるが、全体の販売量の先行きは不透明である。
スーパー（店長）	・ 最近では来客数が前年の98%程度、客単価が103%程度という傾向が続いており、消費税の再引上げが決定されるまではこの状態が継続する。
スーパー（店長）	・ 景気が上向くと期待できる材料がなく、政府の施策をみても今後大きく景気が回復するとは思えない。都市部はともかく、地方が景気回復を実感できるまでには相当の時間がかかる。
スーパー（店長）	・ 客にはさほど儉約や節約に走る雰囲気はなく、普段のプチぜいたくを楽しむ傾向が今後も続く。
スーパー（総務担当）	・ 季節商品の予約販売等による売上増は期待できるが、全体の売上は変わらない。
スーパー（管理担当）	・ 賃金上昇の実感がない一方で、消費税増税と物価上昇が起こっているため、客がディスカウント店にシフトする傾向が強くなっている。この状況は個人の収入が増加しない限り改善が見込めないため、この先当分景気は良くならない。
スーパー（販売担当）	・ 特価品や買物ポイントの付与等いろいろ工夫するが、一時的な売上増加にしかつながらず、今後も景気の回復は難しい。
コンビニ（エリア担当）	・ 年末商戦に期待しているが、客の消費税増税後の節約意識は依然として高いままである。
コンビニ（支店長）	・ 現状から景気が上向くとは思えない。
衣料品専門店（経営者）	・ 特に景気が良くなる要因は見受けられない。
家電量販店（店長）	・ これといった売れ筋の商品が見当たらず、また客は消費税再引上げに備えている感がある。
家電量販店（店長）	・ 消費税増税前の駆け込み需要の反動が続いている。特にパソコンは基本ソフトサポート終了前の買換え需要の反動も重なり、販売量が減少傾向にある。この状況は年末商戦の時期も続く。
家電量販店（企画担当）	・ 売上は回復傾向にあるが、頭打ち感があり現状から大きくは変わらない。
住関連専門店（営業担当）	・ 住宅新築やリフォームの情報が入り手が少ないのが現状であり、景気の先行きを判断できない。
その他専門店 [和菓子]（経営者）	・ 景気が変動する要素はない。
その他専門店 [海産物]（経営者）	・ 年末になるので売上は増えてくるが、客の様子をみても景気が良くなるとは思えない。
その他専門店 [ファッション雑貨]（従業員）	・ 消費税の再引上げが論議されているが、客の購買意欲は低迷したままである。これから気温が低下し光熱費がかさむ時期となるので、客の財布のひもはさらに固くなる。
その他小売 [ショッピングセンター]（所長）	・ 今後の消費税再引上げの行方によってはさらに厳しい消費動向になる可能性がある。
高級レストラン（スタッフ）	・ 今後の予約状況を見ると、忘年会は前年に比べてあまり良くない。新年会については今後をみないと判断できない。
観光型ホテル（宿泊予約担当）	・ 本来は集客を見込める季節であるが、予約状況が芳しくなく、良くなる兆しもみえない。
観光型ホテル（支配人）	・ 現時点での予約状況は忘年会の受注が前年並みであるが、宿泊部門と料飲部門は引き続き苦戦が予想される。
都市型ホテル（企画担当）	・ 宿泊では外国人客の予約状況が好調である。一般宴会の予約状況は大型宴席の減少により売上は低迷する見込みである。レストランはいまだに回復基調がみられない。
旅行代理店（経営者）	・ 客の様子には不況の時期に慣れた感じがある。
通信会社（社員）	・ 新たなサービス申込などの問い合わせに変動がない。
通信会社（広報担当）	・ 客はとにかく安いものを求める傾向が強く、客の関心は商品の性能や品質にはない。新製品が出ると型落ちして安価になったものを買い求める傾向がある。
通信会社（販売企画担当）	・ 商品の購入サイクルはおおむね決まっており、新商品が出そろった直後であるため、景気が好転する要素がみられない。

	通信会社（総務担当）	・これまでの販売実績からみて、客の購買意欲が見込めない。
	通信会社（総務担当）	・自社サービスに大きな変更はないが、通信業界では競合他社の攻勢により契約件数が減少する可能性がある。
	通信会社（工事担当）	・現在の申込受付分で年内は工事量が十分にある。
	テーマパーク（管理担当）	・消費税増税の影響からか、個人消費が鈍化している。
	ゴルフ場（営業担当）	・予約状況から、例年と同様にクリスマス前後から客の動きが止まり、年末から年始にかけて一旦増えた後シーズンオフに突入する。
	美容室（経営者）	・今後の消費税再引上げに備えて、消費者は締められるところは締めているイメージである。
	美容室（経営者）	・景気が悪い時期が続くと、本当に景気が上向くことはあるのか、あきらめ半分で景気は回復しないのではないかと心配している。
	美容室（経営者）	・客の節約志向は高まっているが、2～3か月後にさらに悪くなるとは思えない。ただこの状況がずっと続くのではないかと心配している。
	その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・ここ数か月のうち身のまわりでは景気の変化は感じられず、今後2～3か月で変化がみられるとは考えにくい。
	設計事務所（経営者）	・消費税再引上げの予定があるため、客の購入意欲が上がってきている。
	設計事務所（経営者）	・来年に予定されている消費税再引上げ前に工事をしようという客の動きが少しずつ出てきている。
	設計事務所（経営者）	・来年10月に予定されている消費税再引上げ前に住宅を建築するためには、建築工事は来年4月までに設計を完了し発注しなくてはならないので、もうしばらくは新規の引き合いが続く。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響は薄れつつあるが、人件費と材料費の高騰を考えると、今後、景気が良くなるとは考えにくい。
	住宅販売会社（営業担当）	・現地案内会などを開催するが、来場客数が伸びていない。消費税再引上げ前に住宅購入を検討する者はまだ少ないのかもしれない。
	住宅販売会社（販売担当）	・受注が減少しており、まだ景気が上向く雰囲気ではない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・12月に消費税再引上げが決定されるようなので、客はその決定を待ち買物を手控えている。
	商店街（代表者）	・現状でも景気は良くないが、2%の消費税再引上げが与える購買意欲の低下が懸念され、ボーナスシーズンを迎えても景気はやや悪くなる。
	一般小売店〔靴〕（経営者）	・12月に大型ショッピングモールが近隣にオープンする。やはり客は新しい店に足を運ぶので、当商店街の売上も6か月程度は影響を受ける。
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・客は実印や銀行印についても安価なものを買う場合が多く、懐具合が厳しくなっている。
	百貨店（営業担当）	・前年の売上を上回っている店舗が急速に増える等、10月は先月に比べて景気が徐々に良くなっている。12月上旬には駅前大型ショッピングモールが新規オープンすることから、当店は大幅な落ち込みを覚悟しているが、少しでも買いまわり客を増やし売上の落ち込み幅を小さくしたい。
	百貨店（営業担当）	・12月に近隣に大型ショッピングモールの出店があり、数か月はその影響を受け、特に来客数が大きく減少する。
	百貨店（売場担当）	・前年は消費税増税前の駆け込み需要で11月以降に高額衣料、フォーマル衣料、化粧品や肌着などの売上が段々と増加したため、単純な前年比ではマイナス基調の商品群が出てくる。
	スーパー（店長）	・今後、いろいろな商品の値上げが控えているため、2～3か月先に景気が良くなるとは思えない。
	スーパー（財務担当）	・商品の値上げにより、客が節約のため買いまわる頻度がますます高くなり、客単価の下落が続く。
	コンビニ（副地域ブロック長）	・いろいろな拡販策を講じるが、来客数と客単価の前年割れが続く。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・客の価格に対する見方は厳しいままで、この姿勢が変わるとは思えない。
	家電量販店（店長）	・前年は10月から消費税増税前の駆け込み需要が始まり、特に住宅購入に伴う家電の需要が増加した。今年はその反動が出ており、売上と来客数は前年を下回る傾向が続く。
	乗用車販売店（統括）	・前年は12月後半より消費税増税前の駆け込み需要があった。今年はその反動で販売量の落ち込みが予想される。
	乗用車販売店（店長）	・10月後半から客の動きがやや悪くなっている。来客数は減少し、結論を先送りにするケースも目立ち始めている。

	その他専門店 [布地] (経営者)	・消費増税直後には6か月も経てば景気が持ち直し、地方にもアベノミクスの波及効果が出ると期待していたが、その通りにはなっていない。この状態のまま消費増税を再引上げすれば、さらに景気は冷え込む。	
	その他小売 [ショッピングセンター] (運営担当)	・消費増税後に消費者の賃金は上がっていないので、景気は徐々に悪くなっている。特にアパレルの伸びが小さく、冬物商品の動向次第ではあるが、売上が好転する兆しが現在はみられない。	
	一般レストラン (経営者)	・中小企業にとっては最低賃金の引上げや消費税納付金額の増加等により、経営難や資金繰り難が続く。また消費者にとっても非正規社員やパートを含めて賃金は増加しておらず、消費抑制がますます強くなる。	
	一般レストラン (店長)	・忘年会の予約が前年同時期に比べて少ない。特に例年行っている企業の予約もまだ入っていない。	
	一般レストラン (外食事業担当)	・忘年会や新年会のシーズンになるが、客の可処分所得が増えていないため、外食を敬遠したり安い店に流れる傾向が出る。また当店の仕入れにおいては食材の値上がり負担となる。	
	都市型ホテル (企画担当)	・仮に大型ショッピングモールの開業後に一時的な好影響を受けたとしても、その後には大きな反動減がくと想定される。	
	都市型ホテル (総支配人)	・レストランの利用人数が低調である。	
	タクシー運転手	・地元客の顔色は依然悪いままである。	
	通信会社 (営業担当)	・消費増税による家計負担の顕在化や異常気象による野菜など食品の高騰等により、消費の冷え込みが続いている。この状況で消費増税再引上げが決定されれば、さらに景気が冷え込む可能性が高い。	
	通信会社 (企画担当)	・最大手の通信会社が年内にサービス提供手法を大きく変える予定であり、他の携帯キャリア等を巻き込んだ業界再編に発展する事態が予想される。年末商戦に影響が出るかはわからないが、当社への悪影響は必至である。	
	設計事務所 (経営者)	・相変わらずの建設投資や中心市街地活性化など、無意味な補助金投資では未来は暗い。	
悪くなる	商店街 (代表者)	・地方の商店街が生き残りに必死になっているのに、消費増税の再引上げは理解できない。	
	スーパー (店長)	・円安や原料高による商品の値上げが続く。客は収入が減る一方で支払金額が増加しており、単純に考えても財布のひもが緩む状況ではない。	
	スーパー (業務開発担当)	・年末年始に期待したいが、地方の景気は良くなり客も節約ムード一辺倒であり、来客数と販売点数はともに前年割れとなりそうである。	
	スーパー (販売担当)	・大型ショッピングモールのオープンが迫り、当社も戦々恐々としている。当社と同系列のブランドショップの出店も計画されているが、特に集客面でかなりの影響を受けると覚悟している。	
	衣料品専門店 (経営者)	・消費増税の再引上げは、特に日用品以外の商品を扱っている店に大きく影響する。	
	自動車備品販売店 (経営者)	・消費増税の再引上げを控えているが、消費者はどうしても必要な商品だけを購入する流れが強くなる。当業界は小さくなるパイの取り合いのなかで価格競争が再び激化し、利益が圧縮される不景気時代に逆戻りしそうである。	
	その他専門店 [時計] (経営者)	・消費増税再引上げが決定されれば、ますます景気は減退する。	
	その他飲食 [サービスエリア内レストラン] (店長)	・冬期に入るため、更なる来客数の減少や交通量の減少が予想される。	
	テーマパーク (営業担当)	・個人客について消費増税後に落ち込んだ消費が戻ってこない。消費増税の再引上げが報道されるようになると、ますます客は節約志向になりレジャー消費が落ち込むと心配している。	
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)	・今後2～3か月先も当社の増産体制は継続する。
	やや良くなる	食料品製造業 (総務担当)	・10月の予想外の受注量増加は11～12月も継続する見通しである。
		電気機械器具製造業 (総務担当)	・取引先の状況が改善される。
		金融業 (自動車担当)	・為替水準が1ドル100円を超える円安水準が続く限り自動車の輸出好調は続く。新型車投入で国内販売も増加に転じる見込みである。
		広告代理店 (営業担当)	・現在は景気が悪いが、客情報等からすると年末年始には景気は良くなる方向で推移する。

変わらない	農林水産業（従業者）	・アジやサバ等の青魚が不漁であったが、持ち直し傾向である。燃油も若干値下がりしており、生産者も一息ついている。	
	木材木製品製造業（経理担当）	・輸出企業以外は円安によるコストアップ等で企業収益が圧迫されている。また個人消費も伸びない。	
	化学工業（経営者）	・当業界は米国や中国の景気動向に左右されやすいため、先行きは不透明感が大きい。期待を込めて現状維持とする。	
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・現状よりも悪くなる理由も改善される理由もない。	
	非鉄金属製造業（経理担当）	・堅調だった米国経済の経済指標が悪化し、世界経済全体の先行きに不透明感が漂っている。電子機器関連ではメーカーの業績変動が大きく、急速な市場の変化がみられる。	
	金属製品製造業（総務担当）	・鉄原材料価格は下落傾向にあるが、円安により輸入品の価格が上昇し、相殺されている。受注動向に大きな変化はなく、現状の受注量で推移する見込みである。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・受注単価の劇的な上昇や収益性の高い案件等の見通しは少なく、当面は現在の水準で推移する。	
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・客の主力製品が著名な賞を受賞したこともあり、予定している受注量の維持が期待できる。	
	建設業（経営者）	・プラス材料が見当たらず、今後も悪いままの状態が継続する。	
	建設業（総務担当）	・先行きが不透明になっている。	
	建設業（総務担当）	・当面は現在の状態が続く。	
	輸送業（支店長）	・個人の荷物の動きは今以上に活発になる。年末需要が出てくる時期となるので、今月よりも景気は上向く。	
	輸送業（経理担当）	・荷動きは依然として鈍く、数量増加は見込めない。	
	通信業（営業担当）	・円安ドル高のまま推移しており、デフレ脱却の施策を期待したいが、景気へのテコ入れ策がみえない。	
	通信業（営業企画担当）	・客との雑談では物価高騰の話題が多く、外食や住宅について消費を抑える発言が多く聞かれる。	
	金融業（貸付担当）	・都市部では受注量や販売量は比較的好調であるが、地方への波及には今しばらく時間がかかるとの見方が大半である。消費税再引上げが今後の消費動向に与える影響は大きいとみる企業が多く、原材料高騰のなか更なる経費削減を図っている企業もある。良い面と悪い面の両方があるため、2～3か月先の景気は今月と変わらない。	
	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期でないため、例年どおりの推移と判断する。	
	会計事務所（職員）	・どの業種においても投資には慎重なままである。特に最近では人手確保が大きな問題となっており、業績の向上は人次第という傾向が今後も続く。	
	やや悪くなる	繊維工業（統括担当）	・政治の混迷と停滞が景気の不透明感を増幅している。
		化学工業（総務担当）	・景気対策が素材産業の景気を好転させる前に、日本全体の景気が停滞し始めている。このままでは素材産業は体力を消耗してしまう。
鉄鋼業（総務担当）		・得意先である欧州企業にとって大きな市場である中国経済の減速感が目立つ話が出てきている。新車の国内販売も落ちてきている。	
鉄鋼業（総務担当）		・全体の活動水準は落ちていない。ただ大手自動車メーカーで集中購買分の鋼材支給単価が引き下げられたため、各社から値下げ要請が強く出ており、先々の市況下落が懸念される。	
電気機械器具製造業（総務担当）		・先行きが見通せない。大企業が利益の多くを吸収するため、下請企業には恩恵がなかなか回ってこない。コスト削減にも限度がある。	
悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・価格改定ができない一方、原材料価格の上昇はさらに加速しており、このままでは減益になる。価格改定ができなければより一層厳しい状況が続く。	
	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。	
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・部材を輸入に頼る製造業や小売業は今でも大変な状況であるが、消費税が再引上げされれば負担は倍加する。国全体で見ると輸出増加は良いことであるが、国内消費が増えないことには中小企業は良くならない。	
雇用関連 (中国)	良くなる	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・大型ショッピングモールのオープンが近づき、当地では経済が活性化する兆しがみえる。
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・今後も求人数と求職者数が増加すれば、景気はやや良くなる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・来期の新卒採用に向けて人員強化などの対策をとる企業が増えており、体制や戦略について日々相談を受ける状況が続いている。

	求人情報誌製作会社 (採用支援担当)	・消費増税の影響が、求人の勢いが落ちてきているが、長期的にはまだまだ採用難が続くと考えられ、求人数が大きく減ることはない。
	求人情報誌製作会社 (広告担当)	・次年度の新卒採用が来年3月に本格的にスタートするため、今後は活気のある時期に突入していく。
	民間職業紹介機関(職員)	・求人数が増加傾向にあり、特に営業職員を求める声が高まっている。当社のビジネスチャンスが増大している。
	学校[短期大学](学生支援担当)	・まだ求人は増えるのではないかと思う。
変わらない	人材派遣会社(社員)	・労働者派遣法改正の行方が不透明になり、また消費税再引上げについての決定も控えるため、景気は上向きにはならず例年どおりに推移する。
	人材派遣会社(支社長)	・年末の繁忙期が終われば、一旦は求人が落ち着く。
	新聞社[求人広告](担当者)	・12月初旬に来年10月からの消費税再引上げが決定されれば、賃金増額がなく生活物価が上昇している地方の消費者は生活防衛のためさらに財布にひもを固くする。
	職業安定所(産業雇用情報担当)	・事業所について新規進出や閉鎖等の動きがなく、2~3か月のうちに景気に変化はない。
	職業安定所(産業雇用情報担当)	・飲食サービス業等で新規出店に伴う大量求人がある一方で、製造業及び卸売業では事業廃止がみられるなど、業種間にバラつきがある。今後注視していく必要がある。
	職業安定所(雇用開発担当)	・大型ショッピングモールのオープンを控えており、雇用に及ぼす影響が大きいことから、人手不足に拍車がかかることを懸念している。
やや悪くなる	人材派遣会社(経営企画担当)	・当社がいろいろな施策を打ち出さなければ、人材確保は厳しいと感じている。年末商戦も迫っており、販売職スタッフの確保は必須な重要課題である。
	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と円安に起因する材料費高騰分の価格転嫁が大きな問題である。また今後の受注状況等を心配する声が多く寄せられており、求人意欲に陰りがみられる。
悪くなる	-	-