

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）	・新型車が投入されるので、1～3月の販売促進月間に期待する。
	やや良くなる	家電量販店（販売担当）	・年末年始の商戦に期待する。
(中国)	変わらない	乗用車販売店（営業担当）	・新型車の導入を控えている。
		乗用車販売店（総務担当）	・依然として楽観できる状況ではないが、来客数と商談数はともに増えており、年度末商戦に向けて期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・総選挙が終われば景気対策が確実に実行されると思うので、少しは景気が良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年明け以降の予約は現時点では前年並みに入っている。
		タクシー運転手	・当面は大型ショッピングモールが開店する影響で人出は多くなるが、その後は総選挙の結果によって状況が変わる。
		テーマパーク（営業担当）	・消費税増税後の落ち込みが目立っていたので、消費税の再引上げを恐れていたが、当面は回避されるようなので一安心である。これにより客の節約志向に歯止めがかかることを期待する。
		競艇場（職員）	・1月には正月レースや月中旬以降のG1レースが開催されるので、売上が期待できる。
		商店街（理事）	・消費税率はしばらく据置きになりそうであるが、客が急に買物に積極的になるとは思えない。また総選挙の影響がどう出るのか注目している。
		商店街（代表者）	・総選挙の結果にもよるが、政府の経済政策次第で景気を持ち直しが期待できる。ただ2～3か月の短期間で景気動向が良くなるとは考えられない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・商品の値上げに伴い客の買い控えは今後も続く。
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・最近では会社設立関連の注文が減少したままである。	
	百貨店（営業担当）	・地方の景気はなかなか回復しない。来客数は増加しているが、客は必要なものしか買わないし、代用できるものがあれば購入しない。	
	百貨店（営業担当）	・特に景気が変わる要因は見当たらない。	
	百貨店（販売促進担当）	・来年10月の消費税再引上げの延期が報道され、クリスマスや正月といった大型商戦に期待感が出てきた。しかし客の価格に対するシビアな姿勢は変わらないと思われ、消費の高揚にはまだ時間がかかりそうである。	
	百貨店（売場担当）	・冬物セールも一時的には好調さをみせるが、長続きしない。ここ数年の安くても不要なものは買わないという流れは今後も継続する。	
	百貨店（購買担当）	・周囲では賃金が上がったという話は聞かない。日々購入する食品等の値上げが続いており、客は高額な衣料品には金を使わない。催事をして客の反応は薄く、2～3か月後のクリアランスセールが今から心配である。	
	スーパー（店長）	・気温が低下して天候が冬らしくなれば、景気も回復していく。	
	スーパー（店長）	・景気が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）	・客の生活防衛意識が高まっている。政治の不安定さも影響して、来客数の減少と客単価の低下はしばらく続く。	
	スーパー（店長）	・年末需要は見込めるが、景気は根本的に改善されてない。また政治も不安定である。	
スーパー（総務担当）	・客の動向は落ち着いているので、景気は現状から大きくは変化せず推移する。		
スーパー（業務開発担当）	・加工食品はほぼ全品が値上がりし、食肉も値上がりしているため、買上点数が減少している。売上は維持しているが、来客数が減ってきている。		
スーパー（管理担当）	・客単価が伸びない傾向はまだ続く。景気が良くなる要素がない。		
スーパー（販売担当）	・消費税再引上げは先送りになりそうであるが、今後も商品の値上げが予想されるため消費は伸びない。		
コンビニ（エリア担当）	・来客数は下げ止まりつつあるが増加には転じておらず、しばらくは景気に変化はない。		
コンビニ（副地域ブロック長）	・家電量販店には若者の姿があまり見えず、中高年の夫婦が多い。若者の購買意欲が低下している。		
コンビニ（支店長）	・政治の動きをみている限り、景気が回復する予感がしない。		

家電量販店（店長）	・消費税増税の影響は今も継続している。客は消費税が10%に上げられた後の家計負担を心配しており、さらに財布のひもを一層締める。
乗用車販売店（店長）	・景気の先行きは不透明であるが、客は買物を控えている様子がなく、これ以上景気が落ち込むとは思えない。
自動車備品販売店（経営者）	・消費税再引上げの延期が景気に影響を及ぼすとしても、プラス影響が大きいのかマイナス影響が大きいのか、今のところはっきりわからない。
住関連専門店（営業担当）	・来客数が減少して客から情報を得られず、今後の販売予測を立てにくい。
その他専門店 [和菓子]（経営者）	・景気に大きな変化をもたらす要因は見当たらない。
その他専門店 [時計]（経営者）	・当地は暖冬という予報であり、客足が天候により悪影響を受けることはないが、景気は良くならない。
その他専門店 [布地]（経営者）	・消費税再引上げが延期されそうである。また12月はボーナスが支給されるので、多少は消費が伸びる。
その他専門店 [ファッション雑貨]（従業員）	・収入は増加せず物価だけが上がる状況が続いており、客が安価なもので対応する傾向に変化は起きない。
その他小売 [ショッピングセンター]（所長）	・客はメリハリをつけて消費するという根本姿勢を変えないので、すべての店舗の売上が好調というわけにはいかない。今後、一層の2極化が進展する。
その他小売 [ショッピングセンター]（運営担当）	・年末商戦で多少の活気は出るが、根本的な景気回復は期待できない。国民が賃金増額などで景気が回復しつつあると実感できなければ、本格的な景気回復は始まらない。
高級レストラン（スタッフ）	・忘年会や新年会の予約は今のところ順調に入っているが、予約の伸びはもう少し様子をみないとわからない。
一般レストラン（外食事業担当）	・急に総選挙の実施が決まったため、投票日前には忘年会や宴会の予約が入りにくいし、日程が後にずれることも考えられる。また円安で海外旅行が減り、国内旅行や帰省需要が増加すると思われるが、毎年の恒例行事であり地方にとって恩恵は小さい。
スナック（経営者）	・年末年始は景気は少しは良くなると思うが、全体の感じとして景気は全然良くなるとは思わない。
観光型ホテル（宿泊予約担当）	・先行受注も伸び悩み、受注量が回復する兆しはまだみえない。
都市型ホテル（企画担当）	・景気が良くなる材料は見当たらず、今の状態が当分続く。
旅行代理店（経営者）	・景気に変化はないと判断したが、先行きは総選挙の結果次第である。早く韓国や中国との関係が改善し、海外旅行が増加する環境となるよう祈っている。
タクシー運転手	・総選挙が実施されることになり、政治の先行きに不安感がある。消費税10%の行方も不安材料で、消費者の財布のひもは緩まない。この先もタクシーの利用数が増えることがあっても、近距離利用で単価が低いため、売上増は見込めない。
タクシー運転手	・年末に向けて繁忙期に入る。前年は一昨年に比べて景気が悪かったので、今年は期待したいが、なかなかタクシー業界までは景気回復の波が届いてこない。
タクシー運転手	・動物が冬ごもりするような状態で、外出する人が少ない。
通信会社（社員）	・客からの問い合わせ内容の中に、販売量の増加につながるものがない。
通信会社（広報担当）	・特に販売数や客の問い合わせが増えることはない。
通信会社（総務担当）	・年度末にかけては例年、加入件数が増加していく。
通信会社（企画担当）	・消費税の再引上げを延期しても、需要がいったん持ち直すとは思えない。需要が伸びる要素が見当たらない。
通信会社（販売企画担当）	・客は収入が増加しないため、消費税の再引上げや住宅ローン金利の動向ばかり気にしている。
通信会社（総務担当）	・客に購買意欲が感じられず、販売数の伸びは期待できない。
テーマパーク（管理担当）	・政治の影響を受け、全体的に地方の動きが鈍化する。
ゴルフ場（営業担当）	・天候次第であるが、今の予約状況をみると景気は変わらない。
美容室（経営者）	・月や日により販売量や来客数に波がある状態で、消費者にはまだあまり余裕が感じられない。
美容室（経営者）	・消費税の再引上げが延期になりそうなので、客が安心して金を使う気分になるよう期待している。
その他サービス [介護サービス]（介護サービス担当）	・過去数か月、身のまわりでは景気の変化が感じられない。よほど何か大きな理由がない限り、今後2～3か月では景気に変化はない。
設計事務所（経営者）	・来場客数の回復が見込めず、現状を維持できるかどうかの問題である。

	設計事務所（経営者）	・消費税再引上げが1年半延期となりそうであり、建築工事の客はまたしばらく様子見状態となる。
	設計事務所（経営者）	・政治は迷走をやめ、景気回復に注力してほしい。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税再引上げは1年半延期となる可能性が高く、年度末に向けた再度の駆け込み需要は期待できなくなった。今後もしばらくは現状維持が続く。
	住宅販売会社（販売担当）	・これから2～3か月で状況が大きく変化する要因はない。消費税再引上げの延期がどのように影響するか不安である。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・景気が良くなっていく要素が見当たらない。客の会話からも年末にかけて今以上に消費が活発になる雰囲気はない。
	商店街（代表者）	・客の言動に、かなりの節約志向がうかがえる。
	商店街（代表者）	・可処分所得が増加していないため、客の財布のひもは固いままである。今後も地方の小売業界には厳しい状況が続く。
	商店街（代表者）	・収入が増加せず物価が上昇する状況が続き、消費者の負担になってきている。
	商店街（代表者）	・これから寒い季節となり、また円安で物価が上昇する可能性が極めて高いため、消費者の購買意欲は上向かない。
	一般小売店〔靴〕（経営者）	・12月は総選挙が実施され、地元で大型ショッピングモールがオープンするなど、客の気分が落ち着かない月になる。景気が良くなる要素はなく、今から覚悟している。
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・年末商戦に期待したいが、総選挙が実施されるため、期待感は半減している。
	一般小売店〔紙類〕（経営者）	・客の収入が変わらない一方で、物価上昇が止まる見込みはないため、販売量の減少は継続する。
	一般小売店〔茶〕（経営者）	・とにかく消費が冷え込んでいる。
	百貨店（経理担当）	・12月は総選挙の影響を受けるため、月前半は厳しい状況になる。
	百貨店（営業担当）	・クリスマス商戦が始まったが、今の販売状況ではどうにもならない。12月初めに駅前に大型ショッピングモールがオープンすることから、先行きを非常に憂慮している。
	百貨店（売場担当）	・化粧品や高級ブランドなどについて、前年は月を追うごとに消費税増税前の駆け込み需要がウエイトを増した時期となるので、売上は前年をクリアするのが段々と難しくなってくる。
	スーパー（店長）	・商品が値上がりする一方で客の収入は増加しないので、景気はなかなか良くならない。
	スーパー（財務担当）	・客は円安による物価上昇と消費税増税を痛切に感じる一方、客の収入は増えていないため、今後も節約志向が続く。
	スーパー（営業システム担当）	・店舗の中に売上が前年割れしている店がある。来年は競合店が出店するため、さらに売上が下がる可能性が高い。
	コンビニ（エリア担当）	・円安等による仕入コストの上昇を反映し、先月ぐらいいから値上がりする商品が多い。現在は店の調子は良いが、今後は客の購買意欲が低下して売上に影響が出る恐れがある。
	衣料品専門店（経営者）	・客の様子からは景気が良くなる兆しは全く感じられない。
	衣料品専門店（経営者）	・消費者はまだ8%への消費税率引上げに慣れていない。スーパーで買物後に自分で消費税を再計算すると、毎日の家計への影響が多いことを感じ、どうしても消費が鈍る。またレストランのコース料理が増税前には内税で4,500円であったものが、消費税率引上げ後には税込みで4,860円になっていた。材料の値上がりもあると思うが、便乗値上げかと疑う気にもなる。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・消費者の購買力が回復しておらず、今後の販売量は見通せない。
	家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動から抜け出せていない。大型冷蔵庫、エアコンやパソコンといった主力商品が落ち込んでいる。来客数も前年割れが続いており、暖冬が予測されるため暖房機の動きも悪いと思われる。
家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる要素はなく、現状維持かやや悪くなると思われる。	
一般レストラン（経営者）	・中小企業のボーナス次第というところもあるが、農家の所得減少もみられるため、地方では今後ますます消費の手控えが起こる。ただ消費税再引上げ時期の延期により、生活必需品は年末年始も堅調に伸びる。	
一般レストラン（店長）	・年末年始の予約状況は前年と比べて厳しい。特に選挙がある月は予約数が減少する傾向にあるので、12月は厳しい状況が続く。	
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・納品価格が高騰している。また冬本番となり、利用客数が減少する。	

		観光型ホテル（支配人）	・総選挙が実施されるので、通常見込まれるはずの宴会や飲食利用が手控えられる。また近隣市に大型ショッピングモールが開店するため、当地区でも来客数が減少する。
		都市型ホテル（企画担当）	・宿泊部門はイベントやコンベンション関連の開催動向や先行受注の状況からみると、今後は11月の特需の反動が出る。レストランなどの個人客の利用は以前から伸び悩んでおり、大型ショッピングモール開店の影響がプラスに出るよう期待している。
		都市型ホテル（総支配人）	・消費マインドを向上させる要因に乏しい。レストランの利用客の動向にも活気が感じられない。
		旅行代理店（営業担当）	・総選挙の結果次第である。また消費税再引上げのタイミングも絡むが、すぐに景気が好転することはない。
		通信会社（工事担当）	・年明けから競合他社の攻勢が始まる見込みであるため、今後は厳しい状況になる。
		テーマパーク（業務担当）	・3か月後は外出には寒い季節となる。また年度末で仕事があわただしい時期となるため、行楽客も見込めず多くの来園者は期待できない。
		美容室（経営者）	・現状のまま景気に変化がなければ、客の懐具合はますます厳しくなり、節約が当たり前になる。3か月先には景気はさらに悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・建築物価の高止まりに人手不足が重なっているため、消費税再引上げの時期が決まるまで、しばらく様子を見るという客が多い。
		住宅販売会社（営業担当）	・消費税再引上げが延期されそうである。住宅エコポイント制度の復活も聞くが、客が住宅購入に踏み切る後押しになるかは疑問である。
	悪くなる	百貨店（営業担当）	・12月にオープンする大型ショッピングモールの影響により、今後少なくとも3か月は売上や来客数が大幅に落ち込む。
		百貨店（営業推進担当）	・広告の効果等も売上に反映されず、来客数が伸び悩んでいる。衝動買いをする客が非常に少なく、客は堅実な買物姿勢で、もう1品を買うことがない。
		スーパー（店長）	・近隣に競合店やドラッグストアの出店が予定されている。集客のチャラシが多くなり、客数はさらに減少する。
		スーパー（販売担当）	・商圏としてはやや離れているが、近隣への大型ショッピングモールのオープンが迫り、怖さを感じている。特にモール内に当店の取扱ブランドと同系列の店が出店するため、今後は長期にわたり苦戦を強いられると覚悟している。
		家電量販店（店長）	・前年同時期は消費税増税前の駆け込み需要があった時期であり、来客数も購入点数も前年に比べて減少する。また高付加価値商品が売れず、売れるのは安価な商品だけで、客単価の低下につながる。
		乗用車販売店（統括）	・前年は12月から消費税増税前の駆け込み需要が始まっていたため、今後は売上の前年比は悪くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・3か月後は業界的に閑散期となるため、売上は例年落ち込む。また消費税再引上げが決定されることになれば、個人消費は目に見えて落ち込む。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・来年から団体バス料金が値上げになるため、確実に団体客が減る。
		通信会社（営業担当）	・消費税再引上げの延期で持ち直すレベルの景気の悪化ではない。むしろ先行きに不透明感が強まっており、現状から悪化する。
企業動向関連 (中国)	良くなる やや良くなる	—	—
		化学工業（経営者）	・苛性ソーダの値下げにより粗利益率が向上している。受注量の増加とあわせて、景気は徐々に好転する。
		金属製品製造業（総務担当）	・当社の受注は横ばいで推移すると想定しているが、同業者は工作機械や造船向けの仕事量が増えると話している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・関係先の情報漏えい問題が収まり、受注量が増加する動きが出ている。
		輸送業（経理担当）	・年末に向けて荷動きは活発で、年度末に向けても堅調に推移する。
		金融業（自動車担当）	・取引先の自動車部品メーカーの受注は今の円安傾向が続く限り、堅調に推移する。数か月先も1ドル115～120円程度の為替水準が予想され、高操業が継続する。
		不動産業（総務担当）	・12月は景気に変化はなく、1～3月にかけては賃貸物件の需要時期に入るため、景気はやや良くなる。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・アジやサバ等の青魚は持ち直す傾向にあるが、今年はイカ漁が安定せず不漁である。
		食料品製造業（総務担当）	・予想外の受注量の増加が終わり、1月以降は例年どおりの落ち着いた状況に戻る。
		繊維工業（統括担当）	・総選挙を控えており、今後の見通しはつかない。

		木材木製品製造業（経理担当）	・消費税増税後の景気低迷に加えて、過度な円安によりコストアップが続き、景気は浮揚できない。
		鉄鋼業（総務担当）	・1～3月には受注は落ちるとみていたが、今も受注が続いている。
		鉄鋼業（総務担当）	・多少の波はあると思うが、2020年までは各分野の活動は堅調に推移する。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・先行きは不透明である。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・過去3か月で為替が急激に円安に進行している。原材料や海外からの製品仕入価格は為替の影響を大きく受けるため、企業収益や景気にはポジティブな要因とはならず、景気は変わらずに推移する。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・期待される新製品の販売開始は、もう少し先である。
		建設業（経営者）	・明るい材料がなく、景気の先行きは不透明である。景気はこれ以上悪くならないと思うが、今のところ上向く材料は少ない。
		建設業（総務担当）	・景気の先行きに明るい兆しがみえない。
		建設業（総務担当）	・現状が継続する。
		通信業（営業企画担当）	・公共関連と法人企業はともに情報通信の設備投資案件に積極的でなく、現状設備のコスト削減に向けた提案が増加している。
		金融業（貸付担当）	・消費税再引上げは延期される見込みであり、再度の駆け込み需要は発生せず、年度末にかけて景気は変わらない。地方の中小企業は原材料価格の高騰や円安の影響を受け、利益が増加していない。一部の大手企業が景気をけん引し、更なる賃上げを実施し個人消費が活発になれば、景気はやや良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・客情報や受注量の見直しから、景気は現状のまま推移する。
	やや悪くなる	化学工業（総務担当）	・内需が拡大する見通しがないため、企業業績は為替等の企業努力で対処できない要因で変動する状況であり、企業が長期的な展望を描くことは難しい。内需が拡大するような変化が起こらない限り、景気は良くならない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・現在作業中の案件が完了すると、次の大型案件の作業着手までやや間隔が空くため、作業量は減少する。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注大手企業は円安による為替差益で相応の利益を確保している。一方で下請企業は従来どおりの価格で受注するため、適正利益を確保できない。この構造はデフレ時となら変わらず、むしろ状況は悪化している。
		通信業（営業担当）	・総選挙の実施や消費税再引上げの延期など、政治は停滞しており、今後の景気は上向きには捉えられない。円安基調も変わらず、下請など中小零細企業に恩恵が及ぶ景気浮揚、雇用促進や内需拡大に向けた対策を期待する。
		会計事務所（職員）	・消費税増税後、初の半期決算期が到来したが、税金を支払う時になり改めて増税感を抱く事業主が多い。納税義務者である事業主にとっては引上げ率3%という数字は従来の税率5%からみると60%の税額アップであり、事業主は改めて負担額増大を実感している。また納税段階になって、資金繰りの必要性に迫られる事業主もいる。
		コピーサービス業（管理担当）	・当業界が恩恵を受ける積極的な公共事業の実施は、経済対策として考えにくい。
	悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・円安の影響で原材料の高騰が激しくなっている。そのなかで受注先と値上げを交渉しているが、思うようには交渉が進まない。このままではさらに悪い状態になる。
		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い。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・急激な円安で海外からの仕入材料や部品の価格は20%以上アップしているが、将来的にも円安は収まりそうになく、状況はさらに厳しくなっていく。
雇用 関連 (中国)	良くなる	人材派遣会社（支店長）	・雇用状況の動きは年末から年度明けにかけて活発になる。求人数は前年よりも増えるので、求職者の動向が鍵を握るが、雇用拡大は進むとみている。
		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による相乗効果が期待できる。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・企業の景況感にはやや陰りがあると聞くこともあるが、採用に関しては引き続き積極的な企業が大半である。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・年明けには新卒採用活動が始まり、3月頃からは新卒採用市場が活気づく。例年にも増して採用予算を増額する企業が多いという期待感を持っている。

	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・消費税再引上げが延期になりそうで、景気は気からのたとえどおり、小売業者の表情が明るくなっている。12月に総選挙が実施されるが、小売業者は大きな影響はないと強気である。ただ夜の飲食業界は2年前の師走選挙で大きな悪影響を受けた印象が根強く残っており、今回も不安顔である。
	民間職業紹介機関(職員)	・総選挙の結果にもよるが、現在の失業率が今後も継続していけば、数か月後は今より景気は良くなっている。
変わらない	人材派遣会社(社員)	・季節要因以外による求人の増減は発生せず、求人数は平年どおり推移する。ただし企業は将来の消費税再引上げに向け内部留保を増やす可能性があり、雇用に影響する。
	求人情報誌製作会社 (営業担当)	・来期の採用活動の開始が3月であるため、ここ1～2か月の間では大きな変化は起きない。
	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・デフレ脱却への道筋はみえておらず、景気回復の遅れが鮮明になっている。地方に実感が届く景気を加速させるとの選挙公約を発表した政党もあり、期待したい。
	職業安定所(産業雇用 情報担当)	・管内のある事業所が3年後に閉鎖されるという発表があった。今すぐではないにしろ、今後いろいろな影響が出ると懸念している。
	職業安定所(産業雇用 情報担当)	・年末年始にかけ、求人数と求職者数は例年増加する時期である。ただ新規求人数は今年6月以降5か月連続で前年を下回っている状況に加え、総選挙後の動きも注視していく必要がある。
	学校〔短期大学〕(学 生支援担当)	・景気変動する要因はない。
やや悪くなる	人材派遣会社(支社 長)	・年末をピークに、求人はいったん落ち着く。この数か月で景気が大きく落ち込むことがなければ、来春以降、求人数は再び増加する。
	人材派遣会社(経営企 画担当)	・大型ショッピングモールのオープンに伴う企業の人材需要はしばらく続くため、当業界内では求職者確保の競争が継続する。また年末年始商戦に向けた企業の採用活動も活発になるため、求職者確保はさらに熱を帯びる。
	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となっており、今後の受注状況等の先行きを心配する声が多く寄せられている。また求人意欲に陰りがみられる。
悪くなる	—	—