

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（理事）	・3か月後には当地でもプレミアム付商品券が発行され、景気には一時的なカンフル剤となる。取組終了後の景況に不安は残るし、うわべだけの効果かもしれないが、とりあえず近々少しは景気が良くなる。
		商店街（代表者）	・多数の地方で国の補助金を利用したプレミアム付商品券が発行される予定である。これにより多少かもしれないが、景気は良くなる。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・当商店街は地元百貨店と連携して、タックスフリーの商店街としてスタートする。地方の百貨店でも海外客の売上が伸びており、百貨店と商店街が一緒になって盛り上げようとする取組であり、景気は現状より少しは良くなると期待する。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・やまなみ街道が開通したので、今後も人の動きが活発になる。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の悪影響は減少している。
		百貨店（販売促進担当）	・9月まで36億円のプレミアム付商品券の利用が継続する。お中元や夏セールといった大型商戦がスタートするが、フォローとなる期待感がある。ただ中間層のシビアな購買姿勢は継続すると思われる、消費喚起には話題性のあるもの等、新しい仕掛けが必要である。
		スーパー（販売担当）	・2～3か月先はボーナスが支給された後になるので、売上げが期待できる。
		スーパー（営業システム担当）	・競合店が倒産したこともあり、当社の売上は増加する。
		コンビニ（エリア担当）	・今後の景気は天候に大きく左右される。また最近はスマートフォン等でゲームや音楽を利用するため、プリペイドカードの売上が結構伸びている。従来は子供だけであったが、今は大人が購入する姿もよく見かける。景気が上向いてきたので、客に食費以外の娯楽に金を回す余裕が出ている。
		コンビニ（エリア担当）	・盛夏期に向けて、ファーストフードや中食商品を中心に売上げが活発化する。
		家電量販店（店長）	・6月はボーナス商戦に入るの、来客数は増加する。また季節要因として、エアコン等の季節商材の販売が期待できる。
		家電量販店（企画担当）	・このままの調子でいけば、景気はやや良くなる。
		乗用車販売店（業務担当）	・6月には新商品の投入がある。また7月には商品の改良も予定されているので、売上げを期待できる。
		乗用車販売店（店長）	・年間スケジュールでみると、今が一番厳しい時期である。今後は新車の投入も予定されているので、現状より悪くなることは考えにくい。
		乗用車販売店（営業担当）	・まわりの経営者は仕事が忙しくなりつつあると言っているの、全体的には景気は上向きになる。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・地元プロ野球チームの人気や駅前再開発の好影響が期待できる。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・今後はパーゲンセールを開催するので、来客数の増加を期待する。
		一般レストラン（経営者）	・プレミアム付商品券の発行など消費を喚起する動きがみられるので、今後は景気が良くなる。
		一般レストラン（店長）	・ここ数か月、インバウンド客の予約が好調で3か月先の予約も入っており、売上げが期待できる。また学生の予約も好調で、コンスタントに入っている。
	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・やまなみ街道の開通により、来客数が増加し、買上点数も増加傾向にある。	
	観光型ホテル（支配人）	・来年計画されている県内観光キャンペーンの事前活動が7月から開始されるので、当地にも好影響が期待できる。	
	都市型ホテル（企画担当）	・7月から地方創生に伴う助成金制度がスタートする。宿泊施設にとって、旅行券の取組は地域の消費活性化にも寄与する集客機会と捉えている。夏休み時期もくるので、宿泊客の増加につながる。	
	都市型ホテル（企画担当）	・宿泊客や宴会部門の予約状況は好調に推移している。レストランではランチ時間帯の主婦層が増えると思われる。ただし円安の影響で仕入価格の高騰が懸念される。	
	都市型ホテル（総支配人）	・松江城が国宝に指定され、観光需要を喚起する好材料となる。	

	旅行代理店（営業担当）	・各地で地方創生に伴う助成金制度を利用した旅行券の取組が展開されるようなので、少しずつではあるが景気に効果が現れてくる。
	タクシー運転手	・今後は梅雨に入るし、ボーナスシーズンになるので景気は上向く。
	通信会社（工事担当）	・客動向をみると、景気はやや良くなる。
	テーマパーク（営業担当）	・例年、これからは個人客が多い季節に入るので、団体客の落ち込みの影響は小さくなる。
	設計事務所（経営者）	・地域型住宅グリーン化事業や省エネ住宅ポイントを利用する客が増えるよう期待する。
	住宅販売会社（営業担当）	・客からの問い合わせが頻繁にあり、工事の受注件数も増えている。
変わらない	商店街（代表者）	・プレミアム付商品券は一時的なもので、景気が一気に上昇するほどの効果はない。
	商店街（代表者）	・食材の値上がりをメニュー売価に反映させたが、販売は予想したほどには悪くなっていない。客も納得していると感じる。
	商店街（代表者）	・観光客の来店数はまずまず順調である。ただ客の来店が土日に偏り、平日の来客数は減少傾向である。賃金の上昇が商品の値上げに追い付いていないため、客は消費を控える。
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・5月に入り、印鑑、ゴム印や名刺等の注文が少なくなっている。また周囲にも活気がみられない。
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・お中元商戦などでプレミアム付商品券が使えることを客にアピールし、なんとか良い流れに乗りたい。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・景気が回復する要素があまり見当たらない。
	百貨店（経理担当）	・6月は物産展などの催事があり、売上増を期待する。8月にはプレミアム付商品券の利用が始まる予定であり、売上増につなげたい。
	百貨店（営業担当）	・アパレルの売上が低迷を続けているのは、当館だけではないようである。客の嗜好の変化に我々が追い付いていない。抜本的な見直しが必要であると感じるが、急には舵を切れず悩みは深い。
	百貨店（営業担当）	・ここ数か月間、予算計画の達成が難しい状況が続いており、今後も継続する。
	百貨店（営業担当）	・高額品や季節商材は好調であるが、衣料品の苦戦は続いている。今夏のセールはスタート時期が前年よりも遅くなり、ブランドも分散するので、前年以上に厳しくなる。
	百貨店（営業推進担当）	・最近野菜の高騰や一般食料品の値上げなど、消費にブレーキがかかる話題が多く、心理的にも厳しいものがある。ただ電気やガス料金の値下げ情報などもあり、その効果に期待したい。
	スーパー（店長）	・良くなる材料も悪くなる材料も見当たらない。
	スーパー（店長）	・来客数と客単価が前年を上回る状況が3～5月の3か月間続いている。この傾向は今後も継続する。
	スーパー（店長）	・これから梅雨に入る。前年は冷夏であったが、天候が順調に回復して気温が上がれば、景気は上向く。
	スーパー（店長）	・商品の値上げが多く発生しているため、消費者が必要な物しか購入しなくなる可能性がある。
	スーパー（店長）	・景気が良くなる要因は見当たらず、むしろ値上げなど景気へのマイナス要因が大きい。
	スーパー（総務担当）	・現状のままで推移しそうである。天候による生鮮品の高騰が不安である。
	スーパー（業務開発担当）	・降雨不足や円安による食料品の高騰がメディアで報道されているため、消費者は今も高くても仕方ないと納得している感じになっている。ただこの状態が続くと、一番先に節約されるのは家庭内の食費であり、今後が心配である。
	スーパー（販売担当）	・ゴールデンウィーク以降も、来客数と客単価はともに例年並みの数字で推移しており、直ぐに景気が良くなるとは考えづらい。ただこの数日、一気に気温が上昇したため夏物の動向が良くなっており、期待を寄せている。
	スーパー（財務担当）	・地元の中小企業ではまだ賃金の増額がみられないため、消費者の節約は今後も続く。
スーパー（管理担当）	・プレミアム付商品券の発売に期待するが、購入者がどの分野に使うのか想定できない。	
コンビニ（副地域ブロック長）	・まわりでは所得が上昇している話を聞かない。	
コンビニ（支店長）	・来客数と売上の傾向から判断すると、現状維持が今後も続く。	
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。	

家電量販店（販売担当）	・エアコンの売上が伸び悩む傾向である。
乗用車販売店（統括）	・本年度は新型車の発売予定がないため、販売量は厳しい。
乗用車販売店（営業担当）	・給与所得者は景気の上向きを感じていない。ボーナスもいくら出るかわからず、支給がないという話も聞く。ベースアップは大企業のみであり、中小企業は無関係といった感じがある。
乗用車販売店（総務担当）	・商品ラインナップに変更がないため、来店数や商談数ともに現状維持が続く。
乗用車販売店（営業担当）	・新製品の投入予定はない。同業他店の来客数や販売量を見ても、当社と同様である。
住関連専門店（営業担当）	・家具販売イベント開催時には多数の客が来場したが、イベント終了後は店への来客数が減少したままである。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・プレミアム付商品券の発行が多少は家計の助けとなるかもしれないが、その効果は長くは続かない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・食料品の値上げの動きが止まらない。また飲食店においても同様な動きがある。
その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・景気が好転する材料がない。
高級レストラン（スタッフ）	・予約状況は前年より少し悪い。ただ今後予約がどれだけ伸びるにかかかっており、現時点では先行きは判断しにくい。
一般レストラン（経営者）	・一時的な消費増はプレミアム付商品券の影響と考えられる。ボーナス増額の期待が地方では薄いため、今後の消費も手堅い状況が続く。
一般レストラン（外食事業担当）	・4月にメニューを改定し売価を値上げしたが、それ以降も調子が良い。今後の天候次第であるが、早く暑さが訪れる予報が出ているので、今後も良い状態は継続する。
スナック（経営者）	・先月少し良かったかと思えば、5月は売上がまた落ち込んでいる。地方の景気回復には、まだまだ時間がかかる。
観光型ホテル（宿泊担当）	・客単価は前年同月と比較しても、ほぼ同じである。
都市型ホテル（スタッフ）	・来客数が直近では増えているが、単価が上がっておらず、景気は様子見状態である。
旅行代理店（経営者）	・景気が良くなる材料がないうえ、消費者への刺激策に新たな対応がみられない。
タクシー運転手	・タクシー料金の値上げが計画されており、値上げ後の客離れを心配する。
タクシー運転手	・地元企業での交際費の削減は緩和されておらず、景気回復の兆しはみられない。個人客の利用についても、収入増が物価上昇に追い付いていないため、財布のひもは固い。
通信会社（社員）	・販売量の増加が見込めない。
通信会社（企画担当）	・新商材として仮想移動体通信事業という新サービスの準備を進めており、客の期待が高まっていると感じる。開始早々は大きな動きにはならないが、先行きの契約数の増加を期待できる。
通信会社（総務担当）	・客の購買意欲が感じられない。
通信会社（広報担当）	・このままの調子では、今後の商戦期に客の購買意欲が上がる期待はできない。客は旧型商品の値下げ等を待っている様子である。
通信会社（営業担当）	・現在の景気は小康状態である。
通信会社（総務担当）	・年度替わりの引越し等に絡む新規加入が落ち着いてきており、しばらくはこの状態に変化はない。
通信会社（販売企画担当）	・消費者の可処分所得が増えているとは感じない。
テーマパーク（管理担当）	・全体的に消費が鈍化している。来館者数や商品購買高等に変動がなく、今後もこのまま推移する。
テーマパーク（業務担当）	・夏休みまでは連休もなく、また梅雨時期に入ることもあり、多くの来客は見込めない。
ゴルフ場（営業担当）	・予約数は前年並みで変わらない。
競艇場（職員）	・今後のレース日程をみると、レースのグレードが今月と同程度である。
美容室（経営者）	・景気が良くなる材料が出てこない。
美容室（経営者）	・2～3か月先では賃金が大幅に上がっているとは思えない。今後も物価上昇が予想され、客は節約に走るので、サービス業にとって良い状況になるとは考えにくい。
美容室（経営者）	・来店数は増えているが、物販の動きに変化はない。客はまだまだ先行きへの警戒心を持っている。
設計事務所（経営者）	・年内は受注の増加が見込めない。

		設計事務所（経営者）	・地方経済は国の予算に頼るばかりであり、予算削減のなか今後の見通しが立たない。
		設計事務所（経営者）	・建築物価は高止まりしたままで、改善するような要素が見当たらない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税から1年が経過し、また大手企業の3月期決算が良いことを受けて、しばらくは好況感が続く。
		住宅販売会社（営業担当）	・例年と同様に、客の住宅検討時期が終了している。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客からはより安く、よりタイムリーに買おうという姿勢をありありと感じる。一部の製造業は景気が良いと耳にする が、物販は最近またデフレ傾向が強くなっており、今後が不安である。
		商店街（代表者）	・地方では大半の人は収入が増加していない。急激な円安で食品等の値上げが続くので、買い控える人が多くなる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・景気に全く明るい見通しを持ってない。
		百貨店（売場担当）	・アパレル業界の出店凍結や店舗閉鎖が新聞記事になり、状況は良くない。クリアランスセールスタート日も分散し、在庫もタイトなことから、売上の大幅な伸びは期待できない。
		百貨店（売場担当）	・いわゆる夏のセール時期になるが、年々セールの売上がダウンしている。また客の安ければ買うという購買パターンが崩れている。
		コンビニ（エリア担当）	・急激な円安の影響で食品の値上げが次々と発表されるため、消費者の節約志向がますます進む。
		衣料品専門店（経営者）	・家計を切り盛りする主婦には最近の食品の値上がりは頭が痛い。一つ一つは少額であるが全般的に値段が上がっているため、いつもと同じように買ったつもりでもレジの会計では総額がすごく高くなる。食品は毎日買物しなければならないので、その他の商品はしわ寄せがきて、厳しくなる。
		家電量販店（店長）	・ボーナス商戦に期待したい。景気が良くない企業もあるので、商戦にも若干の不安を感じる。
		自動車備品販売店（経営者）	・アベノミクス前に逆戻りして、景気の良い企業と悪い企業の差が激しい。我々の業界はデフレ状態で、タイヤの売価は下がる一方である。しわ寄せはすべて小売店に押し付けられ、メーカーは相変わらず海外で大儲けする。
		住宅販売会社（営業担当）	・過去の実績から判断すると、2～3か月後は来客数が減少する時期である。例年に反して今年度に増加する要因も見当たらない。
	悪くなる	スーパー（店長）	・競合店が販売促進を強化する影響が出る。また日中に気温が高いため、客足が遠のく。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・松江城が国宝に指定されたという明るい話題はあるが、団体客についても個人客についても増えそうな感触は依然として持てない。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先も多くの車種において受注が増える予定であり、好景気が継続する。
(中国)	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・脂がのったアジがおいしい季節となり、水揚げ量も順調で市場にも安価で出回る。特に当漁港のアジはブランド魚となっているが、漁獲量が少ないため一般市場には出ない。
		繊維工業（統括担当）	・景気が良くなってもらいたいと期待するのみである。
		木材木製品製造業（経理担当）	・住宅着工戸数の回復と消費税再引上げ前に購入する客の増加を期待する。
		化学工業（経営者）	・化学工業薬品全般にわたり単価下落は一段落した感があり、受注量も徐々にではあるが増加基調にある。
		金属製品製造業（総務担当）	・ものづくり補助金や省エネ補助金の影響で得意先の受注量が増える見込みであり、当社も波及効果を受ける。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・円安により材料調達単価に引き続き割高感はあるが、これからは現状が普通であると認識するしかない。利益確保に向けて新しい付加価値をつけ、販路拡大を目指していく方向に転換する。
		輸送業（経理担当）	・輸出関連の荷扱いを中心に数量増を見込んでおり、景気は良くなる。
		金融業（貸付担当）	・報道による景気動向では、賃金上昇により個人消費は上向くとされる。取引先においても今後の消費に期待する企業が多く、全体としては景気はやや良くなる。現在、販売価格の値上げを交渉する企業では、数は少ないが交渉が成立する取引先もみられることから、地方中小企業の業績も少しずつ回復していく。
		広告代理店（営業担当）	・客の動向及び受注量等の動きからみて、現状より景気はやや良くなる方向である。

		会計事務所（職員）	・ 今月の法人決算をみると、給与支給額が前年より増加した場合に受けられる法人税の特別控除を適用する法人が結構ある。法人に利益が出た場合に従業員に還元する事業者を税制面で応援する形である。この状況からみると、個人消費がマイナスに向かう可能性は小さくなる。		
変わらない		化学工業（総務担当）	・ 地方の景気回復が進んでほしい。景気回復の恩恵が全体に分配されなくては、国内全体として需要が回復しない。		
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・ 今後2～3か月は鉄鋼業の減産は継続する見込みである。このため生産量は現状水準が続く。		
		鉄鋼業（総務担当）	・ 在庫を適正レベルに戻すにはしばらく時間がかかると思われ、上期中は調整が継続する。夏になって建築など物件が動き出せば市場も活発化するので、今後の動向を注視する。		
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・ 内示どおりの受注が予測される。また販売量も前年並みである。		
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・ 低船価が継続し、また円安による原材料や副資材の高騰、加工外注費の増加等もあるので、先行きの景況感としては現状維持である。		
		建設業（総務担当）	・ 予定する工事への技術者配置で目一杯であり、この先しばらくは現状維持の状況である。		
		建設業（総務担当）	・ 今後の景気動向は不透明である。		
		建設業（総務担当）	・ 良くも悪くも、地方の景気に影響が出るには時間がかかる。		
		輸送業（支店長）	・ 大手量販店が6月にオープンし、今後も引き続き出店が見込まれる。当地の駅前南口や北口の再開発の進ちょくとともに、物流の伸びが期待できる。反面、個人消費の落ち込みや中小企業からの荷量の低迷は続くと思われ、トータルとしては前年並みで推移する。		
		通信業（営業担当）	・ 国会では安全保障法制や対中国・対韓国外交などが中心に議論されており、内需や個人消費拡大に向けた景気対策がみえてこない。		
		金融業（自動車担当）	・ 新興国の景気悪化など懸念材料はあるが、現在の為替水準であれば完成車メーカーの輸出は当面高水準が継続する。また部品メーカーの受注も好調である。		
		不動産業（総務担当）	・ 賃貸物件の需要時期は終了したため、9月まで現況が継続する。		
やや悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・ O E M生産が計画どおりに進ちょくしていない影響は大きく、当社は年間予算の見直しを進めている。5月現在では売上減をカバーできるまでには至っておらず、今後について不透明な部分がある。		
		鉄鋼業（総務担当）	・ 手元の情報では、夏以降に仕事量が減少しそうである。今後は経費等を抑える取組を進めていく。		
		電気機械器具製造業（総務担当）	・ 客先からの受注数量が伸びない。		
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進んでいるが、販売単価になかなか反映できない状況である。		
		一般機械器具製造業（総務担当）	・ 今後の受注量や販売量については、太陽光発電に対する政策や取組の影響が大きい。		
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・ 在庫の回転状況が悪く、受注量が今期後半より著しく落ち込む見通しである。		
雇用 関連 (中国)	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（支社長）	・ 毎年、夏から年末にかけて季節的な繁忙により求人が多数発生するが、今年も同様の動きが予想される。		
		人材派遣会社（経営企画担当）	・ 人材派遣の受注状況は引き続き好調であると予想する。求職者の登録状況は回復してきている。企業と求職者とのマッチングを進めて、引き続き紹介機能を強化する。		
		人材派遣会社（支店長）	・ 求職者の動きが5月末から少し出てきているので、景気は良くなる。		
		職業安定所（所長）	・ 以前から医療・福祉業や建設業の人手不足分野では求人意欲は極めて高かったが、緩やかな景気回復を背景に基幹産業である製造業にも求人意欲の高まりを感じる。		
		職業安定所（雇用開発担当）	・ 来春卒業者を対象とした求人取扱説明会を開催したところ、前年を上回る事業所から参加があった。これから判断すると、企業の新卒者の採用意欲は高い。		
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・ 業界最大手コンビニチェーンの出店や、就職希望者が多い製造業の工場が進出する計画がある。また松江城の国宝指定に伴う観光客の増加も見込まれる。		
		民間職業紹介機関（職員）	・ 製造業では軒並み、おう盛な受注が続いている。試作依頼が引っこりなしに続くメーカーもあり、当面この状態が継続する。		
		変わらない		人材派遣会社（社員）	・ 今月も良い形で推移しており、しばらくこの状況が続く。

	求人情報誌製作会社 (広告担当)	・求人数自体は各社とも高水準で推移する気配である。新卒採用ではなかなか十分な補充数を見込めないため、企業が積極的に対応する可能性が高い。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・今後さらに円安が進み、ガソリンや生活必需品も値上げになると、景気回復の恩恵が少ない地方では消費者が支出を抑える状況となる。
	学校 [大学] (就職担当)	・現在、景気が良い状態が続いており、今後2～3か月先もこの状態は継続する。
やや悪くなる	職業安定所 (産業雇用情報担当)	・最大手の家電量販店の閉鎖店舗のなかに当管内の店舗が含まれている。求人倍率は1倍を超えているが、今後の景気の先行きに不安がある。
悪くなる	-	-