

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	通信会社（総務担当）	・大規模集合住宅への営業展開を進めているほか、加入料金を大幅に割り引くキャンペーンを予定しており、加入件数の増加が見込める。
		競艇場（職員）	・9月にG1競争の売上が見込める。
(中国)	やや良くなる	商店街（代表者）	・景気が良くなる話題がちらほら聞こえてくるようになった。
		百貨店（人事担当）	・燃費不正問題の影響で止まっていた大手自動車メーカーの生産ラインが徐々に再稼働しており、少し期待できる。
		スーパー（販売担当）	・夏休みに入って近くの観光地を訪れる人の数が増え、その影響で土日の来客数が増加しており、しばらくこの状況が続く。
		スーパー（販売担当）	・今年の8月から祝日が1日増え、中国総体開催の影響もあって来客数が増加する。前回の中国総体では土産品で230万円の売上があり、今回はその実績を上回る見込みである。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・観光客の増加や各地イベントでの集客が見込まれる。また健康商品のニーズが上昇し、リピート購買が期待できる。
		家電量販店（店長）	・梅雨が明けてエアコンの売上が伸びる。
		乗用車販売店（業務担当）	・年後半に向けて新商品の投入が続くので期待が持てる。
		乗用車販売店（統括）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響がまだ残りそうである。
		乗用車販売店（営業担当）	・賞与が出ているので客が増加する。
		乗用車販売店（総務担当）	・以前から一定程度の来客数は見込めているが、新型車の発売によってにぎわいを取り戻せる。
		タクシー運転手	・燃費不正問題の影響で停止していた大手自動車メーカーの生産が再開されたので、景気はやや良くなる。
		タクシー運転手	・暑くなるにつれピヤガーデンに行く人が増え、タクシーを足代わりに利用する人も出てきて、景気は徐々に良くなる。
		通信会社（工事担当）	・客の様子からやや良くなる。
		通信会社（総務担当）	・通信用固定回線では大きな変動がないため景気は変わらないが、新作スマートフォン向けゲームの流行により、スマートフォンユーザーの消費拡大に期待が持てる。
		通信会社（販売企画担当）	・新機種発売により販売量が伸びる。
		テーマパーク（営業担当）	・秋の後楽シーズンを迎えて客の動きが戻ってくる。
		ゴルフ場（営業担当）	・来客数が今月は少し上向き傾向なので、インバウンドの集客も伸びれば良くなる。
		住宅販売会社（営業担当）	・梅雨が明けて販売量が伸びる傾向にある。
		住宅販売会社（営業所長）	・当社販売用土地の確保ができています。
		変わらない	
商店街（理事）	・景気が良くなる要素がない。オリンピックで一喜一憂するかも知れないが、実際の生活や消費に影響はあまりなく、景気は悪いまま推移する。		
商店街（代表者）	・8～10月は需要期に入るが、円高が続くとインバウンド客には期待できない。		
商店街（代表者）	・地方の収入は増加しない。食品の値上がりは家計を圧迫し、客の買い控えの状況に変化はない。		
一般小売店〔靴〕（経営者）	・中型の新築テナントビルが中心市街地に増えて中古物件に空きが出てきており、商店街を歩く人は増えず、今後のあり方に不安を覚える。		
一般小売店〔茶〕（経営者）	・このまま悪い状態が続く。		
一般小売店〔紙類〕（経営者）	・金を使わない旅行が主流になっているため景気は停滞する。		
一般小売店〔印章〕（経営者）	・株価が下がるなど良い話題がなく、営業に関する名刺注文が出ないことから、前向きな動きは期待できない。		
一般小売店〔食品〕（経営者）	・参議院議員選挙後の景気対策にもよるが、小売に直接影響が及ぶことはない。		
百貨店（経理担当）	・夏物の最終クリアランス後に秋物がスタートする。ファッション部門の売上が好調を維持できるかにかかっている。		
百貨店（営業担当）	・現状の売上が続く。インバウンド客による化粧品購入はいずれ勢いが止まるので、更に厳しくなる。		

百貨店（営業担当）	・気温や天候以外に客心理にプラスに働く材料がなく、売上は前年確保がやっとで、大きくプラスになることはない。
百貨店（営業担当）	・政情の不安定さが継続する。
百貨店（販売促進担当）	・リオオリンピックの盛り上がり新しい購買に結び付く期待感はあるが、主力のミセス商品に対する客の堅実さと厳しい購買姿勢は継続するため、景気の高揚にはまだ時間がかかる。
百貨店（営業推進担当）	・劇的に変化する材料はなく、何か外的要因がなければ現状は当分続く。
百貨店（売場担当）	・8月はこのままの猛暑が続けば夏物セールに期待ができるが、秋物の作り込みが少ないことから後半はやや鈍化する。地元プロ野球チームが優勝すれば9月は期待できる。
百貨店（購買担当）	・客は必要な商品のみを購入し、それ以外は安くても購入しない流れは続く。秋物商戦に入る数か月後に客の買い方が変化するとは期待できない。旅行やイベントに参加したという話は聞くが、そこに着ていく洋服や装飾品を購入することはない。
百貨店（売場担当）	・秋以降の冬物商戦では、今月のような好調な状況は続かず微減で推移する。
スーパー（店長）	・秋の気配が早まるほど景気は上向く。
スーパー（店長）	・売上を押し上げているのは単価の上昇であり、この状況は続く。
スーパー（店長）	・景気が良くなる材料はない。
スーパー（店長）	・商圏内企業の好景気が続く見込みがない。
スーパー（総務担当）	・来客数が横ばいで推移しており、回復が見られない。
スーパー（業務開発担当）	・暑さが続くようなので冷菓や飲料関係が好調に推移する。
スーパー（営業システム担当）	・先行きの不透明感から客は必要最低限の購入に留まっている。ただ近年から続く健康志向の高まりの影響からか、オーガニック食品の売上は毎月微増している。
スーパー（管理担当）	・ディスカウント店の進出情報があり、現状に大きなプラス変化は期待できない。
コンビニ（エリア担当）	・残暑が続くことになれば、夏向け商材の売行きはさほど低下せず、景気はこのまま維持する。
コンビニ（エリア担当）	・来客数の伸びが売上を押し上げているが、一過性のものなので、今後は店の清潔さ、品ぞろえ、接客態度などを工夫して現状の好調さを維持する。
コンビニ（エリア担当）	・購入点数が減少し販売量も伸びない。
コンビニ（支店長）	・現状では上向き傾向にある。
衣料品専門店（店長）	・景気が良くなる状況ではない。
家電量販店（店長）	・客は将来に対して不安を抱いており、財布のひもを緩める気配はない。
家電量販店（店長）	・ここ数か月、景気が上向いた感はない。季節的要因による売上の伸びはあるものの、同期間に季節商材以外が同様に売れば景気が上向きとの判断ができるが、実際は家電に使う金が季節商材に使われただけである。
家電量販店（企画担当）	・特に良くなりそうな要素がない。
家電量販店（販売担当）	・決算や新製品に期待が持てる。
乗用車販売店（店長）	・6月から客の動きが鈍く、目玉商品の発売予定もないので現状は続く。
乗用車販売店（営業担当）	・一般整備での来場はあるが、車を見に来る客は減少している。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・売上の増加につながる要素がない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・6月の売上増加は、来客数の増加によるものではなく、単価上昇によるものであり、景気の先行きが良くなる傾向ではない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・これから夏休みと盆の動きを見ながら判断していく状態である。好転の要素はないが、マイナス要素も見られない。
高級レストラン（宴会サービス担当）	・来客数は前年並みに推移しているが、予約状況は前年より悪い。今後の動きによるが、まだどのようになるか分からない。
一般レストラン（経営者）	・実質的な所得の増加が期待できない現状では、はっきりとした動機がないと客は外食をしなくなるため、今後も厳しい状況が継続する。
一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。

一般レストラン（外食事業担当）	・大手外食チェーンの outlet で、地元中小の飲食店は閉店するところが増える。業態としても食べ放題メニューを取り扱う店が増加し、デフレ傾向が進んでいる。週末のファミリー客の利用が増えず、今後も現状のままである。
スナック（経営者）	・政策や地方の経済状態に何も変化がないのに、景気が良くなることはない。
観光型ホテル（営業担当）	・夏休みになり家族旅行の来客数が増加することが期待できる。
都市型ホテル（スタッフ）	・客単価が上昇しない。
都市型ホテル（企画担当）	・下期以降は大きなイベント開催の予定はなく、需要を掘り起こす要因が少ない。個人消費でもオリンピック景気とはいえ、物価高騰の契機ともなっており、英国のEU離脱問題や海外テロ事件の勃発などで、今後の景気の不安要素はぬぐいきれない。
都市型ホテル（総支配人）	・プラス要因としてテーマパークのオープンがあるものの、盆以降は九州復興支援の動きもあり不透明である。
旅行代理店（営業担当）	・景気が大きく変わる要素はなく、そのような兆候もない。
タクシー運転手	・中国総体が開催されるので、全国からの参加者や応援団のタクシー利用が増える。
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）	・スマートフォンやモバイルについては、今年後半も新作スマートフォン向けゲームの話題が続くため、関心が継続し購入も拡大する見込みである。
通信会社（営業担当）	・当社は個別かつ限定的理由で販売量が増加傾向にあるが、総合的に経済を上向きにする要因は見当たらない。
テーマパーク（業務担当）	・秋の行楽など来客数の増加に期待できる要素はあるが、前年に比べ連休も少ないことから大きな集客が見込めない。
テーマパーク（管理担当）	・熊本地震以降の4～5月は入館者数や物販売上が微減していたが、6～7月は前年同月並みに回復している。
美容室（経営者）	・離職率と採用人数のバランスが取れてないので売上に繋がらない。
設計事務所（経営者）	・来場者数の増加が見込めず、動きも低調である。
設計事務所（経営者）	・先が見えない。
設計事務所（経営者）	・建築工事に関して消費者に営業をかけても動きが悪く、消費税率引上げの延期も景気改善につながってこない。
設計事務所（経営者）	・建築を取り巻く状況が大きく変わる要因が見当たらない。今後建築費が下がる気配もない。
住宅販売会社（従業員）	・消費税引上げ延期により、駆け込み需要がなくなってしまったので、しばらくは景気を刺激する起爆剤がない状況が続く。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・2～3か月先の経済施策や為替相場、株等の状況次第ではあるが、あまり期待できず、景気はやや悪くなる。
商店街（代表者）	・客の財布のひもが非常に固く、今よりも価格が下がるのを待っている状況である。客はより安く、タイムリーにより良い商品を求める。
スーパー（店長）	・地元企業の業績悪化により、収入減から支出抑制の構図が顕著になる。
スーパー（店長）	・高齢者の多い地域では盆に帰省する家族のために金を多く使い、盆以降は節約傾向になる。
スーパー（財務担当）	・景気状況よりも地域全体の人の心理的不安の方が大きく、今後も節約が続く。
衣料品専門店（経営者）	・消費者の金の使い道が変わってきている。文化を大切にしながら職人の技を認めてもらえる商売も大切にしなければならない。
住関連専門店（営業担当）	・来客数が減少しているので、新築や婚礼の情報が得られず、今後の売上は期待できない。
その他専門店 [時計]（経営者）	・今月は季節的要因で売上が増加したが、今後は期待できない。
その他専門店 [布地]（経営者）	・明るい材料がなく、今後は各市町村の努力次第で格差が出てくる。
その他専門店 [海産物]（経営者）	・秋は行楽シーズンで来客数は増えるが、今年は熊本地震関連の九州ふっこう割制度で、九州地方に人が流れることを危惧している。
一般レストラン（店長）	・景気が良いという話を客からはあまり聞かない。前年に比べると少し落ち込む見込みである。
観光型ホテル（宿泊担当）	・相変わらず客は少しでも安い商品に流れる傾向にある。
都市型ホテル（企画担当）	・昨年は被爆70周年の年で多くの人々が広島に来たので、その反動が想定される。

		通信会社（広報担当）	・客は常に質より安いものを求めているため、通常の状態では売れない。
		美容室（経営者）	・景気が上向き気配がない。大きな商業施設に客が流れ、商店街の来街者数が減少し、安くしなければ客は来ず、悪い方向に向かっている。
		美容室（経営者）	・客の所得が上昇する要素はなく、夏のレジャーで消費した分、2～3か月後は景気が悪くなる。
	悪くなる	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
		スーパー（販売担当）	・例年であればバーゲン時期に入ると来客数が伸びるが、今年はそれ程でもない。客の行動からも無駄な物や不必要な物は買わない傾向が顕著である。客の節約意識は高く、消費への意欲は弱い。
		自動車備品販売店（経営者）	・景気が上向き要素がなくマスコミも悪いことばかり報道するので、消費者の気持ちは盛り上がりせず、景気も落ち込む。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・サービスエリア沿線の高速道路の交通量が減少しているため来客数が少ない。
		住宅販売会社（営業担当）	・住宅ローン金利が過去最低を更新している一方、消費税率引上げ延期で客の出足が鈍る傾向にある。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・秋に向けて受注の予定がある。
(中国)	やや良くなる	木材木製品製造業（経理部次長）	・英国のEU離脱問題により一時的な円高株安で市場が混乱していたが、今後は落ち着き、低金利政策の効果もあって新築住宅着工戸数も前年同期を上回っているため、今後2～3か月は受注量や販売量がやや良くなる傾向にある。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注量が増加し、新規案件の受諾も進む。
		金融業（貸付担当）	・新興国や中国の景気減退感から景気に対する不安感があり、国内の消費マインドは落ち込んでいる。しかし取引先ではコスト削減などにより、悪いなりに前年程度の業績を確保しており、今の状況が長引かなければ更なる業績回復が見込まれる。英国のEU離脱問題後からの回復は見られ、また安倍政権の景気対策の発表により今後の景気は持ち直す。
		会計事務所（職員）	・参議院議員選挙で与党が勝利したため、公共事業に頼っている建設業等には安堵感がある。人手不足の問題と材料費の高騰に改善が見受けられるようになれば、秋口以降の景気は上昇が期待できる。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・不安要素はたくさんあるが、変動する様子は見られない。
		食料品製造業（総務担当）	・お中元商戦の伸びが悪く、前年より厳しい状況になる。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・手持ち受注の大型案件が本年末まで継続するため高水準の生産状況は継続する見込みである。スポット受注の引き合いは弱く、現状が継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・オリンピックに向けて下期からの建築需要増への期待はあるものの、いまだ具体化したものが見えない。首都圏では動き出すかも知れないが、当地区まで仕事は回ってくるのか懐疑的である。
		鉄鋼業（総務担当）	・秋以降は生産量が増加するが、政治、為替、紛争、テロ等のリスクが多すぎて楽観視はできない。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・5月のテレビ用パネル世界出荷量は前月比1.4%増で、各社在庫積上げ前倒しの様相である。しかしスマートフォンは成長率7%と前年度から半減している。事業分野別で差もあり、全体的には現状から横ばいである。
		金属製品製造業（総務担当）	・ものづくり補助金案件が増えると想定しているが、微増に留まる。他の変動要因は見当たらないため、現況が3か月後も続く。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・円高傾向による先行き不透明感はぬぐえず、設備投資には慎重になっている。当面地方では景気に浮揚感はない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・新商品がなく受注量の増加は見込めない。
		建設業（総務担当）	・着手待ち物件がこの先1年間は切れることがない状況である。
		輸送業（支店長）	・燃料単価が一定せず、個人消費がどこまで持ち直すのか予想できず、不透明感が強い。
		通信業（営業企画担当）	・企業案件としての設備投資に関する商談があるものの、雑談の中で個人消費に関する話題が減少している。
		通信業（営業担当）	・具体的な景気対策を早急に求めたいところであるが、上向き要素があまりない。

やや悪くなる	不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期ではないため、今月とあまり変わらない。	
	広告代理店（営業担当）	・秋の行楽シーズンの販売促進の方向性と進行状況から判断して、現状と変わらないと客は予測している。	
	化学工業（経営者）	・長引く景気停滞感に加え、今後主要取引先が相次いで秋の定期修理の時期に入るので、引き続き受注量が減少する見込みである。	
	化学工業（総務担当）	・製造業にとって景気が横並びかそれ以下であれば、為替や原料の価格による業績変動が大きくなる。特にエネルギーについては国主導で良い方向に向かう政策が望まれる。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・新規案件の乏しさ、為替の不透明感等からマインドは徐々に悪化する。	
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・現状で何かが起きれば経済はどん底に落ちる危険性をはらんでおり、先の見えない状況が続く。	
	建設業（総務担当）	・英国のEU離脱問題、中国の景気後退、米国大統領選など、不安定要素が多すぎて、先の見通しが立たない。	
	輸送業（経理担当）	・今後の入出庫予定は少なく、海運関係も増加が見込めない。	
	輸送業（総務担当）	・英国のEU離脱問題で円高傾向が進んでおり、輸出産業にじわじわと影響が出てくる。	
	金融業（融資企画担当）	・円高の進展で自動車メーカーの輸出は台数が確保できても採算悪化は避けられない。このため部品メーカーへのコストダウン要請は強まり、部品メーカーの収益は前年比で減少する。	
悪くなる	農林水産業（従業者）	・イカ釣り漁が最盛期であるが不漁である。他魚種もふるわず、夏枯れに入った感がある。	
	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。	
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）	・雇用を大きく左右する変化はない。今後秋口から年末に向けては、例年通り季節的な繁忙に対応する求人が多く発生する。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・人手不足の状況はしばらく続く。企業によっては計画していた大卒採用がままならず、早目に高卒に切替えたところや、例年より早目に採用計画を立てたところもあって高卒求人の出足も早く、前年比で求人件数34.5%増、求人数42.1%増といずれも大幅に増加している。
		民間職業紹介機関（職員）	・好調な地元プロ野球チームによる経済効果は高く、テレビ視聴率の高さや百貨店でのイベントなどで景気を後押ししている。リーグ優勝も現実味を帯びてきており、秋に向け個人出費も増加していく。
		学校〔大学〕（就職担当）	・オリンピックや新作スマートフォン向けゲームの流行のような明るい話題が続く。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・大きな話題がないので、現状維持の方向で推移する。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・受注が厳しさを増すなか、現段階では求職者確保に大きな影響は出ていない。ただ市場に求められる求職者ニーズは大きく変わってきている。派遣業界は求人数が減少すれば、登録者も減少する。闇雲な求人活動ではなく、求職者に響く求人内容に変えていき、市場に則した広告活動をしていく。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・新卒の求人動向としては特に変化が見受けられない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・中途市場、新卒市場ともに売手市場ではあるが、全員がそうではなく人によるところが大きい。企業の景気が非常に良いわけでもなく、平均的には変わらない状況である。ただ業種や職種による慢性的な人手不足は継続中で、特に20～30代半ばの売手市場がまだまだ継続する見通しである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大きく変わる理由が見当たらない。
職業安定所（産業雇用情報担当）		・管内に企業倒産の話や円高と英国のEU離脱問題の影響はない。	
民間職業紹介機関（人材紹介担当）		・東京オリンピックなど大きな経済効果をもたらす催事はあるものの、周辺では消費を抑え unnecessary消費をしないようにする意見が多い。	
やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・今後海外との取引を行っている企業を中心に、少しずつ影響が出てくる。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・個人消費が低迷したままで、有効求人倍率と企業業績のアンバランスがより顕著になっている。求人も特定業種に限られているため、それが全体の数字を押し上げている状況で、決して楽観できない。	

	職業安定所（所長）	・医療福祉分野で慢性的な人手不足が続いている一方、前年に比べて新規卒求人を出足が鈍いなど、多くの業種でこれまでのような盛んな求人意欲が薄れており、求人全体でも今後は下降気味で推移していく。
	職業安定所（雇用開発担当）	・建設業や製造業などのものづくりに関わる求人数の動きが不安定になってくる。その一方で非製造業の求人は増加か横ばい方向になりそうであるが、応募者がおらず、求人が未充足のまま残されるため、相対的に生活の安定が図れない。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・保育関係は特殊事情の下にあるが、食物栄養関係は全体の動向を反映してくる。
悪くなる	-	-