

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)		コンビニ（エリア担当）	・猛暑のため客足が伸びず客単価減とあいまって売上が停滞しているが、来客数は前年を割り込んでいないので継続して期待はできる。
		商店街（代表者）	・秋にかけて過ごしやすくなり、客の外出頻度が高まって現状より景気は良くなる。
		商店街（代表者）	・秋に向かって天候が落ち着き、観光客数が増えて消費動向が改善する。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・最低賃金が上昇して消費が上向く。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・高額商品の問い合わせやリピート購入が一定数出てくる。
		コンビニ（支店長）	・前月よりも来客数は増えており、この調子で今後も伸びる。
		家電量販店（販売担当）	・決算に期待できる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の発売で注目され、比較車の販売量も必然的に伸びる。
		自動車備品販売店（経営者）	・中小企業、特に小売業、サービス業等の庶民に近いところに政策の力を入れて景気回復を図るべきである。
		その他専門店〔土産物〕（店長）	・ブドウやイチジクなど秋の地元産品が活況になり、天候に恵まれたことで品数、品質共に良好なので売上がかなり伸びる。
		一般レストラン（経営者）	・来客数は緩やかに増加傾向となる。
		観光型ホテル（営業担当）	・これから秋の観光シーズン到来となるが、先行予約は落ち着いているものの、通年の予約数では増加しているため景気も上昇する。
		タクシー運転手	・観光シーズンに入り、人の動きが出てくる。
		通信会社（企画担当）	・客は格安スマートフォンや電話料金定額メニューに関心が高く、サービス追加を意図した引き合いが増える傾向が続く。
		通信会社（営業担当）	・地元プロ野球チームの優勝効果が見込まれる。
		通信会社（販売企画担当）	・秋冬にかけての新商品で市場が少し活発になる。
		テーマパーク（業務担当）	・台風等の天候不順が懸念されるが、秋のイベントや冬のイルミネーションイベントが始まる時期になるので、多くの来場が見込める。
		テーマパーク（営業担当）	・猛暑が終わって穏やかな行楽シーズンを迎え、観光客の動きが活発になる。
		住宅販売会社（営業担当）	・今後、気温の低下とともに客が外出する機会が増え、問い合わせも増加傾向になる。
		商店街（理事）	・明るい話題がなく、客の生活防衛本能が消費に影響を及ぼす。
		商店街（代表者）	・給料の上昇が期待できないことと景気回復に向けた経済政策が取り組まれない現状では景気の好転は見込めない。
		商店街（代表者）	・客の買い控えが目立ち、売上が伸びる気配がない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・宅配郵送料等は値上げされるが、当業界は値上げすると売れなくなるので、簡単に値上げはできない。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・来客数に変化はない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費者の低価格志向は依然として強く、買い回りの動きもこのまま続く。
		百貨店（経理担当）	・景気が良くなる要素が見当たらず今の状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・前月に引き続き今月も店全体は予算をクリアする見通しで、特に化粧品は今後も伸びるが、婦人服は前年をクリアするのがやっととなる。
	百貨店（営業担当）	・富裕層の購買意欲はあるが、中間層の節約志向は依然として強く、ボリュームゾーンの衣料品が上昇に転じないと厳しい状況は続く。	
	百貨店（販売促進担当）	・3月と6月に続き、10月に市内で大型スーパーが開店する予定なので競争が激化し、来客数と売上の減少が懸念される。	
	百貨店（売場担当）	・地元プロ野球チームの優勝セールへの期待感が強く、9月下旬から前年よりも更にお買得企画が各社から提案され、前年並みに売上が推移する。	
	百貨店（購買担当）	・以前は好調であった特選ブランド品の動きが停滞しており、野菜など食料品の高値が続けば衣料品関係の売上が低下し、アパレル店の撤退や人員削減の依頼が懸念される。	

百貨店（売場担当）	・婦人服や化粧品などの好調アイテムがけん引する現状が継続する。
百貨店（外商担当）	・売上、来客数共に前年並みで、特別な施策もないので現状が続く。
スーパー（店長）	・景気を判断する材料はない。
スーパー（店長）	・半年ほど来客数が前年の97.6%で推移しており、現状が続く。
スーパー（店長）	・秋に向けて品ぞろえが変わるので、気温が下がれば売上は増加する。
スーパー（店長）	・必要な物だけを購入する客の傾向は続き、消費は上向かない。
スーパー（総務担当）	・客単価の変化はあまりないので、来客数が増えれば売上は伸びるが、増加の感触は薄い。
スーパー（業務開発担当）	・前年数値はクリアするが、競合他社との競争は続く。
スーパー（財務担当）	・給与は上がっても手取りが増えていないため客の節約が続き、売上が減少する。
スーパー（管理担当）	・益商戦は例年並みの売上であったが、今後は客の節約志向が高まり売上増加は期待できない。
スーパー（営業システム担当）	・今秋は暑くなるとの予報で、アイスの動きに期待できる。
スーパー（販売担当）	・月末にディスカウントストアが開店したのでしばらくの間は客がそちらに流れるが、観光シーズンに入って涼しくなるにつれて来客数は戻る。
コンビニ（副地域ブロック長）	・県内では大きな人の流れが秋以降期待できず、秋冬期は新規客の獲得も苦戦する時期なので、来客数と販売数量が横ばいとなる。
衣料品専門店（経営者）	・景気の良くなる見込みがない。
衣料品専門店（店長）	・来客数がかかなり減少しており、主力であるスーツが前年数値をクリアできず、現状が続く。
家電量販店（店長）	・暑さのため来客数が減少し、エアコンと冷蔵庫が予想以上に売れず、年末まで買換え家電のみの動きとなるので厳しい状況が続く。
家電量販店（店長）	・来客数に変化はない。
家電量販店（店長）	・依然として客の財布のひもは固く、それを打開する材料がない。
家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる要素はない。
乗用車販売店（統括）	・新車効果が薄れ、8月と変わらない状況が続く。
乗用車販売店（業務担当）	・小規模ながら新商品の投入と改良があり、現状を維持できる。
乗用車販売店（営業担当）	・客の様子に大きな変化はなく、購買意欲は低いまま推移する。
乗用車販売店（店長）	・市場に全く変化はなく、来客数が増えない状況は続く。
乗用車販売店（営業担当）	・新型車が出て来客数は増えず、目標数値を達成できるか分からない。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・市内外でチェーン店との競合があり、人口減少のなかで当店の扱う商品購入客の他店への流出が続く。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・当店は来春に改装を計画しているが、3か月後には競合店が改装開店セールを実施するので、年内は厳しい状況が続く。
その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・今後の動静を判断している最中である。
高級レストラン（宴会サービス担当）	・予約状況は前年と変わらないが、地元プロ野球チームが優勝して企画を打ち出せば来客数は増加する。
一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要因はなく、現状がしばらく続く。
一般レストラン（店長）	・前年は地元プロ野球チームの25年ぶりの優勝で盛り上がったが、今年は前年ほどの熱はなく、来客数の減少は今後も続く。
一般レストラン（外食事業担当）	・米、野菜、輸入牛肉などの価格上昇や人件費の増大により、コスト面で厳しい状況となるが、メニューの値上げをしない限り売上に変動はない。
スナック（経営者）	・地方の景気対策が全く機能していない。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・10月に近隣で大規模なイベントが開催されるため、利用客は前年並みとなる。

	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は前年並みの予約件数であるが、忘年会と新年会の関係で11月後半から伸びてくる。	
	都市型ホテル（企画担当）	・宿泊、宴会、レストラン共に予約に大きな変化はないため現状が続く。	
	都市型ホテル（総支配人）	・秋の行楽や学会のシーズンとなり先行予約は前年並みで推移しており、デスティネーションキャンペーンなどによる直近の予約に期待できる。	
	旅行代理店（経営者）	・当県にまた来たいと思わせるような企画を検討し、生き残りを図る。	
	旅行代理店（営業担当）	・現状改善又は景気上昇に結び付く要素がない。	
	タクシー運転手	・夏休みの反動で乗客数は増えない。	
	通信会社（社員）	・景気が良くなる兆しがない。	
	通信会社（総務担当）	・新規で加入件数が増加するような案件がない。	
	通信会社（工事担当）	・景気の見通しが良くない。	
	テーマパーク（管理担当）	・地方消費が鈍化しており、個人消費が活発になる要因がない。	
	ゴルフ場（営業担当）	・例年並みに推移しており、海外からの予約状況も変わりない。	
	競艇場（職員）	・今月同等の売上が見込める。	
	美容室（経営者）	・来客数と売上が悪いまま推移しており、良くなる可能性は少ない。	
	美容室（経営者）	・客の給与が急激に上がることがなければ、客の節約志向は続く。	
	美容室（経営者）	・ここ数年、客の動向に変わった様子はない。	
	設計事務所（経営者）	・しばらく来場者数の回復はない。	
	設計事務所（経営者）	・景気が上向き要素は全くない。	
	設計事務所（経営者）	・官民共に新築が減少し、改修工事の方向に変わってきている。古い建物は手間がかかる割に売上は良くなく、しばらくはこの状態が続く。	
	設計事務所（経営者）	・建築費は高値で推移するとの予想があり、建築を取り巻く環境に特に変化はない。	
	住宅販売会社（従業員）	・客が契約を決心するだけの決定的な理由が乏しく、今後も営業活動の長期化は続く。	
	住宅販売会社（営業担当）	・案件数が通常で推移する。	
	住宅販売会社（営業所長）	・展示場等の客の動きが良くならない。	
	商店街（代表者）	・節約志向、デフレ志向が徹底しており、客は安い物でも必要などきだけ購入する傾向にあるため、売上低迷が続く。	
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・大企業からの注文はあるが、中小企業からの注文が少ない。	
	スーパー（店長）	・夏休みと盆の特需が終わり、野菜価格の高騰が消費者を生活防衛に走らせる。	
	スーパー（店長）	・競合各社は値下げ対応を発表するところがあり、今後ますます消費額の落ち込みが予測され、物価指数は政府の思惑とは違う方向に進む。	
	スーパー（販売担当）	・家具を中心に日用雑貨全般が値下げ傾向にあり、来客数と販売量への対策としては有効に働くが、結果的に売上を落とすこととなり、一時期のデフレに逆戻りしていく。	
	コンビニ（エリア担当）	・来客数を増やすために売場の改善や品ぞろえを考えているが、人手不足で営業に不安が残る。	
	乗用車販売店（総務担当）	・近年の新卒採用が非常に厳しく人手不足であり、中堅社員が中心になって盛り上げてくれているが、人員確保が急務となる。	
	自動車備品販売店（経営者）	・値上げ前の仮需要が2～3か月後の販売減少につながる。	
	住関連専門店（営業担当）	・新築や婚礼の客が全く取れず、週末でさえ来客数が少ない状況が続く。	
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・全てが大都市中心で、地方に元気が出る企画が今後も出てこない。	
	都市型ホテル（企画担当）	・不穏な海外情勢や国内政権の信頼失墜など、景気回復への施策展開に向けた気配はなく、物価高や保険料などの値上げも影響して消費マインドの低迷は続く。	
	タクシー運転手	・9月は農繁期で、夜の動きが悪くなる。	
	通信会社（広報担当）	・客は低価格志向で品質は求めておらず、景気の回復は見込めない。	
	x	スーパー（店長）	・競合店の閉店が続いた前年同月と比較すると売上、来客数共に伸び悩む。
企業動向	輸送用機械器具製造業（経営者）	・秋に向けて新車等の立ち上がりでまだまだ忙しくなる。	

関連 (中国)		化学工業（経営者）	・ P P S 製品向けとともに工場排水処理用途での受注量が増加しており、景気全体として緩やかではあるが上向き感がある。
		化学工業（総務担当）	・ 売上は前年並みで、利益確保もできている状態であり、販売量と価格が下がることは当面ないので景気は良くなる。
		輸送業（経理担当）	・ 倉庫関連で引き合いが多くあり、堅調に推移する。
		不動産業（総務担当）	・ 例年9月は賃貸住宅の需要期で、景気は良くなる。
		会計事務所（職員）	・ 建設業関連は受注が徐々に増加しており、地場大手メーカーが秋口以降生産設備を増強する計画も出ているので、需要が見込める。
		食品品製造業（経営者）	・ 客層が高額品購入者に変化しており、受注量は減少しているものの、売上は維持できる。
		食品品製造業（総務担当）	・ 販売路線では法人企業は停滞気味であるが、量販店は変わらず、通信販売も品ぞろえを変えることを考えているので売上の変動はそれほど心配していない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・ 鉄鋼向け大口案件の生産が本格化し、リピート品の生産も現在の水準が継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・ 建設需要の盛り上がりなど期待感はあるが、人手不足が懸念され結果として変わらない。
		鉄鋼業（総務担当）	・ 直近の見通しでは現状の受注環境が継続する。
		金属製品製造業（総務担当）	・ 現状の厳しい状況で推移する。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・ 受注量や販売量の動きに変化はない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・ 得意先の生産数量の多い製品がモデルチェンジしたばかりで、今後客は生産量をこなすために1工場生産から2工場生産に移行する予定であるが、全体のボリュームは他の製品で調整となる。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・ 短期間では景況感を押し上げるような好材料は見当たらない。
		建設業（総務担当）	・ この先1年程度までは、予定物件で手一杯の状況が続く。
		建設業（総務担当）	・ 地政学的リスクや、政治情勢が不安定で、先行きが見通せない。
		輸送業（総務担当）	・ 取引先の状況からは特段変化がみられない。
		通信業（営業企画担当）	・ 情報通信に関する新規商材で短期的に市場に浸透するものが少なく、半年から1年の時間がかかる。
		通信業（営業担当）	・ S O H O や中小マーケットにおける通信機器に関しては積極的な設備更改は控えられている。
		金融業（融資企画担当）	・ 為替が安定するなかで、地元の手自動車メーカーでは新型スポーツ用多目的車の海外販売が好調であり、当面は系列自動車部品メーカーの受注は高水準を維持する。
	金融業（貸付担当）	・ 米国の金融政策の動向や新興国の経済減速が懸念される。	
	木材木製品製造業（経理担当）	・ 新設住宅着工戸数の増加が一段落し、今後は減少の傾向になり、景気はやや悪くなる。	
	非鉄金属製造業（業務担当）	・ 受注減により操業変更を余儀なくされる工程がある。	
	その他製造業 [スポーツ用品]（総務担当）	・ 製造コストや人件費など利益が減少する要素はいくらでもあるが、利益が増加する要因は何もない。	
	広告代理店（営業担当）	・ 客の情報からは極端な変動がない状況で推移する見通しであるが、先付け受注から若干悪化していく見通しである。	
	x	-	-
雇用 関連 (中国)		職業安定所（雇用開発担当）	・ 来年4月採用の新規高卒者対象求人は前年同期比で2けたの増加となっており、企業が長いスパンで景気が良くなると判断していることの表れである。
		人材派遣会社（社員）	・ 求人数、求職数共に引き続き増加するが、双方のマッチングが課題となる。
		人材派遣会社（支社長）	・ 年末に向かって、季節繁忙による受注が上乘せされるので人手不足感が高まる。
		人材派遣会社（支店長）	・ 人材に関する依頼はまだ増え、地方の景気回復の力ぎは人材の確保に尽きる。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・ 新卒採用、中途採用共に採用できていない企業が多く、小売業やメーカーを中心とした人手不足はまだ継続する。
		新聞社 [求人広告]（担当者）	・ 企業の人材確保、設備投資意欲が旺盛で、しばらく景況は良い。
		職業安定所（所長）	・ 求職者の減少傾向が続いていることから人手不足感が一層強まっており、少しでも応募者を増やしたいと、業種を問わず契約社員から正社員に切替えて募集する企業が目立つ。
	民間職業紹介機関（職員）	・ 工場新設のための大幅増員、将来の株式上場に向けての管理部門強化など企業の投資意欲が高まってくる。	

	人材派遣会社（経営企画担当）	・3か月では大した変化は起きないが、来年4月には労働契約法改正から5年を迎え、一般企業の契約社員を含めた有期雇用労働者の直接雇用化が進む一方、求職者の増加も見込まれる。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・採用熱は高位安定で推移する。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・大型倒産の話はなく、管内で目立った動きはない。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・個人事業主などが増え、人材不足に拍車がかかっており、しばらくは良くならない。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・求人状況は悪くないが、求人数増加による新規求人依頼も特にならないため、景気の変動は起きない。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・急激に環境が変化することは特段ない。
	-	-
x	-	-