

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	観光型ホテル（営業担当）	・気候も良くなり観光シーズン到来なので期待が持てる。
		都市型ホテル（企画担当）	・春先に向けての先行受注は好調で、団体、個人の予約ともに前年を上回っている。宿泊ではインバウンド団体の受注が前年を大きく上回っており、大型観光キャンペーンの開催に伴っての個人需要の増加も期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・以前と比較して夕方の時間帯でもそこそこの来客数を確保しており、客の表情や話題が明るくなってきている。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・春の決算時期や卒業、入社などに伴う注文が前倒しで増えている。3～5月も期待が持てる。
		スーパー（店長）	・競合店が閉店した好影響が継続している。跡地に他の店が出店するまでは、来客数は好調に推移する。
		スーパー（店長）	・季節の変化が早く来れば客に購買意欲が出てくる。
		スーパー（販売担当）	・4月に閉店予定の近隣スーパーが閉店セールを開催するときに売上は減少する見込みだが、その後は来客数、売上ともに伸びる。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価上昇の傾向は続く見込みであり、気温上昇に伴い来客数も増えて売上もやや良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・暖くなれば来客数が増え、買上点数も増える。
		家電量販店（販売担当）	・シングル世帯の需要によって少しは良くなるが、前年ほどの伸びは見込めない。
		乗用車販売店（営業担当）	・マイナス金利の好影響が自動車に出ていると考える客が多く、銀行のマイカーローンの金利が下がれば自動車業界も少しは上向く。
		タクシー運転手	・景気回復での期待はないが、季節的な要因が利用数に反映されれば良いという期待がある。
		通信会社（営業担当）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要が見込める。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から景気はややよくなる。
		通信会社（総務担当）	・年度替わりで人の動きがあり、新規契約獲得が期待できる。
		テーマパーク（業務担当）	・大型連休が始まり、来客数の増加が見込める季節になる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要が本格化してくるので良くなる。
		住宅販売会社（営業担当）	・客からの問い合わせで新築物件の早期建築を要望するケースが増加している。その理由としては、マイナス金利施策による金融機関の金利優遇や消費税率引上げを見越した早期契約を要望している客が増加しているためである。
		住宅販売会社（営業所長）	・消費税率引上げ前の住宅購入の動きが徐々に始まっている。
		変わらない	商店街（理事）
商店街（代表者）	・商店街周辺に単身者向けマンションが建ち、居住人口が増えるので、人の流れが少しできることを期待しているものの、すぐに購買にはつながらない。		
商店街（代表者）	・地方では収入が増加しないのに、食品の値上げなどで客の買い控えが目立つ。灯油やガソリンが安くなっているので、少しは緩和されている。		
商店街（代表者）	・マイナス金利政策に伴う一般消費者へのメリットの周知や株価の安定等がない限り、売上確保が厳しい景気動向となる。		
一般小売店〔靴〕（経営者）	・商品の値上がりが続く、客は現金を守る傾向が強くなっている。様々な業種でも原材料費が上昇して経営が大変だと聞く。		
一般小売店〔茶〕（経営者）	・現在の調子でいけば国内消費の減少を海外への販売量の好調さがカバーすることになる。国内消費が不安定で心配している。		
一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費を喚起する要素が見当たらない。		
百貨店（経理担当）	・マイナス金利の影響なのか、友の会への入会が増えているので、将来的に売上増につながる可能性がある。食事会、喫茶会などのおもてなしをしながら、春物の売上につなげたい。新しい催事を企画しているので売上に期待している。		
百貨店（営業担当）	・当館の空き区画の解消が進まない限り、売上の改善は望めない。		

百貨店（営業担当）	・現状より景気が向上する材料が出ない限り、客の購買意欲は高まらない。特に株価上昇は景気回復に必要な絶対条件である。
百貨店（営業担当）	・催事の日数や時間数などのかさ上げ策を行い、前年をクリアするのがやっとである。
百貨店（営業担当）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
百貨店（販売促進担当）	・卒業・入学、新生活と春から初夏の商戦がスタートしてくるが、主力の婦人服低迷が続くなか、大きな景気回復は期待できない。衣食住すべての分野で新しい提案を付加していくことが、客の財布のひもを緩める大きなポイントである。
百貨店（営業推進担当）	・報道などでは景気に悲観的見解が多く、年配客が多いので、心理的に盛り上がりせず、目的の物は買うがそれ以外に波及してこない。
百貨店（購買担当）	・ここ数か月客の購入頻度が低下しており、今後も現状が続く。社として来年を見据えた動きがあるが、今年是我慢する傾向にあるので、景気が良くなる見込みはない。
百貨店（売場担当）	・売手側が買いまわりを期待しての営業戦略を行っても、客は相変わらず冷静な判断で衝動買いはしない傾向が続く。
百貨店（売場担当）	・季節衣料品のセール不振から、メーカーの春物の商品投入が遅れ、納品数も絞られている状況である。主力取引先も合理化が始まっている。
スーパー（店長）	・景気を判断する材料はない。
スーパー（店長）	・ここ1年ほどは来客数が前年を切る月がなく、103～106%で推移している。2月は急激に来客数が増加し、この状態がしばらく続く。
スーパー（総務担当）	・売上は前年より上向きで、安定して推移している。
スーパー（販売担当）	・客単価に回復の兆しも見られるが、来客数や来店頻度には下落傾向が続いており、まだまだ景気の上昇は感じられず、むしろ格差が大きくなっている。
スーパー（管理担当）	・ディスカウント店やコンビニエンスストアの進出により、今以上の売上を期待するのは難しい状況であり、現状維持で推移していく。
スーパー（販売担当）	・3月の気候次第で春物の動きが良くなる。60年に一度の出雲大社遷宮が3月で終了するので、それまでは観光客数が増加し、気温次第では店に立ち寄る頻度が増加するが、その後は減少する可能性がある。
スーパー（業務開発担当）	・3月から売上が伸びていく時期なので期待しているものの、客単価に上昇の気配が見えないのが心配である。
スーパー（営業システム担当）	・原油安などの影響はあまり感じていない。売上は微増しているものの、劇的に増加する要因がない。このまま変わらず推移していく見込みだが、翌年の消費税率引上げがどうなるかで変わっていく。
コンビニ（支店長）	・来客数が増加している。
衣料品専門店（経営者）	・景気の動向が見えない。
衣料品専門店（店長）	・来月まではフレッシュャーズ需要で単価が高い商品の動きが出てきて集客もできるが、それ以降は落ちていく。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・マイナス金利政策の影響が出てくる。
家電量販店（店長）	・家電の場合、販売店よりメーカーの販売促進によって売れる商品などが決まる。しかしメーカーのテレビコマーシャルや駅の大形ポスターなどは激減しており、客の購買意欲を掻き立てることができなくなっている。壊れたら買い直す、しかも最低限の機能があれば良いといった買い方が増えている。
家電量販店（企画担当）	・特に良くなる理由がない。
乗用車販売店（営業担当）	・売上が伸びないので景気に変化はない。
乗用車販売店（統括）	・今年度は新型車がなく厳しい状況に変化はない。
乗用車販売店（総務担当）	・ユーザーへ買換え促進をしても感触が良くない。マイナス金利等、メディアの情報が更に客の財布のひもを固くしている。
乗用車販売店（店長）	・来客数が安定している。競争相手の動きもよく、客が以前にも増して買いまわっている。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・地方は人口減少が不景気の最大の要因で、交流人口、定住人口が増えないと景気は上向かない。このままでは数年先はもっと不景気になる。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気が変動する要素がない。

	その他専門店〔海産物〕（経営者）	・観光バスの事故があったり、今年は大きなイベントもないので観光に関しては上向きの要素がない。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・景気が回復する要素はなく、株価低迷や中国経済の減速など悪化要因ばかりがクローズアップされ、消費意欲もこのまま減退する。
	高級レストラン（宴会サービス担当）	・今後の予約状況は前年並みであり、良くも悪くもない。
	一般レストラン（経営者）	・客の動きが良くなっており、このままの状態が続く。
	一般レストラン（外食事業担当）	・3～5月は外食産業にとって景気が良くなる時期であるが、例年と同水準を見込んでいる。
	スナック（経営者）	・当業界は今後も良くなる要素が見当たらない。
	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・サービスエリア沿いの交通量は前年と変わらないので、特に変化はない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・歓送迎会の時期に入り、売上等期待しているが、株安、円高が懸念材料である。
	都市型ホテル（企画担当）	・現状から良くなる要因も悪くなる要因も見当たらないので、今の状態が続く。
	都市型ホテル（総支配人）	・自治体のインバウンド誘致施策による来客数の増加が見込まれる反面、他地域でのテーマパーク開業周年記念や北海道新幹線開通などのイベントが控えており、見通しが不透明である。
	旅行代理店（経営者）	・今後も中国や米国の動きに惑わされず進んでいく。
	旅行代理店（営業担当）	・ゴールデンウィーク期間の受注増を期待する。
	タクシー運転手	・値上げ分だけ売上は伸びる。
	タクシー運転手	・1月に続き2月も客が少ない。3月は人が動く月であるが、期待できない。
	通信会社（社員）	・販売量の増加につながる問い合わせがない。
	通信会社（企画担当）	・モバイル系、SIMサービスには関心が高まりつつある。そのなかで新年度になって以降しばらくは切替え時期であり、需要が高まることを見込まれる。
	通信会社（総務担当）	・販売数は横ばいであり、購買意欲の高まりがない。
	テーマパーク（管理担当）	・地方では景気の変動が鈍く、景気に連動した変化も起こりにくいため現状のまま推移する。
	ゴルフ場（営業担当）	・外国人客の動きは変わらず好調で、国内の客が少ない。
	美容室（経営者）	・アベノミクスの影響で中小企業の経営状態は厳しくなる。
	美容室（経営者）	・客の懐具合が良くなる要素はないので、現状維持が続く。もし給与が上がっても、物価も上昇しているため、客が当店で使う金額に変化はない。
	美容室（経営者）	・駅前に移転した方が集客は見込めるが、現在悩んでいるところである。
	設計事務所（経営者）	・地方においては人口の減少や高齢化とますます疲弊が進んできている。地方活性は永田町内での空論に過ぎない。
	設計事務所（経営者）	・住宅ローン金利は下がる傾向にあるが、それよりも景気の先行き不安から、建築などの大きな投資は慎重になっている。
	設計事務所（経営者）	・客の購入意欲はあまり上向かない。
	設計事務所（経営者）	・現状の動きから見て、年度内に景気が良くなることはなく、新年度になって動きが出てくることを期待するばかりである。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・世界経済の先行きが不透明で、客は生活防衛を考え、来年の消費税率引上げに対する不安もかなりある。
	一般小売店〔紙類〕（経営者）	・人の動きは悪くなる。
	スーパー（店長）	・生鮮食品の値上げが多く、また春に向けて経済的に回復する条件が見当たらない。
	スーパー（店長）	・客の買物点数が伸びない。必要な品だけを購入する動きが続く。
	スーパー（財務担当）	・新入学シーズンを迎え、臨時の出費が増えるため、客は通常の生活で節約するようになる。
	コンビニ（エリア担当）	・今年に入ってから工事関係の客が減少している。店周辺の工事が落ち着いてきており、3～4月に工事関係の需要がなければ、来客数に大きな伸びはない。
	コンビニ（副地域ブロック長）	・客などの話から基本給は維持されるが、ボーナスは引き下げられそうである。
	衣料品専門店（経営者）	・買いまわり品の値段の上昇などで客は買い控え気味である。
	乗用車販売店（業務担当）	・年間の最大需要期を過ぎ、徐々に下降する。

		住関連専門店（営業担当）	・来客数が少なく情報が取れないので、見込客数が読めない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方創生など国は努力しているようであるが、地方にまちづくりができる人材が少ない。コンサルタントに金をかけても本当の地方創生は不可能である。もっと地方公務員に危機感を持って欲しい。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・最近の株価下落や為替の不安定さなどから、景気が良くなることに期待が持てない。
		一般レストラン（経営者）	・地方の給与水準は上がっておらず、今後の上昇も望み薄の感がある。客の消費や外食等への出費は今後も抑制傾向にある。
		一般レストラン（店長）	・客の来店頻度が低下してきている。当店のみならずチェーン店全体で減少傾向にあり、2～3か月は続く見込みである。
		観光型ホテル（宿泊担当）	・最近の客の会話ではマイナス金利の話が多い。
		通信会社（広報担当）	・すでに商戦期に差し掛かっているが、全く販売数も伸びず、客は商品の価値より値段のこだけを気にしているため、景気回復には結び付かない。
		競艇場（職員）	・3か月後にG1と同等の売上が見込めるレースはない。
		住宅販売会社（営業担当）	・3月完了の工事が多く、4～5月の工事は少ない傾向にある。
	悪くなる	商店街（代表者）	・オーバーストア、デフレ、少子化、インターネット販売など取り巻く環境が厳しい。今月の売上げも悪く、客の購買行動は慎重である。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・納税時期と重なり、消費はさらに悪化する。
		自動車備品販売店（経営者）	・今のままの大企業中心の政治では景気が良くなることはない。メーカーはマイナスを下に押し付けて、史上空前の利益を出している、こんな商業構造ではどこまでいっても景気は良くならない。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・地元の自動車メーカーの生産が好調で、それに伴って繁忙である。
(中国)	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・1月は各魚種とも水揚げが前年より減少しているが、唯一伸びているのは大中型巻網漁である。大雪で時化が多かったが、風を見計らったの出漁で、アジとサバが好調であった。
		金融業（貸付担当）	・マイナス金利の影響で住宅ローンの金利などが引下げられている。消費税率引上げ前の駆け込み需要も見込まれており、景気は今後良くなる。春闘ではベア見送りなどの報道も出てきており、個人消費に悪影響が出るようであれば、今しばらく現状維持が続くことも考えられる。
		広告代理店（営業担当）	・4月から新年度を迎えるなかで、客情報および受注問い合わせ等の流れから、販売は上向きに推移する方向である。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・現状、良い情報、悪い情報とも見受けられない。
		繊維工業（経営管理担当）	・前年と比べて受注量は増えているが、向う数か月ではあまり変化がない見通しである。
		木材木製品製造業（経理担当）	・株安、円高等で景気の先行きが全く不透明となり、個人消費の予測が難しい。
		化学工業（総務担当）	・景気が好転するような要素が見当たらない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向けの受注残水準が低く、引き合いも今一步の状態である。建設案件は工期が長く、現在の多忙な状況が継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・中国の過剰生産や市況低迷は短期間での調整が難しい。上期と下期の活動水準の差もあり、当面は低調なレベルで継続する。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・事業分野でのばらつきはあるものの、金属相場の下げ止まり感があるので、総じて横ばいとなる。
		金属製品製造業（総務担当）	・現状を好転させる情報はまだなく、このまま推移する見込みである。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから見て変化がない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・地元の中小企業には好景気の実感はない。それよりも株安や中国経済の失速など不安定要素が多く、自力での克服には限界がある。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・期末に向け主要客には若干の生産調整が予定されているが、影響は軽微である。
		建設業（総務担当）	・手持ち、予定物件に大きな変化はない。
		通信業（営業担当）	・当面金利政策はマイナス金利等で消費も伸びない状況が続く、プラスになることが見込めない。

	<p>通信業（営業企画担当）</p> <p>金融業（融資企画担当）</p> <p>会計事務所（職員）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・取引先企業でセキュリティの脅威に関心が高いものの、具体的なシステム導入の商談が少ない。 ・為替が円高になり、自動車メーカーの輸出採算は悪化するが、新型SUVの販売台数は堅調を維持すると期待されるため、自動車部品メーカーの受注は高水準で持続する。 ・全体的に景況が良いとは言えない状況であるが、それでも建設業は忙しく、製造業もそこそこに受注はある。景気の減速感はあるが、心理的要素も多分にある。
やや悪くなる	<p>食料品製造業（総務担当）</p> <p>化学工業（経営者）</p> <p>鉄鋼業（総務担当）</p> <p>電気機械器具製造業（総務担当）</p> <p>輸送用機械器具製造業（財務担当）</p> <p>その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）</p> <p>建設業（総務担当）</p> <p>輸送業（経理担当）</p> <p>不動産業（総務担当）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・3月以降は春物商品が出るが、在庫整理で売上が伸びていないことが懸念事項である。 ・大幅な円高基調による輸出の減少、原油安による販売単価の引き下げ要請により利益率が低下基調にある。 ・年初からの受注は予算未達であり、4～6月の生産は今期予算の10%減のレベルである。世界経済が不安定で、マイナス金利の心理的影響も加わり、この先の不透明感が増している。米国の大手金融機関の破たん時のような雇用調整は考えにくいだが、限られた仕事量のなかで、いかに約束した収益を確保していくかが経営課題である。 ・発注計画値に伸びがない。 ・為替や原材料市場など不安定な要素が多く、その不透明感から先行きはやや悪くなる。 ・中国経済の落ち込みから世界経済が低迷している上、国内の消費動向もあまり良くない。低金利政策に対する反応は鈍感で、他の政策もお手上げ状態となっている。 ・海外動向から見れば日本経済も減速気味である。 ・今後の荷動きはアジア向け輸出数量の減少が見込まれており、国内も増加しない見通しであるため、全体としてはやや悪くなる。 ・4月中旬ごろまでが賃貸物件の需要時期となり、それ以降は徐々に来客数と成約件数が減少する。
悪くなる	-	-
雇用関連		
(中国)	<p>やや良くなる</p> <p>人材派遣会社（支店長）</p> <p>職業安定所（産業雇用情報担当）</p> <p>民間職業紹介機関（職員）</p> <p>民間職業紹介機関（人材紹介担当）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・2月に続き3月も企業の採用意欲は高い見込みである。求職者も4月入社に向けての動きが増え、マッチングして行く。 ・新規求職者数、有効求職者数ともに減少しており、求人を出しても応募が少なく、採用がしにくい状況となっている。企業のなかにはハローワークのほかにも人材派遣会社にも依頼しているところもある。 ・年度末や新年度に向けた人の移動が出てきて、暖かい気候が続くなかで3月の三連休を迎えることができれば、個人消費は伸びる。 ・10月の社会保険の改定のような、女性の社会進出を後押しする施策次第である。
変わらない	<p>人材派遣会社（経営企画担当）</p> <p>求人情報誌製作会社（広告担当）</p> <p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <p>職業安定所（所長）</p> <p>職業安定所（産業雇用情報担当）</p> <p>職業安定所（雇用開発担当）</p> <p>学校〔大学〕（就職担当）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・労働者派遣法改正に伴う教育訓練などの経費が発生するため、今以上に経営管理をしていく必要がある。コンプライアンスに対する意識も高まっており、会社としての信頼構築に向けた対応が必要になる。 ・新卒採用のための広報活動開始は前年と同じ3月1日であるが、選考解禁は前年より2か月早い6月へ前倒しとなる。そうした採用活動の短期化がインターンを幅広く受け入れる企業を増やしている。今年は例年と異なり2月がインターン実施のピークとなり、数年振りにインターンを再開させたり、受け入れ人数を増やす企業も目立っている。 ・特に景気が変わる要因がない。 ・医療福祉や建設業で慢性的に人手不足が続いているが、製造業やサービス業、卸小売業など幅広い業種でも人手不足感が広がっている。 ・管内駅前商店街のスーパー撤退の話があり、求人数が増えている割には景気が良くなる気配が感じられない。 ・求人が大きく減少する要素がないことから、業種により差はあるものの、人手不足の状況が継続する。 ・消費税率引上げ行われる状況が雇用状況にも影響を及ぼす。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・世界経済の状況が好転しないなか、日本の雇用状況は引き締めにきている。今後の株価と世界経済が現状のままだと、雇用の改善状況は鈍化する。

	人材派遣会社（支社長）	・チャイナリスクや円高など、企業の採用意欲を減退させる事柄が増えており、製造業を中心として採用に慎重になる企業が出始めてくる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当県では建設業、卸小売業、サービス業などの業種で高水準な求人倍率が続いているものの、各種経済指標は軒並み伸びが鈍化、あるいは下落傾向にあり、先行きが不透明である。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・経済情勢が回復する兆しがない。
悪くなる	-	-