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)	◎	乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入がこれから相次ぐので期待が持てる。
	◎	自動車備品販売店（経営者）	・冬季商材の販売が見込まれるため、今月より良くなる見込みである。ただし毎年前年割れしているため、心底喜ぶことはできない。
	○	一般小売店［紙類］（経営者）	・観光客数が増えて売上が伸びており、この状況がしばらく続く。
	○	コンビニ（エリア担当）	・クリスマス商戦による客の購買意欲の向上が見込める。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・10月までは地元プロ野球チームの優勝効果が続く。
	○	衣料品専門店（店長）	・９月まではスーツを着ない季節といわれ閑散期であったが、10月以降はスーツの購入時期になるので景気が良くなる。
	○	家電量販店（店長）	・年末になれば来客数が増加する。
	○	家電量販店（販売担当）	・年末商戦に期待が持てる。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・主力車種のモデルチェンジがあり、テレビコマーシャルも始まっている。予約販売は目標台数を大きく超えており、これからの受注増に期待できる。
	○	その他専門店［海産物］（経営者）	・年末はお歳暮シーズンなので期待が持てる。
	○	その他小売［ショッピングセンター］（所長）	・９月末に大手スーパーが開店するので、開店景気が期待できる。
	○	一般レストラン（経営者）	・政治的な問題や天災などがなければ景気は多少良くなる。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・地元プロ野球チームの活躍が影響して、消費マインドは向上する。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・国内の先行予約は例年よりやや良い状況で推移する。９月中旬から新たに就航する航空定期便によるインバウンドの動向に期待が持てる。
	○	旅行代理店（営業担当）	・年末年始の旅行は前年と比較して予約が若干増加傾向にあるので期待が持てる。
	○	タクシー運転手	・今後は天気が安定し、人の動きが出てくる。
	○	通信会社（工事担当）	・客の様子から景気は良くなる。
	○	通信会社（総務担当）	・例年年末には多くの新規契約があるので契約件数の増加に期待できることに加え、新規契約キャンペーンを計画しているため、更なる件数増加を見込める。
	○	通信会社（総務担当）	・秋の行楽シーズンとなり、客の動きはやや良くなる。
	○	テーマパーク（業務担当）	・11月からは冬のイルミネーションイベントが始まるなど、この先多くの来客が期待できる。
	○	テーマパーク（営業担当）	・紅葉やイルミネーション等の限定イベントで観光客の動きが活発になる。
	○	ゴルフ場（営業担当）	・向こう３か月の予約状況は良好である。
	○	設計事務所（経営者）	・受注ストックが消化されるが、新たな受注が見込まれるので、大きくは伸びないが現状より上向きとなる。
	○	設計事務所（経営者）	・今後空き家や古家等のリフォームやリノベーション物件が動きそうな話が出てきている。
	○	住宅販売会社（営業所長）	・当社で良い場所に土地を購入できているので、今後の活用が図れる。
	□	商店街（代表者）	・飲食店関係はデフレ現象が顕著であり、円高が懸念されることから、食品の値上がりで消費者にとっては良くない状況になる。
	□	商店街（代表者）	・最近単身者向けマンションが完成し街中の居住人口は若干増加しているが、自転車店を除きそれによって売上増に結びついている商店は少ない。
	□	商店街（理事）	・2020年のオリンピック開催地近辺は見通しが明るそうであるが、地方だとそうでもなく、景気が良くなる材料もないので客の生活防衛本能が働く。
	□	商店街（代表者）	・地元のプロ野球チームのクライマックスシリーズ、日本シリーズでの成績によって、身のまわりの景気は大きく変化するが、一般的な景気については厳しい状況をとなる。
	□	商店街（代表者）	・地方では収入が増加せず、食料品の値上がりが家計に響く。買い控えをする客は今後も増える。
	□	一般小売店［靴］（経営者）	・季節の節目や行事があるときに購入する商品を扱っているので、販売量が急激に増えることはない。

□	一般小売店［茶］（経営者）	・当業界は国内需要が伸びる要素がないので、現状が続く。
□	一般小売店［印章］（経営者）	・会社設立の印鑑注文が少ないので、前向きな取組はなされていない。
□	一般小売店［食品］（経営者）	・経済環境の改善における指標に良い条件が見当たらない。
□	百貨店（経理担当）	・景気が良くなる要素がなく、今後も前年並みの売上を達成できるかどうかの状況が続きそうである。
□	百貨店（営業担当）	・ヤングゾーンでは前年をクリアしても、ミセスゾーンは改善の兆しが見られず、婦人服の動きはここ数年予算割れが続いている。
□	百貨店（営業担当）	・衣料品の売上回復には気温の低下が絶対条件となるが、それ以外に客の購買動機が好転する要素がなければ、年末に向けて厳しい状況が続く。
□	百貨店（販売促進担当）	・今後は冬物、お歳暮、クリスマスと大型商戦がスタートしてくるが、現状の中級層の厳しい購買動向は継続するため、消費が活発化するには時間がかかる。
□	百貨店（営業推進担当）	・ここ数か月、販売額、販売客数共に前年を割っており、これから先も好材料はなく、当面はこの傾向が続く。
□	百貨店（売場担当）	・10月の地元プロ野球チームの日本シリーズ優勝に対する期待感があり、ファッションへの客の関心度は低いものの、買物に出かける意欲は高まる。
□	百貨店（購買担当）	・客は行楽やイベントなどに金を使うが、洋服や靴などは持っているものを活用しており、衣料品関係は厳しい。物産展の動きは良いので、新商品や取り寄せ商品に力を入れていく。
□	百貨店（人事担当）	・景気は大きくは変わらないが、社会保険適用拡大に伴い、消費者の働き方などが少し変わる可能性もあり、客の財布のひもが固くなる可能性もある。
□	スーパー（店長）	・販売促進策の変更と競合店の出店などから、しばらくは来客数が前年の97～98％のまま推移する。
□	スーパー（店長）	・商品の動きや単価が変化しない。高単価商品は売れても一定の限度があるため、まとまった注文があっても、まだまだ節約志向が続く。
□	スーパー（店長）	・台風と雨の影響で北海道商品が値上がりしているなか、北海道産商品が量販できるようになれば景気は上向くが、逆に値上がりになれば悪化する。
□	スーパー（店長）	・地元企業の業績は改善傾向になく、生活必需品の消費も改善する状況にない。客の買上点数も多くなく、その傾向が顕著になる。
□	スーパー（総務担当）	・生鮮野菜などの価格が落ち着くまでは、売上の横ばいが予想される。
□	スーパー（業務開発担当）	・悪天候の場合は客足が伸びず、客は荷物にならないよう少量の買物しかしないが、今後天候が回復して行楽気分になれば活気づく可能性もある。
□	スーパー（管理担当）	・消費者の節約傾向は続き、景気上昇は今のところ見込めない。
□	スーパー（営業システム担当）	・台風等の影響で野菜価格の高騰が続く。
□	スーパー（販売担当）	・隣県のプロ野球チームの優勝セールに続き、クライマックスシリーズなどでもセールを行う予定なので、来客数の増加に期待が持てる。
□	スーパー（販売担当）	・景気が良くなる要素がなく、来客数、販売量共に現状が続く。
□	コンビニ（エリア担当）	・気温低下により販売動向は変化するが、惣菜やおでんなどの動向が良くなり、その状況は続く。
□	コンビニ（エリア担当）	・売上は毎月増減を繰り返しており、９月は相当伸びている。10月は工事客があれば前年の102～103％、なくても100％はクリアする。毎日の発注を調整しても客の状況が手探りで、この先のことは分からない。
□	コンビニ（支店長）	・現時点で想定より良いため、今後は変わらない。
□	家電量販店（店長）	・特に景気が良くなっていない状況で、客の財布のひもは固くなる一方であるため、その場で購入を決めない客が増える。
□	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薄まり、９月の販売量が伸びるとの予想に反し、全く伸びない状況が続いているため、良くなる材料が見当たらない。
□	乗用車販売店（営業担当）	・現状維持との話が多く聞かれるため、客の様子は大きく変化しない。
□	乗用車販売店（営業担当）	・特に何も変わらない。

	□	その他専門店［時計］（経営者）	・消費者は将来への不安があり、国の社会保障政策が見えないために景気は上向かない。
	□	その他専門店［和菓子］（経営者）	・今以上の販売量の増加要素がない。
	□	その他小売［ショッピングセンター］（管理担当）	・２か月半にわたる近隣でのイベントが終わるため、客の動きは落ち着くが、今後は秋のイベントもあるので、大きな落ち込みはない。
	□	高級レストラン（宴会サービス担当）	・予約状況は前年と同じくらいで、今後どれほど増えるかは分からない。
	□	スナック（経営者）	・年末なので他の月より少しは良くなるが、景気改善の影響とならない。
	□	観光型ホテル（宿泊担当）	・自分たちの会社を含め同業者でもベースアップや賞与が出たとの話は聞かないため変わらない。
	□	観光型ホテル（営業担当）	・大きなプラス要因はなく、景気は変わらない。
	□	都市型ホテル（企画担当）	・宿泊、宴会、レストランの３か月先の予約状況に大きな変化が見受けられないので現状が続く。
	□	都市型ホテル（企画担当）	・宿泊は好調であるが、宴会等の先行受注は前年を下回っている。レストランでの企業の接待などの予約受注も芳しくない。
	□	タクシー運転手	・景気を判断する材料がなく、現状のまま推移する。
	□	タクシー運転手	・９月初旬に近隣で大型スーパーが開店したので、売上と注文の増加を期待していたが、驚くほどの忙しさはない。客の乗車回数が増えても単価が低く、売上増加になっていないため、この状況は変わらない。
	□	通信会社（社員）	・販売量増加につながる動きがない。
	□	通信会社（営業担当）	・特に景気に影響を与える事項は見当たらない。
	□	通信会社（企画担当）	・年末に向けて大きな新サービスや目玉となる新端末のリリース予定は聞かれないので、現状のままで推移する。
	□	テーマパーク（管理担当）	・市場に大きな変化が感じられず、一般消費も鈍化している。
	□	美容室（経営者）	・美容業界全体のビジネス形態の二極化により、安売り店が増えて地方にも進出してきている。このビジネス形態が大きく広がってくると、中小零細企業の多い地方の美容業界は縮小傾向にならざるを得ない状況に追い込まれる。
	□	美容室（経営者）	・客の収入に変化はないので、売上に影響が出ることはない。
	□	設計事務所（経営者）	・景気が良くなる要素が全く見られない。
	□	設計事務所（経営者）	・人出不足から建築物価が高止まっている状況は変わらず、建築業界に大きな変化はなさそうである。
	□	住宅販売会社（従業員）	・依然として住宅ローンの低金利が続いているが、今がチャンスと思えるようなものが出てこない。
	▲	商店街（代表者）	・客の声も取引先の状況もあまり芳しくないため、これから年末にかけても景気が良くなる兆しはない。
	▲	一般小売店［眼鏡］（経営者）	・天候不良による物価の上昇に消費者の賃金が追い付いていけない。
	▲	百貨店（売場担当）	・冬物商戦は絶対額の大きい衣料品が中心の商戦になるが、依然として浮上の気配がなく、今後も前年に届かない厳しい状況が継続する。
	▲	スーパー（店長）	・消費者の購買意欲が冷え切っており、買上点数と売上の上昇は見込めない。
	▲	スーパー（店長）	・競合店が閉店して１年経ち、来客数と売上のプラス要因がなくなる。また酒などはディスカウント店で購入する客が多くなり、安い商品は他で買いまわりする客が増える。
	▲	スーパー（財務担当）	・地元企業の景気回復がいまだ見られないため、節約による単価の下落と来客数の減少が続く。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・経済の不安定化により客の買物への意欲が低下する。
	▲	家電量販店（店長）	・景気が上向かず、客の財布のひもは固いので、売る商品が多くても売れない。
	▲	乗用車販売店（店長）	・毎年10～12月は苦戦するが、今年も目新しい商品は出ず、客の動きには期待が持てない。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・景気が良くなる要素がない。今の政策はメーカー優先であるため、地方の中小販売店は大手メーカーにされるがままで、経済の根本である需要と供給、値段を決めるのは買手という当たり前の経済法則が全く成り立たない。すべてがメーカー主導なので、直営でない地方の会社は減る一方であり、地方の景気は良くならない。
	▲	住関連専門店（営業担当）	・購買予定などの客の情報が全く集まらない。

	▲	その他専門店［布地］（経営者）	・国は地方創生や一億総活躍社会と掛け声をかけているが、地方は高齢化の進み方が早く、国の政策が空まわりしている。
	▲	一般レストラン（経営者）	・地方での消費意欲は減退傾向となるとともに、家計に余裕が出てくるまでは、来客数の減少傾向も変わらない。
	▲	一般レストラン（店長）	・商圏の分散化で中心部への人の流れがかなり減ってくる。店舗前や付近の大通りでの人の流れが減少傾向にあるため、今後もその状況が継続する。
	▲	その他飲食［サービスエリア内レストラン］（店長）	・冬になり交通量や利用客数が減少してくる。
	▲	旅行代理店（経営者）	・各企業ともこのままでは緊縮財政となる。
	▲	通信会社（広報担当）	・いくら良い製品、良いサービスを開始しても、客はとにかく価格の安さのみを求めているので、この傾向が変わらない限りなかなか景気は良くならない。
	▲	競艇場（職員）	・当面は９月のＧ１競争と同等の売上が確保できるレースの開催予定がない。
	▲	美容室（経営者）	・景気が良くなる要因がない。
	▲	住宅販売会社（営業担当）	・オリンピックが終了し、住宅ローンの金利も落ち着き始めており、新たな金融政策が出るまで客が動かない。
	▲	住宅販売会社（営業担当）	・年末に向けて販売量が減少傾向にある。
	×	商店街（代表者）	・８～９月の売上が非常に悪く、少子化、オーバーストア、インターネット販売、デフレなどの状況が続く。
	×	百貨店（営業担当）	・プロ野球のクライマックスシリーズと日本シリーズの動向によっては変化の可能性あるが、最終的には元の基調に戻る。
	×	スーパー（販売担当）	・少し前であれば機能性や新作等の付加価値が伴っていれば、多少の割高感があっても高価格の物を購入する客が多かったが、最近ではほとんどの客が低単価の物を購入する。特売品や処分品だけを目当てにしている客も多く、デフレに逆戻りした状況が続く。
	×	家電量販店（企画担当）	・地元プロ野球チームの優勝セールが好調だったので、その反動で今月より売上は確実に悪くなる。
企業動向関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車が立ち上がるので忙しくなる。
	○	化学工業（経営者）	・10～11月と相次いで主要取引先の定期修理期間となるので、当面は期間中の在庫調整の影響により前倒し受注が見込まれる。
	○	非鉄金属製造業（業務担当）	・スマートフォン関連の高級材料が好調でフル操業が継続し、パネルも堅調に推移する。自動車では大手メーカーのハイブリッド車の販売台数が月10万台を超えており、１～７月期の世界での電気自動車とプラグインハイブリッド車の販売台数は、前年同期比194%で好調を維持しているので、この傾向が続く。
	○	輸送業（支店長）	・電子商取引の荷物が増え続けている。フリーマーケットサイトに連携した荷物が新商品の需要の底上げを図っており、当該サイトでの伸びが予想以上のため、ますます荷物は増える。
	○	通信業（営業企画担当）	・客との商談時にモノのインターネットや人工知能を業務に活用する話題が出始めており、新たな商談のシーズが見え始めている。
	○	金融業（貸付担当）	・中国の経済動向、米国の利上げなど先行き不透明感はあるものの、国内景気は年末に向けてやや良くなっていく。マイナス金利政策の影響から金融機関を取り巻く環境は厳しさを増していくが、低利での資金調達により企業の利払いコストは減少している。また日銀や政府の景気対策も一定の効果が期待でき、景気はやや良くなる。
	○	広告代理店（営業担当）	・年末年始に向けて販売促進を拡大させる顧客がいるので上向きに推移する。
	○	会計事務所（職員）	・地元プロ野球チームの優勝で小売業や飲食業に活気が出るものの、製造業や建設業にはあまり影響はなく、まだ景気全体を押し上げるまでには至らない。ただ今後のクライマックスシリーズや日本シリーズの結果次第では良い影響が出て来る可能性がある。
	□	農林水産業（従業者）	・不振が続いていたイカ漁が８月に回復しており、このままの状況が続く。
	□	食料品製造業（総務担当）	・同業の企業で製品事故が起きており、今後の懸念材料である。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	・台風や自然災害で客の購買意欲は低下しており、景気は現状維持となる。

	□	化学工業（総務担当）	・東京オリンピックに伴い、セメントなどの出荷が上向く期待があるが、まだ出荷が増えていない。近隣企業なども収益は改善されているが、売上増加には至っておらず、為替や原料価格などに業績が左右される構図は変わらない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・現時点での受注見通しから、回復基調にはない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・当面は活動水準が低調に推移し好転が期待できない。市場の総量が増えないのでユーザー間で価格競争になりやすい環境が継続する。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・ものづくり補助金等の補正予算が国会で承認されればマインドは上向くが、当社の受注に結び付くのは来年３月以降になると想定している。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先からの受注量に大きな変化が見られない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・為替リスクや円高傾向が材料仕入価格に大きく影響してくる。何より将来の見込みが立てられず、不透明感と不安感がある。
	□	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・受注量は内示に比べ、若干の減少傾向で推移する。
	□	その他製造業［スポーツ用品］（総務担当）	・世界経済が良くなる要素がない。
	□	建設業（総務担当）	・為替、金利、地政学上のリスクファクターが読みづらく、不安定要素が多過ぎる。
	□	建設業（総務担当）	・この先１年は予定物件がある。
	□	輸送業（総務担当）	・この地域では景気を左右する案件が少ないため、近日中に景気変動が起こりそうにはない。
	□	輸送業（経理担当）	・数量の増減はそれほどなく、現状と変わらず推移する。
	□	通信業（営業担当）	・民間の需要や個人への具体的な景気対策は行われず、金融政策によって景気が好転するのかなど、中小零細企業への影響が理解しにくい。
	□	金融業（融資企画担当）	・完成車メーカーの輸出は、現状の１ドル100円程度の為替水準であれば大きく低下することはないと見られ、部品メーカーの受注も横ばいが続く。
	▲	食料品製造業（総務担当）	・国内の野菜の単価上昇で販売量はやや動きが悪くなる見込みである。
	▲	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口案件が終了して生産水準は低下が見込まれている。鉄鋼向け生産回復の兆しもなく、現行水準が継続する見込みである。
	▲	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・状況が好転する材料はなく、更に景況感の悪化は継続する。
	▲	不動産業（総務担当）	・例年どおりだと年末までは賃貸物件の需要は落ち着くため、やや悪くなる。
	×	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きは悪くなる。
雇用関連 (中国)	◎	－	－
	○	人材派遣会社（経営企画担当）	・求人数、登録者数が前年を上回ってきている。相談会や登録会の開催を通じてのアプローチ力を高めていく。
	○	新聞社［求人広告］（担当者）	・製造業は堅調に回復基調であり、非製造業も慢性的な人手不足が解消できれば全体の業績アップが見込める。ただ来年２月の大手スーパー閉店など複数のマイナス要因も存在し、不透明感はぬぐえない。
	○	職業安定所（産業雇用情報担当）	・求人活動が活発な警備業や人材派遣業を含むサービス業や、コンビニなど新店舗開店が相次ぐ卸売小売業などを中心として、新規求人数の増加は今しばらく続く。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・地元自動車関連メーカーの採用意欲は依然高く、技術部門のみならず管理部門への増強も図られる。
	○	学校［大学］（就職担当）	・今しばらくは地元プロ野球チーム優勝による景気の押し上げがある。
	□	人材派遣会社（支店長）	・潜在求職者が減っており、都市へ若者は流出し、地域による格差はますます進み、地方での人材確保が難しくなる。
	□	人材派遣会社（支社長）	・受注はより増えていくが、限られた求職者を各社が奪い合う形でマッチングが進まない。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・10月の内定式前の９月末までに、内々定保有学生の８割が活動を終了する。未内定者でも12月末までには活動を終了したいと考える学生が7.5割おり、企業側も年内には活動を終了するところが大半である。通年採用の中途採用は依然として増加傾向にあり、新卒が採用できなかったことから中途採用で補う企業もある。
	□	職業安定所（所長）	・医療福祉で慢性的な人手不足が続き、製造業や宿泊業からは円高の影響を心配する声があるなど、多くの業種でこれまでのおう盛な求人意欲が薄らぎつつあり、今後求人数は下降気味で推移していく。

	□	職業安定所（雇用開発担当）	・製造業の求人に勢いがなく、非製造業の小売業、飲食業、サービス業の求人でカバーして、求人倍率を上げている状況が継続する。
	□	職業安定所（産業雇用情報担当）	・今のところ管内に企業倒産の話はなく、有効求人倍率は1.3倍台で推移しており当面変化はない。
	□	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・人材のミスマッチ等による人材不足の解消が優先であり、企業努力のみでは解決できない要素が強い。
	▲	人材派遣会社（社員）	・円高の影響が各企業に出始め、それに伴い景気は下降していく。
	▲	求人情報誌製作会社（営業担当）	・平成30年度新卒採用計画や予算の見直しを検討する企業が出始めている。
	▲	学校［短期大学］（学生支援担当）	・今年度の卒業生数は前年度より多いので雇用情勢回復の可能性もあるが、まだ良くなっておらず、今後も懸念が続きそうで困惑している。
	×	－	－