

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)		観光型ホテル（営業担当）	・地元のイベントが盛んになり、乗客数も今以上に増加が期待できる。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・買い回り客の動きが良いので、景気は良くなる。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・ビジネススタイルを変更したら商売が無駄なく順調である。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・景気が悪くなる要因が見当たらない。
		スーパー（販売担当）	・客の財布のひもは固く、特に3月上旬の販売量は伸びていないが、今後は現状より良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・店の清潔さや商品量が改善されてきているので売上が伸び、特に中食の売上が順調である。現状がいつまで続くか分からないので、店舗改善に取り組んで売上を確保していくこととしているが、近隣に開店した競合店の影響が心配である。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・ホテルの宿泊状況などから判断して、地域全体の人の動きが春から夏にかけて活発になることが予想される。県内や国外からの客が多く訪れることに期待が持てる。
		家電量販店（店長）	・前年より来客数は増加する。
		その他専門店〔土産物〕（店長）	・前年のこのシーズンより売上、来場者数共に好調で、春からの繁忙期にかけて更なる上積みが見込める。ただし世間では国有地売却関連問題や豊洲移転など不透明な問題も多く、いくらかのマイナス要因も懸念される。
		一般レストラン（経営者）	・不安材料は特にないので景気は少しずつ良くなる。
		一般レストラン（店長）	・インバウンドを始めとして予約が好調で、今後も順調に入ってくる見込みであることから、ここ2か月の伸びが今後も続く。
		都市型ホテル（企画担当）	・花見シーズンを迎え前年同様インバウンドの団体宿泊の予約受注は好調であるため、景気が好転する要因になることが期待できる。また海外のテロ事件発生などの影響で国内旅行の需要が増加する見込みであり、宿泊需要は確実に伸びる。
		タクシー運転手 タクシー運転手	・イベントが増え新入社員の動きが出てきて売上は伸びる。 ・気候が落ち着き花見シーズンになるので客が増える。ゴールデンウィークも控えており景気は良くなる。
		通信会社（営業担当）	・プロ野球開幕による地元プロ野球チームに関連する市場が前年と比較して上向きに推移しており、それが当面続く。
		通信会社（企画担当）	・第1四半期にかけてSIMで電話定額の新サービスの導入を見込んでいるが、実需要が高いと見込んでいる。
		通信会社（工事担当）	・客の様子がやや良くなる。
		テーマパーク（営業担当）	・1か月予報で晴れの日が多い見込みとなっており、春の行楽シーズンに客の動きが活発になる。
		テーマパーク（業務担当）	・開花が遅れていた花も徐々に開花し始めていることに加えて、大型連休が控えているため多くの来客数が見込める。
		ゴルフ場（営業担当）	・前年は熊本地震の影響で4～5月の予約数が減少していたが、今後は特に韓国からの予約が回復してくる。
		設計事務所（経営者）	・新年度となるので行政からの新たな仕事が増えてくる。またオリンピック景気も地方へそろそろ広がってくる気配がある。
	住宅販売会社（営業担当）	・引き合い案件が増加傾向にある。	
	住宅販売会社（営業所長）	・転勤がほぼ終わり、土地を所有していない客の動きが活発になってくる。	
	住宅販売会社（営業担当）	・気温の上昇とともに、住宅購入検討客の動きが活発になる。	
	商店街（理事）	・オリンピック関連で景気は上向いているが、地方ではそういったイベントの影響は少なく、景気が良くなる材料はない。	
	商店街（代表者）	・商店街への出店希望問い合わせは継続的にあるが、賃貸可能な物件が少なく出店までに至らない。新たな出店があればそれだけでも通行量が増える可能性があるが、現状ではあまり変化が期待できない。	
	商店街（代表者）	・地方では収入が増えず、買い控えをする客が減ることはなく、食料品の値上げが家計を圧迫するようになる。	
	商店街（代表者）	・前年の春以降、客の消費マインドが変化して客単価はかなり落ち込んでおり、このままの状況が続く。	

商店街（代表者）	・駅前再開発に続き、4月に大型店舗の出店が予定されている。オーバーストア化が進み、中心部や商店街から客足が遠のき、景気は良くならない。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・年度末としての注文が少ないので、動きはそれほどない。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・販売数量の落ち込みがないので、このままで推移する。
百貨店（経理担当）	・景気が良くなる要素がなく、今の状況がまだ続く。
百貨店（営業担当）	・大幅な賃上げなど消費者心理にプラスに働く要因でもない限り、この先も良くて現状維持となり、政治や経済の動向によっては更に悪くなる。
百貨店（営業担当）	・プレミアムフライデーが始まっているが、店内の様子は変わらず、婦人服は厳しい状況が続く。
百貨店（販売促進担当）	・婦人服の動きが継続すれば景気は回復するが、競合店のリニューアルや食を中心とした大型店舗の出店が予定されており、地域間競争は厳しくなる。
百貨店（売場担当）	・ポイントアップセールなど特売日の売上が落ち着きつつある。化粧品など消耗品の動きは安定しているが、ファッション商材の特に高額品は年々動きが鈍くなっていく。
百貨店（購買担当）	・生活日用品を少しでも安く購入しようとする客の姿勢に変化がない。衣料品関係にヒットアイテムはなく、商品の絞り込みが予想される。宝飾品や美術品などの高額品の販売促進は今後も取り組んでいく。
百貨店（外商担当）	・来客数が伸びないことから結果的に販売量や販売額でも苦戦は続く。交通網が未発達な当地では、食品関係の大型量販店進出の影響が出ており、中心市街地が一層苦戦する要因となっている。
百貨店（売場担当）	・婦人服がこのまま前年並みに推移すれば景気はやや良くなってくるであろうが、現状は大きな変化にはならない。
スーパー（店長）	・景気が変動する材料はない。
スーパー（店長）	・2か月間にわたって来客数が前年より減少しており、この状況が続く。
スーパー（店長）	・客単価は下降の傾向にあり客の節約志向が見受けられるが、大きく変化する外的要因は見当たらない。
スーパー（店長）	・気候が良くなり野菜価格が安定する。
スーパー（総務担当）	・売上は先月上向きの兆しがみえていたが、結局横ばい状態に終わっているため、現状では景気好転の要因が見当たらない。
スーパー（業務開発担当）	・販売点数は伸びているものの来客数が前年並みで、ここ数か月同様な状況なので今後も変わらない。
スーパー（営業システム担当）	・景気が回復する材料が見当たらない。
スーパー（管理担当）	・大きな変化はないが、一部の店舗ではディスカウント店進出による売上の減少が懸念され、来客数や1品単価の維持が課題となる。
コンビニ（エリア担当）	・ベースアップがここ数年のように伸びがないことから、上げ止まり感がまん延する。
コンビニ（エリア担当）	・プレミアムフライデーの効果は薄く、客の買い控え姿勢は変わらない。
コンビニ（支店長）	・状況が悪いわけではないので今後も大きな変化はない。
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
衣料品専門店（店長）	・景気が良くなる要因はなく、プレミアムフライデーも大きな成果は期待できない。
家電量販店（店長）	・売上は伸びない。
家電量販店（販売担当）	・例年同様夏場のエアコンに期待が持てる。
家電量販店（企画担当）	・景気が好転する様子はない。
乗用車販売店（営業担当）	・新型車が出て来客数が増えない。
乗用車販売店（営業担当）	・今月は決算月なので来客数が多く、今まで買い控えていた客も購入に踏み切るケースはあるが、来月からは自動車取得税などの負担が増えるので厳しい状況が続く。
自動車備品販売店（経営者）	・政府は大企業ばかりを優遇するのではなく、中小企業や個人に対する政策へと根本的に転換しなければ景気を改善することは難しい。個人で言えば富裕層、会社では一握りの大企業など一部を優遇するのではなく、下から上への逆さまの発想が必要である。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・来客数が大きく変化する要素は見当たらない。

その他専門店〔時計〕 (経営者)	・売上が減少し経営が破綻しそうである。
その他小売〔ショッピングセンター〕(所長)	・このままの状態が続く。
その他小売〔ショッピングセンター〕(管理担当)	・近隣に大型店の出店があるため客の購買意欲は伸びるが、当店への悪影響も大きく、動向を注視する必要がある。現在春休み期間中の長期イベントを実施しており、来客数は比較的好調である。
高級レストラン(宴会サービス担当)	・4月に入っての予約は厳しい状況で、今後の動きは分からない。
一般レストラン(経営者)	・景気回復を実感できない所得層が多い。一部の建築土木関連企業で手取り給与が上昇しているが、地域全体としてはまだ景気に明るさがない。
一般レストラン(外食事業担当)	・年末に大手外食チェーン店が出店したことで、ゴールデンウィークにはファミリー客やヤング層など客の取り合いが特に激しくなる。
観光型ホテル(宿泊担当)	・客は少しでも安い単価に流れる傾向がみられる。
都市型ホテル(スタッフ)	・来客数は伸びているが、今後は不透明である。
都市型ホテル(総支配人)	・海外経済の不確実性や金融資本市場の変動などにより3か月後は先行き不透明である。
都市型ホテル(企画担当)	・レストランの来客数は上向き傾向にあるが、今後の宿泊予約は上向きの状況にはならない。
旅行代理店(経営者)	・将来的に景気が回復すればよいが、政府や世界の動きにあまり期待せず、各自でできることをするように状況が変化していく。
旅行代理店(営業担当)	・6月以降の予約状況の動きが鈍い。
タクシー運転手	・行事が増えてくる時期であるが、客の動きにあまり期待していない。
通信会社(社員)	・景気は悪くはならないが、良くなりそうな兆しもみえない。
通信会社(販売企画担当)	・働き方改革で販売サイドにも営業時間や人員シフトなどの変化が見込まれる。
テーマパーク(管理担当)	・地方経済は鈍化傾向にあり、地方での消費に発展的な動きがない。
競艇場(職員)	・5月中旬に開催予定のG1レースで収益が確保できる。
美容室(経営者)	・消費者の消費傾向が二極化しているため、必要か必要でないかの選別が厳しくなってくる。
美容室(経営者)	・数か月で状況が変化することはない。
美容室(経営者)	・薄利多売の店の影響や人の流れが戻らないと売上は伸びない。
設計事務所(経営者)	・県、市共に新年度予算はますます縮小され、先がみえない。
設計事務所(経営者)	・4月から建築物省エネ法の規制措置が施行され、300㎡以上の住宅の新築と増改築にも省エネ計画の届出が必要になる。対象になる建築費は上昇するが、規制が増えてもこれに対する補助金がない。
設計事務所(経営者)	・消費税率再引上げまでには時間があり、消費者を刺激する要素に乏しい。
住宅販売会社(従業員)	・客が低金利にすっかり慣れてしまい、購買心理を刺激する政策がない。
一般小売店〔茶〕(経営者)	・少子高齢化の影響がますます深刻化する。
スーパー(店長)	・前年度は熊本地震関連の特需で売上の良かった分野が全体をけん引していたが、本年度はその裏年となるため、前年比100%を超えることは難しい。
スーパー(店長)	・今後も客の傾向に変化はなく、更に支出を抑える方に傾く可能性が高い。
スーパー(財務担当)	・競合店の出店と建て替えオープンがあり、来客数と買上点数が減少する。
衣料品専門店(経営者)	・客の買い控えで厳しい状況は続く。
家電量販店(店長)	・春のシングル需要に大きく陰りがみえ、前年と比べて低下幅が大きいことがこの先の行く末を表している。
乗用車販売店(営業担当)	・エコカー減税の制度が変わるので状況は厳しくなる。

	乗用車販売店（総務担当）	・ 新型車の販売が落ち着き、他社との競合が激しくなる。また、営業人員が不足気味になることが予想されるため人事異動で対応するが、当面の戦力ダウンは否めない。
	乗用車販売店（営業担当）	・ 3月は決算月であることと4月以降に自動車取得税と自動車重量税の税制が変更になることから駆け込み需要があるが、4月以降はその反動で落ち込む。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・ 地方は努力しているところとそうでないところの格差が広がっていく。
	スナック（経営者）	・ 地方の景気対策にはこれといったものが何もないため、この業界はますます苦しくなる。
	通信会社（広報担当）	・ 客に安さのみを求める傾向があるうちは底値で営業するしかなく、販売数が増えても利益にはならない。
	通信会社（総務担当）	・ 今月は年度替わりの一時的な新規加入による増加があるが、3か月後はそれが見込めない。
	× 商店街（代表者）	・ 売上の低迷がひどく物品販売業界は苦戦している。
	× スーパー（店長）	・ 来客数は前年同様であるが、買上点数が減少傾向である。特に日用雑貨や鮮魚など手のかかる食材は買上点数が少なくなっていく。
	× スーパー（販売担当）	・ 白物家電等といった以前であれば新生活には欠かせなかった商材の販売量が年々減少している。背景には家具家電付きの賃貸物件の普及やリサイクル店の増加などの市場環境の変化がある。それに対して既存店舗ではその変化に追いつけていない現状がある。品ぞろえや戦略の転換も容易ではなく、先行きは厳しいと予測せざるを得ない。
	× 乗用車販売店（統括）	・ 毎年1～3月は需要月であるが4～6月は販売量が低下する。
	× 乗用車販売店（業務担当）	・ 1～3月の年間最大販売期を終え、4～6月には市場が縮小する。
	× 乗用車販売店（店長）	・ 新車はもちろんサービス客にも動きがなく、先行きは見通せない。
	× 自動車備品販売店（経営者）	・ 新規店舗が出店予定である。
	× 住関連専門店（営業担当）	・ 来客数が減少しているため新築やリフォームの情報が取れない状況である。
企業 動向 関連 (中国)	輸送用機械器具製造業（経営者）	・ 新車が販売開始となり量産のため繁忙となる。
	化学工業（経営者）	・ 主要原料である苛性ソーダの仕入単価の値上がりにより比例して販売単価も引上げるよう取引先と交渉を行っているが、苛性ソーダの品不足感について理解を得るとともに、主要取引先の生産量も増加見込みであることから、比較的短期間での価格転嫁ができる見通しである。
	鉄鋼業（総務担当）	・ 一時的な踊り場から脱し、当初期待していたオリンピックに向けた動きが出てくる。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・ 主要客の来期の生産量が新聞発表されたが、今期を上回る量となっている。
	輸送業（総務担当）	・ 4月から新卒者雇用により仕事量はこなせるので景気は好転局面となるが、依然としてかなり深刻な人員不足であり、それが足を引っ張る恐れがある。
	会計事務所（職員）	・ 自動車設備関連業界では、数か月先の受注の打診が入ってきている。地元で航空機設備関係の業者も徐々に忙しくなる気配がある。
	食料品製造業（総務担当）	・ 商品の売り方を変更するなど、現状維持ができる体制を整えつつある。
	木材木製品製造業（経理担当）	・ 新設住宅着工戸数が頭打ちとなり、職人不足もあって将来的には不安であるが、現時点では変わらない。
	化学工業（総務担当）	・ 現在の企業の業績は需要の底上げによるものではないので、景気が上向きになることはない。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・ 鉄鋼向け引き合いは当面変化がない見込みである。新年度後半に大型の引き合いがあり、受注が確定すれば多忙となる。
	鉄鋼業（総務担当）	・ 米国新大統領の政策の行方が混とんとしており先行き不透明である。
	非鉄金属製造業（業務担当）	・ 非鉄金属の建値にこれ以上の上昇は望み薄であり、販売価格も頭打ち感が出てくる。
	金属製品製造業（総務担当）	・ 4月より鉄原材料価格が上がるためコスト増となるが、受注が微増の見込みなので収益面では現状と同水準となる。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・ 好転する要素がみえない。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・ アベノミクス効果の恩恵は大企業にだけであり、そこにぶら下がっている中小企業はなかなか恩恵にあずかれない。好影響は大手企業にのみという感が拭えない。

	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・足元の受注環境は苦しいが、運賃の改善や中古船価の上昇など、久しぶりに明るい材料が出始め、前月のやや悪い状況から少し改善する。	
	建設業（総務担当）	・米国の新大統領の打ち出す施策がなかなか実現困難となっており、そうした米国の動向が日本に影響を及ぼすので、先行きが不透明である。	
	建設業（総務担当）	・予定物件が順調に受注でき、技術職員の稼働状況は目一杯の状態が継続しており、この状況が続く。	
	通信業（営業担当）	・通信設備の見直しやネットワーク見直しへの活発な投資は行われず、更改の要因としては故障等設備老朽化によるところが大きい。しかしネット等のセキュリティ関連の機器への増設、更改は顕著に伸びる。	
	通信業（営業企画担当）	・設備投資が関連する提案についてはおおむね下期以降の採用となる。	
	金融業（貸付担当）	・輸出は持ち直しがみられるが、個人消費は節約志向が続く、緩やかな回復傾向に推移する。	
	広告代理店（営業担当）	・客情報や受注見込み等の内容から変動はない状況で進行する。	
	農林水産業（従業者）	・まき網船漁の水揚げ数量が著しく減少する。海水温度の影響だけではないと心配している。	
	その他製造業 [スポーツ用品]（総務担当）	・国内の販売は中級品や低級品はある程度売れているが、当社で生産している高級品はあまり売れていない。そのため生産原価に見合った価格設定ができず非常に厳しい状況が続く。	
	輸送業（経理担当）	・戦力不足と労働時間管理の問題が大きく影響してきて、客の動向以前の問題として来年度は厳しくなる。	
	不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期を過ぎて落ち着くため、例年どおり来客数と成約件数は減少する。	
	×	食料品製造業（経営者）	・商品価格が低下し客の財布のひもが固く消費が低迷している。今後も景気は悪いままである。
	×	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪いままとなる。
雇用 関連 (中国)	-	-	
	人材派遣会社（経営企画担当）	・目まぐるしく変わる求職者の登録層を把握し、引き続き地元企業へ提案を進めていく。	
	新聞社 [求人広告]（担当者）	・スマートフォン部品生産で大型求人であった電子部品製造業が大きく伸びるとともに、大手自動車メーカーが他の大手自動車メーカーとの資本提携後、生産水準も維持されるなど景況は良いため、労働力確保のため賃上げを含む待遇改善を図る企業も多くなる。	
	職業安定所（所長）	・鳥取県中部地震の雇用への影響が限定的だったことに加え、医療福祉など慢性的に人手不足の業種も少なくなり、求職者の減少傾向もあいまって一層人手不足感が増すため、今後の求人数は確実に増加傾向で推移する。	
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・人手不足の状況は各業種に広がりを見せており、年度末から新年度にかけて人の動きが出る時期に入るが、求人増加は続く。	
	民間職業紹介機関（職員）	・プロ野球が開幕し、地元プロ野球チームの人気から、派生する商品やサービスが地域経済の全体を底上げしていく。	
	学校 [短期大学]（学生支援担当）	・求人数がわずかに増えており、今後もこのまま推移する。	
	人材派遣会社（社員）	・季節ごとの採用繁忙期で雇用ニーズはあるが、季節要因以外に特出した要因がないため、例年どおり推移する。	
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・採用活動の印象は前年より厳しかったと回答する企業が全体の4割と多く、採用できていない分も上乘せて次年度に臨むため、学生、社会人共に採用環境は前年よりさらに良くなる。特に厳しかった小売、建設、サービス・インフラは、前年より採用基準を緩くする傾向が続く。	
	職業安定所（雇用開発担当）	・求人数の変化から判断すると、幅広く人手不足感が広がり求人事業所は増加するが、景気が良くなったための増員なのか、必要人員が確保できないための求人なのかがはっきりしない。	
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・企業倒産の話はなく、有効求人倍率は落ち着く。	
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・採用に関する良いニュースがない。医療や運輸に多少の改善はみられるが、少子化問題もあり働く価値観の違いも多様化しているので、効果が出るには時間がかかる。	
	学校 [大学]（就職担当）	・国内情勢、国際情勢とも混乱している。	
	人材派遣会社（支店長）	・第1四半期まではどの企業も様子見となる。	

	人材派遣会社（支社長）	・競合他社との求職者の取り合いはますます激しくなり、人材の採用コストが増大する。
x	-	-