

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)		住関連専門店（営業担当）	・毎年2万人以上の集客がある年間最大のイベントがあるので、大幅な売上増を見込んでいる。
		観光型ホテル（営業担当）	・ゴールデンウィーク、夏休みと来客数の増加が見込める。
		競艇場（職員）	・6月末から7月初めにかけて全国発売のレース開催があるので売上は確保できる。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・地元デパートのイベントに出店し、カスタムオーダーシューズの展開をしたので今後の反響に期待が持てる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・前年より来客数が増えているので景気は上向く。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・買い控えが一段落し、客単価が上昇している。
		スーパー（販売担当）	・夏物衣服を求める客の声があり、財布のひもは固いが欲しい物を購入しようとする傾向は続く。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の伸びが今後も続く傾向である。
		コンビニ（支店長）	・来客数が増加するとともに消費者動向にも変化が見られるため、景気は若干の上向き傾向にある。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・盛夏に向かって客の動きが活発になり、県外や海外からの観光客が多数訪れるとともに、健康志向の高まりから付加価値のある食材のニーズが掘り起こされる。
		家電量販店（店長）	・現在好調である来客数に加えて客単価も上昇すれば、猛暑でエアコンの動きが好調であった前年の売上をクリアできる。
		家電量販店（販売担当）	・エアコン需要に期待できる。
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入によって販売量が上向く。
		乗用車販売店（営業担当）	・過去のデータから夏前に客の動きが活発になる傾向がある。
		その他専門店〔土産物〕（店長）	・例年4月下旬からゴールデンウィークにかけて他県からの来場が増えており、今年は短くても5連休のため盛況となる見通しである。ゴールデンウィークを過ぎても外出には良い時期で、4月の客の動きを見ても落ち込みはない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・近隣に大型商業施設の開業があり、今後の客の動向を注視する段階であるが、オープン景気もあって消費は向上する。
		旅行代理店（経営者）	・北朝鮮問題などがあるため海外旅行には今一つ伸びがないものの、国内旅行の需要は増加する。
		タクシー運転手	・ボーナス時期になり、天候次第で販売量は増加する。新卒の運転手も増え、売上は伸びる。
		通信会社（総務担当）	・現在は年度替わりの一時的な販売量の増加があるが、5月ごろには通常の販売量に落ち着く。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から景気は上向く。
		住宅販売会社（営業担当）	・物件の引き合いが多い。
		住宅販売会社（営業担当）	・客からの問い合わせ件数が増加してくるため、徐々に景気も良くなる。
		商店街（代表者）	・客の来店間隔や購入間隔が延びており、今年に入ってから売上も徐々に低下してきているため、今後も同様の傾向が続く。
		商店街（理事）	・景気が良くなる材料はない。
		商店街（代表者）	・市内に新形態の大型ショッピングセンターができたため、客が分散化し更に厳しさが増す。
		商店街（代表者）	・いまだに地方では収入が増加しないため、食品の値上がりも家計を圧迫し、当店商品の制服などには儉約が続く。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・今後の新茶の動きを見ると変動はないものの、茶葉の売上が全体的に低下しているため不安が残る。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・買いまわり客がいるので売上に大きな変動は起きない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・来客数の動きと客単価の動きを総合すると今の傾向が続く。
		百貨店（経理担当）	・価格が高めの婦人服の売上が回復しない限り今の状況が続く。
	百貨店（営業担当）	・衣料品の売上は伸びず先行きも厳しい状況は変わらない。	
	百貨店（営業担当）	・株価の乱高下もあって客の購買心理が向上する要素がなく、現状のまま推移する。	

百貨店（売場担当）	・ 4月後半から同じ商圈内に大型商業施設が出店しているため、来客数が若干減少する。
百貨店（購買担当）	・ 3～4月は食品の売上が前年をクリアしているが、婦人服関係は厳しい。アパレル関係がものづくりを抑え、人員削減も行っているため景気は良くならない。
百貨店（売場担当）	・ 少しでも景気が良くなった感はあるが、抜本的に好況に転じたわけではなく、先行きも予断を許さない状況にある。動きが良くなってきた商品群はあるものの、百貨店全体としては不振なアイテムも多く残っている。
スーパー（店長）	・ 景気が変わる要因はない。
スーパー（店長）	・ 客単価は前年をクリアしているが、来客数が97～99%で推移し売上も年末から前年を割っているため、先行きも同様に推移する。
スーパー（店長）	・ 天候によって販売量が変わってくる。
スーパー（店長）	・ 客の買物点数が減少しつつあり、買物を少し控える傾向にある。
スーパー（店長）	・ 地域経済が上向く様子はなく、客が消費を抑える傾向は今後も続く。
スーパー（総務担当）	・ 季節的に売上が上向く時期であるが、数か月の流れを見ると横ばいが続く。
スーパー（財務担当）	・ 個人所得が増えず、今後も大幅な給与の増加が見込めないため客の節約志向は続き、売上の増加が期待できない。
スーパー（管理担当）	・ 向こう3か月は来客数が大きく増減する要因はなく、現状が続く。
スーパー（営業システム担当）	・ 様々な商品が値上がりしているため景気が良くなる要因はなく閉塞感があることから、必要最低限の買物にとどまる客の傾向は強くなる。
コンビニ（エリア担当）	・ 景気が上向く見通しが立たないため、本部の施策や天候に合わせた商品仕入れなどによって売上向上を図っていく。
コンビニ（エリア担当）	・ 近隣に大型スーパーができて客足に影響が出ており、今後もこの状況は続く。
衣料品専門店（経営者）	・ 景気が良くなる見通しが無い。
衣料品専門店（店長）	・ 単価の高い商品の動きがかなり悪く、客からも低価格商品への要望が多いので、売上、来客数共に増加は期待できない。
家電量販店（店長）	・ ヒット商品になる家電商品はなく、先行きの見通しは明るくない。
家電量販店（店長）	・ 景気が良くなる要素がなく家電市場自体が縮小している。
家電量販店（企画担当）	・ 景気が良くなる要因がない。
乗用車販売店（統括）	・ 新型車効果が薄れてきているため、販売量の増加は見込めない。
乗用車販売店（営業担当）	・ 決算後は毎年売上が落ち込んでおり、今後消費税率引上げ前には少し上向き可能性があっても、ほぼ現状が続く。
乗用車販売店（店長）	・ エコカー減税対象車種が限られてくる影響で販売量が落ち込み、サービス在庫客が減少する。
乗用車販売店（総務担当）	・ 長期化している納期を短縮することは難しいが、広告宣伝を増やしているため現状の来客数と販売数は維持できる。
乗用車販売店（営業担当）	・ 客から景気が良くなる話はなく、新車販売や来客数の増加は見込めない。
自動車備品販売店（経営者）	・ 来月から再来月にかけて商品の値上げが予定されるため、本来であれば駆け込み需要を期待できるところ、メーカー側で品不足が続いているため、結果的に販売店には恩恵が全く及ばず、客が盛り上がりながらも売上に期待できない。
その他専門店 [和菓子]（経営者）	・ 来客数が増減する要素はない。
その他専門店 [時計]（経営者）	・ 人口減少や高齢化の影響で取扱商品の販売量を増加させることは難しく、景気が良くなっても売上増加に結び付くかどうかは不確定である。
その他小売 [ショッピングセンター]（所長）	・ 有名衣料小売店が撤退した空き店舗を年内は催事にて対応するしかない。
高級レストラン（宴会サービス担当）	・ 予約状況の動きは前年より鈍い。
一般レストラン（経営者）	・ 当地域では零細企業の賃金は横ばい状態であるとともに生活に変化はあまり見られないため、各家庭に働き手は多いがそれが外食利用の増加につながりにくい。
一般レストラン（外食事業担当）	・ 新たに出店した店舗、従来からある店舗のすみ分けができ、客の利用が固定化しているため現状のまま推移する。

	スナック（経営者）	・ここ何年も当業界の景気は上向いておらず、今後悪くなることはあっても良くなる気配はない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・客の動きなどから景気が上向く気配はない。
	都市型ホテル（企画担当）	・前年度のデスティネーションキャンペーンが終了したため、消費喚起に結び付く主だった景気施策はなく、好景気への起爆剤が見当たらない。海外情勢が不安定な中で、旅行など国内に消費の矛先を向ける必要がある。
	都市型ホテル（企画担当）	・宿泊の事前予約状況は通常どおりに推移しているが、直近の予約状況は低迷している。レストランの予約状況は通常どおりに推移しているが、当日来客数がやや好調に推移している。
	都市型ホテル（総支配人）	・先行予約が前年並みで推移している。インパクトのあるイベントの計画はなくなぎの状況である。
	旅行代理店（営業担当）	・夏休み需要で販売量は上向きになる見込みではあるが、世界情勢に左右されるため楽観視できない状況である。
	通信会社（社員）	・景気の先行きを判断する材料がない。
	通信会社（企画担当）	・スマートフォン関連の売上は堅調に推移する見通しであるが、それ以外のテレビやネット商材については新サービスが特にないので上向きになる可能性は低い。
	通信会社（販売企画担当）	・業界にトピックスがない。
	通信会社（総務担当）	・季節変動要因であるが、転出者数と転入者数が例年とほぼ同等の水準となる。
	テーマパーク（管理担当）	・地方消費に変動はない。
	テーマパーク（営業担当）	・大きなイベントはなく、国内団体旅行の動きも鈍いが、外国人旅行者の増加が見込める。
	ゴルフ場（営業担当）	・来客数は変わらないが高齢者の利用が減少する。
	美容室（経営者）	・客が髪に金を使う余裕が出てくるほど景気は良くならない。
	美容室（経営者）	・2～3か月で客の所得が上がることには期待できず、節約志向が変化することもないので、景気に変化はない。
	美容室（経営者）	・客の消費の問題よりも人手不足が深刻な状況である。
	設計事務所（経営者）	・不動産仕入れの物件に少しずつ効果が表われ、現状が維持できる。
	設計事務所（経営者）	・政策で地方へ予算配分される見込みがなく、世情不安の声が大きくなっていく。
	設計事務所（経営者）	・建築資材や人件費が上昇しているので消費者の動向が読みづらい。
	設計事務所（経営者）	・建築現場は技術者も職人も不足しており、その状況が改善される様子はない。このまま建築費のコストアップが続けば受注は減ってしまう。
	住宅販売会社（従業員）	・建築自体の受注は増えているが、戸建て注文住宅では大きな伸びが期待できない。
	住宅販売会社（営業所長）	・住宅ローンの金利や税制に大きな変化がない。
	商店街（代表者）	・近隣での大型店の開店は力の弱い店舗にとって死活問題となる。
	商店街（代表者）	・食品関係などの値上げで客の買い控えは続く。
	百貨店（販売促進担当）	・ゴールデンウィークに県外からの客に期待できるが、北朝鮮問題で先行きへの不安感が残るので、客の厳しい購買姿勢に変化はない。
	百貨店（外商担当）	・来月以降は店舗や周辺環境に改善要素はなく、今後も厳しい状況が続く。
	スーパー（店長）	・北朝鮮問題やEU問題など世界情勢が不安定で、日本にもこれといった景気が良くなる話題がないため、景気はやや悪くなる。
	スーパー（業務開発担当）	・向こう1年は競合他社と激しい競争が続くため厳しくなる。
	スーパー（販売担当）	・新生活商戦は年間でもウエイトの高いイベントであるが、例年になく苦戦を強いられている。4月商戦の主要な対象は転入者であるが、地方都市ではその数が年々減少しており、それに加えて家具家電付きのマンションやアパートも増えているため、家電市場が縮小している。市場環境の変化に販売施策が追いつけない現状では、景気の回復は期待できない。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・当地方では景気を活性化させる材料がない。国が地方の活性化策を考えないと大都市中心の国になってしまう。
	一般レストラン（経営者）	・米国と北朝鮮の関係で先行きが不安である。

	一般レストラン（店長）	・近隣郊外に大型ショッピングセンターができ、中心部への来店が減る。また花見シーズンが終わり、インバウンドの予約が一段落しているため、予約数も少なめの状態が続く。
	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・交通量が減少するので、来客数も減少する。
	観光型ホテル（宿泊担当）	・希望の日程でも価格が合わないと宿泊を中止する客が増えている。
	タクシー運転手	・ゴールデンウィークは観光客がマイカーで来たり、金を使わない傾向が続き、飲み客が減少するため景気は悪くなる。
	通信会社（広報担当）	・品質ではなく価格勝負になっており、景気が上向き様子はない。
	通信会社（営業担当）	・地元プロ野球チーム関連の商品やサービスの販売が好調に推移しているが、一過性のものなので今後漸減する。
	テーマパーク（業務担当）	・例年の梅雨の時期は入園者数が減少する。
	× スーパー（店長）	・近隣に競合店がオープンしたため今後苦戦する。また働き方を改善する国の政策に沿う必要から、残業削減などの労働時間管理が最優先課題となるため、販売に手をかけられなくなる。
	× 自動車備品販売店（経営者）	・仕入原価の高騰で販売価格が値上げとなれば、客の買い控えが出てくる。
企業 動向 関連	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・計画になかった大型案件の受注で生産量が増えるので、数名の派遣社員を雇う予定である。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・秋に向けて新車が立ち上がるので景気が良くなる。
(中国)	化学工業（経営者）	・主要取引先の春の定期修繕がほぼ終了し、自動車部品メーカーを中心に輸出の好調を受け、当初計画の1割相当の受注量増加となる。
	鉄鋼業（総務担当）	・関東の建築物件の話が当地区でも聞こえ始めているので、少しずつでも活動レベルが上向いていく。
	鉄鋼業（総務担当）	・自動車関連製品に加え、電子部品関係も受注が増加していく。
	一般機械器具製造業（管理担当）	・大口の受注が入っている。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客から受注量増加の内示を受けている。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・長期に渡る新造船市況の低迷により、依然足元の受注環境は苦しいが、運賃の改善や船価が底値を打つなど明るい情報もあり、水面下では成約も出始めているため先行きは多少良くなる。
	建設業（総務担当）	・フランス大統領選挙や北朝鮮情勢に伴いリスクが増加してくる。
	輸送業（総務担当）	・宅配便関係の報道が頻出しているが、価格競争から適正価格への移行に期待できるため、景気に好影響が及ぶ。
	通信業（営業企画担当）	・セキュリティ、モノのインターネット、新たな通信技術のLPWA等のキーワードが客との打合せで示されており、具体的な検討の可能性が出てきている。
	広告代理店（営業担当）	・現状の受注先の情報や先付け受注の動きから、景気が少し良くなる方向で推移している。夏の販売促進の準備等の客情報もあり、受注量は増える見込みである。
	会計事務所（職員）	・設備投資の額は相変わらず増えていないが、製造業が抱えている受注額は例年よりも多い。毎年4月の受注額は3月を大きく下回るが、今年はその下がり幅がやや少ない。
	食料品製造業（総務担当）	・景気は現状が続く。
	化学工業（総務担当）	・2016年期末決算が良い見込みとなるためすぐに景気が後退することはないが、今期の見込みが決して甘くないことから全般の景気は横ばいとなる。
	非鉄金属製造業（業務担当）	・自動車向け、家電向けの需要の旺盛さは継続する見込みであるが、これ以上の上昇は見込めない。
	金属製品製造業（総務担当）	・先行きに対しては好材料も懸念材料も見当たらず、現状の厳しい状況が継続する。
	建設業（総務担当）	・この先1年は受注の目途が立っている。
	通信業（営業担当）	・SOHOや中小企業などのセキュリティ関連の商材はいくらか引き合いあるものの、景況感にあまり変動はない。
金融業（融資企画担当）	・当面は系列の地元自動車部品メーカーの受注が高水準を維持する。	
食料品製造業（経営者）	・受発注関係の数量が減少しており、今後伸びる可能性はない。	

	木材木製品製造業（経理担当）	・前年度の住宅着工戸数がピークとなり、今後は人口減、世帯数減、職人不足も加わり新設住宅着工戸数は減少傾向になるため、住宅業界の景気は今後やや悪くなる。
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・景気改善の兆しは一向に見えてこず、政情や金融の不安は依然として続いているため先行きも厳しい。
	輸送業（経理担当）	・戦力確保や収受料金の改定が進まない限り状況は好転しない。
	金融業（貸付担当）	・百貨店等の販売額は前年割れ、また新設住宅着工戸数も前年割れとなっている。
	不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要が落ち着く時期となり、来客数や成約件数は減少する。
	x 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くなる。
雇用 関連	-	-
(中国)	人材派遣会社（支社長）	・新入社員採用と重なる時期なので新規求人数は春先に一旦落ち込むが、例年どおり5月以降回復する。
	人材派遣会社（経営企画担当）	・求職者は正社員志向が一層高くなっており、正社員は安定しているとの思いを強く持った人の相談が多くなる。更に在職者の相談も増えており、良い求人があれば転職をする状況が増加していることから、企業マッチングの難易度は高まっていく。
	人材派遣会社（支店長）	・世界情勢に市場が若干反応しており、今後重工業関係とその下請などに影響が出る可能性がある。
	職業安定所（所長）	・電子部品製造工場の増設や飲食店の新規出店など、新たな求人募集の情報が増えてきており、求職者数の減少傾向とあいまって人手不足感が増しており、今後の求人数は増加傾向で推移する。
	職業安定所（雇用開発担当）	・求人企業から当面景気の悪化につながる情報はなく、今後2～3か月は改善傾向が続く。
	民間職業紹介機関（職員）	・米国大統領の政策の影響はなく、製造業の設備投資は順調で、採用意欲も高い。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・前年同時期と比較して、新卒求人の待遇の上昇や採用数の増加が見られ、企業や団体の経済規模が拡大している。
	人材派遣会社（社員）	・有効求人倍率が1.7倍で、求職者のマッチングとリクルーティングが課題の状況であり、引き続きこの状況が続く。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が高位で安定する。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・人手不足の状況で、学生にとっての売手市場を背景に4月に入社した2017年新卒者の大手企業志向が、学生アンケートの結果、2010年以来8年ぶりに過半数を超えており、理系はその傾向が強い。中途採用市場も有効求人倍率1.42倍とバブル期と同率の高さである。就職氷河期に採用を手控えていた企業が、その年代の年齢層を埋めるため中途採用市場も売手市場となっている。景気と採用者数はリンクしているため、ここしばらくは同じような状態になる。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・管内にあったポーリング場が老朽化で閉鎖したが、他に企業倒産の話はなく、今後も落ち着いた状況が続く。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・人手不足が続いて求人数は増加しているが、景気が回復しているとは言えないため、今後もしばらく様子を見る必要がある。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・求人を活性化する施策がない。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・採用動向に大きな影響を与える要因がない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・原油高や米国政策の不透明感などに加え、人手不足に伴う人件費の高騰など企業経営にとってのマイナス要因が今後ますます増大する。
	x	-