

9. 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)		商店街（代表者）	・業界がオーバーストア、少子化、インターネット販売、デフレに苦しんでおり、売上が前年を下回る傾向が続く。客はより良い物をより安く必要となしにしか購入しない状況も継続する。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・株価の安定が継続する。
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入に加え、1～3月の年間最大の増販期を迎えるため期待は大きい。
		乗用車販売店（営業担当）	・特別仕様車やマイナーチェンジの車が発表され、1月から決算期に入るので販売量も増えて景気は良くなる。
		通信会社（総務担当）	・年度替わりの人の動きに伴って、新規契約数が増加する。
		商店街（理事）	・客は現在の経済状況に慣れるとともに、生活防衛本能が培われてきているため、場に応じて購買をコントロールしている。ただし、いつまでも我慢し続けるのではなく、今後はある時点でそれを開放させる形での消費の流れが起きることが見込まれる。現在まで割と長い期間にわたって客が我慢する状況が続いているので、これからは消費に目が向きそうである。
		百貨店（広報担当）	・ボーナス支給を受け、年末年始の客の消費意欲に期待できる。重衣料等の販売状況は悪くなく、天候と件もあるが直近2～3か月はやや復調する。
		百貨店（販売促進担当）	・冬物の動きが好調な11月の反動が懸念されるが、冬型の天候になっているので、婦人服を中心にファッション部門は前年売上をクリアでき、大雪の影響を受けた前年のプラス反動にも期待できる。
		スーパー（店長）	・来客数が増えれば販売量は改善する。
		家電量販店（店長）	・AIやロボットによる業務自動化により生産性が高まる。
		家電量販店（販売担当）	・年末年始に期待できる。
		乗用車販売店（店長）	・新車の販売台数を伸ばすには時間が掛かるが、サービスの入庫客が増えていることは将来的に明るい材料である。
		乗用車販売店（営業担当）	・過去1か月の傾向から客の動きは積極的になっており、1～2月は大展示会を迎えるため期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・最低賃金の引上げによる、給与全体の引上げが零細企業でも行われ、消費者の外食利用にも良い影響を及ぼす。
		観光型ホテル（営業担当）	・団体旅行が減るため個人旅行の増加を目指していく。
		タクシー運転手	・忘年会シーズンに入って飲み客が増え、ボーナスが出れば景気は良くなる。
		通信会社（企画担当）	・年明け以降、スマートフォンの映像配信や4Kテレビに絡んだ新サービスのリリースの頻度が高まる。
		設計事務所（経営者）	・例年明けに向けて来場者の対応時は積極的な反応があるので、同様に受注が見込める。
		住宅販売会社（従業員）	・少しずつではあるが、消費税率引上げ前の駆け込み需要で販売量は右肩上がりになってくる。
		住宅販売会社（営業所長）	・子供の進学等で3月入居を目指して分譲住宅が動く。
		商店街（代表者）	・個人事業主である商店街店主から良い話はあまり聞かれず、年末から年度初めにかけての景気向上感はない。
		商店街（代表者）	・地元客の購買意欲が高まる仕掛けが必要である。
		商店街（代表者）	・客の買い控え傾向は続く。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・年末商戦はどこまで販売量が伸びるか分からない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・大手企業の子会社設立に合わせた注文は多いが、中小企業からの注文は少ない状況が続く。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・地元客が定着しており、景気が良い状況が続く。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・地域内では賃上げの様相はなく、可処分所得の増加は期待できない。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・まだまだデフレが続く。
		百貨店（経理担当）	・催事は好不調の波があり、低迷していた婦人服の売上が良くなっているが、この状況を維持できるかは不明である。
		百貨店（営業担当）	・衣料品の売上確保は難しく、化粧品と特選品とで補う方向ではあるもの、売上が厳しい状況は続く。
	百貨店（外商担当）	・お歳暮商戦が始まって客の反応は鈍く、衣料品関係も芳しくないため、今後も好材料に乏しく現状が継続する。	

百貨店（人事担当）	・ガソリン代や野菜価格など物価上昇が止まらず、ボーナスが上がる気配もない。
百貨店（売場担当）	・衣料品の売上に大きな伸びはないものの、この2か月間は衣料品のセール合戦と店舗面積の縮小により、店頭での底打ち感があり、その状況が継続する。
百貨店（売場担当）	・現在の景気状況はしばらく継続する。
百貨店（購買担当）	・客の購買意欲が高まっているが、ボーナスの金額によっては現状が続く。
スーパー（店長）	・景気が良くなる材料はない。
スーパー（店長）	・現在の客の購買傾向は今後も変わらず、上向き基調になる要素が見当たらない。
スーパー（店長）	・競合店の出店状況などに基づくと劇的に数値が回復する要因がない。当店の数値から判断すれば改善の方向に進む見通しであるが、地域全体の景気からは回復の見込みも悪化の見通しもない。
スーパー（総務担当）	・チラシ等の効果は薄く、来客数も横ばいで景気の上向き感はない。
スーパー（業務開発担当）	・近隣にできたディスカウント店との競争激化で年末年始の動きに不安があるものの、来客数はそれなりにあるので前年並みで推移する。
スーパー（財務担当）	・地場企業のボーナス増加はほとんど期待できないので、客の節約による売上の前年割れは続く。
スーパー（管理担当）	・現状から劇的改善は望めないが、年末商戦キャンペーンによって前年数値は維持できる。
スーパー（販売担当）	・当地域ではブラックフライデーの認知度が低く、客は最終日にやっとセールに気付く。
コンビニ（エリア担当）	・個人消費につながる給与所得が上昇しない。
コンビニ（支店長）	・来客数の微減、客単価の微増が続く。
コンビニ（副地域ブロック長）	・来年2月に向けて競合店が増加するので、来客数や客単価の増大は見込めない。
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）	・例年11月の最終週からボーナスを見据えた購入が見受けられるが、今年は客が購入に慎重で、12月になってもそれほど売上が伸びることはない。
家電量販店（店長）	・現状が非常に厳しく、今後も良くなることはない。
家電量販店（店長）	・業界全体で売上を大きくけん引する商品や催事がなく、来客数減少の傾向に歯止めが掛かる要素がない。
家電量販店（企画担当）	・販売量が上向き要素がない。
自動車備品販売店（経営者）	・政権与党が首都圏よりも地方にてこ入れするような思い切った政策の矢を打たない限り、今後も大企業の横暴は変わらず、景気回復は望めない。ダムでせき止められたような状況では、景気回復の流れが下まで降りないうちに不況に戻る可能性が高い。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・来客数に今以上の増加は望めない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・人口減少や消費流出があるため、小売業だけの問題ではない状況が続く。
その他専門店〔土産物〕（店長）	・客の表情が明るく、今月は新商品と季節商材の高単価商品が売れているが、12～1月は年末年始用の食品が売れるため好調を維持する。
その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・催事などで集客は伸びるが、いかに客の財布のひもを緩めていくかの仕掛けを考えていく必要がある。
高級レストラン（宴会サービス担当）	・新年会予約の動きは前年より鈍く、景気が良くなる状況は見当たらない。
一般レストラン（経営者）	・インターネットで検索して来店する客がリピーターになる可能性はあるが、常連客の来店頻度が低下しているので来客数は現状とあまり変わらない。
一般レストラン（外食事業担当）	・忘年会や新年会、転勤、進学などの行事が続くが、マーケット内の競争は落ち着いているのでそれほど影響はないものの、人件費の高騰を売上に反映させているので、厳しい状態が続く。
スナック（経営者）	・年末年始は来客数が少し増えるが、当業界の景気回復はまだ難しい。
都市型ホテル（総支配人）	・先行予約は例年並みで推移しているものの、12月から国際航空路線で定期便が増便したことなどにより、インバウンドの増加が一部で見込まれる。

	旅行代理店（経営者）	・四季の変化がなくなってきたことから、秋には紅葉を楽しむ冬には温泉を楽しむ傾向が薄れており、客が旅行商品を購入する時期と意欲とが適合しない状況が継続する。
	旅行代理店（営業担当）	・春休み商戦を控えているが、申込状況は前年より鈍い。
	タクシー運転手	・人手不足が続く。
	通信会社（社員）	・景気が良くなる材料が見当たらない。
	通信会社（販売企画担当）	・特に好景気となる要因はない。
	通信会社（営業担当）	・変化を誘引する要因が特にならない。
	通信会社（工事担当）	・客はあまり設備投資ができない状況である。
	テーマパーク（管理担当）	・個人消費が伸びず、購買率や個人売上比率等の低迷が続く。
	ゴルフ場（営業担当）	・予約の状況を見ると閑散期に入るため、例年と変わらない。
	美容室（経営者）	・人の流れができない限り景気は良くなるらない。
	設計事務所（経営者）	・景気が好転する材料は一切ない。
	設計事務所（経営者）	・新築の件数は全体的に減る傾向であるが、最近では中古家屋や中古ビルの利活用として民泊にする相談も出ており、業務がリノベーション工事主体に移行することが見込まれる。
	設計事務所（経営者）	・来春まで建築を取り巻く環境が変わる要素が見当たらない。
	商店街（代表者）	・株価や諸外国の動向次第で景気は動くが、今月より良くなるとは見通し難い。
	百貨店（営業担当）	・年明けの1月は客の動きがクリアランスセール中心となるが、取引先が商品生産を抑えており1～2月のセール商品不足で売上は厳しいものになる。
	スーパー（店長）	・生鮮食品などの相場高が前年より多く、年末前なので客は節約志向になる。
	スーパー（営業システム担当）	・野菜や鮮魚等の不作や不漁で価格が上がってきているため、利益の確保があまり見込めない。
	乗用車販売店（総務担当）	・販売、整備共に最大繁忙期を迎えるが、業務過多が予想され、特に整備部門は人手不足が影響して売上を大きく伸ばせない。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・閉店する小売店が常にあり、域内の人出が更に減少する。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・来客数の増加が前倒しになって終わる傾向が見られるため、楽観視はできない。
	一般レストラン（店長）	・インパウンドの集客が多く見込める時期となる春先にかけては、年々集約数が増加傾向にはあるものの、冬季オリンピックの時期には減少が見込まれるため、売上はあまり見込めない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・11～1月にかけて忘年会や新年会の予約状況は好調であるが、2月からの歓送迎会はまだ不透明である。
	都市型ホテル（企画担当）	・例年、年末年始の反動で少し消費が冷え込む。
	都市型ホテル（企画担当）	・全体的に先行受注の状況が低迷しており、先行きが見えずイベントも少ない時期なので、3月に商機を見据えている。
	テーマパーク（業務担当）	・イルミネーションイベントが終了して冬の閑散期になるので、例年同様に来客数が減少する。
	テーマパーク（営業担当）	・悪天候が続く予報となっており、来客数が減少する。
	競艇場（職員）	・今月実施したG3競争ほどの売上は見込めない。
	美容室（経営者）	・ボーナスが出れば12月は忙しくなるが、本格的に冬になれば来客数は減少する。
	美容室（経営者）	・サービス業や小売業は飽和状態になっており、じわじわ影響が出てくる。
	住宅販売会社（営業担当）	・例年12～3月にかけて住宅業界では客足が鈍る。
×	スーパー（販売担当）	・各運送業者から運賃改定の話がきており、これまでサービスしていた部分も今後は客に負担が掛かってくる。この点を踏まえ、年明けから始まる新生活商戦に一抹の不安を抱いている。
×	コンビニ（エリア担当）	・競合ディスカウントストア開店の影響で来客数の減少が今後3～4か月は続く。人手不足による店舗管理のレベルも落ちてきているので、夕方以降は接客に集中できる営業をして売上を伸ばす。
×	乗用車販売店（統括）	・データ改ざん問題による影響で、販売量が厳しい状況が続く。

	x	自動車備品販売店（経営者）	・年明けは閑散期に入るので不景気になる。
	x	住関連専門店（営業担当）	・今期の前半に大きく数字を落としているが、回復の見込みが立たない。
	x	その他飲食 [ サービスエリア内レストラン ]（店長）	・閑散期に入るので、来客数は減少する。
	x	通信会社（広報担当）	・内容の良しあしで客は動かず、とにかく価格優先なので景気は悪くなる。
企業 動向 関連  (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車の立ち上がりがあり、景気は上向く。
		不動産業（総務担当）	・例年どおり年明けからは賃貸住宅の需要時期に入るため景気は良くなる。
		化学工業（経営者）	・主要原料である苛性ソーダの再値上げの動きがあるなかで、当該原料確保に苦慮しているが、国内外共に需要が旺盛で景気は上向き基調である。
		鉄鋼業（総務担当）	・建築案件の具体化に伴い、当面は活動水準が高位で推移する。
		輸送業（支店長）	・業界各社が運賃の引上げや引き戻しを行っており、客に負担を強いているものの、今後も引き合いは増える。
		通信業（営業企画担当）	・新たなマーケットでセキュリティやモノのインターネット等の新サービスの活用が進み始める。
		広告代理店（営業担当）	・年末年始の販売促進対応で上向きに推移する。
		農林水産業（従業員）	・業界の末端の動きがあまり良くないので好転しない。
		食品製造業（経営者）	・年末商戦が始まり客の動きが活発になりつつあるが、依然として財布のひもは固い状況が続く。
		食品製造業（総務担当）	・商品の値上げや会社の統合による社名変更に対する客の反応がまだ分からない。
		木材木製品製造業（経理担当）	・これまでの低金利住宅ローンが一巡したことによる住宅着工戸数の低迷と、衆議院選挙の影響による消費税率引上げが確実化したことによる増税前の駆け込み重要による新設住宅着工戸数の増加がどう影響するかが今後の景気を左右する。
		化学工業（総務担当）	・化学品の輸出の売上と利益が好調であるが、燃料の石炭価格が上昇しているため、現状がいつまで続くか不透明である。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・建設用生産が終了する翌年5月頃までは現在の状況が継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・受注量と発送量は高水準を維持しているが、同時に原材料価格の高騰も続いており、業績目標達成に向け厳しい状況が続く。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子部品関係の受注は高止まりで、これ以上の増加は見込めない。
		金属製品製造業（総務担当）	・輸入している原材料価格が秋に値上がりし、年明けにも追加の値上げ要請があるので収益が悪化する。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きは現状で推移する。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・受注内示量は下方修正傾向であるが、大きな減少ではなく前年並みとなる。
		建設業（総務担当）	・予定物件の受注が順調に推移しており、大きな変化はない。
		建設業（総務担当）	・景気に停滞感が出てくる。
		輸送業（総務担当）	・取引先や受注量に大きな変化はない。
		通信業（営業担当）	・景気高揚感はなく、株価上昇も地域のマーケットには影響しない。
		金融業（融資企画担当）	・為替が安定しており、地元完成車メーカーの輸出は当面高水準で推移し、系列地元自動車部品メーカーの受注も高水準を維持する。
		金融業（貸付担当）	・特に持ち家など、新設住宅着工戸数は前年比マイナスの状況が続く。
		会計事務所（職員）	・製造業、建設業共に受注状況は堅調で、諸外国の動向にもよるが、大きなマイナス因子がない限り現状が続く。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・引き続き生産量は緩やかに減少し、為替や原材料市況等、収益を即座に大幅に押し上げる要素はない。
		その他製造業 [ スポーツ用品 ]（総務担当）	・国内の消費動向が冷え込んでおり、高価格商品の動きが低調であることに加え、給与が上がらず、原油や生活消費財の値上げだけが先行しており、大企業のみが潤っているのでは先行きは良くならない。
	輸送業（経理担当）	・扱い数量に対し戦力不足が顕著になりつつある。人材確保ができなければ受注量の制限を掛ける必要があり、苦しい状況になる。	

	x	-	-
雇用 関連  (中国)		人材派遣会社（社員）	・国際情勢や原油高などの不安定要素に加え、それに伴う為替相場の下降も景気悪化の要因になるが、現段階では企業は人手不足のままであり、今後も採用活動を継続する。
		人材派遣会社（支社長）	・フルタイムで採用できない企業の中には、パートタイムでの採用に切り替えるなど、人材確保に向けて様々な施策を講じている。これからは今までで収益化しにくかった層が、就業に結び付くようになる。
		人材派遣会社（支店長）	・4月以降の直接雇用の流れは現在よりも高くなる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・新卒採用では2020年卒業予定のインターンシップを強化する動きが出ており、企業の採用熱は高い。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・来春卒業生の採用予定数は文系、理系共に増やす企業が減らず企業を大きく上回っている。大卒の来年度採用予定数は前年実績を17.8%上回って大きく増加予定で、業種別では商社、建設、製造が高い。採用を増やす企業は将来の経営業績の見通しを理由に採用数を増やし、減らす企業は前年の採用実績を考慮して減らしているが、再来年卒業の採用予定人数もこの傾向が継続する。
		職業安定所（雇用開発担当）	・求人者からは採用を増やす話が多く、しばらくは売り市場が続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・顕在化している採用ニーズ以外の潜在ニーズが多く、人さえいれば事業が拡大できると考える経営者が採用計画外であつても採用する。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・製造業でのデータ改ざん問題が与える影響度合いが不透明であるが、現状に変化がなければ引き続き求職者不足は継続する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・低金利のため企業の設備投資意欲が高まり、個人の消費活動も活発化する。人材不足に伴う企業の雇用政策にしわ寄せがきており、長期化することで企業活動にも制約が生じて収益が下がる。
		職業安定所（所長）	・求職者の減少傾向から人手不足感が一層強まっていることを背景に、業種を問わず契約社員から正社員に切替えて募集するケースが増える。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・管内では企業倒産の話はなく、有効求人倍率は落ち着いた状況が続く。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・将来の労働力減少に対する対策がうまく機能しない状況が続く。
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・新卒対象の採用活動が落ち着き、追加募集などの新たな動きはなくなる。
		学校〔大学〕（就職支援担当）	・変化につながるような要因が見当たらない。
		-	-
	x	-	-