

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		乗用車販売店（営業担当）	・周年イベントを計画しているので、集客が通常より活発になる。
		乗用車販売店（店長）	・新型車の発表があるので来客数が減少することはなく、現状が続く。
(中国)		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・ほんの一部しか景気回復の恩恵を受けていないが、今後は少しずつ増加する。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・会社設立印の注文が増え、前向きな動きが出てくる。
		コンビニ（エリア担当）	・工事関係の客が朝と夕方に来店するので売上と来客数が上向き、昼間の常連客の来店も順調なので現状より景気は上向き。
		コンビニ（エリア担当）	・前年と比較して来客数が伸びている。
		家電量販店（店長）	・来客数と客単価が上昇する。
		乗用車販売店（業務担当）	・1～3月の年間最大販売期に入る。
		乗用車販売店（営業担当）	・1月から決算期に入りメンテナンス客と新規客が増え、景気は上向き。
		自動車備品販売店（経営者）	・景気がやや良くなる見込みである。
		一般レストラン（店長）	・近隣にホテルが新しくできて春の観光シーズンの需要と客単価の上昇が見込める。
		一般レストラン（外食事業担当）	・12月の忘年会が順調に伸び、今後は合格祝いや卒業、転勤時期となり外食の利用が増えてくる。
		都市型ホテル（総支配人）	・国内航空便の来年3月からの夏ダイヤ以降、当地域の空港と他の2地域の空港とを結ぶ定期路線の開設が決まったことから、新たな基礎的需要の高まりに期待が持てる。
		旅行代理店（経営者）	・今後更なる伸びが見込まれる業種が、業界全体をけん引する経済状況が訪れることに期待が持てる。
		タクシー運転手	・タクシー運転手は景気が悪くなると応募が増えるが、現在それが無いので今後の景気は良くなる。
		通信会社（営業担当）	・ボーナスが全体的に上昇傾向なので、新年度に向けての購買動向が上向きになる。
		通信会社（総務担当）	・年度替わりのタイミングで契約数が増加する。
		通信会社（工事担当）	・客から今後の景気はやや良くなるとの声が聞かれる。
		競艇場（職員）	・3月には企画レースと女子レースが開催されるので売上が見込める。
		設計事務所（経営者）	・現在の受注残数からは春先まで一定程度忙しい状況に変わりなく、それは天候要因で施工が進み難い状況下でも同様と見込まれる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率引上げまではやや右肩上がりの傾向が続く。
		商店街（理事）	・景気が良くなる要素はない。
	商店街（代表者）	・商店街にある生鮮食品店は天候による客足の悪さと、年金暮らしの高齢者が無駄なものを買わなくなったことが響いて景気の悪化が続く。	
	商店街（代表者）	・客は購入に慎重で、必要な商品以外には目もくれない状況が継続する。	
	商店街（代表者）	・店舗間格差が顕著になり、景気の動向は全体的に判断が難しい。	
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・来客数の動きが低調な状況が続く。	
	一般小売店〔靴〕（経営者）	・当店は売行きに伸びがある一方で、他店に伸びは見受けられない。	
	百貨店（経理担当）	・売上が好調な部門や時期はあるが、それを維持していくのが難しいため、この不安定な状況がまだ続きそうである。	
	百貨店（広報担当）	・出店各社の売上基調にばらつきあり、業界全体における景気回復は短期的には見込めない。また、市場全体で消費を喚起する出来事がないので変化に期待が持てない。	
	百貨店（営業担当）	・株価や為替相場が安定しており更なる経済対策に期待が持てるが、今後2～3か月は今以上の景気回復につながる材料は見当たらず、良くて現状維持となる。	
	百貨店（営業担当）	・インバウンドが多少増加しているが、客単価は今一つの見込みである。常備品とセレモニー関係がセットで動くことはまずないので、単品購入のしかも着回しや直近買いが多くなるため、景気に変化はない。	

百貨店（販売促進担当）	・記録的寒波で来客数と売上共に大きく落ち込んだ前年と比べて大きな伸びを期待できるが、美術品と宝飾品の高級ゾーンの復調が懸念される。
百貨店（売場担当）	・1月の衣料品セールに対する客の期待感が年々薄れており、特にミセス層は価格の安さだけでは購入しなくなる。
百貨店（売場担当）	・オリンピック開催期間の一時的な低下は見込まれるが、中期的には悪い要素はなく現在の状況は継続する。
百貨店（購買担当）	・隣接する施設の改装が完了すればこちらにも客が流れてくるが、客の商品選択の目は厳しく、購買意欲は何か特別なことがない限り回復しない。
百貨店（外商担当）	・周辺地域の状況に変化はなく、来客数の増加も期待できない。
スーパー（店長）	・工場地帯であることが地域の特徴であるが、周辺からは景気が良い方向にも悪い方向にも向かう様子がないとする意見が多数聞かれる。
スーパー（店長）	・13か月ぶりに来客数と販売数が前年並みに回復し、客単価も前年の102%と全体数値を押し上げていることから、この状況が続く。
スーパー（店長）	・景気が大きく変わる材料はない。
スーパー（店長）	・客の購入点数、単価共に前年と変化はなく、賃金上がるなどの話もない。
スーパー（店長）	・客は今後も必要最低限のものしか購入しない傾向が続くため、しばらくは景気が上向くことにはならない。
スーパー（総務担当）	・原価の値上がりなどがあるため、販売量の増加は難しい。
スーパー（営業システム担当）	・節分等の行事が控えているが、コンビニなども力を入れるため売上増はなかなか見込めない。
スーパー（販売担当）	・セールが始まると動きの鈍かったコート類の売上が伸びる。
スーパー（管理担当）	・競合店の増加に加え客の節約志向に変化はなく、今以上の売上や来客数の増加は見込めない。
スーパー（業務開発担当）	・競合は厳しくなり、販売単価も低下して景気が良くなる要素はないものの、何とか現状維持で推移する。
コンビニ（エリア担当）	・競合店が安売りをする。
コンビニ（副地域ブロック長）	・競合店の進出と原油価格や物価の上昇など、コンビニエンストアにとっては逆風が吹く。
コンビニ（支店長）	・景気が上向く要素がないので現状維持である。
衣料品専門店（経営者）	・景気の良さが中小企業に浸透するまでには時間が掛かる。
衣料品専門店（店長）	・ボーナス時期でも来客数が減少して客単価も低下しているため、今後新入社員用衣料の需要時期になっても売上向上は期待できない。
家電量販店（店長）	・ボーナス商戦で瞬間的には売行きが良かったものの、これが続く材料が見いだせないため、初売りの状況を注視する。
家電量販店（店長）	・景気が大きく変動する要素はない。
家電量販店（企画担当）	・A Iスピーカーなど新製品が出ているが、思ったほど動きはなく、現状が続く。
家電量販店（販売担当）	・遅く始まった年末商戦のずれ込みと新生活需要や決算に期待が持てる。
乗用車販売店（営業担当）	・出費に消極的な客が多いものの、建築関係の客は景気が良くなりそうな状況がうかがえる。
住関連専門店（営業担当）	・客の動きが非常に悪いので、今後は見当が付かない。
その他専門店 [和菓子]（経営者）	・販売量が増加する要素はない。
その他専門店 [時計]（経営者）	・景気が良くなる要素はない。
その他専門店 [土産物]（店長）	・イチゴや殻付きカキなど地元特産品が旬を迎えるが、生産者からは出来が良いとの情報が入っており、マスコミ取材を受けるなど良い材料がそろっているため、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）	・施設が閑散期に向かうため、集客イベントを実施してシャワー効果を醸成する。家計に大きな変化はないが、新生活に向けた商品の動きに期待が持てる。
高級レストラン（宴会サービス担当）	・閑散期に入るので厳しい状況は続く。
一般レストラン（経営者）	・正月以降の天候にもよるが、この冬は寒波が厳しいと予測されているため、来客数に影響が出ることを懸念している。
一般レストラン（経営者）	・現在の景気が続く。
スナック（経営者）	・まだ地方景気は向上しておらず、中小企業の景気が回復しなければこの業界も良くならない。

	都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会や新年会での来客数は増加しているが、客単価はそれほど上昇していかない。
	都市型ホテル（企画担当）	・相変わらず大企業の不祥事等が後を絶たず、景気のマイナス要因は払拭できないが、年度変わりの個人消費が活発になることには期待が持てる。
	都市型ホテル（企画担当）	・インバウンドの動きは冬に入ると落ち込むが、前年より多くの観光客を目にする状況が続く。一方で国内客の利用は正月や年度末など一定のイベントニーズはあるものの、日常使いでのニーズが弱い状況が続く。
	旅行代理店（営業担当）	・税制改正を始め個人消費に直接影響する事柄が予定されているため、景気が上向くことはない。
	タクシー運転手	・客の動きが悪い状況が続く。
	タクシー運転手	・客のタクシー利用頻度が低くなっており、景気は良くなる見込みがない。
	通信会社（社員）	・景気が良くなる気配がない。
	通信会社（販売企画担当）	・事業に対する行政の監視が厳しくなってくるため、セールス内容にやや縛りが見込まれる。
	通信会社（企画担当）	・12月の時季的要因はあるものの、その点を差し引いても今月は対面する客の表情が1年前と比べて明るく、この状況は3か月後も変わらない見通しである。
	テーマパーク（管理担当）	・地方消費が伸びず、個人消費も今後活発に動くことはない。
	ゴルフ場（営業担当）	・ゴルフはオフシーズンに入るので来客数が減少する。
	美容室（経営者）	・今のところ中小零細企業に政策の恩恵はみられないので、今後も景気回復はどうなるか分からない。
	美容室（経営者）	・物価が上昇しても客の給与に変化がなければ客の節約志向が高まり、景気は悪くなる。
	美容室（経営者）	・閉店する店が増えており、激安店がこれ以上増えれば当店も経営戦略を変更したり、閉店しなければならない。
	設計事務所（経営者）	・状況にそぐわない変な安定感が続く。
	設計事務所（経営者）	・事業物件などの引き合いがあるが、ゼネコンが手一杯で建築費が高い状態が続いているので、事業採算が合わなくて前に進めない。しばらくは建築を取り巻く環境の変化は見込めない。
	設計事務所（経営者）	・新築の相談案件には期待が持てないため、リフォーム、リノベーションに期待するところが大きく、全体的にみて急に景気が上向く様子はないので、しばらくは様子見するしかない。
	住宅販売会社（営業担当）	・年始から徐々に来場者が増えるが、寒い季節なのでそれほど期待が持てない。
	住宅販売会社（営業所長）	・客が決断するまでに時間が掛かる状況が続く。
	一般小売店〔茶〕（経営者）	・地元の様子に明るい見通しはなく、高齢化も一層進んでおり、海外への商品輸出で何とかしのぐ状況が続く。
	スーパー（財務担当）	・年末年始の散財の反動で正月明け以降は客の節約により客単価が下落する。
	スーパー（販売担当）	・今後2～3か月は移動需要を軸とした新生活商戦となるが、少子化や地元志向の増加から市場規模は年々縮小しており、今期も苦戦が予想される。
	衣料品専門店（経営者）	・収入格差が広がっており、中間層が少ない状況が続く。
	乗用車販売店（総務担当）	・数か月前から新車商談が前年を大きく割っており、年度末の成約件数にも影響が出てくる。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方行政が頑張らなければ地方は活性化しない。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・来年の大型連休前には改装セールを計画しているが、来年1～4月まで仮囲いや空き区画が多くなるため、今以上に厳しくなる。
	観光型ホテル（営業担当）	・例年予約人数が減少していく。
	通信会社（広報担当）	・業界内はデフレが更に加速する。
	テーマパーク（営業担当）	・今年の冬は寒さが厳しく降雪が多い予報が出ているため、観光意欲の低下が見込まれる。
	テーマパーク（業務担当）	・イルミネーションイベントが終わり、年度末の忙しい時期になるので来客数の増加は見込めない。
	住宅販売会社（営業担当）	・年度末までは来期に向けての営業期間になり、販売数は伸びない傾向が続く。
×	商店街（代表者）	・悪天候の予報が出ており、人の動きが悪くなって来客数と販売量が伸び悩む。
×	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との競合などで売上が低迷する。

	x	乗用車販売店（統括）	・メーカーのデータ改ざん問題の影響が続く。
	x	自動車備品販売店（経営者）	・冬期商材の販売が終わり閑散期を迎えるので、景気は1年のうちで最悪となる。
	x	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・冬季閑散期に入るので来客数は増えない。
企業動向関連		輸送用機械器具製造業（経営者）	・まだまだ増産傾向にある。
(中国)		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期に入るため、例年どおり新規来客数や成約件数が大幅に伸びる。
		繊維工業（監査担当）	・現在の受注状況と前売りの状況からみると、消費者の購買意欲は向上してくる。
		化学工業（経営者）	・当面主要取引先の増産体制は顕著であり、受注量に応じた増産体制が続く。ただし、中国の環境対策による工場の稼働停止の影響により、特に苛性ソーダの価格が大幅に値上がりしているため、生産にも影響が及ぶ。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関係で更に販売量が増える傾向にある。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客の来期1年間の内示数量は今期に比べて増加となっており、その助走段階として2～3か月先の内示も増加傾向となっている。
		建設業（総務担当）	・仕事量は堅調に推移する。
		通信業（営業企画担当）	・製造業の客から製品の品質維持のためのソリューション商材に緊急的なニーズが高まっていく。
		食品製造業（総務担当）	・例年年末商戦が終われば売上が伸び悩むのが常である。
		化学工業（総務担当）	・当面は良いが、原燃料価格が上昇していくと利益が少なくなる可能性がある。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・生産の多忙さは数か月続く見込みで、時間外労働の水準も継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・現時点で生産能力一杯の受注があり、この状況がしばらく続く見込みである。
		鉄鋼業（総務担当）	・各社の活動は高水準を維持する。
		金属製品製造業（総務担当）	・工作機械業界の得意先からは生産量を増やすとの話があるが、当社への案件は微増に留まり現状と余り変わらない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・大口受注の販売は計画どおり進捗しており、売上也堅調に推移する。
		建設業（総務担当）	・現在の状況が今後1年は継続する見込みである。
		輸送業（総務担当）	・受注量や取引先の様子から景気に変化はない。
		通信業（営業担当）	・現場での中小経営者からは景気回復の声は余り聞こえてこず、マスメディアの景気観測が伝える景況感の向上がどこまでのものか判断できかねる。
		金融業（融資企画担当）	・為替が円安基調で安定していることが追い風となり、地元完成車メーカーの世界販売台数は高水準を維持し、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）	・公共工事請負金額の減少が続く。
		会計事務所（職員）	・関与先の中小零細企業では、冬のボーナスが前年より増えているところは少なく、賃金事情は必ずしも良好ではないため、人材確保が大きな経営課題になってくる。
		食品製造業（経営者）	・客の財布のひもが固く、必要な商品だけを購入する姿勢に変化はない。
		木材木製品製造業（経理担当）	・一般的には景気が良いと言われるが、新設住宅着工戸数の動向や給与所得の低迷などから今後の個人消費の上昇は望めず、住宅業界の景気はやや悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・製品単価の下落や生産量の減少、原材料高騰等により収益性は継続して悪化する。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・海外生産との競合が常にあり、コスト面で非常に厳しい状況が続く。
		輸送業（経理担当）	・このままの雇用情勢が続けば、適正な労務管理対策を含め、受注数量が減少する。
		広告代理店（営業担当）	・取引先から広告掲載を当分の間見送る意向が示されていることから、受注量が減る状況で推移する見通しである。
	x	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きは良くならない。
雇用関連		-	-
(中国)		人材派遣会社（支店長）	・人手不足を解消するために待遇改善が進み、景気は更に良くなる。
		求人情報誌制作会社（経営者）	・2～4月はアルバイト求人数が増加し、年度末の転職希望者に向けた正社員求人も増える時期である。同時に新年度や新入学で求職者の動きも活発となる。

	求人情報誌製作会社 (営業担当)	・2020～2022年卒のインターンシップ期の広報予算が拡大傾向にある。
	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・百貨店売上からみて個人消費は堅調に伸び、各業種で求人数も増えてくる。
	職業安定所(雇用開発 担当)	・事業所からの聞き取りでは人手不足感が強まっていることに加え、人員整理や事業所閉鎖などの情報もないため、雇用状況はやや良くなる。
	民間職業紹介機関(職員)	・製造業を中心に採用意欲、投資意欲も高く、新規ビジネスの立ち上げや業容拡大による分社化など、拡大傾向となる話題を多数耳にする。
	人材派遣会社(社員)	・引き続き企業の人手不足は続くため、いかに雇用をマッチングさせるかが課題であるが、パートや短時間勤務等、幅広い雇用を提案していくことで人手不足を緩和していく。
	人材派遣会社(経営企画 担当)	・経済に大きなインパクトがない限り、現状は継続する。
	人材派遣会社(支社長)	・人手不足の状況が大きく変わることはなく、雇用のマッチングが進みづらい状況が続いていく。
	求人情報誌製作会社 (広告担当)	・新卒採用は長引いた企業でも11月初旬で終了した。内定が出そろった夏以降でも、企業が大学から学生を紹介されるケースが前年より多い。全国転勤のある企業などでは手段と費用を考慮せず予定数を採用する例として、就職サイトだけでなく人材紹介会社を利用して採用に至るケースも見受けられる。
	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、少しでも応募者を増やすため業種を問わず契約社員から正社員に切り替えて募集するケースが目につく。
	職業安定所(産業雇用 情報担当)	・1月に店舗を閉鎖する事業所があるが、取引関係にある大規模小売店が来年度に開店するので、その店に従業員が応募するため影響はない。
	民間職業紹介機関(人材 紹介担当)	・人手不足の状況に変化はなく、働き方改革がクローズアップされているが、対応できない中小企業が多数あり、離職率の上昇につながる。
	学校〔短期大学〕(進路 指導担当)	・採用予定者数に満たない企業からの求人は引き続きあるが、事業拡大による新規求人はほとんどない。
	学校〔大学〕(就職支 援担当)	・採用活動に積極的な企業は多いが、業界によって差があり、もう少し状況を注視する必要がある。
	-	-
x	-	-