

9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：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）	・平成30年7月豪雨に続いて台風にも直撃されたが、復興に向けて消費マインドは今後前向きになる。また、原爆記念日を契機とした観光客や交流人口が増加するとともに、地元プロスポーツチームが活躍することで景気上昇が見込まれる。
		百貨店（営業担当）	・パジャマの売上が通常の30%伸びているが、ふだん着の売上は20%低下している。平成30年7月豪雨の影響で悪化した交通状況や客の気分が回復してくれば売上は伸びる。
		スーパー（店長）	・気温が安定し、平成30年7月豪雨災害の影響も少なくなれば景気は回復する。
		スーパー（店長）	・猛暑のなか、マスコミ報道によって熱中症に対する意識が高くなったことから、対応商品の特需は継続するが、今後大きく伸びることはない。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・平成30年7月豪雨災害に対応するボランティアの規模が拡大し、復興関連事業が増えてくる。
		家電量販店（店長）	・平成30年7月豪雨の影響が落ち着き、客足が伸びてくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・平成30年7月豪雨の影響は続くが、決算期に突入することと新型車発売があるので販売量は増加する。
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入があるので販売量は増加する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・平成30年7月豪雨災害の復興状況次第で来客数は回復する。
		観光型ホテル（営業担当）	・夏休み、盆休みと連休があるので来客数の増加を図る。
		都市型ホテル（スタッフ）	・平成30年7月豪雨被害からの復旧も進んでインフラが整備され、交通手段は整いつつある。自粛気味である宴会や風評被害がある宿泊も秋口から回復してくる。
		旅行代理店（経営者）	・2～3か月後には、平成30年7月豪雨の影響が薄くなり、景気は良くなる。
		タクシー運転手	・平成30年7月豪雨の影響が落ち着き、8月にはイベントが予定され、ピヤガーデンも盛り上がってくるので景気は良くなる。
		通信会社（総務担当）	・新たに光サービスを開始する予定となっており、通信契約者が増加する。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から景気は良くなる。
		テーマパーク（業務担当）	・平成30年7月豪雨災害の影響が少し落ち着き、秋の行楽シーズンにもなることから来客数が増加する。
		競艇場（企画営業担当）	・来月以降、企画レースやG3競争があるので売上が見込める。
		設計事務所（経営者）	・平成30年7月豪雨災害を受けた建築の復旧や仮設住宅対策等に業界をあげて取り組むことが急務となり、今後の業務量は増える。
		住宅販売会社（営業担当）	・受注の可能性が高い案件が多くある。
		商店街（理事）	・平成30年7月豪雨の影響で客の購買動向は変化しているが、景気は一喜一憂する。
		商店街（代表者）	・客の購入姿勢は慎重で、買い控え傾向は続く。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・平成30年7月豪雨で被災した水害地域が完全復旧するのに時間を要する。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・現在はバーゲンセール時期なので人の動きはあるが、秋物に移行すれば客足は低下する。
		百貨店（経理担当）	・売場改装の効果が現れてくれば売上は上向く。
		百貨店（売場担当）	・酷暑が続く予報であり、厳しい商戦となるが、その反動で秋の訪れによって良いスタートが切れる。
		百貨店（人事担当）	・平成30年7月豪雨災害からの復興に向けての動きは出てくるが、消費増加にはつながらない。
	スーパー（店長）	・7月の売上増加は天候不順によるものであり、景気は今後も変わらない。	
	スーパー（店長）	・客が必要な物だけを購入する傾向が続く。	
	スーパー（総務担当）	・猛暑で野菜等の値段が上がり、商品も不足しているので客の購買動向が懸念される。	
	スーパー（営業システム担当）	・猛暑で飲料やアイス関係は好調に売上を伸ばしているが、今後も飲料の欠品が続く。また、平成30年7月豪雨の影響で今後みかんや白菜等、冬に売れる商品が値上がりするため苦戦する。	
	スーパー（業務開発担当）	・景気が少し良くなる雰囲気であるが、客の節約志向は微動だにしない。	

スーパー（管理担当）	・客の節約志向は継続する。
コンビニ（エリア担当）	・平成30年7月豪雨災害からの復興需要が収まったときの景気動向がつかめない。
コンビニ（支店長）	・前年と比較して売上が好調な状況は続く。
衣料品専門店（店長）	・平成30年7月豪雨で被災して衣類が必要な客が多く、客単価が高い状況が続く。
家電量販店（店長）	・景気が良くなる要素はなく、積極的に来店促進を図り活路を見いだす。
家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる要因はない。
乗用車販売店（統括）	・景気が良くなる材料がなく、現状が続く。
乗用車販売店（店長）	・平成30年7月豪雨災害からの復興のめどが立たない限り現状が続く。
乗用車販売店（営業担当）	・平成30年7月豪雨で被災した車などの買換えが一時的に増えており、もうしばらくは現状が続く。
自動車備品販売店（経営者）	・景気が良くなる政策はなく、市場の動きもマンネリ化しており、今後もこのままの状態を推移していく。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・小さな商圏で経営を持続させることが重要であり、そのためにも景気を上向きにしなければならない。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気が今以上に悪くなることはない。
その他専門店〔土産物〕（経営者）	・平成30年7月豪雨の被災県では観光客が激減し、回復のめどが立たず、立ち直るにはまだ時間が掛かる。
その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・ボーナスシーズンが終わり、学校が夏休みに入るタイミングでもあるので、いかに来客数を増やす対策を行うかにかかってくる。客の高額品の購入意欲は低いままで、平成30年7月豪雨災害の影響もあって今後の動きが肝心である。
高級レストラン（宴会サービス担当）	・今後3か月の予約状況に変化はないが、平成30年7月豪雨の影響で自粛傾向であり、予約の伸びは鈍る。その一方で、延期されている宴席もあるので、それが実施されれば来客数は伸びる。
一般レストラン（経営者）	・異常気象が原因で客は外出を控え、来客数の減少は続く。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・給料が上がらない。
都市型ホテル（企画担当）	・平成30年7月豪雨災害は観光業界に大きな影響を与えており、自粛ムードはしばらく払拭できない。先の大型祝賀会や企業の宴会などは軒並みキャンセルとなっており、復興のめどがつかない限り厳しい状況は続く。一方で個人のキャンセルは収まっており、一般消費は徐々に回復する。
旅行代理店（営業担当）	・当面は発案件について厳しい状況が続くが、着案件においては平成30年7月豪雨災害からの復興需要等が想定されるので、地域全体の復興のための事業を取り扱っていく。
タクシー運転手	・気温の上昇で日中の客が増加している。平成30年7月豪雨災害の影響で止まった列車の代わりの利用や、被災地域に現場確認に向かう保険会社の貸切り注文などで客単価は上昇しているが、景気の回復にはつながらない。
タクシー運転手	・景気の先行きはみえない。
通信会社（総務担当）	・平成30年7月豪雨災害で、通信業界は社会インフラの基盤を支えるため、被災地等に対して全力を挙げて復旧支援等に取り組んでいる。この進捗状況によって、景気への影響もさることながら、社会生活への影響が出てくる見込みである。
テーマパーク（営業担当）	・高気温の長期予報が出ており、客の動きは回復しない。
テーマパーク（管理担当）	・地方消費と景気は良くならない。
ゴルフ場（営業担当）	・猛暑による来客数の減少は回復するが、平成30年7月豪雨の影響によるコンペの自粛は秋口まで続き、来客数は減少する。
住宅販売会社（従業員）	・今後は平成30年7月豪雨の影響は損害から復興需要へと転換するので、景気の落ち込みは一時的なものである。
商店街（代表者）	・デフレ、オーバーストア、少子化、インターネット販売との競合は続き、客の購買意欲も低迷したままとなる。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・猛暑は継続し、平成30年7月豪雨で被災した人は復旧に力を入れることになり、景気は悪くなる。
一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・来年の消費税の引上げが迫っているが、消費喚起の経済政策がない。
一般小売店〔靴〕（経営者）	・平成30年7月豪雨の影響で消費ムードが落ち込んだ状況は続く。

	一般小売店 [印章] (経営者)	・ 猛暑が続いて来客数は減少する。
	百貨店 (営業担当)	・ 平成30年7月豪雨による購買心理へのマイナス影響が今後数か月は続く。
	百貨店 (販売促進担当)	・ 夏物セールの早期切上げが計画されており、ファッション部門は猛暑でも秋物を展開する厳しい商況となる。9月以降の秋物商戦も分母が大きな美術品や宝飾品などの高額品の消費回復がなければ厳しい基調は継続する。
	百貨店 (購買担当)	・ 9月以降は天候に左右されない物産展やインテリア関係の催事が予定されているが、暑さが続けば衣料品関係の秋物商材の動きや冬物商材の展開開始時期などを試行錯誤する必要がある。
	百貨店 (外商担当)	・ 平成30年7月豪雨と猛暑で来客数、販売額共に伸び悩んでいる。前年数値もクリアできず、猛暑が続けば現状のまま推移する。
	百貨店 (売場担当)	・ 食品や衣料品に対して客は一段と低価格志向が強くなり、価格競争が激しくなるなかで売上は増加しない。
	スーパー (販売担当)	・ 平成30年7月豪雨で被災した人たちへの援助が優先されるので夏物商材の動きは悪くなり、猛暑のため昼間の来客数は減少する。
	スーパー (財務担当)	・ 平成30年7月豪雨による被災で各地の催事が軒並み中止となっており、客の節約傾向も手伝って売上が減少する。
	衣料品専門店 (経営者)	・ 客の財布のひもは固いままである。
	家電量販店 (店長)	・ 高気温のため季節商材や冷蔵庫がよく売れているが、気候が落ち着いてくれば現状は継続しない。
	家電量販店 (販売担当)	・ エアコン需要が低下する。
	乗用車販売店 (営業担当)	・ 平成30年7月豪雨の影響で一時的に販売量が伸びているものの、その状況は継続しない。
	乗用車販売店 (総務担当)	・ 新型車が発売されたが、新規来客数は想定以下で推移しており、この状況は数か月先まで続く。
	乗用車販売店 (営業担当)	・ メンテナンス客の減少が新車の販売量にも影響して景気は悪くなる。
	住関連専門店 (営業担当)	・ 新築、婚礼の情報が取れないので、売上予定は立たない。
	その他専門店 [布地] (経営者)	・ 地方を改革するのは行政であるが、職員の努力が不足しており、当市に合った活性化を考える必要がある。
	一般レストラン (経営者)	・ 平成30年7月豪雨の影響で景気は悪くなる。
	一般レストラン (店長)	・ 平成30年7月豪雨の影響の見通しがしにくい状況で、特に交通機関が復旧しないと当店のよう中心部にある店舗は苦しい状況が続く。
	一般レストラン (外食事業担当)	・ 猛暑や平成30年7月豪雨の影響で値上がりしている農作物や畜産物の原価率が上昇し、客は生活防衛本能から外食を控え、ディナータイムの平日の売上は落ち込む。
	スナック (経営者)	・ しばらくは平成30年7月豪雨の余波が続き、来客数は減少する。
	都市型ホテル (総支配人)	・ 平成30年7月豪雨や鉄道の一部運休の影響により観光マインドの低下が懸念される。
	都市型ホテル (企画担当)	・ 平成30年7月豪雨の影響がいつまで続くのか見極めが難しい。風評被害で地元への観光を控える動きが国内のみならず世界的になることが懸念される。
	タクシー運転手	・ 特需の後の反動が懸念される。
	通信会社 (営業担当)	・ 当県は平成30年7月豪雨災害の影響がしばらく継続し、景気は厳しい状況となる。
	通信会社 (企画担当)	・ スマートフォンの普及、動画サービスやネット販売の利用度が高まる一方で、宅内固定系のネットサービスの品質が相応に高められず、宅内でのWi-Fi利用環境はむしろ下がる状況が続いており、この点のバランスが崩れることが懸念される。
	美容室 (経営者)	・ 客の節約志向が高まり、使うところ、使わないところがはっきりして無駄な出費を抑える。
	美容室 (経営者)	・ 客の財布のひもは固いまま節約志向に変化はなく、景気は悪くなる。
	設計事務所 (経営者)	・ どの建設会社も平成30年7月豪雨災害の対応に追われており、4～5か月は新たな仕事を受けられない。
	設計事務所 (経営者)	・ 客の来場状況が改善する糸口がなく、広告宣伝等の手段で回復を図るが、決定打が見いだせない。
x	スーパー (店長)	・ 平成30年7月豪雨と酷暑の影響で野菜の高騰が始まっており、生鮮商品の消費者離れが起きる。

	×	スーパー（販売担当）	・平成30年7月豪雨の影響で近隣市町村に多大な被害が出ているため、そこへの配慮から夏祭りや子供会の行事が取りやめになるなど自粛傾向である。消費動向は極めて厳しく、被災地の復旧にめどが立つまで現状が続く。
	×	コンビニ（エリア担当）	・6～7月の価格上昇や平成30年7月豪雨の影響などで景気は低迷する。
	×	美容室（経営者）	・異常気象や祭事の中止など、景気が今後どうなるか不透明である。
企業 動向 関連 (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車が出るので多忙な状況は続く。
		化学工業（経営者）	・国内化学品メーカーの増産計画による設備投資が表面化しており、当面好景気感は続く。
		金属製品製造業（総務担当）	・工作機械業界を中心に引き合いは増加傾向であるが、秋から冬にかけて生産負荷が高くなる。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・平成30年7月豪雨災害の影響が縮小し、受注量は回復する内示を主要客より受けている。
		建設業（総務担当）	・当面の受注量には不安がない。
		輸送業（支店長）	・個人の荷物は減少傾向であるが、電子商取引の受注の伸びがその減少分を上回っており、物量的には順調に推移する。
		農林水産業（従業員）	・末端の売行きが良くなる要素がない。
		食料品製造業（総務担当）	・販売窓口は全国的に広がりつつあるが、返品商品もあるので売上はそれほど増加しない。
		繊維工業（監査担当）	・秋冬商材が動き始める10月中旬まで受注量に変化はない。
		化学工業（総務担当）	・出荷量は好調を維持して工場の稼働率も高いが、更に増えるような傾向はないので景気動向は現状が続く。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・現在の生産水準が継続する。納期の重なり具合で多忙感は違うが、ほぼ現在の時間外労働を継続して対応する。
		鉄鋼業（総務担当）	・引き続き高い水準での受注が見込まれる。
		鉄鋼業（総務担当）	・自動車や建築では下期に活動が上向くが、急激な鋼材消費量の上振れがない限り、現状の在庫の余剰感に変化はなく市況上昇も難しい。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・平成30年7月豪雨により仕入先を含めた取引先や社員に被害がある。復興後の最終的な影響はまだ不明である。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・鋼材の高騰や原油高、環境規制対応、船腹過剰等、業界全体としてコスト高要因や船価上昇抑制要因が多く、構造的に悪い状況は変わらず続く。
		建設業（総務担当）	・現状が継続する。
		輸送業（総務担当）	・前年と比較しても大きな変化はない。
		通信業（営業担当）	・平成30年7月豪雨の特需要因はあるものの、IT導入補助金の活用に関して企業の動向は曖昧ではある。
		金融業（融資企画担当）	・米国の自動車輸入関税引上げの懸念はあるが、地元完成車メーカーの生産は当面高水準で推移し、自動車部品メーカーの好景気は継続する。
		金融業（貸付担当）	・公共工事請負金額は前年比プラスであるが、新設住宅着工戸数は前年比マイナスの状態が続く。
		食料品製造業（経営者）	・原材料、物流費、人件費が高騰し、秋口の値上げに向けての営業活動をしているが、市場価格帯や市場動向に対して大変苦戦しており、粗利を含めて売上を確保することが厳しくなる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・平成30年7月豪雨に続き、猛暑によって工期の遅れもあり、しばらくは景気の低迷が続く。住宅関連は消費税の引上げの駆け込み需要と秋需要で景気が良くなる要素もあるが、猛暑と豪雨災害の影響は不確定な状況である。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関係の受注が更に減少する。
		一般機械器具製造業（管理担当）	・災害復旧が一段落する。
		通信業（営業企画担当）	・平成30年7月豪雨の影響で夏季イベントの中止が相次いでおり、観光と物流業界で売上減少の影響が出ている。
		不動産業（総務担当）	・平成30年7月豪雨の被災者の賃貸住宅需要は一時的で、交通インフラ等の整備により、徐々に例年どおりの景気となる。
	広告代理店（営業担当）	・客からの情報では、販売状況が夏以降は多少下降気味になる見通しである。	
	会計事務所（経営者）	・平成30年7月豪雨によるインフラ被害の影響が大きく、復旧まで数か月掛かる。異常気象による高気温で消費が低迷し、農作物の被害による価格高騰等も懸念される。	

	x	輸送業（経理担当）	・平成30年7月豪雨災害は今後の影響範囲を見通せないが、良くなることはない。
雇用 関連 (中国)		-	-
		人材派遣会社（経営企画担当）	・平成30年7月豪雨の災害復興が進むにつれ、以前と同様に景気が回復する。
		人材派遣会社（支店長）	・改正労働者派遣法から3年がたつが、企業の求人数が増え、求職者の動きも出てきて景気は良くなる。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・平成30年7月豪雨の災害復興が進み、猛暑で伸びない屋外作業従事者の求人数が気温の落ち着く9～10月に増加する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・平成30年7月豪雨での人的、物的被害が現段階では全て把握できておらず、県内経済に与える影響が予測できない。ただ、復興活動は今後加速し、様々な業種に波及していく。
		人材派遣会社（社員）	・最低賃金の指標が出たぐらいでは景気を判断する材料にはならず、引き続き求職者有利の状況が続く。
		人材派遣会社（支社長）	・平成30年7月豪雨災害によるインフラの麻ひが続き、求職活動は鈍り、登録者も減少する。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・売上が伸びていないので、地元企業の多くは好景気と言われてもそう感じていない。介護福祉やサービス業、流通業、不動産業では人手不足が続いており、広告予算をかけても採用数に到達しない。条件の良い企業に転職する人も多く、業種や企業間の格差はますます広がる。
		職業安定所（所長）	・来春の新規高卒求人の出足が前年同月比で1割増と好調で、人手不足感が依然として高く、一般募集では求人者からハローワークへの紹介督促の依頼が増加している。
		職業安定所（職業指導担当）	・介護業界、建設業界、サービス業界は人手不足の状況で、有効求人倍率は1倍を超える状況が続き、景気は上向く。
		職業安定所（事業所担当）	・新規求職者数は6か月、有効求職者数は8か月、離職者数も2か月連続して前年同期比で下回っていることに加え、企業側からの景気悪化につながる情報もないことから、景気は現状維持以上で推移する。
		民間職業紹介機関（職員）	・平成30年7月豪雨の影響から物流網に支障が出ており、メーカーや小売等、様々な業態の企業で損失が発生し、正常軌道に戻るまで経済は一時的に停滞する。また、関税の問題から輸出企業の多い当県では警戒を緩められない状況が続き、株価等への影響も出てくる。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・少子化問題や人手不足が解消しないと景気は悪くなる。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・毎年8月に開催される地元の就職フェアに参加する企業が例年よりも多く、採用予定数を確保できない現状がある。	
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・平成30年7月豪雨災害や災害レベルの高気温が続いており、景気に悪影響を及ぼす可能性がある。	
	x	-	-