

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)		一般小売店〔眼鏡〕 （経営者）	・ 今月は天候が悪過ぎた影響もあったので、新学期には需要の伸びが期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・ プレミアムフライデーに期待できる。
		タクシー運転手	・ 3月に入れば異動の時期になり、送別会などがあるので夜の客に期待できる。花見などで人の動きは良くなる。
		商店街（理事）	・ 気候が良くなるとともに卒業や入学のシーズンに入るので、景気は良くなる。
		商店街（代表者）	・ 観光シーズンに入るので客が増加する。
		一般小売店〔印章〕 （経営者）	・ 印鑑注文が順調であり、企業に余裕が出てきている。
		スーパー（店長）	・ 気温が高くなるにつれ、客の購買状況は良くなる。
		スーパー（店長）	・ 大きな変化は見られないが、プレミアムフライデーがどこまで定着するかによって週末の需要に変化が期待できる。ただし大都市と異なり販売業や製造業関係者が多いので、プレミアムフライデーが地元には及ばず影響はまだ少ない。
		スーパー（総務担当）	・ 客単価が低下していないので、来客数が増えれば売上向上が期待できる。
		スーパー（販売担当）	・ 今春発売予定の商品がテレビや新聞で取り上げられたため、すでに生産予定数を上回る予約注文が入っている。現時点で消費は活発とまでは言えないものの、消費意欲は上向いているので、話題性があり購買意欲をかき立てるものがあれば、消費は活性化する。
		スーパー（販売担当）	・ プレミアムフライデーが浸透すれば毎月末の金曜日は忙しくなる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・ 健康志向の客が増大しているとともに、プロ野球観戦チケットの売行きが前年以上なので期待が持てる。
		家電量販店（店長）	・ 販売量が増え始めており、この傾向は続く。
		家電量販店（販売担当）	・ 新生活向け販売と決算に期待が持てる。
		乗用車販売店（統括）	・ 新型車効果による販売量増が見込まれる。
		その他専門店〔土産物〕（店長）	・ 1月の寒波襲来以降2月上旬までは客の動きや商品の売行きが良くなかったが、2月中旬から観光客数や来客数が増え客単価も高くなっているため、この状況は継続する。
		一般レストラン（経営者）	・ 円安傾向が進み、景気は良くなる。
		観光型ホテル（営業担当）	・ 観光シーズン到来で景気は上昇する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ プレミアムフライデーなどの政府の景気対策や働き方改革などに期待が持てる。
		都市型ホテル（企画担当）	・ 3月下旬から春の桜シーズンに向けて、インバウンド団体の宿泊の先行受注が好調で、前年度を上回る勢いである。レストランでも歓送迎会などの予約が増加しており、人の動きが明確に表れているが、前年のデスティネーションキャンペーンの反動は大きく、集客に影響する。
		都市型ホテル（総支配人）	・ 当地方を舞台とした全国上映予定の映画は話題性があるため、観光につながる可能性がある。また香港便によるインバウンド客も増加傾向にある。
		旅行代理店（営業担当）	・ プレミアムフライデーなど国策としての取組や新年度予算での地方創生への取組などは観光業界への波及効果がある。
		タクシー運転手	・ 春に向けてイベントが増えるので、客の動きは良くなる。
		通信会社（工事担当）	・ 客の様子から景気は上向く。
		通信会社（総務担当）	・ 年度替わりで新規契約の機会が増加する。
		通信会社（企画担当）	・ スマートフォン、仮想移動体通信事業者サービスについて、次年度初めには潜在需要の大きい通話定額サービスが可能になるので、客の関心が高まる。
		通信会社（営業担当）	・ 進学や就職に伴う通信需要期に入るとともに、プロ野球開幕によるテレビの有料視聴ニーズが高まる。
	テーマパーク（業務担当）	・ 年度末の忙しい時期であるが、大雪の心配がなくなり、春のイベントもスタートすることから、来場者数の増加が期待できる。	
	テーマパーク（営業担当）	・ 雪の影響があった冬が終わり、桜やチューリップといった花の季節になって観光シーズンに入り人の動きが出てくる。	
	競艇場（職員）	・ 4～5月に売上が見込めるレースの開催がある。	
	住宅販売会社（営業担当）	・ 住宅販売では季節の変わり目に客が動き始め、来場者数が増える。	

商店街（代表者）	・以前に比べて海外からの旅行者に会う機会が増えているわけではないため、インバウンド客が増加しているとの情報が実感できる状況にはならない。
商店街（代表者）	・好条件が見当たらず、2～3か月先の景気は今月同様に低調となる。
一般小売店〔紙類〕（経営者）	・客の買いまわり店舗の選択肢に地元の店が入る状況が続くことで景気が良くなる。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・客の財布のひもが固い状況が続く。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・飲食サービス業で低価格化が進み、食品スーパーもデフレ基調に応じて低価格戦略を採っているため、全体として横ばい傾向が続く。
百貨店（経理担当）	・好調な商材や催しはあるものの、中心となる衣料品や食料品の売上は厳しい状況が続いている。春物の売上に期待したいが今の状況がまだ続きそうである。
百貨店（営業担当）	・株価がこのまま順調に上昇すれば景気回復は期待できるが、不透明感の方が強く、個人消費が大きく改善されることはない。また消費喚起策として話題のプレミアムフライデーが実施されたものの、売上向上にはつながらない。
百貨店（営業担当）	・オーバーストア化が進み、洋服が売れない状況が継続する見通しである。
百貨店（営業担当）	・毎月さまざまな施策を行って前年の数字を維持するのがやっとの状況であり、プレミアムフライデーは婦人服の売上には影響しない。
百貨店（販売促進担当）	・本格的に春物商戦がスタートするが、婦人服を中心とした中間客層の低迷に加え、堅調であった高額商品の動きにも陰りが見えており、全体的な景気高揚には時間がかかる。
百貨店（売場担当）	・高額衣料を中心とした専門店の廃業、縮小、撤退が続き、それに代わってディスカウント業態や100円ショップが店舗面積を広げているので、集客が伸びても売上は伸びない状況が続く。
百貨店（購買担当）	・衣料品関係、アパレル関係は撤退や廃業をするところが増え、今後も厳しい状況は続くが、当店は食をキーワードにして取り組んでいく。
百貨店（外商担当）	・これといった好材料が国内にも地域内にも見当たらず、下向きの状況が続く。
百貨店（人事担当）	・プレミアムフライデーなどは一部の動きで、消費が活性化される様子は引き続き見られない。
スーパー（店長）	・これといった内容のニュースもなく、特に状況が変わることはない。
スーパー（店長）	・景気のよし悪しを判断する材料はない。
スーパー（店長）	・競合店対策として客には不利になる政策があるため、来客数は減少する。
スーパー（業務開発担当）	・2月の日数が前年より1日少ないため、月間総売上は若干低下するものの、週間ベースでは今後前年を上回って推移する見込みである。
スーパー（管理担当）	・個人所得が上昇しない状況で、安さを一番に求める流れに歯止めがかからず、個人消費も伸びない状況が続く。
コンビニ（エリア担当）	・来客数は増えないが、客単価が上昇し売上は伸びる。
コンビニ（エリア担当）	・客は必要な商品以外を購入しない傾向があり、この状況は変わらない。
コンビニ（支店長）	・来客数はやや厳しい状況にあるが、客単価が好調であり、現状ではやや景気が上昇傾向にあるため、この状況に変化はない。
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）	・来客数の減少が止まらない。プレミアムフライデーの効果はなく、今後も現状が続く。
家電量販店（店長）	・客の目を引く商品はなく、販売面で厳しい状況が続く。
家電量販店（店長）	・春のシングル需要に期待するものの、昨今の客の財布のひもの固さから判断すると期待通りにはいかない。
家電量販店（企画担当）	・新製品があるわけでもなく、景気が良くなる状況ではない。
乗用車販売店（営業担当）	・3月の決算に向けて客も動き始めているが、前年を下回る実績が続いているため、前年並みの来客数にはならない。
乗用車販売店（営業担当）	・特にこれといった策がない限り、景気は良くならない。
乗用車販売店（店長）	・客に決算期の雰囲気はなく、現状が当面続く。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・売上の増減につながる要素がない。

その他専門店〔時計〕 (経営者)	・地方は人口減少など根本的なところを改革しないと景気は良くならない。
その他小売〔ショッピングセンター〕(所長)	・2月は衣料だけでなく住居関連、食品関連、飲食関連のいずれについても来客数が減少しており、3月以降も良くなる要素がない。
その他小売〔ショッピングセンター〕(管理担当)	・3月以降集客の見込めるイベントがあるものの、景気変動することはない。今後新生活関連商材が伸びていく時期となるが、近年売上が低下する傾向にあり、今年もその状況は変わらない。
高級レストラン(宴会サービス担当)	・春になれば利用状況は良くなるが、予約状況はまだ伸びてこない。
一般レストラン(経営者)	・当地域は景気回復の実感がない地域になっている。中小企業での賃金上昇は少なく人手不足に陥る企業も多いため、それが景気にも少なからず悪影響を及ぼす。
一般レストラン(店長)	・これからインバウンド客が増える時期であるが、前年と比べて中国からの客が減少し、中東や台湾の客が増えている。また一般客は商圏の移動で減ってきており、しばらくは大きく増えない。
一般レストラン(外食事業担当)	・地方においてはプレミアムフライデーの影響はない。
スナック(経営者)	・地方では景気対策が全く行われていないので景気が良くなることはない。
観光型ホテル(宿泊担当)	・客はネットで観光商品を探しながら、少しでも安い商品を見つけては予約の取消しを繰り返す。宿泊単価が上昇しないと景気が上向いたと実感できる状況は訪れない。
都市型ホテル(企画担当)	・新規大規模宿泊施設の影響で予約状況に影響が出る。
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)	・働き方改革で手取りが減る。
通信会社(総務担当)	・異動や卒業入学シーズンを迎えるものの、例年とあまり変化はない。
テーマパーク(管理担当)	・地方消費は鈍化していく。
ゴルフ場(営業担当)	・予約状況に変化はない。
美容室(経営者)	・会社の経営は良くなっているが、従業員に還元できるほどではなく、人手不足のため頭打ちになる可能性がある。
美容室(経営者)	・景気が良くなる状況ではなく、悪いまま継続する。
設計事務所(経営者)	・経済政策の失敗を認めようとする現政権下では、地方経済の好転は望めない。
設計事務所(経営者)	・新年度から建築の省エネ基準が厳しくなるが、景気対策などの話は聞かない。
設計事務所(経営者)	・民間工事では省エネ住宅ポイントによる工事の動きに期待しているが、工事費が上昇しており、先行きの見通しが立たない。
住宅販売会社(従業員)	・税制改革などで真新しいものがなく、マンネリ化している。
住宅販売会社(営業所長)	・例年2月は分譲住宅の客が動く傾向にあるが、今年はそのまでの動きがない。
住宅販売会社(営業担当)	・住宅の引き合い案件数が少ない。
商店街(代表者)	・デフレは一向に解消されず、客は安くなるまで購入しない。売上は低迷し、景気の先行きは見通せない。
百貨店(売場担当)	・化粧品や食料品など、日々の必需品は比較的安定しているが、衣料や雑貨が特に厳しい。また百貨店業態そのものが動向変化についていけない。
スーパー(店長)	・客が支出を抑える傾向が続いており、現在の状態が今後も続き改善の兆しが見えない。
スーパー(営業システム担当)	・ディスカウントショップの出店が相次ぎ、客も低単価商品を求めるため、客足がそちらに向かう。
スーパー(財務担当)	・春休みや新入学などで出費がかさむ時期であり、客は通常の生活で節約するため、買上点数が減少し1品単価が低下する。
乗用車販売店(総務担当)	・1人当たりの販売台数や整備在庫件数は例年並みを維持できているが、人員の減少による悪影響が懸念される。残業時間の削減などによる労働環境改善を行ってバランスをとることで仕事の密度を上げたいが、状況は楽にならない。
自動車備品販売店(経営者)	・輸出の先行きが不透明なためメーカーによる国内販売店への締め付けが強まっている。良いときは内部留保するが、悪いときは小売店を締め付けているため、これでは末端での景気が良くなるはずがない。

	住関連専門店（営業担当）	・様々なイベントを企画しても不発に終わっており、景気の上向きはない。
	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。
	旅行代理店（経営者）	・景気の現状を改善する方法を政府として考える必要がある。
	通信会社（広報担当）	・価格を下げないと客の購買行動につながらないため、景気は良くならない。
	美容室（経営者）	・年末から売上が落ち込んでおり、景気が良くなる気配はない。
	設計事務所（経営者）	・対応した客の反応に積極性がなく、今後の動向がよく分からない。
	× スーパー（店長）	・自社競合や他社競合の動向により、来客数が減少する影響を受ける。
	× 乗用車販売店（業務担当）	・年間最大の増販期である1～3月期も残り1か月となり、3月までは好調さを保つが、その後は一気に後退する。
企業 動向 関連  (中国)	鉄鋼業（総務担当）	・受注量が増加する。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車生産が始まり受注量は好調に推移する。
	不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期に入るので、来客数や成約件数は増加する。
	農林水産業（従業者）	・1～2月は時化が多く、出漁日数が減少するので水揚げ数量は減少する。
	鉄鋼業（総務担当）	・今年第2四半期から首都圏大型再開発や東京オリンピック関連案件が本格化するため、その影響が及ぶ。
	金属製品製造業（総務担当）	・4月以降工作機械業界の受注が増える見込みであり、4月から値上がりする鉄原材料価格上昇分をカバーできる。
	建設業（総務担当）	・受注量は現状の勢いが持続する。
	輸送業（総務担当）	・人手不足が深刻になりつつある。人員が確保できれば仕事はあるが、人手不足によりできない恐れもある。この確保可否により、受注量は上下する。
	広告代理店（営業担当）	・新年度に入り、進学や就職等の動きで各事業主から販売促進拡大需要があり、受注量は上向きに推移する。
	食料品製造業（総務担当）	・2月の受注量が予想を下回っているので年内の動向が見えにくい。4月以降は季節商材を出すのが、消費者の嗜好の変化を心配している。
	化学工業（総務担当）	・東京オリンピックに向けて首都圏では建設や建て替え事業が盛んであるが、地方では依然として景気回復につながっていない。首都圏の景気が回復しただけでは全体の底上げにはならないため、景気が良くなっていくことはない。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・生産水準は現状が継続する。短納期での受注がない限り基準外労働も現在水準が継続する。
	非鉄金属製造業（業務担当）	・期末に向けて在庫調整で生産量が低下している面はあるが、販売は一部を除いて好調を維持している。先行きについては米国政策の影響が懸念され、不透明である。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・新学年需要が落ち着く。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・消費者の節約マインドが高い状況が続き、材料等の仕入価格が不安定で割高感がある状況が続く。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの内示量が今月と同程度となっている。
	建設業（総務担当）	・現状の受注量がこの先1年は継続する。
	通信業（営業企画担当）	・客は今後に向けて最適なITインフラの活用とそこに向けたソリューションの採用を模索中である。
	通信業（営業担当）	・株価は上向いているものの、中小企業やSOHO事業者に影響はあまりなく、景気対策などの特需要因もないことから当面の景気は現状のままである。
	金融業（貸付担当）	・米国大統領の新政策による影響や欧州経済と中国経済の低迷などの懸念材料が引き続き残る。輸出は増加に転じているが、将来的な円高により鈍化する可能性もある。
会計事務所（職員）	・例年、年度末はある程度景気の上昇が期待できるが、米国大統領の政策により自動車産業の先行きが不透明なままである。3月以降の景気に与える影響は製造業がどれだけ盛り返すかにかかっている。	
	食料品製造業（経営者）	・市場価格が低迷することにより経費がかさむ。
	木材木製品製造業（経理担当）	・新規住宅着工件数は伸び止まりとなり、住宅ローンの金利が少しずつ上昇し小康状態が続いているが、先行きはやや悪くなる。

		化学工業（経営者）	・主要原料である苛性ソーダの仕入単価が引上げ基調にあるものの、販売単価への反映交渉が難航している。競合他社への対抗策として採算悪化となるが、当面販売量を優先せざるを得ない状況が続く。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・仕事量の減少、米国新政権発足以降の原材料高、為替動向の不透明さもあり、更に景況感は悪化する。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・国内販売が低迷しており、受注量が減少する。国内製造の商品ではコストに見合うものができなくなる。
		輸送業（経理担当）	・労働力不足と労働時間管理の影響で会社としては厳しくなる。
		金融業（融資企画担当）	・完成車メーカーの販売がやや低迷しており、自動車部品メーカーの受注と操業はやや低下する見込みである。
	x	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪い。
雇用 関連		-	-
(中国)		求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒採用だけでなく中途採用が拡大する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・米国の経済政策、中国経済成長率の鈍化といった外的要因はあるものの、国内に限れば悪要因は少ない。しかし金融業界は低金利時代でかなり体力的に疲弊していく。
		職業安定所（所長）	・鳥取県中部地震が雇用に及ぼす影響が小さかったことや医療福祉など慢性的に人手不足の業種もあることから、今後の求人動向は増加傾向で推移する。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・有効求人倍率が1.60倍を超えており、この状況が続く。
		職業安定所（雇用開発担当）	・新規出店等の予定は前年度と同程度を見込んでいる、全国展開をしているアパレル販売の事業所が新年度も活発な事業展開を表明しているため求人活発に出てくる。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は多いが、マッチングに苦戦している状況で、しばらく現状が続く。
		人材派遣会社（支店長）	・現在様子見の多くの企業は4月以降も慎重な姿勢が続く。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・3月1日から大学等の新卒求人の受理がスタートするが、各企業の動きを注視していく。
		民間職業紹介機関（職員）	・大きく景気を後退させる要因は見当たらず、WBC（ワールド・ベースボール・クラシック）やプロ野球開幕など前年に続き野球関連が地元経済を活性化させる。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・国の政策を宣伝する必要がある。企業だけでは活性化しない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・世界的に景気に対する強い不透明感が残る。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・現状の求人数がしばらく継続する。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・4月には改正労働契約法による5年を超える有期労働契約が無期に転換される仕組みの最初の適用が始まるとともに、秋にかけて改正労働者派遣法による派遣スタッフの受入上限期間3年の最初の適用が迫る。正社員登用への積極採用を企業へ提案していくが、同時に途中終了を余儀なくされる人も数多く出てくる。人材会社として不慮の就業機会損失にならぬよう、企業と求職者間で誠意ある対応が求められるため、一層襟を正した営業活動に注力する。
		人材派遣会社（支社長）	・人材の取り合いが更に激化し、広告宣伝費などを中心に経費の負担が増加する。
	x	-	-