

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		一般小売店〔靴〕（経営者）	・売上が順調に伸びているので、今月より良くなる。
		家電量販店（販売担当）	・ボーナス時期に入るので期待が持てる。
(中国)		商店街（理事）	・夏を迎えるので衣替えなど、季節に応じた消費が活発になる。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・地元の若い世代の買物客が定着すれば売上は伸びていく。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・人手不足解消のため周囲の雇用環境では賃金を上げることが見込まれるため、景気は良くなる。
		スーパー（営業システム担当）	・今年は猛暑との予想があるため、そうめんやアイス等の売上増加に期待が持てる。
		スーパー（販売担当）	・割引販売といった価格に訴える施策を減らす方向にあるので苦戦を強いられているが、この先2～3か月の期間で考えれば影響は少ない。低価格で訴求することに頼らずとも適正価格で販売していけるほど景気は回復してくる。
		コンビニ（エリア担当）	・販売戦略として週末に商品量を増やしたり、平日でも客の動きによって商品量の調整をしており、今後もこのような戦略を続けることによって前年の売上をクリアする。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が伸び続ける限り売上は増加する。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・盛夏に向けてますます人の動きの拡大が予想され、長期予報では猛暑なので、現状の販売量が減少することは考えにくい。
		家電量販店（店長）	・6月に地域内で流通する商品券の利用が始まるので売上は増加する。
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入効果がしばらく続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・ボーナスがきっかけで動く客がいるので、販売側からも仕掛けをすることで今月より売上は良くなる。
		観光型ホテル（営業担当）	・6～7月の観光シーズンに期待が持てる。
		都市型ホテル（企画担当）	・前年のインターハイ開催による宿泊団体の受注による反動減があるものの、宴会や婚礼の先行受注は好調に推移しており、夏休みに向けてファミリー層の国内消費に期待が持てる。
		都市型ホテル（総支配人）	・予約は前年並みの状況であるが、今月に全国上映をスタートした映画や6月に運行を始める豪華寝台列車など、話題性があるイベントによる地域全体のPR効果で集客ができる。
		タクシー運転手	・暑くなればピヤガーデンが始まり、徐々に飲みに出る客が増える。
		タクシー運転手	・ボーナスシーズンになり、雨の日が多ければ売上は伸びる。
		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）	・新規契約について初期費用を割り引くキャンペーンを実施する予定であり、契約件数の増加が見込める。
		テーマパーク（業務担当）	・夏休み期間に入って人の移動が多くなることが予想され、多くの来園が見込める。
		設計事務所（経営者）	・不動産取引が活発な状況が続くとともに、消費税率の引上げが近づいているため、客の意識が駆け込みでの建築に向かう。
	設計事務所（経営者）	・空き家対策や省エネ対策等に関する補助事業に新たなものが出ていますので、今後の仕事につながる後押しとなる。	
	住宅販売会社（営業担当）	・工事に関する引き合いや問い合わせが増えてきているため、今後に結びつく。	
	商店街（代表者）	・イベント時には人通りが増えるが、客は必要以上に買物をしない傾向が続く。	
	商店街（代表者）	・海外情勢やアベノミクスの停滞感、そして商店街を取り巻く環境から景気が良くなることはない。	
	商店街（代表者）	・夏の観光シーズンに入るが、食品関係や飲食関係といった限られた業種の景気は良いが、物品販売関係は厳しい状況が続く。	
	商店街（代表者）	・買い控えをする客が増えてくる。	
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・大企業の名刺注文の量はそれなりに見込まれるが、中小企業に元気がなく注文は少なくなる。	
	百貨店（経理担当）	・衣料品の動きが回復すれば売上は良くなるが、厳しい状況が続く。	

百貨店（営業担当）	・今すぐ必要な商品だけを購入する客の姿勢に変化はなく、プレミアムフライデーは地方に全く影響はない。値下げをしたとしても客は購入することもないため、クリアランスセールも期待できない。
百貨店（営業担当）	・主要取引先の商品生産が減少しており、セール売上が主体となる7～8月はセール在庫の減少により売上に苦戦が予想される。客の購買動機がセール品に向いているなかで在庫が確保できるかがポイントとなる。
百貨店（販売促進担当）	・父の日やお中元セールなど大型商戦が続き、各アパレルの生産調整で夏物商材の不足が心配であるが、3～5月の衣料品売上の推移から判断すると前年売上がクリアする可能性はある。ただし、お中元マーケットの縮小は進み、厳しい状況が予想される。
百貨店（購買担当）	・無料の駐車場がある大型ショッピングモールに客が流れており、当店を撤退して集客の図れるそちらに移転する店が増えており、この傾向は続く。
百貨店（売場担当）	・当地域のサテライトショップが堅調に推移して大きく売上を伸ばしており、全体ベースでの底上げに貢献しているものの、夏物セールやお中元商戦で販売量は良くても横ばいが続く。
百貨店（外商担当）	・ここ数か月、販売量が前年数値を割る傾向が続いており、今後もこれといった好材料がないため、この状況は継続する。
百貨店（売場担当）	・依然として客は価格志向が強く、各社とも前年は7月スタートであった夏のクリアランスセールが6月スタートと前倒しになる。
スーパー（店長）	・景気が良くなる材料はない。
スーパー（店長）	・天候と気温次第で売上は変わる。
スーパー（店長）	・現在の状況に景気が上向き要素がなく、客が必要以上に支出を抑える傾向は続く。
スーパー（店長）	・近隣企業の業績に大きな変化はなく、季節的に天候が不安定なので客の購買意欲は高まらない。
スーパー（店長）	・客単価は上昇しているが、買上点数は前年を下回る傾向が続き、収入が増えない限り客の節約志向に変化はない。
スーパー（総務担当）	・客の動向から景気は横ばい状態が続く。
スーパー（管理担当）	・賃金の値上げもなく客の節約志向は続いているため、大きな起爆剤となるものがない限り景気回復とはならない。
スーパー（販売担当）	・安く近く短く楽しむレジャーで休日を自宅で過ごす人が増え、消費者の財布のひもは固いまま推移する。
コンビニ（エリア担当）	・お買得商品しか売れないので買上点数が伸びず、今後もこの状況が続く。
コンビニ（支店長）	・一日当たりの販売数量、来客数、客単価は共に悪くない状況が続いているため、今後もこの状況に変化はない。
衣料品専門店（店長）	・イベントによる来客数の増加はあっても客単価は伸びず、今後もこの状況が続く。
家電量販店（店長）	・エアコンの動きが前年より遅く、ヒット商品もない状況なので期待できない。
家電量販店（店長）	・猛暑には期待できるが、それ以外にプラスに作用するものがない。
家電量販店（企画担当）	・今より景気が良くなる要因はなく、現状が続く。
乗用車販売店（営業担当）	・客との会話で景気が良くなる話はなく、現状が続く。
乗用車販売店（統括）	・新型車効果が段々薄れてきているので、前々年と同じような状況となる。
乗用車販売店（店長）	・客を引き寄せる目新しい商品がなく、現状が続く。
乗用車販売店（営業担当）	・新型車の先行予約が始まり、一時的に販売量が増えており、今後も新型車が出てくるので微増の状態が続く。
自動車備品販売店（経営者）	・大手メーカーが自社の社員や末端の販売店にもうけを分け与えない限り本当の意味での景気回復はない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・地方はデフレ脱却や所得増加には至らず、当分は厳しい状況が続く。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・来客数が今以上に増えることはない。
その他専門店〔土産物〕（店長）	・モモやブドウなど単価が高い商品が出てくる時期であるが、梅雨時期にはテイクアウトコーナーの来客数が減少し、飲食部門の売上が減少する。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・来年春に賃貸契約満了に伴う改装を計画しており、その前段階で店舗の入替えをしているため、来春までは継続して空区画が発生する。

その他小売 [ショッピングセンター] (管理担当)	・客の様子に変化はない。
高級レストラン (宴会サービス担当)	・予約状況は前年並みであるが、伸びが鈍い。
一般レストラン (経営者)	・大きな災害等がなければ、来客数の増加傾向は変わらない。
一般レストラン (経営者)	・景気が良くなる要因がなく、先行きに明るい雰囲気はない。
スナック (経営者)	・景気回復の政策がなく、今後もこの業界の回復はない。
観光型ホテル (宿泊担当)	・景気を予測する材料がない。
都市型ホテル (スタッフ)	・ホテルでは夏にかけてサマープランがあり、例年並みの予約状況である。
都市型ホテル (企画担当)	・今年度は前年並みの行事やイベントがなく、予約状況をみても先行きは不透明である。
旅行代理店 (経営者)	・景気対策が地方に及んでおらず、もう少し地方が元気になる施策が必要である。
旅行代理店 (営業担当)	・国際情勢が不透明で国内情勢も混んとしているため、景気回復を期待できるような状況ではない。
通信会社 (社員)	・景気が良くなりそうな兆候はない。
通信会社 (総務担当)	・夏に向けた県内の各種イベント開催による県外客誘引での観光産業活性化による消費の拡大に期待が持てるものの、通信業界は横ばいで推移する。
通信会社 (広報担当)	・値下げのみが売れる要因であるうちは景気回復はない。
通信会社 (企画担当)	・格安スマートフォンはネットや大手の実店舗でのPRで徐々に認知度を上げてきており、当社が営業展開する地方都市ではまだ大きなインパクトはないものの、今年後半も手堅く営業実績を伸ばす余地がある。
通信会社 (営業担当)	・景気が回復する方向にも低迷する方向にもきっかけが見当たらず、見通しも立たない。
通信会社 (販売企画担当)	・市場競争は更に増してくる。
テーマパーク (営業担当)	・屋外施設であるため梅雨時期や夏季の入園者数は減少傾向となる。
テーマパーク (管理担当)	・地方では市場環境に変化がないため、消費が伸びることはない。
ゴルフ場 (営業担当)	・今年の夏は暑く雨が少ない予報が出ているので、入場想定数は前年同様あまり良くない。
美容室 (経営者)	・給与が上がるわけでもなく、景気が大きく変わる気配はない。
美容室 (経営者)	・消費者の消費動向はあまり変わらない。
設計事務所 (経営者)	・建築費が高止まりの状態が続いており、特に非木造は顕著で、住宅のような小規模建築では全く手が出なくなってくる。
設計事務所 (経営者)	・東京への一極集中が続くとともに、規制緩和が一向に進まないため地方の崩壊がますます進む。
住宅販売会社 (従業員)	・依然として景気回復の実感がないまま先行きの不透明感が増していく。
住宅販売会社 (営業所長)	・ゴールデンウィーク以降の展示場来場者は減少傾向になる。
一般小売店 [食品] (経営者)	・1品単価、購入金額が前年を下回っている。
一般小売店 [茶] (経営者)	・先行きはみえない。
スーパー (店長)	・来客数、販売点数、客単価共に前年を下回っているうえに、競合店の出店が続いて今後2～3か月は厳しい状況が続く。
スーパー (業務開発担当)	・猛暑の予想が出ており、暑さによる食の細りと客に根付いた節約志向で相当厳しくなる。
スーパー (財務担当)	・夏場にかけて地場野菜が豊富に採れるので野菜の相場安が続くとともに、夏のボーナスの増加にもあまり期待できないため、客の節約志向で売上が減少する。
衣料品専門店 (経営者)	・地方は景気が上向かない。
乗用車販売店 (総務担当)	・数か月先も堅調な整備売上に支えられるが、販売部門の落ち込みを埋められるほど売上が伸びることはない。また、主力車種のモデルチェンジ時期を迎えるが、納期はかなり先になる。
その他専門店 [布地] (経営者)	・国が掛け声をかけても地方行政が頑張らないと、地方都市の景気は良くならない。

	一般レストラン（店長）	・インバウンドも落ち着く季節になって予約数が減少しており、中心市街地への客の流れが少ない状況が続く。
	一般レストラン（外食事業担当）	・人手不足を補うため新たに設備投資の計画をしているが、4月の賃上げで人件費がかさみ、食材の値上げもあって、売上が増えても営業利益はそれほど伸びない。
	競艇場（職員）	・G1競争と同等の売上が見込めるレースがないので販売量は低下する。
	美容室（経営者）	・商店街に客が戻ってくるような魅力的な誘因がないとどうにもならない。
	住宅販売会社（営業担当）	・住宅業界では夏季になると客足が鈍る傾向にあるため、これから気温が上昇するにつれ、問い合わせ等が減少する。
	x 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の四重苦に見舞われている。商品の単価が下がっており、デフレが止まらない。
	x スーパー（店長）	・働き方改革で繁忙時期や繁忙時間帯に適正に人手が投入できないため、売場の整理が後手となり、買上点数に影響が出る。
	x 住関連専門店（営業担当）	・ゴールデンウィークのイベントで先売りをやっているの で、客が今後増えることはない。
企業 動向 関連	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後も生産量は好調に推移する。
(中国)	化学工業（経営者）	・国際的な視点では米国、欧州等の政治的不安を抱えながらも国内景気は引き続き安定感を維持できる。
	化学工業（総務担当）	・好調な出荷が継続すれば、業績が上向くので景気は良くなるが、原料価格の上昇が予想されるなど楽観視できる状況ではない。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け大規模改修など大型注文の製造が始まり、当面生産量が高止まりの状況になるので多忙になる。
	鉄鋼業（総務担当）	・有効求人倍率が上昇しており、増産に伴う人員募集をしているが、他社も同様に人員を増やす傾向にあるため、必要人員数を満たしていない状態が続く。
	鉄鋼業（総務担当）	・足元の調整局面を脱して建築分野などの動きが下支えとなり活動水準が3%強向上する。
	通信業（営業企画担当）	・アウトソーシングやそれに関する新しい商材について域内の客からの問い合わせが増加してくる。
	金融業（貸付担当）	・新車の販売台数と公共工事の増加により、景気は緩やかな回復が続く。
	広告代理店（営業担当）	・夏に向けての販売促進拡大案件に対応する情報を得ており、動きが良くなる。
	農林水産業（従業員）	・現状がかなり悪い状況であるが、ここから魚の水揚げも落ちているので、これ以上悪くなることはない。しかし、その一方で刺身商材などを敬遠する流れが払拭されない限りはそれほど回復することはない。
	食料品製造業（総務担当）	・お中元商戦が始まるのでギフトセットの限定販売を考えており、前年の売上はクリアできるが大きく上回ることはない。
	木材木製品製造業（経理担当）	・今後2～3か月の景気は小康状態が続き、国内の政治情勢が安定しテロ問題が発生しない限りは安定した経済環境が続く。ただし、首都圏ではオリンピックで景気が良くなる一方、地方では来年から景気が悪くなる。
	非鉄金属製造業（業務担当）	・金属価格が低下傾向にあるが水準としては高値である一方、電子材料向け製品は全ての製品が好調とはいえない。
	金属製品製造業（総務担当）	・ものづくり補助金などの影響により、受注は微増の見込みであるが、全体量を押し上げるには至らない。
	一般機械器具製造業（管理担当）	・受注の話があり景気は上向きになるが、2～3か月ではそれほど変わらない。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・世界的な工事量減少の影響で、特に中国や韓国による安値受注がタンカー等での船価引上げに対する障害となる。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注量は良い水準を保っているが、内示の更新内容は減少傾向となる。
	建設業（総務担当）	・年度末までは同様な状況が継続する。
	輸送業（支店長）	・個人荷主の需要が横ばいであり、コンビニ発送数の伸びが鈍化する。
	輸送業（総務担当）	・景気の変化するような要素がない。
	金融業（融資企画担当）	・地元自動車部品メーカーの受注は高水準を維持する。
	不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期ではないため、しばらくは来客数と成約件数が極端に増えることはない。
	食料品製造業（経営者）	・今年の夏は暑いとの予報が出ており、その場合は取り扱っている日配品が売れなくなるため厳しい状況となる。

	電気機械器具製造業 (総務担当)	・海外経済の不確実性が高まるため、受注や販売に対する影響が懸念される。
	その他製造業〔スポーツ用品〕(総務担当)	・最近の商品は材料原価が高く工程が複雑であるが、売価は国内景気に左右されることから工場出荷単価をさほど上げられないため、利益率が非常に厳しくなる。
	輸送業(経理担当)	・労働力不足と長時間労働の問題があり、これまでのようには受注量を増加できない。
	通信業(営業担当)	・国際情勢の不安や特定法案ばかりの国会審議の影響で経済政策などが検討されず、景気回復へのテコ入れが進まない。
	会計事務所(職員)	・民間からの受注量によるが、建設業では公共工事が減気味で見通しはあまり良くない。製造業では自動車関連がやや持ち直しつつあるものの、その他業種では見通しが不透明な状態が続く。
	×	*
雇用 関連 (中国)		-
	人材派遣会社(支社長)	・どの業種も人手不足感が強いが、今後は特に半導体関連や食品製造関連で人材ニーズが大きく高まる。
	求人情報誌製作会社 (広告担当)	・中途採用ではバブル期と同じ有効求人倍率なので、求職者にとって有利な市場となっているが、景気と採用者数は比例するため、今後しばらくはこの状況が続く。
	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・個人消費は底固く、求人数も高水準を維持することから、エリア限定とはいえ、マイナス要因が見当たらない。
	職業安定所(所長)	・機械加工部品製造工場の増設やホームセンターの新規出店など、新たな求人募集の情報が増えてきており、求職者の減少傾向とあいまって人手不足感が増していることから、今後の求人動向は増加傾向で推移する。
	職業安定所(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、しばらくは景気の回復傾向が続く。
	学校〔短期大学〕(進路指導担当)	・6月1日から企業による選考活動が本格的に開始するので、求人動向は増加傾向となる。
	人材派遣会社(社員)	・新卒採用が落ち着き引き続き人手不足が続いていることから、中途採用も増える傾向は続くが、求職者は安定した雇用を求めるなど、企業側とのマッチングのみ課題となる。
	人材派遣会社(支店長)	・景気回復基調は一旦落ち着いておりその状況は継続するが、今まで募集をしてこなかった中小企業が求人を出すようになれば更に景気は良くなる。
	人材派遣会社(経営企画担当)	・労働者派遣法の改正に伴う無期雇用などへのコンプライアンス対応が迫っており、派遣会社としての責務を重視した動きのなか、日々の求職者対応を密にして企業への求職者提案を強化していく。
	求人情報誌製作会社 (営業担当)	・求人状況は高位で安定している。
	職業安定所(産業雇用情報担当)	・今年に入り新規求職者数が落ち着いており、今後も大きな動きはない。
	民間職業紹介機関(人材紹介担当)	・働き方が変わってきているが、企業側が対応できず、雇用に結び付いていない。
	学校〔大学〕(就職支援担当)	・劇的に採用数を増やしたり減らしたりする計画がある企業の情報は少ない。
		-
	×	-