

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)		-	-
		一般小売店〔眼鏡〕 （経営者）	・前年以上に新年度の買換え需要に期待が持てる。
		一般小売店〔印章〕 （経営者）	・中小企業開設の印鑑注文が増えており、前向きな取組がされている。
		スーパー（店長）	・天候次第では2月中旬から野菜の値段が落ち着き、買い控えをしていた客の動向が良くなる。年金支給月も重なり、若干の景気回復傾向になる。
		スーパー（販売担当）	・現在の来客数の増加傾向はしばらく続き、徐々に客の消費意欲も増してくるため、景気の閉塞感はない。
		自動車備品販売店（経営者）	・季節商材が動き始める。
		その他専門店〔時計〕 （経営者）	・気候が安定すれば来客数は増え、景気も若干良くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・4月下旬には改装グランドオープンを計画しており、売上、来客数共に増加する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新年会や歓送迎会があるので客単価が上昇してくる。
		都市型ホテル（総支配人）	・国内航空便の新規路線就航で他の2地域の空港周辺からの新たな客層に期待が持てる。
		旅行代理店（営業担当）	・春休みやゴールデンウィーク需要で販売量が増加する。
		タクシー運転手	・年度末になって人の動きが始め、運転手の数が増えて売上の増加が見込める。
		通信会社（営業担当）	・12月から導入した新商品への反応が好調で、消費者の意識が変化する。
		通信会社（販売企画担当）	・春闘の賃上げムードが広まれば客の消費意欲が高まる。
		通信会社（企画担当）	・年度末から次年度初めは契約見直しのタイミングとなる。大きな新サービスのリリースは予定されていないものの、新メニューの展開があるので商品の動きが出てくる。
		通信会社（総務担当）	・新規契約キャンペーンを実施するため加入数の増加が見込める。
		テーマパーク（業務担当）	・雪の降る時期が過ぎ外出しやすくなるので、春のイベントで来客数の増加が見込める。
		競艇場（職員）	・3月初旬から中旬の企画レースと下旬の女子レースで売上が見込める。
		設計事務所（経営者）	・客の反応が良く、消費税率引上げを見据えて消費行動が活発になる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率引上げの駆け込み期限である来年3月までは緩やかな右肩上がりが続く。
		住宅販売会社（営業担当）	・気温の上昇とともに客が外出する機会が増え、消費税率引上げの話題も活発になってマイホーム建築に動き出す。
		住宅販売会社（営業所長）	・新学期に向けて建て売りの販売が良くなる。
		商店街（理事）	・景気が良くなる要素はないが、必需品だけを購入する客の心理が変化すれば景気は上向く。
		商店街（代表者）	・閉店後すぐに新規出店があったが、商店街の人通りが減少しており、景気が良くなる要因がない。
		商店街（代表者）	・地元客、観光客共に財布のひもは固いままである。
		商店街（代表者）	・客の慎重な購買の様子に変化はない。
		商店街（代表者）	・新規の郊外型新店舗のオープンが予定されており、中心市街地の大型店舗を含め売上が低下する。
		一般小売店〔食品〕 （経営者）	・経済成長率の好影響は地元になく、実質賃金の底上げもなされていない状況で消費の伸びは期待できない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・後継者が戻りいろいろな試みを始めているため、すぐには結果が出ないが、若い感覚で新しい販路開拓していく。
		百貨店（経理担当）	・消費者の収入が増えない限り今の状況が好転することはない。
		百貨店（営業担当）	・株価の高値更新などプラス要因もあるが、個人所得は増えていないので景気が好転しない。
		百貨店（営業担当）	・デザイナーズ系は客が固定化しているので前年数値をクリアできるが、売れ筋商品はどのような施策をしても動きが悪いままで、衣料品の数値は年々厳しくなってくる。

百貨店（販売促進担当）	・大手アパレルを中心に生産調整が行われ、大型店への商材集中は顕著になり、売上の少ない地方店へはマイナス要因となるため、冬の最終セールから春物商戦にかけても大きな期待はできない。バレンタイン商戦に直撃した豪雪の影響で売上が低下した前年と比較すれば今年はその反動に期待が持てる。
百貨店（売場担当）	・低価格で数を売ってきた取引先が物流と製造のコスト上昇で利益を大きく落としており、今後退店が増える。
百貨店（売場担当）	・2月は平昌オリンピックの影響で一時的に苦戦が予想されるが、3月にかけて持ち直してくるので現状からの大きな変動はない。
百貨店（購買担当）	・衣料品は厳しい状況で、客は春物には見向きもしない。衣料品関係は流行に左右されるのでヒットアイテムが出ない限り厳しい状況が続く。2～3か月後にインバウンド効果で景気が上向くことに期待が持てる。
百貨店（外商担当）	・中心市街地が活性化せず、今後も見通せない状況が続く。
スーパー（店長）	・来客数は前年の98～99%で推移するものの、青果物の値上げで全体の売上は上昇する。
スーパー（店長）	・景気に変化する材料はない。
スーパー（店長）	・様々な分野での値上げと異常気象による食料品の異常な相場高から客の生活防衛本能は高まる。
スーパー（店長）	・来客数が横ばいの状況が続き、売上増加は見込めない。
スーパー（総務担当）	・天候の影響で野菜価格が不安定なので、客の目が安価商品へ移り売上の伸びは難しい。
スーパー（営業システム担当）	・天候不順による野菜の価格高騰で売上の上昇は厳しい。また、必要品以外は客が購入しないので、景気は変わらない。
スーパー（販売担当）	・雪が降れば客の来店頻度は減少するが、客単価は上昇する。
スーパー（財務担当）	・野菜単価と原油価格の上昇による加工食品の値上げの影響で消費者の節約が続く。
スーパー（管理担当）	・利益は前年並みに確保できるが、売上の上昇が望めない状況に変化はない。
スーパー（業務開発担当）	・総菜、食肉、水産物が堅調に推移し、競争激化で売上を落としている加工食品も微弱ながら上向き傾向にある。
コンビニ（エリア担当）	・天候の影響で野菜の動きは更に悪くなる。
コンビニ（副地域ブロック長）	・競合環境は変わらないので来客数は横ばいで推移する。ドラッグストアの取扱アイテムの拡大が影響している店もあるため、他店にはない健康商材の認知度を上げながら、強みを売り出していく。
コンビニ（支店長）	・来客数の前年割れが続いているので、変化は予測できない。
衣料品専門店（経営者）	・一部の大手企業だけ景気が良くなり、中小企業までは還元されない。
衣料品専門店（店長）	・集客ができるイベントはなく、現状が続く。
家電量販店（店長）	・客から賃上げなどの話題は出ず、特段景気が良くなる要因はない。
家電量販店（店長）	・販売力のある商品はない。
家電量販店（店長）	・来客数は減少しても客単価は上昇する。
家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる、悪くなる要因はない。
家電量販店（販売担当）	・家具家電付き賃貸物件が増えているので新生活に変化がある。
乗用車販売店（店長）	・新車、サービス共に来客数が安定しており、増販月と決算に向けて期待が持てる。
乗用車販売店（営業担当）	・決算に向けて来客数や問合せが増えているが、客からは景気が良い話は出ないので、現状は一時的なもので長続きはしない。
乗用車販売店（営業担当）	・現在の決算期と比較すれば2～3か月後は来客数が減少する。
自動車備品販売店（経営者）	・メーカーの景気が良く、小売店はメーカーに対して力を失っていくだけで景気が上向く要素はない。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気変動の要素がない。
その他専門店〔土産物〕（店長）	・道の駅利用者の多くは高齢者で、鮮度の良い地元商品を朝早くから買いにくる。安さを売りにしているわけではないため売上が安定しており、このままの状態を維持していく。
その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・これから新生活へ向け客の購買意欲は高まってくる時期であるが、一時的なイベントへの参加意欲はあっても、高額品への購買意欲はそれほど高まらない。

	高級レストラン（宴会サービス担当）	・予約状況は前年と変わらない。
	一般レストラン（経営者）	・所得増加の実感が世間に広まらず、人手不足による店舗力と客の消費意欲の低下はしばらく続く。
	一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要因がないので現状が推移する。
	一般レストラン（外食事業担当）	・2～4月の卒入学や歓迎迎会の需要は年末年始と同様の流れとなる。
	スナック（経営者）	・大きな景気対策がない限り、飲食業界の景気回復は望めない。
	観光型ホテル（営業担当）	・先行予約の状況から景気が上向く要素はない。
	都市型ホテル（企画担当）	・春先の桜シーズンでのインバウンド団体の受注が前年並みに推移しており、定期的に宴会需要やレストランの来客数も上昇する。しかし、市内での大きなイベントや集客の起爆剤になるコンベンション関連の開催は期待できない。
	都市型ホテル（企画担当）	・インバウンドなど宿泊者数は堅調に推移している一方で、婚礼客とレストラン客はやや厳しい状況となる。
	旅行代理店（経営者）	・販売量が伸びない状況が続く。
	タクシー運転手	・2月は雪の影響で客は少ないままであるが、3～4月になれば歓迎迎会があるので現状よりは回復する。
	通信会社（社員）	・最近の客の動向から、販売量に変化はない。
	通信会社（工事担当）	・客の様子に変化はない。
	テーマパーク（管理担当）	・消費税率引上げ後、地方での消費拡大には期待が持てない。
	テーマパーク（営業担当）	・低温予報となっているが、暖かくなると観光客の動きが出てこない。
	ゴルフ場（営業担当）	・3月以降の予約状況は例年と変わらないので、例年どおりの集客が見込める。
	美容室（経営者）	・客の消費傾向が2極化し、無駄な消費を抑える客が増える。
	設計事務所（経営者）	・個人収入が増えず、人手不足で建築費は上昇するなど業界を取り巻く環境は厳しい状態が続く。
	設計事務所（経営者）	・中古物件の流通リノベーションに期待を寄せているものの、工事コストが新築物件ほどには上らず、全体の売上も余り伸びてこない。
	商店街（代表者）	・少子化、デフレ、オーバーストア、インターネット販売におされて厳しい状態である。客は安くなっても吟味して買う状況であり、先行きは不透明である。
	百貨店（広報担当）	・商圈内に競合となる商業施設がオープンする。以前の他店オープンの折、同様の動機付けがあった際には、1年以上の長期にわたって集客面に多大な影響が及んだため、今回も同レベルの打撃が予想される。
	乗用車販売店（営業担当）	・例年4～5月は全体的に落ち込む傾向にある。
	乗用車販売店（統括）	・メーカーの出荷停止の影響が当面続く。
	乗用車販売店（総務担当）	・年度末を迎えるが、前年よりも少ない人員で繁忙期に対応することとしているため、業務過多で残業が必要な状況になることから、仕事量を調整する必要がある。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方を活性化する国の政策がなく、役人の考え方が変わらなると都会と地方の格差は広がる。
	一般レストラン（店長）	・3月に郊外型アウトレットモールができるので、中心部への来客数が減少する。
	通信会社（広報担当）	・このまま価格競争になるのであれば、景気回復は見込めない。
	美容室（経営者）	・客の給与に変化はなく、節約志向が強まりつつあり景気は悪くなるが、春のペースアップによっては活気が戻る。
	住宅販売会社（営業担当）	・年度初めは販売量が伸び悩む傾向がある。
×	コンビニ（エリア担当）	・来月2月、近隣に競合店が出店するため、商品量を増やしたり、接客向上を目指して売上を確保したり、できるだけことをする。
×	乗用車販売店（業務担当）	・年間最大の増販期を迎えているが、2か月後には徐々に勢いは衰え、3か月後には収束する。
×	住関連専門店（営業担当）	・前年より大きく売上を落としており、数店舗の閉鎖を進めている。経営立て直しのために施策を打っているが成果が出ない。
×	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・交通量が減少し、来客数が減少する。

	x	美容室（経営者）	・激安店に客が流れるので当店も単価を下げざるを得ず、売上は伸びない。 ・引き続き増産傾向となる。
企業 動向 関連		輸送用機械器具製造業（経営者）	・引き続き増産傾向となる。
		不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期になるので、例年どおり来客数と成約件数は増加する。
(中国)		化学工業（経営者）	・引き続き好景気は継続するものの、主力原料である苛性ソーダ価格が環境規制の影響によるメーカーの生産停止で世界的な玉不足が続いており、国内メーカーの大幅値上げに感じざるを得ない状況になる。
		化学工業（総務担当）	・いつまで続くかは不透明であるが、当社のような製造業が販売量や売上を維持できれば周辺の業種も好調となる。製造業以外は景気向上の実感はないが、現状のままであれば波及効果はある。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・仕事量が減少した今月と比べれば、先行きは多少良くなる。ただし中長期的な見通しでは収益性と景況感は緩やかに悪化する。
		建設業（総務担当）	・当面、現状程度で推移する。
		通信業（営業担当）	・大手企業の春闘で賃上げがあれば、世間は景気向上が感じられる状況となるため、個人消費の回復につながり中小零細企業へも好影響となる。
		広告代理店（営業担当）	・3～4月に客からの受注が増加するので、景気は上向く。
		食料品製造業（総務担当）	・12月に散財した反動で客は財布のひもを固くし、受注量は増えない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大型案件の生産が継続し、鉄鋼の注文も堅調なので現在の生産水準が続く。
		鉄鋼業（総務担当）	・現状で受注量は高位安定しており、この状態がしばらく続く。
		鉄鋼業（総務担当）	・環境面で当面悪い材料は見当たらないので、足元の需給が逼迫した状態が継続する。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・これまで伸びてきた販売量が、期末の在庫調整などがあり高止まり感が出てきている。
		金属製品製造業（総務担当）	・受注の増減に関する情報はなく、現在の水準で推移する。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・新製品の内示量は好調を維持し、全体の内示量を支えている。
		輸送業（総務担当）	・景気に大きな変化はない。
		通信業（営業企画担当）	・客先ではモノのインターネットや情報セキュリティに関する検討は進んでいるが、契約までに時間を要する。
		金融業（融資企画担当）	・世界的な好景気は当面続き、地元の自動車産業では輸出をけん引役にして高操業を維持する。
		金融業（貸付担当）	・輸出額は増加しているが、公共工事や新設住宅着工戸数が前年比マイナスとなっている。
		会計事務所（職員）	・製造業で自動車関連は今から設備関係での受注見込みに期待が持てるが、どこまで景気に影響を与えられるかまだ不明である。
		食料品製造業（経営者）	・働き方改革もさることながら、求人を出しても人が集まらず、今後も厳しい状況は続く。
		繊維工業（監査担当）	・業界全体の需要は前年より2～3%減少し、小売段階では廃業したり経営を譲渡したりする会社も出てくる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・マイナス金利導入による住宅ローン金利低下の効果も薄まり、新設住宅着工戸数が低迷する。
		その他製造業 [スポーツ用品]（総務担当）	・高価格帯の商品の販売量が伸び悩んでおり、先の見通しも暗い。
		建設業（総務担当）	・近年は大型物件が多く工期が長くなる傾向にあるので、受注時点よりも発注段階で資機材の価格が上昇することによって利益を圧迫する。
	輸送業（経理担当）	・戦力不足が解消される見込みはなく、このままでは戦力調整と受注のマッチングができない場面も出て悪化する。	
	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くなる。
雇用 関連		求人情報誌製作会社（経営者）	・2～4月は卒業や転職などでアルバイトやパートを辞める人が増えるので、求人数が伸びて求職者の動きも活発となる。
	(中国)	人材派遣会社（支店長）	・4月までは企業の採用意欲が高い状況が続く。
		人材派遣会社（支社長）	・新年度に向けて、求人数、求職者数共に増加する。
		新聞社 [求人広告]（担当者）	・景況感の上昇とともに消費活動も活発化しており、企業は本腰で雇用体系の見直しに着手しつつある。

	職業安定所（雇用開発担当）	・人手不足感はますます強まり、増員のための求人が増えつつある。
	民間職業紹介機関（職員）	・プロ野球の開幕を見据え、特に地元プロ野球チームのリーグ優勝への期待から景気は例年以上に盛り上がるため、直接的、間接的にも地元経済を押し上げる。
	人材派遣会社（社員）	・引き続き人手不足の状況は継続し、求職者とのマッチングが課題となる。
	人材派遣会社（経営企画担当）	・東南アジア情勢を始めとする地政学リスクは注視が必要であるが、それ以外は堅調に推移する。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数は高位安定を維持する。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・訪問先の企業では採用人数と採用予算が前年と同じで好景気感はない。メーカーは工業系の高校生、高専生、工学部の大学生をバランスよく採用する傾向にある。
	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ので、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増える。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・春以降に大規模小売店のオープン予定があるが、閉鎖する事業所もあり、今後の見通しは不透明である。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・政策など強力な後押しが必要である。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・新卒求人募集を目的として学校を訪問する企業数は前年と大きな変化はなく、景気も変わらない。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・企業の採用活動の動向を注視する必要がある。
	-	-
x	-	-