

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）	・特に大きな社会的変化も政治的变化もみられないのであまり変わらない気がするが、世の中の空気感は少し明るい兆しがみられる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・お茶関係の行事が多く、引き続き売上は好調に推移する。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・売上はほぼ横ばいで推移する。
		スーパー（店長）	・梅雨明け以降はレジャー需要が高まり、飲料販売が好調になる。
		スーパー（店長）	・猛暑予想や地震などの災害需要が高まっているので、非常時にも使えるペットボトル飲料やアイスの需要が高まり、景気は回復する。
		コンビニ（エリア担当）	・サッカーワールドカップや地元プロ野球チームの好調など、外的要因で来客数が増加する。
		家電量販店（販売担当）	・エアコン需要が高まる。
		乗用車販売店（営業担当）	・販売量が確保できる車種が発売されるので、売上は良くなる。
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入を控えており、販売量が増加する。
		一般レストラン（経営者）	・夏のボーナスが増えており夏休み時期も重なるため、客の外出機会が増えることから、来客数は増加する。
		一般レストラン（店長）	・近隣の開発やホテルのオープンを控えているため、今後も集客が見込まれる。特に当県ではインバウンド需要が高まっており、来店頻度も増加傾向にあり、この状況は東京オリンピック時期まで続く。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・夏を迎え、客の外出頻度が高まる。
		観光型ホテル（営業担当）	・観光シーズンになり、周辺イベントなどで来客数は増加する。
		旅行代理店（経営者）	・景気に左右されない良い客が増えてきており、今後の需要は景気動向に関係なく推移する。
		旅行代理店（営業担当）	・サッカーワールドカップ以降、次年度もスポーツイベントが目白押しであるため、それに影響を受けながら販売量も伸びる。
		タクシー運転手	・7月はボーナス時期でありピヤガーデンも始まるため、夜の客足が伸びて忙しくなる。
		タクシー運転手	・ボーナス時期で夏休みにもなるので景気は良くなる。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から景気は良くなる。
		通信会社（総務担当）	・秋から開始の光サービスを目前にキャンペーンを予定しており、多くの新規契約が獲得できる。
		テーマパーク（業務担当）	・夏から秋にかけては、夏休みイベントや秋の花の開花も始まるので、来客数の増加が見込める。
		住宅販売会社（従業員）	・今後しばらくは客が消費税の引上げを意識して動く状況が継続する。
		住宅販売会社（営業担当）	・今年度は例年に比べ大型物件の引き合い案件が多く、数か月後には受注する可能性が高い。
		商店街（理事）	・サッカーワールドカップが消費に影響することはない。
		商店街（代表者）	・景気が良くなる要素はなく、客の財布のひもは固く、必要以上に購入しない姿勢は続く。
		商店街（代表者）	・売上確保が厳しく、2～3か月先も景気に変化はない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・名刺注文が少なく、営業活動の動きはない。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・天候不順が続くので人の動きは鈍くなるが、バーゲンセールが始まれば変化する。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・客の節約志向と低価格志向は続く。
		百貨店（経理担当）	・お中元やクリアランスセールが始まるが、店舗改装が終了して販売体制が整うまでは現状が続く。
		百貨店（営業担当）	・客の慎重な購買姿勢は変わらず、天候にも左右されるが、販売量の動きや客の様子から特に消費動向が上向き様子はない。
		百貨店（営業担当）	・婦人服は固定客が多く、徐々に高齢化して減少していき、新規客が獲得できなければ売上は低下する。

百貨店（購買担当）	・アパレル関係の展示会では強化できるアイテムがなく、秋冬物衣料では厳しさが出てくる。食品は順調に推移しているため、物価が低下すれば客足は伸びる。
百貨店（売場担当）	・従来の百貨店の優位性が最近なくなりつつあるため、お中元のスタートは厳しくなる。
百貨店（外商担当）	・お中元の売上は前年を割っており、現状が継続する。
スーパー（店長）	・高齢化が徐々に進み、来客数の増加は見込めない。
スーパー（店長）	・景気が良くなる材料はない。
スーパー（店長）	・客の必要最低限の買物しかしない傾向は続き、景気は上向かない。
スーパー（総務担当）	・季節商材の値上がりがあるので、客の購買意欲が低下する。
スーパー（業務開発担当）	・期待できるはずの暑い夏にも客の節約志向は崩れそうにない。
スーパー（管理担当）	・景気の回復は望めず、上向く可能性も薄い。
スーパー（財務担当）	・節約による消費者の買い回りにより、購入点数と既存店の来客数の前年割れが続く。
スーパー（営業システム担当）	・包材の値上げがあり、青果や鮮魚、総菜など値入率が下がる。
スーパー（販売担当）	・7月は大きなイベントの予定がなく、バーゲンセール開始日も6月に前倒しとなっているので売上は伸びない。
コンビニ（副地域ブロック長）	・出店予定から考えて、外的な競合環境は変わらないので売上の上昇は厳しい。
コンビニ（支店長）	・景気に変化はない。
衣料品専門店（店長）	・冠婚葬祭やビジネス関連の動きが前年より悪い状況が続く。
家電量販店（店長）	・今年12月に4K放送が始まるが、どこまで市場が動くか不透明である。
家電量販店（店長）	・サッカーワールドカップで一時的な需要は発生しているが、今後の需要を喚起できるものはない。
家電量販店（店長）	・客単価は上昇しても、来客数は減少する。
家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる要素はない。
乗用車販売店（店長）	・新車販売、サービス共に来客数が安定している状況は続く。
乗用車販売店（統括）	・今期は新型車の発表がなく、販売量は前年と変わらない状況が続く。
乗用車販売店（営業担当）	・ボーナスが予想より低かった客が多く、景気が上向く様子はない。
乗用車販売店（総務担当）	・新型車が発売されるが、現状を踏まえると売上は想定以上にはならない。整備入庫はリコール入庫対応でフル稼働しているため、通常業務に少なからず影響する。
その他専門店〔土産物〕（経営者）	・日本遺産登録が見送られて観光客数の増加はないが、観光バスや個人客の来店に変化はない。花畑の開花期間を延ばす等、施策を打って継続的な来店につなげて現状を維持する。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気が良くなる要素、悪くなる要素共に見当たらない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・夏の休暇などでレジャー消費が増えるため、物販はやや落ち込む。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・景気は良くも悪くもない状況が続く。
その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・新店オープンや夏に向けたイベントの準備をしており、ボーナス時期にもなるので客の購買意欲が高まる。
高級レストラン（宴会サービス担当）	・予約状況は前年と同じくらいであり、景気が良くなる要素はない。
一般レストラン（外食事業担当）	・年度末と年度初めを境に夜の切上げ時間が早く、午後10時以降は前年の90%台の売上で推移しており、平日の売上低下を吸収できない。曜日ごとの利用客層がはっきりしており、平日のファミリー客が減少している。1組当たりの人数も3人を割る日が増えており、すぐには回復しない。
スナック（経営者）	・この業界の景気はまだ回復しそうにない。
都市型ホテル（スタッフ）	・納涼会などの催しで予約は増えるが、まだ多くない。
都市型ホテル（企画担当）	・景気動向に不安になる材料も好材料もない。
都市型ホテル（総支配人）	・不昧公200年祭による観光客の増加が見込まれるが、先行予約状況は前年並みで推移している。
タクシー運転手	・ドライバー不足の状況が続く。
通信会社（社員）	・販売量に大きな変動はない。

	通信会社（営業担当）	・ボーナスの増額は限定的で、中小企業までの波及効果はなく、消費税の引上げ前の駆け込み需要はまだ始まらない。
	通信会社（企画担当）	・3か月後の秋口のタイミングでは、サービス構成や価格設定に変化はないので需要が高まることはない。
	テーマパーク（営業担当）	・国内団体客と外国人旅行者は好調であるが、今年の夏も猛暑予想が出ており、個人客の動きは低調に推移する。
	テーマパーク（管理担当）	・地域格差で地方消費は伸びない。
	美容室（経営者）	・今後数か月は、景気に大きな動きはない。
	美容室（経営者）	・現状はボーナス時期で景気は良いが、客はまた節約志向に戻る。
	設計事務所（経営者）	・住宅を取得する環境に変化がない。
	設計事務所（経営者）	・しばらくは現状のままで推移する。
	設計事務所（経営者）	・住宅宿泊事業法が施行され、既存住宅の積極的利用や流通促進に向けた国の様々な取組も始まっているが、この施策で設計事務所の受注量が増えることはない。
	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競合しており、バーゲンセールになっても売れない。客はより安いものをタイムリーに高品質なものしか購入しない。
	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・物価が上昇する。
	百貨店（販売促進担当）	・7～8月の一方の柱となるお中元では、6月実施の先行購買への反動が予想されるとともに、他方の柱となるセールでも、6月への前倒し開催や適品不足による秋物への早期入替え等もあり、厳しい商況となる。また、それに加えて美術品や宝飾品の高額品もマイナス基調が改善せず、商況は悪化する。
	百貨店（売場担当）	・近隣にアウトレットモールがオープンし、フードコートの需要が増えて客は食品売場での買物を控えるため、来客数が減少するとともに、取引先では在庫や人件費の圧縮も進む。
	スーパー（販売担当）	・客は高額品を買い控えており、企業や団体からのまとまった購入も減少している。この流れは全国的なものであるため、この先にも急速な回復はなく、景気は回復しない。
	衣料品専門店（経営者）	・ドラッグストアが増え、日用品を購入するにも低価格の店に客は流れる。
	自動車備品販売店（経営者）	・景気が良くなる要素がなく、これからならかに景気は後退していく。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方には人材が少ないので行政が中心となって活性化を図るべきであるが、ハングリー精神が乏しいので取り残されてしまう。
	一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げがあるので、客の消費行動が低下する。
	都市型ホテル（企画担当）	・婚礼など個人イベントは新規開業などの影響で受注確保に苦労しており、秋口の宴会の先行受注は厳しい状況である。地震発生など危機感をあおる出来事で個人消費も消極的な状況が続く。
	ゴルフ場（営業担当）	・6月は5月ほど悪くないものの、単価改定の影響を引きずっているため、7月以降もほぼ例年並みで推移する。
	競艇場（企画営業担当）	・売上が見込めるレースがない。
	美容室（経営者）	・客は低価格の店に流れ、小規模店舗は太刀打ちできない。
×	商店街（代表者）	・客の慎重な購入姿勢に変化はないが、一部の客が必要品以外も買い始める。
×	スーパー（店長）	・近隣への競合店の出店があるため、客が買い回りし始める。
×	コンビニ（エリア担当）	・交通量の回復は見込めず、売上は前年割れが続くため、接客と商品の充実で売上を確保していくしかない。
×	乗用車販売店（営業担当）	・客が極力消費しない状況は続く。
×	住関連専門店（営業担当）	・新築住宅は増えているが、家具の需要が低下しているので当社の来客数は伸びない。
企業動向関連	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先の生産が好調に推移し、忙しい状況が続く。
(中国)	繊維工業（監査担当）	・次期商戦の準備段階になるが、極端な価格競争は影を潜め、創意工夫による商売が受け入れられるようになっており、景気が上向いていく。
	木材木製品製造業（経理担当）	・足元の住宅着工戸数が回復傾向にあり、秋口から受注量と販売量が伸びてくる。来年度予定されている消費税の引上げが駆け込み受注の増加につながっていく。
	化学工業（経営者）	・海外の不安定要因が内包されているものの、取引先の輸血量と受注量は高水準を継続する。

	金属製品製造業（総務担当）	・得意先が工場増設を行うので部品の受注が増える。
	建設業（総務担当）	・今後も受注量は好調に推移する。
	通信業（営業企画担当）	・観光客の増加で県内では多くのホテル建設が進んでおり、県内消費も増加する。
	通信業（営業担当）	・IT補助金制度の活用など中小企業のニーズが高まることで設備更改などにつながる。
	金融業（貸付担当）	・自動車や石油製品などの輸出額、輸入額共に前年比プラスとなる。
	広告代理店（営業担当）	・7～8月で受注依頼があるほか、客も好調であるとの情報があるため、繁忙となり上向きに推移する。
	農林水産業（従業員）	・良くなる要素が見当たらない。
	食品製造業（総務担当）	・百貨店やスーパーへの商品は単品で売ると返品が増え、売り方と見せ方を変えないと、売上が伸びても在庫が発生するので検討の余地がある。
	化学工業（総務担当）	・現在、出荷が好調で工場の稼働率は高いが、右肩上がりで量が増えているわけではないので、景気が良くなるわけではない。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大型案件こそないが、各所向け注文で生産は多忙な状態が続く、人員調達が難しい状況も継続する。
	鉄鋼業（総務担当）	・受注量の動きから、これまでの上昇基調から踊り場局面を迎える。
	鉄鋼業（総務担当）	・人手不足や労働時間の問題は長期的課題なので、短期的には現状レベルの活動水準が続く。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・仕事量の緩やかな減少と低い受注価格の継続で低位安定の状況が続く。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注内示量は前期並みを維持する。
	建設業（総務担当）	・予定物件と手持ち工事で手一杯の状況が続くため、鉄骨工事などは受注の可能性が出た段階で協議することで工期遅延などの状況が発生しない対策を続ける。
	輸送業（総務担当）	・取引量が増える企業も減る企業もあるが、全体では大きな変化はない。
	輸送業（経理担当）	・引き続き客からの発注はあるものの、今後の増加が見込めず、現状のまま推移する。
	金融業（融資企画担当）	・米国大統領が輸入車関税を25%に引き上げると表明していることから、貿易戦争が懸念されるが、スポーツ用多目的車を中心に系列完成車メーカーの販売好調は当面続き、系列の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）	・賃貸住宅の需要時期ではないため、2～3か月先も変化はない。
	会計事務所（経営者）	・決算や株主総会が終了して事業活動が一段落した状況であるが、個人消費ではガソリン価格の上昇が懸念される。
	食品製造業（経営者）	・原材料が高騰しているが、それを価格に反映できるかは不透明な市場動向である。大手量販店では商品価格の引下げを実施しており、慎重に対応する必要がある。
	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料向け製品の受注の下降傾向が一層強まる。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・前年に比べ受注量が少ない状況が続く。
	その他製造業[スポーツ用品]（総務担当）	・大企業では従業員のベースアップができていないが、中小企業ではなかなか難しく、格差が拡大して国全体の消費需要喚起までには至らない。
	x 一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量は増加しない。
雇用 関連 (中国)		
	求人情報誌製作会社（経営者）	・6月の求人充足時期を過ぎると、夏の短期募集などアルバイトやパート募集が増えてくる。飲食業、サービス業を中心に2か月後は今よりも求人数は増える。
	民間職業紹介機関（職員）	・採用ニーズがなくても良い人材を採用したい企業は多く、人の確保ができればビジネスを拡大できるので、雇用の増加につながる。
	人材派遣会社（社員）	・景気に変化はなく、企業側にいかに人材をマッチングさせるかが引き続き重要となる。
	人材派遣会社（支社長）	・労働契約法と派遣法の改正に伴い雇用形態や契約期間に影響が及ぶ2018年問題で、派遣に関しては動きが慎重にならざるを得ない。そのため営業量の低下はやむを得ず、数字が伸びる積極的な要因がない。
	人材派遣会社（経営企画担当）	・雇用安定措置の対応による業績不安はあるが、求人数は減少しない。

	人材派遣会社（支店長）	・企業などに大きな動きがなければ現状が続く。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒、中途共に売手市場は継続し、大手志向が強まる一方、企業規模だけでなく完全週休2日制、年間休日120日前後、過去3年間の離職率、月の平均残業時間などを加味した企業選びがますます進行する。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・個人消費が堅調で企業の採用意欲も高い一方で、慢性的な人手不足と原材料費の高騰が企業の成長を阻害するリスクも抱えている。
	職業安定所（所長）	・来春の新規高卒求人の出足が前年以上に好調で、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える。
	職業安定所（事業所担当）	・各求人者とも人材確保に苦戦を強いられているが、景気悪化につながる情報は聞かないので、景気が良い状況は続く。
	職業安定所（職業指導担当）	・有効求人倍率は1倍を超えており、人手不足感は続く。
	職業安定所（雇用関連担当）	・来春の高卒求人が前年より増加しているが、人手不足だけでなく高齢化が進むなか、将来に向けて若年者を育てることを見据え、これまで学卒求人を出していなかった事業所からの求人が増加してくる。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・景気が良くなる要因がない。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・新卒求職者数に大きな変化がない状況では、企業が人材を確保することは難しい。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・都市部は東京オリンピックの特需が見込めるが、地方都市は景気が悪くなる。
x	-	-