

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)	良くなる	観光型ホテル（営業担当）	・ここ最近先行受注が少ないのが気になるところではあるものの、これからゴールデンウィーク、観光シーズンに入り、好調な来客数はまだまだ継続する。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・街並みが再生されたことで、気持ちよく街を散策できる環境となり売上も良くなる。
		商店街（代表者）	・熊本地震の影響で観光客が山陰へ流れており、予約状況は悪くない。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・外国人観光客を始め、今までいなかった客層が増えはじめて景気が上向く。
		スーパー（店長）	・競合店の食品スーパーが昨年11月末に閉店し、その影響がまだ続く。特に来客数に応じて販売量が伸びる米や調味料などの商品には期待できる。その一方熊本地震の影響で納豆などが品薄になるなど影響が出ている。
		スーパー（店長）	・天候に恵まれ気温が上昇して季節の変化を感じることができれば売上が伸びる。
		スーパー（総務担当）	・客単価が緩やかに上昇してきている。
		スーパー（販売担当）	・競合相手である近隣スーパーの閉店は、景気が良くない印ではあるが、当店の来客数と売上は伸びる。
		コンビニ（エリア担当）	・更なる気温上昇に伴い、中食や飲料等の主力商品の動向が上向く。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・来客数が増加し続ける。
		家電量販店（企画担当）	・販売量が少しずつ増えてきているのでやや良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車が発売予定なので、景気が良くなる。
		住関連専門店（営業担当）	・大きなイベントを控えているので、来客数は期待できる。
		都市型ホテル（企画担当）	・観光キャンペーンや高校総体などの大型イベントによる大きな集客機会があり、市中での大きな消費需要が想定される。またインバウンドの影響も好調に継続する。
		通信会社（工事担当）	・客の様子がやや良くなっている。
		テーマパーク（営業担当）	・熊本地震の影響で旅行への意識が消極的になるが、旅行先として九州が控えられることにより、多くの旅行者がこちらに流れてくる可能性が高い。
		住宅販売会社（営業所長）	・消費税率引上げの動向が不明確なので、気にしている客の動きが多少ある。
	変わらない	商店街（代表者）	・周囲の店主との会話で景気の良い話が出てこない。
		商店街（理事）	・熊本地震の心理的影響が大きく、今のままだと客の購買意欲は回復せず、景気は停滞する。
		商店街（代表者）	・株安、円高に加えて、熊本地震の影響で2～3か月先の景気は今月同様に弱含みとなる。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・商店街の中の数店が新装、改装オープンする予定であるが、狭い街中で駅前エリアと商店街が客の取り合いをしているので、売上が大きく伸びることはない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・景気は悪いままで推移する。当社は今年になって海外での売上が伸びており、これで何とか前年をクリアしている実態である。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・大手企業の動きはあるが、中小企業の動きは少ない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費税率引上げの流れが不透明であり、民需が伸びていない。
		百貨店（経理担当）	・アパレル業界が厳しい状況なので、地方百貨店には良い商材が回ってこない心配がある。都会の百貨店とは違って外国人客の売上にも期待できないので、大きく売上増につながる要因がなく、しばらくは今の状況が続くであろう。
		百貨店（営業担当）	・毎月前年を追いかけていくことがやっとの厳しい状況が続く。半年前からヤングゾーンの売上が伸びているが、ミセスゾーンは売上が良くなかった前年のマイナス3%で推移している。
		百貨店（営業担当）	・今夏もクリアランスセールスタートが取引先ブランドにより分散し、以前のようなセールでの集客や売上獲得が難しくなっているので、厳しい7月商戦になる。
		百貨店（営業担当）	・大幅な景気動向の変化が見通せない。
		百貨店（販売促進担当）	・前年のプレミアム付商品券の利用が5月以降も続いていたので、今後もマイナス影響は継続する。また大手アパレルの商況は厳しく、夏物の生産も絞込みが想定される。今後もしばらく消費の低迷は続く。

百貨店（売場担当）	・アパレルを中心に支店の統廃合が進んでいる中での熊本地震の影響は大きく、特に九州支店管轄の山口、広島西エリアの問屋の供給、人員体制が不安定で、しばらくはその影響が店頭に及ぶ。
百貨店（購買担当）	・アパレル関係は熊本地震の影響で商品の売行きが悪くなっている。春物は作ったが夏物は控えて製造する傾向である。クリアランスセールがあっても商品を吟味して購入するか、あるいは購入しないという客の傾向は変わらない。
百貨店（営業推進担当）	・熊本地震による自粛ムードが少なからず影響してきており、この数か月は同様の状況が続く。参議院議員選挙の結果がターニングポイントになる。
百貨店（人事担当）	・熊本地震の影響で客の買い控えが起きる可能性はあるが、大きなマイナスになる気配はない。
スーパー（店長）	・売上と来客数は前年並み、販売量は前年を切る状況で推移する。
スーパー（店長）	・春の値上げ以降に好材料はない。
スーパー（業務開発担当）	・現状は維持できるが、客の消費が伸びずますます厳しくなっていく。
スーパー（販売担当）	・店舗データベースで見ると、客の来店頻度が落ちている。来客数の減少が続く状況が劇的に回復することはなく、今しばらくは低調な状況が続く。
スーパー（管理担当）	・他店との差異化によって生鮮部門での売上増は見込めるが、一般食品の売上はディスカウント店やドラッグストア等の影響を受けて減少傾向にあるため、増減相殺され現状維持となる。
スーパー（販売担当）	・5月にショッピングセンターがオープンするので、来客数の動きはまだ読めない。
コンビニ（エリア担当）	・本部の販売促進があった今月は来客数が前年をクリアしたが、来月以降は難しい。毎週実施しているセールを継続することで客単価を上げ、何とか前年をクリアしていく。
コンビニ（エリア担当）	・販売量や客単価に変化はなく、今後もこのまま推移する。
コンビニ（支店長）	・現状では景気回復傾向が若干ある。
家電量販店（店長）	・来客数が減少している。
家電量販店（店長）	・業界やマーケットが縮小していく中で、良くなる材料がない。気候変動で酷暑の夏になって商品が動いたとしても、それで景気が上向いたとは言えない。
乗用車販売店（業務担当）	・1～3月の大增販期が終了し、好転の材料が見当たらない。
乗用車販売店（営業担当）	・毎月前年の販売量を超えることが難しくなっている。客は消費税率引上げへの懸念や熊本地震の影響で先行きの不安が大きく、出費に対して慎重な姿勢が続く。
乗用車販売店（店長）	・熊本地震の影響が当面は続き、客は買い控えをする。
乗用車販売店（総務担当）	・新型車が発売になるが、熊本地震の影響で順調な生産を見通せない状況である。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・これ以上の売上増加を見込める要素がない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・これ以上悪くならないで欲しい。
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、週末の利用は見込めるが、平日が厳しい状況は続く。
一般レストラン（経営者）	・店の情報が客に浸透し、来客数は現状維持できる。
スナック（経営者）	・地方経済は大都市ほど良くなっていない。一部企業の業績が良いからといって、中小企業の給料が上がった話もない。景気が本当に上向きになるか疑問である。
都市型ホテル（企画担当）	・今後熊本地震がどのように影響してくるかが不安材料である。
都市型ホテル（総支配人）	・個人消費の停滞や熊本地震の影響による自粛ムードなど、不透明な状況である。
旅行代理店（経営者）	・政府は今の景気回復よりも、熊本地震への寄付金等が被災者に早急に渡るように動いて欲しい。被災者は遠方に買物に行っている状況で、支援物資は止まっている。
旅行代理店（営業担当）	・景気は夏の参議院議員選挙や消費税率引上げに左右される。
タクシー運転手	・景気が上向き要素がない。企業利用も思うように伸びず、夜の街も人が出ていない。客は公共交通機関が動いている間に帰路に着くため利用者数は伸びない。
通信会社（社員）	・売上増につながる問い合わせがない。

	通信会社（企画担当）	・消費生活物資の値上げで、値上げ前の買い増しとそれ以降の買い控えがささやかれるが、当社商品ではそのような傾向はおおむねないものの、購買が活発と言える状況にはない。より安価なサービスを新規に出していかないと、せいぜい横ばいに留まる動向が続く。
	通信会社（営業担当）	・消費税率引上げ時期がやや不透明なため駆け込み需要が鈍っている。
	ゴルフ場（営業担当）	・3か月先の予約は例年と変わらない。
	競艇場（職員）	・現状の売上がこのまま推移する。
	美容室（経営者）	・良くて現状維持、悪くて売上が低下する。
	美容室（経営者）	・物価が低下したり客の所得が上昇することはなく、景気に変化はない。しかし先行きの対応がこのままだと景気はますます悪化する。
	設計事務所（経営者）	・消費税率引上げの情報が未確定のため、来場者数が予想しにくい。
	設計事務所（経営者）	・好転材料は皆無である。
	設計事務所（経営者）	・衆参ダブル選挙と消費税率引上げがはっきりと見えない中、消費者も建築工事の着工になかなか踏み切れない様子で、もつしばらく動かない。
	設計事務所（経営者）	・景気の先行き不安から、客は住宅のような大きな買物ではしばらく様子を見ている。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・オーバーストア、デフレ、インターネット販売の影響で売上が非常に低迷しており、先行きが不安である。高い商品は全く売れず、良い物をより安く、タイムリーにという客の姿勢に変わりはない。
	百貨店（売場担当）	・店全体の商品展開の変更を実施しない限り、売上や販売量の減少傾向は避けられず、熊本地震の客への心理的影響もあって低迷は続く。
	スーパー（店長）	・客に燃費不正問題のあった大手自動車メーカーの工場関係者が多いので、工場の稼働率が落ちれば売上に響く。
	スーパー（店長）	・地元企業の業績悪化が予想され、客の消費意欲はますます低下する。
	スーパー（営業システム担当）	・急速に競合が激化しているため、来客数と売上の増加は厳しい。
	衣料品専門店（経営者）	・熊本地震の影響が続く。
	衣料品専門店（経営者）	・熊本地震の影響で買いまわり品が値上がりする。
	衣料品専門店（店長）	・客が要望する商品の単価が低く、クールビズ実施企業が増加してスーツの販売量が増えない。
	家電量販店（販売担当）	・何かイベントがないと売上はなかなか伸びない。
	自動車備品販売店（経営者）	・消費税率引上げが控えており、景気回復はあまり期待できない。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・一般労働者は生活するのがやっとの状態であり、給与の高い公務員が真剣に取り組まないと地方創生は進まない。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題は当地域にとってかなりの問題となる。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・春の新生活で客の購買意欲が上昇する時期に売上が確保できていない。全体的に購買力が低下している。
	一般レストラン（店長）	・前回の食料品などの値上げによる影響が2か月遅れで出てきていたため、今回も同様の状況になる。
	一般レストラン（外食事業担当）	・熊本地震の心理的影響が今後数か月は続く。また前年から今年にかけて全国チェーン店が近隣に4店舗も増え、競争が激しくなる。メニューや業態は異なるが、客を分け合う状況が続く。
	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・サービスエリア沿線の交通量が減少する。
	都市型ホテル（スタッフ）	・客単価が下降気味であるが、来客数を伸ばすのは難しい。
	タクシー運転手	・ゴールデンウィークは毎年良くないが、今年は県の観光キャンペーンがあるので期待が持てる。
	通信会社（広報担当）	・性能はどうあれ客は低価格のものを求めているため、このままの状況であれば、販売数が回復することはない。
	通信会社（総務担当）	・年度替わりの加入増加傾向が5月に入ると落ち着く。
テーマパーク（管理担当）	・熊本地震の影響で入館者数が減少する。	

		テーマパーク（業務担当）	・熊本地震の影響とゴールデンウィークの終了で、今後の外出が控えられることが懸念され、景気の上昇が期待できない。
		美容室（経営者）	・熊本地震の影響なのか客は消費を控えている。このまま消費税率引上げが重なりと厳しくなる。
		住宅販売会社（従業員）	・熊本地震の影響により、景気の停滞や消費税率引上げ見送りの可能性が大きい。
		住宅販売会社（営業担当）	・梅雨時期は受注量が減る傾向にある。
		住宅販売会社（営業担当）	・例年梅雨時期から初夏にかけて住宅購入を検討する客が少なく、動きは出ない。
	悪くなる	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・熊本地震や選挙の影響で消費が冷え込む。
		スーパー（財務担当）	・大手自動車メーカーの製造停止の影響が下請業者にも出ており、客である従業員の収入減等の不安により、来客数や買上点数が減少する。
		乗用車販売店（統括）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響を受け、非常に厳しい状況となる。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・熊本地震の影響で観光客は増えそうにない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税率引上げに関し、内容、時期、政府説明ともに不明瞭で、先行き不安から更に消費が抑制される。
		タクシー運転手	・熊本地震が観光に影響しており、客に自粛ムードが出ている。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・生産数が増加する予定である。
(中国)	やや良くなる	金属製品製造業（総務担当）	・ものづくり補助金等の採択可否の決定が6月であることから、現在様子見である設備投資が動き出す。
		通信業（営業企画担当）	・流通、小売業を中心にネットワークと情報機器に関する引き合いが増えている。
		金融業（貸付担当）	・マイナス金利政策の影響が少しずつ出てくる。子育て世代が多い住宅ローン債務者は、金利引下げにより返済額が軽減された部分を消費に回す。企業も支払利息の負担軽減から収益環境が改善され、設備投資等を検討する機会が少しずつ増えて景気はやや良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・取引先が販売促進展開を考えていて、当社の受注が見込める内容での動きがあり、極端に良くなることはないが、上向きで推移する。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・3月は巻き網船のアジとサバの漁獲量が増加したが、魚価の低迷で金額が伸びなかった。今後の巻き網船のアジ、サバ、イワシの漁獲量に期待する。
		食料品製造業（総務担当）	・熊本地震の影響で流通が止まっているところがあり、売上が今後どうなるのか不明である。
		木材木製品製造業（経理担当）	・住宅関連の個人環境は金利や諸優遇策は整っているが、消費税率引上げ実施の有無や個人所得の先行き不透明感などで実需につながっていない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・工程品の増加は見込めず、現状維持水準が続く見込みである。建設用案件は引き続き生産が継続し、多忙な状態に変化はない。
		鉄鋼業（総務担当）	・原料コスト、スクラップ価格、海外市況の上昇を受けて国内マーケットの好転に期待できるが、実需が伴うかどうか見極めが必要である。上期中の需要環境は著変なく推移する。
		鉄鋼業（総務担当）	・夏以降の回復をみて生産体制を整えるが、果たして本当に回復するのか、今の段階では見込みきれない。
		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は前期並みを維持している。
		建設業（総務担当）	・受注調整が必要な状況が続いている。今年度中はこの状況に変化はなく、配置技術者が予定工事で目一杯の状況である。
		建設業（総務担当）	・外部要因がたくさんありすぎて予測が困難である。
		通信業（営業担当）	・熊本地震の影響で景況感の後退がややある。また原油価格の変動などもあり、株価も予想以上に伸び悩むなど好要因が見当たらない。
		金融業（融資企画担当）	・最近はやや高基調にあるが、このレベルであれば完成車メーカーの輸出に与える影響は軽微で、当面は自動車部品メーカーの受注も高水準を維持する。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期を過ぎて落ち着いているため、変わらない。
	やや悪くなる	化学工業（経営者）	・自動車の生産台数の減少で、当該向けの材料を生産している取引先が減産を余儀なくされており、これに比例して当面の景気は悪化する見通しである。

		化学工業（総務担当）	・中国の景気減速がいろいろと影響を与えており、何らかの策がないと景気が良くなることはない。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・熊本地震による連携工場の稼働率低下が悪影響を与えている。例年需要が高まる時期であるが、その傾向が見られず、在庫積み上がりの懸念がある。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・企業間の格差は拡大傾向にある。商品価格の支配力がない中小零細企業にとって商談件数は景気のバロメーターであるが、商談後の契約率は悪化傾向にある。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先から発売時期延期による開発中止などの連絡が入っている。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・競争力の有無ではなく、足元の商談自体が極めて少ないため、先行きはやや悪くなる。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・世界経済の動向も国内の景気も低迷しており、その長期化が予測される。
		輸送業（経理担当）	・熊本地震の影響がいつまで続くか不透明であり、緊急輸送等の需要は可能性があるものの、通常の荷動きが鈍化する。
		会計事務所（職員）	・製造業では設備関連投資が減少気味のため、売上高はやや低下気味の傾向にある。そのため賃金アップはなかなか難しく、消費マインドも停滞しているため、景気が上向くことはない。
	悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・消費税率引上げ問題、値上げ問題等、景気が悪くなる情報は多いが、良くなる情報がない。
雇用 関連 (中国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・政治活動や経済活動で著しい変化がない限り、景気の上向きは継続する。
		人材派遣会社（支店長）	・熊本地震の影響で今後の状況が不透明であるが、九州地方での修学旅行が中国地方に変更になる状況が若干見受けられるため、観光産業を中心にやや良くなる見込みである。
		民間職業紹介機関（職員）	・おう盛な採用意欲や売手市場が続き、条件のより良い就職先を見つける求職者も多く、今後の個人消費に期待が持てる。
	変わらない	人材派遣会社（支社長）	・自動車関連などには不安要素はあるものの、現在の人手不足感を覆すほどのインパクトはなく、引き続き企業の採用意欲は高目に推移する。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒、中途ともに依然として売手市場は変わらない。大企業や中堅企業は良いが、中小企業などは前年よりさらに採用難となっており、人材が必要なのに採用できない状況が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・雇用状況がさらに良くなる雰囲気はない。
		職業安定所（所長）	・医療福祉や建設業で慢性的な人手不足が続いている一方、その他の多くの業種ではこれまでのおう盛な求人意欲が薄らぎつつあり、求人全体では横ばい、もしくは下降気味で推移する。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・大規模倒産の話はなく、求人倍率は1.3～1.4倍で推移しており変化はない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・熊本地震があった直後であるが、採用状況には変化がない。
やや悪くなる		人材派遣会社（経営企画担当）	・熊本地震の影響が減産から人材へも徐々に始めている。連日新聞報道されている派遣料金の値上げ交渉も続けており、スタッフ待遇改善への理解を得る動きをしている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県内でもトップクラスの雇用を抱える大手自動車メーカーの燃費不正問題で、県南、西部エリアでは協力企業の存亡に関わる事態も今後出てくる。そのため雇用の減少は避けられず、消費活動も低迷する。
		職業安定所（雇用開発担当）	・熊本地震の影響や大手自動車メーカーの生産中止の影響が雇用面に影響してくる。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響で雇用状況がやや悪くなるとともに、周辺企業にも大きな影響がある。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・せめて現状維持を願いたい、明るい兆しが見えてこない。
悪くなる	-	-	-