

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		乗用車販売店（店長）	・客の動きは活発で、特にサービス入庫の客が増加していることから、今後も平日、週末を問わず店のにぎわいは続く。 ・5月中旬のG1競争と6月中旬のG2競争で売上が見込める。
		競艇場（企画営業担当）	
(中国)		一般小売店〔茶〕（経営者）	・茶人関係のイベントがあるので景気は良くなるが、海外での販売量が持続するかは懸念材料である。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・若年層の新規問合せが増えている。また、海外向けの商品展開が進む。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・来客数が増え、季節商材の販売量が伸びる。
		百貨店（購買担当）	・春物は販売期間が短く、アパレル関係は商品量を減らす傾向だが、今月は売上がかなり順調に推移しているので今後もこの状況が継続する。
		スーパー（店長）	・野菜の相場が下がり、気温が上昇してきたことから客の外出頻度が増える。当店でも客の購入点数が増加傾向なので景気は改善する。
		スーパー（店長）	・気温が上がリ、人が動き始めるため、レジャーなどの需要が高まる。
		スーパー（販売担当）	・ここ数か月、来客数は前年比2けた増で推移しているので、今後も客の購買意欲は持続する。
		スーパー（営業システム担当）	・ディスカウント店の出店が続いていたが、落ち着きを見せしており、客がこちらに戻りつつある。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が回復してくる。
		乗用車販売店（総務担当）	・初夏に発売される新型車の先行受注が始まり、店頭で商談によるにぎわいが戻ってくる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・隣県で大型ショッピングモールの新規オープンがあるが、当店は4月末の改装グランドオープンで、新規テナントを導入し施設や設備を改善することで客足を伸ばすため、隣接するアウトレットパークとともに景気はやや良くなる。
		観光型ホテル（営業担当）	・観光シーズン到来で来客数の増加が見込める。
		都市型ホテル（企画担当）	・海外需要は安定して伸びていることに加え、地元でプロ野球チームがあるので、野球シーズンが始まればエリア全体の気運が盛り上がる。
		都市型ホテル（総支配人）	・新規就航路線の開設により他地域からの新たな集客が見込まれる。
		タクシー運転手	・運転手の人数が増えるとともに、イベントも増えてくる時期となるので売上が伸びる。
		タクシー運転手	・観光シーズンになるので観光客数が増加してくる。
		通信会社（社員）	・景気が上昇する時期を迎えそうである。
		通信会社（工事担当）	・客から景気が良くなるという話が聞かれる。
		通信会社（企画担当）	・動きの悪かった冬の反動と年度末需要で景気は好転する。
		通信会社（販売企画担当）	・ベースアップで客の購買意欲が上がる。
	テーマパーク（営業担当）	・暖かく日照時間が長い予報となっており、客の動きが活発になる。	
	住宅販売会社（従業員）	・景気は来年3月までは緩やかな右肩上がりとなる。	
	住宅販売会社（営業担当）	・現時点で契約に至りそうな物件が多くある。	
	商店街（理事）	・気候が良くなって人の動きが出てくるが、物価上昇で客の生活防衛本能も働く。	
	商店街（代表者）	・景気の下げ止まり感はあるが、今後良くなるような要素が見当たらない。	
	商店街（代表者）	・米国の貿易戦略による株価の下落等、外部要因により身の回りの景気はそれほど良くならない。	
	商店街（代表者）	・観光客数は増加するが、野菜など食品の値上げが客の購買意欲を低下させるため、例年ほどに良くはならない。	
	商店街（代表者）	・一部の客が必要品以外の商品を購入し始めている。	
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・会社設立など、前向きな注文がない。	
	百貨店（経理担当）	・改装や新ブランド導入などの効果で来客数や売上が伸びれば景気は上向く。	
	百貨店（営業担当）	・給与が上がっていないので、個人消費が上向いている様子はなく、良くて現状維持である。	

百貨店（営業担当）	・客は必要な商品を必要なときに購入する傾向が続く。化粧品と特選ブランドは予算をクリアしているが、衣料品は前年クリアがやっとの状況が続く。
百貨店（販売促進担当）	・初夏から夏商戦になるが、婦人を中心とした衣料品や宝飾、美術等の高額品の売上回復がポイントとなる。来月には食品大型店のオープンが控えており、ますます競合関係は厳しくなり、コンビニ出店の加速も加わって食品はオーバーストア状況となっていく。
百貨店（売場担当）	・プロ野球観戦やフードイベントなど家族連れで出かける機会が定着し、4月後半からは大型レジャー施設も増えるため、既存の商業施設への来客数が優待会以外では減少する。
百貨店（売場担当）	・商品を見極めて購入する客の動きは今後も継続する。客の目線は美容や健康関連に向いている。
スーパー（店長）	・企業間競争が激しくなり来客数が減少する。
スーパー（店長）	・景気が良くなる材料はない。
スーパー（店長）	・現状の来客数と購買状況に変化はない。
スーパー（総務担当）	・季節商材による売上増加はみられるが、全体的な数値の上昇はない。
スーパー（管理担当）	・来客数の前年割れが続き、現状のまま推移する。
スーパー（販売担当）	・例年よりも気温の上昇が急激なので、初夏物の動きが活発になる。
コンビニ（支店長）	・客単価は好調であるが、来客数の前年割れの状況が続く。
コンビニ（副地域ブロック長）	・競合店出店や他者の取扱品目の拡大などで客の選択肢が増える。
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）	・スーツの販売量と来客数が減少している現状が続く。
家電量販店（店長）	・来客数が前年より減少しているため、客単価の底上げで売上を確保していく。
家電量販店（店長）	・売上増加をけん引する商品が特になく、市場も縮小方向である。
家電量販店（店長）	・来客数が減少しているため売上が伸びない。
家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる理由がない。
乗用車販売店（営業担当）	・販売量が落ち込む時期であるが、大幅な商品変更でカバーできる。
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が軽減に向かう。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・客単価が伸びない状況が続く。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・2～3か月で変化はない。
その他専門店〔土産物〕（経営者）	・気候が良くなる時期なので来客数は好調に推移するが、入学や異動とも重なるので、客が落ち着いて買物する雰囲気にはならない。ゴールデンウィークは天候によって大きく来客数が増減するので楽観視はできない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・円高基調や株価変動、政治不安など不安定な状況は続くが、新生活需要が高まる時期でもあるので、景気に極端な悪化はない。また、生鮮食料品、特に葉物野菜価格の高騰も落ち着き、一般家庭の財布事情も大きくは変わらない。
高級レストラン（宴会サービス担当）	・予約状況は前年並みに推移する。
一般レストラン（経営者）	・情勢が不安定でしばらくは現状が続く。
一般レストラン（経営者）	・地方では人手不足が深刻な問題になっており、店舗の運営もままならない状況が続く。
一般レストラン（店長）	・今後2～3か月の予約状況は前年よりも良い状態であることから、4月オープン予定の郊外型ショッピングセンターの影響はさほど出ない。
一般レストラン（外食事業担当）	・人手不足が深刻になっており、システム機器を順次導入しているため、設備投資負担が増えてくる。
スナック（経営者）	・中小企業の景気が回復しないと、地方の飲食業界の景気は上向きにならない。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・客の購入点数と高額商品の動きに変化はない。
都市型ホテル（企画担当）	・働き方改革の推進による残業抑制は事実上の賃金低下になっていると不満を持つ人がいる。ぜいたく品やホテル利用などは敬遠される傾向なので、個人消費の上昇は期待できず、法人企業の需要増加を待つしかない。

	旅行代理店（経営者）	・天候が良くなっても景気にそれほど変化はないが、今以上悪くなることもない。
	旅行代理店（営業担当）	・政治的にも社会的にも景気回復に直結する要因がない。
	タクシー運転手	・4月は歓迎会などのイベント需要で景気は良くなるが、大型連休のある5月は観光客数が増えてもタクシーを利用する頻度は減少する。
	タクシー運転手	・景気が良くなる材料はない。
	通信会社（営業担当）	・サービス契約の検討に時間を要する客が増えているため、景気の陰りにつながる。
	テーマパーク（管理担当）	・地方経済と個人消費に大きな変動は見込めない。
	ゴルフ場（営業担当）	・今年はゴールデンウィーク期間の動きが悪いため、来客数は大きな変化がない程度に若干の減少気味となる。
	美容室（経営者）	・客の昇給次第であるが、すぐに客の様子が変わることはない。
	設計事務所（経営者）	・景気が急激に変化する要因はない。
	設計事務所（経営者）	・建築を取り巻く環境に変化はない。
	設計事務所（経営者）	・客の動きに大きな変化がないので景気は変わらない。
	設計事務所（経営者）	・建築全体の仕事量が増えるように補助金や税制優遇も準備されているが、設計事務所に景気の良くなる実感はない。
	商店街（代表者）	・イベントに対する客の服装の意識が薄れる。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・来客数の減少が止まらない。
	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・所得の伸びと比べて物価が高くなる。
	百貨店（外商担当）	・当地域に景気が良くなる要素や話題はない。
	スーパー（財務担当）	・1回当たりの購入点数は増加しているものの、来店頻度の低下による来客数の前年割れが続き、既存店売上が前年割れとなる。
	家電量販店（販売担当）	・新生活商戦が終わり、夏までは苦しくなる。
	乗用車販売店（営業担当）	・来客数が増加する見込みはないので、景気は悪くなる。
	自動車備品販売店（経営者）	・景気が良くなりかけても、末端の小売店は景気が停滞する。
	都市型ホテル（スタッフ）	・5月以降は来客数が減少する。
	通信会社（総務担当）	・例年の年度替わりには加入数が伸びるが、5月頃からは新規加入件数が落ち込む。
	テーマパーク（業務担当）	・大型連休が終わり、梅雨時期に入ることで来客数は減少する。
	美容室（経営者）	・徐々に消費を厳しく考える客が増え、通信販売などでモノの価格が崩壊してしまい、小売販売では太刀打ちができなくなる。
	美容室（経営者）	・このままだと客足は戻ってこない。
	×スーパー（店長）	・競合店が増加し、客が分散して来客数は増えない。
	×コンビニ（エリア担当）	・商品の充実や接客サービスで営業を展開していくが、競合店の影響が強く、しばらくは前年数値をクリアすることはできない。
	×乗用車販売店（業務担当）	・年間最大販売期の1～3月を終え、この先数か月は需要が落ち着く。
	×自動車備品販売店（経営者）	・海外情勢の影響で株価が不安定なので、消費低迷が懸念され、また人口減少が進み始めるのも不安要因である。
	×住関連専門店（営業担当）	・チラシやイベントなどで集客を図っても上手くいかない。
企業動向関連	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先である大手自動車メーカーでは増産が予定されており、今後も順調に推移する。
(中国)	繊維工業（監査担当）	・得意先からの追加受注数が前年より多く、販売量が増加する。
	化学工業（経営者）	・米国の関税引上げ政策の影響により、当面は円高基調が予想されるものの、化学関連製品は引き続き輸出の好調さが継続する。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・国内造船各社が主要製品として建造しているばら積み船の船価に底打ち感が出てきており、当社製品でも原材料高や人件費高騰の価格転嫁が進む。
	輸送業（経理担当）	・人員確保に不安が残るが、需要増加分の作業が消化できるようになれば景気は上向いてくる。
	農林水産業（従業員）	・客の魚離れが進み、良くなる要素がない。
	食料品製造業（総務担当）	・入学や引っ越しなどのイベント需要後の伸びは見込めない。

	化学工業（総務担当）	・原燃料が高くなると見込まれ、価格転換が進まないとい収益が悪化する。当社のような素材メーカーは、原燃料が値上がっても価格転換に時間が掛かるため、先行きに不安要素がある。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・中国の動向に急激な変化がなければ、現状が継続する。米国の鋼材輸入に対する影響が日本製品にどのような影響を及ぼすかは不透明な状況である。
	鉄鋼業（総務担当）	・需要が旺盛な状況に変化はないが、通商問題で中国素材がアジアに還流する懸念も出てくる。
	鉄鋼業（総務担当）	・生産能力を超える高いレベルの受注量が続く。
	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料向け製品で期末の在庫調整局面と受注の伸び悩みで出荷量減の傾向となる。
	金属製品製造業（総務担当）	・4月より原材料価格が上昇し、社内でカバーするには厳しいため、得意先に製品価格への転嫁を認めてもらったが、受注量の増減は不明である。
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・受注内示量は新製品を中心に高水準を保つ。
	建設業（総務担当）	・米国、日本を始め世界中のリスクの行方が不透明である。
	輸送業（支店長）	・態勢が整わない中で、働き方改革に取り込むのでは先が見通せない。
	輸送業（総務担当）	・当地域では景気に変化の兆しはない。
	通信業（営業担当）	・中小企業やSOHO市場に対する政府の景気対策案はなく、国会も空転状態で期待できないといった声が取引先などから聞こえている。
	通信業（営業企画担当）	・関東や関西からモノのインターネット、ロボットによる業務自動化、セキュリティサービス等の新領域の商材への問合せが増加しており、商圏的にも競争が厳しくなる。
	金融業（貸付担当）	・ドラッグストアと家電量販店の販売額は引き続き前年度プラスが続く。
	金融業（融資企画担当）	・最近の円高傾向で輸出がマイナスとなる心配があるが、当面は地元自動車部品メーカーの受注は高水準を維持する。
	広告代理店（営業担当）	・客は現在の販売促進施策に極端な変更を加えない。
	会計事務所（経営者）	・米国の経済政策の方向が不透明である。
	食料品製造業（経営者）	・少量パック商品の動きは良いが、客単価は低下してくる。
	木材木製品製造業（経理担当）	・新設住宅着工戸数の減少傾向で厳しい状況が続くが、消費税の引上げ前の駆け込み需要が増える。
	一般機械器具製造業（管理担当）	・米国の鉄鋼輸入制限と追加課税による影響が懸念される。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・生産量減少と製造コスト上昇による減益が想定される。
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・受注の見通しが良くない。
	建設業（総務担当）	・鋼材や外装材等の資機材の価格が上昇し、納期がずれ込む状況が継続する。
	不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期が過ぎるため、例年どおり成約数は落ち込む。
	x	-
雇用関連		-
(中国)	人材派遣会社（支店長）	・年度替わりに問題となっている人材確保のために出資する企業が増える。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景況感は3期ぶりにややマイナスとなっているが、周囲の状況から判断すると景気は持ち直す。
	職業安定所（雇用開発担当）	・不況時に堅い官公庁の1年契約労働者は人気であるが、好況時には人は条件の良い民間企業に流れている。さらに、過去ハローワークを利用したことがない官公庁からも現在募集が出ていることから、今後の景気に暗い状況は見当たらない。
	民間職業紹介機関（職員）	・商業土地や住宅土地の価格上昇などの明るい材料が増えており、国内全体の景気が良くなる。
	人材派遣会社（社員）	・採用者数は上向きで推移するが、企業側と求職者のマッチングが課題となる。
	人材派遣会社（経営企画担当）	・4月以降は改正労働者契約法により、5年を迎える有期雇用労働者は無期雇用への転換が発生する。契約先への直接雇用化が促進される一方、一定数の契約社員と派遣労働者の退職等が見込まれるため、労働市場は大きく変動し、非常に不透明な状況になる。

	人材派遣会社（支社長）	・建設や自動車など堅調な業界もある一方で、エネルギー業界、急性期向けの大型病院、金融機関など先行きが不透明な業界も多くまだまだ偏りが多い。当地域はさまざまな産業から成り立っているため、全体の景気が上向いていくのはまだ先である。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・次年度の採用者数と採用予算から見て、景気の上昇が一段落してくる。
	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ことを背景に、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替えて募集する状況が続く。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・昨年12月以降、有効求人倍率は1.7～1.8倍で推移し、かなり良くなっているが、小規模事業所の閉鎖などもあるため、今後数字ほどに景気が良くなるとは言えない。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・人手不足のさまざまな対策に統合性がないので景気の上昇にはつながらない。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・来年度卒業生を対象とした新卒求人数は前年度同期と比較して同水準である。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・景気が上向くと判断できる要素が見当たらない。
	求人情報誌製作会社（経営者）	・求人数は例年3月がピークとなり、4月もまずまずの数が見込めるが、6月になると落ち着きをみせる。正社員募集は大きく落ち込むことはないが、アルバイト募集は3～4月である程度充足するので落ち着いてくる。
	x	-