

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)		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・4月下旬の改装グランドオープン後、売上と来客数が増加する。
		競艇場（企画営業担当）	・6月中旬にG2競争があるので売上は確保できる。
		住宅販売会社（営業担当）	・2～3か月後の受注予定物件が多く、景気は良くなる。
		商店街（理事）	・3か月後はバーゲンセールが始まるので、客の購買意欲も増して動きはやや良くなる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・前年と比較して来客数が増加しており、景気は良くなる。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・アルバイトが条件の良い職種に流れ、人手が足りないとよく聞く。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・来客数が増える。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・今までの客層は40～50代であったが、今後は20～30代の新規客が増えてくる。
		スーパー（店長）	・現在の来客数の動向から、景気は上向く。
		スーパー（店長）	・例年より気温が高く、週末のレジャー需要が高まる。
		スーパー（業務開発担当）	・季節要因で商品が動く時期であり、連休から夏場にかけて販売量が増加する。
		スーパー（販売担当）	・家具家電等、高単価商品の動きは鈍いが、客の消費意欲は高まっている。価格訴求やポイント還元セールへの反応も良く、好調の波はしばらく続く。
		スーパー（営業システム担当）	・出店が続いたディスカウントストアなどに流れていた客が戻ってくる。
		コンビニ（エリア担当）	・夕方からの時間帯の来客数は回復してくる。
		コンビニ（支店長）	・今が底なので景気は良くなる。
		家電量販店（店長）	・来客数は減少しているが、接客を中心に営業をすれば売上は伸びる。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車の発売に伴い、商談件数と受注件数は増加する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・近隣に大型ショッピングモールができるので、近隣住民の購買意欲は高まるが、周辺施設への影響を注視する必要がある。
		観光型ホテル（営業担当）	・例年この時期から景気は上昇する。
		都市型ホテル（企画担当）	・気温の上昇に伴い一定の外食ニーズが堅実に存在することと、インバウンドの勢いが全体を引っ張る。
		都市型ホテル（総支配人）	・島根県西部地震の影響が懸念されるが、不昧公200年祭や新規就航の航空路線の開通による新たなマーケットからの入込みがある。
		旅行代理店（経営者）	・不況の底は脱出しているため、今後は回復傾向になり、宿泊単価や食事単価なども好転していく。
		旅行代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークの良い流れが夏休み需要につながり、景気は良くなる。
		タクシー運転手	・外国人観光客が増加し、大規模店舗跡地でのプロジェクトも予定されているので来客数は増加する。
		タクシー運転手	・大型連休を控えて観光客が増えるとともに、6～7月には気温が高くなり、イベントも増えてくるので人の動きは活発になる。
		通信会社（営業担当）	・景気浮揚の具体的要因があるわけではないが、逆に沈下する要因もなく、定期昇給、ボーナスの増額気配がある状況で消費は伸びる。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から景気は良くなる。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税引上げ前の駆け込み需要の動きが始まり、まだまだ客の動きは好転する。	
	商店街（代表者）	・景気が良くなる要素はなく、客の財布のひもが固いままである。	
	商店街（代表者）	・開店したアウトレットモールの影響で中心市街地の商店街と大型店は衣類関係を中心に厳しい状況になる。	
	商店街（代表者）	・例年4月は観光客と地元客が増加するが、商店街への来街者数が減少しており、個人客、団体客共に増えない状況が続く。	
	商店街（代表者）	・買物に厳しい目の客が多いが、多めに商品を購入する客も出ている。	

一般小売店〔茶〕（経営者）	・商品の値上げを検討している。
百貨店（経理担当）	・店舗改装のため、前年売上をクリアできるかどうかの状況が続く。
百貨店（営業担当）	・3月は好調に推移したが、4月に入って2月以前同様に厳しくなり、その状況が継続する。
百貨店（営業担当）	・今年も夏のセールが6月末にスタートするので客の買い控えが早くなり、6～7月は厳しい展開となる。
百貨店（購買担当）	・当店に隣接してショッピングモールがオープンした影響はあるものの、駅周辺の好立地にある当店には、ゴールデンウィークや夏休みに集客が見込めるが、アパレル業界にヒット商品がなく、食品関係の物産展の動きも厳しいので客単価はそれほど上昇しない。
百貨店（売場担当）	・商圏内に大型アウトレットモールがオープンし、当店内の同一ブランドの売上が落ち込む。
百貨店（売場担当）	・百貨店の置かれている状況や地域性を考えた場合、販売量に大きな変化は考えにくく、前年同様か微減が続く。
百貨店（外商担当）	・地域に景気の上昇要素はなく、大型連休のイベントなども例年どおりの取組であるため、現在の状況が継続する。
百貨店（人事担当）	・地域内で景気の良い話がない。
スーパー（店長）	・来客数は前年の98.5～99%で推移していく。
スーパー（店長）	・景気に変化する材料はない。
スーパー（店長）	・来客数は横ばいで推移する。
スーパー（総務担当）	・季節による変動以外に上向きの要素が見当たらない。
スーパー（管理担当）	・来客数の増加は期待できないが、下げ止まり感があるので現状が続く。
スーパー（販売担当）	・鳥根県西部地震の影響でゴールデンウィークの来客数は減少するが、天候次第では回復する。
スーパー（財務担当）	・野菜の価格下落で1品単価と来客数の前年割れが続く。
コンビニ（副地域ブロック長）	・大型店の出店、コンビニ、ドラッグストアの動きや商品構成をみると、すぐ良くなることはなく、しばらく現状が続く。
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素はない。
衣料品専門店（店長）	・来客数の減少が続く、4月に入って客単価も低下しているので、5月からスーパークールビズが始まればスーツの動きは更に悪くなって景気が良くなる状況ではない。
家電量販店（店長）	・天候要因でも絡まないと客単価が大きく上昇することはない。
家電量販店（店長）	・商品の回転が少なく、景気への刺激がない。
家電量販店（企画担当）	・新製品の予定はないので景気に変化はない。
家電量販店（販売担当）	・夏商戦で販売量が増える。
乗用車販売店（店長）	・例年になく来客数が順調で、特にサービスが安定しているうちは大きな変化はない。
乗用車販売店（営業担当）	・現状が続く。
乗用車販売店（統括）	・景気が良くなる材料がない。
乗用車販売店（業務担当）	・大增販期間の1～3月が終わり、しばらくは売上が上昇する要因がない。
乗用車販売店（営業担当）	・新型車の予定はなく景気に変化はない。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・販売量が増加する要素がない。
その他専門店〔土産物〕（経営者）	・ホームページの閲覧状況から、客はイベントやお出掛け情報に興味がある。ただ、来客数が増えても肝心の売上がついてきておらず、客は金をかけずに楽しみたい様子なので、土産品ではなく体験を販売する企画で対応する。
高級レストラン（宴会サービス担当）	・予約状況は悪いものの、ここ数ヶ月の安定した状況から前年並みの推移になる。
一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要因がない。
一般レストラン（経営者）	・販売促進施策を行いたいのが、人手の確保が非常に難しい。
一般レストラン（店長）	・客との会話で景気が悪い話題はなく、今後の予約状況も前年を上回る勢いのため好調を維持できる。

	一般レストラン（外食事業担当）	・車で5分以内の商圈内に大型量販店、スーパー、ドラッグストア等を核とする施設が約10店舗あり、オーバーストアの状態に陥っている。そのなかでファーストフード店や飲食店の密度も上昇して集客力は高まるが、今後は競争や客の取り合いが激化するとともに、人材確保が困難を極め、時給価格競争も発生して経営的に苦戦する状況が続く。
	スナック（経営者）	・相当な景気回復策がない限り、当業界は良くならない。
	都市型ホテル（企画担当）	・人手不足と物流コスト増の影響はまだ続くが、企業の販売促進強化によるホテル利用が増える。また、大手企業のベースアップの影響で、夏季ボーナスが増えてゴールデンウィークと夏休みに個人客の支出が増加する。
	通信会社（販売企画担当）	・新規参入企業があり、競争が激化する。
	通信会社（企画担当）	・3か月後はボーナス月になるが、マイナス要因はないので悪くない水準で進んでいく。
	通信会社（総務担当）	・例年6月頃に販売量が伸びることはない。
	テーマパーク（管理担当）	・地方消費は伸びておらず、個人消費が今後伸びることはない。
	ゴルフ場（営業担当）	・例年と予約状況は変わりないため景気も変わらない。
	美容室（経営者）	・来客数と売上が急激に変化することはない。
	美容室（経営者）	・大きな動きはないので景気に変化はない。
	設計事務所（経営者）	・建築費の高騰で戸建て住宅をあきらめ、供給が増えている分譲マンション購入へと客が流れ、個人客からの引き合いが減っていく。
	設計事務所（経営者）	・客の消費行動が大きく変化することはない。
	設計事務所（経営者）	・来年の消費税の引上げに向けての建築動向が懸念材料であるが、民間では新築物件の発注量が鈍っており、相変わらず見通しが良くない。
	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重圧に耐えているが、どのような方策をとればよいか分からない。客の可処分所得が増えないと子供服に使う金額は減る一方である。
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・社会保険料の負担増等で可処分所得の伸びが食品の価格上昇に追い付いていない。
	百貨店（広報担当）	・県内のオーバーストア化が進み、限られたマーケットの客を取り合うので景気はやや悪くなる。
	百貨店（販売促進担当）	・6月になればお中元商戦がスタートするが、運送会社各社から送料の値上げ要請が集中しているので、客が負担する送料の大幅値上げを余儀なくされ、縮小マーケットであるお中元商戦は今まで以上に苦戦する。
	衣料品専門店（経営者）	・地方では給料が上がらず、もらえる年金も減少してくる。
	自動車備品販売店（経営者）	・何らかの要因で客の購買意欲が落ちており、先行き不透明で対策の立てようがない。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方の人口が減少して景気は衰退しており、何か施策がないと景気が上向くことはない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・歓送迎会シーズンが終わり、5～6月の予約数が例年より少なく売上は伸びないことに加え、宿泊は団体客が減少する見込みである。
	テーマパーク（業務担当）	・梅雨に入り来客数が減少する。
	テーマパーク（営業担当）	・春の行楽シーズンが終わり観光客の動きは鈍くなる。
	美容室（経営者）	・人の流れが変化する要因がないと商店街に人が来ない。
	× スーパー（店長）	・来客数が増加する見込みはない。
	× コンビニ（エリア担当）	・店の前を走る車の数が減少し、競合店の出店でしばらく来客数の回復は難しいが、4月中旬から工事客の来店が増加していることに注視している。
	× 住関連専門店（営業担当）	・イベント終了後数か月は来客数が激減する。
	× タクシー運転手	・前年より客の動きが良くなる要因がない。
企業動向関連	輸送用機器器具製造業（経営者）	・生産量は好調が続く。
(中国)	輸送業（支店長）	・荷物の集荷の引き合いが増えているが、人材確保が難しい。
	輸送業（経理担当）	・倉庫案件など受注が見込める案件が多く、堅調に推移する。
	通信業（営業企画担当）	・AIや機械学習などの技術による業務の自動化やモノのインターネット等に関心が高まっており、問合せだけでなく具体的な検討が進む。

	農林水産業（従業員）	・水揚量はそこまで変わらず、末端の需要が高まる要素もない。
	食料品製造業（総務担当）	・販売量は広がっているが、いかに在庫を少なくするかを考えながら製造する必要がある。
	繊維工業（監査担当）	・閑散期に入りほとんど荷動きはなくなる。
	木材木製品製造業（経理担当）	・客の住宅購買意欲は低迷しているが、住宅ローンの低金利は続き、来年に予定されている消費税の引上げに向けた駆け込み需要とあいまって、受注量は大きく変わらない。
	化学工業（経営者）	・諸外国の情勢の成り行き次第で景気への影響も懸念されるが、当面は現行水準の業況が続く。
	化学工業（総務担当）	・この先数か月程度は現状が続くが、原燃料価格が上がって、長期的には景気が下向く。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・原料価格の高騰で注文が各社に広がって価格競争になっており、生産能力を超える注文状況なので生産余力がある事業者に注文が流れるなど、多忙な状況が継続する。
	鉄鋼業（総務担当）	・大きな環境変化がなければ現状の活動水準が継続する。
	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関係の受注は引き続き高位で安定する。
	金属製品製造業（総務担当）	・受注は現状と同程度の見込みで、原材料価格は微減ではあるものの、損益面への大きな影響はない。
	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）	・主要客からの受注内示量は安定したまま続く。
	建設業（総務担当）	・政局などに不透明感があるためその影響が続く。
	建設業（総務担当）	・予定物件が順調に受注につながっていくが、今後は消費税の引上げ前の受注対応がポイントになる。
	輸送業（総務担当）	・現状が変化することはない。
	通信業（営業担当）	・インターネット関連のサービスは安定した売上を維持しているが、端末販売は更改タイミングが長期的な傾向にあり伸びは期待できない。
	金融業（貸付担当）	・ドラッグストアや家電量販店の販売額は前年比プラスの状態が続く。
	金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーではスポーツ用多目的車を中心に輸出は当面好調を維持し、系列地元自動車部品メーカーの受注も高水準で推移する。
	不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要が落ち着く。
	広告代理店（営業担当）	・各業種の客の見通しでは、極端な変動もなく推移する模様である。
	会計事務所（経営者）	・補助金や減税など有効な施策は多いが、新聞やテレビなどマスコミで取り上げられことは政治の空転などマイナス面ばかりで、将来に対する展望を持ちにくい。
	食料品製造業（経営者）	・売上の上昇は見込めず、経費削減も頭打ちの状況であり、客の購買意欲が高まらないと景気は上向かない。
	鉄鋼業（総務担当）	・4月に入って減少傾向の、半導体関連の封着材料、カミソリ替刃材などの受注量に懸念がある。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・取引の上流である造船各社は、足元では円高の進行と鋼材の高騰等により収益が圧迫されており、当社製品にも値下げ圧力が掛かる可能性がある。
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・海外生産増加に伴い受注量が減少して非常に厳しい状況が続く、国内景気が伸び悩む。
	x	-
雇用関連		-
(中国)	人材派遣会社（支社長）	・企業活動は活発になっており、人材確保がそれに伴えば景気は良くなる。
	職業安定所（事業所担当）	・企業からの情報では、求人に関してマイナス要素は見当たらず、人が足りないとの声しかないため、先行きの雇用状況は改善が見込める。
	職業安定所（職業指導担当）	・郊外型大型店舗の出店が計画されているので求人数が増えており、景気は上向く。
	民間職業紹介機関（職員）	・新たな自動車関連業界からの引き合いを受ける中小製造業が増加しており、売上増加に結び付いているので、今後もその傾向は強さを増していく。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・6月から選考活動が解禁されることに伴い、企業の求人活動が活発化する。
	人材派遣会社（社員）	・今月開店したアウトレットモール関係で求人は増えているが、求職者の動きが鈍く、今後も求職者が求人を選ぶ形は継続して雇用景気は例年どおりとなる。
	人材派遣会社（支店長）	・新規求人が減少しており、企業の採用意欲が落ち着き始めている。

	人材派遣会社（経営企画担当）	・改正労働者派遣法から3年が経過し、抵触日を迎える派遣スタッフの雇用安定化措置によって人材派遣業界が受ける影響を危惧している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県内の大学生の内定率が4年連続で上昇している一方、有効求人倍率は5か月ぶりに低下し、日本銀行の短観でも2期ぶりに悪化するなど、高水準での推移ながら、やや不安要素が混在しているため、先行きに変化はない。
	職業安定所（所長）	・人手不足感は依然として強く、求人者からハローワークへの紹介督促の依頼が増加している。また、少しでも応募者を増やす方策として、契約社員から正社員へ切り替えての募集も目立っているため、こうした状況が継続する。
	職業安定所（雇用関連担当）	・前年に比べ求職者数が減少していることから人手不足の状況は変わらない。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・東京オリンピックなど景気を促進するイベントはあるが、地方にはその影響はなく、引き続き人手不足の解消と少子高齢化社会に向けての変化に企業が対応できない状況が続く。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・少し良い状態を継続している景気に変化はない。
	求人情報誌製作会社（経営者）	・新年度を3か月過ぎると求人数は減少する。
	x	-