

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)		通信会社（総務担当）	・光サービスの開始を目前にした加入促進キャンペーンを予定しており、大幅な新規契約増が期待できる。
		住宅販売会社（営業担当）	・現在引き合い案件が多数あり、近々多くの受注が見込める。
		商店街（理事）	・生活防衛本能から客は長い間消費を抑える傾向にあったが、やっと消費する傾向が出始めている。
		商店街（代表者）	・観光シーズンに入るので来客数は増加する。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・売上は横ばいであるが利益率は向上する。
		スーパー（店長）	・気温が上がればレジャー行楽需要が高まる。
		スーパー（販売担当）	・生活雑貨品は苦戦が続いているものの、衣料品と食品は販売点数、客単価共に上昇傾向である。これから夏商戦を迎え、天候次第の面はあるが、流れとしては決して悪くない。
		スーパー（営業システム担当）	・今年の夏は暑いとの予報で、流行の炭酸水などを取り入れて飲料の売上向上につなげる。
		コンビニ（エリア担当）	・前年より来客数の増加が見込める。
		コンビニ（支店長）	・前年この時期にはエリア内で特需があったため、今年も夏以降は改善が見込まれる。
		家電量販店（店長）	・来客数が伸びる。
		乗用車販売店（総務担当）	・予約販売を実施しており、2か月後に新型モデルの発売を迎えるため売上が大きく伸びる。
		乗用車販売店（営業担当）	・ボーナス時期に入り、様子を見ていた客が動き出す。
		乗用車販売店（営業担当）	・販売活動を増加させることにしているため、客の呼び込みにつながり、少なからず販売台数向上にも影響する。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・地域資源の日本遺産への登録が見送られたが、町の雰囲気は盛り上がり、会議なども頻繁に行われるとともに、客にも良い影響を与えていることから、今後も観光客の受入れに向けた民泊への取組などに力が入る見通しである。
		一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィーク直後よりは状況が良くなる。
		一般レストラン（店長）	・客の様子から現状の好調さは続き、来店頻度も上昇傾向なので今後も期待ができる。
		観光型ホテル（営業担当）	・ファミリー客が増える。
		都市型ホテル（総支配人）	・不昧公200年祭や大山1300年祭などを軸とした山陰デスティネーションキャンペーンなどによって、全国で当地域の露出度が高まることに期待が持てる。
		旅行代理店（営業担当）	・先行受注状況が前年同期より良い。
		タクシー運転手	・梅雨に入り、ボーナス時期になるので利用客が増加する。
		通信会社（社員）	・夏季ボーナス時期になるので販売量は増える。
		通信会社（企画担当）	・地方都市では人手不足と聞く反面、人件費は総体的に上昇の方向で、その効果もあって商流の動きは悪くない。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から景気は良くなる。
		テーマパーク（営業担当）	・前年好評であったイベントをグレードアップして開催予定であり、より多くの来客数が見込まれる。
		テーマパーク（業務担当）	・夏休みや盆休暇等まとまった休みがあるので、キャンプ場利用を中心に来客数は増加する。
		設計事務所（経営者）	・客の動きが活発になり底上げが期待できる。
		住宅販売会社（従業員）	・少しずつではあるが、今後も売行きは右肩上がりの伸びが続く。
		商店街（代表者）	・客は必要以上の商品を求めず、財布のひもは固いまま推移する。
		商店街（代表者）	・夏のボーナスシーズンに向けて、多少の期待感はあるが、郊外型ショッピングセンターやアウトレットモールの影響で今月同様に厳しい状況は続く。
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・梅雨に入って来客数が減少して売上が低下する。	
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・少子高齢化が進み、年金受給者の割合が増えて食の支出係数は増えない。	
	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・手軽に購入できる商品が増えるので販売量は増加する。	
	百貨店（経理担当）	・売場改装が完成する8月頃までは現状が続く。	
	百貨店（営業担当）	・大きなイベントを行っても客単価が伸びないので、販売量、客の動き共に変化はない。	

百貨店（営業担当）	・客は本当に必要なものでなければ買わない傾向にあるが、特に衣料品の売上向上には気温の上昇が絶対条件となるため、今後の気候が7～8月の販売状況に大きく影響してくる。
百貨店（購買担当）	・6月のクリアランスセールを前年より早く始める店があり、夏本番に夏物商材がない状況になるので、アパレル業界はどのような商品を作ればよいかを模索中である。また、同業界からは6月だけでなく、7月に再度クリアランスセールをしてほしい旨の依頼もあるため、景気回復に期待できる。
百貨店（外商担当）	・中心市街地の様子に変化はなく、イベントなどもないため、今後も同じような状況が続く。
スーパー（店長）	・景気が良くなる材料はない。
スーパー（店長）	・梅雨に入るが、現状維持で推移する。
スーパー（総務担当）	・全体的に安価商品が動き、客の動きも活発でない。
スーパー（管理担当）	・客の節約志向は続いており、売上増加が見込めない状態は続く。
スーパー（財務担当）	・1品単価の下落と客の節約により、来客数の前年割れが続く。
スーパー（販売担当）	・ポイントアップや割引の日は来客数と購入点数が増加しているが、客の財布のひもは固く、商品を吟味して購入する姿勢は続く。
コンビニ（副地域ブロック長）	・当地区の競合他社の出店の加速は進み、他業態の取扱品目も上昇していく。
衣料品専門店（経営者）	・何も変わらない。
衣料品専門店（店長）	・来客数が減少し、客単価が低下して、スーツの売上は前年の70%程度であるが、低価格志向の客が多く客単価の上昇も難しい上に、クールビズも始まるので今後も売上は伸びない。
家電量販店（店長）	・客は将来への不安を持ち続ける。
家電量販店（店長）	・猛暑等の後押しがない限り、客単価が好転する要素がない。
家電量販店（企画担当）	・景気が変化する要素はない。
家電量販店（販売担当）	・夏のエアコン需要に期待できる。
乗用車販売店（店長）	・新車の販売はもちろん、ここ3か月ほどサービス客が増えて安定した収益を確保できており、落ち込むことはない。
乗用車販売店（統括）	・景気が良くなる材料はない。
乗用車販売店（業務担当）	・目立った新商品の投入はなく、悪い要素も良い要素も見当たらない。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・人口が減少して売上は伸びず、新しい分野を考える必要がある。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・5月は改装リニューアルの影響で好調に推移し落ち着いているが、この段階では先行きをまだまだ慎重に考えざるを得ない。
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）	・労働生産性を上げることによって深刻な人手不足をカバーするべきであるが、飲食業界では難しい。
一般レストラン（外食事業担当）	・休日の夜9時以降の来客数が減少しているため、ラストオーダーを1時間繰り上げて人件費などの経費を抑えているが、売上は伸びない状況が続く。
スナック（経営者）	・相当の景気浮上がない限り、当業界の景気は良くならない。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・物価上昇による影響が続く。
都市型ホテル（スタッフ）	・納涼会などで来客数の増加は見込めるが、宿泊客はそれほど増加することはない。景気に変化はない。
都市型ホテル（企画担当）	・国内の政情混乱も予想され、米国の影響等で海外の政情不安も警戒される。外食産業も全体的な底上げではなく、トレンドに沿った新規店などに集客が偏っている。また、駅前のショッピングセンターなども外国人客の購買で一時的に潤ったものの、国内の一般客の需要は低迷している。日用品の物価高の背景もあり、景気の見通しは更に不透明である。

	都市型ホテル（企画担当）	・宿泊は引き続き海外客がけん引し、国内団体客が伸び悩んでいる。企業による一般宴会は駅エリアの再開発の関係で堅調であるが、飲食商業施設が増えているため、レストランは競合しながら相乗効果で共存していけるかが未知である。
	旅行代理店（経営者）	・今後の受注量から、景気に余り変化はない。
	タクシー運転手	・若者が少なく、高齢者の利用が増える。
	タクシー運転手	・今後気温が上昇するのでピヤガーデンでの飲み会も増えて景気は良くなる。
	通信会社（営業担当）	・景気に影響する要因がない。
	通信会社（販売企画担当）	・景気が上向き要素はない。
	テーマパーク（管理担当）	・地方での消費は活発ではないため、今後は更に低下していく。
	美容室（経営者）	・客に余裕資金がなければ大幅な売上の変化はない。
	設計事務所（経営者）	・建築業界を取り巻く環境に大きな変化は見当たらない。
	設計事務所（経営者）	・マンション新築等の大型物件は出ているが、日常取り組む住宅関連工事の動きは悪く、景気の見通しは良くない。
	一般小売店〔茶〕（経営者）	・地方では人口が減少し続けているので、いかに現状を維持していくかが重要となる。
	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・石油価格が上昇して客の生活に負担が増える。
	百貨店（広報担当）	・実質賃金が上がらず消費も上向かないので、景気が良くなる要因がない。
	百貨店（販売促進担当）	・送料値上げによるお中元ギフトの苦戦、大手アパレルを中心とする夏物の早期返品、6月上旬の大型食品スーパー新規開店予定と、今後もマイナス要因が多く、商況が前年比で増加に転じるまでには時間が掛かる。
	百貨店（売場担当）	・近郊にできたアウトレットモールの影響で既存店は来客数がやや減少する傾向にあり、しばらくは40～50代の衣料品テナントの売上がマイナスの影響を受ける。
	百貨店（売場担当）	・婦人服や化粧品など固定客が主体の売場は何とかしのいでいけるが、来客数頼みのところは厳しい状況が続く。
	スーパー（店長）	・来客数、販売量共に減少傾向がより鮮明になってくる。
	スーパー（店長）	・ドラッグストアやディスカウントストアの出店などで来客数がこの1年減少しており、増加する見込みはない。
	スーパー（業務開発担当）	・乳製品等の値上げがあり、節約志向の客が増える。
	自動車備品販売店（経営者）	・景気が良くなる要素はなく、逆に悪くなるニュースはテレビを駆け巡っている。政府も他の事に時間を取られてばかりで景気対策はどうでもよいようであり、地方や中小企業が景気回復する前に景気対策が終わりではこれからの景気失速も早い。末端の小売業が潤って初めて景気回復ができ、個人消費も上がる。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方は良い人材が不足しており、有識者数人の判断で事業が進むので景気は良くなる見込みはない。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・ガソリンが値上がり基調にあることから、客の家計負担が高まる不安もあるため、景気が良い方向へ向かう要因は少ない。小額商品や参加型イベントは好調に推移するが、高額商品の購入は今後も少なく売上は伸びない。
	タクシー運転手	・暑くなり、高齢者の外出頻度が低下する。
	ゴルフ場（営業担当）	・前年は梅雨入りが遅く天候に恵まれたが、今年は例年並みと予測されることから、3か月先の予約状況は例年より悪い。
	美容室（経営者）	・景気は横ばいか、もしくは悪化していく。
	美容室（経営者）	・人手不足に伴う売上の減少で客の給与が上がらず、美容院に来る頻度が低下していく。
×	商店街（代表者）	・オーバーストア、少子化、インターネット販売に苦しんでいるところにアウトレットモールが開店して売上が一層低迷する。
×	商店街（代表者）	・買物に厳しい客が多い一方で裕福な客もいる状況が続く。
×	スーパー（店長）	・来客数減少対策に割引販売とポイントサービスを実施しているが、来客数が1割減少、購入点数が8%低下している状況が今後も改善しそうにない。
×	コンビニ（エリア担当）	・店の周囲で解体作業などの工事関係の客が増えているが、相次ぐ競合店出店で来客数は減少する。
×	乗用車販売店（営業担当）	・車検や点検の来客数が少なく、新車販売もないので景気は悪くなる。
×	住関連専門店（営業担当）	・週末の来客数が減少する。
×	競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後は、G1競争と同等のレースの開催がないので販売量は減少する。

企業 動向 関連  (中国)	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・輸出に関する税金が懸念事項ではあるものの、秋に向けて新車が立ち上がるので増産になる。
	化学工業(経営者)	・米国の関税引上げや北朝鮮情勢等の不安材料が内包されてはいるが、引き続き景気は上向く。
	金属製品製造業(総務 担当)	・今年度末に向けての設備投資案件の引き合いが増えており、工作機械業界の受注も年内は増加傾向である。
	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では操業過多となる。
	輸送業(経理担当)	・長期的な話の中でも倉庫案件や区域輸送案件等の引き合いが多く、作業体制を構築できれば更に受注量は伸びていく。
	通信業(営業企画担 当)	・ソフトウェアロボットによるホワイトカラー業務の自動化やモノのインターネットなどの新規領域サービスの認知度が高まっており、問合せが継続する。
	金融業(貸付担当)	・ドラッグストア、百貨店、スーパーの販売額が前年と比べてプラスであることから先行きの個人消費が好調に推移する。
	広告代理店(営業担 当)	・夏のイベント開催等で販促を拡大するとの情報があり、受注量が増える見込みである。
	農林水産業(従業員)	・アニサキスなど寄生虫の風評被害で客の購買意欲は低下したまま推移する。
	食料品製造業(総務担 当)	・販売量は伸びているが、製造設備不足と人手不足で増産に踏み切れない。
	繊維工業(監査担当)	・今後2～3か月は業界の閑散期で需要がないため景気に変化はない。
	化学工業(総務担当)	・製品出荷が好調を維持しているが、需要が拡大している様子はないので、景気が良くなっていくことには疑問がある。
	窯業・土石製品製造業 (総務経理担当)	・大口案件は終了するが通常生産品の需要は高く、現状の生産水準が続く。
	鉄鋼業(総務担当)	・受注量が比較的高い水準で推移する。
	鉄鋼業(総務担当)	・ユーザーの活動水準は高位継続であるが、鋼材の荷動きに不透明感があるので当面現状が続く。
	非鉄金属製造業(業務 担当)	・電子材料素材関係の受注と生産量は高止まりであり、今後も大きな受注増加は見込めない。
	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。
	一般機械器具製造業 (管理担当)	・米国が検討中の自動車関係の関税引上げを実施すれば大きく変化するが、実施しないと見込むためそれほど変わらない。
	建設業(総務担当)	・いろいろと不透明要素があり、今後の見通しがつかない。
	建設業(総務担当)	・予定物件でこの先1年は施工部門が目一杯の状況となる。
	輸送業(支店長)	・宅配便の総量抑制、引越越し繁忙期の受注制限等で社員の労働環境の改善を最優先に取り組んでいる。働き方改革を進めるなかで、社員1人当たりの労働時間は計画内で推移しているが、人員確保が遅れているので客の取引要請に応えられない状況が続く。
	輸送業(総務担当)	・景気に大きな変化はない。
	通信業(営業担当)	・国会の空転もあり、相変わらず中小企業への景気対策が見込めない。
	金融業(融資企画担 当)	・円安傾向にあるため地元完成車メーカーでは中国などでのスポーツ用多目的車の販売好調が継続することから、当面は系列の地元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)	・賃貸物件の需要時期ではないため今月と変わらない。
	食料品製造業(経営 者)	・原材料価格の上昇に伴い利益率が大幅に低下しており、秋口に向けて値上げを予定しているが、消費動向は厳しくなる。
	木材木製品製造業(経 理担当)	・社会保険料率の上昇や賃上げの低迷など、手取り額の減少が客の購買意欲を下げ景気がやや悪くなる。
輸送用機械器具製造業 (財務担当)	・一定程度の仕事量は確保しているものの、即効性のある抜本的な収益改善案に乏しい。	
その他製造業[スポー ツ用品](総務担当)	・国内景気低迷により国内販売の見通しが落ち込んでおり、受注量が減少する。	
会計事務所(経営者)	・3月決算法人の収益状況はまだら模様で、少子高齢化の影響を受ける消費関連業種では先行きに対する懸念がある。医療介護分野でもとうたが起きており、人材不足による不透明感が強い。	
	x	-
雇用 関連  (中国)	人材派遣会社(支店 長)	・求人は前年度並みで推移するが、業種によっては求人数、求職者数共に増える。4月の入社から3か月が過ぎる6～7月にかけて採用活動と転職活動の波が来る。

	求人情報誌製作会社 (経営者)	・夏特有のアルバイトやパート職種が増える時期になり、サービス業や飲食業、物流系業種で若干の求人数増加が見込める。
	職業安定所(職業指導担当)	・有効求人倍率は1倍を超え、人手不足の状況は続くため、景気は改善していく。
	学校[短期大学](進路指導担当)	・6月に入ると大手企業の選考活動が活発化する。
	人材派遣会社(社員)	・引き続き求職者有利の状況であるが、企業規模や職種によっては人が集まりにくい状況が続くとともに、米国の自動車課税次第で関係企業の求人が上下する。
	人材派遣会社(経営企画担当)	・状況は変化しない。
	人材派遣会社(支社長)	・流通分野は新規出店や駅の再開などで活況を呈する一方で、製造業は大手自動車メーカーの部品の現地調達が加速し、協力会社もこれに対応せざるを得なくなり、国内生産は減少するため、裾野が広いだけに市場に与えるインパクトは大きくなる。
	求人情報誌製作会社 (広告担当)	・新卒、中途採用共これまでどおりのやり方では通用しないとの見解を持つ企業が増えるとともに、派遣会社への登録者は若年層が減少し、就職サイトへのエントリー者数や早期合同説明会への参加者数も減少し、学内説明会も減少の傾向にある。これに対して最も効果的なのは採用に直結した積極的なインターンシップの開催と解禁前の業界セミナーへの参加であるが、求人は多いが求職者は少ない状況が当分続く。
	新聞社[求人広告] (担当者)	・原材料費の高騰のため景況感はやや低下しており、企業は対策を検討している。ただ、人手不足が慢性的に続いており、企業活動に支障が出る可能性がある。
	職業安定所(所長)	・人手不足感が依然として高く、来春の新規大卒求人の出足は前年以上に好調で、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も増加している。
	職業安定所(事業所担当)	・企業側からは、景気悪化につながる情報は聞かれないので、しばらくは良い状態が続く。
	民間職業紹介機関(職員)	・米国の自動車関連の関税の動向によっては県内景気が大きく左右されるため予断を許さないが、それを回避できれば景気は上向く。
	民間職業紹介機関(人材紹介担当)	・人口減少の対策をしないと、東京オリンピック等で景気が良くなるのは一部の企業だけとなる。
	学校[大学](就職支援担当)	・採用される数が増えている直接的な要因は若年層の数が減っていることなので、景気と直接関係がない。
	-	-
x	-	-