

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)		家電量販店（店長）	・今年の夏は猛暑であったが、一般的に年間の平均気温は大きく変わらないので、夏が暑ければその分冬が寒くなるため、暖房商品が例年より多く売れる可能性が高い。
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入が相次ぎ、年末から年頭にかけての増販期に期待が持てる。
		自動車備品販売店（経営者）	・例年並みに冬季需要があるとともに、地元プロ野球チームリーグ優勝で小売業は活性化する。
		商店街（理事）	・ここ何年かにわたって続いた購買を控えて耐える冬の状況に限界がきており、少し購買意欲が上昇してくる。
		商店街（代表者）	・平成30年7月豪雨災害によって不通となった道路の復旧も済み、各都市間の物流や人的交流が活発になって、身の回りの景気も良くなる。
		スーパー（店長）	・競合店が出店してから1年経過し、来客数も前年並みになる見込みである。ただし現状が一般食品や米など災害時のまとめ買いであるため、当面買上点数の伸びの鈍い状況が続く。
		スーパー（店長）	・野菜の相場高や原油の値上がりなど原材料の価格高騰は避けられない状況にあるが、それを客が直接的に感じるほどまでは至らないため、現状維持か若干の回復が見込める。
		スーパー（業務開発担当）	・食品が値上がりしているにもかかわらず、販売点数が前年を上回ってきている状況が続いており、今後もこの状況が続きそうである。
		スーパー（販売担当）	・ここ数か月の客の動向からすると、当面は好調さが続く見込みである。ただ、衣料品で一番構成比の高い婦人部門だけが下降傾向にある。家計を握っている主婦層の消費意欲に陰りがみえる点が唯一の懸念材料である。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が伸びてくる見込みである。
		衣料品専門店（店長）	・平成30年7月豪雨での大被害により、被災地区で着るものを全て流された客が、冬物などのなくなったものを買い足しに訪れているので、安定した売上が見込める。
		乗用車販売店（店長）	・来客数が増加してきており、特にサービス在庫客が増加している状況が、これから年末を迎えるに当たっての良い傾向である。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の実車が店頭に見れる。
		乗用車販売店（営業担当）	・3か月後はモデルチェンジもあり、来客数や成約数が増加する。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・平成30年7月豪雨災害の復旧が進み景気が好転する。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・猛暑から一転して過ごしやすい穏やかな天候となり、来客数も増加する。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・7～8月の観光や外出を控えるムードがなくなり、客の顔色が明るくなっていく。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・平成30年7月豪雨災害の影響が少なくなり、来客数も回復してくる見込みである。不安材料は風評被害であり、インバウンドへの影響と被害の少なかった観光地区を訪れる観光客への影響が懸念される。
		一般レストラン（経営者）	・地元プロ野球チームのリーグ優勝が目前に迫っているが、それが実現すれば現在の景気も年末にかけての景気も向上してくる。
		一般レストラン（店長）	・平成30年7月豪雨での土砂災害の影響も一段落し、予約も以前の状態に戻ってくる。前年までと比べて秋のインバウンドも増加傾向にあるので期待が持てる。
	観光型ホテル（営業担当）	・秋の味覚、冬の味覚に絡めて来客増加を図っていく。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・平成30年7月豪雨災害以降インフラも徐々に整備され、交通もほとんど復旧したため、人の動きも出てくる。また、地元プロ野球チームも優勝したため、客の景気動向も向上してくる。	
	都市型ホテル（企画担当）	・夏に出控えていた反動が年末にかけて現れる。また、地元プロ野球チームの優勝とその後の動向で一定の回復が見込まれる。	
	旅行代理店（営業担当）	・各種災害復興支援策による効果に期待が持てる。	
	タクシー運転手	・秋の行楽シーズン、年末の忘年会シーズンに入るため景気良くなる。	

通信会社（総務担当）	・光サービスを開始することになっており、更なる新規加入件数の増加に期待が持てる。
通信会社（工事担当）	・客の状況がやや良くなっていきそうである。
通信会社（総務担当）	・山口ゆめ花博の効果によりやや良くなる。
テーマパーク（業務担当）	・冬のイルミネーションも始まるとともに年末年始の休暇もあるため、多くの来園者が期待できる。
テーマパーク（営業担当）	・暖冬予報が出ており、イルミネーションイベントで客の動きは良くなる。
観光名所（館長）	・外国人観光客数は伸びており、気象に関わる異常がなければ邦人客の伸びにも期待が持てる。
ゴルフ場（営業担当）	・今よりは良くなるが、前年と比べると10～12月の予約の入りが悪い。
設計事務所（経営者）	・これから県内では平成30年7月豪雨災害からの復興に向けた建築工事の受注も増えてきそうな見通しである。
住宅販売会社（従業員）	・既に消費税の引上げに向けた駆け込みが始まっており、来年3月までは加速していく。
住宅販売会社（営業担当）	・年度末の引渡物件の受注が増えてくる傾向にある。
商店街（代表者）	・新規出店問合せなどもあるが、貸出可能店舗数が少なく出店に結び付かないところがある。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・今年はこのまま不昧公200年祭がずっと続くであろうが、秋は茶会シーズンなのでこのまま良い形で推移するとみている。ただ、どこかに不安がよぎる景気である。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・食品では消費者に依然として根深い節約傾向があり、先行きの不透明感は変わらない。
一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・大きなショッピングモールができて、客がそちらに移っていく。ただ、昔からの客はこちらに来るので期待は持てる。
百貨店（経理担当）	・売場改装の効果が現れてくれれば売上も上向きになる。
百貨店（営業担当）	・食料品は人気があり集客力もあって販売量も多くなる。化粧品もインバウンド客とともに若年層の客も増え、販売数量が増加する。しかし、百貨店では衣料品の厳しい状況が収まらず、20～30歳代の集客が特に厳しくなる。日々地道な集客でも前年同様程度の集客しか取れない見込みである。
百貨店（売場担当）	・アパレルメーカーのブランドスクラップがまだ続くとともに、問屋の納品も合理化が続いているため、在庫が更に少なくなってくる。
百貨店（購買担当）	・長期予報では暖冬と言われているため、客は高額な秋冬物にはなかなか手を出さない。また、来年消費税の引上げがあるのかなのか、今買っておくべきかどうかの客の声を聞くようになってきている。本当に引き上げられれば買い足しも期待できるが、なかなか厳しい状況もあり、アパレル業界も持ちこたえられるかどうかの懸念がある。人員削減や支店の統廃合等も起きており、ものづくりも厳しくなっていくこの先どうなるか分からない。
百貨店（売場担当）	・商業環境や景気の動向に大きな変化はなく、しばらくはこの状況が続く。
百貨店（外商担当）	・山口ゆめ花博が開催されて週末の来客数が減少気味となるが、婦人衣料が比較的好調であるため、店全体として現状維持は期待できそうである。
百貨店（外商担当）	・天候不順に加え、今年の冬は暖冬見込みであるため、冬物商戦が苦戦する見込みである。
スーパー（店長）	・来客数はやや増加気味に推移しているが客単価が回復してこないため、この状況が続く見込みである。
スーパー（店長）	・前月と比べて大きな変化がなく、来月以降も大きな変化要因は見受けられない。
スーパー（店長）	・現在の状況が大きく変化する材料は見当たらず、現状維持の状態が続く。
スーパー（総務担当）	・季節商材が充実してくれば、集客につながるが、現状維持の見通しである。
スーパー（管理担当）	・好転の兆しが現時点でなく、現状のまま推移していく。
スーパー（販売担当）	・災害などが続いているために、客が本当に必要なものしか購入しておらず、安くて必要のないものは購入しない傾向にある。
コンビニ（支店長）	・景気が変わる要素がない。
コンビニ（副地域ブロック長）	・置かれている環境は変化しないか、又は競争が激化してくる。平成30年7月豪雨災害での観光客の減少に何らかの歯止めが掛からないと厳しくなる。
衣料品専門店（経営者）	・今後経済が良くなる兆しが全く見えてこず、希望を持てるようなニュースも聞かない。
家電量販店（店長）	・12月に始まるBS4K・8Kの商材に期待するものの今一つ反響がない。

家電量販店（店長）	・ 来客数が減っているが、単価は高くなる。
家電量販店（販売担当）	・ 決算に期待が持てる。
家電量販店（企画担当）	・ 特に話題となる新製品もなく、今月と変わらない状況になる。
乗用車販売店（統括）	・ 良くなる材料が見当たらない。
その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	・ 平成30年7月豪雨災害後、極端な購買意欲の向上が見られないことに加え、引き続き天候が安定しない状況であるため、大きく売上が上下する要素が見受けられない。地元プロ野球チームの優勝セールに期待感はあるものの、3年連続となるためお祭りムードに陰りがある可能性もある。
一般レストラン（経営者）	・ 店舗の人手不足は深刻であるが、最低賃金の上昇や労働法の順守を考慮し、営業時間の見直しなどの実質的な営業の縮小も視野に入れなければならない、負の連鎖はますます続く。
一般レストラン（外食事業担当）	・ 夏場のような大きな天候の変動がない限り現状のまま推移する。周辺地域の出店開発も落ち着き、それぞれの住み分けもできつつある。ただし、売上はそのままの状況が続くものの、要員不足の現状では互いに従業員確保のため、上昇傾向にある最低賃金以上の賃金で従業員確保に努めているため、人件費の増加が負担になってくる傾向にある。
スナック（経営者）	・ この業界は良くなる要素が何もない。今後消費税の引上げがあれば、廃業する店舗がますます増加する。
都市型ホテル（企画担当）	・ 今回の平成30年7月豪雨災害等の経験から、観光産業や外食産業は天候などによる災害に大きく左右される一方、情報の急激なスピード化により風評被害などがあつという間に拡大したことで、状況の先読みをすることが困難になっている。そのため目先の景気に関する明確な判断材料がない状況であるが、現政権の続投で経済成長の新たな具体的施策に期待が持てる。
都市型ホテル（総支配人）	・ 10～11月の手持ちの予約は例年並みで推移しているが、12月は前年の神在祭に替わるイベントもなく、大幅に下回る予約状況である。がんばろう！西日本キャンペーンなどに連動した間際対策が強いられる。
旅行代理店（経営者）	・ 天候の影響が余りに多く見受けられ、客の様子からはなかなか良い材料を見いだせない。
タクシー運転手	・ 平成30年7月豪雨災害からの復興、交通の便、旅行客数が回復しないと難しい状況である。また、会社関係のタクシー利用も少なくなっている。
タクシー運転手	・ 乗客はあるものの単価が低いとためなかなか売上に結び付いておらず、今後もその状態が続く。
タクシー運転手	・ 10月はまだ天候が悪く台風も来るようなので、客の動きが悪くなる。ただし、イベントもあるため、差引きすると変わらない。
通信会社（企画担当）	・ 年内はこれからのサービス内容の変更や新サービスに向けた素材がないため、従来商品によるラインナップでの営業となる。
通信会社（営業担当）	・ 景気浮揚に資する要素が特に見当たらない。
テーマパーク（管理担当）	・ 地方経済に変化はなく、個人消費も活発にならない。
美容室（経営者）	・ 駅前の大きい施設が集客する一方で、こちらの商店街には客が全く流れてこない状況が続いているため、この先の予測が全くつかない。
設計事務所（経営者）	・ 消費税の引上げに向け少しずつは客の購入意識は高まっているが、動きはまだ弱い。
設計事務所（経営者）	・ 人手不足や建築物価の高止まりなど、建築業界の状況は変わる様子がない。
商店街（代表者）	・ ベビー服と子供服を専門に売っているが、状況は非常に厳しく、客はタイムリーに購入したいとの状況が顕著に現れており、先行きが非常に不安定である。地元プロ野球チームのリーグ優勝セールなど何らかのイベントがあるまでは待ちの客が多い傾向が続く。より良いものをより安くよりタイムリーに買う傾向が強まっていく。
一般小売店 [印章]（経営者）	・ 法人関係の注文が少なく積極的な動きがないため、前向きな取組がなされない見通しである。
一般小売店 [眼鏡]（経営者）	・ 石油価格や野菜価格の上昇で消費マインドが落ち込む。
一般小売店 [靴]（経営者）	・ 年末にかけては売上向上の見込みであるが、7～9月が悪かったため全体としてはやや悪くなる見込みである。
百貨店（営業企画担当）	・ 自社クレジットカードの年会費有料化に伴う退会者が増える一方で新規入会者が減少するとともに、入居店舗の売上も減少する。

	スーパー（財務担当）	・平成30年7月豪雨災害の影響が当分の間続き、ふだんの生活に戻るには時間が掛かるため、売上が減少する。
	スーパー（営業システム担当）	・原油価格の高騰により野菜の値上がり懸念されるとともに、10月にたばこの値上げ等があり、良くなる要素が見当たらない。客は必要以上のものは買わない傾向にあるため、値上げ前のたばこのまとめ買いは控え目である。
	衣料品専門店（経営者）	・購買者の購入単価が低下していく。
	乗用車販売店（営業担当）	・決算時期なので販売台数は増えていくとともに、平成30年7月豪雨災害の影響で買換えが必要になった客もまだある。
	乗用車販売店（総務担当）	・整備部門は在庫量をさばく人員が不足しており、この先も現状維持がやっとの状態である。新車販売は年末商戦を迎えるが、新しい情報が不足しており現状打破は容易ではない。
	自動車備品販売店（経営者）	・大手や大都市中心の景気対策が逆効果となり、地方の中小小売店は大手メーカーの直営販売店に圧迫されて苦しい立場に追い込まれている。大手メーカーはここ数年多大な利益を上げているが、地方小売店にその還元はなく、それどころかその利益によって我々を窮地に追い込んでいる。
	住関連専門店（営業担当）	・来月以降大きなイベントがないので、売上に余り期待が持てない。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方経済を良くするためには地方行政の人材のレベルを上げなければならない。幾ら国が地方に金を出しても、有効に使われなければ、地方は良くならない。
	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・冬になり客の動きがやや悪くなる。
	美容室（経営者）	・現在の客のゆっくりしたペースが続くと、秋から冬にかけてその状態が改善される要素はないため、景気は悪くなる。
	美容室（経営者）	・消費税の引上げが決定し、大きな消費が増えてくるとともに、サービス業や小売業は消費を抑えていく方向に向かう。
	× 商店街（代表者）	・一般的には店頭での購買は非常に厳しい状況がうかがえるため、その日の売上の確保も難しい状況が続く。
	× コンビニ（エリア担当）	・近隣の工事が少なく関係者の来客数が増える見込みが全くない。また、10月からたばこの値段が上がるため、その影響でたばこの売上が落ちる可能性が非常に高く、そうした状況から売上全体が上昇する見込みは全くない。
	× 通信会社（広報担当）	・価格が低ければ低いほど良いとする傾向は変わりそうにない。
企業 動向 関連  (中国)	輸送用機械器具製造業（経営者）	・この先3か月も自動車メーカーからの受注が入っている。
	化学工業（経営者）	・米中両国間の関税引上げの応酬は続いており、ますます対象品目が増加してくる。景気への影響が懸念されるが、当面の景気は今以上の水準になる。
	鉄鋼業（総務担当）	・下期は建築分野の案件も増えて現状よりも活動水準は好転する。ただし、米国の関税等の動向次第では、自動車などの輸出産業への影響が懸念される。
	輸送業（経理担当）	・平成30年7月豪雨災害の影響がなくなれば元に戻ることに加え、人員確保に若干のめどが立ちつつあるため景気は良くなる。
	広告代理店（営業担当）	・客の情報によると、年末年始での販売につなげる内容で、例年どおりの受注がある見通しである。
	農林水産業（従業員）	・景気の末端に元気が戻らないと変わりようがない。
	食料品製造業（経営者）	・景気が良くなっているのか悪くなっているのか判断できない状況である。
	食料品製造業（総務担当）	・当社の景気は為替に大きく左右されるため、米国と中国との貿易摩擦等もあり、それに影響を受けるかもしれないことから、景気がどうなるかは何ともいえない。
	繊維工業（監査担当）	・来月から秋口商戦が始まるが、急激な天候の変化がない限り例年同様の状況になる。
	木材木製品製造業（経理担当）	・災害などの特殊要因がなければ、基本的には景気は横ばいであるので、秋に向けての景気は変わらない状況にある。
	化学工業（総務担当）	・原燃料が値上がりしており、本来であれば当社のような素材産業は景気が下向きとなるはずであるが、化学品については原燃料費上昇による値上げ交渉が順調であるため、先行きは横ばいである。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・生産量は現在の水準が継続する。また、人手不足が多忙感を助長しているところもあるが、人材調達の困難さも現在と同様に推移する。
鉄鋼業（総務担当）	・工具鋼、産業機器材、電子材などの各セグメントで、依然高い水準の受注量が継続中である。	

	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子素材関係の受注量の低下傾向は継続する。
	金属製品製造業（総務担当）	・工作機械業界の得意先の受注量は、直近の四半期は前の四半期よりも減少しており、ピークは過ぎたものの受注残は5か月分を抱えているため、当社への発注も継続して見込める状況である。しかし、他の工作機械メーカーは受注が減少しているとの話もあり、同業界でも差が出始めているようである。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・本来は平成30年7月豪雨災害の影響による受注量の減少を取り戻したいところであるが、下期の生産量がそもそも高く設定されているため、当初予定の生産量を予定している。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・短期間で景気状況が変化する要因がなく、やや悪い状態で当面は推移する見込みである。
	建設業（総務担当）	・平成30年7月豪雨災害からの復興関連物件の発注はしばらく継続することが見込まれるとともに、予定物件も順調に受注につながっていく。
	建設業（総務担当）	・米中の貿易摩擦など不安定要素が多くなっていく。
	輸送業（総務担当）	・客の受注量等に大きな変化はみられない。
	通信業（営業企画担当）	・セキュリティ、モノのインターネット、AIと新しい領域の商材についての案内を拡大しているが、具体的な導入は現時点で大きな数にはなっていない。
	通信業（営業担当）	・特需的な要素はなく、国の施策等もないことから景気に期待が持てない。米国の現政権によるイラン原油の輸入制限や関税引上げなどの不安材料があり、結果的に中小企業に影響が及ぶ。
	金融業（融資企画担当）	・米国の自動車輸入規制が懸念材料であるが、地元完成車メーカーの販売は多目的スポーツ車が好調で、系列部品メーカーの受注は当面は高水準が続く。
	金融業（貸付担当）	・公共工事請負金額は、県、市からの発注は前年割れとなった一方、国からは大幅なプラスとなってきている。
	会計事務所（経営者）	・現状を維持するが、人材維持確保のコストが年々増加し、情報化設備投資負担増も予定されるため、懸念材料もある。
	輸送業（支店長）	・働き方改革を進めていくなかで、人員確保のため人件費部分への投資がこれからかなり必要となる。採用コストとともに定着率を高めるための教育に関わる経費が今後増大する。荷物の動きが停滞しているため、収支は苦しくなる見込みである。また、働き方改革の一環として職場環境の改善も進めているので、既存施設に対する経費も今後は増えていく。
	不動産業（総務担当）	・例年、賃貸物件需要の落ち着く時期となるため、今年も同様に推移する。
	x 一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪くなる。
雇用 関連 (中国)	-	-
	人材派遣会社（支社長）	・平成30年7月豪雨災害被災地の復興や地元プロ野球チームのリーグ優勝など、積極的要素はある。当市の地価も駅前再開発などで上昇しており、人材業界に限らなければ景気上昇の余地は大いにある。
	人材派遣会社（支店長）	・これから2～3か月後年間を通して下期に当たり、来年度に向けているいろいろな企業が取組を行うが、そのなかで雇用も来年度に向けた採用も増えてくる。年度末に向けた様々な商戦もあるので、そのための短期的、時期的な人材需要も増えてくる。
	求人情報誌製作会社（経営者）	・これから2～3か月後は、飲食業やサービス業の求人が年末年始に向けて例年増えていく傾向にある。特にアルバイトパート求人が増えると見込まれ、正社員求人に関しても最近では堅調なので年末にかけても一定数が見込める。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・景気に左右されるというよりも、業種にかかわらず慢性的な人手不足が課題となっている。一方、業種によっては特需などの仕事が発生しており、レンタル企業などが年間50名以上の中途採用を実施している例もある。
	職業安定所（職業指導担当）	・引き続き有効求人倍率は好調を維持しており、景気は今後とも良くなる見込みである。
	民間職業紹介機関（職員）	・地元プロ野球チームリーグ優勝の明るい兆しもあり、経済効果に期待が持て、気分的にも前向きになり個人消費にもつながっていく。
	人材派遣会社（社員）	・有効求人倍率が2倍以上と高く、引き続き求職者有利の市場は続く。また、米中の貿易摩擦も3か月程度は影響がなく、季節増減以外では景気は変わらない見込みである。
	職業安定所（所長）	・今後も人手不足感が強い状態が継続し、来春の新規高卒求人も前年同月比で1割増と好調なほか、一般求人の有効求人倍率もバブル期を超えて高い水準を維持する。

	職業安定所（事業所担当）	・大型廃業等の情報もなく、離職者数等も減少傾向にあることから、当面、現状を維持する。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・求人内容と求職内容のミスマッチは今後も続き、人手不足の解消を図れる見込みがない。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・ここ数か月は景気の影響を直接感じる機会がないため変わらない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・人件費の上昇や材料費の高騰など、企業にとっての負担は今後も増え続けていく。平成30年7月豪雨災害に伴う非製造業への悪影響も懸念される。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・人手不足の解消のためには会社の生き残りがまず先であり、一旦は景気の悪い方向に行くしかない。
x	-	-