

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (中国)		スーパー（店長）	販売量の動き	・猛暑による特需が発生しており、特に飲料は右肩上がりの売行きになっている。熱中症対策商品は欠品も発生している状況で、販売数量が増加している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・平成30年7月豪雨の影響で前年同月比120%の売上がある。家屋調査士や報道関係者の利用で売上は伸びている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・飲料や滋養剤などの夏バテ対策商品の動きが良い。しかし、日中の人の外出頻度が低下しており、夕方に客足が集中する。
		スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・酷暑で野菜価格が高騰しているにもかかわらず、販売点数が堅調に推移している。土用の丑の日のウナギは販売量が減少しているものの、販売額は前年を大きくクリアしている。
		コンビニ（副地域ブロック長）	販売量の動き	・平成30年7月豪雨の復興関連事業で人の動きが想定以上に多く、加工食品等の動きが通常より目立っており、猛暑が後押しして、飲料中心に伸びている。
		コンビニ（支店長）	販売量の動き	・平成30年7月豪雨災害の影響が大きい。
		家電量販店（店長）	競争相手の様子	・異常な暑さで季節商材や冷蔵庫がよく売れている。当社はさほど伸びていないが、工事体制が整っている競合他社は大きく伸長している。
		家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・特需でエアコンの在庫や工事が追い付かない。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・平成30年7月豪雨の影響で販売台数が増加しているが、被災車両の買換え以外での売行きは低下している。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・メンテナンスの売上は減少しているが、販売量は増加している。
		通信会社（工事担当）	お客様の様子	・客の様子から景気は良い。
		住宅販売会社（営業担当）	販売量の動き	・受注件数が増えている。
		商店街（理事）	お客様の様子	・3か月前の卒入学シーズン前後は、客の心理状態が良く景気が上向いていたが、その後は季節要因や心理的要因によって景気に変化している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・客は本当に必要な商品だけを購入し、買い渋りをしている。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・新ブランドを導入した化粧品や、改装前売り尽くしセール中のリビング部門の売上は前年を大きく上回っているが、クリアランスセールが不調であった紳士婦人服部門は前年を下回っている。平成30年7月豪雨と猛暑で来客数が減少していることも影響して、全体売上は前年を下回る。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・平成30年7月豪雨で消費マインドが一時的に下がっている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・平成30年7月豪雨の影響で売行きは悪いが、100万円以上の宝石や真珠が売れている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・客の節約志向は続いており、必要最低限の買物しかしていない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・半年ほど減少していた来客数が7月に増加に転じて前年の101%となっている。景気が良くなったからではなく、高温のため客が涼味食品や飲料水を買って求めているからである。
		スーパー（財務担当）	来客数の動き	・平成30年7月豪雨による被災の影響で客単価は上がっているが、既存店の来客数が前年を下回っており、売上は前年とほとんど変わらない。
	スーパー（管理担当）	単価の動き	・来客数が減少傾向で、客単価上昇分ではそれをカバーできず売上の前年割れが続いている。	
	コンビニ（エリア担当）	それ以外	・平成30年7月豪雨で閉鎖する店舗が発生している一方で、営業している店舗は高温のため売上は増加している。	
	家電量販店（店長）	お客様の様子	・猛暑なのにエアコンの販売量は前年の90%程度で、修理などの細かい業務はあるが、商品購入には至らない。	
	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年の90%程度となっていることに加え、映像関係の商品の動きが悪く、売上は良くない。	
	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・景気が良くなる要素はなく、安定して低空飛行である。	

その他専門店 [時計](経営者)	単価の動き	・取扱商品の修理の持ち込みは多いが、商品販売量が少ない。当店は高価格帯商品の取扱が多く、景気の問題だけではなく、需要を掘り起こす必要がある。
その他小売 [ショッピングセンター](管理担当)	お客様の様子	・近隣に大型施設がオープンしたので衣料品を中心に売上と来客数が減少している。最近の客の動向を見ても財布事情が大きく変わってはいないが、安価で過ごせるアミューズメント関係は伸びており、モノ消費からコト消費へ変わってきている。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・平成30年7月豪雨の影響で物流が滞り、景気が悪くなっている。ボーナスも良くなかったため、来客数は減少している。
一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・平成30年7月豪雨の影響で景気は停滞している。
一般レストラン (外食事業担当)	来客数の動き	・平成30年7月豪雨の影響で交通網の混乱があり、営業時間短縮や物流の遅れなどで来客数は減少している。その後は猛暑や台風接近のため客は外出を控えるなど、気温と天候に左右されていることから、来客数は前年の80%となっている。
観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・平成30年7月豪雨の影響で来客数が増加しない。
旅行代理店(経営者)	それ以外	・平成30年7月豪雨の影響で旅行の中止が相次いでおり、しばらくは様子見状態である。
通信会社(総務担当)	それ以外	・平成30年7月豪雨災害の影響がある。
通信会社(企画担当)	お客様の様子	・夏休みに入り、モバイルやスマートフォン関連サービスの引き合いは多い。
通信会社(総務担当)	販売量の動き	・新規契約者対象のキャンペーンを展開しているが、契約件数の大幅増加にはつながっていない。
テーマパーク (管理担当)	来客数の動き	・入館者数や商品販売高は前年同月と比べて変化がみられない。
競艇場(企画営業担当)	販売量の動き	・4月と7月の売上はほぼ同じである。
美容室(経営者)	単価の動き	・来客数と注文メニューに変化はなく、客の節約志向は続いている。
設計事務所(経営者)	来客数の動き	・戸建て住宅の引き合いが少ない状況が続いている。平成30年7月豪雨災害を受け、新築の受注はしばらく見込めない。
設計事務所(経営者)	販売量の動き	・平成30年7月豪雨のため当県では甚大な浸水被害が発生し、床上浸水は5,000戸以上となっている。そのため日常の景気対策と違って応急的な処置が必要であり、人手不足の状況で売上も減少している。
商店街(代表者)	来客数の動き	・自然災害による景気への影響が非常に大きい。
商店街(代表者)	お客様の様子	・平成30年7月豪雨災害により交通の便が悪くなり、商店街を含め大型店も売上が20~30%低下し、観光客数も激減している。
商店街(代表者)	単価の動き	・平成30年7月豪雨の影響で売上は低迷している。
一般小売店 [茶](経営者)	お客様の様子	・平成30年7月豪雨の影響で客の財布のひもが固くなり、また、猛暑なので当社が扱うお茶の売上が激減している。
一般小売店[食品] (経営者)	単価の動き	・販売価格が上昇気味のなか、客単価が低下するとともに購入金額も低下しており、消費に不安定さがある。
一般小売店[洋裁 附属品](経営者)	単価の動き	・今年は暑いので客の動きが鈍い。
一般小売店[印章] (経営者)	来客数の動き	・平成30年7月豪雨で交通網が寸断し、また、猛暑で来客数が減少し、店の前の国道の交通量も減少している。
百貨店(広報担当)	お客様の様子	・平成30年7月豪雨災害の影響で消費が停滞している。
百貨店(営業担当)	それ以外	・7月初旬は来客数が多く、セールも好調で良いスタートを切れていたが、平成30年7月豪雨により一転、売上、来客数共に激減し、後半になっても客の購買心理にはマイナス要因として働いている。

百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・月上旬の平成30年7月豪雨、中旬の記録的猛暑は来客数に大きなマイナス要因となり、売上は前年に比べて2けた減少している。特に豪雨は道路や鉄道網へ被害をもたらし、観光客流入にも大きく影響するとともに、来客数の減少は当月の柱であるセールの低迷にもつながっている。さらに、美術や宝飾など高額品の動きにも復調気配はない。
百貨店（購買担当）	お客様の様子	・客足が天候にかなり左右されており、営業時間を短縮するところや高気温のため外出禁止令が出された地域もあり、来客数が減少している。ただし、衣料品関係の動きが悪い部分は、好調なギフト関係に助けられている。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・平成30年7月豪雨の影響で上旬は食料品中心の買い方になり、中旬から猛暑でUV雑貨、特に日傘が好調に売れ、靴下と婦人靴の動きも良くなっている。しかし、主力の衣料品は伸びず、ファミリー層が近郊のアウトレットモールに流れるなど、来客数が減少している。
百貨店（人事担当）	お客様の様子	・平成30年7月豪雨災害の影響で、来客数と購入点数が減少しており、高額品の動きも鈍くなっている。
スーパー（店長）	それ以外	・平成30年7月豪雨の影響と猛暑で客が出控えている。
スーパー（総務担当）	来客数の動き	・猛暑のため買物時間が日中から夜間に移行し、全体的に来客数は減少している。
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・平成30年7月豪雨の影響で商品の入荷が滞っており、客はいつ災害に見舞われるか不安な状況なので、必要な商品しか購入しない傾向にある。
衣料品専門店（経営者）	競争相手の様子	・取引先の問屋が各地で展示会をしても売上は伸びない。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・平成30年7月豪雨の影響で来客数が減少している。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・平成30年7月豪雨の被災地なので来客数が少ない。
乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・7月の販売量は前年の93%で厳しさが続いている。
住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・チラシなどを打っているが、来客数の増加にはつながらない。
その他専門店【布地】（経営者）	お客様の様子	・前半は雨、後半は猛暑で客足は伸びず、客に買物をする元気がない。
一般レストラン（店長）	それ以外	・平成30年7月豪雨災害の影響は非常に大きい。この2週間で約200人のキャンセルが出ており、被災した客からの予約キャンセルも非常に多く、常連客も来店が難しい状況である。
スナック（経営者）	来客数の動き	・平成30年7月豪雨で夜の飲食需要はかなり低下している。
その他飲食【サービスエリア内レストラン】（店長）	販売量の動き	・客の給料が上がらない。
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・平成30年7月豪雨の影響で宿泊予約がキャンセルになり、来客数と販売量は落ち込んでいる。
都市型ホテル（総支配人）	それ以外	・平成30年7月豪雨による鉄道の一部運休の影響で、宿泊のキャンセルが発生し売上が大きく落ち込んでいる。復旧は8月上旬の予定なので当面は厳しい状況が継続する。
都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・平成30年7月豪雨災害とその後の気温上昇で飲食施設の個人客数の減少があり、企業の宴席キャンセルなどが発生している。
旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・平成30年7月豪雨災害で出張や旅行などのキャンセルが発生し、売上は減少している。団体は秋口に決定していたものもキャンセルが多数発生しており、大きなマイナスが見込まれる。
テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・平成30年7月豪雨災害や猛暑の影響もあり、夏休みに入ってから来客数が増えていない。
設計事務所（経営者）	来客数の動き	・客の来店頻度が低下しており、契約件数も減少している。同業他社も同様で、広告宣伝を増やして受注確保に注力している。

	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・平成30年7月豪雨災害の影響から建築地選びに慎重になる客が増え、また、建築後のリスクヘッジのための予算を残しておく余裕ある資金計画が多くなっている。
x	一般小売店〔眼鏡〕(経営者)	来客数の動き	・平成30年7月豪雨災害以降、消費が落ち込んでおり、その後の猛暑も追い討ちを掛けている。
x	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・平成30年7月豪雨以来、交通網の混乱で来客数が減少して売上も大幅に低下している。気温は非常に高く、販売量も増えない。
x	スーパー(店長)	来客数の動き	・平成30年7月豪雨の影響で客の消費マインドは低下しているが、熱中症対策商品など品薄な商品への反応は非常に高い。大雨以降、酷暑で欠品商品も増えているが、大きな被害を被っている地域なので消費の勢いは弱い。
x	スーパー(販売担当)	それ以外	・平成30年7月豪雨の影響で、客が外出を控えている。当店も営業時間の短縮を余儀なくされ、豪雨が週末であったため売上が大きく落とす結果となっている。また、その後も流通に支障が生じたり、商品の供給が停滞したりと、様々な面で災害の影響が出ている。
x	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・平成30年7月豪雨の影響で商品の入荷が困難となり、来客数が前月より5%低下して売上も悪い。
x	乗用車販売店(店長)	お客様の様子	・平成30年7月豪雨以降、客の動きは停滞している。
x	乗用車販売店(総務担当)	販売量の動き	・商談件数が減っており、広告宣伝効果も余りない。
x	その他専門店〔和菓子〕(経営者)	来客数の動き	・平成30年7月豪雨災害の影響が大きい。
x	その他専門店〔土産物〕(経営者)	来客数の動き	・平成30年7月豪雨以降、道路の寸断や風評被害などで来客数が前年より30%減っており、今後も回復の兆しが無い。夏場は繁忙期なので非常に苦しいが、人件費などの経費を削減して何とかしのいでいる。
x	その他小売〔ショッピングセンター〕(所長)	来客数の動き	・平成30年7月豪雨災害により、商圏の20%を占める地区が甚大な被害を受けており、来客数がかなり減少している。
x	高級レストラン(宴会サービス担当)	来客数の動き	・平成30年7月豪雨の影響で、レストラン、宴会共にキャンセルが続いている。
x	都市型ホテル(企画担当)	それ以外	・平成30年7月豪雨災害の発生から宴会とレストランのキャンセルが集中して大きな減収となっている。宿泊では、災害に伴うマイナスの影響は今のところないが、ホテルを含め県内の観光地は大きな打撃を受けている。
x	タクシー運転手	来客数の動き	・平成30年7月豪雨の影響で観光客がかなり減少し、景気は落ち込んでいる。
x	タクシー運転手	競争相手の様子	・平成30年7月豪雨の被害が大きい。夜の客が減少し、観光客やビジネスマンも動きがとれず売上は悪い。
x	テーマパーク(営業担当)	来客数の動き	・平成30年7月豪雨災害の影響で交通網が復旧しておらず、連日の猛暑により客の動きは悪い。
x	ゴルフ場(営業担当)	お客様の様子	・7月初旬の台風と平成30年7月豪雨で来客数が減少し、その後の猛暑で客足が遠のいている。
x	美容室(経営者)	それ以外	・週末に大雨や台風に見舞われ、祭事も中止されるなど、美容院に行く心理にならないので来客数が激減しており、売上が非常に悪い。
企業 動向 関連 (中国)	輸送用機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・取引先の手自動車メーカーが順調なので、当社の受注量も好調である。
	化学工業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・中国の環境規制に端を発した化学工業薬品の全般的な玉不足による単価の引上げが浸透し、過去最高の売上基調となっている。
	化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・景気動向に反応しにくい素材産業であるが、出荷が好調に推移しているため、周辺の景気は良くなっている。
	一般機械器具製造業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・災害関係の受注が発生している。
	建設業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注の引き合いが活発化してきている。

	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・平成30年7月豪雨の影響で集配不能地区が発生して荷受け停止地域を設けていたが、解除するにつれて荷物が一気に増加しており、救援物資も多量に到着している。
	不動産業（総務担当）	それ以外	・平成30年7月豪雨災害の影響で賃貸住宅を探す客と成約件数が増加している。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・夏の販売促進対応で客からの受注量が上向きに進行している。
	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・水揚げ量が少なくても単価がなかなか上がらない。
	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東北の販売先が増加しており、販売量が伸びている。
	繊維工業（監査担当）	受注量や販売量の動き	・当業界は例年同様閑散期に入っており、全くとってよいほど荷動きはない。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・大型案件の生産が終了し、生産のひっ迫感はやや収まったが、依然として多忙な状態は継続している。
	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・平成30年7月豪雨の影響で取引先の生産状況は低調で、市況も荷動きも踊り場が継続している。全般的に在庫の過剰感もある。
	金属製品製造業（総務担当）	取引先の様子	・得意先が来年3月に工場を増設するため、当社の受注が増加する。
	電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・平成30年7月豪雨により仕入先を含めた取引先や社員に被害がある。復興後の最終的な影響はまだ不明である。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・鋼材の高騰や原油高、環境規制対応、船腹過剰等、業界全体としてコスト高要因や船価上昇抑制要因が多く、構造的に悪い状況は変わらず続いている。
	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・資機材等の納期遅延、品薄が予想されるが、平成30年7月豪雨災害の復旧工事等を含め、技術者の稼働は空かない状況が続いている。
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の受注状況等に変化は余りない。
	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・商品販売量は例年同月と同様に推移している。
	金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・地元大手自動車メーカーの世界販売がスポーツ用多目的車を中心に好調が続いているため、地元部品メーカーの受注は高水準を維持しており、操業は1日1～2時間程度の残業と月2回程度の土曜出勤を継続している。
	金融業（貸付担当）	受注量や販売量の動き	・百貨店とスーパーの販売額が天候不順により前年比マイナスとなっている。
	食料品製造業（経営者）	それ以外	・平成30年7月豪雨で寸断された物流網の影響で、お中元などに多数の返品が発生していることに加え、猛暑による客足の低迷で売上が大きく減少し利益も大幅に低下している。
	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・平成30年7月豪雨の影響で交通網の遮断や取引先の被害などで受注や工期が遅れ気味であり、景気はやや悪くなっている。
	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子材料関係の受注が減少している。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・平成30年7月豪雨災害により、今月に限って受注量と生産量が大幅に減少している。
	輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・平成30年7月豪雨で鉄道輸送を始め倉庫など各方面で影響が出ている。加えて酷暑もあり、客の生産状況と出荷状況も流動的で影響が拡大していく。
	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・平成30年7月豪雨以降、社内機器設置リスクからアウトソーシング需要は高まっているものの、業務復旧が優先され現状の提案案件が保留となっている。
	会計事務所（経営者）	取引先の様子	・平成30年7月豪雨の影響で、事務所や工場、車両や機械等に被害を受けた取引先があり、道路や鉄道の毀損で貨物物流量も減少している。また、同業者団体の催事等も開催中止が相次ぎ、心理的にも停滞感が出てきている。
	x	*	*
雇用関連	-	-	-
(中国)	新聞社【求人広告】（担当者）	求人数の動き	・景気の拡大に伴い、有効求人倍率は高水準のまま推移している。特に繊維関連では、中国での人件費の高騰や国産ジーンズの生産増加などにより、人手不足感が強い。

	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人は、乳製品や食肉加工など食料品製造業が2割増となったほか、新規開業の飲食店や運送業での夏季繁忙期の臨時社員など大口求人があることなどから、求人全体では前年同月比で1割増となり好調を維持している。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・将来を見据えて次世代の経営者を発掘するため、人材採用に乗り出す小企業がある。後継者不在で会社を畳むことも検討したが、旺盛な受注もあって数年先まで仕事を抱えているため、今後の工場拡張も視野に入れている。
	人材派遣会社（経営企画担当）	求人数の動き	・平成30年7月豪雨災害の影響度合いを推し測っている状況である。
	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・第1四半期が終わり、7～9月の動きをにらんだ様子見の状況であるが、求職者数は落ち着いている。
	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・平成30年7月豪雨災害により営業量と受注量が減少している。7月は災害の影響が大きいものの、それを差し引いても受注に大きな動きはない。
	求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・例年は7月と8月を比べると、短期募集などもあり若干でも求人数に上向き傾向がみられるが、今年は平成30年7月豪雨の影響で上向かない。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	求人数の動き	・採用活動が早期に終了できた企業と内定辞退や応募者不足を受けて現在も活動中の企業とに大きく分かれている。早期に終了できた企業は3月1日までにインターンシップや業界研究会等へ参加し、多くの学生に会っているが、現在も活動中の企業は例年どおり3月1日から採用活動を開始したところである。今後はより早期の採用活動が重要視され、インターンシップの開催や業界研究会への参加は増える見込みであり、求人数はほぼ今年度並みとする企業が多い。
	職業安定所（雇用関連担当）	雇用形態の様子	・新規求人数に占める正社員求人割合は増加しているが、条件面の向上がない事業所も一定数ある。
	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数、有効求人数共に前年同月比を上回っているなか、有効求人数は7か月連続で前年同期比を上回っている。また、有効求人倍率も前2か月は2倍を若干下回ったが、直近では2倍台に戻っている。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	求職者数の動き	・人手不足の解消策がない。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求職者数の動き	・就職活動を適切に進めれば内定がもらえる環境のなか、余り活動に積極的でない学生もみられ、企業側が必要予定数を確保できない1つの要因となっている。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	採用者数の動き	・若者の数が減少しているため、採用者数が増加しても景気とは直接結び付かない。
	-	-	-
x	-	-	-