

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）	・12月からの4K・8K放送開始に伴い、テレビ自体の売上が伸びてくる。また、有機ELテレビ等、新しい商品も認知度の向上や価格低下によって販売構成比が上昇するので、相対的にテレビの購入単価上昇につながる。
		自動車備品販売店（経営者）	・年末にかけて繁忙期を迎えるため、今月より良くなるものの、前年同月比で良くならなければ意味がない。
		観光型ホテル（営業担当）	・先行予約が順調で、13府県ふっこう周遊割の期間延長で来客数の増加を図る。
		テーマパーク（業務担当）	・年間で一番の入園者数になる11～1月のイルミネーション期間中で、多くの来場が見込める。
		商店街（代表者）	・年末年始にかけて更に復興が進み、観光客数の回復もあるため、身の回りの景気は多少なりとも良くなる。
		スーパー（店長）	・前月から判断して10月は改善傾向にあると想定していたが、結果的に現状維持にとどまっており、11月に入っても来客数の増加につながる大きな要因がないため、現状維持になる見込みである。
		スーパー（店長）	・ボーナス時期になるとともに、近隣の大企業が好景気である。
		スーパー（販売担当）	・今年は暖冬の予報なので、寒かった前年に購入した冬物が不要なため、薄めのアウターが売れる。11月に入れば気温が下がり、冬物商材が動き始める。
		コンビニ（エリア担当）	・地元プロ野球チームリーグ優勝に伴う景気上向き傾向が続く。
		衣料品専門店（店長）	・平成30年7月豪雨の被災地では冬物の動きは遅くなるが、売上は伸びてくる。
		家電量販店（企画担当）	・消費税引上げ前の最後の年末なので、客の購買意欲は高まる。
		乗用車販売店（業務担当）	・年末から年内最大の増販期を迎え、また、新商品投入の期待も大きい。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の投入があるので売上は増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・初売りシーズンになるとともに、新型車の影響が出てくる。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	・平成30年7月豪雨災害以降、全体的に節約ムードや買い控え傾向が見受けられたが、現在はむしろ活気付いた感があり、今後もそれが継続する。新しい企画への反応も良く、今後に期待が持てる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・平成30年7月豪雨災害後の環境変化の中で、直近10月は来客数が戻りつつあるのでやや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・年末に向けてボーナス時期になり、景気は回復してくる。
		一般レストラン（店長）	・年末年始に向けての予約が順調に入っていることと、インバウンドが依然として好調なこともあり、今後数か月は良くなる見通しである。平成30年7月豪雨災害からの復旧のめどが付いたことにより、企業の予約も前年並みか前年以上を見込める。
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会シーズンになり、客の動きが出てくる。
		都市型ホテル（総支配人）	・13府県ふっこう周遊割の来年1月までの延長、国際航空便の週6便化への増便、地方間航空路線による観光需要に期待が持てる。
		旅行代理店（営業担当）	・年が明けて春休みやゴールデンウィークの予約が始まってくると、旅行気運が高まり需要も喚起されてくる。
		タクシー運転手	・行楽シーズンの11月に入って観光客が増え、天候も良くなり夜の客も増えてくる。
		通信会社（総務担当）	・10月から開始した光サービスでは新規加入が伸びる。
	通信会社（工事担当）	・客の様子がやや良くなりそうである。	
	通信会社（販売企画担当）	・消費税の引上げ前の需要に期待が持てる。	
	テーマパーク（営業担当）	・暖冬予想も出ており、冬の一大イベントであるイルミネーションの実施により、来園者数の増加が見込まれる。	
	ゴルフ場（営業担当）	・12月までは予約の伸びがありそうであるが、1月以降は天候に左右されるため見通しが立たない。	
	設計事務所（経営者）	・消費税の引上げや金利の動向に注意が向けられ、新築にも関心が高まる。	
	住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込みがあり、今後も年度末まではまだまだ盛り上がっていく。	

商店街（理事）	・閉店が続いて様々なイベントで集客を図っているが、来客数は増加しない。
商店街（代表者）	・商店街への新規出店などがあり、店舗や業種の入替わりはあるが、商店街全体の底上げには至らず、店主からも景気が良くなるとの話は聞かれない。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・今年は不昧公200年祭の特需が続くが、その後に不安が残る。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・仕入れ単価が上昇してきているが、販売価格は据置き、年間を通じて同じ低価格で販売する価格戦略が拡大の方向にあり、消費低迷は変わらない。
一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・人通りは増えているが、11月のイベントまで客の購入姿勢は控え目である。
一般小売店〔靴〕（経営者）	・売上は回復してくるが、安心できるほどにはならない。
百貨店（経理担当）	・改装した部門は効果が現れているが、閉店した店舗もあって今後の状況は分かりづらい。
百貨店（営業担当）	・化粧品は若い客が増えて売上は前年をクリアしているが、婦人服は若い客やインバウンド客の取入れができておらず、新しい施策をしても数字につながりそうにない。
百貨店（売場担当）	・山口ゆめ花博が終了すれば客は戻ってくるが、販売が改善するわけではなく地方は依然として厳しい。
百貨店（購買担当）	・客の財布のひもが緩んでおり、高額商品をちゅうちょなく購入する傾向になり、アウターの動きも良くなる。2～3か月後、更に気温が低下すれば販売量は増加する。
百貨店（外商担当）	・当店が12月末で閉店することとなり、閉店売り尽くしを開催中であるため売上は当然前年を上回るが、街の状況を反映して客単価や買上点数は予想より低調で、この傾向は最後まで継続する。
百貨店（外商担当）	・今後の気温動向で衣料品の動きは変わってくるが、気温以外で現状と大きく変わる要素は特に見当たらない。
百貨店（売場担当）	・納入先の合理化が更に進んでおり、商品投入や人員カットなど、まだまだ調整段階にあり、店頭の様子もそれに合わせて思わしくないゾーンが増えている。
スーパー（店長）	・競合店が増えて商圏内が飽和状態のため来客数が増えることはなく、現状維持あるいは厳しくなる。
スーパー（店長）	・季節が変わっても販売量が上向き材料が見当たらないため、現状維持の状態が続く。
スーパー（店長）	・来客数は前年の101～102%の状況が続く。
スーパー（総務担当）	・ここ1か月は厳しい状況であるため、12月まで販売量の増加に期待が持てない。
スーパー（業務開発担当）	・徹底した節約で販売点数が伸びない状況が今後も続く。
スーパー（販売担当）	・家具、寝具など比較的高単価商品の動向が良い反面、肌着や日用品など身の回りの物は動きが鈍い。特に、女性客に買い控えの傾向が強い。今後数か月の間で景気が悪化することはないが、一般家庭では依然として節約ムードから脱し切ることはない。
スーパー（管理担当）	・来客数の下げ止まり感はあるものの、客単価に大きな変化がないので、この状況がしばらく続く。
スーパー（営業システム担当）	・景気が上向き要素は見当たらないが、来客数の減少は抑えられており、このまま年末年始を迎えることとなる。
コンビニ（副地域ブロック長）	・ドラッグストアの取扱品目、スーパーの営業時間の拡大など、置かれている環境は今後も変わらない。
コンビニ（支店長）	・来客数に伸びがないので変化はない。
家電量販店（店長）	・4K・8K放送が開始されるが、客の関心は薄く売上がけん引することはない。
家電量販店（販売担当）	・寒くなることを期待するばかりである。
乗用車販売店（店長）	・新車、サービス共に来客数が多く、この状況は続く。
乗用車販売店（営業担当）	・決算期を終えての一時的な盛り上がりとは異なり、平成30年7月豪雨災害による特需は同時に収まっているとともに、客からは消費税の引上げまでに購入するとの話が多いので、それまでは厳しい状況が続く。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・地方は都市部に比べて景気が悪く、人口減少とあいまって景気浮揚することは全くない。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・販売量が今より良くなることはない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・これから行楽、ボーナス、年末へと一般家庭も外で金を使う機会が増えていくが、大きな景気変動はなく前年並みとなる。

一般レストラン（経営者）	・今後も来年10月の消費税の引上げに向けて、一般の勤労者は節約志向が高まる。飲食業での駆け込み需要は全くなり、ますます独自の付加価値に対する圧力が高まる。
スナック（経営者）	・年末年始は少し良くなるが、余り期待が持てない。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・冬に入り観光客などの利用が少なくなる。
都市型ホテル（企画担当）	・忘年会やクリスマスの年末需要を控えて一定の景気は回復するが、その他の話題になる出来事が見当たらない。
都市型ホテル（企画担当）	・市内での学会や大型イベントの開催予定はなく、大きな集客機会が乏しいため、インバウンドも含め冬季に向けての先行受注は余り良くない。レストランの平日の来客数が伸び悩んでおり、年末の集客期は前年並みとなり、ガソリンや灯油価格の高騰も個人消費に対するブレーキになる。
旅行代理店（経営者）	・現在の状況では好転する材料も余りなく、旅行に対する客の財布のひもも固い状況が続く。
タクシー運転手	・減車すると会社はプラスであるが、運転手の収入は減少する。
タクシー運転手	・売上が毎月前年同月を割っており、平成30年7月豪雨の影響で停止した鉄道の代行運転業務があったものの、売上は伸びていない。特に夜の動きが悪くなっており、今後も景気は良くならない。
タクシー運転手	・3～4か月ほど利用客が少なく、繁忙期に入っても景気は回復しない。
通信会社（企画担当）	・年内にサービスメニューの追加や変更の話題はないものの、客の商品関心度が下がる気配もない。
テーマパーク（管理担当）	・地方消費は活発ではなく、現状で推移する。
美容室（経営者）	・理美容に対して大きな金額が動くわけではないので、数か月単位で景気の変化はない。徐々に客の財布のひもが固くなり、売上は低下していく。
設計事務所（経営者）	・建築コストが徐々に上がり、人手不足感もあってなかなか契約に至らず、消費税の引上げ前の駆け込み需要も伝わってきていない。
設計事務所（経営者）	・消費税の引上げ時期の発表があったが、引き合い増加の動きは見られない。
商店街（代表者）	・オーバーストア、少子化、デフレ、インターネット販売などとの競合にさらされて非常に厳しい状況であり、必要な商品を必要とときにより安く購入する客の姿勢は継続する。
商店街（代表者）	・客の購入姿勢は厳しいままで推移し、売上確保が難しい状況が続く。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・少子化で学校の合併に伴う注文があるが、今後は人口減少で売上も徐々に減少していく。
百貨店（営業企画担当）	・前年に比べ、近隣へのディスカウントストアの出店により、来客数の減少が続くとともに、近隣の空き店舗も増加する。
スーパー（財務担当）	・平成30年7月豪雨災害により、秋祭りなどを自粛している地域があり、節約によって買上点数の前年割れが続いて売上が減少する。
衣料品専門店（経営者）	・地方は厳しく、すぐに景気が良くなることはない。
家電量販店（店長）	・平成30年7月豪雨災害の復旧が続いており、仮設住宅がなくなる頃に景気が上向く。
乗用車販売店（統括）	・過去の動きから判断すると厳しさが増していく。
乗用車販売店（店長）	・来客数が減少しており広告宣伝効果も薄いため、今後も改善が見込めない。
自動車備品販売店（経営者）	・小売に携わる中小企業に何の対策も打たなければ、いつまでも景気は良ならず、特に地方での販売格差はなくなることはない。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・本気で活性化することを考えないと地方経済は良くならない。良い人材を増やして本気で行えば、街の景気は良くなる。
一般レストラン（外食事業担当）	・売上は現状のまま推移するが、最低賃金の上昇や人手不足が解消されていないので、労働分配率は厳しい状況になる。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げや高齢者の負担増、ガソリン、灯油、生鮮野菜の値上げなど生活不安が増しているため、消費税引上げ前の駆け込み需要の影響は高額商品に限定され、全体的な消費は冷え込む。

	観光名所（館長）	・外国人観光客は東京オリンピックまで増加するが、米国に端を発している保護主義政策による株安、円高が長期化し、消費税の引上げとあいまって、企業業績や個人消費に陰りを落とす。
	競艇場（企画営業担当）	・10月下旬に開催されたG3女子レースほどのレースはないので、販売量は伸びない。
	美容室（経営者）	・価格競争の激化で業界自体の低迷が続いているなか、リクルートも厳しい現状にある。
	住宅販売会社（営業担当）	・年度末時期は引き合い案件が少なくなる。
	× 商店街（代表者）	・閉店が相次ぎ商店街の状況はかなり深刻になっており、消費者へのイメージも悪くなるため、これからの対策が急がれる。
	× 一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・景気対策の具体案がみえず消費が落ち込む。冬の暖房費も高騰するなどマイナス要因が多い。
	× コンビニ（エリア担当）	・10月1日からたばこが値上げされたため、その販売比率が高い当店では客単価が低下し売上が悪化する。
	× 住関連専門店（営業担当）	・都会の景気と異なり当市は不景気で客の購買意欲は低下する。
企業動向関連 (中国)	輸送用機械器具製造業（経営者）	・現在に引き続き、今後2～3か月も受注量は順調に推移する。
	鉄鋼業（総務担当）	・平成30年7月豪雨災害からの復旧に関する工事などにより、鋼材使用が増える。
	一般機械器具製造業（管理担当）	・北海道胆振東部地震のブラックアウトの影響を受け、公共団体の予算補助が見込まれる。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの内示情報では、好調な今月の受注量より日当たり数量が更に増加する。
	輸送業（経理担当）	・雇用状況が若干改善傾向にあり、人員が確保できれば扱い数量を増やすことができるため良くなっていく。
	通信業（営業企画担当）	・RPA、IoTなどの新規領域の商材の具体的な引き合いが継続しており、短い期間での導入も予定している。
	広告代理店（営業担当）	・例年年末年始の販売促進で受注量が伸びる見通しである。
	会計事務所（経営者）	・消費税の引上げまでは依頼の増加傾向が継続するが、ガソリン等燃料単価の上昇や下落傾向の続く株価が懸念材料である。
	農林水産業（従業員）	・状況が好転する要素がない。
	食料品製造業（総務担当）	・販売量が上向く時期になるが、物流コストが上昇しているので景気に変化はない。
	繊維工業（監査担当）	・ここまでの受注状況を見ると例年とほぼ同じ傾向にあるので、年内は現状のまま推移する。
	木材木製品製造業（経理担当）	・8～9月の自然災害による落ち込みの反動で10月は少し良くなっているが、今後の2～3か月は状況が元に戻るのでは変わらない。
	化学工業（経営者）	・当面は国内を中心とした自動車部品向け製品の受注量も安定しているものの、米中関税引上げ合戦が強まるため、この貿易戦争の影響が将来の不安材料として根強く残っていく。
	化学工業（総務担当）	・原燃料価格の上昇が見込まれており、今のところ悪化の兆候は見られないが、景気が上向きになることはない。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・現在の生産水準は継続する見込みであり、年末年始対応もあって生産の多忙感が増す。
	一般機械器具製造業（総務担当）	・平成30年7月豪雨災害により一部製品の供給元工場の立ち上げがようやく完了し、次第に被災前の生産体制に戻っていく。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・特に大きな変化はない見込みである。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・各社とも打聞策は見いださず、引き続き現在のやや悪い景況が続く。
	建設業（総務担当）	・大型物件の発注が見込まれる反面、失注した場合の売上高への影響は不安材料ではあるが、当面は安定した受注を見込んでいる。
	建設業（総務担当）	・株価から判断すると先行きに不透明感が出ている。
輸送業（総務担当）	・燃油費等の仕入価格は上昇しているが、大きな影響はない。	
通信業（営業担当）	・極端な景気回復は見込めないものの、緩やかな上昇には期待が持てる一方で、中小企業向け景気対策のテコ入れがないことから現状が継続する。	
金融業（融資企画担当）	・米国大統領に端を発する貿易戦争による世界景気の減速が懸念されるが、当面は地元完成車メーカーの世界販売は高水準を維持できるため、系列部品メーカーの受注は好調が続く。	

	金融業（貸付担当）	・住宅建築は3か月連続して前年比プラスとなり、その状況が続く。
	不動産業（総務担当）	・例年、年内の賃貸物件の需要は落ち着いていくため、余り変わらない。
	食料品製造業（経営者）	・年末に向けての求人を出しても人が集まらないので年末商戦に支障が出ており、人材不足で経営にも不安が増してくる。
	鉄鋼業（総務担当）	・工具鋼を中心に4～9月に比べて受注が減少傾向になる。
	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料分野で販売量が更に減少する見込みである。
	金属製品製造業（総務担当）	・工作機械の得意先からの受注が10%減少する見込みであり、客との商談の決定が悪くなっていく。
	輸送業（支店長）	・電子商取引の荷物が好調であるが、企業からの荷物、個人からの荷物共に前年より減少傾向で、全体的には微減傾向が続く。
	x	-
雇用 関連  (中国)		-
	人材派遣会社（支店長）	・年末や年度末に向けて次年度の予算や計画を立てる企業が増えるので、採用が難しい今の時期からすれば、早めに採用計画に動く見込みである。
	求人情報誌製作会社（経営者）	・年末に向けてアルバイトやパートの求人数は確実に増え、特に飲食業、小売業、サービス業全般での求人数増加が見込める。運輸運送関係や飲食業などでの短期アルバイトも一時的に増えるが、正社員求人は変わらず高い水準のまま継続する。
	人材派遣会社（経営企画担当）	・短期的な視点で市場変動は想定できない。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・景気は変わらないが、従業員規模の小さい企業でも将来を見据えて若年層の採用を行う傾向にある。これまで大卒採用にこだわっていた企業も採用できなくなってきたため、専門学校卒、短大卒、高校卒に採用対象を広げていく。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・株価高騰は地方での実感が乏しく、個人消費の拡大もそれほどみられない。企業も深刻な人手不足による企業活動の縮小を余儀なくされており、明るい材料が見当たらない状況が続く。
	職業安定所（所長）	・今後も人手不足感の強い状態が続き、来春の新規高卒求人の求人倍率が2倍超と好調なほか、一般求人の有効求人倍率もバブル期並みの高い水準を維持する。
	職業安定所（職業指導担当）	・求人倍率は1.36倍で、この高い状況がそのまま継続する。人手不足感はますます高まり、景気は好調に推移する。
	職業安定所（事業所担当）	・人手不足感は引き続き強く、特に製造業などでは直接雇用で人員が賄いきれず、不足を補うために人材派遣等で一定の体制を確保しながら生産活動を続けていくとの声を聞いている。
	民間職業紹介機関（職員）	・製造業など米中貿易摩擦の影響で身動きが取りづらくなる企業が多く、海運会社などはその影響で業績を落としている。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・人材の需給効率が改善される要因がない。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・数か月で景気に変化するような理由がない。
	人材派遣会社（社員）	・消費税の引上げの動きや諸外国の影響などで新規採用を控える動きが強まる。
	人材派遣会社（支社長）	・人材業界、特に派遣業に関しては大きな伸びはない。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・東京オリンピックで景気は上向くが、地方はそうでもない。
	x	-