

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（業務 開発担当）	販売量の動き	・政府のキャッシュレス・消費者還元事業やプレミアム付商品券等の影響があるのかもしれないが、今のところ販売点数や金額が前年を上回っている。
		コンビニ（エリア 担当）	来客数の動き	・来客数は回復しているが、単価が上がらない。
		コンビニ（副地 域ブロック長）	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動が心配されたが、キャッシュレス・消費者還元事業などがあり、食品類の販売点数は減少していない。コンビニ業界でも新しい決済方法を利用する客が増加している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・前年と比べ、売上がやや増加している。
		テーマパーク （業務担当）	来客数の動き	・3連休の台風接近もあったが、コスモス開花状況も良く、テレビなどで多く取り上げられたこともあり、連休明けの平日も比較的多くの人が来園している。
		観光名所（館 長）	来客数の動き	・当地域は台風19号の影響が少なく、即位礼正殿の儀による祝日がプラス要因となり入場者が増加している。消費税の引上げの影響が現時点で余りなく、天候による悪影響が少ないことがプラス要因になっている。
		設計事務所（経 営者）	来客数の動き	・消費税の引上げ後、客が落ち着いており、来客数は多くないが、意識の高い客が増加している。
		住宅販売会社 （営業担当）	来客数の動き	・新規の問合せが増加傾向にある。
		商店街（代表 者）	お客様の様子	・今月に入り、再び客が買い控えをするようになってきている。
		一般小売店〔洋 裁附属品〕（経 営者）	来客数の動き	・季節が良くなり、イベントも幾つかあったので、来客数が多少増加している。
		一般小売店〔印 章〕（経営者）	お客様の様子	・今月は法人関係は動きがあるが、個人客の注文が少なく、また、ポイント還元は高額商品ではプラスとなるが、日用品の販売ではプラスとなっていない。
		百貨店（売場担 当）	来客数の動き	・消費税の引上げがあったが、中旬に開催した消費税の引上げの影響の少ない物産展が好調で、来客数も前年を超えている。
		スーパー（総務 担当）	販売量の動き	・依然として、前年と比べ来客数が減少、客単価が横ばいの状態が続いている。ただ、軽減税率が適用される商品が大半のため、消費税の引上げの影響は余りみられない。
		スーパー（販売 担当）	販売量の動き	・現時点では消費税の引上げの影響が出ていない。
		スーパー（販売 担当）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要もあり、9月の売上が前年比110%、来客数が前年比114%と増加したため、その反動が心配されたが、今のところ大きな影響もなく順調に推移している。当店の平均客単価は2500～3000円であり、客も消費税の引上げによる負担を余り気にしていない。
		コンビニ（支店 長）	競争相手の様子	・コンビニ業界は人手不足等の影響で時短化が進み、新規出店も少なくなっており、客のコンビニに対するイメージが悪化している。
		衣料品専門店 （経営者）	お客様の様子	・消費税の引上げ後も特に買い控えは進んでいない。
		衣料品専門店 （地域ブロック 長）	販売量の動き	・消費税の引上げ後の売上が減少している。
		家電量販店（販 売担当）	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動はあるが、利益は前年を上回っている。
		乗用車販売店 （店長）	販売量の動き	・消費税の引上げ後、販売台数が前年の70%と予想以上に落ち込みがひどく、新型車発表の効果も出ていない。
		自動車備品販売 店（経営者）	販売量の動き	・消費税の引上げ後も心配していたほどの落ち込みはない。
		その他専門店 〔土産物〕（経 営者）	来客数の動き	・消費税の引上げ以降、来客数が1割ほど減っている。プレミアム付商品券の使用はあるが売上自体は減少しており、このままでは厳しいのでキャッシュレス決済の導入を決めている。

その他専門店 〔和菓子〕(経営者)	来客数の動き	・大きな変化は見当たらない。
一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・客が消費税の引上げを織り込み済みのこととして捉えており、来客数も余り減少していない。
スナック(経営者)	来客数の動き	・景気は良くなってはいないし、上向いている様子もない。
観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・毎週末の台風によるキャンセルが目立ち、思った以上に来客数が伸びていない。
観光型ホテル (支配人)	来客数の動き	・消費税の引上げがあったが、来客数は前年と変わらない。
都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・台風や消費税の引上げの影響などで9月まではやや景況感の悪化がみられたが、G20の開催地に伴う特需でホテルとしては一時的な増収となっている。しかし駅の改良工事や新規ホテルの開業など市場環境は厳しい状況にあり、特に婚礼や祝賀会などの個人的イベントが減少している。
旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・台風の都度、変更やキャンセルがあり、慌ただしい。
旅行代理店(支店長)	販売量の動き	・旅行業界では事前に旅行代金が確定し、消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動がほとんどないため、売上は減少していないが、増加もしていない。
タクシー運転手	単価の動き	・消費税の引上げ後、カード払いやiD払いの問合せが多く、対応をしていない当社はかなりの客を逃がしている。
タクシー運転手	来客数の動き	・夜の乗車は少ないが、朝昼は変わらない。
通信会社(総務担当)	販売量の動き	・消費税の引上げ後も新規加入件数は好調である。
通信会社(経理担当)	お客様の様子	・消費税の引上げ後、客が消費を抑える傾向にある。
通信会社(企画担当)	お客様の様子	・キャッシュレス・消費者還元事業の関係でキャッシュレスが進んでいくと思われるが、10月以降特に格安スマートフォン販売の際にキャッシュレスに関する問合せ、引き合い、購買の動きが少ない。
放送通信サービス(総務経理担当)	お客様の様子	・客の延滞率は横ばいである。
テーマパーク (管理担当)	お客様の様子	・軽減税率等の影響はあるが、景気は変わらない。
観光名所(館長)	来客数の動き	・消費税の引上げによる来客数の減少もなく、今のところ変化は感じられないが、韓国からの旅行者数は大幅に減少している。
ゴルフ場(営業担当)	来客数の動き	・予約数は例年と変わりなく、韓国からの来場が減少し、国内が伸びている。
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要はなく、引上げ後の客からの引き合いにも変化がない。
設計事務所(経営者)	お客様の様子	・消費税の引上げ後の住宅取得に対しては、次世代住宅ポイント制度等で消費者への支援策が手厚く用意されているが、それでも様子見の状態動きは鈍い。
商店街(理事)	お客様の様子	・消費税の引上げや台風等の災害の影響もあって、客が買物に対しても慎重になっている。
商店街(代表者)	単価の動き	・子供服はいらぬという感じがあり、危機的状況に陥っている。
一般小売店〔食品〕(経営者)	販売量の動き	・消費税の引上げの影響で総額では値上げになっているため、消費意欲は減退している。キャッシュレス還元については利用が進んでいる。
一般小売店〔茶〕(経営者)	販売量の動き	・食品を扱っているため消費税の引上げの影響は受けていないが、今月に入って、一段と売上が厳しくなっている。
百貨店(経理担当)	販売量の動き	・消費税の引上げもあり、ほとんどの部門の売上が前年割れとなっており、来客数も前年を下回っている。
百貨店(営業担当)	販売量の動き	・消費税の引上げ直後はかなり厳しい状況であったが、月末が近づくとつれて、次第に回復している。
百貨店(売場担当)	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動でアクセサリや化粧品の動きが鈍い。手袋や帽子などシーズン雑貨とトラベル関連の商品の動きはやや良い。

百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動もあり売上は低迷し、自社クレジットのみのキャッシュレス決済も余り効果が出ていない。また、例年10月は好天が続くが、今年は天候の悪い状況が続き、悪影響を与えている。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・200万円以上の美術品等は売れているが、販売量は前年を下回っている。
百貨店（外商担当）	お客様の様子	・消費税の引上げで客の購買意欲が冷え切っている。
百貨店（購買担当）	お客様の様子	・消費税の引上げ後、想定以上に来客数や売上が落ち込んでいる。紳士服、婦人服、子供服といった衣料品関係は、本来であれば秋物が最盛期に入っているところであるが、全く客が来ない状況である。
スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で、客の購入点数が明らかに減少している。無駄なものは買わないという傾向が強く、広告商品や特売商品などの低単価な商品だけを購入する客が多く、景気が悪いときの商品動向となっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税の引上げのため、客の購買数量が明らかに落ちている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・消費税の引上げ後、来客数は前年を下回り、客の消費も落ち込んでいる。
スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数だけでなく、客単価も低下している。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響は大きく、軽減税率が適用されているとはいえ、消費税の引上げ前に比べ、節約志向は強くなっている。
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・消費税の引上げ後も食品は軽減税率で税率が8%のままで、全ての商品の税率が10%と思っている客も多く、食品、雑貨、たばこなどを含め、全体的に売上が厳しい状況になっている。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・どこに行っても展示会の売上が悪い。
家電量販店（店長）	お客様の様子	・消費税の引上げ後、キャッシュレス・消費者還元事業の関係で、カードの申込みが増加している。
乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・前年の販売量と比較すると、軽四輪車は新型車効果で前年比110%、登録車は消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で前年比80%となっており、全体では前年比90%と厳しくなっている。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響かどうかは不明だが、販売台数は前年を下回っている。
住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・土日も平日と変わらず、来客数が少ない。
その他専門店【布地】（経営者）	お客様の様子	・消費税の引上げで客が落ち着いており、買物に慎重である。
その他小売【ショッピングセンター】（支配人）	販売量の動き	・消費税の引上げ前に好調だった商品カテゴリーの動きが高額品を中心に鈍くなっている。
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	・アウトドア関係の商材の売上は比較的良好だが、服飾衣料を中心とした物販は来客数が増加しても売上が伸びていない。イベントなどの集客は一時的に混雑があるが、客が引くのも早く、客の財布のひもは固い。
高級レストラン（事業戦略担当）	販売量の動き	・台風の被害地域の予約数が大幅に落ち込んでいる。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・年配者や専業主婦がメイン客層となるランチタイムの来客数が前年の90%を割り込んでいる。また、仲間同士の飲み会や食事がメインの平日の来客数は、21時までは前年並みだが、21時以降は前年の70%まで落ち込んでいる。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・カードを使い慣れている客には、キャッシュレス・消費者還元事業はプラスになる。ただ、現金を持たなくなっている客が増えているものの、まだ、カードの利用に慣れてない客が多い。

	その他飲食 [サービスエリア内レストラン](店長)	お客様の様子	・1ランク下の商品を購入する客が多い。
	都市型ホテル (企画担当)	販売量の動き	・消費税の引上げの影響かどうかは分からないが、全体的に売上が伸び悩んでいる。
	都市型ホテル (総支配人)	販売量の動き	・大会、学会、観光のトップシーズンを迎えたがインパウンドの動きが鈍化し伸び悩んでいる。国内も台風の影響によるキャンセルと出控えが見受けられる。
	タクシー運転手	お客様の様子	・消費税の引上げで料金が上がったことに加え、台風等によるイベントの中止もあったため、乗車が落ち込んでいる。
	通信会社(工事担当)	お客様の様子	・消費税の引上げにより景気はやや悪くなっている。
	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・月々の支払について緊縮する傾向がみられる。
	テーマパーク (営業担当)	来客数の動き	・週末を中心にした天候不良、大型台風による甚大な被害のため客の動きは鈍い。
	競艇場(企画営業担当)	販売量の動き	・西日の問題で、安全確保のため、発売時間を短縮してレースを行っていることもあり、売上が減少している。
	美容室(経営者)	それ以外	・過去にない求人難である。
×	商店街(代表者)	販売量の動き	・消費税の引上げ後、来客数は減少し、売上単価も低下している。商店街の中には前年に比べて売上が3割減少している店舗もある。
×	商店街(代表者)	来客数の動き	・自然災害等で観光客数が減少し、地元客の生活用品以外の消費も減少していたが、消費税の引上げ後、状況は更に悪化している。
×	一般小売店[眼鏡](経営者)	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動が大きく来客数が減少している。
×	一般小売店[靴](経営者)	来客数の動き	・消費税の引上げ後の売上の減少を見込み、新商品開発とネット販売に注力してきたが、売上は予測よりも悪くなっている。
×	百貨店(人事担当)	販売量の動き	・来客数は前年並みであるが、消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動もあり、買い控えがみられる。
×	スーパー(店長)	来客数の動き	・ここ半年以上来客数が前年の97%前後で推移していたが、消費税の引上げで今月は前年の94%まで落ち込んでいる。一方、客単価は前年の102%となっているため、売上は前年の95%となっている。
×	スーパー(財務担当)	販売量の動き	・消費税の引上げ前の一部の商品の駆け込み需要の反動もあり、買上点数及び来客数は前年割れとなり、既存店売上も前年を大幅に下回っている。
×	家電量販店(店長)	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動もあり、売上は前年比85%と、前年を大幅に下回っており、特に冷蔵庫、洗濯機、エアコンの落ち込みが大きくなっている。
×	家電量販店(企画担当)	販売量の動き	・来客数が減少し、それ以上に販売量も減少しているため、売上が悪化している。
×	乗用車販売店(営業担当)	来客数の動き	・消費税の引上げ後、新車販売も車検での来客数も激減している。
×	一般レストラン(店長)	来客数の動き	・来客数が明らかに減少している。天候の影響も多少あるが、一番の要因は消費税の引上げによる買い控えである。
×	通信会社(広報担当)	それ以外	・客が商品の良しあしよりは価格で決める傾向がある。
×	美容室(経営者)	競争相手の様子	・自分だけでなく、他の同業者も売上が落ち込んでいる。
×	美容室(経営者)	販売量の動き	・秋に向けて商品の入替えを行ったが、客の反応は今一つで、興味は示してもらえませんが、購入にはつながらない。
企業動向関連	輸送用機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車部品の受注量や販売量は落ち気味ではあるが、現時点では良い状況である。

(中国)	繊維工業（監査担当）	受注量や販売量の動き	・売上は、卸、小売共に前年と比べ、5～7%増加している。実需時期が近くなってきたこともあるが、小売では消費税の引上げ前の引取りが多くなっている。一部の商品群では、9月末納期指定の受注が相次ぎ、前年と比べ、売上が2けた増加している商品もある。	
	一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要による販売増がある。	
	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・相変わらず、安値が続いており、しけの日でも高値ならいられないというような客が多いため、物量も動きが鈍い。	
	食料品製造業（総務担当）	取引先の様子	・製造業については変化がなく、製品を輸送するトラックの数も変化していない。	
	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要や反動減もなく横ばいで推移している。	
	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子材料素材関係の受注は落ち込んだままである。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・台風15号、19号等により被害を受けた取引先もあるが、現時点では当社への影響が把握できていない。	
	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・資機材の価格上昇、納期に時間が掛かる、人件費の上昇などマイナス面はあるものの、物件数があるために利益率の高い好条件の物件を選択できている。	
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の受注量等に大きな変化はない。	
	通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・消費税の引上げの影響もなく前年並みの販売額で推移している。	
	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・情報系設備投資は前年度と比べ横ばい状態である。	
	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げ後のマイナス影響はみられない。業種単位で悪化しているものを除き、個々の企業努力やポイント還元施策によって状況を維持している。	
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・台風や大雨などの自然災害が多く、日常生活に活気が感じられない。消費税の引上げ後の受注も一段と厳しくなり、計画を大幅に下回っている。	
	化学工業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・米中貿易摩擦の影響で、主力商品である苛性ソーダの中国向け輸出が低調であり、製品在庫が増加傾向にある。	
	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	・生産量が落ち込み、残業体制不要の職場が発生している。	
	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・輸入材など値下げした材料が入ってきており、国内市況が下落傾向となっているため、取引先各社は従来価格で販売できず、苦戦している。	
	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・今月は受注量が激減し、特需案件を除くと生産能力の半分程度しかなく、受注環境の厳しさが一層強まっている。	
	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	・主要客からの受注量は当月中においても下方修正されている。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	取引先の様子	・手持ち工事量の安全圏とされる2年を割り込む造船所が出ており、マーケットの回復を待たざるを得ない状況が続いている。	
	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・特に個人の取扱数量で、消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動が顕著に出ている。	
金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・地元の完成車メーカーの世界販売が新型車を含めて伸び悩み、生産台数が徐々に減少しているため、地元の系列部品メーカーの受注は低下基調をたどっている。		
金融業（貸付担当）	取引先の様子	・水産物の確保が国内、海外共に低調で関連企業に影響を及ぼしている。		
不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数や成約件数は、前月に比べると悪くなっているが、2～3か月前と比べると余り変わっていない。		
広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が若干減少傾向にあり、客情報からもう少し控え目の内容で進行している。		
	x	-	-	-
雇用関連		-	-	-
		-	-	-

(中国)	人材派遣会社 (経営企画担当)	求人数の動き	・一部業界で求人への動きが弱くなっているが、全体的に人材不足感は継続している。
	求人情報誌製作会社(営業担当)	求人数の動き	・県内の製造業、小売業、サービス業いずれも求人数が引き続き堅調である。
	求人情報誌製作会社(広告担当)	採用者数の動き	・今年の大卒の新卒採用はほぼ終了し、次年度の採用計画を立てる時期となっている。広島県内の企業の大半は採用人数がほぼ前年並みである。早期化するスケジュールに対し、インターンシップの開催や業界研究会への参加を検討する企業がメーカーを中心に目立つほど増えている。3月1日の広報解禁日を前に、いかに学生に認知してもらえるかが採用成功の鍵となっているように見受けられる。広島県の多くの企業は開催時期を8～9月よりも、就職活動直前の1～2月に行っている。
	職業安定所(所長)	求人数の動き	・新規求人は、建設業で技術者や作業員のこれからの繁忙期に向けての求人提出が各社からあり、前年同月比で6割増となったが、この業界の人手不足感が顕著に現れた結果となっている。求人全体では横ばいで推移している。
	職業安定所(雇用関連担当)	求人数の動き	・一部の製造業では米中の貿易摩擦等の影響で生産調整を行っている状況だが、全体的にみると前年同月に比べ新規求人数は増加している。
	民間職業紹介機関(職員)	求人数の動き	・企業の成長過程における管理部門強化のため中間管理職など有識者を採用ケースが増えてきている。
	民間職業紹介機関(人材紹介担当)	求人数の動き	・求人数の動きが芳しくない。
	学校[短期大学](進路指導担当)	求職者数の動き	・求人はあるが、求職者数が少ない。就職希望者はほぼ全員が内定を得ている。
	人材派遣会社(支店長)	求職者数の動き	・例年、9～10月にかけて求職者が増える傾向にあるが、今年は前年と比べても少なく求職者の動きが停滞している。定着率が高いという見方もできるが、求人数と求職者数の対比からも求職者の減少がみられる。
	人材派遣会社(支社長)	求人数の動き	・自動車関連の業務量低下や消費税の引上げに伴う小売業の売上低下など不調要因はあるが、好調要因はない。
	新聞社[求人広告](担当者)	求人数の動き	・当県の有効求人倍率は全国2位の水準であるが、企業の求人数はややマイナス傾向にあり、先行きは不透明である。
	職業安定所(事業所担当)	求人数の動き	・新規求人が2か月連続して前年を下回っており、その中でも宿泊業、飲食サービス業からの新規求人の減少が目立っている。短期間では判断しづらいが、飲食サービス業等の募集活動に若干の変化がみられる。
	職業安定所(職業指導担当)	周辺企業の様子	・事業所の閉鎖等の相談が依然と比較し徐々に増加している。
	学校[大学](就職支援担当)	求人数の動き	・次年度からは大手企業でも求人数を絞り始める企業が出てくる。
	×	求人情報誌製作会社(経営者)	求人数の動き