

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		タクシー運転手	・忘年会シーズンに入ると景気は良くなる。
		テーマパーク（業務担当）	・年間で最も多くの来園があるイルミネーション期間になり、多くの来園者が見込める。
(中国)		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・今後、歳末のバーゲンセールなどがあるため、来客数が増加する。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・日用品を扱う小規模な店舗では売上に変化はないが、ポイント還元の関係で、電気製品など高額商品を扱う店舗の売上は一時的に増加する。
		百貨店（人事担当）	・駆け込み需要の反動も弱まってくる。
		スーパー（店長）	・客が消費税の引上げに慣れてきて、年内には景気はやや良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・年末商戦に向けて単価の上昇が期待できる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・消費税の引上げ後のキャッシュレス・消費者還元事業が続くため、主に食品の販売増が期待できる。
		家電量販店（販売担当）	・年末商戦で景気はやや良くなる。
		家電量販店（企画担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で売上がかなり悪化しているが、3か月後の年末、年始商戦を過ぎる頃には、今よりも状況は改善している。
		乗用車販売店（業務担当）	・消費税の引上げ直後の現在が底の状態、これから徐々に改善する。
		一般レストラン（店長）	・今月が一番消費税の引上げの影響を受ける月であるが、年末にはある程度回復する。また、今月は前年に比べインバウンドが少なかったが、来月以降は順調に入ってくる。
		観光型ホテル（営業担当）	・秋、冬のトップシーズンに向けて景気はやや良くなる。
		タクシー運転手	・現時点で売上がやや増加しているため、年末も増加が期待できる。
		タクシー運転手	・10月に入り、乗車が落ち込んでいたが、月末から持ち直してきており、例年、忘年会シーズンに夜の乗車が増加するので、今年もやや良くなる。
		通信会社（企画担当）	・年末年始に掛けて、携帯キャリアの新料金との対比対照、新端末のリリース等で、格安携帯への関心度は高まる。5Gスタートは来年だが、一般的な関心度も高まっている部分があり、その影響も出てくる。
		テーマパーク（営業担当）	・冬の一大イベントであるイルミネーションの時期に入るため、ファミリー層を中心とした客の動きが活発化する。
		観光名所（館長）	・東京オリンピックに向けてインバウンド効果も含めて、観光需要が増加する。
		その他レジャー施設〔温泉センター〕（担当者）	・年末に向けてリフレッシュや1年間頑張った自分への御褒美等を目的とした客が増加する。
		商店街（理事）	・消費税の引上げや台風等の災害の影響もあって、客の購買意欲が低下していることから、これ以上悪くはならないものの、悪い状態は続く。
		百貨店（営業担当）	・売上が厳しい状況で、今後も前年を上回ることはない。
		百貨店（購買担当）	・前回消費税率が5%から8%に引き上げられた際は、3か月程度厳しい状態が続いたが、4か月後には元に戻っている。今回も、次第に元の状態に戻ることを期待しているが、アパレルに元気がない状態なので、厳しい状況が続く。
	百貨店（外商担当）	・消費税の引上げによる消費者マインドの低下が年内一杯は続く。	
	百貨店（売場担当）	・消費税の引上げの影響は12月まで続くが、これから気温の低下によるファッション関連の動きが活発化し、化粧品品の買いためが一段落する頃にはある程度回復してくる。	
	スーパー（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動が10月前半まで大きく出ていたが、後半になるにつれて、徐々に回復している。ただ、いわゆる買い控え傾向が年末年始あたりになるため、今月と変わらない。	
	スーパー（店長）	・キャッシュレス・消費者還元事業やプレミアム付商品券などの政策は一部の人には恩恵があるが、消費全体が回復するほどの効果は出てこない。	
	スーパー（総務担当）	・傾向に余り変化はないが、キャッシュレス・消費者還元事業等での消費拡大が期待できる。	

スーパー（販売担当）	・消費税の引上げによる影響は次第に落ち着いてくるが、客の来店頻度は減少傾向にあり、景気の上昇を感じるまでには程遠い。
スーパー（営業システム担当）	・暖冬傾向のため気温が余り下がらず鍋物の需要が余り上がらない。また、台風や大雨による被害で野菜等の価格の値上がりも懸念される。
スーパー（販売担当）	・現時点では来客数に変化はなく、今後も変わらない。
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がないため変わらない。
衣料品専門店（代表）	・消費税の引上げの影響があると思われたが、税率の上昇が2%という事もあり、客は余り気にしていない。
家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が想定より大きかったため、年明けまで反動が続く。
乗用車販売店（営業担当）	・新型車が登場する予定もないので、景気の悪い状況が続く。
乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げ後の落ち込みが予想以上で、いつ買っても同じだから購入をゆっくり考える客が増えており、年末年始の拡販期までは現状が続く。
乗用車販売店（店長）	・東京モーターショーも始まり新型車のお披露目もあるため話題には困らないが、当面は現状維持で、2～3か月先の販売台数も余り変わらない。
乗用車販売店（店長）	・来客数が少なく、新車も高額車が売れない。また、サービスでは、柱となる車検入庫が少なくなっており、売上が少なく、利益が見込めない状況になってくる。
乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げの影響もあり客の動きが鈍く、なかなか販売に結び付かない。
乗用車販売店（営業担当）	・来客者や問合せの数がほぼ前年を維持しているため、この状態がしばらく続く。
自動車備品販売店（経営者）	・景気が良くなる要素は出てこない。
その他専門店 [土産物]（経営者）	・年が明け、東京オリンピックのことが話題になるまではこの状況が続く。最低賃金が上がり、人件費が上がるため経営を圧迫してくる。
その他専門店 [和菓子]（経営者）	・増減の要素がそれぞれないため変わらない。
その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動や12月の祝日の減少を考えると、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プラス要因があっても、景気は上向きまではいかず、横ばい状況が続く。
その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が心配するほどではなかったものの、全体的に物販の動きが改善する兆しがみられない。これからボーナス商戦やクリスマスイベントなどが控えているので期待が持てる。
一般レストラン（経営者）	・大口の忘年会の予約は、例年より早く入っているが、今年はポイントやカードの利用に関する問合せが多く、その対応が増えてくる。アルコールの販売の前年割れに歯止めが掛からず、食事中心の宴会が増加しており、客単価が低下傾向にあるので、売上が苦しい状況は変わらない。
一般レストラン（経営者）	・10月の給与も出て、ボーナスの話題も出つつある。人手不足によりボーナスが前年以上の水準になれば、消費税の引上げの影響が少なくなる。
スナック（経営者）	・2～3か月先は年末年始で他の月に比べれば少しは売上が上がるが、景気自体は変わらない。
その他飲食 [サービスエリア内レストラン]（店長）	・消費税の引上げの影響が出てくるが、景気は変わらない。
観光型ホテル（支配人）	・予約状況は例年どおり、冬場の予約が少し厳しいが、全体では余り変わらない状況が続く。
都市型ホテル（企画担当）	・9月の2週にわたる3連休や即位礼正殿の儀の休日などで来客数の増加を見込んでいたが、台風の影響や連休最終日の大きな落ち込みが宿泊、レストランの集客に大きなマイナス要因となっており、先行きの見通しも不透明である。
都市型ホテル（総支配人）	・12月中旬以降はオフ期を向かえ、韓国との関係悪化による定期便運休の影響もあるが、10月末からの地方便の拡充や来年1月からの日中間の便の増加に期待が持てる。

都市型ホテル（企画担当）	・消費税の引上げや災害のニュース等でじわじわと消費者マインドが冷え込んでいる。インバウンド景気も一息ついて、これから忘年会、クリスマスを迎えるなかで、明るい話題がなかなか出てこない。
旅行代理店（経営者）	・気候などにより多少は変動するものの、景気はほとんど変わらない。
旅行代理店（支店長）	・年末年始の申込状況は前年並みであり、今後大きく伸びてくる可能性も低い。
タクシー運転手	・今後も厳しい状況が続く。
通信会社（工事担当）	・消費税の引上げの影響はあるが、景気は変わらない。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げの影響は余りないが、ランニングコストの緊縮傾向が続く。
通信会社（経理担当）	・数か月変動がなく、今後も変わらない。
テーマパーク（管理担当）	・軽減税率の影響はあるが、変化はない。
競艇場（企画営業担当）	・3か月後までのレースの進行時間が現在と同じであるため、変わらない。
設計事務所（経営者）	・落ち着いてじっくり進める客が多く、今後、来客数や購入の動きが大幅に変化することはない。
設計事務所（経営者）	・客が消費税の引上げに慣れるのにはもう少し時間が必要で、相談があってもなかなか前に進まない状況がしばらく続く。
設計事務所（経営者）	・建築に関する景気対策などはなく、建築物価は高値で人手不足が続く。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・財布から出る食費の支出は変わらない。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・どこからも厳しい話しか聞こえてこない。電子マネーの需要が増えて、現金収入が減り、資金繰りが厳しくなっている商店も増えている。
百貨店（経理担当）	・消費税の引上げの影響がどの程度続くのかが気掛かりで、今のところ景気が良くなる要素はない。
百貨店（営業企画担当）	・催事会場中止により、前年の大型物産展実績等の確保が困難となることに加え、送料の高騰により、お歳暮の売上も減少する。
百貨店（売場担当）	・化粧品などは消費税の引上げ前に半年分を購入した客も多く、しばらくは来客数が減少し、まとめ買いも減ることから客単価が下がる。
百貨店（外商担当）	・消費税の引上げの影響が大きく、少なくとも、年内までその影響が続く。特に、衣料品等への影響が大きくなる。
スーパー（店長）	・購買数量の減少が続く。
スーパー（業務開発担当）	・年末に向け、台風等による農作物の不作を原因とする野菜などの価格の上昇に加え、消費意欲の減退や節約志向への回帰も懸念される。
スーパー（販売担当）	・少しずつ状況が悪化しているなかで、景気が良くなる材料も出てこない。
スーパー（管理担当）	・キャッシュレスによる決済は増加しているものの、全体の売上は伸びておらず、還元が終了した時点で売上が低迷することが懸念される。
コンビニ（支店長）	・消費税の引上げの影響が出てくる。
衣料品専門店（経営者）	・地方の景気回復は難しくなってくる。
家電量販店（店長）	・キャッシュレス・消費者還元事業が、今後の状況にかなりの影響を与えるが、現時点では景気はやや悪くなる。
乗用車販売店（統括）	・新型車効果が弱くなり、消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で厳しくなる。
住関連専門店（営業担当）	・現在、大規模な店内改装を行っているが、来客数が少なく、今後も来客数の増加は見込めない。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・消費税の引上げで当分の間は客が慎重に買物を行う。
高級レストラン（事業戦略担当）	・台風被害地域からの予約状況が改善しない。
一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる材料が見当たらず、消費税の引上げの影響が徐々に出てくるため、やや悪くなる。
放送通信サービス（総務経理担当）	・消費税の引上げで家計が圧迫され、支払能力が低下し、料金延滞率が高くなる。また、スマートフォン決済でクレジットカード限度額まで使用し、利用料のカード支払ができない事案が発生しており、今後もこうした事案に注視することが必要になっている。

	観光名所（館長）	・消費税の引上げや韓国からの旅行者の減少で景気はやや悪くなる。
	ゴルフ場（営業担当）	・前年は閑散期の1～2月に韓国からの来場者が多かったが、今のところその時期の事前予約がないため、予約状況としては、例年より悪い。
	美容室（経営者）	・競合相手も同じであるが、求人競争が更に激化し、サービス業の根幹である人が圧倒的に不足してくる。
	住宅販売会社（営業担当）	・住宅の販売傾向として年末年始は販売数が伸びない。
×	商店街（代表者）	・客が本当に必要な物しか買わないようになってくる。
×	商店街（代表者）	・客との会話から買い控えの様子が感じ取られ、今後も客が財布のひもをしっかりと締めてくる。
×	商店街（代表者）	・可処分所得が増加しない状況で、子供服の売上はより厳しくなる。
×	商店街（代表者）	・現状、商店街には生活必需品を販売する店舗が少ないため、飲食店以外の店舗の売上が上昇する見込みはない。
×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・キャッシュレスで決済をする客が増加し、高額商品を現金で購入する高齢層の客が激減している。
×	一般小売店〔靴〕（経営者）	・年末年始やクリスマス需要があったとしても一時的なため、現状のマイナスはカバーできない。
×	スーパー（財務担当）	・食料品には軽減税率の適用があるものの、消費者の心理的な節約による買上点数及び来客数の減少により、既存店の売上の前年割れが続く。
×	コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げ後、工事従事者の来客数が減少しているが、消費税の引上げで工事の件数が減少してくると、今後も工事従事者の来客数の減少が続く。また、消費税の引上げで客の財布のひもが固くなることも、売上の増加を妨げる要因となってくる。
×	通信会社（広報担当）	・消費税の引上げもあり、低価格を追求する傾向が加速してきている。
×	美容室（経営者）	・現在の状況では、今後も売上は悪くなる。
×	美容室（経営者）	・客の節約志向が強まっており、小遣いの中でやりくりするため、売上の増加は期待できず、厳しい状況が続く。
企業 動向 関連 (中国)	輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車関係は、若干低迷状態にあるが、2～3か月後は新車が登場し、繁忙期が来る。
	繊維工業（監査担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動を懸念していたが、その兆候はなく、順調に推移している。
	広告代理店（営業担当）	・例年、受注量が年末、年始の販促拡大でアップしており、今年も上向きに推移する。
	農林水産業（従業員）	・好転する要素がない。
	食料品製造業（総務担当）	・お歳暮のシーズンを迎えるため、例年どおり、通常よりも良くなってくるが、原油価格の高騰による物流費の上昇が懸念される。
	化学工業（総務担当）	・特に変化の要因が見当たらない。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・継続受注品の生産量が落ち込んでおり、しばらくは今の状態が継続する。
	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料素材関係の受注は、低位安定しており、今後もこのままの低位水準で推移する。
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから変わらない。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・当社自体は台風や豪雨災害の影響はないものの、取引先に被害や影響が出ているところもある。まだ詳細を把握できていないが、今のところは変わらない。
	建設業（経営者）	・人手不足は変わらないが、受注量、金額、外注金額のいずれもバランスよく推移している。
	建設業（総務担当）	・この先1年間は予定物件でめどが立つ。
	輸送業（支店長）	・7～9月期は2四半期ぶりの黒字となった。業績回復が遅れているが、今後はコスト等を補う施策が機能していく。
	輸送業（総務担当）	・今後も経済情勢に大きな変化はない。
	通信業（営業企画担当）	・来年度予算が確定する時期となるが、製造系を中心に情報通信系では大きな設備投資が予定されておらず、セキュリティ品質向上等の最低限の投資が多数となる。
	通信業（営業担当）	・災害対策など優先課題の解消が先決で景気へのテコ入れなどは望めない。
	金融業（貸付担当）	・消費税の引上げの個人消費への影響が一段落する。
不動産業（総務担当）	・例年どおり、年内は、賃貸住宅の需要の落ち着いた時期となる。	

	会計事務所（経営者）	・労働力不足や労働時間減少がマイナス要因、東京オリンピックやラグビーワールドカップ等のイベントがプラス要因で全体としては現状維持となる。ただ、頻発する自然災害による経済活動阻害が懸念される。
	食料品製造業（経営者）	・天候不順や自然災害で、季節商材の販売不振が続き、消費税の引上げ後の商品の値上げで、消費活動の低迷が続く。
	木材木製品製造業（経理担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動は余りないが、関東や東北地方を中心とした台風による災害が今後の景気に影響しやや悪くなる。
	化学工業（経営者）	・米中貿易摩擦の影響は輸出企業を中心に拡大しており、引き続き景気の低迷は避けられない。
	鉄鋼業（総務担当）	・市中在庫の削減に時間が掛かるなか、市況も低下しており更に悪化する懸念がある。
	鉄鋼業（総務担当）	・受注量と生産量の見込みからいまだ回復傾向になく、やや悪くなる。
	金属製品製造業（総務担当）	・先行きに対し、受注環境が好転する等のいい情報は全くなく、春から下降傾向が続き、下げ止まっていない。
	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は更新の都度下方修正されており、今後2～3か月先も同様となっている。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・秋の新造船商談にも大きな動きがなく、マーケットの劇的な回復や商談の大幅な再開につながるような要素も余り出てこない。
	金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーの世界販売の伸び悩みがこの先数か月は続き、系列の地元自動車部品メーカーの受注、操業も低下が避けられない。
	x	-
雇用 関連 (中国)	求人情報誌製作会社（経営者）	・10月の状況が悪いので、それよりは良くなる。最低賃金の切替えや消費税の引上げ等で求人数が減少したが、年末に向けて少しは改善する。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・今年予定どおりの採用人数を確保できた企業は約2割で、5割の企業は採用人数の予定数の確保は難しくなっている。これまでと同じやり方では年々採用は厳しくなり、当日開催する説明会の内容や参加したことで得られるメリット、インターンシップなど早期接触の機会を増やすなどを事前に明確にし、参加につなげる努力がますます必要になってくる。
	職業安定所（事業所担当）	・直近では、新規求人数の減少に対して新規求職者数が増加しているものの、特に大型倒産等の情報もなく、有効求人倍率も引き続き2倍台で推移しており、高卒求人も前年同期を1割以上上回っている。
	職業安定所（職業指導担当）	・引き続き求人倍率は高い水準を示しており、人手不足の状況は変わらない。また、来春高校卒業予定者の求人も高く推移しているため、今の状況から特段の変化はない。
	民間職業紹介機関（職員）	・消費税の引上げの影響はさほど見受けられず、消費の落ち込みも余りない。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・求人数に対して求職者数が少ない状況で、採用枠を満たすことができない企業が多くなる。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・現状はそこまで変わらないが、もう少し先をみると東京オリンピック後が心配である。
	人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金の仕組みが2020年4月に施行されるが、派遣会社の方針がいまだに明確でないため、新規採用数は停滞気味である。今後、経費が増加するため、昨今の世界状況も踏まえ、景気は下向きになる。
	人材派遣会社（支店長）	・求職者数の増加の見込みがなく、求人数も減少する。採用を控えて次年度の計画を立て、様子を見ている企業が多くなる。
	人材派遣会社（経営企画担当）	・貿易摩擦の影響と2020年4月から施行される同一労働同一賃金への影響が出てくる。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・年末に向けて求人が充足できず事業の拡大が困難になる企業が増えてくる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・公共事業は平成30年7月豪雨からの復旧に向けた大型案件が多数予定されているものの、米中貿易摩擦、消費税の引上げ、台風災害など、社会環境にとってマイナスの要因が多く噴出しており、個人消費を中心に景況感は悪化する。
	職業安定所（所長）	・近年落ち着いていた経営不振による事業所閉鎖が、木材加工や金属加工の製造業、鮮魚小売業でみられた。宿泊・サービス業では外国人客の入込の減少を心配する声が増えてきており先行きが不透明となっている。

	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・東京オリンピックを来年に控え、好調な感じがあるものの、来年4月に始まる同一労働同一賃金など求人に関する制度がいろいろな問題を引き起こし、先行きを厳しいものにする。
×	人材派遣会社（支社長）	・同一労働同一賃金により派遣利用におけるコストは確実に上昇する。それを受け、直接雇用が加速し、派遣利用が減少する。シェアを取っていかないと間違いなく売上は落ちる。