

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)		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・夏場商戦を前に値上げを含めてメニューの改定をした結果、来客数は全時間帯で前年を上回っており、特にランチタイムは前年の130%を超えている。予約宴会も全体では前年の120%を超えており、好調である。また、平日の来客数が常時前年の130%を超えており、平日と休日の売上の差も縮小し始めている。
		テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・イルミネーションイベントも始まり、また天候も比較的良く、暖かい日も多いので、夜間を含め多くの来園がある。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・今までは大企業を中心に動いていたが、今月は中小企業からも印鑑やゴム印の注文が出ている。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	お客様の様子	・8～9月は消費税の引上げ前で買い控えがあった様子で、10月も消費ムードが下がっていたが、11月は緩やかに回復している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前と比較し、明らかに客の商品買上点数が上がっている。11月に入り、やっと冬らしい気温になったこともあり、今までの反動という形で点数の向上につながっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・前月までは来客数が前年の96%前後で推移していたが、今月は前年の97.5%前後で推移している。
		コンビニ（支店長）	競争相手の様子	・消費税の引上げやキャッシュレス化促進に伴い、還元があるコンビニエンスストアへ人が流れている。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	お客様の様子	・還元があるためキャッシュレス決済を支払に利用する客が増えている。全体的に売上の落ち込みはみられなくなり、客の動きが良くなっている。
		一般レストラン（店長）	販売量の動き	・3か月前に比べると売上の落ち込みは緩やかになってきている。消費税の引上げの影響もやや薄れてきている。
		都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・消費者目線では豪雨災害や天候影響などが起因し、やや消費のトーンダウンがまん延している状況であったが、レストランではやや客足が戻りつつあり売上も上昇している。インパウンドの宿泊者についても団体より個人客が増加傾向にあり、連泊利用も増えている。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・今月は年間を通して一番のトップシーズンでベースのビジネス客層はもちろん、観光客層のほか、学会、大会の需要も多い月となっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・消費税の引上げから少し落ち着いてきた様子で、11月は利用客も増加している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月は観光客の利用が上向いている。
		テーマパーク（営業担当）	来客数の動き	・暖かい日が続いており、イルミネーションの入場者数も好調に推移している。
		設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・競合他社を含め好不調の差はあるものの受注は堅調である。出入りの業者の聞き取りでも発注量はあり、しばらくは良い状況が続く。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・今月も買い控えが多く、客が不要な物は買っていない。
		商店街（理事）	お客様の様子	・消費税の引上げの影響は余りないが、消費者の購買意欲が高まったわけでもなく、変わらない。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・クリスマスや年末に向けて、少しは人の動きが出てくるが、現在もバーゲンセールなどでは客の動きが出てきている。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響がない食料品、観光土産品、お歳暮ギフトが好調で、消費税の引上げの影響で10月に落ち込んだ部門も徐々に回復傾向にあることから、今月はほぼ前年並みの実績になっている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・消費税の引上げと暖冬が重なり、若い層に対するコートなどの衣料の販売が良くない。デザイナーズ系やミセス系はウール系のコートが例年より好調だが、婦人服全体ではバーゲンセールのお陰で何とか前年並みを維持している状況である。

百貨店（売場担当）	お客様の様子	・消費税の引上げからほぼ2か月がたつが、宝飾品、化粧品、婦人服、紳士服などで影響がまだまだ残っている。気温が高めに推移しているので防寒用品や防寒衣料も苦戦が続いている。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・9月に消費税の引上げ前の駆け込み需要が大きかった化粧品、ラグジュアリーブランドの反動減が11月になっても続いている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年の97.5%で、平日の来客数は減少している。客は無駄な買物をしない傾向にある。
スーパー（総務担当）	単価の動き	・来客数や買上点数の下がり方に比べ、客単価は下がっていない。
スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数だけでなく、客単価の伸びも鈍く、厳しい状況が続いている。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・消費税の引上げに伴う影響は少なからずあるが、大きな影響はなく、変わらない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税の引上げの影響やキャッシュレスの勢いが前月より感じられない。
コンビニ（副地域ブロック長）	お客様の様子	・消費税の引上げ後、消費が冷え込んでおり、特に夕方以降の来客数の微減が続いている。主力商材の米飯、麺類の販売数量が減少しており、外食や中食を控える流れもある。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・今月は店舗がオープンした月で一時的に来客数が多いが、今後は通常の来客数に戻る。
家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・来客数は減っているが、客単価や粗利は上がっている。
乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・ショッピングモール等の移動展示会にも積極的に参加しているが、効果はなく、高額商品に対する客の動きは鈍くなっている。
自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・思ったほど消費税の引上げによる落ち込みもなく、消費税の引上げ前と変わらず推移している。
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・消費税の引上げに伴う落ち込みは予想に反して少なく、今後もキャッシュレス決済の混乱は残るが、おおむね変わらない情勢で年末を迎える。
スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数自体は、ほとんど変わりがなく、景気が良くなってはいない。
観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・現在トップシーズンのため来客数の増加を感じられる。
観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・11月は紅葉シーズンで例年以上の来客数があったが、12月の忘年会シーズンは前年より来客数が減少する。
旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・好景気になる材料が、旅行業界では現在ない。
旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響で全体的に購買が減少している感があり前年並みで推移している。
タクシー運転手	単価の動き	・利用の中心が企業から高齢者へと変わりつつあり、良くない状況が続いている。
タクシー運転手	来客数の動き	・悪い状況が続いている。
タクシー運転手	お客様の様子	・客が消費税の引上げに慣れ、通常の状態に戻ってきている。また、11月に入って、天候が良かったり、イベントが開催されたりした関係で、昼間のタクシー利用は好調であるが、一方で、夜は12月に忘年会があり、客が飲みを控えているためかかなり暇な状態で、全体では変わらない。
通信会社（経理担当）	お客様の様子	・ここ数か月大きな変動はみられない。
通信会社（企画担当）	お客様の様子	・ボーナス月も間近となってきたが、モバイル関連、4K関連の商材もいまだ盛り上がっていない。
放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・現時点では消費税の引上げの関係で契約が大きく動いている案件はない。利用料については後払い引き落としなので、消費税の引上げによる家計への影響はまだない。
通信会社（工事担当）	お客様の様子	・消費税の引上げ後も変わっていない。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・キャッシュレス・消費者還元事業などもあって、当初危惧していた消費税の引上げの影響は目立っておらず、ここ3か月間で大きな変化はない。
テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・商品の売上状況が変わらない。

観光名所（館長）	来客数の動き	・天候が落ち着いていることで悪くはなっていないが、新しいイベントやトピックスもないので横ばい傾向である。
ゴルフ場（営業担当）	単価の動き	・来客数の動きは変わらないが、客単価が落ちてきているため、売上が減少している。韓国からの来場は相変わらず悪い。
設計事務所（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げ前後の引き合いは低調な状況が続いている。
設計事務所（経営者）	販売量の動き	・消費税の引上げ後は民間受注に対する動きが悪く、なかなか売上が伸びてこない。
商店街（代表者）	単価の動き	・暖冬で冬物衣料が全く売れない。
商店街（代表者）	お客様の様子	・前月に続いて来客数が大変少なく売上の確保が厳しい。
一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・客単価や来客数減少による売上不振が著しい。消費税の引上げ後の消費動向は節約傾向にある。
一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・地元を中心に国内の売上が前年を下回り、海外も競争が激しく売上を落としている。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響もあり、100万円以上の美術品、宝飾品、ブランド品が売れず、厳しい。
百貨店（外商担当）	お客様の様子	・消費税の引上げの影響は和らいできたが、まだまだ前年を上回るような客の購買意欲は感じられない。
百貨店（購買担当）	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動もあり11月はかなり厳しい状況で、来客数が少なく、客単価も大幅に減少している。また、暖冬の影響で本来売らねばならないジャケットやブルゾンなど中衣料の売上が厳しく、苦戦しており、アパレル関係では、経費削減のため人員削減する売場も出てきている。
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、売上は前年割れで推移している。
スーパー（店長）	来客数の動き	・消費税の引上げ後、来客数の減少が続いている。
スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・キャッシュレス・消費者還元事業の最初の滑り出しはそこそこ良かったものの、1か月たつと元の状況と変わらなくなってきた。電子マネーへのチャージ額が減り、財布の中と違いチャージ総額からどんどん減っていく金額に警戒感が強くなり一層の節約志向へと傾いている。
スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上が前年比104%、来客数が前年比113%と数字だけを見れば悪くはないが、販売点数と客単価はここ数か月では一番悪い。消費税の引上げ対策として10月に販売促進施策を乱発した反動が出ている。特に、高単価の商材でその傾向が強く、売上不振に影響を及ぼしている。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・昼に来店する客が単価の低い物ばかり購入している。また、軽減税率の関係で昼間にイトインコーナーを利用する客が減少している。
衣料品専門店（経営者）	競争相手の様子	・近所の老舗の呉服屋が閉店するなど厳しい状況である。
家電量販店（店長）	お客様の様子	・消費税の引上げ後、客が買物を控える傾向にあり、客の動きが鈍くなっている。
乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・11月の販売量は前年比70%と大変厳しい状況となっている。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・9月から販売台数の前年割れが続いており、来客数も伸び悩んでいる。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新型車が発表されたが、来客数が多かったのは1週目だけで、2週目以降、客がぱったり来なくなっている。
住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・大きなイベントを開催したため、一時的に来客数が大幅に増加したが、イベント後は元の来客数に戻っている。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	単価の動き	・来客数は例年並みだが、単価が下がっている。
その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・消費税の引上げに加え、ボーナス支給前であることから、客の財布のひもが固く、買物に慎重になっている。

	その他小売 [ショッピング センター] (支 配人)	販売量の動き	・気温与件もあるが、消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動や消費税の引上げの影響が、当月に入っても、高額商品、飲食、サービスを中心に続いている。
	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	・前年に比べ、イベントなどで来客数が増加しても館内の売上が伸びず、客が目的以外の買物をしない傾向が目立ってきている。
	高級レストラン (事業戦略担 当)	販売量の動き	・予約数が伸び悩んでいる。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・消費税の引上げの影響がじんわりと出ている。また、カード決済も当初より伸びがなくなっている。
	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がどうかは分からないが、販売量が伸び悩んできている。
	通信会社 (販売 企画担当)	来客数の動き	・消費税の引上げ後、来客数は減少している。
	競艇場 (企画営 業担当)	販売量の動き	・西日の影響を受けない時間に発売時間を設定する必要があり、発売時間が大幅に減少したことから、販売量が減少している。
	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・様々なイベントを実施しても、なかなか客の動員ができず、苦戦している。
×	商店街 (代表 者)	販売量の動き	・消費税の引上げ後、来客数、販売量共に減少しており、買い控え感がひしひしと感じられる。
×	一般小売店 [眼 鏡] (経営者)	来客数の動き	・消費税の引上げ後、月を追うごとに来客数が減ってきている。
×	スーパー (財務 担当)	販売量の動き	・消費税の引上げ後、競合他社の激しい販促や消費者の心理的な節約により、1品単価は前年と変わらないが、買上点数が前年を大幅に下回り、結果として既存店売上が前年を下回っている。
×	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が続いていることに加え、暖冬傾向で暖房商品の動きも悪いことから、売上は前年比85%と苦戦している。
×	家電量販店 (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、販売量が前年の9割程度になっている。
×	その他専門店 [時計] (経営 者)	来客数の動き	・消費税の引上げ後、来客数が減少し、高額商品が売れなくなっていることから、10~11月の売上は大幅に減少している。
×	通信会社 (広報 担当)	お客様の様子	・客は消費税の引上げもあり、単価が安いものを求めている。
×	美容室 (経営 者)	競争相手の様子	・今月は売上が全くあがっていない。
×	美容室 (経営 者)	来客数の動き	・客が髪をカットするサイクルが少し長くなっており、毎月の来客数が減少している。また、年金受給者は年金支給日以降でないと来客しないようになってきている。
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	・多少の足踏みはあるが、現時点では高水準を維持している。
(中国)	-	-	-
	食料品製造業 (総務担当)	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は特になく、受注量や販売量に大きな変化はない。
	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	・生産量拡大の状況にはなく、ここ最近の水準と変化はない。ただ、納期対応で特定部門の残業時間が増加している。
	非鉄金属製造業 (業務担当)	受注量や販売量 の動き	・電子材料分野の出荷量は低調であり改善されていない。
	建設業 (総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・多少技術職の空きが出てきているものの、予定物件の時期がずれた関係で仕事量は十分ある。また、高力ボルトの納期についても改善の兆しがみられる。
	輸送業 (総務担 当)	取引先の様子	・客の受注量は若干減少傾向が続いている。
	通信業 (営業担 当)	競争相手の様子	・従来と特に変わったことがない。
	金融業 (融資企 画担当)	取引先の様子	・地元完成車メーカーの世界販売が新型車やSUVを中心に低調なため、系列の地元部品メーカーの受注は減少傾向で、工場の操業も徐々に低下している。

	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数は微増であるが、成約件数はほぼ横ばいである。	
	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・プラスマイナスが混在している。消費者側は消費税の引上げの影響がポイント還元等の効果で緩和されているが、企業側は消費税納付の際の負担感が増加している。自社の人手不足はあるものの、取引先の人手不足から生じる外注受託業務は増加している。	
	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・単価を上げると買ってもらえないことが多い。	
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年と比べ、季節商材の受注量が1割程度減少している。	
	繊維工業（監査担当）	受注量や販売量の動き	・9月までは消費税の引上げ前の駆け込み需要があり、前期比プラスで好調に推移していたが、10月以降は反動減で予測以上に落ち込んでいる。	
	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げと台風の災害の影響があるのか、前年に比べ景気がやや悪くなっており、客の購買意欲も低下している。	
	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・米中貿易摩擦の影響を顕著に受けて、主要取引先の中でも特に自動車、半導体向けの製品の受注量が減少している。	
	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械業界からの受注が激減した影響を受け、11月より定時操業でも空きが出始めている。	
	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の反動による販売減がみられる。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・主要客の設備投資が谷間にあることや、取引先の売上高が生産終了に伴い減少していることなどから、前期に比べ売上や利益が減少している。	
	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	・主要客からの受注量は内示ごとに減少している。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	取引先の様子	・一部の船種において運賃の改善等、市況の好転はあるものの、目前に控えた環境規制への対応見極めのため、新造船の商談は依然として停滞している。	
	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げの影響もあるが、市場が動いておらず、また、荷物も小さい荷物が増えている。	
	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・サービス提供中のユーザにおいて情報通信の固定通信費用に関するコスト削減が進んでおり、情報系サービスへの設備投資の検討が進んでいるため売上としては減少傾向にある。	
	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・前年と比べると、輸出入額共に減少傾向が継続し、百貨店や観光業の売上も減少が目立っている。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・客からの受注が減少傾向で推移している。	
	×	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・輸入材の安値攻勢により市況が下落しており、当社の取引先も価格維持ができず収益を圧迫している。
雇用関連	-	-	-	
(中国)	求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・業種別では流通やサービス業でも求人数が減少していない。	
	求人情報誌製作会社（広告担当）	周辺企業の様子	・2020年4月に入社予定の大学生の採用充足率は80.4%で、売手市場が続いている。前年の入社実績数と今年の内定者数はほぼ同数、2017年から採用充足率は右肩下がり、中小企業の厳しい状況が続いている。業種的には小売が厳しい。次年度も採用充足数の不足に伴い、募集人数は企業によっては増加している。	
	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人は、自動車部品製造や玩具製造で堅調な受注を反映して大口求人のあった製造業が前年同月比2割増となったものの、サービス業や運輸業が低調だったことから、全体では横ばいとなっている。	
	職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・米中貿易摩擦や英国のEU離脱問題が影響し、一部の製造業では新規求人数が減少している。一方で求職者数も減少傾向にあることから求人倍率は引き続き高い水準で推移している。	

	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数は2か月連続の前年割れから一転して8.3%の増加となっている。直近の産業別増減では、建設業、情報通信業等で減少した反面、宿泊業、飲食サービス業、医療、福祉では大幅に増加している。月ごとで増減を繰り返していることから、引き続き単月では判断しづらい状況である。
	職業安定所（職業指導担当）	求職者数の動き	・例年と比較して求職者の状況に特段の変化は認められない。
	人材派遣会社（経営企画担当）	求人数の動き	・米中貿易摩擦の影響により製造業がやや弱い動きをしている。
	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・Web、紙媒体、ハローワークなど様々な情報収集が可能であるが、全体的に求職者からの応募やエントリーの数が減少している。
	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・ここ数か月間、求人数が減少傾向であり、来年4月施行の同一労働同一賃金により企業の派遣採用意欲も減退傾向にある。
	求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・消費税の引上げや最低賃金の改定により新たな給与体系を考えなければならなくなった企業等が求人広告の掲載を迷っている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・底堅い県内景気や高齢化に伴う労働人口の減少などによる慢性的な人手不足で企業経営が圧迫されており、倒産するケースも発生している。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・自動車関連メーカーが熱望していた技術者を案内しても書類選考で見送りとなっている。2～3か月前であれば、面接が行われる求職者であったが、現在は業界を取り巻く環境が厳しくなり、採用の絞り込みが行われている。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	求人数の動き	・年末の短期募集など通常であれば反響のある募集も苦戦している。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	周辺企業の様子	・製造業関連の求人が少なくなってきており、景気は全体的に悪化傾向にある。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	周辺企業の様子	・人員削減のニュースなどもあり、景気はやや悪くなっている。
x	-	-	-