

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)		商店街（代表者）	・危機的な状況が続いているが、今後は良くなる。
		商店街（理事）	・新年を迎えたり、季節が変わったりと環境が変化することで、気分的に景気が上向いていく。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・年末にいつもよりも年賀状の挨拶用の名刺の注文が多くあったことから、景気はやや良くなる。
		スーパー（店長）	・冬のボーナスについて、企業ごとの格差は当然ながらあるとしても、全体として景気が上向いている。直近の購入商品の動向でも、高単価、購入数増加の様相が出ており、年末商戦の結果が大きく左右するものの、客単価の上昇と購入点数の上昇は確実なものになる。
		スーパー（販売担当）	・ここ数か月、来客数は好調に推移しており、消費税の引上げの影響はほとんど見受けられない。今後、冬物処分から春商戦を迎えるに当たり天候不順等、特別な外的要因でもない限り、現状より悪くならない。
		コンビニ（エリア担当）	・年末年始の9連休に期待が持てる。
		家電量販店（販売担当）	・初売りや新生活需要に期待が持てる。
		家電量販店（企画担当）	・消費税の引上げ後、売上は良くないが、2月以降は良くなる。
		乗用車販売店（業務担当）	・1～3月の大增販期を迎えるため、ある程度の販売量の回復が見込める。
		乗用車販売店（営業担当）	・3か月後は決算期で、来客数が増え、販売台数やサービスの売上も増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・商品ラインアップがいいので、今後は良くなる。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税の引上げの影響が緩和されていく。
		観光型ホテル（営業担当）	・年末年始に来客数の増加が見込めるが、それ以降は例年どおり落ち込みがある。
		競艇場（企画営業担当）	・2か月後の中旬には、G1競走が開催されるため、売上が確保できる。
		住宅販売会社（営業担当）	・問合せも多くこれから販売量が増えていく。
		商店街（代表者）	・商店街の各店は引き続き売上の確保が厳しく、景気の良さを感じていない。また、売上の減少並びにキャッシュレスによる販売で、月2回の入金で仕入先等への支払が難しくなる店舗も多く、商店街の脱退依頼が増えてくる。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・先行きに対する不透明感がなくなる限り、生活防衛が更に強くなっていく。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・人の流れもさほど変わっておらず、今後も売上は増加しない。
		百貨店（経理担当）	・消費税の引上げの影響で前年をやや下回る状況がしばらく続く。
		百貨店（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が少なく、消費税の引上げ後も買い控えが強くなってくる。
	百貨店（購買担当）	・来春に大幅な改装を控え、2か月間、2フロアのシャッターが閉まるため、今までどおりの来客数を確保することが難しいが、売り尽くしセールや春物の訴求などで何とか現状を維持する。	
	百貨店（外商担当）	・消費税の引上げ後は食品や日用品といった生活必需品は好調を維持しているが、その他、特にぜいたく品や趣味嗜好の強い高額商品は今後も厳しい状況が続く。	
	スーパー（店長）	・来客数が半年以上前年の97～98%で推移しており、この状況が続いていく。	
	スーパー（店長）	・客の購入数量の落ち込みが続き、良くならない。	
	スーパー（店長）	・特に良くなる要素がない。	
	スーパー（総務担当）	・行事ごとへの出費が控えられているが、今後は日常も必要以外の購買が控えられる。	
	スーパー（管理担当）	・上昇傾向を維持したいところだが、依然として節約志向は強く、今後も変わらない。	
	スーパー（財務担当）	・年末、年始の晴れの日需要の反動により、正月明け以降は節約で既存店売上の前年割れが続く。	
	スーパー（販売担当）	・消費税の引上げ後も景気に変化はなく、今後も変わらない。	

スーパー（販売担当）	・景気が良くなる材料も悪くなる材料も見当たらないため、変わらない。
スーパー（営業システム担当）	・予約商品の動きが芳しくなく、ケーキは販売金額で前年を僅かに上回るものの、販売数量が減っている。年末年始の予約も前年を下回っており、客の節制が続く。
コンビニ（副地域ブロック長）	・年末年始の大型連休を控え、客の財布のひもが固くなっている。大きなイベントや新たな商品、サービスが必要である。今後、公共工事などが活性化してくるが、景気が良くなるかは未知数である。
衣料品専門店（代表）	・景気が良くなる要因がない。
家電量販店（店長）	・暖冬の影響で冬物の動きも鈍く、ボーナス商戦も終わり、東京オリンピック景気に期待するだけである。
家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動もなくなり、今後徐々に安定する。
家電量販店（店長）	・今後しばらくはパソコンやスマートフォンの落ち込みが予想される。東京オリンピック開催によるテレビ等の映像機器の需要も不透明で、家電業界は景気が良くなる要素が見当たらない。
乗用車販売店（店長）	・年が明けても客の動きは活発にならない。3月の決算を控え、不安要素しかない。
乗用車販売店（営業担当）	・新規の客の年末の来場も増加していないので、今の悪い状態が続く。
自動車備品販売店（経営者）	・何かカンフル剤になるようなことがなければ、今後も今と変わらないか、少しずつ落ちていくだけで、先行きを楽観視できない。
その他専門店 [和菓子]（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
その他専門店 [土産物]（経営者）	・年末の売上がばつとしないため、この先も見通しは厳しい。
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が落ち着き、東京オリンピック関連需要が期待される一方で、プレミアム付商品券が3月で終了、ポイント還元施策も頭打ちとなり、マンネリ化することから、景気は平行線をたどる。
その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	・消費税の引上げ後、経済的なてこ入れもなく、消費者マインドは低下したままの状態が続いている。一部、株価上昇など好材料のニュースが流れるものの、一般消費者には実感がなく、年末商材の購入もまとめ買いなどの意識が低いことから、今後も景気は変わらない。
高級レストラン（事業戦略担当）	・良くなるトピックスが出てこない。
一般レストラン（経営者）	・忘年会シーズンは終わったが、今後も、送別会、歓迎会、合格祝い会などの需要がある。ただ、職場での利用が減少しているため、売上が懸念される。また、アルコールを提供する宴会よりもノンアルコールの食事が増加する現状があるので、1件当たりの単価が伸びず、前年から売上が変化しない。
一般レストラン（経営者）	・地方でのボーナスも例年どおり支給され、人手不足と重なり給与上昇の実感が客に出ているが、景気は変わらない。
一般レストラン（店長）	・大きく伸びることは期待できないが、消費税の引上げの影響も落ち着いてきており、客も戻ってきているので大きな落ち込みも起こらない。
スナック（経営者）	・何十年も景気の低迷が続いている業界で景気回復の要因が見当たらない。
都市型ホテル（企画担当）	・前年と比較して、宴会や宿泊の先行受注状況は良くない。受験シーズンや卒業、謝恩会等の需要は前年並みであり、市場環境での特需要素が全くない。個人消費においては、消費税の引上げの余波が継続する。
都市型ホテル（企画担当）	・浮上する理由がなかなか見当たらない。
旅行代理店（経営者）	・元気になる企業も少なく、インターネットでの申込みが多く、旅行業の本質が変わりつつある。
旅行代理店（支店長）	・年度末に向かっていくが、全体的な景況感が決して良くはないので、今と状況は変わらない。
タクシー運転手	・2月の料金値上げがタクシー業界にどのような影響を及ぼすかよく分からないが、今の良い状態から考えると、今後も急に悪くはならない。
タクシー運転手	・今後も余り期待できない。

放送通信サービス（総務 経理担当）	・心配していた消費税の引上げの家計への影響もさほど感じられていないが、現状より景気が良くなる気配も感じられない。
通信会社（企画担当）	・消費税の引上げという暗い話題もあるが、東京オリンピック・パラリンピックが近づき、4Kや8Kも含めて前向きな感覚が出ている。来年に向け、好転ではないものの、悪くなることはない。
通信会社（経理担当）	・徐々に良くなっているように感じるが、2～3か月ではそれほど変化はない。
通信会社（工事担当）	・客の様子を見ると、景気は変わらない。
テーマパーク（営業担当）	・花の少ない時期であり、例年並みの入園者になる。
テーマパーク（管理担当）	・キャッシュレス消費者還元事業により景気は変わらない。
観光名所（館長）	・予約状況等から例年と変わらない。
観光名所（館長）	・景気が良くなる要素が見当たらない。来年開催される東京オリンピックが景気にどのような影響を与えるかを注意深く見ていく必要がある。
その他レジャー施設〔温泉センター〕（担当者）	・温浴業界は、冬の時期は利用者が増えるが、食事やリラクゼーションの利用がここ数年減っているため変わらない。
設計事務所（経営者）	・官の建物の長寿命化工事、民間のリフォーム工事等に動きはあるが、新年度以降の工事見通しが立っていないので、今後の景気上昇も見えていない。
設計事務所（経営者）	・来場の客の様子からしてもしばらくは伸びが見られない。
設計事務所（経営者）	・建築業界で景気が上向き要因は見当たらない。
住宅販売会社（従業員）	・東京オリンピックのある夏頃までは今の状態が続く。
百貨店（売場担当）	・コートやブーツなど高単価な季節商材が定価で動かず、ブランドより価格中心の実需商品の動き一辺倒になっており、トレンドとしての動きが店頭で全く見えないことから、今後も厳しい状況が続く。
百貨店（売場担当）	・地方の百貨店は消費動向より業態としての厳しさに直面している。商品群として化粧品のような好調部門はあるものの、全体ではマイナスのトレンドが続く。
百貨店（外商担当）	・消費税の引上げの影響が大きく、特に婦人衣料の低迷が続いており、今後も回復の見込みが立たない。また、食品、特に生鮮食品の苦戦も続く。
百貨店（営業企画担当）	・ここ数か月の状況からみても、今後、買上単価の低下から回復する見込みがない。
スーパー（業務開発担当）	・消費税の引上げ前は、客が電子マネーに多めにチャージしていたが、最近のチャージ額は当日の買物に必要な3000円、2000円で、それ以上の買物をしておらず、客単価が低下しており、今後も客単価の低下傾向が続く。
コンビニ（支店長）	・時間の経過とともに消費税の引上げの影響が出てくる。
衣料品専門店（経営者）	・消費が上向き兆しが無い。
乗用車販売店（店長）	・車検該当客への販促で購入意欲の低さをはっきりと感じる。年度末だからという理由だけでは厳しい。
乗用車販売店（統括）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減が続く。
住関連専門店（営業担当）	・景気が上向き好材料が全く出てこない。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・ボーナス支給月の12月でも客の買物に対する行動が慎重なので、今後も景気が良くなる材料が出てこない。
一般レストラン（経営者）	・ボーナスの支給で一時的に景気は良くなったが、今後は悪くなる。
観光型ホテル（支配人）	・これから冬本番となるが、山間部は雪が降ると、ふだんより客足が遠のいてくる。
都市型ホテル（総支配人）	・前年はふっこう割による対策により底上げされたが、それに代わる対策が見込まれず、先行予約も低調なため、やや悪くなる。
タクシー運転手	・2月に基本料金の値上げが予定されているため、客足が遠のく。
通信会社（営業担当）	・節約志向が更に強まる。
テーマパーク（業務担当）	・イルミネーションイベントも終わり、雪の多く降る時期となり、来園者が少なくなる。
ゴルフ場（営業担当）	・閑散期は、国内は単価は下がりつつあるが、人数は確保できている。韓国からの集客が鍵となるため、悪くなる。

	美容室（経営者）	・消費税の引上げや働き方改革などで収入が減った人もおり、人によっては消費が冷え込む。	
	美容室（経営者）	・今後も売上の増加の見込みがない。	
	美容室（経営者）	・客が趣味や娯楽には金を使っているようだが、ファッションやおしゃれへの支出は必要最低限に抑えるので、やや悪くなる。	
	×	商店街（代表者）	・店頭の売上が上がらず、売上が前年を下回る日が多くなっており、今後も厳しい。
	×	商店街（代表者）	・客の買い控えが習慣化しており、優良客の来店頻度も減少している。
	×	商店街（代表者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
	×	一般小売店〔茶〕（経営者）	・12月以降1～2月は売上額が極端に低くなるので、今期の決算は相当厳しい結果になる。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・高齢者が多く消費を抑える客が多い。
	×	コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げ以降、来客数が伸び悩んでいる。コンビニのイトインコーナーを利用すると、消費税率が8%でなく、10%となるため、今後も客がコンビニ以外の所で食事をしたり、コンビニへの来店回数を減らしたりするようになってくる。
企業 動向 関連  (中国)	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先にいろいろな部品の受注が予定されているため、景気が良くなる。	
	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期に入るため、来店数、成約件数は大幅に増える。	
	繊維工業（監査担当）	・卸段階の売上増から推測して、実需に向けての商品仕込みが多めになっていると思われ、前売りの増加が期待できる。	
	鉄鋼業（総務担当）	・直近の受注見通しより工具鋼は低調のままだが、電子部品関係が一部回復する。	
	通信業（営業企画担当）	・セキュリティやIoT関連、RPAといったソリューションの期待と検討が増加し、新しい情報通信技術の導入が地方でも実現してくる。	
	食料品製造業（総務担当）	・海外から原料の買い付けを行っているが、貿易摩擦に加え、原料価格の高騰の懸念も出てくる。	
	化学工業（総務担当）	・米中貿易摩擦の動きが少し落ち着いてくる。	
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・新規引き合い、新規輸出の決定もしばらくなく現在の生産水準が継続する。	
	鉄鋼業（総務担当）	・米中貿易摩擦の影響が長期化しており需要の回復がすぐには見込めない。このような環境下、市中在庫も高位継続で市況の押し下げ要因にもなっており、先行きは不透明である。	
	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料素材や金属加工素材の受注量の回復は見通せない。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・国内造船各社が主力とするばら積み船のマーケットでは、新たな環境規制対応の見極め等により、発注の様子見が続いているが、年明け以降の新造船商談再開に期待が持てる。	
	建設業（総務担当）	・今後2～3年先の景気の悪化に備えての営業活動が重要視されてくる。	
	通信業（営業担当）	・消費税の引上げの影響は特に感じられないものの、法人ユーザの通信設備への投資は優先度が低く、コスト削減提案などサービスの受入れがある程度堅調に推移する。	
	金融業（貸付担当）	・年末需要も一段落し、今後、全体的に企業の取引量に目立った変化はない。	
	会計事務所（経営者）	・働き方改革や人手不足を受けて間接業務の受託は増加する。コンサルティング系業務は変動要因が多いが、新年は総じて現状レベルを維持できる。	
	食料品製造業（経営者）	・新年を迎えるが、今後も消費の減退が一段と進み、客が欲しい物を買えない状況が続く。	
	木材木製品製造業（経理担当）	・引き続き、新設住宅着工戸数の減少が見込まれ、将来の景気はやや悪くなるが、年度末に向けて、やや持ち直す可能性もある。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・今のところ、取引先の設備投資の再開等の予定はなく、しばらく低迷が続く。	
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの内示では、対前回内示比で減少が続く。	
	建設業（経営者）	・政治家が逮捕されるなど、政権にマイナス要因が今後もっと出てきそうであり、その影響が出てくる。	
輸送業（総務担当）	・主に製造業の客の生産計画が減少し、合わせて受注量も減少傾向が強くなっていく。		

	輸送業（総務・人事担当）	・年明け以降受注数量が減少する見通しである。
	金融業（融資企画担当）	・当面、地元完成車メーカーの世界販売の不振が続くとみられるため系列の地元部品メーカーの受注は減少基調を避けられない。
	広告代理店（営業担当）	・客情報及び例年の傾向から下降で進行する。
	化学工業（経営者）	・米中貿易摩擦の影響が欧州、東南アジアへも影響しており、特に車関連業種で顕著に現れている。当面は原料の受注量が減少する。
	×	
	金属製品製造業（総務担当）	・引き合い件数自体が減少しており、先行きに対し、明るい情報が見当たらない。
	×	
	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悪くなる。
	×	
雇用 関連  (中国)	-	-
	求人情報誌製作会社（経営者）	・3か月後の3月は学生の卒業時期になるので例年どおりアルバイトやパートの求人が増加し、正社員の求人も最繁忙期になるので増加する。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・企業や自治体で春の組織改編、人事異動を控え、求人ニーズが高まっていく時期のため、堅調に推移している求人ニーズが引き上げられる。
	人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金が4月に始まるに当たり、各社とも採用を控える動きがあるが、人手不足は続くので、求職者とのアンマッチをいかになくすかが鍵となる。
	人材派遣会社（支店長）	・この時期から次年度の予算組みや人員計画を作る企業が多いが、新卒採用以外のキャリア採用には慎重な傾向がある。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・次年度の採用活動については、非常に厳しくなる、厳しいと答える企業が全体の7割と多く、業界別では小売と金融が特に厳しくなるという予想を立てている。採用人数については、前年並みと答える企業が最も多いが、増やす企業は前年より少ない。採用者の質にはまあまあ満足しているが、採用人数については、引き続き、課題が残る見込みである。
	職業安定所（職業指導担当）	・年が変わることにより景気は上向き傾向になるものの、それに伴う人材不足が懸念される。
	職業安定所（事業所担当）	・引き続き高卒求人が前年同期比で1割以上増加しており、雇用保険適用事業所数、被保険者数も微増傾向で推移していく。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・今後2～3か月は変わらないが、それ以降は景気は悪くなる一方である。
	学校[短期大学]（進路指導担当）	・求人数の減少はみられるが、売手市場は継続しているため、景気の悪化という状態までには至らない。
	人材派遣会社（経営企画担当）	・米中貿易摩擦の動向を懸念している。
	人材派遣会社（支社長）	・市況感としては地元完成車メーカー系は一様に採用抑制の動きが強く、求人が減少していく。人材サービス業界としては同一労働同一賃金の対応に営業は時間を割かれ、営業活動が滞り、求人が減少していく。
	新聞社[求人広告]（担当者）	・米中貿易摩擦や中国経済の減速に伴い、製造業に影響が出始め、採用人員にブレーキが掛かる。
	職業安定所（所長）	・来春の新卒求人数は過去最高となった前年同様の好調な動きとなっているが、一方で、人手不足感が支配的となっており、必要な人材確保が困難なため生産計画への影響を心配する声が多からずある。
	民間職業紹介機関（職員）	・好調を維持してきた建設業であるが、東北復興関連も一時期に比べ落ち着いてきており、事業所を閉鎖するところも出てきている。その東北から中国地方の10数名規模の建設会社に面接に来た人がいるということを知り、東京オリンピック需要も落ち着くなか、先行き不安を感じる。
	学校[大学]（就職支援担当）	・企業の人の話では、今後、景気は少し悪くなる見通しである。
×	-	-