

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)		テーマパーク（業務担当）	・冬の閑散期も終わり、例年多くの来園がある春の花の時期に入る。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・今後、天候も良くなり、入学シーズンも訪れるので、景気は少しずつ良くなっていく。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・オリンピック開催時期にはアパレル需要が減少する傾向があるが、オーダーメイド靴はアパレルというより宝飾品に近いので、東京オリンピック景気から良い影響を受けられる可能性が高い。
		百貨店（営業企画担当）	・現在改装で閉鎖しているフロアが春にはオープンするので客の動向も変化してくる。
		スーパー（販売担当）	・徐々にではあるが、まとめ買いをする客、高価格の商品を購入する客も増えてきており、客単価はここ数か月で1番良いことから、しばらくの間好景気の波は持続する。
		コンビニ（副地域プロック長）	・自宅で食事をする家庭が増えていることから、ファーストフード、おかず、パンなどの動きが期待できる。
		家電量販店（店長）	・東京オリンピックや買換えサイクルの影響で、テレビ等の映像商品は伸びる要素があるが、パソコンの需要を先食いしているため、家電トータルではやや悪くなる。ただ、数少ない成長分野である住宅リフォームの伸長が期待できる。
		乗用車販売店（営業担当）	・商品の状態が良く、売しやすい状況で環境は今より整ってくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・月末にかけて来客数が少し増加しており、今後もやや良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・販売量は前年末からさほど変わらず、出費に慎重な状態が続く。
		一般レストラン（経営者）	・実質給与が微増にとどまっていることが懸念材料となるが、休日が増加していること、休むことへの弊害が取り除かれ、客の意識が変化していることから、消費の増加が期待できる。
		タクシー運転手	・2月にタクシー料金を値上げするので、その分売上が増加する。
		放送通信サービス（総務経理担当）	・業界的に引越シーズンである3～4月に客の動きが大きくなるので家計において必要不可欠な消費が発生しやすくなっていく。
		通信会社（経理担当）	・インターネットに関して自宅でのWi-Fi環境を整える方が多くなっているため、新しいサービスへの加入者に期待ができる。
		競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後は西日問題も解消され、発売時間が確保でき、売上が増加する。
		住宅販売会社（営業担当）	・接客中の客の受注が伸びていく。
		商店街（理事）	・新型コロナウイルスという社会問題が発生したが、東京オリンピック開催というプラス材料もあるので、現状は維持する。
		商店街（代表者）	・客が買い控えを我慢できなくなる様子が見えない。当地区はインバウンドの買物客が少ないが、新型コロナウイルスによる影響が出てきそうなので、売上の確保が厳しくなる。
		商店街（代表者）	・特に良くなる要素がなく、引き続き財布のひもが固い状態が続く。
		商店街（代表者）	・地方の閉塞感は今後も変わらない。
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・当店は今月注文が増加しているが、地域全体では今後も景気は変わらない。	
	百貨店（経理担当）	・東京オリンピックで地方の景気が上向くかどうか分からない。また、新型コロナウイルスの影響も心配される。	
	百貨店（営業担当）	・暖冬や新型コロナウイルスにより、すぐに客足が止まるが、逆に景気のいい話が出てきても来客数はすぐには増加しない。特に衣料品は買い控えが多く、ヤングゾーンでは単価の低い商品しか売れない状況が続く。	
	百貨店（外商担当）	・消費税の引上げにより消費全体を控えようとする客が非常に多く、今後回復する要素が見つからない。	
	スーパー（店長）	・暖冬による野菜の相場安や、衣料品、家電製品を始めとする季節商材の売れ残りによる処分市等、消費者にとって喜ばしい状況が続いており、現状では景気に対する印象は悪くない。ただ、この状況が余りにもイレギュラーな状況であるため、今後の景気がどうなるかは分からない。	

スーパー（店長）	・来客数の前年割れが続いており、他店との競合や人口減少も考えると、今後もこの状態が続く。
スーパー（店長）	・客の購買意欲が上がり、売上が上昇する兆しがなく、現在の状態が続く。
スーパー（店長）	・キャッシュレス・消費者還元事業がある6月までは景気に変化はない。
スーパー（総務担当）	・好天候で価格は安定しているが、商品の動きは横ばいが続く。
スーパー（管理担当）	・売上は方針転換により回復してくるが、消費者の節約志向は変わらないので、利益の増加は売上の増加ほど期待できない。
スーパー（財務担当）	・消費税の引上げで客が節約傾向にあるため、客単価や既存店売上の前年割れが続く。
スーパー（販売担当）	・景気が良くなる大きな要因が見当たらない。
スーパー（営業システム担当）	・暖冬のため鍋商材の売上が伸びず、カイロ等も売上が落ちている。消費税の引上げの影響もあり酒類も伸び悩んでおり、東京オリンピック開催による消費の増加を期待している。
スーパー（業務開発担当）	・景気が悪く買い控えが続くなか、暖冬による野菜類の単価の下落、海水温の上昇による魚種や漁獲量減少など天候による影響が出てくる。
コンビニ（エリア担当）	・来客数が増加する要因が出てこない。
コンビニ（支店長）	・クリスマス、おせち、恵方巻等近々の予約催事商品の獲得が苦戦しており、店舗全体の売上は前年並みだが、予約商品は軒並み前年割れとなっている。今後は無駄な商品を購入しない傾向が強くなってくる。
衣料品専門店（代表）	・景気が良くなる要因が見つからないため、今後も景気は変わらない。
家電量販店（販売担当）	・決算商戦に期待するが、景気は変わらない。
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は収まったが、3か月後に景気が良くなる要素がない。
乗用車販売店（営業担当）	・新型車が発表されたが、来客数はさほど伸びず、今後も販売台数は増加しない。
乗用車販売店（店長）	・近隣の店舗も客でにぎわっている様子がなく、厳しい状況が続く。
乗用車販売店（店長）	・整備入庫の来店が多く、新商品など提案を行うが反応は良くない。2～3か月後の商談数は現状と大差ない。
その他専門店 [時計]（経営者）	・東京オリンピックなどのビッグイベントは地方の景気とほとんど関係なく、景気が良くなる要素はない。
その他専門店 [土産物]（経営者）	・新商品や新しいサービスなどを投入し、いろいろ試しているが反応が薄く、当分景気の上昇を期待できない。
その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	・消費税の引上げの影響はなくなるが、キャッシュレス・消費者還元事業やプレミアム付商品券の恩恵が徐々になくなってくるため、大幅な消費の増加はなく、現状維持が続く。
その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	・これから新生活用品の動きが活発化してくる時期となるが、近年余り動きが良くないこと、消費税の引上げで客が大きな買物は控える傾向にあることから、今後の動きも変わらないか悪くなる。
高級レストラン（事業戦略担当）	・景気が良くなるトピックスがない。
一般レストラン（店長）	・インバウンドなど明るい話題もあるが、なじみ客の来店頻度が下がっており、しばらくは厳しい状況が続く。
観光型ホテル（営業担当）	・先行予約が少なく、来客数から景気の上昇が感じられない。
都市型ホテル（総支配人）	・卒業旅行、桜鑑賞、異動の時期となるため期待はしているものの、新型コロナウイルスや不安定な国際情勢の状況によりビジネス、レジャー共に先行きが不透明である。
旅行代理店（経営者）	・海外旅行は、2月に連休があっても、新型コロナウイルスの影響などで、良い動きが出てこない。
タクシー運転手	・今後も景気が悪い状況が続く。
通信会社（企画担当）	・東京オリンピックの開催が近づいてくる時期だが、現在の客の動きから余り期待ができない。
通信会社（販売企画担当）	・特に景気が良くなるトピックスがない。
通信会社（工事担当）	・軽減税率もあり景気は変わらない。

テーマパーク（管理担当）	・キャッシュレス・消費者還元事業があるため変わらない。
観光名所（館長）	・現状では特に景気が上下に振れる要因がない。
観光名所（館長）	・新型コロナウイルスが長引くと人の移動が制限される心配がある。
ゴルフ場（営業担当）	・韓国からの予約も若干であるが入ってきており、3か月先の予約も予定どおりである。
その他レジャー施設〔温泉センター〕（担当者）	・消費税の引上げの影響も落ち着き、現在は来客数が横ばい状態であるが、今後もこの状況は変わらない。
美容室（経営者）	・景気が良くなる要素が全く見当たらない。
設計事務所（経営者）	・国は中古住宅流通にかじを切り支援策も拡充させているが、消費者の反応は今一つの感があり、売上の増加につながるような動きは出てこない。
設計事務所（経営者）	・建築費は金額が大きいため、消費税の引上げが響いており、人手不足による建築費高騰と合わせてダブルパンチの状態が続く。
住宅販売会社（従業員）	・東京オリンピック終了後の先行き不透明感が大きい。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・軽減税率が多い食品スーパーでも商品の動きが鈍い状態が続く。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・若い人たちが将来に不安を持ち、希望をもてない状態が1番心配である。
百貨店（売場担当）	・消費税の引上げ後、ブランドやファッション商品の動きが悪く、実需商品についても通常のセールでは動かなくなっており、2月以降ギフトを含めて余計なものは購入しない状況になってくる。
百貨店（売場担当）	・地方百貨店を取り巻く環境に良い要素はなく、業態としての先行き不透明感が否めない。取引先も疲弊してきており悪循環が継続する。
百貨店（外商担当）	・消費税の引上げがじわじわと影響しており、今後も継続する。また、新型コロナウイルスが世界の景気にどのような影響を与えるかが今後の国内の景気にも関係してくる。
衣料品専門店（経営者）	・衣料関係の卸業者の廃業が増加しており、今後も厳しい状況が続く。
家電量販店（店長）	・暖冬でエアコン等の冬物商材の売行きが鈍くなる。
乗用車販売店（統括）	・新型車発売を前に買い控えが続いており、今後も厳しい。
自動車備品販売店（経営者）	・消費税の引上げの余波が12月後半から出てきており、消費が冷え、単価が落ち始めている。今後も消費税の引上げの影響が排除できない。
自動車備品販売店（経営者）	・キャッシュレス・消費者還元事業の終了前に駆け込み需要があると思うが、大きな期待はできず、むしろ、その後の落ち込みが懸念される。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が出てくる。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方の景気が良くなる政策がなく、今後も地方が活性化しない。
一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの影響もあり、ファミリー層の週末の利用が減少する。また、退職者の補充が難しく、人員面でも厳しくなる。
スナック（経営者）	・消費税の引上げにより景気が徐々に落ち込んでくる。
観光型ホテル（宿泊担当）	・同業者との競合でやや悪くなる。
観光型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルスの関係で中国からのインバウンド客が見込めないことから、景気はやや悪くなる。
都市型ホテル（企画担当）	・10～11月は国際会議の開催や学会の受注などで好調だったが、1月以降3月に掛けて定例物件の受注はあるものの、宿泊・宴会共に先行受注の状況は悪い。特に宿泊では新型コロナウイルス感染の影響から団体旅行等の出国禁止令が出たため、インバウンド客の減少は必至となる。
都市型ホテル（企画担当）	・新型コロナウイルスの影響が今後どこまで広がるかが未知数であるが、世界的に旅行を控えるような風潮が続くと様々な影響が出てくる。
旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスの影響が懸念される。既にインバウンドもアウトバウンドも多くのツアーが取消しになっており、今後もツアーの取消しが増加する可能性が高い。

	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響で中国人の乗車が激減しており、今後3～4月の花見シーズンまでは厳しい状況が続く。
	通信会社（営業担当）	・景気浮揚の要因が見当たらない上、中国からの旅行者減少によるインバウンド売上減少により、更に悪化する。
	テーマパーク（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大が叫ばれており、今後の入園者数にも影響が出ることは必至である。
	美容室（経営者）	・少しずつ消費税の引上げが響いてきており、客単価や販売の動きが乏しくなってくる。
	美容室（経営者）	・客が消費を抑制する傾向があり、今後売上が上昇する兆しがない。
	設計事務所（経営者）	・資金問題で将来に不安を持つ客が多くなる。
×	商店街（代表者）	・今までは良い物を安く買うという傾向があったが、今後は多少安くなくても客に買ってもらえなくなってくる。
×	商店街（代表者）	・必要な物だけ購入し、無駄な物は一切買わなくなってくる。
×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で外国人観光客が激減し、地域経済への悪影響がしばらく続く。
×	コンビニ（エリア担当）	・来月も5つの銘柄のたばこが新発売となるが、いずれも低価格のため、客単価低下の要因となる。また、近隣の競合店も含め、来客数が減少していることから、今後は売上が減少する。
×	乗用車販売店（業務担当）	・1年で最大の増販期である現在もさほど好調ではなく、3～4月も期待は薄い。
×	住関連専門店（営業担当）	・とにかく来客数が少ないので、情報が得られず、イベントがうまくいかなくなっていく。
×	一般レストラン（経営者）	・現時点で景気が良くなる要素が何もなく、この調子であれば景気は更に悪くなる。
企業 動向 関連 (中国)	-	-
	繊維工業（監査担当）	・暖冬の影響が懸念されるが、これまでの状況から今シーズンは前期を上回る業績となる。
	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期であるため、2～3月は更に良くなる。
	農林水産業（従業員）	・末端が冷え込んでいる模様なので景気は変わらない。
	食料品製造業（総務担当）	・貿易摩擦に収束の兆しがなく、海外の豚コレラ等の影響もあり、予断を許さない。
	木材木製品製造業（経理担当）	・今後は、政府の住宅に関する施策もあり、新設住宅着工は緩やかに回復するが、国際経済の不確定な要素もあいまって景気全体としては、横ばい状態が続く。
	化学工業（総務担当）	・燃料価格の動きが気になる。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・通常生産品の引き合いに大きな変化なく、現在の生産水準が維持できる。
	鉄鋼業（総務担当）	・直近の受注見通しから6月くらいまでは現状の低位な水準が続く。
	鉄鋼業（総務担当）	・当面は市況に上昇見込みがなく、数量も伸びる要素がないため、我慢の状況が続く。
	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料素材の受注が低位安定から脱するにはまだ時間が掛かる。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・年後半には緩やかに市況が回復するが、短期的には改善の兆しはない。
	建設業（総務担当）	・予定している大型物件があり、この先1年は安定した受注が見込まれる。
	輸送業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響を危惧している。
	通信業（営業担当）	・消費税の引上げによる落ち込みは少ないものの、東京オリンピックが地方経済に直接好影響を与えるわけでもない。今後については、イラン情勢の緊迫化による原油価格の高騰の影響を懸念している。
	金融業（貸付担当）	・年度末に向け、企業活動が盛んになることが予想されるが、景気が上向き動きは見受けられない。
	金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーの世界販売は当面低水準が続くため、系列の地元自動車部品メーカーの受注も低水準が続く。
	広告代理店（営業担当）	・例年どおり進学や就職等で受注量が上向きに推移する。
	会計事務所（経営者）	・景気はやや良い現状を維持する。また、人手不足を背景に外注化の動きが継続する。
	食料品製造業（経営者）	・消費が減少するなか、経費、人件費、原材料費が上昇し、苦しい状況になる。
	化学工業（経営者）	・米中の政治的背景等も手伝い、世界的な景気後退感が強まり、減産基調となる。

	電気機械器具製造業（総務担当）	・中国、韓国向けの装置関連の受注量が減少し、やや悪くなる。また、新型コロナウイルスの影響で特に中国企業向け装置の対応が慎重となる。
	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの問題が影響してくる。
	輸送業（支店長）	・ネット通販企業の離反が苦戦の主な要因となっているが、取扱店、コンビニ共に個人客からの受注も伸び悩んでおり、法人を含めしばらくは厳しい状況が続く。
	輸送業（総務・人事担当）	・中国向け輸出製品は販売不振のため減産傾向になる。
	通信業（営業企画担当）	・新型コロナウイルスの影響により中国に製造拠点を持つ製造業の稼働率の低下や流通への支障が懸念される。
	× 金属製品製造業（総務担当）	・客からの引き合いが激減し、生産量は定時間操業を大幅に割り込む。明るい兆しはなく、5月の連休までの回復は見込めない。
	× 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景気は悪くなる。
	× 輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注は、前回内示よりも大幅な減少となっており、今後も景気は悪くなる。
雇用 関連 (中国)	-	-
	求人情報誌製作会社（経営者）	・年間を通じて2～4月が求人数が最も増加する時期であるため、やや良くなる。
	職業安定所（職業指導担当）	・有効求人倍率が1.5倍を超える状況が続いており、今後も東京オリンピックが開催されるため、良くなる。
	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響次第だが、引き続き求人も求職者も出てくる。ただし、求人と求職者のマッチングで苦戦する状況は続く。
	人材派遣会社（支店長）	・年間の繁忙期になるので、求人数、求職者数共に増加することが期待できる。求人や求職が特定の業界、業種に偏り、離職率が低く、定着率が安定する状況が続く。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒の求人数は前年並みか若干減少傾向、中途の求人は技術専門職のニーズが高いが、製造業が減少傾向にあり、今後も全体的には落ち着いた状況が続く。
	職業安定所（事業所担当）	・雇用保険適用事業所数、被保険者数共に増加傾向で推移し、高卒求人は前年同期比1割以上の増加となっており、今後もこの状況が続く。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・求人数が高水準を保っているため景気が悪化しているわけではないが、求職者数と求人数のアンバランスを考えると、現状よりも景気は良くならない。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・今後も景気の停滞が続く。
	人材派遣会社（経営企画担当）	・同一労働同一賃金による改正労働者派遣法が施行される4月1日まで繁忙は続く。
	人材派遣会社（支社長）	・景気が悪くなることはあっても良くなることはない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げの影響からはやや脱しつつあるが、米中関係など国際情勢の不安定要素が多く、先行きが読めない。
	職業安定所（所長）	・人手不足感が支配的となっており、必要な人材の確保が困難で生産計画の見直しを検討している企業も少なからずあることから、景気はやや悪くなる。
	民間職業紹介機関（職員）	・米中貿易摩擦に加え、新型コロナウイルスの影響もあり、中国事業の見直しや工場閉鎖を検討する製造業が増えてくる。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・一時的に東京オリンピック特需で良くなるが、その後は不透明である。
	× 求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人を募集しても人員を充足できず求人を諦めたり、処遇改善にコストが掛かることで要員を絞ったりする企業が出てきて、景気が悪くなる。