

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) | | 乗用車販売店（業務担当） | ・新商品を投入するとともに、年間最大の増販期へ突入するので販売量は増加する。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・政府側と携帯会社で携帯料金値下げ可否の心算がある。値下げが実施されるタイミングは別としても、年度末よりサービス料金等の見直しの動きが出てくる。その上で、関連するサービスや商品の品ぞろえの変化が出てきて、利用者の関心度が高くなる。 |
| | | 競艇場（企画営業担当） | ・売上が見込めるレースが控えている。 |
| | | 商店街（理事） | ・年末年始を迎えるので、客の消費行動が活発になる。 |
| | | 一般小売店〔靴〕（経営者） | ・ホームページのアクセスログを解析したところ、SNSからの流入が増加しているため、更新頻度を高めていけば新規客の増加を見込める。 |
| | | 百貨店（営業企画担当） | ・気温が低下し、大型催事の開催など販売促進強化によって来客数が増加する。 |
| | | スーパー（店長） | ・商圏内の産業が好調で、関わる人が多く在住しているため良い影響を受けることができる。 |
| | | スーパー（店長） | ・月末に気温が低下し始め、段々と冬物商材の動きが良くなっている。本来なら11月中に売れたであろう商品の需要が期待されるため、景気はやや良くなる。ただし、今年度は暖冬との話もあるので、2月以降に前年とは違う商品販売構成になる。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題はあったものの、東京オリンピックや大阪万博開催のニュースが続き、景気の上昇に期待が持てる。 |
| | | コンビニ（副地域ブロック長） | ・公共工事などで当県への流入人口が増加しており、主力商品である米飯類の動きは活発なまま推移する。また、今年の冬は比較的気温も高く人の動きも例年と比べ活発になり、平成30年7月豪雨災害の復興需要で来客数が増加する。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・来客数は増加していくので売上は伸びる。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・新しい放送に対する客の関心の高さから、4K・8K放送に関する問合せが増えている。現時点では4Kチューナー内蔵テレビを発売しているメーカーが限定されるので様子見の客も多いが、今後品ぞろえが増えれば需要が更に拡大する。 |
| | | 家電量販店（企画担当） | ・消費税の引上げを意識して客の購入量が増加してくる。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・決算の最需要期となり、消費税の引上げ前ともあって、新型車の販売量は増える。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・年末年始のセールを期待している客は多いので、販売量が増加する。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・新型車が投入され、決算期にもなるので景気は上向く。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | ・来年の消費税の引上げに絡んで駆け込み需要が見込める。 |
| | | その他専門店〔土産物〕（経営者） | ・高単価商品の動きが良い状況が続く。高額でも買いたい商品を買う客のため、当店は付加価値のある商品を提供しているので更に良くなっていく。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・年末にかけてボーナス時期になるので景気は良くなり、イルミネーションが始まって夜の客の動きも出始める。 |
| | | 一般レストラン（店長） | ・来年はいよいよ平成最後の年になり、客の財布のひもも緩む。また、2～4月はインバウンドが増える時期なので来客数は増加する。 |
| | 観光型ホテル（営業担当） | ・13府県ふっこう周遊割が1月末まで延期され、先行予約で満室なので景気は上昇していく。 | |
| | 旅行代理店（営業担当） | ・年度末に向け法人を中心に経済活動が活発になる。 | |
| | タクシー運転手 | ・年末年始は忘年会と新年会の時期なので夜の売上は増加するが、2月になると雪の影響で客は外出を控えて客足は伸びない。 | |
| | 通信会社（工事担当） | ・客からの話に基づくと景気は良くなる。 | |
| | テーマパーク（営業担当） | ・本格的なイルミネーションシーズンに入るなか、暖冬予報も出ており遠方からの客も増加する。 | |
| | 観光名所（館長） | ・来客数が増加する。 | |

| | |
|------------------|---|
| 観光名所（館長） | <ul style="list-style-type: none"> ・2019年は改元に向けてゴールデンウィークが10連休となり、祝賀ムードが向上していき、東京オリンピックに続いて大阪万博が決定してインバウンドも増加していく。米中の貿易摩擦を日本が独自のスタンスで橋渡しの役割を演じたり、日口関係がよりプラスに作用したりすることにも期待が持て、景気向上にもつながる。 |
| 設計事務所（経営者） | <ul style="list-style-type: none"> ・受注活動が活発化するのに加えて、客も消費税の引上げに向けて購入意識が高くなっていく。 |
| 設計事務所（経営者） | <ul style="list-style-type: none"> ・消費税の引上げ前のリフォーム需要と、平成30年7月豪雨災害の復興へ向けてこれから動きが出てくる。 |
| 住宅販売会社（従業員） | <ul style="list-style-type: none"> ・消費税の引上げ前の駆け込み需要の動きと、改元や東京オリンピックへの好景気ムードに後押しされる。 |
| 住宅販売会社（営業担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・年度末に向けてリフォーム案件が増える傾向にある。 |
| 商店街（代表者） | <ul style="list-style-type: none"> ・大型店は改装等で売上確保をしているが、商店街はそこまでの投資ができず、余り良くなる要素もないので現状が続く。 |
| 商店街（代表者） | <ul style="list-style-type: none"> ・海外からの客が駅前に宿泊する傾向にあるものの、商店街への客足と売上増加にはつながらない。 |
| 一般小売店〔食品〕（経営者） | <ul style="list-style-type: none"> ・無駄なものは購入しない客の姿勢は継続する。 |
| 百貨店（経理担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・改装により売上が伸びた部門があり、前年並みの売上になり、緩やかな回復傾向になる。 |
| 百貨店（営業担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・クリアランスセールに期待は持てない。 |
| 百貨店（売場担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・景気に大きな変化はないが、ネット関連の利便性が劇的に変化しており、既存の商業形態の減退は進む。 |
| 百貨店（購買担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・大きな食品スーパーが開店したので駅周辺は活性化されて客足は伸びるが、婦人服以外の衣類や高額の宝石類の売上は伸びず、厳しい状況に変化はない。 |
| 百貨店（外商担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・当店は年末で閉店なので売り尽くしセールを実施しているが、来客数は増加しても客単価が上昇しない状態が最後まで継続する。 |
| 百貨店（外商担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・客の収入が増えない限り現状が続いて景気は下降し、良くて横ばいでの推移となる。 |
| 百貨店（売場担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・大手アパレル問屋を中心にカードのポイントアップや上客向けセールに偏った前倒しのセールを行っており、12月以降のコートなど防寒商戦はやや動きが鈍くなる。 |
| スーパー（店長） | <ul style="list-style-type: none"> ・販売点数が増加しても来客数が減少して売上が低下する傾向は続く。 |
| スーパー（総務担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・年末に向けての消費には期待が持てるが、依然として景気の上向き感はない。 |
| スーパー（業務開発担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・クリスマスや年末を迎え、予約状況が例年より少し悪い。直前の追い込みに期待をかけながらも、競合他社も必死の様子であるため予断を許さない。 |
| スーパー（管理担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・売上上昇となる起爆剤がなく、現状のまま推移する。 |
| コンビニ（エリア担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・前年同期と比較して来客数に変化はない。 |
| コンビニ（エリア担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・前年10月に競合店ができ、その影響で土日を中心に売上が減少していたが、今月は工事客の増加と競合店開店から1年がたつので前年並みに近づいている。下降幅が2～3か月前より小さくなっているが、この状況は半年以上続くので景気が良くなることはない。 |
| コンビニ（支店長） | <ul style="list-style-type: none"> ・販売量が前年をクリアする状況が続く。 |
| 衣料品専門店（店長） | <ul style="list-style-type: none"> ・景気が上向いている建設業など一部の業界とは異なり、小売業は好景気ではないので期待が持てない。 |
| 家電量販店（店長） | <ul style="list-style-type: none"> ・消費税の引上げ前の最後の年末なので、客の購買意欲が高まる。 |
| 家電量販店（販売担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・年末年始商戦に期待するしかない。 |
| 乗用車販売店（店長） | <ul style="list-style-type: none"> ・年末年始にかけて来客数が増加し、それに伴い販売量と売上単価が上昇してくる。 |
| 乗用車販売店（営業担当） | <ul style="list-style-type: none"> ・消費税の引上げの話題はまだ余り出ていないが、これから消費税改正内容が決まってくれば状況は変わってくる。 |
| 乗用車販売店（店長） | <ul style="list-style-type: none"> ・新車販売は年度末を迎えて勢いが出てくるが、整備部門は既に手一杯の状況なので、整備部門が大きく売上を伸ばすことは厳しい。 |
| その他専門店〔時計〕（経営者） | <ul style="list-style-type: none"> ・人口減少で来客数が減少し、将来への不安から客は購買を控える。 |
| その他専門店〔和菓子〕（経営者） | <ul style="list-style-type: none"> ・来客数の増加は期待が持てない。 |

| | |
|-------------------------|--|
| その他小売〔ショッピングセンター〕(所長) | ・平成30年7月豪雨で被災した人が駅周辺に仮住まいで引っ越して来たので、スーパーのほか生活関連商品の売上と来客数は増加する。 |
| その他小売〔ショッピングセンター〕(管理担当) | ・ガソリンの高騰が続いており、車での遠出などに影響する。年末に向けボーナスやクリスマスとイベントはあるので来客数は増加する。 |
| 一般レストラン(経営者) | ・労働力不足によるサービス低下に歯止めが掛からない。客に当たり前の満足を提供できていない現実があり、売上は今後も減少していく。 |
| 一般レストラン(外食事業担当) | ・忘年会と新年会の予約は入っているが、平日ディナータイムの不振は続き、ヤングファミリー客が増加することはなく現状が続く。調味料の品質向上と品ぞろえが充実した中食との競合になっており、家で飲食する機会が増えている。 |
| スナック(経営者) | ・ここ何年も景気向上の兆しがないので、この業界の景気は変わらない。 |
| 都市型ホテル(スタッフ) | ・景気が良い業種とそうでない業種があり、景気に変化はない。 |
| 都市型ホテル(総支配人) | ・例年オフ期となるが、航空会社の新規就航路線である仙台や静岡周辺のマーケットや13府県ふっこつ周遊割などを利用した観光客層に期待が持てる。 |
| 都市型ホテル(企画担当) | ・復興ムードにより景気はやや回復傾向にあるが、レストランは平日の集客に苦戦している。購買機会が増加する時期になるが、ガソリン価格の高騰なども背景にあるため、一般消費者の景況感は厳しいままで推移する。 |
| 都市型ホテル(企画担当) | ・引き続き堅調な海外宿泊客が全体収入をけん引し、周辺に多くの飲食施設が開店したことでマイナス影響を受けているレストランの落ち込みを補っていく。 |
| 旅行代理店(経営者) | ・年末年始の旅行は遠方でなく近場に行く傾向にあり、客の財布のひもは固いままで推移する。 |
| タクシー運転手 | ・人の動きはあるのに運転手が不足しているので売上に変化はない。 |
| タクシー運転手 | ・繁忙期になるが、前年ほどの数値には期待が持てない。 |
| 通信会社(総務担当) | ・新たに開始した光サービスに関して客の反応が今一つであり、これからも大幅な加入件数の増加は見込めない。 |
| テーマパーク(管理担当) | ・地方消費は伸びておらず、現状が推移していく。 |
| 美容室(経営者) | ・2~3か月で客の給料が上がるわけもなく、景気に大きな変化はない。 |
| 美容室(経営者) | ・来客数は少しずつ減少しており、客の消費動向は少しずつ変化していく。 |
| 設計事務所(経営者) | ・建築を取り巻く環境に変化はない。以前の消費税の引上げ前は駆け込み需要があったが、今回は駆け込み需要も余りない。 |
| 商店街(代表者) | ・少子化、オーバーストア、デフレ、インターネット販売との競合など非常に厳しい状況であり、今後はもっと厳しくなる。客はより安く、必要なときにしか商品を購入しない。 |
| 一般小売店〔茶〕(経営者) | ・先行きが不安なので、慎重に事業計画を立てる。 |
| 一般小売店〔印章〕(経営者) | ・デパートのセールやお歳暮コーナーの客は少なく、景気はそれほど良くならない。 |
| 一般小売店〔洋裁附属品〕(経営者) | ・正月になれば人通りは増加するが、売上にはつながらない。 |
| スーパー(店長) | ・現在の状況が一時的なものなのか継続的なものなのか判断できないが、来客数は減少していく。 |
| スーパー(販売担当) | ・年明けから始まる新生活商戦は、年々市場が縮小傾向にあるので相当苦戦する。よほどの外的プラス要因でもない限り、これからの数か月の景気の上昇はない。 |
| スーパー(営業システム担当) | ・消費税の引上げに伴う機器の入替え費用が重なり、かなりの負担となる。野菜価格の高騰で客の節約志向が高まるので売上の上昇も余り見込めない。 |
| スーパー(財務担当) | ・今後、野菜の値下がりによって売上が減少し、平成30年7月豪雨災害の影響による年末年始の節約もあるため、来客数と売上が減少する。 |
| 衣料品専門店(経営者) | ・様々な商品の値上がりで、景気は悪くなる。 |
| 乗用車販売店(統括) | ・当面は新型車が出る予定はないので、来客数は増加しない。 |
| 住関連専門店(営業担当) | ・イベントを行っている日以外の営業日の来客数が少ないので景気は良くならない。 |

| | | |
|--------------------|--|--|
| | その他専門店 [布地] (経営者) | ・地方経済を活性化するには流入人口を増やし、地方に金を動かすようにしなければならない。各地方の行政の努力次第で景気は決まる。 |
| | 通信会社 (営業担当) | ・消費税の引上げに向けての景気浮揚策が不明で、客の購買意欲が上向き要素がない。放送サービス事業においては4K・8K放送が期待されたが需要は非常に限定的になる。 |
| | 通信会社 (広報担当) | ・価格がずっと低迷したまま、上昇する傾向にない。 |
| | テーマパーク (業務担当) | ・イルミネーションイベントが終了し、雪の季節になれば来場者が減少する。 |
| | ゴルフ場 (営業担当) | ・12月までは予約状況が良いが、1月以降は平日が良くない。 |
| | 美容室 (経営者) | ・売上は減少していく。 |
| x | 商店街 (代表者) | ・客の購入姿勢は厳しく、売上確保が難しい状況が続く。 |
| x | 一般小売店 [眼鏡] (経営者) | ・消費税の引上げで客の消費マインドが落ち込み、石油価格高騰の影響で製品コストも値上がりしている。暖房用灯油価格も高止まりしており、家計を圧迫する。 |
| x | スーパー (店長) | ・競合店との競争が激化し、野菜価格も低下して売上は増加しない。 |
| x | その他飲食 [サービス エリア内レストラン] (店長) | ・雪のため来客数が減る。 |
| 企業 動向 関連 | 輸送用機械器具製造業 (経営者) | ・モデルチェンジが予定されており、忙しい状況は続く。 |
| | 不動産業 (総務担当) | ・12月までは賃貸物件の需要時期ではないが、1月からは例年どおり繁忙期となり景気は良くなる。 |
| (中国) | 木材木製品製造業 (経 理担当) | ・夏の落ち込みの反動で秋の需要が増加するとともに、消費税の引上げ前の駆け込み受注が少しずつ増加し、景気がやや良くなる。 |
| | 鉄鋼業 (総務担当) | ・災害復旧の土木工事が出てくるので、その分の活動に上振れが起きる。 |
| | 輸送用機械器具製造業 (財務担当) | ・為替の安定や一定の仕事量がある前提で、一部の船種や荷に市況の回復がみられることや、大型の液化天然ガスプロジェクトが順次スタートすることから、景気は良くなる。 |
| | 広告代理店 (営業担 当) | ・客から年末年始に販売促進を拡大するとの情報があり、先付け受注もしているの上向きに進行する。 |
| | 農林水産業 (従業員) | ・景気が好転する要素がない。 |
| | 食料品製造業 (経営 者) | ・人材確保に苦戦しており、客の要望に応えるのが厳しくなる。 |
| | 食料品製造業 (総務担 当) | ・物流コストの高騰が落ち着かないので景気に変化はない。 |
| | 化学工業 (総務担当) | ・出荷是好調を維持しているが、これは業界全般での傾向であり、需要拡大によるものではないので、現状から好転することはない。 |
| | 窯業・土石製品製造業 (総務経理担当) | ・鉄鋼業だけでなくガラス向けなどを含め受注が入って多忙な状態が続く。 |
| | 非鉄金属製造業 (業務 担当) | ・電子材料素材の受注量は低位安定している。 |
| | 一般機械器具製造業 (総務担当) | ・受注量と販売量の動きに変化はない。 |
| | 輸送用機械器具製造業 (経営企画担当) | ・受注内示量は今期中高止まりとなっている。 |
| | 建設業 (総務担当) | ・資機材の価格が高騰し、納期に時間が掛かる状況ではあるが、厳しい条件の物件を回避できる状況にある。 |
| | 建設業 (総務担当) | ・今後の消費税の引上げや、米国と中国の貿易摩擦の行方が不透明である。 |
| | 輸送業 (総務担当) | ・客動向に大きな変化はない。 |
| | 輸送業 (経理担当) | ・当面、大幅な数量増減要素がないため、現状が続く。 |
| | 輸送業 (支店長) | ・燃料価格の高騰や人手不足、契約社員の最低時給の引上げの影響で人件費負担が重くなり、経営を圧迫している。 |
| | 通信業 (営業企画担 当) | ・取引先との話の中で来月のボーナスの話題が出たものの、支給額は前年並みとのことであり、また、前年同期と比較した大型消費の話題はなかったため、先行きの個人消費に大きな変動はない。 |
| | 通信業 (営業担当) | ・年末商戦を見込んで活動しており、客の反応に変化は少ないが、景況感はさほど悪くない。 |
| | 金融業 (貸付担当) | ・年末年始に企業の受注量と販売量は増加するが、その期間を外れると停滞期になるので総体的に変化はない。 |
| 金融業 (融資企画担 当) | ・地元完成車メーカーのスポーツ用多目的車の販売好調は当面続き、系列の地元自動車部品メーカーの受注は高水準を維持する。 | |

| | | |
|----------|------------------|--|
| | 繊維工業（監査担当） | ・主力商品のコートは、現時点で寒くならないと売上増加は見込めない。 |
| | 化学工業（経営者） | ・主原料が石油由来なので原油の値下がり基調に加え、諸外国の貿易摩擦の影響で主要取引先の受注量が減少しており、景気の後退感は否めない。 |
| | 鉄鋼業（総務担当） | ・10月以降、工具鋼を中心に受注が減少傾向にある。 |
| | 金属製品製造業（総務担当） | ・工作機械に陰りがみえること、造船向けは増産でも当社が主に製造している大型案件が少ないことが影響して、来年の受注計画は今年より下がる。 |
| | 電気機械器具製造業（総務担当） | ・直近の受注量が減少するとともに、装置開発の進捗状況が当初計画から遅延する。 |
| | 会計事務所（経営者） | ・ガソリン価格の値上げが厳しく、物流面での影響が懸念される。消費税の引上げも間近に迫り、心理的にマイナスの影響を与える。 |
| | x | - |
| 雇用 関連 | - | - |
| (中国) | 人材派遣会社（社員） | ・引き続き人手不足が続くが、12～1月は求職者が増加してくるので、いかにマッチングさせるかがポイントとなる。 |
| | 人材派遣会社（支店長） | ・年末年始から年度末に向けて採用市場は活発になる。労働契約法や労働者派遣法の改正により正規雇用の希望は高まる。 |
| | 求人情報誌製作会社（経営者） | ・例年2～3月は年度替わりに向けて最も求人数が増える時期となり、正社員求人も更に伸びる。また、アルバイトやパートも学生の卒業に備えて2～3月は求人数が増加する。 |
| | 民間職業紹介機関（職員） | ・新たなホテル建設などインバウンドに期待した先行投資が進んでいく。 |
| | 学校〔大学〕（就職支援担当） | ・大阪万博に向けての建設ラッシュとなる。 |
| | 人材派遣会社（支社長） | ・客の話から、景気が良くなると考えているのは建築、建設、自動車関連など一部の業界にとどまる。 |
| | 求人情報誌製作会社（広告担当） | ・新卒、中途共に人手不足は顕著である。新卒採用は既卒者、第二新卒まで採用枠を拡大し、中途採用もこれまでの35歳から40歳前半まで採用枠を広げている企業が多く、この状況はしばらく続く。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・平成30年7月豪雨災害からの回復は順調ながら、人手不足に加え、今回の大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題に伴い他の自動車メーカーへの影響が懸念される。 |
| | 職業安定所（所長） | ・今後も人手不足感の高い状態が続き、来春の新規高卒の求人倍率が2倍超と好調なほか、一般求人の求人倍率もバブル期並みの高い水準を維持する。 |
| | 職業安定所（事業所担当） | ・各企業が採用活動に苦戦しているなか、従来から正社員の求人募集を行っていた企業が多様な働き方での受入れて人員を確保すべく、短時間勤務のパート採用も視野に入れた幅広い募集活動を展開し始めている。 |
| | 学校〔短期大学〕（進路指導担当） | ・新卒者を対象とした企業の採用活動がほぼ終了する。 |
| | 人材派遣会社（経営企画担当） | ・大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題による自動車関連製造業への影響が出てくる。 |
| | 民間職業紹介機関（人材紹介担当） | ・東京オリンピックで人口が東京に集中し、地方の人手不足が顕著になる。 |
| | x | 職業安定所（職業指導担当） ・外国船舶の橋への衝突事故で島の断水や橋の通行制限が行われ、島への経済的な影響が懸念される。 |