

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)		乗用車販売店 (店長)	来客数の動き	・今月は朝から晩までサービス客を中心に客足が途絶えることがなく、特に夕方から夜にかけて来客数が多い。
		観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・13府県ふっこう周遊割のお陰で、3か月前からほぼ満室状態である。
		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期間中であり、週末だけでなく平日の来園者数も多くなっている。
		商店街(理事)	お客様の様子	・平成30年7月豪雨の影響で自粛モードにあった3か月前に比べれば、客の消費マインドは向上している。
		一般小売店 [靴](経営者)	お客様の様子	・12月はプレゼント需要が高まっており、オーダーメイド靴もプレゼントとして認知されてきている。
		百貨店(売場担当)	販売量の動き	・500万円以上の貴金属や数十万円以上の美術品も売れており、景気は良い。
		コンビニ(副地域ブロック長)	販売量の動き	・前年と比べて天候が良く、県外からの客も増えている。飲料、酒、加工食品を中心に販売数量が改善傾向にあることに加え、たばこの値上げに伴う販売高の改善が図られている。
		自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・販売量がやっと前年を上回り始め、今月前半には平成30年7月豪雨災害による落ち込みを取り戻しつつあるが、1年単位の売上では同程度である。
		その他専門店 [和菓子](経営者)	来客数の動き	・来客数に大きな変化はない。
		その他小売 [ショッピングセンター](所長)	来客数の動き	・今年4月の改装効果により、拡大した住居関連が好調で来客数が前年比110%で推移している。
		高級レストラン (事業戦略担当)	販売量の動き	・平成30年7月豪雨災害直後に大きく減少していた予約数が、まだ完全ではないものの、若干の回復傾向にある。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・忘年会シーズンなので飲食店の宴会が増加しており、人の流れも出てきて宿泊客数も増加している。
		都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・宿泊では、インバウンド客は前年並みで推移しているが、13府県ふっこう周遊割を利用する国内個人客の需要が増えている。レストランでは、平日のウォークイン客はあいかわらず伸び悩んでいるものの、土日祝日での個人イベントの利用客は増加傾向にある。一方で、法人企業の宴会需要は苦戦しており、大型の祝賀会や周年パーティーなどの受注が減少している。
		旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・客の様子から、景気の良い企業と余り良くない企業に二極化しており、価格や品質などで差がついている。旅行業界では特に品質を重視する状況になっており、客のニーズに沿った商品内容が問われてきているため、今後はそれに応えれば良い客をますます獲得できる。
		タクシー運転手	お客様の様子	・忘年会シーズンなので夜の売上が増加しており、昼間も通院客と買物客の動きが良い。
		通信会社(企画担当)	お客様の様子	・商戦の影響で、今月は通常月より設定単価の高いサービスや商品に客の関心が高まっている。
		通信会社(総務担当)	販売量の動き	・今秋開始した光電話サービスの加入が好調である。
		通信会社(工事担当)	お客様の様子	・客の様子がやや良くなっている。
		ゴルフ場(営業担当)	お客様の様子	・繁忙期なので、前月から客の動きが良くなっており、直前での予約の伸びもある。
		競艇場(企画営業担当)	販売量の動き	・3か月前と比較して12月中旬以降の売上が増加している。
	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・平成30年7月豪雨災害から立ち直り、やっと気持ちも切り替わって、改修工事に向けた動きが出ている。	
	商店街(代表者)	お客様の様子	・客の低価格志向に変化はなく、必需品以外は購入しない。	

一般小売店 [茶] (経営者)	お客様の様子	・今年の年末商戦の動きは大変厳しく、海外からの特別注文に助けられている。
一般小売店 [印章] (経営者)	お客様の様子	・年賀状の印刷数は減少しているが、会社の役員関係の印鑑注文が増えており、中堅以上の企業には余裕がある。
一般小売店 [食品] (経営者)	来客数の動き	・来客数の前年割れが続いているが、1品単価の上昇で辛うじて売上を死守している状況である。
百貨店 (経理担当)	販売量の動き	・化粧品などのクリスマスギフトや服飾雑貨催事は好調で、売上は前年を上回っている。婦人、紳士衣料は気温が高かったためコート類の動きが悪く、食料品はお歳暮ギフトの法人受注が減り、観光部門では大きなイベントがなかったことなどで不調である。好調な部門が少なく全体では前年を下回る見込みである。
百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・12月上旬は高い気温のためコートなどの重衣料の動きが鈍く、中旬から気温が低下してプレクリアランスセールが始まって、動きは例年より悪い。
百貨店 (売場担当)	お客様の様子	・12月は防寒雑貨の動きが鈍く、クリスマスは低価格商品中心の動きで、迎春雑貨や帰省土産としての買い方が強まっている。
百貨店 (売場担当)	来客数の動き	・最近まで好調に推移していた化粧品の売上に陰りが出始めており、低下傾向が継続している。クリスマス需要やお歳暮の売上も前年割れの状況である。
百貨店 (人事担当)	販売量の動き	・来客数は前年を上回っているが、購入率が悪い。
スーパー (店長)	来客数の動き	・暖冬の影響で特に畜肉商品の販売量は10月から横ばいで推移している。おでんを始めとする鍋商材には特に影響が出ており、数値が回復する兆しがなく、12月に入ってから影響が続き、前年比で悪化している。年末に寒波が来る模様なので、これを機会に1月以降に販売量が上向く見込みはある。
スーパー (総務担当)	販売量の動き	・暖冬で季節商材が伸び悩み、買上点数が下降気味である。
スーパー (管理担当)	来客数の動き	・客単価は前年を超えているが、来客数の減少による影響が大きく、売上高確保がなかなかできない状況である。
スーパー (販売担当)	販売量の動き	・客は必要な商品しか購入しない傾向にあり、何が入っているか分からない福袋の予約が減少している。
コンビニ (エリア担当)	販売量の動き	・クリスマス時期の大型ショッピングモールに客足が途絶えることはないが、当店では前年に比べて来客数が約20%減少している。しかし、販売量に変化はなく、来客数は増加しつつある。
コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・来客数の増加に加え、客単価も上がってきて前年並みの売上が見込めるようになってきている。
コンビニ (支店長)	来客数の動き	・来客数は前年割れが継続しているが、客単価が前年以上になっているため全体では好調に推移している。
衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・客のボーナスが前年とほとんど変わらない。
衣料品専門店 (店長)	単価の動き	・高価格帯商品の動きが例年より鈍い。
家電量販店 (店長)	来客数の動き	・来客数が減少し、高い気温の影響で冬物商材の動きも鈍い。
家電量販店 (店長)	来客数の動き	・来客数が前年比90%台前半で推移しており、3か月前と同じような状況である。売上も商品によって格差があるものの、全体では前年比90%台後半で推移しており、こちらも3か月前と変わっていない。12月1日開始の4K・8K放送開始に期待していたが、地上デジタル放送開始時のような効果は得られていない。
家電量販店 (企画担当)	来客数の動き	・来客数は前年の90%で売上も良くない。
乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・年末商戦での来客数が前年より減少している。
自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・例年より暖冬なので冬物商材の販売量が減少し、売行きが今一つである。
住関連専門店 (営業担当)	単価の動き	・凶面を持ち込む客が増えている。

その他専門店 [土産物] (経営者)	販売量の動き	・この時期は大根や白菜などが大量に出荷され、価格がそれに伴ってかなり安くなっているが、売上は好調を維持しており販売量が増えている。
その他小売 [ショッピングセンター] (管理担当)	来客数の動き	・天候の不安定さで、季節商材を買い求める来客数の増加がみられない。土日の催事や体験型イベントでは来客数の増加がみられるものの、天候に左右されることが多く、週末の雨や急激に気温が低下した日の減少は著しく、期間中の来客数には大きな変化がない。
一般レストラン (外食事業担当)	お客様の様子	・忘年会の売上は前年並みであるが、客単価が500円低いコースの注文が前年の120%となっている。アルコールの売上は前年の90%程度、特に飲み放題コースは70%まで落ち込み、ノンアルコール飲料のウエイトが高まっている。夜の飲食頻度が激減しており、来客数は週末が前年の二けた伸長であるが、平日は前年の93～95%の状況が続いている。
スナック (経営者)	来客数の動き	・毎年12月には来客数がやや増加するが、ここ何年も代わり映えしておらず、この業界の景気は相変わらず低迷したままである。
その他飲食 [サービスエリア内レストラン] (店長)	来客数の動き	・寒くなり利用客が減少している。
都市型ホテル (総支配人)	販売量の動き	・例年12月後半からオフ期になるが、25日までの販売量は前年並みで推移している。年末年始も大型連休となるが、先行予約は残念ながら前年並みの状況である。
旅行代理店 (営業担当)	販売量の動き	・前年と比較して年末年始の旅行需要に大きな増減はなく、例年並みの状況である。
通信会社 (経理担当)	お客様の様子	・ここ最近販売量に変化がない。
テーマパーク (管理担当)	来客数の動き	・前年同月と比べて入館者数と商品販売高に変動がみられない。
テーマパーク (営業担当)	来客数の動き	・イルミネーション時期に入り入園者数は増加しているが、ほぼ前年並みの数字にとどまっている。
観光名所 (館長)	来客数の動き	・前年と比べて来客数は余り上下していない。
観光名所 (館長)	お客様の様子	・企業の業績は悪化していないものの、米国の自国第一主義が経済に影を落としていることに加え、日本の株価も2か月で5,000円安と大幅に下落し世界的に楽観視できないなど、景況感が上向きになりにくい状況が続いている。
美容室 (経営者)	競争相手の様子	・理美容業界は店舗数が多く、客の財布のひもも固いので景気は上昇していない。
設計事務所 (経営者)	来客数の動き	・消費税の引上げ前に駆け込みをする動きは少し弱く、客は税控除などの施策を意識している。ただし、客との会話では、年明けになると引上げを意識して契約行動に出る意向が一部でうかがえる。
設計事務所 (経営者)	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待を寄せているが、引き合いは低調な状況が続いている。
住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・イベントや展示場の来客数は依然として好調を維持している。
商店街 (代表者)	単価の動き	・オーバーストア、デフレ、少子化、インターネット販売の影響で、例年であれば伸びるはずの12月の売上が悪い。
商店街 (代表者)	来客数の動き	・クリスマスギフトを購入する期間が22日～24日に集中して短くなっており、売れる店と売れない店がはっきりしている。多くの店で売上確保が厳しい状況にあり、総体的に景気は下向きである。
一般小売店 [洋裁附属品] (経営者)	来客数の動き	・米国の景気の影響で日本の景気は悪い。
百貨店 (購買担当)	お客様の様子	・なかなか気温が下がらないためコートの動きが弱く、前年の売上を下回っている。近隣百貨店の閉店セールと大型スーパーの開店が影響し、当店への客足が伸びない。

	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・暖冬の影響で身の回り品や婦人服など衣料品の動きがとて悪い。すぐに必要のないものは買わない客の購買心理は依然として続いている。
	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・通常通りの販売促進をしても来客数や売上の減少幅が大きくなっている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年より減少しており、特に今月は3か月前より2%も減少している。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・以前は来客数が前年とほぼ変わらない状況であったが、最近では前年を割ってきている。
	スーパー（業務開発担当）	単価の動き	・暖冬の影響で鍋物用食材の販売量が落ち込んでいる。畜産では豚肉やとり肉の購入単価が低下している。
	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・月半ばまでは来客数が前年比106%と好調に推移しているが、三連休のクリスマス商戦以降は、前年比84%と一気に失速している。購買意欲を刺激するイベントがあるときは良いが、平常時はかなり厳しい。また、生活様式や環境の変化に伴い、まとめ買いする客もなく、年末の特需は皆無である。
	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・販売促進強化日の悪天候が影響して買上点数と来客数が前年を下回り、結果的に既存店の売上が前年を下回っている。
	スーパー（営業システム担当）	販売量の動き	・年末の予約の売上が芳しくない。
	衣料品専門店（経営者）	競争相手の様子	・閉店する店が増えている。
	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が減少し、売上も低下している。
	家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・キャッシュレスサービスの利用フェア終了の反動で、客の購買意欲が極端になくなっている。
	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・12月の販売量は大手自動車メーカーの報酬虚偽記載問題で、一昨年比85%と大変厳しい状況である。
	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型車が出ているにもかかわらず、来客数の減少と成約率の低下が極端である。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・12月になっても来客数は増加せず、高級品も売れない。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・平成30年7月豪雨の影響が残っており、客の購買意欲は低い。
	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客単価の減少が顕著で、特に一組当たり組単価が減少している。
	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・例年であれば予約客、一般客共に増加する忘年会シーズンであるが、一般の来客数が前年に比べ落ち込んでいる。予約自体は前年と同レベルであるが、個人やインバウンドが増え、企業の予約は減少傾向である。
	タクシー運転手	来客数の動き	・繁忙期の12月であるが乗車率が悪い。
	タクシー運転手	単価の動き	・平成30年7月豪雨災害の反動がある。
	タクシー運転手	来客数の動き	・忘年会シーズンではあるが、前年より乗車率は低下している。
	通信会社（広報担当）	競争相手の様子	・とにかく価格を下げないと客は納得せず、赤字が当たり前の状態となっている。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・12月とは思えないほど来客数が少なく、客単価も低下している。
×	商店街（代表者）	販売量の動き	・前年の年末に比べて商品の動きが悪く、年末のにぎやかさや慌ただしさが無い。
×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・前年と比べて来客数が減少している。
×	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売量、サービス在庫共に予定の50%にとどまっている。
×	その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・宝飾品の売上がクリスマス期間だけでも前年より約20%減少している。また、量販店での低価格品に消費が流れている影響で、眼鏡の購入客数も激減している。
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	・景気が全開で好調の状況である。

(中国)	食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・工場の稼働率が上昇している。
	繊維工業(監査担当)	受注量や販売量の動き	・卸段階での売上は前期比10%増であり、前売りでは前期比微増で推移している。
	鉄鋼業(総務担当)	取引先の様子	・自動車、建設、建設機械、工作機械の好調を受け、取引先各社の活動が活発になっている。
	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	・受注量は増加しており、人手不足が顕著である。
	輸送業(支店長)	受注量や販売量の動き	・今までは年末ギフトの時期が荷発着のピークであったが、大手通信販売会社の歳末セールの時期に移行している。電子商取引の増加で発着個数が計画以上となっており、人材確保がままならない状況が続いている。
	広告代理店(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・客の年末年始の販売促進拡大により、広告受注量が上向きに推移している。
	農林水産業(従業員)	受注価格や販売価格の動き	・客の買いが強くも弱くもならない。
	木材木製品製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・平成30年7月豪雨災害以降、一時的に景気が低迷していたが、秋以降は持ち直し前年並みとなっている。一方で慢性的な人手不足があるため、景気が今一つ伸び悩んでいる。
	化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・景気に特段大きな変化はない。
	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	・受注が好調で高い生産水準が維持できる見込みである。納期対応などもあり基準外労働も多くなっている。
	輸送用機械器具製造業(財務担当)	取引先の様子	・業界全体の景況感の停滞に加え、国内市場の緩やかな縮小、海外での競争激化等によりやや良くない状態が続いている。
	建設業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注物件で目一杯の状況が継続している。
	建設業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・株価急落で消費マインドが不透明である。
	輸送業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・倉庫扱い貨物を中心に扱い数量自体は多めで推移しているが、荷動きは思うようにはなく、全体として余り変わらない。
	輸送業(総務担当)	取引先の様子	・取引先からの受注量に大きな変化はない。
	通信業(営業企画担当)	取引先の様子	・セキュリティ、IoT、RPA等のソリューション商材では、製造業を基盤に引き合いの伸びが一旦落ち着き、新規の案件が減少している。
	通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年末商戦的なキャンペーンはなく、市場にも特別な需要増は見られず、例年どおりの売上で推移している。
	金融業(融資企画担当)	取引先の様子	・系列完成車メーカーのスポーツ用多目的車の世界販売量は依然高水準ではあるが、中国や米国での売行きが鈍っているため、地元部品メーカーの受注は高水準ながらやや減少してきている。
	金融業(貸付担当)	取引先の様子	・百貨店、スーパー、コンビニ、ドラッグストア等の販売額が前年比プラスであるが、公共工事請負金額、観光関連売上は前年比マイナスであり、全体では目立った変化はない。
	不動産業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・来客数と成約件数が横ばいである。
会計事務所(経営者)	受注量や販売量の動き	・人手不足に対応するためのアウトソーシング業務等は拡大する一方で、燃料費高騰の影響を大きく受ける運送業務は停滞感があるなど、良い面と悪い面が混在している。	
食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・損失を出さないために受注量を前年の95~96%としており、厳しい状況となっている。	
化学工業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・主要商品である苛性ソーダの単価が高止まりしているものの、メーカー側の在庫過剰とその調整のため、大口の客に対して水面下では値下げの動きもみられる。	

	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・液晶や半導体関連などの電子部品材料の受注が減少傾向にある。
	非鉄金属製造業（業務担当）	受注価格や販売価格の動き	・電子材料関係の製品価格が低下傾向にある。
	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械業界では中国向け案件の受注が決まっておらず、その影響で同業界からの受注が減少し、生産能力の50%にとどまっている。
	電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・為替や株価の下落、通商問題の動向など、金融資本市場が不安定である。
	x	-	-
雇用 関連 (中国)	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・有効求人倍率が高水準のまま推移しており、企業の採用意欲は旺盛である。
	職業安定所（職業指導担当）	求人数の動き	・有効求人数は3か月前から飲食、福祉、建設関係を中心に増加が継続している。
	人材派遣会社（経営企画担当）	求人数の動き	・求人の受注残が多数ある状況である。
	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・求人数、求人背景、周辺企業の動向などに特に変わりはない。建築・建設業界は2020年以降も堅調に推移する見込みであるが、その他は目立った動きはみられない。
	求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・3か月前と比べて医療福祉分野の求人数は増加傾向にあるとともに、サービス業全般で微増の状況である。しかし、飲食分野の求人数は2割近く減少しており、トータルでの求人数の動きは変わらない。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	雇用形態の様子	・ほとんどの企業が採用活動を実施し、中途採用が新卒にかかわらず新しい人材を獲得しており、人手不足が顕著である。
	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人は食肉加工や乳製品製造が好調な食料品製造業が大幅増となり、製造業全体でも前年同月比で3割増となっている一方、建設業や医療福祉が2割減となり、求人全体では横ばいとなっている。
	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・各企業の採用活動は引き続き活発で、継続した求人募集に加え、働き方改革への対応として既存従業員の業務負担軽減のための増員に伴う新たな求人募集などの動きもあり、前月の新規求人数は前年同期比で31.6%の大幅な増加となっている。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・インフラ系のメーカーでは、設備の老朽化に伴う需要が旺盛になってきており、それに伴って何年ぶりに中途社員を採用するというケースが増えてきている。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	求人数の動き	・人手不足が解消されないので景気が回復しない。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	それ以外	・企業の新卒採用期間が終わりを迎え、新たな求人は余りない。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	求人数の動き	・現在の人手不足の要因は人口減少によるものであり、好景気と連動しているわけではないので状況は変わらない。
	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・3か月前と比べて求職者の動きが停滞しているが、年末年始を挟むため、年明けから動き出す考えの人が多い。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	採用者数の動き	・採用数が減少している。
	x	-	-