

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
(中国)		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・4月以降に行われる税制改正や消費税の引上げの影響で駆け込み需要が発生している。
		観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・3か月前から来客数が増加しており、景気は良くなっている。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・1月は組織強化に向けた大手企業の印鑑とゴム印の注文が増加している。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	お客様の様子	・オーダーメイド商品の商品展開を増やしたところ、興味を持つ客が増加しており、需要が年々高まっている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数百万円の絵画やパールが売れており、景気は悪くない。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前年より来客数が増加している。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・当店が位置する島への観光客数が増加している。
		その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・気温の影響で閑散期の割には来客数が多く、売上も上昇しており、平日、週末共に来客数が前年比10%前後増加している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	来客数の動き	・前年の4月下旬に大幅改装し、平成30年7月豪雨災害以外の月は順調に来客数を伸ばしている。
		高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・来客数は増えているが、客単価が予算をクリアできない。
		一般レストラン（店長）	お客様の様子	・来客数が前年より大きく増加しており、客層も多様化している。平成30年7月豪雨から半年が経ち、復興も進みつつあるなかで、ある程度余裕が持てる人も増えている。インバウンドを始めとして国内旅行者も増えている。
		一般レストラン（外食事業担当）	お客様の様子	・曜日戦略を立て直し、平日、金曜日、週末それぞれの主力客に的を絞り、客に合わせたメニュー戦略や営業体制の変更、従来の全天候型の営業から切り替えて週末は一時休業時間なしで営業時間を拡大するなど、メリハリのある戦略が来客数増加に大きく影響している。平日はランチタイムを中心にシニア客の利用が増え、前年の90%であった来客数が130%にまで回復している。また、従来のものより500円安い商品を設定したことがヤング客層の回復につながっている。組人数は前年の97%であるが、組数は117%と増加している。
		都市型ホテル（企画担当）	販売量の動き	・レストラン部門の個人の動きは鈍いが、法人ニーズの多い宴会場、宿泊客数の動きが堅調である。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・為替相場や株価が変動しているが、これまでは景気に左右されず耐え続けていた客の状況が変わり始め、景気も上向きになってきている。
		通信会社（工事担当）	お客様の様子	・客の様子から景気は良い。
	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・新たに開始した光電話サービスが好調で申込件数が伸びている。	
	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・1月初旬の正月レースとG3競走で売上が確保できている。	
	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・学校の教室にエアコンを設け、トイレを洋式化するなど、国から同時期に仕事が出ており、設備の設計施工には手が回らないほどで、しばらく仕事量が豊富である。	
	商店街（代表者）	お客様の様子	・正月の第1週目は例年どおり人出も多く、福袋、バーゲンセールなどで大いににぎわったが、成人式以後は落ち着き、各店とも売上確保が難しくなっており、景気は3か月前よりやや悪い。	

商店街（代表者）	来客数の動き	・通行量は以前と変わらないが、客の購入単価が低下しているので売上が上がらない。
商店街（代表者）	お客様の様子	・客の低価格志向は続いており、買い控えが目立つ。
一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・前年より雪が降らないので売上は良くなっているが、景気全体の流れは良くない。
百貨店（経理担当）	販売量の動き	・化粧品と売場を広げたりピング部門は前年の販売量を上回り、観光営業部門は前年並みであるが、クリアランスが不調であった婦人服など多くの部門が前年を下回っており、全体の販売量は前年を3%程度下回っている。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月に入りインバウンドの売上が低下し、特に今まで好調であった化粧品の売上が低下している。婦人服では、ミセスゾーンが以前からインバウンドの売上は少なく変化はないが、ヤングゾーンの売上が低下しており、クリアランスでは前年を割っている。実績数値ではプレクリアランスがクリアランスを超える状況に移行していることもあり、1月のクリアランスでの売上、定価品の売上が特に厳しくなっている。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・年始は近隣の大型商業施設の影響で来客数が少なく、福袋の動きが鈍い。月を通じては暖冬の影響でマフラーやストール、手袋、ブーツなどの防寒アイテムの動きが鈍く、季節感のないバッグやアクセサリは比較的動きが良い。
百貨店（売場担当）	来客数の動き	・年末にグループ店舗が閉店したため、その客を引き継いで来客数が増加するはずにもかかわらず、そうっていない。
百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・前年に比べて降雪、積雪もなく天候条件は良いが、来客数の減少が続いている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・各家庭の景気状況が良くなっている一方で、年末商戦では前年の100%であった12月の来客数が、年始では前年の数値を確保できていない。競合店も軒並み来客数が減少傾向であるが、大型ショッピングモールは来客数が増加しており、消費行動が大型ショッピングモールにシフトしている。
スーパー（総務担当）	販売量の動き	・来客数はさほど変わっていないのに、客の買上点数が減少している。
スーパー（管理担当）	来客数の動き	・年末年始の来客数に前年を超える勢いがあり、景気が回復したかにみえたが、それを過ぎると客の動きが止まり、例月の状態に戻っている。
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・暖冬の影響で防寒衣料とアウターの売上が今一つであり、客は薄手で暖かい商品を購入している。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数だけでなく、売上、客単価共に横ばい状態である。工事現場があり、関係者の来店が見込まれる割に来客数は増えていない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこの増税以降、来客数は回復傾向にあるが、まだ以前の水準には届かない。
コンビニ（支店長）	来客数の動き	・売上は前年をクリアしているが、来客数は前年割れの状態が続いている。
コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・食料品の動きが今年に入り鈍化しており、特に主力のファーストフードの販売量の落ち込みが大きい。一方で、客の健康意識が高まり、高単価食材が販売量を伸ばしている。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が前年の80%程度になっており、気温が低下しても冬物商材の動きは鈍く、客は4K・8K放送に対応したテレビに関心はあるものの、購入には至っていない。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が減少し、客単価も低下している。
家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・来客数が激減している。
乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・三連休は集客できたが、その他の週の来客数は前年を割り込んでいる。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・初売りでも来客数は例年と変わらず、売上も伸びていない。

自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・景気が良いと感じられる事柄はなく、販売量は前年並みで推移している。
その他専門店 〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・年明けは過去最低まで売上が落ち込んだが、月中旬から持ち直している。
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	・年末年始のイベントの来客数はほぼ前年並みであった。来客数が増加しても、季節品などへの買い回り効果は薄く、ついで買いの客はほとんど見受けられない。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・雪が少なく良い天候が続いており、通常であれば、客の来店頻度が上がり、組単価が低下する傾向であるが、今年は来店頻度、客単価共に減少傾向である。
スナック（経営者）	来客数の動き	・1月の来客数は他の月より多いが、景気は上向きになっていない。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・1月の来客数は前年並みであり、これから宴会が増えてくる。
都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・行政の支援施策である13府県ふっこう周遊割の特需で宿泊客が増加している。また、レストランでは平日の来客数がやや伸び悩んでいるものの、土日は予約が集中して満席の状況であり、全体では好調に推移している。一方で、法人企業の宴会利用の受注は定例物件にとどまり、新規受注は低迷している。
旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・全体的に閑散期であり、売上は前年より悪い状況である。
タクシー運転手 タクシー運転手	販売量の動き お客様の様子	・1月は人の動きが悪く、売上は良くない。 ・前年と比較して天候が良いので客の動きが良く、日中は病院への送迎も増えているが、夜の動きは良くない。
タクシー運転手	来客数の動き	・夕方までは人の動きがあるが、夜の動きが悪い。
通信会社（総務担当）	それ以外	・通信業界に大きな変動はなく、景気動向は変わらない。
通信会社（経理担当）	お客様の様子	・客が消費を控えており、料金が安くなったとの話も聞かない。
テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・入館者数や商品販売高は前年同月と比べて変動がみられない。
観光名所（館長）	お客様の様子	・先行きの不安感が客の購買心理に影響しており、東京オリンピックや大阪万博に向けてインバウンド効果だけではなく、日本人の将来に対する希望や期待感につながる施策が必要である。年金、終身雇用、外国人労働者受入れなどに明るく希望の持てる仕組みづくりが必要である。
観光名所（館長）	来客数の動き	・来客数、売上共に前年並みである。
ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・天候に恵まれ前年よりは来場者数が増えている。
美容室（経営者）	来客数の動き	・前年と比較して来客数に変化はない。
美容室（経営者）	競争相手の様子	・どこのお店も景気が良くなり、単価を下げれば来客数は増えるが、売上は上昇しない状況である。
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・他社を含む来場状況は余り活発ではなく、年明けのタイミングなので客の動きが鈍い。
設計事務所（経営者）	来客数の動き	・戸建て住宅の新築の引き合いが低迷しており、消費税の引上げ前の駆け込み需要は前回のように増えていない。
商店街（理事）	販売量の動き	・暖冬の影響でセールになっても販売量が増加せず、来客数も減少している。
商店街（代表者）	単価の動き	・客は商品を厳密に選択し、より安くよりタイムリーに購入するので売上は前年を下回っている。
一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数、客単価共に下落傾向が続いている。
百貨店（広報担当）	販売量の動き	・来客数は増えているが、購買に結び付かない。

	百貨店（購買担当）	お客様の様子	・寒暖差が激しく、秋冬物商材が安くなっても客は購入しない。12月末にあった近隣百貨店の閉店セールに客を奪われ、当店の売上はかなり響いている。特に衣料品に関しては安い方に客足は流れる傾向にあるが、その一方で、バレンタイン商戦が始まり、高額なチョコレートの動きが順調である。
	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、販売金額と販売点数が前年を下回って推移している。
	百貨店（外商担当）	単価の動き	・前年に比べて美術品や宝飾品などの高単価商品の動きが悪くなっている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・減少している来客数を客単価がカバーしていたが、今月は来客数が前年の96.5%と、3か月前より1.5%低下している。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・野菜の相場安と暖冬の影響で客単価が前年より低く推移している。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の減少が顕著で、売上も前年を下回っている。
	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・年末までは好調に推移していた来客数が、今年に入り前年の97%と減少傾向である。家具とインテリアは近隣の大型家具店の影響が大きく、販売点数が前年の78%と苦戦を強いられ、衣料品は暖冬の影響で冬物の動向が鈍くなっている一方で、食品のみが好調に推移している。
	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・野菜の大幅な相場安の影響や客の節約による買上点数の減少で、既存店の売上が前年を下回っている。
	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・暖冬の影響で鍋材料の売行きが悪く、安価になっている野菜の販売点数が増加せず、販売単価は10%も低下している。
	衣料品専門店（経営者）	競争相手の様子	・取引先の話では、商売が低調である。
	家電量販店（店長）	来客数の動き	・売上、来客数共に前年比95%前後で推移しており、3か月前とほとんど変わっていない。今後、来客数の増加は見込めず、現状では来客数の低下を客単価の引上げで何とかカバーしている状況なので、景気は決して良くない。
	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年の9割程度で、暖冬のため暖房器具の売上は伸びず、景気は良くない。
	その他専門店【布地】（経営者）	お客様の様子	・正月明けの一週間は来客数が増加したが購入率は低く、1月後半からは来客数が減少している。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・寒さで客足は少なく、客単価もそれほど上昇せず、全体的に景気が沈んでいる。
	その他飲食【サービスエリア内レストラン】（店長）	単価の動き	・商品が値上がっている。
	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊の閑散期であるため前年並みに推移しており、13府県ふっこう周遊割の利用者があるものの、来客数の大幅な増加はない。
	通信会社（広報担当）	単価の動き	・客はほぼ無料に近いものにしか興味がない。
	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・正月後の販売の動きが鈍くなっており、様々な年始の会合では、今年の見通しについて警戒感の強い意見が多く、消費の動き抑制的になっている。
	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が終わり、冬の閑散期で来園者数が減少している。
	テーマパーク（営業担当）	来客数の動き	・花の少ない時期であり、暖冬ではあるが寒い日が続くこともあって、屋外施設への客足は鈍い。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・消費税8%の現在が得なのか、引上げ後の10%が得なのかを税制改正で見極めようとする慎重な客が増えている。
	住宅販売会社（営業担当）	販売量の動き	・例年であれば4月からの着工の受注があるが、案件が少ない。
×	一般小売店【眼鏡】（経営者）	単価の動き	・買い控えをする客が増加している。

	×	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・寒さで人出が少ない。
	×	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・1月の販売量は前年比85%と大変厳しい状況である。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・今年は暖冬で降雪がなく、冬物商材の販売量が激減している。
	×	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・土日の集客が悪く、平日と全く変わらない。
企業 動向 関連  (中国)		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の地元自動車メーカーが好調である。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数と成約件数が約30%伸びている。
		鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・自動車、建設、建設産業機械など各分野の需要が好調で鋼材の加工が忙しく、災害復旧工事などもあって鋼材の需要は底堅い状況である。
		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が高い水準を保っている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・各事業体での新春の販売促進案件やイベント等の開催告知に関する内容で上向きに推移している。
		農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・発注も市場での客の買いもかなり下火の状況である。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・出荷状況に変化はない。
		繊維工業（監査担当）	受注量や販売量の動き	・繁忙期に入り、前年よりやや動きが早いですが、まだ初期段階なので数字には表れていない。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新年に入り、米中の貿易摩擦や米国IT企業の業績の下方修正による株価の下落によって、日本市場の株価の下落や円高が懸念される反面、消費税の引上げ前の駆け込み需要の高まりもあり、景気の動向に変化はない。
		化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・僅かながらも増加傾向にあった受注量は、3か月前の水準を維持しており、景気の後退感を残しながらも安定している。
		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	・生産量が高い水準が継続しており、新規大口の引き合いは辞退している状況である。
		非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子材料関係の受注量に大きな変化はない。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が生産能力の50%を割り込み、厳しさが増している。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	取引先の様子	・当社に限らず業界全体としてここ数年は外部環境、内部環境、業界構造共にやや悪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	・受注は順調に推移しているが、技術職員や協力業者の人手不足、鋼材やボルト等の資材の納期に時間が掛かる状況など不安要素がある。
		輸送業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・一時期に比べて荷動きが堅調になっている。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・客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	・不動産業では、情報通信関連の投資が増加傾向にあるものの、製造業や流通業では、前年同期と比べて次年度に向けた大きな投資案件が少ない。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年始からの業績は例年、例月どおり変動なく推移している。
		金融業（貸付担当）	取引先の様子	・年末は全体的に取引先の商取引の動きが活発になったが、年明けは落ち着いており、特に大きな変化はない。
	金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・好調を維持していた系列完成車メーカーの世界販売が中国や北米で失速しており、地元部品メーカーの受注は高水準ながらも、前年比でマイナスとなっている。	

	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・事務系アウトソーシング業務が拡大しており、人手不足を解消できれば年度末までは現状維持が可能である。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・暖冬なので季節商材の動きが悪く、販売量が3～5%低下し、原材料費は高騰しているため厳しい経営状況である。
	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・主力製品の受注量が減少しており、売上也減少する見通しとなっている。さらに、新たな装置の開発、製造、販売も軌道に乗るまではまだ時間を要する状況にある。
	x	*	*
雇用関連	-	-	-
(中国)	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・求職者の動きが活発で、転職希望者の数が増加している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・県内企業経営者を対象にしたアンケートで、91%が人手不足と考えている。この状況に伴い、企業が省力化のための設備投資を増加する傾向にあり、また、平成30年7月豪雨からの復旧工事や改良工事などの需要も本格化して景気は拡大傾向である。
	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・求人数、求人背景、周辺企業の動向に変化はなく、求人、求職者共にあるが、条件に合う仕事が少ない状況が続いている。
	求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・3か月前と比べて求人数には大きな変動はなく、アルバイトやパート求人、正社員求人共に高い求人数となっており、特に正社員の求人数は3年前より常に高いレベルで推移している。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	雇用形態の様子	・中途、新卒にかかわらず、正社員の採用比率が上昇しており、今年度は約8割となっている。
	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人は、客入りが好調な温泉旅館が増員募集するなど宿泊飲食サービスが前年同月比で3割増となっている。次年度の非常勤職員募集で管内の各市町から求人が出されるなど、求人全体では高いレベルで推移している。
	職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・新規求人数、新規求職者数に大きな動きはなく、管内の有効求人倍率は高水準で推移している。産業別では医療福祉分野での求人が前年に比べ増加している。
	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・前年同期の大量求人の影響で直近の新規求人数は前年同期比で10%弱減少しているが、企業の採用活動に変化はない。なお、離職者、新規求職者共に引き続き減少傾向で推移していることから、各社とも従業員の確保には苦慮している。
	職業安定所（職業指導担当）	求人数の動き	・有効求人倍率は依然として1倍を大きく超えており、人手不足感が顕著である。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・後継者不足による事業閉鎖の声を聞く一方で、財務体質の良い企業では、次なる担い手を外部から採用できている。将来の経営者を目指すミドル層は、これをチャンスと捉えており、事業存続と雇用維持が図られている。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	求職者数の動き	・求職者の動きに変化はなく、景気回復には人手不足の解消が必要である。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	採用者数の動き	・現在、就職環境が好調なのは、若い人材の不足が影響しているためであり、景気の動きとは関係ない。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	周辺企業の様子	・新卒採用がほぼ終了し、新たな動きはみられない。
	人材派遣会社（経営企画担当）	周辺企業の様子	・米中の貿易摩擦の影響で電子部品関連が低調となっている。
	x	-	-