

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)		競艇場（企画営業担当）	・4月中旬に全国発売のG1レースがあるので収益が確保できる。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・オーダーメイド商品は価格帯が高く、景気や消費ムードに左右されやすいが、低価格帯のオーダーメイド商品を提案することで売上の波の解消を図ることができる。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・暖かくなれば来客数は増加してくる。
		百貨店（営業企画担当）	・大型改装前と平成最後を冠としたセールを開催する。
		スーパー（店長）	・地元にある大手企業の好景気と改元の祝賀ムードに景気が後押しされる。
		コンビニ（エリア担当）	・当市では大手コンビニエンスストアの開店が続いており、当店の景気が良くなる状況ではないが、前年2月にオープンした近くの競合店の影響で減少していた来客数が若干回復しつつある。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・年度末に向け公共工事が増加するとともに、地元プロ野球チームの話題もムードを高め、前年同等の来客数が見込まれる。
		コンビニ（支店長）	・改元時期であるゴールデンウィーク辺りは売上が好調に推移する。
		衣料品専門店（店長）	・来客数が増加する時期になり、消費税の引上げ前の駆け込み需要も見込めるので景気は上向く。
		家電量販店（販売担当）	・決算時期になるので販売量の増加に期待が持てる。
		乗用車販売店（業務担当）	・1～3月の年間最大増販月に期待が持てる。
		乗用車販売店（営業担当）	・初売りから決算への流れと、エコカー減税や消費税の引上げを見据えて客が動き出す。
		乗用車販売店（営業担当）	・注目の新型車が発売され、販売量が増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・3月末までは決算期なので来客数は増加し、新車の動きも良くなって売上は上昇する。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・平成30年7月豪雨の風評被害がかなり薄れてくる。
		高級レストラン（事業戦略担当）	・本年だけの特需ではあるが、大型団体客の利用が決定している。
		一般レストラン（店長）	・これから花見シーズンを迎え、増加傾向にあるインバウンドの更なる需要が見込める。また、近隣のホテル開発も進み、客室稼働率にも余裕が出てくれば旅行者が増加し、現状の好景気がしばらくは続く。
		一般レストラン（外食事業担当）	・受験、卒入学、異動、転居など、人の移動が活発な季節になり、晴れの日も増えるので、それぞれの社会行事、学校行事、地域行事に対応した販売促進を細かく打つことで売上は増加するとともに、4～5月は改元のプラス効果に期待が持てる。しかし、人材の入替わりの端境期でもあるので、人材確保のための人件費の上昇で経営的には苦戦が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・春の観光シーズンの予約と歓送迎会の予約が好調なので、現状より景気は良くなる。
		都市型ホテル（企画担当）	・転勤、入学、歓送迎会などの需要が増え、人が動く時期になるので来客数は増加する。宿泊のインバウンド団体も桜シーズンに向けて先行受注は前年並みにあり、個人客も増加する。
	都市型ホテル（企画担当）	・宿泊予約の見込み数が好調に推移しており、特にインバウンドが全体をけん引する。	
	旅行代理店（経営者）	・韓国、中国、アメリカなどの海外動向に振り回されて景気も悪化していたが、地方では都会にはない安全で良い商品を安く販売する戦略が功を奏し、旅行業にも徐々に良い結果が出始める。	
	旅行代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークでの旅行需要に期待が持てるため、これから商品を投入して需要を喚起する。	
	タクシー運転手	・3～4月は異動の時期なので、歓送迎会が増えて夜の動きは活発になる。	

通信会社（工事担当）	・客の様子から景気は良くなる。
通信会社（販売企画担当）	・消費税の引上げ前の需要が高まる。
テーマパーク（業務担当）	・冬の閑散期が過ぎ、春のイベントが始まるので来園者数が増加する。
テーマパーク（営業担当）	・春の行楽シーズンに入ることに加え、改元による祝賀ムードにより客の動きが良くなる。
設計事務所（経営者）	・消費税の引上げ前の需要が高まり、平成30年7月豪雨の復興事業が本格的に動き出す。
住宅販売会社（営業担当）	・引き合いがあるため、年度が変わった頃に対応すべき案件が増えてくる可能性がある。
商店街（代表者）	・世界情勢、特に米国と中国の貿易戦争で振り回されて景気は良くならない。
商店街（代表者）	・客は最低限度の購入に抑えるなど、余分な出費を控えており、景気が上向きになることはない。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・大手企業の動きはあるが、中小企業の動きは少なく、全体的な販売量は横ばいである。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費税の引上げを控え、消費者の節約志向は依然として強く、消費は活発にならない。
百貨店（経理担当）	・好調な部門が少ない状況は続く。
百貨店（営業担当）	・百貨店のあり方や求められるものがここ数年で大きく変化しており、新たに求められるものにチャレンジし変化していかなければ生き残れない。
百貨店（売場担当）	・商圈来客数が減少しており、店としての魅力を上げる必要がある。
百貨店（購買担当）	・2月末と5月末に閉店する近隣の百貨店が閉店セールを予定しており、当店の経営状態が上向くことは難しい。アパレル業界からは流行となる商品が出ていないので、厳しい状況は続く。
百貨店（売場担当）	・衣料品、雑貨共に防寒アイテムの動きが悪く、新製品の入荷が遅れ、店頭での鮮度維持が難しい。
百貨店（人事担当）	・衣料品全体の低迷が続いており、回復要素もない。
百貨店（外商担当）	・改元や消費税の引上げが予定されており、経済や消費の先行きに不透明感が強く、景気は良くならない。
スーパー（店長）	・年始に比べ3か月後の需要は高まるが、客の利用がイベント集客型の大型ショッピングモールにシフトしていることから、スーパーでは来客数の劇的な回復は見込めない。また、店舗での買上点数は減少傾向にあるため、劇的に良くなることもない。
スーパー（店長）	・10月の消費税の引上げ前までは景気に変化はなく、客は必要な商品だけを購入し、財布のひもは固いままである。
スーパー（総務担当）	・穏やかな気候なので価格が安定するが、客の買上点数が減少しているのが不安要因となる。
スーパー（管理担当）	・イベント時には来客数の回復があるものの、過ぎれば元に戻る繰り返しが続く。
スーパー（販売担当）	・景気が良くなる要因が見当たらない一方、前年は雪が降って気温が低下したが、今年は例年よりも気温が高く雪も少ないため、来客数は前年より多くなる。
スーパー（財務担当）	・入学、就職シーズンになれば臨時の出費があるので、ふだんの生活を節約するため既存店売上の前年割れが続く。
スーパー（営業システム担当）	・気温が高いので鍋商材やカイロなどの冬物商材が苦戦しているが、天候次第で状況は変わる。
コンビニ（エリア担当）	・来客数の増減を繰り返す。
家電量販店（店長）	・消費税の引上げの1～2か月前にならないと、売上のピークは来ない。
家電量販店（企画担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は予想されるが、まだ先の話である。
乗用車販売店（店長）	・新車の来客数は増えていないが、サービスの来客数は安定しているので、急激に減少することはない。
乗用車販売店（店長）	・サービス入庫中心の来店で新規商談が乏しい。広告宣伝効果はあるが、今月の状態から判断して販売目標は高いハードルになる。
乗用車販売店（営業担当）	・初売り終了後は、納入が終了していない予約待ちの客数が減少している。

自動車備品販売店（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が見込まれるが、不確定な要素が多い。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・人口減少、地域間競争、ネットとの競争、地域経済の沈滞で景気が上向くことはない。
その他専門店〔土産物〕（経営者）	・春休みにかけてバス旅行の団体客から問合せが増加して好調を継続する。ただし、人手不足で繁忙期を迎えるため苦慮する。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・10月の消費税の引上げまで客の様子に変化はないが、節約志向になる懸念がある。
その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・新生活用品の需要が高まる時期になるが、客は最近節分やバレンタインなどのイベントへの参加意識が薄く、例年並みの動向となる。
一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
スナック（経営者）	・当業界の景気は低迷したままで推移する。
観光型ホテル（営業担当）	・例年2月はオフ期で来客数の増加は難しい。
都市型ホテル（総支配人）	・先行予約は例年並みで推移している。平成最後を冠としたイベント効果が見込まれるものの、米中の貿易摩擦やユーロ圏の減速など世界経済の不安定要素もあって先行きは不透明である。
タクシー運転手	・現在は寒いので人の動きが悪い一方、当市では更地が増える状況にあり、今後は街全体で金の動きが出てくる。
タクシー運転手	・景気が良くなる状況ではなく、低い乗車率が伸びることもない。
通信会社（総務担当）	・引き続き光電話サービスの申込みが見込める。
通信会社（営業担当）	・景気の浮き沈みのどちらになるのが特段の要因はないため現状が続く。
通信会社（企画担当）	・今年度中にものの購入を抑制する状況が緩和する要因がないため、客の動向が好転する見込みもない。
通信会社（総務担当）	・通信業界では人が流動する異動シーズンは一時的に工事等が多忙となるが、従来の利用実態が変化するだけなので景気としては変わらない。
通信会社（経理担当）	・消費税が引上げられるので、客は引き続き消費を控える。
テーマパーク（管理担当）	・地方での消費は横ばいであり、市場も好転する環境にはない。
観光名所（館長）	・景気が良くなる材料がない。
ゴルフ場（営業担当）	・ゴールデンウィークに期待が持てる。
美容室（経営者）	・2～3か月で客の金の使い方が変化したり、来店頻度が高まったりすることはない。
美容室（経営者）	・宣伝をすれば来客数は増加するが、宣伝費が出せない。
設計事務所（経営者）	・消費税の引上げに対して客の反応が鈍く、住宅ローン減税期間の3年延長と比較している状況で、まだ客の動きは活発にならない。
設計事務所（経営者）	・消費税の引上げ対策の住宅ローン減税などが発表されたので、落ち着くまでしばらく様子見が続く。
商店街（理事）	・景気が良くなる要因がなく、春に統一地方選挙もあるので客の消費行動は鈍る。
商店街（代表者）	・オーバーストア、少子化、デフレ、インターネット販売と競合しており、ベビー子供服業界の先行きが思わしくないことに加えて、慎重に購入する客の姿勢が続く。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・経済全体が縮小しており、当商店街では閉店するところがあっても、その後に入ってくることはない。人口も減少して景気が良くなる要素はなく、ローカル商店街は厳しい状況が続いて不安だけが先走る。
百貨店（広報担当）	・消費税の引上げの影響が懸念される。
百貨店（外商担当）	・年末の当社店舗の閉店に伴い、明らかに近隣の人通りが減少していることに加え、対面するスーパーも来月末閉店するため、年配客が買物をする場所がなくなることが大変懸念される。
スーパー（店長）	・ディスカウントストアなど競合店のオープンで競争が激しくなり、来客数の減少は続く。
スーパー（店長）	・来客数の減少傾向が続き、売上の減少も更に拡大する可能性が大きい。

	スーパー（業務開発担当）	・加工食品の値上げが相次いでおり、食品に対する客の節約志向は強まることに加え、地場の弱電下請メーカーからは生産調整の話があるため、それに拍車がかかる。
	スーパー（販売担当）	・今後2～3か月は年間で最も売上比率の高い新生活商戦を迎えるが、近年の少子化などで市場自体が縮小傾向にあるため景気は悪化する。また、他社との価格競争も激しく景気の向上を実感するには程遠い状況となる。
	衣料品専門店（経営者）	・地方の景気はなかなか良くならない。
	家電量販店（店長）	・来店する客層が少しずつ変化しており、20～30歳代の若いファミリー層が他のエリアに流出し減少しているので景気は悪くなっていく。
	家電量販店（店長）	・来客数が減少し、客単価が低下する状況は継続する。
	乗用車販売店（統括）	・3月の新型車発売まで販売量に変化はない。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・地方が良くなるためには、官と民が一体となってもっと本気で地方を活性化しなければならない。
	一般レストラン（経営者）	・客の節約志向は変わらず、店舗での人手不足によるサービス低下も起こり経営はますます厳しくなる。
	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・製品の値上がりがある。
	通信会社（広報担当）	・客は必要なものすら節約する傾向にあり、景気が良くなる話はない。
	観光名所（館長）	・日本経済の中長期的な成長ビジョンが明確ではなく、世界情勢の不透明さも加わって混とんとしてくる。誇りと名誉を持ち前向きに暮らせる政策と環境の土台づくりが重要である。
	美容室（経営者）	・人手不足の深刻化による顧客満足度の低下が大いに影響してくる。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込みがあっても、その後の需要の反動減は少なからず見込まれる。
	商店街（代表者）	・客の慎重な購入姿勢は継続し、売上が増加することはない。
	×	
	×	
	×	
	×	
	×	
	×	
企業 動向 関連 (中国)	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先の地元自動車メーカーで新車の立ち上がりと量産があるので景気は上向く。
	不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期になるので、来客数、成約件数共に増加する。
	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（総務担当）	・英国のEU離脱や米国と中国の経済摩擦を始めとし、不確定で不安定な状況が続いている。それらにはサプライチェーンが関係しており、今後も不透明な状況が続く。
	繊維工業（監査担当）	・売上変動の要因が見当たらないので、ほぼ前年並みの動向になる。
	木材木製品製造業（経理担当）	・海外の不安定な景気動向と消費税の引上げ前の駆け込み需要がいまって、景気は小康状況が続き、結果として変わらない。
	化学工業（総務担当）	・販売量に変化はない。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大型連休が控えており、その期間の前倒し納入などもあるため、生産量は高水準で推移する。
	鉄鋼業（総務担当）	・前年11月以降、受注量が減少傾向で今後の見通しも良くはないが、現状程度の受注量で推移する見込みである。
	鉄鋼業（総務担当）	・鋼材需要は高位継続となるが、人手不足や働き方改革などで、これ以上の需要の高まりはない。また、諸物価の上昇や貿易摩擦の影響によるマーケットの冷え込みなど収益悪化のリスクもある。
	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関係の想定受注量に余り変化はない。

	金属製品製造業（総務担当）	・見通しに関する良い情報、悪い情報共になく、当面現状の厳しい状況が続く。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・大きなプロジェクトはあるものの、そのほとんどを海外メーカーが受注しており、日本メーカーが主戦場としている商品では大型案件が乏しい。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・今後2～3か月先とそれ以降も主要客からの内示量は高い水準を保っている。
	建設業（総務担当）	・平成30年7月豪雨災害の復旧工事が具体的に動くなど、公共工事を含めて仕事量は十分にある。
	輸送業（経理担当）	・輸出入を含む荷動きはある程度の数量が見込まれるとともに、もっと良くするには雇用環境の改善が必要であるが、それは見込めないため変わらない。
	輸送業（総務担当）	・客の受注予想、設備投資等大きな変化はない。
	通信業（営業企画担当）	・客との会話の中で、不動産や車の購入等の話題がほとんどなく、身の回りの電子機器や電化製品の買換えに関する話題が多い。
	通信業（営業担当）	・景気低迷における消費増税に関しても政府は一貫して上げようとして、野党と論戦で国会審議もままならない状況でもあり、小手先のポイント還元など国民目線とかい離している状況から景気回復はない。
	金融業（貸付担当）	・改元を控え消費は活発になるが、賃金が上向くことはない。
	広告代理店（営業担当）	・進学や就職等につながる各事業体からの受注が増えるが、余り変動はない。
	食料品製造業（経営者）	・原材料費の値上がりで3月から商品の値上げを予定しており、先行きが不安定な状況が続く。
	化学工業（経営者）	・米中貿易摩擦が世界景気の先導役となっていた中国の景気後退に徐々に影響し、取引先が生産計画を下方修正する動きが出てくる。
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きは良くならない。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・市場動向の悪化で受注量が減少する。
	建設業（経営者）	・経済政策の信頼性が話題となって、景気が失速傾向になる。
	金融業（融資企画担当）	・米中貿易戦争の影響などから世界経済はしばらく減速が続き、完成車メーカーの自動車販売量が減少し、地元自動車部品メーカーの受注量は伸び悩みが避けられない。
	会計事務所（経営者）	・消費税の引上げが近づくにつれ景況感が悪化する。また、客の運送事業者が支払う高速道路利用金額の総額が低下しており、物流量が減少していく懸念がある。
	x	-
雇用関連		-
(中国)	人材派遣会社（支店長）	・4月入社の転職を希望する人が多く、今後も求職者の動きは活発に推移する。
	求人情報誌製作会社（経営者）	・3～4月は求人数が最も増加する時期であり、正社員求人は高い水準で継続し、アルバイトやパートの求人も飲食業、卸売業、サービス業を中心に伸びる。また、時期的に物流ドライバーの求人数も2月から増え始める。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・皇太子殿下の御即位、改元で新時代を迎えるにあたり、地域経済も上昇基調となる。米中貿易摩擦など、海外経済への危惧はあるものの、それ以上に域内の設備投資意欲や個人消費は底堅い状況となる。
	民間職業紹介機関（職員）	・既存社員のみでの課題解決が困難な場合、外部から問題解決のできる人材を採用するケースが見受けられる。従来は人件費の問題で既存社員の知恵に頼り、余剰人員を抱えることを避けてきたが、現状打破と業績拡大を目指して積極的な採用活動が継続する。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・企業の広報活動が3月から正式に開始することになり、採用活動も活発化する。
	人材派遣会社（社員）	・米中摩擦、株価低下等、輸出産業にマイナス要因が出てくる可能性があるが、景気にすぐには反映されず、引き続き人手不足感が続く。

	求人情報誌製作会社（広告担当）	・1人当たりの採用コストが増加しているが、売手市場なので採用人数には比例していない。人が採れないので予算を増やす企業が多く、半分の企業が採用予算を増加し、減らす企業はない。
	職業安定所（所長）	・多くの業種で人手不足感の高い状態が続き、来春の新高卒者の求人倍率が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が続く。
	職業安定所（事業所担当）	・大型廃業等の情報は一切聞かれず、大型商業施設の再出店の動きが複数ある。業種に関係なく企業の採用活動は引き続き活発である。
	職業安定所（職業指導担当）	・サービス業、介護医療、建設業等、産業全般で人手不足感がある状況は変わらない。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・人手不足の打開策がなく、手を打っても即効性はない。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・現在の就職環境の好調さは、若い人の不足から来ているので景気の動きとは関係ない。
	人材派遣会社（支社長）	・改正労働者派遣法に盛り込まれた雇用安定措置対象者は、派遣先での直接雇用が増え、純粋な派遣社員の人数は減少傾向である。また、派遣の立場を継続して無期雇用に切り替えることをせず派遣社員をやめるスタッフも多く、当社の月々の稼働人数は減少しているため、有期雇用にビジネスの拡大も難しくなる。
	人材派遣会社（経営企画担当）	・電子部品関連の低調を受け、周辺産業への影響が懸念される。
	x	-