

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)		スーパー（店長）	・5月には大型連休を控え、例年より高い売上に期待が持てる。ただし、ショッピングモールなど商業施設に客が集中する可能性が高いので、天候次第で数値が大きく変化する。
		商店街（代表者）	・取り扱う商品によっては、駆け込み需要を期待して消費税の引上げ後よりも引上げ前にお買得感を出すため、売れ行きがある程度良くなる。
		商店街（代表者）	・ワンルームマンションをインバウンド向けの施設に利用する目的で売買するなど、新しい動きが見え始めている。
		商店街（理事）	・改元の祝賀ムードで客の消費行動が活発になる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・改元の影響でゴム印の注文が増加する。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・暖かくなり人の動きが出てきて、来客数は増加する。
		百貨店（売場担当）	・消費税引上げ前の需要で高額品や化粧品を中心に販売量が増加する。
		スーパー（店長）	・徐々に買物単価が上昇していく。
		スーパー（販売担当）	・当店が加盟するチェーンのプライベートブランド商材が、コンビニでの取扱が中止になったことで、それを求める若年層を中心とした来客数が増える。客層からして販売単価の増加は難しい面もあるが、総体的に良い方向に進む。
		コンビニ（エリア担当）	・4月以降の来客数の伸びに期待が持てる。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・公共事業、観光客、スポーツイベントが例年以上の規模になっており、来客数も上昇傾向にある。
		衣料品専門店（代表）	・暖かくなると客の購買意欲が増す。
		家電量販店（店長）	・東京オリンピックのためにテレビの販売量が増加し、消費税の引上げ前需要で売上は上昇する。
		家電量販店（企画担当）	・10月の消費税の引上げ前の駆け込み需要が発生し、来客数は増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で販売量が増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げの影響がそろそろ出てくる。
		乗用車販売店（統括）	・4月からは新型車投入による販売量の増加が見込まれる。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・ゴールデンウィークの大型連休で人の動きが出てくる。
		観光型ホテル（営業担当）	・ゴールデンウィークに向けて先行予約とインバウンドの先行予約が順調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・改元と皇太子殿下の御即位の影響で消費マインドは高まる。
		都市型ホテル（企画担当）	・改元と大型連休が大きな集客機会と捉えているが、婚礼や宴会受注などは前年と変わらない。宿泊も5月4日以降の先行予約が低迷しており、レストランの集客も分散すると想定している。
		都市型ホテル（総支配人）	・改元に伴う祝賀ムードの高まりやゴールデンウィークの10連休などにより宿泊や飲食に期待が持てる。
		都市型ホテル（企画担当）	・引き続きインバウンド客による宿泊が好調であるとともに、プロ野球の開幕により多くの人が域内に訪れる。
		旅行代理店（経営者）	・生き残っていくために新しい事業に挑戦するなど不景気を乗り切るうとしている企業もあり、景気は良くなる。
		旅行代理店（支店長）	・ゴールデンウィークが大型連休となり、旅行の申込みに期待が持てる。
		テーマパーク（営業担当）	・ゴールデンウィーク10連休を始め、改元に伴っての各種イベント等があり、客の動きは活発になる。
	観光名所（館長）	・ゴールデンウィークが10連休になることで来客数の増加につながる。	
	競艇場（企画営業担当）	・6月中旬にG1競争があるので売上が確保できる。	
	住宅販売会社（従業員）	・新元号になって客の購買心理が上向く。	

住宅販売会社（営業担当）	・土地等の取得が増える。
一般小売店〔靴〕（経営者）	・10月の消費税の引上げ前の駆け込み需要を見込んでいるが、地方の小売店ではまだ影響が及ばず、7～9月までは大きく変わらない。
百貨店（経理担当）	・現状を維持していくのが難しい状況になりつつある。
百貨店（営業担当）	・消費税の引上げ対策を行っているが、アパレル業界では販売量が大きく変化することはない。
百貨店（購買担当）	・売上が厳しい婦人服のアパレル関係業界でもものづくりを控えているため、店頭商品が不足している。改元に伴い店舗改装などの施策はするが、消費税の引上げもあって物産展などの食のイベントほど期待が持てない。
百貨店（売場担当）	・前年同一商圈にアウトレットモールが出店して1年を迎えたため、徐々に来客数が回復してくるが、既存客が高齢化しており、全体としては来店頻度が減り、来客数が減少する傾向となる。
百貨店（外商担当）	・消費税の引上げや改元等、不透明な先行きの不安要素により、今後も厳しい状況が続く。
百貨店（外商担当）	・来客数、客単価共に前年並みを見込むが、改元や連休の影響がどのようになるか予想が立たない。
スーパー（店長）	・客単価が上昇しても来客数が増加しない状況は続く。
スーパー（総務担当）	・これからの季節商材には期待が持てるが、通常商品が上向くことには期待が持てない。
スーパー（業務開発担当）	・客の食品に対する節約意識が定着する一方、ディスカウントストアやドラッグストアとの競合で厳しさが続き、悪くはなっても良い環境となる。
スーパー（財務担当）	・4月以降も食品の値上げが続き、節約による買い控えにより、来客数と買上点数の前年割れが続く。
スーパー（販売担当）	・売上が増減する要因がない。
コンビニ（エリア担当）	・開店して1年が経過した競合店の影響が薄れ、3月の売上が前年をクリアしているため、特定商品の売り込みを図るなど、今以上の施策を講ずることで、客単価を向上させ売上を伸ばしていく。
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる明確な要素が見えてこない。
家電量販店（店長）	・春の移動需要の時期でも前年より動きが鈍く、景気回復はない。
家電量販店（店長）	・IHクッキングヒーターや自然冷媒ヒートポンプ給湯機などオール電化商品の寿命による買換え時期に入っているため、この分野の商品は伸長する。同様にシステムキッチンやシステムバス等のリフォームも好調を維持しており伸長が見込めるが、家電は需要が縮小している上に、ネット通販等の台頭により厳しい現状に変わりはなく、家電の落ち込みをリフォーム商品でカバーするのがやっとの状況が今後も続く。
家電量販店（販売担当）	・消費税引上げ前の駆け込みみに期待が持てる。
乗用車販売店（営業担当）	・期末なので新車購入や点検車検での来客数が多くなっているが、今後も消費税の引上げまでに購入を考える客が増加する。
乗用車販売店（店長）	・現在の客の様子からすれば、新年度になって来客数と販売量が増減することはない。
自動車備品販売店（経営者）	・景気が良くなる大きな要因はなく、逆に悲観的な要素が増えてくる。
自動車備品販売店（経営者）	・消費税の引上げ前の仮需要があるが、過去の引上げ前実績と比較するとさほど変わらない。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・これ以上の販売量の増加はない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・人口減少、所得格差などが続き、安定した商いをしていくことが難しい時代であり、景気はこのまま変わらないか、消費税の引上げなどでもっと厳しくなる。
その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・前年同様イベントなど来客数の増加に向けた施策は行っているが、集客や購買意欲に大きな変化が及ぶ兆候はないので、新生活へ向けた購入が増加することを待つばかりである。
高級レストラン（事業戦略担当）	・過去に予想していた数値と変わらず推移している。

一般レストラン（経営者）	・ 商圏内のシニア層が増加し、ランチタイムの利用頻度が高まり、ディナータイムは低下している。若者のアルコール離れが顕著で客単価が低下しており、客の節約志向に変化はない。人手不足で店休日の設定や営業時間を短縮する店や閉店も目立っており、客の外食頻度が高まることはない。
一般レストラン（経営者）	・ 人手不足は相変わらず続いており、景気への影響も大きい。改元が客にどのように影響するかはゴールデンウィークの捉え方次第ではあるが、通期でみると変わらない。
一般レストラン（経営者）	・ 統一地方選挙や皇太子殿下の御即位などで景気が上向くかどうかは分からない。
一般レストラン（店長）	・ 食料品や原材料の値上げに加え消費税の引上げも控えているため、客の財布のひもは固くなる。外食は節約する際最初に対象となるため厳しい状況が続く。
スナック（経営者）	・ 何年も景気の底が続いているので、この業界が良くなることはない。
タクシー運転手	・ 4月は歓迎会や花見で人の動きが出てくるが、ゴールデンウィークになればタクシー利用の頻度は低下する。
タクシー運転手	・ 人手不足なので売上に変化はない。
タクシー運転手	・ 4月は人の動きが出てくる。
タクシー運転手	・ 赤字部門を廃止して乗務員を増やしているため乗客数が増加しているが、客単価が伸びない。主な利用者が高齢者で企業の利用が増えない状況が続く。
通信会社（企画担当）	・ 年度初めから大型連休の間は現状の営業状況で推移する。それ以降の四半期内では、消費税の引上げの影響がまだ出ることはなく、それ以外のマイナス要素もない。
通信会社（工事担当）	・ 客の様子から景気に変化はない。
通信会社（総務担当）	・ 当社が展開している新サービスへの引き合いが多いため、当面は多くの加入が見込める。
通信会社（経理担当）	・ 1年前に比べて状況が変わっていないので、当分変化はない。
観光名所（館長）	・ 天候の影響は無視できても給与水準の大幅な増加が望めず、レジャーへの支出は抑え気味になる。10連休期間中も安近短の傾向が強くなり、そのニーズに応える企画が望まれる。インバウンドに対してもより特色を鮮明にした受け皿を設けていかないとリピート率が下がってくる。
ゴルフ場（営業担当）	・ 予約数が例年どおりで余り変化はなく、ゴールデンウィーク10連休中も変わりなく予約が入っている。今後の動きをみて単価や告知方法を検討する。
美容室（経営者）	・ 短期間で来客数と売上に変化はないが、例年に比べて今月は低調なので、景気は悪くなる。
設計事務所（経営者）	・ 人手不足の影響を受けて、運送費や材料費の上昇が目に見えてわかる。国の消費税の引上げ対策もいろいろ打ち出されてはいるが、消費者の動きが今一つ悪い。
設計事務所（経営者）	・ 来客数の増加が見込みにくく、客の収入は伸び悩んでおり回復の基調が見られない。
設計事務所（経営者）	・ 景気対策など建築を取り巻く環境は変わらない。
商店街（代表者）	・ 客の購買意欲が低下したまま推移する。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・ 好景気といわれるなかで、米中貿易摩擦の日本経済への影響が次第に大きくなる。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・ 当たり前ではあるが、経費削減と新規開拓をしながら努力していかなければならない。
百貨店（営業企画担当）	・ 改装期間に入るため、営業している売場が減少する。特に衣料品はセールの実施が改装期間と重なれば、初期の商品投入の量にも影響が出る。
スーパー（店長）	・ 来店頻度の低下と購入点数の減少は今後も続く。
スーパー（店長）	・ 春以降、商品の値上げが続くため、客の財布のひもは更に固くなる。
スーパー（管理担当）	・ 来客数の減少に加え、食品の値上げ等で買い控えもあり、前年実績を維持している買上点数と客単価にもマイナスの影響が及ぶことが否めない。
スーパー（営業システム担当）	・ 客の節約志向が高まってきているため、イベントでの集客が難しくなる。また近くのドラッグストアが生鮮の取扱も始めているため苦戦する。
乗用車販売店（店長）	・ 新型車が登場することなく、現状のラインアップで商談しなければならず、他社の新型車と比較検討されると新鮮味が乏しく、受注は伸び悩む。

	乗用車販売店（業務担当）	・年間最大需要期が終了する。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・暖かくなり気分は良くなるが、地方経済が良くなる兆しはない。
	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・乳製品の値上げなどが予定されており厳しい見通しである。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・前年4月には改装グランドオープンを実施しており、今年はその反動がある一方、ゴールデンウィーク10連休に期待が持てる。
	通信会社（営業担当）	・過日の賃金実態の下方修正等、実質的な景気浮揚に対する期待感が失われ、消費税の引上げを控えて家計の見直しが始まっており、特に月々の支払について厳しくなってくる。
	テーマパーク（業務担当）	・大型連休も終わり梅雨時期に入ることから、例年同様来客数が減る。
	美容室（経営者）	・売上が伸びることはない。
	美容室（経営者）	・人手不足が深刻になってくる。
	商店街（代表者）	・不要な商品を購入しない客の姿勢に変化はなく、売上は伸びない。
	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・消費税の引上げへの経済対策がまだはっきりしない。
	乗用車販売店（営業担当）	・客は車検料や任意保険料をできるだけ安く済ませようとする。また、エコカーを対象とする自動車取得税と自動車重量税の今年度の減免措置が終わり、税額が4月と5月にそれぞれ引き上げられるので、新車販売台数が減少する。
	住関連専門店（営業担当）	・ハウスメーカーに客が流れていく。
	通信会社（広報担当）	・ここしばらく、価格の低廉化は止まらない。
企業 動向 関連  (中国)	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先自動車メーカーは忙しい状況が続くので、当社も堅調に推移する。
	繊維工業（監査担当）	・冬物販売が好調だったことから、来月から始まる夏物販売でも同様の傾向になる。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの発注内量は、前年度に比べ高水準となっており、通常、期変わりでは減少する数量が減少せず、高水準の予定となっている。
	食料品製造業（総務担当）	・商品の値上げ後の客の反応が懸念材料であるとともに、物流費の高騰や英国のEU離脱、フランスでのデモ、米中貿易摩擦などの世界経済からの影響がある。
	木材木製品製造業（経理担当）	・景気は新年度に入って少し低下するが、2～3か月を平均すれば変わらない。
	化学工業（総務担当）	・特に景気が変動する動きはない。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・新たな引き合いがあり、現在の生産水準が維持できる見込みである。
	鉄鋼業（総務担当）	・全体的に受注量が低迷しており、一部製品で調整が入っている。
	鉄鋼業（総務担当）	・例年1～3月と4～6月で需要は低下するが、消費税の引上げ前の駆け込み需要もあり来年度上期は例年よりも自動車や住宅需要が高く、今年度下期並みとなる。
	金属製品製造業（総務担当）	・この先1～2か月の受注量は増加傾向にあるが、鉄原材料も急激に上昇している。工作機械業界の得意先自体の受注が決まりにくくなっているとの情報もあり、先行きは見えにくい状況である。
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きは変わらない。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・現在の景況を悪化させている構造的な問題は、少し時間を掛けながら世界的に取り組んでいくことでしか解消し得ない。
	建設業（経営者）	・10連休があり世の中も動くため大きくは変わらない。
	建設業（総務担当）	・大きく状況が変わる要因はない。
	輸送業（総務担当）	・受注量に大きな変化はない。
	輸送業（経理担当）	・需要はある程度あるが、作業供給が追いつかない状況も続くため変わらない。
		通信業（営業企画担当）

	通信業（営業担当）	・国会での経済政策など抜本的改革はなく、改元に伴う一時的な変動要素しかないことから、現状より大きく変動することはない。	
	金融業（貸付担当）	・改元から一定期間経過後、消費量や受注量は落ち着く。	
	金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーでは主力のスポーツ用多目的車の販売が引き続き苦戦するが、それでも系列地元自動車部品メーカーの受注は当面高水準を維持する。	
	食料品製造業（経営者）	・4月以降の景気回復は見込めず、消費税の引上げにより消費意欲が低下する。	
	化学工業（経営者）	・中国の景気後退の影響により輸出ウエイトの高い取引先を中心に減産による生産調整の動きがあり、今後減収減益が見込まれる。	
	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料分野での受注量の減少傾向が続く。	
	不動産業（総務担当）	・例年どおり賃貸住宅の需要時期ではなくなるため、やや悪くなる見込みである。	
	広告代理店（営業担当）	・客からの先付けの受注量から判断すると、景気は若干低下する見通しである。	
	会計事務所（経営者）	・10月の消費税の引上げによる影響を懸念しており、取引先企業業績にマイナス影響を与えれば、間接的にダメージを受ける。改元の効果や参議院議員選挙の結果にも左右されるので、不透明感がある。	
	x	電気機械器具製造業（総務担当）	・現時点では横ばいの状況ではあるものの、通商問題や中国経済の先行の不安材料などにより、取引先の設備投資が減少する見通しのため、当社グループ全体でも本年度は減収減益の見込みである。
雇用 関連 (中国)	-	-	
	職業安定所（職業指導担当）	・年度末を控え求職者や求人者の動きが活発であり、求人数と求職者数が増加傾向にある。一方で、人手不足産業は引き続き厳しい状況となる。	
	学校 [短期大学]（進路指導担当）	・4月以降になると学生の就職活動が本格化する。	
	人材派遣会社（社員）	・季節状況以外では特に景気を判断できる情報はなく、今後も雇用に変化はない。どちらにしても求職者優位の市場は続くため、マッチングをいかに進めるかが採用の鍵となる。	
	人材派遣会社（経営企画担当）	・米中貿易摩擦等による世界経済の減速懸念は拭えず、今後も不透明な状態はしばらく続く。	
	人材派遣会社（支店長）	・例年、求人数が4月以降に伸びることはない。	
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・ここ1年の雇用形態は正社員雇用が増えている。採用者数も前年採用できていない分、特に理系が上乘せられて採用に臨むため微増している企業もあるが、ほぼ横ばいとなる。	
	新聞社 [求人広告]（担当者）	・個人消費や公共投資は堅調に伸びているものの、企業側では人件費の高騰による収益の悪化が不透明感を生む。	
	職業安定所（事業所担当）	・離職者は減少傾向で推移しており、企業側から景気悪化につながる情報も引き続き聞かれないことから、しばらくは現状を維持する。	
	民間職業紹介機関（職員）	・プロ野球の開幕が多少なりとも地元経済を下支えし活性化させる。	
	学校 [大学]（就職支援担当）	・今後の景気が良くなる要因は今のところない。	
	人材派遣会社（支社長）	・中国景気の減退に伴う半導体や自動車関連などの先行き不透明な状況、増員なしで済ませることを理由とする受注求人のキャンセル増加などが数か月で収まることはなく、今年一杯その傾向は続く。	
	求人情報誌製作会社（経営者）	・求人数は3月がピークなのでアルバイトとパートの求人数は減少してくるが、正社員求人は堅調に推移する。	
	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、一般求人の求人倍率もバブル期以上の高い水準となっているものの、このところ上昇幅がかなり縮小していることから、今後の求人倍率は横ばいから下降傾向に転じる可能性がある。	
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・東京オリンピックに向けて人手不足の影響が地方に及ぶ。	
	x	-	