

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) | | 家電量販店（店長） | ・消費税の引上げに向けた動きが更に活発になっており、販売する側も引上げ直前に売上が集中して混乱することを避けるために、早めの購入を促す施策を仕掛ける予定である。 |
| | | 商店街（代表者） | ・夏のボーナスシーズンと消費税の引上げ前の駆け込み需要が多少あり、景気はやや良くなる。 |
| | | 一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者） | ・これからゴールデンウィークに入るので人の動きもあることに加え、バーゲンセールと売出しも企画しているので前月より良くなる。 |
| | | スーパー（店長） | ・気温の上昇により外へ出る回数が増えるとともに、新元号となりお祝いムードが高まる。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・ゴールデンウィーク10連休は過去になかったことであり、この先どんな影響が出るか全く想像がつかないし、判断の材料も持ち得ない。そのため、この先数か月の推移も含めて景気は悪くないとしか言えない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・競合店がリニューアルのために閉店して好調だった前年4月と比較し、今年の4月は若干売上が伸びない状況であるが、来月からは来客数、売上共に前年並み程度になり、今後は少しずつ良くなっていく。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・5月以降、観光シーズンや改元などで期待が持てる。 |
| | | コンビニ（副地域ブロック長） | ・地元プロ野球チームの人気の継続、スーパーマーケットの時短営業、QRコード決済システムの導入浸透などが来客数の押し上げにつながる。 |
| | | 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でやや良くなる。 |
| | | 家電量販店（販売担当） | ・消費税の引上げ前の駆け込みと夏商戦に期待が持てる。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・良いものを求める客が増え、価格が上昇しても購入するようになる。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・新型車の投入で販売量が多少増加し、消費税の引上げ前の駆け込み受注も多少出てくる。 |
| | | 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に期待が持てる。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | ・令和元年となり各業界が様々なイベントを行うため、客の購買意欲が更に出てくる。 |
| | | 一般レストラン（店長） | ・当月は例年になく改元前と連休前の一時的な状況にあり、連休明けの5月にも影響はあるが、それ以降は元に戻る。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・5月1日から改元され、宿泊など様々な場面で意欲が向上し景気はやや良くなる。 |
| | | 都市型ホテル（総支配人） | ・ゴールデンウィークの10連休を始めホーランエンヤなどのイベントなどにより観光客数が伸びる。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・東京オリンピックへの期待が集まり、いろいろ市場が良くなる方向に動く。 |
| | | タクシー運転手 | ・観光シーズンに入るとともに芸術祭が開催されて観光客が増加するため、景気はやや向上する。 |
| | | テーマパーク（営業担当） | ・改元効果と開園20周年によるメディアへの露出の増加で、客の動きが活発になる。 |
| | | 観光名所（館長） | ・東京オリンピックや大阪万博への期待で景気が向上する。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・駆け込み受注のストックがあるため、僅かに上昇する。 |
| | | 住宅販売会社（営業担当） | ・受注につながる引き合いがある。 |
| | 商店街（代表者） | ・客の購入度合いや購入量をみても、少しのものを長く使用する傾向が見受けられるため、景気は現状より良くなることはない。 | |
| | 商店街（理事） | ・良くなる要因も悪くなる要因もなく、景気は余り変わらないままで上下する。 | |
| | 商店街（代表者） | ・客は必要な物以外は絶対に買わない意志を持っており、売上がとても厳しい状態が続く。 | |
| | 一般小売店〔印章〕（経営者） | ・新元号へ切替えるためのゴム印などの注文は、4月中までにほとんどが終わり、5月以降は落ち着いてくる。 | |
| | 一般小売店〔靴〕（経営者） | ・来客数、売上共に横ばいで推移する。 | |

| | |
|--------------------------|---|
| 百貨店（経理担当） | ・現状が急激に良くなる要素はなく、10連休や改元などによる需要や消費税の引上げ前の駆け込み需要などでどれだけ上向くのか不確定な部分が多い。 |
| 百貨店（営業担当） | ・新たな施策を取り入れても、前年並みか前年比5%低下となる同じような状況がここ数年続いており、それが継続する。 |
| 百貨店（売場担当） | ・消費税の引上げ前の駆け込み需要が始まる時期となるが、景気が回復する要因はない。 |
| 百貨店（購買担当） | ・来月には元号が改まるのでいろいろな仕掛けをしているが、客の反応は余り芳しくなく、洋服も夏物だから買うとか、消費税の引上げ前だから買うなどの声もまだ聞こえず、先々消費税の引上げが実施されれば状況は一層厳しくなるおそれがある。その前に売上を計上しておきたい気持ちだけで焦り、空回りしている現状であり、今後かなり厳しい状況が続く。 |
| 百貨店（売場担当） | ・海外ブランドの供給は安定しているが、国内の間屋や生産メーカーの廃業が止まらず、既存の流通の仕組みが成り立たなくなっていく。結果的に不採算店の撤退が止まらず、売上は縮小化していく。 |
| スーパー（店長） | ・現状の来客数で推移し、ゴールデンウィーク10連休の恩恵は受けない。 |
| スーパー（店長） | ・同業者のスーパーマーケット以外にドラッグストアが相次いで出店してきている状況の中で、来客数は前年の98%前後で推移しており、それがずっと続く。 |
| スーパー（店長） | ・値上げ等で客の価格に対する意識は強く財布のひもは固いため、特売を実施すればポイント施策で単発的には売上の上昇もあるものの、総じて横ばいが続く。 |
| スーパー（総務担当） | ・売上が上向く要因が見当たらない。 |
| スーパー（業務開発担当） | ・5月の連休では、地元外への旅行へ出掛ける人が多く、連休中や連休明けの需要が見込めない。 |
| スーパー（財務担当） | ・10連休明け以降の節約により売上が減少する。 |
| スーパー（販売担当） | ・景気が良くなる具体的な材料は今のところない。 |
| スーパー（管理担当） | ・来客数、客単価、物量の動きは鈍く、景気は余り良くなり変化がないまま推移する。 |
| スーパー（営業システム担当） | ・お祝いムードにより消費は伸びるが、その後の景気は冷え込む。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・消費税の引上げで景気が後退する。 |
| 衣料品専門店（代表） | ・景気が良くなる要因がない。 |
| 家電量販店（店長） | ・期待される消費税の引上げ前の駆け込み需要にも余り動きは見込めない。 |
| 乗用車販売店（営業担当） | ・まだ消費税の引上げの話題が客から出ていないので、現状が続く。 |
| 乗用車販売店（営業担当） | ・決算期セール終了に伴い客足が減少しており、ゴールデンウィーク中も来客数や販売量は少ない見通しである。 |
| 乗用車販売店（店長） | ・ここから大幅に悪化することはないが、来客数が減少しているため、景気が大きく良くなることはない。 |
| 乗用車販売店（店長） | ・商品力はあるがマイナーチェンジ等のきっかけが少なく、新規客への広告宣伝に「新」の語句を付して訴求できない状況は厳しく、客に対しては地道な販売活動が中心となる。 |
| 乗用車販売店（業務担当） | ・現時点で消費税の引上げ前の駆け込み需要の影響はなく、今後も大きな変化はない。 |
| 住関連専門店（営業担当） | ・景気の先行きは、月末から10連休の間にかけて最大のイベントであるファニチャーメッセの結果次第である。 |
| その他専門店 [和菓子]（経営者） | ・景気変動の要素が見当たらない。 |
| その他専門店 [時計]（経営者） | ・人口の減少があることに加え、景気が良くなる要因がない。 |
| その他小売 [ショッピングセンター]（所長） | ・改装後1年が経過するが、アウトレットモールに隣接しているため、ゴールデンウィーク10連休は観光での需要が見込まれる。 |
| その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当） | ・改元のお祝いムードは高まっていくが、景気を良くする機運は高まらず、客の財布のひもは固いまま推移する。ゴールデンウィークなど時節に合わせた仕掛けを打ち出しながら、状況を見守る。 |

| | |
|--------------------------|---|
| 一般レストラン（経営者） | ・ゴールデンウィークの10連休と改元による盛り上がりはあるが、人員の補強がままならない状態が続くとともに、働き方改革の影響でシフトの組み替えが必要となり、営業日数や営業時間を短縮することも現実味を帯びてくるため、経営的に苦境の続く状況となる。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・生活防衛のための買いだめが起りつつあるため、外食利用機会の減少が懸念される。また、更に進むキャッシュレス決済に客の戸惑いも大きく、高齢者等の利用の減少が懸念される。 |
| スナック（経営者） | ・来月は連休が影響して売上が相当落ち込み、今後にも期待が持てない。 |
| その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長） | ・海水浴などのレジャー客が減少する。 |
| 都市型ホテル（企画担当） | ・改元に伴って景気は好転するが、海外情勢による原油価格の影響等が要因のガソリン価格の値上げや消費税の引上げ前の値上げなど、消費者に与える不安材料があり、景気への期待感は薄い。 |
| タクシー運転手 | ・5月は元号が改まり祝賀行事等があるので、全般的には良くなるが、6月は全般的に夜の動きが良くなるか、悪くなるか分からない状況が毎年続いているため、今年も同様の状況となる。 |
| タクシー運転手 | ・人が多いので売上数字に結び付かなければならないにもかかわらず、前年より悪化しているため現状が継続する。 |
| 通信会社（総務担当） | ・改元はあるものの地域の通信環境に大きな変動がないため変わらない。 |
| 通信会社（総務担当） | ・光サービスを告知するたびに新規の申込みがあり、当面はこの状況が継続する。 |
| 通信会社（工事担当） | ・客の様子から現状が続く。 |
| 通信会社（経理担当） | ・身の回りでも景気の良くなる話は余り聞かない。 |
| ゴルフ場（営業担当） | ・現在の予約状況は例年並みであるが、夏に向けて入場者は下降気味になる。 |
| 設計事務所（経営者） | ・改元により消費が活発化する期待感が漂うが、即座に建築工事に金が回り、工事計画が発生してくる状況はないので、今後もしばらく変わらない。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・実際に消費税の引上げとなる10月までは、大きな景気変動はない。 |
| 一般小売店〔茶〕（経営者） | ・新しい展開を模索しなければならないが、結果がすぐには出てこないで、しばらくは前年比を割る状況が続くため、頼りになるのは海外での売上となる。 |
| 一般小売店〔食品〕（経営者） | ・食品関係では消費税の引上げ前の商況は9月のみ動き、その前の期間にはさほどの変化は起こらない。 |
| 百貨店（外商担当） | ・客の購買心理が向上するようなプラス要因が全くない。 |
| 百貨店（外商担当） | ・来客数が若干減少し客単価や一品単価もここ数か月は減少傾向にあるため、消費税の引上げが決定すれば良い要素がない。 |
| 百貨店（営業企画担当） | ・リニューアルを前に催事会場含め閉鎖する売場が増加する。 |
| スーパー（店長） | ・10連休のゴールデンウィークに向け、行楽関連の需要が再上昇している。し好品等や右寄りの商品の販売点数も増加していることや、改元特需等から直近1か月の景気は良くなるが、2～3か月後は新元号等の特需による反動で中だるみになる。 |
| 乗用車販売店（統括） | ・新型車が発売されても売上は前年比73%なので、これからますます厳しくなる。 |
| その他専門店〔土産物〕（経営者） | ・新元号で一時は盛り上がるが、その後消費税の引上げの懸念があるため、当面売上は増加しない。 |
| その他専門店〔布地〕（経営者） | ・改元により気持ちは多少変化するが、景気には何も変わることがない。 |
| 高級レストラン（事業戦略担当） | ・夏期の予約ペースが上がらない。 |
| 観光型ホテル（営業担当） | ・ゴールデンウィーク明けは、必ず来客数が落ち込む傾向にある。 |
| 都市型ホテル（企画担当） | ・10連休後の個人消費の落ち込みが懸念される。 |

| | | | |
|----------------------------|--------------------|---|---|
| | 旅行代理店（支店長） | ・ゴールデンウィークに旅行需要が集中する分、夏休み需要に反動がきており現時点での申込状況が良くない。 | |
| | 通信会社（企画担当） | ・ボーナス支給時期に当たるが、消費税の引上げ前の駆け込みはまだ少なく、年度替わりの新規契約や更新より動きは少ない見込みである。 | |
| | 通信会社（営業担当） | ・車社会の地方では、原油価格の高騰が家計を直撃し、さらに、消費税の引上げが具体的に見えてくる段階で状況は悪化する。 | |
| | テーマパーク（業務担当） | ・梅雨の時期は例年来園者数が少なく、多くの利用者が見込めない。 | |
| | 観光名所（館長） | ・連休後の反動が懸念される。 | |
| | 競艇場（企画営業担当） | ・2～3か月後には今月の中旬に開催した全国発売と同等の規模のレースの実施がない。 | |
| | 美容室（経営者） | ・春から物価なども上がり、客の給料や小遣いの上昇は見込めないため、少し節約志向に動く。 | |
| | 美容室（経営者） | ・何らかの形で客の流れが変わらなければ、今後は余り良い状況が望めない。 | |
| | 美容室（経営者） | ・仕事はあるが人がいないなど、他業種でもよく聞くような問題があり、景気回復傾向は見られない。 | |
| | × 一般小売店〔眼鏡〕（経営者） | ・消費税の引上げにより出費が控えられる。 | |
| | × コンビニ（支店長） | ・コンビニの24時間営業継続の可否が問題になっており、今後の見通しは良くない。 | |
| | × 一般レストラン（経営者） | ・消費税の引上げがあるため買い控えがますます進行し、客は最低限必要な物にしか金を使わなくなる。 | |
| | × 通信会社（広報担当） | ・客は価格でしか動かないので、景気は悪くなっていく。 | |
| 企業 動向 関連 (中国) | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・輸送用機械器具の製造業を行っているが、現在いろいろな新車が立ち上がっているため引き続き忙しい。 | |
| | 繊維工業（監査担当） | ・夏物シーズンになっているが、例年冬物と同じ傾向で推移するので、売上は上向きになる。 | |
| | 木材木製品製造業（経理担当） | ・消費税の引上げ前の大きな駆け込み需要は期待できないが、実施される10月までにやや良くなる。 | |
| | 広告代理店（営業担当） | ・例年の傾向もあるが、客からの情報では夏の販売促進施策に関する話題もあるため、景気は上向きに推移する。 | |
| | 農林水産業（従業員） | ・好転する要因がない。 | |
| | 食料品製造業（総務担当） | ・この春から製品の値上げを行い、出荷量もやや増加してきているが、物流費の高騰や最近の製造に関わる資材等の高騰から、今後の見通しが立たない状況である。 | |
| | 化学工業（総務担当） | ・特に変化する要素が見当たらない。 | |
| | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当） | ・連休後の在庫調整もあるが、現在水準の生産が継続する。 | |
| | 鉄鋼業（総務担当） | ・直近の受注状況、流通在庫の状況からすぐの回復は見込めない。 | |
| | 鉄鋼業（総務担当） | ・消費税の引上げ前でもあることから自動車や住宅の需要が堅調なので、足元の活動水準を維持する。 | |
| | 輸送用機械器具製造業（経営企画担当） | ・主要客からの受注内示量は好調を維持している。 | |
| | 輸送用機械器具製造業（財務担当） | ・新造船市場の回復時期は今年後半以降との見方が強まり、短期の回復は見込めない。 | |
| | 建設業（経営者） | ・業種によっては下降気味だが、当社の営業範囲では平成30年7月豪雨災害の本格復旧工事が動き出していることから、全体的には現状を維持する。 | |
| | 輸送業（総務担当） | ・特段変化はない。 | |
| | 輸送業（支店長） | ・ネット関係の荷主は良好だが、個人からの発送、特に直営店持ち込みと取扱店は低迷している。単価も余り良くない状況が続いており、今後はなかなか人が集まらないなかで、今後の体制をいかに構築するかとの問題もあるため、何とも言えない状況が継続する。 | |
| | | 通信業（営業企画担当） | ・取引先との話から、大型連休は海外旅行や買物などよりも、近距離の国内旅行や家庭で過ごすなど、例年と比べて余暇では出費を抑える傾向になりそうである。 |
| | | 金融業（貸付担当） | ・ボーナス水準が高くなるとはいえない。 |
| | 金融業（融資企画担当） | ・為替も安定しており、地元完成車メーカーの輸出は当面堅調に推移し、系列の地元部品メーカーの受注も高水準を維持できる。 | |

| | | | |
|------------------|-------------------|--|-------------------|
| | 不動産業（総務担当） | ・例年どおり賃貸住宅の需要も落ち着いているので、今月以降しばらくは同じ状態が続く。 | |
| | 会計事務所（経営者） | ・ガソリン単価の高騰や消費税の引上げの懸念があるものの、夏場までは現状を維持する。 | |
| | 食料品製造業（経営者） | ・客の購買意欲が低迷しており、消費税の引上げが生活負担増になるため、総じて儉約ムードになり、必要以外の物は一切手に取らない状況が続く。 | |
| | 化学工業（経営者） | ・引き続き米中の貿易摩擦の影響により中国の景気後退色が強く、その影響が欧州、アジア先進国の景気に波及し、特に輸出ウエイトの高い主要取引先が様子見の生産調整となっているため、受注量の減少が見込まれる。 | |
| | 非鉄金属製造業（業務担当） | ・電子材料の受注量や販売量が低下する。 | |
| | 金属製品製造業（総務担当） | ・工作機械業界の得意先の会合で、受注が決まりにくくなっているとの話が出ている。営業担当に確認すると商談件数が減少しており、先行きは厳しくなる。 | |
| | 建設業（総務担当） | ・予定物件は大型プロジェクトの比率が高く、その中止や延期が景気に大きく影響することもあり、景気は今後悪化するよりも不安要素の方が大きくなる。とはいえ、受注を獲得するにも技術職員の空きがないジレンマが続く。 | |
| | 輸送業（経理担当） | ・これまで堅調であった荷動きが鈍化しており、今後失速しそうな雰囲気がある。 | |
| | 通信業（営業担当） | ・改元による一時的な伸びはあるが特定な業種に限られる一方で、イラン禁輸による原油価格高騰、米中の関税引上げなどの要因が、今後中小企業にも影響する。 | |
| | × | 一般機械器具製造業（総務担当） | ・受注量や販売量の動きが悪化する。 |
| 雇用 関連 (中国) | - | - | |
| | 人材派遣会社（経営企画担当） | ・米中摩擦や北朝鮮関連の懸念はある一方、電気、電子分野では新たな業務領域への転換を図る企業も多くみられる。また働き方改革関連法案の施行による求人の受注等もあり、人材ビジネス業界は回復基調をたどる。 | |
| | 職業安定所（職業指導担当） | ・求人倍率は1倍を大きく超えており、人手不足感が根強いものの、事業所も賃金を上げる等働き方改革が徐々に浸透しつつある状況である。 | |
| | 民間職業紹介機関（職員） | ・某食品メーカーが順調に業績を伸ばし工場増設を計画しているが、業績拡大の要因は人手不足である。大手小売店へ商品を供給しているが、人手不足のため小売店内で食材を加工できる人がいないことから、自社製造を断念し某食品メーカーに頼らざるを得ない状況が継続する模様である。 | |
| | 人材派遣会社（社員） | ・季節変動要因以外では10月の消費税の引上げの影響で人件費の引締めが出始めるものの、市場は引き続き求職者が有利な状況となるのでマッチングに注力する。 | |
| | 人材派遣会社（支店長） | ・景気が回復したり良くなったりする要因が見当たらず、春から新生活を始めたが、職場に合わず転職を考える人が出る時期なので様子見の状況となる。 | |
| | 人材派遣会社（支社長） | ・求職者の動きは活発化しているが、求人数は減少傾向である。正社員の求人も減っており、企業の採用マインドに大きな変化は起こらない。 | |
| | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・夏のボーナス支給時期を迎えるに当たり、各企業や団体での退職とその補充ニーズが発生し、求人難の状況が緩和されることなく継続する。 | |
| | 求人情報誌製作会社（広告担当） | ・建機、レンタル業界は需要が伸び続け景気も良いが、流通、販売、介護業界などは景気が良いとはいえ人手不足が続くなど、業界により景気の良さあしの差が大きくなる。学生の就職観も変化し、楽しく働きたいのがトップで、安定志向は根強いが大手志向は若干減少するとともに、自分のやりたい仕事ができる会社を望む反面、転職が多くノルマがきつい会社は敬遠されることから、積極果敢な学生は減少し草食系の学生が増えてくる。 | |
| | 新聞社 [求人広告]（担当者） | ・皇太子殿下の御即位や改元などで一時的な活況はあるが、秋には消費税の引上げが控えており、経済活動の停滞が懸念される。 | |
| | 職業安定所（事業所担当） | ・離職者の増加も見られず、企業側から人手不足の話聞くことは引き続き多いものの、景気悪化につながる情報は聞かれないことから、しばらくは現状を維持する。 | |

| | | |
|--|------------------------|---|
| | 学校 [大学] (就職支援担当) | ・ 現在売手市場となっている就職活動は、若者の人数が少ないことに起因しているため、景気と直接関係ないため景気は変わらない。 |
| | 学校 [短期大学] (進路指導担当) | ・ 企業の採用活動が本格化してくるが、マッチングの問題もあり、採用予定数を確保できない企業も多く出る。 |
| | 職業安定所 (所長) | ・ 多くの業種で人手不足感の強い状況が続き、一般求人の求人倍率もバブル期並み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) | ・ 一般社員の給与などが上がらないまま、10月に消費税の引上げを控え、雇用もミスマッチがみられるなど、政治的な部分も含め全く機能していかない。 |
| | x | - |