

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)		コンビニ(エリア担当)	・地元プロ野球チームが好調なことが好影響を及ぼす。
		家電量販店(店長)	・前年は平成30年7月豪雨災害の影響で来客数が減少し、商品が全く売れなかったため、今年はその反動で大幅に上振れする。
		家電量販店(企画担当)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待が持てる。
		住宅販売会社(営業担当)	・現時点で少しずつ引き合い案件が伸びており、2か月後には多くの受注が見込まれる。
		商店街(代表者)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要でやや良くなる。
		百貨店(売場担当)	・10月に予定されている消費税の引上げ前に駆け込み需要が高まる時期となるため、高額品や化粧品などを中心に一時的に景気は良くなる。
		スーパー(店長)	・大型連休時期は景気が一時は良かったが、連休明けに反動で落ち込んでいる。今年は例年にならぬ状況なので来月以降はひとまず平常に戻る。
		コンビニ(副地域ブロック長)	・生活関連商材の販売が好調ななか、スーパーの営業時間短縮や競合店の鈍化もあり、来客数はしばらく緩やかに改善していく。
		家電量販店(店長)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は必ずあるので、景気は良くなる。ただし、過去の駆け込み需要を学習している消費者が、引上げ後のセールを予想しているので、期待するほど良くなるはならない。
		家電量販店(販売担当)	・夏本番でのエアコン需要、決算販売、消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待が持てる。
		乗用車販売店(業務担当)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が今後少しずつ現れる。
		乗用車販売店(統括)	・新型軽自動車の販売が好調に推移する。
		乗用車販売店(営業担当)	・10月の消費税の引上げ前には多少の駆け込み受注に期待が持てる。
		乗用車販売店(営業担当)	・現状では生産の遅れなどで売上に結び付いていない部分があるが、今後は良くなる。
		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来客数が増えてくる。
		乗用車販売店(営業担当)	・消費税の引上げまでに大きな買物をしておきたい客が増加する。
		自動車備品販売店(経営者)	・良いムードがこのまま続けば、消費税の引上げ前の駆け込み需要も見込めるので、景気は良くなる。
		一般レストラン(店長)	・現状悪化の原因は大型連休明けで消費者の財布のひもが固まっていることにあるが、予約は好調で県外からの客も増えているので、今後は徐々に回復していく。
		その他飲食[サービスエリア内レストラン](店長)	・集客効果のあるイベントが近隣で開催されるため良くなる。
		観光型ホテル(営業担当)	・夏休みシーズンに向けて徐々に先行予約が順調になっている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・夏場は気候が良くなり、夏休みに入れば温泉のあるリゾート施設として、来客数の増加に期待が持てる。
		都市型ホテル(企画担当)	・引き続き宿泊は好調を維持し、気温の上昇とともに外食の機会が増える。
		旅行代理店(経営者)	・中国、韓国には期待が持てないが、米国の対応次第では景気回復に期待が持てる。
		通信会社(工事担当)	・客の増加が継続する。
		テーマパーク(業務担当)	・夏休み期間に入り多くの来場者が見込める。
		テーマパーク(管理担当)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待が持てる。
		観光名所(館長)	・東京オリンピックや大阪万博に向けてインバウンド消費が継続する。米国や中国の橋渡し役などで日本の存在価値が国際的に増していけば独自路線で景況は活発になる。
	競艇場(企画営業担当)	・2か月後の7月初旬と中旬に開催するレースでの売上が見込める。	
	商店街(代表者)	・催事を行っても人出はあるが商店の売上には結び付いていない現状からも景気は良くなるはならない。	

商店街（理事）	・ある程度の消費は必要であるが、値上げに対する客の防衛本能も働くので状況は変わらない。
商店街（代表者）	・客は必要な物だけ購入する傾向が強いため、売上の確保が非常に難しくなる。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・原材料の価格高騰で各メーカーの値上げが相次ぎ、今後商品への価格転嫁の方向になり更に消費の減退感につながりかねない。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・周辺の景気は現状水準が継続する。
一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・ふだんは人の流れが少なく、日祝日に人出があっても飲食店や大きな店舗に流れる状況が続く。
百貨店（経理担当）	・景気が少しでも上向くとの実感はなく、前年並みの売上を維持できるかどうかの状況が続く。
百貨店（営業担当）	・化粧品やハイグレードの特選ブランドなどは好調であるが、少し高めのブランドは厳しく、一般ブランドは更に厳しくなる。
百貨店（購買担当）	・食料品や衣料品関係が厳しいなか、美術品や高額な宝石などを購入する客は堅調に推移している。一方で、10月の消費税の引上げ前に、かなりの仕掛けをすることとしているものの、客に駆け込み購入の動きは今のところみられず、今後日用品の販売動向がどうなるかは全く見当がつかない。
百貨店（売場担当）	・店頭動きは落ち着いてきたものの、国内メーカーや納入先からの供給が更に少なくなってくる。
百貨店（外商担当）	・今後消費税の引上げを控えたなかで、高額商品の動きに期待が持てるが、先行きの不透明感の方が強く、前回の引上げの時と同じような消費動向になると楽観視はできない。
スーパー（店長）	・高齢化が進んでいる当県では、人口の減少や競合店の増加を踏まえると、今後来客数が減少することに変わりはない。
スーパー（店長）	・気温にも左右されるが、来客数の減少が続いて売上増加は望めない。
スーパー（店長）	・6月は梅雨入り時期であるとともにボーナス支給前でもあるため景気に変動はない。
スーパー（総務担当）	・気候に影響される商品があるので、気温が上がると購買にも影響が及ぶ。
スーパー（営業システム担当）	・10月に消費税の引上げがあるが、食品は軽減税率適用のため買いだめは余りない。
スーパー（管理担当）	・景気の上向き感はなく、消費者の財布のひもは固いままとなる。
コンビニ（エリア担当）	・今購入の中心となっている工事作業員は短期的な客であるため、後は店独自の品ぞろえと商品販売に取り組みないと厳しくなる。
衣料品専門店（代表）	・景気が良くなる要因が見当たらず、今後消費税の引上げがあると消費は更に冷え込む。
家電量販店（店長）	・元号が改まってもお祝いムードがなく、消費税の引上げ前の駆け込み需要には余り期待が持てない雰囲気である。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今以上の伸びは見込めない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・平成30年7月豪雨災害の影響が今年どう現れるか予測不能である。
その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・経済情勢などに不安材料があってもすぐに変化は起こらないが、好材料もないので楽観視はできない。
高級レストラン（事業戦略担当）	・ゴールデンウィーク10連休の影響で予約のペースが上昇しない。
一般レストラン（経営者）	・今後も消費者の節約傾向に変化がなく、特にファミリー層での外食は減少傾向となる。
スナック（経営者）	・平成30年7月豪雨災害の影響が今年もまだ続いており、3か月後もこの業界は良くならない。
都市型ホテル（企画担当）	・米中貿易摩擦に伴い日本への影響は避けられない状況で、宿泊、宴会などの先行受注は前年を上回っているが、大型の宴会が減少しており、高単価を見込める宴席も多くはない。個人需要が高まる時期なので、平成30年7月豪雨災害でのマイナスからは回復する。
都市型ホテル（総支配人）	・米中貿易摩擦やユーロ問題など国際情勢の先行き不透明感により景気後退が不安視される。

タクシー運転手	・タクシー利用は景気が良くなったら増えるものではなく、天候などの影響が大きいため、景気とは余り関係がない。会社が一度経費を削減したら、増加することはないので、今後景気は良くならない。
タクシー運転手	・景気が良くなる要因が余りない。
タクシー運転手	・今月のような状況はないが、今後にも期待は持てない。
タクシー運転手	・厳しい暑さのためにタクシーを利用する人が増えている一方で、農繁期で夜の利用がかなり悪くなっているため、変わらない。
通信会社（営業担当）	・客に月々の支出を抑える傾向があり、当社サービスにも性能より安さを求める傾向が強まっている。
通信会社（総務担当）	・通信業界の設備投資は中長期的な期間で計画が策定されるため、今後2～3か月の景気に変動はない。
通信会社（経理担当）	・ここ数か月間変化していないため、この状況が継続する。
ゴルフ場（営業担当）	・ゴルフコンペの予約件数は引き続き取れているが、組数が減少している。特に今年は暑くなるのが早かった影響で、7～8月は暑さを警戒して年配者が様子見をするため減少する。
美容室（経営者）	・すぐに景気が良くなる見通しはないので、さほど変化がないまま悪い傾向が続く。
設計事務所（経営者）	・消費税の引上げ前の税率適用となる3月末までの住宅注文に間に合わなかった客が一定数いるため、景気が大きく落ち込むことはないが、大きく押し上げる数にもならない。
設計事務所（経営者）	・官民共に新築物件の発注が少なくなっており、これからは古い建物を大切に使う長寿命化工事が増加するが、全体的に地方での動きは芳しくない。
住宅販売会社（従業員）	・10月からの消費税の引上げを控えているため、まだまだ慎重な動きである。
商店街（代表者）	・今の客はより良い物をよりタイムリーにより安く買うことを念頭に置いているため、購入に非常に厳しい姿勢が継続する。
一般小売店 [印章]（経営者）	・個人の注文はほどほどにあるが、会社設立などの印鑑が少なく、余り前向きな状況にならない。
一般小売店 [靴]（経営者）	・受注生産商品を扱うため季節による売上への影響はないが、連休が多くなったり、急な気候の変動や暑さが続いたりすると消費ムードが低下して売上が減少するため、先行きも良くならない。
百貨店（外商担当）	・選挙を控えているためギフト需要が不透明であり、猛暑が予想されるため客足も鈍くなる。
百貨店（営業企画担当）	・改装で閉鎖する売場が拡大する。
スーパー（店長）	・この5月の猛暑、平成30年7月豪雨時と同様の災害の恐れ、10月の消費税の引上げと不安要素がいくつもあり、今後の先行きは不安の一語に尽きる。瞬間的な売上の回復はあっても特需であり、根本的な景気回復を示唆するものとはならない。
スーパー（販売担当）	・ここ数か月の来客数と客単価の推移から判断し、先行きは厳しくなる。また、個人需要に限らず法人を始め町内会や子供会などの団体からの注文も減少傾向にあり、景気は後退する。
スーパー（業務開発担当）	・新規出店のディスカウントストアとの競争激化で既存他社とも価格のたたき合いとなり非常に厳しい状況が続く。
スーパー（財務担当）	・今後もメーカーの値上げが続き、消費者の節約により買上点数が減少する。
スーパー（販売担当）	・一旦悪い方向に傾き始めたら継続する傾向があるので、この状態が続く。
コンビニ（支店長）	・コンビニの24時間営業の可否が話題となっており、業界全体のイメージ悪化が続く。
乗用車販売店（店長）	・新型車デビューの予定がなく、サービス客も減少しているため景気が大きく動くことはない。
乗用車販売店（店長）	・ボーナス商戦で慌ただしくなる時期を迎えるが、話題になる商品も登場しないため広告訴求効果は期待が持てない。
その他専門店 [時計]（経営者）	・10月の消費税の引上げや選挙の影響で景気は良くならない。
その他専門店 [布地]（経営者）	・消費税の引上げと米国と中国の貿易摩擦の影響を受ける不安がある。
その他専門店 [土産物]（経営者）	・消費税の引上げへの不安から売場に余り活気がないため、売上も次第に低下してくる。

	一般レストラン（経営者）	・繁盛期に入るが、6月の販売価格の値上げや10月の消費税の引上げの影響で節約モードになり、外食を控える客が拡大する。メニューのリニューアルで7月に一部料金の値上げを実施するが、特に販売数の多いビールの値上げが売上面でマイナスにつながる。	
	旅行代理店（支店長）	・ゴールデンウィーク期間に旅行需要が流れたため、同じピーク期である夏休みに受注が増加しない。また、選挙や消費税の引上げが旅行需要に影響する懸念がある。	
	タクシー運転手	・これからしばらくは大型連休の反動が来る。	
	通信会社（企画担当）	・消費税の引上げの最終結論はまだ出ていないが、駆け込み需要による売上増加よりも、中国系携帯電話メーカー排除による消費への影響が大きく、優良低価格製品の選択肢がなくなることから、いずれ端末全体が値上げされる結果となる。	
	テーマパーク（営業担当）	・猛暑の影響により屋外施設には厳しい状況がここ数年続いており、入園者数が減少する。	
	観光名所（館長）	・連休の反動により消費が抑えられる。	
	美容室（経営者）	・働き方改革等の動きで生産性が低下してきており、休日の増加と人件費の圧迫が今後の課題である。	
	美容室（経営者）	・来客数や売上が急に増加する状況は今のところなく、これからは落ち込む一方である。	
	設計事務所（経営者）	・新規の案件が少なくなる。	
	× 一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・消費税の引上げが近づくが消費刺激の政策が見えてこない。	
	× 住関連専門店（営業担当）	・毎月来客数が減少し続ける。	
	× 一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げが目前に迫り、客は出費に非常に厳しくなってきたので、今後の景気は悪化する。	
	× 通信会社（広報担当）	・引き続き客は安い物にしが反応しない。	
企業 動向 関連 (中国)	輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車メーカーが順調で2～3か月は忙しい状況が続くため景気は良くなる。	
	繊維工業（監査担当）	・気候に助けられ今の時期の高気温が売上に結び付く。	
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの月間内示数量は、今月より1割以上増加する。	
	広告代理店（営業担当）	・受注が上向きになるとの情報が多いため、景気はやや良くなる。	
	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）	・原料を海外から輸入しているが、米国と中国の貿易摩擦の悪化から何らかの影響を受ける。	
	木材木製品製造業（経理担当）	・国内輸出事業者は米中の貿易摩擦の影響もあり景気はやや悪くなるが、消費税の引上げ前の駆け込み需要の影響もあり、今後2～3か月は住宅業界に変化はなく、引上げ後はやや減少傾向となる。	
	化学工業（総務担当）	・特に変化する要素は見当たらない。	
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・新たな引き合いが順調で現在の生産水準が継続する。	
	鉄鋼業（総務担当）	・流通在庫や直近の受注見通しから判断すると、回復には向かわない。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・米中貿易摩擦により、既に一部の中国発コンテナ輸送物量に影響が出ており、当社への影響は限定的だが、今後に向けて決して好材料ではない。	
	建設業（経営者）	・短期的にみて受注量が大きく変化しそうにない。	
	建設業（総務担当）	・少なくとも今後1年間は現状が継続する。	
	輸送業（総務担当）	・大きな変動要素は見受けられない。	
	輸送業（支店長）	・経営のグローバル化や国内労働需給のひっ迫により、先が見通せない状況である。年齢別人口の推移をみても、今後の企業成長に向けて先行きが不透明な状況で、ビジネス環境の変化が見通しにくい状況である。	
	金融業（貸付担当）	・原材料費、輸送費、物価等が上昇しており、消費者が買い控えをする。	
	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期ではないため、今月と余り変わらない。	
		会計事務所（経営者）	・人手不足による失注リスクや時給上昇をアウトソーシングへの業務移管や定型的なデスクワークをソフトウェア型のロボットが代行して自動化するRPAによる合理化対策でしのげる。ただし、消費税の引上げまでは現状維持となるものの、引上げ後は消費が停滞する。

	食料品製造業（経営者）	・消費税の引上げに伴うシステム変更と経費の負担が大きく、消費動向も節約に向かっているため、当面この状況が継続する。
	鉄鋼業（総務担当）	・当面需要の変化はないが、在庫調整局面が続くので客の活動に勢いがいない状況が続く。
	非鉄金属製造業（業務担当）	・製品受注量の減少に歯止めが掛かったとはいえ、米中貿易摩擦の影響が出てくる。
	金属製品製造業（総務担当）	・今月は鉄相場価格が下落傾向にあり、短期的な採算ではプラスに働くが、先行きが悪くなることの兆候として受け止めており、今後の受注見込みを年初より下方修正している。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・米中の貿易摩擦と円高の影響により、取引先等の設備投資が減少傾向にあり、今年度中は景気が下向きで推移する。
	輸送業（経理担当）	・国際情勢の影響で今後も国際関連荷物の動きは鈍化し、国内もその影響を受けて荷動きが悪くなっていく。
	通信業（営業担当）	・米中貿易摩擦の影響が中小企業や消費者にじわじわと及んでくる。
	通信業（営業企画担当）	・組織整備、施設設備対策、消費税の引上げなど制度対策等の計画外のものに対する優先度が高まっており、情報通信に関する設備投資や新規技術導入の検討が遅れている。
	金融業（融資企画担当）	・地元の完成車メーカーの世界販売は、中国での不振など伸び悩みが目立っており、今後の系列自動車部品メーカーの受注は多少の低下が避けられない。
	x 化学工業（経営者）	・引き続き米中貿易摩擦の影響により、主要取引先の減産が多方面でより一層表面化され全体的な国内景気の押し下げ要因となる。
雇用 関連 (中国)		-
	求人情報誌製作会社（経営者）	・5月は一歩求人数が落ち着いているが、今後はお盆時期に求人を探るものの、短期を含め夏に向けた求人が増加するため、5月よりは良くなる。
	職業安定所（職業指導担当）	・求人数は依然として高水準で、企業は人手不足感が強い状況である。その影響から企業も働き方改革による営業時間の短縮等人手不足の対応を始めている。
	人材派遣会社（社員）	・現状は人手不足の状況が続くが、求職者が希望する仕事でないため、雇用業界の景気は上向かず変わらない。なお、米中貿易摩擦や米国の対日自動車関税の引上げによっては、各関連産業がダメージを受ける可能性がある。
	人材派遣会社（経営企画担当）	・景気の先行きに不透明感があるものの、一定数の求人数を維持する。
	人材派遣会社（支社長）	・良くなる要因が見当たらない。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・若年層の不足感が変わらない。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・インターンシップや合同企業説明会に、地元より現在在学中の学校エリアで参加する学生の割合が高く、その理由の大半に地元で志望する企業がないことややりたい仕事がないことが挙げられる。県内大学進学者が関東など県外に就職する比率は年々上昇しており、東京一極集中は大学だけでなく就職でも進んでいく。
	職業安定所（事業所担当）	・企業側から景気悪化につながる情報が引き続き聞かれないことに加え、新たな商業施設の開店も控えていることから、しばらくは現状を維持する。
	民間職業紹介機関（職員）	・採用の絞り込みはあるものの、地元自動車メーカーの海外工場設立に伴う北米進出に向けた動きがあるため、採用の絞り込みが一概に景気低迷によるものとは言い難い状況が続く。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・6月から新卒を対象とした選考活動が公式に解禁となるが、既に多くの企業が選考活動を開始しているため、その活動が今よりも特段活発になるわけではない。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・学生の採用状況が引き続き好調に推移する見通しであるが、その要因は人口の減少にあり、景気とは直接の関係がない。
	人材派遣会社（支店長）	・求人数は増えるが、求職者数と比例しておらず高い有効求人倍率となる。求職者が正規雇用に偏り、非正規求人とのマッチングが進まない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・人手不足に伴う賃金上昇が企業の収益を圧迫している。個人消費はまだ底堅いものの、米中の貿易摩擦の悪影響が企業に僅かながら波及しつつある。

	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、上昇幅がこのところかなり縮まっ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）	・10月の消費税の引上げが不安要素となるとともに、人手不足の解消は進展しない。
x	-	-