

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
家計動向関連 (中国)		競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・今月の中旬に開催したレースで十分な売上を確保している。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・最近では以前のような大幅な組織変更に伴う大口注文は減少しているが、小口ながら来客数は増加している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・前月に引き続き、客が購入する商品の中身が変わってきており、単価も月を追うごとに右肩上がりになっている。特にし好品の購買頻度が上がっており、景気の上昇を示している。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・6月にしては、ここまで好天に恵まれているため、来客数が堅調に推移している。価格施策に対する反応も良く、来客数が前年比122%、売上高が前年比107%と久しぶりに景気の良さを感じている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・3か月前と比べると、朝の工事作業従事者の来客数が減少し、昼の工事作業従事者の来客数が増加しているため、工事作業従事者の来客数には余り変化がないが、昼の客の弁当等の購入が客単価の上昇や販売量の増加につながっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・梅雨入りが遅れ天候が良いため、来客数の動きも良い。
		コンビニ（副地域ブロック長）	お客様の様子	・今年度に入り来客数、客単価共に伸長しており、近年になかった動きをみせている。特に主力商品の米飯、麺、パンを中心に販売数の増加が続いている。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・来客数は3か月前と変わらないものの、単価の上昇により売上は前年比2けた増となっている。特にテレビ、冷蔵庫、洗濯機、パソコンの主要部門が好調で消費税引上げ前の駆け込み購入が始まっている。
		家電量販店（企画担当）	単価の動き	・来客数は前年比90%程度と減少しているが、前年より高い単価の商品が売れているため、景気は良くなっている。
		家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・夏商戦が遅れて始まったが、今月前半の販売量の動きは良くなっている。
		観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・ゴールデンウィークも終わり、6月に当地域特有のホテル観賞目的の客の増加やレストランでのイベントの効果で売上が上がっている。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・景気は良くないが、経営が安定している客が多いので過去の状態からはかなり回復してきている。
		通信会社（総務担当）	それ以外	・工事業者を集めるのに、従来の工事単価では思うようには集まらず、単価を上げざるを得ない状況である。
		その他レジャー施設〔温泉センター〕（担当者）	来客数の動き	・夏季のボーナス前ということもあり景気は良くなっている。
		住宅販売会社（営業担当）	来客数の動き	・客の問合せが多くなっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・客の来店頻度が落ち、必要以上に買物をしない傾向が続いている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・余分な物は絶対に買わないという様子がうかがえる。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税引上げ前の駆け込み需要が感じられない商店が多い。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数、販売量、単価の動きはいずれも横ばい状態である。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・景気が低調に推移するなか、売上は相変わらず前年を割っているが、経費を削減して何とか利益を確保している。
	一般小売店〔靴〕（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降減少した来客数が戻らず、ホームページやSNSからの問合せも微増で売上が増加するほどではない。	
	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・今月は営業日数が1日少ないことや特招会が前月に行われたことなどから、売上は前年を下回っているが、月末からのクリアランスセールや営業時間延長企画などでばん回する可能性がある。	

百貨店（営業担当）	販売量の動き	・プレクリアランスセールを開催したが盛り上がりせず前年を下回っている。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・6月の20日頃まではアクセサリ、UV関連商品、夏物の動きが良かったが、20日以降はやや動きが落ち着き、客向けのプレセール以外は今一つである。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・消費税上げを秋に控え、2014年の状況から判断してそろそろ駆け込み購入が出始めるはずだが今のところみえてこない。商圏拡大で全体では伸長しているが、第一次商圏の状況は良くない。
百貨店（購買担当）	お客様の様子	・物産展を開催しているが、食品関係は来客数が少なく、売上も厳しい。一方で衣料品はクリアランスの前倒しや消費税上げを念頭に夏物をまとめ買いする客が増加し、宝飾品や美術品などの高額商品も一部の客ではあるが、前年を上回っている。
百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・改装前の売り尽くして買上単価が低下してきている。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・高額商品は売れたが、小物が売れていない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・購入点数の微減が続いており、必要最低限の買物をしている状況が続いている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・今月はレジ通過客千人当たりの総販売点数で算出する数量PIが前年比99.2%と財布のひもが固く、買物籠の中身が膨らんでいない。日曜日の売上が伸びてきているが平日はダウンし、特売時に大量購入し、無駄な買物はしない傾向にある。
スーパー（総務担当）	単価の動き	・来客数、購入点数共に伸びておらず、客単価は横ばいである。
スーパー（販売担当）	来客数の動き	・客単価や来客数に大きな変化はない。
スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・野菜類の単価が下がり購入点数が伸びているものの、加工食品や飲料は値上げで販売数量が落ちている。
スーパー（販売担当）	販売量の動き	・一時的に来客数の多いときもあったが、平常と余り変わらない。
スーパー（管理担当）	来客数の動き	・来客数が安定せず下降傾向が続いている。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・前月同様、来客数は年々減少傾向にある。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が増加する一方で、購入単価が減少している。
乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・6月の販売台数は前年比104%となっており、新型軽自動車の売行きが好調である。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・来客数は増えたが販売に結び付かない。
乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・展示会を実施しても、来客数が前年割れしている。
自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税上げ前の駆け込み需要もなく、購買行動が盛り上がりがない。
その他専門店【和菓子】（経営者）	来客数の動き	・来客数は増加しているが、増加率は3か月前と変わらない。
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	・景気の動向に大きな変化はないが、不安要素が多々あり、今後どのように推移していくかは不透明である。イベントや目的買いでの客は安定しているが、ついで買いなどがほとんどなく財布のひもは決して緩くない。
高級レストラン（事業戦略担当）	販売量の動き	・前年の数値は大きく超えているが、目標としている予算が高すぎ、届いていない。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・夏のボーナスが出る時期だが、景気はほとんど変わらない。
その他飲食【サービスエリア内レストラン】（店長）	来客数の動き	・観光客の減少で来客数に変化はない。
観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの反動もあり予約受注の低下がみられる。

タクシー運転手	販売量の動き	・利用者の大半が高齢者で天候による増減がみられる。タクシーでのカード利用者が増加しているなかで、カード対応していないタクシーのため、キャンセルも多い。
タクシー運転手	お客様の様子	・昼はまあまあだが、売上の良い夜の客の動きが良くない。
タクシー運転手	来客数の動き	・6月は中たるみか、特に夜の客の利用が非常に少ない。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・耐久消費財にかかわる何らかの税制優遇措置や軽減税率の適用など政府の消費税増税対策が具体性に欠けている。あるいはアナウンスが致命的に不足しているため様子見の気配がある。
通信会社（企画担当）	お客様の様子	・格安モバイル商品は大手キャリアの値下げや違約金を下げる情報がメディアでも多く流されており、その結果サービスの更新や新規契約について様子見や情報収集の客が多くみられる。
通信会社（経理担当）	お客様の様子	・この数か月で来客数が増えたとか、サービスを増やす客が増えたなどの変化が感じられない。
通信会社（工事担当）	お客様の様子	・客の様子から景気に変化はみられない。
テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・来客数に大きな変化はないが、今年は雨が少ないことから、例年より若干であるが、入園者が増加している。
テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・客の消費動向から景気に変化はみられない。
ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・夏季対策として早期予約の方は単価を下げて集客を行っているが、7～8月はここ数年猛暑の影響もあり低迷しており、今年も夏季の予約の入り方が鈍い。
設計事務所（経営者）	来客数の動き	・地域商圏の中でも活発に動く地域は限定的で、他の地域は鈍い状況でおしなべて大きな変動がみられない。鈍い地域が動けば全体を押し上げるが、来場等の反応を見ても芳しくない。
設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・施工業者は人手不足もあり忙しいが、我々設計業界は仕事量も増えてなくて良くなる兆しがなかなかみえてこない。
商店街（代表者）	単価の動き	・最近の客は欲しい物をよりタイムリーに、より安く購入し、より長く着るといった選択をしており、商品の品質や価格に非常に厳しいため、売上が低迷している。
百貨店（外商担当）	お客様の様子	・今月の売上においてシェアが大きいお中元が非常に厳しい。お中元は例年減少傾向にあるが、今夏は送料の値上げが影響し、前年を大きく下回って推移している。
スーパー（店長）	来客数の動き	・前月まで来客数が前年の97%で推移していたが、今月は前年の96%に悪化している。
スーパー（財務担当）	販売量の動き	・メーカーの値上げによる1品単価の上昇により、既存店の売上は前年と変わらないが、節約により1人当たり買上点数が前年を下回っている。
衣料品専門店（経営者）	競争相手の様子	・全国的に販売数が不振である。
衣料品専門店（代表）	それ以外	・年金2000万円問題が出て以来、問屋から仕入れの小売業者が減り、大手の問屋も規模を縮小するとの話があるなかで、当店も仕入れを控えている。
乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・1年間を通して、6月は増販月であり、ある程度販売を見込んでいたが、前年の90%の実績で、現状は販売のための話がかかりの絶対数が不足している。
その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・今月は好天の日が多く、多少来客数も多かったが、高齢者の客が多いため、財布のひもは非常に固くなっている。
その他専門店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・5月の大型連休後、景気がすごく落ち込んでいる。来客数は減少していないが、高単価の商品が売れていない。
その他専門店〔土産物〕（経営者）	単価の動き	・以前は高単価の付加価値商品がよく出ていたが現在はお買得価格のものがよく出る。ギフトにおいても同じような傾向があり客単価も下がる一方である。

	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・4～5月はゴールデンウィークの10連休の影響から前年比は大幅に伸びたが、連休後の5月の3週目以降は反動で大幅な前年割れ、前年比90%となり、6月に入った。6月の第1週は予約が前年から倍増したが、2週目以降は前年割れが続いている。金曜日や休日は前年比110%となっているが、平日と休日前は前年割れとなり、曜日間での利用格差が大きくなっている。また、単品注文が減少し、支払価格が決まっているセットメニューの注文が増加している。	
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・山陰地方では特にサービス業の就業者が比率を増していく傾向が強いが、景気上昇の実感が乏しい。	
	スナック(経営者)	来客数の動き	・5月の連休明けからずっと来客数が減少傾向になっており、6月に入っても回復の兆しがみえてこない。	
	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・宿泊、レストラン共に、大型連休は宴会を除いて非常に好調だったが、連休後、選挙やG20なども影響しているのか来客数の低迷が続いている。インバウンド団体の受注もやや落ち着き、宴会受注も定例案件のみで大きな特需もない状況である。	
	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク10連休の反動もあり、国内客、インバウンド共に販売室数、予約室数が伸び悩んでいる。	
	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・観光地の神社の工事の影響なのか、宿泊の利用が想定よりも減っている。	
	旅行代理店(支店長)	販売量の動き	・夏のボーナス支給額も前年割れであり消費意欲も全体的に低調である。	
	タクシー運転手	お客様の様子	・5月の連休は観光客等で動きがあり、6月はその反動を心配していたが、外国人の観光客がかなりあったことや雨が降らず良い天候が続いていることから、ピヤガーデンだけでなく、朝昼も客の動きが良くなっている。	
	テーマパーク (営業担当)	来客数の動き	・梅雨入りは遅れているが週末の天候が悪いため観光客の動きは鈍い。	
	観光名所(館長)	来客数の動き	・5月は10連休等で客足の伸びが顕著であったがその反動が6月は過去3年で一番低くなっている。海外客は引き続き堅調に推移しているが邦人客が減少している。梅雨入りが2週間以上例年より遅れ雨の日が少なかったが、行楽はすでに連休型にシフトしている。	
	美容室(経営者)	単価の動き	・新メニューや新商品の開発に取り組むが、既存のパターンで済ませる客が多く、売上向上につながる要素がない。	
	美容室(経営者)	競争相手の様子	・料金を下げないと客がこない、商店街に土日に入店者がなく駅前人が集中する、という流れができていないため売上が上がらない。	
	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・住宅展示場やモデルハウスへの来場者数が前年割れで推移し、見学会などの集客イベントも軒並み苦戦している。	
	×	商店街(理事)	来客数の動き	・毎年この時期は連休明けの買物疲れと翌月からのセール待ちで購買意欲が上がらない。
	×	一般小売店[眼鏡] (経営者)	来客数の動き	・5月の大型連休以降の客足が鈍くなっている。
	×	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・来客数がかなり減少し、売上単価も減少している。
	×	自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・買い渋りや単価の安い商品への移行で前年同月と比較し悪くなっている。
	×	住関連専門店 (営業担当)	来客数の動き	・いろいろなイベントを開催するが、来客数の増加に結び付いていない。
	×	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・前年に比べ観光客が減少していることも影響し、来客数が減り、客単価も下がっており非常に厳しい状況である。
	×	通信会社(広報担当)	競争相手の様子	・客が安ければ安いほど良いと考えているので、現状、競合とはただの料金勝負となっている。
企業 動向 関連	輸送用機械器具 製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・生産数が落ちるといわれているなかで、今のところ良い状況で推移している。	
(中国)	-	-	-	
	農林水産業(従業員)	受注価格や販売価格の動き	・价格的に回復の兆しが無い。	

	食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・販売数量に比例し製造数量も増加しているが、原料価格の高騰もあって、必ずしも利益に直結していない。
	繊維工業(監査担当)	受注量や販売量の動き	・繁忙期が終わり、例年同様荷動きが止まったが、今後、特に景気に変化する要因はない。
	木材木製品製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・消費税引上げ前の駆け込み需要と米中貿易摩擦による景気の冷え込み感があいまって、結果として現状維持の景気が変わらない状態が続いているが、前年同期よりはやや良くなっている。
	非鉄金属製造業(業務担当)	受注量や販売量の動き	・電子材料素材系の受注が減ったまま上向かない。
	輸送用機械器具製造業(財務担当)	取引先の様子	・国内の造船各社の手持ち工事は徐々に減少しており、発注側も環境規制対応に伴う様子見が続いている。
	建設業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・災害復旧関連の公共工事に加え、引き続き民間工事も好調で予定物件で技術職員の稼働状況は空きがない。
	輸送業(支店長)	受注量や販売量の動き	・働き方改革に関わる経費が増加するなかで、単価が上昇したことなどにより、業績は堅調に推移している。
	通信業(営業企画担当)	取引先の様子	・製造業を中心に通信関係の引き合いは前年度と比較し横ばい状態にあり、情報関連のサービスは引き合いがあるものの大型の案件が減少している。
	金融業(貸付担当)	取引先の様子	・個人消費や企業の設備投資に特段大きな変化はない。
	金融業(融資企画担当)	取引先の様子	・地元完成車メーカーの世界販売が中国で減少するなど前年比でマイナスのため、系列の地元部品メーカーの受注は高水準ながら減少傾向となっている。操業度もやや低下し、残業を減らす部品メーカーがある。
	不動産業(総務担当)	それ以外	・来客数や成約件数は、余り変わっていない。
	会計事務所(経営者)	取引先の様子	・マンション建築関係やアウトソーシング受託関連企業では堅調さが継続しているが、医療や介護業界は経営環境が厳しくなっており、好不調業種が併存している。
	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量が若干減少傾向にあり、市場全体も微減である。値上げ効果もなく厳しい経営環境が継続している。
	化学工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・米中貿易摩擦の影響で特に中国向けのウエイトの高い主要取引先からの受注量が減少している。
	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	・引き合いも堅調で同程度の生産量があるが、最近の労働負荷は軽く、時間外労働時間は減少している。
	鉄鋼業(総務担当)	取引先の様子	・人手不足、ボルト不足、貿易摩擦などにより建築、工作機械などの停滞が鋼材の荷動き悪化に影響してきている。
	金属製品製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・工作機械業界の得意先からの受注が3か月前に比べ、30%減少している。他の得意先からは納期対応ができない製品を受注していたが、内製化に切り替わり、当社の受注がなくなった。
	電気機械器具製造業(総務担当)	取引先の様子	・中国経済の減速懸念による取引先の設備投資延期で機械装置関連は不透明な状況が続いている。取引先の設備投資の再開時期がまだ未定なので、上向きとなるにはまだまだ時間がかかる。
	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減少している。
	輸送業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・主要客の受注量の減少がみられる。
	輸送業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・倉庫関連の荷物の荷動きが悪く、在庫はあるが入れ替わらない状態、国際関連貨物の荷動きも鈍化している。
	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・客の受注が減少するなど下降気味で推移している。
	x	-	-
雇用		-	-

関連 (中国)	人材派遣会社 (経営企画担 当)	採用者数の動き	・派遣労働者の就業開始数が回復傾向にある。
	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・求人数は前年同期と同数で推移しているが、求人の条件は前年同期の方が良かった。
	求人情報誌製作 会社(営業担 当)	求人数の動き	・企業各社の求人数は堅調に推移しているが、有料の求人広告を掲載しても応募や採用に至らないケースも散見され、求人広告に投資する意欲が低下する傾向もみられる。
	求人情報誌製作 会社(広告担 当)	採用者数の動き	・2019年6月15日時点の大学生、大学院生の内々定率は72.0%、文理男女別の内々定率は、文系男子が68.0%、文系女子66.9%、理系男子79.6%、理系女子79.9%となり、理系女子が最も増加した。文系男女は7割に、理系男女は8割に迫る勢いで新卒の採用は依然として売手市場にあり、学生の内々定時期は前年より更に早まっている。
	新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・有効求人倍率は2.1倍超えで全国3位の高水準にあるものの、極度な人手不足による企業活動が制限される動きもあるため企業収益の悪化も懸念される。
	職業安定所(所 長)	求人数の動き	・新規求人は、製造業のうち好調な食品トレイ等のプラスチック製品製造業が前年同月比で9割増となった一方で、他の製造業種は振るわなかったこともあり、求人全体でみると横ばいで推移している。
	職業安定所(事 業所担当)	求人数の動き	・直近の新規求人数が前年同月比で2.8%増加したなかで、7か月ぶりに新規求職者も4.6%増加している。有効求人数は0.1%の微増にとどまったものの17か月連続して前年同期を上回り、有効求人倍率も12か月連続して2倍台で推移していることから、企業の募集活動は引き続き活発である。
	民間職業紹介機 関(職員)	それ以外	・事業承継に危機感を覚え次期社長候補の発掘が昨今の中小オーナー企業の課題となっている。後継者が見つからない場合は、事業閉鎖もあり、経済や雇用が悪化しかねない状況である。
	民間職業紹介機 関(人材紹介担 当)	求職者数の動き	・人手不足に対する効果的な対策がみえていない。
	学校[短期大 学](進路指導 担当)	周辺企業の様子	・3か月前から企業の採用活動は実質的に始まっており、6月に入ってから特に活発になった印象は受けない。
求人情報誌製作 会社(経営者)	求人数の動き	・6月は3月と比較し求人数が全く伸びていない。	
x	-	-	-