

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（企画担当）	・消費税引上げ前の駆け込み需要で売上の増加に期待がもてる。
		テーマパーク（業務担当）	・梅雨入りの遅れやガソリン高騰などの懸念材料はあるが、夏休みやお盆休暇、秋の花のイベントなど例年入園者が増える時期になる。
		住宅販売会社（営業担当）	・現在問合せも多く販売量も増える。
		百貨店（売場担当）	・食品など消費税引上げの対象外商品の動きがみえてこないが、消費税引上げの対象商品は引上げ前に影響が顕著に出てくる。
		百貨店（人事担当）	・前年の平成30年7月豪雨の災害の反動や消費税引上げ前の需要の前倒しが期待される。
		スーパー（販売担当）	・来客数の増加に伴い、高単価の商材を求める客層の割合が増えている。また、徐々にではあるが、法人関係からのまとまった注文も入ってくるようになっており、日々の営業活動の中で景気の良さを感じる機会が増えている。
		コンビニ（エリア担当）	・現状では工事作業従事者の来客数の動きが分からないが、近所で何か所か工事が行われているので、今よりは良くなる。
		コンビニ（支店長）	・前年割れが続いていた来客数が回復する。
		家電量販店（店長）	・消費税引上げ直前で、駆け込み需要のピークを迎えているが、在庫切れを起こす商品が多数発生し、機会損失が生じることを考慮するとやや良くなる程度で落ち着く。
		家電量販店（販売担当）	・夏商戦が後ろにずれる。
		乗用車販売店（統括）	・新型車効果がしばらく続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税引上げ前の駆け込み需要が期待できる。
		乗用車販売店（業務担当）	・消費税引上げ前の駆け込み需要が期待できる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税引上げ前の駆け込み需要で極力出費を抑えてきた客が腰を上げてくる。
		自動車備品販売店（経営者）	・駆け込み需要による購買意欲の拡大が期待できる。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・5～6月と来客数や購入単価が低下しており、これ以上低下すると大変だが、ボーナスも出たので期待がもてる。
		一般レストラン（店長）	・今の状態が底で現状下がっている来客数も夏には多少回復する。
		テーマパーク（管理担当）	・消費税引上げ前のため景気が良くなる。
		ゴルフ場（営業担当）	・予定通りの予約状況で秋に向けて少しずつ上向く。
		その他レジャー施設〔温泉センター〕（担当者）	・10月からの消費税引上げ前ということで少し良くなる。
		商店街（代表者）	・イベントをすると来客数は増えるが一過性のものとなっていて、反動で客の来店頻度が下がる。
		商店街（理事）	・本来であれば消費税引上げ前に買物が増えるのだが、耐久消費財の購入はあっても、一般商品の購入に変化はないため、変わらない。
		商店街（代表者）	・買物に対してとても慎重で、安くても必要のない物は絶対買わないという状況が続く。
		商店街（代表者）	・10月からのキャッシュレス政策のカード払い5%ポイントバック・プレミアム付き商品券等があり、8～9月の売上確保は厳しい。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費税引上げ前であっても、食品は軽減税率が適用されるので駆け込み需要は余り期待できない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・地方の景気はますます厳しくなってくる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・最近は企業で余り前向きな活動がされておらず、新しい会社などの名刺注文は少なくなってくる。
	百貨店（経理担当）	・景気が上向く様子がなく、消費税引上げなどもあり今後も前年売上を維持していけるかどうかの状況が続く。	

百貨店（営業担当）	・ 婦人服はインバウンドの効果も少なく限られたブランドのみが売れ、プレクリアランスセールやクリアランスセールの盛り上がりも年々小さくなり、端境期商品など次々と手を打つても前年並みなので、今後も変わらない。
百貨店（購買担当）	・ 前回の5%から8%への消費税引上げと比較すると、今回は8%から10%の2%の引上げなので衣料品の駆け込み需要は余り期待できない。ただ、6月に若干来客数や購買が増加していることから、少し上向きにはなるが、食品関係は厳しい状況が続くので変わらない。
百貨店（売場担当）	・ 前年の平成30年7月豪雨の災害で来客数が落ちた反動による売上の増加は期待できるが、お買得品の在庫量は各納入先とも少なくなっており、前年並みの売上推移の状況は変わらない。
百貨店（外商担当）	・ 全体的には前年並みで推移していくが、夏のセールがどのように動いていくかがポイントになる。
スーパー（店長）	・ 現状の売上微減の状況が続き、良くも悪くもならない。
スーパー（店長）	・ 半年以上来客数の減少が続いており、今月も減少しているので、今後も良くならない。
スーパー（店長）	・ 景気の上昇というよりも、消費税引上げ前の特需による購買頻度と購入数量の上昇が期待できるが、消費税引上げ後のことを考えると局所的な景気後退は否めず、結果としてプラスマイナスゼロで落ち着く。
スーパー（店長）	・ 梅雨時期に入り外出やレジャーを控えていく。
スーパー（店長）	・ 春からの各社値上げと10月の消費税引上げもあり景気は変わらない。
スーパー（総務担当）	・ 客の動向が安定しているので、現状維持が続く。
スーパー（財務担当）	・ 消費税引上げを控え、心理的に節約が続き、買上点数の減少により客単価が下がる。
スーパー（販売担当）	・ 景気が良くなるか、悪くなるかを判断する大きな材料は今のところ思い浮かばない。
スーパー（管理担当）	・ 3か月後も現状のまま変わらない状況と推測され、ディスカウント店にシフトする現状に変化はなく、来客数や売上の増加は見込めない。
コンビニ（副地域ブロック長）	・ 競合店との電子決済サービスのアドバンテージがなくなることもあるが、客も消費税引上げを控えており、コンビニエンスストアでの消費意欲が慎重になる。
家電量販店（店長）	・ 改元してもお祝いムードはなく、消費税引上げ前の駆け込み需要にも余り期待がもてない。
家電量販店（店長）	・ 来客数が増加しない。
乗用車販売店（営業担当）	・ 消費税引上げを客が余り意識していないようで駆け込みもなく変わらない。
乗用車販売店（店長）	・ 商品構成に変化がなく、店舗の移転等もあるため、受注、在庫いづれも現状と大きな差は出てこない。
その他専門店 [和菓子]（経営者）	・ これ以上の増加を望む要素がない。
その他専門店 [土産物]（経営者）	・ 前年は平成30年7月豪雨の被害があったため売上を単純に比べることができないが、長いトンネルに入った感じで当分回復しそうにない。
その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	・ 今後ボーナス、夏休みと集客の高まる季節に入ってきているので期待はしているが、消費税引上げ前の駆け込み需要がどのような影響を与えるか不明で、状況判断が難しい。
高級レストラン（事業戦略担当）	・ これといったトピックスがない。
スナック（経営者）	・ 景気が良くなってほしいとの期待はあるが、現状では、回復はまだ難しい。
観光型ホテル（営業担当）	・ 現在若干落ち込んでいる先行予約が前年比では良くなるが、景気は良くならない。
観光型ホテル（支配人）	・ 6月にホテルまつりがあり、7月初めくらいまで虫が飛び、引き続き夏休みにも入るが、今のところ先行予約はなく、余り変わらない。
都市型ホテル（企画担当）	・ 選挙戦に伴う年金の不安感など、消費者マインドに与えるマイナス要因があり、駅の商業施設の改装の影響でやや利用客の流入も悪くなっているが、夏休みに向けた個人客の利用の増加が期待できる。
旅行代理店（経営者）	・ これ以上の景気回復はないが、当分この状態が続いていく。
旅行代理店（支店長）	・ ボリュームが大きい夏の旅行需要が前年割れとなる。
タクシー運転手	・ ボーナスが出ているが客の動きが良くならない。

通信会社（総務担当）	・引き続き工事単価の上昇が見込まれる。
通信会社（経理担当）	・数か月前と状況が変わっておらず、数か月後も状況が変わらない。
通信会社（工事担当）	・客の様子が変わらない。
テーマパーク（営業担当）	・今年の夏は降雨量が多い予報となっており観光客の動きが鈍くなる。
観光名所（館長）	・今のところ前年と比べ来客数に大きな変化はないが、消費税引上げの影響がどの程度あるのかは未知数である。
設計事務所（経営者）	・消費税引上げに対する反応が鈍く、積極的な動きがみられず、客の動きも鈍いため、大きな変動は起きない。
設計事務所（経営者）	・年度が替わりこれから官公庁からの発注が始まるが、最近では新築工事が少なくなっていて、長寿命化工事に移っていることで以前より設計全般的な仕事量が減っているため、相変わらず受注の期待ができそうにない。
住宅販売会社（従業員）	・景気浮揚の兆しがみえず、10月の消費税引上げまでは慎重な動きが続く。
商店街（代表者）	・店舗過剰、デフレ、インターネット販売の三重苦にさいなまれてはいるが、可処分所得が増加せず、客がより良い物をより安く購入するという傾向が続く。
一般小売店〔靴〕（経営者）	・今後取引先や仕入先の資金繰り悪化のため納期が変動したり、品質が下がる可能性がある。また、人件費や材料費の高騰のおそれがあり、全体的にはやや悪くなる。
百貨店（外商担当）	・消費税引上げが予定どおり行われると、一時的な上振れはあるが、過去の状況から考えると、かなりのダメージが出てくる。
百貨店（営業企画担当）	・改装による催事会場閉鎖により売上の実績確保が難しくなる。
スーパー（業務開発担当）	・相次ぐ商品の値上げと競合店との競争激化で売上以上に収益が悪化する。
スーパー（販売担当）	・消費税引上げで買い控えをする客が多くなっていく。
スーパー（営業システム担当）	・軽減税率もあり、消費税引上げ前の駆け込み需要はなく、消費税引上げ後は消費が落ち込む。
コンビニ（エリア担当）	・今夏の長期予報が冷夏のため、景気が落ち込む。
衣料品専門店（経営者）	・日用品の値上がり衣料品の販売にも悪影響を与える。
衣料品専門店（経営者）	・消費税引上げで消費が落ち込む。
衣料品専門店（代表）	・消費税引上げを控えており、景気回復の好材料がない。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・消費税引上げが年金生活の人に響いてくる。
一般レストラン（経営者）	・食材の値上がりや人件費の高騰のため、値上げを含めたメニュー改定を7月中旬に予定している。また、消費税引上げもあるので、新メニュー定着までの3か月間は内的、外的いずれの要因からも外食への支出は低迷する。
一般レストラン（経営者）	・本来は消費税引上げ前の駆け込み需要が実感できる時期だというのが実感に乏しい。
一般レストラン（経営者）	・選挙や消費税引上げで景気が今より悪くなる。
都市型ホテル（総支配人）	・現在の手持ち予約は前年を大きく割り込んでおり、今後、期待できる要素も見当たらない。
都市型ホテル（企画担当）	・観光地の神社の工事で先予約が鈍化する。
タクシー運転手	・雨によって状況が変わるが、乗り控え、災害の被害等があれば、人出も利用も少なくなる。
タクシー運転手	・10月の消費税引上げを前にタクシーも乗り控えが少しずつ出てきている。年金問題も関係し、景気は悪くなる。
通信会社（営業担当）	・消費税引上げとなれば単純に悪化する。悪化しない手立てについて、具体性に欠けており、具体案又は激変緩和措置を周知するにしても遅きに失している。
通信会社（企画担当）	・モバイルサービス、またその代替にもなってきた固定系通信のサービスも、政府主導の全体料金見直しから、様子見の消費者傾向がみられる。また貿易摩擦が発端の端末値上げの動向から、契約数の動きは停滞する。

	観光名所（館長）	・景気の先行きが不透明なことと年金受給減や働き方改革によるシニア層の就業年齢の長期化など支出面での緊縮意識が幅広い年齢層に広がると同時に長期化の様相を呈している。また、海外客の受入れについての施策も更に工夫を凝らしていかないと東京オリンピック後は減少する。就業問題と合わせた日本独自の創意が必要で現状では期待感に乏しい。
	競艇場（企画営業担当）	・十分な売上を確保できるレースが開催されない。
	美容室（経営者）	・人材難で業績を上げようにもなかなか難しくなってくる。
	美容室（経営者）	・物価が上昇するなかで、客に節約傾向があり、所得や小遣いが増えないと自分の身だしなみに追加の金を使うことはなく、このまま悪い状態が続く。
	美容室（経営者）	・来客数を増やすため料金を下げたいが、売上が減少するので、どうしたらいいかわからず、現状を打破する方法が見つからない。
	× 一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・消費税引上げの影響が計り知れない。また、東京オリンピック特需も首都圏に限定され地方は全く恩恵がない。
	× 乗用車販売店（店長）	・新車、サービス共に客の動きが鈍く、これといった目玉商品もなく、来客数が少ないため、目に見える成果が出てこない。
	× 自動車備品販売店（経営者）	・8月からのメーカーの値上げもあり、消費者の購買意欲が激減する。プレミアム付き商品券が待ち遠しい。
	× 住関連専門店（営業担当）	・1社の1人勝ちで家具業界の来客数は減少の一途をたどっている。
	× タクシー運転手	・天候不良による野菜、その他の値上がりや消費税引上げが悪影響を及ぼす。
	× 通信会社（広報担当）	・客も価格のみに終始し、とにかく安いものに執着する。
企業 動向 関連 (中国)	輸送用機械器具製造業（経営者）	・7月は生産数が若干落ちるが、8～9月で盛り返す。
	一般機械器具製造業（管理担当）	・消費税引上げ前の駆け込み需要が発生する。
	広告代理店（営業担当）	・客からの受注案件がある内容情報を各方面から頂いており、時期的な方向性も含め向上きに進行する。
	会計事務所（経営者）	・消費税引上げ懸念も徐々に織り込み済みとなり、東京オリンピック関連景気等も心理的の面を含めて下支えしてくる。
	農林水産業（従業員）	・好転する要素がない。
	食料品製造業（総務担当）	・原料の輸入に依存しているため、貿易摩擦等がどういった影響を与えるのかがまだみえてこない。また、先日の中東での石油タンカーの襲撃で今後原油価格等が上がり、物流費が上昇する。
	繊維工業（監査担当）	・これから3か月は超閑散期となるので、景気の変動はない。
	木材木製品製造業（経理担当）	・今後の米国の動向が注視されるが、10月の消費税引上げまでは緩やかな駆け込み需要があり、消費税引上げ以降は売上の反動減が予想されるため、不透明な状態が続く。
	化学工業（総務担当）	・特に環境が変化する様子がみられない。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・現在の生産水準が継続する見込みで労働負荷も変化がない。
	鉄鋼業（総務担当）	・受注予測から回復傾向がみられない。
	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料素材系の受注はそのまま低位で推移する。
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変わりはない。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・ビジネスの上流である造船業界は、円安効果や不採算受注の抑制等で収益性が改善傾向にあるが、鋼材価格の上昇や環境規制対応など、コストが増加する要因も多くあり、景況感の回復には程遠い。
	建設業（経営者）	・官庁案件が今後も安定的に景気を支えるが、全体的には横ばいとなる。
	建設業（総務担当）	・鉄骨工事、特に高力ボルトの納期が数か月掛かるという状況ではあるが、発注者側の理解をいただき予定物件をさばいている。
	輸送業（総務担当）	・当面変化はみられない。
	輸送業（支店長）	・成長が続いている電子商取引市場に対して、複数のネット上のフリーマーケットサイトとの連携で、発送窓口の拡大を推進している。業務の効率や信頼性を向上させる施策も行い、環境の整備による業績の向上を図っていく。

	通信業（営業企画担当）	・自動車などの移動手段を必要とときだけ料金を払ってサービスとして利用するMaaS、電子マネー、セキュリティ等の新技術について新たなサービスがリリースされているが、供給側にて企業間連携が必要なため利用者側での活発な利用には時間を要する。	
	金融業（貸付担当）	・老後2000万円問題の報道により、個人消費行動は抑えられる。	
	不動産業（総務担当）	・例年どおり、賃貸住宅の需要は落ち着いており、しばらくは変わらない。	
	食料品製造業（経営者）	・消費税引上げに伴うシステム変更も含め、経営負担が大きく、年金等の問題も含め、消費動向が一段と厳しくなる。	
	化学工業（経営者）	・米中貿易摩擦は長期化の様相を呈しており、外需型の取引先は、様子見の生産調整を実施しており、引き続き受注量が減少する。	
	鉄鋼業（総務担当）	・上期は消費税引上げ前で何とか持ちこたえるが、その先を不安視する声が多く聞かれ、当面活動が低調になる。	
	金属製品製造業（総務担当）	・営業による7～12月の見通しを前月作成分より20%下方修正しているが、工作機械業界からの受注見込みが大幅に減少しており、厳しい状況になる。	
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注内示量が減少傾向であり、月によっては1割以上の内示量減少となっているが、前年度比較では減少幅は少ない。	
	輸送業（経理担当）	・国内、海外共に荷動きの予定も少なく、国際情勢に影響を受け、更に悪化する。	
	金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーの世界販売の低下基調に伴い、系列の地元自動車部品メーカーの受注は減少が避けられない。	
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	・経済情勢が不安定なことによる取引先の設備投資等の鈍化により、まだまだ製造業は厳しい状況が続く。
雇用 関連 (中国)		-	-
		学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・早期から活動していない学生が本格的な就職活動を開始する。
		人材派遣会社（経営企画担当）	・例年どおりと予測しており、今後2～3か月は今月と同水準で推移する。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・夏のボーナスシーズンを迎え、求人難が引き続き継続するため求人数は減少しない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・大手企業にとって売手市場は数の確保については満足であるが、中堅中小企業にとっては、大手企業に学生を取られるため、採用者数、質共に低下の傾向にある。この状況は次年度以降も続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今秋の消費税引上げに向けて景況の上下は予測できないが、米中の貿易摩擦やイランの問題等、外的要因だけみると楽観できない状況である。
		職業安定所（職業指導担当）	・来春の高校卒業予定者に対する求人の提出状況は、前年度とほぼ同水準で推移しており、売手市場の状況が続く。また、求人倍率も1倍を大きく超えており、全体的に人手不足感が顕著である。
		職業安定所（事業所担当）	・離職者が引き続き減少傾向で推移していることに加え、大型廃業等の情報も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）	・採用状況は売手市場であるが、若い人口が少ないことが理由の売手市場なので景気とは関係なく、今後の景気の状況は不明である。
		人材派遣会社（社員）	・引き続き、求職側と求人側のニーズが合わず、ミスマッチの状況は続く。さらに、消費税引上げや参議院選挙の結果によっては、企業側で採用を引き締める可能性がある。
		人材派遣会社（支社長）	・裾野の広い自動車業界で先行きが不透明なことを理由に採用を控えたり、契約更新しなかったりする状況がある。地元完成車メーカーの業況が何かしらのマイナス影響を与える。
		人材派遣会社（支店長）	・製造分野の企業において採用依頼が減少しており、現場から波及して管理部門の事務職にも影響が出てくる。
		職業安定所（所長）	・多くの業種で人手不足感の強い状態が続き、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が、上昇幅が頭打ちとなっていることから、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（職員）	・米中貿易摩擦が悪化の一途をたどっており先が読めないなか、製造業の企業が投資をちゅうちょする。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・消費税引上げへの対策や人手不足の解消が進まないという材料は出てこない。	

