

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)		一般小売店〔靴〕（経営者）	・7～8月は例年売上が下がるが、9、10月～年末に向けて売上が回復していく。
		百貨店（外商担当）	・現状ではほとんど影響はみられないが、今後消費税の引上げ前の駆け込み購入が加速する。
		百貨店（営業企画担当）	・改装効果での売上増とキャッシュレス消費者還元による自社クレジットのポイント還元による効果が出現する。
		スーパー（販売担当）	・高単価商材の鈍化に伴い、客単価が下がる傾向にある点が懸念材料の1つになっているが、これから先消費税の引上げ前の駆け込み需要で、短期的には景気が上向いてくる。
		家電量販店（店長）	・10月までは消費税の引上げ前の駆け込み需要が期待できるし、それ以降はプレミアム付商品券の効果がでてくる。
		家電量販店（販売担当）	・期末であることや、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（統括）	・新型軽自動車の販売が好調を維持する。
		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により上向く。
		乗用車販売店（営業担当）	・新車の投入や消費税の引上げ前の駆け込み受注の関係で来客数が多少増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の登録が可能になるため上向く。
		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もあり、10月までは上向きに推移していく。
		観光型ホテル（営業担当）	・夏休み、お盆休みと先行予約が順調であるため、やや良くなる。
		観光型ホテル（支配人）	・梅雨が明け、夏休みも本番に入るので、川や山での遊びを目的とした客が訪れたり、近隣からの宿泊客が増加したりするとともに、レストランの利用客も増加する。
		旅行代理店（経営者）	・海外旅行では、韓国の異常な状況で韓国や中国への旅行はないが、その他の地区が徐々に良くなる。
		タクシー運転手	・夜の利用は日によって良い悪いがあるが、これからますます暑くなり、イベントも増えてくるので、全般的にはかなり利用が多くなる。
		通信会社（総務担当）	・新サービスを展開する予定で、契約数が増加する。
		テーマパーク（営業担当）	・秋の行楽シーズンに向けて客の動きが活発になる。
		テーマパーク（業務担当）	・秋は春のゴールデンウィーク、冬のイルミネーションのイベントの次に来園者が多い時期で、台風等天候の心配はあるが、連休も続くため、多くの来園者が期待できる。
		テーマパーク（管理担当）	・消費税の引上げ前なので良くなる。
		観光名所（館長）	・天候による影響は大きいですが、東京オリンピックまで1年を切りインバウンド効果が堅調で、日本人客も城ブームが底辺で広がって幅広い年齢層が訪問する。
		その他レジャー施設〔温泉センター〕（担当者）	・繁盛期になるため良くなる。
		設計事務所（経営者）	・平成30年7月豪雨から1年がたち、仮設住宅から元の地域へ戻すための動きが出だしたところで、住まいの建築相談がこれから始まる。
		住宅販売会社（営業担当）	・現在も問合せが多く、この先も問合せが増える。
		商店街（理事）	・消費税の引上げ幅が2%と前回より小さく、駆け込み需要よりも先行き不安が働くため、購買意欲は変わらない。
		商店街（代表者）	・買物に対してとてもシビアで、幾ら安くても必要でない物は買わないし、大型店のポイントが高い日に必要な物を買うという客の姿勢は変わらない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・最近は新会社設立用の印鑑やゴム印の注文が少なく、これから夏場に掛けても動きが少ない状況が続く。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費税の引上げ前ではあるが、食品スーパーにおいては、商品が軽減税率の対象になっており、消費の動向に大きな変化はない。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・これからは暑さも本番なので、しばらくは今の状況が続く。

百貨店（経理担当）	・10月以降は消費税の引上げの影響で前年の売上を維持することが厳しくなる。
百貨店（営業担当）	・消費税の引上げ前に多少前年より売上が伸びるが、10月以降は買い控えの傾向が出てくる。
百貨店（売場担当）	・消費税の引上げを控えているが、前回の引上げのときのような大幅な伸長や下降はなく、いずれにしても厳しい状況が継続する。
百貨店（購買担当）	・消費税の引上げ幅が2%だと余り影響がないという見方が多く、特別な仕掛けを行う取引先も少ないが、客の方にも特別な動きがみられないため、変わらない。
百貨店（売場担当）	・現時点で消費税の引上げ前の駆け込みの動きはみられず、夏物の回復を待つ状況で、冬物展示会でも専門店からの発注が事前に入らないなど、全てが直近にならないと動かない状況が続いている。
百貨店（人事担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要も前回ほどにはならない。
スーパー（店長）	・贈答という部分では顕著な景気の悪化がみられるが、家庭内支出においては大きな変化がみられないこともあり直近での景気動向は変わらない。
スーパー（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が多少あるが、景気の上昇はない。
スーパー（総務担当）	・今年も猛暑の傾向にあり、生鮮品の値上がりりが心配ではあるが、景気はさほど変わらない。
スーパー（販売担当）	・来客数も販売量も変わらない。
スーパー（販売担当）	・現在より良くなる要因が出てこない。
スーパー（管理担当）	・来客数の減少傾向が続いており、改善の兆しがない。
スーパー（業務開発担当）	・夏季商材は気温が高くなってくれば例年並みの動きが出てきそうだが、競合との価格競争と客の節約志向で相変わらず厳しい状況が続く。
スーパー（営業システム担当）	・梅雨明けからすぐに気温が上昇し、残暑も厳しくなるとの予報が出ているため飲料やアイス、冷感グッズの売行きが良くなる。お盆を控えているが長いゴールデンウィークの影響もあり、それほど売上は上昇しない。
コンビニ（エリア担当）	・スタッフの不足でメンテナンスが下がり、売上が低下するが、店舗付近で結構工事があり、来客数も前年並みを維持するため、変わらない。
コンビニ（エリア担当）	・地元プロ野球チームの調子が上がらず、景気が上向かない。
コンビニ（支店長）	・春先からのコンビニエンスストアの24時間営業に関する報道によるイメージの悪化が続いている。
衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げの影響もあり、景気が良くなる要素がみえてこない。
衣料品専門店（代表）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で売上は増えるが、引上げ後にその反動が来る。
家電量販店（店長）	・何かきっかけがないと今後も客が余分な出費を控える。
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しばらくは持続する。
乗用車販売店（店長）	・消費税の引上げ前の買換えに期待したいが、現在の客の購入意欲を考えると厳しい状況が続く。
その他専門店 [和菓子]（経営者）	・大きく変化する要素がない。
その他専門店 [土産物]（経営者）	・お中元商戦でもなかなか苦戦しており一向に良くなる兆しが見られず、働き方改革のため有休を取得する従業員が多く人件費など経費の面でも厳しさが続く。
その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	・景気が良くなる材料が余りなく、引き続き情勢不安が残っているため、大きく変わらない。目的買いやコト消費の傾向は今後も続いていくが、財布のひもが固い状況は続く。
一般レストラン（経営者）	・7月上旬に食事のメニューを変更し、一部商品の値上げを実施する一方で、ハーフサイズやクォーターサイズを採用し、買上点数の増加を図った。また、曜日によるメインターゲットを明確にし、飲み客と食事客を区別し、平日の来客数の回復を目指しているが、すぐには効果が出ないため、変わらない。
一般レストラン（店長）	・客単価自体は大きく落ち込む事なく推移するが、10月の増税がどのように影響するかが不透明で、増税分を価格に転嫁する予定だが、来客数の伸びが落ち込むので大きな伸びはない。

スナック（経営者）	・ここ何年も地方の景気は良くなっていない。今後2～3か月先に景気は良くならない。
都市型ホテル（企画担当）	・夏季の集客時期に入り、ある程度回復するが、駅の商業施設の工事が長期にわたる影響は避けられない。行政の消費活性施策も実施されるが、ボーナス後も身の回りの消費は回復してこない。
旅行代理店（支店長）	・国策としてプレミアム付商品券事業があるものの、消費税の引上げの影響がかなりあるため、変わらない。
タクシー運転手	・8月辺りまではボーナスが支給される会社があるが、夜の街の動きは変わらない。
タクシー運転手	・消費税の引上げなどいろいろな問題があり、状況は変化しない。
通信会社（販売企画担当）	・総務省主導の電気通信事業法改正により、購買サイクルは長くなる。
通信会社（工事担当）	・客の動きは変わらない。
通信会社（経理担当）	・景気の良い話を余り聞かず、今後も変わらない。
競艇場（企画営業担当）	・今後2～3か月で今月と同等の売上が見込まれるレースが開催される。
美容室（経営者）	・商店街に人が流入する動きがなく、来客数も増加しない。
設計事務所（経営者）	・客が慌てる様子もなく、このまま推移する。
住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げを控え、慎重な動きの客が多く、消費税の引上げ以降、生活が落ち着いてからでないといくならない。
商店街（代表者）	・今後、消費税の引上げのニュースもあり店頭でも話題にあがるため、景気は今以上に悪くなる。
商店街（代表者）	・店舗過剰、デフレ、少子化、インターネット販売が進むなか、ウエイトの低いベビー服、子供服はますます厳しくなる。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・地元の経済は相変わらず低調で、人口減少の影響が出てくる。
百貨店（広報担当）	・消費税の引上げで消費者の購買意欲が下がる。
百貨店（外商担当）	・消費税の引上げで最終的には厳しくなる。
スーパー（店長）	・来客数が徐々に減少するなかで、消費税の引上げもあるため、客がなおさら生活防衛に入る。
スーパー（店長）	・必要なときに必要なだけ購入するという意識が強くなりトレンドは悪くなる。
スーパー（財務担当）	・消費税の引上げにより、今以上に節約するようになり、買上点数の減少が続く。
コンビニ（副地域ブロック長）	・消費税の引上げでの混乱と世の中の買い控えの風潮が進む。電子マネー決済の還元が認知されると回復が期待できるが浸透に時間がかかる。
衣料品専門店（経営者）	・10月からの消費税の引上げでますます厳しくなる。
家電量販店（店長）	・消費税の引上げで景気がやや悪くなる。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税の引上げは購買意欲を低下させ、消費に影響する。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・10月からの消費税の引上げで消費を抑制する気持ちが働き、やや悪くなる。
その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で瞬間的に上昇するものの、引上げ後は心理的にも買い控えが発生し、年内は若干厳しくなる。
高級レストラン（事業戦略担当）	・予約ペースが前年に比べ上がってこない。
一般レストラン（経営者）	・時期的に消費税の引上げ前後となり、買い控えが発生する。また、軽減税率やポイント還元等周知がなされていないので、消費傾向が減退する。
一般レストラン（経営者）	・夏のボーナスが支給され、一時的に景気が良くなっているが、消費税の引上げで景気が一段と悪くなる。
都市型ホテル（総支配人）	・米子発着の香港便、ソウル便の定期便低迷や出雲発着の金浦空港チャーター便の運行中断の延長など先行きが不透明なため悪化する。
都市型ホテル（企画担当）	・消費税の引上げに向けた直営レストランの価格変更に伴い来客数が減少し、アジア、特に香港、台湾や国内宿泊利用客の動きが鈍くなる。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げの影響が具体化する時期で、軽減税率は複雑すぎて理解が追いつかず、当面は緊縮財政を始める家庭が増える。

	通信会社（企画担当）	・客の多くが消費税の引上げを否定的に受け取っており、消費税の引上げ前の駆け込み需要はあるが、定額制サービスでは家計引締めのため、料金の低いコースが選択される。
	観光名所（館長）	・韓国からの旅行者減少により、来館数が減少する。
	ゴルフ場（営業担当）	・例年であれば韓国からの予約が増えてくる時期だが今年は低調で、消費税の引上げが実施される10月以降は動きが悪くなる。
	美容室（経営者）	・人材難や働き方改革で稼働時間の制限が生まれ、技術職である美容の分野では厳しい現状が続く。
	美容室（経営者）	・節約が当たり前の状況になり、景気も悪い方向に進む。
	× 一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・消費税の引上げ前後の景気刺激策が告知不足で小売店に対するポイント還元手続きの周知徹底ができていないため悪くなる。
	× 家電量販店（企画担当）	・消費税の引上げ前の9月末までは商品が売れるが、10月以降売れなくなる。
	× 乗用車販売店（店長）	・毎年8月は新車、サービスいずれも苦戦しており、今のところ消費税の引上げ前の駆け込み需要がほぼない状況なので、今よりも落ち込む。
	× 通信会社（広報担当）	・価格の低廉化、とすれば無料ということばかりが横行しており、景気回復どころか利益も出ない。
企業 動向 関連 (中国)	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月後も新車の登場で繁忙期が続く。
	繊維工業（監査担当）	・9月から秋物商戦が始まるので、現状と比較すると、動きは活発になる。
	木材木製品製造業（経理担当）	・10月の消費税の引上げを前にしてやや良くなる。
	不動産業（総務担当）	・例年どおり、来月は余り変わらないが、2か月後は、賃貸住宅の需要が増える。
	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）	・物流費が高騰したままで推移し、コストが上昇している。また、貿易摩擦が激化している状況で、サプライチェーンの視点から考えると、この先も予断を許さない。
	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）	・特定分野で生産量が増加し、多忙感はあるが、全ての分野ではなく、この状態が数か月継続する。
	鉄鋼業（総務担当）	・受注に回復傾向がみられない。
	鉄鋼業（総務担当）	・通商問題のリスクが解決しないと現状の低調な活動水準が継続する。
	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料分野での素材供給は当面低調に推移する。
	金属製品製造業（総務担当）	・今後、注視すべきは米中関係でその動向によって影響はあるが、3か月先までは受注に大幅な変動はなく、現状が継続する。
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが変わらない。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・海外も含め、足元は発注される船種が極めて限られており、業界全体に活気が生まれにくい。
	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・受注内示量は低い水準ではないが、日当たり数量が並のまま変わらない。
	建設業（経営者）	・受注量もあり人手不足が続いているので、今の状況が大きく変わらない。
	建設業（総務担当）	・資材が高騰し納期に時間が掛かる状況だが、物件数が多いため、工期に余裕があり、利益率の高い物件をある程度選択できる状況が続く。
	輸送業（総務担当）	・客の動向等が変わらない。
	輸送業（支店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が見込めず、労働環境改善の投資が収支に影響し、利益が厳しい状況で、人の採用がそのまま経費の上昇につながる。
	通信業（営業企画担当）	・消費税の引上げの影響で1年前に比べ個人消費の話題が減少してくる。
	通信業（営業担当）	・消費税の引上げに伴う駆け込み特需や、参議院選挙も景気に関する争点もなく安定政権であることから景気へのテコ入れを期待したい。
	金融業（貸付担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要はあるが、実質賃金は減少しており、消費はさほど活発にならない。
	広告代理店（営業担当）	・客情報及び前年度の状況から極端に変化することはない。

	会計事務所（経営者）	・生産性向上や業務の外注化を進める意欲が底堅く、消費税の引上げや米中の貿易摩擦等によるマイナス影響を減殺するとともに、東京オリンピックが与える心理的好要因もプラスに働く。
	食料品製造業（経営者）	・消費税の引上げに伴い、消費者の購買意欲が低下し、財布のひもが固くなる。
	化学工業（経営者）	・米中の貿易摩擦の影響が輸出型の取引先の受注量に顕著に現れており、当面は生産調整により乗り切るため、悪くなる。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・中国、韓国の問題や金融不安の懸念もあり、各取引先の設備投資が延期されている状況で、中国、韓国向けの売上割合が大きいことから、先行きが不透明で良くなる見通しが立たない。
	輸送業（経理担当）	・国際情勢の動向次第であるが、国際関連貨物の荷動きが鈍化し、国内の荷動きも悪くなる。
	金融業（融資企画担当）	・当面、地元完成車メーカーの世界販売の伸び悩みが続き、地元自動車部品メーカーの受注も緩やかながら減少傾向が続く。
	x	-
雇用 関連 (中国)		-
	民間職業紹介機関（職員）	・梅雨明けによる本格的な夏への移行や夏季大型連休などにより、心理的に停滞していた消費が上向き、夏季商材の購入につながる。
	求人情報誌製作会社（経営者）	・しばらくは夏の短期の求人数やお盆のUIターンの求人数が増加するが、3か月後はそうした求人も落ち着き、現状に近い状況に落ち着く。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・2020年卒や来期の2021年卒の新卒採用動向は堅調で、中途採用の求人数も変わらない。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒採用や中途採用を検討している企業で有料サイトを利用している企業は前年比20%増、広島県の有効求人倍率も年々上昇しているが、採用の多くは建設業とその関連、製造業、特に車とその関連、サービス、インフラ、小売業がけん引してきた。ただ、今後は全体的に採用に落ち着いた感じが出始めたこと、今後の業績の見通しから採用に慎重になり始めた企業が多くなったことにより、現状から変わらない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・非製造業分野は堅調に推移しているが、中国経済減速の影響が製造業に出始めており、深刻な人手不足も絡み、不透明感が続く。
	職業安定所（職業指導担当）	・人手不足の状況が顕著で新規高卒求人の状況も前年並みの高水準で推移しているため、ほとんどの産業の中小企業で人手不足感が強い状況が続く。
	職業安定所（事業所担当）	・雇用保険適用事業所数、被保険者数ともに微増で推移しており、雇用面で見ると安定していることから、しばらくは現状を維持する。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・新卒を対象とした一般企業の採用活動が終わりを迎えるが、求職者数が減少するなか、深刻な人手不足が景気の上昇を妨げる。
	人材派遣会社（社員）	・消費税の引上げや極東アジアの景気の低迷により、企業が採用を見送るケースが増える。
	人材派遣会社（経営企画担当）	・米中貿易摩擦の影響で製造業を中心に採用意欲が停滞し始めている。
	人材派遣会社（支社長）	・来年度施行の同一労働同一賃金に際し、人の雇用に関するコストが確実にアップするため、サービス料金の値上げは避けられず、人材会社利用の抑止につながる。
	人材派遣会社（支店長）	・製造分野での採用減少がモノづくりから流通、販売といった流れに悪影響を与える。
	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高い。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・現時点ではマイナス要因が大きくなる。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・企業の利益や売上の減少で景気が悪くなる。
		x