

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)		観光型ホテル（宿泊担当）	・ホテルの数が増加する。
		テーマパーク（業務担当）	・今後の台風の発生など天候の心配はあるが、コスモスなど秋の花イベントからイルミネーションイベントへつながっていく時期で、来園者の増加に期待が持てる。
		競艇場（企画営業担当）	・2か月後の下旬から始まるG3女子レースと3か月後の下旬に開催されるG3企業杯競争で十分な売上が期待できる。
		住宅販売会社（営業担当）	・問合せの増加に伴い、販売量も増加していく。
		百貨店（営業企画担当）	・改装オープン後の売上拡大とキャッシュレス決済に期待が持てる。
		スーパー（店長）	・ゴールデンウィークと比べると、明らかに単価の動きが良くなっている。今後の消費税の引上げの動きも鑑みると、9月末までは景気は良くなっていく。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要、引上げ後のプレミアム付商品券やキャッシュレス決済ポイント還元で景気回復に期待が持てる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待が持てる。
		家電量販店（販売担当）	・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の好調がしばらく続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車が出ても現車がなかったが、実際に見れて乗れるようになるので良くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・繁忙期に入るため、今月より良くなる見通しである。
		タクシー運転手	・例年どおり9～10月は良くなる。
		通信会社（工事担当）	・客の様子から景気はやや良くなる。
		テーマパーク（営業担当）	・インパウンドの動きに不安があるが、過ごしやすい季節となるため客の動きは良くなっていく。
		商店街（代表者）	・買物は必要な物だけ買って、無駄な物は買わない傾向が続く。
		商店街（代表者）	・キャッシュレス対策や商品券などの消費税の引上げ後の景気浮揚策があるが、国際的な外部環境が良くないため、景気の状態は今月同様に厳しくなる。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費税の引上げ後に消費低迷の状況に陥るが、キャッシュレス還元等がどのように動くか不明であり、結果的に変わらない。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・猛暑のため、客の動きが少なかったが、涼しくなると多少動きが出てくる。
		百貨店（営業担当）	・婦人服の売上が前年を上回るのは何か大きな施策がなければ困難で、一般衣料品に対して非常にシビアな状態が続く。
		百貨店（外商担当）	・消費税の引上げ後は高額商品を中心に客の購買意欲が一時的に低下し苦戦する。
		百貨店（購買担当）	・アパレル業界で消費税の引上げ前の駆け込み需要が多少あるが、引上げ後に落ち込みもあるため、変わらない。
		百貨店（売場担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が予想より鈍く、換金性の高い商品しか動かない。
		百貨店（人事担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が少しずつみられるものの、その後は反動もありトータルでは前年を下回る。
		スーパー（総務担当）	・単価はさほど変わっていないので、気候が良くなれば、期待が持てる。
		スーパー（業務開発担当）	・節約志向の定着で競合店との価格競争になっている。消費税の引上げに際し、電子決済で5%の還元があるが、高齢者が理解し、消費アップにつながるの不安である。
		コンビニ（副地域プロック長）	・消費税の引上げ後の動き方次第ではあるが、大きくは変わらない。
	家電量販店（店長）	・現在より良くなる要素が見当たらない。	
	家電量販店（店長）	・消費税の引上げで消費が冷え込む。	
	乗用車販売店（営業担当）	・9月に入ればもう少しにぎわうかもしれないが、消費税の引上げ前の駆け込み需要が期待よりかなり少ない状況のため、大きくは変わらない。	

乗用車販売店（店長）	・新車販売台数に大幅な増減はなく、特別仕様車の発売効果もごく一部の客に限られる。じっくり時間を掛けて検討する客の購入の契機となるような材料は当面ないので、現状維持となる。
乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げもあるが、客の動きは変わらない。
その他専門店 [土産物]（経営者）	・観光客の財布のひもが固く、なかなか金を使わないため、売上が増加しない。
その他専門店 [和菓子]（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
その他専門店 [時計]（経営者）	・固定客がいるため、売上が変わらない。
その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	・現状の消費の伸びと、消費税の引上げを考えると、年度内は現状維持が続く。
その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	・消費税の引上げ前の購買意欲の高まりが売上にどう反映してくるか今後注視したいところではあるが、景気の回復感が消費者にはなく、引き続き財布のひもは固い。
高級レストラン（事業戦略担当）	・大きく数字を左右するコンテンツがない。
一般レストラン（経営者）	・支払金額が決まっている食べ放題の3コースのうち、一番価格の低いコースの売上が前年比180%と集中している。また、6～7月に2けたの伸びがあった予約が8月は前年を下回っており、消費税の引上げで、外食に使う支出と利用頻度は抑えられる。
その他飲食 [サービスエリア内レストラン]（店長）	・消費税の引上げによる買い控えが起きる。
観光型ホテル（営業担当）	・予約状況をみても景気回復の見込みがない。
都市型ホテル（企画担当）	・秋の観光シーズンを前にして、貿易に絡む不安定な海外情勢や韓国反日を取り巻く市場の停滞は特に観光業界に大きな打撃を与える。消費税の引上げなどタイミング的にも、消費にブレーキが掛かる。
都市型ホテル（総支配人）	・トップシーズンを迎え、ラグビーワールドカップ期間中のサポーターの動向にも期待が持てるが、韓国からの入込が期待できず先行きは不透明である。
旅行代理店（経営者）	・余り良くなる材料もなく、中国や韓国との状況も悪くなる一方で、海外の行先がなくなってきている。旅行日数の問題もあり、今後国内へのシフトが進む。
旅行代理店（支店長）	・消費税の引上げの風評が懸念され購買意欲は減少するが、プレミアム付商品券など国策もあるので期待が持てる。
タクシー運転手	・採算が取れない部門を廃止し、乗務員が増加したことで、利用者数は増えるが、景気は変わらない。
タクシー運転手	・4～5か月も同じ状態が続いているので変わらない。
観光名所（館長）	・毎年、台風や大雨による被害が出ることへの対応をしていかないといけないが、現状は無策にならざるを得ない。イベントの集約化や時間延長対応により、天候が確実に良いときに更に客が来れるよう工夫することが必要である。日韓、米中関係の悪化など国際情勢が予断を許さない状況で国内外の旅行者が減少する可能性が高い。
ゴルフ場（営業担当）	・10～12月までは繁忙期に入るため、国内需要でカバーできるが、1～3月の閑散期は、韓国からの来場者が多くなるため、見通しが立たない。
美容室（経営者）	・客はいるが、人員確保が難しく、人員がいない状況が続いている。
設計事務所（経営者）	・今後の見通しとしては新築や大型の物件に関する問合せも少なく、官からの発注とリフォーム工事の需要が頼りで先行きは不透明である。
設計事務所（経営者）	・周りの建築関連の企業は現在も人手不足のようで、建築費の高値安定がしばらく続く。また、災害や気候の影響で引き合いが増加してこない。
設計事務所（経営者）	・消費者の動きも消費税の引上げ後の様子見状態で、来場数の伸びがなく、状況は良くない。
商店街（代表者）	・消費税の引上げが店頭での客との会話の中で話題となっているため、景気は悪化する。

商店街（代表者）	・デフレ、店舗過剰、少子化、インターネット販売が進展している状況で売上が非常に低迷しており、子供服の需要自体も減少していく。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・7～8月にかけて、会社設立に向けての前向きな注文がなく、これから厳しくなる。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・なかなか売上が上がる要因がなく、経費を抑えて黒字を確保するしか方法がない状況だが、食品表示の改訂の費用の負担も大きく、苦しい状況が続く。
一般小売店〔靴〕（経営者）	・消費ムードや季節の影響を受けないオーダーメイド品を取り扱っているが、前年より影響を受けており、売上の底上げを期待して製作した通販サイトも伸び悩んでいる。
百貨店（経理担当）	・消費税の引上げにより景気は悪くなる。
百貨店（売場担当）	・消費税の引上げ前に一時的に消費が上向くが、引き続き世界経済が安定せず、消費に悪影響を及ぼすため、やや悪化する。
百貨店（外商担当）	・消費税の引上げ前の上振れ、引上げ後の停滞は従来どおりであるが、引上げの影響は避けられない。
スーパー（店長）	・来客数が半年以上前年比94%前後で推移しているなかで、消費税の引上げで客が生活防衛に入るため、ますます厳しくなる。
スーパー（店長）	・消費税の引上げで買物点数の減少が更に進み、売上減少幅が広がる。
スーパー（店長）	・消費税の引上げで景気がやや悪くなる。
スーパー（販売担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で一時的に販売量が増えるが、引上げ後の不透明感が強い。
スーパー（販売担当）	・消費税の引上げ後、買い控えが発生する。
スーパー（管理担当）	・売上が増加しない状況が続く。消費税の引上げ後の軽減税率があるとはいえ価格上昇感はない。
スーパー（営業システム担当）	・消費税の引上げが響くだけでなく、景気が上向く話題もないので悪くなる。
スーパー（販売担当）	・消費税の引上げで買い控えをする客が増加する。
コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げで、来客数が変わらなくても、客単価が低下するため、売上が減少する。
コンビニ（支店長）	・消費税の引上げの影響で景気がやや悪くなる。
衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げの影響で景気がやや悪くなる。
衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げで消費意欲が高まらない。
衣料品専門店（代表）	・以前の消費税の引上げ後と同じく、消費者が消費税10%に慣れるまで買い控え傾向になる。
家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で苦戦する。対策として10月からプレミアム付商品券が販売されるが、子育て世代や所得の低い人が対象なので家電業界への効果は未知数である。
乗用車販売店（業務担当）	・消費税の引上げにより、売上は伸び悩む。
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若干のアップはあるが、その後反動で落ち込む。
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の反動で景気がやや悪くなる。
住関連専門店（営業担当）	・来客数が大幅に落ち込む。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・消費税の引上げで客が買物に対してシビアになる。
一般レストラン（経営者）	・消費税の制度の変化が一般に浸透していない。企業として防衛施策はとる予定だが、飲食業の賃金上昇価格転嫁に難しさがあり、生産性向上も頭打ちの状態である。
一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げ前に多少の駆け込み需要があるが、引上げ後は客が消費を控え、確実に景気が悪くなる。
一般レストラン（店長）	・消費税の引上げを控え、先行きの不安感は非常に大きい。飲食店は節約の際、優先されやすく、忘年会にも影響が出る。
観光型ホテル（支配人）	・宿泊や宴会を扱う旅館業にとって、消費税の引上げは客が利用を控える引き金となる。
都市型ホテル（企画担当）	・消費税の引上げの影響が未知数だけでなく、海外情勢の不安定さも懸念材料になる。
タクシー運転手	・消費税の引上げでやや悪くなる。
タクシー運転手	・消費税の引上げに対する不安感があり、やや悪くなる。

	放送通信サービス（総務 経理担当）	・消費税の引上げで請求金額が上積みされるので、支払能力の低下が見込まれる。景気感もマクロな動きは地方経済に届くまで時間が掛かるので、短期的には消費税の引上げの影響の方が大きくなる。
	通信会社（営業担当）	・消費税の引上げによる生活への影響が目に見えることで、一旦支出の緊縮に入る。
	通信会社（企画担当）	・消費税の引上げ後に営業が活発になることはないので、現状の停滞感をひきずって沈滞するが、底堅い部分もあるので、営業の沈滞は大きくはない。
	観光名所（館長）	・韓国からの旅行者の減少傾向が続く。
	その他レジャー施設〔温泉センター〕（担当者）	・消費税引上げ前の駆け込み需要により、9月は一時的に売上等が上がるが、10月からは引上げに伴って値上げ等もあるので景気はやや悪くなる。
	美容室（経営者）	・売上が上昇する見込みがない。
	美容室（経営者）	・今の段階で既に引締め傾向にあるので、今後徐々に悪くなっていく。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げで客の慎重姿勢がより一層強まる。
×	商店街（理事）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要はないが、大型家電など高額な消費が期待できる。ただ、その後はその返済のために、買い控えが起きる。
×	商店街（代表者）	・消費税の引上げを前に逆に買い控え感が強い。
×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・消費税の引上げ前にもかかわらずセールなどが盛り上がっていない。もう既に財布のひもは固くなっている。
×	スーパー（財務担当）	・野菜の相場安と、消費税増税による節約で、既存店の来客数及び買上点数の前年割れが続く。
×	家電量販店（企画担当）	・消費税の引上げで消費が冷え込み、景気が悪くなる。
×	乗用車販売店（店長）	・新車、サービスのいずれも来客数の落ち込みがひどく、良くなる兆しはない。
×	通信会社（広報担当）	・このまま消費税の引上げとなると、ほぼ動きは止まる。
×	テーマパーク（管理担当）	・消費税の引上げで景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (中国)	輸送用機械器具製造業（経営者）	・これから秋に掛けて忙しくなってくる。
	繊維工業（監査担当）	・冬物の最盛期になるので、コート、ニット類の冬物衣料の売上が期待できる。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・通常生産品の生産量の減少は継続するが、大口案件製造が本格化し多忙な状態となる。
	不動産業（総務担当）	・例年どおり、来月以降に掛けて賃貸住宅の需要時期となるため、良くなる。
	農林水産業（従業員）	・好転する要因がないため、変わらない。
	食料品製造業（経営者）	・消費税の引上げが間近に迫り、物価が上昇することで、消費が低迷し、一段と厳しい状況になる。
	食料品製造業（総務担当）	・日中の貿易摩擦や韓国との関係悪化で、海外から輸入を行う企業は厳しい状況が続く。
	化学工業（総務担当）	・日韓関係の悪化による半導体製品への影響に注視する必要があるが、特に変化する要因はない。
	鉄鋼業（総務担当）	・受注フォーキャスト及びエンド客の動きからいまだ本格回復の気配がない。
	鉄鋼業（総務担当）	・取引先の販売状況が非常に悪く、当面は回復せずに横ばいで推移する。
	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の安定が続く。
	建設業（経営者）	・人手不足が続いており、受注量も横ばいで変化しそうでない。
	建設業（総務担当）	・今後1年先までこのような状況が継続する。
	輸送業（総務担当）	・大きな変化はない。
	通信業（営業担当）	・セキュリティ関連、台風シーズンの企業における災害BCP対策など多少引き合いがあるが、消費税の引上げ前の駆け込み需要もそれほどなく、今後も現状維持の状態が続く。
	金融業（貸付担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要がやや期待できるものの、著しい景気回復には至らない。
広告代理店（営業担当）	・現時点で客情報からの受注や販売に関する内容から極端に変動はしない動きで進行する。	
	木材木製品製造業（経理担当）	・今後、2か月は消費税の引上げで不確定な要素が多い。更に世界的な低金利政策により円高傾向に進み、輸出産業を中心に景気はやや悪くなる。日本の金利はゼロ金利でありこれ以上、円安による景気の向上は余り期待できない。

	化学工業（経営者）	・米中貿易摩擦が国内生産にも徐々に影響を与え始めており、特に自動車部品向けのウエイトが高い輸出型主要取引先の受注量が減少する。
	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関係の受注量に改善の兆しがなく、韓国との関係悪化の影響も出てくる。
	金属製品製造業（総務担当）	・引き合いが減少しており、厳しくなる。同業他社の受注量も減っているため取り合いとなり、価格面でも競わざるを得ない状況となる。
	一般機械器具製造業（管理担当）	・消費税の引上げと受注量の減少で景気がやや悪くなる。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・主要装置の受注量が減少する。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・秋口から本格化するとみられていた新造船商談だが、円高進行のタイミングが非常に悪く、通貨安に進んだ中韓との競争に大きなディスアドバンテージとなる。
	輸送業（支店長）	・消費税の引上げや業界での新規参入の活発化によるパイの奪い合いもあって、厳しい状況になる。
	輸送業（経理担当）	・米中、日韓関係等懸念材料が多い。現状、直接的な影響は大きく出ていないものの、今後影響を受ける可能性が高い。
	通信業（営業企画担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要よりも引上げ後の買い控えの影響が大きい。
	金融業（融資企画担当）	・世界景気の減速や円高の進行で、地元完成車メーカーの輸出は減少が続き、系列の地元部品メーカーの受注も減少傾向が続く。
	会計事務所（経営者）	・消費税の引上げや米中貿易摩擦の影響により、しばらくの間消費が低迷する。
	× 一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから景気は悪くなる。
雇用 関連 (中国)	-	-
	*	*
	人材派遣会社（支店長）	・3か月後の求人数の増加は余りなく、前年と比べ減少する。
	職業安定所（事業所担当）	・有効求人倍率が今年1月に2.5倍近くまで上昇し、ここ2年近くほぼ2倍台前半で安定的に推移していることから、雇用面では景気悪化につながる要因は出てこない。
	職業安定所（職業指導担当）	・一般求人状況は引き続き高水準で推移している。これからも高水準で推移し、人手不足の状況が続く。また、新規高卒者の求人状況も前年並みに高く、人手不足の状況が顕著である。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・企業からの求人は依然としてあるが、求職学生の多くは既に内定を得ており、求人需要に対する求職者の数が少なくなる。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・外国との関係性の影響で、国外からの観光客が減少しているニュースなど景気に良い情報が少なく、変わらない。
	人材派遣会社（社員）	・中国や韓国の状況等で輸出産業を含め産業全体で雇用にブレーキが掛かる。
	人材派遣会社（支社長）	・派遣に関しての同一労働同一賃金も認知が広がってきており、派遣採用において静観する、あるいは削減したり、直雇用に切り替えたりする動きが出てくる。
	人材派遣会社（経営企画担当）	・日韓関係の悪化に伴い景気がやや悪くなる。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・採用活動をしなくても特に新卒採用では辞退が多発し、企業側も継続して採用するマンパワーが捻出できないため採用活動自体を見送る企業が出始めている。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は見込めるが、引上げ後は引締めとなり今より良くない。採用についても、20代～30代前半の第二新卒は依然として売手市場だが、求職者の多くは40代後半～60代が多く、本当に職を求めている年齢に対する求人はかなり少ない。スキルのある中高年の採用を積極的に取り入れないと慢性的な人手不足は変わらない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・9月までは消費税の引上げ前の駆け込み需要のため、消費が高まるが、引上げ後は駆け込み需要の反動や米中貿易摩擦等海外経済の混迷を要因とする悪影響で消費が悪化する。
	職業安定所（所長）	・多くの業種で人手不足感の高い状態が続き、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、宿泊・飲食サービス業では好調だった外国人観光客の大幅な減少を心配する声も出ており先行きが不透明となっている。

	民間職業紹介機関（職員）	・日韓関係の悪化、米中貿易摩擦、円高傾向化などの不安要素が目を追うごとにエスカレートしており、製造業のみならず旅行業などサービス業、小売業にも影響を及ぼしており、業種の如何問わず景気を押し下げる。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・日韓関係の問題が長期化するなか、消費税の引上げ後の動き次第では悪化は避けられない。
x	-	-