

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)		スーパー（店長）	単価の動き	・客単価が前年比102.5%と上昇している。生鮮部門が特に好調で、外食より中食や内食の需要が増えている。
		スーパー（管理担当）	販売量の動き	・売上、来客数、買上点数共に上昇傾向にある。
		スーパー（販売担当）	来客数の動き	・売上は前年比116%、来客数は前年比123%となっている。消費税の引上げ後、家具家電といった高単価の商材の動向は芳しくないが、衣料品、食品など生活に密着した商材は、例年以上に好調に推移している。
		家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・クリスマスや年末商戦が好調である。
		一般レストラン（店長）	単価の動き	・3か月前に比べて客単価の前年比が大きく伸びている。消費税の引上げに伴うメニュー価格改定も影響していると思うが、消費税の引上げによる落ち込みも一段落したのではないかと。また、今年は例年に比べて高単価のコースが多く出ている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・客の話では、悪くなると思われていた景気もふたを開けてみたら良かったようで、特に、建設業は忙しくなっている。タクシー業界も前年より景気が良くなっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・消費税の引上げ後、しばらくは乗り控えがあったが、このところ持ち直してきている。忘年会やボーナスの支給で夜の動きも活発になってきている。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・ワイヤレス商材、携帯端末への引き合い、来年の5G開始への関心度等、当月は予想より高い推移となっている。
		通信会社（経理担当）	お客様の様子	・新サービスの加入者も増えており、客もお買得な商品等は積極的に取り入れている。
		テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・今年は12月の祝日が1日少なく、来園者の減少を心配していたが、イルミネーションイベント開催中のため、週末及び平日も比較的多くの来園がある。
		設計事務所（経営者）	販売量の動き	・消費税の引上げ後、国の支援策が幾つか用意してあるのも手伝ってかエコ住宅設備や耐震、バリアフリー化等を採用したリフォーム工事に着手するケースが増えている。
		住宅販売会社（営業担当）	来客数の動き	・年末であるにもかかわらず、問合せや販売件数が増えている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・客が金に余裕がないようで、商品を勧めてもなかなか買ってもらえない。
		商店街（理事）	お客様の様子	・消費税の引上げ前後で、景気にさほど変化はない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	お客様の様子	・年賀状の印刷枚数は毎年減少していたが、今年はほぼ横ばいである。しかし、高齢者の印刷枚数は毎年減少し、来年は中止するという通知の年賀状が増加しており、会社関係も来年は中止するという通知の年賀状が出てきている。
		一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	販売量の動き	・年末で人の流れも多いが、衣料品関係に関してはさほど人の出入りが多くない。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響で前年の売上を下回る部門が多いなか、軽減税率が採用されている食品は前年を上回っている。衣料品や化粧品などは好調なブランドもあるが、やや厳しい状況である。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・消費税の引上げと暖冬が重なり、冬物のコートなど重衣料の動きが悪く、売上が厳しい。特に若者向けの販売が今一つである。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・消費税の引上げが3か月目に入り、影響も少しずつ減少してきている。11月まで苦戦していた婦人服も防寒着を中心に復調してきている。ただ、紳士服は依然として厳しい状況が継続している。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・売り尽くしセールの動きは良いが、クリスマスギフトの動きが悪く、消費税の引上げ前の9月に売れた化粧品やラグジュアリーバッグの売上が12月になっても上向いてこない。

百貨店（購買担当）	お客様の様子	・消費税の引上げ後、来客数が減少し、客単価も低下しており、特に紳士服や婦人服は、少しは消費税の引上げ前の状況に戻っているが、依然として厳しい状況である。また、食品は消費税の引上げ前から厳しい状況が続いている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は既存店ベースで前年の98.6%となり、3か月前とほぼ変わっていない。また、客単価も若干前年を下回っている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・直近の景気は3か月前から変化はない。消費税の引上げ前の駆け込み需要を除くと、通常の購買商品はほぼ同様の動きとなっているため、景気は横ばい、若しくはやや悪化している。
スーパー（販売担当）	お客様の様子	・消費税の引上げ後も来客数は変わっていない。
スーパー（販売担当）	来客数の動き	・客単価が3か月前と余り変わりがなく、大きな変化はない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の伸びが鈍化している。
コンビニ（支店長）	お客様の様子	・キャッシュレス消費者還元事業の効果はあるが、来客数や客単価の劇的なアップにはつながっていない。
家電量販店（店長）	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要もなく、消費税の引上げ後も変化はない。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が増加している。
乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・例年12月は1～2週目は客の動きが良く、20日以降、動きが鈍くなるが、今年は1週目から来客数が少なく、来客数は前年の85%、土日においては前年の80%まで落ち込んでいる。
自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税の引上げに伴う販売量の減少はさほどではないが、単価が低下している。
その他専門店【土産物】（経営者）	販売量の動き	・例年、年末にかけて鮮魚の売上が増えるのだが、今年はさほどでもない。この時期人気の大粒の高品質ないちごが今年は量が少なく売上が見込めない。
その他小売【ショッピングセンター】（管理担当）	お客様の様子	・アウトドア関係の商材は比較的良好なもの、気温が安定しないことが大きく関係しているのか、衣料関係の物販は軒並み売上が伸びない状況が続いている。客も目的買い以外のついで買いの意識がほとんどなく、財布のひもは依然として固い。
一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・12月の売上で構成比が高くなる忘年会の利用客の内訳や、キャッシュレス決済等の利用対応など、いろいろな変化が起きている。宴会の予約は全体では前年の97%となっているが、職場の忘年会が大幅に減少しており、友人、仲間、家族連れなど少人数での利用が増加している。こうした利用客の内訳の変化も関係し、金曜日など休日前日の売上が前年の50%後半まで落ち込み、それ以外の日が前年の150%以上の売上となっている。また、利用件数が増加しても1件当たりの人数や単価が減少しており、厳しい状況にある。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げの影響が少なく、来客数も例年と変わっておらず、年末に向けて良い状態である。
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・冬のボーナスが支給されたため、少し景気が良くなっているが、まだ、客が支出を渋っている。
スナック（経営者）	来客数の動き	・年末なので、少しは客足が伸びているが、時期的なものであり、景気が回復しているわけではない。
都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・レストランなどの個人客の動きを見ていると、景況感決して好転はしていない。消費行動も一極集中型の傾向があり、単価はやや上がっているものの、平均的なボリュームの購買力が落ちている。時期的に宿泊のインバウンド客も落ち着いており、前年並みである。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・例年正月は、海外旅行や国内温泉旅行が多かったが、今年はあまりなく家で過ごす人が増えている。
旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・年末年始の旅行需要について、海外旅行は前年並みで堅調だが、国内旅行は前年を割っており良い状況とはいえない。
タクシー運転手	来客数の動き	・12月にしては乗車率が良くない。

放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・例年どおり、年末にかけて他の月より多くの延滞金の回収ができており、消費税の引上げの影響はあまり感じられない。
通信会社（工事担当）	お客様の様子	・軽減税率により景気は変わらない。
テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・キャッシュレス消費者還元事業により景気は変わらない。
観光名所（館長）	それ以外	・景気は現状維持か少しずつ落ち込んでいる感じで、上向きではない。
ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・前月と変わらず、韓国からの来場が落ち込んでいるが、国内は暖冬もあり若干増えている。
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・消費税の引上げ後の動きは安定しており客の動きに大きな変化は見られない。
設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・同業他社の設計事務所に聞いても、住宅の引き合いは低迷しており、医療・介護系の施設も1～2年前から比べると動きが遅くなっている。
住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・依然として、住宅展示場やモデルハウスの来場者数、各種イベントの参加者数が伸びない。
商店街（代表者）	単価の動き	・今年は暖冬で、特に冬物衣料が売れない。
商店街（代表者）	お客様の様子	・クリスマス商戦ながら、消費者が買い控えをしている。中小零細店は、キャッシュレス効果があるものの、大型店の自社ポイント等との競合が厳しく、売上の確保が大変困難な状況である。
商店街（代表者）	販売量の動き	・消費税の引上げ後、落ち込みが激しく、10月は仕方がないにしても、12月になっても販売量が前年比20%減少している。
一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数、客単価、買上点数共に前年を下回っており、消費税還元も活発に利用されているが、消費拡大にはつながっていない。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・200万円を超える美術品やブランド品などは売れているが、他の商品の販売状況は良くない。
百貨店（外商担当）	お客様の様子	・11月に続き12月も予想以上に苦戦している。特に時計、宝飾品、美術品といった高額商品が前年と比較して非常に厳しい。
百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・消費税の引上げ以降、キャッシュレス還元はあるが、全体的に来客数の増加に対して売上が減少する傾向が続いている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は横ばいだが、購入数量の落ち込みが続いている。
スーパー（総務担当）	販売量の動き	・催事の多い12月にもかかわらず、買上点数が伸びていない。
スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響で客の財布のひもが固く、衝動買いは皆無である。また、この冬場は気温が高く、白菜など鍋材料の動きが悪い。
コンビニ（副地域ブロック長）	お客様の様子	・客単価が増加する夕方から深夜にかけての来客数が減少を続けている。来店動機になっていたたばこの伸長が鈍化し、消費税の引上げの影響で自宅で食事を済ませる客が増えている。付加価値の高いデザートやベーカリーは数値を伸ばしている。
衣料品専門店（経営者）	競争相手の様子	・いろいろな催事が行われているが、売上が落ちている。
乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・12月の販売量は消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で前年比72%と大変厳しくなっている。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・12月の販売実績も前年割れで回復していない。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・客の呼び込みをしても反応が薄い。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	販売量の動き	・来島する客は多いが、販売につながらない。
その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・ボーナスが支給され、少しは消費が増加すると期待していたが、客は相変わらず慎重に買物を行っている。
その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	単価の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動が12月上旬まであり、特に、9月に上昇した高単価商材の動きが鈍い。

	高級レストラン (事業戦略担 当)	販売量の動き	・昨年と比較し、売上が大幅に落ち込んでいる。
	観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・3か月前は観光シーズンで売上が上昇していたが、今月は低迷している。
	観光型ホテル (支配人)	来客数の動き	・忘年会シーズンの12月に入り、前半は多くの来客数があったが、22日以降、来客数が減少している。
	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・今後は年末年始を除きオフ期に入るため、期待できず、韓国の定期便の運休も懸念材料となる。
	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・消費税の影響かどうかは分からないが、レストラン利用客がなかなか回復しない。
	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・耐久消費財の消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動の影響は一通り過ぎた感はあるが、今月は月々の支払項目に関する節約が始まっている。
	テーマパーク (営業担当)	来客数の動き	・暖冬ではあるが、天候不順の日が多く客足が伸びない。また韓国を中心に外国人入園者が減少している。
	競艇場(企画営 業担当)	販売量の動き	・西日対策で馬券の発売時間を繰り上げているため、売上が若干減少している。
×	商店街(代表 者)	来客数の動き	・都心部と比べて地方の景気の回復は遅いというかほぼ見込めない。
×	一般小売店 [茶](経営 者)	販売量の動き	・今月のお歳暮商戦は極めて悪く、売上は前年から20%減少している。
×	一般小売店[眼 鏡](経営者)	来客数の動き	・消費税の引上げ以降、来客数の減少が続いており、ボーナスが支給された年末もぱっとしない。
×	百貨店(人事担 当)	販売量の動き	・一部舶来時計の動きは好調だが、化粧品や特選など消費税の引上げ前に好調な動きを見せていた部門の販売が低迷しており、衣料品全体も依然として厳しい状況である。
×	スーパー(財務 担当)	販売量の動き	・消費税の引上げ後、競合他社の販促強化による消費者の買い回りと、節約による買上点数の減少より、既存店売上が前年を下回っている。
×	コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・今年は前年と比べ天候に恵まれているにもかかわらず、来客数の落ち込みが大きくなっている。クリスマスが平日だったため、来客数の増加を期待したが、期待どおりにはいかなかった。また、工事従事者の来店も大幅に減少しており、厳しい状況である。
×	家電量販店(店 長)	販売量の動き	・売上の前年比が80%台中間で推移しており、依然として消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動から抜け出せていない。加えて暖冬の影響や、キャッシュレス決済の20%還元セールの効果で数字が伸びていた前年の反動の影響が大きい。
×	家電量販店(企 画担当)	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動もあり、売上が減少している。
×	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・販売実績が目標を下回り、来客数も非常に少ない。
×	住関連専門店 (営業担当)	来客数の動き	・10月以降、来客数が激減しており、売上も前年の5分の1程度である。
×	その他専門店 [時計](経営 者)	単価の動き	・来客数は変わらないが、購入単価が下がっており、高額品が売れない。将来不安なのか、消費税の引上げの影響かは分からないが、厳しい状況である。
×	美容室(経営 者)	競争相手の様子	・消費税の引上げ後、来客数が減少し、客が支出を抑えているためか、売上も減少している。
×	美容室(経営 者)	お客様の様子	・年金生活に入った客も増えており、客の節約志向が強まっている。
企業 動向 関連 (中国)	輸送用機械器具 製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・多少落ち着いてきているが、いろいろな所から受注している。
	繊維工業(監査 担当)	受注量や販売量 の動き	・実需期直前だが、製造段階の売上は前期比微減、卸段階の売上は前期比2~5%増となっており、特に大都市圏の増加率が大きくなっている。
	通信業(営業企 画担当)	取引先の様子	・製造業を中心に品質改善、故障予兆等の業務改善を目的としたIoT関連のソリューションの引き合いが増加している。
	不動産業(総務 担当)	それ以外	・前月に比べ、来客数や成約件数が増えている。
	広告代理店(営 業担当)	受注量や販売量 の動き	・年末年始販促及びイベント等での受注量が上向いてきている。

	食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・年末に入っても、商品を引き取るトラックの台数が増加していない。	
	非鉄金属製造業 (業務担当)	受注量や販売量の動き	・電子材料素材や金属加工素材の受注量が減少したままとなっている。	
	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は、内示より減少が続いている。	
	建設業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・好況な状態で推移しているが、予定物件の発注が遅れ気味で技術職が手待ち無沙汰の状態が多少出てきている。今後、工期等が厳しくなることも予想される。	
	通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・通信機器やネットワークサービスの売上などで年末における駆け込み需要も特段なく、状況が変わらない。	
	金融業(貸付担当)	取引先の様子	・年末で全体的に企業の取引量は上向いているが、増加傾向にあるとはいえない。	
	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低調のため、生産も下方修正気味となっている。このため系列の地元部品メーカーの受注は減少基調となり、残業が少なくなっている。	
	会計事務所(経営者)	受注量や販売量の動き	・事務処理系アウトソーシングはコンスタントに受注、コンサルティング系受注は補助金関連業務はある程度の受注量が確保できている。	
	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・天候も関係し、季節商材の受注量が大幅に減少している。また、ギフト商品の受注量も、予算を削減する客が多く、前年より10～15%程度減少している。	
	木材木製品製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動や災害による工期遅れもあり、特に、ここ数か月間、新設住宅着工戸数の前年同月比が減少傾向にあり、やや悪くなってきている。	
	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	・大口注文の納期対応で時間外労働を実施している部門もあるが、鉄鋼向け生産に陰りがみられ、輸出向け新規注文もなく生産量は減少傾向である。	
	鉄鋼業(総務担当)	取引先の様子	・自動車、建築、建機、産機、プラントなど鋼材を使用する各分野の計画が下方修正されており、取引先の活動水準が低下している。	
	電気機械器具製造業(総務担当)	取引先の様子	・米中貿易摩擦を要因とした主要取引先からの受注減少や設備投資の延期が当社の売上に与える影響は大きい。	
	輸送用機械器具製造業(財務担当)	取引先の様子	・足元で相次いで業界内の再編や工場売却の話が出ており、国内市場の縮小が進む。	
	輸送業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・主に製造業の客の生産計画が減少し、合わせて受注量も減少傾向にある。	
	輸送業(総務・人事担当)	受注量や販売量の動き	・客の生産数量減少に伴い、受注が減っている。中国関連の景気悪化の影響が大きい。	
	輸送業(支店長)	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げの影響か、あるいは、量販店が送料を取るようになったからか、理由は分からないが、市場の動き、特に歳暮の動きが鈍くなり、受注量が減少している。	
	×	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が特にPPSメーカー全体に浸透しており、前年同期比15%相当減少している。
	×	金属製品製造業(総務担当)	取引先の様子	・客が工場規模を縮小し、生産能力を落とすとの情報がある。
雇用 関連 (中国)		-	-	
		-	-	
		人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・求人数が前年比でやや減少傾向にある。求人担当者から募集を出しても集まらないので、採用計画を練り直したり、見送るといった話が幾つかある。
		求人情報誌製作会社(経営者)	求人数の動き	・全体の求人数は横ばいであるが、製造業や飲食業の求人数は減少している。
	求人情報誌製作会社(営業担当)	求人数の動き	・企業の求人意欲は引き続き堅調だが、新卒採用では来春の採用、入社者の獲得に苦戦して採用を諦める企業が前年よりも増えている。結果的に大きな変化はみられない。	

	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・新卒の採用活動がほぼ終結した感がある。前年までは夏頃までに終結する企業が多かったが、今年は12月若しくは来年3月まで継続する企業が増えている。その主な理由は内定者の不足や良い人材がいれば追加採用したいなどであり、期間を限定しない通年採用が広がりつつある。
	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人は、ホームセンター等の小売業から年末までの繁忙期に向けた臨時や、学生服製造業から来春までの生産補助業務などの大口求人があったものの、求人全体では前年同月比で横ばいとなっている。
	職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・有効求人倍率は高い水準で推移しているものの、求人数、求職者数共に前年に比べ減少傾向にある。
	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数は増減を繰り返しているなか、直近では前年同期比で17.0%の大幅減となり、主要産業の大半で新規求人数が減少したところではあるが、有効求人倍率は18か月連続して2倍台で推移している。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	周辺企業の様子	・企業の人からは景気は少し悪くなる見通しと聞いている。
	人材派遣会社（経営企画担当）	求人数の動き	・製造業を中心に求人受注数が減少している。
	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・市況感としては地元完成車メーカー系は一様に採用抑制の動きが強く、求人が減少している。人材サービス業界としては同一労働同一賃金の対応に営業は時間を割かれ、営業活動が滞り、求人が減少している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・有効求人倍率は全国2番目の高さで、大学生の内定率も1995年の調査開始以降最高を記録しているものの、求人倍率は2か月連続で低下しており、企業の採用控えの影響がうかがわれる。
	職業安定所（職業指導担当）	求人数の動き	・有効求人倍率は引き続き高く推移しており、人手不足が顕著である。
	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・これまでハローワーク経由で全く応募がなかったが、ここ最近応募者が現れてきている。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	求人数の動き	・人手不足が深刻になっている。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・求人数が例年の同時期と比較しても減少している。
	×	-	-