

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)	◎	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・単価が少し上がり、今までは売れなかった高額商品が売れるようになってきている。
	◎	スーパー（店長）	販売量の動き	・物価上昇が続く状況で、ディスカウントという業態が有利に働いていることもあり、3か月前と比べ、来客数や販売量が大幅に増加している。
	◎	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果により、ほぼ毎日満室の日々が続いており、景気は上向いている。
	◎	観光型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・全国旅行支援の影響で宿泊の予約が順調に入っており、利用人数、売上共に3か月前を大幅に上回っている。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・県民割の発表後から来客数が伸びてきて、全国旅行支援で更に勢いが増している。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・例年11月は観光のトップシーズンであることに加え、全国旅行支援による追い風もあり、宿泊客数、客単価共に堅調に推移している。
	◎	テーマパーク（業務担当）	お客様の様子	・来客数は伸び悩んでいるが、周辺の様子から判断すると、景気は活発になっている。
	○	商店街（理事）	来客数の動き	・11月初めに市や商店街のイベントが開催され、かなりの人出があった。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・政府の全国旅行支援の効果や新型コロナウイルス感染症に関する規制が緩くなったことなどから、観光客や地元の消費者の動きが活発になってきているが、業種によってはまだまだ戻っていない。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	来客数の動き	・周辺に人の動きが出てきたが、商品の動きはまだ余りない。国内外から社会的貢献の依頼が来るようになり、テレビの取材なども増えている。自分自身の仕事は忙しくなっており、会社の売上に結び付けてくれることを望む。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	お客様の様子	・最近、通りがにぎやかになり、来客数が増加している。
	○	一般小売店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症対策での移動規制がなくなり、前年より販売量が増加している。加えて値上げにより売上も前年を上回っている。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・年末年始に向かい、人の流れが良くなっている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・全国旅行支援や近隣施設の観光PR等の後押しにより、来客数は前年を上回っている。年末年始の催事や行事等での需要も復調傾向である。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・前月までは来客数が僅かに前年を下回っていたが、今月に入って前年を上回っている。また、商品の値上げによる単価の上昇で、売上が大幅に増加している。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比101%で進行している。特に週末の来客数の増加が大きい。今までコロナ禍でできていなかった抽選会などの店舗イベントの開催が来客数増加の大きな要因となっている。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・販売数量は伸びていないが、全体的に10%程度の商品の値上げを行っているため、売上は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	○	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・週末を中心に人流を感じる。
	○	家電量販店（販売担当）	単価の動き	・来客数は減少しているが、単価が上がっている。
	○	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・11月の販売量は前年比108%と徐々に良くなっている。
○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れている。	
○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	お客様の様子	・全国旅行支援のクーポンで客がいつもより多く買物をしており、景気はやや上向きになっている。	

○	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・全国旅行支援の効果や、インバウンド団体の受入れ拡大もあって宿泊の団体需要が増加している。秋の観光シーズンでもあり、週末には駅周辺の土産物店、飲食店がにぎわっている。今まで中止や延期になっていた宴会案件が復活し、大型の周年記念などのパーティーの受注が増加している。
○	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・全国旅行支援の効果で3か月前よりも来客数が増加している。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しつつあるが、今までのような行動規制をする様子は今のところなく、街中には活気がある。また、観光の予約も順調に増えつつある。
○	タクシー運転手	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、売上への影響は少ない。
○	通信会社(企画担当)	お客様の様子	・コロナ禍の社会体制は継続しているが、ネット需要は伸びている。外向けの社会活動が戻っていくところで、併せてネットサービス商品への引き合いも増えてきている。
○	住宅販売会社 (営業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるものの、人出は多くなっている印象を受ける。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・商店街に来る人の流れが鈍っており、各店舗の来客数も減っている。一部の店舗ではSNSを使った集客で効果が出ている。
□	商店街(代表者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているため、来客数の減少が続いている。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が完全に終息していないため、消費が増加していない。
□	百貨店(経理担当)	販売量の動き	・絵画、じゅうたんなどの高単価品や観光土産品が好調で、お歳暮ギフト、おせち、ケーキの予約数も前年を上回っているが、コートなどの動きが悪く衣料品は苦戦している。来客数は前年を下回っている。
□	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・週末を中心に来客数は戻ってきているが、気温が比較的高めに推移したせいか重衣料や厚手ニットの動きが悪く、客単価が上がらない。旅行へ行くなど目的がある客は購入している。
□	スーパー(店長)	販売量の動き	・値上げ基調なので、本来であればディスカウント事業は追い風になるが、客の節約志向が強く、週末や割引セールでのまとめ買いに客が集中している。新型コロナウイルス感染症の影響は少なく、以前と比べ客が外食へ流れている。以前にも増して客は必要な商品しか購入せず、競合他社のエリア内増加もあって、客の店の使い分けが発生している。
□	スーパー(総務担当)	販売量の動き	・来客数、単価、数量のいずれも変化はない。
□	スーパー(業務開発担当)	販売量の動き	・販売量は前年より増加しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の状況とは解離がある。
□	コンビニ(エリア担当)	お客様の様子	・景気は相変わらず良くない。来年1月以降もいろいろな商品を値上げするため、悪い状況が続く。
□	衣料品専門店(代表)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症で外出を控える習慣が定着したため、新しい洋服を求める客が減少している。
□	家電量販店(店長)	販売量の動き	・大型家電の動きが前年とほぼ変わらない。
□	家電量販店(企画担当)	来客数の動き	・来客数が前年の9割程度にとどまっているため、売上も減少している。
□	乗用車販売店(営業担当)	お客様の様子	・イベントの多い季節だからか、来客数が少ない。
□	乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・販売台数が減少しているが、景気はさほど悪化していない。
□	その他専門店[布地](経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加している。地方は高齢者が多いため、感染を警戒して外出や外食をする人が増加しない。
□	その他専門店[時計](経営者)	来客数の動き	・前月より来客数が増加しているが、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザへの感染を懸念し、高齢者の来客数が少ない。
□	高級レストラン(事業戦略担当)	来客数の動き	・年内は全国旅行支援の影響もあり、好調に推移するが、年明け以降の予約の動きが悪い。

□	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・来客数は安定して回復していたが、11月は新型コロナウイルスの新規感染者数が増加した影響で、来店を自粛する客が出ている。予約のキャンセルが増加傾向にあるが、予約自体も増加しているため、これまでと同程度に収まっている。
□	旅行代理店(経営者)	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、年配の旅行客数が伸び悩んでいる。
□	旅行代理店(支店長)	販売量の動き	・全国旅行支援が10月中旬より開始されたが、既存の予約を生かすということもあり、期待されたほどの効果がない。全国旅行支援に対応する業務に時間が取られ、経費も上昇しているため、大きな収益は残せていない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、今月に入って特に夜の乗車率が良くない。
□	通信会社(工事担当)	お客様の様子	・客の動向から判断すると、景気に変化はない。
□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・物価が高騰しているものの、新型コロナウイルス感染症の影響が限定的かつ経済活動に滞りが出していないことから、消費減退には至っていない。
□	放送通信サービス(総務経理担当)	お客様の様子	・客の利用料金回収については、延滞総額、単月での回収金額いずれもほぼ横ばいである。
□	観光名所(管理担当)	来客数の動き	・夏頃から来客の動きが非常に良い状況が続いている。
□	ゴルフ場(営業担当)	お客様の様子	・以前より来客数が回復傾向にあり、その状況は変わらない。
□	美容室(経営者)	来客数の動き	・人出は増えているが、来客数は増加しておらず、来店間隔も長いままである。
□	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の急速な拡大から、移動制限は出ていないものの、引き合いは減少している。また、建築費を含む物価の上昇も、客の不安材料として影響が出ている。
□	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・様々なものが値上がりするなか、客の財布のひもが固く、買い控えの傾向が続いている。
□	住宅販売会社(営業所長)	来客数の動き	・客の動きが鈍化傾向である。混とんとした時勢のなかで、将来の不安を口にする客が増加している。
▲	百貨店(売場担当)	お客様の様子	・秋の行楽や県をまたぐ国内旅行が活発であったが、気温が比較的高めに推移したこともあり、衣料品を中心に非常に厳しい11月となっている。
▲	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・数10万円のラグジュアリーウォッチが売れたが、厳しい状況が続いている。
▲	百貨店(外商担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に加え、あらゆる商品の値上がりにより、客の節約志向が強まっている。
▲	スーパー(店長)	販売量の動き	・特売商品の販売量は増加傾向にあるが、値上げに伴い、一般食料品や加工食品などの販売量が減少している。
▲	スーパー(販売担当)	単価の動き	・10月は値上げが一斉に行われ、売上が増加となったが、11月はその反動からか、買上点数が減少し、販売額が鈍化している。
▲	スーパー(販売担当)	販売量の動き	・値上げによる物価高の影響が大きく、生活必需品以外は動きが鈍い。また長期のコロナ禍だったため、生産能力の低下により欠品も多い。
▲	スーパー(財務担当)	販売量の動き	・仕入価格の高騰による1品単価の上昇により、既存店売上は前年を上回る状況が続いているものの、節約により買上点数と来客数の前年割れが続いている。
▲	コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・電気料金の高騰が家計にかなり影響を与えている。販売点数の動向をみても、プラス1品に客の手が伸びにくい状況になっている。
▲	衣料品専門店(経営者)	単価の動き	・物価の上昇率が給与の上昇率より大きい。
▲	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・買い回り品など様々な商品が値上がりしているため、客の財布のひもが固くなっている。
▲	家電量販店(店長)	お客様の様子	・店の周りは建設ラッシュで、建設会社が全ての仕事を受注しているため、客からの依頼がない。
▲	乗用車販売店(営業担当)	来客数の動き	・客の動きが鈍っている。在庫のバリエーションが偏ってきていることもあり、来客数、問合せ件数共に減少傾向であり、成約率も下がっている。

	▲	自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・ 値上げで売上は増加しているが、来客数は減少している。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・ 冬季商材の価格上昇のため、客の買い渋りが発生している。
	▲	その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	来客数の動き	・ 来客数はずっと前年を上回ってきたが、ここに来て前年並みまで減少している。
	▲	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	・ 無料イベントへの参加目的で来客数は増加しているが、売上がついていかない状況が続いている。前年トレンドであったアウトドア用品などの動きが今年は低調で、施設の売上を引き上げる効果のある商材が前年と比べて少ない。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ 新型コロナウイルス感染症の第8波が発生しつつあるため、増加していた来客数が減少に転じている。
	▲	テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・ 政府が物価高騰への対策を全く行わず、増税の議論をしているため、景気が悪い。
	▲	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・ 3か月前と比べて売上が若干減少している。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・ 建材や製品の値上げで全体的に工事費が20%から30%くらい高くなっている。設計を始めたときの予算では金額が納まらず、予算オーバーで調整に苦慮していて契約できないケースもある。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・ 収入が伸びず、住宅の価格上昇を受けて客の動きが鈍い。低価格帯の中古並びにリフォーム案件の動きは堅調だが、物件数が限られているため、十分な押し上げ効果がみられない。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・ 新型コロナウイルス感染症の影響で、来客数が少なく、商品の購入につながらない。
	×	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ 客がセーター、ぴっちりスーツ、オケージョン用の服などを求めているが、販売側がオケージョン用の服を十分に供給できず、販売につながらないため売上が伸びない。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ 10月の終わりから、店の前の道路が片側通行になったため、来客数や売上が減少している。
	×	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・ 来客数が非常に少なくなってきた。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ 3か月前と比べると景気は悪くなっている。休日のディナータイムも状況が悪く、夜9時以降は客がほとんどいない。
	×	バー（経営者）	来客数の動き	・ 新型コロナウイルス感染症の影響で景気が悪い。
	×	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・ 値上げ傾向にあり、客に買い控えの様子がある。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、人々が外出を控えるようになっているため、来店間隔が長くなり、来客数も減少している。
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	・ 取引している自動車メーカーの景気が上向き、繁忙状態が続いている。
	◎	輸送業	受注量や販売量	・ 受注が増えている。
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ 全体の注文数量は横ばいであるが、季節商材の注文数量が増加傾向にある。
	○	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・ 値上げ状態は継続しているが、景気全体は少しずつ良くなっている。
	○	輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・ 景気は良くなっており、値上げ基調が浸透していけば、景気は更に上向く。
	○	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国内生産は、依然として生産能力の8割程度にとどまっているが、単価はアップしており、回復が続いている。このため、系列の地元部品メーカーの受注も増加傾向で、工場の稼働はおおむね定時操業に近づいている。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ 外食系は動くのが週末だけで、平日の動きはむしろ弱くなっているため、全体の動きは余り変わらない。
	□	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・ 経済活動は活発になっているが、原材料と光熱費の高騰が足かせとなっている。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・ 前月と比べて若干荷動きが弱いですが、大きな変化はない。

	□	金属製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注は生産能力以上にあるものの、処理能力に制限のある一部の工程では納期対応のため外注している。4月以降、外注費の増加で増産効果が従来ほど上がっていない状況が続いている。
	□	建設業 (総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・今後の物件数、物価上昇分の価格転嫁はある程度できているが、手持ち物件の利益率の低下、今後の物価上昇によっては企業努力では吸収できないリスクがある。
	□	輸送業 (業務推進担当)	取引先の様子	・現状、大きなプラス要素はなく、荷動きにも目立った様子はないので、景気に変化はない。
	□	通信業 (営業企画担当)	受注量や販売量の動き	・データセンターやクラウドなどのICT関連の引き合い量に変化はない。来年度の利用に向けた準備期間に入っており、見積りや引き合いの商談を行っているが、大きな動きはない状況である。
	□	金融業 (貸付担当)	取引先の様子	・原料、燃料等の高騰、円安によるコストの上昇から、企業や消費者が値上げを受け入れざるを得ない状況となっているため、消費行動に停滞はなく、企業の業績にも大きな変化はない。
	□	広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いた状況で、客からの受注量が増加していない。
	□	会計事務所 (経営者)	受注量や販売量の動き	・マーケティング関連のアンケート分析業務等、消費関連の動きが出てきつつあるが、保険等の金融商品は動いていない。
	▲	木材木製品製造業 (経理担当)	受注量や販売量の動き	・一般的に販売価格の上昇は一段落したものの、資材の調達や運送費の高騰などによるコストの上昇は製造原価に反映されているため、粗利率が下がってきている。売上も前年同期と比べ伸び悩んでいる。
	▲	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	・鉄鋼向け大口案件の生産が完了したこともあるが、他の品の生産も減少傾向にある。
	▲	鉄鋼業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注動向が悪くなっている。
	▲	非鉄金属製造業 (業務担当)	受注価格や販売価格の動き	・金属価格が一時より下落傾向にある一方で、エネルギー価格が高騰していることから、収益が伸び悩んでいる。
	▲	電気機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・原材料の長納期化に伴い、当社装置の納入時期も長期化しているため、それを見越して受注、材料手配を行っているが、納入まで1年以上掛かるものもある。原材料が長納期化していることで、その間に業況等、様々な要因により取引先の計画が変更となり、受注量の変更やキャンセルといった事案が発生して、粗利が減少している。
	▲	不動産業 (総務担当)	それ以外	・前月と比べ、来客数は約5%の減少、申込件数は約4%の減少となっている。
	×	—	—	—
雇用 関連	◎	—	—	—
(中国)	○	求人情報誌製作会社 (HR担当)	求人数の動き	・求人ニーズが継続している。
	○	職業安定所 (所長)	求人数の動き	・新規求人数は、人材確保が一段と困難になっている医療・福祉が前年同月比で2割増加となるなど、慢性的な人手不足を背景に、全体でも1割増加となっている。
	○	職業安定所 (事業所担当)	求人数の動き	・新規求人数の受理状況を見ると、前年比で12.7%の増加、前々年比では0.3%の増加と、過去2年間との比較では回復傾向にある。産業別にみると、前年比では多くの産業で前年比増となっており、特に目立ったのは金融・保険業の76.3%の増加、生活関連サービス・娯楽業の27.9%の増加、教育・学習支援業の66.0%の増加などである。
	○	民間職業紹介機関 (職員)	求人数の動き	・特定の資格保有者の求人に対して応募者がいないという話は良く聞かすが、特に資格を必要とせず、経験を重視する求人にも応募がないという企業が出ている。求職者がより条件の良い企業への転職を考えており、求人数過多という現在の状況では、そうした選択ができるようになっている。

○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・人材紹介の問合せ数が前月比134%となっている。
□	人材派遣会社（経営戦略担当）	求職者数の動き	・長期のコロナ禍で、企業の経営状況は2極化している。好調な企業では求人ニーズが継続している。
□	人材派遣会社（副支店長）	求職者数の動き	・3か月前と比べて、求職者数に変化はない。
□	求人情報誌製作会社（広告担当）	周辺企業の様子	・今まで派遣社員で雇用不足を補っていた企業で、若年層を中心とした中途採用が活発化している。
□	職業安定所（雇用関連担当）	採用者数の動き	・新規求人数は11.3%の増加、新規求職申込件数は11.7%の増加となっているが、求職者と求人の結合を図るための紹介件数は12.4%の減少となっており、求職者が応募に慎重になっている傾向が見受けられる。
□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・前年同期と比べ、求人数に大きな変化はない。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・経済活動は平常化、活発化に向かっているが、原価や光熱費の上昇を価格に転嫁することが容易でないため、業種を問わず企業の利益が圧迫されている。
×	—	—	—