

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）	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しているが、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	◎	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・先行予約が順調で景気が上向いている。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・全国旅行支援の利用者数の増加とともに、10月から12月の来客数は増加が続いている。その前の3か月と比べて、来客数が約20%増加、単価が10%上昇している。
	○	商店街（理事）	お客様の様子	・年末という季節要因が影響していることもあるが、客の様子から判断すると、景気は良くなっている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・いろいろな行事が再開し、消費者心理が上向いている。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で人出が少なくなっていたが、最近はイベントも開催され、人の流れも良くなっている。
	○	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による規制がなくなり、加えて値上げの影響もあって、平均単価と客単価が前年を上回っている。
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・販売数量の増加や客単価の上昇が売上を押し上げている。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・食料品を中心に値上げ基調にあるなか、ディスカウント事業としては、販売量の増加から景気が上向きであると判断している。値上げが進めば進むほどディスカウント事業は上向きとなるが、電気料金等の生活費の部分での負担増大もあり、客の節約志向を強く感じる。
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・クリスマス商戦が週末だったこともあり、売上が前年比107%と好調に推移しており、12月累計でも売上は前年比104%である。来客数は前年比100%だが、客単価は104%と買物籠の中身が膨らんでいる。
	○	スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・食品単価が値上がりしているが、来客数や販売点数が前年並みとなっている。商品単価の上昇分だけ売上が伸びている状態である。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加はあるものの、物価高のため客単価が前年より上昇している。結果的に来客数が横ばいでも、売上は前年より増加している。ただし、店舗の経営面では、光熱費と人件費の増大が、売上上昇分でもカバーできないほど経営を圧迫している。
	○	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・寒い日が続き、季節商材が売上の増加に貢献している。
	○	乗用車販売店（業務担当）	来客数の動き	・人が動き出している。
	○	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で販売量が悪化した前年と比べると、12月の販売量は70%増加している。
	○	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・冬季商材の需要が大きい。
	○	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かなり薄れてきている。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援のクーポンを持った客が多く、通常の客単価の2倍となる3000円前後の買物をしており、景気が上向きになっている。ただし、一般の客の財布のひもは固く閉じられている。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響が大きい。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・年末のボーナス支給で人の流れが良くなっている。
○	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・年末年始の売上が伸びている。	

○	タクシー運転手	来客数の動き	・夜は今一つであるが、12月の繁忙期となり、人出が増加している。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・忘年会があり、人出も多く、夜間はタクシーが不足している。
○	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・最近リフォームの案件が増えている。現在空き家となっている納屋や離れをきれいにしたいといった要望がたて続けにきている。
○	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が増加傾向にあるが、自粛ムードはなくなりつつある。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年のような人出がなく、来客数と売上は減少している。歳末売出しも人出が少ない。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・宿泊業や飲食業などの一部業種は、少しずつ回復傾向にあるが、小売業の回復は程遠い。
□	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相変わらず増加しているため、景気は変わらない。
□	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・例年と比べ、受注が少ない。
□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・来客数は前年を下回っているが、婦人服、紳士服、美術品の売上は前年をやや上回りそうである。観光部門の売上は前年と比べ、20～30%増加しているが、見込みより10%程度下回っている。全体では売上は前年の90%の見込みである。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数や購買客数が前年を下回る状況が続いており、前年比の数値は3か月前から悪化している。
□	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・100万円を超えるラグジュアリーの洋服や美術品が売れているが、値上がりの影響が懸念される。
□	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の第8波の影響により、来客数は減少傾向にあるが、以前と比べると、売上、来客数共に減少幅は小さくなっている。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は3か月前から変化がないが、12月に入り、クリスマスや年末に向けて客単価が増加している。
□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・買上点数は減少しているが、価格の影響なのか、客単価はさほど落ちていない。
□	スーパー（財務担当）	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傾向にあるものの、行動制限等がないので内食需要は低下している。1人当たり買上点数はほぼ前年どおりであるが、1品単価の上昇により、売上は既存店で前年を上回っている。
□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症による規制が緩和され、来客数は徐々に増加しているが、物価上昇による客の節約意識は根強い。特に趣味趣向の商品は動きが鈍い。
□	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・いろいろな物が値上がりして、客の買い控えが続いている。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が終息ムードでも、値上げが影響しているのか、来客数が増加するはずの12月にも大きな動きはなく、イベントが終了している。
□	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・来客数は減少しているが、物価上昇による客単価の上昇により売上を維持できている状況である。電気料金等、店舗運営コストの増加により収益は厳しくなっている。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・着物姿の客が増加するなど、景気は徐々に回復している。
□	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・ステイホームを強いられていた頃と比べると、人の動きは出てきたが、光熱費を始めとする物価の上昇で客の買い控えの傾向がみられる。
□	家電量販店（店長）	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が、客の行動には余裕がある。しかし、物価が上昇しているため消費は落ち込んでいる。
□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は前年並みか前年を少し下回るくらいだが、単価は少し上がっており、売上は横ばいの状況が続いている。
□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・価格高騰や生産遅延の影響で販売量が伸び悩んでいる。

□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・相次ぐ値上げで客の消費マインドは冷え切っている。特にこの業界では年3回の値上げで、商品によっては前年と比べて価格が1.5倍の商品も多数あり、客の買い控えも増加している。
□	その他専門店 [時計]（経営者）	来客数の動き	・歳末での消費を期待していたが低調に終わった。当店の取扱商品は販売チャンネルが増え、Webサイトとの競争が発生している。
□	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・前月は来客数が回復傾向にあり、予約が多く入っていたが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、予約のキャンセルが増加している。
□	観光型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・全国旅行支援のお陰で宿泊予約が順調で、部屋の稼働率も3か月前と比べて良くなっている。
□	都市型ホテル（企画担当）	お客様の様子	・ロシアのウクライナ侵攻が、物価上昇、光熱費高騰、品薄など、一般家庭に様々な影響をもたらしている。特に電気料金の値上げは家計に大きく響いているようで、高価な商品の購買は控え気味である。
□	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・全国旅行支援の再開については、今のところ詳細は不明であり、客が混乱している状況である。正確な情報の発信をしっかりと行ってもらい、需要喚起につなげてほしい。
□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・客の料金延滞の動向に大きな変化はみられない。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・耐久消費財等、一時的な消費で済む商品の動向は悪くない。一方で、例えば新聞やケーブルテレビといった月々の消費については、客が節約傾向にあるため、好況感に乏しい。
□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・当月はボーナス月であったが、そのお陰で商品の引き合いが通常月より強まったという感触はない。しかし、関心が低いわけではなく、客は慎重なまま検討を続けている状況である。
□	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。
□	ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・冬季は天候に左右されるため実績で判断はできないが、予約状況は順調に推移している。
□	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・売上はおおむね横ばいである。
□	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、客が感染を警戒しているため、来客数が増加していない。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・物価が上昇しているなか、特に高額な建築費に不安材料が多く、客は住宅の新築をちゅうちょしている。
▲	商店街（代表者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、来客数が非常に少ない。客が商品の購入に慎重で、年末も非常に厳しい状況である。
▲	一般小売店 [茶]（経営者）	来客数の動き	・12月に入っても年末らしい忙しさを感じられない。とにかく今までにない静けさである。
▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・12月に入り、通常であれば週末を中心に来客数が増え、重衣料を中心に販売量が増加していくが、今年は来客数、販売量共に前年を大幅に下回っている。客は最低限の商品しか購入しない。
▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・プレクリアランスセールに入っているが、まとめ買いはない。例年であれば、客がセール商品だけでなく、定価品も購入するが、今回はそういった様子がないため苦戦している。
▲	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・衣料品を中心に客の購買意欲が高まらない状況が続いている。気温は月半ばから一気に下がってきたが、客はセールを待っている様子である。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・販売数量が減少しているが、単価は上昇している。
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・食料品の値上げで買上点数が減少しており、今後の客の動向が気になる。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価上昇率に給与の上昇率が追いついていない。
▲	家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・年末商戦の売上が前年の90%程度である。

	▲	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・新車販売の流れが変わってきており、3か月前と比較すると来客数が減少している。
	▲	乗用車販売店 (営業担当)	単価の動き	・客がメンテナンスで部品の交換を渋る状況がある。
	▲	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急増し、人との接触を避けるためか、街ににぎわいが無い。地方は高齢者が多いため、大変厳しい状況である。
	▲	その他小売 [ショッピングセンター] (支配人)	来客数の動き	・電気料金や物価の上昇が景気に悪影響を与えている。
	▲	その他小売 [ショッピングセンター] (管理担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の規制が緩和された際は、買上点数は伸びなかったものの、来客数は増加していた。しかし、規制緩和後、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加がみられるようになり、来客数は再び減少している。客の購買意欲も上がっておらず、複数店舗での購入やついででの買物が少ない。
	▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・宴会シーズンであるが、利用は4人以下の少人数がほとんどで、厳しい状況が続いている。また、平日の家族利用も減少しており、客単価の引上げで補っている。
	▲	観光型ホテル (宿泊担当)	来客数の動き	・全国旅行支援により景気は一時的に良くなっているが、回復はしていない。
	▲	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況の悪化により、3か月前と比べると、法人利用の動きが悪くなっている。個人利用についても3か月前ほどのにぎわいが無い。
	▲	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・全国旅行支援により堅調に動いている一方で、物価の上昇や大雪への懸念、さらには新型コロナウイルス感染症の第8波による感染拡大傾向の影響で、直近は様子見傾向で予約数が伸び悩んでいる。
	▲	テーマパーク (管理担当)	お客様の様子	・政府の政策が不十分であるため、景気は回復していない。
	▲	設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・慢性的な資材等の値上がりで住宅の購入価格が上昇し、予算面で厳しくなる客が増加しているため、動きが鈍い。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・度重なる物価上昇の影響で客の財布のひもが固くなっている。
	▲	住宅販売会社 (営業所長)	来客数の動き	・情報入手量が3～4割程度減少しており、同時に競争が激化している。
	×	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・12月末から店の南側と北側で工事が始まり、来客数が大幅に減少している。
	×	住関連専門店 (営業担当)	来客数の動き	・前月と比べて変わりが無い。
	×	通信会社 (広報担当)	お客様の様子	・相次ぐ値上がりで、客の購買意欲が低下している。
	×	美容室 (経営者)	お客様の様子	・一昔前は忘年会がある12月には客が月初めに髪を切り、年末にもう1度髪を整えて正月を迎えていたが、現在は月に2回髪を切るという習慣がなくなっている。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送業	受注量や販売量の動き	・受注が増えている。
	○	化学工業 (総務担当)	取引先の様子	・仕入れ、販売いずれも値上げが継続中であるが、多くの取引先は値上げを見据えて行動している。一方で、川下の企業は、値上げによる利益悪化の影響を受けているため、全体的な景気回復には相応の時間を要する。
	○	不動産業 (総務担当)	それ以外	・3か月前と比べて来客数は約1%の増加、契約件数は約10%の増加となっている。
	○	広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・正月に向けて客からの受注量が増加している。
	□	繊維工業 (財務担当)	取引先の様子	・原材料の価格高騰が続いている。
	□	鉄鋼業 (総務担当)	取引先の様子	・10～12月の荷動きが低調である。

	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・電子機器部品製造装置は半導体向けパッケージ基板の需要が堅調に推移し、売上が増加している。また、電子部品関係も納期長期化を見越した先行発注の動きが継続しており、前年と比べ増加している。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・建築工事において、発注を見合わせる客もいるが、進める客もいる。
	□	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・この先の物件数は多く、売上は確保できる見通しだが、資機材や人件費の上昇を受注価格に転嫁できない分、利益率の低下が見込まれる。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・各取引先の荷動きに目立った様子はなく、大きなプラス要素もないため、景気は変化していない。
	□	輸送業（総務・人事担当）	受注価格や販売価格の動き	・値上げトレンドの影響で、景気の上向き基調が弱まっている。
	□	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・原材料価格の高騰を販売価格に転嫁することで、企業の収益力は持ち直している。一方で、高騰する原材料価格と仕入価格が合わないことで、原材料確保の面で影響を受けている企業もある。
	□	金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・依然として地元完成車メーカーの国内生産は生産能力の8割程度にとどまっている。このため、系列の地元部品メーカーの受注も伸び悩み、工場の操業もピークの8割程度で推移している。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・コンサルティング業務のうち、ものづくり補助金、事業再構築補助金等の取得を支援する業務は堅調に推移しているが、その他新規業務の伸びは乏しく、効果は相殺されている。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・正月用商品の価格を10～15%値上げした影響で、物流が減少している。また、23、24日の物流寸断により、厳しい状況になっている。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ロシアのウクライナ侵攻の長期化や円安の影響による輸入原材料価格の上昇や原油高が利益を圧迫しており、景気が更に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	・鉄鋼向け大口案件の生産が終了し、鉄鋼向け生産に陰りが出ている。
	▲	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注動向から判断すると、景気が上向いている傾向はない。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子材料分野で受注量が減少しているが、金属素材関係は堅調に推移している。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の部品調達に遅れが出ており、生産が計画どおり進んでいない。そのため、部品在庫が積み上がり、当社からの納入は一時的に停止している。
	▲	通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・燃料価格の高騰で電気料金が高くなり、客の購買意欲をそいでいる。電気に限らず、ICT関連機器の価格高騰や品不足により、全体的に購入スピードが遅くなっている。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
雇用 関連 (中国)	○	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建設業が前年同月比で3割の増加となるなど、慢性的な人手不足を背景に求人全体でも1割の増加となっている。
	○	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人の受理状況をみると、前年比で1.6%の増加、前々年比では8.0%の増加と、過去2年間との比較では回復傾向である。産業別では運輸業で13.7%の増加、宿泊・飲食サービス業で8.7%の増加となっており、物流が改善されていることや人が動いていることがうかがえる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・以前は離職者の登録割合が一定程度あったが、現在はほとんどが在職中であり、離職者が少なくなっている。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求人数の動き	・新年度に向け、各企業の求人が活発化しており、採用数も増加傾向にある。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求職者数の動き	・教育系・福祉系を希望する学生の就職活動が本格化し、3か月前と比較し内定者が大幅に増加している。

□	人材派遣会社 (経営戦略担 当)	求職者数の動き	・求人、求職共に大きな変化はない。人材市場の状況のト レンドは変わっていない。
□	求人情報誌製作 会社 (広告担 当)	採用者数の動き	・早々に就職活動を終えた学生がいる一方、まだ継続中の 学生も残っており、大きく2極化した年である。業種にか かわらず、採用者数が微増している企業が多い。採用は新 卒・中途にかかわらず、これまで採用を控えていた企業も 軒並み採用に転じている。インターンシップへの参加は、 新卒では文系、理系共に当たり前となっている。
□	職業安定所 (雇 用関連担当)	求職者数の動き	・新規求人数は毎月前年を上回っているが、ここ2か月は 応募件数や就職件数が前年を下回っている。人手不足が継 続しているため、景気に余り変化はない。
▲	人材派遣会社 (副支店長)	求人数の動き	・派遣依頼数に対して新規求職者数が不足しており、他社 との取り合いになっている状況である。
▲	新聞社 [求人広 告] (担当者)	周辺企業の様子	・原価高騰による物価上昇で、百貨店売上が9か月ぶりに 減少になる等、消費マインドが冷え込んでいる。
×	—	—	—