

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）	来客数の動き	・来客数が前年を上回り、客単価も上昇したことから、売上も大幅に増加している。
	◎	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・旅行が数年できなかったため、同期会、同窓会などの幹事からいろいろな企画依頼がある。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・コスト増加の影響で商品価格が値上がりしているが買い控えなどはみられない。高額商品も売れるようになった。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	来客数の動き	・秋のイベントシーズンとなって、土日はイベント参加で大忙しである。それなりに売上は出ているが、費用対効果では厳しい状況である。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・販売数量が前年比で増加している。
	○	スーパー（販売担当）	単価の動き	・前年と比べ、来客数が106%、単価が104%となっている。少しずつであるが値上げが落ち着き、客の購買意欲も増しているように思う。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・季節的要因もあり、来客数は前月比では減少しているが、前年比では増加している。リモートワークからリアル出勤になったことで、朝、夕、夜間の来客数が増えている。度重なる値上げはあるが、値上げに伴い、品質を改善し、商品のクオリティを高め、提供することで、販売量が増加している。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	単価の動き	・来客数は増加しないが、値上げにより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。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・涼しくなってきたせいか特に外国人が増えた。
	○	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・9月は少し落ち込んだが、10月に入って予約も好調で一般の客も前年比で増加傾向にある。インバウンドもシーズンに入り前年よりも増加している。今年は予約来店だけでなくフリーでの来客数が増えている印象である。
	○	バー（経営者）	来客数の動き	・10月後半から動き出した。
	○	観光型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンになり、今まで新型コロナウイルス感染症等で利用を控えていた団体客が以前より増えている。
	○	都市型ホテル（総支配人）	単価の動き	・特に宿泊の客室単価は2019年比、また、2022年比で、3か月前と比べ更に3～5%ポイント上昇傾向となっている。
	○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・10～11月とトップシーズンを迎え、通常のビジネス層に大会・学会、更に観光客層が加わり、先行予約も新型コロナウイルス感染症発生以前の状況に回復している。また、米子～ソウル便の再開もあり、個人の訪日客も増加傾向にある。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	販売量の動き	・ここ数か月は単価重視の販売を行っていることから、稼働が抑えめな傾向であったが、今月は、高単価を維持しつつ稼働も上がってきている。
	○	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症対策緩和により、景気はやや良くなっている。
	○	美容室（経営者）	お客様の様子	・マスクを外して、買物や旅行を楽しむ人が増加している。
	○	住宅販売会社（営業担当）	来客数の動き	・分譲物件への問合せが多く、販売も進捗している。
	□	一般小売店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・値上げ効果で売上は前年を上回っている状況である。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・一時的に多忙な時期があったがほぼ通常に戻った。
□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・土日に様々なイベントが開催され、客の動きがあるが、売上につながっていない。	
□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・物産展、セールが好調で来客数、売上共に前年を上回っている。物産展では新型コロナウイルス感染症発生前のにぎわいが戻っていたようであった。催しが好調だった貴金属が売上を大きく伸ばした。	

□	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・来客数や売上の前年比が3か月前と比較して、ほぼ横ばいである。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・初旬は気温が高く、コートや羽織物などが不調だったが、気温が下がったタイミングで動き始めてきている。当館の販売促進日程などにもよるが、来客数が前年と比べ少ない。
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月も気温が下がらず、コートなどの重衣料の動きが悪く、月末に店外で外商顧客向けのイベントを開催した。ニットやカットソーなど単価が低い商品しか売れなかったが、販売数量が増加したため、売上は前年を上回った。
□	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・200万円を超えるブランドのバッグや100万円を超えるブランドの洋服などが売れ、好調だったが、来月はどうなるか分からない。
□	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・前月同様、来客数は増加傾向にあるが売上には連動していない。地方百貨店では都心部のようなインバウンド需要はなく景況好転は見込めない。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・地域のイベントが再開されるようになり、大口の別注など前年までになかった売上がかなりあったが、来客数は98.5%と前年割れとなっている。月間トータルの売上はほぼ前年並みで推移している。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・食品を中心とした値上げが景気に一番影響を与えている。そして、ガソリン価格や電気料金の上昇が人々の生活を圧迫している。収入面については、物価に比例せず横ばいである。しかし、以前よりは悪化せず、同じ状況の継続である。割引デー等の来客数は増加しているが、週単位での客の来店頻度は減少傾向にある。
□	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・食品の値上がりで、販売量が落ちている。販売量が減っても売上は前年並みで推移していたが、それも危うくなった。
□	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・1品単価の上昇により、来客数が前年を下回っても、売上は前年を上回っていたが、来客数も前年とほぼ同じになっている。
□	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・気温も下がり、秋祭り等のイベントが新型コロナウイルス感染症発生前のように開催されたが、商品の大きな動きはない。
□	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・売上全体に占めるたばこの比率が高いが、たばこの単価が低下しているため、売上が減少している。
□	衣料品専門店（代表）	お客様の様子	・物価高や実質的な増税により、客に買い控えの傾向がみられる。
□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数がコロナ禍の前年と比べても8割程度で、売出しをしても以前のような客の反応がない。
□	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・地元プロ野球チームのクライマックスシリーズ進出で、消費が盛り上がると思っていたが、早々に敗退してしまったので、セールを実施したが、来客数や売上が思っていたほど増加しなかった。
□	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・10月の販売量は前年比110%となっており、車両供給が少し良くなっている。
□	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・メーカーへの発注制限があるため余り変化はない。
□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・一部税制の免税措置終了や一部車種の生産終了などでの駆け込み需要はあるが、全体の需要は少ない。
□	その他専門店 [土産物]（経営者）	販売量の動き	・物販部門はやや厳しく料飲部門は上向きとなっており、その結果全体の販売量は横ばいである。
□	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	・土日祝などイベントのある日の来客数は多めだが、それ以外の平日はなかなか来客数が伸びていない。イベント効果による売上は多少あるが、服飾など季節商材の動きは思ったより悪く、客の購買意欲が高くなっているようにはみえない。
□	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・特に大きな話題はなく、安定している状況である。
□	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・3か月前の来客数が、かなり良かったので現在は平均値を保っている。

□	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・行楽シーズンを迎え、需要が高まり、インバウンドも増加している。一方で、バスや宿泊など観光関連の人手不足に起因する供給不足もあり、旅行者の希望に沿わない状況が発生しているため、販売が伸びていない状況となっている。
□	タクシー運転手	販売量の動き	・金曜日や土曜日の売上は良いが、それ以外の売上が減少しているため、景気は変わらない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前から好景気を持続しているがそれ以上の伸びはない。
□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・諸物価上昇のなか、当社サービスの価格改定は検討事項であるものの、現時点では値上げを実施していない。他方コスト面の大きな要素で、回線コストや回線卸価格は、おおむね据え置かれており、従量制部分も少ないため、価格転嫁は現状維持の方向である。よって価格の安定が、消費者にプラス要因と映っていると考えている。
□	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・特に景気に変化がみられない。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高騰ながら日々の消費に顕著な変化は見受けられない。
□	ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・秋は天候に左右されることが少ないため、順調に予約が取れている。韓国などからのインバウンド客も順調である。
□	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・3か月前の売上とほぼ変わらない。
□	美容室（経営者）	お客様の様子	・暑さが多少和らぎ、客が髪を伸ばす傾向にあることや、客が遊びに出る機会が余りないことなどから、来客数も売上も変わっていない。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・建材・人件費等が上昇し、予算ありきから始まる設計はコストダウンの結果、質の低下や面積の減少となっしまい、客には不安で先延ばしとなるケースもある。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍の状況から通常の生活に戻り半年が経過したが、新築住宅の引き合いが低調な状況が続いている。旅行やレジャーなどは回復しているようだが、住まいを考えるとところまでは至っていないように思う。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・来場者数が停滞し、客の購入意欲が低調だった春先と比べると、景気は良くなっているようにみえるが、購入に積極的な客の割合はまだ少ないようである。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、行動制限がなくなったことで、人の往来は増えたが、受注は低調なまま推移している。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月に入ってから急に来客数が減少した。
▲	商店街（代表者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたが、インフルエンザの影響もあり、景気は全く良くなっていない。
▲	商店街（理事）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が終息したわけではないが、客が新型コロナウイルス感染症に慣れ、外出する動きはある。ただし、値上げラッシュもあり、客の動きが消費につながっていない。
▲	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が残っているため、来客数が少ない。ベビー服や子供服の販売は非常に厳しい。
▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・1人当たりの購買点数は減少傾向にある。原材料、輸送費等の高騰から商品単価が上昇していることが影響している。
▲	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・出歩くには良い季節となり秋のイベントも数多く復活してきたなかで、主力の婦人服では外出スタイルを提案するものの、イベントや旅行等への出費が増えてきて百貨店商材の購買は抑制気味のようなのである。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・客単価の上昇で売上は確保しているが、来客数は前年を下回り、若干、前々月や前月と比べ悪くなっている。
▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・客単価は横ばいだが、来客数や買上点数が減少している。

	▲	コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・来客数は増加しているが、客単価が前年割れとなっている。消費者が価格に敏感になっていることをうかがうことができる。今後も物価が上昇していくことから、我々の業態は、価格競争力のある商品をアピールしていかなければならない。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・いろいろな商品が値上がりしているため、大変である。
	▲	家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・来客数が80%台になっている。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・前期は上向き傾向にあったが、期が変わり、来客数が減少し、市場も低迷している。全てがマイナスの方向へ向かっており、商談の成約率も低下している。
	▲	乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて客の動きが鈍くなっている。時期的な問題もあるかとは思いますが、市場が動いていない。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・最近、来客数が減少し、店舗が割と暇なときが多く、売上も少し減少している。
	▲	その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	単価の動き	・気温が高い日が続いて秋冬商材が売れず前年と比べて単価が低下している。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客の外出機会が減少し、来客数も非常に少なくなっている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・朝も夜も利用客が少なく、3か月前よりも景気は悪くなっている。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・利用料延滞の件数が上昇している。家計の可処分所得の低下が懸念される。
	▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・価格高騰の折、客が価格の安いものに流れる。
	▲	住宅販売会社（営業所長）	来客数の動き	・展示場への来場者が4割程度も減少している。毎月新規情報数が減少の一途をたどっており、現場のモチベーションが低下しているため、国策等の起爆剤が欲しい。
	×	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・売上が前年比86%程度と低迷している。
	×	乗用車販売店（リース担当）	販売量の動き	・納期に時間が掛かるため、販売できない車の数が多く、客の購買意欲が無くなっている。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・前年と比べ売上が悪い。
	×	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・この半年間は、状況がほとんど変わらず、悪くなるだけである。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・夜9時以降の売上が前年の60%台まで激減している。前年はこの時間帯の売上がゼロだったのは1日だけだったが、今年は既に6日も発生しており、特に平日が厳しくなっている。値上げをしてから1年が経過したが、客単価に伸びはなく、従来よりも安い商品が売れている。休日もファミリー層のディナー利用が目に見えて減少し、売上が落ち込んでいる。
企業動向関連	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地元自動車メーカーの生産が好調であるため、景気が良くなっている。
(中国)	○	繊維工業（財務担当）	取引先の様子	・人流が活発になり、消費行動が上向いている。
	○	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が徐々にではあるが回復傾向にある。
	○	輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増えている。
	○	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体の安定供給により製造業の需要が高止まりする見込みである。
	○	金融業（外交担当）	取引先の様子	・大手化学メーカーや大手製紙メーカーの工場内設備の更新が活発化しており、関係業者への仕事量が増加している。
	○	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の感染状況が落ち着き、受注量が上向きに推移している。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・販売価格が横ばいである。

	<input type="checkbox"/>	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新設住宅着工戸数の前年割れが続く、業界の景気も3か月前から停滞状況で推移するなど、実質的に景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・モノの流れ、金の流れは安定的であり、取引先との商談内容を見ても景況感としては変化を余り感じない。
	<input type="checkbox"/>	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	・鉄鋼業向け大型案件の製造が一区切りの段階で多忙感があったが、生産量の水準に変化はない。
	<input type="checkbox"/>	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・下期の10月に入っても全体的な荷動きに変化はない。
	<input type="checkbox"/>	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて電子材料関連の素材製品の出荷に大きな変化はなく予算未達となっているものもある。
	<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・インフレによる需要減退がみられる。
	<input type="checkbox"/>	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・引き合いは継続的にあり、予定物件で技術職の稼働も目一杯の状態である。ただし、客の動向として資機材の高騰等での予算超過による計画の見直しや凍結が増えている感がある。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・景気に関する大きなプラス要素や各取引先の目立った動きはなく、状況は大きくは変わらない。
	<input type="checkbox"/>	通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・データセンター利用の引き合い数や見学会参加への動きが、これまでと同様に好調な動きをしている。また、I C T関連の商談の動きも変わらず好調である。
	<input type="checkbox"/>	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・消費の持ち直しに一服感がみられるなかで、一部業種で受注の落ち込みがみられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	競争相手の様子	・同業の中小企業から、10月に売上が減少し、値上げ交渉が必要になったと連絡があった。また、赤字続きで会社をたたむことを考えているようである。
	<input checked="" type="checkbox"/>	金属製品製造業（総務担当）	競争相手の様子	・10月より一部の材料価格が下落した。同業他社の生産が落ち込み、供給量が過剰になったためだと購入業者から説明があった。
	<input checked="" type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・液晶関連は引き続きメーカーによる生産調整が続いており、工作機械や産業用機械関連も鈍化傾向にある。
	<input checked="" type="checkbox"/>	不動産業（総務担当）	それ以外	・前月と比べ、来客数、成約件数共に、約10%の落ち込みとなっている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規受注の伸びが小さく、堅調な補助金関連コンサルティング業務で維持されている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	—
	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	—
	<input checked="" type="checkbox"/>	*	*	*
雇用 関連 (中国)	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（経営企画担当）	求職者数の動き	・被服製造業など作業系の求人において、外国人技能実習生により充足するケースが増えており、日本人の配置先の確保が急務となっている。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（副支店長）	求職者数の動き	・3か月前と比べて応募者数に大きな変動がない。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が低減して以降、求人数は高い水準で推移し、その募集時給も採用難の長期化や最低賃金の上昇などが影響し上昇が続いている。加えて、未経験者の受入れ、休日増、在宅勤務可能など、採用条件を軟化させてでも人材確保に動く企業が増加しており、当面、この傾向は続いていくとみられる。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・ゴールデンウィーク明けから、新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、Web中心の説明会やインターンシップから、対面の説明会やインターンシップが主流となり、一気に人の流れが活発化した。大規模な合同説明会もアクリル板は撤去され、マスクを外し、会場内は辛うじて消毒液が残るレベルにまでなっている。採用者数が増加することもなく、減少することもなく、同水準で推移している。

□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・人手不足が叫ばれているが、各社手当てができていないわけではなく、賃金の上昇も地方企業には及んでいない。よって企業の業績も伸び悩み、消費活動も鈍い。
□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・9月の新規求人数の受理件数は前年比で0.7%減少と微減。産業別では、消費者の動きを直接反映しやすい卸小売業が増加、宿泊・飲食サービス業が減少と、ばらつきがあることから、景気が上向いているとも下向きであるとも言いがたい。
□	民間職業紹介機関（職員）	それ以外	・全般的に小売価格が上昇しており、特に毎日口にする食品は価格上昇が顕著であり、購入に二の足を踏む。先日もスーパーで、トマトは好きだが価格が高いと、老年夫妻が購入を断念していた。
□	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・人材紹介において、求職者の登録者数は前月比101%、時期的に鈍化傾向であるが、年末ボーナスの時期もあるため、これから徐々に増加傾向になる。
□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・企業の新卒採用活動が一段落し、求人数の増加は余りない。
▲	職業安定所（雇用関連担当）	周辺企業の様子	・物価上昇や最低賃金改定の影響があるが、価格転嫁できず利益が出ないと訴える企業がある。
×	—	—	—