

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) | ◎ | 高級レストラン (事業戦略担 当) | 来客数の動き | ・景気は相変わらず良い。 |
| | ◎ | 都市型ホテル (総支配人) | 来客数の動き | ・10～12月は宿泊だけでなく、レストランや宴会も2019年の新型コロナウイルス感染症発生前と比べても3～5%くらいの伸びがある。ただし、婚礼に関しては2019年と比べ2023年は20%以上の減収となっている。2019年と比べ婚礼組数は25%減少し、単価は5%上がっているような状況である。 |
| | ◎ | 旅行代理店(経 営者) | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の心配もなく、客からの旅行の相談も多いため、景気はこれから大いに上昇するのみである。 |
| | ◎ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・今月は観光客の動きが大変活発だった。 |
| | ○ | 一般小売店〔眼 鏡〕(経営者) | 販売量の動き | ・仕入価格の上昇で販売価格も上がっているが買い控えは感じない。 |
| | ○ | 百貨店(広報担 当) | 販売量の動き | ・3か月前と比べ売上の前年比増加率が拡大している。また、家族連れでの来店が目立つようになったことから家計のなかでも外出に支出する割合が増えている。 |
| | ○ | 百貨店(売場担 当) | 販売量の動き | ・数百万円の高級品数点や数十万円のブランドの洋服などが売れた。 |
| | ○ | スーパー(店 長) | 単価の動き | ・来客数は前年比97%、販売量は前年並みとなっているが、単価が前年比105%と上昇しているため、売上につながっている。 |
| | ○ | スーパー(店 長) | 販売量の動き | ・食料品中心に販売点数の増加がみられる。値上げラッシュも現状はピークを越しており、自社のプライベートブランド製品が好調に推移している。クリスマス、年末年始に向け準備商品等の動きが順調である。気温の低下とともに食品も衣料品も売れるべき商品の動向が良くなってきている。客の節約意識はディスカウントへ向いている。 |
| | ○ | コンビニ(エリ ア担当) | 来客数の動き | ・3か月前と比べると、来客数は回復しているが、店の前の工事の影響で、前年を下回っている。ただし、来月、再来月になると、来客数は徐々に増加する。 |
| | ○ | 家電量販店(企 画担当) | 来客数の動き | ・急に寒くなったので、季節商材の売上が増加している。また、リニューアルオープンセールを開催したことで、来客数や売上が増加している。 |
| | ○ | 自動車備品販売 店(経営者) | 販売量の動き | ・季節商材が動き始めて3か月前よりは良い。しかし、前年同月比は悪い。 |
| | ○ | 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発生前と同じような状況になりつつある。 |
| | ○ | 観光型ホテル (営業担当) | 来客数の動き | ・秋の観光シーズンで集客は増加した。また、以前は個人観光客ばかりだったが、インバウンドの団体客も増加してきた。 |
| | ○ | 都市型ホテル (宿泊担当) | 単価の動き | ・宿泊においては客室平均単価が前年の119%と高い水準で販売ができています。また、年末年始の宴会イベントにおいても好調な販売ができています。 |
| | ○ | 都市型ホテル (総支配人) | 来客数の動き | ・今月は、神在月となり例年出雲大社への参拝などの観光や大会のトップシーズンとなる。また、インバウンドも増加傾向となり堅調に推移している。 |
| | ○ | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・これ以上ボーナスの査定を良くすることができないほどの売上を上げている乗務員が営業所全体の2割程度もあり、売上はかなり良くなっている。 |
| | ○ | 通信会社(工事 担当) | お客様の様子 | ・客の要望から判断すると、景気はやや良くなっている。 |
| | ○ | ゴルフ場(営業 担当) | 競争相手の様子 | ・予約状況、来客数、売上がいずれも良い。単価上昇が図れている。 |
| | □ | 商店街(理事) | お客様の様子 | ・暖冬であるとか、新型コロナウイルス感染症がまだ終息していないとか、本来の状況ではないことから、客の購買意欲がやや低下し、景気が停滞している。 |
| □ | 商店街(代表 者) | お客様の様子 | ・景気が悪くなっている。 | |

| | | | |
|--------------------------|------------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・買物客は若干増加しているが、消費に結び付いていない。 |
| <input type="checkbox"/> | 一般小売店〔茶〕（経営者） | 販売量の動き | ・地元に来る観光客の動きは良くなってきた。また、イベントも元どおり開催されるようになり、活気が戻ってきた。しかし、消費は低迷し、売上は伸びていない。 |
| <input type="checkbox"/> | 一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者） | 単価の動き | ・近くの街全体は人出が増えてにぎやかになっているが、売上が伸びている店と伸びていない店が分かれている状況である。 |
| <input type="checkbox"/> | 一般小売店〔印章〕（経営者） | 販売量の動き | ・景気が多少上向きと感じるときもあるが、長続きしない。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（経理担当） | 販売量の動き | ・バーゲンセールが好調で売上が前年を大幅に上回っているが、景気が良くなったわけではなく、価格が下がったため購入しやすくなっているからだと思われる。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（広報担当） | 来客数の動き | ・来客数が減少しておらず、イベント内容によっては来客数が伸長することもあるが、売上に大幅な増減はなく、ほぼ横ばいが続いている。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・月央から販売量の伸びが鈍化した。気温が下がり、重衣料など的高額商品に動きが出てくると思っていたが、客が12月から始まるプレクリアランスセールを待っているため、厳しい状況になっている。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（営業担当） | 単価の動き | ・気温が高い日が続き、冬物衣料品の売行きが厳しい。比較的単価の低い秋物の薄手の商材に売上がシフトし単価下落と来客数減少につながっている。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・七五三、ボジョレーヌーヴォー解禁、ブラックフライデーなど広告にて販売を強化するが月間トータルの来客数はほぼ前年並みの99%で推移している。チラシ内容や店舗の企画によって来客数が増える日もあるが、その他の日は来客数が減少する傾向である。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（総務担当） | 販売量の動き | ・単価は変わらないが、買上点数が減っている。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（業務開発担当） | 販売量の動き | ・値上がりの影響で売上や客単価は上がっているものの、来客数や販売数量は微減である。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（財務担当） | 販売量の動き | ・1品単価の上昇により、売上は前年を上回っているが、1人当たり買上点数及び来客数は前年を下回る状況が続いている。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・大きな変化は感じないが、物価上昇の影響が少しずつ出てきているようにも感じる。季節指数を除いても1人当たりの販売点数は確実に伸びてはいない。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（副地域ブロック長） | 単価の動き | ・客単価が前年と比べ下落している。特に高単価のたばこ、デザートについて数値が悪化しており、客の嗜好の変化や節約志向も関係していると思う。 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・景気の良い話を周りから聞かない。 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・店の展示会以外でも、客が着物を買いに来るようになった。 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（代表） | 販売量の動き | ・サラリーマンの可処分所得が実質的に減っているなかで、物価が高くなっている。 |
| <input type="checkbox"/> | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・来客数が前年のコロナ禍の8割程度で、イベントを開催しても以前のような客の反応がない。 |
| <input type="checkbox"/> | 家電量販店（販売担当） | 販売量の動き | ・来客数が戻っておらず、現状では前年の90%である。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（統括） | 販売量の動き | ・11月の販売量は前年と変わらない。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（業務担当） | 販売量の動き | ・生産は安定しているが、景気は変わっていない。 |
| <input type="checkbox"/> | 自動車備品販売店（経営者） | 販売量の動き | ・販売量は余り変わらないが、今後の業績は、この冬が寒いか暖いか、雪が降るのか降らないのかなど天候に左右される。 |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店〔土産物〕（経営者） | 来客数の動き | ・観光バスを利用する来客数が増えたが、個人客はむしろやや減っている。そして両者に共通しているのが購入量や購入金額がシビアになっている点である。 |
| <input type="checkbox"/> | その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人） | 来客数の動き | ・気温が高く秋冬物が不振だったが、ここに来て気温が下がり、トータルで見ると若干前年を上回ってきている。 |

| | | | |
|---|--------------------------------------|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| □ | 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 | ・夏場は、1人当たりの支出は多くなかったが、比較的客は多く、イベントや土日などの来客数も多かった。ただし、景気にそれほど変化があるようにはみられなかった。紅葉シーズンに来客数が増加し、客の購買意欲が上昇することを期待していたが、期待ほど変化はなかった。 |
| □ | 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・行楽シーズンで人出が増えるとみられたが予想以上ではなかった。 |
| □ | 一般レストラン (店長) | お客様の様子 | ・当月はインバウンドの客が非常に多く、新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで増えている。一般の客も8月以降前年比10%以上増加しており回復傾向が続いている。 |
| □ | 観光型ホテル (副支配人) | 来客数の動き | ・秋の行楽シーズンで10月も順調に宿泊や宴会の利用があったが今月も同様に予約が入ってきており、部屋が取れないため断る日が多くある。 |
| □ | 旅行代理店(支 店長) | 販売量の動き | ・個人旅行需要については堅調ではあるものの、供給が追い付いておらず客の希望内容で手配できない事象が多く発生しており、申込みが先延ばしになっている。法人を始めとする団体需要もまだ回復基調ではなく、県内へ来る客は宿泊販売状況より増加しているが県外へ出発する団体は少ない状況が続いている。 |
| □ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・3か月前と比較すると良い状態を維持しているが、更に良くなっているという感じはない。 |
| □ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・3か月前と比べると少し乗車率が悪く、景気は足踏み状態である。 |
| □ | 通信会社(企画 担当) | お客様の様子 | ・モバイル・スマートフォン関連の商材、サービスへの引き合いは、コンスタントに受注している。固定系ネットの商材に関しては、多くはないものの一定数変わらずある。 |
| □ | 美容室(経営 者) | お客様の様子 | ・客の外出機会が増加し、来客数も徐々に回復している。 |
| □ | 美容室(経営 者) | お客様の様子 | ・客の節約傾向が続き、髪を切る間隔や消費動向に変化がないため、景気も3か月前とさほど変わっていない。 |
| □ | 設計事務所(経 営者) | お客様の様子 | ・物価の上昇が続くなか、建築費の高騰や人手不足から、数少ない新築住宅の引き合いもまとまらないケースが多い。 |
| □ | 住宅販売会社 (従業員) | お客様の様子 | ・コロナ禍からの回復基調も一段落して、景気は落ち着いた感じがある。 |
| ▲ | 商店街(代表 者) | 来客数の動き | ・商店街に新規出店した店も集客に苦戦している。 |
| ▲ | 商店街(代表 者) | 単価の動き | ・安い商品でもなかなか買ってもらえず、苦戦している。 |
| ▲ | 百貨店(営業担 当) | 単価の動き | ・来客数が前年を下回っているが、それ以上に衣料品の売行きが落ち込んでいる。気温が下がらずコートなどの羽織やニットなどの売上が大幅に前年を下回っている。薄手のニットやカットソーなどは順調だが低単価のため、衣料品全体の売上は前年比マイナスとなる見込みである。 |
| ▲ | 百貨店(外商担 当) | 単価の動き | ・来客数、売上がいずれも微減となっている。 |
| ▲ | 百貨店(売場担 当) | お客様の様子 | ・行動範囲が比較的広い40～60歳の年齢層を中心に、来客数が減少傾向にある。近県の商業エリアに客が流出し、週末中心のイベント等でも集客が厳しくなっている。 |
| ▲ | スーパー(店 長) | 販売量の動き | ・数値に客が無駄な物は購入しないという感じが表れている。 |
| ▲ | スーパー(店 長) | 来客数の動き | ・前月までは来客数が前年を上回っていたが、今月に入り、前年を下回っている。売上は値上げの影響で増加している。 |
| ▲ | スーパー(販売 担当) | 来客数の動き | ・暖冬の影響から冬物消費が落ち込んでおり、来客訴求につながっていない。 |
| ▲ | コンビニ(支店 長) | 来客数の動き | ・インフレによるコスト高に売上が追い付いていない。 |
| ▲ | 家電量販店(副 店長) | 販売量の動き | ・来客数は前年の97%程度、購入客数は前年の80%程度である。単価は上がっているが、販売量が落ち込んでいる。 |

| | | | | |
|----------------|---|---------------------|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | ▲ | 乗用車販売店 (営業担当) | 販売量の動き | ・価格高騰や目新しい商品がないため、景気はやや悪くなっている。 |
| | ▲ | 乗用車販売店 (リース担当) | 販売量の動き | ・来客数がかなり減少し、新車販売もサービスの売上も減少している。 |
| | ▲ | 乗用車販売店 (店長) | お客様の様子 | ・販売できる車種が少ないこともあるが、商談自体が発生しない。 |
| | ▲ | 乗用車販売店 (営業担当) | 販売量の動き | ・数か月前の市場の動きと比較すると、来客数は若干増えているが、販売には至らず、低迷状態が続いている。傾向としては、関心はあるが、そこから後は、慎重になっていて結果には現れていないのが現状である。 |
| | ▲ | 通信会社(営業担当) | お客様の様子 | ・月額契約の商品について、60歳以上特に70代の解約が増加傾向にあり、家計の引締めがより厳しくなっている。 |
| | ▲ | 通信会社(広報担当) | お客様の様子 | ・客が価格が低い物を探している様子がみられる。 |
| | ▲ | 放送通信サービス(総務経理担当) | お客様の様子 | ・料金の延滞率が上昇傾向にある。 |
| | ▲ | 設計事務所(経営者) | 来客数の動き | ・新規、既存いずれも来客数が減少している。また、予算規模の上昇がみられず、客の様子見が続いている。 |
| | ▲ | 住宅販売会社(営業担当) | 販売量の動き | ・販売数が例年と比べ落ち込んでいる。 |
| | ▲ | 住宅販売会社(営業所長) | 販売量の動き | ・10月より引き合い件数が30%程度減少し、検討単価も低下している状況である。 |
| | × | 一般レストラン(経営者) | 来客数の動き | ・人の動きが悪いため、来客数も非常に少ない。 |
| | × | 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発生前のように秋祭りや収穫祭りなどの地域イベントが開催され、客が奪われた。休日前日や休日のランチタイムの売上は前年の90%台前半まで減少している。会社関係の飲み会の予約は入るが、ファミリー客の予約は大幅に落ち込み、金曜日のディナータイムの売上は前年の80%台で推移している。 |
| 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 | ・生産が好調で忙しい。 |
| (中国) | ○ | 繊維工業(財務担当) | 受注価格や販売価格の動き | ・消費活動が活発になっている。 |
| | ○ | 鉄鋼業(総務担当) | 受注量や販売量の動き | ・受注の回復度合いは鈍いが、少しずつ回復基調にはあると感じている。 |
| | ○ | 非鉄金属製造業(業務担当) | 受注量や販売量の動き | ・金属価格が高止まりで推移し、円安効果もあり収益は予算より伸びてきている。 |
| | ○ | 一般機械器具製造業(管理担当) | 受注量や販売量の動き | ・自社の引き合い状況に改善がみられた。 |
| | ○ | 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 | ・製造業関連の需要が堅調であり、設備投資の動きもあり全体の景気が良くなっている。 |
| | ○ | 通信業(営業企画担当) | 受注価格や販売価格の動き | ・データセンター関連の販売価格が電気料金等の高騰に合わせた価格帯で購入が決まる状況が出てきている。電気料金の高騰も理解され始めており、ある程度受け入れられつつある。 |
| | ○ | 不動産業(総務担当) | それ以外 | ・来客数、成約件数共に約2%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 | ・客からの受注量が増加している状況で、景気は上向きに進行している。 |
| | □ | 農林水産業(従業員) | 受注量や販売量の動き | ・相変わらず単価の高い物の動きが悪い。 |
| | □ | 木材木製品製造業(経理担当) | 受注量や販売量の動き | ・3か月前と比べ、季節要因として受注量や販売量はやや増加しているが景況感としては余り変わらない気がする。 |
| | □ | 化学工業(総務担当) | 受注量や販売量の動き | ・取引先の様子を見ると、原料の仕入量に先行き不透明感があり、販売量も見通しが立てづらい状況である。 |

| | | | | |
|------------------|---|---------------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | □ | 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 | ・鉄鋼業向け大型案件の納期の谷間でひっ迫感はない。このため作業納期に余裕があり時間外労働もやや少なめとなっている。 |
| | □ | 鉄鋼業（総務担当） | 取引先の様子 | ・10月以降の動きに大きな変化はない。 |
| | □ | 輸送業（業務推進担当） | 取引先の様子 | ・大きなプラス要素や各取引先に目立った動きはなく、状況は大きく変わらない。 |
| | □ | 金融業（支店長） | 取引先の様子 | ・取引先の受注量に変化はなく、また、仕入原価の高止まりにより利益率の改善が余りみられない。取引先の様子から景気の変化はみられない。 |
| | ▲ | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・11月に入り、徐々に秋冬商材の売行きが良くなっているが、10月の販売減少を取り返すまでには至っていない。 |
| | ▲ | 金属製品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・工作機械業界の取引先からの11月の受注が減少している。3か月前の半分を切る水準にまで落ち込んでいる。 |
| | ▲ | 電気機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・電子機器部品製造装置関連は設備需要が減少し売上も減少している。液晶関連においても、単籠り需要が減少し売上が落ちている。 |
| | ▲ | 建設業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・仕事量はあるが、技術職の稼働が目一杯の状態が続き、資機材の高騰や納期遅延など不安要素もある。また、時間外労働規制強化に伴う人件費の高騰で受注機会の損失が予想される。 |
| | ▲ | 金融業（経済産業調査担当） | それ以外 | ・個人消費が以前と比べ落ち込んでおり、景気は弱含んでいる。 |
| | ▲ | 会計事務所（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・顧客の業種によりばらつきが出ている。燃料費高騰の影響を受けている運送業などは取扱量が減少し、高速道路通行量も減少している。 |
| | × | — | — | — |
| 雇用 関連 (中国) | ◎ | 民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当） | 求職者数の動き | ・人材紹介事業において、登録者数が前月比138%となっている。年明けや新年度の入社を目指し、転職活動が活発化し、企業からの案件受注も増加傾向にある。 |
| | ○ | 人材派遣会社（経営企画担当） | 求人数の動き | ・求人需要は旺盛なもの、人材確保が難しく売上に繋がっていない。また、募集時給や法定福利費が上昇しているが、原価上昇分を価格転嫁できていないため、利益率が低下している。 |
| | □ | 人材派遣会社（副支店長） | 求職者数の動き | ・年末年始にかけての景気が上向きになるプラス材料が見つからない。 |
| | □ | 求人情報誌製作会社（広告担当） | 採用者数の動き | ・新卒・中途の採用状況は良いままである。中途採用は、新型コロナウイルス感染症発生前より募集企業も求職者数も増えている状況である。新卒採用は、企業側の採用充足率が8割弱で、年内をめどに採用活動を続けている企業が中小企業を中心に多い。中でも技術職の採用、営業職でも転勤のある営業職の採用は苦戦している。 |
| | □ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・製造業や商社など一部で円安メリットを受けて業績好調な企業が見受けられるが、求人難が解消できず、インフレによって需要も減速傾向にある。 |
| | □ | 民間職業紹介機関（職員） | 求職者数の動き | ・売手市場のためか、条件面に不服があれば、妥協して入社せず、満足するまで転職活動を続けるという求職者が増えてきており、企業サイドとしてもその分活動は停滞し、売上増加に結び付かないでいる。 |
| | □ | 学校〔短期大学〕（進路指導担当） | 求人数の動き | ・例年同時期と比較し、求人数に余り違いがない。 |
| | ▲ | 人材派遣会社（支社長） | 求人数の動き | ・例年発生している季節需要の案件数が大幅に減少している。 |
| | ▲ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・地域の主要産業である製造業や建設業の新規求人数の減少幅が大きい。 |
| | ▲ | 職業安定所（事業所担当） | 求人数の動き | ・10月の新規求人数の受理件数は前年比で7.8%減少しており、産業別でも全体的に減少分野が多く、採用意欲の鈍化がみられる。 |
| | × | — | — | — |