

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)	◎	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・年末からの24時間の片側交互通行や店舗前の歩道の拡幅工事が終わったため、来客数が徐々に増加し、売上も順調に回復している。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・新年度に向け、少し人の動きが良くなったようである。
	○	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・年末に帰省した人の増加により、来客数や売上が拡大し、その流れが年始にも継続した。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・年末年始に帰省した客の来店が前年を上回り、また、市の地域振興券などの発売もあり、バーゲンセール開始と同時にミセスを中心に好調で、売上は前年を上回っている。
	○	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・1月の販売量は前年比110%となっており、メーカーの供給体制も徐々に良くなっている。
	○	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	・平日については、3か月前と比べても大きな変動はないが、土日祝の来客数は若干伸びてきているように感じる。家庭の財布事情はまだ良くはなっていないと思うが、年末需要もあり、客の購買意欲は少し上昇している。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・正月から成人の日までの来客数は前年を10%以上も上回り、予約も前年と比べ、2けた以上の伸びとなっている。晴れの日の家族客が増加しており、1組当たりの単価や売上も増加している。
	○	一般レストラン（店長）	単価の動き	・前年と比べ来客数はやや増加傾向にあるが、客単価は前年比2けた増加と大幅に伸びている。コロナ禍で我慢していた忘年会や新年会も今シーズンは多く入ってきており、特に新年会は新型コロナウイルス感染症発生前を上回る売上となっている。
	○	旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・正月に能登半島地震があり、多少客の動きに変化があったが、客から旅行の要望は増えてきており、特に近隣の海外旅行が増えてきている。
	○	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・国内個人旅行は引き続き好調で春休み需要も増加しているが、海外旅行全般並びに団体旅行は引き続き低調である。インバウンド需要は拡大しているが、個人旅行がメインであり、取り込みが難しく利益にはつなげっていない。
	○	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・物価は値上がり基調だが、サービス検討の際に、値上がりによる家計ひっ迫を理由に購買を見送るケースが少なくなっている。
	○	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたため、景気はやや良くなっている。
	○	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・来客数が増加している。
	○	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・一般レースの1日平均の売上が3か月前の1日平均の売上を若干上回っている。
	○	住宅販売会社（営業担当）	販売量の動き	・物価高騰により、販売価格も高騰しているにもかかわらず、分譲住宅購入者が増加傾向にある。
	□	商店街（理事）	お客様の様子	・来客数や購入数量が減少している。また、元日の能登半島地震や物価上昇が人々の日々の生活に悪影響を与えている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・閉店する小売店がちらほら出始めている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・1月1日の能登半島地震、2日の飛行機事故で、客の気分が落ち込んでいる。	
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・宿泊業や飲食業の動きは回復しているように見受けられるが、小売業はまだ低迷しているようである。冬季は天候の関係もあって、客足が鈍いため、それに左右されている面もあるかと思う。	
□	一般小売店〔茶〕（経営者）	お客様の様子	・人が動かず、景気は低調に推移している。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・クリアランスセールの対象商材が少なく、年々セール期間が短くなり、定価品との切替えが少ない商材をいかに販売するかが重要になっている。外国人客が増加しているが、商品の購入に関してはシビアである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・衣料品はバーゲンセール時期に入っているが、販売数量が伸び悩んでいる。商品価格の値上がり等により販売数量が減少する一方で、販売単価は上昇しているため、結果的に前年並みで推移している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・100万円を超える美術品や宝石などが売れたが、来月も安心できない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・今月については、洋品雑貨や婦人服などの服飾雑貨が厳しい状況に変わりはないが、宝飾・美術品などの高額アイテムは好調に販売できており、明暗が分かれている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・コロナ禍に実施された外出自粛などの行動制限がなくなり、人流は活発になっているが、物価の上昇により、客が買物にシビアになっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・3か月前と比べると、平日も休日も来客数が増加している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・月を通して、販売点数と客単価に変化はない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・年が明け、年末と大きく流れが変わり、来客数の伸びがない状況である。気温の低下も要因の1つではあるが、平日の来客数が減少し、客が週末に偏っているため、全体的に来客数が伸びていない状況である。年末からの反動はあるものの、なかなか、通常に戻り切れていない。また、客の所得水準が上昇している気配もみられない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・インバウンド需要がある店は比較的良好だが、国内向けは現状変化が余りみられず厳しい状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	単価の動き	・商品の値上げが続き、1品単価が上昇していることもあり、売上は前年の90%台になっている。一方で、販売点数が少し減少気味で、単価を下げた商品が動きやすくなっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（支店長）	販売量の動き	・物価上昇に賃金上昇が追い付いておらず、客の買い控えを感じる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・来客数の増加は続いているが、客単価や購入点数の減少が続いている。商品の値上げや新型コロナウイルス感染症に伴い発生した生活スタイルの変化の影響もあり、主食の弁当の販売数が減少している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・株価は上がっているが、その恩恵を感じていない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・半襟や足袋などいろいろな物価が上がっているため大変である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・来客数は前年とほぼ変わらないが、季節商材の販売数量が増加しており、景気はやや良くなっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前年末と状況は変わらず、来客数や売上が増加しない状況が続いている。2～3月に決算期を迎えるため期待している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	それ以外	・大手自動車メーカーの不正問題などの影響が出始めている。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・物価高で売上は上がり、月間総売上も変わらないが、販売件数や利益は減少している。仕入れは良いとしても、経費の増加が利益を圧迫しており、利益は減っている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔土産物〕（経営者）	競争相手の様子	・県内の他の道の駅との会合があり近況を報告したが、どこも客が増えたという報告はなく、新型コロナウイルス感染症発生以前には戻り切れていないとのことだった。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・特に大きな話題もなく、例年どおりの閑散期の動きとなっている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・元日の能登半島地震の影響もあるのか景気は良くないと思う。特に1～2月は飲食業界が落ち着く時期なので期待もできない。

□	都市型ホテル (宿泊担当)	単価の動き	・客室単価においては高水準で販売ができていたが、年始の能登半島地震の影響もあり、販売数は例年を下回っている。
□	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・景気が上向きだった3か月前と比べても特に大きな変化はない。1月の宿泊収入は前年比で5%前後増加、レストランや宴会の来客数も前年比で3%前後増加している。
□	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・例年1～2月はオフシーズンとなり予約も伸び悩んでいる。一部で米子空港経由のインバウンドの動きが見受けられるも限定的である。
□	タクシー運転手	販売量の動き	・成人式後、特に平日の落ち込みが厳しい。
□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・家計に影響を与える事象も特になく、客の支出抑制も一段落した状況である。
□	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・建築費の高騰に加えて、住宅ローン金利も上昇しており、客が様子見しているようにかがえる。
□	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・特に大きな変動もなく、イベントの来客数も横ばいで推移している。
▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・1月に入ってから急に来客数が減少した。前年同月と比べても2割減少している。
▲	商店街(代表者)	単価の動き	・客が来店しても商品を見るだけで、購入せず、バーゲンセールまで待とうとするため、非常に厳しい状況が続いている。
▲	一般小売店〔眼鏡〕(経営者)	単価の動き	・前年末までは比較的高価格帯の商品が売れていたが、年が明けて単価が落ちている。
▲	百貨店(広報担当)	お客様の様子	・気温の低下する時期が遅かったため、冬物衣料の購買時期が遅れ、そのままセールに突入した。衣料品の売上は3か月前と比べて悪くなっている。
▲	スーパー(店長)	単価の動き	・今までは来客数が前年並み、売上が前年をやや上回っていたが、1月に入り、急激に販売点数が減少し、来客数だけでなく、売上も前年並みとなった。
▲	スーパー(店長)	来客数の動き	・今月の来客数は前年比96.1%となっている。年末年始は売上、来客数共に好調に推移し、前年超えの数値だったが、正月明けの5日くらいから来客数が大幅に減少しており、来客数の回復の見通しが立たない状況である。
▲	スーパー(総務担当)	来客数の動き	・年明けから来客数がめっきり減っている。
▲	スーパー(業務開発担当)	販売量の動き	・商品の値上がりが落ち着いてきた感じで、平均単価が前年と同じになっているが、年明けから客の来店頻度が2ポイント、販売数量が5ポイントも落ちてきている。
▲	スーパー(財務担当)	販売量の動き	・商品の値上げは落ち着いているが、1品単価は前年を上回っているため、売上は前年を上回っている。ただし、1人当たり買上点数は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	・着実に値上げの影響が出てきており、客のついで買いが減少している。
▲	衣料品専門店(代表)	来客数の動き	・物価高に加えて、能登半島地震の影響により自粛ムードである。
▲	家電量販店(店長)	来客数の動き	・イベントを開催しても、来客数が増えず、売上を確保することが非常に厳しくなっている。
▲	家電量販店(副店長)	販売量の動き	・大型家電製品の販売量が前年比85%ほどに落ち込んでおり、改善する傾向もない。
▲	乗用車販売店(リース担当)	お客様の様子	・物価はどんどん上昇しているが、給料は変化しないため、景気は悪くなっている。
▲	乗用車販売店(店長)	来客数の動き	・自動車業界がマイナスの印象で、客が離れているように感じる。
▲	その他専門店〔和菓子〕(経営者)	来客数の動き	・能登半島地震の影響で、客が外出を控えていると思う。
▲	観光型ホテル(営業担当)	来客数の動き	・年明けは予約件数が少なく、景気の悪化がみられる。
▲	観光型ホテル(副支配人)	来客数の動き	・1月は正月までは宿泊の利用客が多かったが、その後は宿泊も一般利用客も減少し、厳しい状況である。

	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に伴う行動制限がなくなり、人出が増え、にぎわっていたが、その後少しずつ落ち着き、にぎわいが少なくなってきたような感じがする。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・1月に入っても、新年会もないし、夜の繁華街の人も少ない。
	▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・客の買い控えが続いている。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・利用料金の延滞回収率は月単位ではほぼ横ばいだが、年単位では悪くなっている。
	▲	ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・今年は暖冬といわれ、事前の予約状況では例年より良いペースで推移していたが、雨や積雪などによる直前のキャンセルが多く、例年を下回る予想となった。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・余り来客数が伸びず、暇である。
	▲	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・来客数は回復傾向にあるが、予算面で厳しい客が多く、資材高騰の影響があり、回復にはまだ時間が掛かる。
	▲	住宅販売会社（営業所長）	単価の動き	・市場におけるボリュームゾーンと価格にかい離がある。
	×	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・今の時期はとても寒いため、来客数が非常に少なくなっている。
	×	家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・来客数が80%台に落ちている。
	×	自動車備品販売店（経営者）	競争相手の様子	・日本製の各商品の値上がりと温暖化により、冬季商材の売行きが非常に悪い。
	×	その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・能登半島地震、羽田空港事故と年明けから甚大な災害が続いたことや、天候不順や物価上昇等の影響で、客の購買マインドが低下していると考える。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・人出がすごく少ない。また、来客数も非常に減少している。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・客の節約傾向が続いている。年末は来客数もかなり増えたが、年明けから来客数は減少傾向にある。
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	・大手自動車メーカーの不正問題があったものの、引き続き忙しい。
(中国)	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・寒暖の差が大きく、季節商材の受注量が増加し、少し良い傾向になりつつある。
	○	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・物価上昇傾向だが、購買行動も良い状況が続いている。
	○	輸送業	受注量や販売量の動き	・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	・予想数量を上回る受注量となっている。
	○	不動産業（総務担当）	それ以外	・賃貸住宅の需要時期であるため、来客数や成約件数は良くなっている。来客数は前年と比べ約1%減少したが、成約件数は前年と比べ約2%増加している。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・日々動く物量が極端に多くなってはいない。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新設住宅着工戸数が伸び悩み、景気も低迷したまま回復の兆しがみえない。
	□	化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・前年度は、仕入れ、販売共に値上げが中心だったが、一部では値下げの傾向もあるため、先行き不透明感がある。
	□	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注動向を見ても、景気は良くも悪くもならないという感触である。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・前年末からの変化はない。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	受注価格や販売価格の動き	・取り扱っている製品の価格が為替の影響もあり高値で安定している。
	□	建設業	受注量や販売量の動き	・県内の発注額が横ばいに感じる。

	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・建設計画が煮詰まってきたのにスタートを切れない客が多い。
	□	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・市場価格や納期に対する理解が進み、価格転嫁が比較的可能な状況である。
	□	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がなく、各取引先にも目立った動きはないため、状況は大きく変わらない。
	□	通信業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・データセンターやICT関連の需要の動きは、おおよそ良く、受注量などはここ3か月程度は変わらず、計画的な需要が継続している。価格も電気料金が落ち着いていることもあり、変動がない。
	□	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・企業業績に改善傾向がみられるものの、生産活動や個人消費は緩やかな回復にとどまっている。
	□	金融業（支店長）	取引先の様子	・年明けの閑散時期に突入した影響から、受注量や販売量の減少を予想するものの、景気は前月と変わらない状況にある。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・受託業務により違いがある。運送事業者からの受託業務や車両リース関係業務は減少しているが、消費活動や販売促進活動に関連する業務は増加している。
	▲	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	・大口案件の納期が先送りとなり、納期のひっ迫感がなくなったため、基準外労働時間が減少している。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前は納期対応のため、時間外労働を行っていたが、現在は定時工数で対応できている。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・引き続き、取引先の生産調整等により装置関連の受注量が減少していることに加え、年始に発生した能登半島地震の復旧に資材等が集められていることから、部材の受注停止や価格高騰が発生している。
雇用 関連 (中国)	◎	—	—	—
	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・人手不足が深刻な状況になっており、採用に金を掛ける企業が増加している。特にWeb広告やSNSなどが活用されている。
	○	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・12月の新規求人数の受理状況をみると、前年比で3.4%の増加となり、前月に続き2か月連続の増加となった。また、産業別の求人数では卸小売業や医療福祉業などが堅調に増加傾向にある。
	○	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・技術系人材においては、正社員採用ではないものの、60歳を超えても採用されるケースが増えてきている。従来は特殊な技能や資格を有する人材に限定されがちであったが、年齢を制限すると人が採用できないということが浸透しつつあるのではないかとみられる。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	それ以外	・物価上昇のスピードに派遣社員の時給上昇が追いついていない。求人企業に対し料金交渉を行っているが、十分な理解が得られていない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・地方の企業においては、一部の製造業や卸売業を除いて、物価上昇による消費鈍化の影響が大きく、見通しは明るいとはいえない。
	□	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、求職者からの問合せ数は前月比101%とほぼ横ばいとなっている。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・例年の同時期と比較しても、求人の動きに特に大きな違いがない。
	▲	人材派遣会社（副支店長）	求職者数の動き	・例年同様、時期的に求職者の動きは落ち着いている。
	▲	人材派遣会社（事業部長）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて以降、伸長していた受注数は、事務業務を集約化する動きやDX推進などの影響により、事務の長期案件を中心に減少し始めている。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数が前年同月を下回る状況が続いており、特に製造関係に弱さがみられる。
	×	—	—	—