

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	・物不足により商品単価が上昇しているが、買い控えはなく、高付加価値商品も売れている。
	○	商店街（理事）	お客様の様子	・正月、バーゲンセールなどで、客の購買意欲が高まってきている。また、長引くコロナ禍で、客が限界にきており、買物や食事に出掛けるようになっている。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波も峠を越した感じがあり、経済活動が多少動き始めている。
	○	一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・15日までは、売上が前年を上回っているが、来客数が前年を下回っていたが、中旬以降は、外出等の規制が緩やかになってきたこともあり、来客数も前年を上回っている。
	○	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前の数字にはいまだ届いていないものの、商品価格の高騰のなか、来客数や販売点数が絶えず前年を上回っている。
	○	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・迎春関連の商品の動きが鈍かったが、割引したお買い得商品の動きが良く、全体では少しだけ前年を上回っている。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・来客数が前年並みで、人流は完全には回復していないが、単価が50円以上上昇した影響で、売上が新型コロナウイルス感染症発生前に追いついてきている。
	○	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・連日の気温低下で、暖房器具の販売量が増加しているため、景気は良くなっている。
	○	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・1月の販売量は前年比170%と大変好調である。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	お客様の様子	・1月に入ってから、買物だけではなく、食事をする客が増加したり、スイーツのテイクアウトなどの点数が伸びたりしており、寒い割には活気がある。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が感じられなくなっている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・外国人観光客が増加している。
	○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・2019年比の1月の来客数は、2019年比の2022年10月から12月までの来客数ほど良くないが、2019年比の2022年前半と比べると、来客数は伸びている。
	○	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・全国旅行支援の大半が3月末まで延長され、第4四半期の新規の申込みが増加傾向にあるため、個人需要の復調が期待できる。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・観光はまだまだであるが、イベントや大会が確実に増加している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・景気は12月の繁忙期よりは少し悪くなっているかもしれないが、3か月前と比べると、良くなっている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・3年続いた新型コロナウイルス感染症の影響が弱まりつつあり、街中に活気を感じられる。また、観光客も増加しつつある。
	○	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・サービスへの問合せ、引き合い数は、正月を過ぎてから少しずつ良くなっている。
	○	テーマパーク（業務担当）	お客様の様子	・世間の動向から判断すると、景気はやや良くなっている。
	○	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・正月レースや女子レースの開催で、売上が増加している。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・歳末セール後の人出が悪い。	
□	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減少しているが、物価は上昇しており、景気は変わらない。	
□	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終息に向かい、通行客が増加しているが、購買につながない。	
□	一般小売店〔茶〕（経営者）	お客様の様子	・年末に商店街でまた一軒閉店している。年末も、正月も前年より人出は多かったが、客の財布のひもは大変固い。	

□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・ 婦人服は冬物セール、春物が共に好調、家庭用品は売り尽くしで売上が増加するなど、月の中旬までは好調だったが、下旬の大雪で売上が伸び悩んだため、売上は前年比95%の見込みである。
□	百貨店（広報担当）	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、3か月前よりも客の動きは活発で、遠方からの来客数も増加しているが、商品単価や電気料金の値上げなどの影響で、客の購買に対する動きは慎重である。バーゲンセールでも、安いだけでは商品は売れず、客が本当に必要なものを見定めて購入する傾向が年々強くなっている。
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ クリアランスセールを実施したが、在庫不足で、売上が伸びていない。また、月末も、寒波の影響で、来客数や売上が伸びていない。
□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・ 気温が下がり、バーゲンセールの重衣料などに多少動きがある。しかし、前年と比べると、ミセスを中心に来客数が減少しており、また、セール品、春物を含め、在庫はあるが、売上が伸びない。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・ 来客数は前年を上回っているが、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、比較的年齢の高い客の来店は少ない。
□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・ 11月や12月と比べると、来客数や売上が少し改善傾向にあるが、景気が回復基調にあるとは考えにくい。
□	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・ 数100万円の美術品が売れたが、まだ安心できない。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・ 来客数は微減となっているが、単価上昇で、売上が前年より若干増加している。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・ 売上が安定し、良い状況が続いている。
□	スーパー（店長）	単価の動き	・ 3か月前と比べ、1人当たりの購入金額が横ばいかやや減少となっているが、来客数に変化はない。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・ 食料品の相次ぐ値上げにより、客の生活防衛意識が更に高まっており、割引催事への集中やまとめ買いの傾向が強くなっている。来客数が伸び悩むなか、客の行動が単価を抑えられる商品購入へと変化しているため、厳しい状況となっている。ディスカウントストア事業として追い風になるはずであるが、値上げ基調のなか、収入は変わっていない。
□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・ 客単価は変わらないが、雪の影響もあり、来客数は減少している。
□	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・ 来客数や買上点数が前年を下回っているが、1品単価の上昇により、売上は前年を上回っている。
□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・ 値上がりの影響で単価が上昇しているが、買上点数が減少しているため、販売額は変わらない。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ 物価上昇率に賃金の上昇率が追いついていない。
□	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・ ガソリンや光熱費の高騰で、家計の余裕がなくなっている。ここに防衛増税が加わると、景気に大きなダメージを与える。
□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・ 新型コロナウイルス感染症の影響で、客の消費意欲が低下している。
□	乗用車販売店（業務担当）	単価の動き	・ 物価上昇の影響で、景気は良くなっていない。
□	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・ ここ数か月、来客数が減少傾向にあり、来客者の成約率もかなり厳しい状態にある。これから、決算期に入るが、この状況だと先が読めない。
□	乗用車販売店（営業担当）	単価の動き	・ 点検のための来客数が減少し、1台当たりの単価も低下している。
□	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・ 電気料金、生活商品、食料品などの値上げの影響で、車に関わる費用を抑えたいとの客の要望が多くなり、消費は縮小傾向にある。
□	その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	来客数の動き	・ インバウンドについては、3月に台湾との国際便が再開するが、肝心の中国人客が戻るかは不透明である。また、エネルギー価格の値上げが景気の不安要素となっている。

□	高級レストラン (事業戦略担 当)	来客数の動き	・景気が良くなる話題がない。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・金曜日の来客数は着実に増加している。平日はランチが順調であるが、休日は子供連れのファミリーの利用が減少している。
□	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・正月営業は観光客や帰省客も多く、景気が回復したように感じたが、新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で、予約のキャンセルが増加傾向にある。常連客のなかでも、外出を控える客と気にしない客に分かれており、まだまだ新型コロナウイルス感染症が来客数に大きな影響を与えている。
□	観光型ホテル (副支配人)	販売量の動き	・全国旅行支援の割引額が少なくなったせいか、宿泊の予約が余り入っていない。前年はすぐに予算がなくなったが、今回はまだまだ余っている。
□	観光型ホテル (宿泊担当)	来客数の動き	・宮島の週末花火の影響で宿泊者数が伸びている。全国旅行支援の影響は微々たるものである。
□	観光型ホテル (営業担当)	お客様の様子	・年末までは、全国旅行支援のお陰でほぼ毎日満室であったが、年始からの全国旅行支援の延長分については、理由は分からないが、予約数が激減している。
□	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・年末年始にかけて個人客の動きが活発になり、宿泊やレストランの利用状況は新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っている。しかし、企画イベントや年末年始商品の売上は伸び悩み、電気料金の値上げや物価高騰等の影響で客の消費マインドが低下している。
□	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・閑散時期とはいえ、全国旅行支援の開始によりレジャー利用者数が伸びてくると予想していたが、予想以上に足踏み状態である。
□	旅行代理店(経 営者)	お客様の様子	・今回の全国旅行支援で多くの人が旅行への参加希望をしているが、高齢者の参加辞退も出ている。
□	通信会社(工事 担当)	お客様の様子	・客の様子から判断すると、景気は変化していない。
□	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響はほとんどなく、買い控えも見受けられない。ただし、光熱費など物価の高騰に歯止めが利かない状況が続いているため、消費増加につながる動きも見受けられない。
□	放送通信サー ビス(総務経理担 当)	お客様の様子	・例年同様、1月に特筆すべき大きな動きはない。
□	通信会社(経理 担当)	お客様の様子	・特に状況に変化がない。
□	その他レジャー 施設[温泉セン ター](経営戦 略担当)	それ以外	・不安定な世界情勢に伴う運営費の上昇もあり、景気は良くなっていない。
□	設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・様々な物価が上昇しているなか、建築材料の価格高騰で建築費も上昇し続けている。また、住宅ローン金利も上昇に転じているため、客の購買意欲が落ちている。
□	設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・新築の設計依頼は少なく、空き家や古家の活用のためにリフォームするといった相談が多くなってきている。したがって、受注金額は減少気味である。
□	設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・収入が伸び悩んでいる客が多いため、景気が良くならない。
□	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・物価高の影響で家計が苦しくなっており、高級商材の購入は控えがちになっている。
▲	商店街(代表 者)	単価の動き	・バーゲンセールを待ち、商品を購入しない客が非常に多い。
▲	一般小売店[洋 裁附属品](経 営者)	販売量の動き	・寒いため、来客数が減少している。
▲	百貨店(営業企 画担当)	お客様の様子	・来客数や買上客数が減少している。
▲	百貨店(外商担 当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大や物価上昇の影響で、客の購買意欲が低下している。

▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・商品の値上げや光熱費の高騰など家計が苦しい状況で、客が無駄な物は買わない傾向にあり、買上点数が前年を下回っている状況である。
▲	コンビニ（支店長）	それ以外	・光熱費の高騰で、営業経費がかさみ、収益が低下している。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価上昇の影響で、客の財布のひもが固くなっている。
▲	家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・天候の影響もあり、来客数が減少している。
▲	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・人気商品の相次ぐ受注停止で、販売促進する商品が少なくなっている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・需要が高まる時期であるが、販売量が伸びていない。
▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・値上げ、値上げで前年は3度の値上げ、今年も値上げの予定がメーカーから発表されている。生活必需品でない商品を販売しているため、度重なる値上げで、売上が落ちてきている。
▲	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少しずつ減少しているが、まだまだ、人々の新型コロナウイルス感染症に対する警戒感が強いいため、街に出る人が少なくなっている。
▲	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	・新型コロナウイルス感染症や外国人の受け入れなどに関する行動規制が緩和しているものの、一般商材の値上げなど家計に厳しい状況もあり、高額商品の売上が鈍ってきている。土日の来客数や買上点数の減少など、客の消費マインドが低下しているように感じる。
▲	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・正月を過ぎると例年1月や2月は閑散期となり、低調である。今年は全国旅行支援の効果を期待しているが、現時点では、割引率の縮小により伸び悩んでいる。
▲	テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・物価高騰の影響で、国民が生活苦に陥っている。
▲	ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・予約状況は良かったが、雨や雪の影響で、来客数が減少している。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・年末から新型コロナウイルスの新規感染者数が増加している影響もあり、来客数が減少している。
▲	住宅販売会社（営業担当）	販売量の動き	・物価高騰や金利上昇の影響で、客の購買意欲が低下している。
×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・1月になり、人流は回復傾向にあるが、来客数は減少している。また、電気料金の上昇や物価高騰の影響もあり、客の買い控えが発生している。
×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・10月の下旬から店の北と南で道路工事が続いているため、来客数が非常に少なくなり、売上也厳しい状況になっている。
×	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・客が買い控えしているが、まだまだ商品の値上げがあり、今後も買い控えが続く。
×	家電量販店（店長）	単価の動き	・物価の上昇、特に電気料金の値上げの影響が大きく、家電製品の販売は厳しい状況である。
×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・いろいろな物が値上がりしているため、客の節約志向が高まっている。来客数は変わらないが、客が安価な海外製品を購入しているため、客単価が低下している。4月からは更なる値上げがあり、電気料金も高くなる。収入の少ない社会人からはダブルワークをする者も現れ、過労死も出てくると考えられ、人口減少は加速度的に進む。政府は向こう10年間、人口増加、少子化対策一択で全力を尽くしてほしい。
×	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・前年と比べ、来客数が減少し、客単価も低下している。
×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・年末の景気は良かったが、1月に入り、新型コロナウイルス感染症や寒さの影響で、非常に落ち込んでいる。
×	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、来客数が減少している。
×	通信会社（広報担当）	販売量の動き	・物価上昇の影響で、なかなか販売数が増加しない。
×	美容室（経営者）	来客数の動き	・例年よりも客の来店間隔が長くなり、来客数や売上が減少している。

	×	住宅販売会社 (営業所長)	来客数の動き	・10月から月を追うごとに、情報量が減少している。光熱費の上昇の影響が顕著に出ており、購入者のマインドの低下が気掛かりである。
企業 動向 関連  (中国)	◎	輸送業	受注量や販売量の動き	・受注が増加している。
	○	化学工業(総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・値上げは継続中であるが、一定の落ち着きはある。
	○	不動産業(総務担当)	それ以外	・賃貸住宅の来客数や成約件数は増加している。
	○	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感染症の進行が収まらない状況で、受注量が増加している。
	○	会計事務所(経営者)	受注量や販売量の動き	・スポット業務の受注量が増加傾向にある。
	□	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量は安定しているが、景気は良くもなく、悪くもない。
	□	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。
	□	木材木製品製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に関する人流の制限などがなく、年末年始から飲食や観光などの消費が回復基調にあるが、住宅業界は依然として厳しい状況にある。
	□	鉄鋼業(総務担当)	取引先の様子	・年末から年始にかけて大きな変化はなく、このままの状態が続いていく。
	□	建設業(経営者)	取引先の様子	・相変わらず、取引先からの建築工事や修繕工事の見積りの依頼はあるが、契約まで至らない案件の割合は変わらない。
	□	建設業(総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・現在具体化している物件の価格に、資機材価格の高騰分を転嫁するのが困難であるため、仕事量を確保できても、利益面で厳しい状況となっている。
	□	輸送業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・短期的には大きな変動要素はみられず、堅調である。
	□	輸送業(業務推進担当)	取引先の様子	・各取引先に目立った動きはなく、景気に関する大きなプラス要素もないため、状況は変わらない。
	□	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、半導体不足等の影響で8割程度の操業にとどまっている。このため、系列の地元部品メーカーの工場の稼働率も、車種によるばらつきはあるものの、おおむね7割から9割程度で推移している。
	□	金融業(貸付担当)	取引先の様子	・原材料や燃料等のコスト高が継続し、販売価格への転嫁が追い付いていない中小企業の取引先が多い。
	▲	農林水産業(従業員)	取引先の様子	・飲食店や量販店の来客数や売上が厳しい。
	▲	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	・鉄鋼向け大型案件の生産が終了し、生産が落ち着いた状況である。また、他の汎用品の生産量も減少している。
	▲	鉄鋼業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注が悪化している。
	▲	非鉄金属製造業(業務担当)	それ以外	・エネルギー価格、工業薬品価格、資材価格等の高騰が収益を圧迫している。
	▲	金属製品製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・営業の想定よりも、受注が1割から2割程度少なくなっている。
▲	一般機械器具製造業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・生産計画を下方修正するなど、景気はやや悪くなっている。	
▲	電気機械器具製造業(総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・物価上昇や原材料値上げに対して、事情変更の原則が適用されないと思われる。取引先の先行き手配の受注物件について、販売価格が見合わない物件も出てきているため、利益圧迫やキャンセルによる機会損失が発生している。	
×	×	通信業(営業企画担当)	受注価格や販売価格の動き	・電気料金やデータセンターなどで利用される部材価格の高騰の影響で、客に提案する価格が以前より高くなっているため、客の購入意欲が低くなっている。購入額が上がることで、予算の取り直しや購買計画の遅れなどが発生している。
雇用 関連  (中国)	◎	*	*	*
	○	民間職業紹介機関(職員)	採用者数の動き	・コロナ禍で海外出張を抑えていた企業が海外要員の採用を増加している。

(中国)	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	雇用形態の様子	・新卒採用に限定すると、2023年3月卒の採用充足率は約80%で3年ぶりに減少し、新型コロナウイルス感染症発生前の水準となっている。採用活動についても、5割弱の企業が前年より厳しかったとの見解を示している。内定者についても、約4割の企業が、質は満足しているが、量は不満と返答している。
	□	職業安定所（雇用関連担当）	求職者数の動き	・新規求人数が、ここ1年、前年同月を上回っている一方で、求職者数は、前月に引き続き、減少している。企業は雇いたい年齢層に合わせて募集媒体を変える等工夫しているが、人手不足は継続している。
	□	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・人材紹介に関して、求職者数の登録数はほとんど変わらないが、企業からの受注数は微増傾向にある。
	▲	人材派遣会社（経営戦略担当）	採用者数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響で、派遣稼働者が減少している。
	▲	新聞社「求人広告」（担当者）	求人数の動き	・物価や光熱費の急激な上昇等に対応することが困難で、賃上げも意識せざるを得ない状況で、企業に求人数を抑える動きが出ている。
	▲	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みると、前年比で12.4%の増加、前々年比では21.2%の増加と回復傾向にある。ただし、産業別にみると、不動産業・物品賃貸業や宿泊業・飲食サービス業の新規求人数が前年比で大幅に減少していることから、物価高騰や新型コロナウイルス感染症の第8波の影響等により、人の動きは落ち着いてきたと思われる。
×	—	—	—	—