

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (中国)	◎	*	*
	○	商店街（理事）	・年末という季節要因で、景気がやや良くなる。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・最低賃金上昇でパート勤務の客の購買力が上がっていく。
	○	百貨店（広報担当）	・コロナ禍で中止されていたイベント等が復活し、人が集まる機会が増加しているため、それに伴う消費も喚起される。
	○	百貨店（営業担当）	・気温の変化と外出需要が重なってくると景気は良くなっていく。
	○	スーパー（店長）	・物価上昇が続いているが、数字をみると足元の景気が今後やや良くなると想定できる。
	○	スーパー（販売担当）	・物価高が少し落ち着いてきて、最低賃金の改定もあるため、景気の上向きに期待したい。
	○	スーパー（販売担当）	・非正規社員の時給単価が上がり、消費に回ることが考えられる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・今後も現状が継続するのではないかと感じている。ただし、ガソリン代や電気料金の負担軽減措置が終了となると先行きは不安である。
	○	家電量販店（販売担当）	・冬商戦へ期待する。
	○	乗用車販売店（店長）	・整備入庫が堅調に推移しており、年内は安定と見込んでいる。販売面も新型車が順調に受注できている状態をしばらく維持できると思う。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・ここ数か月の状況を見ると良くなりつつある。来期になって現状が維持できているか先が読めないが、期待している。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・様々な車種の生産が開始されると販売量が伸びてくる可能性がある。
	○	自動車備品販売店（経営者）	・季節商材が動き始めるため現時点よりは良くなるが、前年比では20%減少になると予測する。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・暖冬の予報が出ていて秋冬物の動向が心配だが、良くなる流れは続くともみている。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	・秋の行楽シーズンを迎え、国内の団体日帰り旅行などの予約が目立って入っている。
	○	観光型ホテル（営業担当）	・秋の観光シーズンが到来するため、景気が上昇すると考えている。
	○	観光型ホテル（副支配人）	・秋の行楽シーズンの昼の団体予約が堅調に推移する。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	・航空路線の再開等で、東アジアを中心としたインバウンドの個人需要が見込まれる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・海外からの就航便が増えてきているため、宿泊は今後更に良くなるが、婚礼関係に一抹の不安がある。特にホテル見学を希望する新規のカップルが増えない限り、将来の予約数改善につながらない。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・12月は例年オフシーズンとなるが、県単独による全国旅行支援が12月中に再実施されることが決まり期待できる。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・観光のトップシーズンとなり、乗客数増加に期待が持てる。
	○	旅行代理店（経営者）	・旅行部門はこれからますます需要が高まるが、2024年問題でドライバーの確保がこれから大変になりそうである。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加しているが、影響は少ないため、景気はやや良くなる。
	○	タクシー運転手	・7～8月は観光客が多かったが、9月は少し人出が少なかった。10月以降は人出も増え、景気もやや良くなる。
	○	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、景気はやや良くなる。
	○	通信会社（経理担当）	・新しくエリアが開通するため、申込みが増えることを期待している。
○	テーマパーク（営業担当）	・イルミネーション期間の集客が期待できる。	
○	観光名所（館長）	・徐々に団体旅行が増えており、今後も回復傾向が続くとみられる。	
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、景気が上向いていたが、インフルエンザの流行等で消費マインドが冷え込んできている。	

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・駅前通りの夜の交通量が増えてきているため、人の移動は多くなっているが、街中の交通量、来客数、売上の増加につながっていない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（経営者）	・来年までは予測不可能なことが起こりそうで、しっかりと1日1日を確実にこなすことが大切に感じる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・人出は多少増えているが、にぎわっているのは飲食関係で、小売関係は今後も余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔食品〕（経営者）	・円安の進行で仕入コストの上昇は止まらず、売上が回復しても価格競争が本格的になり、収支状況の改善は難しい。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔印章〕（経営者）	・すっかり秋めいてきて、しばらくは現況が維持できる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・食品やサービス価格の値上がりにより家計の負担が増加し、景気は停滞する。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・この3年間で客の生活様式が様変わりしている。きっちり系の商品の動きが鈍くなり、ブラックフォーマルでさえ単品で購入する客が増加しているため客単価が低下している。また、温暖化によりコート等の動きも悪くなっているため、更に客単価が悪化する。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・人がある程度動き出した状況で、客が県外で購入する商品群と地元で良く売れる商品群が混在しているため、今後の予測が難しい。景気は総じて大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・物価上昇の影響が出始めている。ガソリン価格の高騰など今後の見通しも良いとは思えず、今後の景気もやや良くなる程度とみられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・食品の値上げが秋以降も続くようで、消費者の財布のひもが固くなるのが予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・10月からの値上げで売上は好調を維持するが、来客数がどうなるかが不安である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・現在、食料品を中心に値上げが継続しており、流れは変わらないとみられる。客の節約志向の更なる高まりや、値上げされる物価に比例していない収入の状況から現状が続くとみられる。年末年始に向けて前年よりは回復すると考えるが、大きく伸長することはない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・来客数が減少しているが、3か月後も現状は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・商品の値上げ品目の増加に加え、猛暑の影響により生鮮品の値上がりが景気に影響している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・物価高騰で買物を控えている客が多いため、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・物価上昇が止まらないため年末商戦に影響が出る。ケーキやおせちなどメインとなるものに対する客の購買意欲は変わらないが、雑貨や小物等の消費は抑えられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	・最低賃金の上昇でコストが上がり、必然的に商品単価も上がるため、客の購買動向の予測が付かない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（副地域ブロック長）	・従業員の人件費の増加や水道光熱費の冬場の高騰もあり、コスト増加は不可避である。来客数の鈍化が続いていることから、売上についても大きな期待はできない。いかに客単価で稼いでいくかがポイントになる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・特に中小企業では、景気の良くなる要素がみえない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・政府による景気対策が発表されたが、減税に関する項目がなかったため、景気の活性化は期待できない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・客が家電製品を故障するまで使用するため、買い替えサイクルが延びている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・電気料金の値下げが決まったので、ある程度は商品が売れるかもしれないが、新製品の発売もなさそうなので見通しは良くない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（副店長）	・来客数は減少傾向だが、単価は上昇しているため、売上は横ばいになるのではないかと推測する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・半期決算の時期だが、前年同期と比較して30%ほど販売台数が減少している。ガソリン代を始め、物価高騰の影響が大きく、整備代を節約する客が多く見受けられる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（統括）	・メーカーの供給台数が販売台数に影響する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	・物価上昇や10月からの値上がり等で、景気に余り変化はなさそうである。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	・やはり物価高では生活必需品の購入が最優先であり、我々の販売しているものの購入は二の次になっている。

□	その他専門店 [土産物] (経営者)	・インボイス制度が始まるため、景気が良くなるとは思えない。
□	その他専門店 [時計] (経営者)	・秋になり来客数が増える。
□	その他専門店 [和菓子] (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の影響はみられないが、これ以上の伸びは当面はない。
□	その他小売 [ショッピングセンター] (管理担当)	・客の外出意欲は高まってきており、販売機会も増えているが、商品の値上げ基調が、多くの客の消費へのブレーキになっているように感じる。年末を控え、これから外出や買物に出る場面が増えてくる時期でもあり、売上の増加を期待するところである。
□	一般レストラン (経営者)	・何に関しても値上げが続いているため、どうやりくりしているのか悩むところだが、行楽シーズンに入るため外国人需要にゆだねるしかなさそうである。
□	一般レストラン (経営者)	・ランチの利用は現状のまま推移するものの、食料品価格の上昇や電気料金、ガス代等の高騰もあり、ディナーの利用を差し控える客が増加する。
□	一般レストラン (経営者)	・景気が良くなる要素がない。景気は良くなったり、悪くなったりで、なかなか予測できない。
□	旅行代理店 (支店長)	・経済環境が改善され、海外旅行需要が回復してこない限り厳しい状況は続く。
□	タクシー運転手	・現状が良い状態であり、今以上に良くなるとは思えない。
□	通信会社 (企画担当)	・営業活動はおおむね変わらない、あるいは良いといえる状況が続いており、変動要素が年末にかけて見当たらない。
□	テーマパーク (業務担当)	・ガソリンなど諸物価の高騰で客は外出を控える。
□	ゴルフ場 (営業担当)	・先の予約の入り方は良い。秋めいた気候になってきたので、このまま来場者が伸びることを期待している。
□	美容室 (経営者)	・景気は落ち込むこともなく、急激に良くなることもなく、緩やかに回復する。
□	美容室 (経営者)	・客の給料が増加せず、節約傾向が続いているため、2～3か月では景気は変わらない。
□	設計事務所 (経営者)	・万博会場の建築計画が進まないニュースが社会をにぎわしているように、材料費、人件費、警備に関する安全費が上昇している状況で、民間も着工の見通しが立っていない。落ち着くにはもう少し時間が必要である。
□	設計事務所 (経営者)	・物価や金利の上昇傾向がしばらく続くとみられることから、様子見の状況が続く。
□	住宅販売会社 (従業員)	・新型コロナウイルス感染症に関する制限解除から1年後くらいまでは、現状維持が続く。
□	住宅販売会社 (営業担当)	・来場数は増えているが、物価高騰の影響から消費者の購入意欲が停滞しているため、現状が続くと考える。
▲	商店街 (代表者)	・景気が回復しているという報道があるが、依然として厳しい状況が続いていく。
▲	百貨店 (営業担当)	・気温の高い日が続いており、暖冬予想であることから、秋冬物の衣料品の販売は苦戦が予想される。
▲	百貨店 (営業企画担当)	・物価高騰が景気に影響する。
▲	百貨店 (売場担当)	・食品を中心とした再値上げが10月から予定されており、また、おせちの予約を開始したが、立ち上がりの売上が前年より遅れているようで、好材料が見当たらない状態である。
▲	スーパー (財務担当)	・物価の上昇が今後も続き、客の節約志向により買上点数の前年割れが続く。
▲	コンビニ (支店長)	・売上を維持しても、経費が上昇するという状況が続くとみられる。
▲	乗用車販売店 (店長)	・長納期の影響で、需要が一巡した感がある。
▲	一般レストラン (店長)	・10月からの値上げの影響が心配である。今までも値上げ後は飲食店への来店を控える傾向があったので、今回もそうなるのではないかと心配である。大きく落ち込むとは思えないが、多少の影響はある。
▲	通信会社 (営業担当)	・継続する物価高騰に賃金上昇が追い付いておらず、家計の緊縮財政はより進むものとみられる。
▲	放送通信サービス (総務経理担当)	・料金延滞の推移から、物価高による家計圧迫の影響が見て取れる。
▲	通信会社 (広報担当)	・値上げが続けば、客の購買意欲は落ち込んだままとなる。
▲	競艇場 (企画営業担当)	・2～3か月後は、舟券の発売時間が短くなり、売上が減少する。

	▲	美容室（経営者）	・インフレ、増税の影響により、客の消費に対する消極性が出てきている。客の2極化が進み苦しい状況が続く。
	▲	設計事務所（経営者）	・客の資金面が厳しいなか、客の資金に応じた商品が提供され、購入につながるにはしばらく時間が掛かる。
	▲	住宅販売会社（営業所長）	・住宅価格の見直し時期が到来してくる。物価高や金利高が先行しているなか、将来不安を払拭できる材料や国の支援施策の強化が必要である。
	×	コンビニ（エリア担当）	・来月から2つの工事が開始する。現在、店の景気は工事の有無によって左右されており、工事が開始すると景気は悪くなる。
	×	乗用車販売店（リース担当）	・ガソリン価格の高騰など物価上昇のため、3か月後は今以上に景気が悪くなる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・ガソリン代や電気料金の値上げが止まらない状態では、耐久消費財への支出が後回しになる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	*	*
	○	化学工業（総務担当）	・化学業界全般としては、環境問題に直結するものが多いが、景気を後押しするものも多いため、経済や社会へ貢献できると期待している。
	○	鉄鋼業（総務担当）	・僅かではあるが、受注傾向は良くなっている。
	○	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売先の3か月内示が現状と比べやや良くなっている。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量が増える見込みである。
	○	輸送業	・受注が増えているため、景気はやや良くなる。
	○	輸送業（営業担当）	・半導体の安定供給に伴い、製造数量の増加が予想される。
	○	通信業（営業企画担当）	・必要投資、計画投資のため、大幅に需要が拡大することはない。電気料金などの高騰が落ち着き、価格も安定していることから、取引先の購買意欲も更に良くなる。
	○	金融業（外交担当）	・地元自動車メーカーの関連企業の設備投資が活発化しており、資金需要が旺盛となっている。
	○	広告代理店（営業担当）	・客の受注に関して先付けの対応の内容が来ており、良くなる方向で進行する。
	□	農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素も悪くなる要素もない。
	□	食料品製造業（経営者）	・10月からの最低賃金上昇に伴い、全社員の賃金の見直しを実施することになるため、一段と厳しい状況になる。
	□	繊維工業（財務担当）	・海外からの訪日需要が望めない。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	・円安の状態が続く、原油を始め輸入資材が高騰し、景気の回復がみえない。景気は低いまま横ばい傾向が続くとみられる。
	□	化学工業（総務担当）	・ウクライナ情勢や尖閣諸島情勢など緊張が高まっていることから、景気の回復が見込めない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・建設用生産がしばらく継続するため、現在の生産水準は継続する見込みである。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・人手不足の影響は大きい。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料素材関係の受注や販売量は、今後、数か月大幅な伸びは期待できない。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・原材料費、物価の上昇など、市場全体が大きく変わる要素が見当たらない。
	□	建設業（経営者）	・建設工事受注量は余り変化がないが、資材高騰や人材不足等の不安材料が多々あり、企業側の設備投資も様子見から脱していない感がある。
	□	建設業（総務担当）	・物件量と現在の資材や協力会社の稼働状況を考えれば、ある程度の利益予想は立つが、資機材の高騰など、予測できない部分もある。
	□	輸送業（業務推進担当）	・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、状況は余り変わらないと判断する。
□	会計事務所（経営者）	・活動を活発化させたいが人手不足が解消されていない。DX化が進んでいるが、インボイス制度導入に伴う手間の増加を懸念している。落ち着くまでDX化、合理化と相反する部分があるのではないかと。	
▲	▲	金属製品製造業（総務担当）	・取引先の案件数が減少しており、今後の受注が減ることは確定的である。
▲	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・個々の受注量の状況に加え、取引先の生産調整の影響により、予定していた液晶パネル製造装置の販売の時期がずれ、また、半導体向けパッケージ基板の需要も減速している。

	▲	金融業（経済産業調査担当）	・名目賃金の減少や買い控えの動き等から、個人消費が弱まる懸念がある。
	▲	不動産業（総務担当）	・10月以降の来客数と成約件数は今月よりやや減少し、年末までにほぼ横ばいとなる予測である。
	×	—	—
雇用 関連 (中国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（支社長）	・秋以降、自動車や半導体の業種で生産活動が活発化する。
	○	求人情報誌制作会社（広告担当）	・長いコロナ禍を経て、企業も人も動きが活発になっている。どこに行っても人が多く、海外からの旅行者もこれまでのアジア系中心から欧米系が急速に増加している。業種により異なるが、新卒採用、中途採用のニーズは新型コロナウイルス感染症発生前よりも増加傾向であり、今後しばらくはこの動きが続くとみられる。
	□	人材派遣会社（社員）	・依然として世界情勢による物価高は続くが、評価が変わるほどの前向き、後ろ向きの話題はない。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・限られた求職者をマッチングさせるため、自社内の生産性を向上させることができるか否かが鍵となる。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当面、景気が好転する要素が見当たらないため、大きな変化は見込めない。
	□	職業安定所（事業所担当）	・コロナ禍からの脱却はみられるものの、ゼロゼロ融資の返済期限到来や10月からの最低賃金引上げ等により、しばらくは景気にマイナス影響がある。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・採用条件を緩和してもなお、採用できない企業も多く見受けられる。採用できない企業は売上の上昇が見込みにくく、景気底上げや活性化には至らない。
	□	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・新年度の体制変更に向け、企業ではこれから中途採用の募集が活発化し、同時に転職希望の潜在層も今後具体的にアクションを起こすタイミングとなる。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・現状から変わる要素がないため、景気に変動はないとみられる。
	▲	人材派遣会社（副支店長）	・新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの感染が広がる傾向にある。
	▲	その他雇用の動向を把握できる者	・物価高騰が続いており、生活に支障を来している。当面この動きは変わらない。
	×	—	—