

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)	◎	百貨店（広報担当）	・身の回りでは旅行や外出へのモチベーションが高い様子なので、ゴールデンウィークの人出は多くなる。
	◎	バー（経営者）	・今が最悪である。
	◎	都市型ホテル（宿泊担当）	・3月以降の予約数は客室単価及び販売室数において高水準となっている。
	◎	都市型ホテル（企画担当）	・現在が閑散期なので、2～3か月先の予約状況は好転している。
	○	商店街（理事）	・卒業や入学のシーズンを迎え、人々の気分が明るくなることから、景気はやや良くなる。
	○	商店街（代表者）	・1月1日の能登半島地震、2日の飛行機事故による客の気分の落ち込みが和らげば、景気は徐々に良くなる。
	○	商店街（代表者）	・観光業全体の動きが活発になっていけば、一般小売業の景気もそれに伴い上昇していくとみられる。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・新たなスタートを切る人が多くなる時期である。
	○	百貨店（売場担当）	・当市が大手米国紙の世界で行くべき場所として選出された。この春より国内外から多くの観光客が見込まれ、状況は好転する。そのための受皿を早急に用意する必要がある。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・インバウンド、観光客を含め、春先からの来客数に期待できる。客単価の下落を来客数の増加でカバーしていくために、カウンターフーズなどの商品の販売を狙っていく。
	○	衣料品専門店（経営者）	・経済自体は前向きと捉えている。
	○	乗用車販売店（統括）	・メーカーの供給体制が徐々に良くなっている。
	○	乗用車販売店（店長）	・大手自動車メーカーや大手中古車販売店の不正問題解決、納期問題解決のめどが立てば上向く。
	○	その他専門店〔時計〕（経営者）	・集客数は少しずつ増えていく。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・1～2月は消費が抑えられる時期であるが、これから新生活用品の需要が増加し、人の動きも活発になってくる。商品の値上げ基調はあるものの、極端に客の財布のひもが固くなることはない。
	○	一般レストラン（店長）	・企業関連の予約やサラリーマンの来店が増加傾向にあり、インバウンド需要も前年を上回るペースで入っている。この状況が続けば、景気はある程度上向くと考えられる。
	○	観光型ホテル（営業担当）	・春先に向けて景気上昇に期待したいが、若干、先行予約数が乏しい。
	○	観光型ホテル（副支配人）	・桜の季節になると観光客は増えてくる。現在、宴会の予約も少しずつ入ってきている。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・1月の初めは宿泊予約ペースがとても遅かったが、中盤から回復し、2月は前年を3%ほど超える見込みである。3月の予約数も前年を5%前後上回っている。4月については毎年安定した稼働で、今年についても同様とみている。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・4月以降の先行予約は例年並みに推移している。また、地域内でMICEの開催予定があり、人の動きが活性化することが期待できる。
○	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある。今一番不安なことは、円安の影響で客が遠方の旅行を控えていることである。	
○	タクシー運転手	・この度、大手米国紙で当市が行くべき場所として紹介された効果で、国内外から注目され、活気が出ると期待している。また、行政もこの機会を捉え、いろいろとイベント等を企画すれば、その効果も期待できる。	
○	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いたため、景気はやや良くなる。	
○	ゴルフ場（営業担当）	・先の予約状況が例年より良いペースで推移しているため、このまま順調にいけば景気は良くなる。	
○	競艇場（企画営業担当）	・2か月後の3月中旬にG2レースが開催されるため、売上が十分見込める。	
○	住宅販売会社（従業員）	・能登半島地震により、建築需要が高まると考えられる。	

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・販売価格の上げが難しく、従業員の給料に影響してくる。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・物価上昇のなか、客の買い控えから来店頻度が下がっている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（経営者）	・1～2月は地元の人たちは冬休みのように静かである。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・これから1番寒い時期に入るため、来客数は増加しない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・2023年3月にマスク着用が任意となり、人流等が新型コロナウイルス感染症発生以前に戻り始め、来客数や売上に回復傾向がみられたが、2024年に景気がどこまで伸長するかは不透明である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いても、メーカーが提供する商品が増加しないため、売上は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・現状、来客数や売上は前年と比べ微増ではあるが、価値観の変化や物価高などによる節約志向により、景気は劇的な回復はしないとみられる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・特に景気が変動する要因はない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・直近、株価が高値更新し、景況感は悪くないと考えるが、客の購買意欲は大きく改善されていない。物価高騰等、まだ不安材料の方が大きく、景気回復には程遠いとみられる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・現状が新年度を迎えるまで続くとみられる。新年度に賃金が上がってくれば、消費に跳ね返ってくると考えられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・3か月後も社会情勢や競争環境が変わらないため、景気は現状のまま推移する。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・客の買い控えによる販売点数の減少で、売上は前年を維持するのが精一杯となる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・高齢者が増加し、賃金が上昇している実感がない状況では、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・現状、景気が良くなる要因がない。外出機会が増えると同時に客が外食へ向く傾向がみられる。春闘の結果は小売業へ影響する。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・大きな景気対策がなく、値上げも続くなか、今以上に来客数が増える要素がない。相変わらず客の財布のひもは固い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・競合店も来客数が少ない様子で、上向き感がみられない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	・例年春先から売上が伸びるが、価格が高くなったとの客の声が多いため、販売数量の伸びは望めない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・値上げが続く傾向にあるため、買上点数は下がり、客単価の上昇は厳しいとみられる。一方、小麦粉やミックス粉が値下げとなっているので、バレンタインや新生活の需要に応えたい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・値上げが継続しており、消費が上向き要因が余りみられず、前年並みで推移している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・この地域はまだインフレ傾向にないとみられる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症や道路工事の影響で、1年以上厳しい状況が続いたが、来客数は回復している。今後は前年よりも多少良い状況が続く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・景気にプラスに働く要因がないため、今後もこのまま推移していく。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・廃業する問屋もあり、良い商品が供給できなくなっているため、厳しい。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・物価高が続き、自粛ムードを覆す景気対策が採られていない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価高の影響で買換え需要の低下が続くため、しばらくは厳しい状況になる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（販売担当）	・新生活関連需要や決算に期待するが、来客数が戻るとは考えられない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる要因が特にないため、変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・大手自動車メーカーの不正問題の余波を懸念している。客の不信感に残り、業界全体へ影響する状況が続くそうである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・現在の景気は低迷しているが、ここからの景気回復を願うばかりである。

□	自動車備品販売店（経営者）	・円安、金融緩和策が続く限り値上げは続き、販売量は減少していく。確かに金融緩和が終わると運転資金や債務などの金利も上がるが、小売業にとって売上件数とそれに伴う利益がないと支払がしんどくなる。
□	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・復興の道筋がみえるまでは景気は良くならない。
□	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・土産物や地域産品を扱う店としては、個人や団体の観光需要が伸びないと現状維持が精一杯である。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・株高、賃金上昇などのプラス要素はあるが、一方で実質賃金の連続マイナスや人手不足などのマイナス要素もあり、景気は大きくは変わらない。
□	高級レストラン（事業戦略担当）	・特に大きな話題がなく、能登半島地震の影響も今のところこちらの地域にはない。
□	一般レストラン（経営者）	・晴れの日の売上が増加する時期が来る。新年度を迎え、アルバイトスタッフの交代時期となるが、時給競争が激しくなっている現状では、スタッフの確保や育成が例年よりも困難になり、営業面で厳しくなる。
□	一般レストラン（経営者）	・寒波で人の動きが低下する。
□	旅行代理店（支店長）	・為替、物価、賃金など、社会環境次第で状況は変わっていくが、現状では有効な施策も打たれていないため、状況は変わらない。
□	タクシー運転手	・日中の人出は少なく、夜もかなり少ない。景気は足踏み状態が続いている。
□	タクシー運転手	・運転手不足になっているため、先行きが不透明である。
□	通信会社（企画担当）	・年明けに能登半島地震や大規模事故等が続いたが、それによる先行き不安から購買を控える話は余り聞かない。消費に前向きな基調であるとうかがえる。
□	通信会社（営業担当）	・何ら景気浮揚の要素はないが、悪化の要因も見当たらない。
□	テーマパーク（営業担当）	・閑散期であり、来客数の増減が少ないとみられる。
□	テーマパーク（業務担当）	・ガソリンの価格高騰など物価が上昇しているため、景気はまだ大きく変わらない。
□	美容室（経営者）	・今後どうなるか予測できないが、客が新型コロナウイルス感染症やインフルエンザに感染することを心配し、出歩くことを恐れているようなので、様子見の状態が続く。
□	美容室（経営者）	・前年からの物価高で、客の節約傾向が続いており、2～3か月後に客の生活スタイルが変化するわけではないため、景気は変わらない。
□	設計事務所（経営者）	・建築業界は人手不足が続くなか、4月から働き方改革の業種に加わる。このため、建築費の上昇は収まらず、現状が続くとみられる。
□	住宅販売会社（営業担当）	・景気に変化する特段の要因がないため、現況が続くと考える。
□	住宅販売会社（営業所長）	・商品や販売戦略等の変革が必要になっている。
▲	商店街（代表者）	・客は良い商品があっても購入せず、バーゲンセールまで待とうとするため、厳しい状況が続く。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・能登半島地震の影響で消費マインドが低下しているのか、年が明けてから売上が落ちている。
▲	スーパー（財務担当）	・年末年始は人流の増加により売上も順調であったが、年始後は客に節約傾向が見受けられるため、売上が減少する。
▲	コンビニ（支店長）	・中小企業の賃上げが厳しい状況にある。
▲	家電量販店（副店長）	・家電に革新的な商品が出ておらず、需要が改善する見込みがない。大型商品を中心に需要が低迷するとみられる。
▲	乗用車販売店（リース担当）	・客が点検をしない選択をしていることから、景気は良い方向に向かっていない。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・能登半島地震の発生による部品調達の問題や大手自動車メーカーの不正問題で生産に影響が出ており、売上は良くならない。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・大手中古車販売店の不正問題、大手自動車メーカーの不正問題、大規模リコール、能登半島地震発生による部品供給の遅れなど、自動車業界全体が厳しい状況にある。客からの問合せも多く、購入を見送る客がいる。

	▲	乗用車販売店（業務担当）	・生産台数が減少し、景気に影響してくる。
	▲	通信会社（総務担当）	・今年度までは新サービスを拡張しているため、新規顧客の加入が見込めたが、来年度からは現状維持になることが予想される。
	▲	通信会社（広報担当）	・価格上昇のあおりを受けて、このまま買い控え傾向が続く見通しである。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・延滞回収率を長期スパンで見ると、回復傾向ではない。
	▲	美容室（経営者）	・消費傾向が変わった。物価高と増税で社会の金の回り方が鈍くなっている。生活費を抑えて投資や将来への貯蓄などが増えてくると考えられる。特に若い世代の消費の傾向は鈍化していく。
	▲	設計事務所（経営者）	・客の所得が伸び、予算の改善がみられるようになるまでしばらく掛かる。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・国産製品より安価なアジア商品を求める客が増加し、ますます我が国の製造業は厳しくなる。その代わりにアジアの諸外国が経済発展する。
	×	住関連専門店（営業担当）	・来客数が増えない。
	×	一般レストラン（経営者）	・2月は寒さのため人出が少なくなり、1年で1番景気が悪くなる時期なので、消費が減少する。
企業 動向 関連  (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・地元自動車メーカーの生産が落ち着いてきているが、春には忙しくなるようなので、景気は良くなる。
	○	食料品製造業（経営者）	・春夏商品の商談中であるが、値上げもあり、少量で買やすい価格帯の検討をすることになっている。徐々にではあるが、商品の動向も良くなっている。
	○	鉄鋼業（総務担当）	・受注予測では、力は弱いながらも少しずつ回復していく見通しになっている。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	輸送業（営業担当）	・年度末に向けて新規案件の引き合いが多く、3月に向け受注増加が見込まれる。
	○	金融業（経済産業調査担当）	・緩やかなインフレ鈍化と前年を超える水準の賃上げ提示により、消費マインドが改善に向かうと考えられる。
	○	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期であり、良くなるとみられる。
	□	農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
	□	繊維工業（財務担当）	・物価上昇が続くなか、給与支給額の上昇が見受けられる。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	・円安が続き、消費財の値上げもあり、景気の回復はなく、今後2～3か月も低迷状態が続く。
	□	化学工業（総務担当）	・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。当面は様子見の状況である。
	□	化学工業（総務担当）	・自然災害や戦争など、景気が上向く要因がない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・需要の急速な回復が見込めず、現在の生産水準が続く見込みである。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・人手不足の声がよく聞かれ、大きな需要変化はないとみられる。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・金属価格に大きな変動要素はみられないため、景況感は変わらない。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・人件費や原材料費が高止まりしているなかで、大きな改善、変化が見込める状況にないと判断している。
	□	建設業	・賃上げにより基本給自体は増加するが、賃上げ率よりも物価上昇率が高いようである。
	□	建設業（経営者）	・中小企業は賃上げに対応するが、満足できないと考える。
	□	建設業（総務担当）	・資材価格や納期等は比較的落ち着いている様子であるが、天災や地政学リスクがあり、急変する恐れはある。
	□	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）	・電気や半導体関連の価格高騰の可能性が低く、企業の投資意欲も最近の状況と変化がないと考える。	
□	会計事務所（経営者）	・物価上昇のなか、値上げ効果に期待がある一方、業種によって受託業務量は伸び悩む。	

	▲	金属製品製造業（総務担当）	・鉄の原材料が4月から値上げになることが決まっており、下降が続いていた電気料金の燃料調整費も上昇すると見込んでいる。工作機械業界の回復は2024年後半からの予測であるため、採算面で上期は厳しいと想定している。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きは良くならない。
	▲	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注先の内示情報から判断すると、景気はやや悪くなる。
	▲	金融業（支店長）	・大手企業の工場撤退が通知されており、時期は不明であるが、関連企業の業績に影響があると考えられる。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	・新規の受注量が低迷しており、当社が事業運営している分野においては、良くなる見通しが当面立たない。
雇用 関連  (中国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営企画担当）	・依然として求職者数よりも求人数の方が多く状況が継続している。
	○	人材派遣会社（副支店長）	・4月開始を希望する求職者の動きが活発になる。
	○	人材派遣会社（事業部長）	・人手不足の長期化に加えて、派遣社員の定着率悪化や自社の正社員のベースアップなど複数の要因により、派遣社員の賃上げを了承する企業が増加してきた。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・新卒初任給のベースアップを計画している企業が増えつつあり、既存社員の収入も増加する。物価上昇分を吸収できれば、消費の増加へ向かっていくとみられる。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・4月までは転職市場が活発になるため、求人数及び求職者数も伸びる傾向にある。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・2025年3月卒業予定者を対象とした求人依頼が増えている。
	○	その他雇用の動向を把握できる者	・物価が高騰しているものの、企業の人材が不足していることや社会的に賃金を増加させたい状況になっていることなどを背景に、今後、賃金が上昇することから、景気は徐々に回復傾向になると考えられる。
	□	人材派遣会社（社員）	・雇用環境が変動する話題はないため、景気は平行線の状況であり、引き続きマッチングに苦慮する状況が続く。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒採用や30代前半の中途採用で慢性的な人手不足となっている企業が多い。今後、少子化が進展することもあり、採用に金を掛けようと考えている企業が多い。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方の中小企業の賃上げが実施されない限り、今年前半の状況は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・製造関係を中心に今後が見通せない状況が続いている。雇用調整助成金の相談が増加している。
	□	職業安定所（事業所担当）	・有効求人倍率は依然として高水準で推移しているものの、物価高を背景とする消費の鈍化が改善される要因がない。賃上げ気運も都市部ほどの高まりはない。
	▲	*	*
	×	—	—