

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)	◎	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し、来客数が着実に新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで戻りつつある。
	◎	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・来年度の人手不足を解消するため、福利厚生を良くしようと旅行をする会社が出ている。
	◎	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・CM出稿量が年度末の3月に増加するのは例年の傾向だが、前年と比較しても売上は多かった。
	◎	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・女子戦やG2レースの開催で、電話投票の売上が好調だった。
	○	商店街（代表者）	単価の動き	・来客数が伸びず、客に商品が安くなるまで購入を待とうとする姿勢がある。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・新年度を控えて多少来客数が増えているようである。
	○	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・催事やイベント等で客が混雑を気にしていない雰囲気が感じられ、来客数も引き続き前年を上回っている。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・総販売点数や1品単価を見ると、客が現在の商品価格に慣れてきている感じがする。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・春の異動の時期ということもあり、新しい客が増え、来客数が前年比101.2%で推移、売上も前年比103%と伸びている。
	○	コンビニ（支店長）	それ以外	・春闘における給与の上昇で、消費が拡大傾向にあるように感じる。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	お客様の様子	・観光やイベントが新型コロナウイルス感染症発生前に戻り、人流が復活している。来客数の増加に伴い、利益率の高いファーストフードや飲料の販売量が拡大し、付加価値の高いカードゲームの伸長も大きくなっている。
	○	家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・来客数は戻らないが、客単価が上がっている。
	○	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・3月の販売量は前年比108%となっている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・来客数は減少傾向にあるが、市場の動きは良いため、期待はしている。ただし、4月に入ると、市場の動きが低迷することが予想され、不安要素が残ってしまう。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・外国人観光客が目に見えて増加している。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・2月まで平日のランチを閉めていたが、開店の要望が多く3月より再開した。大幅に客の動員を伸ばす日は少ないが、堅調に推移している。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・年度末であることや送別会が開催される時期であることなどから、2月より来客数が増えている。また、欧米人の観光客が非常に増えている。
	○	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・2月は少し落ち込み気味だったが、3月の来客数は前年と同水準で、インバウンドや県外からの来客数も緩やかに伸びている印象である。
	○	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・国内個人旅行者及び海外個人旅行者の増加に伴い、景気が良くなっていると感じた。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	単価の動き	・当社に加えて周辺の競合施設においても、高い単価での販売が散見されるようになってきた。
○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊とレストランでは別の動きとなっている。レストランは一喜一憂のような状況で前年と余り変わらないが、宿泊は稼働、単価共に前年と比べ、5%以上良くなっている。	
○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・気候も回復し、卒業旅行を始め観光客の動きが回復基調にある。また、3～4月は例年同様インバウンドによる桜ツアーも見受けられる。	
○	タクシー運転手	来客数の動き	・1～2月は足踏み状態だったが、3月に入り、利用客が増加している。	

○	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、景気はやや良くなっている。
○	住宅販売会社（営業担当）	販売量の動き	・住宅の販売価格は上がっているが、販売棟数も伸びている。
○	住宅販売会社（営業所長）	来客数の動き	・展示場の来場者数が微増であるが、増加傾向に変化がある。生活に変化が生じる年度末が原因なのか、金利上昇気運の影響なのか様子を見る必要がある。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街で春の売出しを行っているが、客が買い控えしている様子があり、思うように来客数が伸びていない。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・小売店の力が弱くなっている。
□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が増加しているが、売上につながっていない。
□	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・出店やイベントは増えていて、引き続き活気はあるようであるが、3か月前より良い実感はない。
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・春物商材は気温や天候に大きく左右された。前年と比べ、来客数は増えているが、まだセール商材などが動いている状況で、定価商品の動きは厳しい。オケージョン需要もあるものの単品買いが目立っていた。
□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・売上シェアの大きい婦人服が全国的にも非常に厳しい状況と聞いているが、当社も同様である。しかし、食品や工芸などその他部門は少し上向き加減に推移している。
□	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数百万円の陶芸品や数十万円のブランドのジュエリーなどが売れたが、今月も厳しい。
□	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・株価が高値更新しているが、景気回復の兆しはなく、3か月前と比べても、景気に変化はない。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年をやや下回った状態で推移しているが、商品価格の上昇で、売上は何とか前年を上回っている。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・客の節約志向は変わらず、来客が割引デーに集中しているため、平日の来客数が伸びない状況である。客が買物する日を決めている感じで、割引デーでのまとめ買い傾向が強い。ハレ型商品も伸びせず、安価なプライベートブランド商品の構成比が上がっている。
□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数、客単価共に前年を下回っている。
□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・和雑貨等を取り扱っており、この時期は新生活需要で器の売上が増加するが、ローコスト店の台頭で単価の上昇を価格に転嫁しにくく明暗が出てきている。
□	スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・売上が1.5ポイント前年を上回っているものの、来客数は2.7ポイント、販売数量は0.6ポイント下落している。やはり、商品価格が上がってからはこのような状況が続いている。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・2月の終わりから3月の天候が前年よりも悪かったため、来客数に変化がなかった。
□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・物価高騰が一通り落ち着いてきているが、消費に関する感度は依然として高い。各企業のベースアップも軒並み合意には至っているが、実質的に変更がない限り変化はないと感じる。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・報道を見る限りでは給与が上がっている様子だが、周りの中小企業勤務の人々からは景気の良い話を聞かない。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、茶会などいろいろな催物が開催されているが、コロナ禍で自粛していた客がまだ余り外出していない。
□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数の少ない日が続いている。消耗品等も値上がりしているためか、故障してから買換える客が多い。
□	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・新生活に関する商品の販売量が減少しているため、売上不振となっている。
□	乗用車販売店（リース担当）	販売量の動き	・ここ数か月は販売できる車も限られており、客の反応を見ても、景気が良くなっているとは考えられない。

□	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・前月と比べても来客数に余り変化はない。
□	乗用車販売店 (業務担当)	販売量の動き	・生産台数や販売に変化はない。
□	自動車備品販売 店(経営者)	販売量の動き	・景気が良いのか悪いのか分からない。物価高で売上額は変わらないが、販売件数は減っている。
□	その他専門店 〔土産物〕(経 営者)	お客様の様子	・客が相対的に安い物、価値のある物を見極めて慎重に買物をしている。以前より良くなった印象は一切受けない。
□	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	・3月に入り、暖かくなるにつれ、土日などは来客数が増えてきたようだが、購買状況は例年並みとみられる。家具など新生活に向けた商材は動くようになった感じだが、イベントなどの客の状況は余り変わっていないようである。
□	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響を受けたこの3年間で客層が変化し、良い客がいなくなった。
□	観光型ホテル (副支配人)	お客様の様子	・3月に入り、月初めは旅行者がかなり減少していたが、後半から春休みになり、徐々に宿泊客が増え始めている。月を通してみると以前ほどではない。
□	旅行代理店(支 店長)	販売量の動き	・引き続き個人国内旅行とインバウンド事業は好調だが、個人海外旅行並びに団体旅行は低調のまま回復の兆しがみられない。円安、人手不足、人件費やバス代金の高騰等のマイナス要因が重なり、需要回復に影響を及ぼしている。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスに関する行動制限が解禁され約1年、好景気の状況を維持しているが更に良くなっているような感じはしない。しかし景気は下降してもない。
□	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・客に月々の出費を特段抑える傾向は見受けられない。
□	通信会社(企画 担当)	お客様の様子	・年度末を迎えたが、前年と比べても、3か月前と比べても、景気は若干良くなっている。
□	放送通信サー ビス(総務経理担 当)	お客様の様子	・料金の延滞件数、延滞率共にほぼ横ばいである。
□	テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・天候に左右される施設のため、景気が上向きに推移しているとはいえない。
□	ゴルフ場(営業 担当)	お客様の様子	・3月に入り、団体予約の動きは良くなっている。土日の集客は平常に戻りつつあるが、平日の予約が良くない。単価を上げてきた影響が出てきているとみられ、近郊の安価な所から予約が埋まっている。
□	美容室(経営 者)	お客様の様子	・物価高の状況であるが、所得は3か月前と比べ、増加していないため、客の節約傾向が続いている。
□	美容室(経営 者)	お客様の様子	・客がいろいろな所に外出しており、景気が元に戻りつつある。
□	設計事務所	お客様の様子	・新年度に向けての新規計画の話が引き続き多く、相談件数が多い。
□	設計事務所(経 営者)	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て1年近くになるが、新築住宅の引き合いが前の状況に戻らない。
□	設計事務所(経 営者)	来客数の動き	・来客数が少なく、かつ予算面で厳しい客が多い。また、建築費が下がらないか様子見する客の姿も見受けられる。
□	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・景気対策で特に大きく目立った動きもなく、新型コロナウイルスに関する行動制限の解禁から一巡した感じで景気が足踏みしている。
▲	一般小売店〔食 品〕	来客数の動き	・商品単価の上昇により売上は前年並みであるが、買上点数と来客数は前年を下回って推移している。
▲	一般小売店 〔茶〕(経営 者)	販売量の動き	・今年に入って、販売量がいずれの月も前年割れとなっているが、商工会議所の会合での話では、ほとんどの小売業が前年割れとなっているようである。
▲	百貨店(営業担 当)	単価の動き	・原価高騰による価格上昇によって販売単価と客単価が上昇している反動で、販売数量と購買客数は減少が続いている。

	▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・来客数が少なく、気温が低いいため、春物商材の動きも非常に悪い。
	▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・買上点数が前年を下回っているにもかかわらず、値上げによる1品単価の上昇により、売上は前年を上回っていたが、値上げが一巡したため、売上もほぼ前年並みになっている。
	▲	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・冷蔵庫、洗濯機、エアコンの販売数量が落ちており、改善する兆候もみられない。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・合格、卒業、転勤などの祝いのための利用が増える時期なので、予約が大幅に増加している。しかし、予約が週末の午後7時までで極端に集中し、ゴールデンタイムの席の回転率が低下しているため、週末の売上は厳しい状況である。
	▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・客が価格の低い商品を選ぶ傾向がある。
	×	商店街（理事）	お客様の様子	・物価の上昇や天候不順もあり、客の買い控えが続いている。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・商品全体の価格が上昇し、高価格商品が売れなくなっている。
	×	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・物価高騰の影響により、客の節約志向が高まっていると考えられる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・繁忙状態が続いている。
	○	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械業界からの受注が増加してきた。取引先が中国向けの案件を受注したようである。
	○	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	・新年度に向けて新規見積案件が増加している。
	○	通信業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・以前と比較し、データセンターの受注量が増加し、高価な取引も増えている。客が電気料金の高騰を受け入れ始めており、データセンターが計画的に購入されている。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、行動制限も薄れてきているが、特に極端な動きはなく、景気に変化はない。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月に入り、注文量が徐々に増加し、前月を25%以上上回っているが、計画には届いていない。
	□	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・原材料の価格上昇を吸収するだけの販売価格の改正ができていない。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・円安、今後の金利の情報もあり、利益も厳しい状況だが、新商品、業務改善による生産性の向上により横ばいとなる。
	□	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・仕入量、受注量、価格を含め、安定していない。若干の不透明感もあり、当面様子見が必要とみられる。
	□	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	・鉄鋼業向け大口注文の納期が遅くなったこともあり、生産現場の多忙感はない。輸出向け案件もなく生産量は低水準が続いている。
	□	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注動向はほぼ横ばいとなっている。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・2024年に入ってから前年から大きな変化はない。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電池材料、電子材料の受注量に変化はみられない。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・賃金上昇の動きはあるが、円安による原材料価格の高騰も続いており、個人消費が大幅に改善することはない。
	□	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・建設資材の値上げで建設価格が高騰するため、顧客の決断にストップが掛かっているようだ。賃上げや株価高騰を耳にするが、景気は良くも悪くもない。
	□	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がないため、状況は大きく変わらない。

	□	不動産業（総務担当）	それ以外	・前月と比べ、来客数は約4%の落ち込みとなっているが、成約件数は約2%増加している。部屋探しの時期が少し早まっていると感じる。
	□	会計事務所（経営者）	取引先の様子	・年度末業務による増収効果はあるものの、取引先飲食業やサービス業の倒産も発生し、良否混在している。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体向けの需要減少や顧客の生産調整により全体的に受注量が減少傾向にある。
	▲	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・物件量などは多く、技術者が段取りできれば受注の機会はある。また、価格転嫁もある程度は進んでいるが、それ以上に2024年問題に関わる人件費、資機材、運送費の価格上昇が予想されるため、予断を許さない状況である。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・生産活動が弱含んでいることに加え、物価の高止まりを通じて消費者の節約志向が一層強まっている。
	▲	金融業（支店長）	取引先の様子	・原材料、仕入価格の高止まりを売価転換できない取引先が多い。利益率の改善ができておらず、資金繰りに苦しんだり、業績が悪化したりしている様子がうかがえる。
	×	*	*	*
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	・人材紹介において、求職者からの問合せ数が前月比130%、前年同月比160%となっている。
	○	人材派遣会社（経営企画担当）	雇用形態の様子	・派遣スタッフの時給の引上げに応じる企業が増加している。
	○	人材派遣会社（副支店長）	求職者数の動き	・求職者数が増え、求人数や派遣料金も増加傾向にある。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・大手企業の前年を上回る賃上げ回答を受けて、地域企業においても追従の動きが活発化しており、採用活動の本格化でその動きがより鮮明となっている。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・大手自動車メーカーの不正問題に絡み、休業をしていた事業所から、4月以降は休業しない見込みである旨の相談が複数あった。
	○	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・喫緊の募集求人についての打合せを進めるなかで、その他の潜在求人数が浮上するケースも多くなり、かつ、それらに対しても採用意欲が高く、以前よりも顕在化するスピードが増している。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・新卒求人数が順調に増加している。
	○	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・求人倍率は1.5倍を超えており、人手不足感がある。
	□	人材派遣会社（事業部長）	それ以外	・派遣オーダーは非常に好調に推移しているが、受注背景を見ると、例年多く発生している増産などの要因は少なく、単に通常運営する人員を確保するためであるケースが多い。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・景気は悪くないまま変わらないが、慢性的な人手不足が加速している。新卒も中途も募集を掛けても人が集まらず採用できない状態が続く一方、給与や待遇面などの条件ばかりが上がっていく。特に新卒採用は前年と比較し、厳選化や早期化が更に進んでいる。学生は多くの企業を受けず、入念に選んだ企業のみ就職活動をし、売手市場を背景に早々に内定をもらい就職活動を終える。
	□	求人情報誌製作会社（大卒就職支援担当）	採用者数の動き	・3月末を迎えて決算が分かってくればまた変化があるかもしれないが、企業の採用者数の動きは変わらない。
	□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・2月の新規求人の受理状況をみると、新規求人数は前年と変わらなかった。産業別では、卸小売業で新規求人数に伸びがあるものの、製造業や宿泊飲食業などは減少傾向にあり、産業全体を通じた安定感は欠けている。

	▲ ×	*	*	*
		—	—	—