

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)	◎	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・猛暑ではあったが、天候に恵まれたお盆の9連休の売上が今月の売上を支えている。平日は職場仲間の飲み会が多く、ディナータイムの遅い時間までの利用が大幅に増加した。金曜日から週末にかけては、ディナータイムよりもランチタイムの利用が多くなっている。
	○	一般小売店〔食品〕	販売量の動き	・来客数は微減の状況が続いているものの、販売量は前年を上回っている。
	○	百貨店（総務・ 経理担当）	来客数の動き	・1人当たりの売上が前年と比べても3か月前と比べても微増となっている。
	○	スーパー（店 長）	来客数の動き	・お盆休みが長かったため、来客数が久々に前年を上回った。
	○	スーパー（店 長）	販売量の動き	・今年のお盆は人の移動が多かったのか購入金額が前年比110%と好調に推移している。また、米不足や地震による備蓄意識の高まりも販売量増加の要因となっている。
	○	スーパー（店 長）	販売量の動き	・南海トラフ地震臨時情報が政府から発出されたタイミングで水を中心とした備蓄商品の動きが良くなり、販売数量が増加したことが、売上増加の大きな要因となった。
	○	スーパー（業務 開発担当）	来客数の動き	・前年と比べ、お盆期間の帰省者数が増えて、売上、来客数共に前年を大幅に上回った。お盆期間を除いても堅調に推移している。
	○	スーパー（財務 担当）	販売量の動き	・マスコミの報道による米、水等の特需及び好天の影響もあり、前年割れが続いていた来客数や1人当たり買上点数がほぼ前年並みに戻ってきている。
	○	衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・価格の安さよりもクオリティを重視する客が増えた。
	○	家電量販店（販 売担当）	来客数の動き	・夏商戦から少し回復傾向にある。また、地震や台風に関連した需要がある。
	○	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・市場の動きは低迷しているが、売上につながる確率は上昇している。現状としては、店舗と商品を絞って来場し、成約している様子があり、成約率は上昇している。
	○	その他専門店 〔和菓子〕（経 営者）	来客数の動き	・インバウンドが増加している。
	○	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・夏のボーナスが支給され、少し、客の動きが出てきた。ただし、物価が上昇し、政治も安定していないため、景気の回復が本物なのかどうかは分からない。
	○	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・連日の猛暑でも、来客数は減少しておらず、微増状態である。また、これまでオリンピック開催の年は来客数に影響が出ていたが、今年は余り影響を受けていない。
	○	バー（経営者）	お客様の様子	・真夏日や雨の影響で、忙しい日と暇な日の落差は多かったが、景気は少しは良かった。
	○	観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・8月のお盆休みが長期だったため、想定以上に来客数が多かった。
	○	観光型ホテル (副支配人)	お客様の様子	・施設のすぐ横に川遊びができる場所があり、この夏の猛暑で人が多く来館している。また、川で遊ぶ事を目的とした家族の宿泊が多くなってきている。
	○	都市型ホテル (宿泊担当)	単価の動き	・8月は夏休みのファミリー需要もあり、高単価客室の販売も多く、3か月前と比べて単価は上がった。
	○	旅行代理店（経 営者）	お客様の様子	・台風によって、多少客は減っているが、余り大きな影響ではなかった。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて以降、人の動きが良くなり、飲食の利用客も増加している。
○	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き、景気はやや良くなっている。	

○	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・利用料の延滞率や金額が減少傾向にある。
○	設計事務所	お客様の様子	・新規案件の相談は引き続き順調に増え、実施に移行している。
○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・金利上昇の気配を受けて、工期の掛かる注文住宅よりもすぐに住める建売住宅の方が客の受けが良く、好調である。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・暑さのためか、人出が悪く、商店街の通行量も減少している。また、日中の来客数がとても少ないため、前年よりも売上が減少している。
□	商店街（理事）	お客様の様子	・夏休みで、家族単位で行動する姿がみられ、商店街も少し土日の人出が元に戻ってきている。
□	一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・お中元ギフトの動きはどんどん低調になっており、お中元やお歳暮の習慣がなくなってきたような気がする。企業としても、新しい販売展開が早急に必要である。
□	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・酷暑の影響が出ている。
□	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・大型連休の客の動きも3か月前から特に変化がない。
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・気温が高いため、バーゲンセールの商品が前年よりも売れていた。しかし、商品の減少で、定価品が入り、定価品の割合が90%になってくると、動きは前年と同様の動きに戻っている。
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・一定の来店はあるものの、来客数は前年を下回っている状況である。高級既製服を含む外商顧客の買上は微増であるが、ミセスを中心とした中間層の購買意欲が低く、バーゲンセールであっても動きが鈍い。
□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・2～3か月前からの動向に特に変化は感じないが、前年と比べると特にミセスの婦人服が高い伸び率を示している。ブラックフォーマルやウィッグの需要の伸長が続いており、ミセス層の動きが活発化している。
□	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数百万円のブランドの洋食器や数十万円のブランドのバッグ、ジュエリーなどが売れたが、販売量は前年を下回っている。
□	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・富裕層の動きは良いが、中間層の動きが鈍く、売上は前年と変わらない。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・相変わらず食料品の値上げが続いている状況であり、今後も値上げは継続する見込みである。来客数は前年並みであるものの買上点数の伸長がなく、値上げによる単価上昇分で売上の確保ができていないという構図である。客が割引日のまとめ買いに集中する傾向は変わらない。
□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・猛暑の影響もあり、来客数が減っている。
□	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・今年は例年と比べ酷暑なこともあり、特に日中の来客数が少ない。また、客の節約志向に変化はみられない。
□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・物価の上昇により単価は上昇しているが、買上点数は減少傾向である。ついで買い分類群が減少傾向にある。
□	コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・来客数は回復しているが、購入単価が前年割れしている状況である。今後、食品類の値上げが予想されるが、物価の上昇で、客がより安く商品を購入したいという考えがあるためではなかろうか。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・身近な人が新型コロナウイルス感染症に感染することが続いているが、外出者数は元に戻ってきている。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・もろもろの商品値上げ率に対し、賃上げ率が追いついていない。
□	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・景気は低水準のまま進んでいる。
□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・物価の上昇で、客の生活に余裕がなくなっているため、景気が回復する兆しがない。また、連日の猛暑で、客の動きが鈍くなっている。

□	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・季節商材の需要があるため、数か月前と変わらず、良い状況が続いている。
□	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・来客数が前年を上回らず苦戦している。また、冷蔵庫や洗濯機などの販売数も前年を超えない状況である。
□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・目新しい商品がなく物価高の改善がないため、景気は変わらない。
□	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・8月の販売量は前年比90%と大変厳しい状況である。
□	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・メーカーの生産量が増加せず、新型車も出ないので変化がない。
□	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・新型車などの予定がなく、客を取り込む材料が少ない状況が今後も続く。
□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・最近何も目立った世の中の動きがなく、店頭の販売も変動が少ない。
□	その他専門店〔土産物〕（経営者）	お客様の様子	・観光バスの乗り入れが増えたが、客が買物にはシビアで、買上点数は伸びないままである。1000円以下の土産商品で個別包装のものはよく売れている。
□	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	・夏休みになり、平日も多少来客数が増えているが、客単価は伸びておらず、景気自体に変動はない。
□	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・南海トラフ地震臨時情報からお盆期間のキャンセルが多く、キャンセルがなければ景気はやや良いくらいであった。
□	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・団体が各種大会の地区予選や学会などにより堅調な動きを見せる一方、個人の国内旅行は猛暑の影響により年配者層を中心に外出控えが見受けられる。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・最近、売上が増加しているが、景気によるものだけではなく、天候等による一時的な要因もあると思う。ただ、景気も悪くはなく、上向いてはいないが、好調を維持している。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・例えば当社の契約担当者が客を訪問した際、酷暑にもかかわらずエアコンを使っていない人が散見されるなど、家計の締め付けは継続している。
□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・物価高のなか、当社サービスの主力商品の値上げに踏み切ったが、顧客からの解約や変更などの事象はほとんどなく、3月以降、月次推移で大変安定している。
□	通信会社（総務担当）	お客様の様子	・加入者の状況等に余り変動がない。
□	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・お盆期間中は前年と同様に好調に推移したが、その他の平日の来客数が少なかった。特にキャンプサイトは暑さの影響もあり、前年比83%と前年を大幅に下回った。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・客が物価上昇に慣れ、来店頻度が安定してきた。
□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍で止まっていたプロジェクトが徐々に再開し始めている。
□	住宅販売会社（事業推進担当）	単価の動き	・物価高騰が継続し、更に販売価格を上げざるを得ない状況となっており、客の収入増加が見込まれない以上、物理的に不動産を購入できない。
▲	商店街（代表者）	単価の動き	・客が商品の購入に迷い、購買意欲が低下している。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・物価が上昇しているため、客の買い控えの動きが止まらない。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・高額商品の売行きが悪くなっている。
▲	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・暑いため、昼間は歩いている人が少なく、来客数も減少する一方である。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・1品単価は上がっているが、客単価は頭打ちになっている。
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・連日の猛暑で来客数が減少している。

	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数は微減となっているが、売上は増加している。
	▲	乗用車販売店（リース担当）	お客様の様子	・点検に来た客の財布のひもが固くなっている。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・8月は特に、南海トラフの報道や台風の影響による渡航自粛等で、500部屋前後のキャンセルがあり、収入が予定より1800万円から2000万円前後減少している。
	▲	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・台風を始めとする自然災害の発生や南海トラフ地震臨時情報の影響もあり、キャンセルが相次ぎ、販売に影響を及ぼしたため、夏の繁忙期における販売実績が前年と比べ悪化している。また、オリンピックイヤー特有の外出控え傾向や猛暑も販売額減少の原因となっている。
	▲	タクシー会社（営業所長）	お客様の様子	・前年同期と比較し、明らかに人流が少ない。お盆シーズンの動きが非常に悪く1か月を通じて良い日が出なかった。異常な猛暑で外出控えがあったのではないかと。
	▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・客は経費節減にのみ興味があり、現状、新しい物を取り入れるという様子がほとんど見受けられない。
	▲	ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・例年と比べてとても暑く、客の予約が入らない。外での運動を控える人が増えている。
	▲	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・売上が見込める全国発売のレースが開催された3か月前の5月の初旬と比べると、売上は減少している。
	▲	美容室（経営者）	単価の動き	・物価が上昇しているため、高い商品が売れなくなっており、メニューの金額を下げると、客がそのメニューを予約してくれる。
	▲	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・会社やモデルハウス等への来場者数が頭打ちの状態、誘客のイベント等の反応が鈍い。
	▲	住宅販売会社（住宅設計担当）	販売量の動き	・数か月前から販売量が悪化し、横ばいであり、回復の兆候がみられない。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・インターネット通販が定着しつつあるなかで、店舗販売での成約は激減状況であり、店頭販売価格もインターネット通販に近づけるため、粗利益は減少傾向である。また、国産より安価なアジア製を求める客が増えつつあり、更に売上が下がっている。
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	・現在も忙しい。
(中国)	○	繊維工業（財務担当）	取引先の様子	・株価の乱高下があるが、実質の消費には余り影響がない。
	○	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が増加し、為替の影響で、輸出製品の売上も増加している。
	○	輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増えている。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・この数か月、景気は低調に推移している。
	□	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・自動車産業の低迷もあり、取引先は全体的に横ばいの状況である。
	□	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	・鉄鋼業向け大型注文もなく、輸出の飛び込み受注もなく生産水準に変化はみられない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・動きに変化はないが、若干弱含んでいる。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	取引先の様子	・製品出荷量に大きな変化はないが、物流に関して、繁忙期はトラックを確保するのが難しく感じる。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・建物建設への投資意欲はあるようだが、世間の情勢を見極めながら慎重に進めているようなので、景気は現状維持が続く。
	□	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・資材価格の上昇や2024年問題での人件費など不透明な部分はあるものの、コストの上昇は仕方ない、工期が必要という認識が定着しつつある。

	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・景気に関する特に大きなプラス・マイナス要素もなく、取引先の動向にも目立った変化はない。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新規の引き合いはないが、過去数か月の受注に大きな変化はない。
	□	通信業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・例年と比較して、受注量が減っているが、大きな変動はない。受注量や金額面で落ち込む要因などはない。
	□	金融業（支店長）	取引先の様子	・取引先の様子を見ると、8月のお盆休暇等による経済活動停滞により受注量の増加見込みがなく、前月の状況から変化がみられない。
	□	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・物価の高止まりが続く一方、賃上げ等所得の改善から消費者マインドに底打ちの兆しがみられる。
	□	不動産業（総務担当）	それ以外	・2～3か月前と比べると、乗客数や成約件数はほとんど変わらない。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告受注は伸び悩んでおり、下期の案件獲得がみえない状態である。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・定時業務は徐々に増加しているが、アンケート分析や販売促進関係支援業、車リース物流関連業務が伸び悩んでいる。
	▲	食料品製造業（経営者）	競争相手の様子	・2年間で3～4回の値上げを実施し、販売数量が2割減少し、売上は95%程度で推移している。今後は更に値上げする必要があるため、販売不振が進まないように、商品の価格帯を考慮する必要がある。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体向け関係は需要が拡大しており回復傾向にあるものの、液晶関連は需要が停滞している。また、中国経済の減速や主要顧客の生産調整、在庫調整により電子部品実装の需要は減少している。
	▲	建設業	受注価格や販売価格の動き	・物価の上昇が続いている。
	×	—	—	—
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	・人材紹介事業において、求職者からの問合せ数が前月比134%となっている。
	○	人材派遣会社（事業部長）	求人数の動き	・減少していた求人数に持ち直しの動きがある。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・就職活動において、学生は4月以降、順調に内々定を得ており、景気は良くなっていると判断できる。
	□	人材派遣会社（求職者対応）	求職者数の動き	・3か月前と比べると求職者数は横ばいだが、お盆明けに動きが活発になっている。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	それ以外	・いずれの業種、企業も人手不足の状況であるにもかかわらず、求人広告掲載に関しては、横ばいなし減少傾向にある。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・2025年卒は前年より多くの企業、業種で人材不足感が強まっている。就職サイトの掲載数も過去最大で、学生数が減少しているのが理由ではなく、採用企業数の増加により競争が激化したことが大きな要因となっている。前年に新卒を採用できなかった企業や予定数の採用に満たなかった企業が増加する一方、将来的に企業を継続成長させていくため、若手社員の人材確保に向け、より採用意欲が高まったことが考えられる。
	□	求人情報誌製作会社（大卒就職支援担当）	採用者数の動き	・引き続き、企業側は採用人数を増やして人材を確保したいという動きになっている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・業態にもよるが、企業の業績は好業績、設備投資にも積極的、採用意欲も高いが、消費に関しては業績が賃金に反映し切れていないため、振るわない。
	□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人の受理件数は、前年と比べ1.6%減少、有効求人倍率は、前年と比べ0.06ポイント減少している。新規求人数を産業別に前年と比較すると、増加した主な産業は、宿泊業・飲食サービス業（36.6%増）、医療・福祉業（7.5%増）、減少した主な産業は、建設業（12.6%減）、卸売業・小売業（25.8%減）となっている。

□	民間職業紹介機 関（職員）	周辺企業の様子	・自動車関連業界の業績が好調であり、人材の採用から定着のための教育研修と、人材への投資に余念がない。
▲	人材派遣会社 （経営企画担 当）	求人数の動き	・物価高、賃金の上昇が影響し、新たな求人が出てきていない。既存社員の退職に伴う欠員補充が主で、増員求人数は顕在化していない状況である。
×	—	—	—