

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)	◎	観光名所（観光振興担当）	・9月12日から11月にかけてキャンペーンをする。
	○	商店街（代表者）	・これから涼しくなり、また、秋にかけてイベントなども予定されているため、景気は今よりは良くなる。
	○	商店街（理事）	・冬物への衣替えや年末の需要などもあり、景気の回復が期待できる。
	○	百貨店（広報担当）	・賃上げ等の影響により、夏の臨時給与以降で可処分所得の増加を実感した。中間層の購買が徐々に活発になると見込む。
	○	百貨店（売場担当）	・今年の秋も全国各地での行楽など、トラベル関連はかなり期待できる。人が動くと付随する商品群や消費全体が好調に推移する。
	○	百貨店（総務・経理担当）	・年末に向かい、小売業として1番商況が活発になる時期と重なり、微増していく見通しである。
	○	スーパー（業務開発担当）	・現在の堅調さに加え、10月には最低賃金も改定されるため、消費が伸びてくるとみられる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・客の気分が節約よりも消費に向いている。良い物を納得できる価格で求めようとしている。客に選ばれる店とそうでない店の差が開くと考えられる。
	○	乗用車販売店（業務担当）	・今後は少しずつ生産台数が増え、販売につながっていく。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・新型車の効果で来客数が増え、それに伴って若干改善するとみられる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・決算月に入るため、これから市場の動きは活発化していくとみられる。今後を期待をしている。
	○	その他専門店 [時計]（経営者）	・8月の猛暑で中高年層の来客数が減少したため、高額品の販売が伸びなかった。秋口からの売上に期待したい。
	○	その他専門店 [和菓子]（経営者）	・更なるインバウンドの増加が見込まれる。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	・状況は良いが、直近では台風の影響を大きく受ける懸念がある。
	○	観光型ホテル（営業担当）	・秋の観光シーズンに向け、団体バスツアーの催行が好調であるため、やや良くなるとの見込みである。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・南海トラフ地震の報道が一旦落ち着き、株価や為替も少し安定感を取り戻している感があり、宿泊予約は8月と比べて10%程度増加している。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・例年同様、秋の行楽や大会・学会などによりトップシーズンを迎え、先行予約も堅調に推移している。また、今夏の高校野球大会での地元校の活躍により、当地への来訪者数の増加も期待される。インバウンドについては10月下旬に再開する米子・香港定期便に期待を寄せる。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	・秋の行楽シーズンを迎え、国内に加えてインバウンドも活発になるものと予測している。
	○	タクシー運転手	・観光シーズンを迎え、大手米国紙の記事で紹介された効果が出始めるのではないかと期待する。
	○	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。
○	テーマパーク（業務担当）	・9月は3連休が2回あり、予約状況は順調に伸びている。事前の気象予報の影響がなければ、前年より多くの来客数が期待できる。	
○	テーマパーク（営業担当）	・今夏は過去最高の高気温のため、厳しい状況が続いていたが、秋の新たなイベントでの集客に期待する。	
○	観光名所（館長）	・来館者数が少しずつ回復しており、今の状況が続くと予想している。	
□	商店街（代表者）	・客の買い控えの動きが継続して、消費が増加する様子がない。	
□	一般小売店 [食品]	・容器、包装関連の資材の値上げが確定しており、商品への価格転嫁が必要となるため、景気が良い方向に向かうとは考えにくい。	
□	一般小売店 [茶]（経営者）	・インバウンドの恩恵がない地域のため、まだまだ低調な経済に苦しみそうである。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店 [印章] (経営者)	・酷暑に加え、台風の影響などもあると考えられる。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (広報担当)	・景気が好転するような要因が特段見当たらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業担当)	・商材の生産が前年よりも増加しているが、なかなか地方に回ってこないため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (営業担当)	・客の動向に変化がない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・値上げが継続しているが、収入が増加していることはなく、バランスが悪い。客が現状の生活に慣れてきてはいるものの、景気自体としては変わらない状況である。買物の頻度も上がらず、前年と同様の推移とみられる。お盆商戦の状況からも、年末に向け大きく進捗することはないと予測する。全ては食品の値上げという部分が大きく影響していると考えられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・物価上昇により客の買い控えは続いている。地震や台風による備蓄意識の高まりでの購入は一時的なもので、景気回復はみえない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・南海トラフ地震臨時情報での一時的な特需により、売上は増加傾向で推移していたが、全体としては客の節約志向が強く、今のところ景気が良くなる要因がないと考えられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー (総務担当)	・改善の兆しが全くみえない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (販売担当)	・大幅な景気上昇が見込めず、10月に最低賃金が上昇しても消費に回りにくいと考えられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー (営業システム担当)	・値上げの影響で単価は上昇しているが、販売点数は減少傾向にある。賃上げの動きがあるが、商品の値上げが続くため消費の増加につながりにくい。
<input type="checkbox"/>	スーパー (販売担当)	・防災関連の商品は特殊と件で売れているが、生活必需品ではない趣味・嗜好品は買い控えがみられる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (エリア担当)	・ここ半年間、来客数が急増したと思えば、急減する時もあり、また、客単価も上昇する月があれば、低下する月もあり、その要因ははっきりしていない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (エリア担当)	・現状より大きな変化は期待できない。電気料金や物価の高騰など先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (副地域ブロック長)	・来客数は安定しているが、単価の上昇がなくては売上が伸びない。最低賃金の上昇が店舗の固定費の増加につながるが、売上ではカバーしにくい状況である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (経営者)	・買回品の値上げが続いているため、落ち着くまでは厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (経営者)	・景気が良くなる要素がみえない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (代表)	・1回のみでの定額減税では、個人消費の停滞を緩和するには至らない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店 (店長)	・景気が良くなる要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店 (販売担当)	・決算・年末に期待する。
<input type="checkbox"/>	家電量販店 (企画担当)	・当分暑い日が続くので、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店 (副店長)	・良い市場環境とは言えないが、これから更に悪化するという要因も今のところはない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (統括)	・メーカーの生産台数がまだ追い付いていない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (営業担当)	・大規模リコールの対応に追われている。整備士の負担が増え、車検や点検が後手後手になり、客との接触機会が減少し、販売活動が難しくなっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店 (店長)	・新車受注、整備在庫共に現状を打開できるほどマンパワーが補えないため、現状が続くようである。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店 (経営者)	・今のところ円安が落ち着きつつあり、1度大きく下がった株価もすぐ持ち直して、結局大きな動きはない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [土産物] (経営者)	・以前のように、お買い得商品を提案することが難しく、段々と商品の単価が上がり、厳しさは増すばかりである。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター] (支配人)	・現時点では特に変わる要素がない。

□	その他小売 [ショッピングセンター] (管理担当)	・最近では、米を中心に値上げ基調であり、卵など家計の優等生といわれる商材も値上がりしていることから、客も財布のひもが固いままと予想する。異常気象により農産物の価格も上がってきており、安心して金を使うことができない状況と推測する。
□	一般レストラン (経営者)	・世界情勢が良い方向に向かっておらず、我が国の景気に悪影響を及ぼしている。
□	一般レストラン (店長)	・予約の入り方は前年を上回る状況で、インバウンドも引き続き好調である。この状況はしばらく続くと考えられる。
□	バー (経営者)	・毎年10～11月は来客数が減少する。
□	旅行代理店 (経営者)	・これから旅行業は旅行ではなく、同期会や同窓会など、旅行に関係のない分野に変化していく。
□	タクシー運転手	・猛暑が続いているため利用者数が増加しているが、ある程度良い状況が続いたら、また元に戻る。
□	タクシー会社 (営業所長)	・10～11月の行楽シーズンには期待できるが、9月はイベントが少なく、台風などの自然災害も懸念材料となる。
□	通信会社 (企画担当)	・年内値上げを計画しているが、利用者への影響は少ないと見通している。
□	放送通信サービス (総務経理担当)	・政府の電気料金補助など、期間限定の景気施策の影響は引き続き注視すべきと考える。
□	ゴルフ場 (営業担当)	・予約ベースとしては例年並みである。涼しくなると予約の動きは良くなるとみられる。
□	美容室 (経営者)	・2～3か月では、企業の売上や客の所得が増加しないため、景気は現状維持で推移する。
□	美容室 (経営者)	・あらゆる物の価格が上昇しているため、何かの価格が下がるか、客の給料が増加しないと景気は良くならない。
□	設計事務所	・客の将来計画で、現在の実施可能な状況のうちに滑り込ませている感じを受ける。
□	設計事務所 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症発生前より建築費が高騰しているため、再開したプロジェクトがなかなか前に進まない。
□	住宅販売会社 (従業員)	・すぐに大幅な利上げになるわけではないため、しばらくは現況が続くとみられる。
□	住宅販売会社 (住宅設計担当)	・顧客からの情報量不足により、販売量が減少している。まずは情報量を増やす必要があるが、増加傾向がみられない。
□	住宅販売会社 (事業推進担当)	・悪循環で雇用形態の改善が見込まれない。
▲	商店街 (代表者)	・少子化なので厳しい状況に向かっている。
▲	一般小売店 [眼鏡] (経営者)	・物価の上昇で客の買い控えの傾向がますます強まる。
▲	一般小売店 [洋裁附属品] (経営者)	・職種によって違うが、必要のない物が段々と削られている。
▲	百貨店 (営業担当)	・天候や気温に左右される時期となるが、前年と同様の気温であれば、重衣料といった単価の高い商品の動きは鈍いとみられ、客単価が低下する。物価上昇が続くほど衣料品への節約志向で購買意欲が低下し、先行きは不透明である。
▲	百貨店 (売場担当)	・地震や台風など、心理的に微妙な与件で客単価が上がっていない。し好品などの数値が上がらず、生活防衛の消費にシフトしているかもしれない。
▲	百貨店 (外商担当)	・株価が不安定なこともあり、富裕層が購買に慎重になってくる。
▲	スーパー (店長)	・今月は来客数が増加したが、9月から商品の値上げを実施するため、来客数の減少が見込まれる。
▲	スーパー (店長)	・単価上昇に明らかに客が対応できていない。
▲	スーパー (財務担当)	・今後も物の値上げが予想され、消費者の節約による買上点数の減少と、低価格志向により売上が減少する。
▲	乗用車販売店 (店長)	・新型車がないことと、既に販売されているものも受注が止まる可能性があり、販売対象が目減りしていく。
▲	一般レストラン (経営者)	・これまでの食材の値上がりに加えて、米や台風10号の停滞による野菜、果物、水産品の値上がりにより、仕入価格が上昇し、利益率が圧迫される。夏休みが終わると外食の回数を減らす家庭が出てくるため、売上も少し悪くなる。
▲	観光型ホテル (副支配人)	・今のところ宿泊は週末や連休に偏っており、平日の予約が入っていない。宴会も前年はサミットの関係で5月にできなかった団体が一部秋にずらして利用をした傾向があるため、今年は前年ほどの利用件数がないと予測している。

	▲	旅行代理店（支店長）	・災害や食料供給等、日常生活における不安材料が多く、旅行については当面慎重になると想定され、大幅な回復は難しいと考える。
	▲	通信会社（営業担当）	・円安による原材料費低廉化が市場に反映されるケースは限定的かつ時間が掛かるとみられ、金利上昇の影響が変動金利にも及ぶことから住宅ローンの負担が増加し、家計の締め付けがより厳しいものになると予想される。
	▲	通信会社（総務担当）	・拡大期が終わり、加入件数の増加は期待できない。
	▲	通信会社（広報担当）	・どこでコストカットするかは客の興味があるため、購買行動には結び付いていない。
	▲	競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後は冬時間のレース開催となり、舟券の発売時間が短くなるため売上が若干減少する。
	▲	美容室（経営者）	・長い目でみると景気に対する不安は加速していくと考えられる。生活費の大きな圧迫があるのに、大幅な賃上げはされないととなると、少しずつ景気後退に進んでいく。
	▲	設計事務所（経営者）	・建築費の高騰で、資金に余裕のある客は来場及び契約に至ったが、中休み状態である。リノベーション中古物件の投入が少ないため、しばらくは伸びないとみられる。
	×	乗用車販売店（リース担当）	・あらゆる物の価格が上がり、節約しないとやっていけないため、景気はどんどん悪くなる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・来客数の回復が見込めない状況では、景気は良くならない。
	×	一般レストラン（経営者）	・物価高は相変わらず続いているが、この秋から米がかなり値上がりする。現時点でも既に米が店頭になく状況で、主食がなくなるのが1番困る。新米が出始めるので、どのくらいの影響があるかは定かではないが、悪い見込みである。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・秋に向けて忙しくなる。
	○	化学工業（総務担当）	・直接的に為替の影響は少ないが、円高進行となれば国内産業の活発化が予想され、景気は多少は良くなっていくとみられる。
	○	非鉄金属製造業（業務担当）	・社内で設備投資を抑えている雰囲気はない。物価が徐々に上がっているが、容認しているとみられる。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	金融業（支店長）	・当地区の公共工事入札案件の増加、大手プラントメーカーによる大規模定修による受注増加が期待でき、前月と比べると受注高が増加する見込みである。
	○	不動産業（総務担当）	・異動の時期であり、賃貸物件の需要は例年どおりと予測する。
	□	農林水産業（従業員）	・自分自身で良くなったことや、悪くなったことを感じることはない。
	□	繊維工業（財務担当）	・金利の引上げによる効果は分からない。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	・円安も金利の上昇も業界の景気にとっては余り良くない。現時点では、景気はこのまま低調な状態で変わらないが、秋の需要に期待する。
	□	化学工業（総務担当）	・為替など外部環境の状況が不透明である。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向け生産量に大きな変動がなく、輸出の新規受注情報もなく、現在の生産水準が続く見込みである。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・具体的な判断材料が乏しいため、景気が悪化するか、好転するかは分からない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・景気に大きな変化はない。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・円相場や株価の変動が不安定となっており、マイナス要因の発生リスクが高くなっている。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。
	□	建設業	・物価上昇により景気が良くなるとは考えられない。
	□	建設業（経営者）	・世界情勢の見極めが難しいため、大胆な投資がまだまだされないと考えられる。
	□	建設業（総務担当）	・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、コストアップは仕方なく、工期が必要という認識も定着しつつある。
	□	輸送業（業務推進担当）	・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）	・新規引き合いが少ないため、受注に大幅な増減はない見通しである。	

	□	通信業（企画担当）	・データセンター、クラウド、ICT関連への投資は計画的なものであるため、景気の変動は余りないと想定される。データセンターの引き合い量や見学の要望など、これまでと変わらないため、3か月程度のスパンでは変化がそれほどないと想定される。
	□	金融業（経済産業調査担当）	・景気の先行きの不透明感が強く、いまだ消費の拡大を見通せる状況にない。
	□	広告代理店（営業担当）	・大型案件はなかなか厳しい状況である。
	□	会計事務所（経営者）	・人手不足や物価高の解消、投資意欲の回復や物流残業時間規制への対応などにもう少し時間が掛かる。
	▲	食料品製造業（経営者）	・ヒト・モノ・カネが不足傾向の状況で、価値創造ができていない。商品価値を高め、その商品を上手に販売する方法を追求しないと厳しい状況が続く。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・液晶関連や電子部品実装関連は大きな動きがないため、需要拡大等による回復はまだ見込めない。
	▲	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。
	×	—	—
雇用 関連 (中国)	◎	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・ボーナス後のタイミングのため、年内転職や新年度に向けて更に相談数が増える傾向にある。
	○	人材派遣会社（求職者対応）	・毎年、年末までに仕事を決定したい人が10月から増加する傾向にある。
	○	人材派遣会社（事業部長）	・自動車関連メーカーの増産計画に伴い、人材ニーズは拡大するとみられる。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人、求職共に平行線で推移している。特に新しいトピックスはない。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・物価高や賃金上昇に伴うコスト増加を企業が吸収し、業績の向上につながるまでは、求人の動きは鈍いと予想している。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	・求人広告数や個人消費の伸びが期待できない。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・変わらず良い状況が続く。新卒採用について、今後は日本人採用だけでは絶対数が足りず、外国人採用が現実味を帯び、検討していく段階に入っていく。2026年卒に向けて県内のどの業界・エリアも採用人数は前年並みの企業が多く、官公庁、公社、団体、金融が採用数を増やす予定である。
	□	求人情報誌製作会社（大卒就職支援担当）	・人材を確保できない企業が出店計画の見直しをするなど、事業計画の進捗が困難になる。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・株価の乱高下など不安定要素が大きく、当面は現状維持だと考えられる。政治と海外情勢の安定が期待される。
	□	職業安定所（職員）	・10月の最低賃金の大幅上げが、企業の採用活動にプラスには働かない。
	□	職業安定所（事業所担当）	・求人者からは景気が良くなるという声は聞かれない。管内の状況をみると、景気が今より上向く材料は見当たらない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・業績好調下において需要の更なる拡大が見込める一方、人手不足がそれらを抑制し、本来見込まれるほどの拡大、あるいは成長曲線を描けないものとみられる。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・現時点において、本学における一般企業志望者の内定率はほぼ100%である。業界によっては、引き続き人材不足の状況が続くため、景気は良くも悪くもならないとみられる。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・物価上昇に最低賃金の引上げが追い付きつつあるものの、景気については変わらないと考える。
		▲	*
	×	—	—