

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（代表者）	・商店街への出店問合せが増えているため、今後新しい店舗が増えることで新たな購買層が商店街を訪問することが予想される。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・年末に向けて、景気が多少良くなるのではないかと期待している。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・街のイベントが次々と計画されているため、客の動きが良くなる。
	○	百貨店（広報担当）	・外出、各式典、会合などの需要が戻りつつあるなか、春先から衣料品や身の回り品など必要なアイテムを買いそろえる動きが見られるようになったため、年末年始にかけても、その動きがあるとみている。また、冬のボーナスが賃上げ等の影響で上昇し、消費が活発になると考える。
	○	百貨店（営業担当）	・客の様子から判断すると、景気はやや良くなる。
	○	百貨店（総務・経理担当）	・年末商戦に向けて消費拡大が見込める。
	○	スーパー（店長）	・客単価を前年以上にすることは困難であるが、維持はできており、P I 値も前年と相違ないため、今後は若干の景気回復が想定される。
	○	乗用車販売店（業務担当）	・更に配車台数が増え、徐々に新型車も出てくるため、景気は良くなっていく。
	○	自動車備品販売店（経営者）	・基本的には前年同月を下回る予測であるが、2～3か月後は冬商品の販売量が増えるため、今よりは良くなる見通しである。しかし、内閣総理大臣が交代し、経済対策等がどのようになるのか期待と不安が混在する。
	○	その他専門店〔時計〕（経営者）	・気候が穏やかになり、来客数が増えることを期待している。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・このところ多少売上が増加しており、夏の暑さが落ち着けば景気は更に良くなると考えられる。
	○	バー（経営者）	・徐々に状況が良くなっており、年末需要も期待できる。
	○	観光型ホテル（営業担当）	・秋から年末にかけて先行予約が増え、景気が上向くことを期待したい。
	○	観光型ホテル（副支配人）	・秋の行楽シーズンに伴い、年配者の昼の食事の予約が好調である。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・宿泊の予約ペースが10月も良く、前年比では5%以上プラスになる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・11月は神在月で例年トップシーズンを迎える。地元の神社絡みの個人、団体観光客はもちろん、大会や学会の開催もピークを迎え、稼働率、客室単価共に期待できる。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	・秋の紅葉シーズンからクリスマス、年末年始と、ビジネス以外の需要が高まる見込みである。
	○	タクシー運転手	・観光シーズンを迎え、インバウンドを含め観光の仕事が増えることが期待できる。
	○	タクシー会社（営業所長）	・これから秋の行楽シーズンを迎え、人の動きが活発になるとみられる。芸術祭などのイベントもあり、県外からの観光客に期待している。
	○	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）	・10月からの予約状況は好調である。ただし、以前のように3か月前から予約が入ることはなく、1か月前から数週間前と、天候などを見定めながら直前に予約するようになってきている。	
○	テーマパーク（営業担当）	・過ごしやすい気温になり、行楽シーズンに入る。	
○	観光名所（館長）	・旅行シーズンに入り、人の動きは今より良くなると考えられる。	
○	ゴルフ場（営業担当）	・これからトップシーズンに入るため、予約数は伸びている。前年と比べて予約の進捗も良い。	
□	商店街（理事）	・我が国では四季があることが買物に好影響を与えているが、今年は秋がなく、夏からいきなり冬になるという予想もあるため、景気は良くならない。	

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・米を始めとして諸物価が上昇しているため、客の節約志向が続いている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔食品〕	・景気が好転する見込みのない状況での容器や包装資材の値上げ、食材の価格上昇で、客の節約志向が更に強まる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（経営者）	・売上には直接貢献しないが、いろいろと新規の企画や行事が入るようになり、何となく前向きな動きが多くなっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・災害や物価高騰が続き、客の消費意欲が高まる様子がない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・気温が高いため、定価品が動かず、夏物商材を長期間展開していたが、サイズや色が不足して動かなかった。商材不足が問題となっているが、商材を多く生産する見込みがないため、状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・外出需要で多少上向きにはなるものの、高温で重衣料商品などの動きは鈍いとみられ、食料品などの値上げも続き不透明である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・酷暑で来客数が伸び悩んでいたが、直近の3連休は、朝晩の気温の低下からか、顕著に来客数が増加している。ただし、野菜を中心に生鮮食品の価格が高騰していることから、販売は厳しい状況である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・物価の上昇が続くため、景気が良くなる要因がない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・10月から値上げを予定しており、現在と環境は変わらず、客の生活防衛状態は不変、若しくは多少悪化する可能性がある。コロナ禍と比較すれば、客の外出も増え、改善しているが、それ以上に値上げという問題は大きい。物価の上昇と収入の増加のバランスが合っていない状況から、景気自体は改善に向かうとは考えにくい。値上げに対しては、企業努力も限界になる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今後も物価高騰が続き、客の財布のひもは固いままになる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・今後も大きな変化は期待できない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	・まだまだ客の食品に関する節約志向が続きそうのため、客単価や平均単価が伸びない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・秋が短く、冬が例年よりも寒い予報が出ており、鍋物商材の売行きが良くなることを期待している。しかし、日用品等の値上げが多く、販売量の増加は厳しいとみられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・化粧品やスキンケア等リピートにつながる消耗品は伸びているが、それ以外は非常に動きが鈍い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・米や卵など食品の値上げもあり、秋になっても物価の上昇が続く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・今後、大きな変化が起きるとは考えにくく、節約志向が高まるなかでは、不要な商品購入につながりにくいと感じる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（副地域ブロック長）	・店舗の人件費が増加しており、フランチャイズチェーンにとっては厳しくなっている。いかに売上を増やしていくかが肝であるが、人件費増加に追い付かないのが現状である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・絹の値段が上がり、商品価格が全体的に上昇していて、厳しい状況である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・景気の良くなる要素がない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・減税などの直接景気を押し上げる政策が予定されていない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・客単価に変化がない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・商品価格や販売単価が上昇しているが、販売量の維持が難しくなる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（販売担当）	・冬が来るまで厳しくなる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・今月、新しいスマートフォンが発売されたが、特に変化はなく、2～3か月後も変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（副店長）	・物価高が続いているが、消費者もそれに慣れてきたのか、消費活動は前年並みで推移する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・新型車の効果はもう少し続くと思うが、今月と比べると販売活動が減る。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（統括）	・メーカーの供給量により左右される。

□	乗用車販売店（営業担当）	・新車販売については前年を上回っているが、新型コロナウイルス感染症発生前に戻ったとはいえない状況である。車両販売価格の上昇により、購入の検討が長引く客が増えているのと同時に、中古車販売が好調である。とはいえ、今後、景気が上向き要素はない。
□	乗用車販売店（店長）	・当面、現在と同じような状況が続くとみられる。
□	乗用車販売店（リース担当）	・物価が上昇しても、客の収入が増加するわけではないため、客が不安になっている。
□	自動車備品販売店（経営者）	・円安になったり、円高になったり、株安になったり、株高になったりと、短期間の乱高下が激しくなっているため、これからどうなっていくのか予測も付かない。
□	その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	・気温が高いため、秋物商材の動きが遅いなど懸念材料があり、今後、急に景気が良くなることはない。秋から年末に向けてイベントなどを行い、消費マインドを上げていく予定であるが、客の財布のひもは固いままだと予想する。
□	高級レストラン（事業戦略担当）	・景気が良くなるという話題が不足している。
□	一般レストラン（経営者）	・気温が高いことや豪雨の影響で、野菜や果物の価格が高騰しており、また、新米の価格も上昇している。こうしたことから、食材の仕入価格が高止まりしていることに加え、光熱費や最低賃金も上昇しているため、収益面では苦しい状況が続く。例年、12月商戦まで閑散期となっているため、景気が好転することはない。
□	一般レストラン（経営者）	・周りは新店ができているため景気が良い。
□	旅行代理店（支店長）	・年末年始に向けた商戦が始まっているが、海外旅行を中心に動きが鈍い。円高に振れる傾向もみられるが、政治関連も起因しているのか、全体的にムードが悪いと感じる。
□	タクシー運転手	・これからは人の動きが良くなる。ただし、観光客が増加しても、景気が良くならないため心配している。
□	通信会社（企画担当）	・与党の総裁選があり、各候補の所信に関連して、増税になるかどうか客との話題になった。年内に各党が新体制になり、選挙もあるかもしれないが、今後の経済の動きについて、客は静観に徹している。
□	放送通信サービス（総務経理担当）	・電気料金など今後変動し得る要素はあるが、ここ数か月の動きから判断すると、景気は横ばいとなる。
□	通信会社（営業担当）	・円高による原材料費の値下がり期待できるが、直近では景気浮揚が見込める要因が見当たらない。
□	美容室（経営者）	・物価高騰が続いているが、3か月では客の来店ペースに変化がないため、景気は変わらない。
□	美容室（経営者）	・あらゆる物の価格が上昇しているため、客が節約できる物は節約しようという動きになっている。
□	設計事務所	・この調子で進めば協力者の確保が難しくなり、状況は変わらないとみられる。
□	設計事務所（経営者）	・コロナ禍以前より建築費が高騰しているため、計画の見直しや発注に時間が掛かっている。
□	設計事務所（経営者）	・客の予算の上積みが見込めず、良くなる要素がない。
□	住宅販売会社（従業員）	・金利動向と政権、政局の不透明さから先行きが分からず、しばらくは現状維持が続くものとみられる。
□	住宅販売会社（住宅設計担当）	・入手する情報量が増加する気配がないため、精度を高めて販売維持に努めたい。
□	住宅販売会社（事業推進担当）	・所得が微増しても物価高騰には追い付かず、景気回復の兆しもない。
▲	商店街（代表者）	・暑いため、秋物商材が売れず苦勞している。
▲	一般小売店 [眼鏡]（経営者）	・内閣総理大臣の交代で選挙となるため、経済は停滞すると考えられる。
▲	百貨店（売場担当）	・気温が非常に高い日が続き、婦人服や洋品雑貨などの季節商材は厳しい状況であり、この傾向は10月以降も続く予測する。お歳暮も右肩下がりの予測で、年末商戦も苦戦が続くとみられる。
▲	スーパー（店長）	・販売量がやや減少している状況で、10月に値上げを実施するため、今後も落ち込みが続く。
▲	スーパー（店長）	・10月の値上げ対象商品が多く、客の節約志向が更に高まることが予想される。

	▲	スーパー（財務担当）	・節約と低価格志向による買い回りにより、売上が減少する。
	▲	コンビニ（支店長）	・アルバイトを多数雇用して営業している業態なので、10月に最低賃金が大幅に上昇することによる費用の増加の影響が大きい。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・決算月ということで市場の動きは良いが、10月からの下期が始まると、客の動きが低迷する可能性が高い。その状況に対応するための策を打っておく必要がある。現在の好景気が下期にも継続することを期待している。
	▲	住関連専門店（営業担当）	・催事等の特別な売出しの際の来客数は前年と変わらないが、通常の店舗での来客数はまだ減少している。
	▲	その他専門店 [和菓子]（経営者）	・物価上昇が続くと、商品の売行きが悪くなり、客単価の下落が進むと考えられる。
	▲	一般レストラン（店長）	・米の値上げについて客から話を聞くことが多く、10月から値上げも予想しており、客がますます来店を控える状況が増えることが懸念される。
	▲	旅行代理店（経営者）	・今後、天候不順によりどのようなようになるのか分からず、旅行どころではない。
	▲	通信会社（広報担当）	・物価上昇に対して客の収入の増加が追い付いていないため、購買行動に結び付いていない。
	▲	競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後の冬時間は舟券の発売時間が短くなるため、売上は若干減少する。
	▲	美容室（経営者）	・物価高騰が徐々に影響してくる。
	×	コンビニ（エリア担当）	・店の周りで工事があったため、工事関係の来客数が増加し、売上を維持している。ただし、来月から年明けまで水道工事が店の前であり、朝から夕方まで店の前の道路が片側交互通行となる。このため、交通量が減り、来客数や売上も減少する。
	×	衣料品専門店（経営者）	・来店を促す対策を試みるものの、反応が鈍い。
	×	一般レストラン（経営者）	・自然災害や不安定な政治情勢の影響もあり、国民がこれまでの生活を見直さないといけないと考えている。
企業 動向 関連  (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・秋に向けて増産する予定である。
	○	食料品製造業（経営者）	・年末商戦等で多くの受注が期待できる状況が続くと考えられる。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	金融業（支店長）	・大手プラントメーカーの撤退による解体、撤去工事の需要があり、関連する受注が増加する見込みがある。
	□	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）	・為替と株価が不安定で先行きが読めない。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	・秋の需要に期待するが、現時点では横ばいとみられる。
	□	化学工業（総務担当）	・物価の動向等、先行きが不透明である。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・輸出处向け生産が半年程度継続する見込みであるため、生産体制を2交代にし対応していく。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・需要、受注共に悪化する可能性は低い、前向きな材料がない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・人手不足や物流問題等により、この先大きな盛り上がりは見込めない。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・販売見込みはおおむね堅調で、予算を上回る見込みである。ただし、液晶パネル関係は末端市場の需要が弱いとの見込みである。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・工作機械業界は今年下期から増加する見込みであったが、特に大きな変化の兆しはない。
	□	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。
	□	建設業（経営者）	・今後も客が様子を見ながら慎重に事を進めていく見込みである。
	□	建設業（総務担当）	・仕事量は安定しており、現状は当分変わらない。技術職が不足し、受注を見送るケースが出てこないか不安である。
□	輸送業（業務推進担当）	・特に景気に関する大きなプラス要素やマイナス要素がなく、取引先にも目立った動きはない。	
□	輸送業（営業担当）	・新規の見積依頼は通常の数量であり、3か月後も大きな変化はない。	

	□	通信業（企画担当）	・地政学的リスクなども現在は落ち着き、大きな動きはないと考えられる。また、電気料金、サーバ関連、ネットワーク機器などの価格の動きも以前と比べ落ち着いている。
	□	金融業（経済産業調査担当）	・インフレ鈍化等による所得環境の改善が期待されるが、リスク要因が多く、先行きが不透明である。
	□	広告代理店（営業担当）	・物価上昇が更に見込まれ、景気上昇の気配がみられない。
	□	会計事務所（経営者）	・国等の補助金の方向性に变化があるようで、今後、新たな方向での支援効果を期待している。
	▲	一般機械器具製造業（管理担当）	・物価上昇が続いているなかで、販売の減速が懸念される。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・各分野とも生産調整が続いているため、しばらくは減少傾向にある。
	▲	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・取引先の内示情報から判断すると、景気はやや悪くなる。
	▲	建設業	・物価上昇が続いているため、景気が良くなるとは考えられない。
	▲	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要が落ち着く時期となり、景気はやや悪くなると予測する。
	×	—	—
雇用 関連 (中国)	◎	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・年末にボーナスを受給した後に退職を考えている人からの問合せが今後も増加傾向となるため、登録者数が引き続き増加すると見込まれる。
	○	人材派遣会社（事業部長）	・4～7月は、例年発生していた季節繁忙求人がほとんどなかったが、企業担当者の多くから、今秋以降は発生する可能性が高いと聞いている。
	□	人材派遣会社（社員）	・広義では政権の方針次第、狭義では求職者マッチング次第だが、大枠の状況に変化はない。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・季節需要による売上の伸びが期待できないため、オーガニックな売上成長を求めざるを得ず、急激な成長は期待しづらい状況が続いている。
	□	人材派遣会社（求職者対応）	・求人数はやや増加傾向にあるが、経験の浅い求職者が多く、企業側の書類通過率が下がっている。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	・例年、年末にかけてクーポン誌への広告掲載社数は増加するが、現在その辺りの動きが見えてこない。
	□	求人情報誌製作会社（大卒就職支援担当）	・採用人数の確保が難しい状況は変わらない、若しくは悪化する。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・賃金上昇や教育など、社員への投資の影響で求人の動きが若干鈍くなっている。業種によるが、欠員補充に限られており、新たな増員求人の動きは少ない。
	□	職業安定所（事業所担当）	・企業の人手不足感が続いているものの、物価高騰による個人消費への影響及び10月からの最低賃金の大幅な引上げが、景気にどのような影響を及ぼすのか、先行きが読みにくい。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・求職者がいない場合は次年度の採用に回し、今年度の採用活動を終了する企業が周りには多い。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	・企業の採用意欲が衰えることはないが、適任人材がないケースも多く悪戦苦闘している。年間休日や給与などに関する考え方において、企業と求職者との間の隔たりも多いため、なかなかマッチングに至らず、拡大機会を逃している。
	▲	その他雇用の動向を把握できる者	・物価の上昇が止まらないため、賃金の上昇が物価の上昇に追いついていない状況であり、引き続き景気回復の兆しが見通せない状況である。
	×	—	—