

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)	◎	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・特に宿泊は、価格を5%から10%順調に上げることができている。
	○	コンビニ(副地 域ブロック長)	来客数の動き	・朝昼の来店客が回復している。サービス品やお買い得品が顕著に伸長しているため、世の中の節約志向が背景にあるとみられる。
	○	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え、販売台数がやや回復傾向にある。
	○	自動車備品販売 店(経営者)	単価の動き	・冬季商材の動きが出始め、3か月前より売上が良くなっている。しかし、前年同月比では8割程度である。アジア諸外国の製品を求める日本人客が増えて、売上単価は激減している。高価であるが日本製品を購入する助成金があればよい。
	○	その他専門店 〔土産物〕(経 営者)	販売量の動き	・この時期、シャインマスカットなどのぶどうが売れ筋で、今年は単価が幾らか低く、数量はかなり出ている。観光バスの乗り入れが段々と増えている。
	○	その他専門店 〔和菓子〕(経 営者)	来客数の動き	・修学旅行などの団体旅行が増加している。
	○	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・平日、金曜日に会社関係の食事会の利用が切れ目なく入っており、売上は前年比2けたの伸長となっている。来客数は前年を割り込んでいるが、客単価が前年を上回っている。7～9月に大きく伸びていた休日前の売上が、今月に入ってランチタイムは2けたの伸びだが、ディナータイムは90%台に下がっている。週末のメイン客層であるファミリー層のディナータイムの利用が大きく低下している。
	○	バー(経営者)	お客様の様子	・毎年10月は余り忙しくないが、客の様子がやや上向きとなっている。
	○	観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・今期に入り来客数の増加を実感している。
	○	観光型ホテル (副支配人)	販売量の動き	・秋の行楽シーズンとなり、昼の宴会利用の予約が順調に入っている。宿泊に関しても当施設の周年企画による予約が多く入ってきている。
	○	都市型ホテル (総支配人)	販売量の動き	・年間でトップシーズンを迎え、学会や大会による先行予約も堅調に推移している。また、今後も個人観光客を中心に高単価販売が期待できる。
	○	旅行代理店(経 営者)	来客数の動き	・衆議院議員総選挙の影響で、旅行日程が変更となり、大変忙しい。予定している施設などで受入れができない所もあり、毎日施設と行き先の代案作成が大変である。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・前月末から観光客がかなり増えているが、外国人客はタクシーを利用することが少ない。日本人客はアプリでの呼出しなど移動にタクシーを利用する。夜の人通りも多い。
	○	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いたため、景気はやや良くなっている。
	○	テーマパーク (業務担当)	お客様の様子	・予約は9月から10月と好調であるが、気象予報で雨マークが出るとキャンセルとなり、実際の利用者数は予約時より減っている。客の動きは良いとみられる。
	○	ゴルフ場(営業 担当)	販売量の動き	・繁忙期に入り、土日の予約は9割程度埋まってきており、3か月前より良くなっている。例年の同時期と比べると変わらない。
□	商店街(代表 者)	来客数の動き	・イベントを開催すると一時的に通行量は増えるが、日常の売上にはつながっていない。客の買い控えもある。	
□	商店街(代表 者)	お客様の様子	・コロナ禍が一段落したとはいえ、物価の上昇は止まらず、消費動向が良くなる気配はない。	
□	一般小売店〔食 品〕	お客様の様子	・買上点数は増加せず、客の節約志向が続いている。商品単価の上昇により売上、利益とも前年並みとなっている状況である。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・秋めいてきたが、人の流れは戻ってこない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・少し涼しくなり、来客数が増えている。イベントなどで人通りは多いが、売上には結び付かない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・来客数を前年と比較すると、3か月前と今月で大きな変化がみられない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・朝夕の気温はかなり下がっているが、日中の気温が25度超の日が続いているため、全くコートが売れず、売上が伸びない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・高気温が続き、秋冬商材の動きが鈍い。また、物産催事などの販売促進がある週は来店客数が前年を上回っているものの、平日は前年割れとなっている。プレミアム付商品券の販売があり、完売はしているものの、衣料品に対する直接の効果は薄い。売上も前年割れとなっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・100万円台の美術品や現代アートが売れている。メンズのハイブランドの洋服も100万円台が売れている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・販売している商品群によって大きく好不調の明暗が分かれている。気温が高めに推移しており、衣料品関係は婦人、紳士共に大きく不振である。逆に北海道物産展等の食品関連は好調に推移している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数は前年比105%と増えているが、客の財布のひもは固く、特売商品やプライベートブランド商品など価格の安い商品を購入する傾向が高い。そのため、客単価が大きく上がらない。特に子育て世帯にその傾向が強い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・月間を通せば、大幅に良くなったり、悪くなったりすることもなく、前年と同じ状況である。来客数が安定せず、曜日での差が大きい。また、割引等の催事に大きく左右されている。1品単価の上昇で、客単価が上昇しても、来客数が増加しないため、伸長がない状況である。高単価商品の動きが不調で、食品だけでなく、非食品の消費も停滞している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・気候による野菜等の値上がりの影響で、客単価、来客数共に減少している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・商品価格の高止まりのなか、販売点数は前年を維持している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・猛暑が収まり肌寒くなってきたので、秋物商材を購入する客が増えている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・セルフケア関連の商品は比較的伸びているが、必要性の低い商品は動きが鈍い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・前月、前々月と比べて平均来客数がほぼ100%前後で推移している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・物価上昇や電気料金の高騰が少しばかり落ち着きをみせている。ただ、補助金も期間限定であるため、3か月前と変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（支店長）	販売量の動き	・売上は好調であるが、最低賃金の引上げにより人件費がかさんでいる。
<input type="checkbox"/>	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、着物を着て出掛ける機会が増えたので、来客数も増えている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・景気の良くなる要素がみえない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・来客数に大きな変動はない。補助金絡みの省エネ型給湯器など高額商品はある程度出ているが、まだ慎重な客は多い。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・全体的に販売量が減っており、売上も下がっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・10月の販売量は前年比90%と厳しい状況である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（リース担当）	来客数の動き	・来客数が減少しており、点検費用も抑えたいようで、交換も最低限必要な部品だけにする客が多い。

□	乗用車販売店 (営業担当)	お客様の様子	・生活用品や食品、生活に関わる全てが値上げされ、客からは消費に後ろ向きの話が多く聞かれる。車検や点検の内容も抑えめにしたい客が多く、また、新車より中古車の方が好調である。
□	自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・相変わらず良いのか悪いのかどっちつかずの販売状況で、良く分からない。
□	その他小売 [ショッピングセンター] (支配人)	販売量の動き	・猛暑で夏商材の売上は好調だったが、逆に10月は残暑が続く、秋冬商材が不振である。
□	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	・イベントなどの集客催事に客は集まるが、平日の集客は伸び悩んでいる。商品購入目的ではなく、イベント参加を目的とした客が増えている。年末、ボーナスの時期になるが、客の購買意欲が高まっていくか怪しい。
□	高級レストラン (事業戦略担当)	来客数の動き	・大きなトピックスはなく横ばいである。
□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・イベントシーズンとはいえ、物価高で売上に反映されていない。
□	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・インバウンドは好調に推移しているが、前年と比べて大きな伸びはなく、微増程度である。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・好景気が継続し、悪くなる傾向ではないとみられる。ただ、今月の衆議院議員総選挙の結果により変動することもある。また、売上が良好ではあるが、人件費を含め、様々な物価上昇により収支は厳しい。
□	タクシー会社 (営業所長)	来客数の動き	・日中、夜間共に人の動きが鈍い。選挙期間は例年動きが悪くなるだけに、見通しは明るくない。ただ、芸術祭りなど県内イベントでインバウンド関係には期待を持っている。
□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・物価上昇が止まらない状況ながら消費動向が下限でとどまっている印象を受ける。
□	放送通信サービス (総務経理担当)	お客様の様子	・ケーブルテレビ利用者の延滞率及びその解消率についても大きな変化がみられない。
□	競艇場(企画営業担当)	販売量の動き	・売上がほぼ横ばいである。
□	設計事務所	お客様の様子	・新規案件の相談の数は変わっていない。順調に実施に進んでいる。
□	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・新築住宅やリノベーション、小規模テナントビルなどの設計など受注は順調に推移しているが、建築費の高騰により思うようには工事発注が進まない案件が多い。
□	住宅販売会社 (従業員)	競争相手の様子	・情報交換交流会で他社の話を聞いていると、景気の良い話は少なく、どこも原材料費の上昇などで苦戦している。
□	住宅販売会社 (事業推進担当)	単価の動き	・物価高騰に比例して、建築コスト、販売単価は顕著に上昇しているが、賃金が全く上昇しておらず、上昇する兆しがみえてこない。
□	住宅販売会社 (住宅設計担当)	販売量の動き	・販売量は横ばいであり、景気が悪い状況に変化はない。
▲	商店街(理事)	お客様の様子	・暑さのせいなのか、来客数が増えない。外出を控えているから購入する必要がないという会話を聞く。
▲	商店街(代表者)	単価の動き	・ベビー、子供服の専門店であるが、今年の夏は非常に暑く、客は秋冬商材を求める様子はない。非常に苦慮している。
▲	一般小売店 [茶](経営者)	お客様の様子	・先日の地元新聞によれば、当地域は今年がコロナ禍後で1番景気が悪いようである。人口減が激しく、インバウンドも全く恩恵がなく、本当に厳しく、寂しい限りである。
▲	一般小売店[眼鏡] (経営者)	販売量の動き	・レンズメーカーに9月の出荷量を尋ねたところ、7～8月と比べてかなり下落しているようだ。
▲	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・コロナ禍後は上り調子であったが、落ち着いた印象である。インバウンドは多いが、そこまで買上にはつなげていない。

	▲	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・今月中旬から始まった北海道物産展により来客数は前年を超えているが、他フロアへの買い回りはなく、客は必要な商品以外は購入しない傾向である。
	▲	百貨店（総務・経理担当）	単価の動き	・来客数、土日のにぎわい度等、全体的に弱まっている。インバウンドの来店客も減少した感覚がある。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・ここ半年は来客数が前年の100%前後で推移していたが、今月に入って98%になっている。値上げ続きで客の財布のひもが固くなり、販売点数も前年を下回っている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年を割っている状況だが、特に販売点数の落ち込みが激しい。
	▲	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・猛暑の影響による青果物の価格高騰と、米不足による米の大幅な価格上昇により、売上は前年を上回っているものの、物価上昇による節約により来客数、買上点数の前年割れが続いている。
	▲	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・10月に入っても暑い日が続く、秋物の購買意欲が上がらないため、売上不振である。
	▲	家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・来客数が2割減少となっており、異常値である。
	▲	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・今月の来客数が前年比87%で推移しており、売上もそれに比例して落ち込んでいる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・客の予算が少なくなっている。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・様々な商品の値上げで生活費がかさむなか、車両購入へも踏み切れない様子である。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・9月の決算を終えて新しい期が始まったが、市場の動きは低迷している。全ての動きが鈍くなっている。前月との動きのギャップが大きく、苦戦を強いられている。
	▲	その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・商店街のイベントが続き、来街者数は増加しているが、来客数は変わらず、販売にもつながらない。消費者の購買マインドが低下している。
	▲	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・引き続き海外旅行は低調である。2019年比40%で推移している。円安や物価高の影響が濃く残っており、海外需要は回復していない。国内旅行についても第4四半期の動きが出てくる時期であるが、出足は鈍い。団体旅行については、次年度以降の動きが出てきた。スポーツ観戦絡みの需要並びに周年事業等の企画依頼も増加傾向になり、次年度は期待したい。
	▲	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・生活、身の回り品の物価上昇が続いており、これから年末に向けて節約をする客が多いとみられる。
	▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・客は価格が安い方を選ぶ傾向にあり、品質の良さでは選択をしていない。
	▲	美容室（経営者）	競争相手の様子	・商品が売れず、来客数も減少している。今は我慢のときで、売上も伸び悩んでいる。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・10月に入り、店の前の通りで片側交互通行になる工事が始まった。前月は上り調子になりつつあったが、工事の影響で来客数と売上が減少し、厳しい状況になっている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・店の外の人通りがない。人通りがあるときとないときの差がはっきりしている。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・全体的に販売量が減っており、それに伴い売上も下がっている。
	×	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・客の来場が非常に減少している。また、予算の希望が低いいため成約率が悪い。
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	・輸送用機械器具製造業であるが、忙しい状況である。
(中国)	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・10月は特に前年比では大きく伸長している。
	○	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・原材料等の値上げがあるが、受注価格への転嫁が見通せている。
	○	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・身の回りの景気自体は変わらないが、仕入、販売とも取引先の動きが活発になっている印象を受ける。

	○	金属製品製造業 (総務担当)	取引先の様子	・客先が中国向けの大型案件対応のため、当社に生産対応可否の問合せがあった。
	○	輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増えている。
	○	輸送業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・海外向けの需要が堅調であり、景気は上向いている。
	○	広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・問合せや受注が増えている傾向にあるが、金額にはシビアな印象を受ける。
	□	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・10月中旬以降、徐々に秋冬商材の注文数量が増加しているが、計画値には及ばない。
	□	木材木製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・政局の影響で不安定な状況であり、景気動向も不確定である。ただし、季節要因として秋需があり、売上は少し回復傾向にある。
	□	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	・年末年始需要の注文が入る時期だが、競争の激化か需要減少なのか受注が振るわず、生産量が低調な状況が継続している。
	□	鉄鋼業(総務担当)	取引先の様子	・例年の動きでは夏以降の需要回復に期待したいところだが、変化なしの横ばいである。
	□	非鉄金属製造業 (業務担当)	受注量や販売量の動き	・製品の出荷量に大きな変化はない。
	□	建設業(経営者)	取引先の様子	・価格交渉に厳しいコストダウンは要求されないが、契約には慎重で時間が掛かっている。
	□	建設業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・技術者がいれば受注を更に増やせる状況に思える。その反面、受注物件を現状の技術者でこなすことができるかが、現時点での最大の課題である。
	□	輸送業(業務推進担当)	取引先の様子	・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。
	□	金融業(支店長)	取引先の様子	・物流の停滞から運送業の受注量に変化はない。建設業においても受注高の増加はみられず、停滞感が漂っている。
	□	不動産業(総務担当)	それ以外	・来客数、成約件数は、ほぼ横ばいで推移している。
	□	会計事務所(経営者)	受注量や販売量の動き	・酷暑と物価上昇の影響で新規業務の取扱が低迷している。定型業務は緩やかに拡大しているが、コンサルティング関連業務の伸展がない。
	▲	農林水産業(従業員)	受注価格や販売価格の動き	・単価の高さが変わらないこともさることながら、物量も鈍い感じである。
	▲	電気機械器具製造業 (総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・半導体向け基板は回復傾向にあるものの、中国経済の減速により電子部品関係は引き続き低迷している。為替相場も不安定で、先行きは依然不透明である。
	▲	通信業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・データセンターの引き合い量が減少している。今年度の計画も、おおそ実行されたと考えられる。これから年度内は、来期の計画に向けての見積依頼と準備が始まってくると想定される。
	▲	金融業(経済産業調査担当)	それ以外	・賃金の上昇が不十分ななか、身の回り品の価格上昇により消費マインドが低迷している。
	×	—	—	—
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、登録者数が前月比106%と引き続き増加傾向である。年内での就職希望者及び年明けや新年度に向けた転職活動が徐々に活発化している。
	○	人材派遣会社 (事業部長)	求人数の動き	・受注数は、6か月ぶりに前年同月を上回っている。
	○	人材派遣会社 (求職者対応)	求人数の動き	・今月は企業からの依頼が多く、求人数が増加している。
	○	民間職業紹介機関 (職員)	採用者数の動き	・中小企業の場合は、昔から存在していた出戻り採用であるが、近年は大手企業も積極的にアルムナイ採用を行っており、人材確保を急いでいる。
	□	人材派遣会社 (経営企画担当)	求人数の動き	・毎年の売上を支えていた季節需要による短期求人の依頼が極端に減っている。原因を調査中であるが、顧客が求人の一部を代替サービスに変更している可能性がある。
	□	求人情報誌製作会社 (総務担当)	それ以外	・新型コロナウイルス感染症発生前との比較では広告数が減少している。直近半年はほぼ同数で推移しており、今後も同程度で推移する。

□	求人情報誌製作会社（広告担当）	求人数の動き	・新卒は理系を中心に早期選考が年々増加傾向にあり、3年生の秋から冬にかけて予定している企業が増加している。それに伴い、年々インターンシップの参加率も上がり、今や9割近くになっている。優秀な人材の早期獲得のため、選考の場はインターンシップからに変わりつつある。中途採用に積極的な企業は9割にもものぼる。未経験者よりも経験者に対してより積極的で、即戦力や採用できていない年齢層への採用が狙いである。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・コスト増加を価格転嫁できる企業は、賃金上昇、働き方改革も進み、好況といえるが、それができない企業は好転の見込みがない。
□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・9月の有効求人数は、前年同月比で3.3%減少となっているが、大きな変化とまではいえない。管内企業の状況も、特に大きな変化はない。
□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・新卒者を対象とした一般企業からの求人数は停滞傾向にある。
▲	*	*	*
×	—	—	—