

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)	◎	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルス感染症対策緩和により、海外需要が高まっている。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	・これまで当地域ではなかなかインバウンドの好影響を受けることがなかったが、今回、思わぬところからその恩恵を受けることになった。インバウンドが続く間、しばらく景気は良くなってくるとみられる。
	○	百貨店（広報担当）	・冬のボーナス支給と来春の賃上げ議論などで客の消費意欲が刺激され、消費が多少なりとも活発化すると見込む。
	○	百貨店（営業担当）	・式典や行事の開催により、客同士で集まる機会が増え、それに伴う需要が増えていく。
	○	百貨店（総務・経理担当）	・年末年始やバレンタインデー等消費が増加する大きな機会を控えている。
	○	スーパー（業務開発担当）	・年末から春先にかけて今の状況が続く。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・継続して人の往来が続くと考えられ、円安も進むことで海外からの観光客も増える。懸念されるのは光熱費と人件費の高騰で、経営者にとっては逆風なので、人の流れをつかみ、売上の増加を図らなければならない。
	○	一般レストラン（経営者）	・今後、ボーナスが支給されると、経済的余裕が生まれ、景気がやや良くなる。
	○	バー（経営者）	・景気が良くなると潰れる。
	○	観光型ホテル（営業担当）	・年末年始を迎え、来客数の増加が見込まれる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・1か月前は12月の宿泊予約の伸びがとても悪く、前年を2～3%下回る予想もあったが、11月中旬から伸びが出てきており、このまま進めば前年比2～3%増加も見込める。
	○	旅行代理店（経営者）	・円安で海外旅行は減少しているが、国内旅行は大幅に増加している。
	○	テーマパーク（営業担当）	・天候さえ良ければ冬の繁忙時の来客数の増加が期待できる。
	○	住宅販売会社（住宅設計担当）	・物価上昇による販売量低下に対する会社施策により、企画型住宅や分譲住宅など、顧客の選択肢が増えてきている。
	□	商店街（代表者）	・空き店舗への新規出店の問合せはあるが、近々の景気には余り影響がないと考えている。
	□	商店街（理事）	・クリスマスや正月の需要が出てくるため、ある程度、来客数が増加する。
	□	一般小売店〔食品〕	・物価上昇が続き、客の節約志向も定着している状況で、今後については見通しが立たない。
	□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・他店でも客に動きが出てきているが、売上につながっていない職種もあるため、景気は変わらない。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・景気が良くなってほしいが、余り期待はできない。
	□	百貨店（営業担当）	・店頭で購入する客が少なく、ネットによる注文が多くなっている。また、電話注文による売上も少しずつ増加している。新規客の店頭での商品購入が厳しいため、今後も状況は変わらない。
□	百貨店（営業担当）	・気温がこのまま下がっていけば重衣料などの動きがあるとみているが、前年水準までは戻らないとみられる。物価の上昇を考えると、衣料品に費やす支出の割合は更に低くなってくるとみられる。	
□	百貨店（売場担当）	・ここ数か月、イベントなど特別な催しは好調であるが、一方で、客がふだんの買物は我慢する傾向がより強まっている。	
□	百貨店（外商担当）	・今後は気温の低下により、冬物商材の動きが回復するかがポイントになる。	
□	百貨店（売場担当）	・近年は冬が短く、商品単価の張るコートや高級素材ニットなど防寒アイテムの正価での販売期間が非常に短い。本年もその傾向にあり、12月商戦からクリアランスセール的好材料が見当たらない。	
□	スーパー（店長）	・来客数の前年割れが続いているが、12月に値上げを実施するため、売上は前年をやや上回った状況で推移する。	

<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・前年と比べて、値上がりによる単価上昇が拡大しており、点数増加が見込めない状況である。割引日の集客は期待できるが、平日の集客や売上確保は厳しいとみられる。年末年始商戦を迎えるが、大幅な伸長は考えにくい状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・商品の値上げに対して、客の収入はさほど増えていないのが現状である。景気回復のための施策もみえず、景気が良くなるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・特売日や割引日に客が集中しており、節約志向が続く見込みがある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・野菜等の価格上昇で買上点数が減少している。客の購買意欲が低下し、必要な商品だけの購入にとどまっているようである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・物価高は根深く、依然としてその影響が続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・燃料価格の高騰が続いており、客の日々の節約志向は変わらない。しかし、クリスマスケーキの予約販売数が前年よりも好調であるため、たまのぜいたくとして高額商品が動く可能性がある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・年末年始にイベントが開催されるため、集客を期待したいが、物価の上昇が続いているので厳しいとみられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・年末年始を迎え、客の出費が増加することを考慮すれば、例年どおりの消費傾向が考えられ、前年や2～3か月前と同等と判断している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・今後も情勢に大きな変化はないとみられる。支援等も多く出ているが、即座に客の消費行動にプラスとなる可能性は低いとみられるため、景気は変わらないと考えられる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・特に景気の良くなる要素がみえてこない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・呉服業界では八掛、白絹、半襟などいろいろな物が値上がりし、単価が上昇してくるため厳しくなる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・国民は減税による景気対策を望んでいると考えるが、政府は非課税世帯へのばらまきばかりで、根本的な景気対策をしていない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価上昇はまだ続く。買換えを促進する施策が講じられないと厳しい。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（販売担当）	・気温の変化と初売りに期待できる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・年末に向かっているため、客の財布のひもが固くなり、景気が良くなる要素がない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（統括）	・メーカーの供給が増えない限り、余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・今月は新車の販売は横ばいである。予算を抑えるために中古車を検討する客が増えている印象がある。車検などの整備費用は、整備内容を少なくして価格を抑える客が多い。また、安い会社で車検を受ける客も増えている。やはり、物価高の影響で車に掛ける費用を減らしたい客が増えている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	・現状がしばらく続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（リース担当）	・景気が良くなるといった話を聞くことはなく、新政権が発足しても、なかなか良い方向には進まない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・物価高に対して手取りが増えない限り状況は変わらないとみられる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・景気回復の起爆剤となる要素が当面見当たらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・現状から市場の動向が良くなるとは考えられないが、年末にかけて市場の動きが活性化するタイミングを逃さず、即座に対応し反転を図りたい。今後は市場や景気の回復に期待をしている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・市が財政難で、いろいろなイベントを中止する旨の発表をして市民のモチベーションが下がっているため、現状維持が精一杯である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔時計〕（経営者）	・歳末需要に期待しているが、先行きが見えない。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・9月から10月に食品など値上げラッシュがあったが、その動きに賃金の上昇がついてきておらず、家庭の財布のひもは固いままとみられる。年末に向けボーナスなど、財布のひもが緩む季節だが、それに合わせたイベントなどで少しでも売上を伸ばす施策を行っていく必要がある。

□	高級レストラン（事業戦略担当）	・これから閑散期に入るが、大型の広告企画を実施し、来客数の維持に努める。
□	一般レストラン（経営者）	・牛肉、米、卵、野菜などの主力食材の価格の上昇、高止まりで、利益率が良くない状況が続いている。忘年会や新年会のシーズンに入るが、現状、予約は前年並みとなっている。ただし、予約の少人数化が顕著となっているため、売上は厳しくなる。また、アルコール類の売上構成が目標を下回る月が続いていることも心配材料である。
□	一般レストラン（店長）	・今後も来客数の減少の影響は出てくる。駅の再開で商圈がそちらに移動すると予想しており、それも不安材料となっている。
□	タクシー運転手	・好景気を維持しているとみられる。
□	タクシー運転手	・12月から繁忙期に入るが、利用者は多少増加するものの、今月と大差はない。
□	タクシー会社（営業所長）	・年末年始にかけてイベントなどが少なく、人流が大幅に増える要素が見当たらない。
□	通信会社（営業担当）	・景気及び消費動向が浮沈する要因がなく、現状維持とみられる。
□	通信会社（企画担当）	・年末から年明け以降、景気が活性化していく商材や話題が少ない。
□	放送通信サービス（総務経理担当）	・一般家庭の可処分所得に大きな変動がみられない。
□	競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後の売上はほぼ横ばいとなる。
□	美容室（経営者）	・物価高の影響で節約志向が続いているため、客の来店頻度が低くなっている。
□	設計事務所	・数か月先の案件依頼がある。
□	設計事務所（経営者）	・コロナ禍で止まっていたプロジェクトが再開し始めているが、建築コストの高騰が続く見込みなので、なかなか前に進まない。
□	住宅販売会社（従業員）	・金利上昇や税制優遇などの経済施策が打ち出されないと景気上昇にはつながらない。
□	住宅販売会社（事業推進担当）	・3か月程度では賃金の改善は見込めず、また、仮に販売単価上昇が止まっても、高止まりなので、景気の回復は難しいとみられる。
▲	商店街（代表者）	・いろいろな商品の価格上昇や客の手取りの減少が購買行動を妨げている。
▲	スーパー（店長）	・米等を中心に商品の値上げ幅が大きく、販売数量が大幅に落ち込んでいる。商品の単価上昇に消費者がついていけないことが数値の動きで明らかである。
▲	スーパー（財務担当）	・物価の上昇が今後も続き、節約による買い控えで買上点数が減少し、低価格志向による買い回りにより、来客数の前年割れが続く。
▲	コンビニ（支店長）	・次期米国大統領による関税引上げで輸出企業が低迷していくとみられる。
▲	衣料品専門店（経営者）	・来店を促すニュースレターやSNSの発信を続けているが、反応が鈍い。
▲	家電量販店（副店長）	・来客数が改善しているが、前年比91%ぐらいなので、景気は少し下方傾向にあるとみられる。
▲	自動車備品販売店（経営者）	・米国の政治情勢など国外の影響により円安が進み、輸入品に打撃があり、販売コスト増加になっている。
▲	その他専門店 [和菓子]（経営者）	・物価高が続き、客の購買意欲が低下している。
▲	観光型ホテル（副支配人）	・年明けは宿泊予約が一杯だが、その後はまだ動きがない。施設が山間部にあるため、雪の影響を受けやすいことも僅かだが影響している。
▲	都市型ホテル（総支配人）	・例年2月はオフシーズンを迎え、先行予約は伸び悩む。1月下旬から2月上旬に旧正月を迎える東アジアのインバウンドに期待する。3月も先行予約は伸び悩んでいるものの、欧米インバウンドツアーや国内個人の卒業旅行に期待する。
▲	都市型ホテル（宿泊担当）	・インバウンド需要が落ち着く時期となるため、年末年始以外は単価を下げた販売が予想される。
▲	旅行代理店（支店長）	・我が国もそうだが、米国も政権が変わりどのような方向に進んでいくかによって状況は変わってくる。また、円安に振れるようであれば、景気が更に悪化することが見込まれる。

	▲	通信会社（広報担当）	・価格が少しでも高いと売れない状態である。
	▲	テーマパーク（業務担当）	・冬になると、キャンパー自体が少なくなる。また、雪が降るようなことがあれば、都市部からの来客は見込めなくなる。
	▲	ゴルフ場（営業担当）	・シーズンオフになり、更にインバウンドが落ちてきているため、来客数は減少する。先の予約も若干減少している。
	▲	美容室（経営者）	・客の所得が上昇しておらず、財布のひもが固いため、景気は現状よりも悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・物価高騰などの影響なのか、客の買い控えや節約が少しずつ表面化している。
	×	商店街（代表者）	・物価高の影響で、客の財布のひもがかなり固くなっている。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・年末までの速やかな物価対策がみえてこない。
	×	百貨店（営業担当）	・市街地の集客を奪う駅周辺の開発によるマーケット環境の変化が考えられる。
	×	コンビニ（エリア担当）	・ここ1～2か月の間に、近くに競合店が出店する予定であるため、客が徐々に奪われることを危惧している。
	×	家電量販店（企画担当）	・今後はしっかりとした経済政策が実施されないとみており、景気は悪くなる。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・業種的に年間で1番落ち込む月であるため、今後は異業種参入も必要かもしれない。
	×	住関連専門店（営業担当）	・店舗への客の来店の様子が全く変わっていない。
	×	設計事務所（経営者）	・年末年始は出足が悪くなり、成約に結び付くのが厳しい。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今のところ、2～3か月後も生産は順調であると考えている。
	○	食料品製造業（経営者）	・客の購買意欲は上昇している。ただし、値上げにより価格帯が上がりつつあるため、少し良くなる程度とみられる。
	○	食料品製造業（営業担当）	・11月は前年の受注量を超える見込みである。
	○	化学工業（総務担当）	・様々な地政学リスクは不透明な部分もあるが、モノの値動き等をみる限り、少しずつ良くなっていくとみられる。
	○	一般機械器具製造業（管理担当）	・季節性のある製品を生産している関係で、需要期に向けた海外向け製品の生産増が見込まれる。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	金融業（支店長）	・域内の建設業関連事業者の好調につながれば、関連する業界にも好影響を与えることから、将来的な景気はやや良くなると想定する。
	○	不動産業（総務担当）	・例年どおりであれば、来月から来客数の増加が見込まれる。
	○	会計事務所（経営者）	・中小で回復が遅れていた自動車関連部門が少し動き出した。年度末へ向けて補正予算の後押しも期待される。
	□	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）	・金利上昇や物価の高騰がいつまで続くか分からない。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	・為替も新設住宅着工戸数も現状維持であり、景気としては変わらない状況が続くとみられる。
	□	化学工業（総務担当）	・現状の政治課題対応や海外情勢の不安定さが懸念される。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・年末年始対応などの季節要因はあるが、生産水準の変化は見込めない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・受注環境が良くなる兆候がない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・人手不足の解消ができないため、景気は横ばいである。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・スポットで大型案件はあるが、それ以外は今と変わらないと想定している。
	□	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。
	□	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、景気に変化はない。
	□	建設業（経営者）	・補正予算が閣議決定され年内成立されそうである。
	□	建設業（総務担当）	・価格転嫁が受け入れられやすい環境にあるが、技術職が手一杯の状況であり、予定物件の遅れや延期がみられる。
	□	輸送業（業務推進担当）	・特に景気に関する大きなプラスや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）	・新規の見積依頼は少ないため、顧客の動きに大きな変化はみられない。

	<input type="checkbox"/>	金融業（経済産業調査担当）	・個人消費の持ち直しに向けた材料が乏しい。	
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（営業担当）	・景気が良くなる要素がない。	
	<input checked="" type="checkbox"/>	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関係が年明けから生産調整に入る見込みが出ている。	
	<input checked="" type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（総務担当）	・中国経済も減速が続き、需要が減少している。	
	<input checked="" type="checkbox"/>	建設業	・今後も物価上昇が続いていく。	
	<input checked="" type="checkbox"/>	通信業（企画担当）	・海外の政治的な動きが不明瞭な点もあり、先行きが暗い。特に輸入先の関税高騰により、データセンター関連の商材も高騰し、ますます客の財布事情が厳しくなっている。	
	<input type="checkbox"/>	—	—	
	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	
雇用 関連 (中国)	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（事業部長）	・依然として企業の人手不足感は強く、新年度に向けて人材を確保しようとする動きは、より強くなっていくとみられる。	
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（求職者対応）	・毎年4月に転職する人が多いため、応募者数が増加する傾向にある。	
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（総務担当）	・年末年始に向けて、飲食店の予約件数が増加傾向にある。ただし、1件当たりの人数は新型コロナウイルス感染症発生前に比べて減少している。	
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	・今後も新卒、中途問わず、採用活動に継続して投資する企業が増える見込みである。景気上昇イコール採用活発化と捉えると、やや良くなるとみている。	
	<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・車両、住宅等の商品供給に改善がみられ、消費の底上げ、周辺企業への好影響が期待できる。	
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（職員）	・国内では首相が代わり、米国でも大統領が交代するなど政治的な動きがあり、様々な業界で皮算用が行われている。現状としては、まだ目立った動きは見られないが、次期大統領就任以降の経済政策によっては、経済も好転する。	
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（経営企画担当）	・年々、派遣スタッフの獲得に苦戦しており、今後もそのトレンドは継続すると考えられる。	
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（広告担当）	・中途採用も新卒採用も超売手市場が続いている状況で、人手不足はますます深刻化する。	
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（事業所担当）	・企業の人手不足感は強く感じるものの、原材料高及び物価上昇等により先行きが不透明であるため、これからの業績が読めず、人材確保に慎重になっているとみられる。	
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・年内は情報収集を軸として潜在層が多いため、具体的アクションは年明け以降となる見込みである。しかし、1月以降は第2新卒等の動きや年度替わりに向け、選考を希望する求職者数の母数が増えると思われる。	
	<input type="checkbox"/>	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・新卒者対象の採用活動を終えた企業が多く、求人数の増加が鈍化している。製造業からの求人数は増加傾向にあるが、求職者の希望と合わず、応募に至らない。	
	<input type="checkbox"/>	その他雇用の動向を把握できる者	・求人状況は、人材不足のため賃金は上がっているが、労働者は103万円の壁により、就業時間を減らす傾向がある。	
	<input checked="" type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・経済圏が閉じており、外部からの人の出入りが少ない地域において、慢性的な人手不足は常態化している。近頃では、人手不足を理由に仕事を断らざるを得ないという声も複数聞かれる。この状態が僅か数か月で解消する劇的な変化は期待できない。	
		<input type="checkbox"/>	—	—