

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)	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・土日に子供連れや若者の姿がみられるようになってきた。段々と若者向けの店も増え、活発になってきたので、今後は景気が良くなることが期待できる。
	○	スーパー（業務開発担当）	・特売商品中心に動いているが、それでも来客数や販売点数は伸びそうな気配がする。
	○	乗用車販売店（業務担当）	・新型車の発売などで少しずつ客も動くと思われる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・ここ数か月、波があるものの景気は上昇傾向にあり、この状況が続くことが予想される。今が重要な時期であり、このタイミングで、より売上を伸ばしていかなければならない。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・来客数、売上共に伸びてきている。インバウンドも少しながら回復傾向である。競合要因に変化はないため、このままの伸びが期待される。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	・国内は変動がないが、インバウンドが大きく動き出す時期が来るため、景気は全体的には上向く。
	○	タクシー運転手	・大学が近いため、学生の移動などが増えてくる時期が来ると、利用者も増加する。また、春先は観光客も増えてくるため、期待できる。
	○	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスの感染状況の緩和により、景気はやや良くなる。
	○	住宅販売会社（従業員）	・現行よりも手厚い補助金が打ち出されたことにより、景気浮揚の期待感が持てる。
	○	住宅販売会社（住宅設計担当）	・国の補助金事業が延長されたため、今後の顧客動向が上向く事を期待している。
	□	商店街（代表者）	・今のところ景気が良くなるような要素が見当たらない。相変わらず消費者の財布のひもが固く、余分な商品の購入がない。
	□	商店街（理事）	・卒業式や入学式を控えているため、それまでは客が買い控え傾向となる。
	□	一般小売店〔食品〕	・販売単価の上昇により、来客数の増加は期待できない。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・輸出の注文は2か月先まで決まっているが、国内のマイナスが今後どのくらいの額になるか不明である。国内消費の低迷が心配である。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・新年度を控え、多少は期待したい。
	□	百貨店（広報担当）	・物価の高止まり、若しくは値上げ傾向が継続するとみており、春の交渉で賃上げがどの程度になるかも不透明であるため、景気に大きな変動はないと見込んでいる。
	□	百貨店（営業担当）	・店頭で試着し、オンラインで購入する客が少しずつ増加しているため、店舗で新企画を展開しないと売上につながらず、厳しい状況である。
	□	百貨店（営業担当）	・顧客シェアの高い販売動向が続いており、新規客の獲得に苦戦している。
	□	百貨店（営業担当）	・気温の変化、物価高が続く限り、景気が良くなるとは考えにくい。オケージョン需要や春の旅行で一時的には良くなるが、百貨店の衣料品に対する購買意欲自体は薄くなっている。
	□	百貨店（売場担当）	・全くインバウンドの影響を受けない商圏のなかで、ここ数か月は安定しつつあり、今の状況はしばらく続くとみられる。
	□	百貨店（外商担当）	・物価上昇が続いているため、今後も客の買い控えが続く。
	□	スーパー（店長）	・現状の単価上昇、買上点数減少、来客数横ばいという流れが大きく変わる材料が見当たらない。収入面においても大幅に改善する予測はなく、客が更に節約志向に向かうとみられる。生活のなかでもガソリン価格等は今後大きく影響するとみられる。
	□	スーパー（店長）	・ガソリン価格の値上げなど家計への影響が大きく、景気回復の要素がない。
	□	スーパー（総務担当）	・収入が上がった感覚がないのに、生鮮を始めとする食料品の価格上昇や燃料費の上昇で、客の購買意欲は衰退している。

<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・今後も物価高の影響で客に節約意識が働くことが予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・食品の値上げによって販売量が落ち込んでいる。クリスマスでも食品の消費は抑え気味であり、ケーキの予約数は最初こそ多かったが、落ち込んでいる。今後の催事でも食品の消費は抑えられるとみられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・年末年始の商品購入で消費が一旦落ち着く年明けも、野菜等の価格が下がる見通しが立たず、消費が大きく好転するとは考えられない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・イベント商材の販売が伸び悩んでおり、今後、客の財布のひもは更に固くなる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（副地域ブロック長）	・公共工事が増えて朝夕の来客数が増えている。公共工事が継続して行われると売上は期待できるが、経費面で電気料金や店舗備品代金の高騰、人件費の増加など、マイナス材料が多く、経営的には不安要素が多い。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（支店長）	・都市部中心にインバウンド需要があるものの、円安によるコスト高に伴う物価上昇で、客の買い控えが発生しそうである。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・日常の買い回り品など全ての物価が上昇しているため大変である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・政府が減税を拒んでいるため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・今後もいろいろな物の価格の上昇が続くようなので、電気業界も更に厳しくなる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・現政権の経済政策には景気に刺激を与えるものがないため、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（販売担当）	・初売りに期待する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・世の中の状況が変わらないため、今後も期待できない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・ボーナスが支給され、年末商戦が始まり、客の購買意欲が上向く時期である。販売台数は前年を超えており、3月までは好調な時期が続くそうである。一方で、整備代の節約のため他社で車検を受けたり、任意保険料の節約のためネット保険にしたりするなど、他社に切り替える客が増えている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [土産物]（経営者）	・最低賃金の引上げとともに手取りが幾らか増えたという実感が客の様子からは一切みられないため、現在の状態が続くとみられる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [時計]（経営者）	・先行きが見えず、景気が上昇するようには見受けられない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（事業戦略担当）	・クリスマスはまあまあであった。年末年始の予約数は前年と大きな変わりはない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・受験や卒業のシーズンに入るため、来客数の増加が期待できる。ただし、生活必需品やガソリン価格の上昇の影響で、可処分所得に占める外食費用の割合は低下し、週末のディナータイムの利用も増加しないとみられる。パートやアルバイトの入替時期に入るため、採用も困難になる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店長）	・物価が上昇しており、来店する回数が減っているという話を客から聞く事が多い。常連客の来店頻度も下がっている。
<input type="checkbox"/>	バー（経営者）	・今は年末なので売上が上がっているが、今後も現状以上に売上を上げたいことを考え行動するため何とかかなる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総支配人）	・賃上げが図られるが、物価上昇により実質賃金が目減りすることも予測され、先が読みづらい状況である。今後は雇用関連の税制改革や社会保険料の見直しにより、少しでも景気が回復することを期待する。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・この時期になって、インフルエンザの影響で旅行の延期が出ている。気候の影響があり、自宅で過ごす客も増えている。スキーやスノーボードの客はかなり増加している。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・当面円安が続く雰囲気であり、大きな環境改善が見込めない。春休み先行き商戦が前年の水準まで到達していないこともあり、先行き不透明である。
<input type="checkbox"/>	タクシー会社（営業所長）	・12月の来客数、単価共に減少傾向にある。来年は大阪・関西万博があり、近隣エリアは活気が出るかもしれないが、当地方まで恩恵があるかは未知数である。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・来年前半にかけて、個人向け通信サービスの料金の値上げや値下げが起ころ前提にないので、競争環境は変わらず、景気も変わらない。

□	放送通信サービス（総務 経理担当）	・ここ数か月、安定しているため、今後も大きな変動がない。
□	テーマパーク（業務担 当）	・現在、景気は悪くないが、今後もこのまま推移するとみられる。
□	ゴルフ場（営業担当）	・1月は韓国や台湾といったインバウンドの動きが低調になるが、国内の動きは良くなる。2月以降はインバウンドも例年並みの予約状況のため、全体としては例年並みとみている。
□	競艇場（企画営業担当）	・現在は好調であるが、2～3か月後の売上はほぼ横ばいとなる。
□	美容室（経営者）	・物価高が続き、客が節約の方法を考えて生活しているため、2～3か月後に物価が更に上昇することがなければ、現状が続く。
□	設計事務所	・急激に悪くなる様子もないが、現状がどこまで続くかも分からない状況である。
□	設計事務所（経営者）	・建築コストの高騰や人手不足が続く見込みなので、着工に至るまでに時間が掛かっている。
□	住宅販売会社（事業推進 担当）	・今年度中は大きな変化がないとみているが、3月に駅ビルがリニューアルするため、顧客の動きの変化に期待したい。
▲	商店街（代表者）	・客が商品の購入を先延ばししているため、売上は伸びない。
▲	商店街（代表者）	・景気が良くなる要因が少ない。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経 営者）	・物価はより上昇する。
▲	百貨店（営業担当）	・物価高のなか、客の給与が上がリ、消費意欲が高まるようには見受けられない。
▲	百貨店（総務・経理担 当）	・1月以降の売上低迷は例年の流れである。
▲	百貨店（売場担当）	・来客数や受注個数が前年並みにもかかわらず、おせちの売上は前年を下回った。ここ数年、上昇基調だったものが本年にこのような結果になったのは、客の節約志向で単価が下落したためとみられる。売場の雰囲気も今一つで、年明けの動向が不安である。
▲	スーパー（店長）	・来客数や売上が前年並みである。客が単価の低い商品を購入したり、購入点数を減らしたりする傾向にあり、今後は厳しくなる。
▲	スーパー（店長）	・今後も値上げ商品が多数あり、更に客の節約志向が高まることが予想される。ナショナルブランド商品からプライベートブランド商品への購入に移行する客が多くみられる。
▲	スーパー（店長）	・これ以上物価上昇が続くようであれば、客の買い控えが発生する。
▲	スーパー（店長）	・年明けから食品の値上げがある。
▲	スーパー（財務担当）	・生鮮食品の相場高と値上げにより、1品単価の上昇が今後も続き、節約により1人当たり買上点数が減少する状況が続く。
▲	コンビニ（エリア担当）	・少し離れた場所に競合店が出店することになったため、今後は売上が減少する。接客や商品構成をしっかりと、競合店に打ち勝とうと考えている。
▲	衣料品専門店（経営者）	・ガソリン価格の値上がりを受け、物価が高騰することが心配される。
▲	衣料品専門店（経営者）	・客1人1人に合わせた接客を心掛けているが、顧客化するスピードとし好が多様化するスピードがマッチしづらい。
▲	家電量販店（副店長）	・テレビやパソコンの販売数量が減っており、改善がみられない。
▲	乗用車販売店（経営者）	・全体的に物価が上がっているため、自動車関係に予算が回ってこないとみられる。
▲	乗用車販売店（統括）	・メーカーからの供給が少ない。
▲	自動車備品販売店（経 営者）	・円安が続く限り、物価高騰は消費者の購買意欲を削ぎ、生活必需品を優先し、我々の扱う商品のように我慢できる物は我慢する傾向になるため、今後、じわじわと影響が出そうである。
▲	一般レストラン（経 営者）	・電気料金を含めた物価やバイトの賃金など全てが高騰し過ぎて、個人飲食店では経営が追い付かない。単価を上げるにも限界がある。
▲	一般レストラン（経 営者）	・現在は、冬のボーナスが支給されたため、人の動きが多少良くなっているが、もう少しすると消費が冷え込む。

	▲	観光型ホテル（営業担当）	・例年1月中旬以降は旅行者が減少する。
	▲	観光型ホテル（副支配人）	・冬場に積雪があると道路事情により来館することが困難になるため、天候次第で利用者数はかなり変わってしまう。天候の予測ができないうちは予約も控えめになる。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	・1月から3月は宿泊予約のペースが遅いが、前年と比較しても5%から10%予約が落ちている。
	▲	タクシー運転手	・忘年会シーズンの繁忙期でも夜が良くないため、年が明けても期待は持てない。
	▲	通信会社（広報担当）	・このまま物価は上がっても、賃金が上がらないという状況が続くのであれば、景気は回復しないという雰囲気がある。
	▲	通信会社（営業担当）	・物価高をカバーするだけの収入増加が、特に年金生活者においてあるわけではなく、高額療養費制度の上限額引上げなど負担増への防衛として買い控えが促進されるとみられる。
	▲	通信会社（総務担当）	・個人的には将来的に親の介護の心配があり、子供の学費等の負担がなくなったとしても、経済的には不安である。ビジネス的にもシニア層が多くなっているため、評価制度や処遇制度を見直さなければ、若年・中堅世代の活躍が見込めない。当県では観光収入が増えていくと考えられるが、人口減少で税収が減るなかで、公共交通機関の値上げも続いており、魅力を創出しない限り人口減少の歯止めはきかなくなる。
	▲	テーマパーク（営業担当）	・1月中旬から2か月程度閑散期に向かう。
	▲	美容室（経営者）	・物価高騰の流れで買い控えが多く、単価が上がりにくい状態になっている。今後も続きそうである。
	▲	美容室（経営者）	・単価を下げないと客が来ない状況で、売上が減少しているため、今後も景気はやや悪くなる。
	▲	設計事務所（経営者）	・しばらくは予算に合わない状況が続く、代案として中古物件に流れる。そのため物件が不足し、供給量が少なくなり、全般に動きが鈍くなる。
	×	商店街（代表者）	・通行客は増加したが、高額商品については全くプラスの材料が見当たらない。
	×	乗用車販売店（リース担当）	・新入社員の初任給は上昇しているが、10年程度勤務している人の給料が増加しておらず、物価などのことを考えると、今後も景気は悪くなる。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・本市には自動車関連企業が多く、景気は余り良くない状況で、今後も悪くなる。地方の少子高齢化はますます進み、人口減少が加速する。日本の5年後、10年後は更に厳しくなる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・物価の上昇がおさまらないため、耐久消費財の家具に消費が回らない。
	×	その他専門店 [和菓子]（経営者）	・物価上昇が続いているため、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月後も生産が好調である。
	○	化学工業（総務担当）	・人件費高騰等の課題は抱えるが、物価上昇に対応する利益確保によって景気は回復を見込む。
	○	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・延期されていた大型注文の生産再開や輸出注文等があり、生産量は微増する計画である。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	通信業（企画担当）	・データセンターの引き合い量は変わらないが、ICT関連については余った予算の駆け込み需要が見込まれる。サーバーやネットワークスイッチなどの機器の引き合いは好調に推移すると考えられる。
	○	金融業（支店長）	・公共受注や米軍基地向け工事受注の増加が期待できることから、将来の景気は若干良くなる方向にあると考える。
	○	不動産業（総務担当）	・需要時期もあり、来客数及び成約件数は良くなる見込みである。
	○	広告代理店（営業担当）	・物価高による影響があるものの、個人消費が多少持ち直している。
	○	会計事務所（経営者）	・補正予算が成立し、新たな補助金制度も動き出した。設備投資が促進されれば、コンサル支援場面も増加する。
	□	農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
□	食料品製造業（営業担当）	・前年の受注量が多く、今年度は前年と比べ少ない状況が続いている。	

	<input type="checkbox"/>	木材木製品製造業（経理担当）	・今後の為替の動向や米国の大統領交代が日本経済にどのような影響を与えるか不確定なため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	鉄鋼業（総務担当）	・景気に関する好材料、悪材料共に目立ったものがない。
	<input type="checkbox"/>	鉄鋼業（総務担当）	・人手不足により、景気に大きな盛り上がりはない。
	<input type="checkbox"/>	非鉄金属製造業（業務担当）	・現時点では景気が良くなる材料も悪くなる材料も見つからない。
	<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（総務担当）	・受注や鉄原材料相場に大きな変化はなさそうなので、現状と変わらないと見込んでいる。
	<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・物価が高騰するようだが、ボーナスも例年どおりの支給があった。
	<input type="checkbox"/>	建設業（総務担当）	・継続的な大型物件が予定され、計画変更のリスクはあるものの、仕事をどのようにさばくかがポイントになる。
	<input type="checkbox"/>	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もなく、取引先の動向にも目立った変化はない。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（営業担当）	・企業訪問におけるヒアリングにおいて、年明け以降2～3か月での大きな変化はみられない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	・12月のギフトや土産品の販売量は大幅に減少しているが、1月の前半も同じ傾向になりそうである。今後は個人消費が一段と厳しい状況になる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	化学工業（総務担当）	・原燃料価格の高騰が予想される。
	<input checked="" type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（管理担当）	・当社は国内で生産した製品を主要市場である北米に輸出している。北米の市場自体に大きな変化はないものの、大統領の交代が予定されており、政策や関税の見直しによる影響を考えると、景気はやや悪くなる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪くなる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売先の内示情報から判断すると、景気はやや悪くなる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	建設業	・来年も様々な物価上昇が続いていく。
	<input checked="" type="checkbox"/>	金融業（経済産業調査担当）	・一層の賃上げがなければ、消費マインドの改善は難しい環境にある。
	<input type="checkbox"/>	－	－
雇用関連	<input checked="" type="checkbox"/>	－	－
(中国)	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（事業部長）	・製造業のなかでも、特に自動車関連企業からの受注が増加する見込みである。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（求職者対応）	・2月以降、4月スタートに向けて仕事探しを始める人が多い。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（広告担当）	・技術職を中心とした慢性的な人手不足は、新卒、中途共に今後も深刻な状況が続く見込みである。今後は人手不足に対する設備投資の拡大も予測され、生成AIの普及、リスクリングの浸透などにより労働力の効率性を図る可能性も高くなるとみられる。
	<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・少なくとも景気が悪くなることがない状況で、政治の安定や経済政策の推進で、賃金が更に上昇することを期待し、消費が拡大に向かっていくものとみられる。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・年明け以降も引き続き転職数は上昇傾向にあり、退職代行利用者も増えるとみている。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（支店長）	・業界によつての差はあるとみているが、求人数も余り増えておらず、景気が良くなる傾向は見受けられない。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（経営企画担当）	・状況が変わる要因が想定できない。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（総務担当）	・景気の先行きの判断として求人広告数を1つの指標としているが、求人広告数は横ばいないし若干減少している。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・地域の基幹産業である製造業、卸売業・小売業、宿泊業・飲食サービス業、医療福祉の求人数は前年同月を下回っており、改善の兆しはみられない。人手不足感は強く、他地域から人材が流入するような地域でもないため、一朝一夕に問題は解決しない。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（事業所担当）	・年末年始に個人消費が増加し、景気を刺激する可能性はあるが、それは一時的なものであり、物価上昇等が落ち着くまで、今の状況は変わらないと考えている。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（職員）	・結局はマンパワーの問題であり、人がいないため受注できず売上を伸ばせない構図は変わらず、景気を良くするための素地はあるものの、生かされていない。

□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・2025年3月卒業生を対象とした求人はあるが、求職者の多くが内定を得ており、応募者がいない状況にある。企業の採用意欲はあるが、求職者数には限りがあり、慢性的な人手不足が続く。
▲	職業安定所（雇用関連担当）	・物価が高騰し、最低賃金が改定され、利益幅が縮小すると、賃上げを実施できずに人材確保が難しくなり、受注の抑制が起きて売上が減少するといった負のスパイラルを断ち切る要素が現時点で見当たらない。
▲	その他雇用の動向を把握できる者	・求人倍率は依然として1倍を超えて推移しており、人材不足感が強い。物価の上昇に賃金が追い付いていない。
×	—	—