

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)	◎	－	－	－
	○	一般小売店 [茶]（経営者）	販売量の動き	・都会のインバウンドの影響で、当社の抹茶に注文が入るようになり、大変助かっている。しかし、地元の売行きは大変厳しい。
	○	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・年始の来客が前年を上回り、売上も微増し、食品催事の来客数と売上が増加している。
	○	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・天候の影響があるものの、主力アイテムの婦人服の動向はおおむね好調に推移している。内容的にはまだ冬物セール品がけん引する形となっており、2月もこの状態は続く。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前は来客数が前年の99%前後で推移していたが、今月の来客数は前年の101.8%と増加し、客単価も上昇したため、売上は前年の105.5%となった。
	○	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・店舗の戦略でもあるが、1人当たりの買上点数が若干前年を上回ってきた。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・物価高騰により消費者の買物動向は依然として厳しい状況である。ボーナス支給があり、クリスマス、年末年始とイベントもあったため、販売量はわずかに増えている。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・インフルエンザや新型コロナウイルス感染症もあるとはいえ、かつての閉塞感から開放された空気感がある。
	○	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染状況が落ち着き、景気がやや良くなっている。
	○	通信会社（企画・総務担当）	販売量の動き	・高単価の新規商品の売上が伸びている。
	○	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・1日平均の売上が3か月前よりも若干増加している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の財布のひもがとても固く、来店頻度も下がっており、購入額も減少している。商品を多めに買うことがなく、厳選している様子である。
	□	一般小売店 [食品]	販売量の動き	・客が必要最低限の商品しか買わない傾向が続いているため、販売数量は前年比マイナスの状況である。ただし、商品単価の上昇により、売上は前年並みで推移している。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・朝夕にインバウンド関係の来店があり、客単価は低いものの、日々の売上を押し上げている。
	□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・クリアランスセール時期なので購買目的の客の来店は多かったが、必要な物しか購入しておらず、前年割れの状況である。土日や祝日は来客数、売上共に前年を上回っているが、平日の来客数が激減している。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・集客イベントに来る客は多いが、売場の集客につながらっていない。
	□	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・100万円台のブランドのジュエリーやバッグなどが売れ、今月は良かったが、来月は安心できない。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・商品の値上げが続き、販売点数が前年割れとなる状況が継続している。1品単価の上昇により、売上は多少伸長しているものの、低単価商品の構成比が上がり、販売点数自体は伸びていない状況である。割引時や週末でのまとめ買いはあるものの、平日の落ち込みが大きい。ライフラインにかかる費用の上昇が、衣食住における支出に影響している。
	□	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・売上の伸びと販売点数の伸びに3.5ポイントの乖離があり、明らかに1人当たりの買上点数が減っている。
□	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・野菜の価格高騰、米の値上がり等による1品単価の上昇により、売上は前年を上回る状況が続いているものの、節約により、1人当たり買上点数は前年割れが続いている。ただし、節約による買い回りのため、来客数は前年を上回っている。	

<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・今年は今年末年始の休みが長かった分、中旬から来客数が減少し、インフルエンザの流行やガソリン価格の高騰もあり、売上の落ち込みが大きかった。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・いろいろな商品が値上がりしているため厳しい。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ガソリン価格の高騰など物価の上昇に対して、客の給与の増加が追いついていない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・物価高騰に所得の増加が追いつかないため、消費者の買い控えが続いている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・食品やガソリンなどの価格上昇により、客の購買意欲が低下し、必要な物しか購入しなくなっている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・3か月前と変わらず、来客数が前年を下回っている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・来客数がほぼ前年並みで推移するとともに、販売量も前年並みとなっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・必要な物はちゅうちょなく注文し、支払の遅延もないが、必要以上の注文はない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	来客数の動き	・物価高騰や景気が良くない影響か、来客数が増加していない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・1月の販売量は前年比97.6%となっている。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・景気は良くも悪くもなく、どちらへ向かっているのか把握できないているが、世の中の流れが変わり、良い方向へ向かってほしい。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔土産物〕（経営者）	それ以外	・野菜や米の価格高騰が続いており、売上の維持が非常に困難である。キャベツなどを安値で販売すれば集客効果はあるが、利益が得られない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔和菓子〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染状況が落ち着いても余り変化がない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・国内でも物価上昇や賃上げによる人件費の増加などの影響により、販売価格の引上げを実施している。国内需要は例年並みで推移し、インバウンドも都会のような増加は見込めない状況ではあるが微増となっている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（宿泊担当）	来客数の動き	・例年、インバウンドの需要が落ちる時期であり、国内における需要の増加もみられないため、全体的には例年並みで推移している。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・米国大統領が代わり、余り良い材料がなく、旅行業は非常に厳しい。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・寒さが多少関係しているが、年明け以降、人の動きが非常に良くない。
<input type="checkbox"/>	タクシー会社（営業所長）	お客様の様子	・年末年始の動きは例年とほぼ同様であり、大きなイベントもなかった。忘年会や新年会も明らかに減っている様子であった。
<input type="checkbox"/>	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・利用料の延滞、回収率のいずれもこの数か月ほぼ横ばいである。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・年始に少しキャンペーンの反応が出たが、その後は反応がなく、商材への関心を引っ張れていない。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・1月の来客数は変わりなく、積雪の影響もほとんどなく順調である。ただし、インバウンドの予約が下降気味である。
<input type="checkbox"/>	設計事務所	お客様の様子	・3か月前と同様に新規案件が進んでいる。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・新築住宅やリノベーションの引き合いが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで戻ってきている。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・住宅購入について駆け込みや買い控え等の目立った動きはなく、落ち着いた様子が継続している。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（事業推進担当）	お客様の様子	・投資目的で購入を検討している人も、この度の日本銀行金利改定等に鑑み、消極的になっている。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（住宅設計担当）	販売量の動き	・販売量の動きからすると、全体的には下降傾向が続いているが、大きな変化はなく例年並みといえる。

▲	商店街（理事）	来客数の動き	・新年になれば景気が上向くと考えていたが、物価高や寒さの影響で商店街の人の動きは良くない。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街に来る人が少ない。
▲	商店街（代表者）	単価の動き	・景気は最悪の状況を脱したようであるが、数年前の好景気にはまだ届いていない。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・例年、この時期は上向くが、物価の上昇もあつてか商品の動きが少ない。
▲	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・今年は寒いこともあり、来客数が増加しない。
▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・アフターコロナが一巡したのか、その後の来客数の増加が望めなくなっている。
▲	百貨店（外商担当）	単価の動き	・バレンタインデー商戦を含め、食品は好調に推移しているが、宝飾品や舶来時計などの高額商品は苦戦している。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・1品単価は上昇しているが、総販売点数は前年と比較すると大幅な下落傾向にある。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年並みで推移しているが、客の節約や買い控えが発生していることから、販売点数は前年より約5%落ちている。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・野菜や卵などが高くなったという声が多い。98円均一セールなどの商品に魅力がなくなっていることから、客の買物かごの中身が減ってきている。
▲	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・ガソリン価格の上昇など物価の高騰で、来客数が減少している。生活必需品は近くのスーパーなどでまとめ買いするという客の意識が高くなっているとみられる。
▲	コンビニ（支店長）	単価の動き	・中小企業を中心に人件費高騰に悩まされている。
▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が平日、休日共に少なくなっている。街へ出る面白みが少ないため、来店してもらえよう、特にディスプレイなどのイメージ作りに努力しないといけない。
▲	家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・初売りを終えて来客数が激減している。
▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・少ないながらも市場に動きはあるが、売上につながる状況ではない。売上は年明けから徐々に下降傾向にある。
▲	その他専門店〔時計〕（経営者）	単価の動き	・来客数に減少はみられないが、買上単価が低い。客の購買マインドが低下している。
▲	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・前年と比べて悪い。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・週末の人出は多いが、それ以外の人出は非常に少なく、消費が冷え込んでいる。
▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・前年と比べて来客数が約5%減少している。来店回数を半分に減らしている常連客もおり、客の財布のひもが固まっている。
▲	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・飲食は前年と比べ5%以上の増加となったが、宿泊は前年を下回っているため、景気はやや悪い。
▲	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・年始の全国的な動向は国内外とも取扱額が前年を上回っているが、当県エリアは国内外とも前年比95%で厳しい状況となった。ただし、海外チャーターが完売となり、回復の兆しがみられた。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・季節的な面もあるが、年明け後、利用客数も売上も激減している。昔あった新年会のような行事は減少している。
▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・客が値上げを受け入れず、安くなければ必要な物でも購入を思いとどまる傾向にある。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価上昇による家計の引締めが厳しくなっており、70歳以上の客の固定電話の解約が増加傾向にある。

	▲	通信会社（総務担当）	それ以外	・ガソリンや野菜等の価格上昇もあり、客が買い控える傾向にある。当県では鉄道の延伸やバイパス工事の再開等、インフラ整備が進む予定であるが、景気回復につながるか不明である。会社としては、物価上昇の影響から材料や人件費といった設備構築費用の増加が懸念される。
	▲	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・インフルエンザの流行でキャンセルが発生し、イルミネーション行事も終わって客が減少した。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・物価上昇が続いていることや年末年始の休みが長かったこともあり、今月は来客数も売上も伸び悩み、最低であった。
	▲	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少しており、受注に支障が出ている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・諸物価の上昇で消費が落ち込んでいる状況で、金利が上昇するという話が出ているため、余計に消費者心理が冷え込んでいる。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・商品価格が上昇しているため、ランクを下げて安い商品を購入する客が増えている。
	×	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・来客数が減少するなか、安価な商品は動くが通常商品が伸びていない。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・最近1年間で今月が最も悪い状況で、来客数、客単価、売上の全てが減少している。今月に入り、店の周りの工事が急になくなり、工事関係の客がいなくなったこともあり、非常に厳しい状況である。
	×	乗用車販売店（リース担当）	お客様の様子	・客が少しでも費用を抑えるため、できるだけ整備箇所を減らそうとしており、基本的な整備しかできないことが多くなっている。
	×	自動車備品販売店（経営者）	単価の動き	・温暖化で冬季商材の動きが悪い。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・価格の高騰が続いており、飲食店は仕入価格が上昇し、非常に苦しい。単価を上げるにも限度がある。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・成人の日が前年より遅くなり、正月からの順調な流れが途切れたため、月前半の売上が大幅に減少した。金曜日の売上が大幅に減少し、売上が取り戻せない状況が続いている。特に、ディナータイムは下降傾向にあるが、一方で、ランチタイムは上昇傾向にある。客が節約志向から夜の外食を控えており、ビールの売上も前年を下回っている。
	×	観光型ホテル（営業担当）	単価の動き	・料金が安いプランの予約ばかり入る。
	×	観光型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンが終わり、冬場は時期的に、宿泊も宴会も利用や予約が激減する。
	×	美容室（経営者）	販売量の動き	・年末年始に出費が増えたため、単純なメニューだけが選ばれ、商品などの購入が全くない。
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	・生産が順調である。
(中国)	○	輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増えている。
	○	不動産業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・賃貸住宅の需要時期であるが、来客数は約20%伸びるものの、成約件数は余り伸びていない状況である。
	□	繊維工業（財務担当）	取引先の様子	・物価上昇で、原材料費が高騰している。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・季節要因があるが、基本的には横ばいである。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・仕入れ、販売のいずれも価格変動が継続している。受注量や販売量には大きな変化がなく景気は横ばいとみている。
	□	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	・鉄鋼業向け大口注文がなく、生産量は低水準となっている。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・人手不足の影響で弱含みである。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子部品材料の受注の見込みは変わっていない。

	□	金属製品製造業 (総務担当)	取引先の様子	・取引先が中国から大型案件を受注したと聞いたが、具体的な進捗はまだない。
	□	一般機械器具製造業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・産業機械製品の生産量が前年より減少しているが、農業用機械の生産量は増加しており、分野ごとで動きが異なっている。総合的にみると大きくは変わっていない。
	□	電気機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・電子機器部品製造装置は、半導体関連の需要が引き続き増加しているものの、液晶関連は減少している。また、中国経済の停滞により実装部品の需要も減少している。
	□	建設業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・物件数はあるが、まずは受注している物件を最優先にしている状況である。
	□	輸送業(業務推進担当)	取引先の様子	・特に景気に関する大きなプラスやマイナスの要素はなく、取引先にも目立った動きはない。
	□	輸送業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・新年の挨拶をかねて顧客に景気動向についてヒアリングしたが、大きな変化がないとの感触を持っている企業がほとんどであった。
	□	通信業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・データセンターの受注量は、ここ数か月、大きな変化はなく落ち着いている。顧客が5～6年のスパンで更新する計画に変わりはない。
	□	会計事務所(経営者)	受注量や販売量の動き	・顧客の高速道路通行料金やコンサルティング案件数は増加しているが、新規車両リースは低調である。設備投資が回復しきれていない。
	▲	農林水産業(従業員)	受注価格や販売価格の動き	・全体的に売行きが悪くなっており、荷物の動きも鈍い。
	▲	食料品製造業(経営者)	それ以外	・同業者や中小企業の社長との懇談で、景気が非常に厳しいという話を聞く。人手不足、原材料価格の高騰、値上げによる客離れなど様々な要因が重なり、中小企業は生き残りのため奮闘している。
	▲	食料品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・周りの同業者も悪い状況である。
	▲	建設業	受注価格や販売価格の動き	・物価上昇がまだ続いている。
	▲	金融業(支店長)	取引先の様子	・原材料及び人件費の高騰分を販売価格に転嫁できておらず、利益率の悪化が散見される。
	▲	金融業(経済産業調査担当)	それ以外	・食料品を中心とした物価高から、個人消費が鈍っている。
	×	—	—	—
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	・人材紹介において求職者からの問合せ数が前月比139%となり、採用決定数も前月比275%となっている。
	○	新聞社[求人広告](担当者)	周辺企業の様子	・人手不足による採用難を受けて、相変わらず企業の採用意欲は高い。一方で、原材料価格の高騰、賃金の引上げによって原資確保には苦慮している様子だが、傾向としては徐々に良くなっている。
	□	人材派遣会社(事業部長)	採用者数の動き	・新規受注は高い水準をキープしているものの、業績好調による増員ではなく、欠員が埋まらないという理由が多数を占めている。
	□	人材派遣会社(支店長)	求職者数の動き	・相変わらず求人はあるが、そこに対する供給が追い付いていない。
	□	人材派遣会社(経営企画担当)	求職者数の動き	・求人需要は引き続き旺盛だが、求職者の確保に苦戦しており、それが業績に影響している。また、顧客企業において、来年度の新卒社員を計画どおり採用できていない企業が複数あり、春の新入社員研修の売上に影響する見込みである。
	□	求人情報誌製作会社(総務担当)	それ以外	・前年と比べても、求人及び求職者の登録に大きな変動がない。年末から年始にかけての登録者数は少なかったが、現時点では持ち直している。
	□	求人情報誌製作会社(広告担当)	採用者数の動き	・採用の充足度は企業間格差が大きいように見受けられる。採用人数を確保するため、これまでだと補欠にしていた層を採用の中心としたり、内定辞退の補てんに補欠者を繰上げて採用したりするなどして人数を確保している企業もある。採用人数確保のため質を下げた採用する企業も出るため、その層を中心として採用していた企業が採用できない事態に陥っている。

□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数は前年と比べると減少傾向にあるが、企業の人手不足感は解消されていない状況である。
□	民間職業紹介機関（職員）	それ以外	・前々年、前年とベースアップを実施した企業は少なくなく、手取り賃金が増加した世帯も多い。しかし、2022～23年にかけて行われた値上げラッシュに続き、ここ1～2か月の間に飲食店の至る所で再値上げが行われており、ベースアップが追い付かない状況である。
□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求職者数の動き	・求人依頼はあるが、求職者が少ないことに加え、募集職種の不マッチにより、応募に至らない状況が続いている。
▲	人材派遣会社（求職者対応）	求人数の動き	・職種によっては人材が充足しており、求人数が減少傾向にある。
▲	職業安定所（雇用関連担当）	周辺企業の様子	・周辺企業の事業廃止や事業縮小の話が前年度と比較すると多く感じる。
×	—	—	—