

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 (宿泊担当)	販売量の動き	・インバウンド、国内レジャーの動きが活発となり、ツイン、ダブルの販売量が増えたことにより、客室単価が上昇し、増収となっている。
	◎	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・年度末に向けて、広告出稿量が伸びている。
	◎	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・今月中旬に女子レースが開催され、売上が十分に確保できた。また、舟券の発売時間が長くなったことで、通常レースの売上の底上げもできた。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・訪日外国人がとても多く、前年と比べても来客数が伸びている。
	○	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・3月は冷蔵庫、洗濯機、エアコンが好調で、前年比120%で推移している。
	○	その他専門店 〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・外国人観光客数、国内客数が共に増加傾向にある。
	○	その他専門店 〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・観光バスでの来店が増えている。寒さが厳しかったせいで花畑の開花が遅れ、観光客が3月に集中したことも要因である。
	○	その他専門店 〔時計〕（経営者）	単価の動き	・理由は分からないが、売上、来客数が共に増加している。別に経営している食品スーパーにおいても、価格上昇前の駆け込み需要もあり、売上、来客数が共に増加している。
	○	その他小売 〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・シーズンイベントの動きが好調で、来客数が増えた。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・3月は合格、卒業、転勤等で外食の動機が増える時期であり、また、4月の生活必需品の値上がり前という心理が働き、週末のファミリー層の予約が10%以上増加している。
	○	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・宿泊、飲食の予約のペースが共に3か月前と比べて5%前後伸びている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・3月は人の動きがあり、利用客が多少なりとも増加している。
	○	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き、景気が良い。
	○	テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・春休みに入り、ファミリー層の動きが良くなっている。
	○	ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・今月上旬は寒さが残り、中旬は雪が降るなど寒い日もあったが、下旬に入って暖かくなり、客の予約が増え、来場者も戻ってきた。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年は暖かくなるにつれて来客数が伸びてくるが、今年は鈍いため、売上も前年同期と比べて減少している。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・年度替わりで忙しかったが、すぐに落ち着くとみられる。
	□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	販売量の動き	・寒いため、動きがない。
	□	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・来客数の大幅な増減はなく、おおむね前年並みで推移している。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・高収入の客は高額商品、ハイブランド商品、ジュエリー、雑貨などを迷うことなく購入しているが、一般の客はなかなか商品を購入してくれない。客は安いから買うというのではなく、必要な商品しか購入しない。
	□	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数百万円のブランドの時計、数十万円のブランドのバッグや美術品が売れ、催しも成功したが、来月がどうなるか安心はできない。
	□	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・前月同様、これまで好調だった高額商品の動きが悪くなっており、富裕層の購買意欲も低下している。

☐	スーパー（店長）	来客数の動き	・ここ数か月、来客数はほぼ前年並みで推移しているが、値上げをしているため、売上は前年を上回っている。
☐	スーパー（店長）	販売量の動き	・値上げが続く状況で、客の買上点数が減少傾向である。1品単価の上昇により売上は前年並みとなるものの、客の来店頻度の減少、週末のまとめ買い状況は変わらない。米の価格上昇の影響は大きいとみられる。客の低価格志向も見受けられ、生活防衛意識は高いと考えられる。
☐	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・野菜と米の価格高騰の影響が続いている。降水量が少なかったこともあり、既存店の来客数が前年を上回っており、1品単価の上昇とあいまって、売上が前年を上回っている。
☐	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・ガソリンの価格高騰を中心とする物価の上昇が影響しており、来客数が減っている。
☐	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・物価の上昇が続く、客が価格に慎重になっている。特に酒類のような嗜好品は、コンビニでの買い控えが発生している。
☐	コンビニ（支店長）	単価の動き	・物価上昇の影響で売上が増加しているが、来客数は減少している状況である。
☐	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・商品の仕入価格が全般的に上昇しているため、大変である。
☐	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・中小企業の景気が良くなる様子がない。
☐	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・賃上げで手取り額が増えるが、物価高が続いているため、衣服向けの支出は増加しないと考えられる。
☐	衣料品専門店（代表）	来客数の動き	・物価高により、客の節約ムードが継続している。
☐	家電量販店（店長）	来客数の動き	・寒い日が続く、来客数が少なく、電話での依頼が多くなっている。
☐	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・来客数が前年を下回り、販売量も伸び悩んでいるが、売上は変わらない。
☐	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・諸物価が上昇しており、車にかかる予算が厳しくなっている。
☐	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・受注状況に変化がなく、物価上昇などで客の買い控えが進んでいる。
☐	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・景気を左右するような大きな話題はない。
☐	一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・物価高の状況下で、特に米の価格が高いため、飲食店も大打撃を受けている。
☐	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・例年と比較して国内の個人、団体客共に伸び悩んでおり、募集は大幅な減少となる。インバウンドは欧米ツアーにより前年並みで推移するも、個人客は伸び悩む。
☐	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・春休み需要の伸びが想定より悪く、国内外共に苦戦している。団体旅行については、新型コロナウイルス期に凍結していた周年事業が催行されるなど、個人旅行と比較すると堅調に推移している。
☐	タクシー運転手	お客様の様子	・景気は相変わらず良い状態であるが、物価や人件費の高騰などもあり、収支に反映されていない。
☐	タクシー会社（営業所長）	お客様の様子	・インバウンドは比較的好調であるが、一般客は日中、夜間共に動きが悪い。歓送迎会なども少ない印象を受ける。
☐	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料の延滞率、延滞解消率は横ばいが続いている。
☐	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・諸物価の上昇がずっと続いており、家計への影響の不安が拭えないとの話を客から聞くことが多い。
☐	通信会社（総務担当）	それ以外	・当県では、駅のリニューアルや外国人観光客の増加もあり、景気が良くなっていると考えられる面もある。しかし、身近な生活環境面では、少子高齢化に起因した大学の運営方針の転換などのニュースも続き、景気の先行きが見えない面もある。

□	美容室（経営者）	お客様の様子	・物価上昇で節約している客もいれば、物価の上昇に慣れてきた客もあり、状況に変化はない。
□	設計事務所	お客様の様子	・製造業からの依頼が減る方向であるとの情報があるものの、実際には計画の中止はまだ決定していないため、計画どおり進行している。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新築住宅、リノベーション、小規模オフィスなどの設計を受注し、引き合いも続いている。
□	住宅販売会社（事業推進担当）	お客様の様子	・金利の上昇があり、特に3月に入ってから人気エリアの集客数が少なくなっており、販売が鈍化している。
□	住宅販売会社（住宅設計担当）	単価の動き	・運搬費や資材費などの上昇が続く状況で販売を行っている。価格上昇に歯止めがかかるという動きや情報もないため、今後も引き続き販売で苦戦が強いられる。
▲	商店街（代表者）	単価の動き	・客は商品を厳選するが、結局、購入しない状況が続いている。
▲	商店街（理事）	お客様の様子	・諸物価の上昇で客に生活防衛意識が働き、必要な商品しか購入しなくなっている。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価上昇の影響もあり、客の動きが悪い。
▲	一般小売店〔食品〕	来客数の動き	・野菜及び米の価格高騰の影響が大きく、買い控えが顕著であり、販売数量は前年を下回っている。
▲	一般小売店〔茶〕（経営者）	お客様の様子	・当社の輸出は好調に推移しているが、地元の経済はますます冷え込んでいる。スーパーなどの卸も小売も前年を割り込んでいる。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・客の価格に対する意識がシビアになっている。
▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・気温の高低差もあり、春物の動きが鈍い。また、例年オケージョンやギフト需要がある月であるが、オケージョンの動きも鈍く、販売量は前年を大幅に下回っている。
▲	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・不安定な気温により、通常売れるはずの商材が売上不振となっている。マザーニーズ商材の売上が鈍化しており、汎用性の高いカジュアルなセットアップスーツが台頭している。
▲	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・ここ1～2か月、化粧品等の身の回り品の動きが非常に厳しい。商品の値上げは一段落しているものの、高止まり感が強く、客に生活防衛意識がある。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・売れる日と売れない日が極端である。割引の日に来店客が集中し、特売日のみ買う客が多く、客の節約志向が高まっている。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・米の値上げが大きく、米が高くなったという客の声が多い。主食となる米の価格高騰が客の生活防衛意識を高め、買上点数の減少につながっている。
▲	スーパー（店長）	単価の動き	・野菜相場の下落もあり、1品単価の上昇が穏やかになっている。
▲	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・食品の価格高騰により、販売点数や来客数の伸びが鈍化している。
▲	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・3月の販売量は前年比78%と大変厳しい状況となっている
▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・例年同様、3月初旬は市場にも動きがあったが、中旬以降は止まっている。来期は苦戦を強いられる可能性が高いが、落ち込みの幅を最小限に抑えたい。
▲	乗用車販売店（リース担当）	来客数の動き	・客が車検や点検など最低限のことにしか出費しなくなっている。また、少しでも安い整備場所を探している。
▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・いろいろな要素が絡み合い、物価は上がる一方なのに株価は下がり、業績の良い企業と悪い企業がはっきりと2極化しているようである。
▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・米国の関税問題の影響で、買い控えがあり、春商材の動きが悪い。
▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・前年と比べてインバウンドの予約が激減しており、2割程度の状況である。一般の客も1割ほど減少しており、来店頻度の減少が著しい。

	▲	観光型ホテル (副支配人)	来客数の動き	・3月後半は桜観賞を目的とした客が多くなるが、今年は桜の開花が遅く、例年と比べ客足が鈍い。
	▲	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・株価が安定せず、今後の見通しが立たないところに、米国の関税問題もあり、旅行どころではない。
	▲	通信会社(企画・総務担当)	それ以外	・資材価格の高騰や人手不足により、工事代金が利益を押し下げている。
	▲	通信会社(広報担当)	お客様の様子	・客が機能や性能ではなく、安いかどうかで決める。
	▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・月次支出を抑制するために、固定電話や新聞購読といったサブスクリプション型のサービスを解約する人が増加している。
	▲	設計事務所(経営者)	単価の動き	・来客数は増加しているが、予算的に厳しい客が多く、契約が成立しにくい。
	×	商店街(代表者)	お客様の様子	・仕入価格がどんどん上昇しているが、販売価格に上乗せすることが難しく、来客数も減少しているため、非常に厳しい。
	×	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・今月の10日を過ぎてから、店の前の道路工事が始まった。工事を予期していなかったため、商品の発注量の調整ができなかった。朝から晩まで片側交互通行となっているため、交通量が徐々に減少し、来客数も前年を下回った。
	×	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・来客数が多い日はあるものの、少ない日がかかなり多くなっている。
	×	バー(経営者)	それ以外	・全ての物価が高騰している。
企業 動向 関連 (中国)	×	美容室(経営者)	来客数の動き	・来店間隔が長くなっている客が増えている。
	◎	輸送用機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・現在も忙しい。
	○	食料品製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・前年より実績が好調である。
	○	繊維工業(財務担当)	受注価格や販売価格の動き	・新入学や異動の時期で、人の動きが活発になっている。
	○	輸送業	受注量や販売量の動き	・受注が増えている。
	○	金融業(副支店長)	取引先の様子	・域内の公共工事受注や民間工事受注が増加傾向にあり、協力会社の受注量も増加している。また、賃上げを実施している企業が多く、消費も増加する見込みである。
	□	農林水産業(従業員)	受注量や販売量の動き	・特段、売上が落ち込んでいることもないが、何か需要が高まっていることもない。
	□	木材木製品製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・季節要因もあいまって、前年と比べればやや良い状況であるが、3か月前と比べれば横ばいである。
	□	化学工業(総務担当)	取引先の様子	・化学工業薬品では値上げや値下げ等が種々あり、不安定な要素が多い状況に変化はない。
	□	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	・大口注文、輸出の引き合いが弱く、生産量に変化がない。
	□	鉄鋼業(総務担当)	取引先の様子	・今年に入っても動きは変わらない。
	□	非鉄金属製造業(業務担当)	受注量や販売量の動き	・全体的に大きな変化はないが、受注量は微量ながら増加傾向にある。
	□	電気機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・液晶関連装置は販売が減少傾向にあるものの、プリント基板製造装置関連は販売が増加する見込みのため、横ばいの見通しである。
	□	建設業	受注価格や販売価格の動き	・賃金が入向きであるが、それ以上に物価上昇が著しい。
	□	建設業(経営者)	取引先の様子	・民間建築工事では引き合いがあるが 進捗スピードが遅い状況が続いている。
	□	建設業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・予定される大型物件がある反面、技術者の配置など予定どおりに進まない場合のリスクもある。
	□	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、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。

	□	通信業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・データセンター、クラウド、I C T 関連機器の引き合い量及び受注量は伸びている。データセンターとメガクラウドを使用するハイブリッド利用も増加傾向である。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・現状での収益貢献はないものの、新年度へ向けての新規コンサルティング案件が成立し始めた。
	▲	食料品製造業（経営者）	競争相手の様子	・値上げで客離れが進み、売上が低迷している状況で、賃上げや金利上昇もあり、苦戦している。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	競争相手の様子	・当社の受注は過去3か月では大きな変化はないが、業界の会合では、同業他社の受注が減少しているとの話が多く聞かれた。
	▲	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・国内向けの一般産業用機械の販売が減少しているため、生産量も減少している。値上げを行ったことにより、販売量が減少していると推測する。海外向け製品についても、円安傾向の影響もあり、減少傾向にある。
	▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・海外向けの輸出関連顧客においては、米国の関税政策の影響により減産の動きがある。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・物価高が長期化する状況で、個人消費が伸び悩んでいる。
	▲	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数が約10%、成約数は約5%の落ち込みとなっている。
	×	—	—	—
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	・人材紹介事業において、求職者からの問合せ数が前月比165%、登録数も比例して前月比166%となっている。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・物価高で消費が鈍い部分もあるが、特段マイナス要因はなく、地域企業の業績も良く、賃上げに期待感もある。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・求人数は例年の同時期と比較して若干増えている。
	□	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・求人数や時給は前年と比べて上昇しているにもかかわらず、登録者数が依然として増えてこない。また、競合各社との競争も激化しており、数日で就業先が決まっているというケースも少なくない。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	求人数の動き	・期間限定の繁忙期求人数が例年よりも少ない。ギグワーク型の代替サービスに一部需要を奪われていると推察している。
	□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数及び有効求人数に大きな変化はなく、3か月前と状況は変わっていない。
	▲	人材派遣会社（事業部長）	求人数の動き	・求人数が2か月連続で前年を下回って推移している。退職による交代求人は獲得できているが、業績が好調ゆえの増員案件は減少している。
	▲	人材派遣会社（求職者対応）	求人数の動き	・求人数が前年を下回っており、3か月前と比べても少ない状況である。
	▲	求人情報誌製作会社（総務担当）	それ以外	・飲食店への予約件数が正月明けから減少傾向であり、増加の気配がない。歓送迎会シーズンを迎えるため、増加を期待している。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・転職希望登録者数は、依然として、減少傾向にあり、増加傾向にあった求人数も、今月は大幅な減少となった。
	×	—	—	—