

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)	◎	＊	＊
	○	商店街（代表者）	・近年、商店街に新規出店した店舗は順調に推移しており、現在も1店舗が開業に向けて改装中であることから、今後更なる活性化が期待される。
	○	商店街（代表者）	・当県を舞台にしたドラマの影響により観光客が増え、インバウンドも増加している。新政権の減税政策の効果を期待する。
	○	商店街（理事）	・クリスマスや正月の準備で消費が増えてくるため、景気は良くなるはずである。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・年末年始に向けて季節商材が動き出す。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・気候が良くなり、人通りが増え、売上も伸びてくる。
	○	スーパー（店長）	・最低賃金引上げもあり、年末年始に向けて少しでも景気が上向くことを期待したい。
	○	スーパー（販売担当）	・新内閣の経済対策次第で景気は上向く。
	○	衣料品専門店（代表）	・ガソリン減税が実現した場合、物流コストが下がり、物価高も落ち着くとみられる。
	○	家電量販店（副店長）	・先週から今週にかけて来客数の伸びが著しい。暖房器具が売れ始めたのが大きい。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・新型車の注目度は高く、物価高騰の影響を受けにくい様子である。
	○	乗用車販売店（業務担当）	・メーカーの生産が順調に推移し、国の物価高対策も進めば、景気も上向いていく。
	○	乗用車販売店（リース担当）	・新首相の就任に伴い、景気が回復するという声を客から聞くことがある。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・年末から3月に向け、市場の動きは活発化していく。来客数や販売量も期待できる時期に入ってくる。今月の遅れを取り戻し、今年度を良い結果で締めくりたい。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・経済対策への期待から、全体的な動きが良くなると予測している。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・観光客やインバウンド、修学旅行生が増えるとみられる。
	○	その他専門店〔革製品〕（店主）	・販売数が増加している。これから年末年始に向かうので、景気が良くなっていくとみている。
	○	その他専門店〔宝石店〕（店員）	・自分への御褒美やボーナス時期の購入を見据えた来店が2割ほど増加している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・今年の冬は寒くなる予報で、小売業にとっては追い風となる。暖冬だと冬物商材や防寒商品、ホットメニューが苦戦する。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	・11月以降もイベントへの参画を予定しており、来客数の増加が見込まれる。
	○	一般レストラン（経営者）	・年末に向けて人の動きが出てきて、景気も少し良くなるという期待がある。新政権による経済政策が進めば、状況が多少改善する可能性がある。
	○	一般レストラン（店長）	・年末に向け、予約状況はやや回復傾向にあるため、今後の更なる改善が期待される。来店控えの動きも、年末頃には落ち着きを見せる可能性がある。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	・地域のイベントが増え、テレビドラマのロケ地となっているため、露出機会の増加による認知拡大が見込まれる。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・秋の紅葉シーズンから年明けにかけては業界全体の繁忙期であり、国内外共に需要が活発化する見通しである。
	○	タクシー運転手	・繁忙期に入るため、人の動きが出てきて、乗車率も上がり、前年より良くなることを期待する。
	○	タクシー運転手	・新首相の誕生により、景気対策や物価高騰への対応が加速することが期待される。また、年末に向けて忘年会などの繁忙期を迎えることから、良くなると期待する。
	○	通信会社（総務担当）	・首相交代により物価高対策が進んでいくとみられる。
	○	通信会社（企画・総務担当）	・通信速度の速いインターネットサービスが好評で、引き合いが増加傾向にある。
	○	通信会社（運用担当）	・首相交代による景気上昇を期待する。

○	テーマパーク（営業担当）	・ 11月から新たな要素が加わるイルミネーションが開幕する。
○	テーマパーク（業務担当）	・ 11月と12月の週末は順調に予約が入っており、今後もこの傾向が継続することが期待される。ただ、前年よりもかなり低い水準で推移している。
○	競艇場（企画営業担当）	・ 12月と1月の1日平均売上は今月を上回る見込みである。
□	商店街（代表者）	・ 客の購買意欲が高まっているため、継続的な成果につなげられるよう取り組みたい。
□	商店街（代表者）	・ 景気が良くなる雰囲気はあるが、しばらくは現状維持と考えられる。
□	百貨店（広報担当）	・ 可処分所得が増えるような効果的な経済政策が発表されたとしても、実際の生活で実感するのはもう少し後になる。そもそも大多数を占める中間層の消費マインドを高めることは容易ではないと考えられる。
□	百貨店（営業担当）	・ 経済的に余裕のある客は高価格帯のハイブランド商品を求めるが、そうでない客は一般的なブランド品でさえ購買を控える傾向がみられる。
□	百貨店（営業担当）	・ 2025年3月から状況が改善されていない。
□	百貨店（売場担当）	・ これからクリスマス、お歳暮関連の年末商戦が始まるが、今までの状況からして景気が好転する要因はない。引き続き厳しい状況が続くとみる。
□	百貨店（外商担当）	・ 物価高が止まらない限り、景気回復は見込めない。
□	百貨店（総務・経理担当）	・ 新政権となったものの、現状では政策が不透明である。
□	スーパー（店長）	・ 年末年始に向け、現状は変わらないとみられる。更なる値上げもあり、前年比でも単価上昇は明らかである。食料品に限らず、住居関連、余暇、衣料品に関しても同じ傾向である。収入も大きく変わらず、生活支出の負担感は依然として高い状況が続く。
□	スーパー（店長）	・ 特売日にまとめ買いする傾向は変わらず、節約志向が続いている傾向から、景気としては現状維持で推移していくとみられる。
□	スーパー（業務開発担当）	・ 良くなってほしいが、最低賃金上昇の実感は12月になる。商品の値上げで売上は増えるが、販売点数や客単価が前年を超えるような状況にはない。
□	スーパー（営業システム担当）	・ 特売日やお買い得な特典がある日などは来客数が大幅に増えるものの、通常の日はかなり落ち込む。買上点数も同様で、かなりの節約意識がうかがえる。
□	スーパー（販売担当）	・ 例年であれば、プロ野球リーグの優勝に伴うセールなどで地域全体が盛り上がりを見せるが、今年は主にメジャーリーグ関連の話題が中心となっており、国内のイベントとの連動性に乏しく、地域の活気にはつながっていない。
□	コンビニ（店長）	・ 例年11月は、人出も売上もかなり落ちる傾向にある。
□	衣料品専門店（経営者）	・ 客が少ない日があるが、その要因は明確ではなく、現時点では大きく状況が悪化する要素は少ない。
□	衣料品専門店（経営者）	・ 買回品の値上げが続く、家計は苦しいままである。
□	家電量販店（店長）	・ 秋の気配がみられ、過ごしやすい気候となっているものの、目立った景気対策はなく、商売は低調のまま推移する見込みである。
□	家電量販店（企画担当）	・ クリスマス商戦を控え、ゲーム機の動きは好調に推移すると見込まれるものの、目新しい商品が乏しく、全体的な動きに変化はないとみられる。新政権に期待しているが、少数政権政党であることから大胆な政策実行は難しいかもしれない。ただし、前向きの雰囲気が見られるため、今後の展開に期待したい。
□	乗用車販売店（経営者）	・ 2か月先までの販売案件がまだ決まっていない。
□	乗用車販売店（店長）	・ 新型車などの新しい動きがないため、大きく上向くことは期待しにくい。
□	乗用車販売店（営業担当）	・ 3か月前と比べ、来客数、販売台数、車検台数に大きな変化はない。客の節約志向は変わらず、他社の安い車検やネット保険が多い。

□	その他専門店〔時計〕 （経営者）	・食品価格の高騰により、スーパーなどは売上増加が見込まれるが、買回品の売上は厳しいと予想する。
□	一般レストラン（経営者）	・政府によるガソリン減税を始めとした物価対策により、景気回復ムードが広がれば、忘年会や新年会の需要とあいまって、売上増加が見込める。一方で、一般家庭においては外食の頻度が大きく変化する見込みは薄く、節約志向は継続するとみられる。
□	一般レストラン（経営者）	・首相が変わり、景気対策に期待したい。
□	旅行代理店（支店長）	・再び円安傾向が強まっていることから、来年以降の海外旅行需要への影響が懸念される。大阪・関西万博が閉幕し、日帰り旅行に加え、宿泊を伴う国内旅行の増加が期待される。
□	タクシー会社（営業所長）	・特にイベントもなく、前年と比較しても余り変化はないとみられる。繁忙時間帯が徐々に短くなっており、期待を持ってない。
□	通信会社（企画担当）	・当社サービスに関して関税率の直接的な影響はなく、インバウンド需要の増減も消費動向に大きな影響を与えていない。身の回りの生活用品の値上げは続いているが、当社サービスの価格改定後も、ボーナスシーズンを迎えることで売上への大きな下振れは想定していない。一方で、新料金プランの導入による新たな客層への訴求にも期待を寄せていることから、現状維持の見通しである。
□	放送通信サービス（総務 経理担当）	・ここ数か月、大きな動きはないが、物価高や新内閣発足の影響は引き続き注視が必要とみられる。
□	ゴルフ場（営業担当）	・年末の予約状況は変わらない。1月以降はまだ予約が少ないため、天候に左右される。
□	美容室（経営者）	・客の節約志向に変化はなく、物価高に見合う収入の伸びがなければ、景気は悪くなる。
□	美容室（経営者）	・収入が増えない限り、節約志向に変化はない。
□	美容室（経営者）	・今後の物価上昇に対して不安を抱く客は依然として多い。最低賃金の引上げが企業側の負担となっている。中小企業にとっては、厳しい経営環境の中で踏ん張りどころとなっている。
□	設計事務所	・計画は中止ではなく、一部は延期、一部は予定どおり開始される見通しであり、進行していく見通しである。
□	設計事務所（経営者）	・建築費の高止まりや人手不足の状況は当面改善される見込みはない。
□	設計事務所（経営者）	・接客を通じて得られる印象としては、客に大きな所得変化はなく、一部の客の動きにとどまっているため、全体的な消費行動の変化は起こりにくい。
□	住宅販売会社（事業推進 担当）	・新首相の就任により、長期的には景気回復への期待もあるが、当面は現状維持の傾向が続くとみられる。かつては、しゅん工と同時に完売するのが一般的であったが、現在では販売計画をしゅん工後1年以内の完売を目標としており、郊外エリアではしゅん工後2年での完売を見込むケースもある。
□	住宅販売会社（住宅設計 担当）	・販売価格が高騰するなかで、客は政府の補助金や値引きを最大限に引き出して、少しでも有利な条件での購入をしたいと考える。例年の傾向から、年明け以降に購買意欲が高まる。
▲	一般小売店〔食品〕	・ビールなど酒類の値上げにより、販売数量が減少して売上が悪化する。
▲	一般小売店〔茶〕（経営者）	・今は下級品の茶葉が収穫される時期だが、今年はその価格が新茶と変わらない水準で取引されるという異例の状況となっている。品質に対して価格が下がらない市場構造となっており、結果として、玄米茶やほうじ茶など、日常的に消費される一般茶の原料が不足している。数か月以内に、これらの商品が店頭から姿を消す可能性も懸念される。
▲	スーパー（店長）	・1品単価の上昇が止まらず、かつその上昇ペースが加速していることから、生活は厳しさを増す。
▲	スーパー（店長）	・値上げが続くなか、低価格品や割引商品の売上が伸びる。一方で、買上点数は減少しており、今後更に厳しい状況が予想される。
▲	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により1人当たりの買上点数の減少が続き、客単価の前年割れが続く。

	▲	コンビニ（副地域ブロック長）	・店の経営面で考えるとマイナス材料が多い。特に人件費や光熱費の高騰が顕著であり、売上が横ばいだと経営が苦しくなる。
	▲	コンビニ（支店長）	・売上減少に加え、当月からの最低賃金上昇に伴い経営が悪化し、悪いサイクルに突入している。
	▲	乗用車販売店（統括）	・新型車の販売時期が遅れており、厳しい状況が続く。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・物価高で生活必需品以外への支出が抑制される傾向があり、当社の商品は買い控えられている。
	▲	観光型ホテル（副支配人）	・年末年始は例年どおり宿泊の予約が多いが、それ以後は極端に落ち込んでいる。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	・12月の宿泊稼働において、現時点での予約獲得ペースは前年同月比で5%以上下回っている。
	▲	都市型ホテル（宿泊担当）	・12月以降の予約状況は、前年同時期をやや下回る水準で推移しており、今月と比較しても稼働率の伸びが鈍化する可能性がある。
	▲	通信会社（営業担当）	・実質賃金はマイナス傾向にあり、年金受給額が増えるわけでもないため、景気の緩やかな悪化は継続する。
	▲	通信会社（広報担当）	・価格上昇に客の予算が追い付いていない。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・物価の上昇が進むと、より物が売れなくなってしまう。
	×	コンビニ（エリア担当）	・今年に入ってから来客数の減少幅が拡大している。年末のクリスマス商戦を控えた現在、建設会社の客からは、今年の景気が非常に悪く、注文が出せるか分からないという声を聞く。商品価格の上昇が続いていることから、政府の景気対策が必須となってくる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・来客数が増えない。
	×	観光型ホテル（予約担当）	・例年12月以降は、予約数が急激に減少する傾向がある。
企業 動向 関連 (中国)	◎	食料品製造業（営業担当）	・今後の販売促進が決まっており、受注も前年と比べて増加が見込める。
	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車が立ち上がるため、忙しくなる。
	○	食料品製造業（経営者）	・人の動きが増えており、このまま続けば理想的だが、そう簡単にはいかない。地道に良い商品を提供できるように努めたい。
	○	化学工業（総務担当）	・半導体関連材料の売行きが好調である。
	○	一般機械器具製造業（管理担当）	・米国の関税対策などの施策が着実に成果を上げつつあり、今後も実績として蓄積されることが期待される。また、円安の進行により、売上の増加が見込める。
	○	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・取引先の内示情報より、景気は良くなる。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	輸送業（企画担当）	・新政権発足により、景気の押し上げが若干期待できる。
	○	通信業（営業担当）	・新政権での経済政策に期待する。
	○	金融業（副支店長）	・域内の大型工場跡地において、大手自動車メーカーによる新工場の建設が予定されており、それに伴う経済的波及効果により、地元企業への好影響が期待される。
	○	金融業（経済産業調査担当）	・新政権の経済政策による消費の下支えに期待したい。
	□	農林水産業（従業員）	・状況が好転する要素がない。
	□	繊維工業（財務担当）	・物価の上昇により家計への負担は大きいですが、年末商戦が活発化することで、景気は現状を維持する。
	□	化学工業（総務担当）	・自動車産業等において、国内生産が縮小傾向になれば、その影響を受けて、身の回りの景気が後退する懸念がある。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・再開された大口案件の製造が進行中であり、当面は現在の生産体制が維持される見通しである。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・取引先の動向に特に変化がみられない。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・業界や事業分野により濃淡はあるが、はっきりとした景気変動の兆候はみられない。
	□	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。
	□	建設業（経営者）	・人材不足や建設コストの高騰が続いているものの、前年並みの完工高と利益の確保が見込まれている。
	□	建設業（総務担当）	・近日中に、準備工事等で繁忙な状態になると予想される。

	☐	輸送業（業務推進担当）	・特に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様子はない。
	☐	輸送業（営業担当）	・見積り等、新規引き合い動向に変化はみられない。
	☐	通信業（企画担当）	・データセンターやＩＣＴ、クラウド関連の分野では変動要素が少なく、現状維持の傾向が続く。
	☐	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要が落ち着いているため、年内に大きな変動はない。
	☐	広告代理店（営業担当）	・景気は上向き傾向であるが、人手不足や材料価格の高騰などの影響もあり、本格的な景気回復には至っていない状況である。
	☐	会計事務所（経営者）	・補助金による支援を背景にコンサルティング業務の増加が期待される一方で、人件費の負担増が大きな課題となっている。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・過去１年間にわたり継続して受注していた特需案件が10月で終了するため、2026年はその受注減を補う必要がある。しかし、取引先から前向きな話はなく、受注の減少が見込まれる。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・全体的に売上が落ち込む見通しではあるものの、最低賃金引上げに伴う賃上げ対応も必要となり、業況は悪くなる。
	▲	建設業	・資材や労務費の高騰、食料品等の価格上昇が続いており、賃金上昇が追い付いていない。
	×	－	－
	◎	－	－
	○	民間職業紹介機関（職員）	・日本人に依存しない外国人採用を強化している企業も多く、短期的な雇用にとどまらず、優秀な人材を正社員として登用し、定着を図る動きもある。日本人が敬遠しがちな転居を伴う異動についても、地域へのこだわりが少ない外国人は、それに見合う手当や報酬が提示されれば、積極的に応じる傾向がある。企業としても機会損失を防げ、売上の拡大につなげることができ、その成果を社員に還元するという好循環が生まれている。
	☐	人材派遣会社（支店長）	・例年、年末年始にかけては繁忙期対応の人材ニーズが高まる傾向にあるが、今年はまだその動きがない。ただし、求人数自体に大きな変化はなく、誰でもできる業務というより、専門的なスキルを要する案件が中心であるため、例年と同様の傾向が続いている。
	☐	人材派遣会社（経営企画担当）	・プラス要因やマイナス要因となるような決定的な変化の兆しは見受けられない。
	☐	人材派遣会社（事業部長）	・為替やインフレの影響を受けて業績が堅調な企業は多いものの、実質的には厳しい状況にある企業も多いことから、これ以上の積極的な採用活動に踏み切るのは難しいと考えられる。
雇用 関連 (中国)	☐	求人情報誌製作会社（総務担当）	・忘年会など、一時的なイベントへの支出は見込まれるものの、それ以外の消費拡大は期待できない。
	☐	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	・半年、１年後に向けた採用人数に大きな変動はみられない。
	☐	求人情報誌製作会社（広告担当）	・自動車業界は厳しい状況が続いており、採用人数は変わらないが、採用に掛ける総予算は減少傾向である。
	☐	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新首相が誕生し、明るい兆しがみえることは確かであるが、積極財政の影響により、所得格差がますます拡大することを懸念する。安定した政権運営による経済政策を期待する。
	☐	職業安定所（職員）	・新総裁の就任により、景気回復の期待感はあるものの、実態がまだみえていない。
	☐	職業安定所（事業所部門）	・比較的規模の大きい事業所は好調な様子である。一方で、中小規模の事業所は厳しい様子であるため、全体としては景気に大きな変動が生じる可能性は低い。
	☐	職業安定所（事業所担当）	・最低賃金引上げにより、求人の提出を控える企業も出てくるのが予想されるが、深刻な人手不足を背景に、必要な人材確保のため、全体としては例年並みの求人票提出が続くと予測される。
	☐	学校〔大学〕（就職担当）	・政治情勢によって今後変化が生じる可能性はあるものの、年内については大きな動きはないと推察する。

	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・新卒採用活動が一段落するなか、来年度の新卒採用に向けた動きが少しずつみられる。景気を左右するような顕著な動きはなく、景気はおおむね横ばいで推移しているものとみられる。
	▲	人材派遣会社（求職者対応）	・例年、翌年1月までは応募数が伸び悩む傾向が続く。
	▲	職業安定所（職員）	・10月に入り、採用に至る人数が少ない印象を受ける。最低賃金引き上げの影響が一因と考えられるが、この傾向はしばらく続く。
	▲	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・この時期は例年、顕在層の動きが鈍くなるが、求人数は新年度を見据えて緩やかに増加傾向にある。
	×	—	—